



Publicazione semestrale

TV

2° semestre 2023

19.01.2024

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 2023

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.

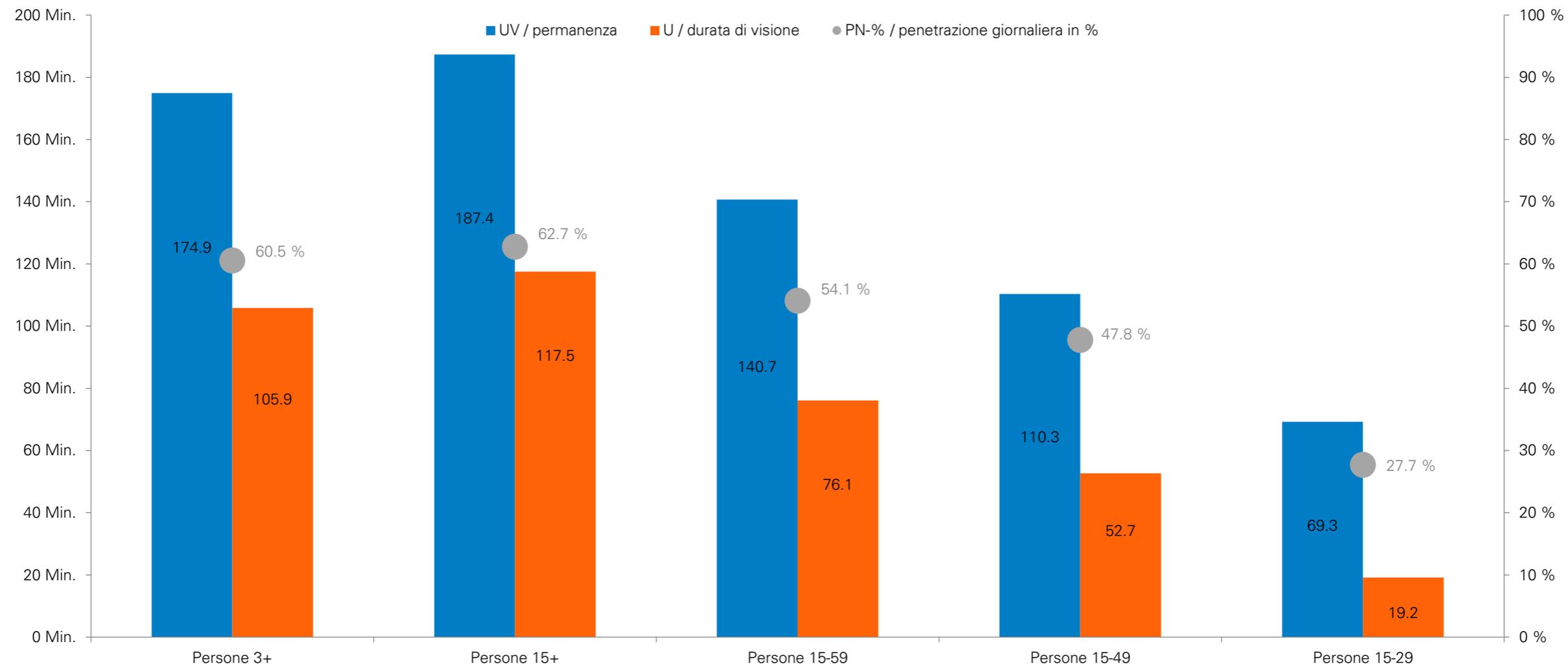
- **Universo:** persone dai 3 anni in su in economie domestiche private con almeno un televisore
- **Dimensione dell'universo:** ~7.6 milioni di persone
- **Dimensione del campione:** 4'397 persone / 1'983 economie domestiche
- **Metodo:** misurazione tecnica continua basata sull'audio matching (offerte 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

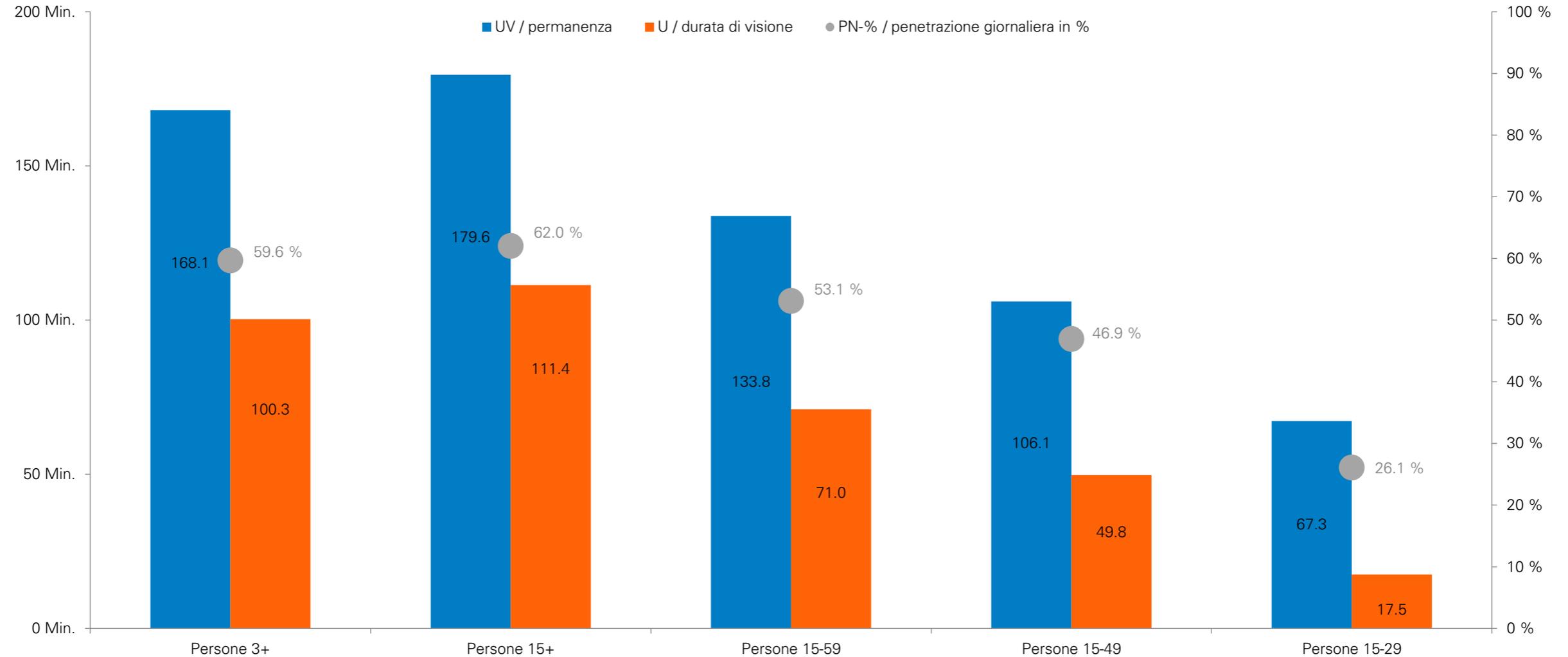
Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per fasce d'età





Ascolto nella Svizzera tedesca

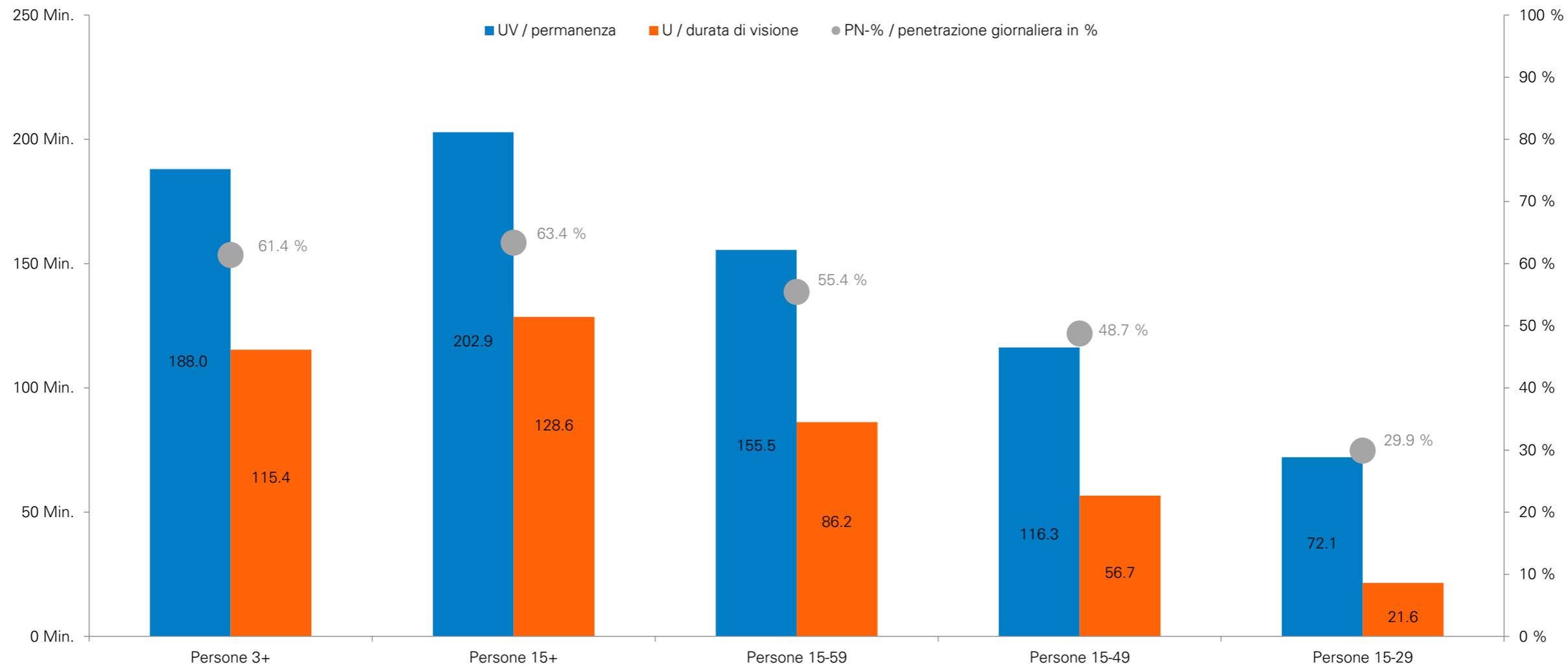
Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per fasce d'età





Ascolto nella Svizzera francese

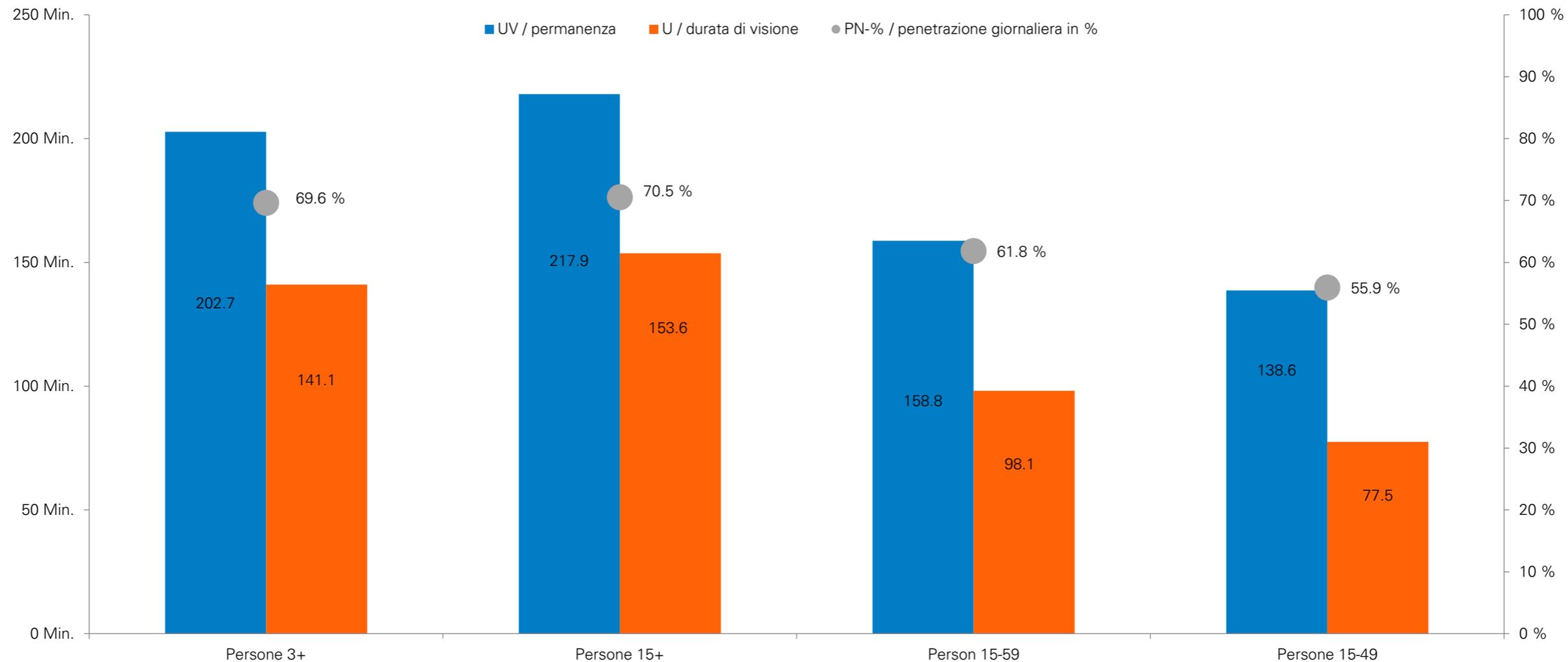
Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per fasce d'età





Ascolto nella Svizzera italiana

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

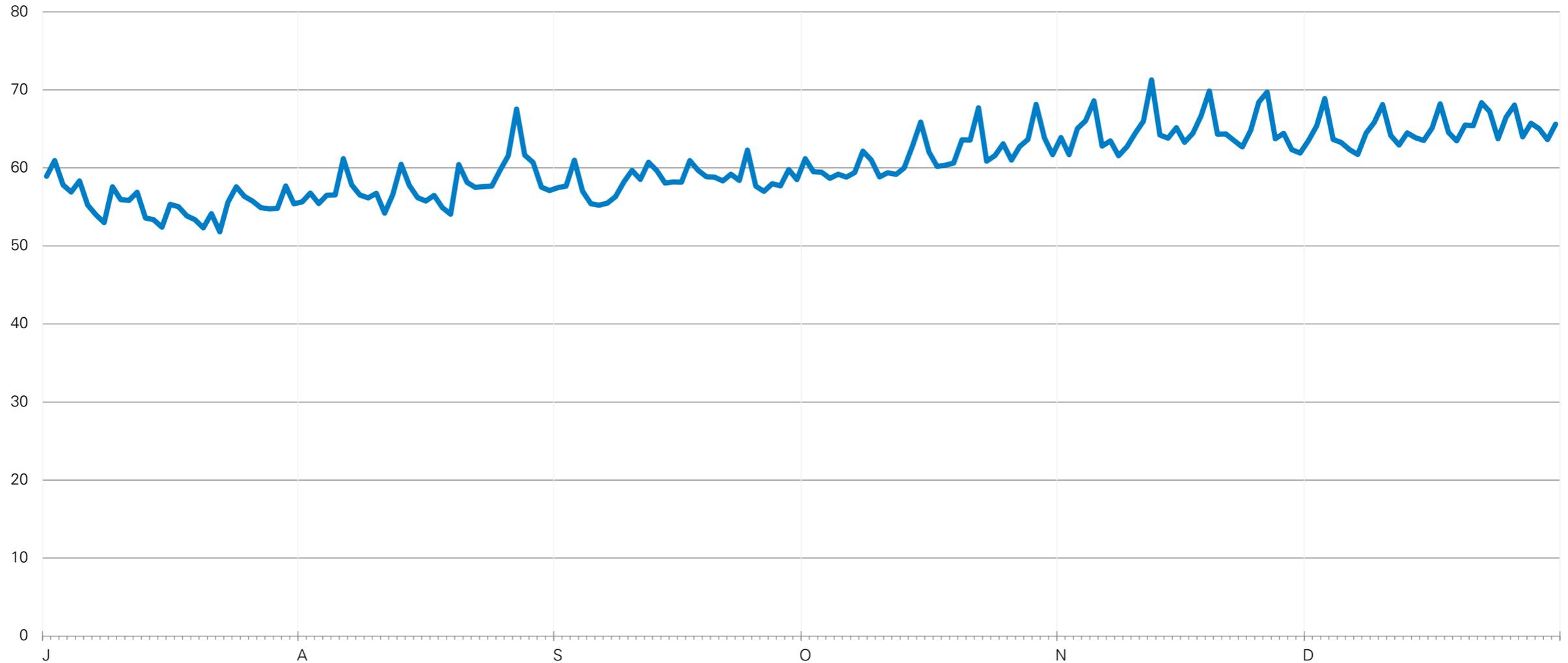




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 7'567'000 persone
Campione (base sample): 4'397 (gruppo target 3+ con ospiti)
TV totale, 24 h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso del semestre in tutto il mercato svizzero

Penetrazione giornaliera netta in percentuale

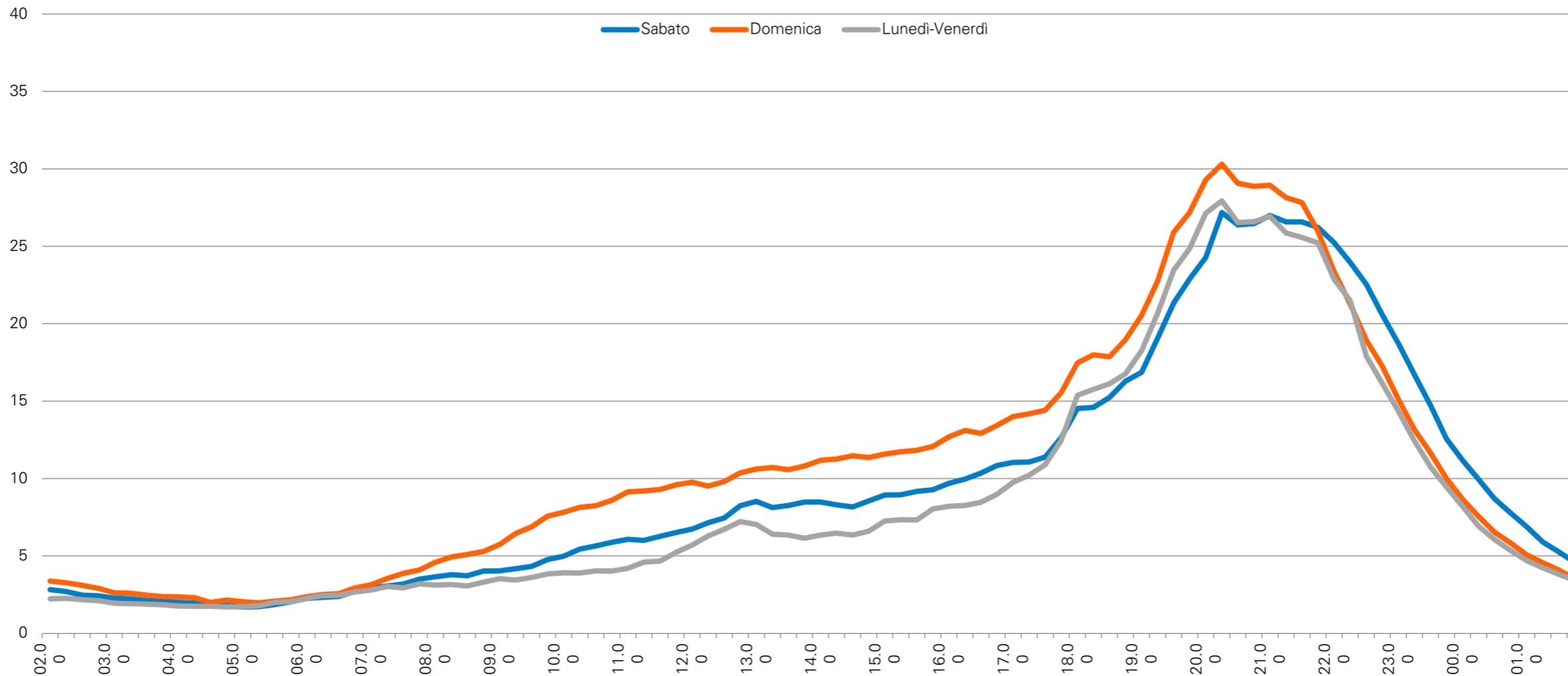




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 5'344'000 persone
Campione (base sample): 2'342 (lun.-ven.), 2'346 (sab.), 2'356 (dom.), gruppo target 3+ (con ospiti)
TV totale, 24 h, tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera tedesca

Penetrazione netta in percentuale, 3+

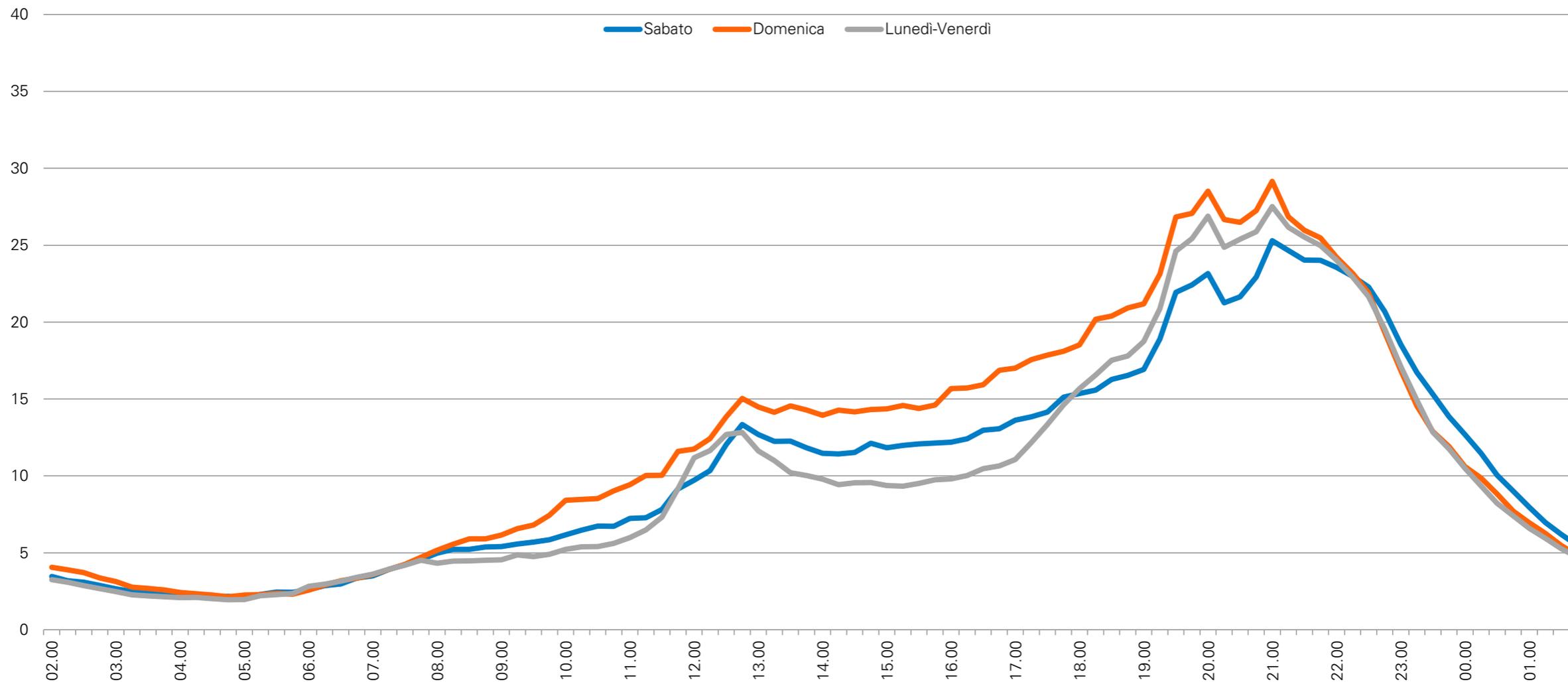




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 1'883'000 persone
Campione (base sample): 1'409 (lun.-ven.), 1'413 (sab.), 1'416 (dom.), gruppo target 3+ (con ospiti)
TV totale, 24 h, tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera francese

Penetrazione netta in percentuale, 3+

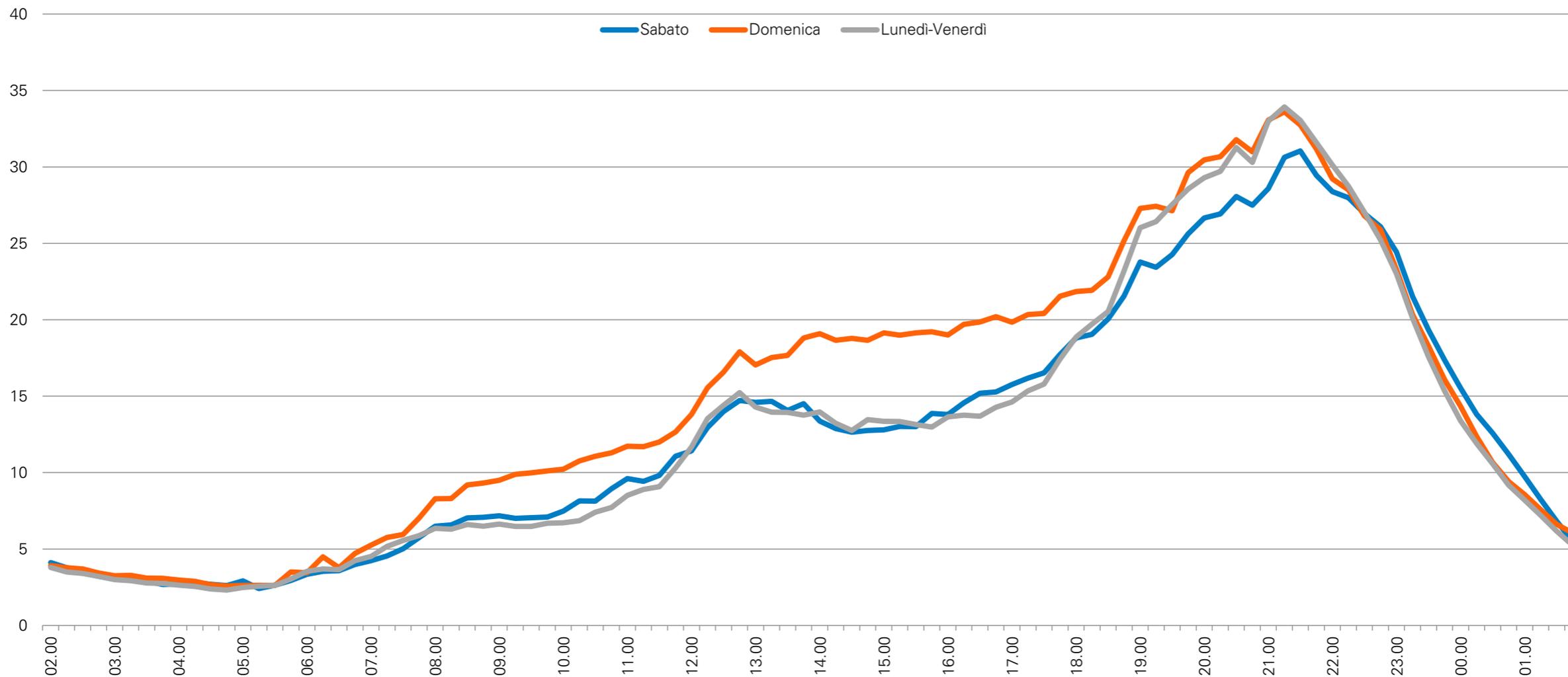




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 340'000 persone
Campione (base sample): 641 (lun.-ven.), 643 (sab.), 646 (dom.), gruppo target 3+ (con ospiti)
TV totale, 24 h, tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera italiana

Penetrazione netta in percentuale, 3+

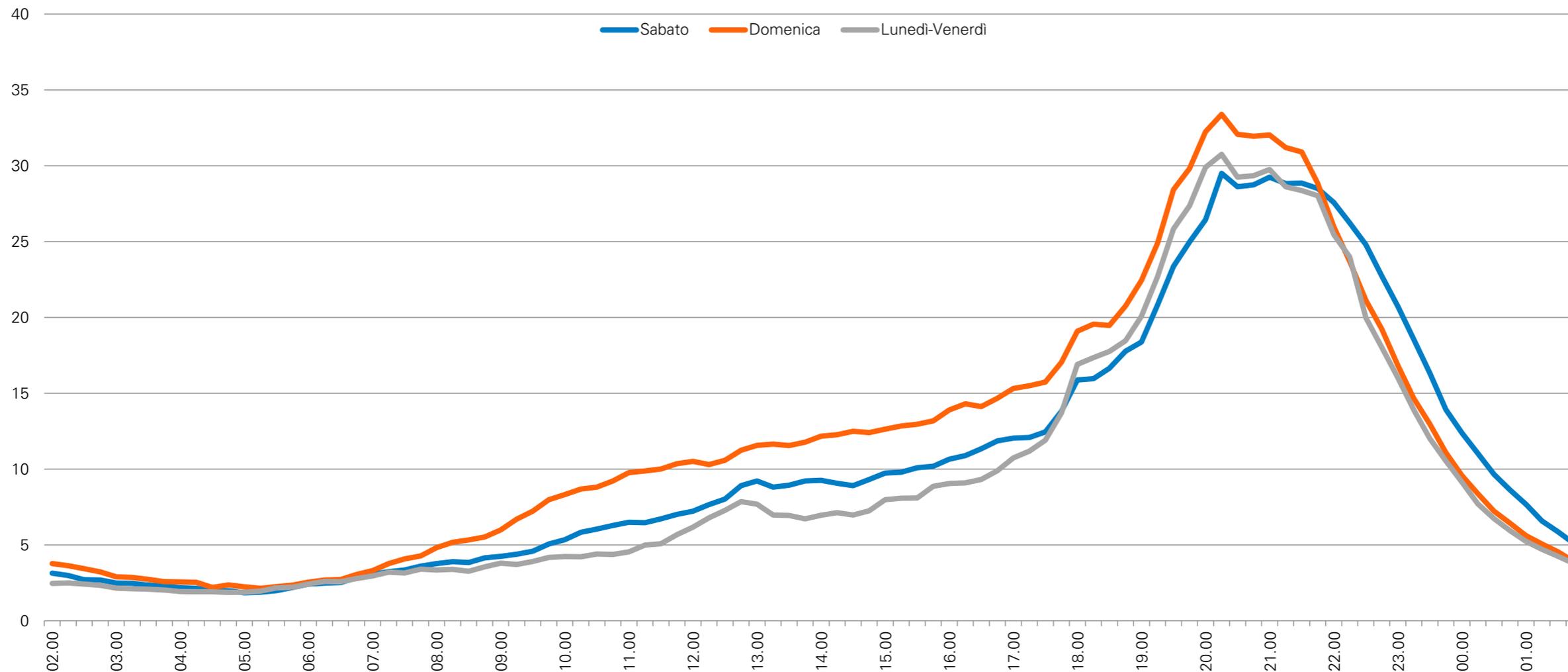




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 4'694'000 persone
Campione (base sample): 2'020 (lun.-ven.), 2'025 (sab.), 2'032 (dom.), gruppo target 15+ (con ospiti)
TV totale, 24 h, tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera tedesca

Penetrazione netta in percentuale, 15+

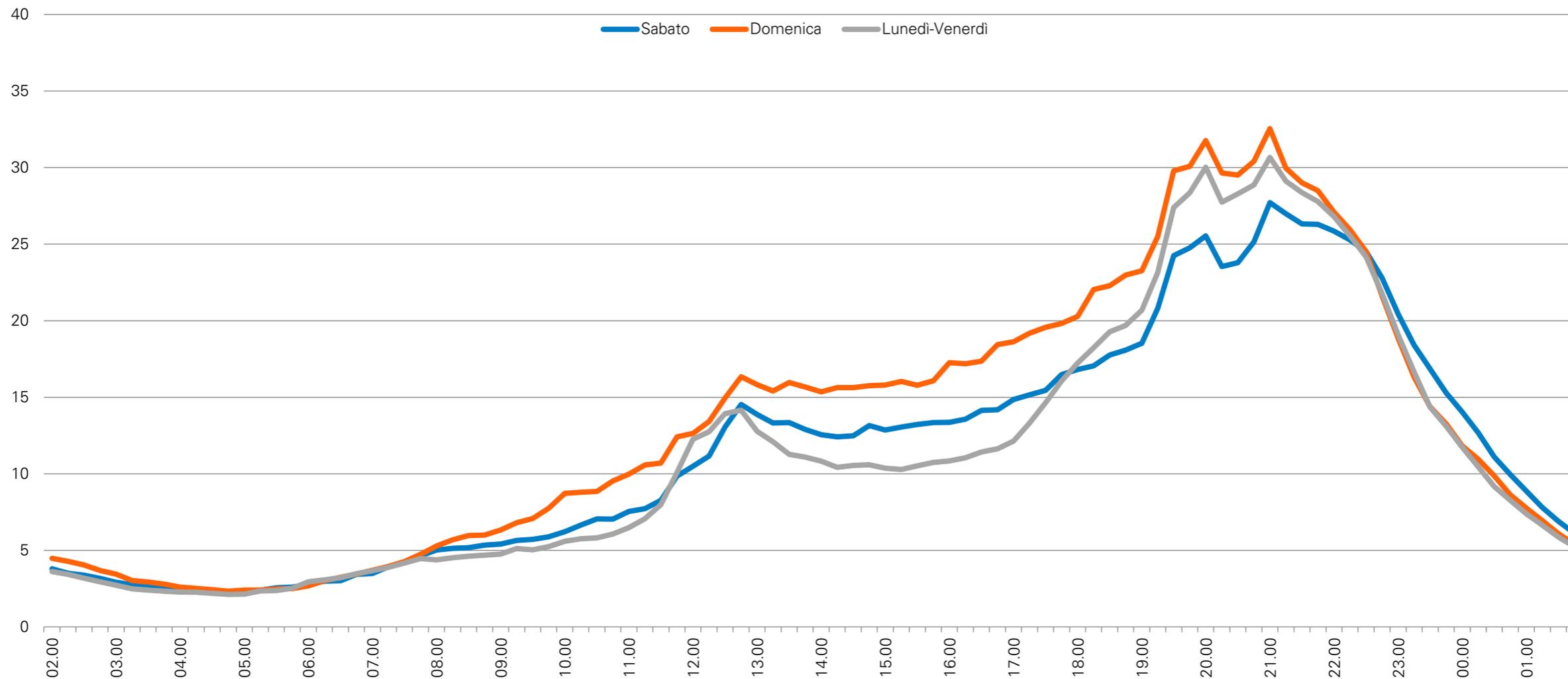




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 1'633'000 persone
Campione (base sample): 1'220 (lun.-ven.), 1'222 (sab.), 1'227 (dom.), gruppo target 15+ (con ospiti)
TV totale, 24 h, tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera francese

Penetrazione netta in percentuale, 15+

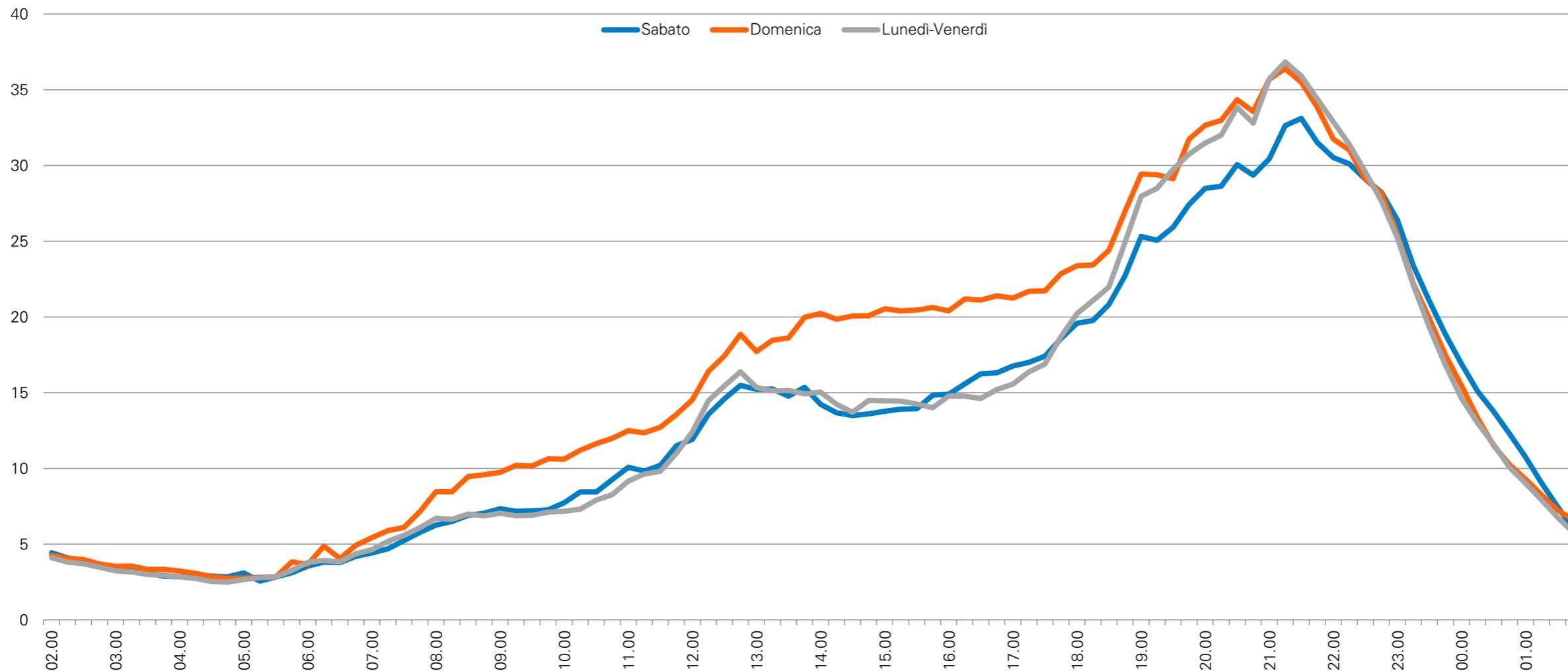




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 303'000 persone
Campione (base sample): 555 (lun.-ven.), 556 (sab.), 559 (dom.), gruppo target 15+ (con ospiti)
TV totale, 24 h, tutte le piattaforme, Overnight +7

Andamento TV nel corso della giornata nella Svizzera italiana

Penetrazione netta in percentuale, 15+

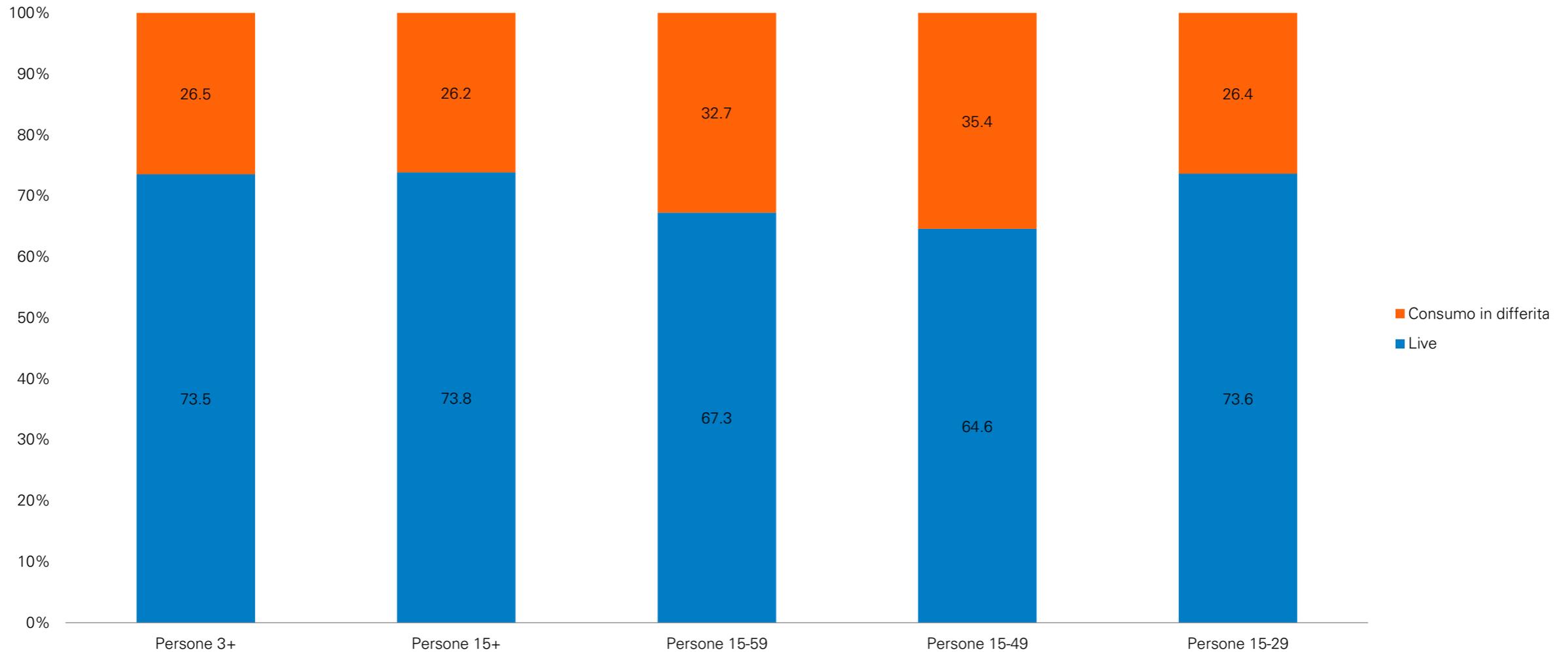




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 5'344'000 (3+) / 4'694'000 (15+) / 3'248'000 (15-59) / 2'412'000 (15-49) / 901'000 (15-29) persone
Campione (base sample): 2'345 / 2'022 / 1'156 / 763 / 302 (tutti i gruppi target con ospiti)
TV totale, 24 h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7, Live vs. TSV (Time-Shifted-Viewing) nel complesso

TV in differita nella Svizzera tedesca

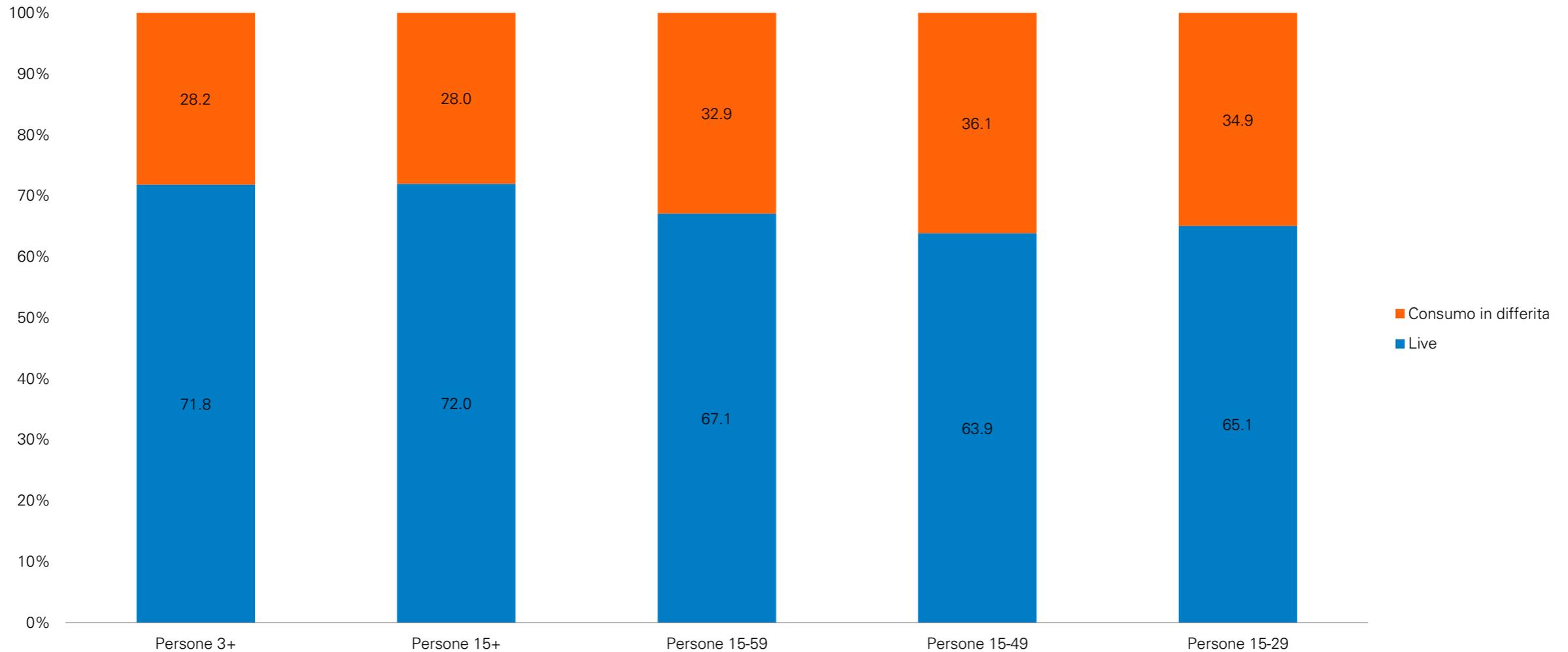
Quota di fruizione TV complessiva in base alla durata di visione





TV in differita nella Svizzera francese

Quota di fruizione TV complessiva in base alla durata di visione

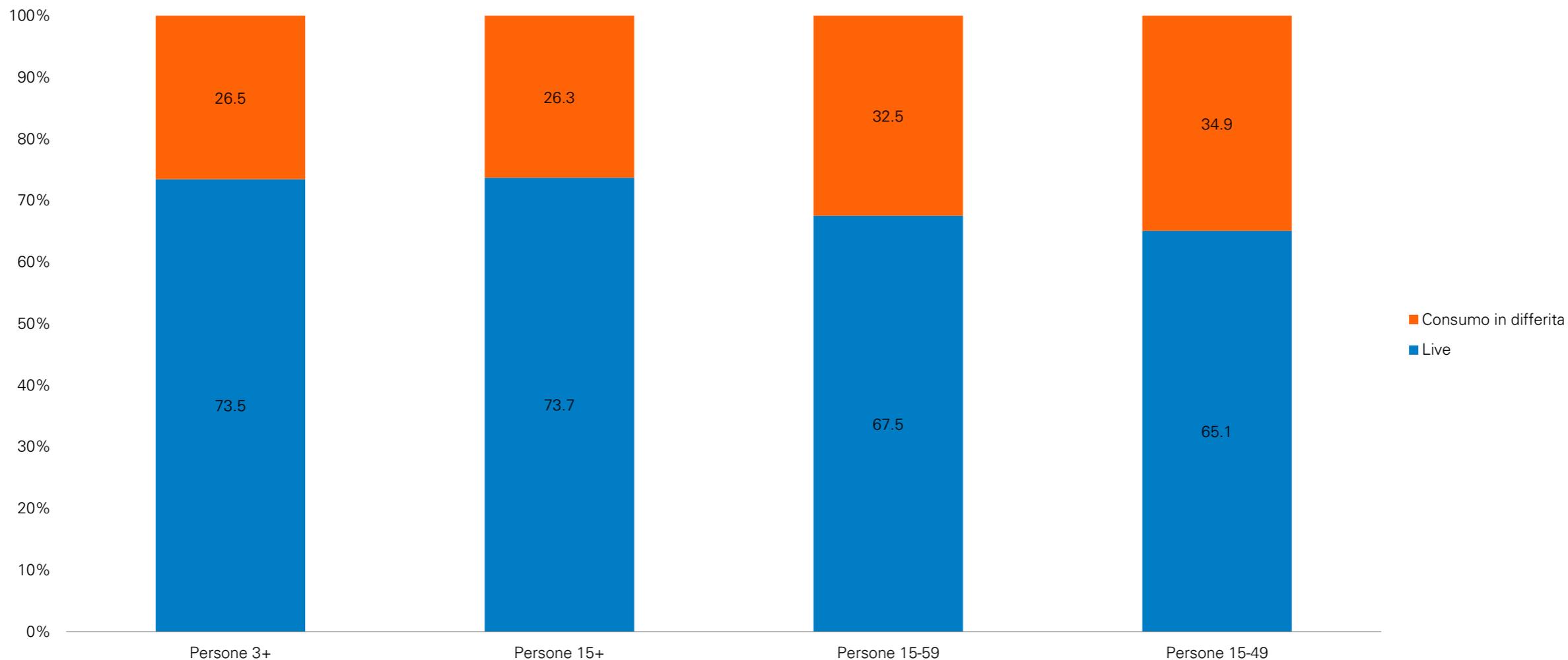




Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), periodo: 1.7.2023-31.12.2023
Universo: 340'000 (3+) / 303'000 (15+) / 200'000 (15-59) / 141'000 (15-49) persone
Campione (base sample): 642 / 555 / 314 / 203 (tutti i gruppi target con ospiti)
TV totale, 24 h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7, Live vs. TSV (Time-Shifted-Viewing) nel complesso

TV in differita nella Svizzera italiana

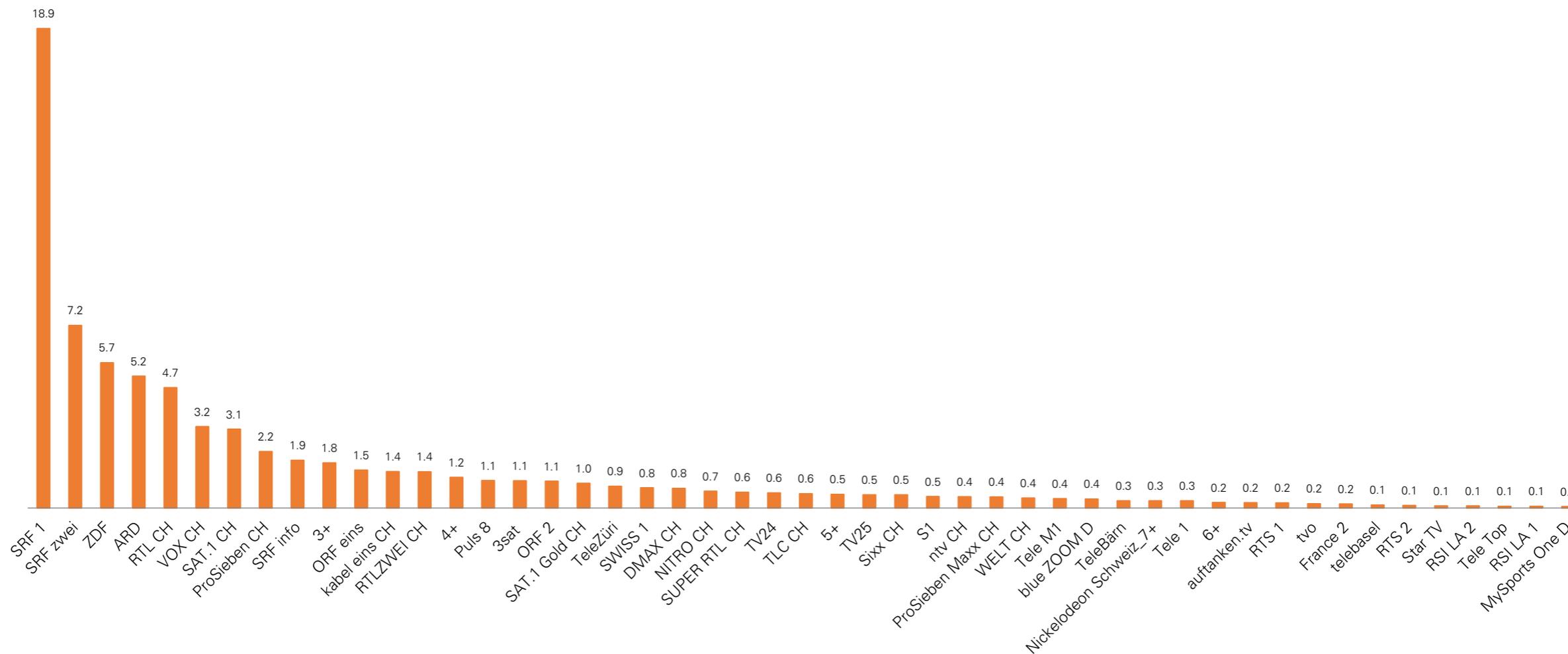
Quota di fruizione TV complessiva in base alla durata di visione





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

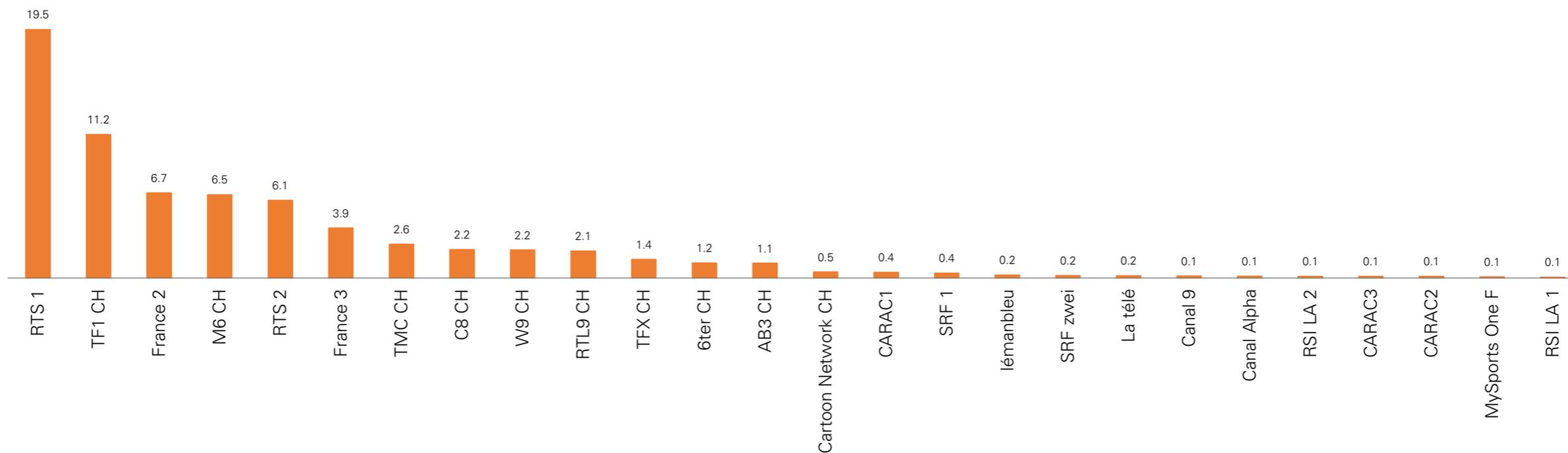
Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

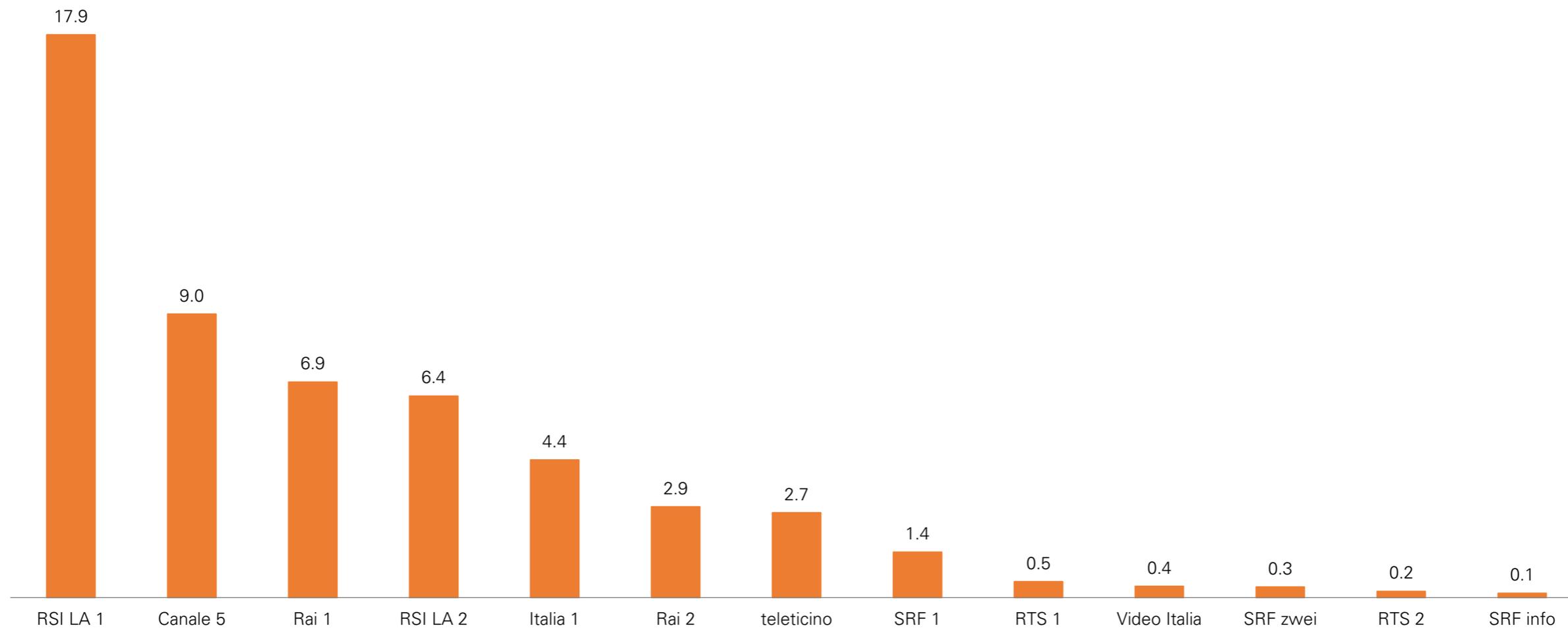
Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

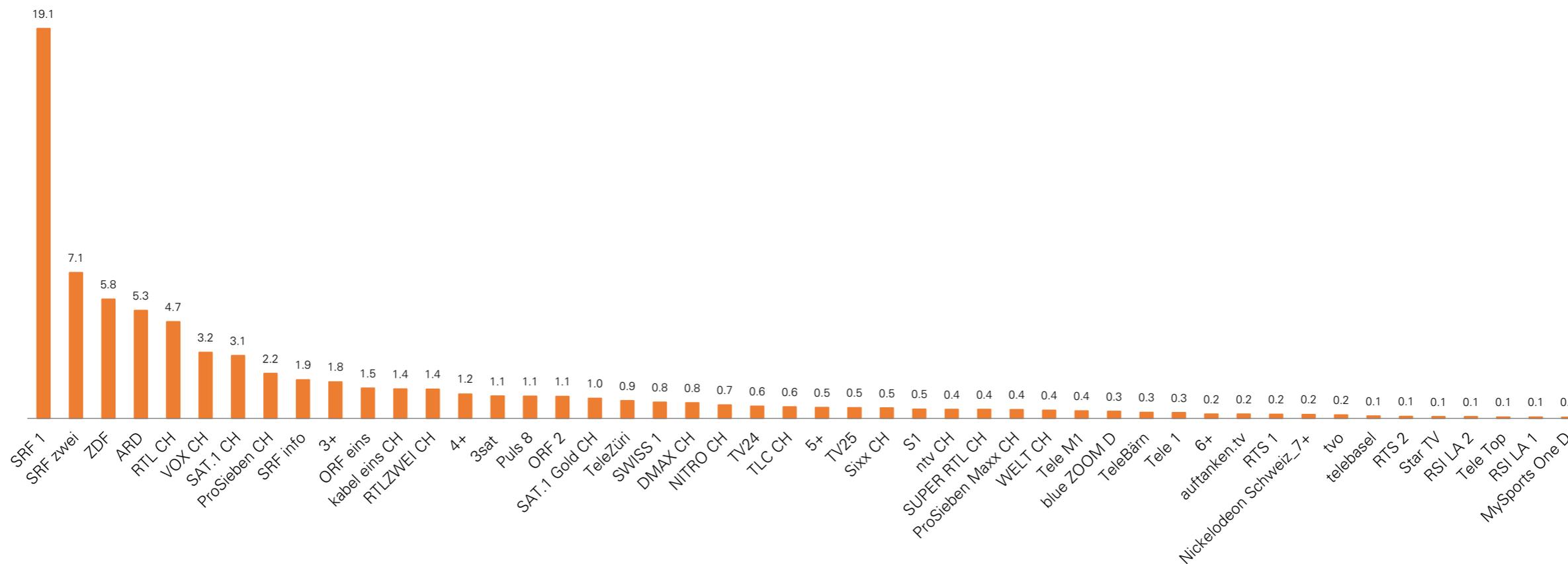
Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

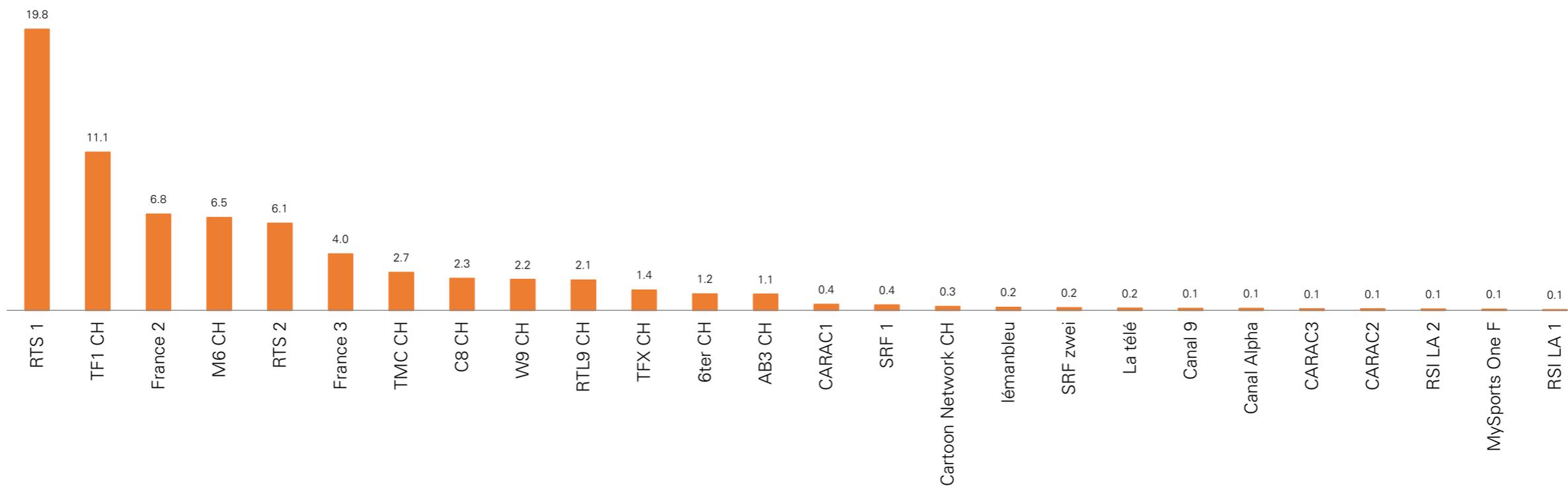
Persone 15+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

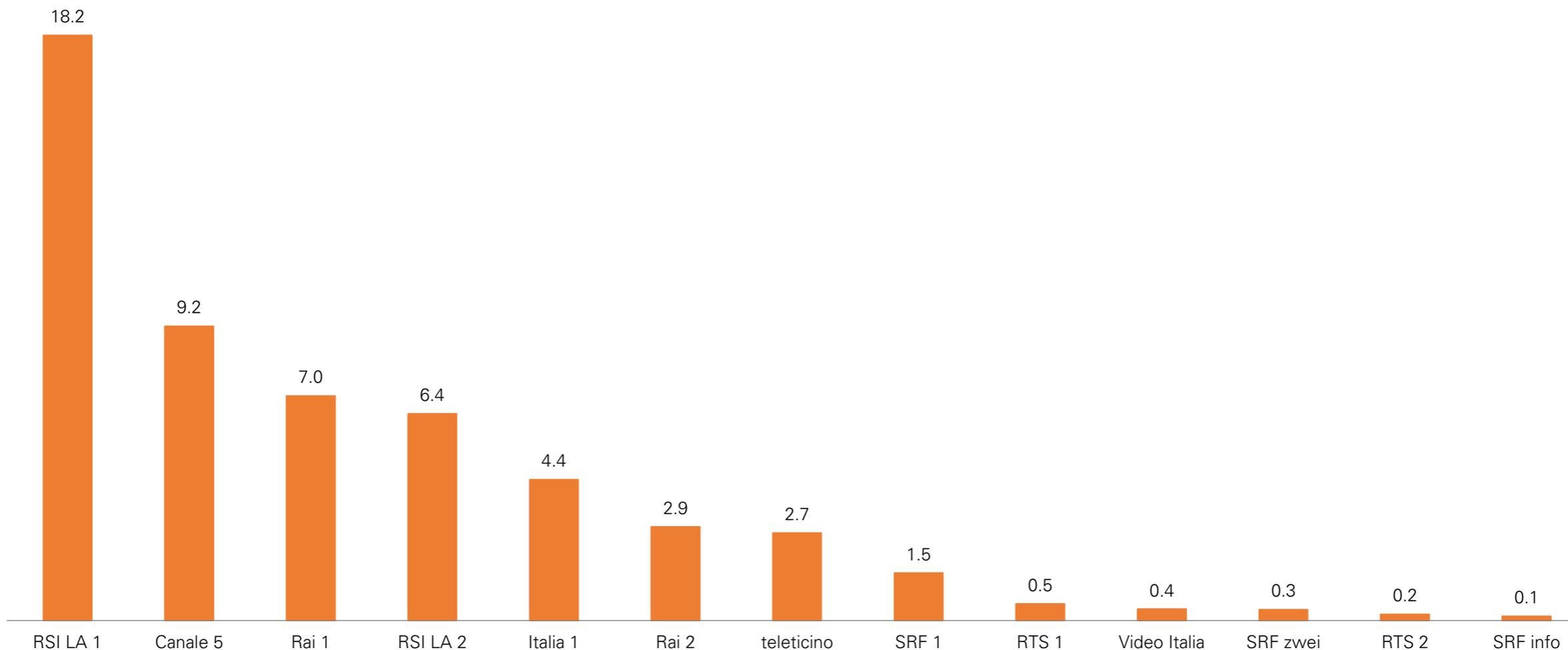
Persone 15+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

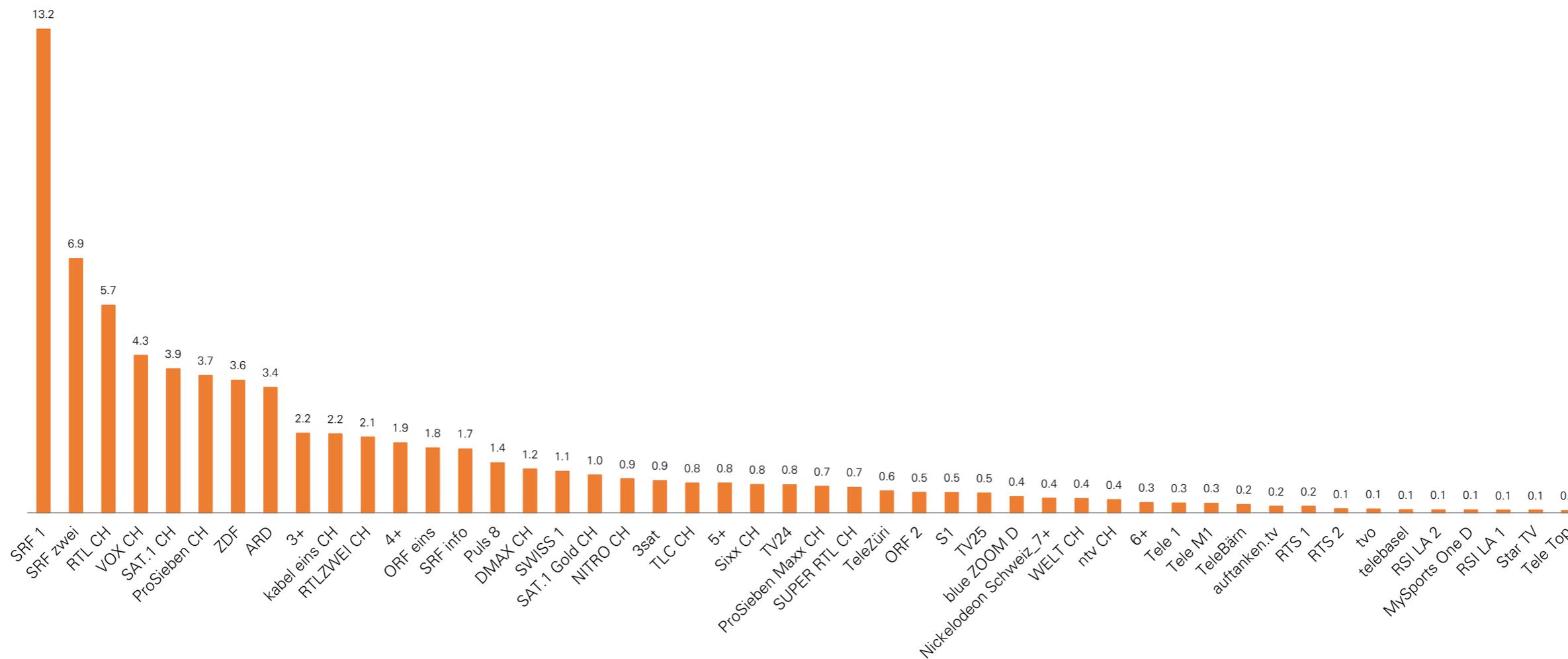
Persone 15+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

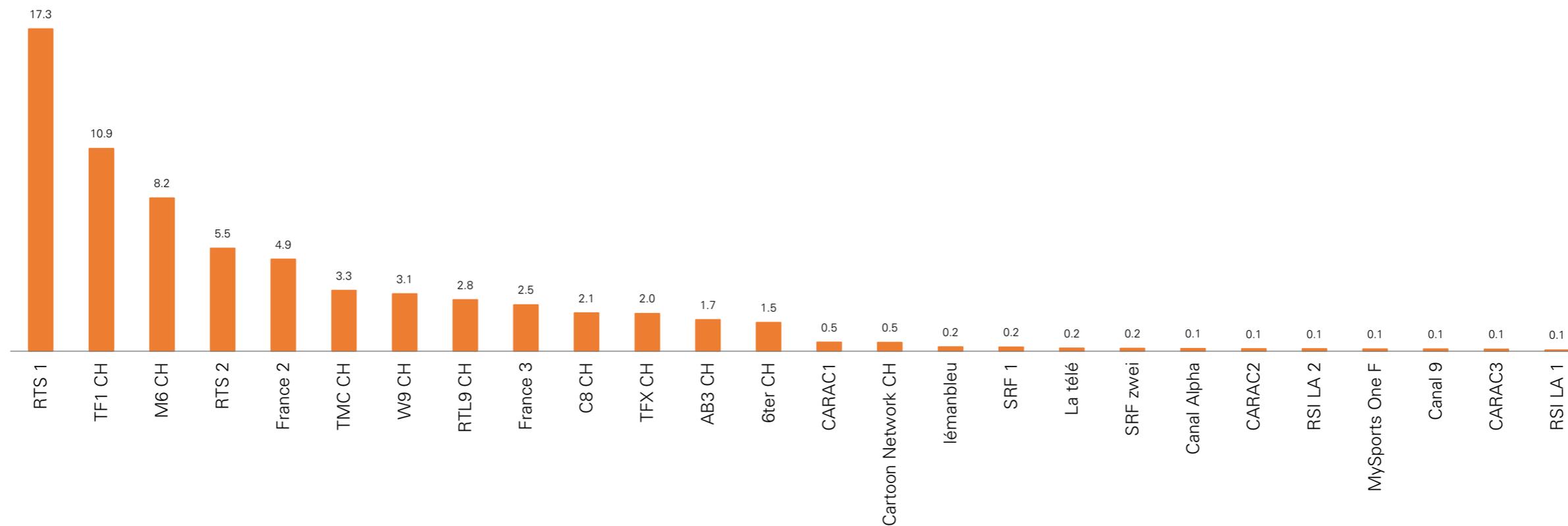
Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

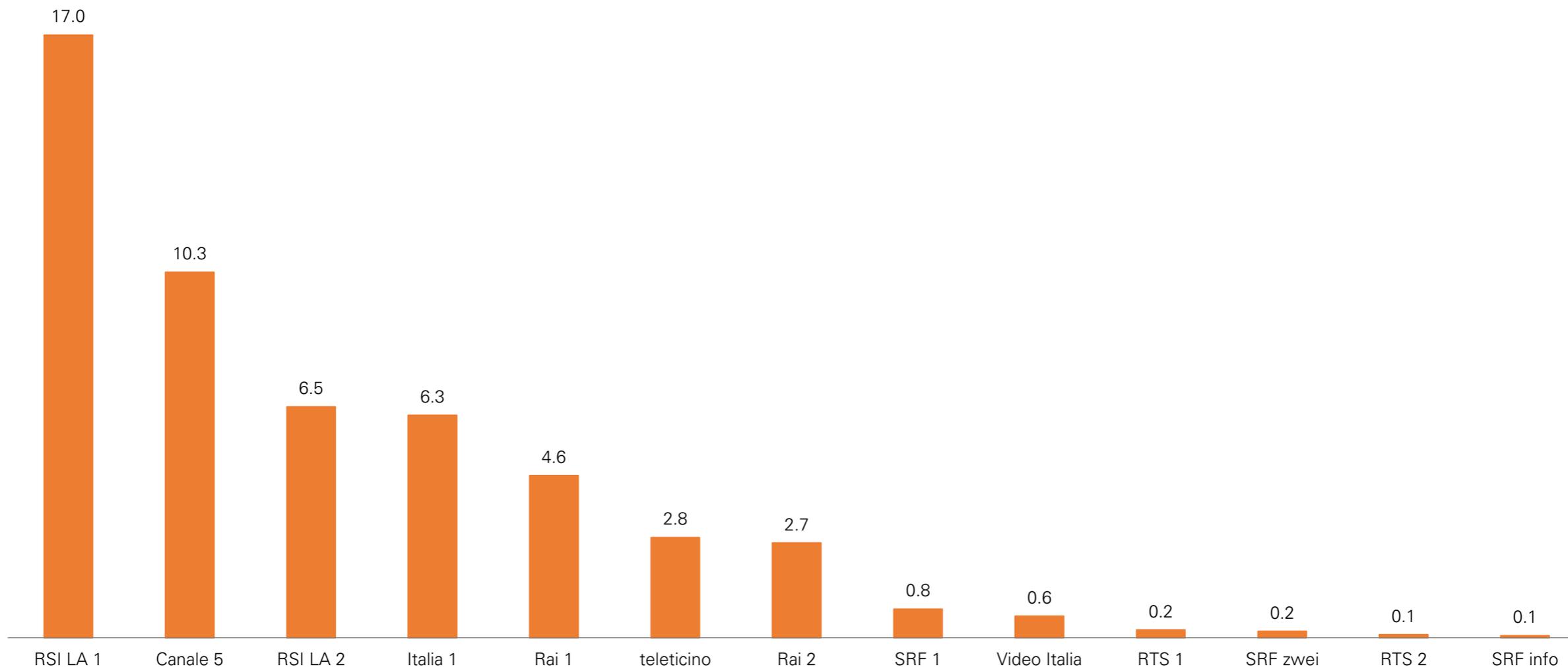
Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

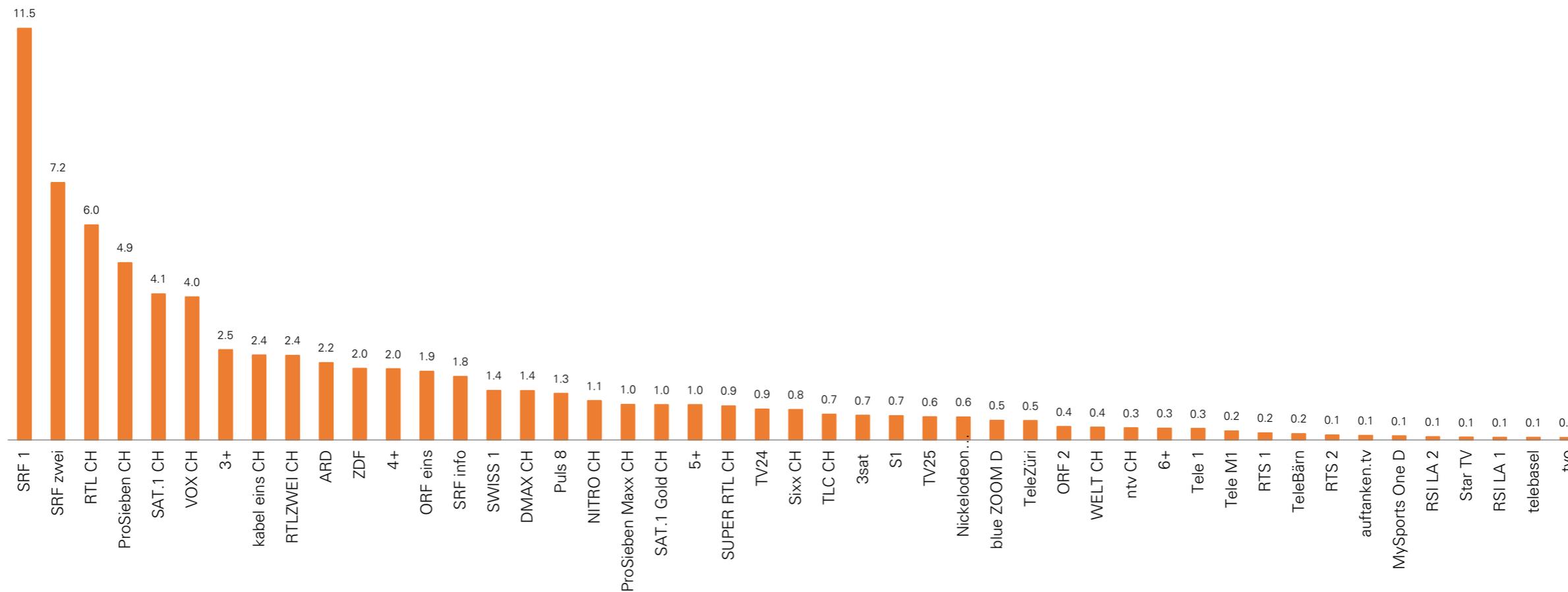
Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

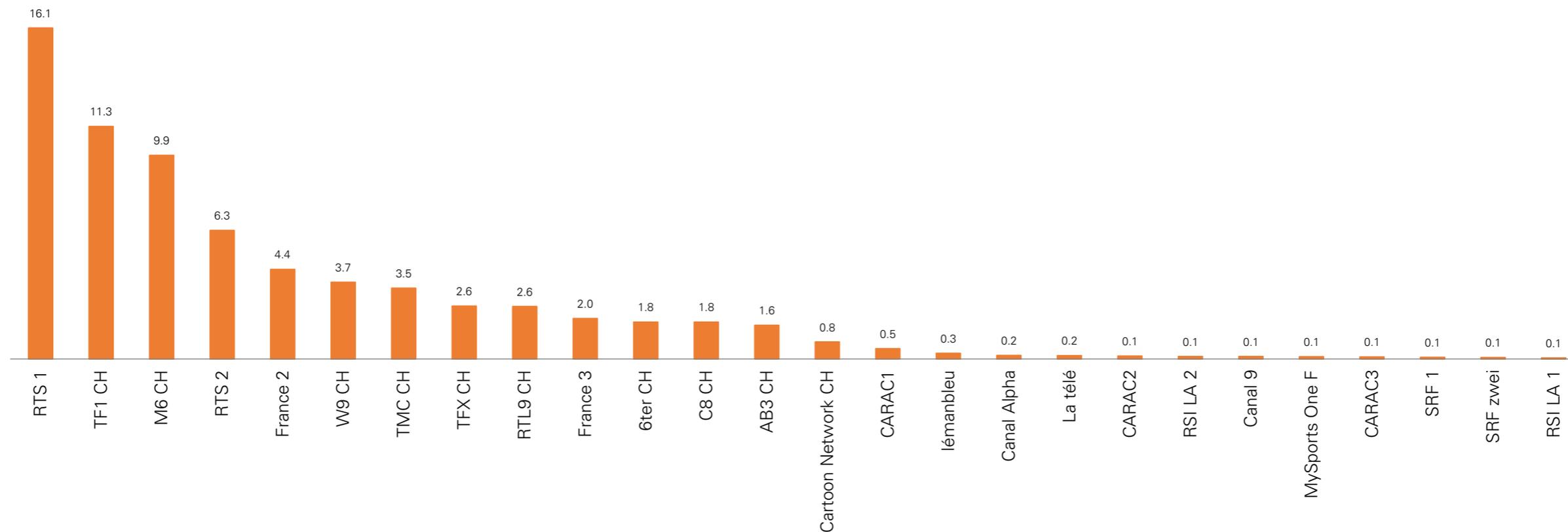
Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

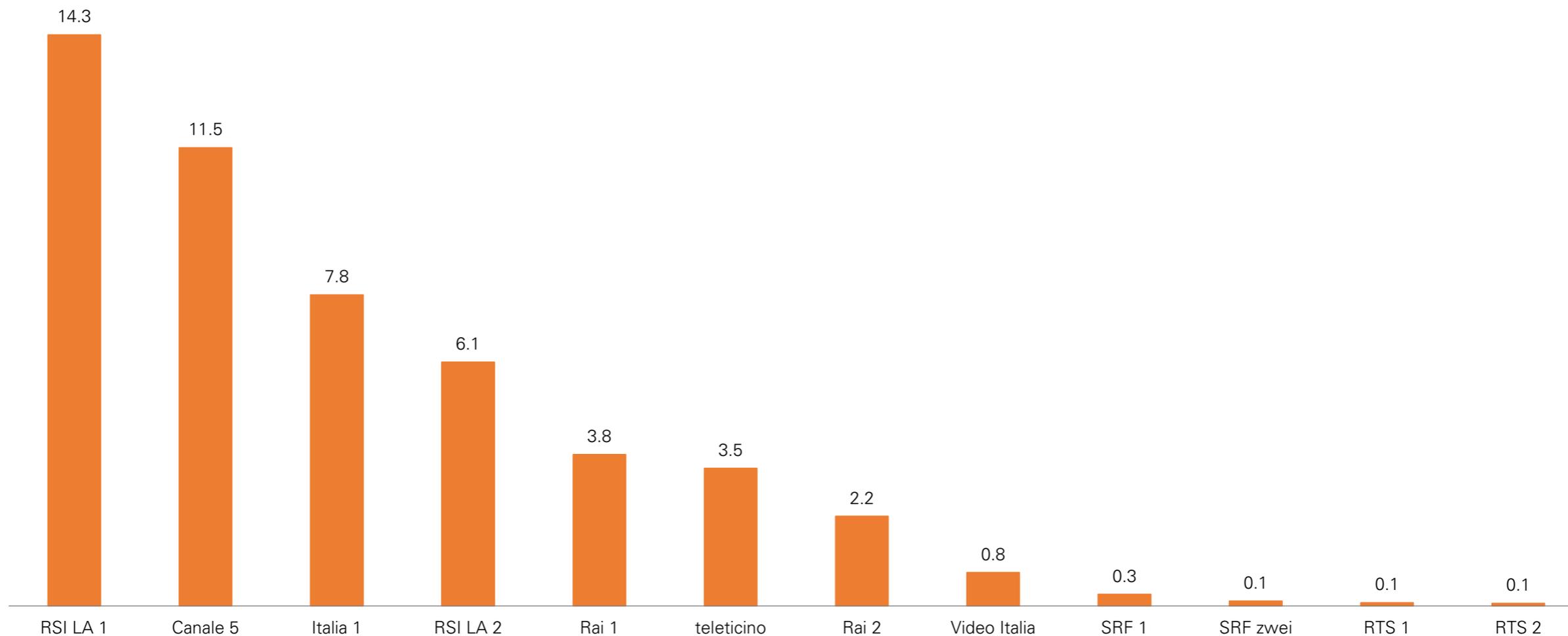
Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

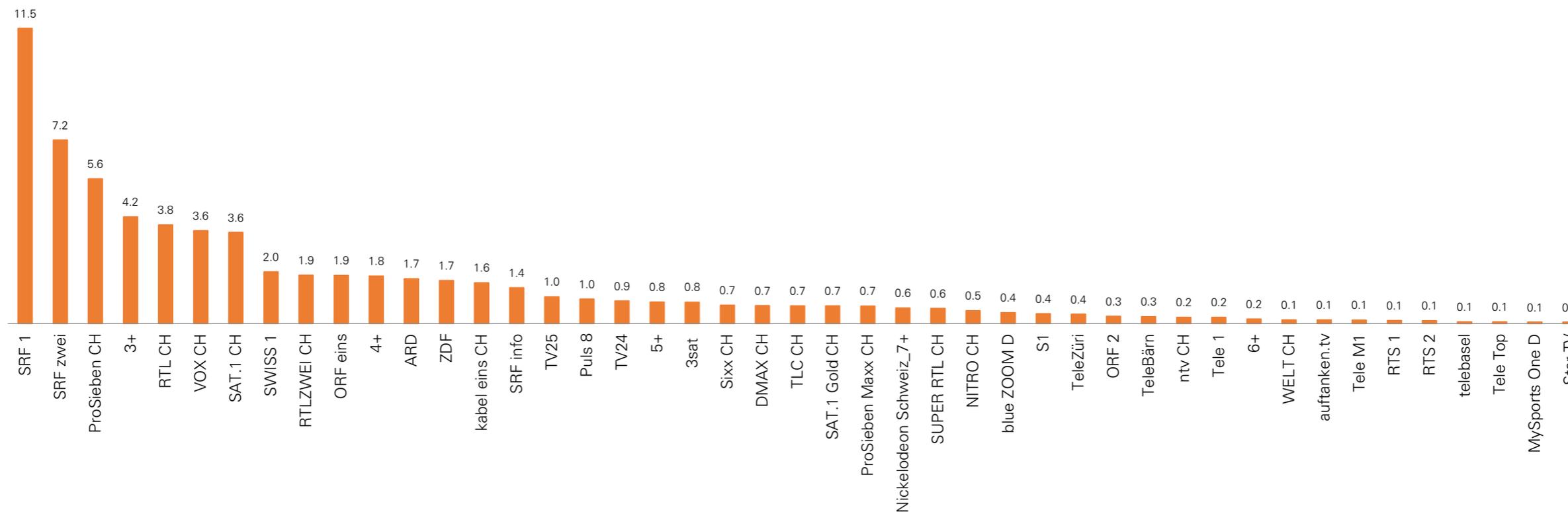
Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

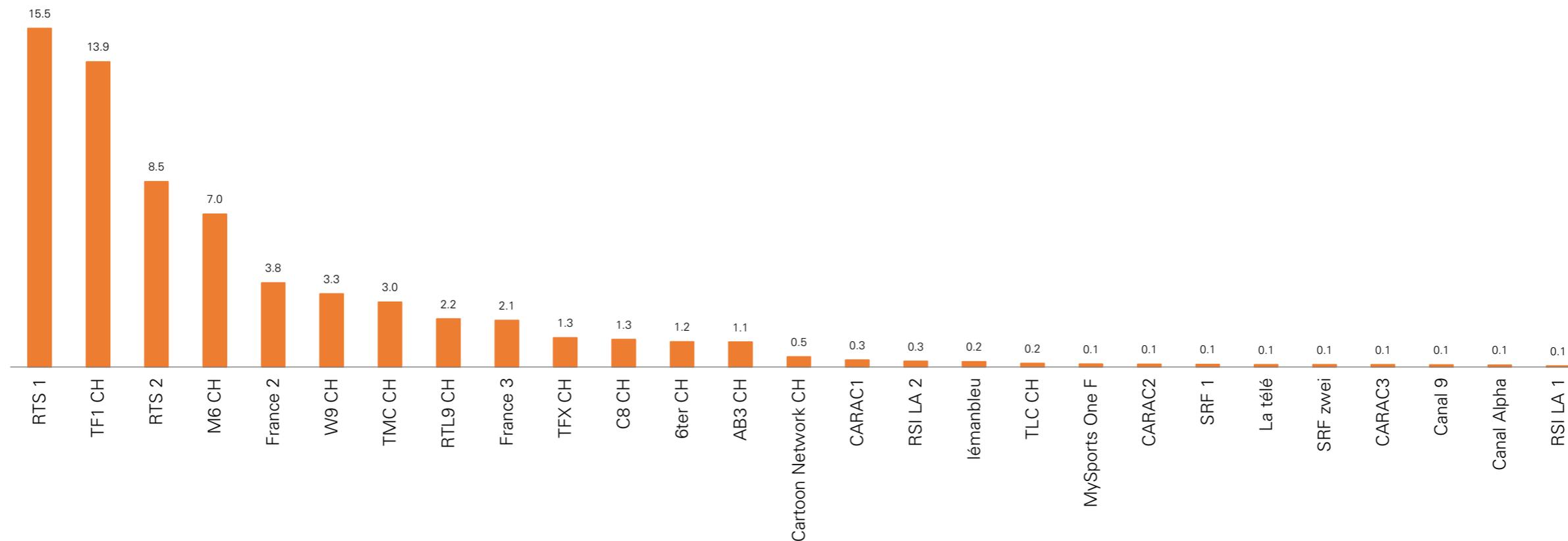
Persone 15-29 (ospiti inclusi), in percentuale





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	Zona di concessione	Dimensione	IC 95% PN-%	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Bern	1'228'000	[+/- 1.4]	6.5	79.6	15.3	1.0
Tele M1	Aargau-Solothurn	1'209'000	[+/- 2]	8.7	105.7	16.2	1.3
Tele Top	Zürich-Nordostschweiz	1'670'000	[+/- 0.6]	1.8	30.4	7.3	0.1
teleticino	Ticino	340'000	[+/- 1.7]	13.8	46.9	27.6	2.7
lémanbleu	Genève	500'000	[+/- 0.8]	3.3	16.4	12.6	0.4
TeleBilingue	Biel-Bienne	252'000	[+/- 1.4]	2.8	7.1	6.9	0.2
telebasel	Basel	511'000	[+/- 2.5]	6.0	30.9	12.9	0.7
tvo	Ostschweiz	599'000	[+/- 2.3]	6.1	36.4	17.6	1.2
La télé	Vaud-Fribourg	989'000	[+/- 0.5]	2.9	28.3	8.8	0.2
TSO	Südostschweiz	284'000	[+/- 1.9]	3.6	10.2	10.4	0.4
Tele 1	Innerschweiz	886'000	[+/- 1.9]	6.9	60.8	17.2	1.3
Canal 9	Valais-Wallis	355'000	[+/- 2]	5.8	20.7	9.7	0.4
Canal Alpha	Arc Jurassien	331'000	[+/- 1.2]	5.1	16.7	9.3	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	Regione linguistica	Dimensione	IC 95% PN-%	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.4]	2.5	135.3	11.3	0.3
Tele M1	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.5]	2.8	150.1	13.3	0.4
Tele Top	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.2]	1.1	57.4	6.5	0.1
teleticino	Svizzera italiana	340'000	[+/- 1.7]	13.8	46.9	27.6	2.7
lémanbleu	Svizzera francese	1'883'000	[+/- 0.3]	2.4	46.1	9.8	0.2
TeleBilingue	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.1]	0.6	32.5	4.8	0.0
TeleBilingue	Svizzera francese	1'883'000	[+/- 0.1]	0.4	8.2	5.3	0.0
telebasel	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.3]	1.4	74.9	8.6	0.1
tvo	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.3]	1.5	79.4	11.4	0.2
La télé	Svizzera francese	1'883'000	[+/- 0.3]	2.1	40.0	8.2	0.2
TSO	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.2]	0.9	50.4	5.1	0.0
Tele 1	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.4]	2.2	118.5	12.7	0.3
Canal 9	Svizzera tedesca	5'344'000	[+/- 0.1]	0.5	29.2	5.7	0.0
Canal 9	Svizzera francese	1'883'000	[+/- 0.4]	2.1	40.4	7.3	0.1
Canal Alpha	Svizzera francese	1'883'000	[+/- 0.4]	2.3	44.2	6.6	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	Zona di concessione	Dimensione	IC 95% PN-%	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Bern	1'074'000	[+/- 1.6]	7.3	78.5	15.4	1.0
Tele M1	Aargau-Solothurn	1'061'000	[+/- 2.3]	9.7	103.1	16.2	1.3
Tele Top	Zürich-Nordostschweiz	1'450'000	[+/- 0.7]	2.1	30.2	7.3	0.1
teleticino	Ticino	303'000	[+/- 2]	15.0	45.6	27.9	2.7
lémanbleu	Genève	454'000	[+/- 0.9]	3.5	16.0	12.7	0.4
TeleBilingue	Biel-Bienne	219'000	[+/- 1.6]	3.1	6.8	7.0	0.2
telebasel	Basel	466'000	[+/- 2.8]	6.6	30.7	12.9	0.7
tvo	Ostschweiz	520'000	[+/- 2.7]	6.9	36.0	17.7	1.3
La télé	Vaud-Fribourg	859'000	[+/- 0.6]	3.2	27.3	8.9	0.2
TSO	Südostschweiz	246'000	[+/- 2.3]	4.0	9.9	10.4	0.4
Tele 1	Innerschweiz	767'000	[+/- 2.3]	7.8	59.9	17.3	1.3
Canal 9	Valais-Wallis	301'000	[+/- 2.5]	6.8	20.4	9.7	0.4
Canal Alpha	Arc Jurassien	270'000	[+/- 1.5]	6.0	16.1	9.4	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	Regione linguistica	Dimensione	IC 95% PN-%	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.5]	2.8	133.4	11.4	0.3
Tele M1	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.6]	3.1	146.9	13.2	0.4
Tele Top	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.3]	1.2	56.7	6.5	0.1
teleticino	Svizzera italiana	303'000	[+/- 2]	15.0	45.6	27.9	2.7
lémanbleu	Svizzera francese	1'633'000	[+/- 0.4]	2.7	44.9	9.8	0.2
TeleBilingue	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.2]	0.7	31.8	4.8	0.0
TeleBilingue	Svizzera francese	1'633'000	[+/- 0.2]	0.5	7.9	5.3	0.0
telebasel	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.4]	1.6	74.1	8.6	0.1
tvo	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.4]	1.7	78.4	11.5	0.2
La télé	Svizzera francese	1'633'000	[+/- 0.4]	2.4	38.8	8.3	0.2
TSO	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.2]	1.0	49.3	5.1	0.0
Tele 1	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.5]	2.5	116.4	12.8	0.3
Canal 9	Svizzera tedesca	4'694'000	[+/- 0.2]	0.6	28.8	5.7	0.0
Canal 9	Svizzera francese	1'633'000	[+/- 0.5]	2.4	39.6	7.3	0.1
Canal Alpha	Svizzera francese	1'633'000	[+/- 0.4]	2.6	42.9	6.6	0.1

Legenda

PN-%: penetrazione netta in %

PN-M: penetrazione netta in migliaia

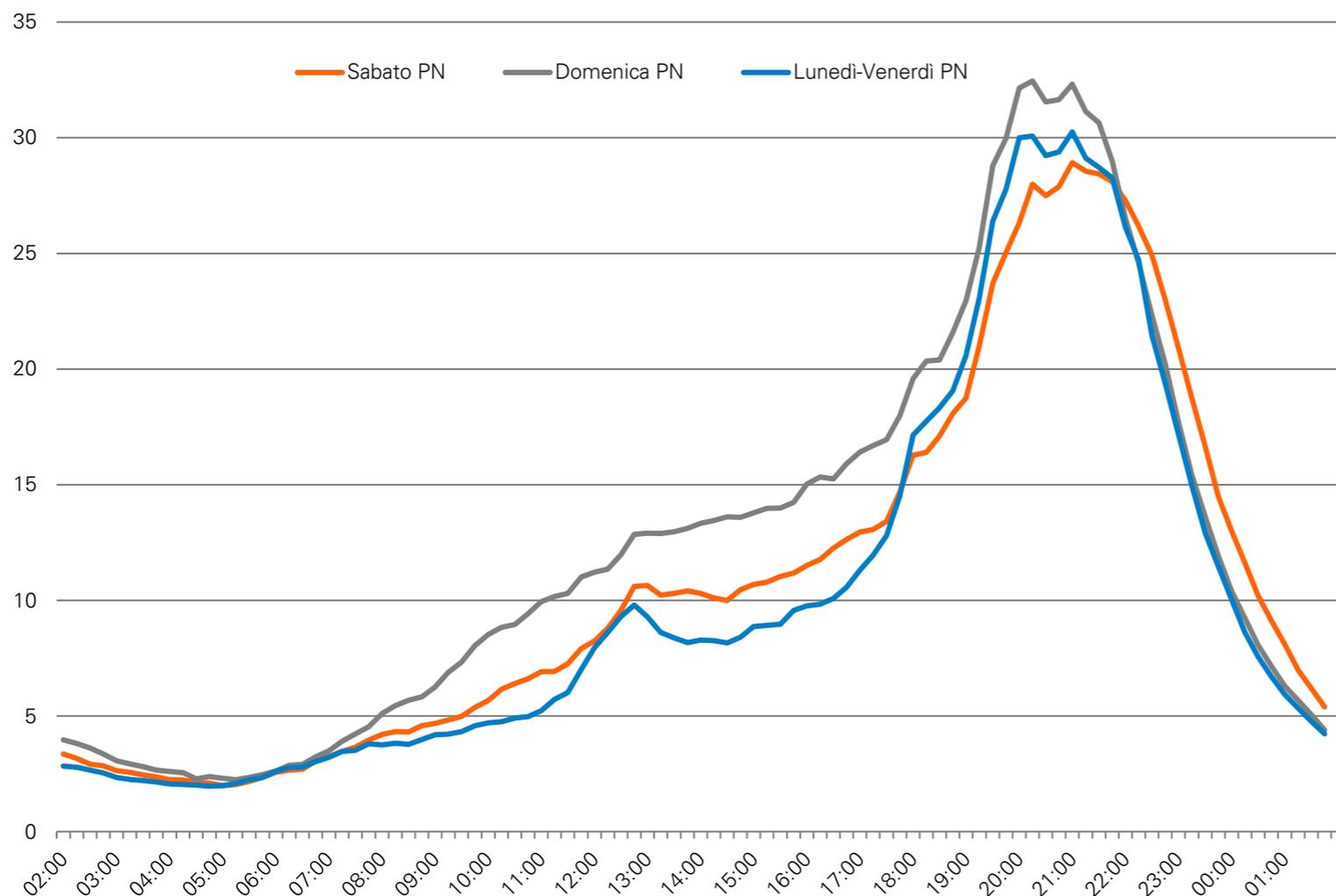
UV [min]: permanenza del singolo telespettatore in minuti

QDM: quota di mercato

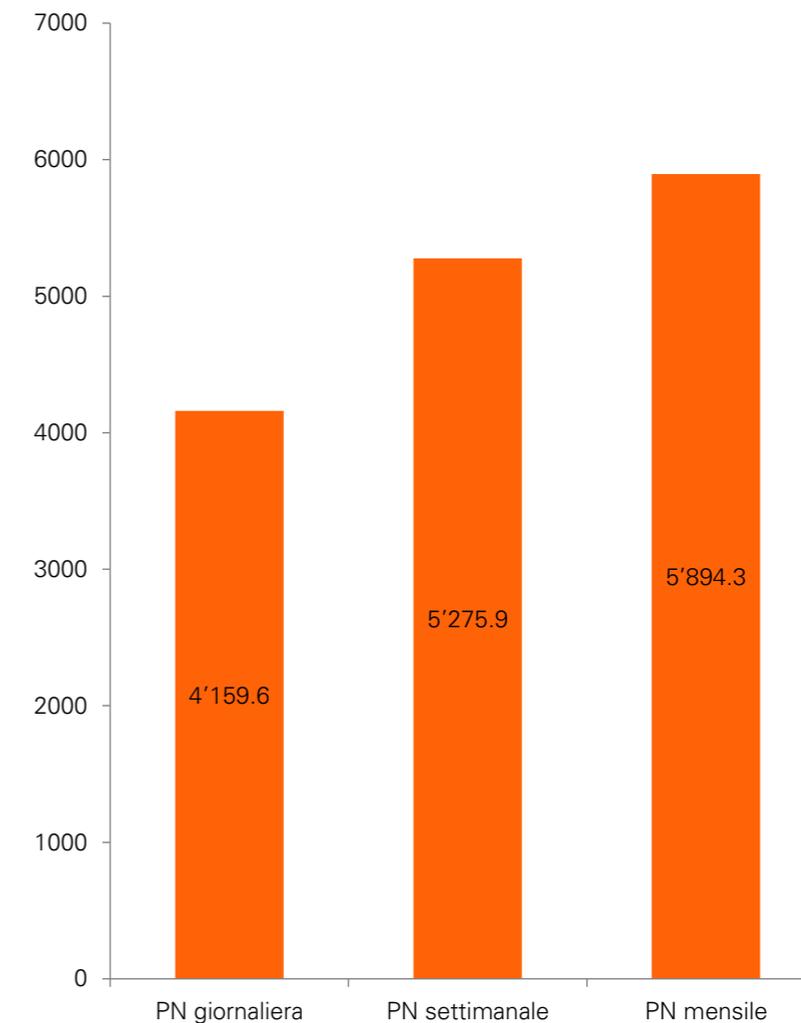


TV nell'intero mercato svizzero / gruppo target 15+ per confronto incrociato

∅ Andamento nel corso della giornata in percentuale



∅ Penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in '000



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.

Pubblicazione semestrale TV, 2° semestre 2023

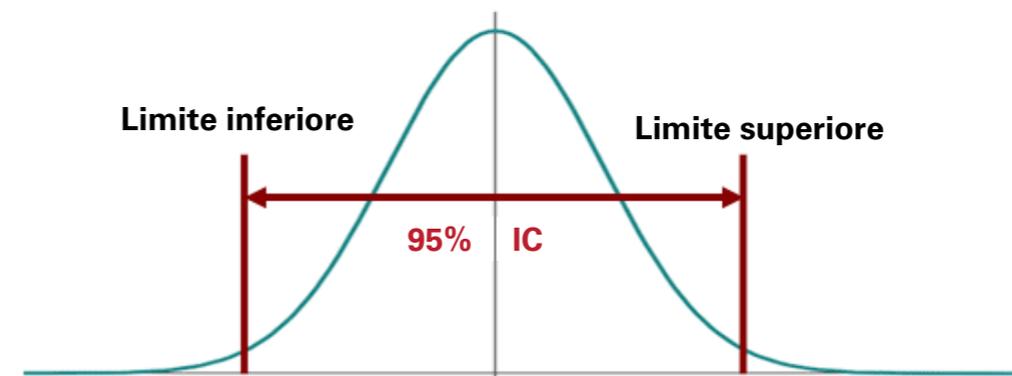
Calcolo dell'intervallo di confidenza (formula generale)

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 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:

- Streaming Data
- 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