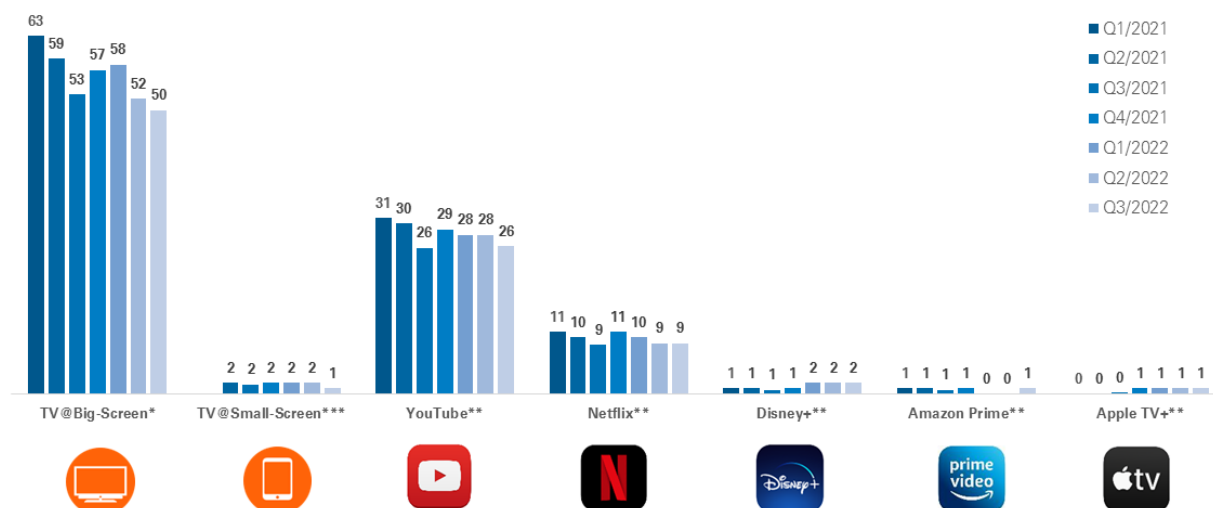


Mediapulse Streaming Data : la TV présente toujours la pénétration la plus élevée

Berne, 19 octobre 2022 – Ce troisième rapport trimestriel 2022 sur les Mediapulse Streaming Data montre que le marché des images animées est resté globalement stable. La télévision traditionnelle attire toujours le public le plus nombreux, suivie des plateformes de vidéo et de streaming YouTube et Netflix.

Au troisième trimestre 2022, la télévision traditionnelle se distingue de nouveau comme présentant la pénétration la plus élevée. L'évolution saisonnière de cette pénétration est en outre similaire à celle observée l'année précédente. Quant à la plateforme vidéo YouTube et aux offres de streaming de Netflix, elles sont parvenues à maintenir des parts d'audience significatives en termes de pénétration quotidienne. Les autres plateformes de streaming Disney+, Amazon Prime et Apple TV+ n'atteignent toujours qu'un public sensiblement moins nombreux.

Pénétration quotidienne par trimestre en pour-cent Suisse entière



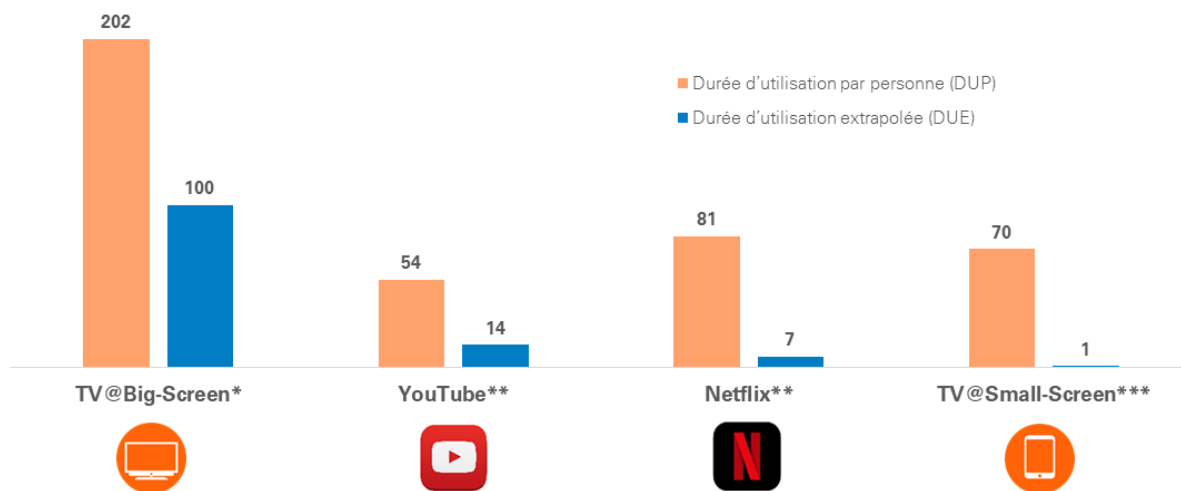
* Mediapulse TV Data, 1.1.21 – 30.9.22, personnes 3+ (avec invités), PN-%, 24 h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.1.21 – 30.9.22, personnes 3+, PN-%, 24 h, lu-di, plateformes de streaming, AUDIENCE À DOMICILE, tous écrans

*** Mediapulse Streaming Data, 1.5.21. – 30.9.22, personnes 3+, PN-%, 24 h, lu-di, plateformes WebTV, AUDIENCE À DOMICILE, petits écrans

En ce qui concerne la durée d'utilisation, la télévision traditionnelle reste en tête de classement, peu importe que l'on considère uniquement les personnes qui l'ont effectivement regardée ou que l'on extrapole les chiffres à l'ensemble de la population suisse. Elle est suivie par la plateforme de streaming Netflix, qui présente une durée d'utilisation par personne élevée, puis par les appareils à petit écran. Par rapport à Netflix, YouTube se distingue par une durée d'utilisation par personne moins élevée, mais par une durée d'utilisation extrapolée supérieure.

Durée d'utilisation quotidienne par personne et extrapolée T3/22 en minutes Suisse entière



* Mediapulse TV Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+ (avec invités), DUP, DUE, 24 h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+, DUP, DUE, 24 h, lu-di, plateformes de streaming, UTILISATION À DOMICILE, tous écrans

*** Mediapulse Streaming Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+, DUP, DUE, 24 h, lu-di, plateformes WebTV, UTILISATION À DOMICILE, petits écrans

Audience TV sur appareils à petit écran : pas de différences entre les régions linguistiques

C'est toujours 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. Ce qui a changé par rapport au trimestre précédent, c'est qu'il n'y a plus de différences entre les régions linguistiques en ce qui concerne l'audience TV sur appareils à petit écran.

Pénétration quotidienne T3/22 par région linguistique en pour-cent

Suisse entière et régions linguistiques

	TV@Big-Screen*	TV@Small-Screen***	YouTube**	Netflix**
Suisse alémanique	49	1	26	8
Suisse romande	49	1	27	9
Suisse italienne	55	1	27	11
Suisse entière	50	1	26	9



* Mediapulse TV Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+ (avec invités), PN-%, 24 h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+, PN-%, 24 h, lu-di, plateformes de streaming, AUDIENCE À DOMICILE, tous écrans

*** Mediapulse Streaming Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+, PN-%, 24 h, lu-di, plateformes WebTV, AUDIENCE À DOMICILE, petits écrans

Les 15 à 29 ans préfèrent YouTube à la télévision traditionnelle

Le présent rapport montre que dans le groupe d'âge des 15 à 29 ans, YouTube atteint toujours plus 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. Dans tous les autres groupes d'âge, la télévision occupe toujours le premier rang. On observe en outre qu'au troisième trimestre 2022, elle a attiré un peu plus d'hommes que de femmes.

Pénétration quotidienne T3/22 selon l'âge et le sexe en pour-cent

Suisse entière

	TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Groupes d'âge			
3 à 14 ans	30	22	10
15 à 29 ans	19	29	14
30 à 39 ans	42	30	11
40 à 49 ans	49	32	10
50 à 59 ans	63	28	8
60 ans et plus	75	20	2
Sexe			
Femmes	49	25	9
Hommes	50	28	8



* Mediapulse TV Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+ (avec invités), PN, 24 h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+, PN, 24 h, lu-di, plateformes de streaming, AUDIENCE À DOMICILE, tous écrans

Comme durant le trimestre précédent, 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 T3/22 par appareil en pour-cent

Suisse entière

		YouTube*	Netflix*	TV
Appareil	Téléviseur	3	5	50**
	Smartphone	17	2	1***
	PC / Tablette	10	2	1***



* Mediapulse Streaming Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+, PN, 24 h, lu-di, plateformes de streaming, AUDIENCE À DOMICILE, tous écrans

** Mediapulse TV Data, 1.7.22 – 30.9.22, personnes 3+ (avec invités-%, PN-%, 24 h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

*** Mediapulse Streaming Data, 1.7.22 – 30.9.22, 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.

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

Pour tout renseignement, veuillez vous adresser à :

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing

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