



Mediapulse Streaming Data

Rapporto trimestrale 4° trim. 2022

Berna, 01.02.2023

mediapulse

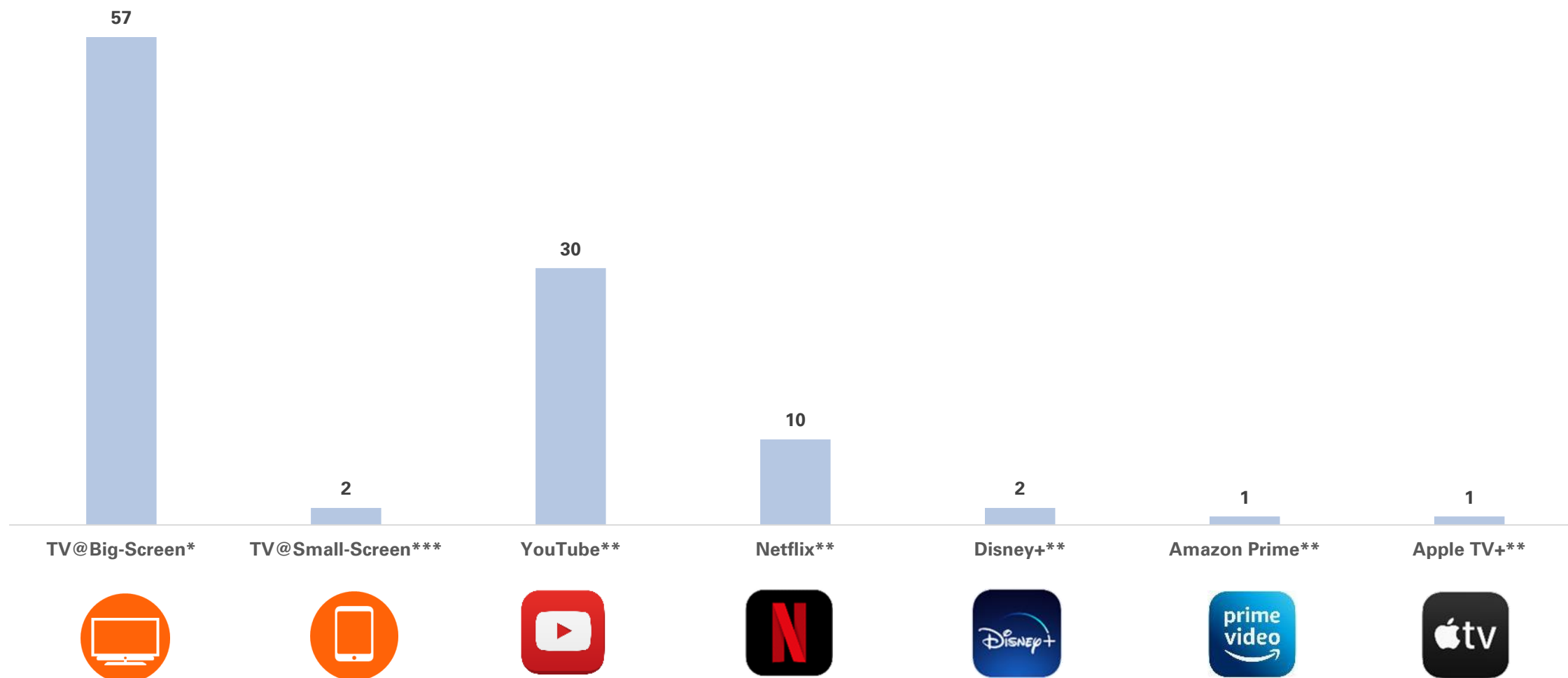
Risultati Mediapulse Streaming Data – Quarto trimestre 2022

- Penetrazione giornaliera percentuale, 4° trim. 22
- Penetrazione giornaliera percentuale per trimestre
- Penetrazione giornaliera percentuale per regione linguistica, 4° trim. 22
- Penetrazione giornaliera percentuale per età/sexo, 4° trim. 22
- Penetrazione giornaliera percentuale per dispositivi, 4° trim. 22
- Penetrazione giornaliera percentuale nel corso del trimestre, 4° trim. 22
- Permanenza e durata di visione giornaliera in minuti, 4° trim. 22



Penetrazione giornaliera percentuale, 4° trim. 22

Intera Svizzera



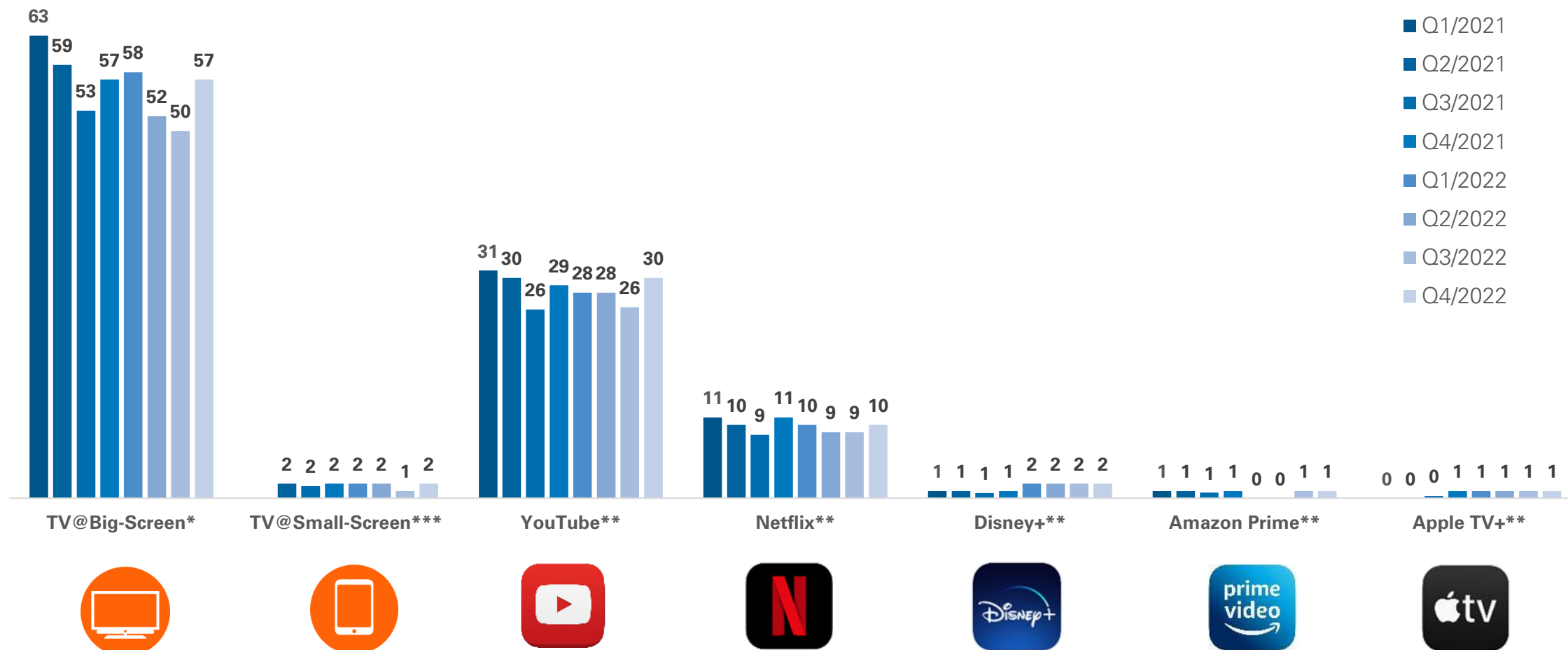
*MEDIAPULSE TV DATA, 1.10.22 – 31.12.22, PERSONE 3+ (CON OSPITI), PN-%, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME TV, LIVE + RECORDED VIEW, ASCOLTO DOMESTICO, TELEVISORE

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10.22 – 31.12.22, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME DI STREAMING, ASCOLTO DOMESTICO, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10.22 – 31.12.22, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME WEBTV, ASCOLTO DOMESTICO, SMALL SCREENS

Penetrazione giornaliera percentuale per trimestre

Intera Svizzera



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 31.12.22, PERSONE 3+ (CON OSPITI), PN-%, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME TV, LIVE + RECORDED VIEW, ASCOLTO DOMESTICO, TELEVISORE

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.21 – 31.12.22, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME DI STREAMING, ASCOLTO DOMESTICO, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.5.21 – 31.12.22, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME WEBTV, ASCOLTO DOMESTICO, SMALL SCREENS

Penetrazione giornaliera percentuale per regione linguistica, 4° trim. 22

Intera Svizzera e regioni linguistiche

	TV@Big Screen*	TV@Small Screen***	YouTube**	Netflix**
Svizzera tedesca	57	2	30	10
Svizzera francese	56	2	30	11
Svizzera italiana	65	4	30	11
Intera Svizzera	57	2	30	10



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+ (CON OSPITI), PN-%, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME TV, LIVE + RECORDED VIEW, ASCOLTO DOMESTICO, TELEVISORE

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.22, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME DI STREAMING, ASCOLTO DOMESTICO, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.22, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME WEBTV, ASCOLTO DOMESTICO, SMALL SCREENS

Penetrazione giornaliera percentuale per età/sexo, 4° trim. 22

Intera Svizzera

		TV@Big Screen*	YouTube**	Netflix**
Fasce di età	3-14 anni	39	24	11
	15-29 anni	23	31	15
	30-39 anni	49	33	14
	40-49 anni	59	36	13
	50-59 anni	72	32	9
	Dai 60 anni	82	25	3
Sexo	Donne	57	28	11
	Uomini	57	31	9



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+ (CON OSPITI), PN %, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME TV, LIVE + RECORDED VIEW, ASCOLTO DOMESTICO, TELEVISORE

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.22, PERSONE 3+, PN %, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME DI STREAMING, ASCOLTO DOMESTICO, ALL SCREENS

Penetrazione giornaliera percentuale per dispositivi, 4° trim. 22

Intera Svizzera

		YouTube*	Netflix*	TV
Apparecchio	Televisore	3	7	57 **
	Smartphone	20	2	1 ***
	PC / Tablet	11	2	1 ***



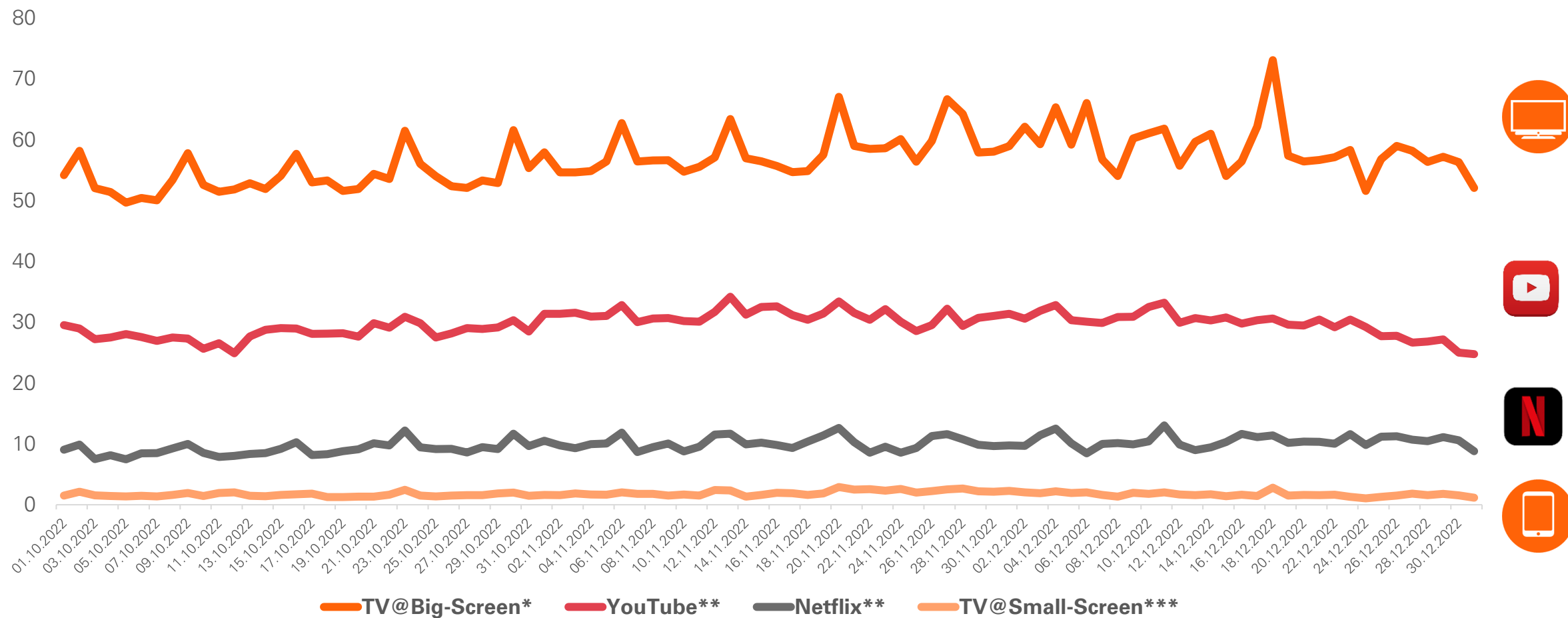
*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+, PN%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME DI STREAMING, ASCOLTO DOMESTICO, ALL SCREENS

**MEDIAPULSE TV DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+ (CON OSPITI), PN%, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME TV, LIVE + RECORDED VIEW, ASCOLTO DOMESTICO, TELEVISORE

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME WEBTV, ASCOLTO DOMESTICO, SMALL SCREENS

Penetrazione giornaliera percentuale nel corso del trimestre, 4° trim. 22

Intera Svizzera



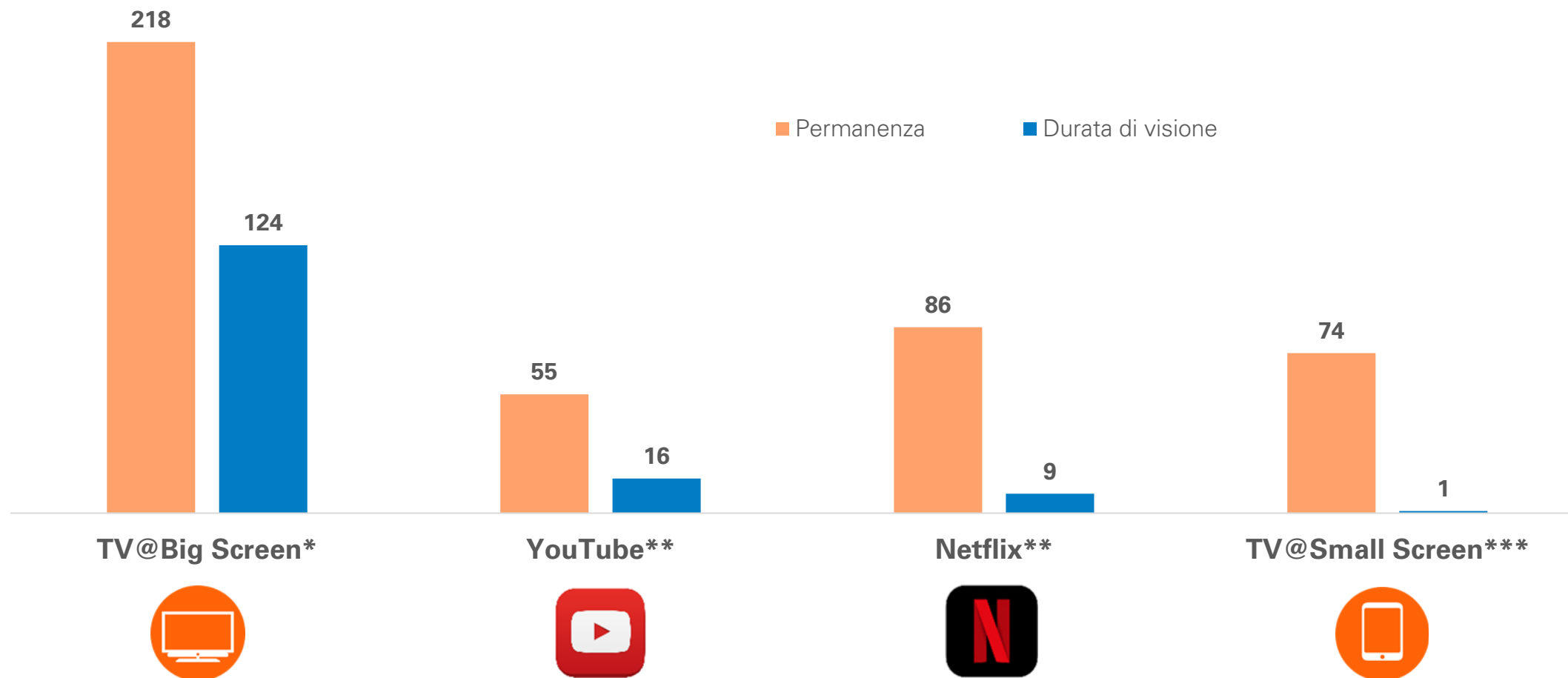
*MEDIAPULSE TV DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+ (CON OSPITI), PN-%, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME TV, LIVE + RECORDED VIEW, ASCOLTO DOMESTICO, TELEVISORE

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME DI STREAMING, ASCOLTO DOMESTICO, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+, PN-%, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME WEBTV, ASCOLTO DOMESTICO, SMALL SCREENS

Permanenza e durata di visione giornaliera in minuti, 4° trim. 22

Intera Svizzera



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+ (CON OSPITI), P, DV, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME TV, LIVE + RECORDED VIEW, ASCOLTO DOMESTICO, TELEVISORE

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.22, PERSONE 3+, P, DV, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME DI STREAMING, ASCOLTO DOMESTICO, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10 – 31.12.2022, PERSONE 3+, P, DV, 24 H, LUN.-DOM., PIATTAFORME WEBTV, ASCOLTO DOMESTICO, SMALL SCREENS

Scheda informativa Mediapulse Streaming Data

- Introduzione e metodologia
- Panoramica delle categorie di offerte individuate
- Panoramica dei parametri individuati



Mediapulse Streaming Data

Introduzione

■ Contesto

- Parte dello sviluppo generale della ricerca TV affidata a Mediapulse e svolta da Kantar Svizzera

■ Oggetto

- Fruizione domestica di offerte non televisive di immagini in movimento
- Analisi all'interno dell'universo TV (rappresentativo delle persone dai 3 anni in su in economie domestiche private con almeno un televisore)

■ Obiettivi

- Quantificazione della diffusione e fruizione delle principali piattaforme video e di streaming
- Confronto con i rispettivi parametri di ascolto televisivo (in base a tre caratteristiche del gruppo target: età, sesso e dispositivi)

Mediapulse Streaming Data

Metodologia

- È concepita in un'ottica di comparabilità diretta rispetto alle condizioni quadro attuali della ricerca televisiva Mediapulse.
- In primo luogo, i dati si riferiscono all'universo TV, vale a dire sono rappresentativi delle persone dai 3 anni in su in economie domestiche private con almeno un televisore operativo. Questo criterio si applica a oltre il 90% di tutte le economie domestiche svizzere.
- In secondo luogo, la presente ricerca TV descrive l'ascolto televisivo nell'economia domestica. Questo «at-home focus» è stato adottato a seguire anche per i dati di ascolto rilevati per le offerte non televisive: questo significa che la loro fruizione fuori casa non viene considerata.
- In terzo luogo, la ricerca attuale registra l'ascolto televisivo esclusivamente su televisori tradizionali. Questa limitazione viene mantenuta anche nei dati seguenti sull'ascolto televisivo. I dati sulle offerte non televisive comprendono invece la loro fruizione su tutti i tipi di schermi, vale a dire sia tramite televisore che mediante PC, laptop, tablet o smartphone.

Panoramica delle categorie di offerte individuate

Offerte televisive e non televisive / Big Screen e Small Screen

Categorie	Descrizione	Apparecchi	Livello di misurazione	Periodo di misurazione
TV@Big Screen	Ascolto lineare e in differita di emittenti TV su televisori via IPTV, cavo, satellite, OTT, DTT	Televisori	Offerta	1° gennaio 21 – 31 dicembre 22
TV@Small Screen	Ascolto lineare e in differita di emittenti TV tramite blue TV Air, Sunrise, Quickline, Teleboy, Wilmaa e Zattoo su PC (desktop, laptop), tablet e smartphone	Small Screen Devices / Dispositivi mobili	Piattaforma	1° maggio 21 – 31 dicembre 22
YouTube				
Netflix				
Disney+	Fruizione delle piattaforme su televisore, PC (desktop, laptop), tablet e smartphone	Tutti gli schermi	Piattaforma	1° gennaio 21 – 31 dicembre 22
Amazone Prime				
Apple TV+				

Panoramica dei parametri osservati

Informazioni sugli utenti e sulla fruizione

Parametro	Descrizione	Dato in ...
Penetrazione giornaliera / netta	Quota di persone all'interno di un gruppo target che giornalmente ha fruito almeno una volta di un'offerta	Percentuale
Permanenza	Durata di ascolto giornaliera media di tutti gli utenti di un'offerta nel giorno considerato	Minuti
Durata di visione	Durata di ascolto giornaliera media di tutte le persone nella popolazione statistica	Minuti

Mediapulse Streaming Data

Ulteriori informazioni

Informazioni generali

www.mediapulse.ch

Altre pubblicazioni

- Dal 1° trim. 2021 in formato [rapporto trimestrale e presentazione dei risultati](#)
- Dal 1° trim. 2022 in formato [presentazione dei risultati](#)

Maggiori dettagli sulla metodologia

- [Primo rapporto trimestrale «Mediapulse Streaming Data»](#)
- [Scheda informativa sull'ampliamento della «ricerca TV Mediapulse»](#)

Avete domande?

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing

christian-kumar.meier@mediapulse.ch