

Mediapulse Time Use Study 2023: disponibile il nuovo studio svizzero sull'uso del tempo

Berna, 31 ottobre 2023 – Mediapulse ha completato l'ultima edizione del Time Use Study (TUS) e mette a disposizione delle persone interessate i dati rilevati attraverso un tool di analisi. Il TUS è uno studio sull'uso del tempo che offre una panoramica complessiva sulle abitudini quotidiane della popolazione svizzera, specificando di quali media usufruisce in quali ore.

Il Time Use Study è uno studio dell'utilizzazione del tempo che registra, analogamente a come avviene per un diario, la routine quotidiana e l'utilizzo dei media da parte della popolazione residente in Svizzera. Viene svolto su incarico di Mediapulse dal 2007 e ora è disponibile la nuova versione, nella quale il design dello studio è stato ridotto all'essenziale e la metodica è stata ottimizzata e modernizzata. Il TUS è finora l'unico studio di questo genere presente in Svizzera e offre un ampio set di dati che illustra come la popolazione svizzera struttura la propria giornata e di quali media usufruisce, in quale momento e per quanto tempo. Vengono rilevate, tra l'altro, attività come dormire, lavorare, fare la spesa, spostarsi (auto, bicicletta, trasporti pubblici), tempo libero e utilizzo dei media attraverso i diversi dispositivi.

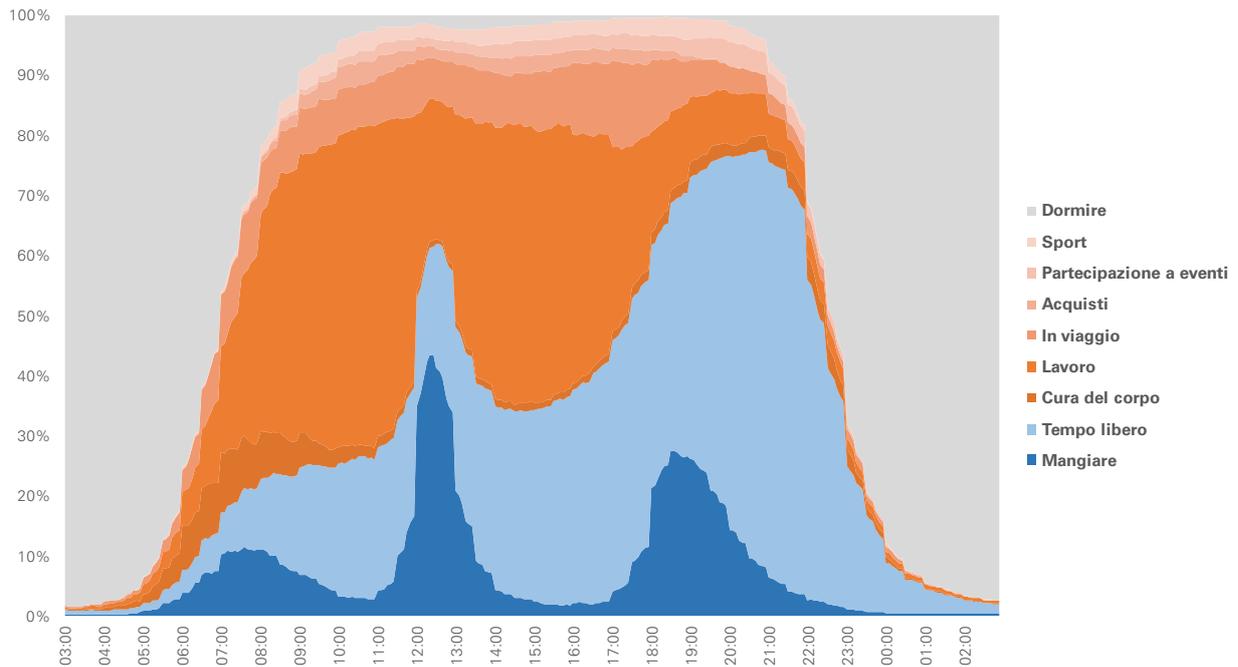
Il TUS 2023 si basa su un campione di 2000 persone, che rappresentano la popolazione svizzera a partire dai 15 anni, e include 6000 giorni di misurazione. I dati vengono rilevati mediante un E-Diary, che consente una registrazione granulare (con una precisione di 5 minuti) delle differenti attività quotidiane. GfK Switzerland ha svolto il lavoro sul campo per l'ultima edizione del TUS, realizzata dall'estate 2022 in quattro tornate di sondaggi, effettuate nell'arco di 12 mesi.

Particolarità dello studio

La particolarità di questo studio è che i diversi livelli vengono collegati. Esso specifica quando la popolazione svizzera utilizza quali media in quale momento e come questo impiego è legato alle attività indipendenti dai media come fare la spesa, lavorare o occuparsi della cura del proprio corpo. In questo modo, l'utilizzo dei media, come ad esempio guardare la televisione, leggere il giornale o ascoltare la radio può essere collegato non solo ai differenti dispositivi (ad es. radio, TV, smartphone, tablet) e alle variabili sociodemografiche come l'età, la formazione o il sesso, ma anche alla routine quotidiana e alle suddette attività. È possibile osservare i singoli gruppi target separatamente in diverse combinazioni e risalire con esattezza alle loro peculiarità in termini di utilizzo dei media.

L'attività «consumo di immagini in movimento» è un esempio di come si sviluppano una tale combinazione di variabili e l'osservazione isolata. I dati del TUS mostrano infatti che la popolazione investe una parte cospicua del proprio tempo per dormire, lavorare e per il tempo libero.

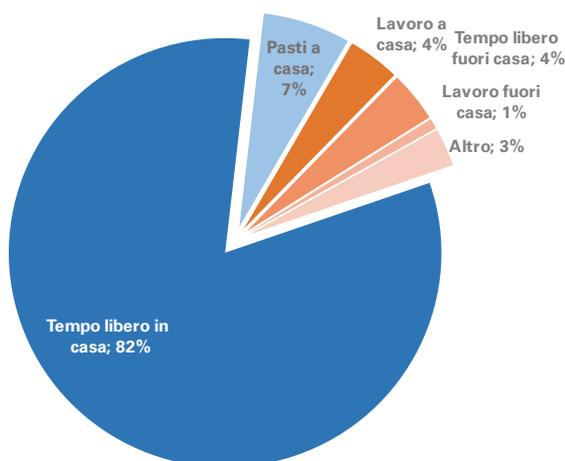
Si aggiungono poi altre attività come, ad esempio, mangiare, fare sport o fare la spesa. Il consumo di immagini in movimento avviene perlopiù durante il tempo libero e mentre si mangia. Secondo il TUS, il tempo massimo destinato a tale consumo è potenzialmente di circa 7,42 ore al giorno.



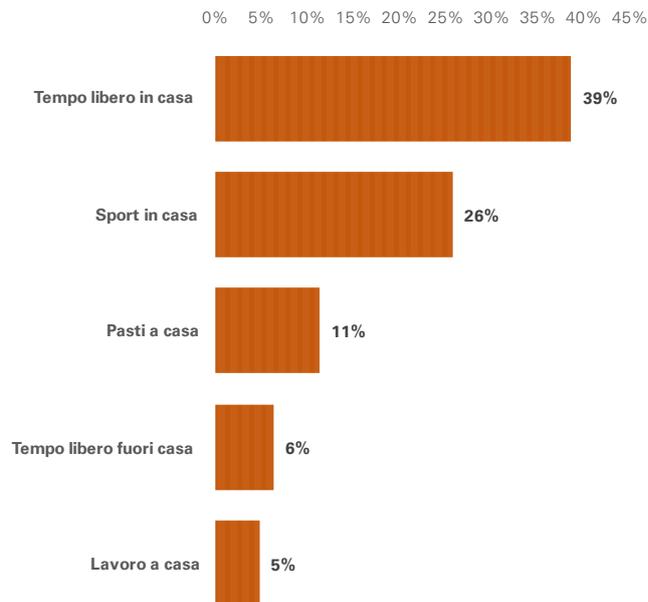
Fonte: Mediapulse Time Use Study Data 2022/23, Universo (T): 7205; totale CH, lun-dom, 6596 giorni di misurazione

Entrando maggiormente nel dettaglio, l'analisi isolata dell'attività «consumo di immagini in movimento» mostra che essa si svolge soprattutto in casa durante il tempo libero. In altre parole, la popolazione svizzera trascorre il 39% del tempo libero «consumando immagini in movimento» a casa. Ne scaturisce un relativo potenziale per il mercato delle immagini in movimento durante questo lasso di tempo.

Distribuzione del «consumo di immagini in movimento» sulle attività quotidiane in %



Fonte: Mediapulse Time Use Study Data 2022/23, Universo (T): 7205; totale CH, lun-dom, 6596 giorni di misurazione

Percentuale di «consumo di immagini in movimento» rispetto alla durata complessiva delle attività quotidiane in %

Fonte: Mediapulse Time Use Study Data 2022/23, Universo (T): 7205; totale CH, lun-dom, 6596 giorni di misurazione

Accesso ai dati TUS

Le persone interessate possono accedere ai dati del TUS a pagamento mediante il tool di analisi basato sul web «NEXT>Level». Accanto alle analisi delle regioni linguistiche, degli intervalli di tempo e dei giorni della settimana, sono possibili anche confronti tra gruppi target, raffronti incrociati ed esportazione di tabelle e grafici. Per ordinazioni e domande sullo studio a pagamento è possibile rivolgersi a Richard Blatter, Sr. Partner Relations Manager presso Mediapulse, scrivendo all'indirizzo richard.blatter@mediapulse.ch.

Maggiori informazioni, la presentazione di base e la scheda informativa sul metodo impiegato per il Time Use Study sono reperibili alla pagina www.mediapulse.ch.

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 / dell'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:

Richard Blatter

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



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berna

Badenerstrasse 15
8004 Zurigo