

## Audience radio et TV: 224 minutes par jour

**Berne, 12 janvier 2021 – Au second semestre 2020, la population suisse résidente à partir de 15 ans a passé 224 minutes par jour et par personne à écouter la radio et à regarder la télévision, soit onze minutes de plus qu'au second semestre 2019. La radio a gagné des auditeurs entre 9 h et 19 h, alors que la demande de contenus télévisuels a augmenté principalement le soir. C'est ce qui ressort des données d'audience du second semestre 2020, collectées sur mandat de la Fondation Mediapulse.**

Les chiffres d'audience radio et TV du second semestre 2020 en Suisse confirment la tendance que les données du premier semestre 2020 laissaient déjà entrevoir: dans la situation extraordinaire due à la pandémie de COVID-19 et aux mesures visant à la juguler, les deux médias radio et télévision s'avèrent très résistants à la crise et ont encore augmenté leur importance dans le quotidien de la population, grâce aussi bien à leurs émissions d'information qu'à leurs offres de divertissement.

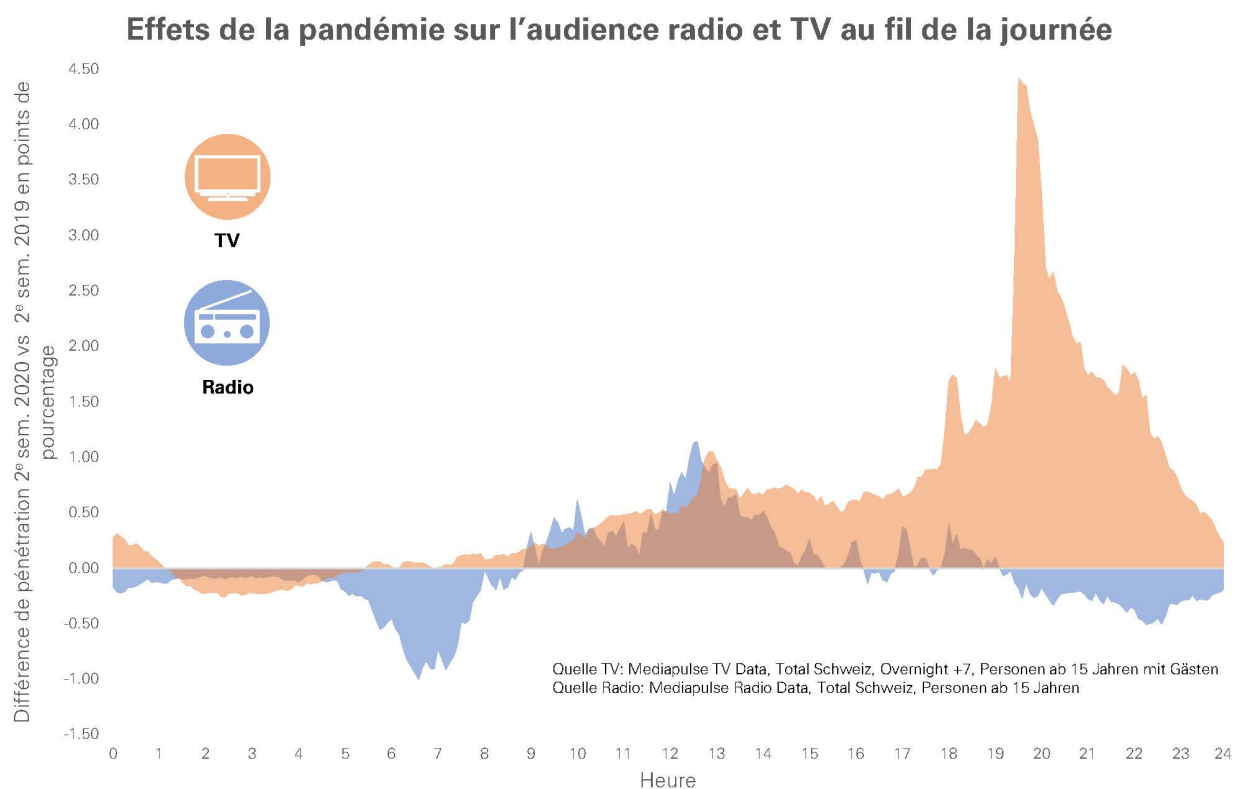
Entre juillet et décembre 2020, les programmes linéaires des stations radio atteignent quotidiennement 79 % des personnes à partir de 15 ans. Avec un taux de pénétration journalière de 75 %, la Suisse romande se situe au-dessous de la moyenne nationale, tandis que la Suisse alémanique et la Suisse italienne, avec des taux de respectivement 79 % et 83 %, la dépassent. Les personnes qui écoutent la radio le font pendant 116 minutes par jour en moyenne. Avec 123 minutes, les Suisses alémaniques sont les auditeurs les plus assidus du pays.

Quant aux chaînes TV, leurs offres – que ce soit en direct ou en différé – atteignent quotidiennement 64 % de la population à partir de 15 ans. La durée d'utilisation par téléspectateur est de 208 minutes par jour en moyenne. La demande d'offres télévisuelles est traditionnellement plus faible en Suisse alémanique qu'en Suisse latine, ce que les chiffres du second semestre 2020 confirment: en Suisse alémanique, 63 % de la population résidente regarde la télévision pendant 196 minutes par jour en moyenne. En Suisse italienne ces valeurs sont de 70 % et 242 minutes et en Suisse romande de 64 % et 232 minutes.

Par rapport au second semestre 2019, les taux de pénétration journalière de la télévision et de la radio au niveau national ont évolué de manière opposée: celui de la télévision a gagné un point de pourcentage pour atteindre 64 %, tandis que celui de la radio a diminué, passant de 81 % à 79 %. La durée d'utilisation par jour a en revanche augmenté pour les deux médias, passant de 196 à 208 minutes pour la télévision et de 112 à 116 minutes pour la radio.

Au-delà de ces indicateurs généraux, l'examen de la variation de la pénétration moyenne au fil d'une journée entre le second semestre 2020 et le second semestre 2019 est révélateur des effets de la pandémie sur l'audience radio et TV. Les deux courbes du diagramme ci-dessous représentent cette variation pour chacun des deux médias, mesurée par tranches de cinq minutes sur 24 heures. La trajectoires et les excursions de ces courbes peuvent être interprétées comme suit:

- exception faite de la période de pointe TV (prime time), la variation de la pénétration se cantonne dans un étroit corridor, ce qui indique que les schèmes d'utilisation de la radio et de la télévision sont restés globalement stables et que les deux médias font preuve d'une grande résistance dans la situation extraordinaire que nous traversons;
- la pénétration TV a augmenté à toute heure, sauf pendant la seconde moitié de la nuit. Elle a progressé principalement en prime time, avec un pic dépassant 4 %, ainsi que lors des traditionnels créneaux horaires consacrés à l'information, ce qui reflète le besoin accru d'information en ces temps incertains;
- c'est ce même besoin d'information qui est à l'origine de la variation positive de l'audience radio relevée lors des bulletins d'information horaires;
- dans la situation due à la pandémie, l'audience radio a augmenté entre 9 h et 19 h, avec une pointe en milieu de journée, mais elle a reculé tôt le matin et le soir. Ce recul de la pénétration radio s'explique, le matin, par la diminution du trafic pendulaire et, le soir, par la nette augmentation de l'audience TV.



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.

### À propos de Mediapulse SA

Mediapulse est garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de la rigueur scientifique de la recherche sur les médias. Entreprise proche du terrain, elle fait progresser le marché électronique suisse des médias et de la publicité grâce à des services de recherche et des produits de données innovants.

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision en Suisse. Elle est donc bien placée pour créer des synergies en matière de recherche et proposer ainsi des solutions économiques, sans pour autant sacrifier la qualité. Une grande partie du marché est représentée dans les organes de Mediapulse SA et du Conseil de fondation de la Fondation Mediapulse. Travaillant selon des critères scientifiques et en toute indépendance, Mediapulse est soumise à la surveillance du DETEC (OFCOM).

Plus d'informations sous [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)

Pour tout renseignement complémentaire,  
veuillez-vous adresser à:

**Richard Blatter**

Sr. Partner Relations Manager  
[richard.blatter@mediapulse.ch](mailto:richard.blatter@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 60



Mediapulse AG

[info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich