

Mediapulse Time Use Study



Informazioni di base

Ottobre 2023

mediapulse

Storia



Time Use Study

Storia del Mediapulse Time Use Study

Dal 2007/2008

Face-to-face (CAPI)

- Il giorno precedente viene ricostruito con una precisione al minuto
- Istituto di ricerca: DemoSCOPE SA
- Periodo di rilevamento: novembre-marzo
- Dimensioni del campione: ca. 3000
- Universo: popolazione CH 12+

Dal 2015/2016

- Il giorno precedente viene ricostruito con una precisione al minuto
- Istituto di ricerca: DemoSCOPE SA
- Periodo di rilevamento: aprile-luglio
- Dimensioni del campione: ca. 3500
- Universo: popolazione CH 15+

Dal 2022/2023

E-Diary (CAWI)

- Granularità di 5 minuti con registrazione costante e immediata durante la giornata
- Istituto di ricerca: GfK
- Periodo di rilevamento: quattro tornate nell'arco di 12 mesi
- Dimensioni del campione: 6000 giorni di misurazione (2000 persone)
- Universo: popolazione CH 15+

Publica Data SA, Mediapulse SA

**Mediapulse SA, SRG SSR,
WEMF AG**

Mediapulse SA

Oggetto della ricerca



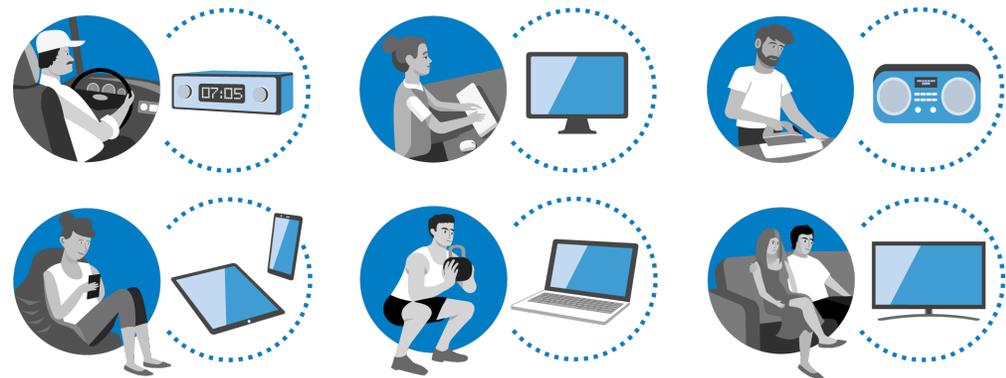
Time Use Study

Definizione del Time Use Study

Il Mediapulse Time Use Study rileva la quotidianità della popolazione svizzera e consente una descrizione differenziata in tre diverse dimensioni:

- entità e distribuzione temporale di attività principali come dormire, lavorare, mangiare, fare la spesa, ecc.;
- entità e distribuzione temporale delle attività mediatiche;
- dispositivi utilizzati per le attività mediatiche.

Il TUS fornisce inoltre importanti informazioni per il perfezionamento della ricerca di cui è responsabile Mediapulse.



Parametri del TUS

Parametro

Definizione

Penetrazione netta

Numero (in migliaia o percentuale) delle persone di un gruppo target che hanno svolto almeno una volta una determinata attività mediatica (ad es. guardare la televisione in diretta)

Frequenza di svolgimento

Frequenza con cui è stata svolta una determinata attività mediatica

Durata per persona

Durata media di un'attività mediatica in riferimento a tutti gli utenti potenziali

Durata per utente

Durata media di un'attività mediatica in riferimento a tutti gli utenti effettivi

Il design metodologico



Time Use Study

Come funziona il TUS

Universo (2022)
7 205 000: popolazione CH
dai 15 anni in su

Campione (2022/2023)
6000 giorni di misurazione
(2000 persone)

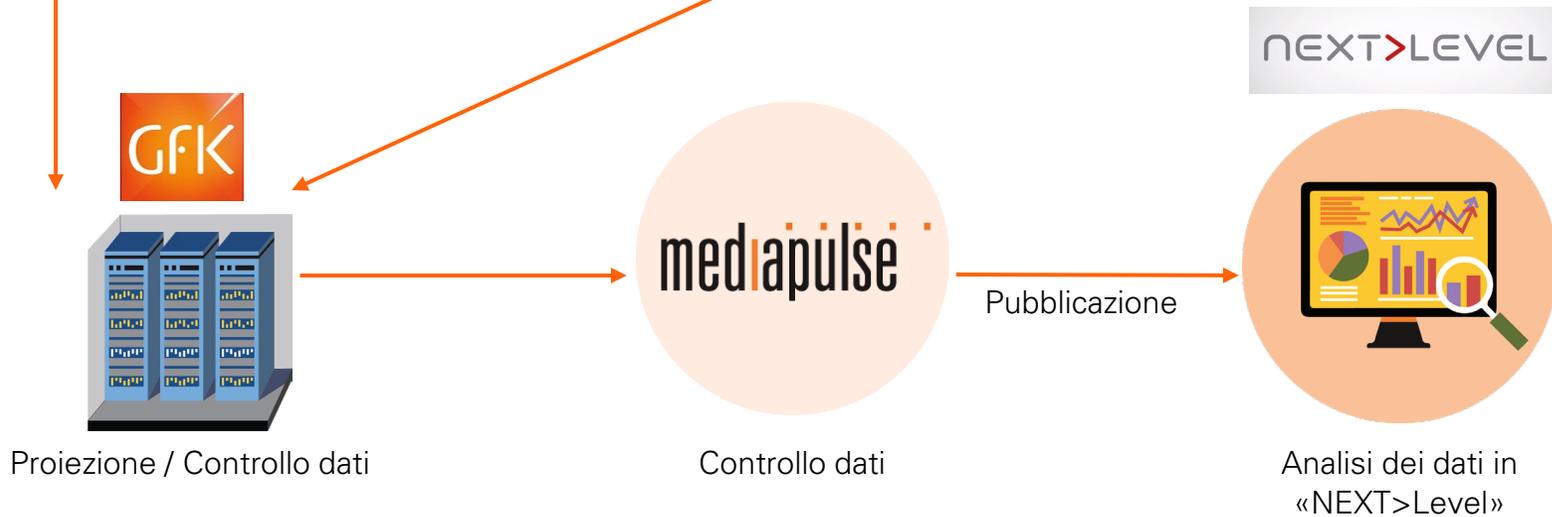
Sondaggio
E-Diary (CAWI)



Rilevazione delle attività principali e
mediatiche in relazione ai dispositivi
impiegati e all'uso delle cuffie



Rilevazione di informazioni
personali e di frequenza generali



Evoluzione del metodo di rilevazione



Intervista face-to-face (CAPI, dal 2007/2008)

GfK Schweiz - Medienforschung

Erinnern Sie sich daran, wo sie am **Samstag, 01.01.2022** waren und was Sie dabei getan haben. **Teilen Sie Ihren Tag in die entsprechenden Zeiträume auf.** Bitte tun Sie dies, bis der ganze Tag chronologisch erfasst wurde.

Ein Tag in diesem Fragebogen dauert jeweils **von 03:00 morgens bis 03:00 morgens.**

Für eine genauere Definition der einzelnen Tätigkeiten, klicken Sie bitte hier: [Informationen zu Tätigkeiten](#)

Tätigkeit	Von	Bis	Haben Sie während dieser Zeit Medien genutzt?
Schlafen zuhause	3:00	6:40	Nein
Freie Zeit zuhause	6:40	7:15	Nein
Körperpflege zuhause	7:15	7:30	Nein
Freie Zeit zuhause	7:30	7:50	Nein
Essen zuhause	7:50	8:25	Ja

Hören - Radiosender live

7:50 - 8:25

[Zeit hinzufügen](#)

Hören - Radiosender zeitversetzt - Archiv oder Radio-Podcast

[Zeit hinzufügen](#)

Hören - Audio, nicht von Radiosender - CD, MP3, andere Datenträger

[Zeit hinzufügen](#)

Hören - Audio, nicht von Radiosender - Streaming

[Zeit hinzufügen](#)

Hören - Audio, nicht von Radiosender - Podcast

[Zeit hinzufügen](#)

Schauen - Fernsehen live

[Zeit hinzufügen](#)

Schauen - Fernsehen zeitversetzt - ab Archiv, Replay-TV

[Zeit hinzufügen](#)

Schauen - Video nicht von TV-Sender - DVD, BluRay, andere Datenträger

[Zeit hinzufügen](#)

Schauen - Video nicht von TV-Sender - Streaming

[Zeit hinzufügen](#)

Schauen - Video nicht von TV-Sender - Video-Podcast

[Zeit hinzufügen](#)

Lesen - Zeitung

[Zeit hinzufügen](#)

Lesen - Zeitschrift

[Zeit hinzufügen](#)

Lesen - Buch

[Zeit hinzufügen](#)

Lesen - Teletext

[Zeit hinzufügen](#)

Online - News- und Senderportale - Video, Audio, Text

[Zeit hinzufügen](#)

Online - Social Media - Facebook, Instagram, Twitter, etc.

[Zeit hinzufügen](#)

Online - Surfen und Online-Shopping - Browser und Apps

[Zeit hinzufügen](#)

Gamen

[Zeit hinzufügen](#)

[OK](#)

E-Diary (CAWI, dal 2022/2023)

Scheda informativa sul TUS (2022/2023)

Dimensione

Caratteristiche

Metodo di rilevazione

Sondaggio tramite un E-Diary (CAWI)

Granularità dei dati

5 minuti (inserimento completo nell'E-Diary in blocchi di 5 minuti)

Numero di attività principali sondate

18 (ad es. dormire, lavorare, fare la spesa)

Numero di attività mediatiche sondate

18 (ad es. guardare la TV in diretta)

Numero di dispositivi sondati

16 (ad es. tablet, supporto cartaceo)

Ulteriori elementi sondati

Domande sull'utilizzo di radio, TV, giornali, riviste, Internet e su aspetti sociodemografici

Oggetto del sondaggio

Quotidianità della popolazione svizzera: entità e distribuzione temporale di attività principali e mediatiche nonché dispositivi utilizzati per le attività mediatiche e utilizzo delle cuffie

Scheda informativa sul TUS (2022/2023)

Dimensione

Caratteristiche

Universo

Popolazione CH dai 15 anni in su (2022: 7 205 000 persone)

Dimensione del campione

Almeno 2000 persone con 500 individui per tornata (DS: 1200 persone; SR: 600 persone; SI: 200 persone), tramite cui, con Ø 3 giornate intere rilevate nell'E-Diary, risultano 6000 giorni di misurazione

Criteri di campionamento (a livello personale)

Campionamento per regione linguistica (3, in modo disproporzionale), regioni WEMF (5), sesso (2) ed età (5)

Variabili di ponderazione (a livello personale)

Giorni della settimana (7), età (5) e sesso (2) incrociati, formazione (2), attività lucrativa (4), tipo di residenza (2), regioni WEMF (5)

Basi di reclutamento

Pool di partecipanti alla ricerca radiofonica (pool rappresentativo di membri del panel); solo persone con accesso a Internet (l'E-Diary funziona online); solo persone che parlano una delle tre lingue ufficiali

Periodo di rilevamento

Svolgimento in quattro tornate distribuite nell'arco di dodici mesi per la rappresentazione di un intero anno; cadenza biennale

Prodotti e tool



Time Use Study

Nel software «NEXT>Level» vengono messi a disposizione i dati

NEXT>LEVEL

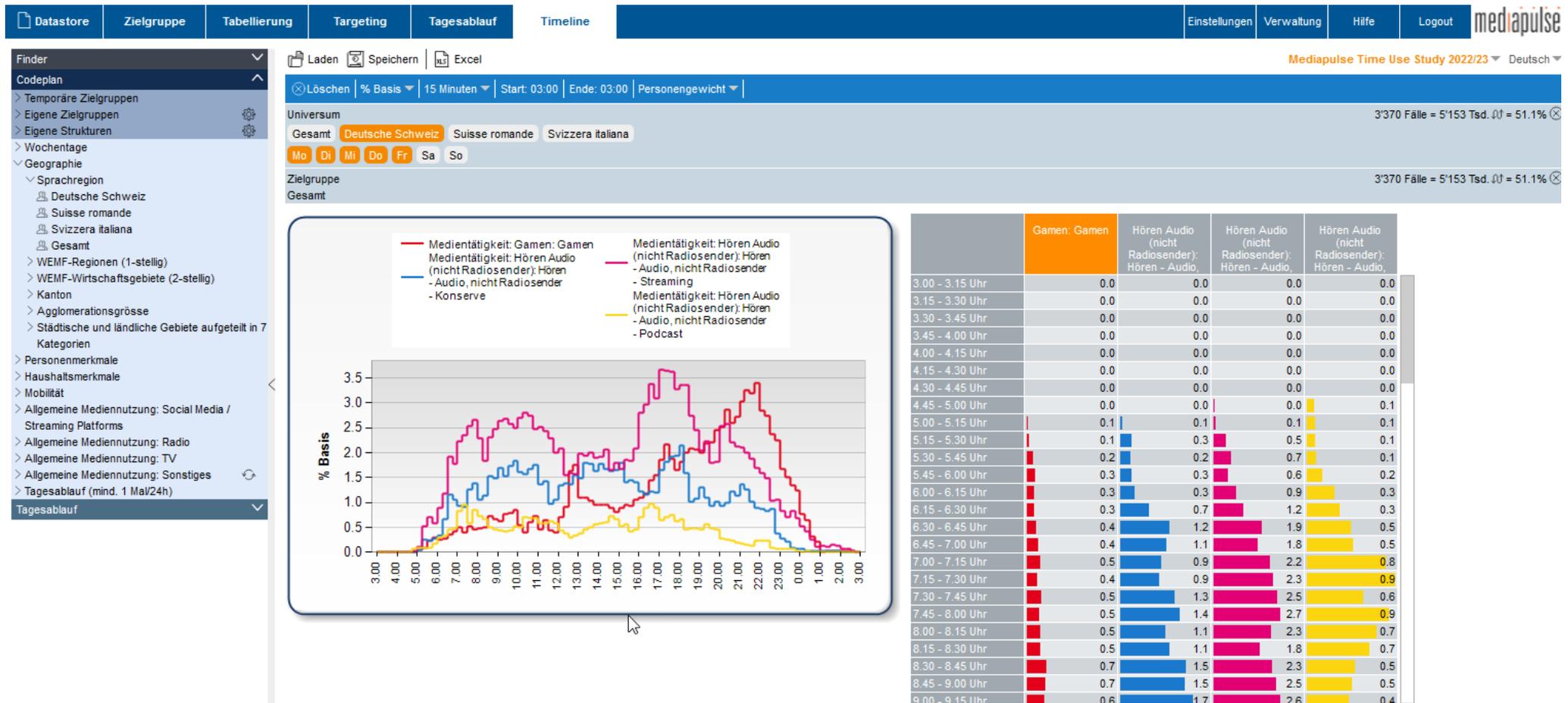


Chi ha già familiarità con il portale dati NEXT>Level della WEMF AG si sentirà subito a proprio agio. Il tool di analisi del TUS presenta le seguenti caratteristiche:

- Disposizione chiara dei moduli di analisi: quotidianità, timeline, tabellazione, targeting, gruppo target
- Funzionamento basato sul web e indipendente da piattaforme
- Utilizzo intuitivo tramite drag & drop
- Analisi separate per tutte le regioni linguistiche/geografiche e l'intera Svizzera, segmenti temporali o giorni della settimana
- Definizioni ad hoc di segmenti temporali o gruppi target
- Confronti tra gruppi target, incroci
- Predisposizione dei dati in forma di tabelle o grafici
- Semplicità di esportazione di tabelle e grafici in Excel e Powerpoint
- Scelta tra due lingue (D / F)

Nel software «NEXT>Level» vengono messi a disposizione i dati

NEXT>LEVEL



Persone e fornitori di servizi



Time Use Study

GfK Switzerland



GfK Switzerland fa parte del gruppo GfK. Su incarico di clienti di tutto il mondo, da più di 89 anni GfK elabora dati per rispondere a domande fondamentali sui comportamenti di consumo, i mercati e l'utilizzo dei media. Nel 2023 i leader di settore GfK e NIQ si sono fusi.

Il Time Use Study è stato riconcepito per il 2022/2023 sotto il profilo metodologico e contenutistico in collaborazione con GfK. Ora il campione si basa sul panel radiofonico di Mediapulse, che viene a sua volta gestito da GfK Switzerland per conto di Mediapulse.

Mediapulse

Partner Relations Team



Contatto:

Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager,
responsabile capo TV

+41 58 356 47 60

richard.blatter@mediapulse.ch



Contatto:

Vanessa Junod

Sr. Partner Relations Manager

+41 58 356 47 51

vanessa.junod@mediapulse.ch



MERCI

In caso di domande non esitate a scrivere a richard.blatter@mediapulse.ch

mediapulse