

# Pubblicazione semestrale Online

1° semestre 2023

25.07.2023

AG für Medienforschung  
SA pour la recherche sur les médias  
SA per la ricerca sui media  
SA per la perscrutaziun da las medias  
Corporation for Media Research

## Risultati Online – 1° semestre 2023

All'inizio di ogni nuovo semestre Mediapulse pubblica – come servizio gratuito – diverse cifre sugli Online Audience Data del semestre precedente.

### Indice

- Penetrazioni intero mercato svizzero (3+) 4
- Caratteristiche strutturali intero mercato online svizzero 5
- Fruizione online nel corso della giornata intero mercato svizzero 6
- Fruizione online nel corso del semestre intero mercato svizzero 7
- Top 10 brand online 8
- Classifica network online 9
- Andamento nel corso della giornata e penetrazioni intero mercato svizzero 10



## Breve descrizione del metodo

La ricerca online si basa su due capisaldi metodologici: il panel mediatico e il tagging dei media online partecipanti. I Mediapulse Online Data offrono così l'opportunità di quantificare e strutturare in base a caratteristiche contenutistiche, tecniche e personali il traffico e l'utenza dei siti web e delle app partecipanti.

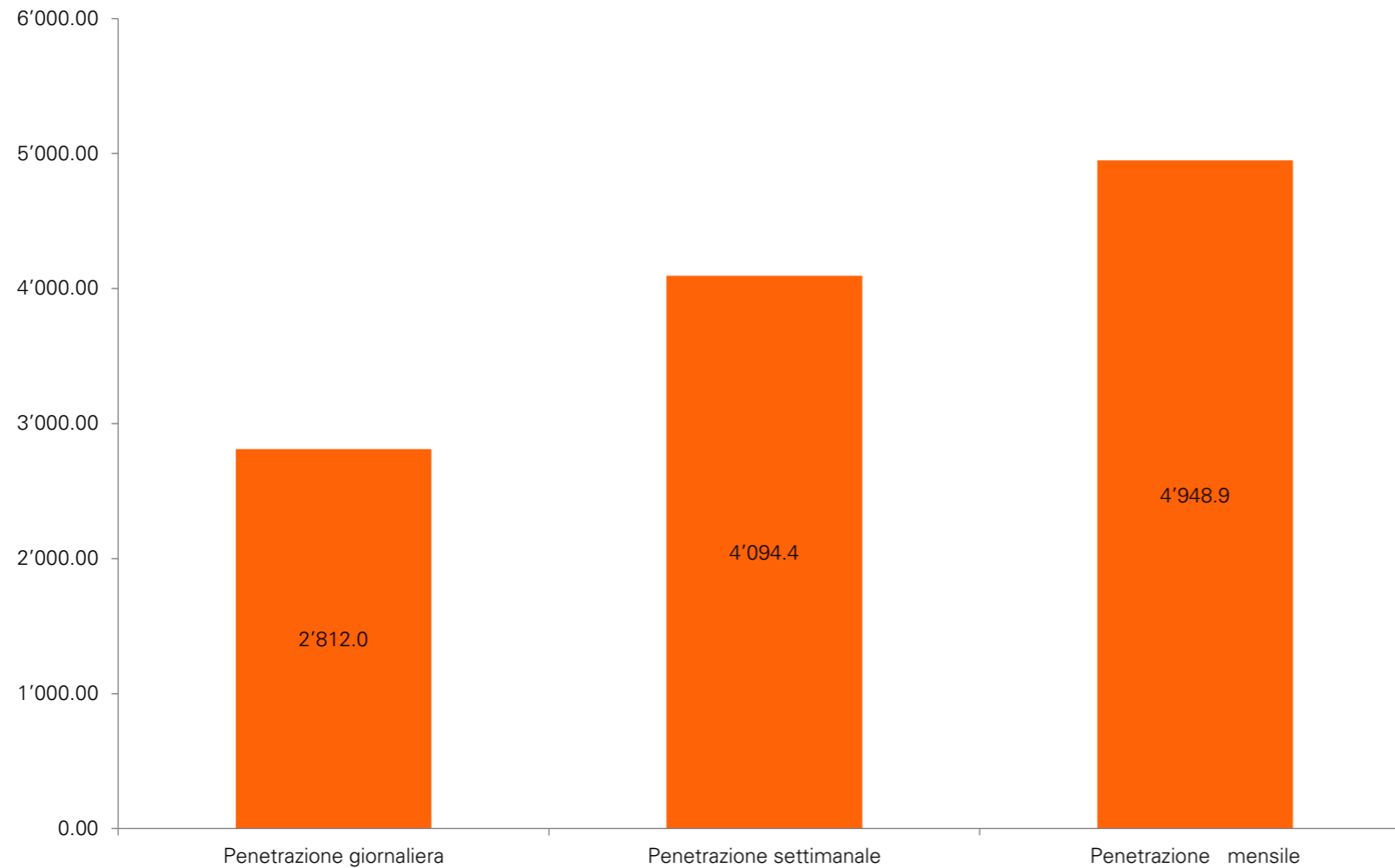
- **Universo:** persone dai 3 anni in su in economie domestiche private
- **Dimensione dell'universo:** ~8.3 milioni di persone
- **Dimensione del campione:** ~2'100 economie domestiche, ~5'000 persone, ~ 10'000 devices
- **Contesto di fruizione:** rilevazione della fruizione dei siti web e delle app partecipanti su tutti i dispositivi (smartphone, tablet, laptop, PC). Strutturazione della misurazione in Traffic Data (misurazione granulare completa su base tecnica) e Audience Data (penetrazioni e caratteristiche strutturali sulla base del panel, dispositivi @work-only non considerati nella misurazione)
- **Per maggiori informazioni sul metodo:** [www.mediapulse.ch/online](http://www.mediapulse.ch/online)





## Fruizione online intero mercato svizzero / gruppo mirato 3+

∅ Penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in '000, Base: valori cumulati

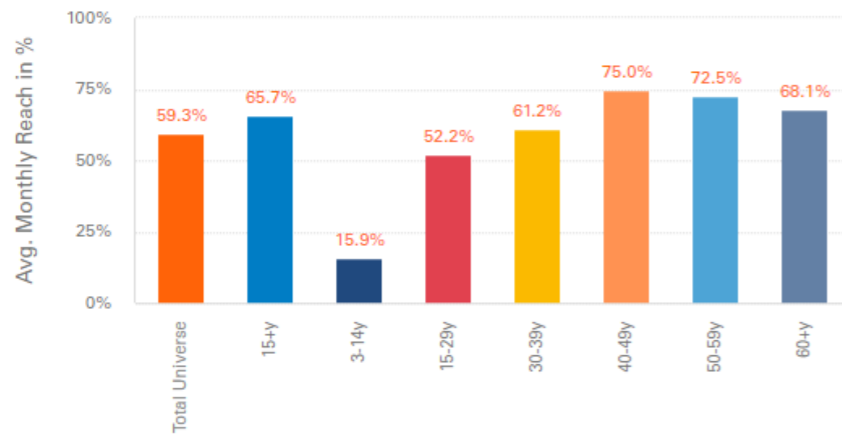




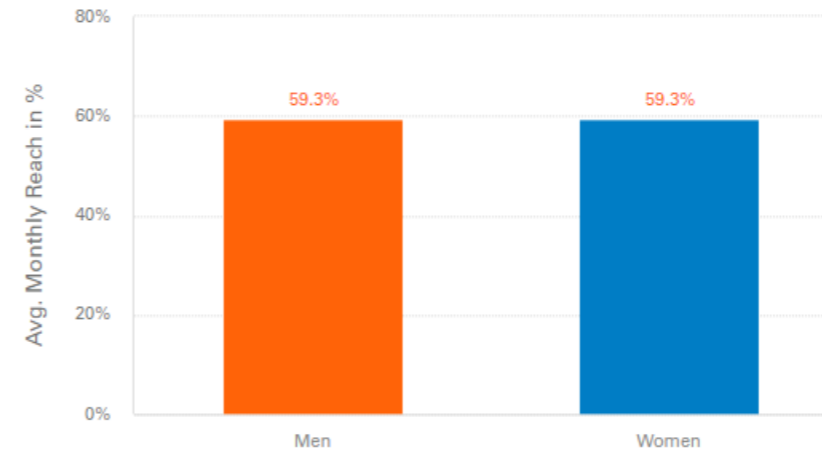
# Caratteristiche strutturali intero mercato online svizzero

Caratteristiche strutturali in percentuale

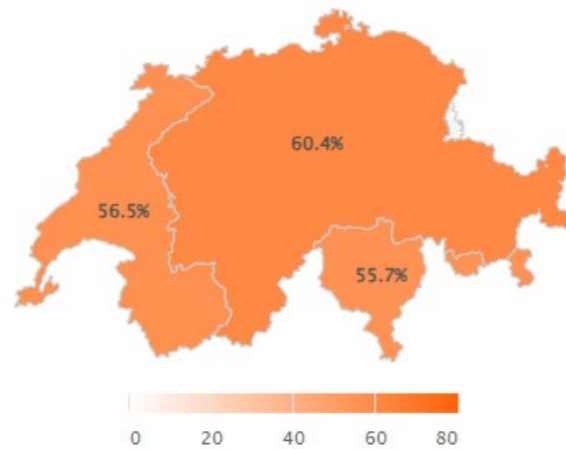
## Età



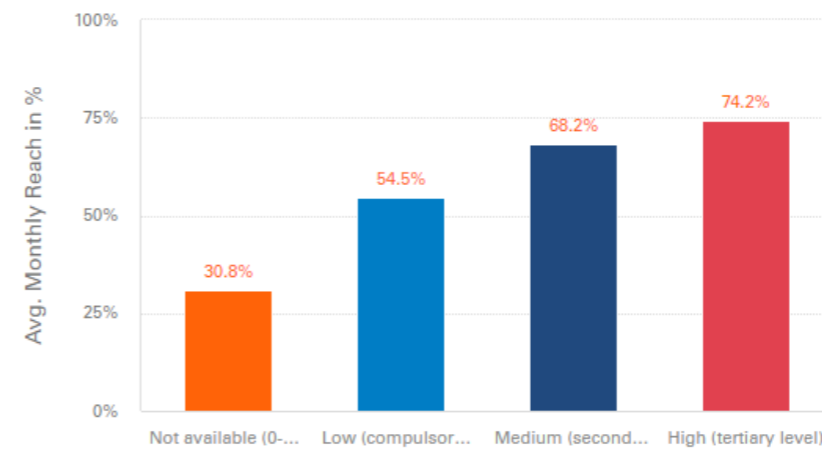
## Sesso



## Regione



## Formazione conclusa

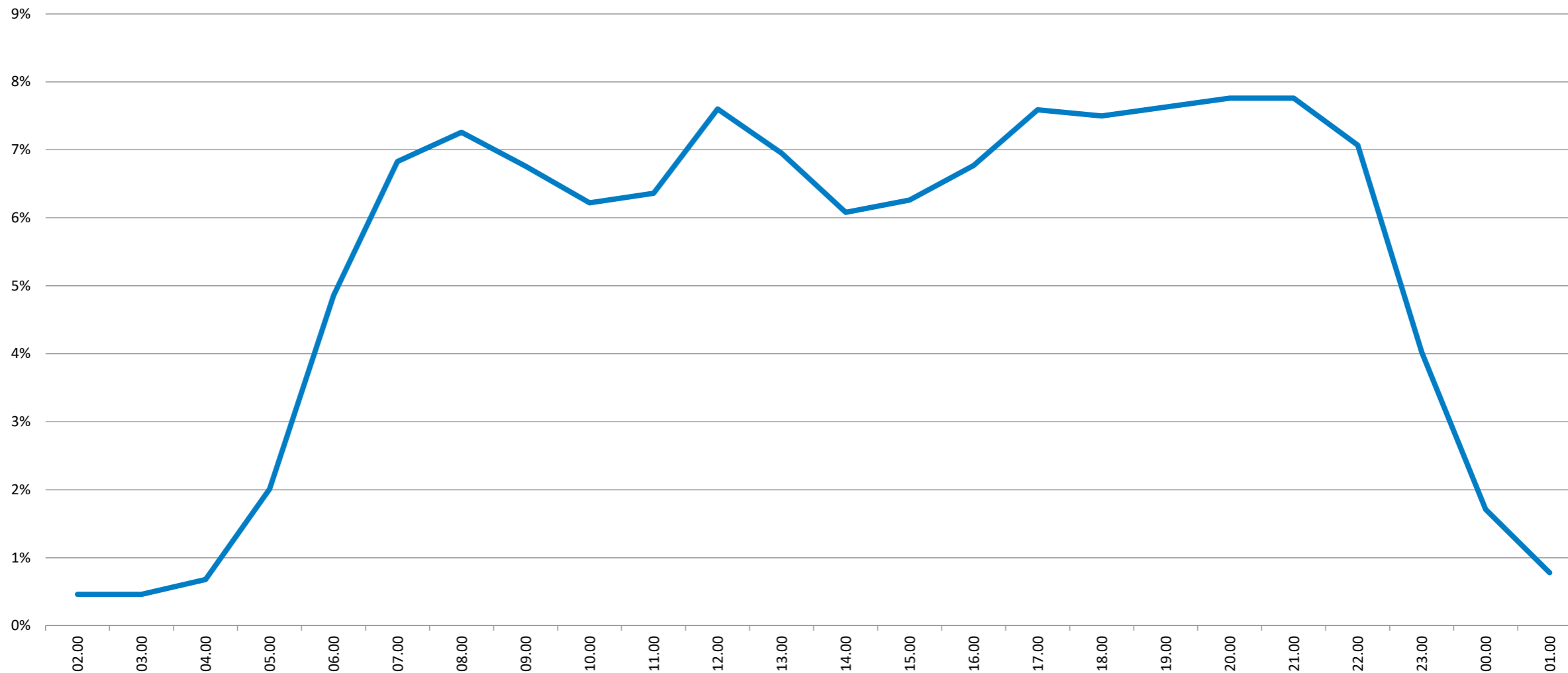




\*Fonte: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics), periodo: 01.01.2023-30.06.2023  
Universo: 8'349'000 persone  
Base: Svizzera, popolazione 3+, lu-do\*

## Fruizione online nel corso della giornata intero mercato svizzero

Penetrazione oraria netta in percentuale, base Avg. Daily Reach in percentuale

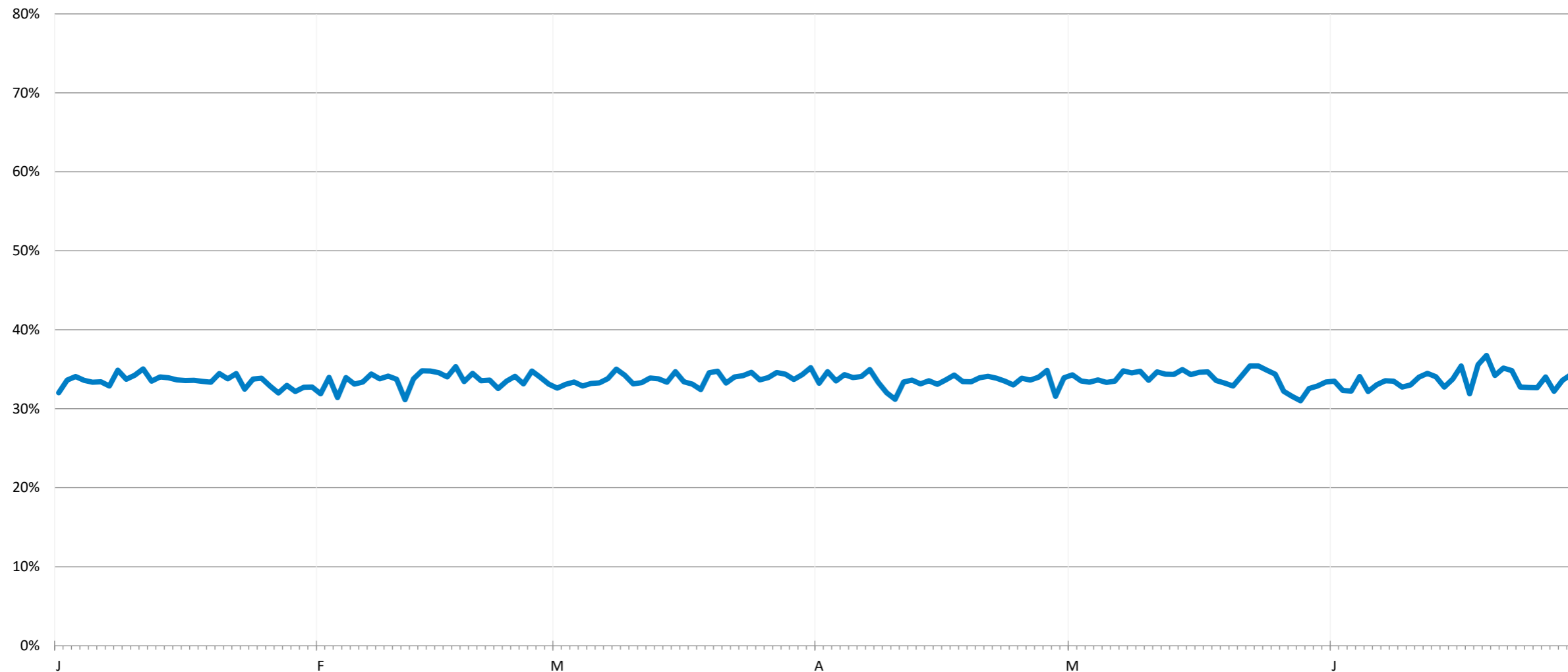




\*Fonte: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics), periodo: 01.01.2023-30.06.2023  
Universo: 8'349'000 persone  
Base: Svizzera, popolazione 3+\*

## Fruizione online nel corso del semestre intero mercato

Penetrazione giornaliera netta in percentuale, base Avg. Daily Reach in percentuale





\*Fonte: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); periodo: 01.01.2023-30.06.2023  
Base: Svizzera, popolazione 3+\*

## Top 10 brand online

Ø penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in % e '000

Brand	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
SRF	1.049,3	12,6%	1.923,9	23,0%	2.674,0	32,0%
20 Minuten	920,0	11,0%	1.544,9	18,5%	2.127,1	25,5%
Blick	716,6	8,6%	1.286,8	15,4%	1.894,1	22,7%
blue News	406,0	4,9%	873,1	10,5%	1.424,4	17,1%
20 Minutes	280,6	3,4%	492,3	5,9%	699,2	8,4%
watson	222,5	2,7%	593,6	7,1%	1.125,4	13,5%
RTS	215,9	2,6%	458,4	5,5%	752,6	9,0%
Tages-Anzeiger	191,8	2,3%	438,1	5,2%	804,0	9,6%
Le Matin	116,3	1,4%	278,2	3,3%	483,4	5,8%
Luzerner Zeitung	75,2	0,9%	232,3	2,8%	518,9	6,2%





\*Fonte: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); periodo: 01.01.2023-30.06.2023  
Base: Svizzera, popolazione 3+, reti: i dati di alcune reti non sono completi a causa del tagging incompleto o non validato.\*

## Classifica network online

Ø penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in % e '000

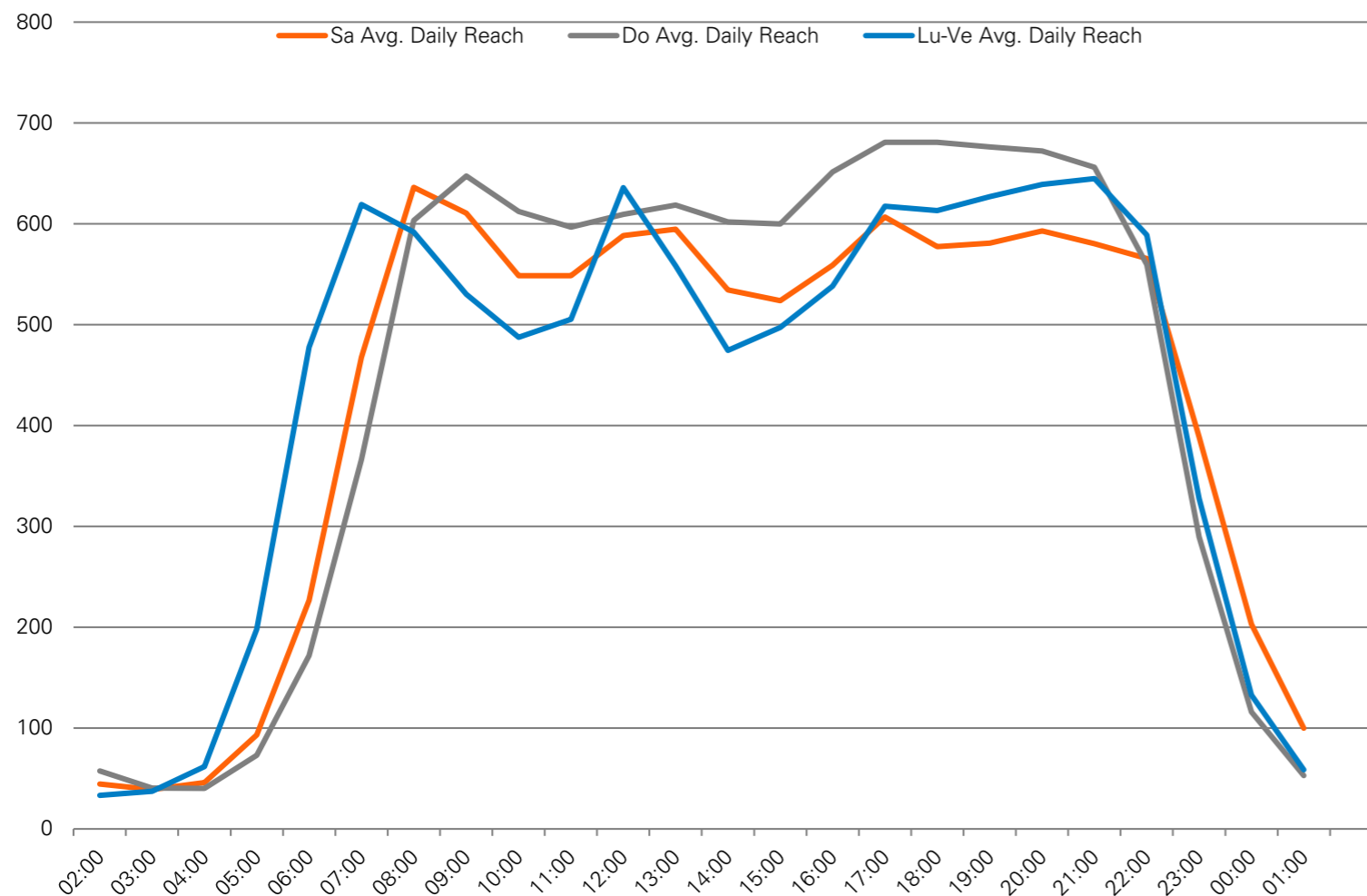
Network	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
Goldbach Display Network	1.570,7	18,8%	2599,7	31,1%	3496,8	41,9%
Goldbach Video Network	1.566,0	18,8%	2593,5	31,1%	3487,6	41,8%
SRG SSR	1.301,3	15,6%	2448,5	29,3%	3497,6	41,9%
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1.261,3	15,1%	2131,9	25,5%	2931,9	35,1%
Blick National	752,2	9,0%	1396,8	16,7%	2126,8	25,5%
Newsnet national	501,8	6,0%	1124,6	13,5%	1884,9	22,6%
Newsnet D-CH	312,8	3,7%	718,5	8,6%	1236,6	14,8%
watson national	253,2	3,0%	695,5	8,3%	1364,9	16,3%
CH Media Publishing Netz	222,1	2,7%	662,1	7,9%	1331,8	16,0%
Tamedia Publications Romandes	192,7	2,3%	419,1	5,0%	681,4	8,2%
Newsnet F-CH	190,2	2,3%	412,0	4,9%	667,3	8,0%
Romandie Combi	94,1	1,1%	228,0	2,7%	403,0	4,8%
Newsnet Bern	92,8	1,1%	266,5	3,2%	533,8	6,4%
ESH Médias	86,2	1,0%	204,2	2,4%	360,7	4,3%
BNJ	30,2	0,4%	67,7	0,8%	135,8	1,6%
Zürcher Regionalzeitung	25,5	0,3%	101,8	1,2%	250,7	3,0%
CH Media TV-Netzwerk (regional)	9,4	0,1%	49,2	0,6%	159,1	1,9%



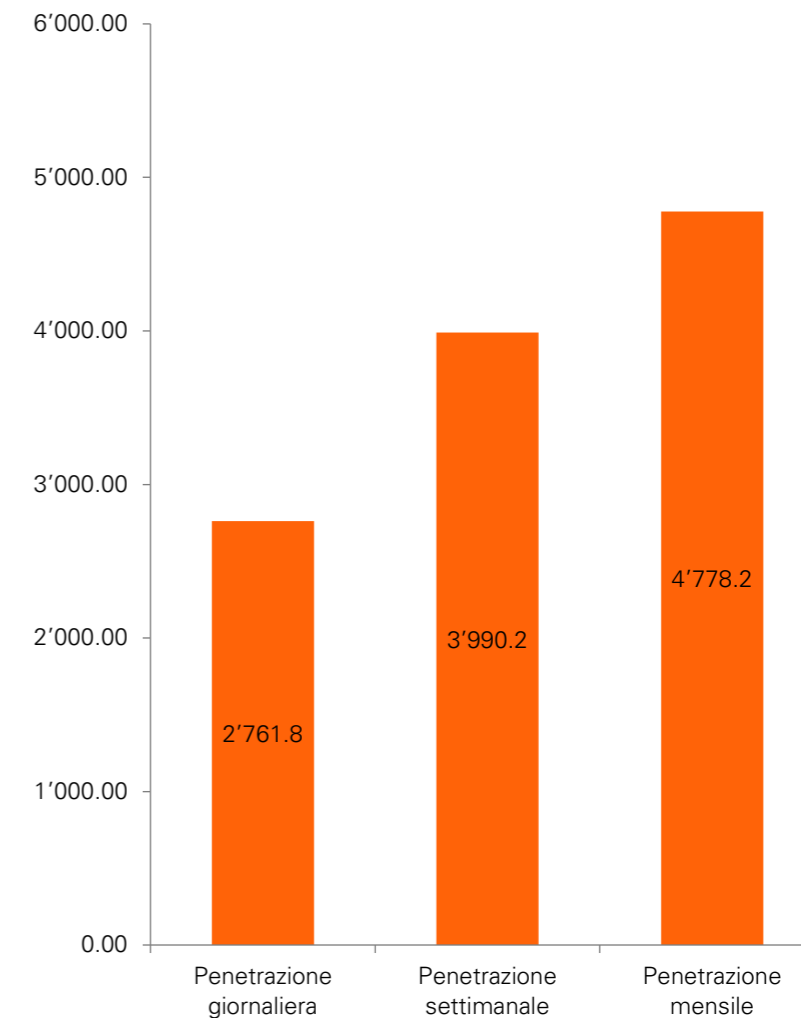
\*Fonte: Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics); periodo: 01.01.2023-30.06.2023  
Universo: 7'272'860 persone  
Base: Svizzera, popolazione 15+\*

## Fruizione online intero mercato svizzero / gruppo mirato 15+ per il confronto incrociato

Andamento nel corso della giornata in '000  
Base Avg. Daily Reach



Ø Penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in '000  
Base: valori cumulati



## Intervallo di fiducia / intervallo di confidenza

Per le sue misurazioni e per la pubblicazione dei dati, Mediapulse si avvale di intervalli di confidenza (anche detti intervalli di fiducia). L'interpretazione dei dati deve avvenire partendo da questo presupposto.

### Perché?

Mediante un campione vengono stimate importanti dimensioni della popolazione statistica (ad es. valori medi o penetrazioni nette). Un campione, pertanto, non fornisce mai dati del tutto precisi, bensì valori approssimativi rispetto al valore reale della popolazione statistica; a tal proposito, l'intervallo di confidenza indica la precisione della valutazione della situazione con una certa probabilità.

### Definizione

«Intervallo aleatorio di valori che viene determinato sulla base di un campione casuale a seguito di una stima di intervallo per un parametro sconosciuto di una popolazione statistica e che corrisponde a una probabilità prestabilita.» (Peter P. Eckstein, Repetitorium Statistik)

O in altre parole...

«L'intervallo di confidenza indica l'intervallo all'interno del quale si colloca con grande e calcolabile probabilità il valore reale.» (Werner Wyss, Marktforschung von A-Z)

### Intervallo di confidenza del 95%

Per il calcolo dell'intervallo di confidenza occorre stabilire la probabilità con la quale si può presupporre di giungere al valore reale. Mediapulse utilizza come probabilità il livello di confidenza del 95%. Questa probabilità viene anche chiamata coefficiente di confidenza. Quando si indica un intervallo di confidenza del 95%, si può essere sicuri al 95% che il valore reale del parametro si trovi all'interno di tale intervallo.

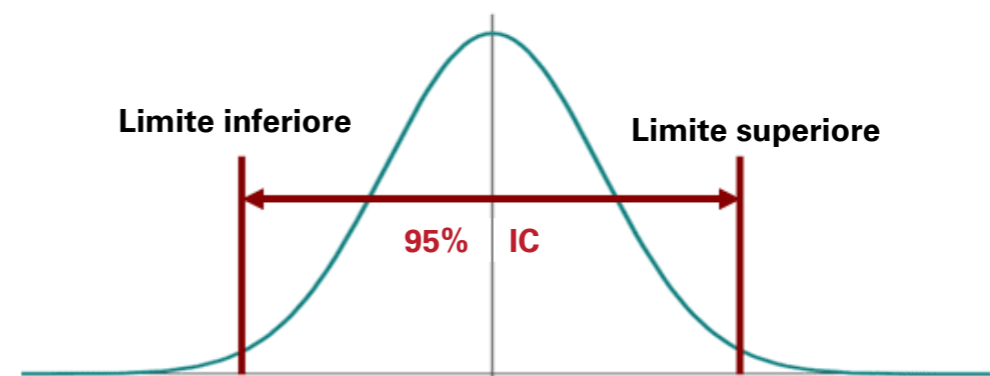
### Calcolo dell'intervallo di confidenza (formula generale)

Per il calcolo dell'intervallo di confidenza è necessaria la funzione di ripartizione del parametro in questione (ad es. del valore medio) nella popolazione statistica. Partendo dal presupposto che questa ripartizione sia distribuita in modo normale, l'intervallo di confidenza per il valore medio si ottiene come segue:

$$IC \text{ per } \mu = \bar{x} \pm z * \frac{s_x}{\sqrt{n-1}}$$

IC = intervallo di confidenza,  $\bar{x}$  = valore medio,  $\pm$  = limite superiore/inferiore,

z = valore z per il livello di confidenza, s = deviazione standard, n = dimensione del campione



## Ulteriori informazioni

### A proposito della pubblicazione semestrale

Mediapulse elabora pubblicazioni semestrali nei settori radio, TV e online.

Dal 1° gennaio 2023, le pubblicazioni semestrali si effettuano con le seguenti cadenze:

- Radio: nella 2ª settimana di gennaio e di luglio
- TV: nella 3ª settimana di gennaio e di luglio
- Online: nella 4ª settimana di gennaio e di luglio

Ulteriori informazioni sul metodo e sui dati delle pubblicazioni semestrali sono disponibili sul sito [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch).

### Altre pubblicazioni

Oltre alle pubblicazioni semestrali relative ai settori radio, TV e online, Mediapulse è responsabile anche dei seguenti studi:

- Time Use Study
- Establishment Survey

### 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](http://www.mediapulse.ch).

### Avete domande? Siamo a vostra completa disposizione.

Mediapulse SA  
[info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 11