

Mediapulse Time Use Study

Informazioni di base

Ottobre 2023

Storia

Time Use Study

Storia del Mediapulse Time Use Study

Dal 2007/2008	Dal 2015/2016	Dal 2022/2023
Face-to-face (CAPI)	**Face-to-face (CAPI)**	**E-Diary (CAWI)**
■ Il giorno precedente viene ricostruito con una precisione al minuto ■ Istituto di ricerca: DemoSCOPE SA ■ Periodo di rilevamento: novembre-marzo ■ Dimensioni del campione: ca. 3000 ■ Universo: popolazione CH 12+	■ Il giorno precedente viene ricostruito con una precisione al minuto ■ Istituto di ricerca: DemoSCOPE SA ■ Periodo di rilevamento: aprile-luglio ■ Dimensioni del campione: ca. 3500 ■ Universo: popolazione CH 15+	■ Granularità di 5 minuti con registrazione costante e immediata durante la giornata ■ Istituto di ricerca: GfK ■ Periodo di rilevamento: quattro tornate nell'arco di 12 mesi ■ Dimensioni del campione: 6000 giorni di misurazione (2000 persone) ■ Universo: popolazione CH 15+
Publica Data SA, Mediapulse SA	**Mediapulse SA, SRG SSR, WEMF AG**	**Mediapulse SA**

Oggetto della ricerca

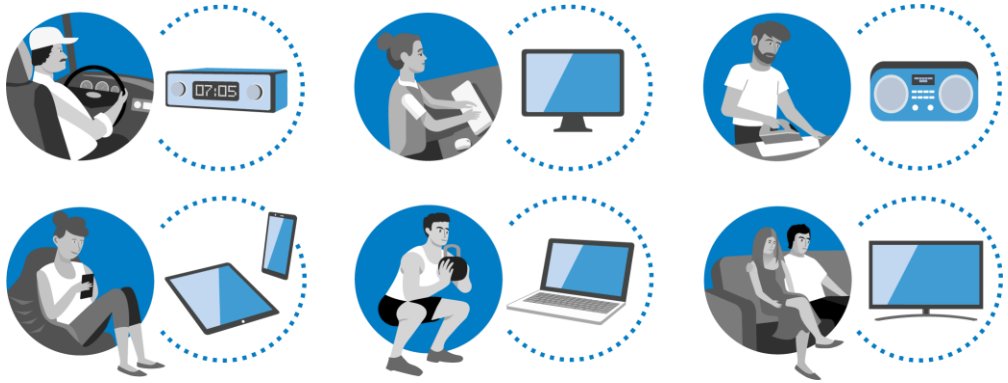
Time Use Study

Definizione del Time Use Study

Il Mediapulse Time Use Study rileva la quotidianità della popolazione svizzera e consente una descrizione differenziata in tre diverse dimensioni:

- entità e distribuzione temporale di attività principali come dormire, lavorare, mangiare, fare la spesa, ecc.;
- entità e distribuzione temporale delle attività mediatiche;
- dispositivi utilizzati per le attività mediatiche.

Il TUS fornisce inoltre importanti informazioni per il perfezionamento della ricerca di cui è responsabile Mediapulse.



Parametri del TUS

Parametro	Definizione
Penetrazione netta	Numero (in migliaia o percentuale) delle persone di un gruppo target che hanno svolto almeno una volta una determinata attività mediatica (ad es. guardare la televisione in diretta)
Frequenza di svolgimento	Frequenza con cui è stata svolta una determinata attività mediatica
Durata per persona	Durata media di un'attività mediatica in riferimento a tutti gli utenti potenziali
Durata per utente	Durata media di un'attività mediatica in riferimento a tutti gli utenti effettivi

Il design metodologico

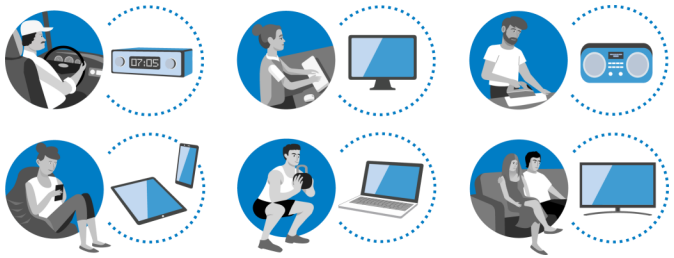
Time Use Study

Come funziona il TUS

Universo (2022)
7 205 000: popolazione CH dai 15 anni in su

Campione (2022/2023)
6000 giorni di misurazione (2000 persone)

Sondaggio
E-Diary (CAWI)



Rilevazione delle attività principali e mediatiche in relazione ai dispositivi impiegati e all'utilizzo delle cuffie



Rilevazione di informazioni personali e di frequenza generali



Proiezione / Controllo dati

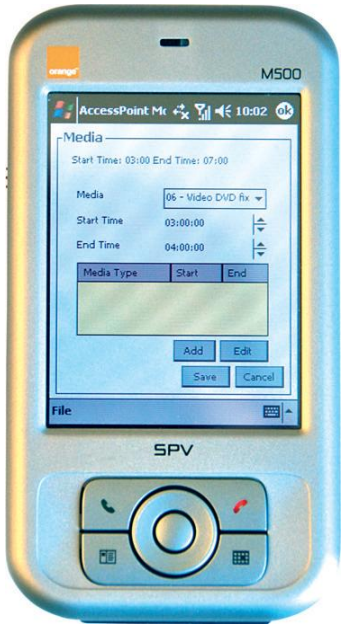
Controllo dati

Pubblicazione



Analisi dei dati in «NEXT>Level»

Evoluzione del metodo di rilevazione



Intervista face-to-face (CAPI, dal 2007/2008)



E-Diary (CAWI, dal 2022/2023)

Scheda informativa sul TUS (2022/2023)

Dimensione	Caratteristiche
Metodo di rilevazione	Sondaggio tramite un E-Diary (CAWI)
Granularità dei dati	5 minuti (inserimento completo nell'E-Diary in blocchi di 5 minuti)
Numero di attività principali sondate	18 (ad es. dormire, lavorare, fare la spesa)
Numero di attività mediatiche sondate	18 (ad es. guardare la TV in diretta)
Numero di dispositivi sondati	16 (ad es. tablet, supporto cartaceo)
Ulteriori elementi sondati	Domande sull'utilizzo di radio, TV, giornali, riviste, Internet e su aspetti sociodemografici
Oggetto del sondaggio	Quotidianità della popolazione svizzera: entità e distribuzione temporale di attività principali e mediatiche nonché dispositivi utilizzati per le attività mediatiche e utilizzo delle cuffie

Scheda informativa sul TUS (2022/2023)

Dimensione	Caratteristiche
Universo	Popolazione CH dai 15 anni in su (2022: 7 205 000 persone)
Dimensione del campione	Almeno 2000 persone con 500 individui per tornata (DS: 1200 persone; SR: 600 persone; SI: 200 persone), tramite cui, con Ø 3 giornate intere rilevate nell'E-Diary, risultano 6000 giorni di misurazione
Criteri di campionamento (a livello personale)	Campionamento per regione linguistica (3, in modo disproporzionale), regioni WEMF (5), sesso (2) ed età (5)
Variabili di ponderazione (a livello personale)	Giorni della settimana (7), età (5) e sesso (2) incrociati, formazione (2), attività lucrativa (4), tipo di residenza (2), regioni WEMF (5)
Basi di reclutamento	Pool di partecipanti alla ricerca radiofonica (pool rappresentativo di membri del panel); solo persone con accesso a Internet (l'E-Diary funziona online); solo persone che parlano una delle tre lingue ufficiali
Periodo di rilevamento	Svolgimento in quattro tornate distribuite nell'arco di dodici mesi per la rappresentazione di un intero anno; cadenza biennale

Prodotti e tool

Time Use Study

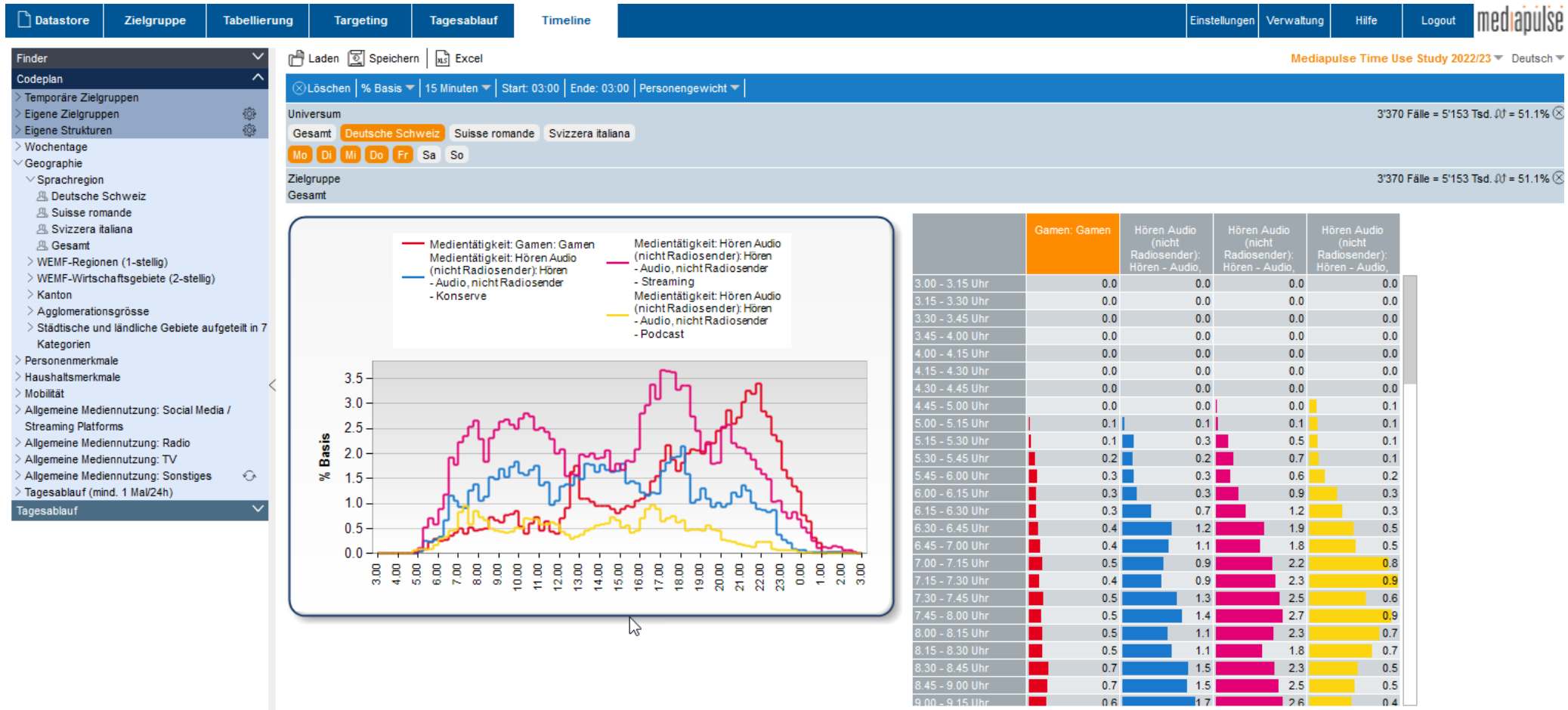
Nel software «NEXT>Level» vengono messi a disposizione i dati



Chi ha già familiarità con il portale dati NEXT>Level della WEMF AG si sentirà subito a proprio agio. Il tool di analisi del TUS presenta le seguenti caratteristiche:

- Disposizione chiara dei moduli di analisi: quotidianità, timeline, tabellazione, targeting, gruppo target
- Funzionamento basato sul web e indipendente da piattaforme
- Utilizzo intuitivo tramite drag & drop
- Analisi separate per tutte le regioni linguistiche/geografiche e l'intera Svizzera, segmenti temporali o giorni della settimana
- Definizioni ad hoc di segmenti temporali o gruppi target
- Confronti tra gruppi target, incroci
- Predisposizione dei dati in forma di tabelle o grafici
- Semplicità di esportazione di tabelle e grafici in Excel e Powerpoint
- Scelta tra due lingue (D / F)

Nel software «NEXT>Level» vengono messi a disposizione i dati



	Gamen: Gamen	Hören Audio (nicht Radiosender): Hören - Audio,	Hören Audio (nicht Radiosender): Hören - Audio,	Hören Audio (nicht Radiosender): Hören - Audio,
3.00 - 3.15 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.0
3.15 - 3.30 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.0
3.30 - 3.45 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.0
3.45 - 4.00 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.0
4.00 - 4.15 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.0
4.15 - 4.30 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.0
4.30 - 4.45 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.0
4.45 - 5.00 Uhr	0.0	0.0	0.0	0.1
5.00 - 5.15 Uhr	0.1	0.1	0.1	0.1
5.15 - 5.30 Uhr	0.1	0.3	0.5	0.1
5.30 - 5.45 Uhr	0.2	0.2	0.7	0.1
5.45 - 6.00 Uhr	0.3	0.3	0.6	0.2
6.00 - 6.15 Uhr	0.3	0.3	0.9	0.3
6.15 - 6.30 Uhr	0.3	0.7	1.2	0.3
6.30 - 6.45 Uhr	0.4	1.2	1.9	0.5
6.45 - 7.00 Uhr	0.4	1.1	1.8	0.5
7.00 - 7.15 Uhr	0.5	0.9	2.2	0.8
7.15 - 7.30 Uhr	0.4	0.9	2.3	0.9
7.30 - 7.45 Uhr	0.5	1.3	2.5	0.6
7.45 - 8.00 Uhr	0.5	1.4	2.7	0.9
8.00 - 8.15 Uhr	0.5	1.1	2.3	0.7
8.15 - 8.30 Uhr	0.5	1.1	1.8	0.7
8.30 - 8.45 Uhr	0.7	1.5	2.3	0.5
8.45 - 9.00 Uhr	0.7	1.5	2.5	0.5
9.00 - 9.15 Uhr	0.6	1.7	2.6	0.4

Persone e fornitori di servizi

Time Use Study

GfK Switzerland



GfK Switzerland fa parte del gruppo GfK. Su incarico di clienti di tutto il mondo, da più di 89 anni Gfk elabora dati per rispondere a domande fondamentali sui comportamenti di consumo, i mercati e l'utilizzo dei media. Nel 2023 i leader di settore GfK e NIQ si sono fusi.

Il Time Use Study è stato riconcepito per il 2022/2023 sotto il profilo metodologico e contenutistico in collaborazione con GfK. Ora il campione si basa sul panel radiofonico di Mediapulse, che viene a sua volta gestito da GfK Switzerland per conto di Mediapulse.

Mediapulse

Partner Relations Team



Contatto:

Richard Blatter
Sr. Partner Relations Manager,
responsabile capo TV

+41 58 356 47 60

richard.blatter@mediapulse.ch



MERCI

In caso di domande non esitate a scrivere a richard.blatter@mediapulse.ch

mediapulse