

Communiqué de presse\_Mediapulse, Berne

Chiffres d'audience radio et TV, 2<sup>e</sup> semestre 2019

## Audience radio et télévision: 213 minutes par jour

**Berne, 9 janvier 2020 – Au second semestre 2019, la population suisse à partir de 15 ans a passé 213 minutes par jour en moyenne à écouter la radio et à regarder la télévision. Cette audience globale se répartit comme suit: 123 pour la télévision et 90 minutes pour la radio. C'est ce qui ressort des données d'audience du second semestre 2019, collectées sur mandat de la Fondation Mediapulse.**

Entre juillet et décembre 2019, chaque jour, 63% de la population résidente à partir de 15 ans a allumé un poste de télévision pour y suivre les offres de programmes des chaînes TV. Si la Suisse alémanique, avec 62%, et la Suisse romande, avec 64%, présentent des taux de pénétration TV comparables, la Suisse italienne se détache nettement, avec une pénétration journalière de 70%. Il en va de même pour l'utilisation par téléspectateur: avec 234 minutes par jour, le sud du pays affiche la plus grande affinité TV. En Suisse romande, cette valeur est de 214 minutes et en Suisse alémanique de 187 minutes.

Durant la même période, la radio a touché un public nettement plus nombreux que la télévision, puisque sa pénétration journalière a atteint 81% en moyenne nationale. La Suisse italienne figure également au premier rang, avec un taux de pénétration radio de 85%. Elle est suivie par la Suisse alémanique (81%), puis par la Suisse romande (78%). Celles et ceux qui ont écouté la radio en Suisse l'ont fait pendant 112 minutes par jour en moyenne. Les auditeurs les plus assidus se trouvent en Suisse alémanique, avec 117 minutes d'écoute par personne, tandis que la population de la partie francophone du pays, avec 98 minutes, figure également en troisième position.

Les données d'audience TV collectées par Mediapulse sur les appareils TV traditionnels durant le second semestre 2019 montrent que les programmes TV ont atteint en Suisse un peu moins de monde que l'année précédente et que la durée de visionnement par personne a également diminué. Par rapport au second semestre 2018, la pénétration journalière a reculé de deux points de pourcentage, passant de 65% à 63%, et l'utilisation par téléspectateur a perdu deux minutes, passant ainsi de 198 à 196 minutes. On observe la même tendance pour la radio: la pénétration journalière a aussi reculé de deux points de pourcentage, passant de 83% à 81%, tandis que l'utilisation par auditeur a diminué de 7 minutes, passant de 119 à 112 minutes.

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 (public viewing) 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.

***Au sujet de Mediapulse SA***

*Mediapulse SA est chargée, en tant qu'organisme de recherche indépendant, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision en Suisse. Ses systèmes modernes et de constantes innovations lui permettent de rendre compte également des nouvelles formes d'utilisation des médias audiovisuels. 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. 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. Plus d'informations sous [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)*

Pour de plus amples informations, veuillez vous adresser à:  
Christian-Kumar Meier  
Head of Marketing & Communications  
Telefon: +41 58 356 47 08  
E-Mail: christian-kumar.meier@mediapulse.ch