

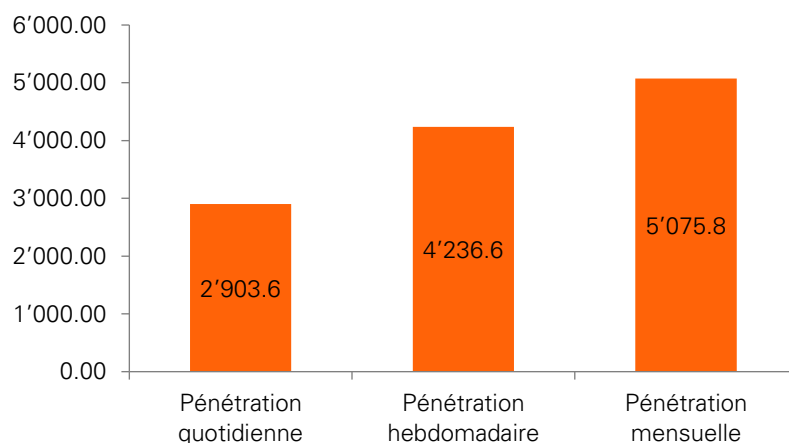
Les médias en ligne suisses atteignent quelque cinq millions de personnes par mois

Berne, 25 janvier 2023 – Mediapulse publie pour la première fois les données semestrielles de la nouvelle recherche en ligne. Ces données – les Mediapulse Online Content Audience Data – renseignent sur l'utilisation des sites Web et des applications des médias en ligne participant à la recherche. Elles montrent notamment qu'au second semestre 2022, les offres mesurées ont été utilisées chaque mois par environ cinq millions de personnes, ce qui représente une pénétration mensuelle de 61 %.

Depuis juillet 2022, Mediapulse mesure les Online Content Audience Data, qui livrent des informations sur la consommation de contenus en ligne par la population suisse. Les chiffres semestriels de la radio et de la télévision sont ainsi complétés pour la première fois par ceux de l'utilisation des offres en ligne participant à la recherche.

En moyenne mensuelle, plus de cinq millions de personnes ont visité les plateformes en ligne intégrées à la mesure, ce qui représente une part de 61 % de la population. Ces chiffres se réfèrent aux personnes à partir de 3 ans domiciliées en Suisse. À l'échelle hebdomadaire, la moitié de la population s'est rendue sur ces plateformes au moins une fois dans la semaine. Les médias en ligne participants ont ainsi atteint 4,2 millions d'utilisateurs par semaine en moyenne, soit une pénétration nette de 51 %. À l'échelle quotidienne, les chiffres sont de 2,9 millions de personnes ou 35 % de la population.

En ligne sur tout le marché suisse / Groupe cible 3+ (valeurs cumulées)



Source : Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022
Univers : 8 273 020 personnes, Base : Suisse, population 3+
Mesure de l'utilisation des sites Web et des apps participants sur tous les appareils

Données à haute valeur

Les Online Content Audience Data mettent à disposition une mesure quotidienne de l'audience en ligne qui renseigne sur les personnes se trouvant derrière les machines. Le marché dispose ainsi de données à haute valeur utile. Il est par exemple possible, pour les brands en ligne, d'établir les caractéristiques structurelles de l'utilisation et de présenter des courbes d'audience jusqu'à l'échelle horaire.











Il en ressort que les médias en ligne suisses sont utilisés tout au long de la journée, avec des pics le matin et à midi et les valeurs les plus élevées le soir.

Les samedis et les dimanches présentent des courbes globalement similaires, mais légèrement décalées dans l'horaire quotidien. L'utilisation commence à augmenter à une heure un peu plus tardive, mais est ensuite légèrement plus élevée que pendant les jours ouvrables, surtout les dimanches. Il n'y a en outre pas de pic de midi pendant les week-ends.

SRF, 20 Minuten et Blick ont atteint le public le plus nombreux

En Suisse, ce sont SRF, 20 Minuten et Blick qui présentent les pénétrations les plus élevées au second semestre 2022. SRF est même la seule plateforme en ligne qui a été visitée quotidiennement par plus d'un million de personnes (1 014 940). Elle est suivie par 20 Minuten, avec une moyenne quotidienne de 862 680 visiteurs, puis par Blick et ses 754 010 personnes. Les autres brands du top 10 sont blue News, 20 Minutes, local.ch, search.ch, watson, RTS et Tages-Anzeiger.

Classement des dix brands en ligne les plus fortes (moyenne semestrielle S2/2022)

	Brand	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
	SRF	1'014.94	12.3%	1'888.94	22.8%	2'627.79	31.8%
	20 Minuten	862.68	10.4%	1'463.10	17.7%	2'053.02	24.8%
	Blick	754.01	9.1%	1'315.93	15.9%	1'925.03	23.3%
	blue News	424.46	5.1%	950.27	11.5%	1'542.08	18.6%
	20 Minutes	276.89	3.3%	476.03	5.8%	681.59	8.2%
	local.ch	256.73	3.1%	826.99	10.0%	1'675.73	20.3%
	search.ch	230.35	2.8%	791.36	9.6%	1'710.86	20.7%
	watson	225.95	2.7%	596.21	7.2%	1'090.59	13.2%
	RTS	202.19	2.4%	446.01	5.4%	752.14	9.1%
	Tages-Anzeiger	202.04	2.4%	498.19	6.0%	895.72	10.8%

Source : Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022.

Avg. Weekly Reach calculée par semaines entières / Avg. Monthly Reach en tant que moyenne arithmétique des valeurs mensuelles.

Base : Suisse, population 3+.

Les réseaux participants qui affichent les pénétrations les plus élevées sont Goldbach Display Network (1 533 270), Goldbach Video Network (1 503 440) et Ringier Digital Network (1 491 700).

Classement des réseaux en ligne

Network	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
Goldbach Display Network	1'533.27	18.5%	2589.18	31.3%	3'539.47	42.8%
Goldbach Video Network	1'503.44	18.2%	2509.86	30.3%	3'421.69	41.4%
Ringier Digital Network (RDN)	1'491.70	18.0%	2789.26	33.7%	3'930.66	47.5%
SRG SSR	1'257.39	15.2%	2416.01	29.2%	3'481.40	42.1%
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1'208.52	14.6%	2048.25	24.8%	2'851.79	34.5%
Blick National	785.50	9.5%	1420.69	17.2%	2'147.16	26.0%
Newsnet national	504.97	6.1%	1155.97	14.0%	1'945.09	23.5%
localsearch	470.53	5.7%	1457.43	17.6%	2'713.48	32.8%
Newsnet D-CH	317.82	3.8%	756.75	9.1%	1'291.83	15.6%
watson national	243.76	2.9%	656.18	7.9%	1'233.77	14.9%
CH Media Publishing Netz	223.05	2.7%	679.17	8.2%	1'333.57	16.1%
Tamedia Publications Romandes	191.21	2.3%	414.05	5.0%	687.37	8.3%
Newsnet F-CH	188.51	2.3%	404.51	4.9%	670.77	8.1%
Newsnet Bern	96.45	1.2%	285.08	3.4%	586.23	7.1%
Romandie Combi*	84.02	1.0%	190.64	2.3%	346.71	4.2%
ESH Médias	81.88	1.0%	192.24	2.3%	352.46	4.3%
BNJ	30.90	0.4%	70.75	0.9%	136.15	1.6%
Zürcher Regionalzeitung	18.94	0.2%	66.55	0.8%	169.57	2.0%
CH Media TV-Netzwerk (regional)	10.18	0.1%	55.92	0.7%	174.23	2.1%

Source : Mediapulse Online Content Audience Data (Mediapulse Audience Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022.
Avg. Weekly Reach calculée par semaines entières / Avg. Monthly Reach en tant que moyenne arithmétique des valeurs mensuelles. Base : Suisse, population 3+.
Certains réseaux sont incomplets en raison d'un tagging encore inachevé ou non entièrement validé. * Valeurs accrues par l'inclusion de La Côte pendant deux mois.

À propos de la recherche en ligne

Les Mediapulse Online Data offrent la possibilité de quantifier le trafic et l'utilisation des sites Web et apps participant à la recherche, ainsi que de les structurer selon des critères liés aux contenus, d'ordre technique ou relatifs aux personnes. Les piliers de la méthode appliquée sont le panel médias exploité par Kantar et la technologie de tagging, de Comscore. Le système de mesure relève chaque jour les données d'utilisation d'environ 5 000 personnes sur plus de 10 000 appareils. Collectées selon une méthode uniforme, fiable et traçable, ces données sont garantes de transparence, de comparabilité des offres et de concurrence loyale sur le marché en ligne suisse. De plus, grâce à sa conception évolutive, le système est tourné vers l'avenir et offre des possibilités de développement.

Les Online Content Traffic Data sont publiées depuis le 9 juillet 2021. Depuis le 12 octobre 2022, les Online Content Audience Data sont mises à la disposition des participants à la recherche mensuellement, dans un logiciel d'analyse moderne. Il est prévu de les proposer à tous les acteurs du marché intéressés à partir d'avril 2023.

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