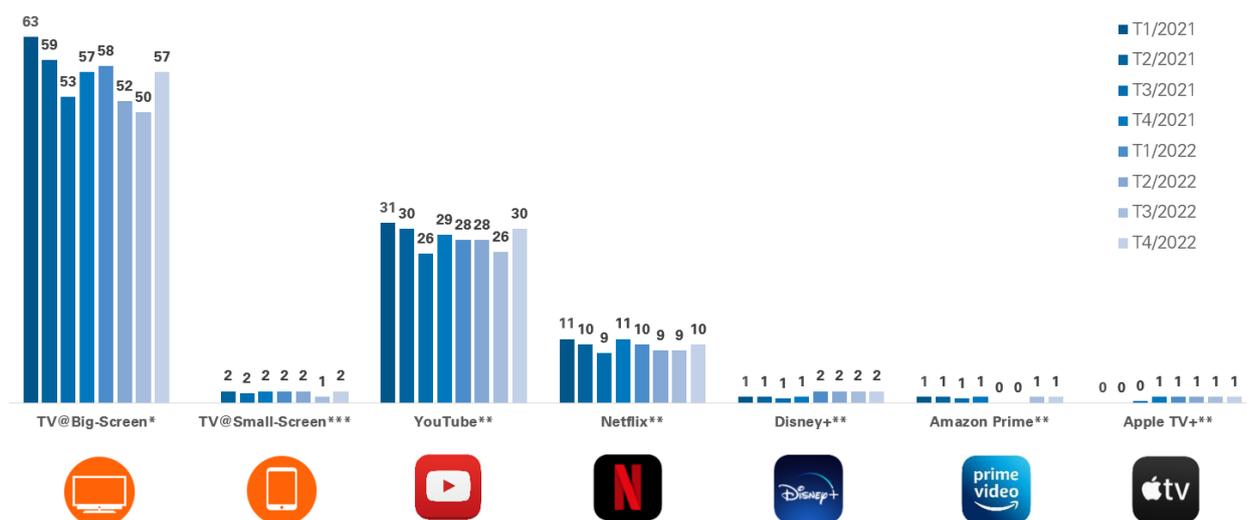


Mediapulse Streaming Data : stabilité du marché des images animées

Berne, 1^{er} février 2023 – Le rapport du quatrième trimestre 2022 sur les Mediapulse Streaming Data montre que le marché des images animées est resté globalement stable. La télévision traditionnelle présente toujours la pénétration quotidienne la plus élevée, suivie des plateformes de vidéo et de streaming YouTube et Netflix.

Au quatrième trimestre 2022 également, la télévision traditionnelle a atteint les taux de pénétration quotidienne les plus élevés. Ils sont pareils à ceux du quatrième trimestre 2021 et les variations saisonnières observées en 2022 sont similaires à celles de l'année précédente. Par rapport au troisième trimestre, la pénétration de la télévision traditionnelle est en nette augmentation. Netflix et surtout YouTube ont aussi enregistré une hausse, de même que, pour la première fois, l'audience TV sur les appareils à petit écran (TV@Small-Screen). Leur pénétration présente en effet une croissance comparable à celle de Netflix par rapport au trimestre précédent. Les autres plateformes de streaming Disney+, Amazon Prime et Apple TV+ n'ont toujours atteint qu'un public sensiblement moins nombreux.

Pénétration quotidienne par trimestre en pour-cent Suisse entière



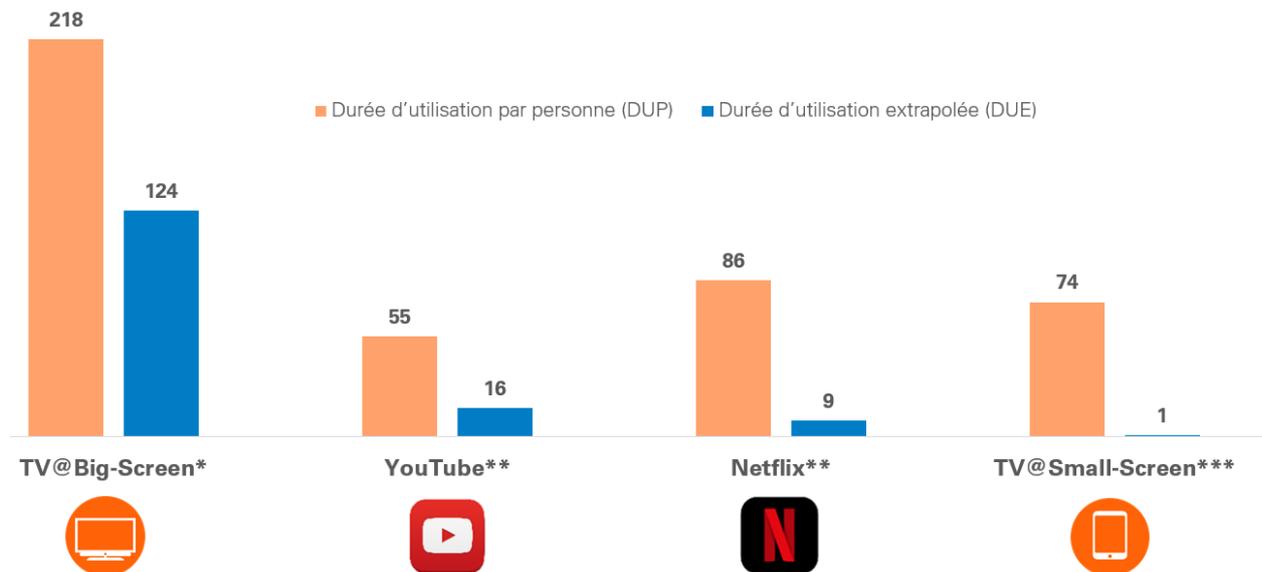
* Mediapulse TV Data, 1.1.21 - 31.12.22, personnes 3+ (avec invités), PN-%, 24h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.1.21 - 31.12.22, personnes 3+, PN-%, 24h, lu-di, plateformes de streaming, audience à domicile, tous écrans

*** Mediapulse Streaming Data, 1.5.21 - 31.12.22, personnes 3+, PN-%, 24h, 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, tandis que la durée d'utilisation extrapolée est supérieure.

Durée d'utilisation quotidienne par personne et extrapolée T4/22 en minutes Suisse entière



* Mediapulse TV Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+ (avec invités), DUP, DUE, 24h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+, DUP, DUE, 24h, lu-di, plateformes de streaming, audience à domicile, tous écrans

*** Mediapulse Streaming Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+, DUP, DUE, 24h, lu-di, plateformes WebTV, audience à domicile, petits écrans

Suisse italienne : taux de pénétration de la télévision traditionnelle le plus élevé

Au quatrième trimestre 2022, comme aux trimestres précédents, la pénétration de la télévision traditionnelle sur appareils à grand écran (TV@Big-Screen) était sensiblement plus élevée en Suisse Italienne que dans les autres régions linguistiques du pays. De plus, à la différence du troisième trimestre, la pénétration de la télévision sur appareils à petit écran y était aussi plus forte qu'ailleurs en Suisse. La Suisse romande et la Suisse alémanique ne présentent quant à elles pratiquement pas de différences.

Pénétration quotidienne T4/22 par région linguistique en pour-cent

Suisse entière et régions linguistiques

	TV@Big-Screen*	TV@Small-Screen***	YouTube**	Netflix**
Suisse alémanique	57	2	30	10
Suisse romande	56	2	30	11
Suisse italienne	65	4	30	11
Suisse entière	57	2	30	10



* Mediapulse TV Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+ (avec invités), PN-%, 24h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+, PN-%, 24h, lu-di, plateformes de streaming, audience à domicile, tous écrans

*** Mediapulse Streaming Data 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+, PN-%, 24h, lu-di, plateformes WebTV, audience à domicile, petits écrans

La télévision domine dans presque dans tous les groupes d'âge

Il ressort du rapport sur le quatrième trimestre 2022 que la télévision traditionnelle a continué à présenter la pénétration la plus élevée dans presque tous les groupes d'âge. Il n'y a que dans celui des 15 à 29 ans où elle était dépassée par YouTube. Les contenus de YouTube tendent à être regardés par les personnes d'âge moyen et, de plus en plus, par celles d'âge élevé, tandis que Netflix présente ses meilleurs taux de pénétration dans les groupes d'âge moyen et chez les plus jeunes.

Pénétration quotidienne T4/22 selon l'âge et le sexe en pour-cent

Suisse entière

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Groupes d'âge	3 à 14 ans	39	24	11
	15 à 29 ans	23	31	15
	30 à 39 ans	49	33	14
	40 à 49 ans	59	36	13
	50 à 59 ans	72	32	9
	60 ans et plus	82	25	3
Sexe	Femmes	57	28	11
	Hommes	57	31	9



* Mediapulse TV Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+ (avec invités), PN-%, 24h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

** Mediapulse Streaming Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+, PN-%, 24h, 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 T4/22 par type d'appareil en pour-cent

Suisse entière

		YouTube*	Netflix*	TV
Appareil	Téléviseur	3	7	57**
	Smartphone	20	2	1***
	PC / Tablette	11	2	1***



* Mediapulse Streaming Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+, PN-%, 24h, lu-di, plateformes de streaming, audience à domicile, tous écrans

** Mediapulse TV Data, 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+ (avec invités), PN-%, 24h, lu-di, toutes plateformes TV, direct + recorded View, audience à domicile, téléviseurs

*** Mediapulse Streaming Data 1.10.22 - 31.12.22, personnes 3+, PN-%, 24h, 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.

Le présent rapport trimestriel est le dernier à être publié avec des analyses approfondies. À partir du premier trimestre 2023, les Streaming Data seront mises à la disposition des acteurs du marché intéressés sous la forme d'un tableau de bord payant, dans lequel il sera possible d'effectuer des analyses approfondies, portant par exemple sur les taux de pénétration mensuels ou sur différents indicateurs (facts) par segments de groupes cibles.

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