

DATI D'ASCOLTO

Radio e televisione, i numeri di Mediapulse

La radio raggiunge ogni giorno più di 5,3 milioni di persone, la tv oltre 4 milioni. Lo dicono i dati di ascolto rilevati per conto della Fondazione Mediapulse e relativi al primo semestre 2022. Radiofonicamente parlando, nella prima metà dell'anno le offerte lineari delle emittenti radiofoniche private e pubbliche sono state seguite in un giorno medio da più di 5,3 milioni di persone dai 15 anni in su per una penetrazione netta del 74%, (tre persone adulte su quattro). Confrontando le diverse regioni linguistiche, la percentuale relativa di pubblico radiofonico quotidiano oscilla tra il 79% nella Svizzera italiana, il 75% nella Svizzera tedesca e il 70% nella Svizzera romanda. Coloro che ascoltano la radio lineare lo fanno mediamente per 105 minuti al giorno: nel dettaglio, a mostrare la maggiore affezione sono gli ascoltatori della Svizzera tedesca, con una durata d'ascolto giornaliero di 110 minuti, valore che scende ad appena 89 minuti nella Svizzera francese. Un anno fa la penetrazione netta era del 77% (in termini assoluti si è assistito a un calo di 145mila persone), mentre la durata di ascolto per ascoltatore era di 114 minuti al giorno (di 9 minuti superiore al dato attuale).

Telesvisivamente parlando. Da anni si osserva che, rispetto alla radio, la tv raggiunge un numero inferiore di persone, ma è seguita per un tempo molto maggiore. La tendenza è confermata anche nel primo semestre 2022. In questo periodo, in una giornata tipo più di 4 milioni di persone dai 15 anni in su hanno seguito le offerte delle emittenti Tv, in diretta o in differita. Anche nel caso della Tv il pubblico più assiduo si trova nella Svizzera italiana, con una penetrazione del mezzo televisivo pari al 70%. Nelle altre due regioni linguistiche il valore si attesta sulla media nazionale (61%). Attualmente, di media, ogni telespettatore dedica 200 minuti al giorno alla visione di programmi tv. Il 73% della durata di visione è attribuibile al consumo televisivo in forma lineare, mentre il 27% alla cosiddetta Replay Tv (vale a dire al consumo televisivo in differita). Nel dettaglio: di nuovo, al primo posto l'area italoфона del Paese con 234 minuti al giorno (poco meno di 4 ore), mentre nella Svizzera tedesca i telespettatori dedicano soltanto 189 minuti al giorno (poco più di 3 ore). Rispetto al primo semestre 2021, la penetrazione giornaliera scende di 6 punti percentuali (allora si attestava al 67%), restando ai livelli già misurati nel secondo semestre 2021.

A livello locale, Radio Ticino guadagna ascoltatori, non solo in Ticino ma in tutta la Svizzera, attestandosi come la radio della Svizzera italiana che è cresciuta maggiormente nei primi sei mesi del 2022 rispetto all'anno scorso (la quota di mercato è passata dal 4,98% al 6,01% rispetto allo stesso periodo del 2021). "Sono dati da leggere con estrema soddisfazione. In un momento storico in cui le grandi radio a livello nazionale perdono terreno, essere in controtendenza è motivo di orgoglio e di stimolo per offrire il miglior prodotto possibile per gli ascoltatori", dichiara il direttore Matteo Vanetti. In via Varenna c'è soddisfazione per il giovane canale Radio Ticino Channel, e per l'incremento che arriva dalla Roman-

dia. I dati Mediapulse premiano anche TeleTicino, seguita da 47mila persone (+2mila rispetto al secondo semestre 2021). Radio3i si conferma la terza rete più seguita nella Svizzera italiana.