

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Factsheet

Période sous revue 2024

Gruppo Corriere del Ticino

Portrait

Le Gruppo Corriere del Ticino avec siège à Muzzano (TI) est la plus grande société de médias privée de la **Suisse italienne**. La Società Editrice del Corriere del Ticino SA est responsable des activités stratégiques.

La société de médias est éditrice du **Corriere del Ticino**, le plus grand quotidien par abonnement de la Suisse italienne, du portail d'actualités **ticinonews.ch** et opère une chaîne radio et une chaîne TV: **Radio3i** et **TeleTicino**. Le groupe détient en outre des participations minoritaires dans une autre chaîne radio, Radio Fiume Ticino, dans la société de médias Rezzonico SA et dans le site Internet tio.ch (20 minutes).

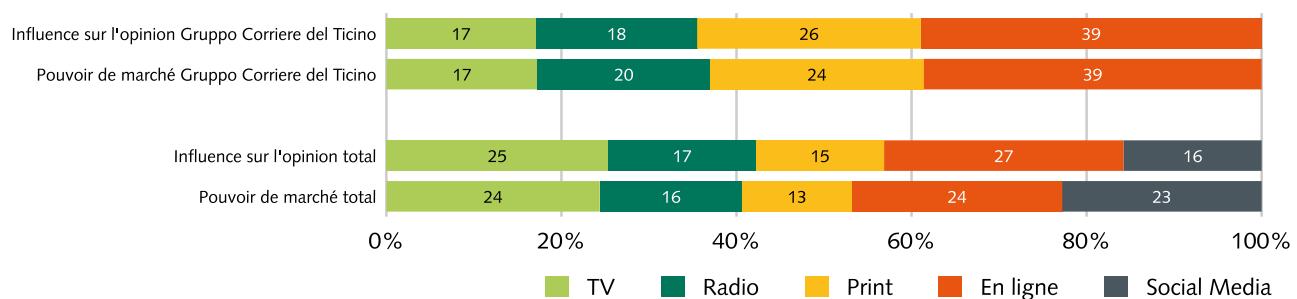
Informations de base

CORRIERE DEL TICINO GRUPPO

Siège:	Muzzano
Raison sociale selon le registre de commerce:	Corriere del Ticino Holding SA
Actionnariat:	propriété familiale
Chiffres clés:	pas de chiffres d'affaires disponibles
Échantillon:	4 marques de médias

Fig. 1: Influence sur l'opinion et pouvoir de marché – priorités journalistiques du Gruppo Corriere del Ticino

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 2025

- > **Le focus** sont les médias **en ligne** avec **39%** du potentiel d'influence sur l'opinion et **38%** du pouvoir de marché total du Gruppo Corriere del Ticino
- > Le **print** est le deuxième pilier avec **26%** de l'influence sur l'opinion du groupe et **24%** du pouvoir de marché
- > La **radio** avec **18%** de l'influence sur l'opinion et **20%** du pouvoir de marché du Gruppo Corriere del Ticino, la **TV** **17%**
- > Depuis 2023, **déclin de l'influence sur l'opinion** pour la radio (-1), aucun changement dans les autres types de médias
- > **L'influence sur l'opinion** suisse globale: l'en ligne (27%) devant la TV (25%), la radio (17%), les social media (16%) et le print (15%)

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Fig. 2: Influence régionale sur l'opinion du Gruppo Corriere del Ticino
Parts d'influence sur l'opinion cumulée du groupe dans les espaces médias

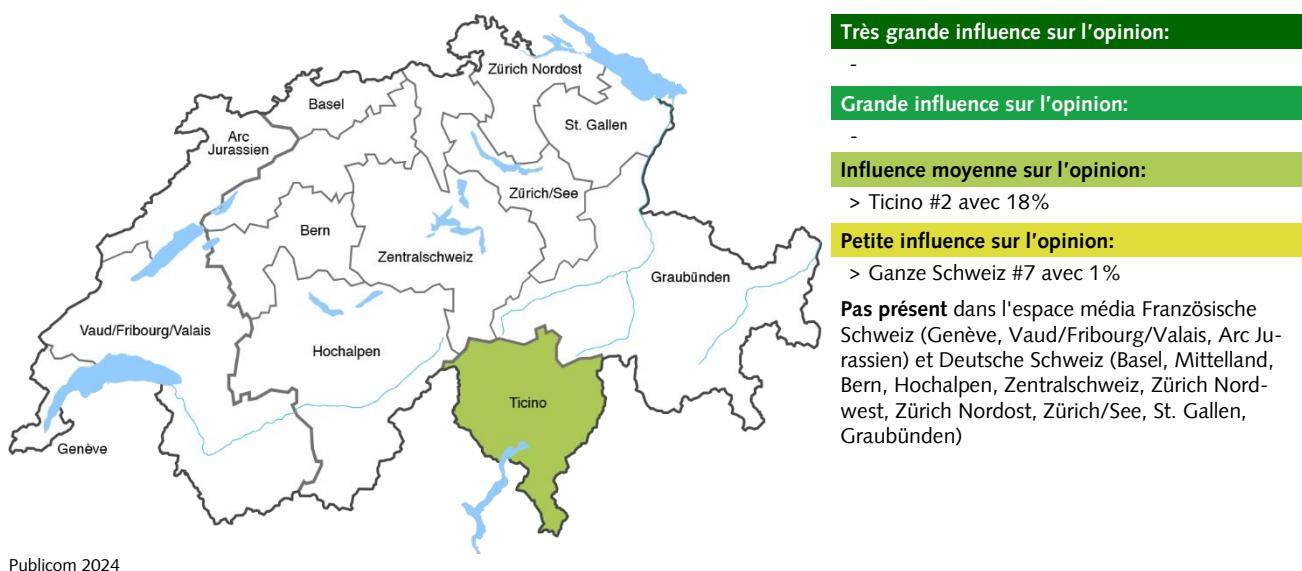
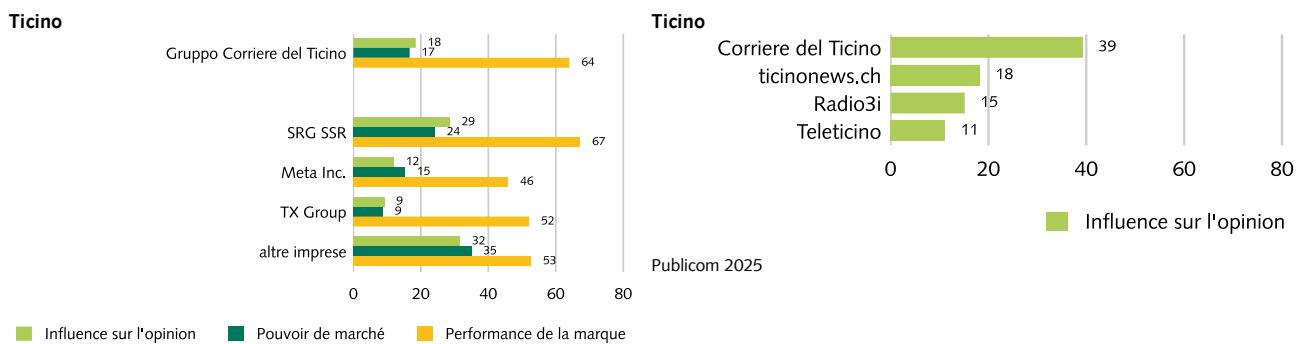


Fig. 3: Gruppo Corriere del Ticino: comparaison avec la concurrence / influence sur l'opinion des marques de médias

À gauche: parts des groupes du top 5 de l'influence sur l'opinion et du pouvoir de marché à Ticino; moyennes de la performance de la marque (indice entre 0 et 100)
A droite: influence sur l'opinion des marques médias Gruppo Corriere del Ticino (indice entre 0 et 100)



Publicom 2025

- > Le **Gruppo Corriere del Ticino** est le #2 au **Ticino** en termes d'**influence sur l'opinion** (18%) et de **pouvoir de marché** (17%), derrière SRG SSR (29% de l'influence sur l'opinion), mais devant Meta (12%) et TX Group (9%)
- > **Performance qualitative de marque** au Ticino: Gruppo Corriere del Ticino (64) derrière SRG SSR (67), mais nettement devant TX Group (52) et Meta (46)

- > **Corriere del Ticino** est la marque la plus forte en termes d'**influence sur l'opinion** du Gruppo Corriere del Ticino et #1 au Ticino
- > **Ticinonews.ch** est la deuxième plus forte marque du Gruppo Corriere del Ticino (18), avec moins de la moitié de l'influence sur l'opinion du Corriere, et se classe au 11^e rang au Ticino
- > Derrière: **Radio3i** (#3 du Gruppo Corriere del Ticino et #13 au Ticino) et **Teleticino** (#4 du Gruppo Corriere del Ticino et #16 au Ticino)

Changements importants

MONITORING MÉDIAS SUISSE

À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **182 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 de 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