

Mediapulse Time Use Study : l'étude budget-temps suisse, remaniée en profondeur, paraîtra en automne

Berne, 17 mai 2023 – La collecte des données de la Mediapulse Time Use Study, dont la dernière édition remonte à 2018, tourne à plein régime. L'étude a été réduite à l'essentiel et présentera une validité accrue.

Le temps est un des biens les plus précieux de l'être humain. Et comme c'est un bien indivisible et rare, il est d'autant plus intéressant de comprendre comment les gens l'utilisent. La recherche sur les médias met l'accent sur l'utilisation des médias, collectant des données qui rendent compte du nombre de personnes utilisant tel ou tel média ainsi que de la fréquence et de la durée de cette utilisation. L'étude de base Time Use Study (TUS) de Mediapulse va plus loin : elle renseigne sur toutes les activités exercées par la population suisse au cours de la journée, comme le travail, les repas ou les loisirs.

Focalisation sur l'essentiel et validité accrue

La TUS, dont la dernière édition remonte à 2018, repose désormais sur une nouvelle base. Son design a été réduit à l'essentiel et sa méthodologie adaptée aux conditions actuelles (enquête en ligne). La réalisation de cette Mediapulse Time Use Study nouvelle formule a débuté au second semestre 2022. Nous sommes actuellement en pleine phase de collecte des données et la publication des résultats est prévue cet automne. Cette édition de la TUS diffère des précédentes en ceci qu'elle repose sur quatre campagnes d'enquête couvrant le déroulement d'une journée des personnes interrogées durant chaque saison, avec mise à disposition des résultats dans une base de données commune. Son principal atout est que l'épuration du questionnaire et l'augmentation du nombre de jours d'enquête ont permis d'accroître la qualité de l'étude.

Depuis 2022, l'enquête a lieu à l'aide d'un journal électronique (E-Diary) selon la méthode de l'interview assistée par ordinateur (Computer Assisted Web Interview, CAWI). Cela permet de relever de manière granulaire (précision de cinq minutes) et pratiquement en temps réel les différentes activités exercées au fil de la journée – travail, repas, loisirs, etc. – en combinaison avec l'utilisation de médias. Il en résulte un tableau complet et détaillé de toutes les situations dans lesquelles des médias sont utilisés sur 24 heures.

À propos de la Time Use Study

La Time Use Study est une étude budget-temps dans laquelle le déroulement d'une journée des personnes interrogées est relevé aussi précisément que possible. Unique en son genre en Suisse, cette étude livre des informations importantes propres à nourrir les réflexions stratégiques des diffuseurs, des éditeurs, des régies publicitaires et des agences médias, tout en servant d'étude de base pour les systèmes de recherche de Mediapulse. Elle comporte plusieurs niveaux, allant des occupations de la

personne interrogée au fil de la journée à ses activités médiatiques concomitantes, en passant par les appareils terminaux utilisés.

Ce qui fait l'unicité de cette étude, c'est l'association de ces différents niveaux entre eux. Cela permet de rendre compte de l'utilisation des médias en relation non seulement avec le type d'appareil récepteur utilisé et différentes variables sociodémographiques, mais aussi avec le déroulement de la journée et les occupations des personnes interrogées. Il est en outre possible de considérer chaque groupe cible séparément et d'en déterminer les caractéristiques d'utilisation des médias.

Vous trouverez davantage d'informations sur la Time Use Study 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 AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich