



Publicazione semestrale TV

2° semestre 2022

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 TV – 2° semestre 2022

All'inizio di ogni nuovo semestre, Mediapulse pubblica – come servizio gratuito – diverse cifre sul consumo televisivo nel semestre precedente.

Indice

| | |
|--|----|
| • Ascolto nell'intero mercato svizzero | 4 |
| • Ascolto per regione linguistica | 5 |
| • Andamento TV nel corso del semestre in tutta la Svizzera | 8 |
| • Andamento TV nel corso della giornata per regione linguistica | 9 |
| • Televisione in differita per regione linguistica | 15 |
| • Quote di mercato per regione linguistica | 18 |
| • Emittenti TV regionali in possesso di concessioni | 32 |
| • Andamento nel corso della giornata e penetrazioni in tutta la Svizzera | 36 |



Breve descrizione del metodo

La ricerca sulla fruizione della TV in Svizzera si basa su un sistema di misurazione TV ibrido, grazie al quale la ricerca esistente sui panel viene arricchita con i dati ricavati dai set-top box digitali. Il sistema di misurazione TV ibrido aumenta la granularità dei dati sulla fruizione della TV.

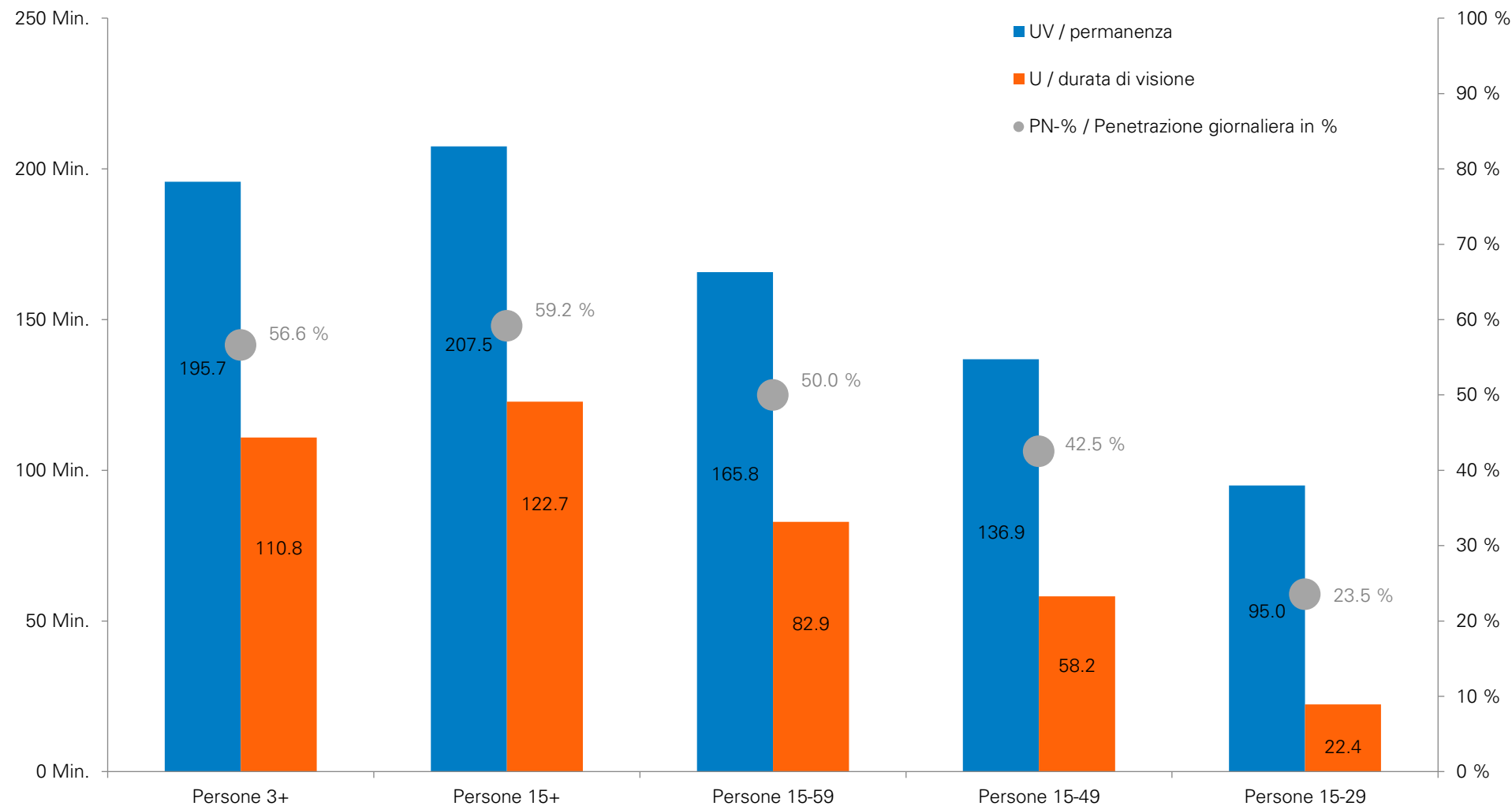
- **Universo:** persone dai 3 anni in su in economie domestiche private con almeno un televisore
- **Dimensione dell'universo:** ~7.5 milioni di persone
- **Dimensione del campione:** 4'366 persone / 1'969 economie domestiche
- **Metodo:** misurazione tecnica continua basata sull'audio matching (offerte televisive) o sul router meter (offerte streaming/video) e sui dati ricavati dai set-top box
- **Contesto di fruizione:** generalmente all'interno delle economie domestiche (at-home focus), tenendo conto dell'ascolto in differita fino a sette giorni dopo la messa in onda. Ascolto televisivo esclusivamente su televisori tradizionali. Offerte di immagini in movimento residue misurabili su tutti gli schermi (ovvero anche tramite PC, laptop, tablet o smartphone e anche fuori casa) che non fanno ancora parte della valutazione.
- **Per maggiori informazioni sul metodo:** www.mediapulse.ch/tv





Ascolto nell'intero mercato svizzero

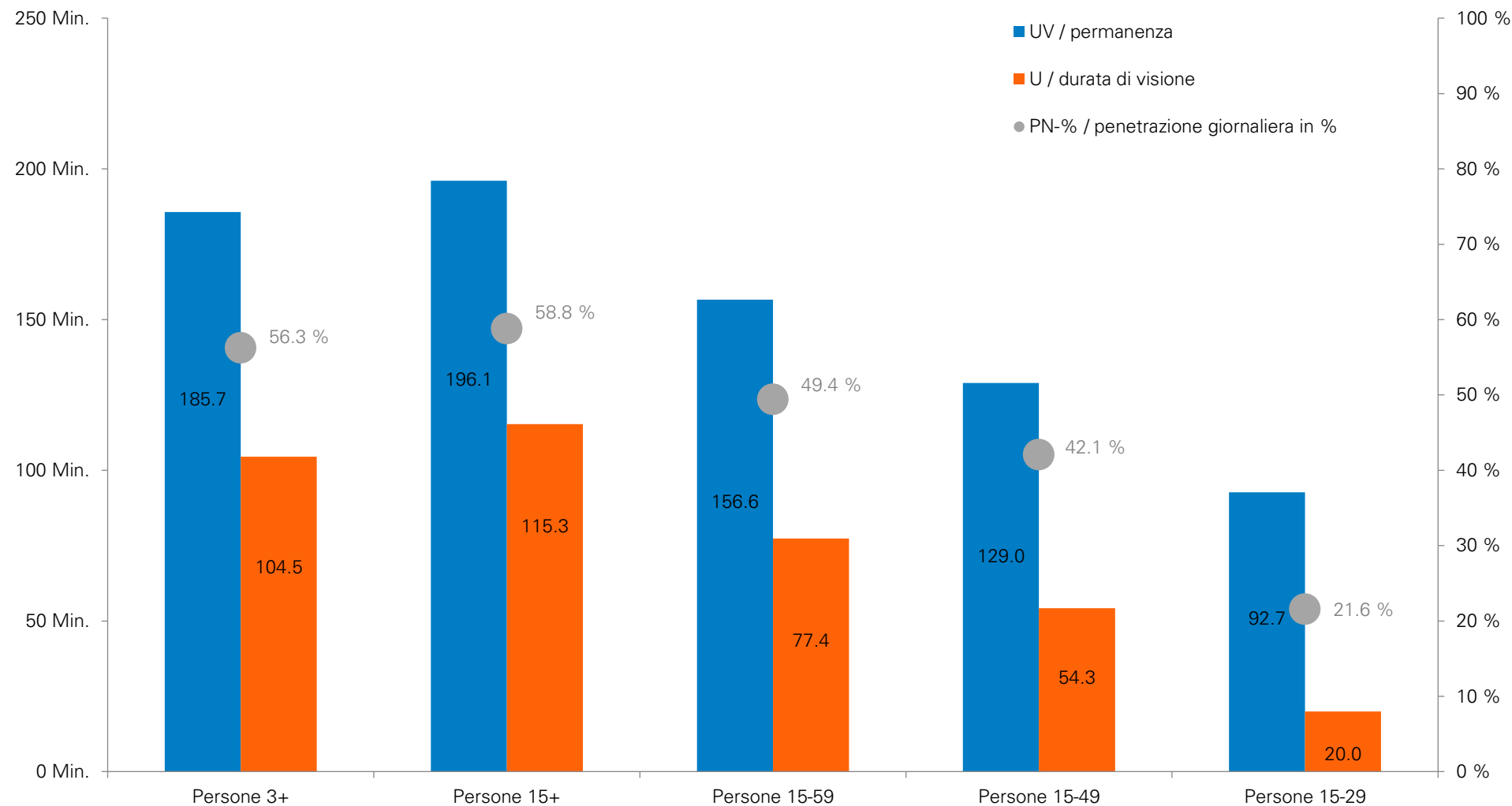
Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per fasce d'età





Ascolto nella Svizzera tedesca

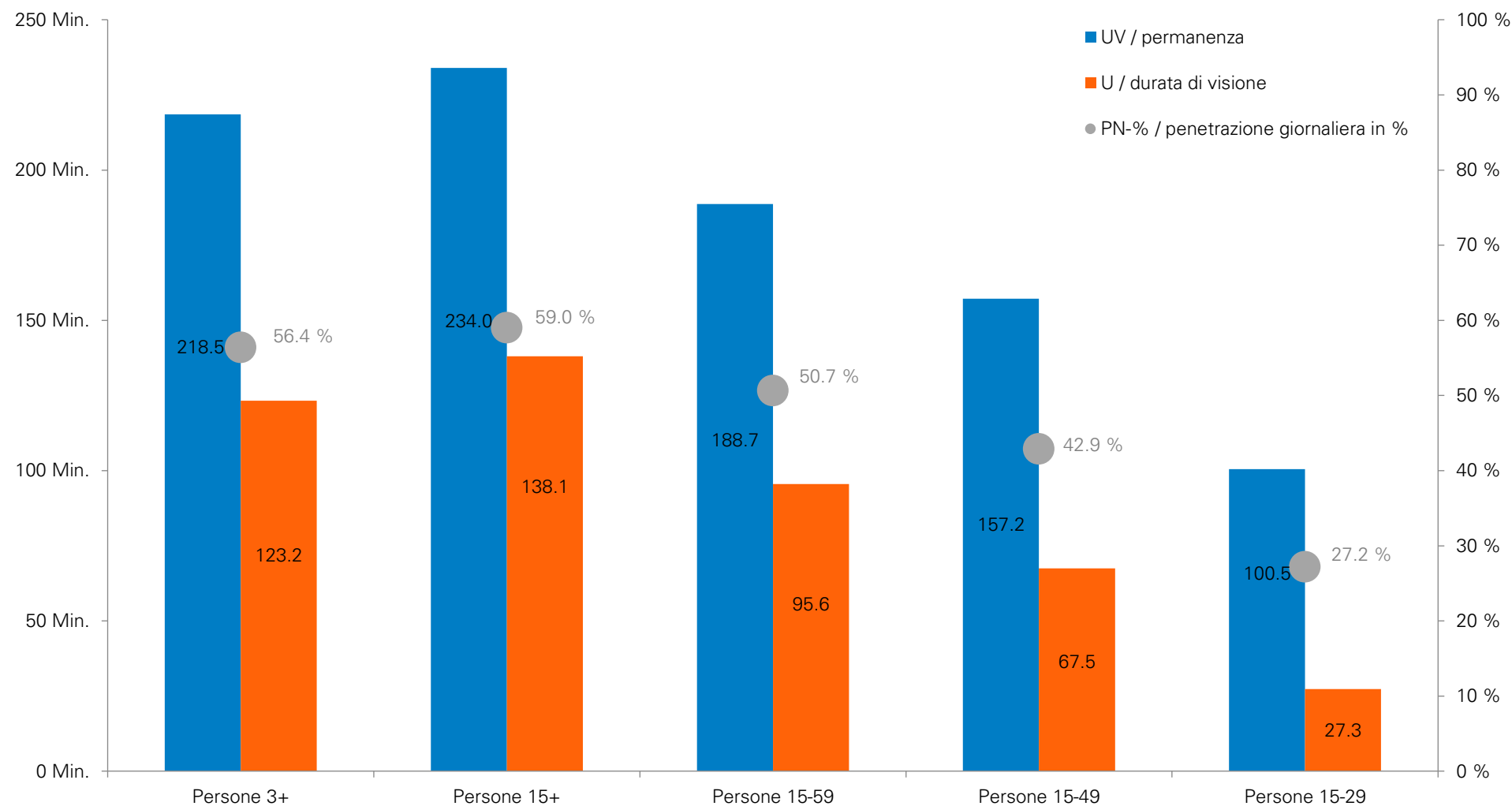
Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per fasce d'età





Ascolto nella Svizzera francese

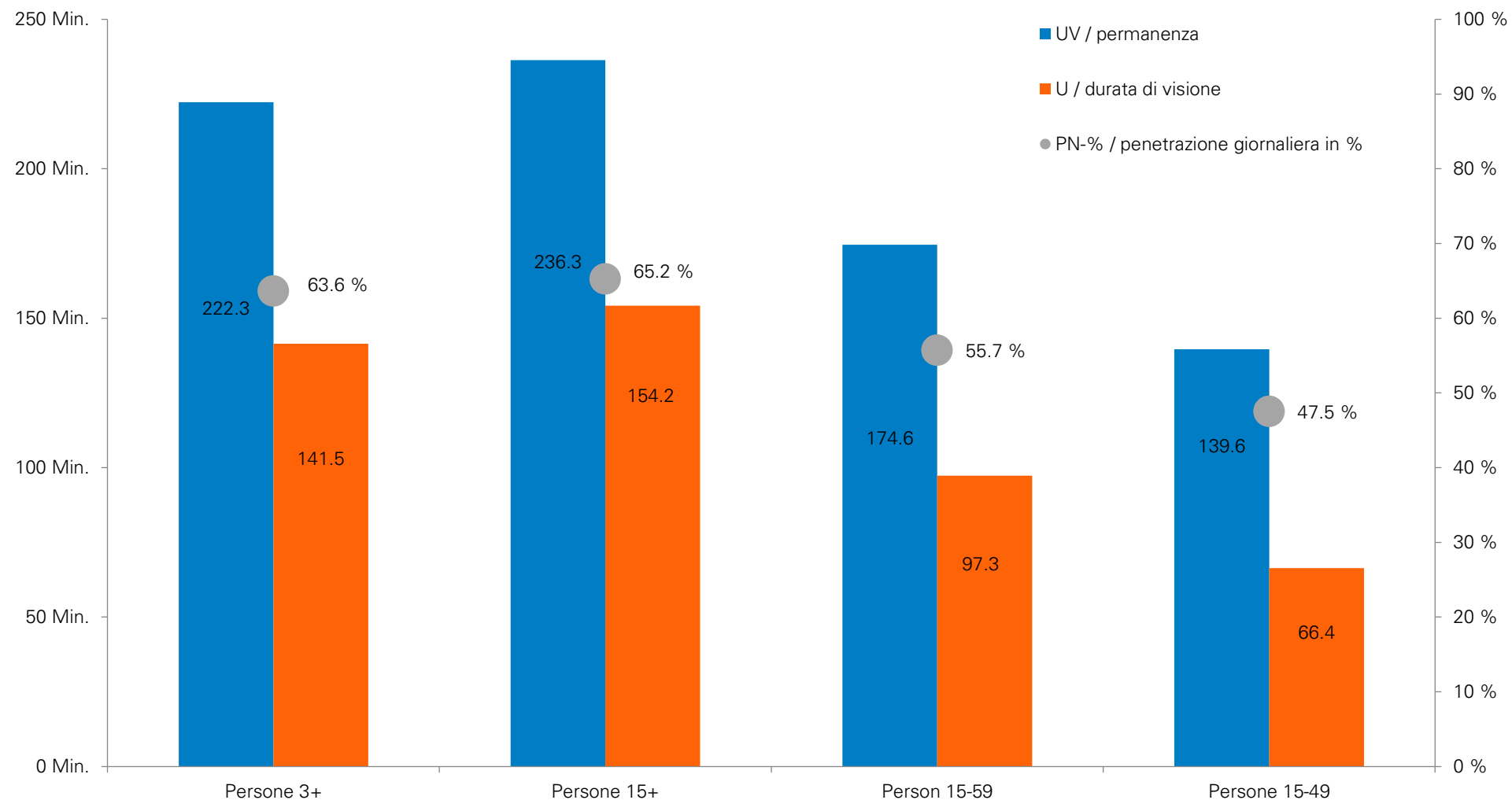
Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per fasce d'età





Ascolto nella Svizzera italiana

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





Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2022 – 31.12.2022

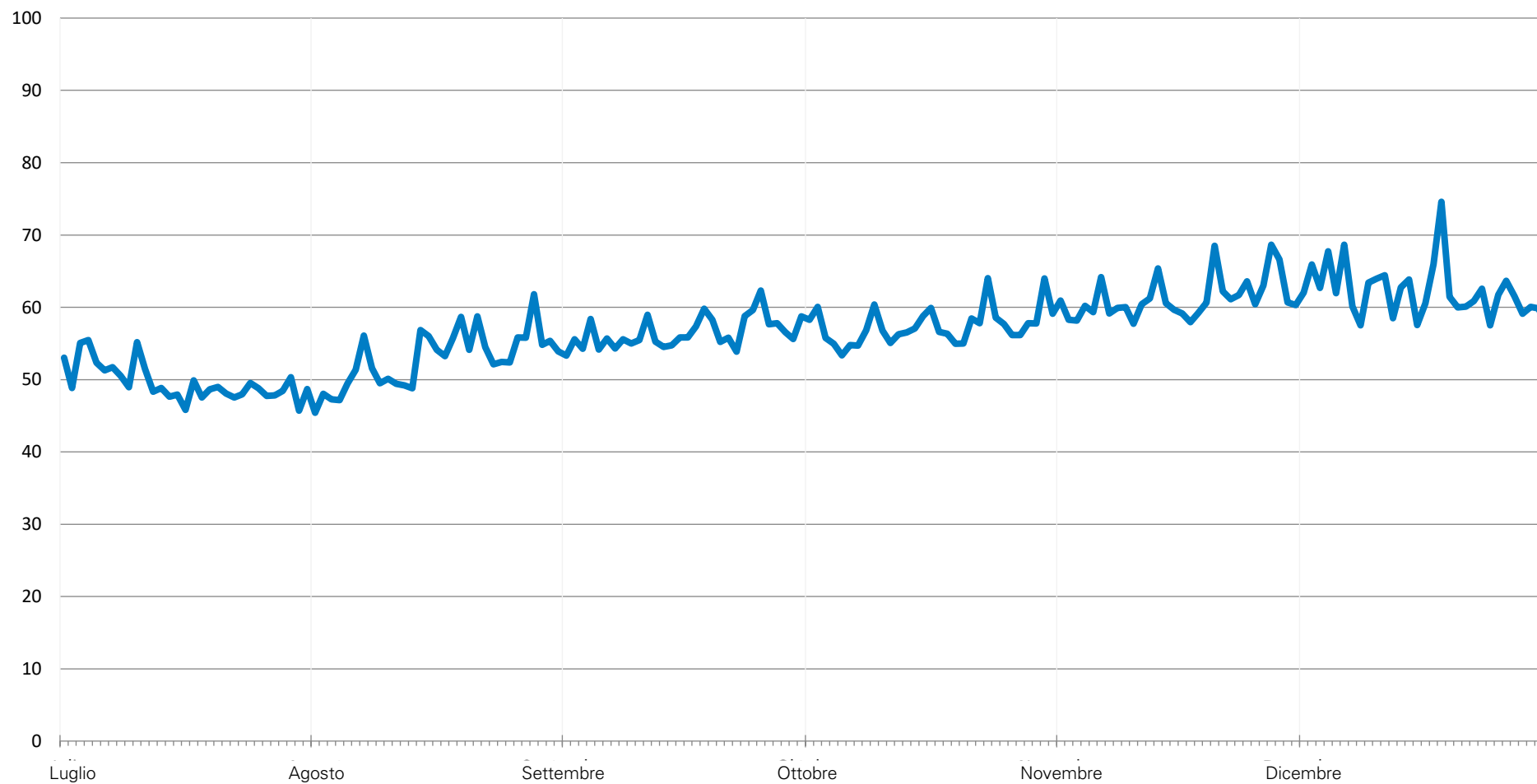
Universo: 7'498'000 persone

Campione (base sample): 4'336 (gruppo target 3+ con ospiti)

TV totale, 24 h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso del semestre in tutto il mercato

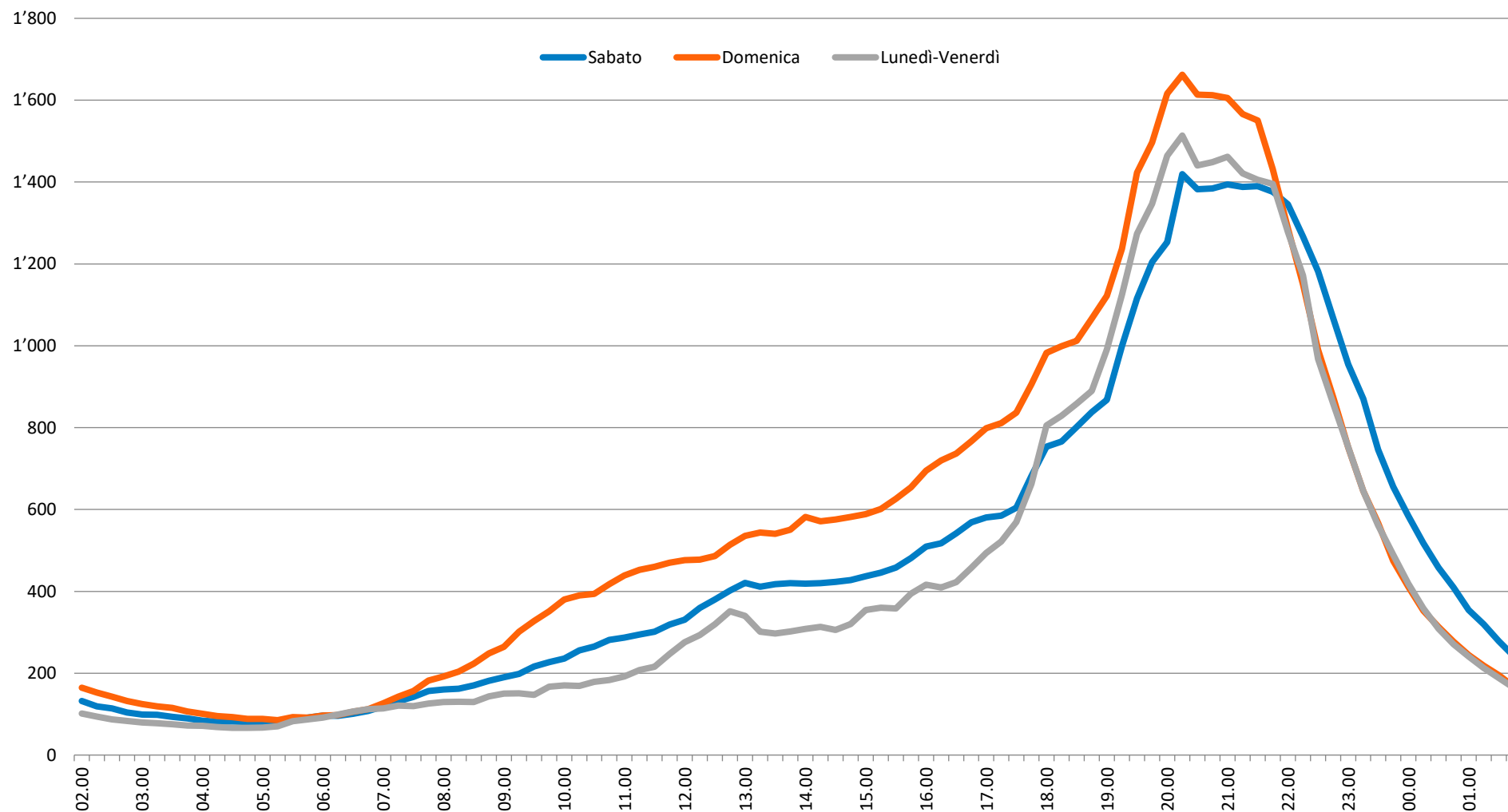
Penetrazione giornaliera netta in percentuale





Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera tedesca

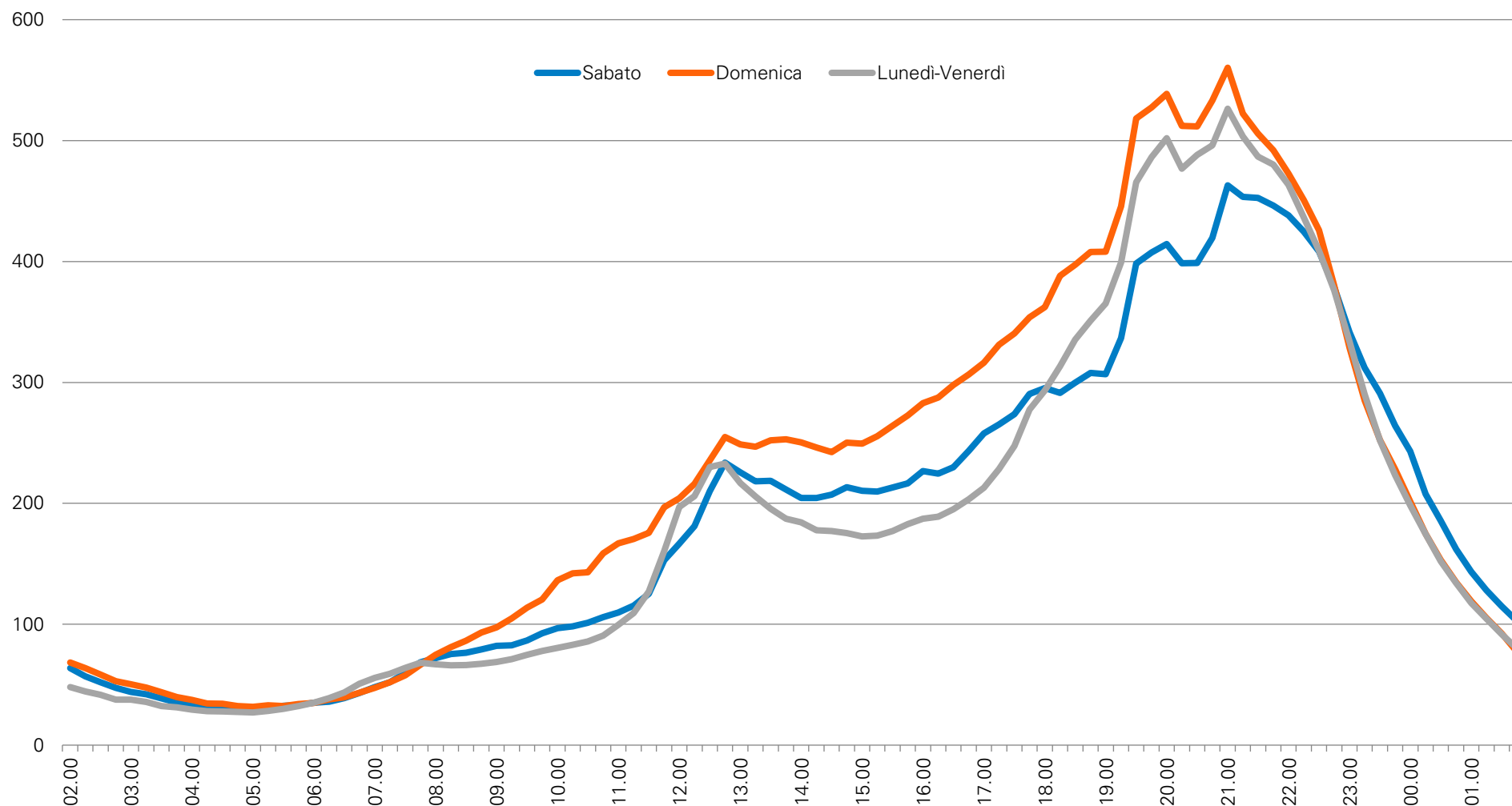
Penetrazione netta in percentuale, 3+





Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera francese

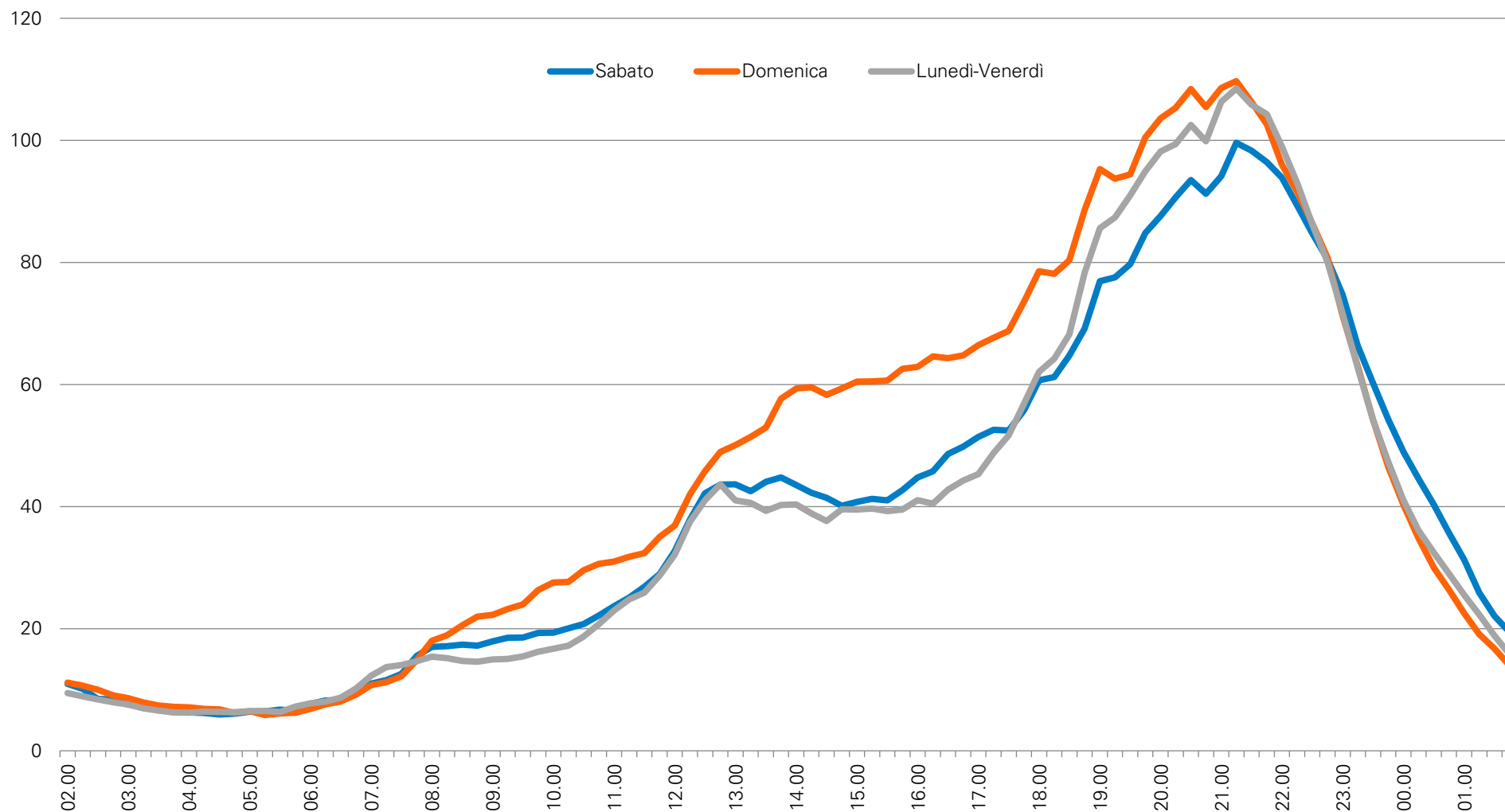
Penetrazione netta in percentuale, 3+





Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera italiana

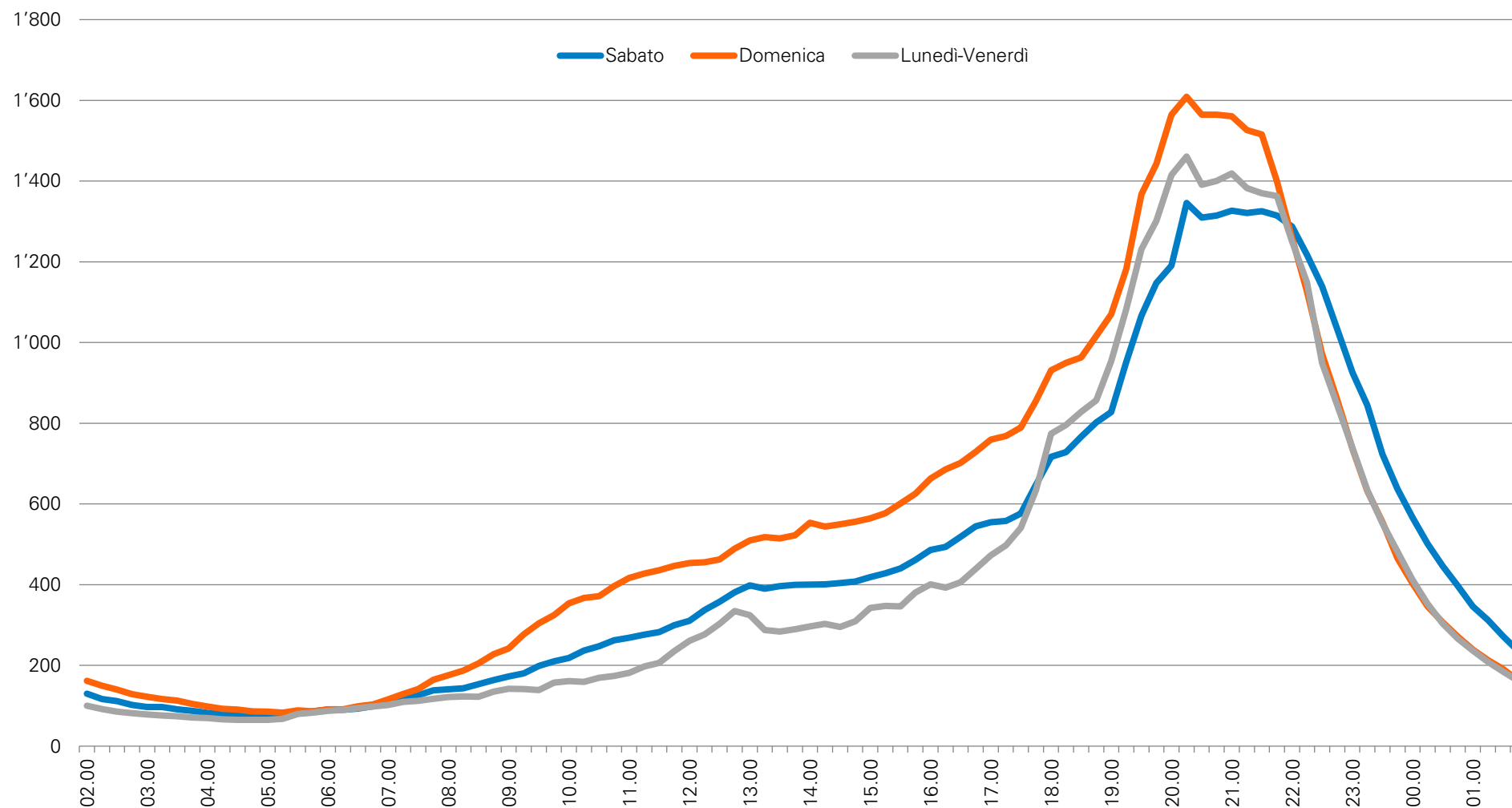
Penetrazione netta in percentuale, 3+





Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera tedesca

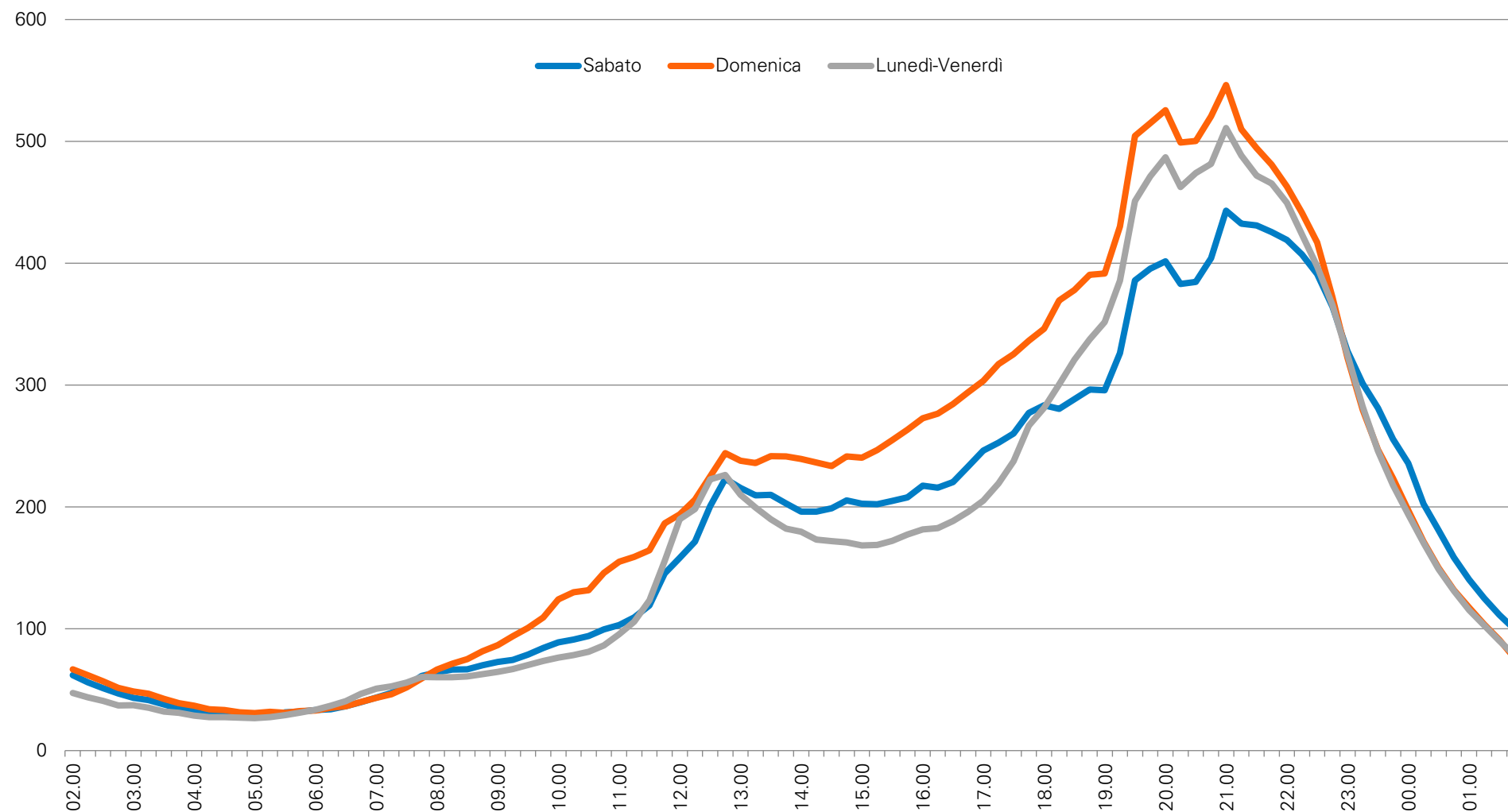
Penetrazione netta in percentuale, 15+





Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera francese

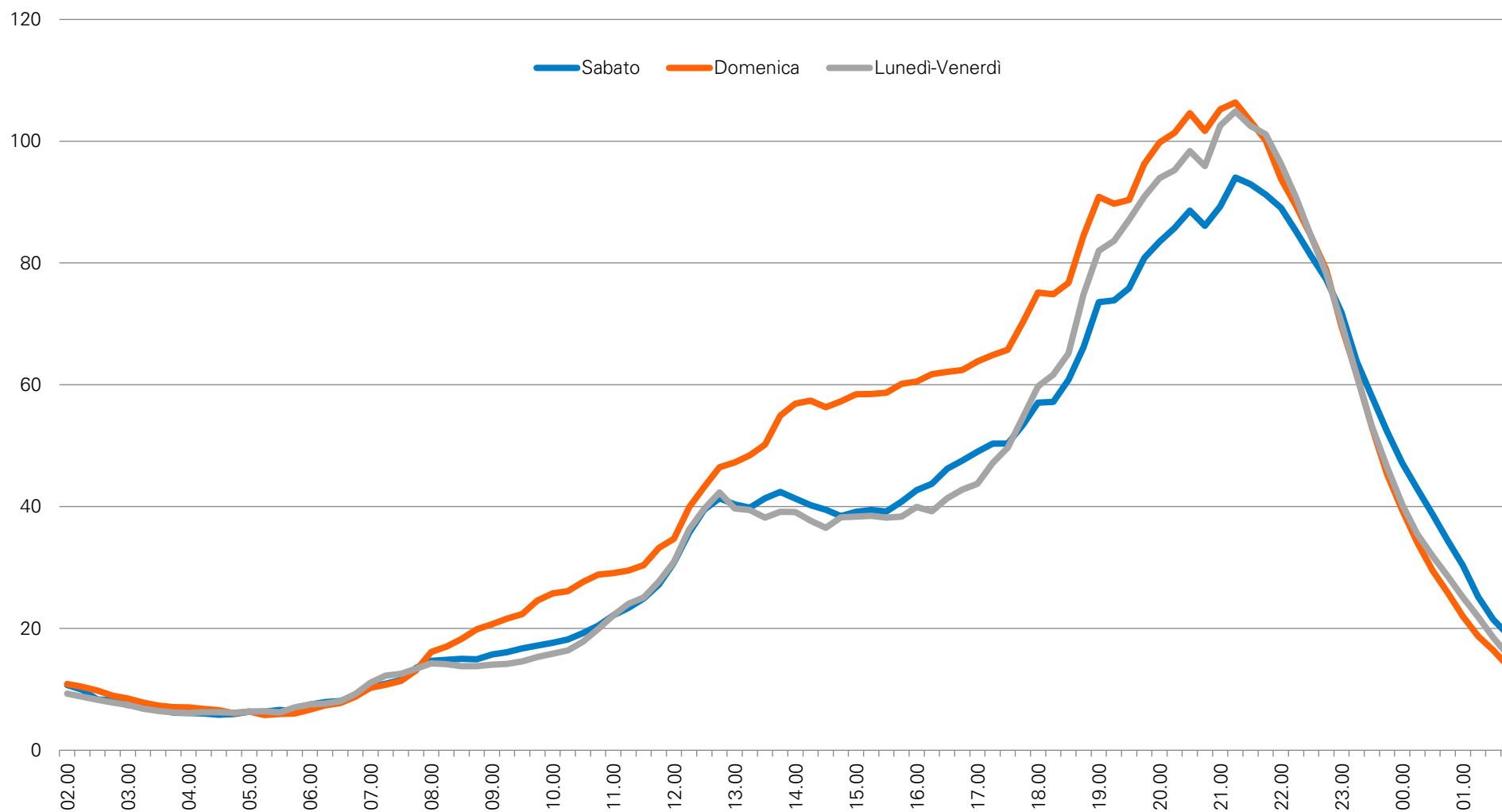
Penetrazione netta in percentuale, 15+





Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera italiana

Penetrazione netta in percentuale, 15+

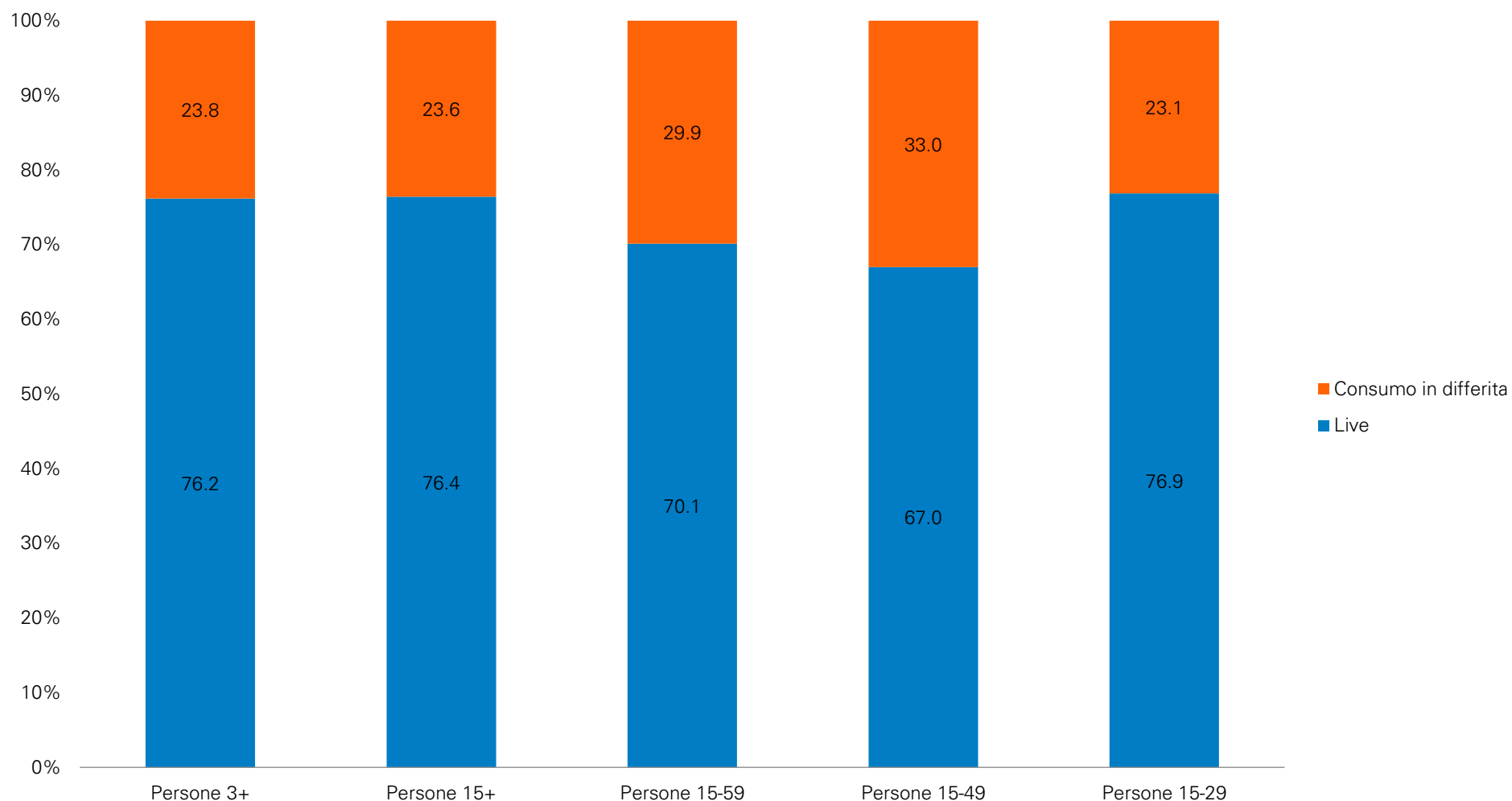




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2022 – 31.12.2022
Universo: 5'284'000 (3+) / 4'645'000 (15+) / 3'242'000 (15-59) / 2'400'000 (15-49) / 909'000 (15-29)
Campione (base sample): 2'322 / 2'004 / 1'160 / 746 / 294 (tutti i gruppi target con ospiti)
TV totale, 24 h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7, Live vs. TSV (Time-Shifted-Viewing) nel complesso

TV in differita nella Svizzera tedesca

Quota di fruizione TV complessiva in base alla durata di visione

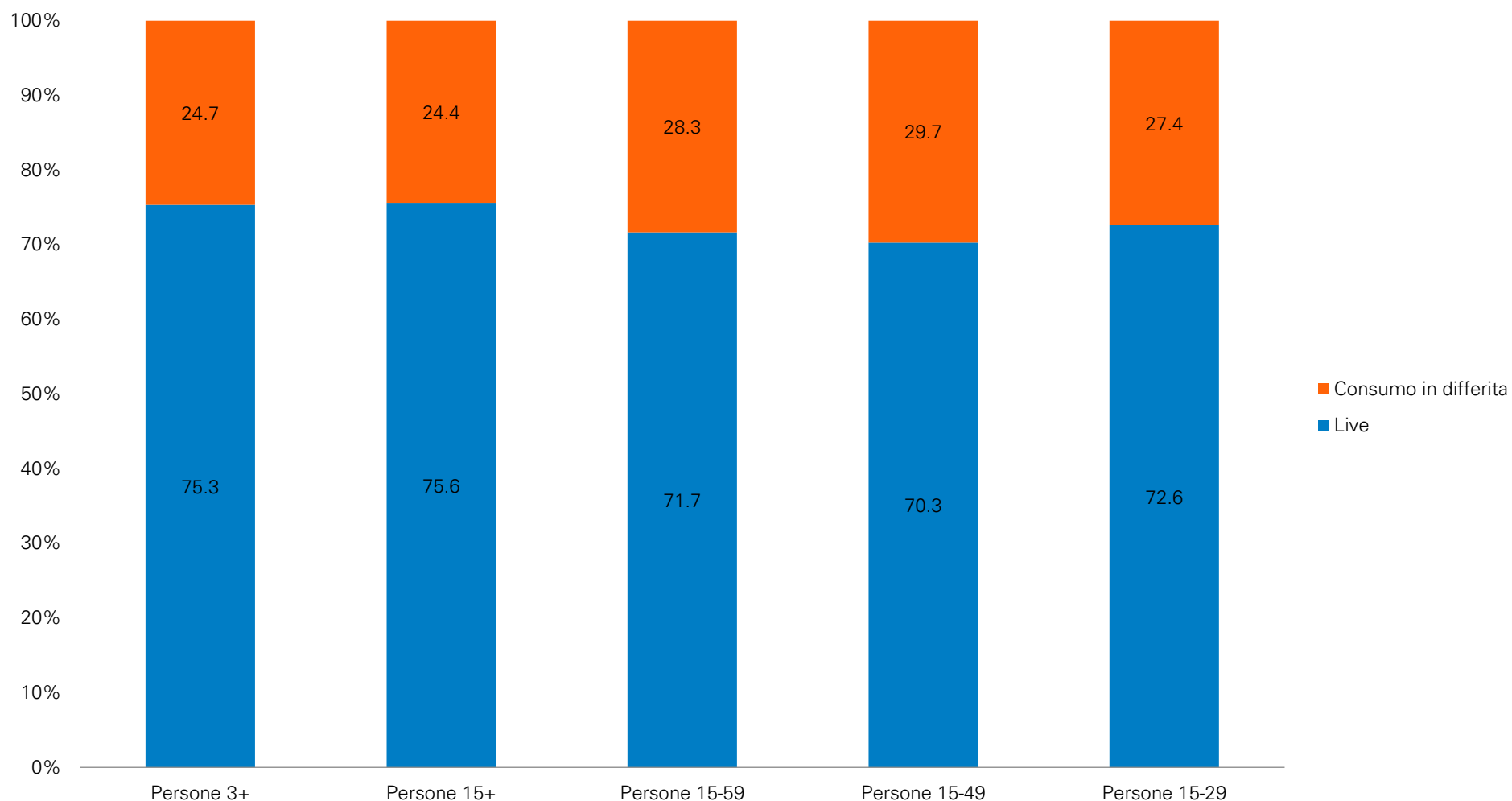




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2022 – 31.12.2022
Universo: 1'878'000 (3+) / 1'628'000 (15+) / 1'177'000 (15-59) / 892'000 (15-49) / 350'000 (15-29)
Campione (base sample): 1'405 / 1'214 / 739 / 502 / 220 (tutti i gruppi target con ospiti)
TV totale, 24 h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7, Live vs. TSV (Time-Shifted-Viewing) nel complesso

TV in differita nella Svizzera francese

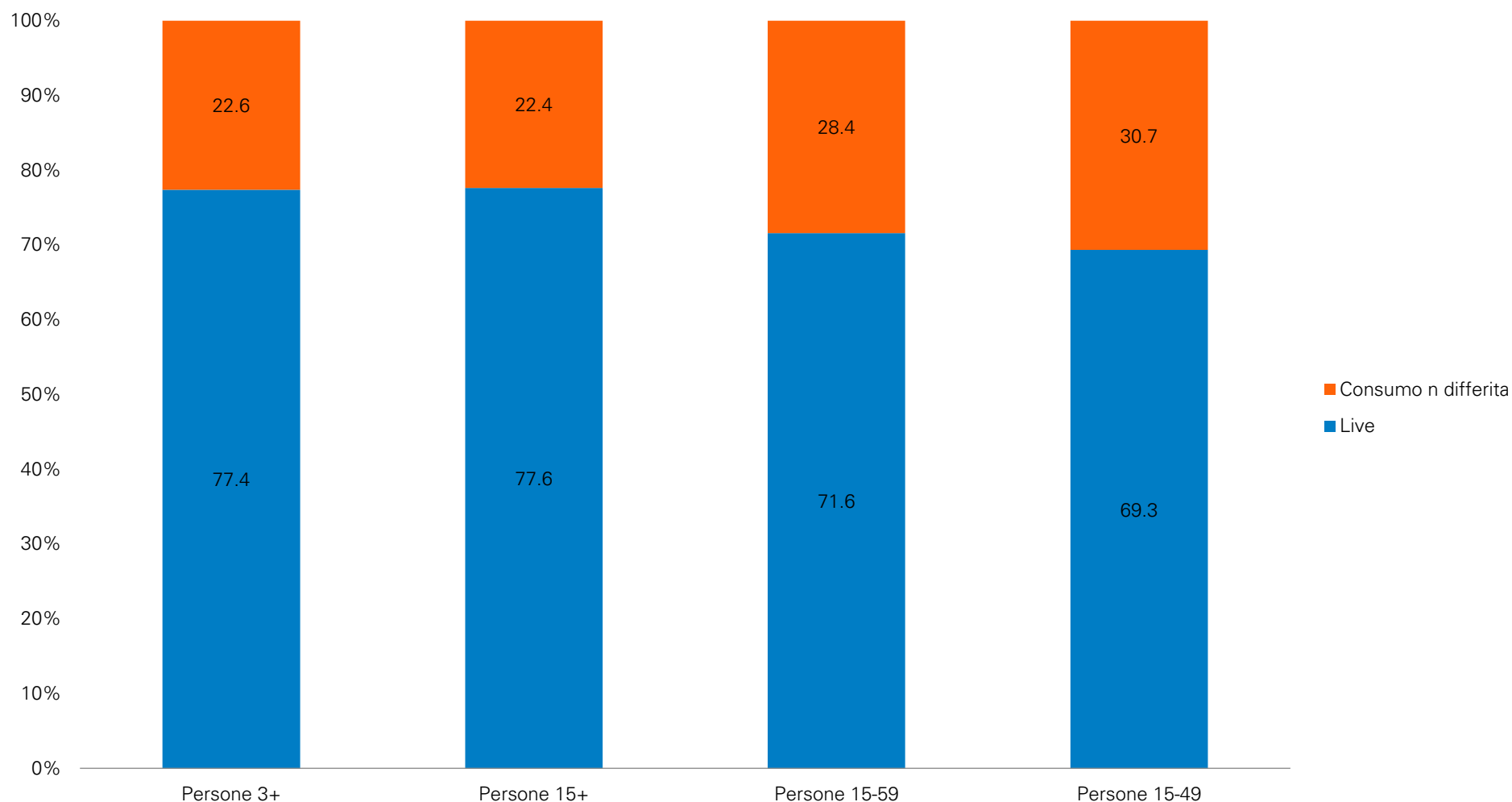
Quota di fruizione TV complessiva in base alla durata di visione





TV in differita nella Svizzera italiana

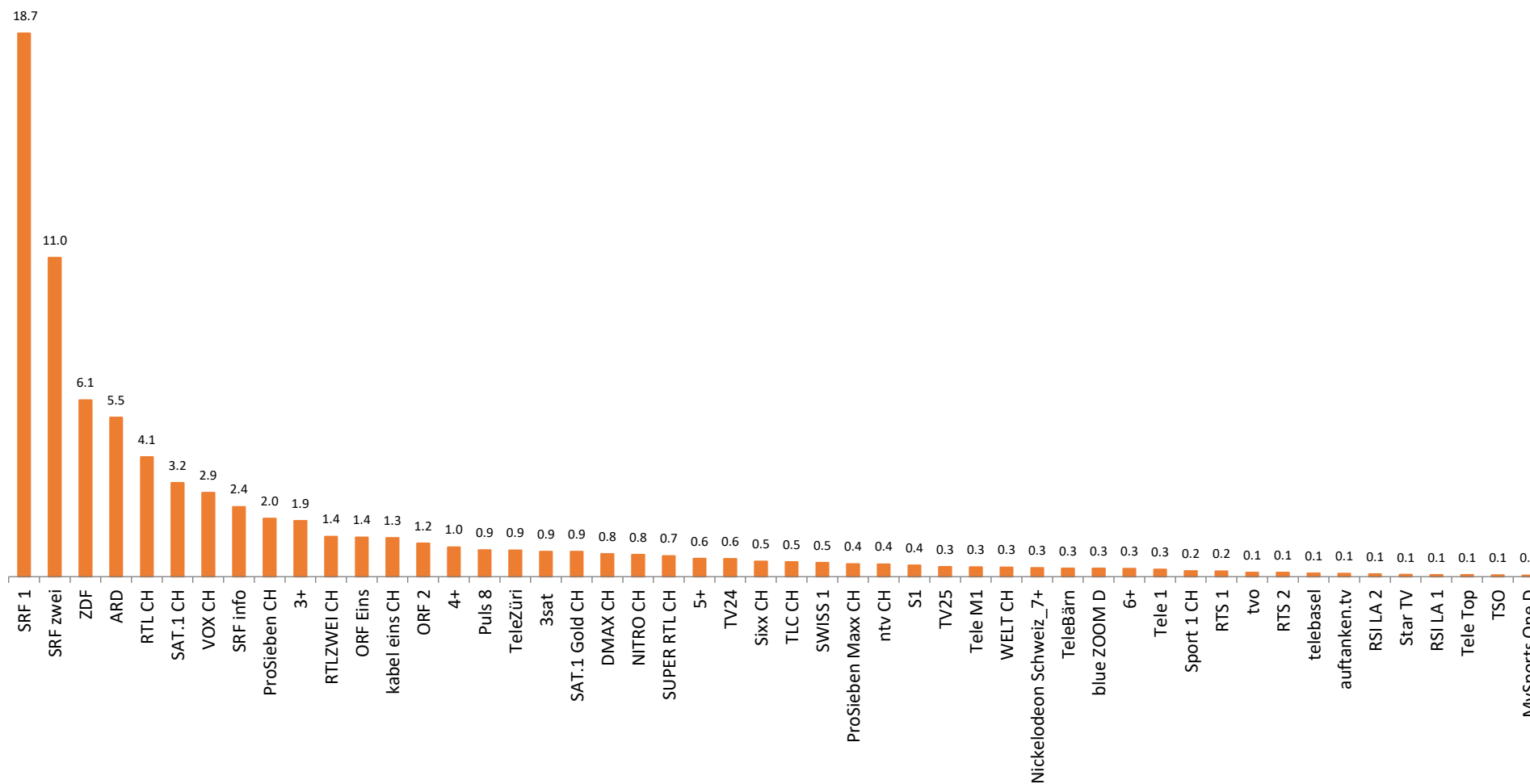
Quota di fruizione TV complessiva in base alla durata di visione





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

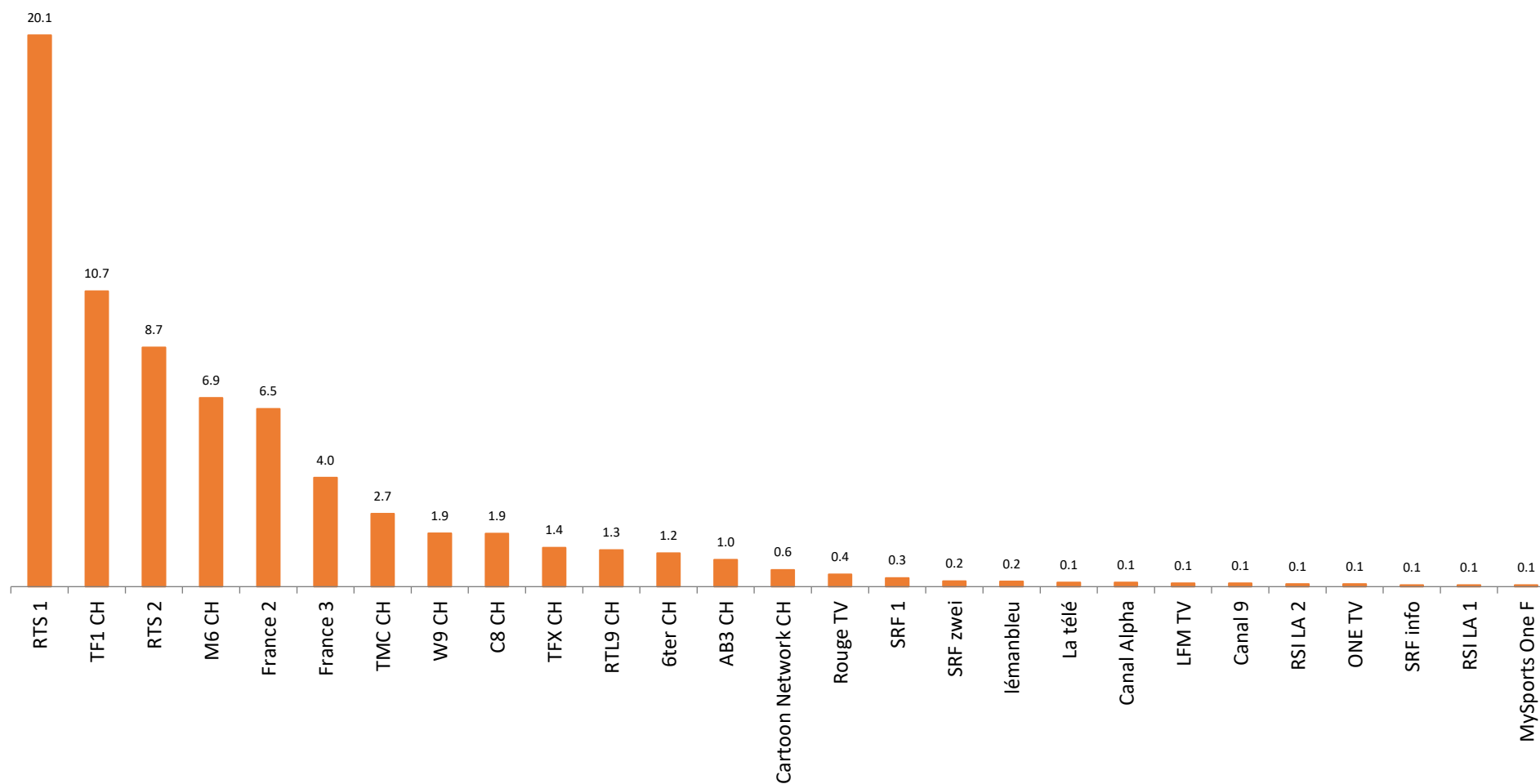
Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2022 – 31.12.2022

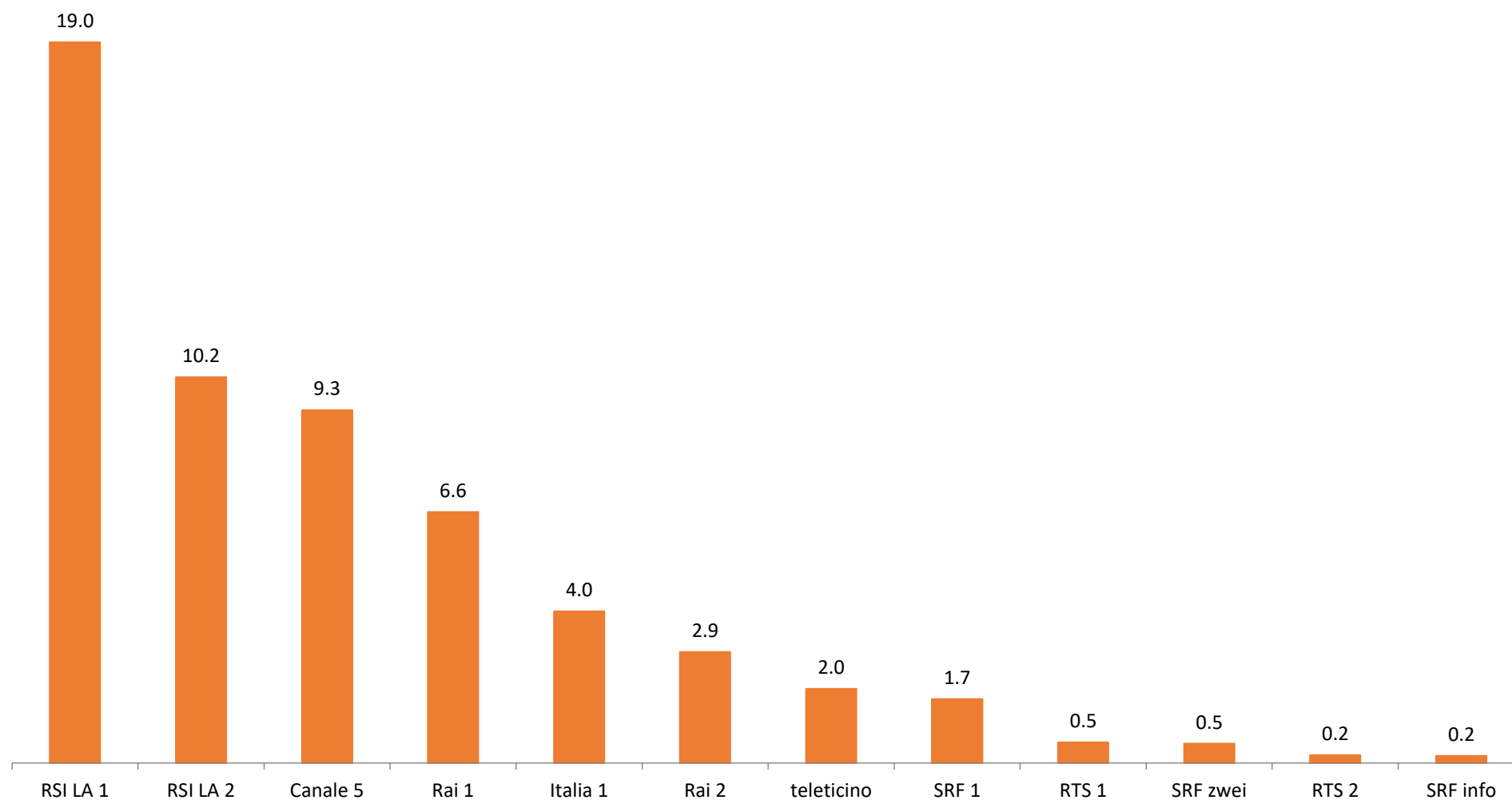
Universo: 336'000 persone

Campione (base sample): 638, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7

Emittenti non elencate: Quota di mercato = 42.7

Quote di mercato nella Svizzera italiana

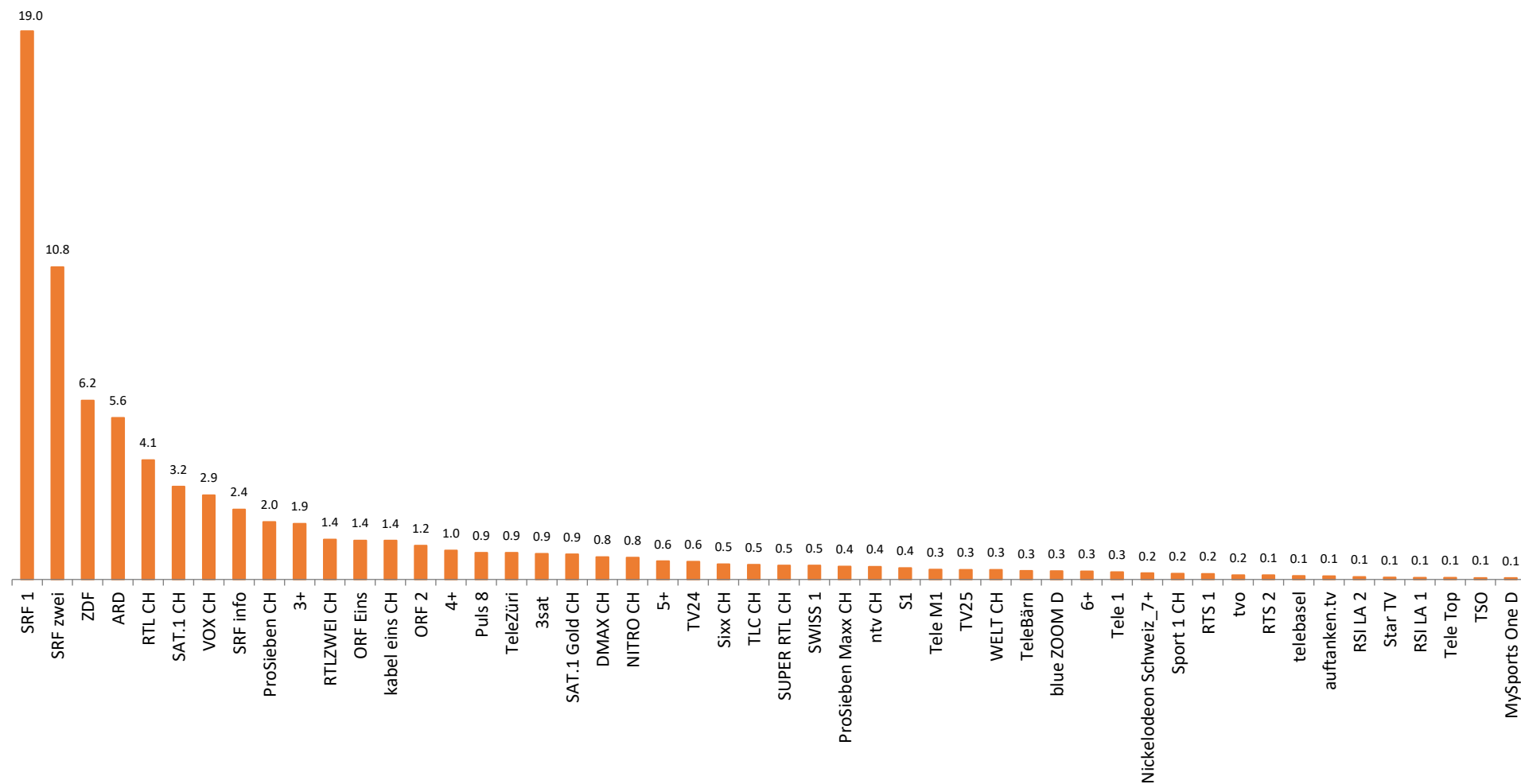
Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

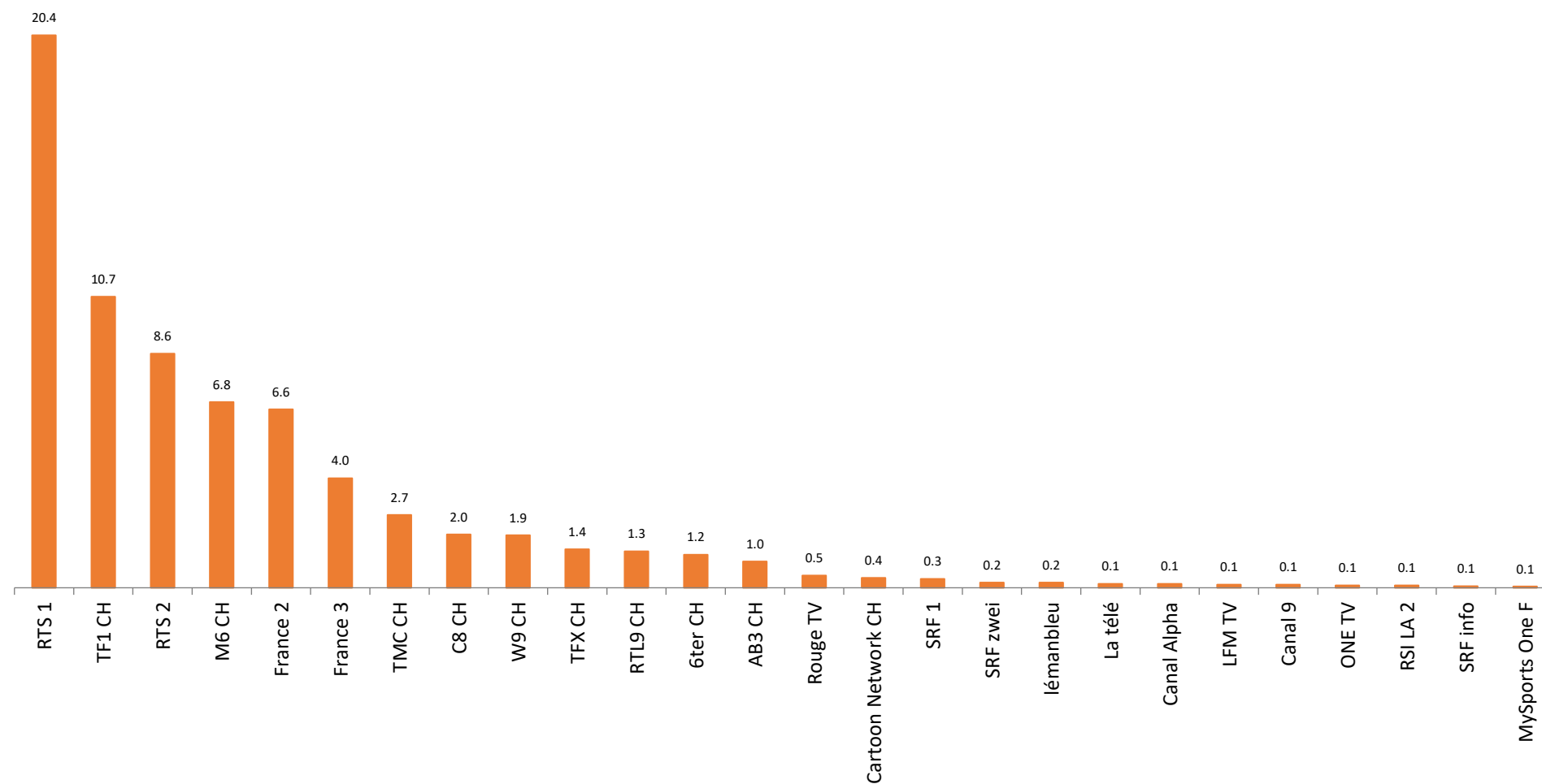
Persone 15+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

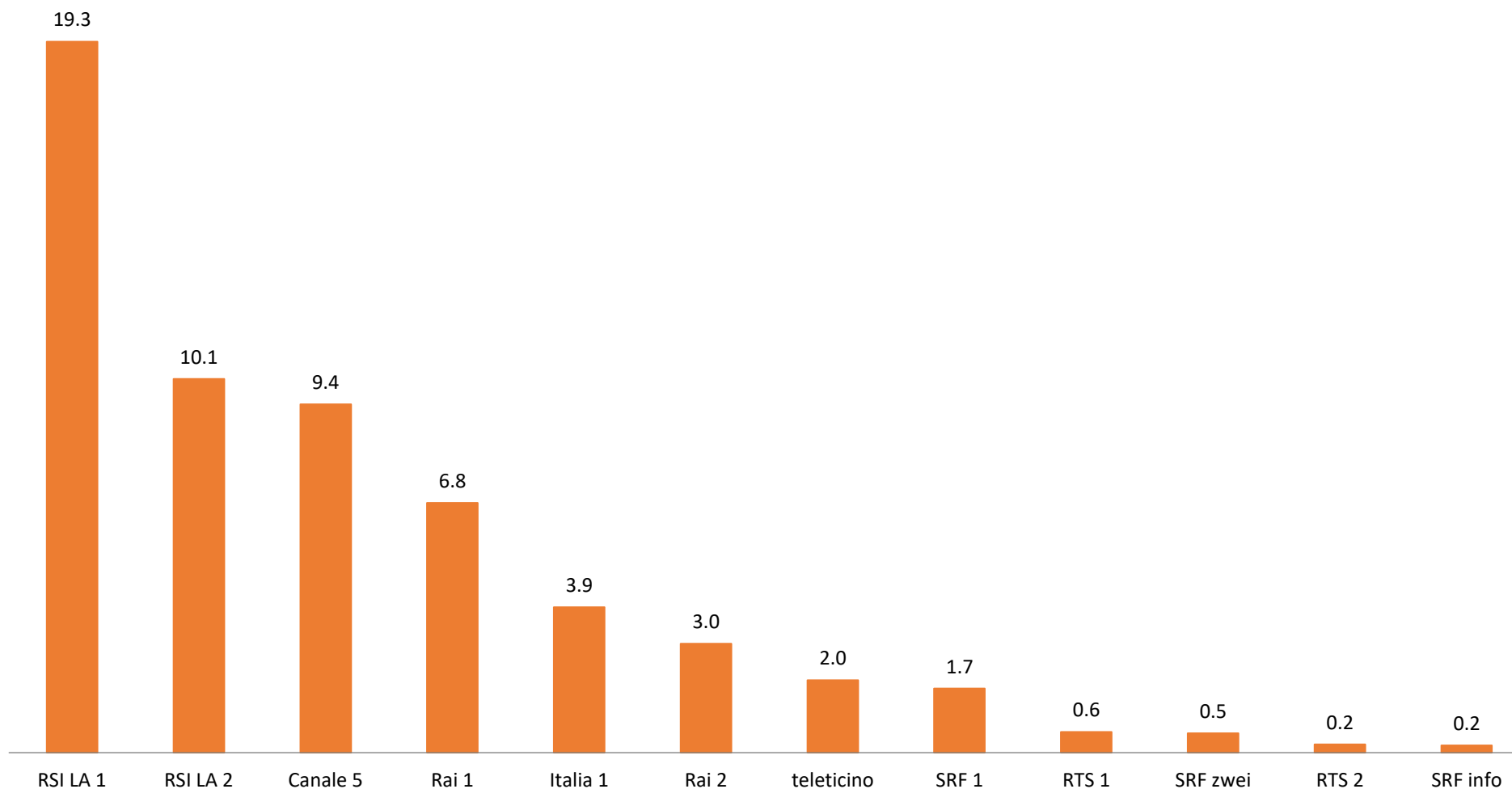
Persone 15+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

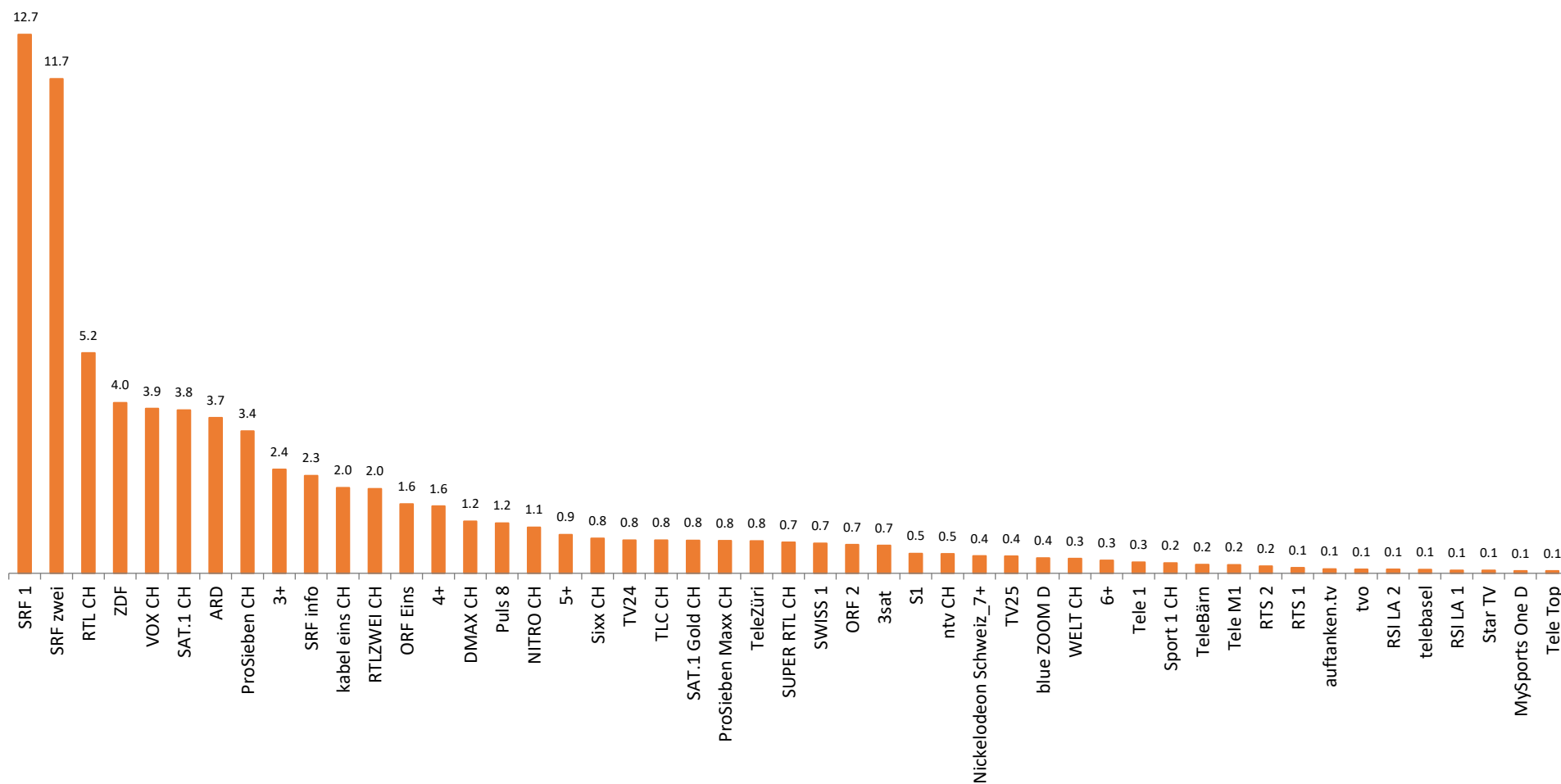
Persone 15+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2022 – 31.12.2022

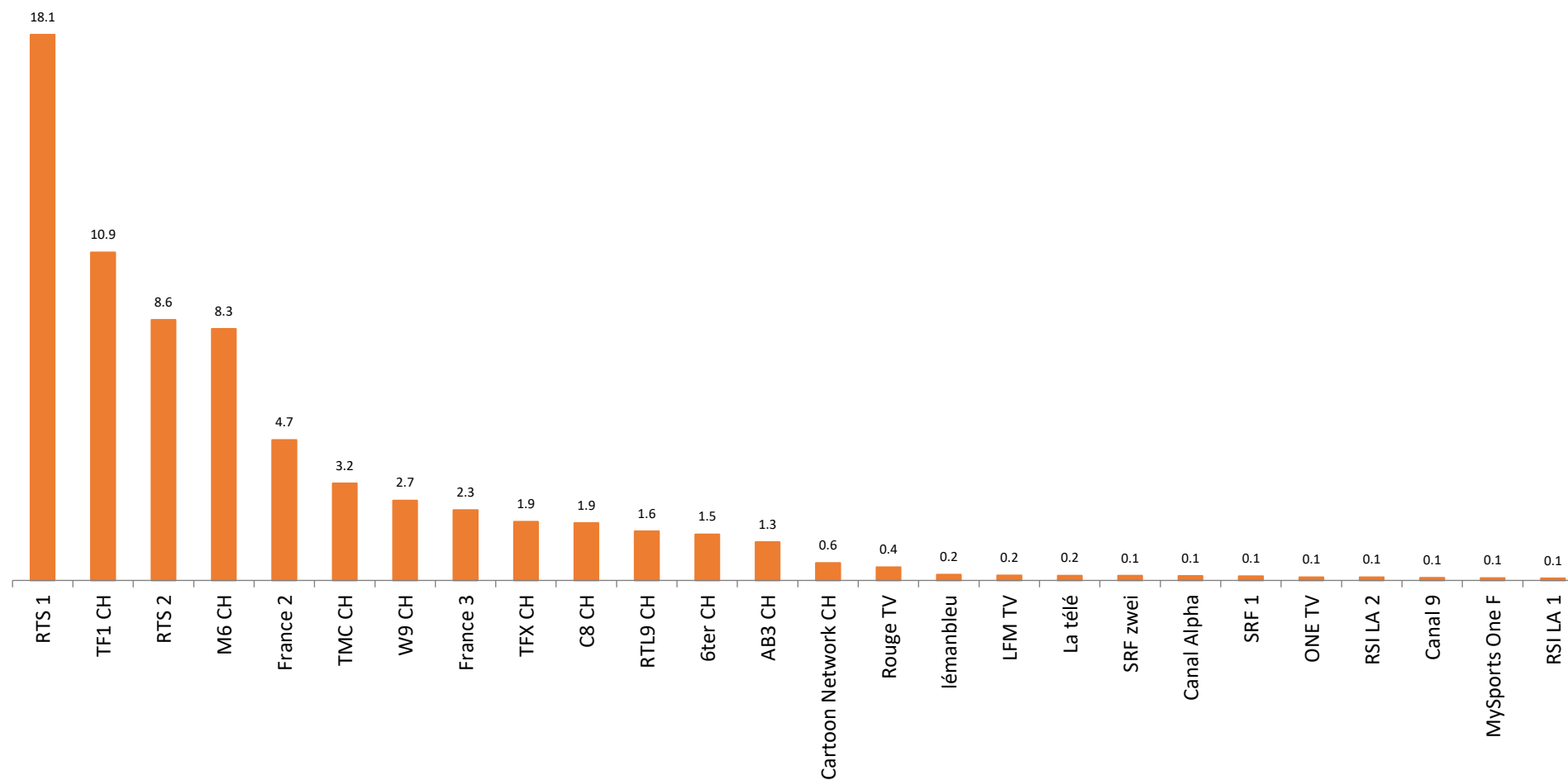
Universo: 1'177'000 persone

Campione (base sample): 739, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7

Emittenti non elencate: Quota di mercato = 30.5

Quote di mercato nella Svizzera francese

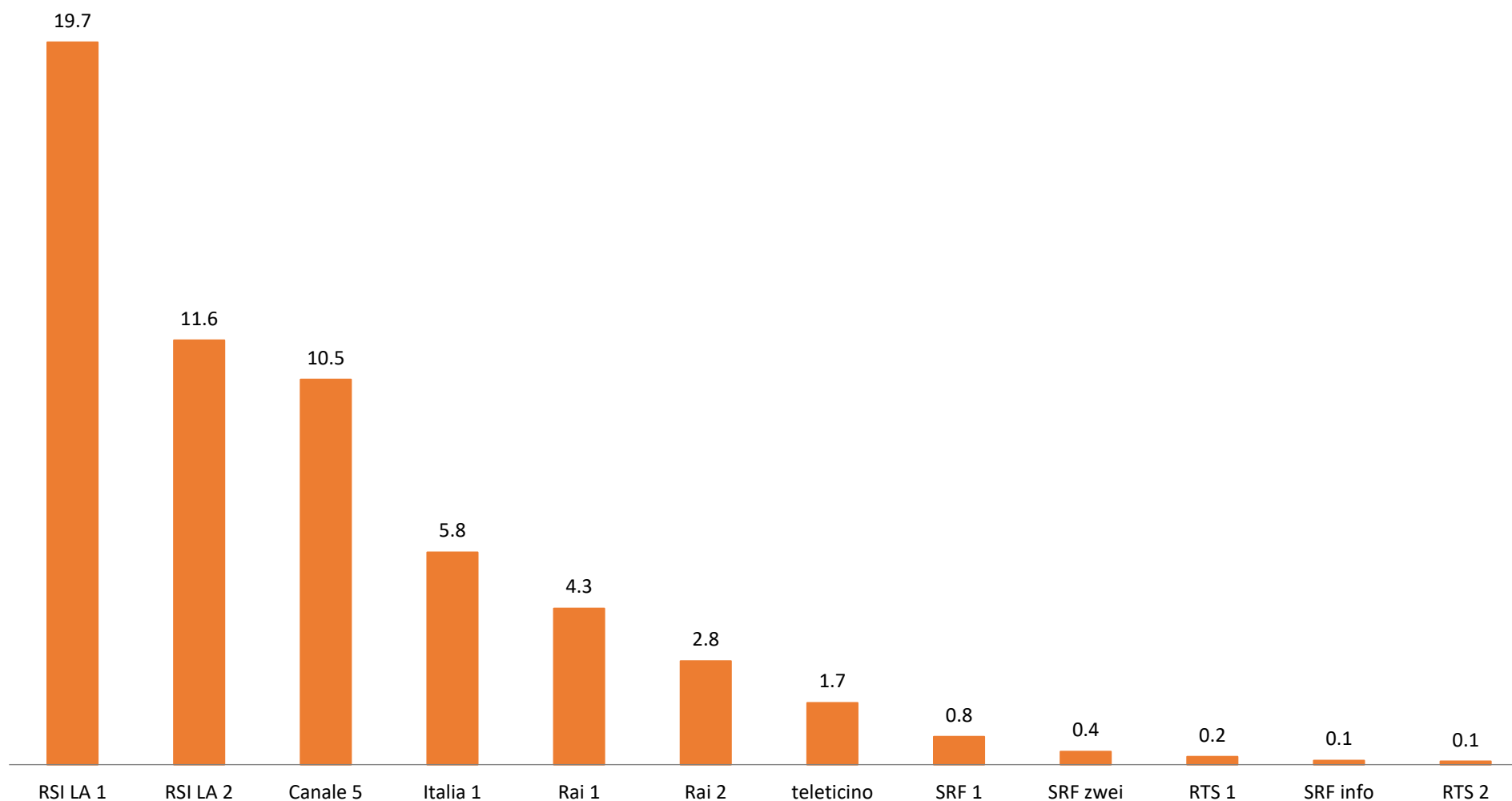
Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

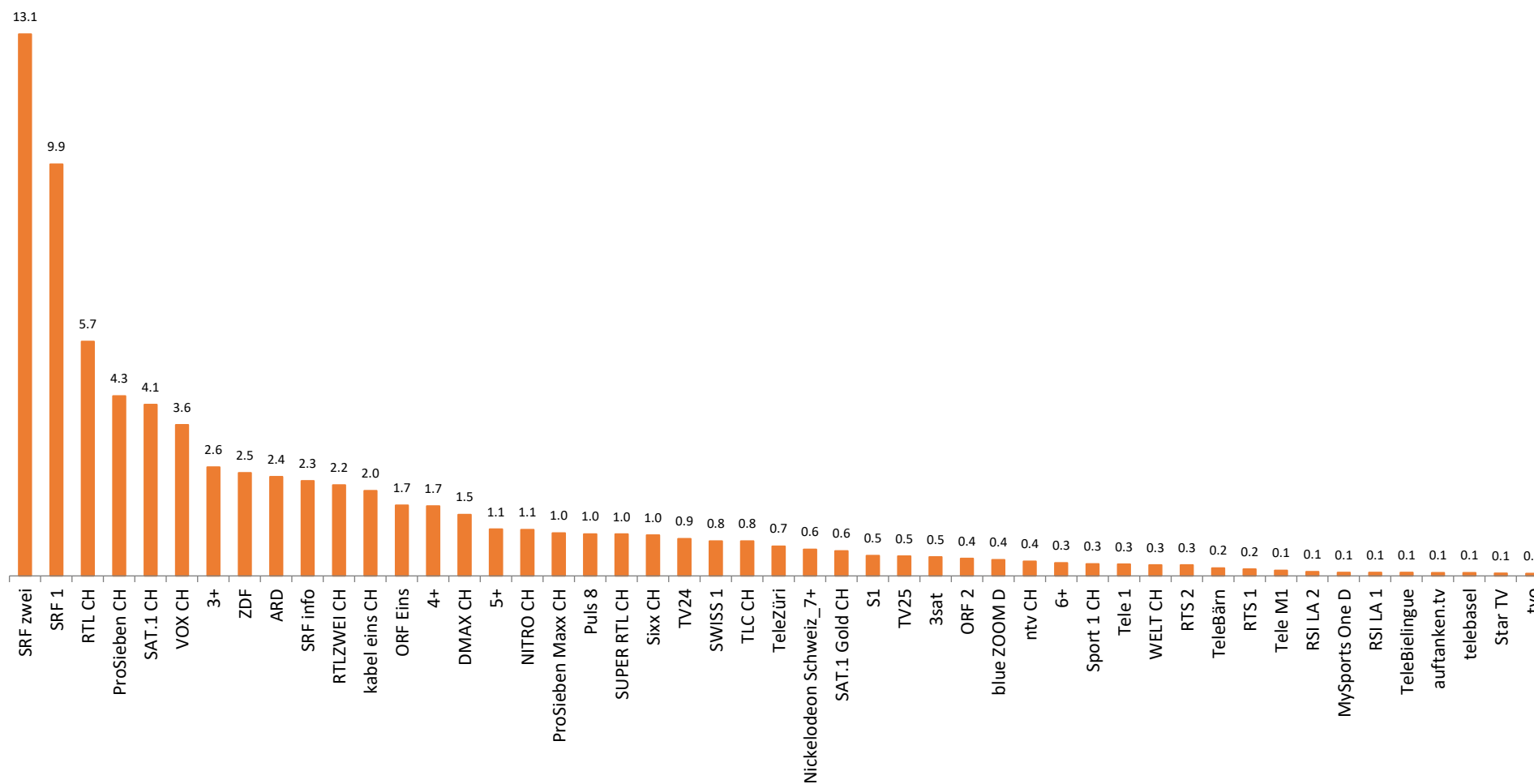
Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2022 – 31.12.2022

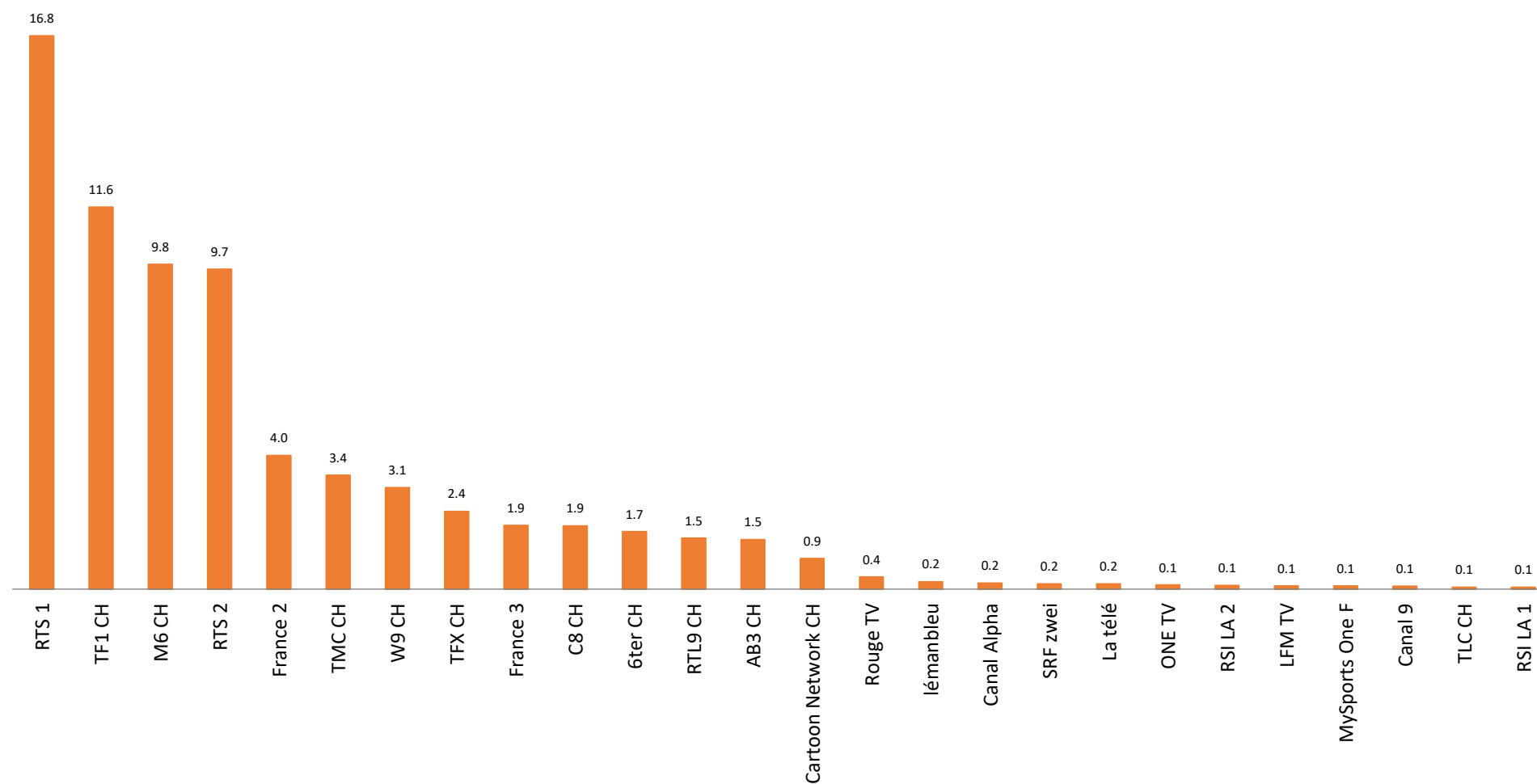
Universo: 892'000 persone

Campione (base sample): 502, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7

Emittenti non elencate: Quota di mercato = 28.0

Quote di mercato nella Svizzera francese

Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2022 – 31.12.2022

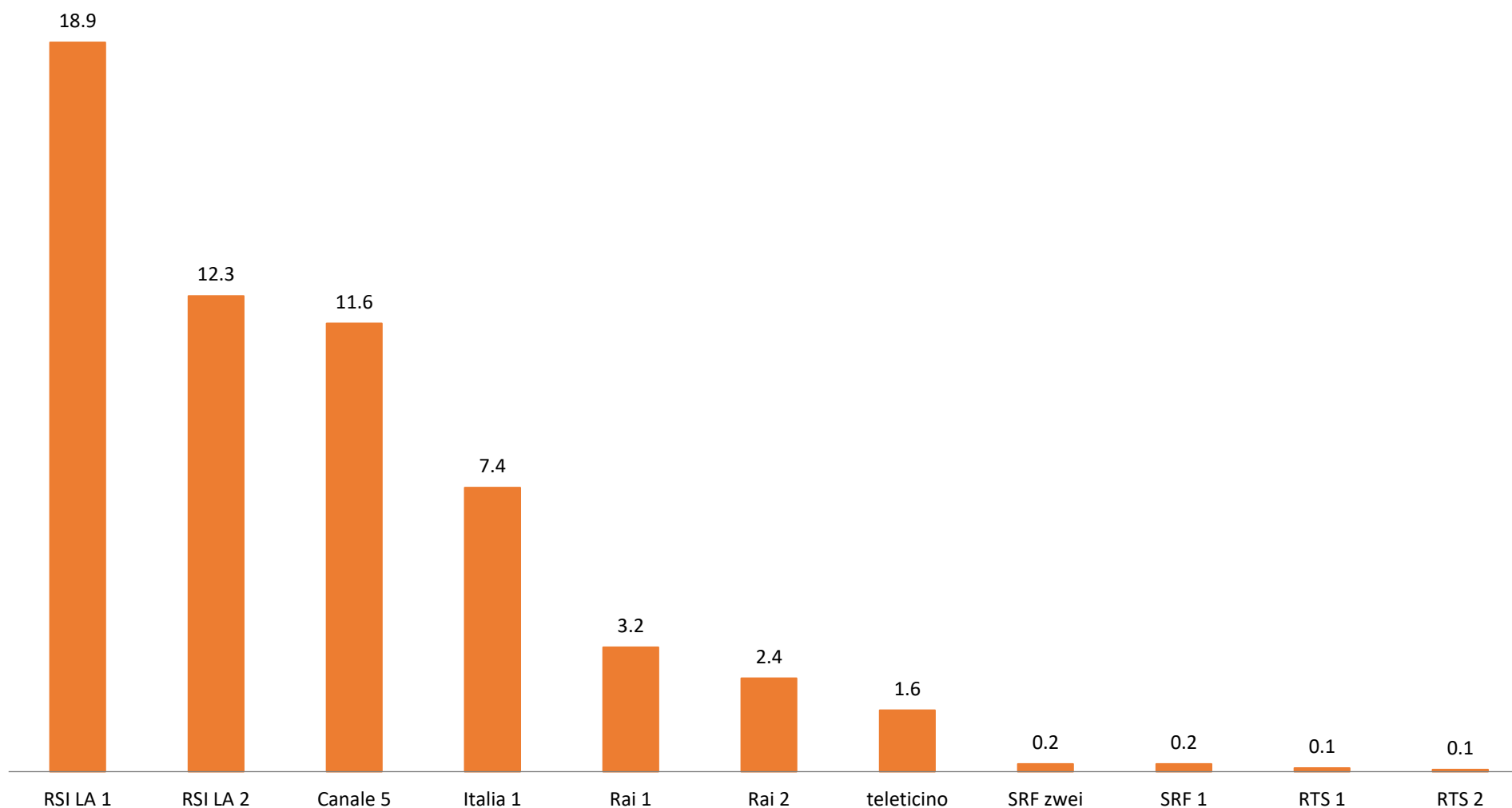
Universo: 137'000 persone

Campione (base sample): 196, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7

Emittenti non elencate: Quota di mercato = 42.1

Quote di mercato nella Svizzera italiana

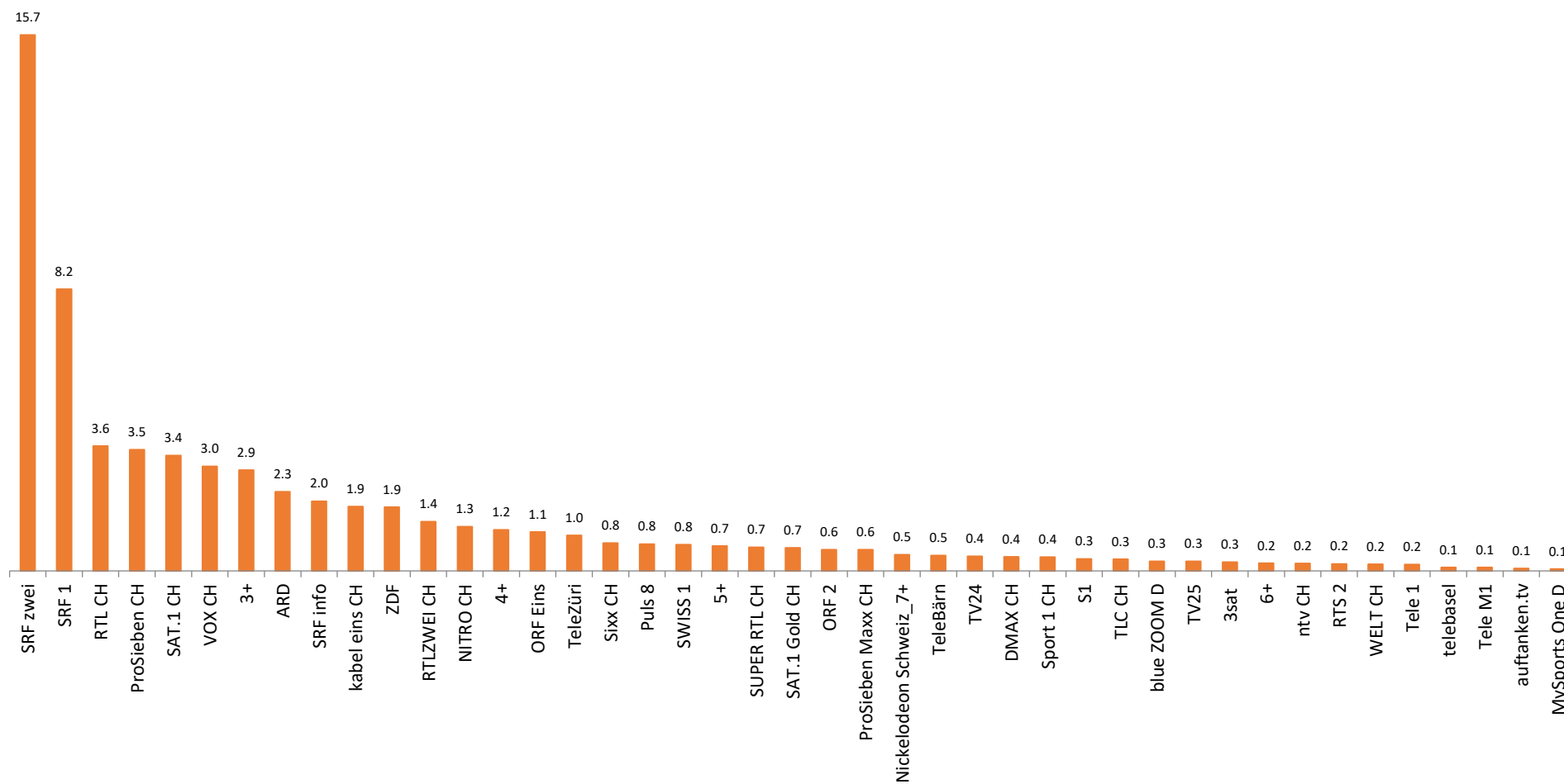
Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

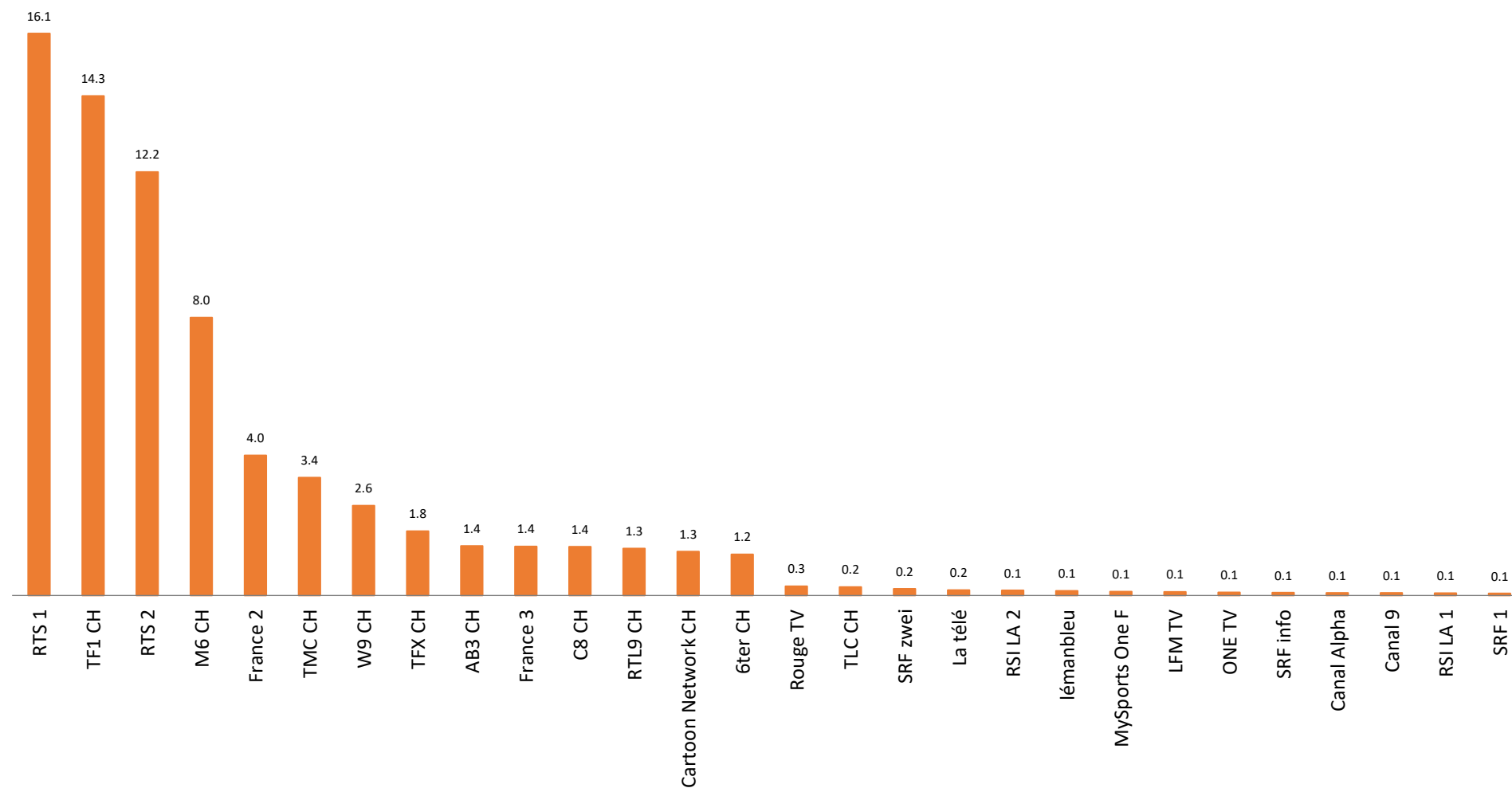
Persone 15-29 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

Persone 15-29 (ospiti inclusi), in percentuale





Emittenti TV regionali in possesso di concessioni – zona di concessione

Zona di concessione

Persone 3+ (con ospiti)
rispettiva area di concessione

| Emittenti TV regionali | Dimensione della zona di concessione | IC 95% PN-% | PN-% | PN-M | UV [min] | QDM |
|------------------------|--------------------------------------|-------------|------|------|----------|-----|
| TeleBärn | Bern (1'225'000) | [+/- 1.4] | 5.9 | 71.8 | 17.6 | 1.0 |
| Tele M1 | Aargau-Solothurn (1'205'000) | [+/- 1.9] | 8.0 | 96.7 | 16.3 | 1.1 |
| Tele Top | Zürich-Nordostschweiz (1'645'000) | [+/- 0.5] | 1.7 | 27.4 | 7.9 | 0.1 |
| teleticino | Ticino (336'000) | [+/- 1.4] | 12.3 | 41.5 | 22.4 | 2.0 |
| lémanbleu | Genève (506'000) | [+/- 0.8] | 3.4 | 17.0 | 13.0 | 0.4 |
| TeleBilingue | Biel-Bienne (248'000) | [+/- 1.9] | 2.9 | 7.3 | 8.5 | 0.2 |
| telebasel | Basel (508'000) | [+/- 2.3] | 5.8 | 29.5 | 12.8 | 0.6 |
| tvo | Ostschweiz (584'000) | [+/- 1.8] | 5.2 | 30.5 | 17.7 | 1.0 |
| La télé | Vaud-Fribourg (991'000) | [+/- 0.5] | 2.6 | 25.8 | 10.1 | 0.2 |
| TSO | Südostschweiz (281'000) | [+/- 2.0] | 3.9 | 11.0 | 12.2 | 0.5 |
| Tele 1 | Innerschweiz (877'000) | [+/- 1.8] | 6.6 | 57.6 | 17.5 | 1.2 |
| Canal 9 | Valais-Wallis (347'000) | [+/- 1.9] | 5.7 | 19.7 | 9.5 | 0.4 |
| Canal Alpha | Arc Jurassien (324'000) | [+/- 1.4] | 5.4 | 17.4 | 10.7 | 0.5 |

Legenda

PN-%: penetrazione netta in %

PN-M: penetrazione netta in migliaia

UV [min]: permanenza del singolo telespettatore in minuti

QDM: quota di mercato



Emittenti TV regionali in possesso di concessioni – regione linguistica

Regione linguistica

Persone 3+ (con ospiti)
rispettiva regione linguistica

| Emittenti TV regionali | Dimensione della zona di concessione | IC 95% PN-% | PN-% | PN-M | UV [min] | QDM |
|------------------------|--------------------------------------|-------------|------|-------|----------|-----|
| TeleBärn | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.4] | 2.3 | 121.7 | 13.3 | 0.3 |
| Tele M1 | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.5] | 2.6 | 138.3 | 13.5 | 0.3 |
| Tele Top | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.2] | 1.0 | 52.3 | 6.6 | 0.1 |
| teleticino | Svizzera italiana (336'000) | [+/- 1.4] | 12.3 | 41.5 | 22.4 | 2.0 |
| lémanbleu | Svizzera francese (1'878'000) | [+/- 0.3] | 2.3 | 43.2 | 10.1 | 0.2 |
| TeleBilingue | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.2] | 0.6 | 32.8 | 6.6 | 0.0 |
| TeleBilingue | Svizzera francese (1'878'000) | [+/- 0.1] | 0.4 | 8.0 | 6.6 | 0.0 |
| telebasel | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.3] | 1.4 | 73.8 | 9.1 | 0.1 |
| tvo | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.3] | 1.3 | 70.7 | 11.7 | 0.1 |
| La télé | Svizzera francese (1'878'000) | [+/- 0.3] | 2.0 | 37.8 | 9.1 | 0.1 |
| TSO | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.2] | 0.9 | 46.8 | 6.4 | 0.1 |
| Tele 1 | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.4] | 2.1 | 109.9 | 12.7 | 0.3 |
| Canal 9 | Svizzera tedesca (5'284'000) | [+/- 0.1] | 0.4 | 23.6 | 6.4 | 0.0 |
| Canal 9 | Svizzera francese (1'878'000) | [+/- 0.4] | 1.9 | 36.1 | 7.5 | 0.1 |
| Canal Alpha | Svizzera francese (1'878'000) | [+/- 0.4] | 2.3 | 42.8 | 7.9 | 0.1 |

Legenda

PN-%: penetrazione netta in %

PN-M: penetrazione netta in migliaia

UV [min]: permanenza del singolo telespettatore in minuti

QDM: quota di mercato



Emittenti TV regionali in possesso di concessioni – zona di concessione

Zona di concessione

Persone 15+ (con ospiti)
rispettiva area di concessione

| Emittenti TV regionali | Dimensione della zona di concessione | IC 95% PN-% | PN-% | PN-M | UV [min] | QDM |
|------------------------|--------------------------------------|-------------|------|------|----------|-----|
| TeleBärn | Bern (1'069'000) | [+/- 1.6] | 6.6 | 70.9 | 17.7 | 1.0 |
| Tele M1 | Aargau-Solothurn (1'069'000) | [+/- 2.2] | 8.9 | 95.0 | 16.3 | 1.1 |
| Tele Top | Zürich-Nordostschweiz (1'424'000) | [+/- 0.6] | 1.9 | 27.2 | 7.9 | 0.1 |
| teleticino | Ticino (299'000) | [+/- 1.6] | 13.4 | 40.2 | 22.5 | 2.0 |
| lémanbleu | Genève (465'000) | [+/- 0.9] | 3.6 | 16.8 | 13.0 | 0.4 |
| TeleBilingue | Biel-Bienne (216'000) | [+/- 2.3] | 3.3 | 7.2 | 8.5 | 0.2 |
| telebasel | Basel (457'000) | [+/- 2.7] | 6.4 | 29.1 | 12.9 | 0.6 |
| tvo | Ostschweiz (504'000) | [+/- 2.2] | 6.0 | 30.2 | 17.7 | 1.0 |
| La télé | Vaud-Fribourg (850'000) | [+/- 0.6] | 3.0 | 25.1 | 10.0 | 0.2 |
| TSO | Südostschweiz (243'000) | [+/- 2.5] | 4.4 | 10.7 | 12.2 | 0.5 |
| Tele 1 | Innerschweiz (763'000) | [+/- 2.1] | 7.3 | 56.0 | 17.8 | 1.3 |
| Canal 9 | Valais-Wallis (299'000) | [+/- 2.3] | 6.5 | 19.3 | 9.6 | 0.4 |
| Canal Alpha | Arc Jurassien (261'000) | [+/- 1.8] | 6.4 | 16.8 | 10.8 | 0.5 |

Legenda

PN-%: penetrazione netta in %

PN-M: penetrazione netta in migliaia

UV [min]: permanenza del singolo telespettatore in minuti

QDM: quota di mercato



Emittenti TV regionali in possesso di concessioni – regione linguistica

Regione linguistica

Persone 15+ (con ospiti)
rispettiva regione linguistica

| Emittenti TV regionali | Dimensione della zona di concessione | IC 95% PN-% | PN-% | PN-M | UV [min] | QDM |
|------------------------|--------------------------------------|-------------|------|-------|----------|-----|
| TeleBärn | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.5] | 2.6 | 119.7 | 13.3 | 0.3 |
| Tele M1 | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.6] | 2.9 | 135.9 | 13.5 | 0.3 |
| Tele Top | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.2] | 1.1 | 51.5 | 6.6 | 0.1 |
| teleticino | Italienische Schweiz (299'000) | [+/- 1.6] | 13.4 | 40.2 | 22.5 | 2.0 |
| lémanbleu | Französische Schweiz (1'628'000) | [+/- 0.4] | 2.6 | 42.4 | 10.1 | 0.2 |
| TeleBilingue | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.2] | 0.7 | 32.3 | 6.7 | 0.0 |
| TeleBilingue | Französische Schweiz (1'628'000) | [+/- 0.2] | 0.5 | 7.8 | 6.6 | 0.0 |
| telebasel | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.3] | 1.6 | 72.7 | 9.2 | 0.1 |
| tvo | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.3] | 1.5 | 69.8 | 11.7 | 0.2 |
| La télé | Französische Schweiz (1'628'000) | [+/- 0.3] | 2.3 | 36.8 | 9.0 | 0.1 |
| TSO | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.2] | 1.0 | 46.0 | 6.4 | 0.1 |
| Tele 1 | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.4] | 2.3 | 107.3 | 12.8 | 0.3 |
| Canal 9 | Deutsche Schweiz (4'645'000) | [+/- 0.1] | 0.5 | 23.2 | 6.4 | 0.0 |
| Canal 9 | Französische Schweiz (1'628'000) | [+/- 0.4] | 2.2 | 35.3 | 7.5 | 0.1 |
| Canal Alpha | Französische Schweiz (1'628'000) | [+/- 0.5] | 2.6 | 41.6 | 7.9 | 0.1 |

Legenda

PN-%: penetrazione netta in %

PN-M: penetrazione netta in migliaia

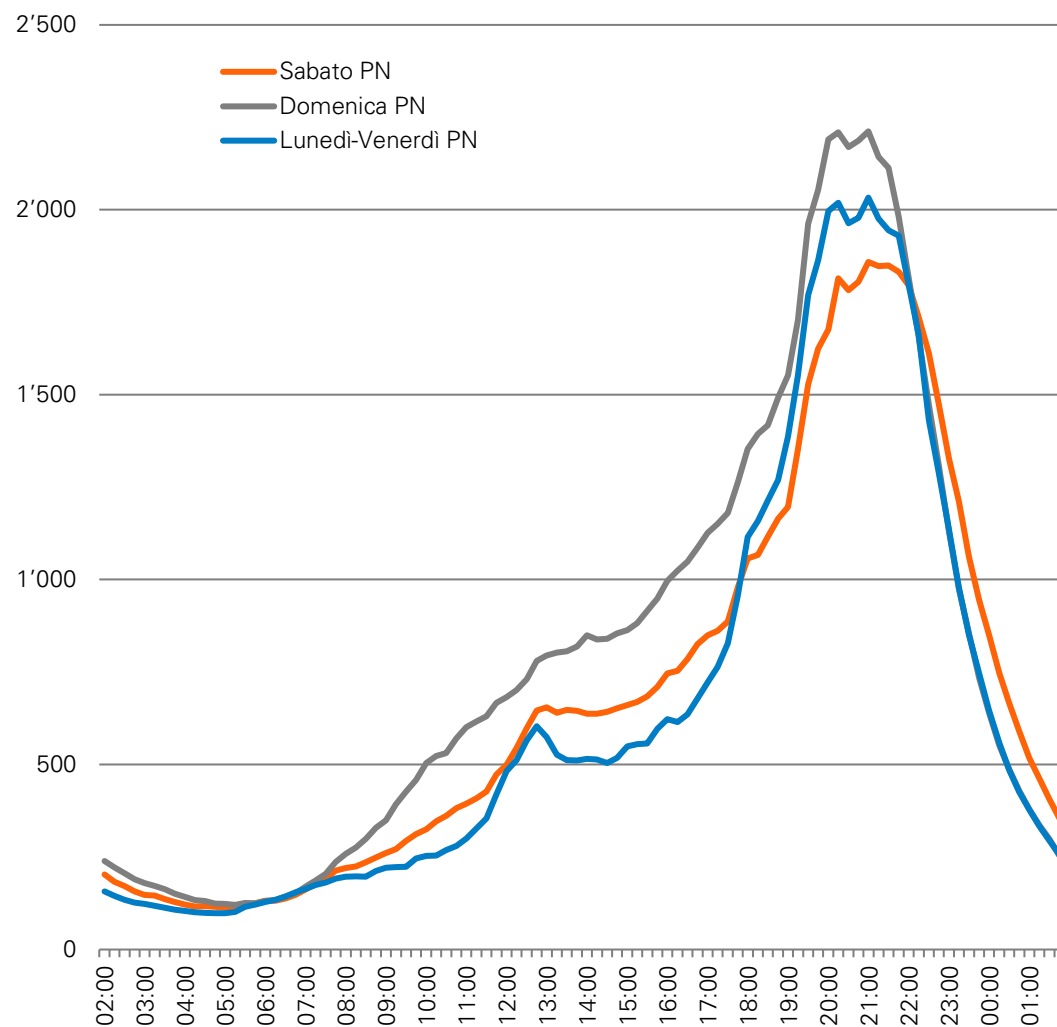
UV [min]: permanenza del singolo telespettatore in minuti

QDM: quota di mercato

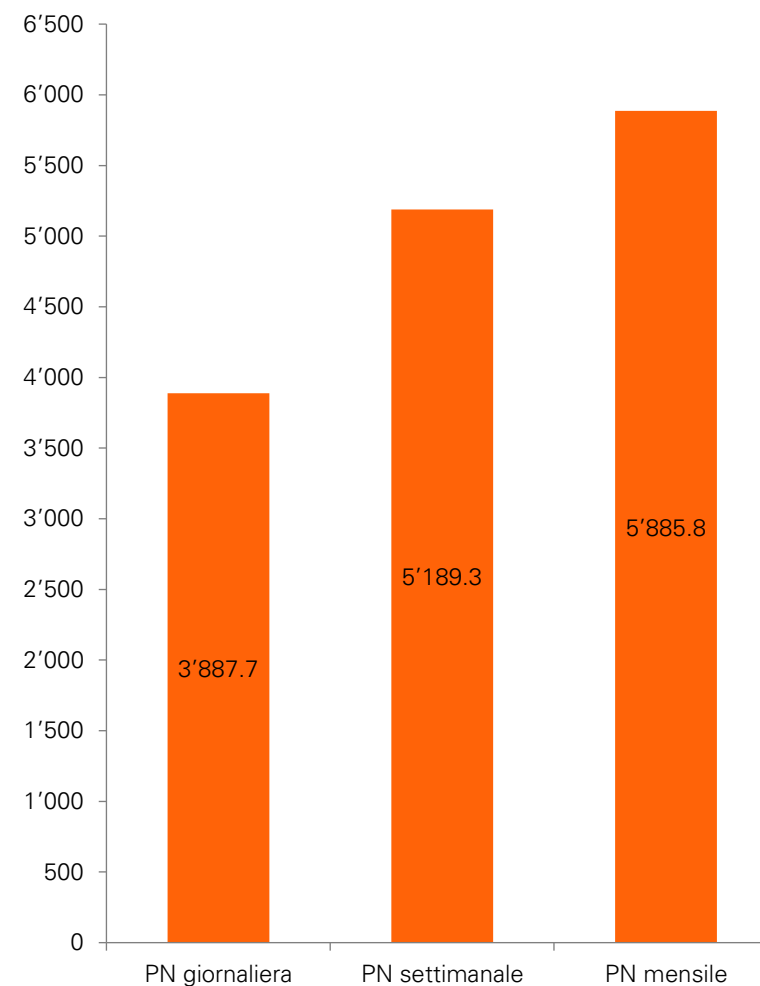


TV nell'intero mercato svizzero / gruppo target 15+ per confronto incrociato

Andamento nel corso della giornata in '000



Penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in '000



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 la 4ª settimana di gennaio e di luglio

Ulteriori informazioni sul metodo e sui dati delle pubblicazioni semestrali sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch.

Altre pubblicazioni

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

- Rapporto trimestrale Streaming Data Report
- 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.

Avete domande? Siamo a vostra completa disposizione.

Mediapulse AG
info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11