

Nette augmentation de la durée d'écoute de la radio par la population suisse

Berne, 13 juillet 2023 – Au premier semestre 2023, lors d'un jour moyen, la radio linéaire a atteint 73 % de la population suisse à partir de 15 ans. C'est ce qui ressort des données d'audience collectées pendant le premier semestre 2023 sur mandat de la Fondation Mediapulse.

Chaque semestre, Mediapulse publie les principales données d'audience radio en Suisse. Présentées sous forme agrégée, ces données livrent une vue d'ensemble de l'utilisation du média radio dans tout le pays. Outre l'évolution semestrielle globale du marché suisse, la publication présente des données sur la durée d'écoute, sur l'évolution de l'écoute au cours de la journée ainsi que sur le nombre d'auditeurs et auditrices dans chaque région linguistique.

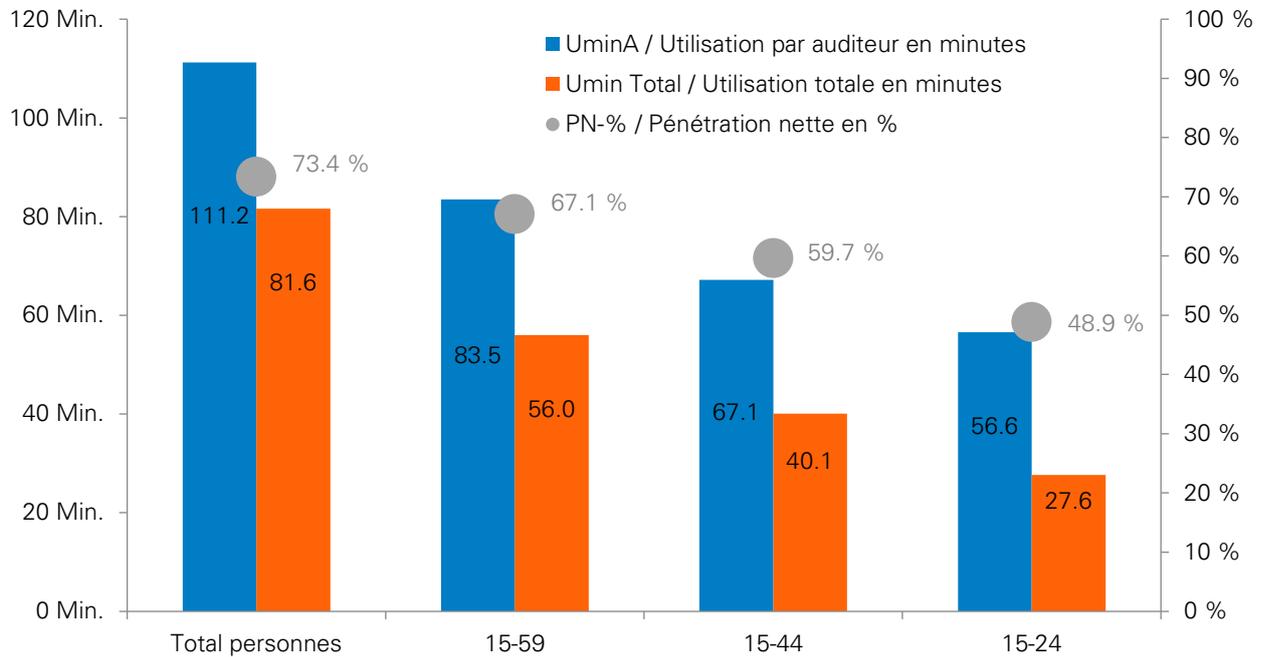
Audience radio au premier semestre 2023

Au premier semestre 2023, les offres linéaires des stations radio privées et publiques ont atteint quotidiennement 73 % de la population suisse à partir de 15 ans (environ 5,3 millions de personnes). Cela signifie qu'en Suisse, lors d'un jour moyen, près de trois adultes sur quatre ont écouté la radio. Si l'on compare les données des différentes régions linguistiques, la Suisse italienne vient en tête, avec une pénétration de 80 %, suivie de la Suisse alémanique avec 74 % et de la Suisse romande avec 70 %. Celles et ceux qui ont écouté la radio linéaire l'ont fait pendant 111 minutes par jour en moyenne (durée d'écoute). Les auditeurs et auditrices les plus assidus sont les Suisses alémaniques avec une durée d'écoute quotidienne de 117 minutes, alors qu'en Suisse romande cette valeur tombe à 95 minutes, donc nettement en dessous de la moyenne.

Par rapport au premier semestre 2022, la part du public radio a légèrement reculé, passant de 74 à 73 % de l'ensemble de la population. La durée d'écoute a en revanche fortement augmenté, puisqu'elle est passée de 105 à 111 minutes par jour. En d'autres termes : par rapport à l'année précédente, les personnes étaient un peu moins nombreuses à l'écoute, mais l'étaient pendant nettement plus longtemps. De l'analyse par région linguistique ressort un tableau qui diffère dans chacune des trois régions : en Suisse alémanique, la pénétration a perdu un point de pourcentage pour s'établir à 74 %, avec une durée d'écoute en nette hausse de 110 à 117 minutes. En Suisse romande, la pénétration est restée stable à 70 % et la durée d'écoute a augmenté de six minutes, passant ainsi de 89 à 95 minutes. Enfin, en Suisse italienne, tant la pénétration que la durée d'écoute ont progressé, passant respectivement de 79 à 80 % et de 102 à 106 minutes.

Audience sur tout le marché suisse

Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge



Source : Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting) ; période : 1.1.2023-30.6.2023

Univers (T) : 7'261.3 (15+) / 5'141.9 (15-59) / 3'291.6 (15-44) / 879.5 (15-24)

Porteurs de montre : 8'836 / 6'292 / 3'991 / 1'002 ; jours de mesure : 304'366 / 209'010 / 126'792 / 30'293, 24h, lu-di

À propos des Mediapulse Radio Data

La mesure de l'audience radio est réalisée au sein d'un panel et repose sur le principe technique de l'audiomatching, ou corrélation audio. L'appareil de mesure utilisé par les panélistes est une montre-bracelet, qui enregistre l'utilisation linéaire, autrement dit l'écoute en direct, des programmes radio sur tous les vecteurs de diffusion analogiques et numériques. L'écoute en direct en streaming n'est toutefois mesurée que si elle n'a pas lieu par casque. En effet, pour des raisons techniques et d'économie de la recherche, l'écoute de la radio linéaire au moyen d'un casque n'est pas prise en compte, pas plus que l'utilisation des offres radiophoniques en différé ou à la demande.

La Commission scientifique des médias (CSM), qui se compose d'experts scientifiques des domaines de la recherche sur les médias, de la méthodologie de recherche et des sciences de la communication, surveille la qualité des méthodes de recherche appliquées par Mediapulse. Son évaluation de la conception globale de la mesure de la pénétration radio par Mediapulse est fondamentalement positive. Le management summary du rapport d'audit 2022 de la CSM est disponible (en allemand) sur le site Web de Mediapulse, accessible par ce [lien](#).

Après cinq ans d'exploitation stable, la recherche radio a connu, début 2023, deux modifications importantes : d'une part, la taille de l'échantillon quotidien a été réduite de 20 %, afin de répondre au souhait du marché radio de voir diminuer les coûts de la recherche ; d'autre part, une procédure optimisée d'identification et d'élimination des mesures erronées (faux positifs) a été implémentée. Elle a permis d'améliorer la validité des données d'audience, en particulier pour les stations formant la longue traîne (long tail).

La réduction de l'échantillon n'a pas eu d'impact sur le niveau de la mesure. En ce qui concerne l'élimination des faux positifs, des tests menés en parallèle ont mis en évidence les effets suivants : l'élimination se traduit par une légère diminution de la pénétration nette totale de la radio, mais n'a pas d'influence perceptible sur l'utilisation totale en minutes. L'analyse préliminaire des données du premier semestre 2023 montre une image très similaire à celle découlant des données du premier semestre 2022. Mediapulse ne sera cependant à même d'évaluer les effets des modifications de l'échantillon sur la qualité de la mesure qu'à la fin de 2023, soit au terme de la première année complète d'application du système optimisé.

Développement de la recherche radio

Un groupe de travail formé en 2022 et réunissant des représentants du marché radio a recensé et regroupé les besoins des diffuseurs en matière de recherche radio et transmis à Mediapulse un document sur le développement cette recherche. Sur la base de ce document, des représentants du groupe de travail et les responsables de la recherche de Mediapulse ont convenu de prioriser et de poursuivre, à court terme, deux objectifs de développement concrets :

- assurer l'intégration de l'utilisation de la radio au moyen d'un casque dans les données de planification du marché publicitaire, sur la base d'enquêtes par questionnaire complémentaires et en recourant à des processus d'estimation par calculs ;
- réaliser un projet pilote de quantification de l'audience des offres radio en streaming sur la base des données census.

Il a en outre été décidé de déprioriser la mesure des contenus consommés en différé et découplés et d'y renoncer pour l'instant.

Mediapulse se réjouit de proposer les nouvelles options de développement au marché. La réalisation de ces projets débutera si le financement correspondant est assuré par le marché radio.

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