

Penetrazione giornaliera al 77% per la radio e al 61% per la TV

Berna, 12 gennaio 2022 – Nel corso del secondo semestre 2021 la radio lineare ha raggiunto in una giornata tipo il 77% della popolazione residente in Svizzera dai 15 anni in su. Le offerte dei provider TV sono state seguite quotidianamente dal 61% delle persone di 15 anni o più in diretta o in differita. Ad attestarli sono i dati di ascolto rilevati per conto della Fondazione Mediapulse per il secondo semestre 2021. Per il mezzo radiofonico, inoltre, è stato quantificato l’impatto dell’utilizzo delle cuffie.

Ascolto TV

I primi mesi della pandemia di coronavirus hanno prodotto un sensibile aumento della richiesta di offerte di informazione e intrattenimento delle emittenti TV, facendo raggiungere nel complesso penetrazioni giornaliere del 68% nel primo semestre e del 64% nel secondo semestre 2020. Nella seconda metà del 2021 il valore è sceso al 61%, riattestandosi al livello pre-pandemia. Questa tendenza si rileva anche per la durata di visione, vale a dire il tempo di ascolto giornaliero di ciascun utente. Si è infatti passati da 123 minuti nel secondo semestre 2019 a 133 minuti nel secondo semestre 2020 per poi scendere a 121 minuti nel semestre appena terminato.

Non hanno invece subito variazioni le consuete differenze fra le tre regioni linguistiche. Anche nel secondo semestre 2021, con una penetrazione del 68% e una durata di visione di 148 minuti, le offerte delle emittenti TV nella Svizzera italiana risultano molto più richieste che nella Svizzera francese (60%, 133 minuti) o nella Svizzera tedesca (61%, 116 minuti).

La ricerca televisiva svolta da Mediapulse fornisce informazioni sull’ascolto televisivo lineare e in differita su televisori tradizionali. Una soluzione per la misurazione dell’ascolto di offerte televisive tramite dispositivi alternativi è già stata implementata, ma non rileva ancora in modo completo questa tipologia di strumenti. Per tale ragione i relativi dati di ascolto non sono inclusi nella statistica del secondo semestre 2021.

Ascolto radiofonico

Rispetto al secondo semestre 2020 anche il mezzo radiofonico registra un calo della penetrazione, che passa dal 79% all’attuale 77%. La radio, tuttavia, continua a raggiungere un pubblico decisamente più numeroso della televisione. Questa tendenza è simile in tutte e tre le regioni linguistiche, il che conferma il tradizionale divario di penetrazione tra la Svizzera italiana (81%), la Svizzera tedesca (77%) e la Svizzera francese (74%). Se si considera invece la durata dell’ascolto radiofonico, la Svizzera tedesca si colloca al primo posto tra le regioni linguistiche, con un ascolto giornaliero di 89 minuti a persona, seguita dalla Svizzera italiana con 86 minuti e dalla Svizzera francese con 69 minuti.

Prima pubblicazione dei risultati del sondaggio sull'uso delle cuffie

La ricerca radiofonica di Mediapulse rileva l'ascolto lineare dei programmi radiofonici mediante tutti i vettori di diffusione analogici e digitali. Per motivi di natura tecnica, tuttavia, non viene considerato l'ascolto radiofonico che avviene tramite cuffie. Basandosi su un sondaggio integrativo, Mediapulse è ora in grado di quantificare questa lacuna di misurazione. Da questo studio si evince che, tenendo conto dell'ascolto tramite cuffie, la penetrazione radiofonica sale di 3 punti percentuali nella Svizzera francese e di 2 punti percentuali nelle altre due regioni linguistiche. Al contempo, la durata di ascolto giornaliera aumenterebbe di circa 10 minuti a livello nazionale. Va osservato che questa stima vale soltanto per il totale dell'ascolto radiofonico lineare e che non si può operare una ripartizione tra le singole emittenti radio.

Confronto tra l'ascolto radiofonico* considerando e non considerando l'utilizzo delle cuffie

	Ricerca sulla valuta (misurazione con Media Watch)		Studio ad hoc** (sondaggio nel panel radiofonico)	
	Radio senza utilizzo di cuffie		Radio con utilizzo di cuffie	
	Penetrazione netta (PN-%)	Durata di ascolto Umin*** in minuti	Penetrazione netta (PN-%)	Durata di ascolto Umin*** in minuti
Svizzera tedesca	77	89	79	98
Svizzera francese	74	69	77	80
Svizzera italiana	81	86	83	96

*Tutti i dati sono riferiti a persone da 15 anni in su.

** Per informazioni sul metodo dello studio ad hoc consultare il sito www.mediapulse.ch.

*** Utenza in minuti

Informazioni su Mediapulse SA

Quale organizzazione indipendente di settore, Mediapulse è responsabile della raccolta dei dati sull'ascolto di programmi radiofonici e televisivi, nonché 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 informazioni sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing & Communications
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berna

Badenerstrasse 15
8004 Zurigo