



Pubblicazione semestrale TV

1° semestre 2026

17.07.2026

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 – 1° semestre 2026

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

Indice

- Quote di mercato 3+ per regione linguistica 4
- Quote di mercato 15-59 per regione linguistica 7
- Quote di mercato 15-49 per regione linguistica 10
- Emittenti TV regionali in possesso di concessioni 13
- Andamento nel corso della giornata e penetrazione in tutta la Svizzera 17



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:** ~7.9 milioni di persone
- **Dimensione del campione:** 4'558 persone | 2'040 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:** In passato la ricerca televisiva affidata a Mediapulse ha rilevato il consumo televisivo lineare e in differita tramite televisori tradizionali (Big Screens). Da gennaio 2024 nei dati di ascolto ufficiali viene inserito in aggiunta anche il consumo di contenuti televisivi tramite PC, tablet o smartphone (Small Screens).
- **Per maggiori informazioni sul metodo:** <https://www.mediapulse.ch/it/prodotti/tv-data/>

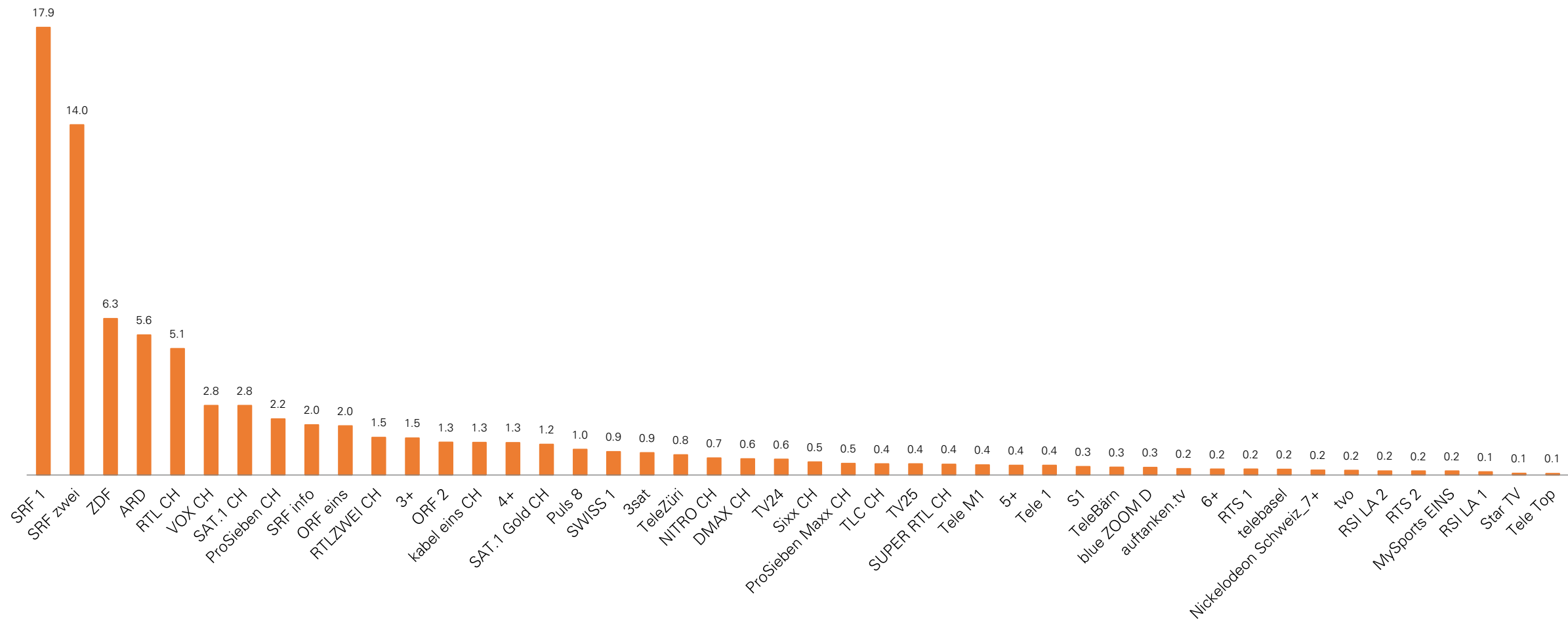




Fonte: Mediapulse TV Data (TV Analytics), periodo: 1.1.2026-30.6.2026
Universo: 5'581'014 persone
Campione (base sample): 2'412, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7
Emittenti non elencate: Quota di mercato = 19,3

Quote di mercato nella Svizzera tedesca

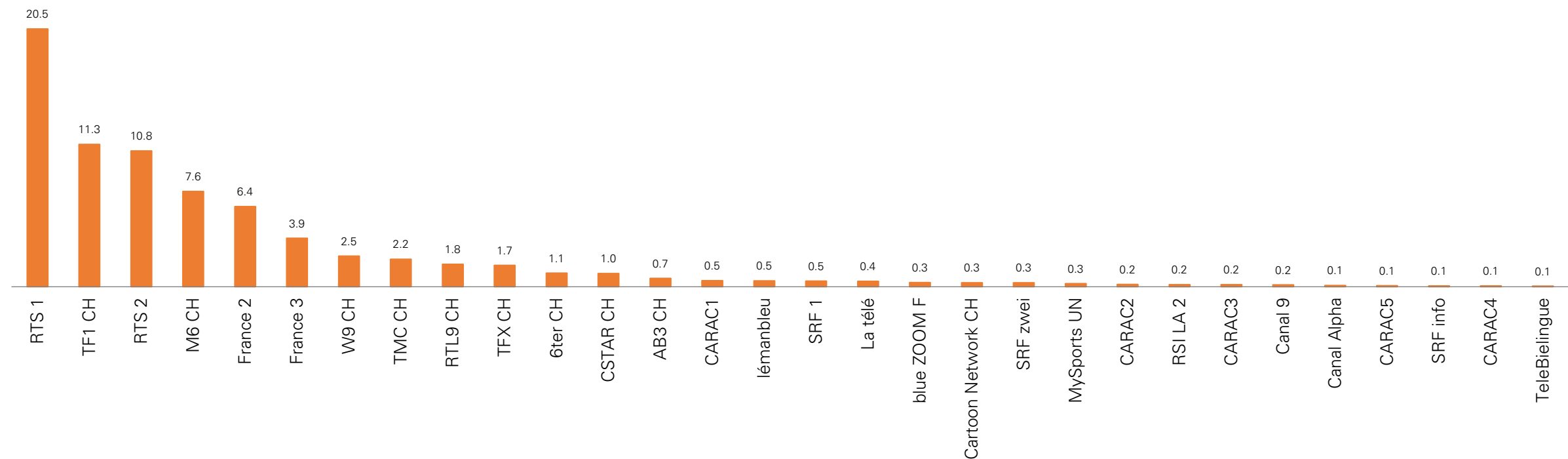
Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera francese

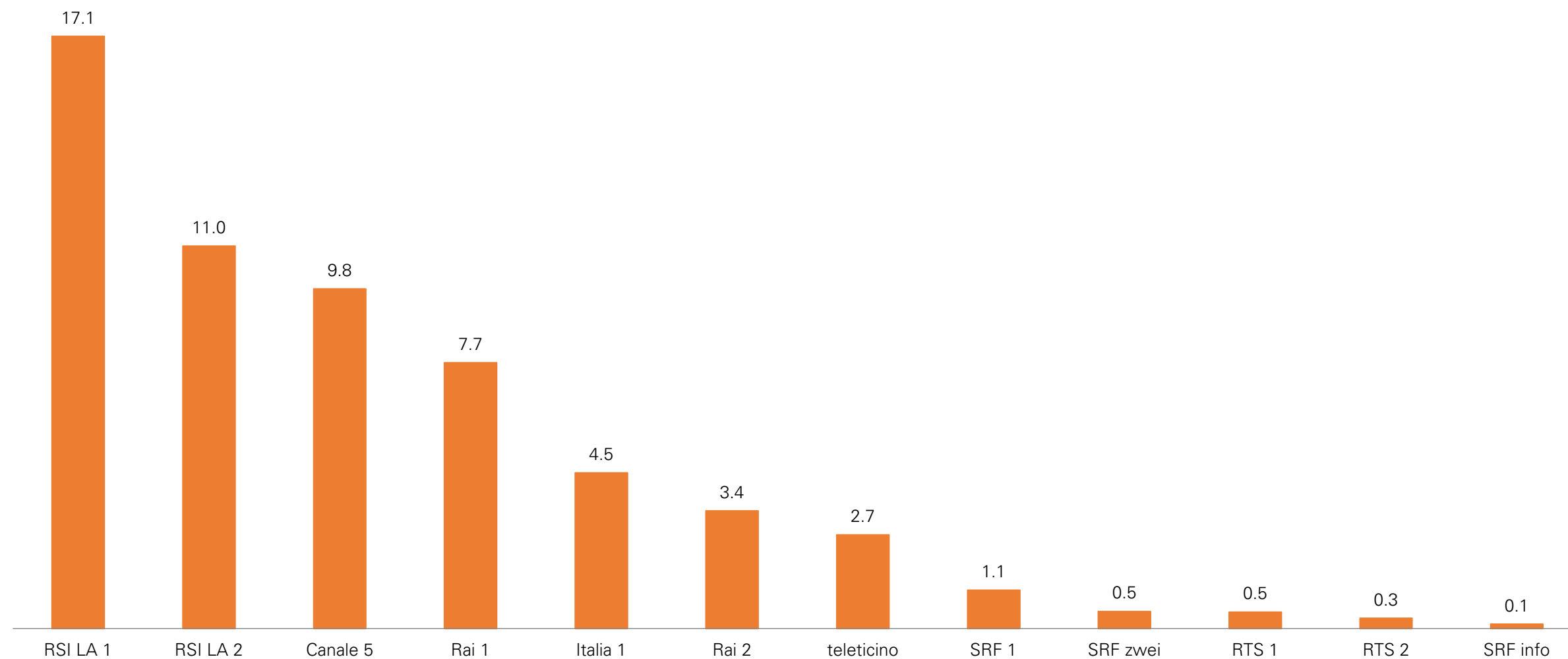
Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

Persone 3+ (ospiti inclusi), in percentuale

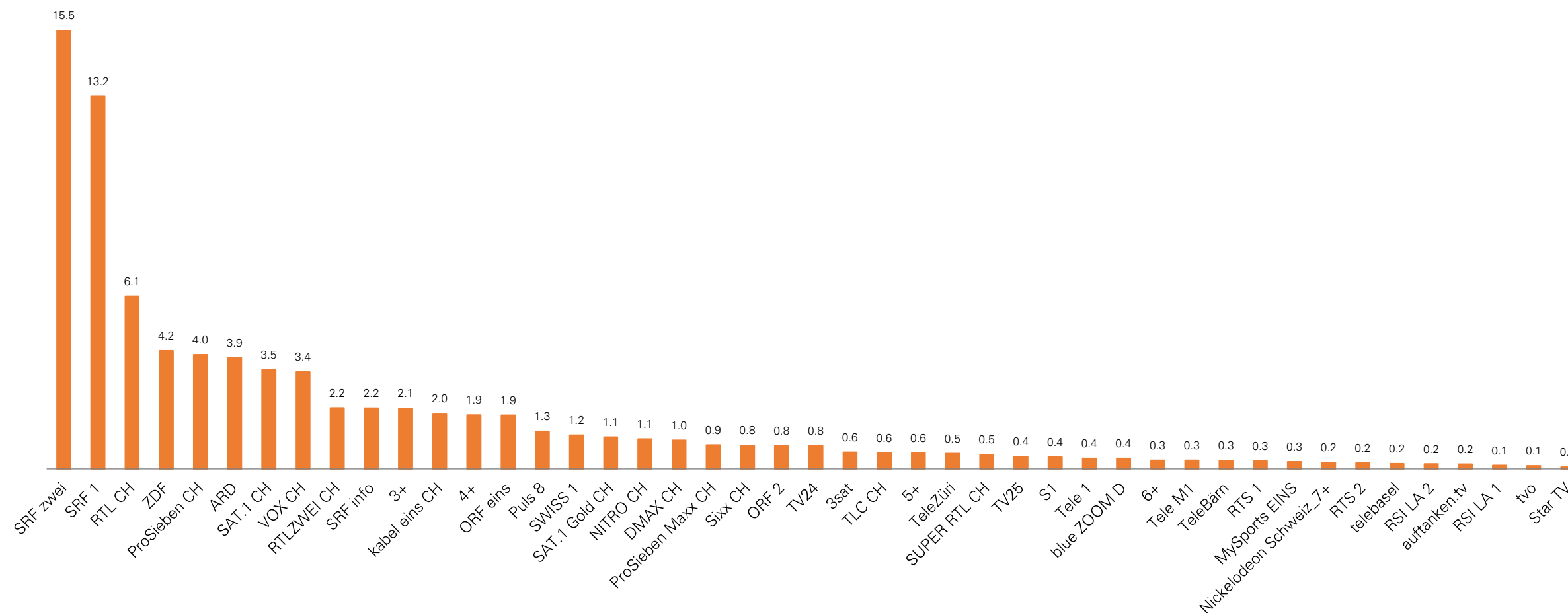




Fonte: Mediapulse TV Data (TV Analytics), periodo: 1.1.2026-30.6.2026
Universo: 3'337'011 persone
Campione (base sample): 1'165, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7
Emittenti non elencate: Quota di mercato = 17,7

Quote di mercato nella Svizzera tedesca

Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale

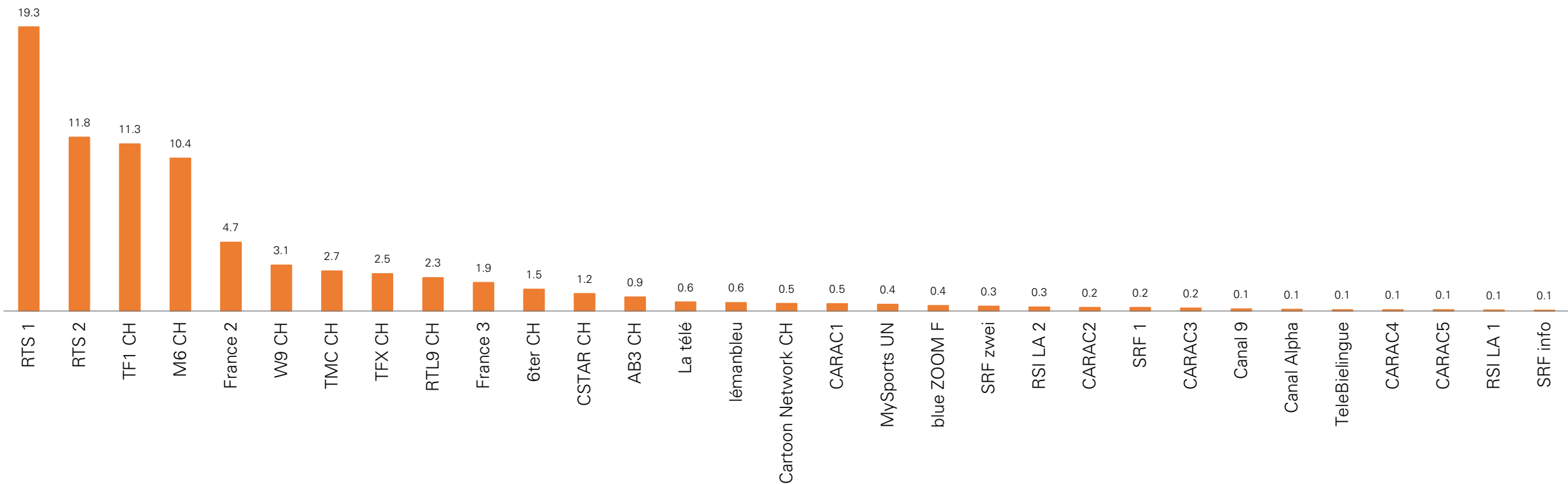




Fonte: Mediapulse TV Data (TV Analytics), periodo: 1.1.2026-30.6.2026
Universo: 1'197'001 persone
Campione (base sample): 762, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7
Emittenti non elencate: Quota di mercato = 21,6

Quote di mercato nella Svizzera francese

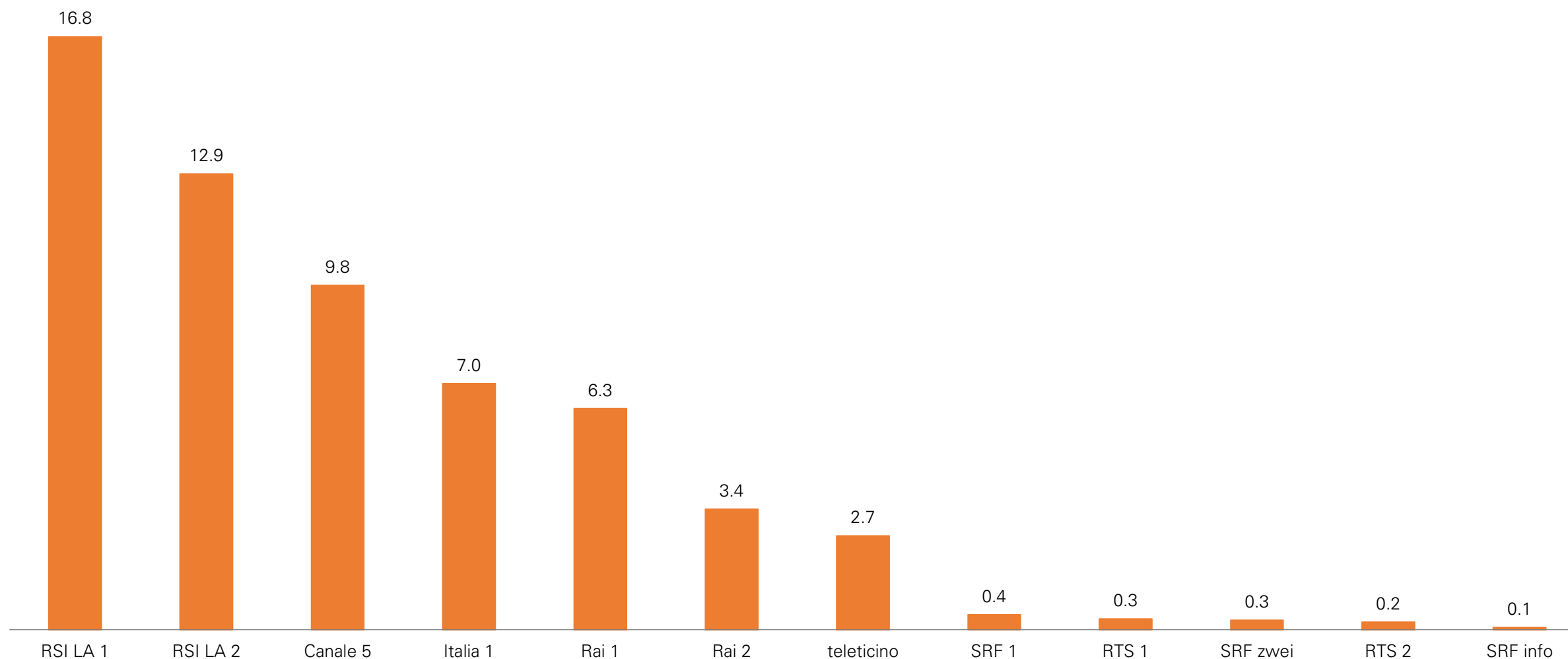
Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

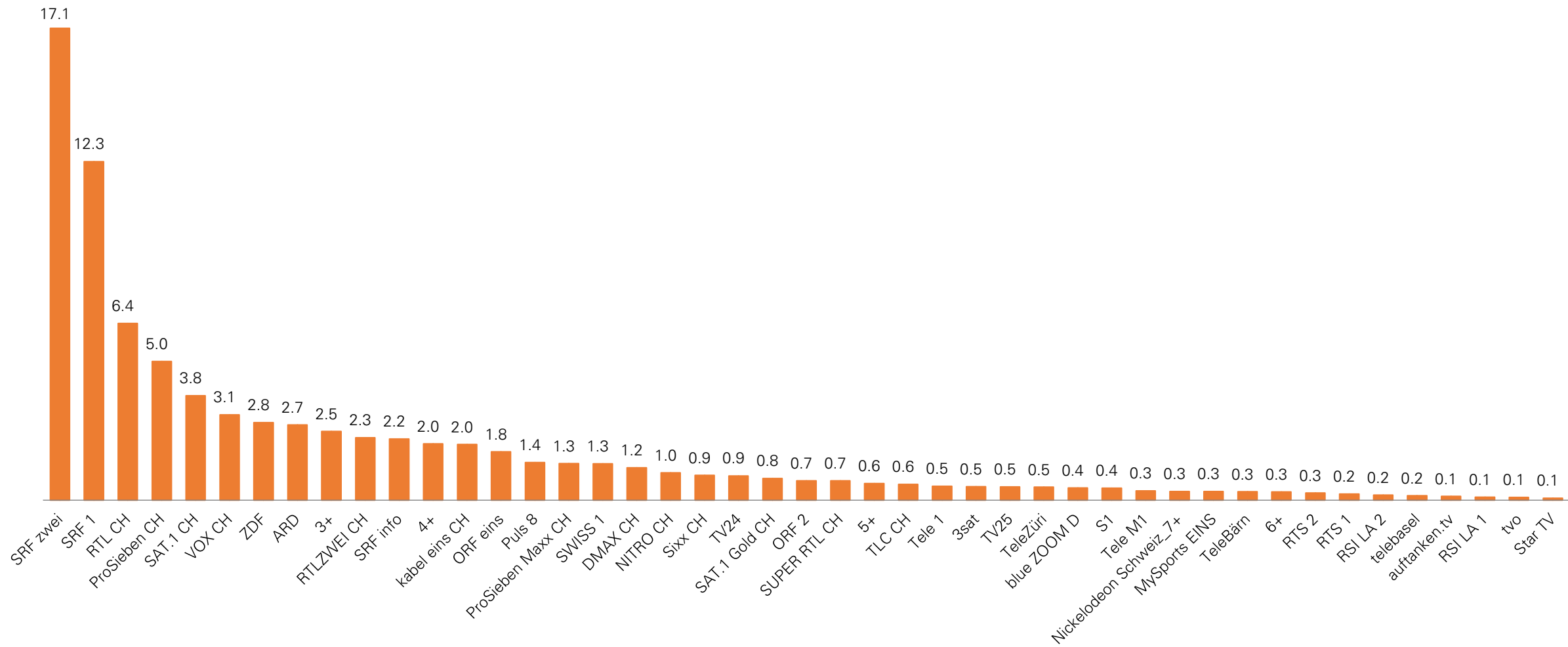
Persone 15-59 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera tedesca

Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale

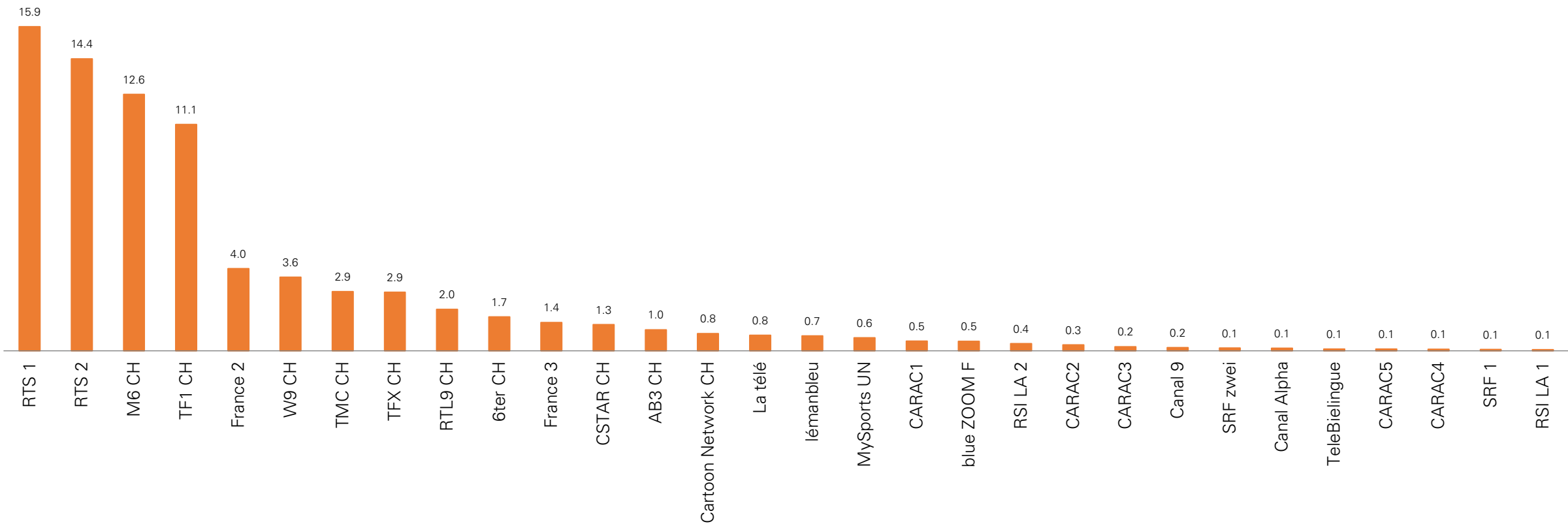




Fonte: Mediapulse TV Data (TV Analytics), periodo: 1.1.2026-30.6.2026
Universo: 914'908 persone
Campione (base sample): 517, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7
Emittenti non elencate: Quota di mercato = 19,5

Quote di mercato nella Svizzera francese

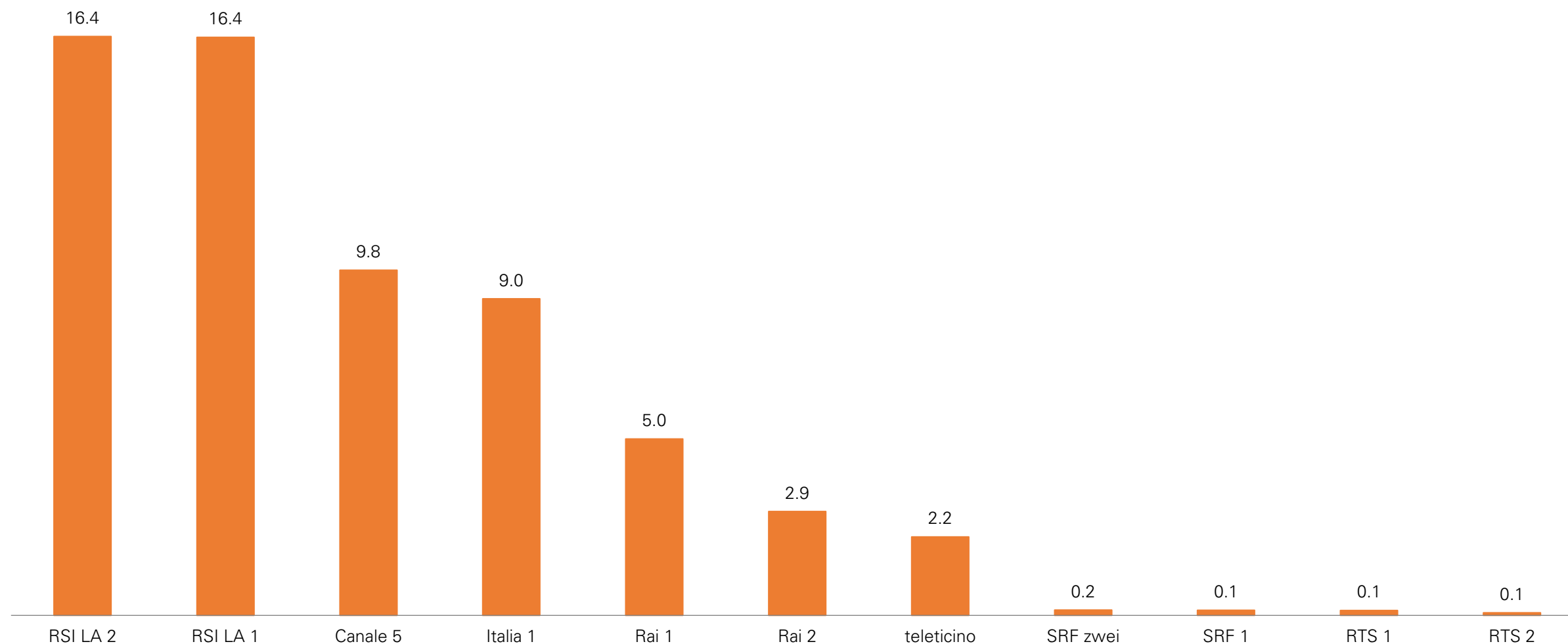
Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Quote di mercato nella Svizzera italiana

Persone 15-49 (ospiti inclusi), in percentuale





Fonte: Mediapulse TV Data (TV Analytics), periodo: 1.1.2026-30.6.2026
Campione: totale persone 3+ (con ospiti), 24h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7, rispettiva area di concessione e regioni linguistiche

Emittenti TV regionali in possesso di concessioni – zona di copertura

Zona di copertura		Persone 3+ (con ospiti) rispettiva area di copertura				
Emittenti TV regionali	Zona di copertura	Dimensione	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Bern	948'972	7.3	69.6	16.8	1.2
Tele M1	Aargau-Solothurn	965'995	11.0	105.9	17.4	2.0
Tele Top	Zürich-Nordostschweiz	1'736'030	2.0	34.7	6.1	0.1
teleticino	Ticino	345'003	16.0	55.2	23.9	2.7
lémanbleu	Genève	546'029	4.4	23.9	14.6	0.6
TeleBilingue	Biel-Bienne	255'987	2.5	6.5	8.5	0.2
telebasel	Basel	541'023	8.8	47.7	17.8	1.3
tvo	Ostschweiz	806'004	6.3	50.7	15.0	1.0
La télé	Vaud-Fribourg	1'023'999	3.9	39.8	18.2	0.7
TSO	Südostschweiz	282'997	4.3	12.3	11.6	0.5
Tele 1	Innerschweiz	755'989	10.4	78.7	20.3	2.0
Canal 9	Valais-Wallis	372'001	7.4	27.5	8.8	0.5
Canal Alpha	Arc Jurassien	270'979	4.8	13.1	8.5	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	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Svizzera tedesca	5'581'014	2.6	142.7	12.2	0.3
Tele M1	Svizzera tedesca	5'581'014	3.1	171.6	12.9	0.4
Tele Top	Svizzera tedesca	5'581'014	1.2	67.1	4.9	0.1
teleticino	Svizzera italiana	345'003	16.0	55.2	23.9	2.7
lémanbleu	Svizzera francese	1'947'007	3.5	67.6	14.4	0.5
TeleBilingue	Svizzera tedesca	5'581'014	0.7	36.4	3.6	0.0
TeleBilingue	Svizzera francese	1'947'007	1.0	19.0	5.8	0.1
telebasel	Svizzera tedesca	5'581'014	2.1	116.7	10.7	0.2
tvo	Svizzera tedesca	5'581'014	1.9	103.9	9.8	0.2
La télé	Svizzera francese	1'947'007	3.0	59.2	15.3	0.4
TSO	Svizzera tedesca	5'581'014	1.0	53.4	5.0	0.0
Tele 1	Svizzera tedesca	5'581'014	2.8	155.6	13.6	0.4
Canal 9	Svizzera tedesca	5'581'014	0.7	39.6	4.9	0.0
Canal 9	Svizzera francese	1'947'007	2.6	51.6	6.0	0.2
Canal Alpha	Svizzera francese	1'947'007	2.3	45.0	4.9	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 copertura

Zona di copertura	Persone 15+ (con ospiti) rispettiva area di copertura
-------------------	--

Emittenti TV regionali	Zona di concessione	Dimensione	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Bern	806'904	8.4	67.9	16.9	1.3
Tele M1	Aargau-Solothurn	856'213	12.2	104.1	17.4	2.0
Tele Top	Zürich-Nordostschweiz	1'540'587	2.2	34.4	6.0	0.1
teleticino	Ticino	308'182	17.1	52.8	24.2	2.7
lémanbleu	Genève	505'418	4.7	23.6	14.5	0.6
TeleBilingue	Biel-Bienne	220'317	2.9	6.4	8.5	0.2
telebasel	Basel	488'891	9.6	47.0	17.9	1.4
tvo	Ostschweiz	695'720	7.1	49.7	15.2	1.1
La télé	Vaud-Fribourg	891'959	4.2	37.9	17.9	0.6
TSO	Südostschweiz	247'708	4.8	11.9	11.7	0.5
Tele 1	Innerschweiz	660'839	11.4	75.2	20.2	2.0
Canal 9	Valais-Wallis	322'588	8.3	26.7	8.8	0.5
Canal Alpha	Arc Jurassien	217'997	5.9	12.8	8.4	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	PN-%	PN-M	UV [min]	QDM-%
TeleBärn	Svizzera tedesca	4'891'181	2.9	139.6	12.2	0.3
Tele M1	Svizzera tedesca	4'891'181	3.4	168.2	13.0	0.4
Tele Top	Svizzera tedesca	4'891'181	1.3	66.0	4.9	0.1
teleticino	Svizzera italiana	308'182	17.1	52.8	24.2	2.7
lémanbleu	Svizzera francese	1'691'171	3.9	65.4	14.2	0.5
TeleBilingue	Svizzera tedesca	4'891'181	0.7	35.6	3.5	0.0
TeleBilingue	Svizzera francese	1'691'171	1.1	18.2	5.8	0.1
telebasel	Svizzera tedesca	4'891'181	2.3	114.4	10.8	0.2
tvo	Svizzera tedesca	4'891'181	2.1	101.7	10.0	0.2
La télé	Svizzera francese	1'691'171	3.3	56.5	15.1	0.4
TSO	Svizzera tedesca	4'891'181	1.1	52.0	5.0	0.0
Tele 1	Svizzera tedesca	4'891'181	3.1	149.7	13.6	0.4
Canal 9	Svizzera tedesca	4'891'181	0.8	39.0	4.9	0.0
Canal 9	Svizzera francese	1'691'171	3.0	50.4	6.0	0.2
Canal Alpha	Svizzera francese	1'691'171	2.6	43.9	4.9	0.1

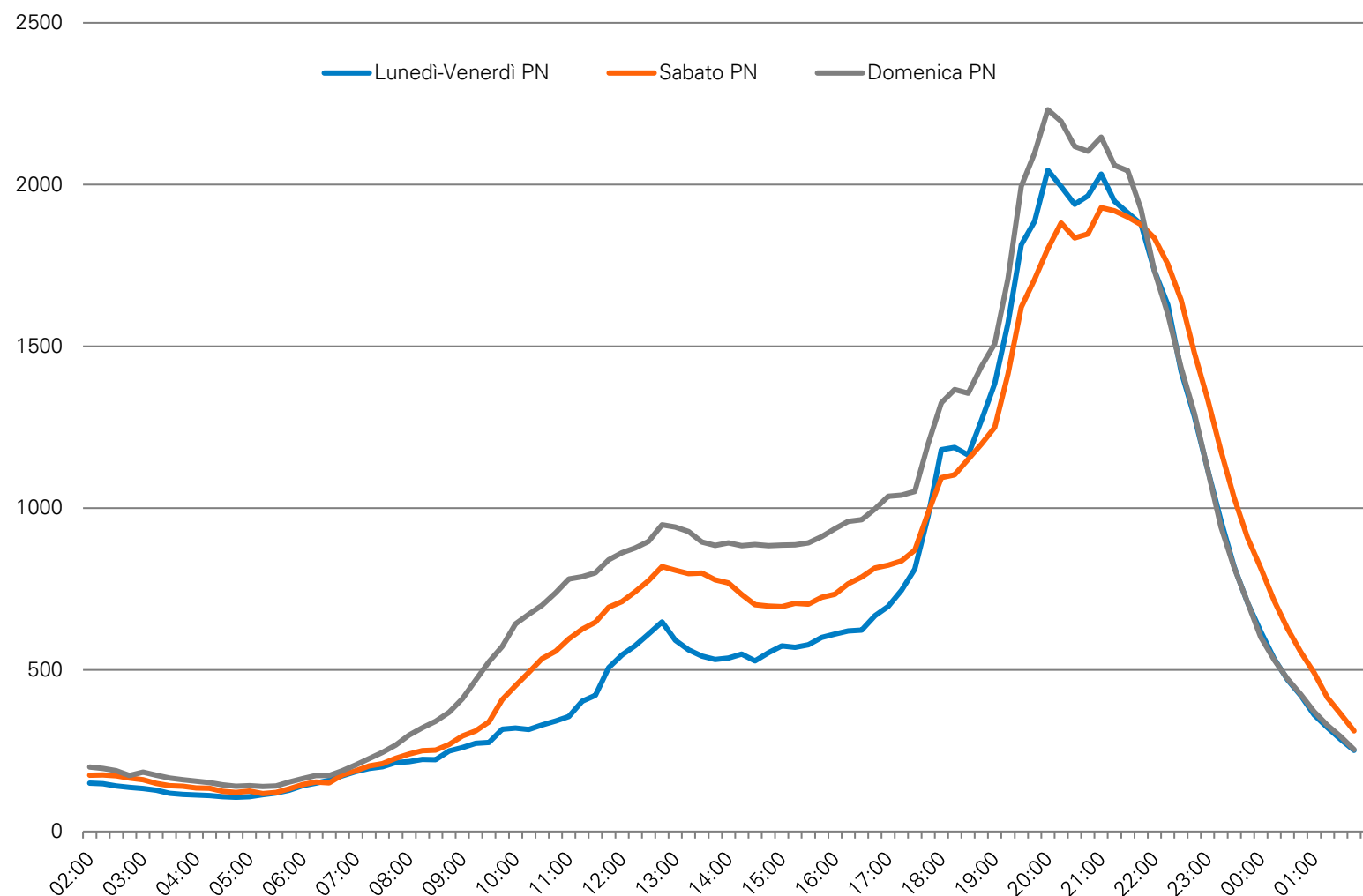
Legenda
PN-%: penetrazione netta in %
PN-M: penetrazione netta in migliaia
UV [min]: permanenza del singolo telespettatore in minuti
QDM: quota di mercato



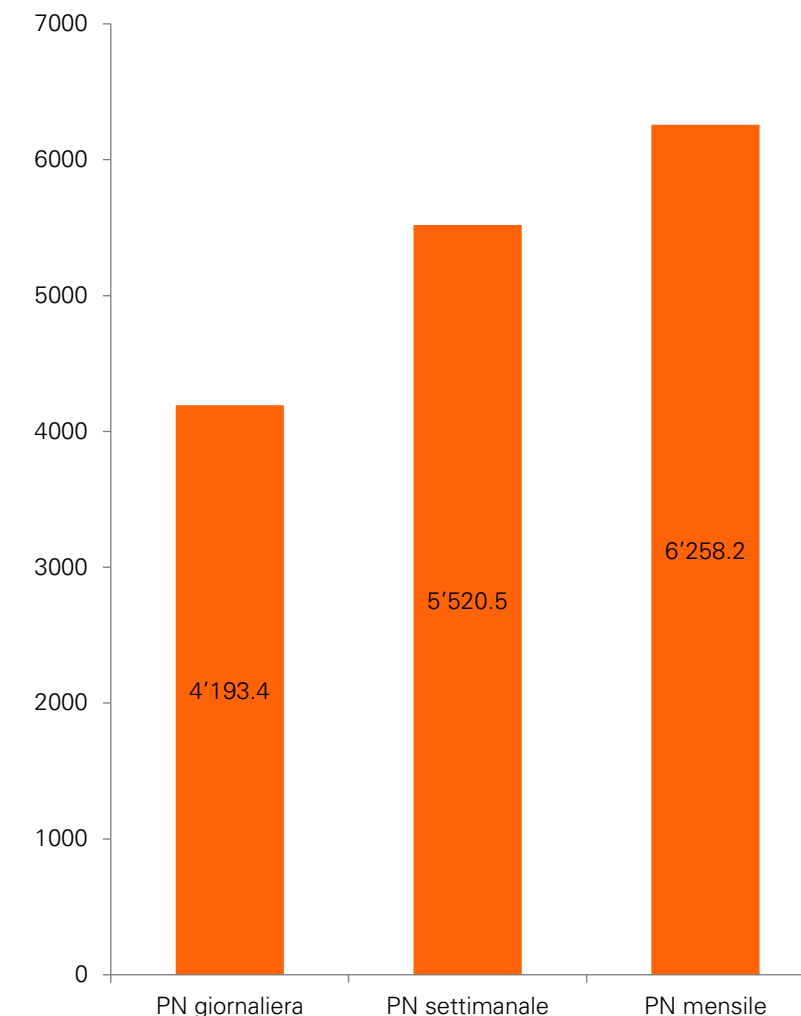
Fonte: Mediapulse TV Data (TV Analytics), periodo: 1.1.2026-30.6.2026
Universo: 6'6'890'533 persone
Campione (base sample): 3'952 (lu-do), 3'948 (lu-ve), 3'953 (sa), 3'968 (do); gruppo target 15+ (ospiti inclusi)
TV totale, 24h, lun.-dom., tutte le piattaforme, Overnight +7

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

∅ Andamento nel corso della giornata in '000



∅ Penetrazione giornaliera, settimanale, mensile in '000



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 [tradotto])

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 [tradotto])

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.

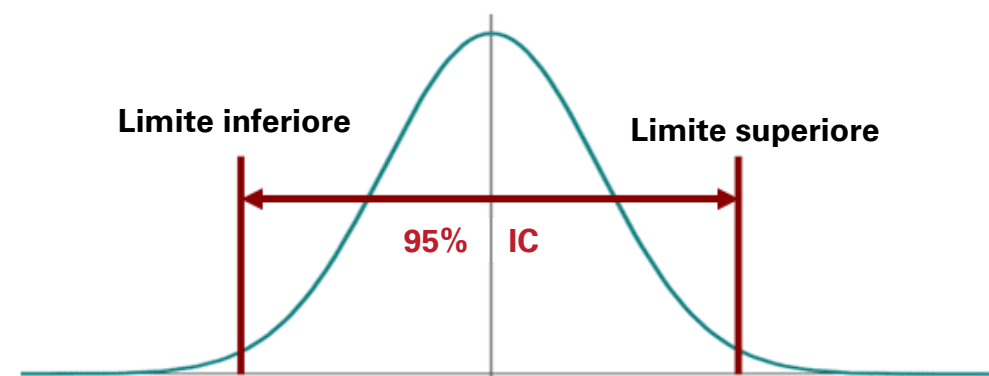
Calcolo dell'intervallo di confidenza (formula generale)

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 e TV.

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

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 e TV, Mediapulse è responsabile anche dei seguenti studi:

- TV Streaming Data
- Radio Streaming Data
- Establishment Survey
- Rapporto Big Screen Data

A proposito di Mediapulse

Mediapulse è sinonimo di neutralità, indipendenza, trasparenza e scientificità nella ricerca sui media. In qualità di azienda orientata alla pratica, Mediapulse mira a far progredire il mercato elettronico mediatico e pubblicitario svizzero con innovativi servizi di ricerca e prodotti basati sui dati.

Quale organizzazione di settore, Mediapulse è già responsabile per la raccolta dei dati sulla fruizione di programmi radiofonici e televisivi in Svizzera. Sulla base di tali dati, Mediapulse è in grado di generare sinergie nella ricerca e conseguentemente di offrire soluzioni efficienti sotto l'aspetto dei costi, senza dover scendere a compromessi in fatto di qualità.

In seno agli organi di Mediapulse SA nonché al Consiglio di fondazione di Mediapulse è rappresentata una parte consistente del mercato. Mediapulse è tenuta a rispettare scientificità e indipendenza nella raccolta dei dati ed è soggetta alla vigilanza del DATEC (UFCOM).

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