



Scheda informativa 2 concernente la legge federale sui media elettronici (avamprogetto posto in consultazione)

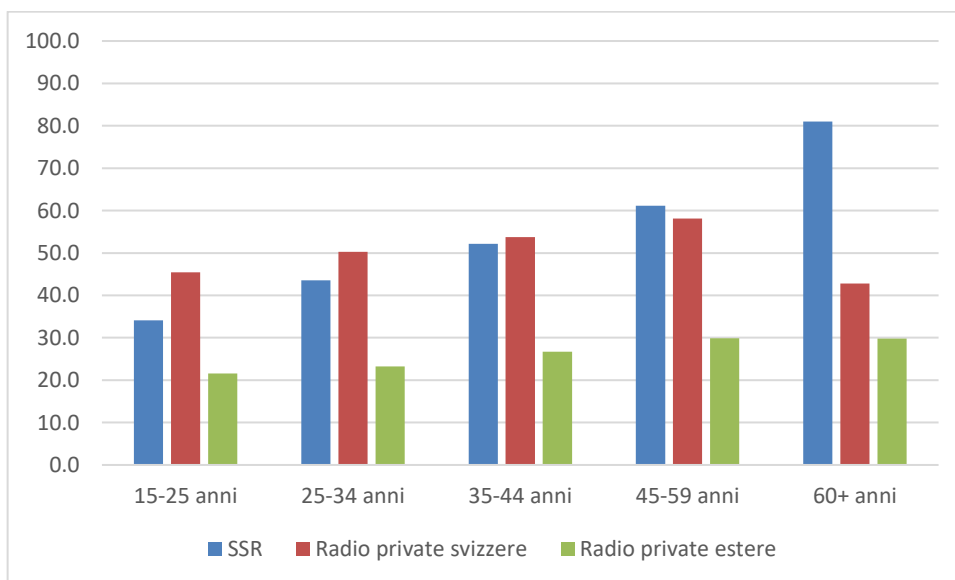
Fruizione dei media elettronici in Svizzera

La fruizione dei media avviene sempre più spesso online, in mobilità e indipendentemente dall'orario.

Radio

- La quota di mercato delle radio SSR si attesta sul piano nazionale a circa il 65 per cento; quella delle radio private al 30 per cento circa.
- La fruizione della radio si differenzia nettamente a seconda dell'età. Le emittenti radiofoniche detengono gli indici d'ascolto più elevati presso gli ascoltatori più anziani.

Fruizione radiofonica: penetrazione netta secondo i gruppi di emittenti e di età in %, 2017

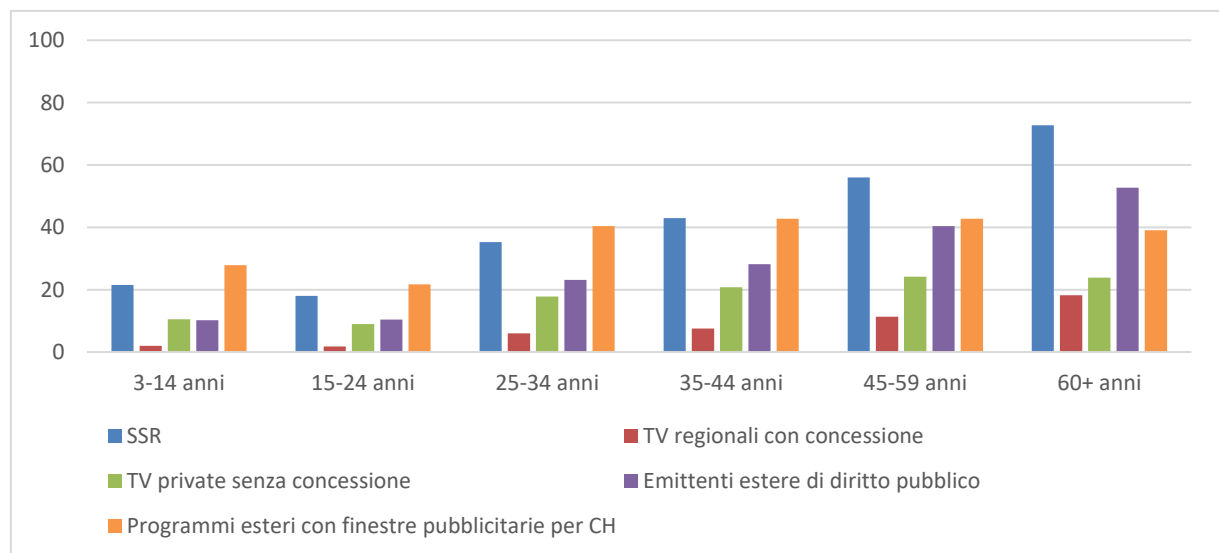


Fonte: Mediapulse 2018, media annua 2017

Televisione

- I programmi televisivi esteri godono di grande popolarità in Svizzera. La quota di mercato è del 60 per cento.
- I programmi della SSR raggiungono una quota di mercato del 30 per cento. I programmi privati di regione linguistica e regionali detengono nel complesso una quota di mercato poco al di sotto del 10 per cento.
- La fruizione televisiva differisce in due modi in rapporto all'età: i più giovani guardano di regola meno televisione. Quando lo fanno, fruiscono soprattutto di programmi esteri. Il pubblico più anziano fruisce maggiormente dei programmi SSR; gli indici d'ascolto in questa cerchia della popolazione è nel complesso più elevati.

Fruizione televisiva: penetrazione netta secondo i gruppi di emittenti e di età in %, 2017



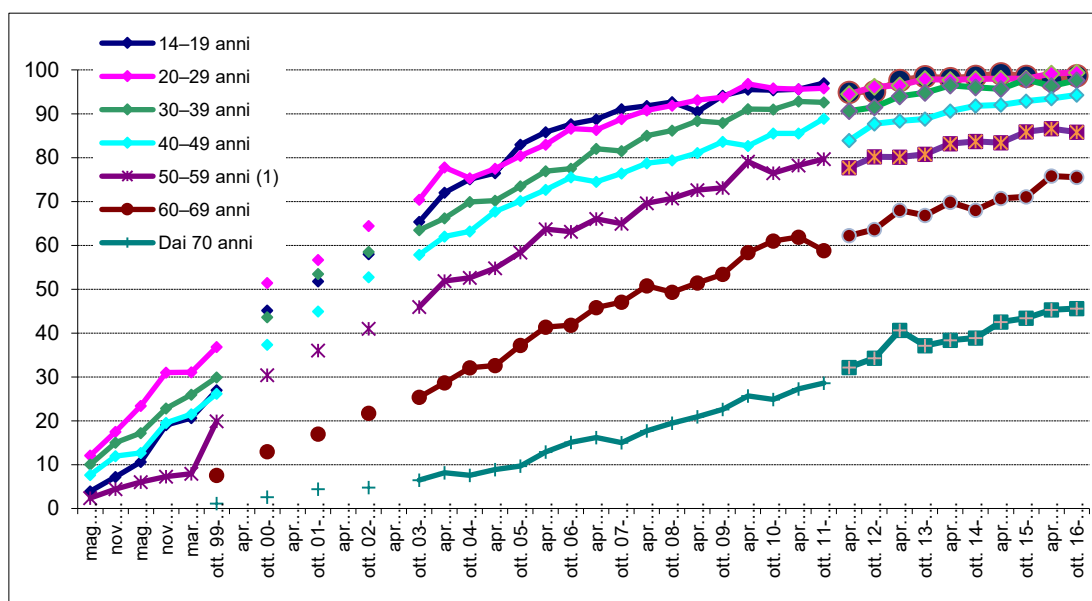
Fonte: Mediapulse 2018, media annua 2017

Settore online

- Dal 2002, tra tutti i tipi di media l'utilizzazione di Internet ha registrato l'aumento più significativo. L'utilizzo di Internet appartiene ormai alla quotidianità della maggior parte delle persone.
- Mentre oggi quasi il 100 per cento dei giovani utilizza regolarmente Internet, per le persone con un'età superiore ai 75 anni tale quota si attesta al 45 per cento.

Fruizione di Internet in Svizzera secondo l'età, proiezione longitudinale

Utenti abituali in % delle persone a partire dai 14 anni.



Fonte: UST 2017

- In Internet si utilizza un vasto ventaglio di applicazioni: la consultazione di offerte informative è soltanto una funzione dei media online. In Svizzera si trascorre la maggior parte del tempo in rete fruendo di offerte di imprese attive a livello globale come Google, Facebook, Youtube, Instagram o WhatsApp. La durata di utilizzazione di questi ultimi è quattro volte superiore a quella dei cinque siti web dei media svizzeri più visitati.
- Nell'ambito delle offerte giornalistiche online, in tutte le regioni linguistiche vengono consultate il più delle volte le offerte delle case editrici tradizionali. Nella Svizzera tedesca l'offerta di 20min.ch gode di gran lunga della maggiore popolarità in tutti i gruppi di età, davanti a quella di Blick, SRF, NZZ e Tages-Anzeiger. Anche nella Svizzera romanda 20min online è l'offerta di cui si fruisce di più, seguita da quella di RTS, Le Matin, 24heures e La Tribune de Genève. Nella Svizzera italiana le offerte online di Ticinonline (tio.ch e 20min) sono le più visitate in assoluto, davanti a quelle della RSI, di Ticinonews e del Corriere del Ticino.