

Communiqué de presse_Mediapulse, Berne

Chiffres d'audience radio et TV, 1^{er} semestre 2019

Stabilité de l'audience radio et télévision

Berne, 10 juillet 2019 – Les diffuseurs radio et TV en Suisse peuvent continuer à compter sur une audience stable et sur des durées d'utilisation élevées. Durant un jour moyen, la radio linéaire atteint les quatre cinquièmes et la télévision les deux tiers de la population résidante à partir de 15 ans. Chaque adulte du pays passe 229 minutes par jour en moyenne à écouter la radio et à regarder la télévision. C'est ce qui ressort des données d'audience collectées pendant le premier semestre 2019 sur mandat de la Fondation Mediapulse.

En Suisse romande, la demande de programmes radio et TV est parfaitement stable, puisque les taux de pénétration des deux médias au premier semestre 2019 y sont identiques à ceux du premier semestre 2018, soit 79% pour la radio et 68% pour la télévision. En Suisse alémanique, ces taux sont respectivement de 82% et de 66%, ce qui représente un recul d'un point de pourcentage par rapport à 2018, pour l'un comme pour l'autre. En Suisse italienne, la pénétration de la télévision a également reculé d'un point de pourcentage pour s'établir à 76%, tandis que celle de la radio a au contraire progressé d'un point de pourcentage pour atteindre 86%.

En termes de budget-temps également, l'utilisation de la radio et de la télévision n'a que peu varié par rapport au premier semestre 2018, comme le montrent les durées d'écoute et de visionnage. Ces deux indicateurs renseignent sur le nombre de minutes par jour pendant lesquelles une personne en Suisse écoute la radio ou regarde la télévision. Ils tiennent compte de la totalité des personnes et non seulement de celles qui allument effectivement leur radio ou leur TV. Il en ressort que chaque personne âgée d'au moins 15 ans écoute la radio et regarde la télévision pendant 229 minutes par jour en moyenne, soit pendant près de quatre heures. À l'échelle de la Suisse, cette durée d'utilisation totale se répartit comme suit: 93 minutes pour la radio et 136 pour la télévision.

Par rapport à l'année précédente, la durée d'utilisation des deux médias a légèrement progressé en Suisse romande, passant de 77 à 80 minutes pour la radio et de 150 à 151 minutes pour la télévision. En Suisse alémanique, les deux médias accusent au contraire un recul, qui est minime pour la radio (de 99 à 98 minutes) et un peu plus important pour la télévision (de 134 à 128 minutes). En Suisse italienne, la durée d'utilisation de la radio a augmenté, passant de 90 à 97 minutes, tandis que celle de la télévision a diminué de 191 à 186 minutes.

En raison de la grande stabilité de l'audience radio et TV, on n'observe aucun changement de fond sur le marché suisse des médias audiovisuels: la radio atteint toujours davantage de personnes que la télévision, qui présente en revanche une durée d'utilisation nettement plus élevée. De plus, la radio est davantage écoutée en Suisse alémanique et en Suisse italienne

qu'en Suisse romande, tandis que la télévision bénéficie d'une plus large audience en Suisse latine que dans la principale région linguistique du pays.

Pour des raisons à la fois méthodologiques et d'économie de recherche, les systèmes de mesure de Mediapulse SA ne couvrent pas la consommation de radio et de télévision sous toutes ses formes, si bien que les chiffres présentés tendent plutôt à la sous-estimer. Ainsi, l'utilisation de la télévision dans des lieux publics ou sur des appareils mobiles n'est pas mesurée. Pour la radio, c'est l'écoute en différé ou au moyen d'un casque qui n'est pas prise en compte.

Mediapulse met tous les chiffres d'audience officiels de la radio et de la télévision à la disposition du marché suisse. Ce mandat de recherche lui est confié par la Confédération suisse. La loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV, art. 78 à 81) dispose en effet que la Fondation Mediapulse doit collecter, en toute indépendance et de manière scientifique, des données sur l'utilisation de la radio et de la télévision en Suisse et les proposer aux diffuseurs, aux chercheurs et au secteur de la publicité, aux conditions du marché. N'étant pas elle-même opérationnelle, la Fondation Mediapulse délègue l'exécution de ce mandat de recherche et de commercialisation à sa filiale Mediapulse SA.

Pour de plus amples informations, veuillez vous adresser à:

Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager

Téléphone: +41 58 356 47 60

E-Mail: richard.blatter@mediapulse.ch