

## Nel secondo semestre 2025, la TV raggiunge ogni giorno 4,4 milioni di persone

**Berna, 16 gennaio 2026 – Da luglio a dicembre 2025, in Svizzera 4,4 milioni di persone ogni giorno hanno seguito i programmi delle emittenti televisive nazionali o straniere. Chi guarda la TV in diretta o in differita lo fa in media per 170 minuti al giorno. Ad attestarlo sono i dati di diffusione e ascolto della televisione rilevati per conto della Fondazione Mediapulse nel secondo semestre 2025.**

Il numero assoluto di 4,4 milioni di spettatrici/spettatori televisivi corrisponde a una penetrazione netta del 57% tra tutte le persone dai 3 anni in su che vivono in un'economia domestica dotata di televisore. Questo valore relativo varia nelle tre regioni linguistiche. Il valore massimo del 66% è stato registrato nella Svizzera italiana, mentre la penetrazione giornaliera nella Svizzera francese è del 58% e nella Svizzera tedesca del 56%.

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 del pubblico TV (permanenza), che nella Svizzera italiana ammonta attualmente a 200 minuti per utente. In confronto, il pubblico della Svizzera francese trascorre 174 minuti al giorno davanti alla TV, mentre quello della Svizzera tedesca 166 minuti, ovvero molto meno tempo.

Per l'intera Svizzera, nel secondo semestre 2025 ne deriva una durata d'ascolto giornaliera di 170 minuti per utente. Il 31% 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 quasi il 70% dell'ascolto televisivo avviene in modo lineare, vale a dire al momento della messa in onda.

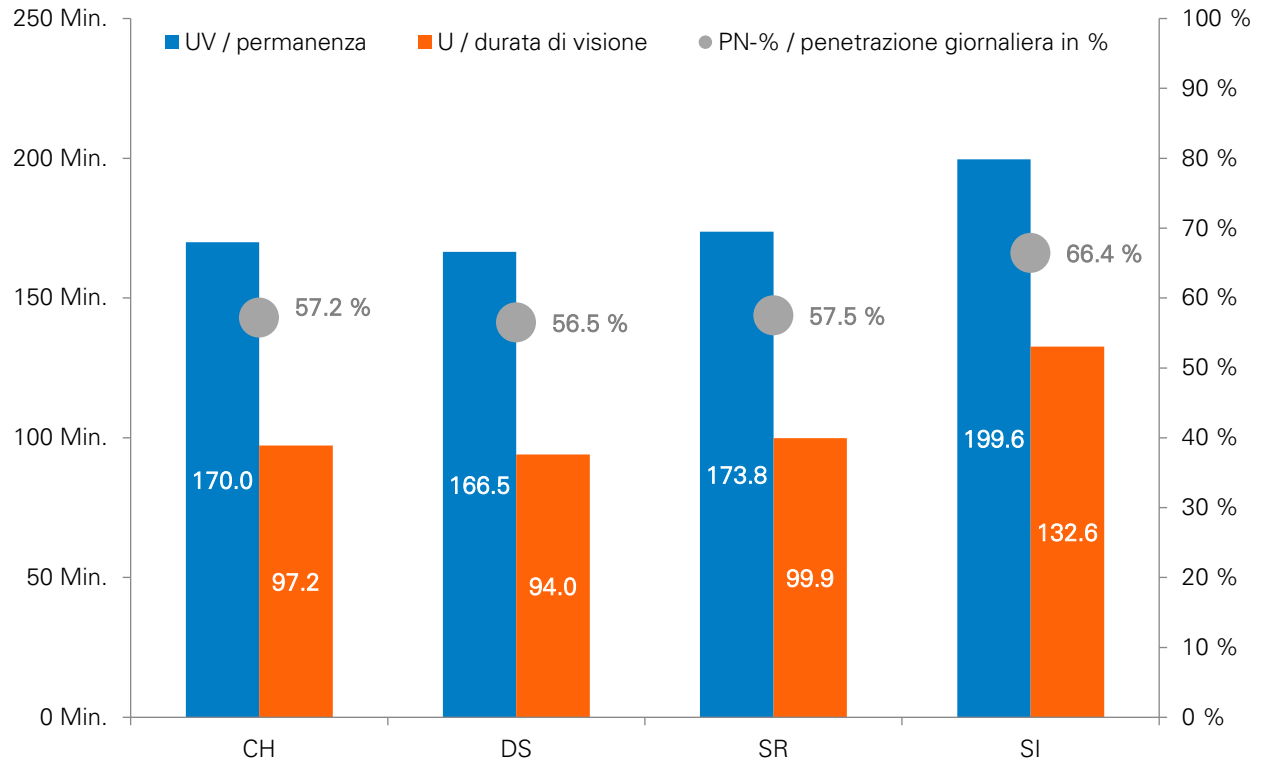
In confronto al secondo semestre del 2024, la permanenza nella Svizzera tedesca è rimasta invariata, mentre nella Svizzera italiana è diminuita di due minuti e nella Svizzera francese di quattro minuti rispetto a un anno fa. Per l'intera Svizzera si registra complessivamente un calo di un minuto nel volume d'ascolto della TV. Infine, è in calo anche la penetrazione giornaliera, che nel secondo semestre del 2024 era ancora del 61% in tutta la Svizzera, ovvero quattro punti percentuali in più rispetto al valore attuale del 57%.

Tradizionalmente 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 le emittenti sostengano questa ricerca avanzata e vi partecipino.

Ulteriori risultati sugli ascolti TV nel secondo 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: 1.7.2025-31.12.2025  
 UNIVERSO: 7'693'000 (CH) / 5'451'000 (DS) / 1'899'000 (SR) / 343'000 (SI) PERSONE  
 CAMPIONE (BASE SAMPLE): 4'547 / 2'374 / 1'475 / 697 (TUTTI I GRUPPI TARGET CON OSPITI)

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

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

**Isabelle Waser**

Head of Marketing & Communication

[isabelle.waser@mediapulse.ch](mailto:isabelle.waser@mediapulse.ch)

+41 58 356 47 30



Mediapulse SA

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

Weltpoststrasse 5  
3015 Berna

Badenerstrasse 15  
8004 Zurigo