

Nel primo semestre 2025 4,6 milioni di telespettatrici e telespettatori al giorno

Berna, 17 luglio 2025 – In Svizzera ogni giorno 4,6 milioni di persone si sintonizzano sui programmi delle emittenti televisive tradizionali, che vengono poi mediamente visti per quasi 3 ore – in modo lineare o in differita. Ad attestarlo sono i dati di diffusione e ascolto della televisione rilevati per conto della Fondazione Mediapulse nel primo semestre 2025.

Il numero assoluto di 4,6 milioni di spettatrici e spettatori corrisponde a una penetrazione netta del 60% tra tutte le persone dai 3 anni in su che vivono in un'economia domestica dotata di televisore. Questo valore relativo si riferisce sia alla Svizzera nel suo complesso che alla Svizzera tedesca e francese, mentre la penetrazione giornaliera della televisione nella Svizzera italiana raggiunge il 71%, attestandosi quindi nettamente sopra la media nazionale.

La maggiore affinità televisiva della popolazione della regione di lingua italiana è rilevabile empiricamente da molti anni e si ripercuote anche sulla durata d'ascolto giornaliera di spettatrici e spettatori effettivi (permanenza), che attualmente nella Svizzera italiana ammonta a 212 minuti per utente, pari dunque a oltre tre ore e mezza. A titolo di paragone, le telespettatrici e i telespettatori della Svizzera francese dedicano 182 minuti al giorno e quelli della Svizzera tedesca 170 minuti al giorno al consumo dei programmi TV.

Per l'intera Svizzera, nel primo semestre 2025 ne risulta una durata d'ascolto giornaliera di 175 minuti per utente. Il 29% di questo ascolto televisivo avviene in differita rispetto alla messa in onda originaria del contenuto fruito. Questo indica da un lato un nuovo record per il consumo sempre crescente di programmi TV «on demand», ma al contempo significa anche che, come in passato, oltre il 70% dell'ascolto televisivo avviene in modo lineare, vale a dire al momento della messa in onda.

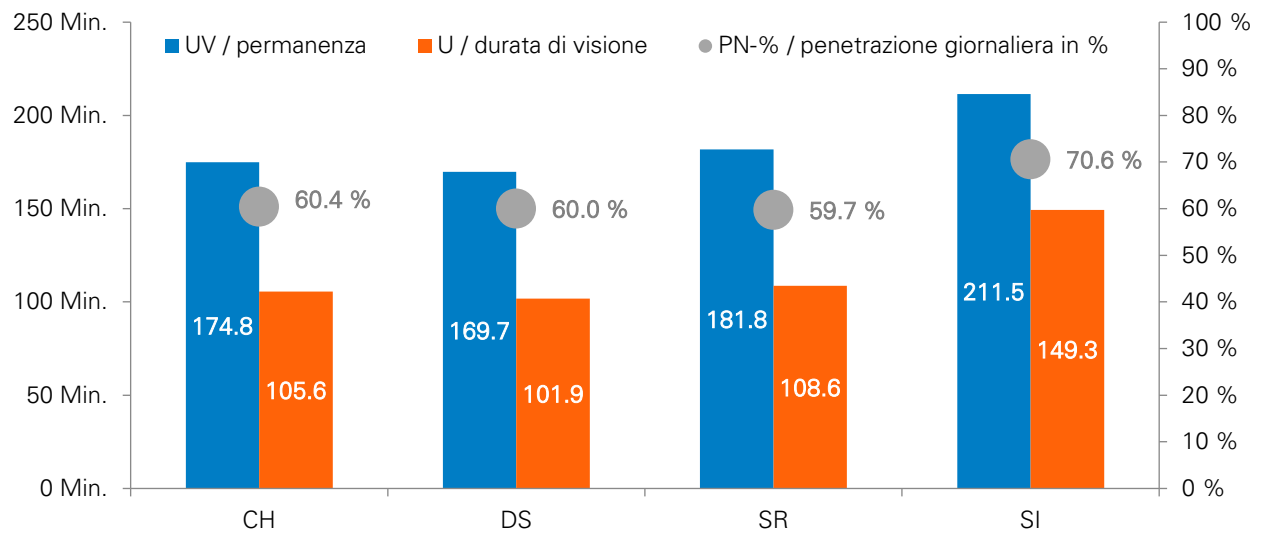
Rispetto al primo semestre 2024, la durata d'ascolto televisiva per spettatrice e spettatore risulta in lieve calo, con una diminuzione di 3 minuti sia nell'intera Svizzera che nella regione linguistica più grande. Nella Svizzera francese il calo dell'ascolto televisivo è di 4 minuti. Nella Svizzera italiana, per contro, la durata dell'ascolto televisivo è aumentata di 5 minuti. Analogamente al volume d'ascolto, anche la penetrazione del mezzo televisivo è in leggera flessione. Rispetto all'anno precedente si è ridotta del 3% a livello nazionale e nella Svizzera italiana, del 2% nella Svizzera tedesca e del 4% nella Svizzera francese.

Storicamente la ricerca televisiva affidata a Mediapulse ha rilevato l'ascolto televisivo lineare e in differita tramite televisori tradizionali (Big Screens). Da gennaio 2024 nei dati di ascolto ufficiali viene inserito in aggiunta anche l'ascolto di contenuti televisivi tramite PC, tablet o smartphone (Small Screens), a condizione che la ricerca venga sostenuta dalle emittenti.

Ulteriori risultati sugli ascolti TV nel primo semestre 2025 sono riportati sul sito web di Mediapulse al seguente [link](#).

Ascolti TV nell'intero mercato svizzero

Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per regioni linguistiche



FONTE: MEDIAPULSE TV DATA (INSTAR ANALYTICS), PERIODO: 1.1.2025-30.6.2025
 UNIVERSO: 7'693'000 (CH) / 5'451'000 (DS) / 1'899'000 (SR) / 343'000 (SI) PERSONE
 CAMPIONE (BASE SAMPLE): 4'666 / 2'475 / 1'493 / 698 (TUTTI I GRUPPI TARGET CON OSPITI)
 TV TOTALE, 24 H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME, OVERNIGHT +7

A proposito di Mediapulse

Quale organizzazione indipendente di settore, Mediapulse è responsabile della raccolta dei dati sull'ascolto di programmi radiofonici e televisivi 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:

Mirko Marr

Head of Research

mirko.marr@mediapulse.ch

+41 58 356 47 58



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berna

Badenerstrasse 15
8004 Zurigo