

Mediapulse Streaming Data

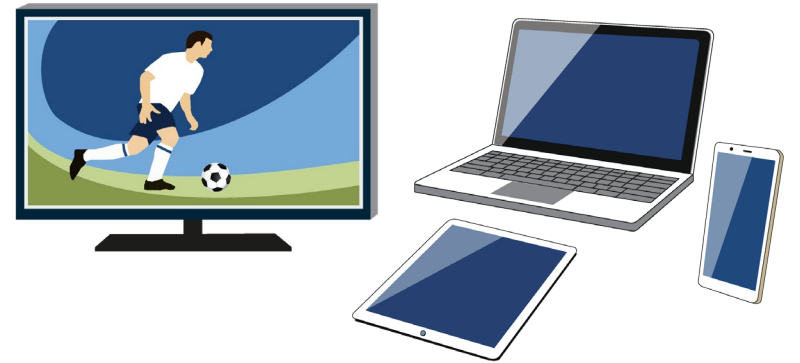
Rapport trimestriel T1/2022

Berne, 27.04.2022

mediapulse

Fiche signalétique Mediapulse Streaming Data

- Introduction
- Vue d'ensemble des catégories d'offres présentées
- Vue d'ensemble des indicateurs présentés



Mediapulse Streaming Data

Introduction

■ Contexte

- Élément du développement de la recherche TV, placée sous la responsabilité de Mediapulse et mise en œuvre par Kantar Suisse

■ Portée

- Audience des offres d'images animées non-TV dans les ménages (*at home*)

■ Objectifs

- Quantification de la diffusion et de l'utilisation des principales plateformes de vidéos et de streaming
- Comparaison avec les indicateurs correspondants de l'audience TV (répartition selon les caractéristiques suivantes des groupes cibles: âge, sexe et appareil)

■ Méthode

- Voir «[Mediapulse Streaming Data – Rapport trimestriel T1/2021](#)».
- Voir la fiche signalétique sur l'extension de la recherche TV de Mediapulse: «[Mediapulse Online TV Data et Mediapulse Streaming Data](#)».

■ Publication

- À partir du T1/2021: sous forme de [rapport trimestriel et présentation des résultats](#)
- À partir du T1/2022: sous forme de présentation des résultats

Vue d'ensemble des catégories d'offres présentées

Offres TV et non-TV / Big-Screen et Small-Screen

Catégorie	Description	Appareils	Niveau de mesure	Période de mesure
TV@Big-Screen	Utilisation linéaire et en différé des offres TV sur téléviseur via IPTV, câble, satellite, OTT	Téléviseurs	Offre	1 ^{er} janvier 2021 – 31 mars 2022
TV@Small-Screen	Utilisation linéaire et en différé des offres TV via blue TV Air, UPC, Quickline, Teleboy, Wilmaa et Zattoo sur PC (de bureau ou portable), tablette et smartphone	Appareils à petit écran et mobiles	Plateforme	1 ^{er} mai 2021 – 31 mars 2022
YouTube				
Netflix				
Disney+	Utilisation des plateformes sur téléviseur, PC (de bureau ou portable), tablette et smartphone	Tous les Écrans	Plateforme	1 ^{er} janvier 2021 – 31 mars 2022
Amazon Prime				
Apple TV+				

Vue d'ensemble des indicateurs présentés

Informations sur les utilisateurs et sur l'audience

Indicateur	Description	Indication en...
Pénétration quotidienne ou nette	Part des personnes d'un groupe cible ayant utilisé une offre au moins une fois par jour	pour-cent
Durée d'utilisation par personne	Durée d'utilisation quotidienne moyenne d'une offre par les personnes qui l'ont utilisée ce jour-là	minutes
Durée d'utilisation extrapolée	Durée d'utilisation quotidienne moyenne d'une offre, extrapolée à l'ensemble des personnes constituant l'univers de base	minutes

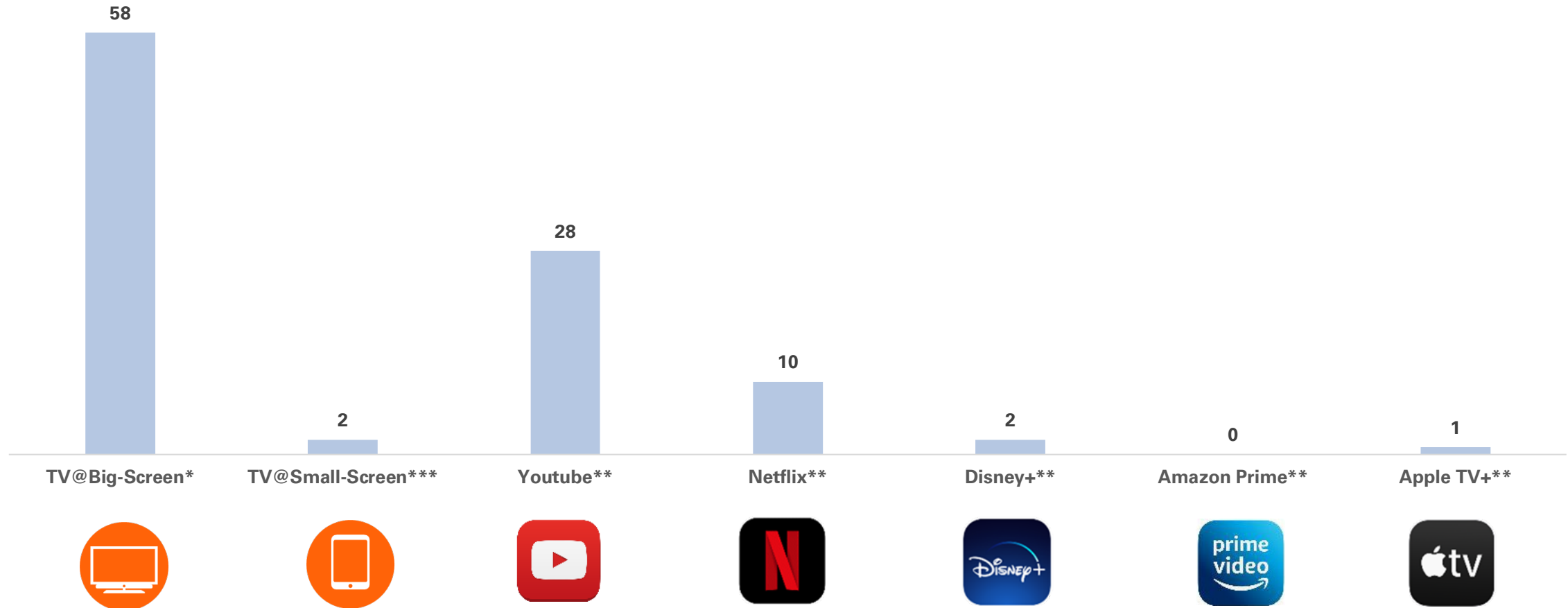
Résultats Mediapulse Streaming Data – premier trimestre 2022

- Pénétration quotidienne T1/22 en pour-cent
- Pénétration quotidienne par trimestre en pour-cent
- Pénétration quotidienne T1/22 par région linguistique en pour-cent
- Pénétration quotidienne T1/22 selon l'âge et le sexe en pour-cent
- Pénétration quotidienne T1/22 par appareil en pour-cent
- Pénétration quotidienne T1/22 au cours du trimestre en pour-cent
- Durée d'utilisation quotidienne par personne et extrapolée T1/22 en minutes



Pénétration quotidienne T1/22 en pour-cent

Suisse entière



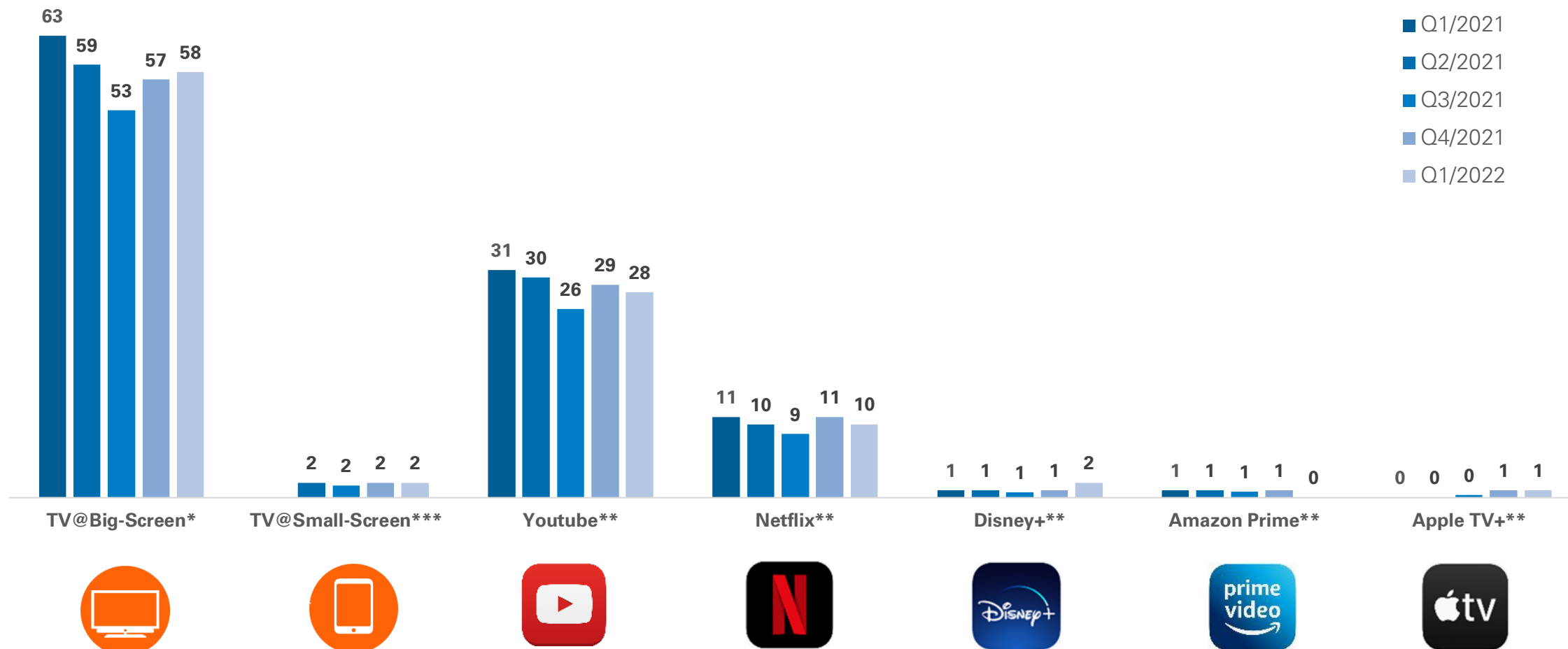
*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22. – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Pénétration quotidienne par trimestre en pour-cent

Suisse entière



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.21 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.5.21. – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Pénétration quotidienne T1/22 par région linguistique en pour-cent

Suisse entière et régions linguistiques

	TV@Big-Screen*	TV@Small-Screen***	YouTube**	Netflix**
Suisse alémanique	59	2	28	9
Suisse romande	56	2	29	11
Suisse italienne	68	3	32	13
Suisse entière	58	2	28	10



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Pénétration quotidienne T1/22 selon l'âge et le sexe en pour-cent

Suisse entière

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Groupes d'âge	3 à 14 ans	36	23	11
	15 à 29 ans	24	32	16
	30 à 39 ans	52	34	13
	40 à 49 ans	62	36	13
	50 à 59 ans	74	28	8
	60 ans et plus	84	22	3
Sexe	Femmes	60	28	11
	Hommes	57	29	9



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

Pénétration quotidienne T1/22 par appareil en pour-cent

Suisse entière

		YouTube*	Netflix*	TV
Appareil	Téléviseur	3	6	58**
	Smartphone	18	2	1***
	PC / tablette	12	3	1***

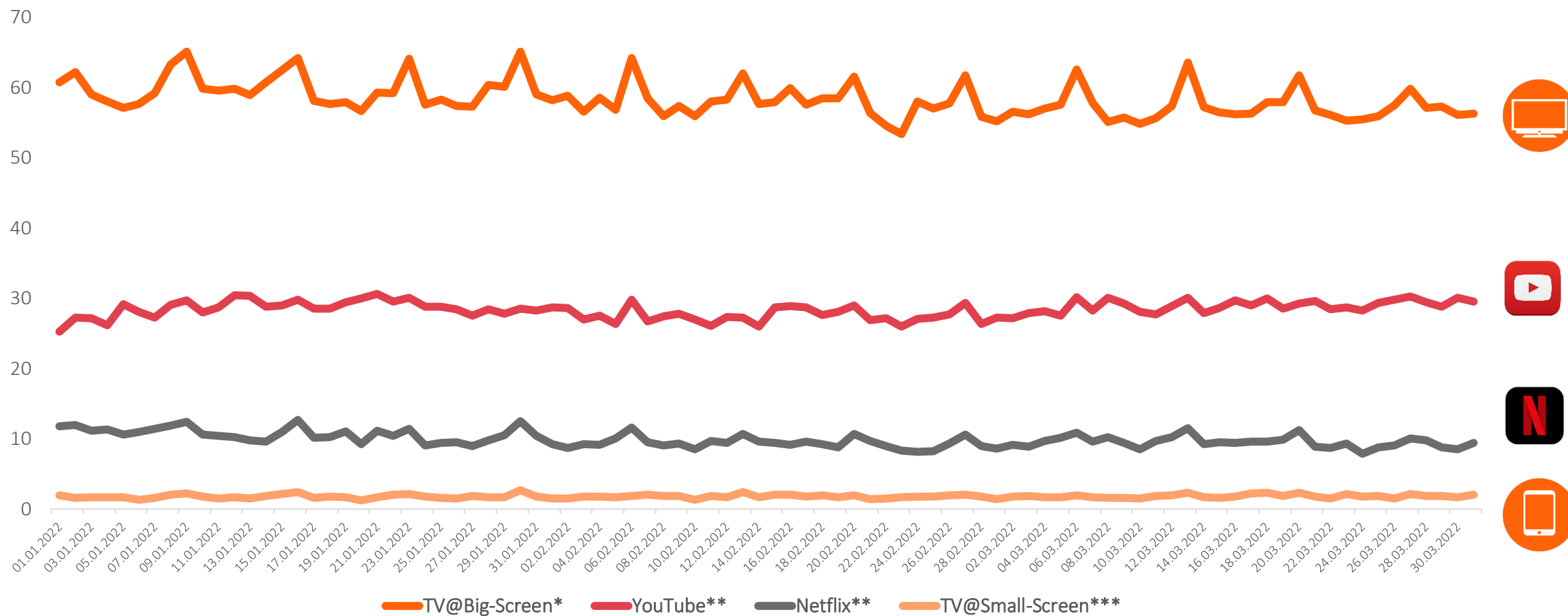


* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

** MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Pénétration quotidienne T1/22 au cours du trimestre en pour-cent Suisse entière



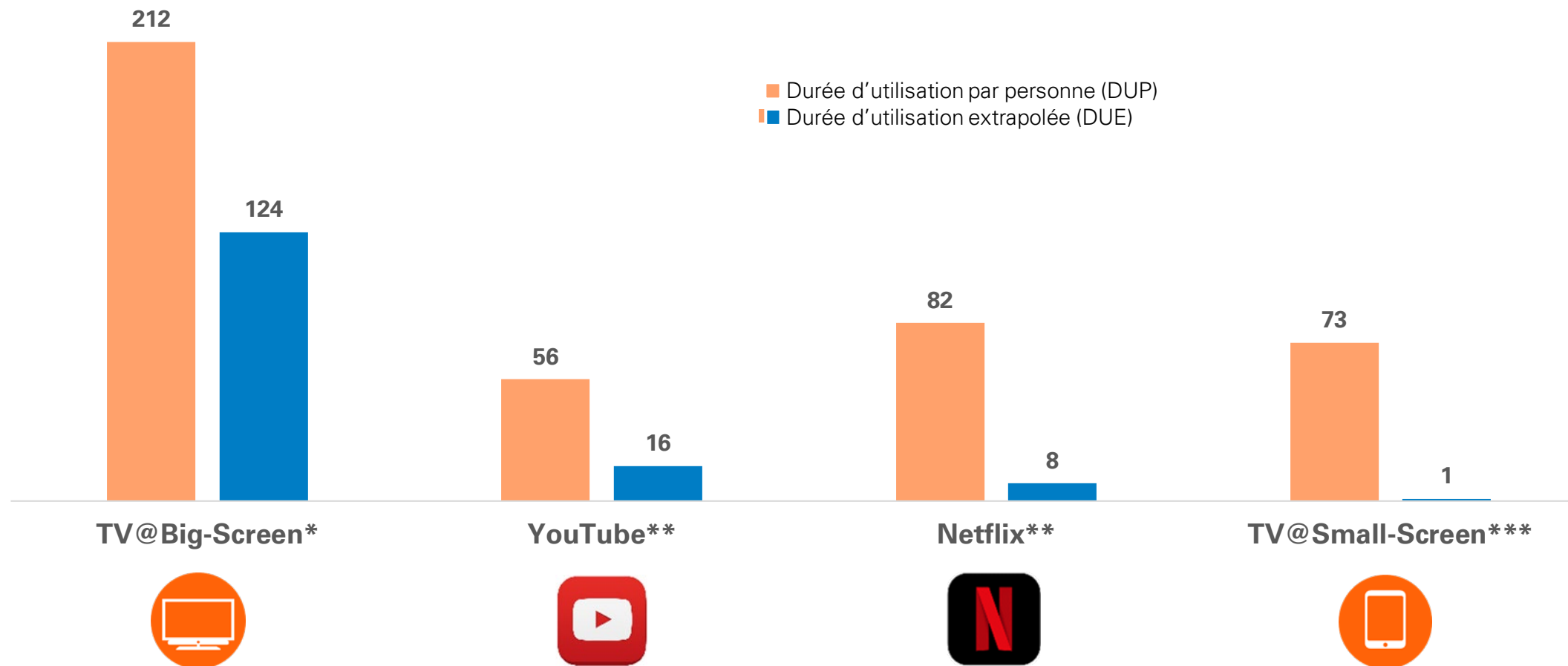
*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Durée d'utilisation quotidienne par personne et extrapolée T1/22 en minutes

Suisse entière



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), DUP, DUE, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, DUP, DUE, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, UTILISATION À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, DUP, DUE, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, UTILISATION À DOMICILE, PETITS ÉCRANS