

Giornalmente 224 minuti di consumo radiotelevisivo

Berna, 12 gennaio 2021 – Nel secondo semestre 2020, la popolazione di 15 anni o più residente in Svizzera ha trascorso mediamente 224 minuti al giorno usufruendo di offerte radiofoniche e televisive., con un incremento di 11 minuti rispetto al 2° semestre 2019. Mentre la radio ha acquisito ulteriori ascoltatrici e ascoltatori tra le 9 e le 19, rispetto all'anno precedente la richiesta di contenuti televisivi è aumentata soprattutto nelle ore serali. Ad attestarlo sono i dati di ascolto rilevati per conto della Fondazione Mediapulse per il secondo semestre 2020.

Gli attuali dati semestrali sulla fruizione di programmi radiofonici e televisivi in Svizzera confermano un trend che si era già delineato nel report relativo al primo semestre del 2020: viste le condizioni straordinarie dovute alla pandemia e le relative contromisure, la radio e la televisione resistono tenacemente alla crisi e sono in grado di incrementare ulteriormente la propria rilevanza, comunque già elevata, nella quotidianità della popolazione – sia con i loro canali informativi sia con le loro offerte di intrattenimento.

Tra luglio e dicembre 2020, le offerte lineari di programmi delle emittenti radiofoniche raggiungono giornalmente il 79% delle persone dai 15 anni in su. Con una penetrazione giornaliera del 75% la Svizzera francese si colloca sotto la media nazionale, mentre la Svizzera tedesca (79%) e la Svizzera italiana (83%) al di sopra. Coloro che ascoltano la radio ne usufruiscono mediamente per 116 minuti al giorno. Con una permanenza di 123 minuti al giorno, gli abitanti della Svizzera tedesca si dimostrano gli utenti più assidui della radio a livello nazionale.

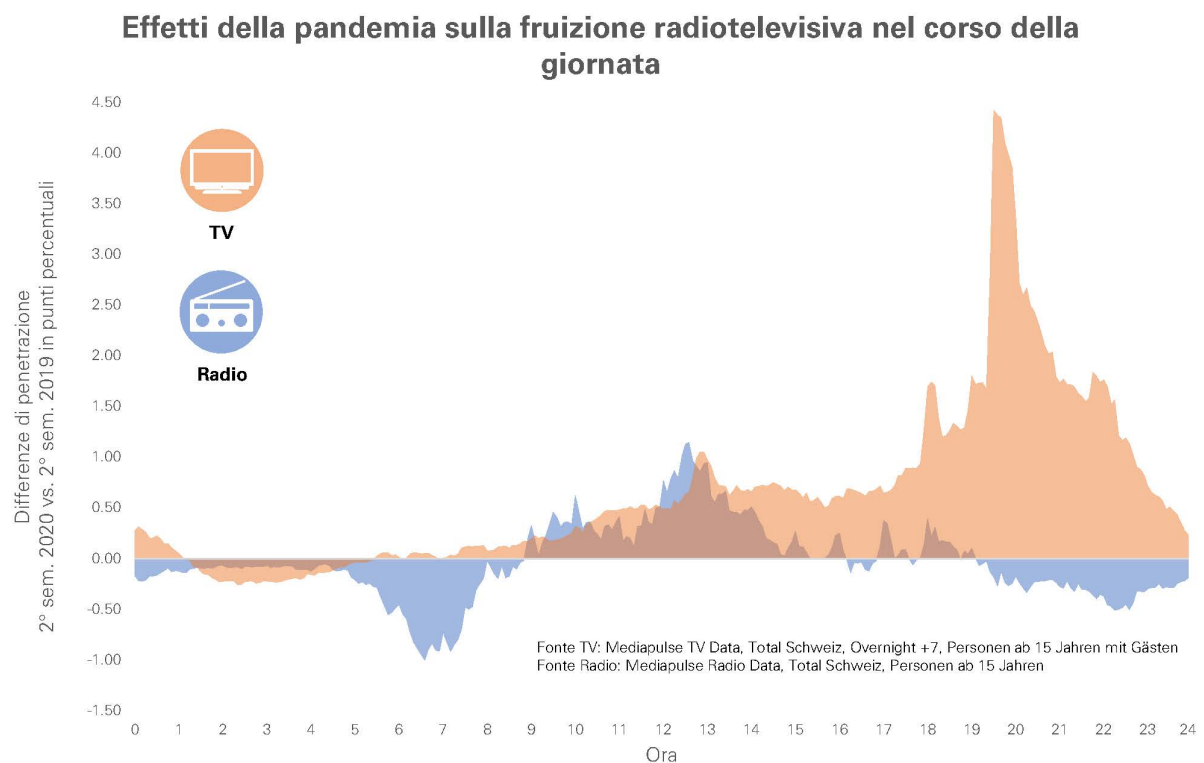
Con le loro offerte fruite in diretta o in differita, le emittenti televisive raggiungono quotidianamente il 64% della popolazione dai 15 anni in su. La durata di consumo per spettatore ammonta a 208 minuti al giorno. Tradizionalmente la richiesta di offerte televisive nella Svizzera tedesca è leggermente inferiore rispetto alla Svizzera latina, come confermano anche i dati attuali. Mentre nella Svizzera tedesca ogni giorno il 63% della popolazione residente consuma programmi televisivi per 196 minuti, nella Svizzera italiana lo fanno 7 persone su 10 per una media di 242 minuti. Nella Svizzera francese la televisione registra una penetrazione del 64% e una permanenza media di 232 minuti.

Rispetto al secondo semestre del 2019, per la radio e la TV si delineano tendenze opposte riguardo le penetrazioni giornaliere: mentre a livello nazionale la televisione guadagna un punto percentuale, la penetrazione della radio scende dall'81% al 79%. Per quanto riguarda la permanenza, invece, entrambi i media registrano un incremento: la televisione da 196 a 208 minuti e la radio da 112 a 116 minuti.

Al di là di questi parametri generali, le variazioni rispetto all'anno precedente e con esse gli eventuali effetti della pandemia sulla fruizione radiotelevisiva possono essere rilevati considerando le differenze di penetrazione nel corso della giornata. Le due curve riportate nel grafico seguente rappresentano per entrambi i media la differenza della penetrazione media del secondo semestre 2020 rispetto al secondo

semestre dell'anno precedente sulla base di intervalli di 5 minuti. Le oscillazioni e gli andamenti delle curve suggeriscono le seguenti interpretazioni:

- Eccezione fatta per il prime time televisivo, le variazioni di penetrazione si muovono in uno spazio ristretto e indicano schemi di fruizione sostanzialmente stabili delle offerte radiotelevisive, che si rivelano decisamente solidi anche nella situazione eccezionale attuale.
- Nel semestre appena concluso, la televisione raggiunge più spettatori rispetto all'anno precedente in tutti gli orari tranne quelli notturni. L'aumento della penetrazione si accentua soprattutto nel prime time (con una differenza fino a quattro punti percentuali) e nei classici slot delle notizie, il che può essere considerato un segnale della maggiore necessità di informazione in tempi incerti come questi.
- Tale necessità di informazione è anche uno dei fattori che hanno comportato una modifica della fruizione radiofonica nel secondo semestre 2020, il che si manifesta nei picchi raggiunti dai notiziari offerti allo scoccare dell'ora.
- Per effetto della pandemia, la fruizione radiofonica tra le 9 e le 19 e soprattutto all'ora di pranzo supera i livelli dell'anno precedente, mentre il consumo radiofonico serale e al primo mattino resta al di sotto dei valori corrispondenti. La riduzione del pendolarismo al mattino e l'aumento della fruizione televisiva alla sera costituiscono logiche spiegazioni del calo della penetrazione negli orari non di punta.



Per ragioni di metodo e di economia della ricerca, i sistemi di rilevazione della Mediapulse SA non registrano tutti i dettagli relativi alla fruizione dei programmi radiofonici e televisivi: i dati presentati, pertanto, tendono a sottostimare il consumo dei contenuti radiofonici e televisivi. Ad esempio non viene registrata la visione televisiva nei luoghi pubblici (public viewing) e tramite dispositivi mobili. Per quanto riguarda il consumo radiofonico, non vengono considerati l'ascolto in differita di programmi radio e l'ascolto in cuffia.

Mediapulse SA

Mediapulse fornisce tutti i parametri ufficiali in merito alla fruizione radiotelevisiva sul mercato svizzero. Questo incarico di ricerca è assegnato dalla Confederazione Svizzera. Nella Legge federale sulla radiotelevisione (artt. 78-81) la Confederazione stabilisce che la Fondazione Mediapulse debba rilevare dati scientifici indipendenti sulla fruizione radiotelevisiva e metterli a disposizione delle emittenti, degli enti di ricerca e del settore pubblicitario a condizioni di mercato. Di per sé la Fondazione Mediapulse non è attiva a livello operativo, bensì delega lo svolgimento di questi compiti di ricerca e commercializzazione alla società affiliata Mediapulse SA.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager
richard.blatter@mediapulse.ch
+41 58 356 47 60



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich