

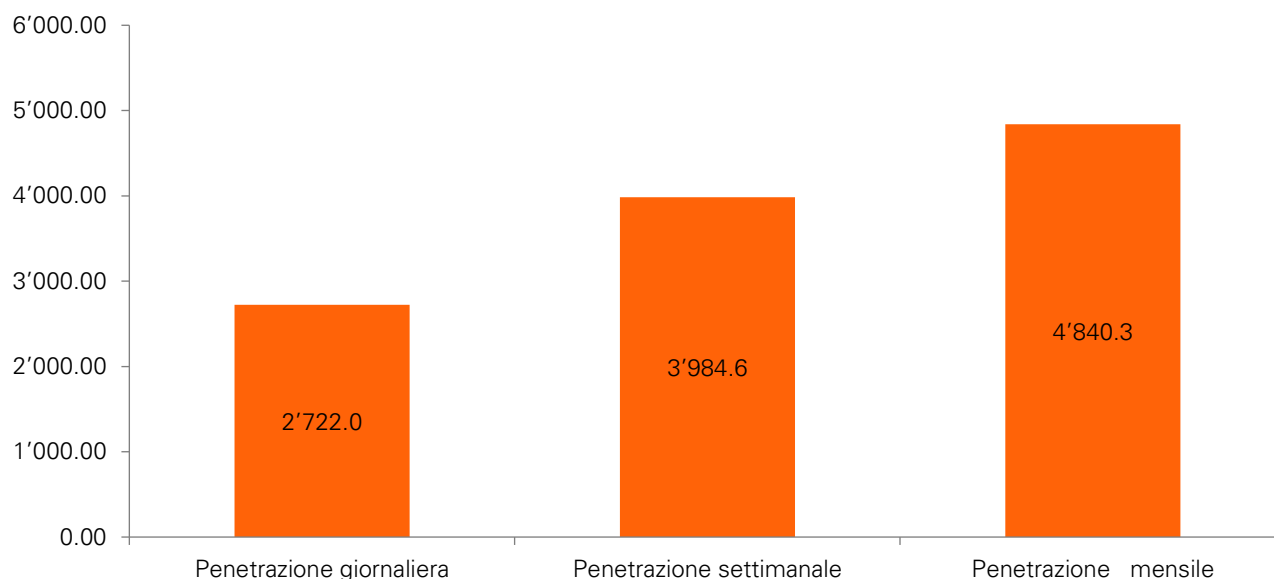
Una persona su tre utilizza quotidianamente i media online svizzeri

Zurigo, 25 gennaio 2024 – Nel secondo semestre 2023, i media online svizzeri hanno raggiunto ogni giorno 2.7 milioni di persone, cioè un terzo della popolazione residente in Svizzera dai 3 anni in su. In un mese tipo, questa penetrazione arriva al 58%, come attestano gli Online Audience Data rilevati da Mediapulse.

La ricerca online condotta da Mediapulse rileva, mediante un sistema di misurazione permanente, l'utilizzo dei media online svizzeri, costituendo così la base per una comparabilità tra i siti web e le app aderenti. Due volte l'anno, Mediapulse sintetizza i dati della ricerca online e li pubblica in un rapporto semestrale.

Nel semestre appena trascorso, questa ricerca ha registrato l'utilizzo di 100 offerte per il web per un totale di 238 siti web e app. Queste offerte raggiungono complessivamente 2.7 milioni di persone al giorno, corrispondenti a una penetrazione giornaliera del 33% della popolazione dai 3 anni in su. Nel corso di una settimana tipo, il numero di utenti arriva a quasi 4 milioni e mensilmente a 4.8 milioni.

Fruizione online intero mercato svizzero, gruppo mirato 3+ (valori cumulati)



Fonte: Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023

Universo: 8'349'000 persone

Base: Svizzera, popolazione 3+

Rilevazione della fruizione dei siti web e delle app partecipanti su tutti i dispositivi

I dati di utilizzo delle offerte registrate possono essere suddivisi, con l'ausilio degli Online Audience Data, per diversi aspetti e confrontati. Ne risulta che gli uomini mostrano, sulla base della penetrazione mensile, un'affinità lievemente maggiore per le offerte misurate rispetto alle donne (58.4% vs. 57.5%). Nella fascia di età dai 50 ai 59 anni, la penetrazione mensile è del 71%, un valore decisamente più elevato rispetto a quello fatto registrare dalla fascia di età dai 15 ai 29 anni (50%).

Nei diversi giorni della settimana, il numero degli utenti è stabile. Osservando l'andamento giornaliero medio, si riscontra che i media online sono presenti in tutto l'arco della giornata, raggiungendo i picchi di utilizzo di mattina presto (ore 7), a mezzogiorno (ore 12) e di sera (dalle 17 alle 22). Facendo un'analisi giornaliera degli ultimi sei mesi, i valori giornalieri più alti si registrano in corrispondenza delle ondate di caldo di fine agosto, con oltre 3 milioni di utenti il 23 e il 24 agosto e di due importanti eventi politici, le elezioni del Consiglio nazionale del 22 ottobre e le elezioni del Consiglio federale del 13 dicembre, con rispettivamente 2.9 milioni di utenti al giorno che hanno trascorso risp. circa 27 e 28 minuti sulle relative piattaforme.

La ricerca online di Mediapulse registra l'utilizzo personale delle offerte online aderenti alla ricerca (siti web e app) con l'ausilio di un sistema di misurazione ibrido che combina le cifre relative alla misurazione del traffico ai dati di utilizzo di un panel di economie domestiche. In questo modo si registra la fruizione da parte della popolazione residente dai 3 anni in su di tutti i dispositivi digitali (PC, tablet, smartphone), indipendentemente dal luogo di utilizzo (dentro o fuori casa). I dati di utilizzo vengono registrati continuamente, pubblicati mensilmente nei rispettivi tool di mercato e sintetizzati due volte l'anno sotto forma di un rapporto semestrale.

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.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Tanja Hackenbruch

CEO

tanja.hackenbruch@mediapulse.ch

+41 58 356 47 01



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berna

Badenerstrasse 15
8004 Zurigo