

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Factsheet

Période sous revue 2024

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 SargansländerDruck AG et la Vaduzer Medienhaus.

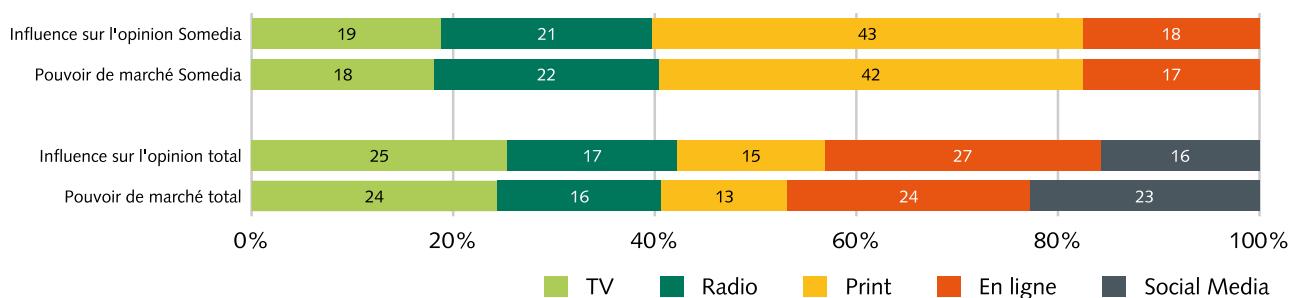
Informations de base

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 2025

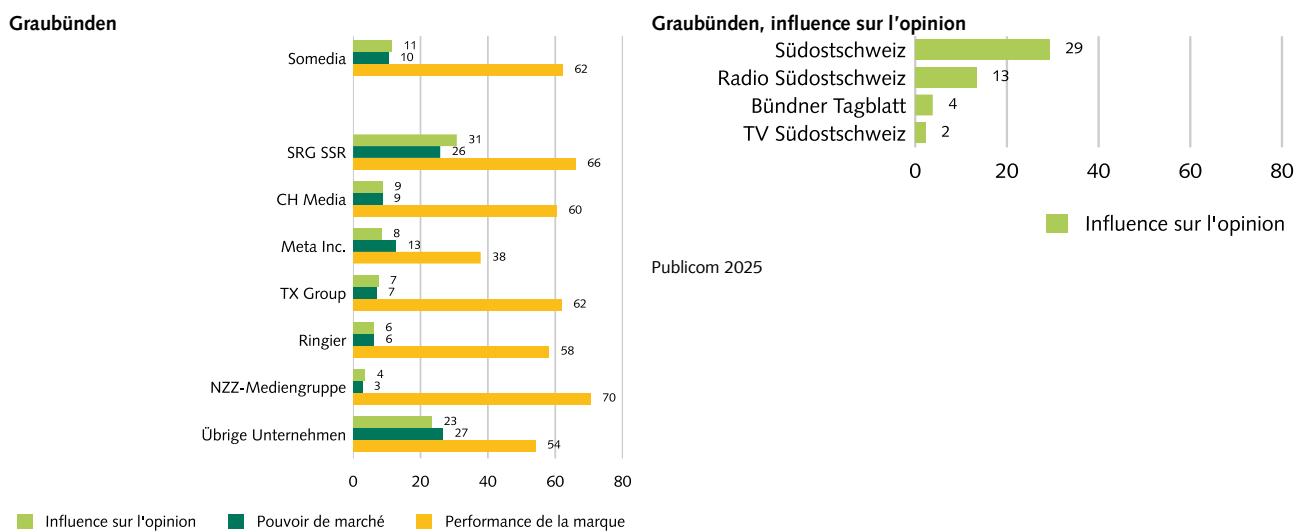
- > Le média **print** est la **priorité** claire avec **43%** du potentiel d'influence sur l'opinion et **42%** du pouvoir de marché total de Somedia
- > La **radio** est le deuxième pilier du groupe avec **21%** de l'influence sur l'opinion et **22%** du pouvoir de marché du groupe
- > La **TV** représente **19%** de l'influence sur l'opinion et **18%** du pouvoir de marché de Somedia et les médias **en ligne** **18%** resp. **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 de Somedia
Parts d'influence sur l'opinion cumulée du groupe dans les espaces médias



Fig. 3: Somedia: 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 Somedia à Graubünden (valeurs indexées de 0 à 100)



- > Somedia est le #2 à Graubünden en termes d'**influence sur l'opinion** (11%) et de **pouvoir de marché** (10%), clairement derrière SRG SSR (31% de l'influence sur l'opinion), mais devant CH Media (9%), Meta (8%), TX Group (7%), Ringier (6%) et NZZ-Mediengruppe (4%)
- > Somedia (62) réalise une **performance qualitative de marque supérieure à la moyenne aux Graubünden**, mais reste nettement derrière NZZ-Mediengruppe (70) et SRG SSR (66), à égalité avec TX Group (62), et devant CH Media (60), Ringier (58) et Meta (38).

- > Le quotidien **Südostschweiz** est la marque la plus forte en termes d'influence sur l'opinion de Somedia; il est le #2 à Graubünden, derrière SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** est la deuxième marque plus forte de Somedia, placée au #12 dans l'espace médias Graubünden
- > Plus en arrière, se placent le **Bündner Tagblatt** (#3 de Somedia et #33 à Graubünden) et la **TV Südostschweiz** (#4 de Somedia et #39 à Graubünden)

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Changements importants

- > Lors de la réattribution des concessions radio pour les années 2025 à 2034, la station "Radio Südostschweiz" a initialement perdu sa concession au profit de "Radio Alpin". (11.01.2024) Somedia a déposé un recours contre cette décision ; la procédure est encore en cours à la fin de 2024.

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 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