

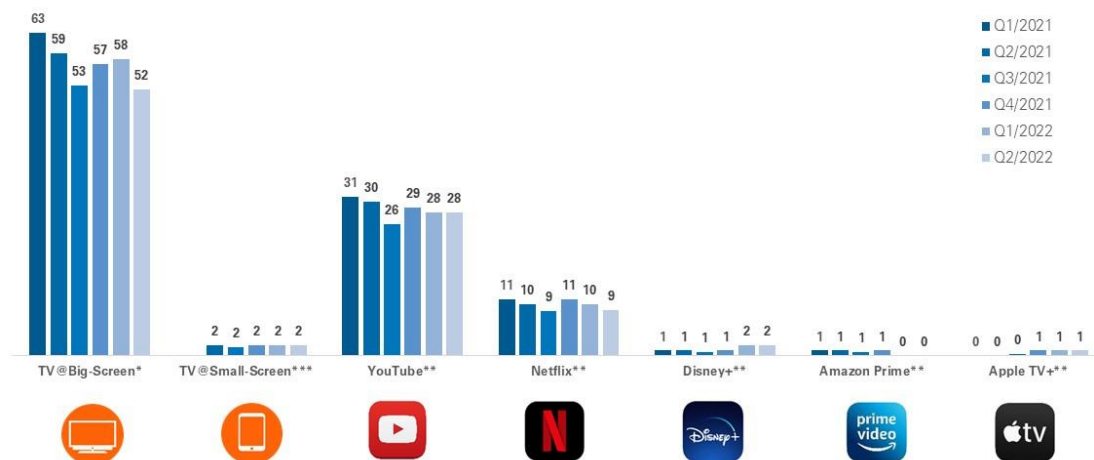
## Mediapulse Streaming Data : stabilité du marché des images animées

**Berne, 20 juillet 2022 – Le rapport du deuxième trimestre 2022 sur les Mediapulse Streaming Data montre que le marché des images animées est stable. La télévision traditionnelle attire toujours davantage de public que les offres de streaming et les parts de marché n'ont pour ainsi dire pas varié.**

### Pénétration et durée d'utilisation : la télévision traditionnelle toujours en tête

Au deuxième trimestre 2022, c'est toujours la télévision traditionnelle qui présente la pénétration quotidienne et la durée d'utilisation les plus élevées. La pénétration connaît la même évolution saisonnière qu'en 2021. La comparaison des taux de pénétration quotidienne montre que la plateforme vidéo YouTube et le prestataire de streaming Netflix ont aussi des parts de public importantes, mais que celles-ci n'ont pas progressé par rapport au premier trimestre. Netflix se distingue cependant par une durée d'utilisation par personne élevée. Les autres plateformes de streaming Disney+, Amazon Prime et Apple TV+ n'atteignent toujours qu'un public confidentiel.

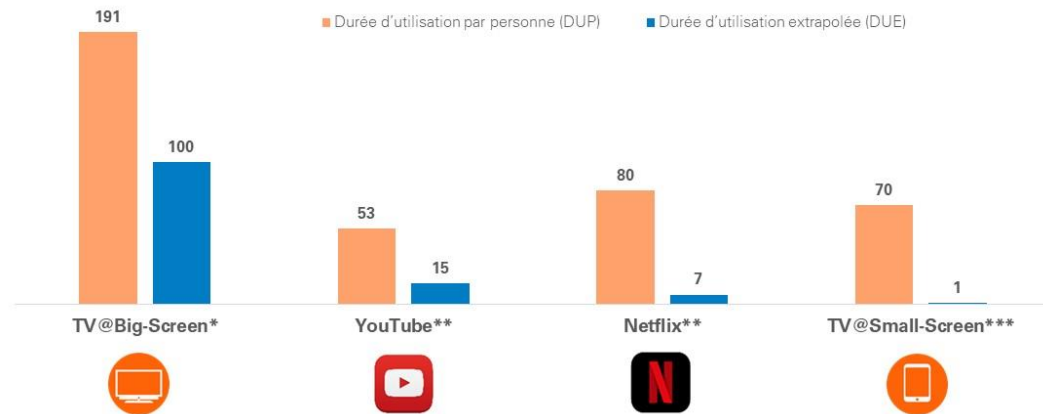
### Pénétration quotidienne par trimestre en pour-cent Suisse entière



\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 30.6.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEURS  
 \*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.21 – 30.6.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS  
 \*\*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.5.21. – 30.6.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

## Durée d'utilisation quotidienne par personne et extrapolée T2/22 en minutes

Suisse entière



\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), DUP, DUE, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEURS  
 \*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+, DUP, DUE, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, UTILISATION À DOMICILE, TOUS ÉCRANS  
 \*\*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+, DUP, DUE, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, UTILISATION À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

## Comparaison nationale : la Suisse italienne en tête de peloton

C'est en Suisse italienne que les taux de pénétration quotidienne sont les plus élevés, tant pour la télévision traditionnelle que pour les services de streaming. La Suisse romande et la Suisse alémanique ne présentent quant à elles pratiquement pas de différences. La situation est la même si l'on compare la consommation sur téléviseurs (*big screen*) et sur appareils à petit écran (*small screen*).

## Pénétration quotidienne T2/22 par région linguistique en pour-cent

Suisse entière et régions linguistiques

	TV@Big-Screen*	TV@Small-Screen***	YouTube**	Netflix**
Suisse alémanique	52	1	27	9
Suisse romande	52	2	29	9
Suisse italienne	62	3	30	13
<b>Suisse entière</b>	<b>52</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>9</b>



\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEURS  
 \*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS  
 \*\*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

## Programmes TV et Netflix regardés principalement sur des téléviseurs

Le rapport du deuxième trimestre 2022 montre que dans le groupe d'âge des 15 à 29 ans, YouTube atteint davantage de personnes que les offres des chaînes TV. Dans ce groupe d'âge, YouTube reste donc l'offre d'images animées à l'audience la plus forte.

La télévision et Netflix sont regardés presque exclusivement sur des téléviseurs, tandis que YouTube est consommé surtout sur des appareils à petit écran.

### Pénétration quotidienne T2/22 selon l'âge et le sexe en pour-cent Suisse entière

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
<b>Groupes d'âge</b>	<b>3 à 14 ans</b>	33	25	11
	<b>15 à 29 ans</b>	20	31	14
	<b>30 à 39 ans</b>	45	32	13
	<b>40 à 49 ans</b>	54	35	12
	<b>50 à 59 ans</b>	68	28	8
	<b>60 ans et plus</b>	77	21	3
<b>Sexe</b>	<b>Femmes</b>	53	26	10
	<b>Hommes</b>	52	29	8



\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEURS  
 \*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+, PN, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

### Pénétration quotidienne T2/22 par appareil en pour-cent Suisse entière

		YouTube*	Netflix*	TV
<b>Appareil</b>	<b>Téléviseur</b>	3	6	52**
	<b>Smartphone</b>	18	2	1***
	<b>PC / Tablette</b>	11	2	1***



\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+, PN, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS  
 \*\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEURS  
 \*\*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 - 30.6.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

## À propos du rapport trimestriel sur les Mediapulse Streaming Data

Mediapulse publie chaque trimestre une vue d'ensemble des Streaming Data issues de la recherche TV. L'objectif est de mettre à disposition une base de données indépendante et multiplateforme rendant compte de l'audience des chaînes TV et des autres offres d'images animées et permettant de faire des comparaisons. La diffusion et l'utilisation des principales plateformes de vidéos et de streaming y sont quantifiées et comparées avec les indicateurs correspondants de l'audience TV. Tous les rapports et analyses trimestriels sont accessibles sur [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch).

### À propos de Mediapulse

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche indépendante, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision ainsi que des offres en ligne en Suisse. Ces données ont valeur de référence officielle et sont utilisées non seulement par les diffuseurs, les responsables de programmes et le secteur de la publicité, mais également par les autorités et les milieux de la recherche.

Entreprise proche du terrain, Mediapulse contribue au développement des marchés suisses des médias électroniques et de la publicité grâce à des services de recherche et à des produits de données. Ses systèmes modernes et de constantes innovations lui permettent de rendre compte également de l'évolution de l'utilisation des médias audiovisuels.

Garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de la rigueur scientifique de la recherche sur les médias, Mediapulse est soumise à la surveillance du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), par l'intermédiaire de l'Office fédéral de la communication (OFCOM). Une grande partie du marché est représentée au sein du Conseil d'administration de Mediapulse SA ainsi que du Conseil de fondation de la Fondation Mediapulse.

Vous trouverez de plus amples informations sur : [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)

Pour tout renseignement, veuillez vous adresser à :

**Richard Blatter**

Sr. Partner Relations Manager  
richard.blatter@mediapulse.ch  
+41 58 356 47 60



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Berne

Badenerstrasse 15  
8004 Zurich