

Penetrazione giornaliera elevata: la TV raggiunge il 63% della popolazione svizzera

Berna, 21 luglio 2023 – Nel primo semestre del 2023, in media il 63% della popolazione svizzera dai tre anni in su ha guardato programmi di emittenti televisive dal vivo o in differita. Ad attestarlo sono i dati di ascolto rilevati per conto della Fondazione Mediapulse.

Due volte l'anno, Mediapulse raccoglie i dati sulla ricerca televisiva e li pubblica in un rapporto semestrale. Essi comprendono rilevazioni aggregate e consentono di avere una panoramica generale dell'ascolto del mezzo televisivo in Svizzera. Oltre all'andamento semestrale dell'intero mercato svizzero, vengono pubblicati anche dati sulle emittenti TV in possesso di concessioni e sulla durata d'ascolto, i relativi andamenti giornalieri e le quote di mercato delle singole regioni linguistiche.

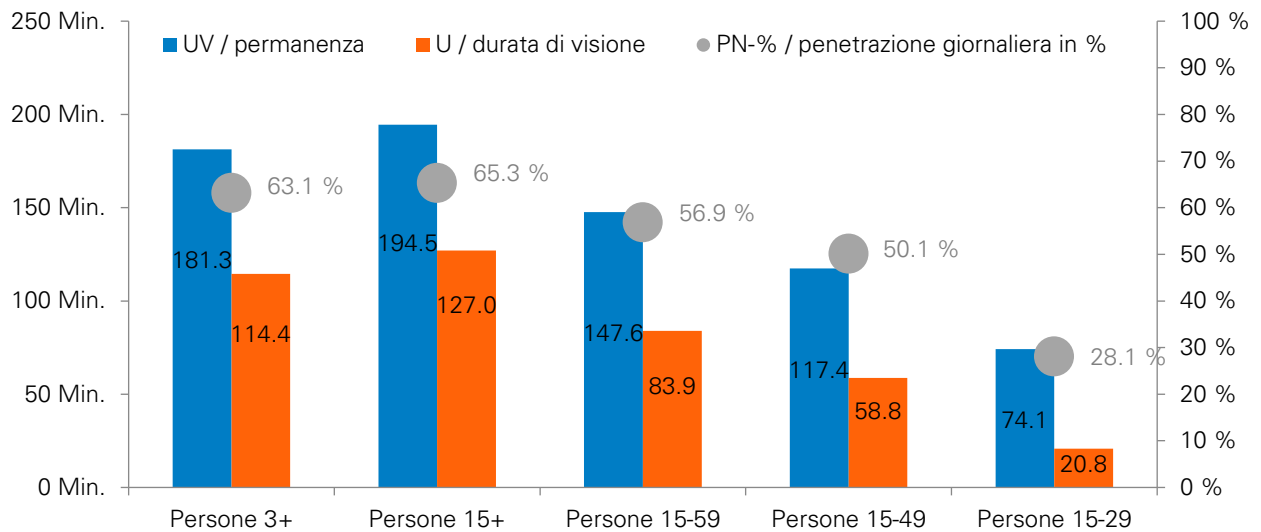
Ascolto televisivo nel 1° semestre 2023

Nel primo semestre 2023, in una giornata tipo, ben 4,8 milioni di persone hanno usufruito delle offerte delle emittenti TV, in diretta o in differita. In riferimento alle persone che vivono in economie domestiche con uno o più televisori, questo dato corrisponde a una penetrazione netta del 63%. Dando uno sguardo alle regioni linguistiche, si osserva che il valore della Svizzera francese e della Svizzera tedesca corrisponde alla media nazionale. Nella Svizzera italiana, il mezzo televisivo ha raggiunto invece circa il 70% ed è pertanto nettamente superiore alla media.

Attualmente, i telespettatori e le telespettatrici dedicano mediamente 181 minuti al giorno all'ascolto di programmi TV. La durata di ascolto del singolo telespettatore (permanenza) varia nelle tre regioni linguistiche. Ancora una volta si attesta al primo posto la Svizzera italiana con 214 minuti al giorno, seguita dalla Svizzera francese con 198 minuti, mentre nella Svizzera tedesca i telespettatori e le telespettatrici dedicano soltanto 173 minuti al giorno all'ascolto di programmi TV.

Ascolto televisivo nell'intero mercato svizzero, 1° semestre 2023

Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per fasce d'età



*Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.1.2023-30.6.2023
 Universo: 7'567'000 (3+) / 6'630'000 (15+) / 4'623'000 (15-59) / 3'440'000 (15-49) / 1'309'000 (15-29) persone
 Campione (base sample): 4'413 / 3'807 / 2'220 / 1'460 / 608 (tutti i gruppi target con ospiti)
 TV totale, 24 h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7*

Informazioni sulla ricerca TV Mediapulse

Il rilevamento dell'ascolto TV si basa su un metodo di misurazione ibrido nel quale i dati di ascolto del panel TV vengono integrati con i dati di ascolto basati sui dati dei set-top box. Queste diverse informazioni vengono poi combinate secondo una procedura sviluppata da Mediapulse. Ne risultano i TV Hi-Res Data che si basano sui dati di ascolto di circa 5000 membri fisici del panel e circa 15 000 profili utenti virtuali. Mediapulse ha adottato questo metodo di misurazione ibrido per la ricerca televisiva lo scorso anno. Da allora, il sistema funziona in modo stabile e i dati di ascolto granulari si sono affermati con successo sul mercato.

La Commissione scientifica dei media (MWK), composta da esperti di ricerca sui media, metodologia della ricerca, comunicazione e pubblicitaria, vigila sulla qualità dei metodi di ricerca applicati da Mediapulse. La MKW giudica in maniera sostanzialmente positiva il concept complessivo di misurazione della penetrazione televisiva adottato da Mediapulse SA. Il Management Summary dell'attuale rapporto di audit 2022 come pure la sintesi della valutazione del metodo di misurazione ibrido si trovano sul sito web di Mediapulse al seguente [link](#).

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:

Florence Boinay

Sr. Communications Specialist
florence.boinay@mediapulse.ch
+49 174 626 81 30



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berna

Badenerstrasse 15
8004 Zurigo