

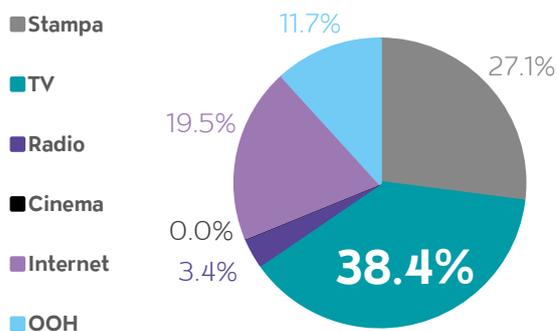
Cari partner commerciali.

dopo i freschi mesi di aprile e maggio, siamo tutti contenti del bel tempo e delle misure di allentamento. Attendiamo con entusiasmo e attendiamo con impazienza l'aumento delle attività di svago e di viaggio - e siamo convinti che la TV sia e rimarrà il mezzo del momento. Grazie mille per la vostra fiducia in noi e nei nostri canali. Cordiali saluti  
Frank Zelger  
CEO Admeira



## La TV crea valore aggiunto

### Media mix mercato CH gennaio - maggio 2021



Fonte: Mediafocus

### La TV vince

Il mercato pubblicitario si affida sempre più alla TV tra gennaio e maggio di quest'anno. Con una quota del 38,4% nel media mix, **la TV è il mezzo principale in Svizzera**. La TV ha aumentato il proprio **media mix** di un buon **+23,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. (01-05 / 2020: 31,2%). Ma non solo in proporzione: anche in CHF la TV è cresciuta in modo significativo nel complesso. Nei primi cinque mesi la TV ha registrato una crescita lorda del 20,9%. Un chiaro impegno per l'efficacia della pubblicità TV.

## Alta penetrazione...

Sebbene le misure di allentamento abbiano un impatto sul consumo dei media, l'utilizzo della **TV rimane a un livello costantemente elevato**.

Anche le canali Admeira convincono per le loro ottime prestazioni. La quota di mercato e la portata netta dei primi programmi SSR sono ancora ben al di sopra dell'«anno pre-Corona» 2019.

Anche i canali privati del gruppo TF1 e della TRC offrono una copertura e contesti interessanti. Vorremmo anche sottolineare l'ottimo sviluppo di Swiss1. Nel periodo gennaio-maggio di quest'anno è stata superata in prime time la soglia di oltre l'1% di quota di mercato.

Con più offerte sportive in diretta, tornano a vincere anche i secondi canali della SSR. E l'attuale Campionato europeo di calcio 2020 promette molta attenzione in TV.

**L'elevata penetrazione rimane** e con essa l'efficienza delle vostre campagne TV. Perché Admeira rimane un partner affidabile quando si tratta di prezzi. Contesti di alta qualità, reach massimo, miglior rapporto qualità-prezzo possibile. **Corretto e affidabile.**

Fonte: dati Mediapulse TV (MediaWizard), DS, SR, SI, valori pianificati esclusi gli ospiti, valori effettivi inclusi gli ospiti, gennaio-maggio, blocchi pubblicitari classici inclusi sport in diretta, deviazioni % basate su CPP (30s). (calcolo di Admeira)

## ...Il tuo valore aggiunto monetario

### GEN - MAGGIO 2021, target 15-59 anni, 19-23

canale	CPPØ pianif.	CPPØ eff.	differenza
SRF 1	2'874	2'575	-10%
SRF zwei	2'892	3'308	14%
SRF info	2'608	2'446	-6%
TRC	2'599	2'225	-14%
SWISS 1	2'816	2'237	-21%
RTS 1	1'129	1'112	-2%
RTS 2	1'008	1'009	0%
TF1	1'191	1'250	5%
TMC	858	567	-34%
TFX	918	838	-9%
RSI LA 1	169	169	0%
RSI LA 2	131	163	24%

**Consiglio sportivo: Giochi Olimpici 2021 a Tokyo: assicurati subito i tuoi blocchi pubblicitari!**

