

## Somedia

### Portrait

Somedia avec siège à Coire est une grande société de médias active dans les cantons des **Grisons** et de Glaris ainsi que dans la zone méridionale du canton de St-Gall.

L'entreprise familiale de l'éditeur Hanspeter Lebrument publie des **quotidiens** et des **hebdomadaires** imprimés et en ligne et opère des chaînes **radio** et **TV**. Somedia est éditrice de l'unique quotidien en langue romanche. La société opère un centre d'impression à Haag (SG) ensemble avec la SargansländerDruck AG et la Vaduzer Medienhaus.

### Informations de base

**somedia**

Siège:

Coire

Raison sociale selon le registre de commerce:

Somedia AG

Actionnariat:

propriété familiale

Chiffres clés:

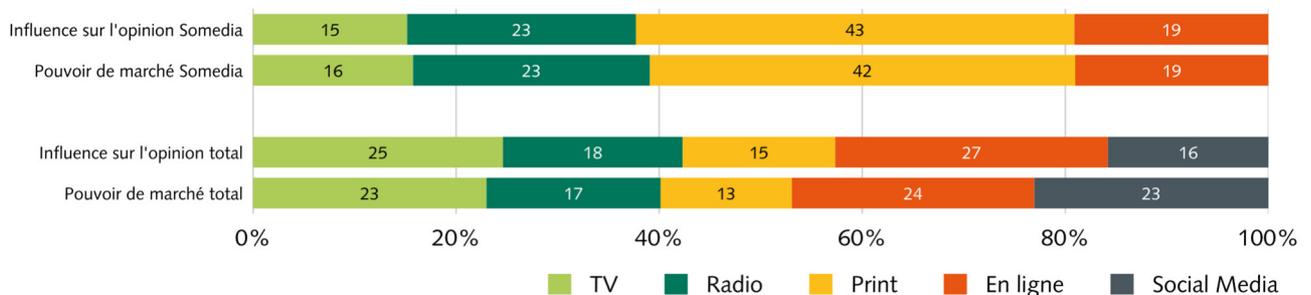
pas de chiffres d'affaires disponibles

Échantillon:

5 marques de médias

**Fig. 1: Influence sur l'opinion et pouvoir de marché – priorités journalistiques de Somedia**

Parts des types de médias ou des canaux de diffusion dans l'influence sur l'opinion et le pouvoir de marché nationaux cumulés du groupe



Publicom 2024

- > Le média **print** est la **priorité** claire avec **43%** du potentiel d'influence sur l'opinion et 42% du pouvoir de marché total de Somedia
- > La **radio** est le deuxième pilier du groupe avec **22%** de l'influence sur l'opinion et 23% du pouvoir de marché du groupe
- > Les médias **en ligne** représentent 19% et la **TV** 15% resp. 16% de l'influence sur l'opinion et du pouvoir de marché de Somedia
- > Depuis 2022, **augmentation de l'influence sur l'opinion** pour la TV (+2) et le print (+1), déclin pour l'en ligne (-2)
- > **L'influence sur l'opinion** suisse globale: l'en ligne (27%) devant la TV (25%), la radio (18%), les social media (16%) et le print (15%)

**Fig. 2: Influence régionale sur l'opinion de Samedia**

Parts d'influence sur l'opinion cumulée du groupe dans les espaces médias



Publicom 2024

**Très grande influence sur l'opinion:**

-

**Grande influence sur l'opinion:**

-

**Influence moyenne sur l'opinion:**

> Graubünden #2 mit 13%

**Petite influence sur l'opinion:**

> Zürich/See #7 avec 2%

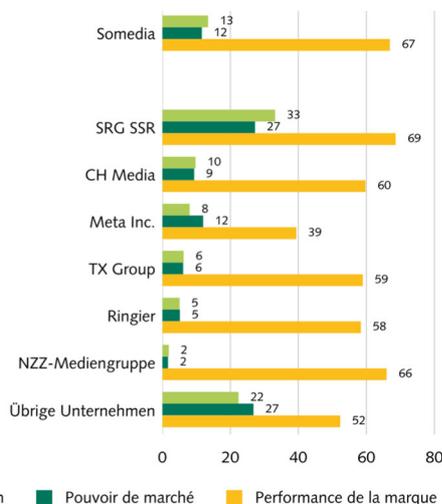
> Deutsche Schweiz #7 et Ganze Schweiz #9 respectivement avec 1%

**Pas présente** dans l'espace média Française Schweiz (Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), Italienische Schweiz (Ticino), Bern, Basel, Zürich Nordwest, Mittelland, Hochalpen, Zentralschweiz, Zürich Nordost et St. Gallen

**Fig. 3: Samedia: comparaison avec la concurrence / influence sur l'opinion des marques de médias**

Moyennes de la performance de la marque (indice entre 0 et 100) / influence sur l'opinion des marques de médias Samedia à Graubünden (valeurs indexées de 0 à 100)

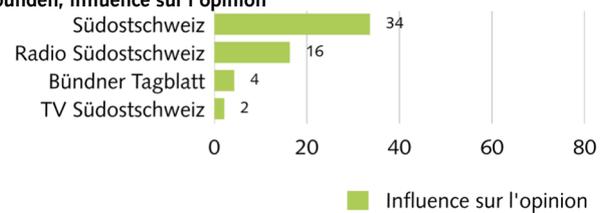
## Graubünden



Publicom 2024

- > Samedia est le **#2 à Graubünden** en termes d'**influence sur l'opinion** (13%) et de **pouvoir de marché** (12%), clairement derrière SRG SSR (33% de l'influence sur l'opinion), mais devant CH Media (10%), Meta (8%), TX Group (6%), Ringier (5%) et NZZ-Mediengruppe (2%)
- > Samedia (67) réalise à **Graubünden** une bonne **performance qualitative de marque**, juste derrière SRG SSR (69); devant NZZ-Mediengruppe (66), CH Media (60), TX Group (59), Ringier (58) et Meta (39)

## Graubünden, influence sur l'opinion



Publicom 2024

- > Le quotidien **Südostschweiz** est la marque la plus forte en termes d'influence sur l'opinion de Samedia; il est le #1 à Graubünden, devant SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** est la deuxième marque plus forte de Samedia, placée au #10 dans l'espace médias Graubünden
- > Plus en arrière, se placent le **Bündner Tagblatt** (#3 de Samedia et #30 à Graubünden) et la **TV Südostschweiz** (#4 de Samedia et #36 à Graubünden)

## Changements importants

- > Samedia fait son entrée sur le marché des médias et des communications médicales en créant Samedia Health AG. Dans le cadre de cette entreprise, Samedia Health acquiert Helvète Media, qui publie deux magazines imprimés en Suisse romande. (28.08.2023)

# MONITORING MÉDIAS SUISSE

## À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **181 marques de médias** au total issus des secteurs TV, radio, print, en ligne et social media (actualités hebdomadaires minimum, en excluant les hebdomadaires gratuits) sur la **formation de l'opinion** de la population suisse.

L'influence **sur l'opinion** est composée de deux dimensions d'influence: en premier lieu, la **performance de la marque qualitative** (évaluation des marques de médias par leurs utilisateurs, déterminée par une enquête auprès de la population) et deuxièmement le **pouvoir de marché quantitatif**, resp. les performances de contact quotidiennes des marques de médias (sur la base d'analyses secondaire des études de référence suisse des REMP et de Mediapulse pour la print, la radio et la télévision ainsi que de propres extrapolations pour les médias en ligne et social media).

- > Les résultats au **niveau des types** cumulent les performances de contact quotidiennes pour chaque canal de diffusion desservi par les marques de médias du groupe (fig. 1). Les résultats au **niveau du groupe** cumulent la performance de contact globale (= de tous les canaux de diffusion) de toutes les marques de l'entreprise (fig. 2 et 3). La somme de contacts est présentée comme **part** en pour cent de l'univers de contact brut, correspondant à la somme des performances de contact de toutes les marques de médias d'un groupe (fig. 1) ou dans une région (fig. 2 et 3).
- > Les **valeurs indexées** au **niveau du marché** (fig. 4) cumulent les performances de contact totales quotidiennes d'une marque de média, présentées comme une partie de l'univers net (= population) dans la région et/ou le segment de la population concernés. L'indice d'influence sur l'opinion est calculé en pondérant l'indice de pouvoir de marché avec l'indice de performance de la marque, puis par normalisation dans la plage de l'indice (0 à 100).
- > L'indicateur pour le **pouvoir économique** indique le chiffre d'affaires ajusté des groupes (si disponible) comme part du marché suisse total.

*Monitoring médias Suisse* est une étude de Publicom AG, mandatée par l'Office fédéral de la communication (OFCOM). Vous trouverez de plus amples informations et des détails sur les méthodes sur [www.monitoring-medias-suisse.ch](http://www.monitoring-medias-suisse.ch)