

L'utilizzo della TV rimane stabile a livelli elevati

Berna, 17 luglio 2026 – In un giorno medio del primo semestre del 2026, 4,6 milioni di persone hanno seguito i programmi TV delle emittenti televisive nazionali ed estere. Per il consumo in diretta o in differita delle offerte televisive hanno investito in media 175 minuti al giorno. È quanto emerge dai dati raccolti relativi alla diffusione e all'utilizzo della televisione in Svizzera su incarico della Fondazione Mediapulse.

Il numero assoluto di 4,6 milioni di telespettatrici e telespettatori corrisponde a una penetrazione giornaliera del 59 per cento fra tutte le persone di età superiore ai 3 anni che vivono in un'economia domestica dotata di televisore. Rispetto al primo semestre del 2025, ciò corrisponde a livello nazionale a un leggero calo di un punto percentuale. Questa tendenza della penetrazione giornaliera si manifesta in misura simile in tutte e tre le regioni linguistiche. Attualmente, i valori si attestano al 58% nella Svizzera tedesca e al 59% nella Svizzera romanda. La Svizzera italiana si discosta tradizionalmente dalla media nazionale e nel semestre appena trascorso ha registrato una penetrazione televisiva del 69%.

La maggiore affinità con la TV nella regione di lingua italiana si manifesta non solo nelle dimensioni relative del pubblico televisivo, ma anche nel volume del consumo televisivo. Chi guarda la TV in Svizzera italiana trascorre in media 205 minuti al giorno davanti allo schermo. Anche in questo caso i valori di riferimento delle altre regioni linguistiche sono nettamente inferiori: 179 minuti nella Svizzera romanda e 172 minuti nella Svizzera tedesca. A livello nazionale, nel primo semestre del 2026 ne risulta una durata media di utilizzo di 175 minuti, ovvero poco meno di 3 ore di utilizzo televisivo per utente al giorno. Questo dato corrisponde al risultato rilevato nel primo semestre dell'anno precedente e mostra quindi un andamento stabile della durata di utilizzo della TV.

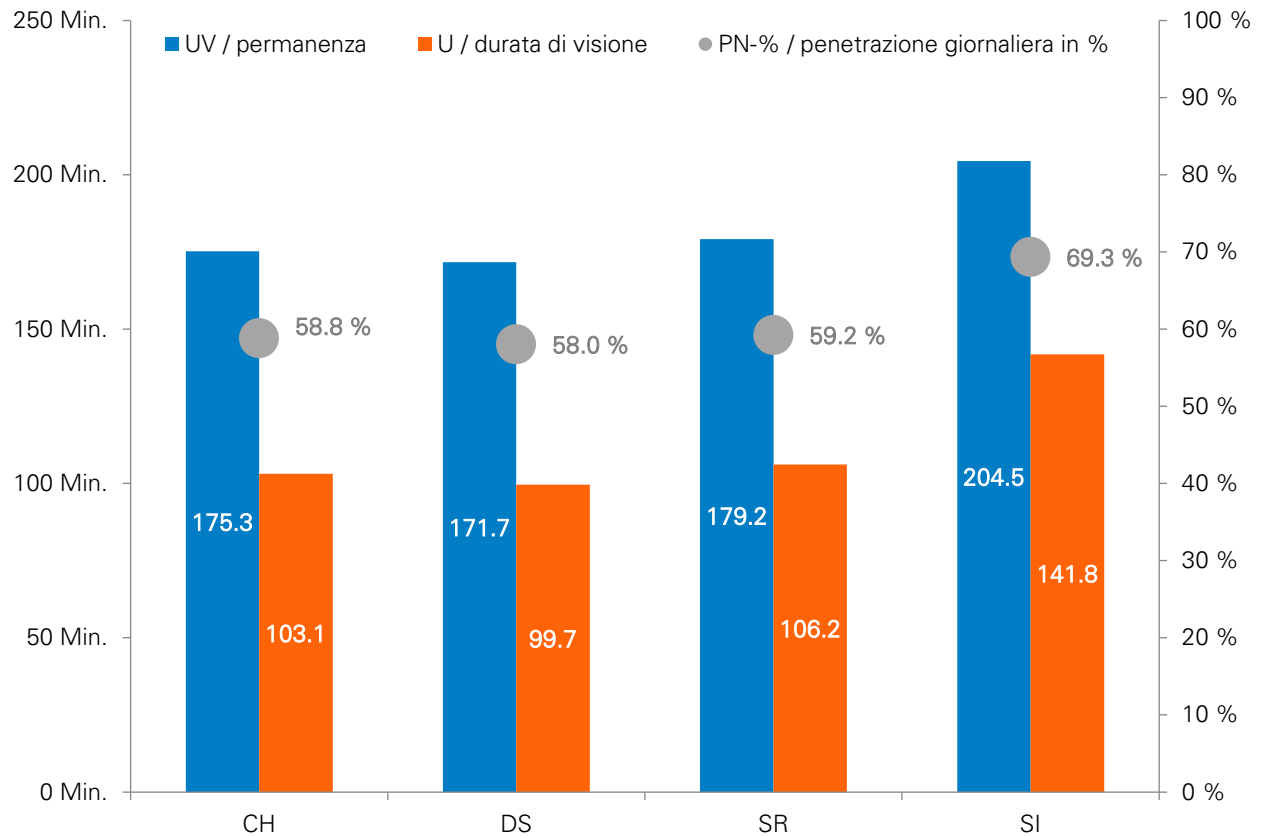
Attualmente, il 31 per cento dell'utilizzo televisivo complessivo è attribuibile alla visione in differita. Ciò significa che circa sette minuti su dieci di consumo televisivo continuano ad avvenire in diretta al momento della trasmissione. Rispetto al primo semestre del 2025, la quota di fruizione in differita registra un leggero aumento. Nonostante la crescente importanza delle possibilità di fruizione indipendentemente dall'orario, la televisione lineare rimane la forma dominante del consumo televisivo in Svizzera.

La ricerca televisiva condotta da Mediapulse rileva la fruizione televisiva lineare e in differita tramite apparecchi televisivi tradizionali (big Screen). Inoltre, Mediapulse misura l'utilizzo dei contenuti televisivi tramite PC, tablet o smartphone (small screen) e integra tali dati nelle statistiche di ascolto TV ufficiali. Ciò presuppone la partecipazione delle emittenti a questa ricerca estesa.

Ulteriori risultati sull'utilizzo della TV nel primo semestre del 2026 sono disponibili sul sito web di Mediapulse nella sezione dati semestrali della «[Raccolta di rapporti TV](#)».

Ascolti TV nell'intero mercato svizzero

Penetrazione giornaliera e durata d'ascolto, per regioni linguistiche



FONTE: MEDIAPULSE TV DATA (TV ANALYTICS), PERIODO: 1.1.2026-30.6.2026
 UNIVERSO: 7'873'000 (CH) / 5'581'000 (DS) / 1'947'000 (SR) / 345'000 (SI) PERSONE
 CAMPIONE (BASE SAMPLE): 4'558 (CH) / 2'412 (DS) / 1'458 (SR) / 687 (SI) (TUTTI I GRUPPI TARGET CON OSPITI)
 TV TOTALE, 24H, LUN.-DOM., TUTTE LE PIATTAFORME, OVERNIGHT +7

Info su Mediapulse

Quale organizzazione indipendente di settore, Mediapulse è responsabile della raccolta dei dati sull'ascolto di programmi radiofonici e televisivi nonché sulla fruizione delle relative offerte digitali in Svizzera. Questi dati «Made in Switzerland» 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 quanto impresa orientata alla pratica, Mediapulse mira a supportare il mercato mediatico e pubblicitario in Svizzera attraverso i propri prodotti di analisi dei dati, sia nell'analisi dei programmi che nella commercializzazione. Sistemi di misurazione moderni, metodi scientificamente fondati e innovazione continua garantiscono che anche i cambiamenti dinamici nell'utilizzo dei media audiovisivi possano essere rappresentati in modo affidabile, sostenibile, trasparente e attendibile.

Mediapulse è sinonimo di neutralità, indipendenza e massima qualità nella ricerca sui media. L'istituzione è soggetta alla sorveglianza del DATEC (UFCOM). In seno al consiglio di amministrazione di Mediapulse SA e al consiglio di fondazione della Fondazione Mediapulse sono rappresentati i principali operatori del mercato.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Isabelle Waser

Head of Marketing & Communications

isabelle.waser@mediapulse.ch

+41 58 356 47 30



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich