

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 de la famille d'éditeurs 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 Saransländer Druck AG et la Vaduzer Medienhaus.

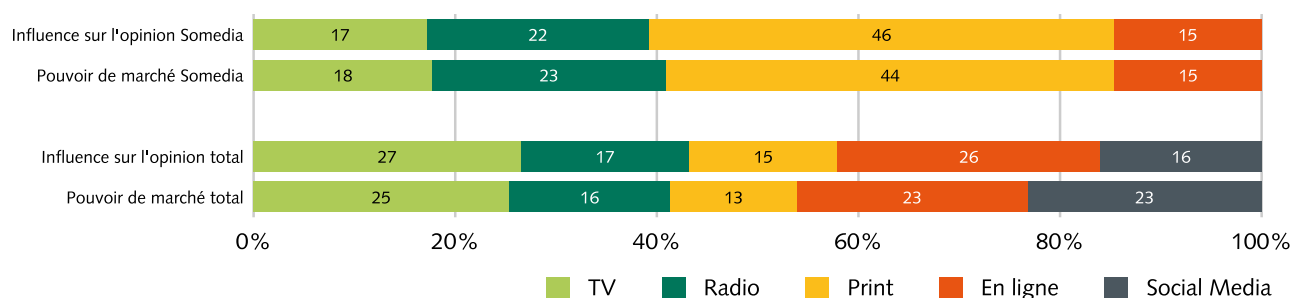
Informations de base

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 2026

- > Le média **print** est la **priorité** claire avec **46%** du potentiel d'influence sur l'opinion et 44% 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
- > La **TV** représente 17% de l'influence sur l'opinion et 18% du pouvoir de marché de Somedia et les médias **en ligne** respectivement 15%
- > Depuis 2024, **déclin de l'influence sur l'opinion** pour l'en ligne (-3) et la TV (-2), hausse pour le print (+3) et la radio (+1)
- > **L'influence sur l'opinion** suisse globale: la TV (27%) devant l'en ligne (26%), la radio (17%), 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 2026

Très grande influence sur l'opinion:

-

Grande influence sur l'opinion:

-

Influence moyenne sur l'opinion:

> Graubünden #2 avec 12%

Petite influence sur l'opinion:

> Zürich/See #7 avec 2%

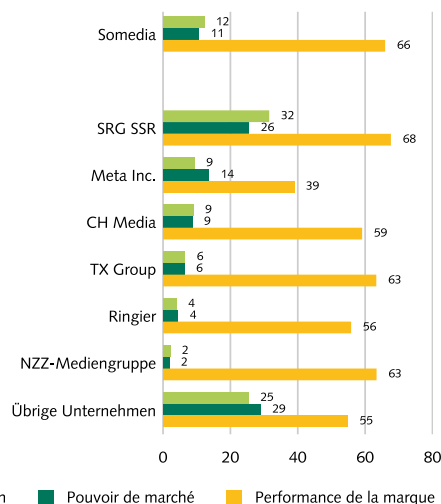
> Deutsche Schweiz #7 et Ganze Schweiz #7 respectivement avec 1%

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

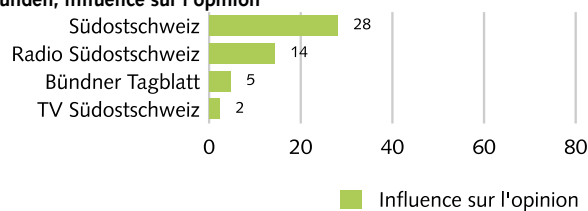


■ Influence sur l'opinion ■ Pouvoir de marché ■ Performance de la marque

Publicom 2026

- > Samedia est le **#2 à Graubünden** en termes d'**influence sur l'opinion** (12%) et de **#3 en pouvoir de marché** (11%), clairement derrière SRG SSR (32% de l'influence sur l'opinion), mais devant CH Media (9%), Meta (9%), TX Group (6%), Ringier (4%) et NZZ-Mediengruppe (2%)
- > Samedia (66) réalise une **performance qualitative de marque supérieure à la moyenne aux Graubünden**, juste derrière SRG SSR (68) et devant NZZ-Mediengruppe (63), TX Group (63), et devant CH Media (59), Ringier (56) et Meta (39).

Graubünden, influence sur l'opinion



Publicom 2026

- > Le quotidien **Südostschweiz** est la marque la plus forte en termes d'influence sur l'opinion de Samedia; il est le #2 à Graubünden, derrière SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** est la deuxième marque plus forte de Samedia, placée au #9 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 #35 à Graubünden)

Changements importants

- > La « Südostschweiz Gesamtausgabe » se renforce dès 2026 avec le « Rheintaler » ainsi que la « Rheintalische Volkszeitung » et les reprend de Galedia AG. (02.09.2025)
 - > Somedia reprend l'hebdomadaire glaronnais « Fridolin », en difficulté financière et existant depuis 1965. La rédaction et le profil éditorial du journal gratuit, tiré à plus de 32'000 exemplaires, restent inchangés. (25.07.2025)
- La concession attribuée en 2024 à Radio Alpin AG est réattribuée à Südostschweiz Radio AG à la suite d'un recours devant le Tribunal administratif fédéral. Elle conserve la concession pour la zone de desserte Südostschweiz-Glaris jusqu'en 2034. (30.01.2025)

À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **173 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 – Conseil et recherche pour les médias et la communication, 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