

Publicazione semestrale Online

2° semestre 2023

25.01.2024

AG für Medienforschung
SA pour la recherche sur les médias
SA per la ricerca sui media
SA per la perscrutaziun da las medias
Corporation for Media Research

Risultati Online – 2° semestre 2023

All'inizio di ogni nuovo semestre Mediapulse pubblica – come servizio gratuito – diverse cifre sugli Online Audience Data del semestre precedente.

Indice

- Penetrazioni intero mercato svizzero (3+) 4
- Caratteristiche strutturali intero mercato online svizzero 5
- Fruizione online nel corso della giornata intero mercato svizzero 6
- Fruizione online nel corso del semestre intero mercato svizzero 7
- Top 10 brand online 8
- Classifica network online 9
- Andamento nel corso della giornata e penetrazioni intero mercato svizzero 10



Breve descrizione del metodo

La ricerca online si basa su due capisaldi metodologici: il panel mediatico e il tagging dei media online partecipanti. I Mediapulse Online Data offrono così l'opportunità di quantificare e strutturare in base a caratteristiche contenutistiche, tecniche e personali il traffico e l'utenza dei siti web e delle app partecipanti.

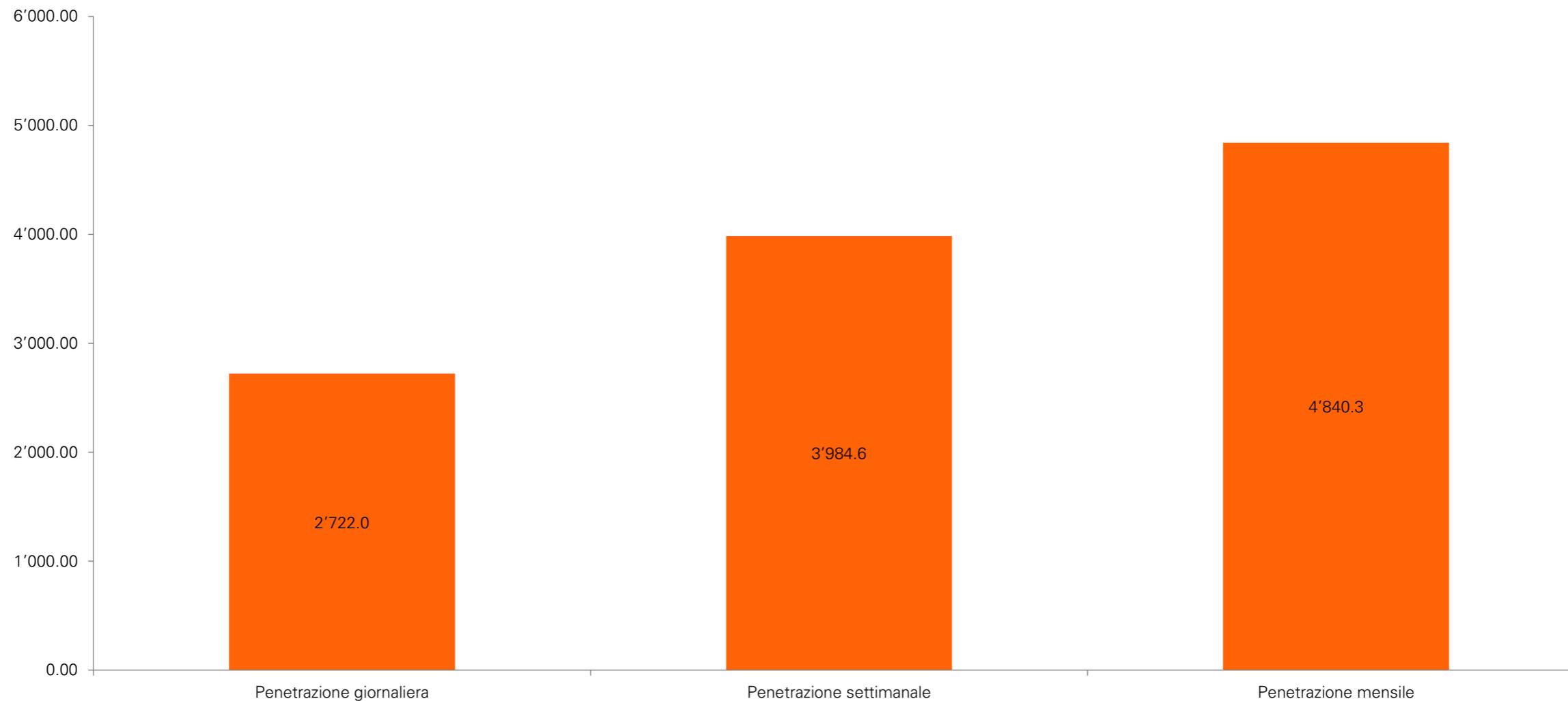
- **Universo:** persone dai 3 anni in su in economie domestiche private
- **Dimensione dell'universo:** ~8.3 milioni di persone
- **Dimensione del campione:** ~2'100 economie domestiche, ~5'000 persone, ~ 10'000 devices
- **Contesto di fruizione:** rilevazione della fruizione dei siti web e delle app partecipanti su tutti i dispositivi (smartphone, tablet, laptop, PC). Strutturazione della misurazione in Traffic Data (misurazione granulare completa su base tecnica) e Audience Data (penetrazioni e caratteristiche strutturali sulla base del panel, dispositivi @work-only non considerati nella misurazione)
- **Per maggiori informazioni sul metodo:** www.mediapulse.ch/online





Fruizione online intero mercato svizzero / gruppo mirato 3+

∅ Penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in '000, Base: valori cumulati

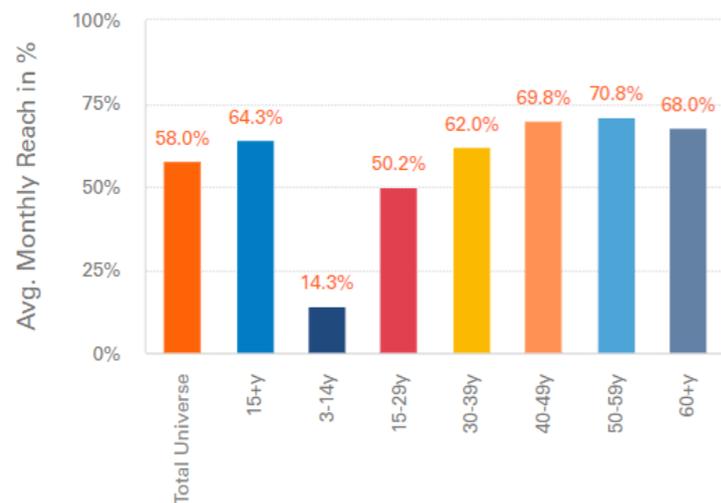




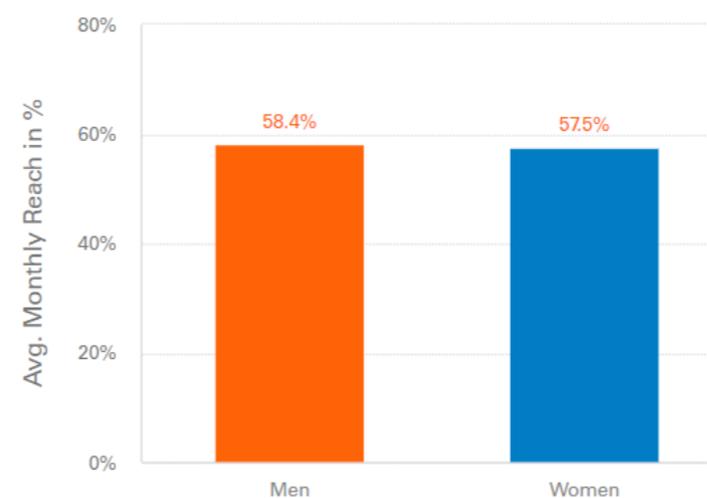
Caratteristiche strutturali intero mercato online svizzero

Caratteristiche strutturali in percentuale

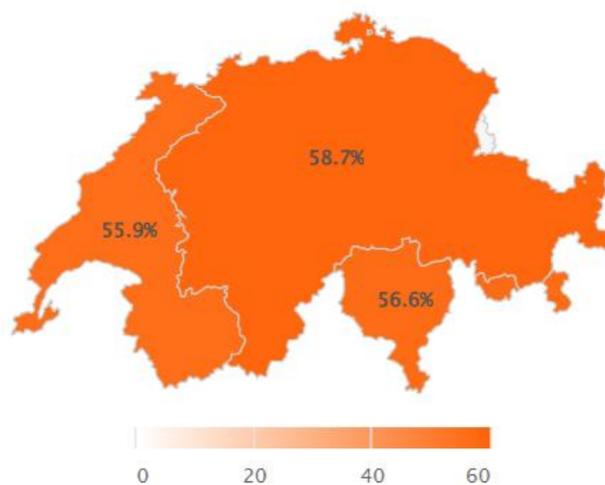
Età



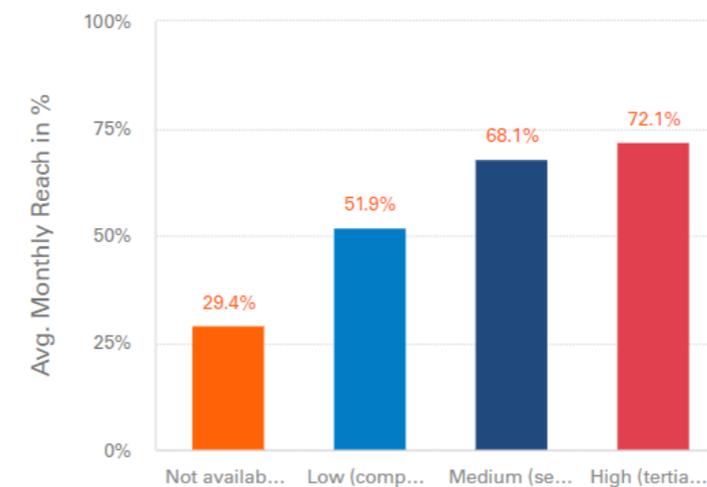
Sesso



Regione



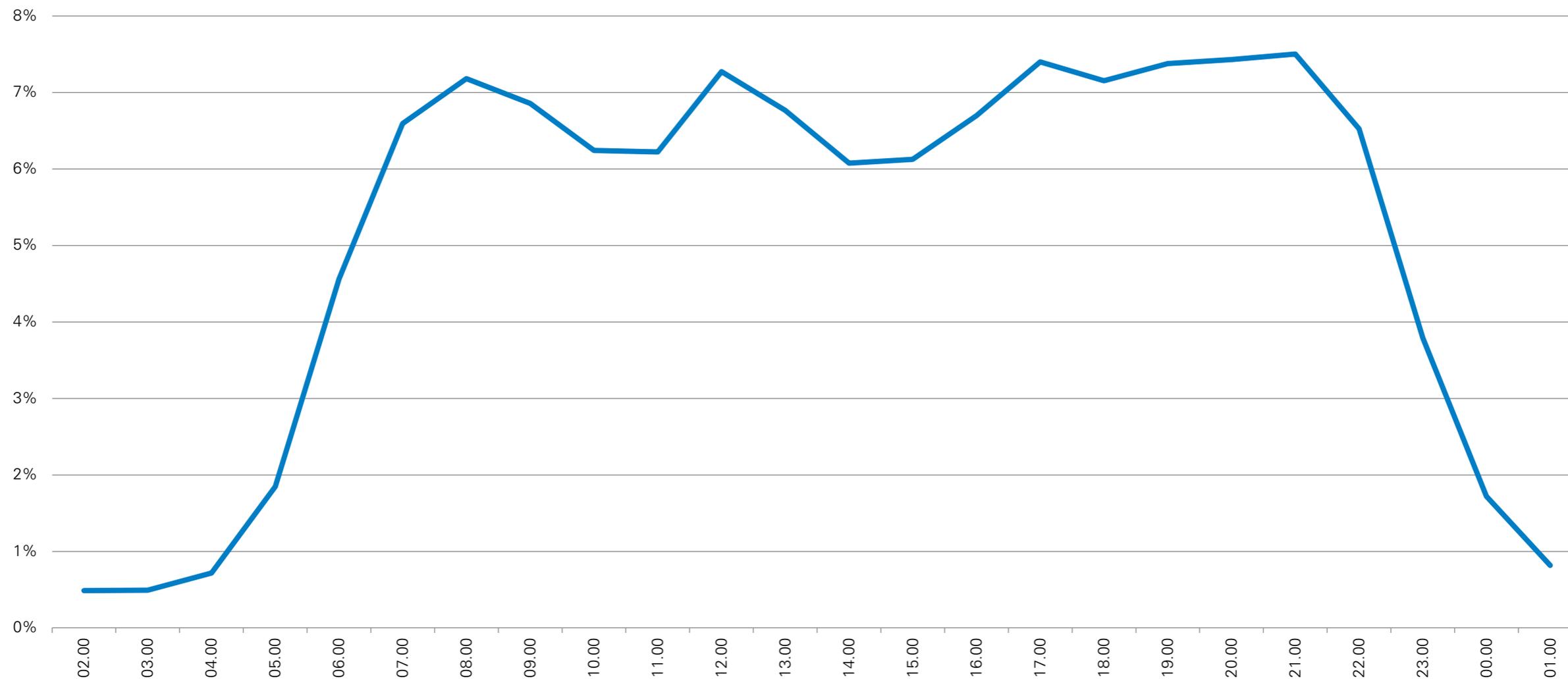
Formazione conclusa





Fruizione online nel corso della giornata intero mercato svizzero

Penetrazione oraria netta in percentuale, base Avg. Daily Reach in percentuale





Top 10 brand online

Ø penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in % e '000

Brand	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
SRF	999.2	12.0%	1'872.4	22.4%	2'634.2	31.6%
20 Minuten	870.1	10.4%	1'450.4	17.4%	2'051.9	24.6%
Blick	657.1	7.9%	1'177.7	14.1%	1'761.2	21.1%
blue News	422.7	5.1%	892.6	10.7%	1'460.2	17.5%
20 Minutes	268.7	3.2%	482.7	5.8%	705.9	8.5%
RTS	209.7	2.5%	453.7	5.4%	758.0	9.1%
Tages-Anzeiger	197.2	2.4%	445.1	5.3%	823.8	9.9%
watson	185.6	2.2%	521.2	6.2%	1'012.0	12.1%
Le Matin	113.5	1.4%	258.0	3.1%	452.5	5.4%
Berner Zeitung	78.3	0.9%	221.2	2.6%	448.8	5.4%



Fonte: Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); periodo: 1.7.2023-31.12.2023
 Base: Svizzera, popolazione 3+
 Reti: i dati di alcune reti non sono completi a causa del tagging incompleto o non validato. Sono presentati solo i network con almeno 5 mesi di misurazione.

Classifica network online

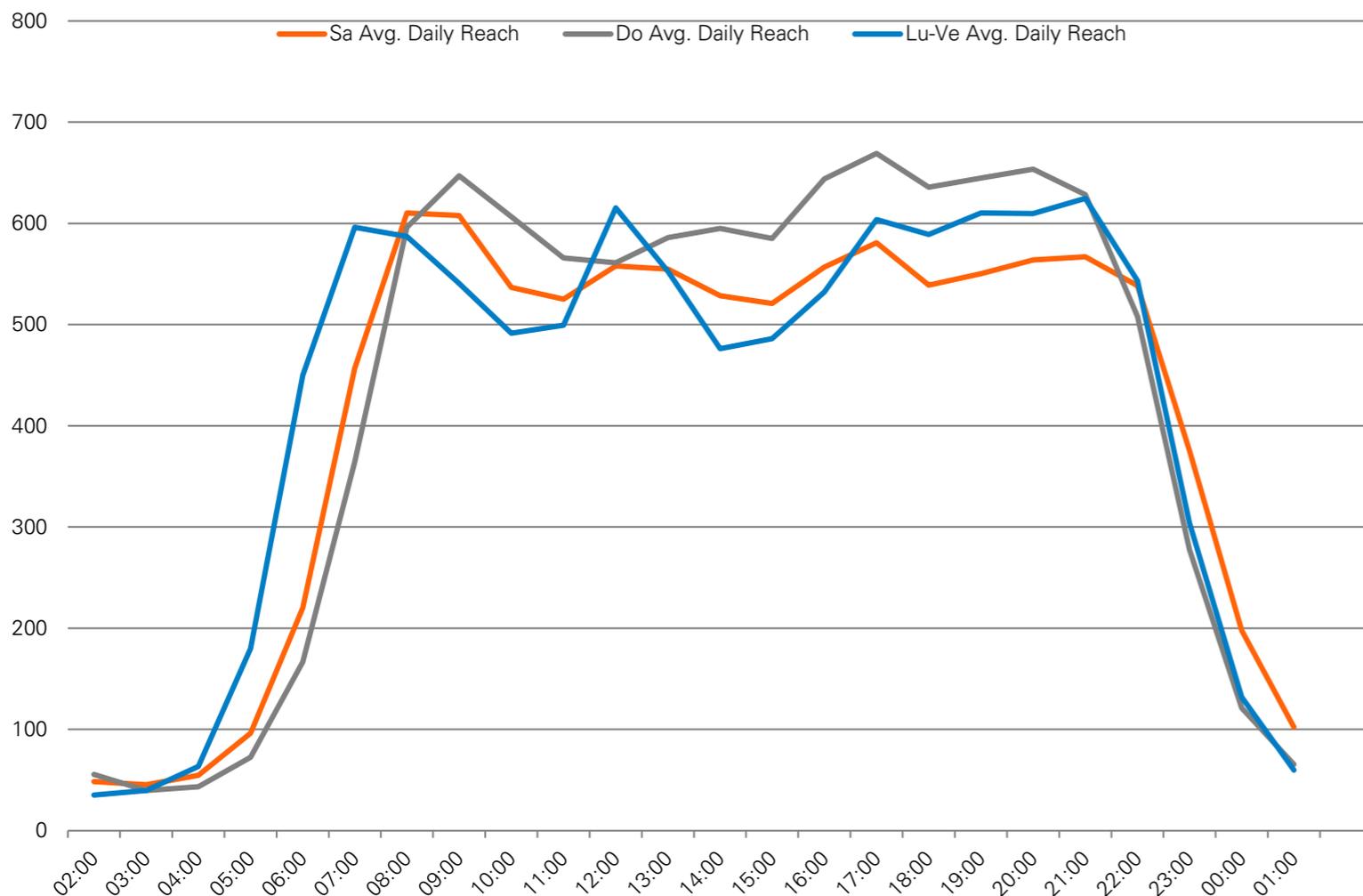
Ø penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in % e '000

Network	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
Goldbach Display Network	1'518.5	18.2%	2'509.8	30.1%	3'427.4	41.1%
Goldbach Video Network	1'514.3	18.1%	2'503.6	30.0%	3'420.9	41.0%
SRG SSR	1'230.5	14.7%	2'379.2	28.5%	3'464.1	41.5%
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1'196.1	14.3%	2'038.3	24.4%	2'882.4	34.5%
Blick National	700.2	8.4%	1'317.6	15.8%	2'038.1	24.4%
Newsnet national	505.0	6.0%	1'108.3	13.3%	1'871.8	22.4%
Newsnet D-CH	321.2	3.8%	714.4	8.6%	1'234.8	14.8%
CH Media Publishing Netz	228.9	2.7%	668.6	8.0%	1'333.4	16.0%
watson national	213.5	2.6%	624.5	7.5%	1'294.7	15.5%
Tamedia Publications Romandes	187.8	2.2%	408.9	4.9%	671.9	8.0%
Newsnet F-CH	185.5	2.2%	402.2	4.8%	661.6	7.9%
Romandie Combi	91.7	1.1%	229.7	2.8%	430.6	5.2%
Newsnet Bern	91.0	1.1%	255.7	3.1%	516.6	6.2%
ESH Médias	83.8	1.0%	203.7	2.4%	382.5	4.6%
Das Wirtschaftsnetz	46.7	0.6%	126.2	1.5%	280.7	3.4%
Zürcher Regionalzeitung	32.0	0.4%	120.1	1.4%	294.4	3.5%
BNJ	31.8	0.4%	78.4	0.9%	160.1	1.9%
CH Media TV-Netzwerk (regional)	7.5	0.1%	42.7	0.5%	141.0	1.7%

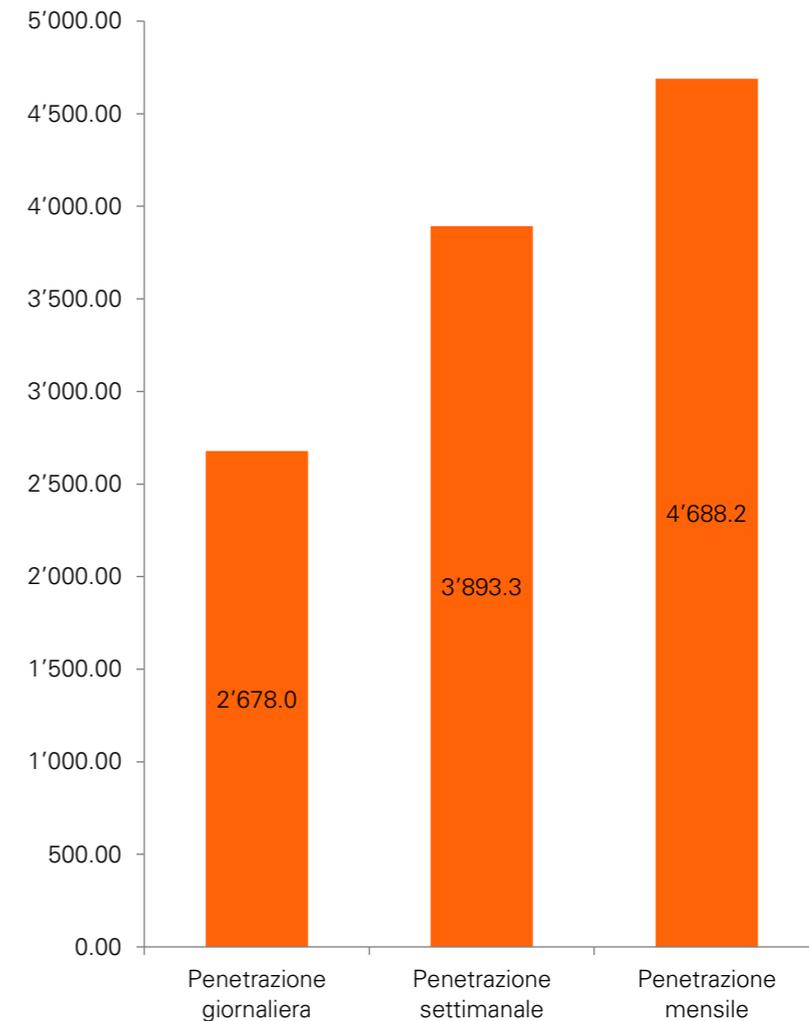


Fruizione online intero mercato svizzero / gruppo mirato 15+ per il confronto incrociato

Andamento nel corso della giornata in '000
Base Avg. Daily Reach



Ø Penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in '000
Base: valori cumulati



Intervallo di fiducia / intervallo di confidenza

Per le sue misurazioni e per la pubblicazione dei dati, Mediapulse si avvale di intervalli di confidenza (anche detti intervalli di fiducia). L'interpretazione dei dati deve avvenire partendo da questo presupposto.

Perché?

Mediante un campione vengono stimate importanti dimensioni della popolazione statistica (ad es. valori medi o penetrazioni nette). Un campione, pertanto, non fornisce mai dati del tutto precisi, bensì valori approssimativi rispetto al valore reale della popolazione statistica; a tal proposito, l'intervallo di confidenza indica la precisione della valutazione della situazione con una certa probabilità.

Definizione

«Intervallo aleatorio di valori che viene determinato sulla base di un campione casuale a seguito di una stima di intervallo per un parametro sconosciuto di una popolazione statistica e che corrisponde a una probabilità prestabilita.» (Peter P. Eckstein, Repetitorium Statistik [tradotto])

O in altre parole...

«L'intervallo di confidenza indica l'intervallo all'interno del quale si colloca con grande e calcolabile probabilità il valore reale.» (Werner Wyss, Marktforschung von A-Z [tradotto])

Intervallo di confidenza del 95%

Per il calcolo dell'intervallo di confidenza occorre stabilire la probabilità con la quale si può presupporre di giungere al valore reale. Mediapulse utilizza come probabilità il livello di confidenza del 95%. Questa probabilità viene anche chiamata coefficiente di confidenza. Quando si indica un intervallo di confidenza del 95%, si può essere sicuri al 95% che il valore reale del parametro si trovi all'interno di tale intervallo.

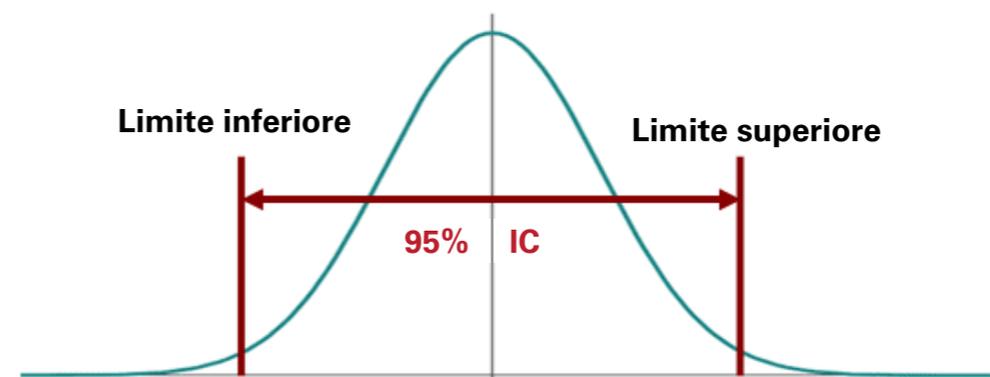
Calcolo dell'intervallo di confidenza (formula generale)

Per il calcolo dell'intervallo di confidenza è necessaria la funzione di ripartizione del parametro in questione (ad es. del valore medio) nella popolazione statistica. Partendo dal presupposto che questa ripartizione sia distribuita in modo normale, l'intervallo di confidenza per il valore medio si ottiene come segue:

$$IC \text{ per } \mu = \bar{x} \pm z * \frac{s_x}{\sqrt{n-1}}$$

IC = intervallo di confidenza, \bar{x} = valore medio, \pm = limite superiore/inferiore,

z = valore z per il livello di confidenza, s = deviazione standard, n = dimensione del campione



Ulteriori informazioni

A proposito della pubblicazione semestrale

Mediapulse elabora pubblicazioni semestrali nei settori radio, TV e online.

Dal 1° gennaio 2023, le pubblicazioni semestrali si effettuano con le seguenti cadenze:

- Radio: nella 2ª settimana di gennaio e di luglio
- TV: nella 3ª settimana di gennaio e di luglio
- Online: nella 4ª settimana di gennaio e di luglio

Ulteriori informazioni sul metodo e sui dati delle pubblicazioni semestrali sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch.

Altre pubblicazioni

Oltre alle pubblicazioni semestrali relative ai settori radio, TV e online, Mediapulse è responsabile anche dei seguenti studi:

- Streaming Data
- Time Use Study
- Establishment Survey

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 informazioni sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch.

Avete domande? Siamo a vostra completa disposizione.

Mediapulse SA
info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11