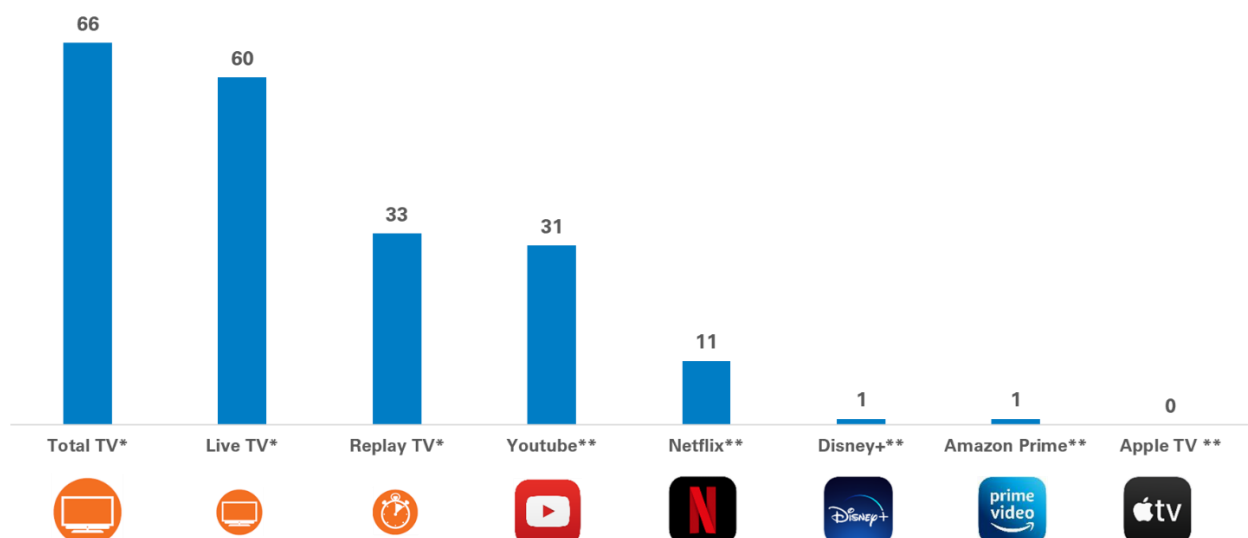


## Mediapulse Streaming Data: Mediapulse présente pour la première fois les données d'audience des plateformes de streaming et de vidéos

**Berne, 14 avril 2021 – Depuis le début de 2021, s'appuyant sur sa nouvelle recherche TV étendue, Mediapulse mesure également l'audience des services de streaming, comme Netflix, ainsi que des plateformes de vidéos en ligne, comme YouTube. Elle présente aujourd'hui le premier rapport trimestriel rendant compte de la pénétration et de la durée d'utilisation des principales offres non télévisuelles et compare l'audience de ces offres avec celle de la télévision traditionnelle.**

Le développement du système de mesure TV de Mediapulse a pour objectif général de mettre à la disposition du marché suisse de la télévision une base de données indépendante qui couvre toutes les plateformes et permette non seulement de faire des comparaisons, mais également de quantifier uniformément et d'observer en permanence l'audience de la télévision et des autres offres d'images animées. Depuis début 2021, suite à la première étape de développement, il est possible de mesurer sur la base du panel TV existant et tous appareils confondus l'audience des principales plateformes internationales, autrement dit des plateformes de streaming Netflix, Disney+, Amazon Prime et Apple TV+ et de la plateforme vidéo YouTube. Avec la deuxième étape, cette liste sera élargie aux plateformes nationales de Web TV, à partir du second trimestre 2021.

### Pénétration journalière en %. Suisse entière.

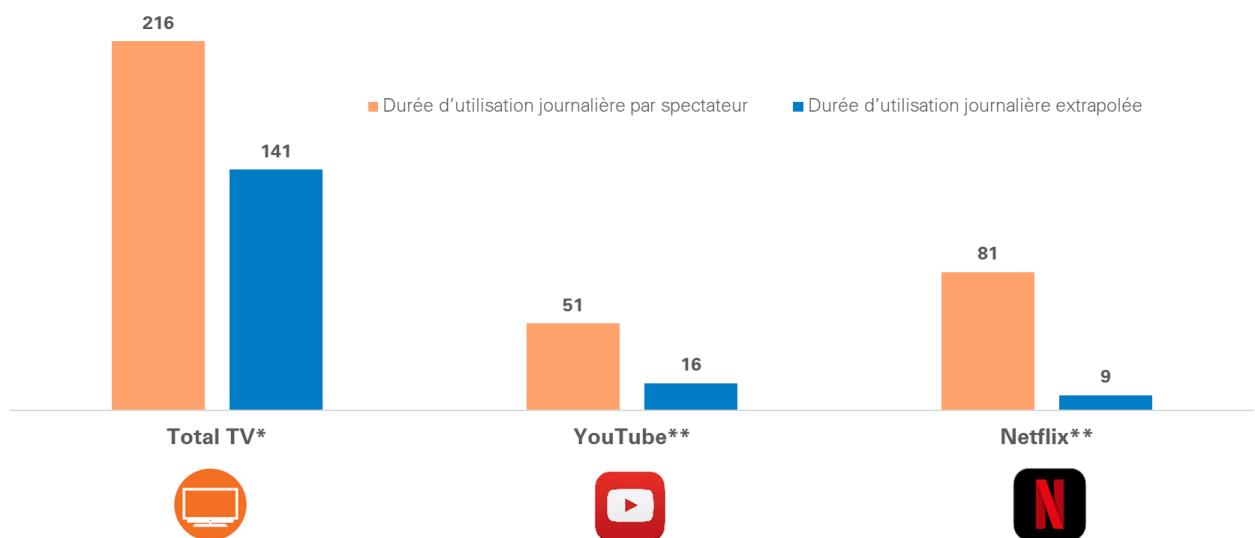


\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.1. – 31.3.2021, PERSONNES 3+ (AVEC INVITES), PN-%, 24H, LU-DI, ALL TV-PLATFORMS, OVERNIGHT+7 (Total TV)// LIVE (LIVE TV)/ RECORDED VIEW (REPLAY TV), UTILISATION A LA MAISON, TV-SET.

\*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1. – 31.3.2021, PERSONNES 3+, PN-%, 24H, LU-DI, STREAMING-PLATFORMS, UTILISATION A LA MAISON, TV-SET/ SMARTPHONE/ DESKTOP/ LAPTOP/TABLET.

Les chiffres du premier trimestre 2021 présentés par Mediapulse montrent que parmi les offres prises en considération, seules celles de YouTube et de Netflix se sont établies dans les foyers suisses à ce jour. De plus, si l'on compare les deux plateformes, on constate que YouTube affiche certes un taux de pénétration nettement plus élevé que Netflix (31% vs 11%), mais retient ses utilisateurs moins longtemps que le service de streaming (51 min/jour vs 81 min/jour). Enfin, abstraction faite de ces indicateurs de succès, il ressort également des chiffres publiés par Mediapulse que la consommation d'images animées en Suisse reste largement dominée par les offres des chaînes TV. Si l'on additionne les durées d'utilisation journalières de la télévision, de YouTube et de Netflix extrapolées à l'ensemble de la population, on constate que 85% de l'audience totale revient à la télévision.

**Durée d'utilisation journalière par spectateur et durée d'utilisation journalière extrapolée (durée per personæ) en minutes. Suisse entière.**



\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.1. – 31.3.2021, PERSONNES 3+ (AVEC INVITES), U ø, US ø, 24H, ALL TV-PLATFORMS, OVERNIGHT+7 (Total TV, UTILISATION A LA MAISON, TV-SET).

\*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1. – 31.3.2021, PERSONNES 3+, U ø, US ø, 24H, STREAMING-PLATFORMS, UTILISATION A LA MAISON, TV-SET/ SMARTPHONE/ DESKTOP/ LAPTOP/TABLET.

## Breve description de la méthode

Univers:	personnes à partir de 3 ans vivant dans des foyers privés disposant d'au moins un téléviseur
Taille de l'univers:	~ 7,5 millions de personnes
Taille de l'échantillon:	1870 foyers comptant environ 4300 personnes
Nombre d'appareils connectés:	~ 9000 (ordinateurs, laptops, tablettes, smartphones et téléviseurs connectés)
Méthode	mesure technique permanente sur la base des technologies <i>audio matching</i> (offre TV) ou <i>router meter</i> (offres de streaming / vidéos)
Contexte d'utilisation:	généralement au sein des foyers ( <i>at home focus</i> )

L'audience TV est mesurée exclusivement sur les téléviseurs traditionnels.

L'audience des autres offres d'images animées est mesurée sur tous les écrans, c'est-à-dire aussi bien sur les téléviseurs que sur les PC, laptops, tablettes et smartphones.

### 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 DETEC (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 le rapport de recherche trimestriel et l'analyse des données sur [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch).

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à: **Christian-Kumar Meier**

Head of Marketing

[christian-kumar.meier@mediapulse.ch](mailto:christian-kumar.meier@mediapulse.ch)

+41 58 356 47 08