

Forte pénétration quotidienne : la télévision atteint 63 % de la population suisse

Berne, 21 juillet 2023 – Au premier semestre 2023, 63 % en moyenne de la population suisse à partir de 3 ans a regardé les programmes de chaînes de télévision en direct ou en différé. C'est ce qui ressort des données d'audience collectées sur mandat de la Fondation Mediapulse.

Deux fois par année, Mediapulse récapitule l'essentiel des données de la recherche TV et les publie dans un rapport semestriel. Présentées sous forme agrégée, ces données livrent une vue d'ensemble de l'utilisation du média TV dans tout le pays. Outre l'évolution semestrielle globale du marché suisse, la publication présente notamment des données sur les chaînes TV concessionnaires, sur la durée d'utilisation, sur l'utilisation au fil de la journée ainsi que sur les parts de marché dans chaque région linguistique.

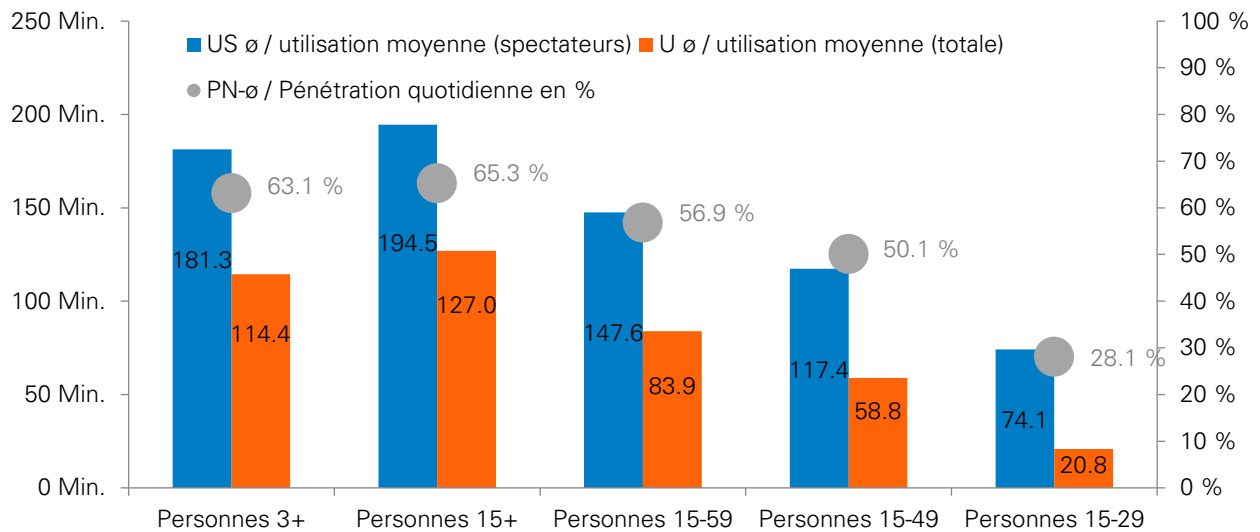
Audience TV au premier semestre 2023

Au premier semestre 2023, lors d'un jour moyen, un peu plus de 4,8 millions de personnes ont consommé les offres des chaînes TV, que ce soit en direct ou en différé. Compte tenu de toutes les personnes vivant dans un ménage possédant un ou plusieurs téléviseurs, cela représente une pénétration nette de 63 %. L'analyse par région linguistique montre qu'en Suisse alémanique et en Suisse romande, la pénétration nette du média TV se situait dans la moyenne nationale, tandis qu'en Suisse italienne, elle la dépassait nettement pour atteindre environ 70 %.

Chaque téléspectateur ou téléspectatrice a passé 181 minutes par jour en moyenne à regarder des programmes TV. La durée d'utilisation (effective) par personne varie entre les trois régions linguistiques : la Suisse italienne arrive de nouveau en tête, avec 214 minutes par jour, suivie de la Suisse romande avec 198 minutes. Les Suisses alémaniques ferment la marche avec 173 minutes par jour.

Audience TV sur tout le marché suisse au premier semestre 2023

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



*Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 1.1.2023-30.6.2023
 Univers : 7'567'000 (3+) / 6'630'000 (15+) / 4'623'000 (15-59) / 3'440'000 (15-49) / 1'309'000 (15-29)
 Échantillon (base sample) : 4'413 / 3'807 / 2'220 / 1'460 / 608 (tous les groupes cibles avec invités)
 TV total, 24h, lu-di, all platforms, overnight +7*

À propos de la recherche TV de Mediapulse

La mesure de l'audience TV repose sur une approche hybride consistant à enrichir les données d'utilisation provenant du panel TV avec celles tirées directement des boîtiers décodeurs (*set top boxes*) et à les associer selon un processus développé par Mediapulse. Il en résulte des données à haute résolution, dites Hi-Res TV Data, basées sur les données d'utilisation d'environ 5000 panélistes physiques et quelque 15 000 profils d'utilisateurs virtuels. Cela fait un an que la recherche TV de Mediapulse est passée à cette nouvelle approche hybride de la mesure. Depuis lors, le système fonctionne de manière stable et les données d'audience TV plus granulaires qui en résultent se sont établies avec succès sur le marché.

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 TV par Mediapulse est fondamentalement positive. Le *management summary* du rapport d'audit 2022 de la CSM ainsi qu'un résumé de son évaluation de l'approche hybride de la mesure TV sont disponibles sur le site Web de Mediapulse, accessible par ce [lien](#).

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 :

Florence Boinay

Sr. Communications Specialist
florence.boinay@mediapulse.ch
+49 174 626 81 30



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berne

Badenerstrasse 15
8004 Zurich