

## Mediapulse Streaming Data: la télévision continue d'atteindre un plus large public que ses concurrents numériques

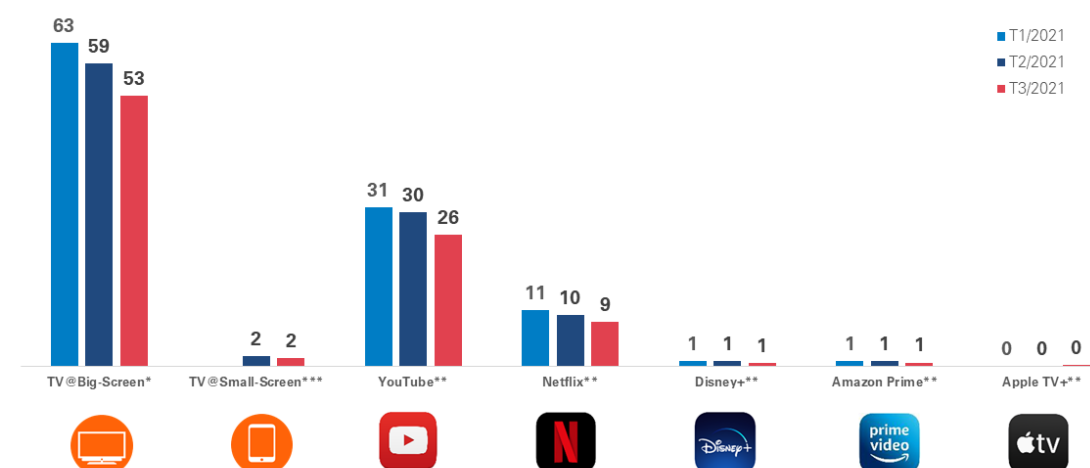
Berne, 3 novembre 2021 – Le troisième rapport trimestriel sur les Mediapulse Streaming Data présente pour la première fois les données en les ventilant selon les caractéristiques des groupes cibles que sont l'âge et le sexe. Il en ressort que la télévision subit certes la pression de Netflix et de YouTube, ses nouveaux concurrents, dans les groupes cibles des plus jeunes et des personnes d'âge moyen, mais qu'elle n'a dû céder sa position de numéro un à YouTube que dans le groupe d'âge des 15 à 29 ans.

### La télévision reste l'offre d'images animées à l'audience la plus forte.

Selon le troisième rapport trimestriel sur les Mediapulse Streaming Data, il n'y a toujours que YouTube et Netflix qui fassent figure de sérieux concurrents non-TV, même s'ils sont encore loin derrière la télévision: la télévision atteint quotidiennement deux fois plus de spectateurs que YouTube et près de six fois plus que Netflix.

Les données du troisième trimestre confirment en outre ce que celles du deuxième trimestre laissaient déjà deviner, à savoir que la saisonnalité de la consommation TV touche aussi YouTube et Netflix. La télévision ainsi que YouTube et Netflix atteignent en effet nettement moins de spectateurs en été – spécialement pendant la période des vacances – que pendant l'hiver, une tendance qui s'observe également pour les deux plateformes numériques, comme le montrent les valeurs trimestrielles du diagramme ci-dessous.

**Figure 3: Pénétration quotidienne par trimestre**  
Suisse entière






\*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1. – 30.9.2021, PERSONNES 3+ (AVEC HÔTES), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, UTILISATION À DOMICILE, TÉLÉVISEUR  
\*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1. – 30.9.2021, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, UTILISATION À DOMICILE, TOUS ÉCRANS  
\*\*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.5. – 30.9.2021, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, UTILISATION À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

## YouTube en tête chez les jeunes adultes

Le rapport montre également 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 est donc l'offre d'images animées dont l'audience est la plus forte.

**Figure 6: Pénétration quotidienne selon l'âge et le sexe en pour-cent**  
Suisse entière

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
<b>Groupes d'âge</b>	<b>3 – 14 ans</b>	31	19	10
	<b>15 – 29 ans</b>	24	33	15
	<b>30 – 39 ans</b>	44	29	12
	<b>40 – 49 ans</b>	56	32	11
	<b>50 – 59 ans</b>	66	25	6
	<b>60 ans et plus</b>	78	19	2
<b>Sexe</b>	<b>Femmes</b>	54	25	10
	<b>Hommes</b>	52	27	8

\*MEDIAPULSE TV DATA, 1.7. – 30.9.2021, PERSONNES 3+ (AVEC HÔTES), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, UTILISATION À DOMICILE, TÉLÉVISEUR  
\*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.7. – 30.9.2021, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, UTILISATION À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

## Rapport trimestriel sur les Mediapulse Streaming Data

En poursuivant le développement de son système de mesure TV, Mediapulse a pour objectif général de fournir au marché suisse de la télévision une base de données indépendante, multiplateforme et comparable permettant de quantifier uniformément et en continu l'audience des chaînes TV et d'autres offres d'images animées. Les premiers résultats ont été publiés en avril et en juillet 2021, sous la forme de rapports trimestriels. À la différence des deux rapports trimestriels précédents, le rapport sur le troisième trimestre renseigne sur l'audience des différentes offres non plus uniquement sur la base des valeurs totales, mais également, pour la première fois, en ventilant les valeurs de pénétration selon les caractéristiques des groupes cibles que sont l'âge et le sexe.

## 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 DETEC (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 sous: [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)

Pour tout renseignement, veuillez vous adresser à:

**Christian-Kumar Meier**

Head of Marketing & Communications

[christian-kumar.meier@mediapulse.ch](mailto:christian-kumar.meier@mediapulse.ch)

+41 58 356 47 08



Mediapulse SA

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

Weltpoststrasse 5  
3015 Berne

Badenerstrasse 15  
8004 Zurich