

Mediapulse Streaming Data: première ventilation de la pénétration quotidienne par appareil

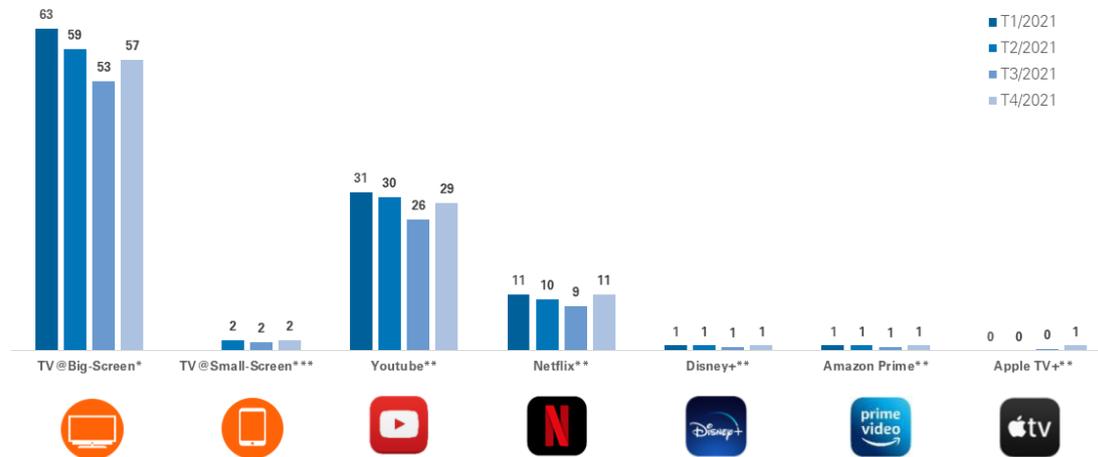
Berne, le 2 février 2022 – Le quatrième rapport trimestriel sur les Mediapulse Streaming Data indique pour la première fois l’audience des offres par appareil : la télévision et Netflix atteignent principalement leur public sur le téléviseur, tandis que YouTube est surtout consommé sur des appareils à petit écran. En outre, l’analyse annuelle en termes de pénétration montre que la télévision classique est celle qui attire le plus de téléspectateurs en toutes saisons par rapport aux offres de streaming.

Dans le cadre de la recherche TV, Mediapulse publie chaque trimestre un rapport sur les Streaming Data, afin de quantifier la diffusion et l’audience de principales plateformes de vidéo et de streaming et de les comparer aux indicateurs correspondants de l’audience TV. Si, dans les deux premiers rapports trimestriels, ces chiffres étaient basés sur des valeurs totales, le troisième fournissait pour la première fois une répartition des caractéristiques de groupe cible par âge et par sexe. Dans la dernière édition des Mediapulse Streaming Data, cette répartition est conservée et complétée par une distinction de l’audience en streaming selon le type d’appareil utilisé. Le rapport complet avec toutes les analyses est publié sur www.mediapulse.ch.

La télévision classique est la plus populaire en termes de pénétration et de durée d’utilisation

Avec les données relatives au quatrième trimestre, les Mediapulse Streaming Data sont désormais disponibles pour une année civile complète. En toutes saisons, la télévision classique rassemble de loin le plus grand nombre de téléspectateurs aux durées d’utilisation les plus longues et presque exclusivement par le biais d’un téléviseur traditionnel. Par ailleurs, les plateformes vidéo YouTube et le fournisseur de streaming Netflix atteignent également des parts importantes du public. En comparaison, les autres plateformes de streaming Disney+, Amazon Prime ou AppleTV+ n’atteignent que très peu de personnes par jour et ne sont plus prises en compte dans les autres analyses de données.

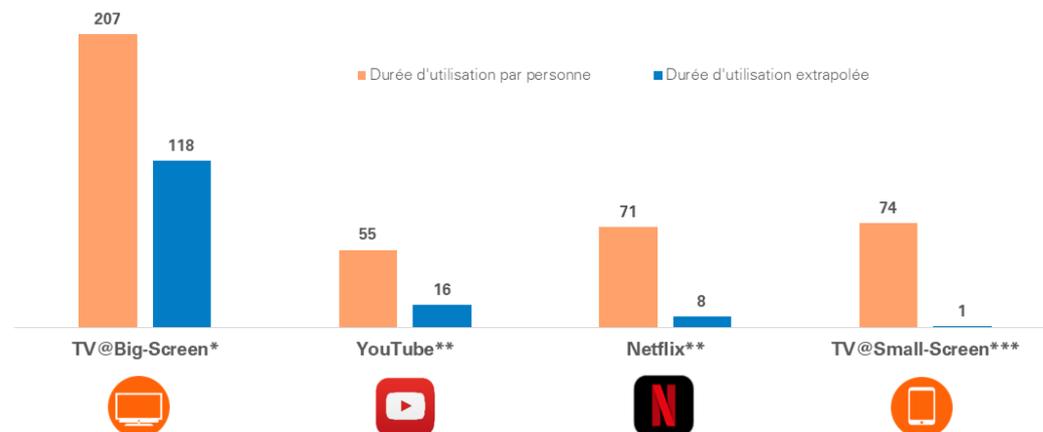
Mediapulse Streaming Data: pénétration quotidienne par trimestre T4/2021, Suisse entière, en pourcentage



* MEDIAPULSE TV DATA, 1.1-31.12.2021, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, toutes plateformes TV, direct + Recorded View, utilisation à DOMICILE, TÉLÉVISEUR
 ** MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1-31.12.2021, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, UTILISATION À DOMICILE, TOUS ÉCRANS
 *** MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.5-31.12.2021, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEB TV, UTILISATION À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Durée quotidienne d'utilisation par personne et d'utilisation extrapolée

T4/2021, Suisse entière, en pourcentage



* MEDIAPULSE TV DATA, 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, UTILISATION À DOMICILE, TÉLÉVISEUR
 ** MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+, DP, DV, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, UTILISATION À DOMICILE, TOUS ÉCRANS
 *** MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+, DP, DV, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEB TV, UTILISATION À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Surtout consommé sur smartphone, YouTube est le préféré des jeunes

Le rapport sur le quatrième trimestre montre toujours que YouTube touche davantage de personnes que les offres des chaînes TV, dans la tranche d'âge des 15-29 ans. Pour ce groupe d'âge, YouTube est l'offre d'images animées qui rassemble le plus large public.

Il apparaît également que la télévision et Netflix sont majoritairement consommés devant le téléviseur traditionnel, alors que YouTube est avant tout chez lui sur les appareils à petit écran.

Pénétration quotidienne par âge et sexe

T4/2021, Suisse entière, en pourcentage

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Groupes d'âge	3 à 14 ans	37	22	12
	15 à 29 ans	24	33	18
	30 à 39 ans	51	34	17
	40 à 49 ans	60	37	14
	50 à 59 ans	71	28	9
	60 ans et plus	83	22	3
Sexe	Femmes	58	28	12
	Hommes	56	30	11



* MEDIAPULSE TV DATA. 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%. 24 H. LU-DI. TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW. UTILISATION À DOMICILE. TÉLÉVISEUR

** MEDIAPULSE STREAMING DATA. 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+. PN-%. 24 H. LU-DI. PLATEFORMES DE STREAMING. UTILISATION À DOMICILE. TOUS ÉCRANS

Mediapulse Streaming Data: pénétration quotidienne par appareil

T4/2021, Suisse entière, en pourcentage

		YouTube*	Netflix*	TV
Appareil	Téléviseur	3	6	57 **
	Smartphone	19	4	1 ***
	PC/tablette	11	2	1 ***



** MEDIAPULSE STREAMING DATA. 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+. PN-%. 24 H. LU-DI. PLATEFORMES DE STREAMING. UTILISATION À DOMICILE. TOUS ÉCRANS

* MEDIAPULSE TV DATA. 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%. 24 H. LU-DI. TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW. UTILISATION À DOMICILE. TÉLÉVISEUR

*** MEDIAPULSE STREAMING DATA. 1.10-31.12.2021, PERSONNES 3+. PN-%. 24 H. LU-DI. PLATEFORMES WEB TV. UTILISATION À DOMICILE. PETITS ÉCRANS

Le rapport trimestriel 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. Tous les rapports trimestriels et les analyses sont disponibles sur 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 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.

Plus d'informations sur: www.mediapulse.ch

Pour tout renseignement complémentaire,
veuillez-vous adresser à:

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing & Communications

christian-kumar.meier@mediapulse.ch

+41 58 356 47 08



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berne

Badenerstrasse 15
8004 Zurich