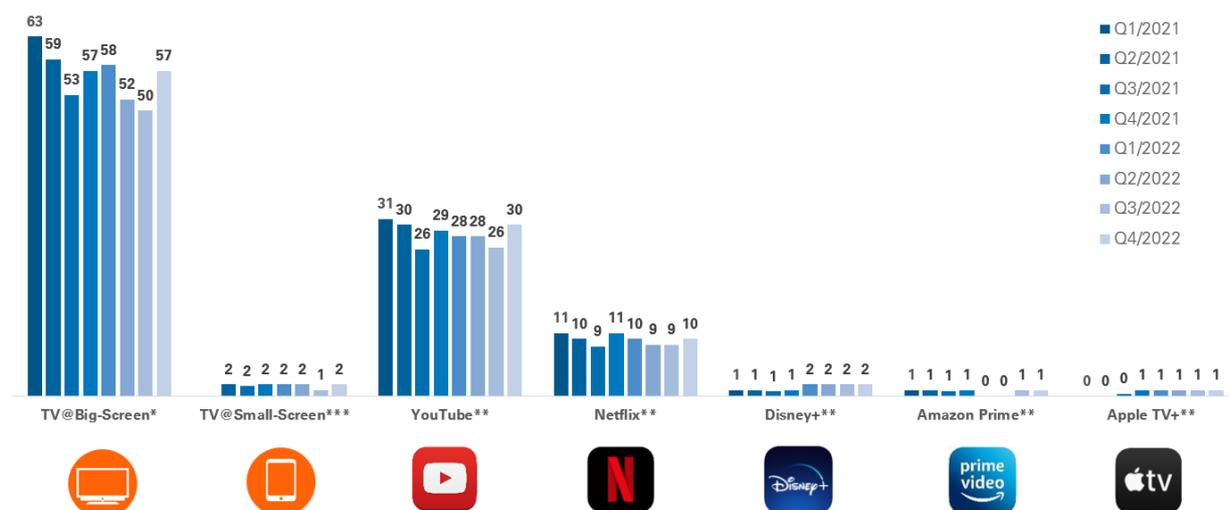


Mediapulse Streaming Data: modelli di fruizione stabili nel mercato delle immagini in movimento

Berna, 1° febbraio 2023 – I modelli di fruizione nel mercato delle immagini in movimento restano sostanzialmente stabili anche nel quarto rapporto trimestrale 2022 dei Mediapulse Streaming Data. La televisione «classica» registra ancora una volta le penetrazioni giornaliere più elevate, seguita dalle piattaforme video e di streaming YouTube e Netflix.

Anche nel quarto trimestre 2022 la televisione classica si distingue per le penetrazioni giornaliere più alte che risultano identiche a quelle del quarto trimestre 2021 e seguono pertanto una tendenza stagionale simile a quella dell'anno precedente. Rispetto all'ultimo trimestre, la televisione classica si caratterizza nuovamente per penetrazioni nettamente più elevate. Una tendenza analoga si evidenzia anche per Netflix, YouTube e, per la prima volta, anche per il consumo televisivo tramite Small Screen Devices. Questi ultimi hanno fatto registrare un incremento di penetrazione simile dall'ultimo trimestre. Le altre piattaforme di streaming Disney+, Amazon Prime e Apple TV+ continuano a raggiungere un numero di persone relativamente inferiore.

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

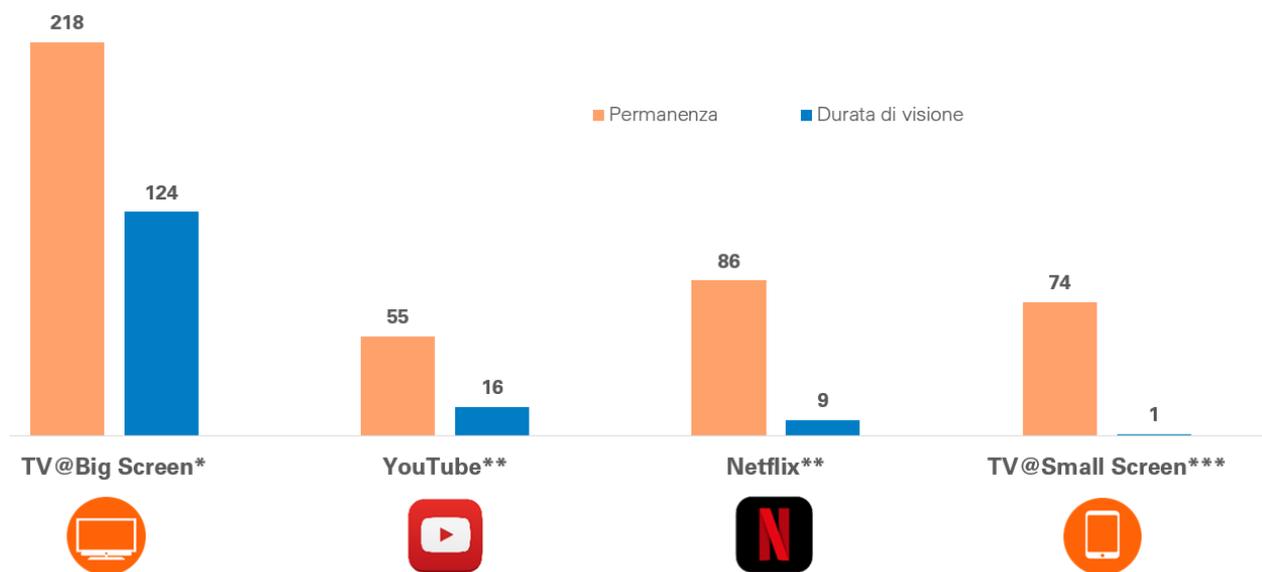
**Mediapulse Streaming Data, 1.1.21 – 31.12.22, persone 3+, PN-%, 24 h, lun.-dom., piattaforme di streaming, ascolto domestico, All Screens

***Mediapulse Streaming Data, 1.5.21 – 31.12.22, persone 3+, PN-%, 24 h, lun.-dom., piattaforme WebTV, ascolto domestico, Small Screens

Per quanto riguarda la durata di visione, la televisione classica continua a restare in testa, tenendo davanti agli schermi per il tempo maggiore sia l'intera popolazione svizzera sia gli utenti effettivi. Al secondo posto troviamo la piattaforma di streaming Netflix che vanta un'elevata permanenza, al terzo posto, per durata di visione per spettatore, si colloca la TV fruita tramite gli Small Screen Devices. Rispetto a Netflix, YouTube registra una permanenza minore (durata di visione per spettatore effettivo), ma una complessiva durata di visione per persona maggiore.

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 – 31.12.2022, 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

Nella Svizzera italiana si rileva il maggior numero di telespettatori

Come evidenziatosi già nei trimestri passati, nella Svizzera italiana la televisione tradizionale fruita tramite Big Screen raggiunge molte più persone che nelle altre regioni linguistiche del Paese. Diversamente dall'ultimo trimestre, questo fenomeno si riscontra anche nel consumo TV tramite Small Screen Devices. Tra la Svizzera francese e la Svizzera tedesca, invece, non si nota praticamente nessuna differenza

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 – 31.12.2022, 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

La TV registra le maggiori penetrazioni in quasi tutte le fasce d'età

Dal quarto rapporto trimestrale 2022 si evince che la televisione classica presenta le maggiori penetrazioni in quasi tutte le fasce d'età. Soltanto nella fascia 15-29 è YouTube ad avere la maggiore penetrazione. Tendenzialmente YouTube è apprezzato dalle fasce d'età intermedie e sempre più anche da quelle anziane, mentre Netflix è fruito prevalentemente dalle fasce intermedie e più giovani.

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 – 31.12.2022, persone 3+, PN-%, 24 h, lun.-dom., piattaforme di streaming, ascolto domestico, All Screens

Il consumo dei programmi televisivi e di Netflix viene effettuato, come osservato già nell'ultimo trimestre, quasi esclusivamente tramite il classico apparecchio televisivo; nel caso di YouTube, invece, la fruizione avviene soprattutto mediante Small Screen Devices.

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

A proposito del rapporto trimestrale Mediapulse Streaming Data

All'interno della propria ricerca televisiva, Mediapulse pubblica trimestralmente una panoramica degli Streaming Data allo scopo di mettere a disposizione una base di dati indipendente e comparabile delle varie piattaforme per la fruizione delle offerte TV e delle altre offerte di immagini in movimento. Vengono quantificate la diffusione e la fruizione delle principali piattaforme video e di streaming e comparate con i rispettivi parametri dell'ascolto TV. Tutti i rapporti trimestrali e tutte le analisi sono consultabili sul sito www.mediapulse.ch.

Il presente rapporto trimestrale è l'ultimo in cui vengono pubblicate analisi approfondite. A partire dal 2° trimestre 2023, infatti, Mediapulse metterà a disposizione gli Streaming Data alle parti interessate come dashboard a pagamento. Al loro interno sarà possibile trovare analisi approfondite, come ad esempio le penetrazioni mensili o l'analisi di segmenti target secondo diversi parametri.

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 dettagli sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing

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