

Studio di Admeira

Premium Advertising 2.0

2022

ADMEIRA

Profilo dello studio

Tipo di ricerca: Sondaggio attraverso l'AdPanel di Admeira nel GfK Online Bus.

Universo: popolazione online della Svizzera tedesca di età compresa tra i 15 e i 74 anni nel gruppo di utenti online (utilizzo: più volte al giorno, tutti i giorni o quasi, più volte alla settimana, circa una volta alla settimana o meno di una volta alla settimana)

Procedura di campionamento: Popolazione rappresentativa in base alle caratteristiche socio-demografiche, procedura di quota casuale

Quote: Genere, età (3 gruppi), aree WEMF (3 gruppi)

Ponderazione: i dati sono stati ponderati secondo i seguenti criteri: Sesso x età (4 gruppi), occupazione (4 gruppi), formazione scolastica (2 gruppi), Super WG (7 gruppi nella Svizzera tedesca), tipo di insediamento (2 gruppi). La ponderazione adatta in modo ottimale i dati alle strutture della popolazione.

Campione: Interviste in D-CH n=768

Periodo di indagine: Settimana 18, 05.05. - 10.05.2022

Istituto che ha condotto l'indagine: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

1. La SRF contro la concorrenza
2. Sviluppo SRF 2022 vs. 2018
3. Il gruppo target dei giovani



1. **La SRF contro la concorrenza**
2. Sviluppo SRF 2022 vs. 2018
3. Il gruppo target dei giovani

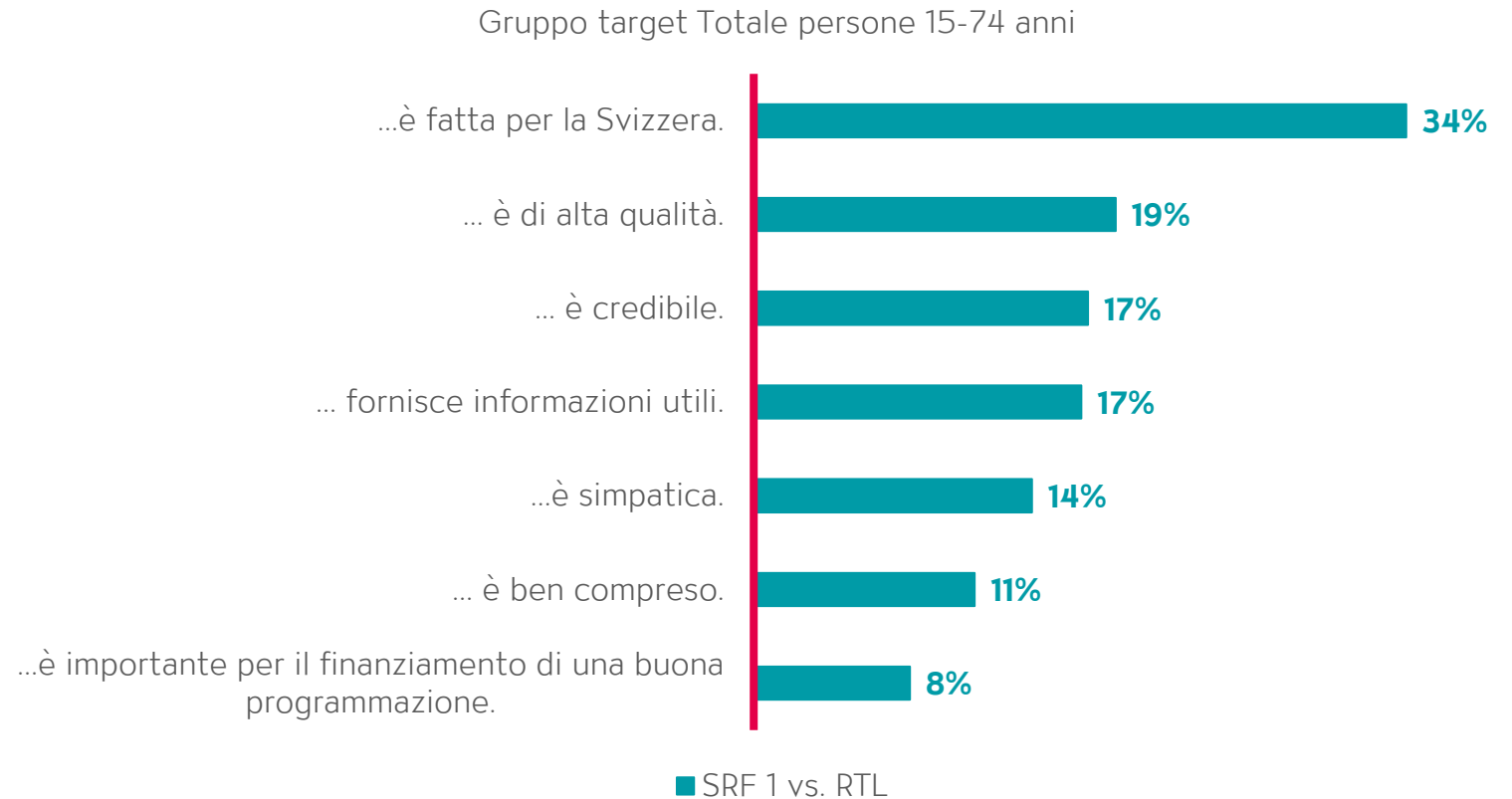


Migliore percezione pubblicitaria su SRF 1

La pubblicità su SRF 1 è percepita meglio su tutte le dimensioni rispetto alla pubblicità su RTL.



La differenza maggiore nella percezione della pubblicità su entrambi i canali riguarda la "svizzerità" e la qualità.



Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

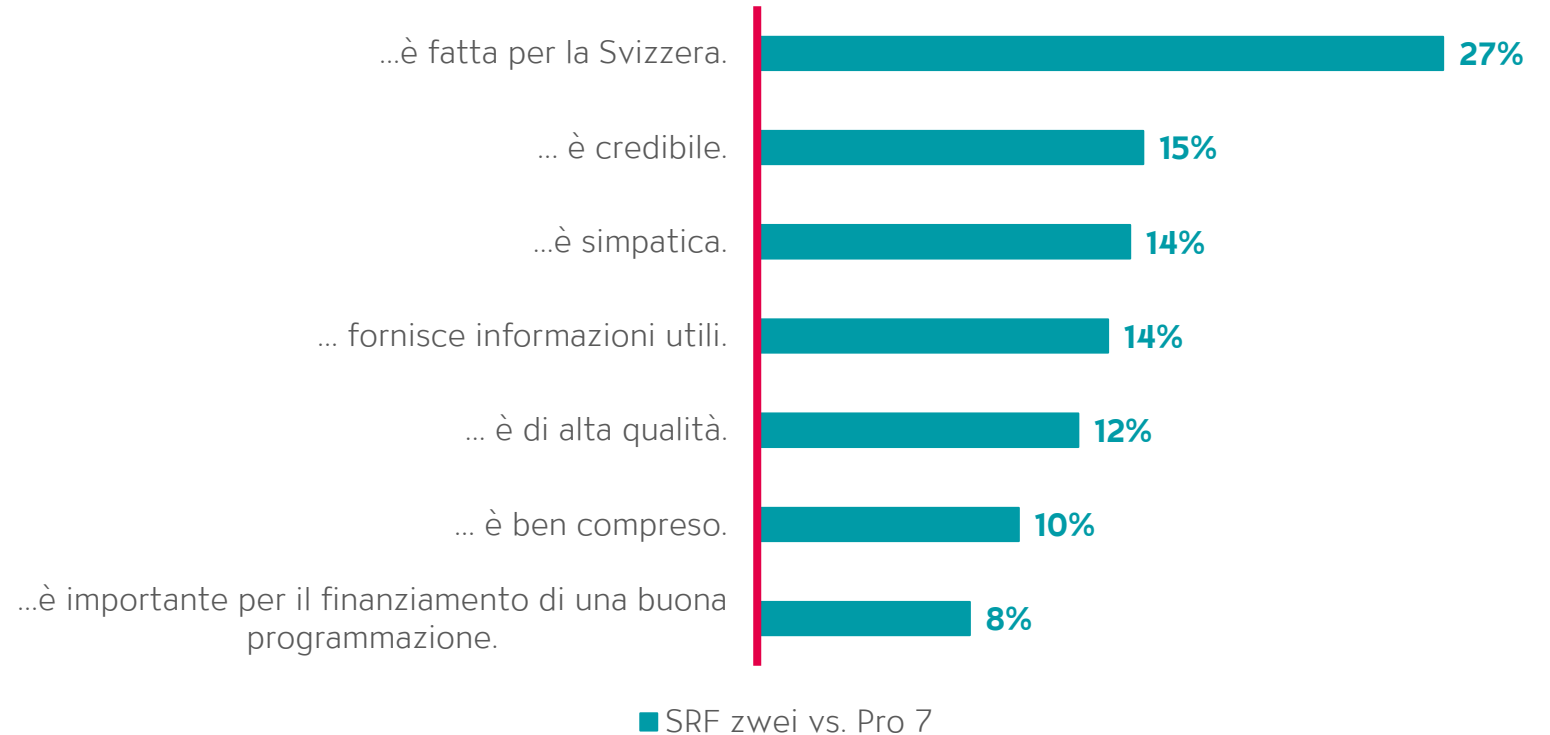
Migliore percezione pubblicitaria su SRF zwei

La pubblicità su SRF zwei è percepita meglio su tutte le dimensioni rispetto alla pubblicità su Pro7.



La differenza maggiore nella percezione della pubblicità su entrambi i canali riguarda la "svizzerità" e la credibilità.

Gruppo target Totale persone 15-74 anni



Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

1. La SRF contro la concorrenza
2. Sviluppo SRF 2022 vs. 2018
3. Il gruppo target dei giovani

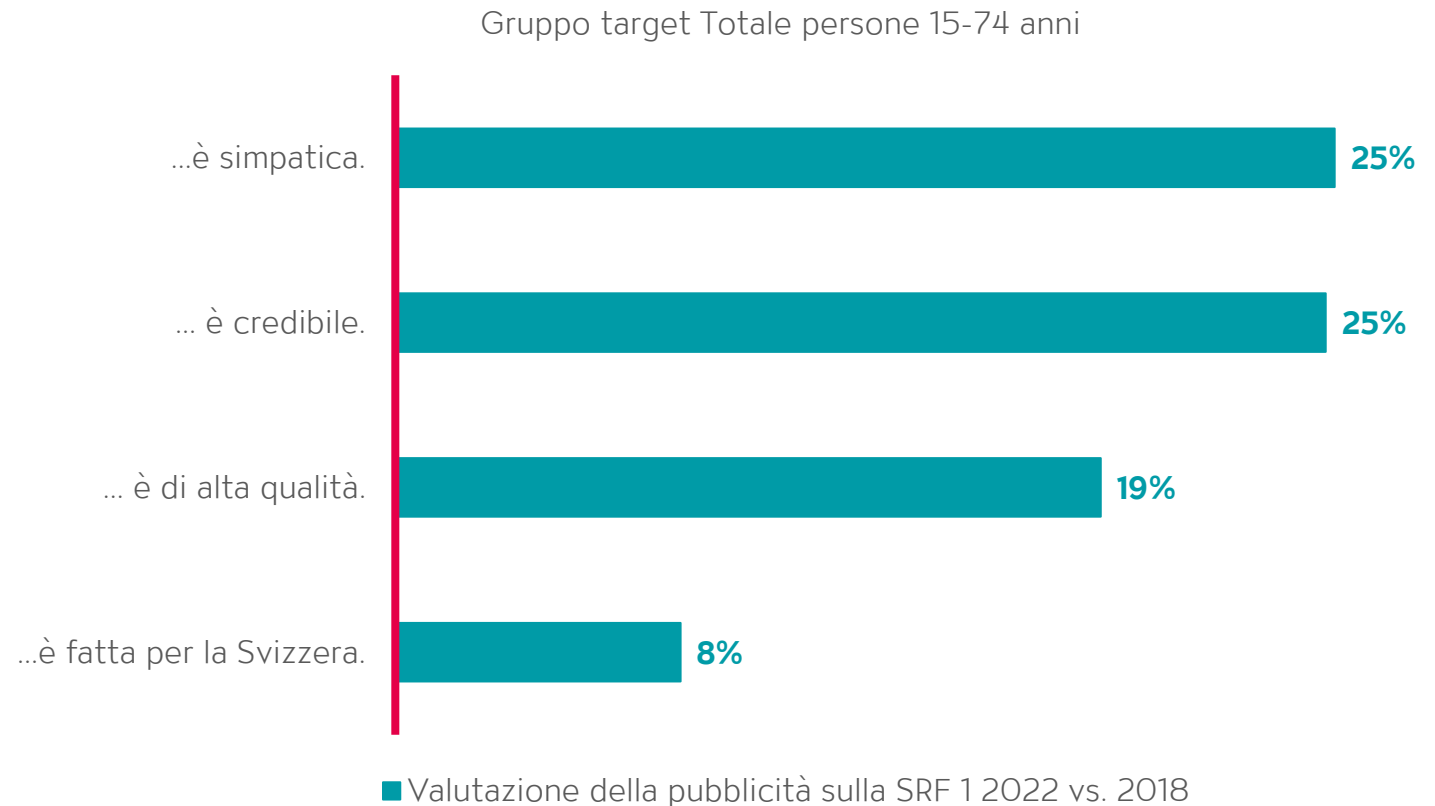


Maggiore consapevolezza pubblicitaria sulla SRF 1

Avevamo già chiesto 4 attributi nel primo studio Premium Advertising 2018.



E si vede: la percezione pubblicitaria sulla SRF 1 è aumentata di nuovo.



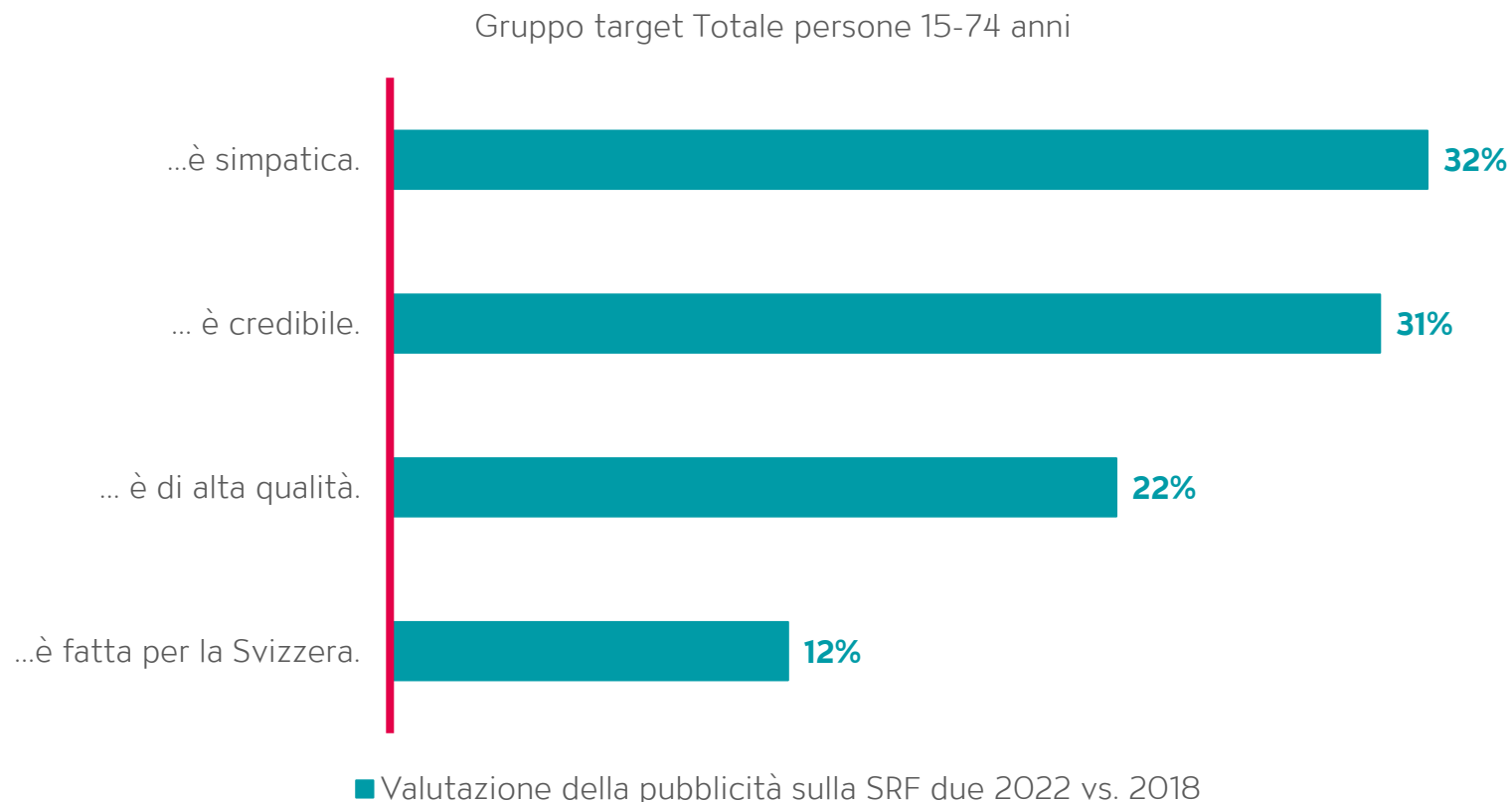
Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

Maggiore consapevolezza pubblicitaria su SRF zwei

Avevamo già chiesto 4 attributi nel primo studio Premium Advertising 2018.



Anche su SRF zwei: la percezione pubblicitaria è aumentata di nuovo.



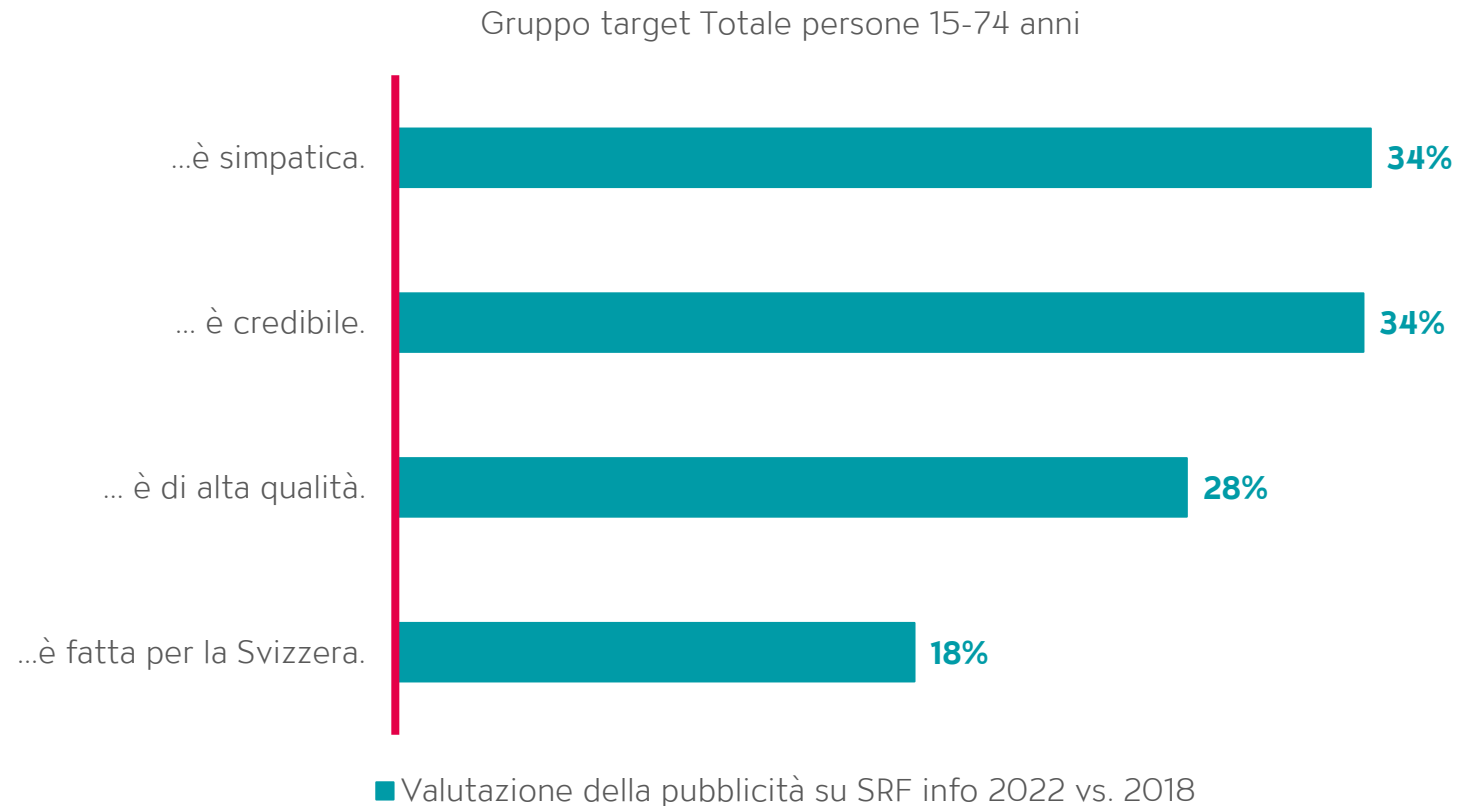
Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

Maggiore consapevolezza pubblicitaria su SRF info

Avevamo già chiesto 4 attributi nel primo studio Premium Advertising 2018.



SRF info registra l'aumento più significativo della percezione pubblicitaria.



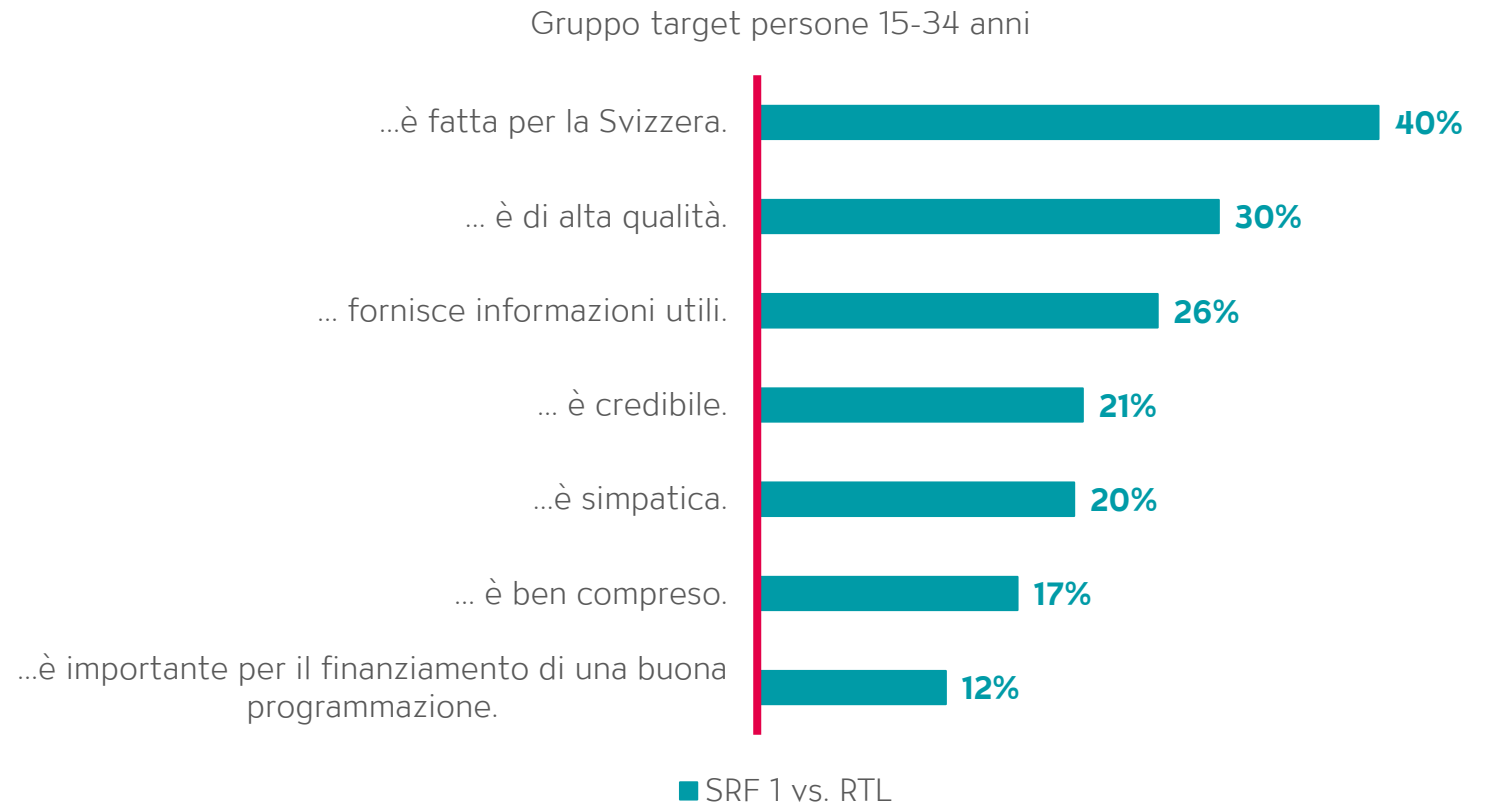
Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

1. La SRF contro la concorrenza
2. Sviluppo SRF 2022 vs. 2018
3. Il gruppo target dei giovani



I più giovani valutano molto meglio la pubblicità sulla SRF 1

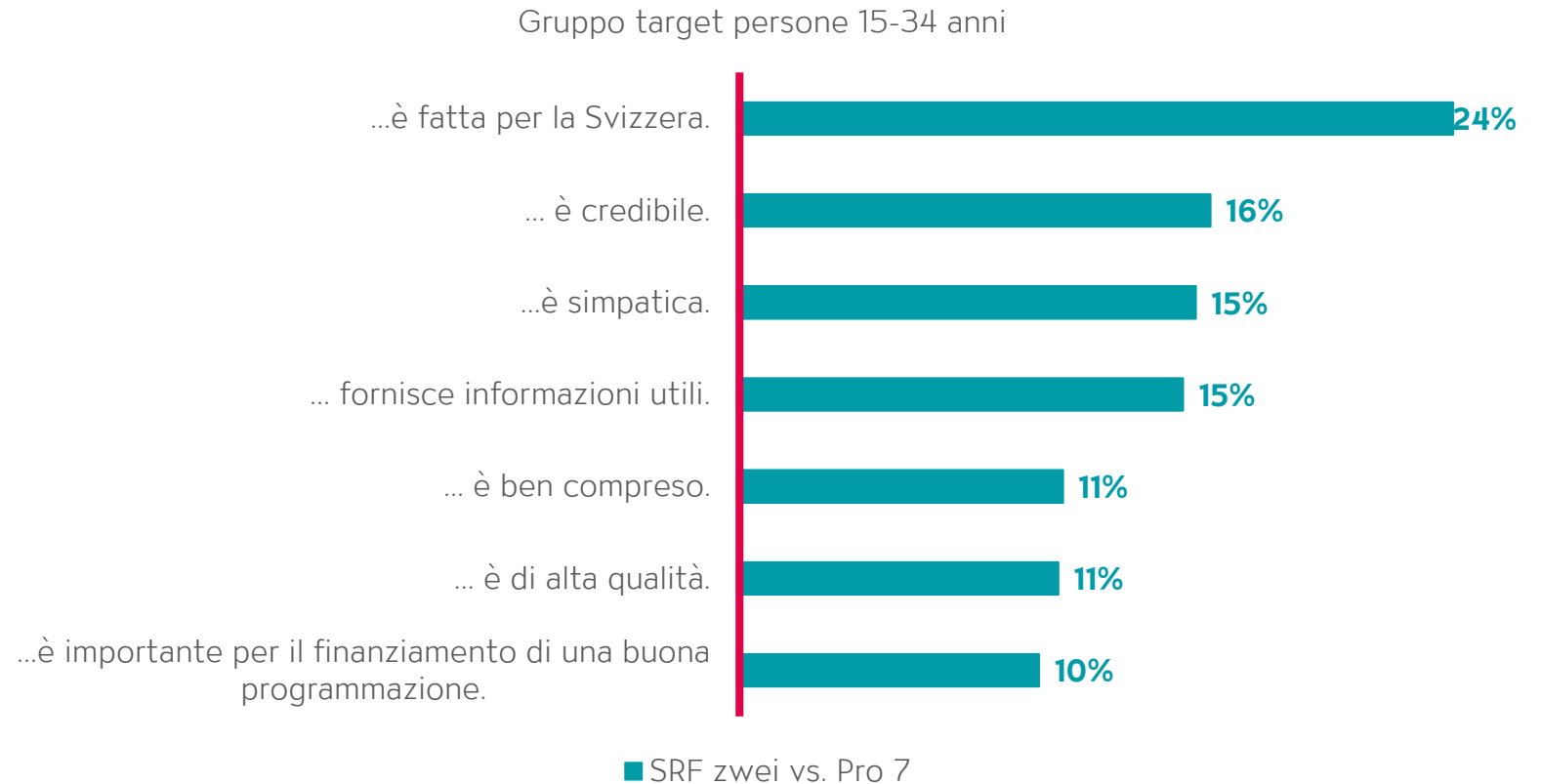
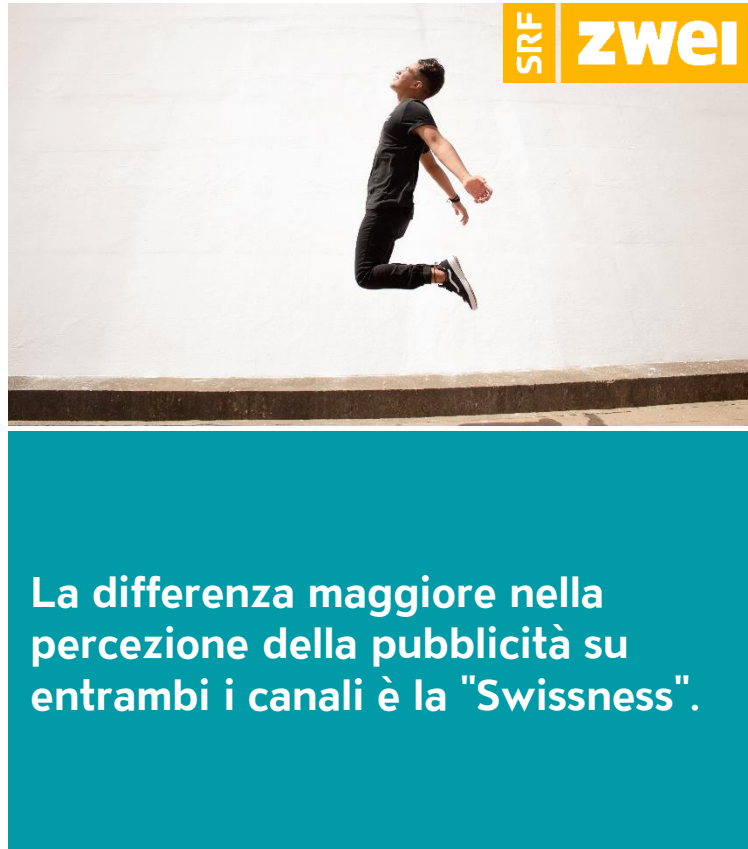
La pubblicità su SRF 1 è percepita meglio su tutte le dimensioni rispetto alla pubblicità su RTL.



Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

I più giovani valutano meglio la pubblicità sulla SRF zwei

La pubblicità su SRF zwei è percepita meglio su tutte le dimensioni rispetto alla pubblicità su Pro7.



Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

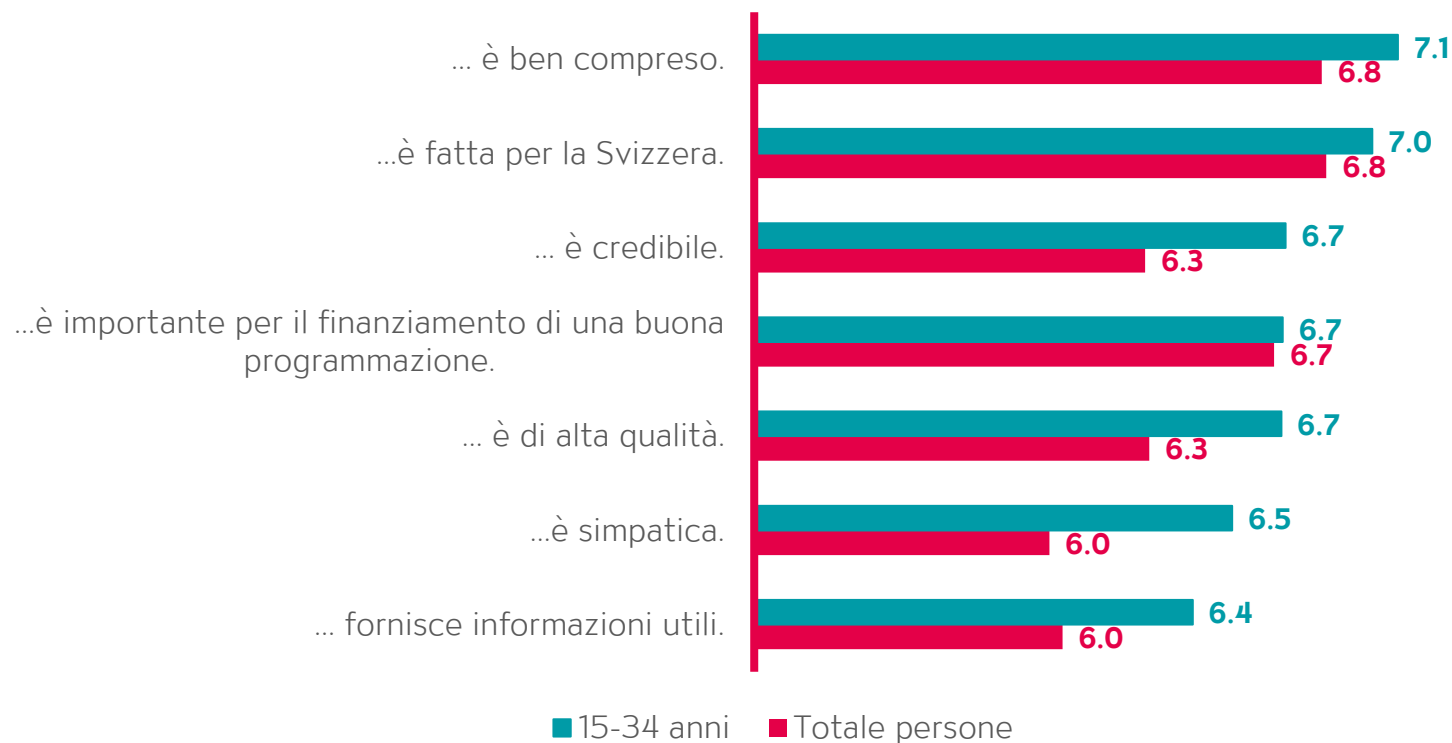
La pubblicità viene giudicata meglio dai giovani

La pubblicità su SRF 1 è percepita meglio su tutte le dimensioni.



I più giovani giudicano la pubblicità sulla SRF 1 in modo ancora più simpatico.

La percezione pubblicitaria dei giovani tra i 15 e i 34 anni rispetto alla popolazione in generale



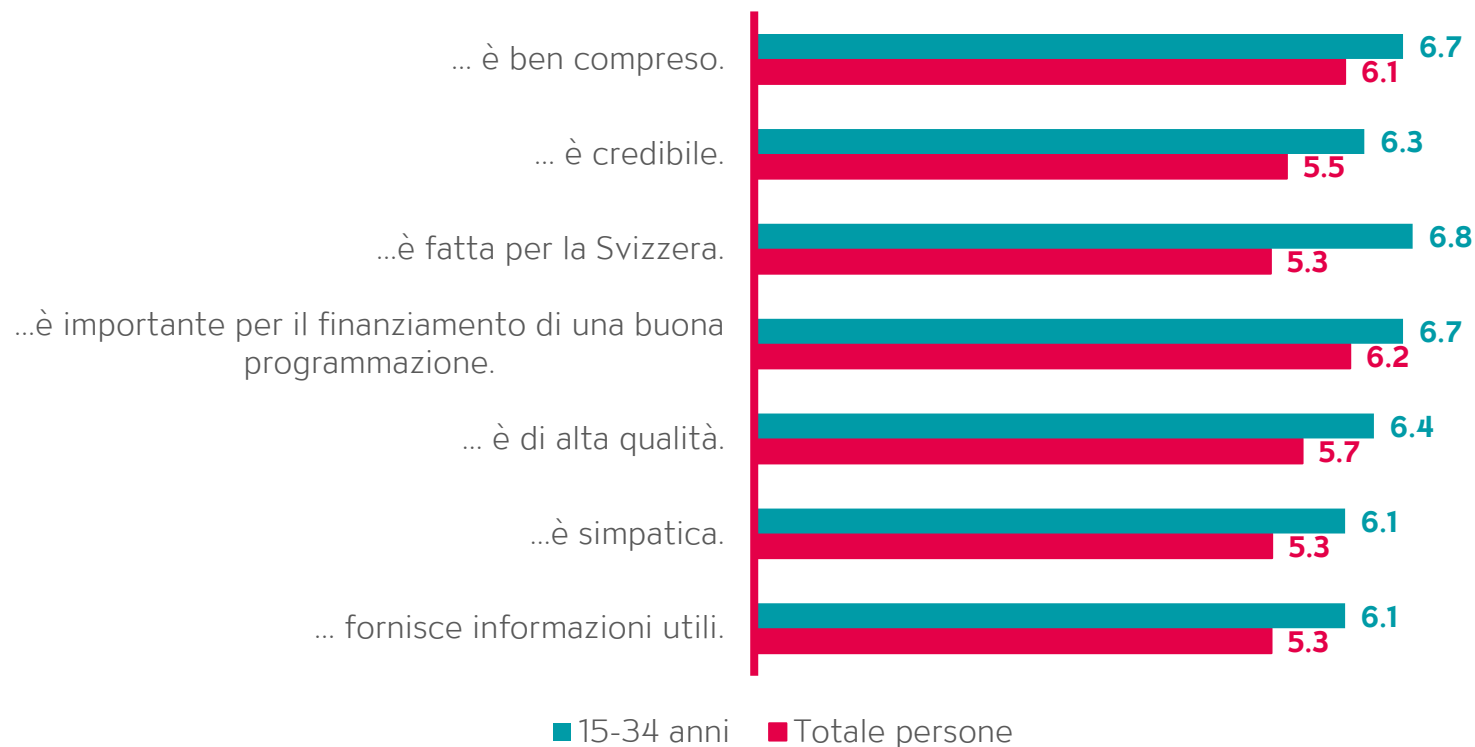
Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

La pubblicità viene giudicata meglio dai giovani

La pubblicità su SRF zwei è percepita meglio su tutte le dimensioni.



La percezione pubblicitaria dei giovani tra i 15 e i 34 anni rispetto alla popolazione in generale



Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

Pubblicità su **SRF 1** & **SRF zwei**



Migliore percezione pubblicitaria rispetto alla concorrenza.

I giovani percepiscono la pubblicità in modo più positivo rispetto alla popolazione in generale.

La percezione pubblicitaria sulla SRF è aumentata.

Fonte: Studio Admeira "Pubblicità Premium 2.0_2022"

Volete essere
sempre aggiornati?
Allora **iscrivetevi** alla
nostra newsletter!



Registriati ora!

