

COMUNICATO STAMPA

ca. 3 600 CARATTERI

MACH Total Audience – The Magic of Print and Online

Zurigo, 4 aprile 2023 – Lo studio MACH Total Audience 2023-1 dimostra quale ruolo giocano la stampa e il digitale per i newsbrand svizzeri. È stato pubblicato nuovamente oggi, dopo una pausa di due anni, in concomitanza con lo studio nazionale sui lettori e sulle lettrici MACH Basic – per la prima volta in collaborazione con Mediapulse. Lo studio intermedia abbina le penetrazioni stampa e online dei media brand.

Lo studio intermediale di REMP, società di ricerche sui media pubblicitari, abbina, per i media brand, i lettori e le lettrici dell'edizione stampata con l'utenza delle relative offerte online. Fornisce informazioni sul gruppo di persone che un media brand raggiunge in modo crossmediale. I dati attuali dimostrano che le offerte stampate e digitali dei media svizzeri coinvolti sono perfettamente complementari. La maggior parte degli/delle utenti dei media esaminati preferisce o l'offerta stampata o quella digitale. Pertanto, le sovrapposizioni o i doppi usi all'interno di un media brand si collocano a un livello relativamente basso. In questo modo, le penetrazioni combinate dei brand sono nettamente superiori a quelle dei singoli canali mediatici.

Se si definiscono i lettori e le lettrici del quotidiano stampato come punto di partenza per i newsbrand coinvolti nella pubblicazione attuale e si aggiungono gli/le utenti delle relative offerte online, la penetrazione giornaliera del media brand aumenta in media del 66%. Se agli/alle utenti di un'offerta online si aggiungono i lettori e le lettrici del prodotto stampato corrispondente, si ottiene in media un aumento dell'88% della penetrazione del media brand (v. figura 1). Esistono, comunque, anche evidenti differenze tra i singoli media brand: per i grandi brand sovraregionali, il digitale contribuisce ad almeno la metà della penetrazione netta del brand. Per contro, molti dei newsbrand esaminati con contenuti regionali di solito raggiungono la maggior parte dell'utenza del brand con la stampa. Sebastian Gull, Project Manager di MACH Total Audience and MACH Developments, si compiace della ripresa dello studio intermedia: «Con MACH Total Audience, REMP fornisce nuovamente al mercato uno studio di convergenza sull'utenza crossmediale dei media brand. Così facendo, crea trasparenza e la base per la pianificazione strategica dei media brand.»

Collaborazione con Mediapulse SA

MACH Total Audience è pubblicato da REMP ed è stato realizzato per la prima volta con la collaborazione di Mediapulse. L'edizione 2023-1 si basa sui risultati combinati provenienti da due fonti: da un lato, lo studio nazionale sui lettori e sulle lettrici MACH Basic 2023-1 di REMP; dall'altro, un set di dati del semestre di ricerca online appositamente creato da Mediapulse Online Content Audience Data (2°

semestre 2022). Il Dott. Mirko Marr, Head of Research & Development presso Mediapulse, è soddisfatto della buona collaborazione e della prima pubblicazione dello studio congiunto: «Con il lancio di Mediapulse Online Data, siamo lieti di poter fornire al mercato online svizzero una nuova ricerca sui valori di riferimento e, allo stesso tempo, di consentire la continuazione dello studio MACH Total Audience di cui REMP è responsabile.»

Utilità per il mercato mediatico e pubblicitario

Grazie a MACH Total Audience, il mercato mediatico dispone di informazioni rilevanti per il posizionamento strategico e la commercializzazione delle offerte mediatiche, nonché per il monitoraggio della concorrenza. Lo studio fornisce, inoltre, al mercato pubblicitario le penetrazioni stampa e online combinate a livello di valori di riferimento.

REMP Recherches et études des médias publicitaires (società di ricerche sui media pubblicitari)

In quanto organizzazione di ricerca di settore neutrale e indipendente, REMP, società di ricerche sui media pubblicitari, garantisce trasparenza nel mercato mediatico e pubblicitario. Fornisce agli operatori e alle operatrici del mercato dati rilevanti per prendere decisioni più intelligenti. Per i generi mediatici stampa e cinema, gli studi di REMP costituiscono i valori di riferimento. REMP pubblica gli studi intermedia MACH Total Audience e MACH Strategy, tenendo così conto dello sviluppo del mercato verso tutti i media. Con MACH Consumer, pubblica il più grande studio annuale sui media di consumo in Svizzera. REMP, inoltre, effettua la certificazione della diffusione dei mezzi di stampa svizzeri, certifica il DOOH e redige diverse statistiche rilevanti per il marketing. Con MedienDB, mette a disposizione del mercato una piattaforma per una pianificazione pubblicitaria efficiente. In aggiunta, REMP offre software per l'analisi dei dati e per l'elaborazione e la gestione di campagne pubblicitarie ed è attiva nella fornitura di servizi per progetti di sviluppo software e nell'hosting di set di dati di terzi. Per saperne di più: www.remp.ch

A proposito di Mediapulse

Quale organizzazione indipendente di settore, Mediapulse è responsabile della raccolta dei dati sull'ascolto di programmi radiofonici e televisivi nonché sull'utilizzo di offerte online in Svizzera. Questi dati sono considerati valori di riferimento ufficiali e vengono utilizzati dalle emittenti e dai creatori di programmi, dal settore pubblicitario, dalle autorità e dalla ricerca. In qualità di azienda orientata alla pratica, Mediapulse mira a far progredire il mercato elettronico mediatico e pubblicitario svizzero con servizi di ricerca e prodotti basati sui dati. Grazie ai sistemi moderni e alle costanti innovazioni, è possibile monitorare anche la modifica delle modalità di ascolto dei mezzi audiovisivi. Mediapulse si distingue per la neutralità, l'indipendenza, la trasparenza e la scientificità nella ricerca sui media ed è soggetta alla vigilanza del DATEC (UFCOM). Il consiglio di amministrazione di Mediapulse SA e il consiglio di fondazione della Fondazione Mediapulse rappresentano una buona fetta del mercato. Maggiori dettagli sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch.

Contatto

REMP, Bachmattstrasse 53, 8048 Zurigo

Tel.: +41 43 311 76 76, e-mail: wemf@wemf.ch

- Sebastian Gull, Project Manager
Tel.: +41 43 311 76 45, e-mail: sebastian.gull@wemf.ch
- Sandra Heidelberg, Director of Corporate Communications
Tel.: +41 43 311 76 56, e-mail: sandra.heidelberg@wemf.ch

Appendice

Figura 1: penetrazioni dei brand superiori grazie all'abbinamento di offerte stampa e online (valori medi dei newsbrand aggiornati quotidianamente pubblicati nel MACH Total Audience 2023-1)

