

Publication semestrielle TV

2^e semestre 2022



AG für Medienforschung

SA pour la recherche sur les médias

SA per la ricerca sui media

SA per la perscrutaziun da las medias

Corporation for Media Research

Résultats TV – 2^e semestre 2022

Au début de chaque semestre, Mediapulse publie – à titre de service gratuit – divers chiffres relatifs à la consommation de télévision du semestre précédent.

Table des matières

• Audience sur tout le marché suisse	4
• Audience par région linguistique	5
• TV au cours du semestre sur tout le marché suisse	8
• TV au cours de la journée par région linguistique	9
• TV en différé par région linguistique	15
• Parts de marché par région linguistique	18
• Chaînes régionales concessionnaires	32
• Déroulement de la journée et pénétration sur tout le marché suisse	36



Brève description de la méthode

La recherche sur l'audience TV en Suisse repose sur un système de mesure TV hybride, dans lequel la recherche basée sur le panel TV est enrichie par les données provenant des boîtiers adaptateurs numériques (set top boxes). Le système de mesure TV hybride accroît la granularité des données d'audience TV.

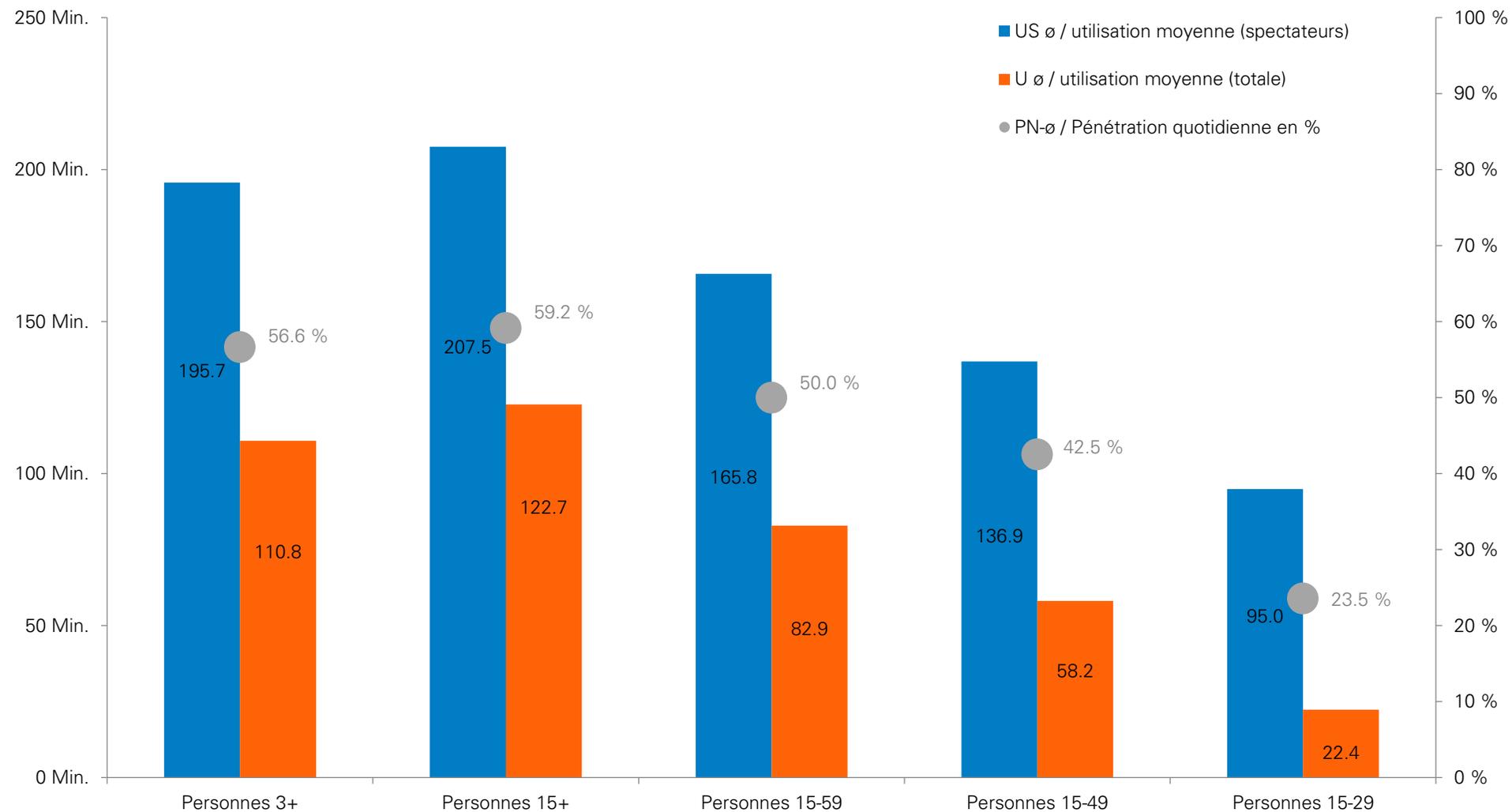
- **Univers** : personnes à partir de 3 ans dans des ménages privés avec au moins un téléviseur
- **Taille de l'univers** : ~ 7,5 millions de personnes
- **Taille de l'échantillon** : 4 366 personnes / 1 969 ménages
- **Méthode** : mesure technique continue sur la base des technologies audiomatching (offres TV) ou router meter (offres de streaming / vidéos), ainsi que données des set top boxes
- **Contexte d'utilisation** : généralement dans les ménages (at home focus), avec prise en compte de l'audience en différé jusqu'à sept jours après la diffusion. L'audience TV est mesurée exclusivement sur les téléviseurs traditionnels. L'utilisation des autres offres d'images animées est mesurable sur tous les écrans (c.-à-d. ordinateurs de bureau ou portables, tablettes et smartphones, y c. hors du domicile), mais n'est pas encore intégrée à la référence.
- **Plus d'informations sur la méthode** : www.mediapulse.ch





Audience sur tout le marché suisse

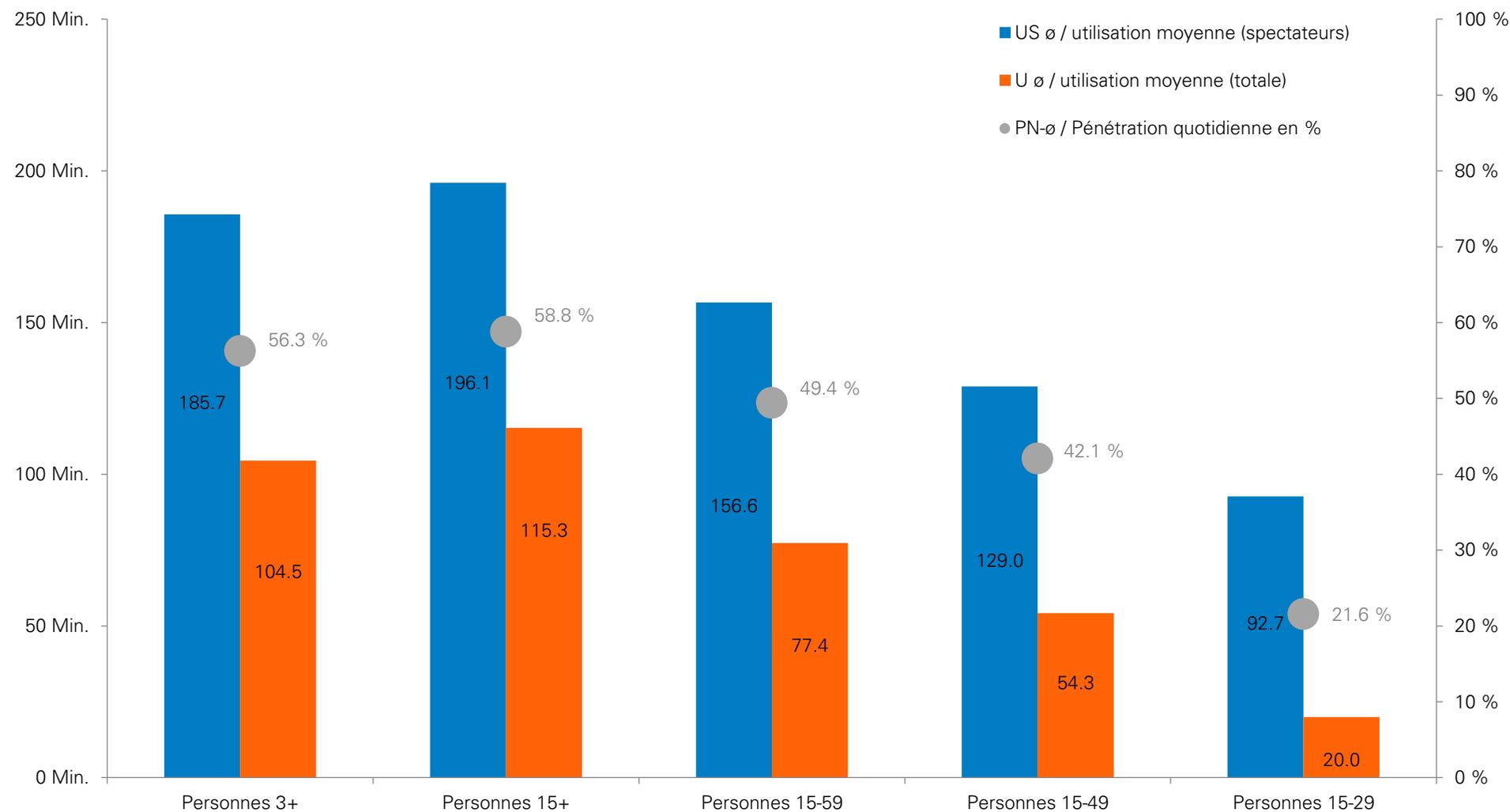
Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge





Audience en Suisse alémanique

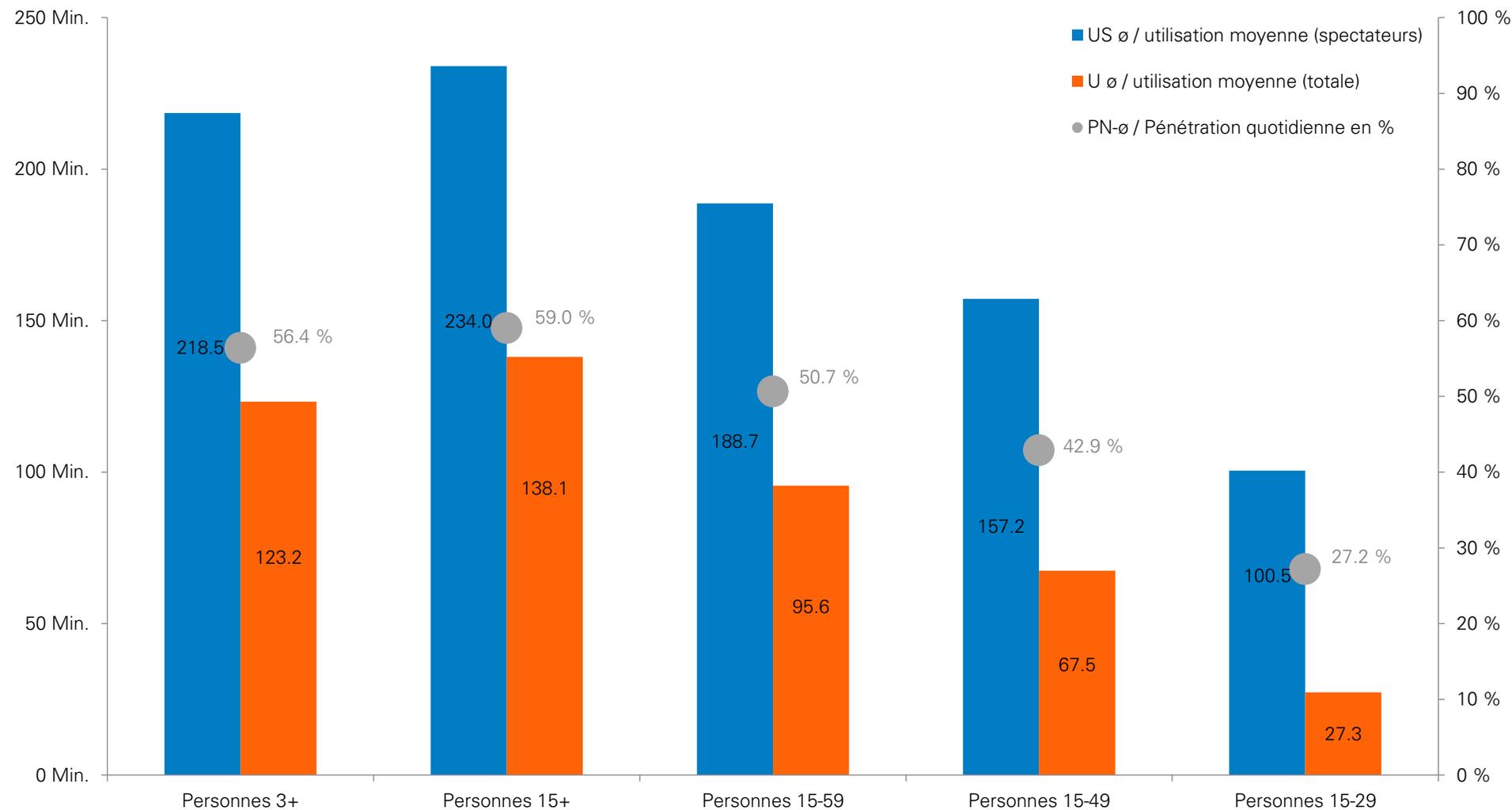
Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge





Audience en Suisse romande

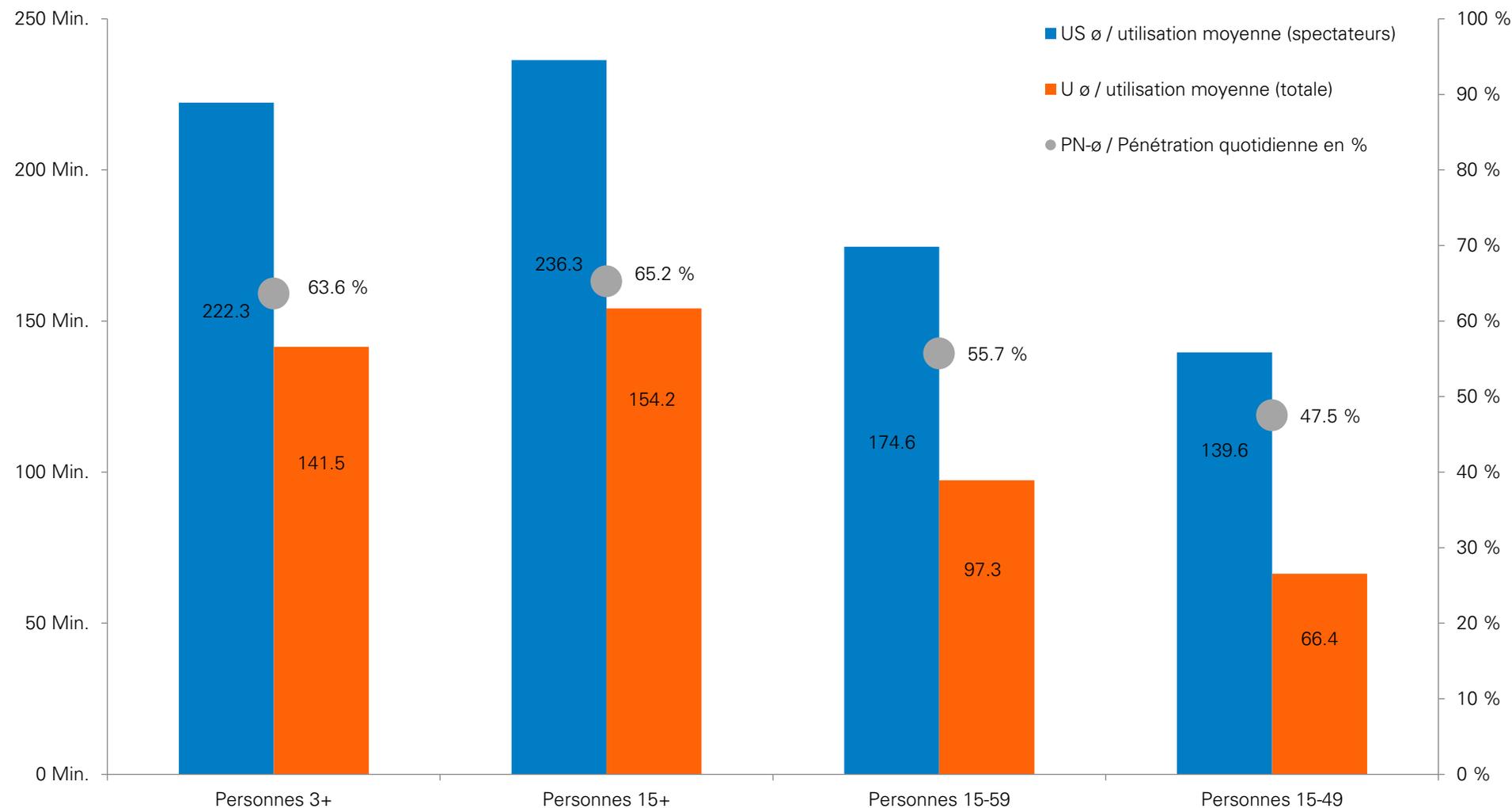
Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge





Audience en Suisse italienne

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





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

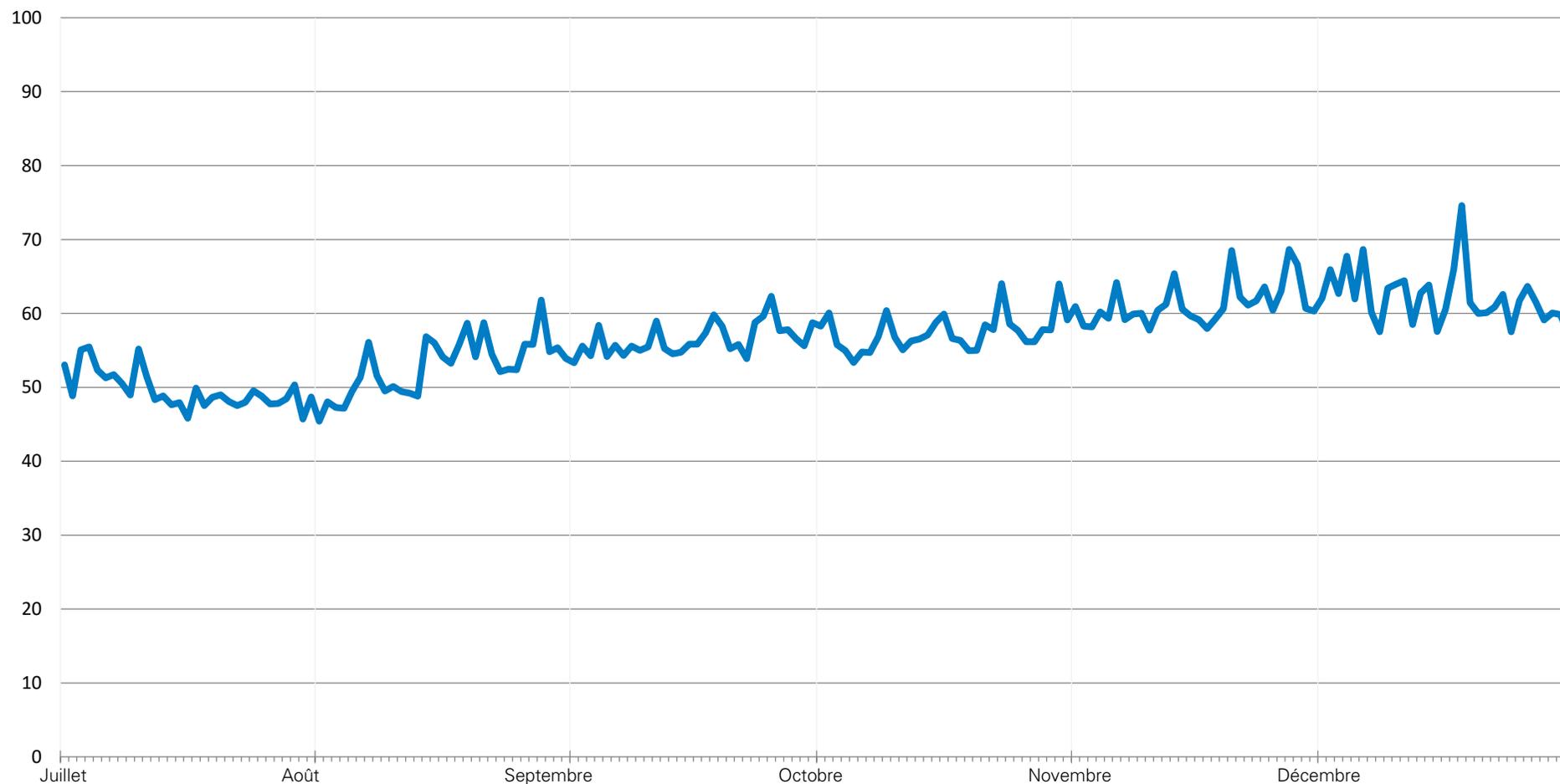
Univers : 7 498 000 personnes

Échantillon (base sample) : 4 336 (groupe cible 3+ avec invités)

TV total, 24h, lu-di, all platforms, overnight +7

TV au cours du semestre sur tout le marché suisse

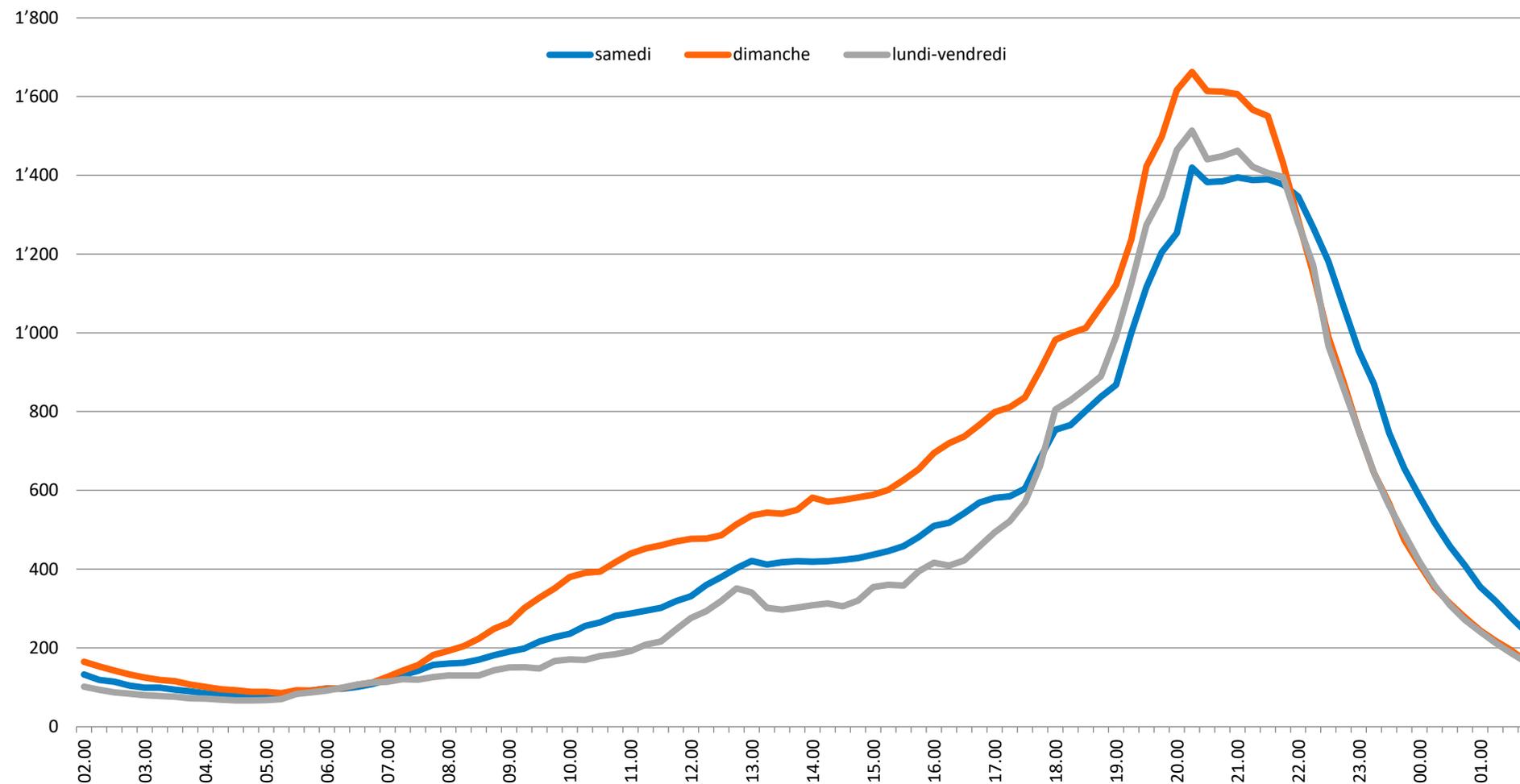
Pénétration nette quotidienne en %





TV au cours de la journée en Suisse alémanique

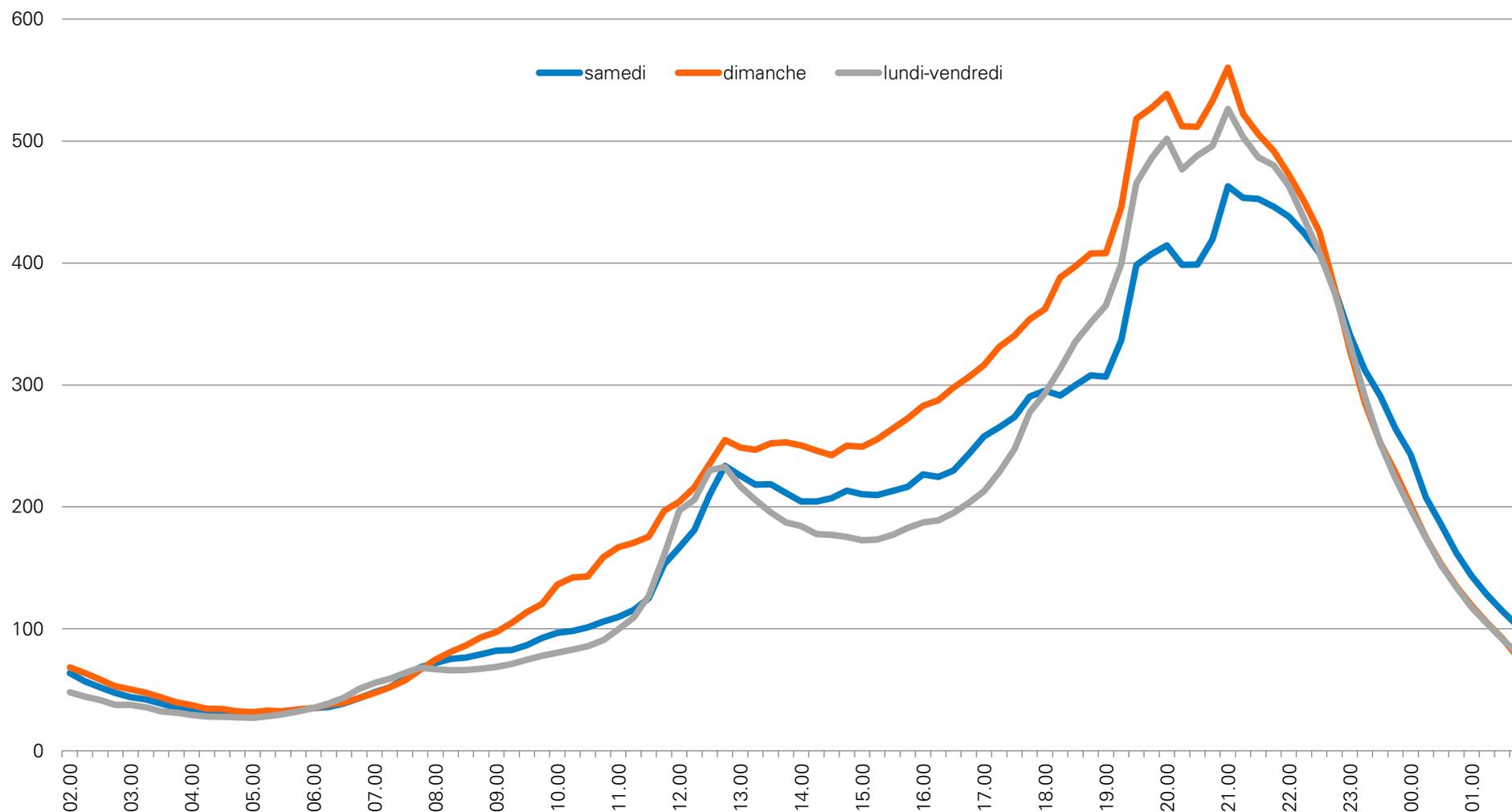
Pénétration nette en %, 3+





TV au cours de la journée en Suisse romande

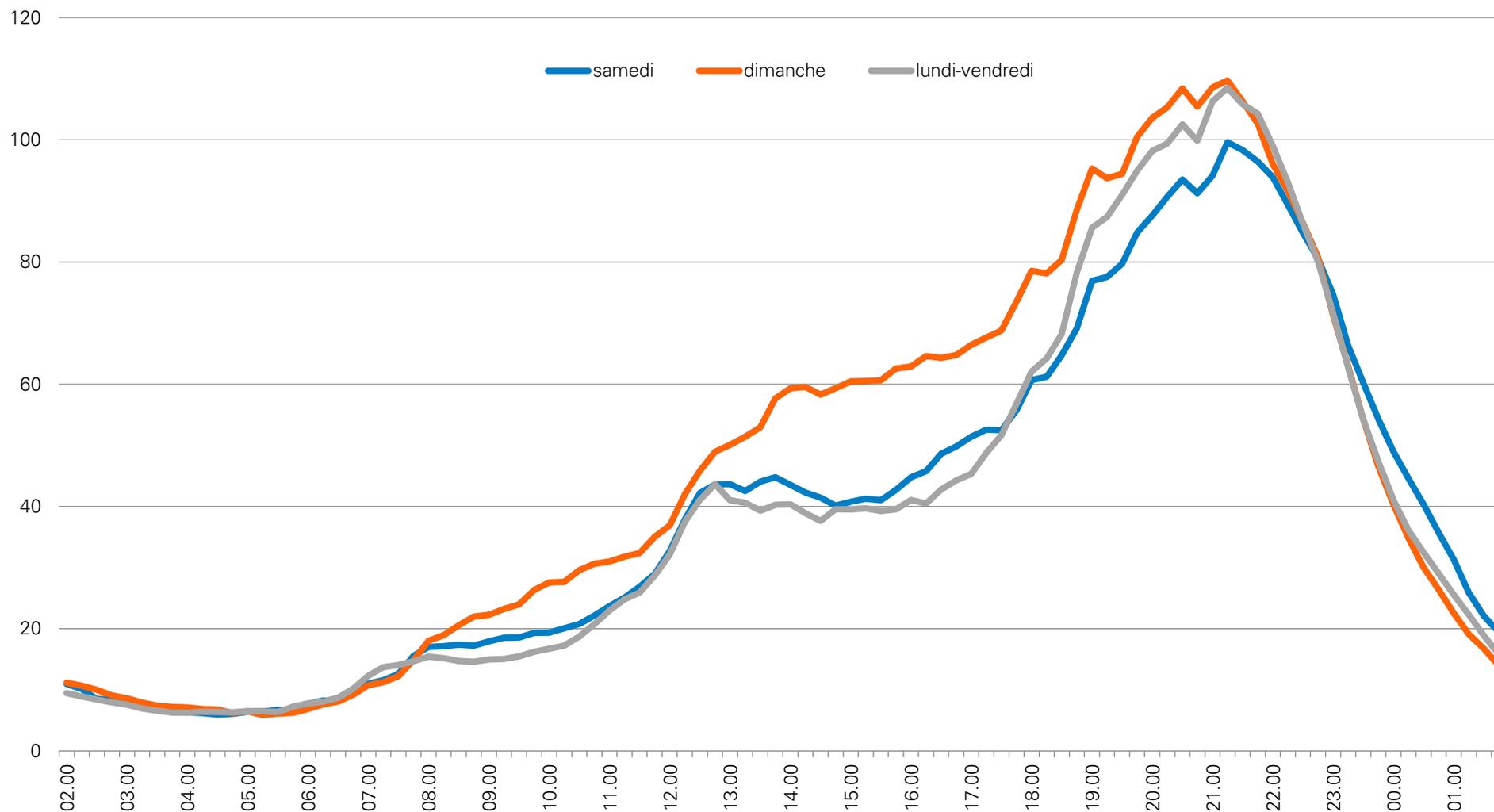
Pénétration nette en %, 3+





TV au cours de la journée en Suisse italienne

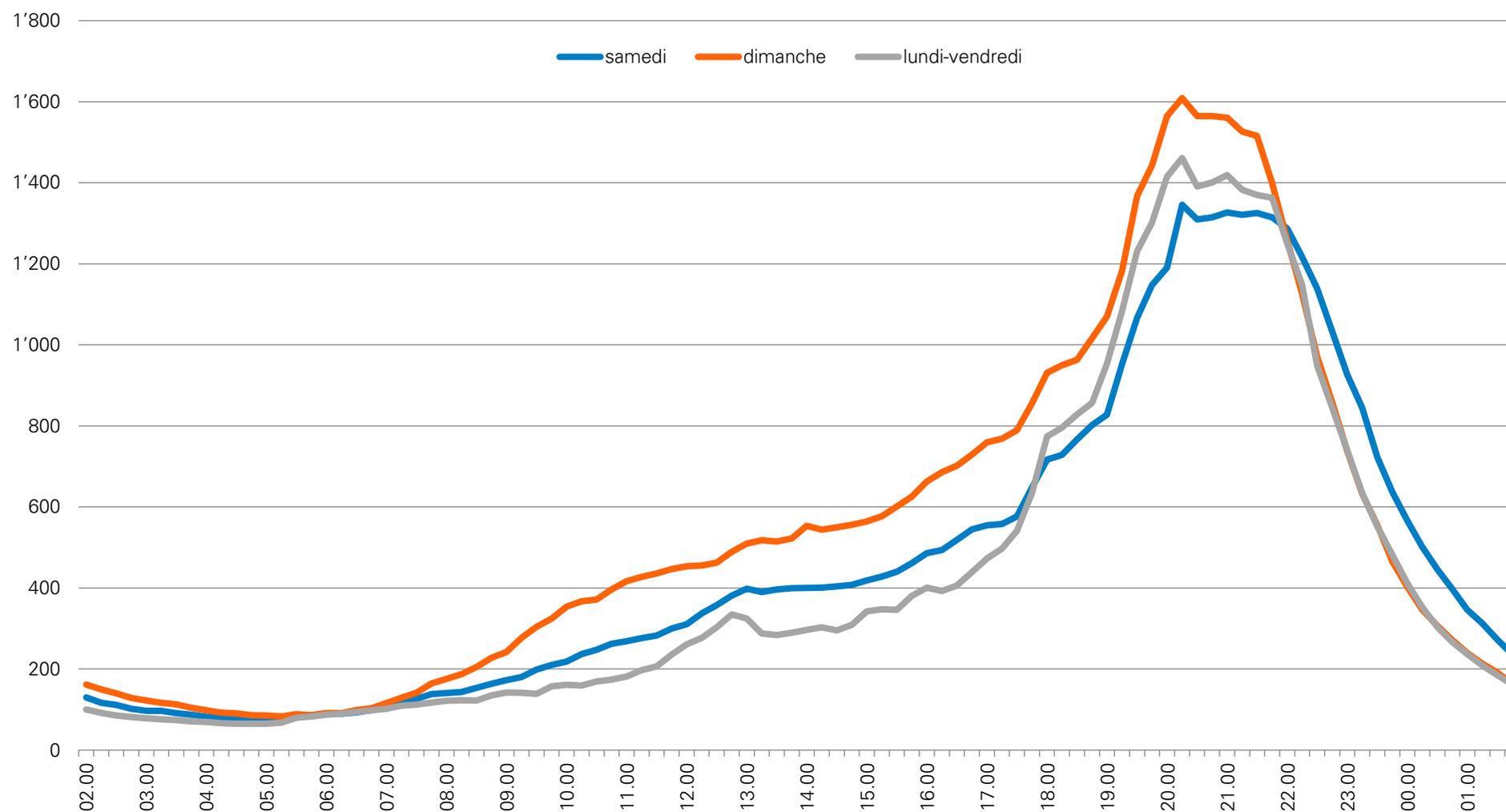
Pénétration nette en %, 3+





TV au cours de la journée en Suisse alémanique

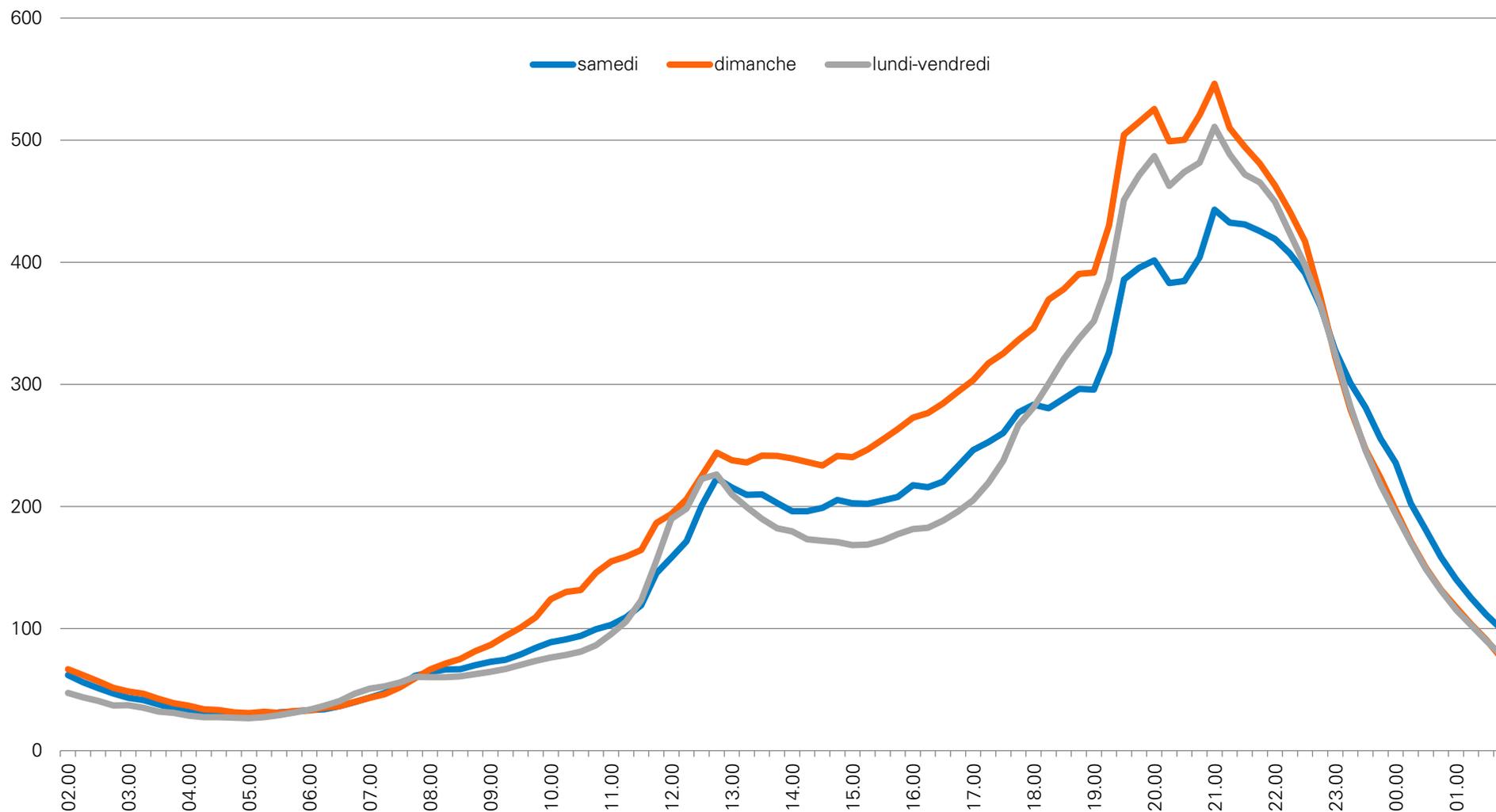
Pénétration nette en %, 15+





TV au cours de la journée en Suisse romande

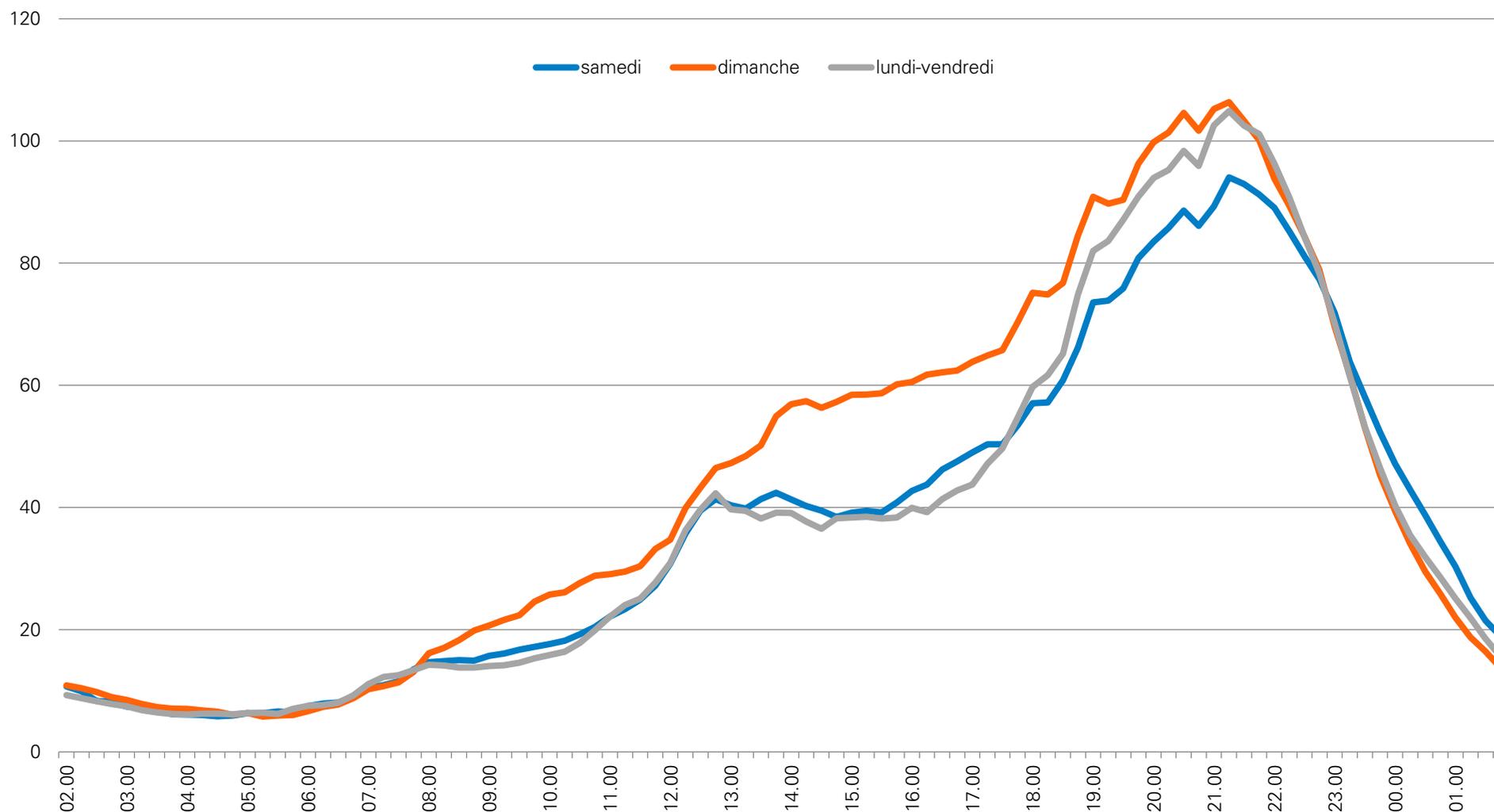
Pénétration nette en %, 15+





TV au cours de la journée en Suisse italienne

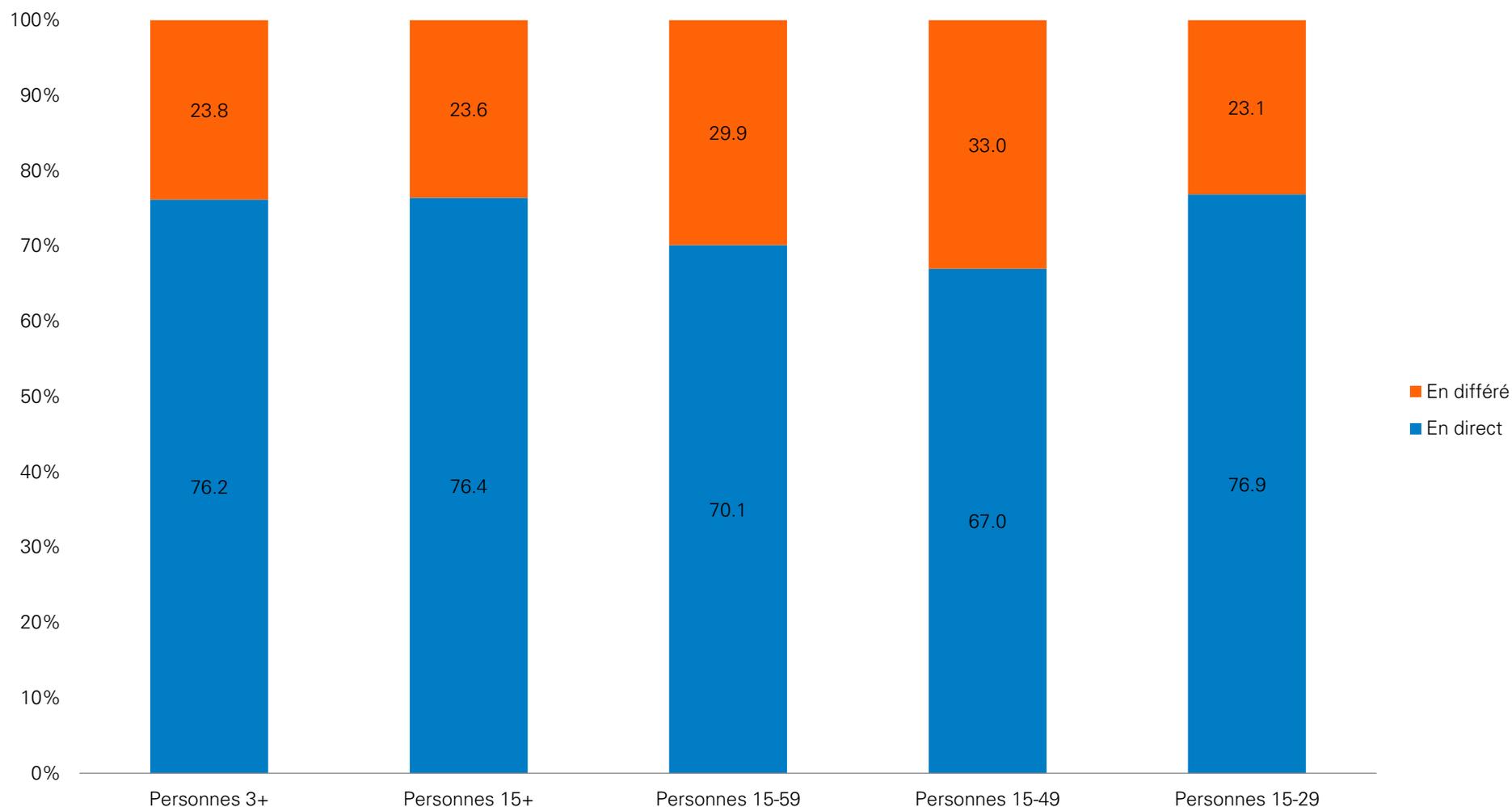
Pénétration nette en %, 15+





TV en différé en Suisse alémanique

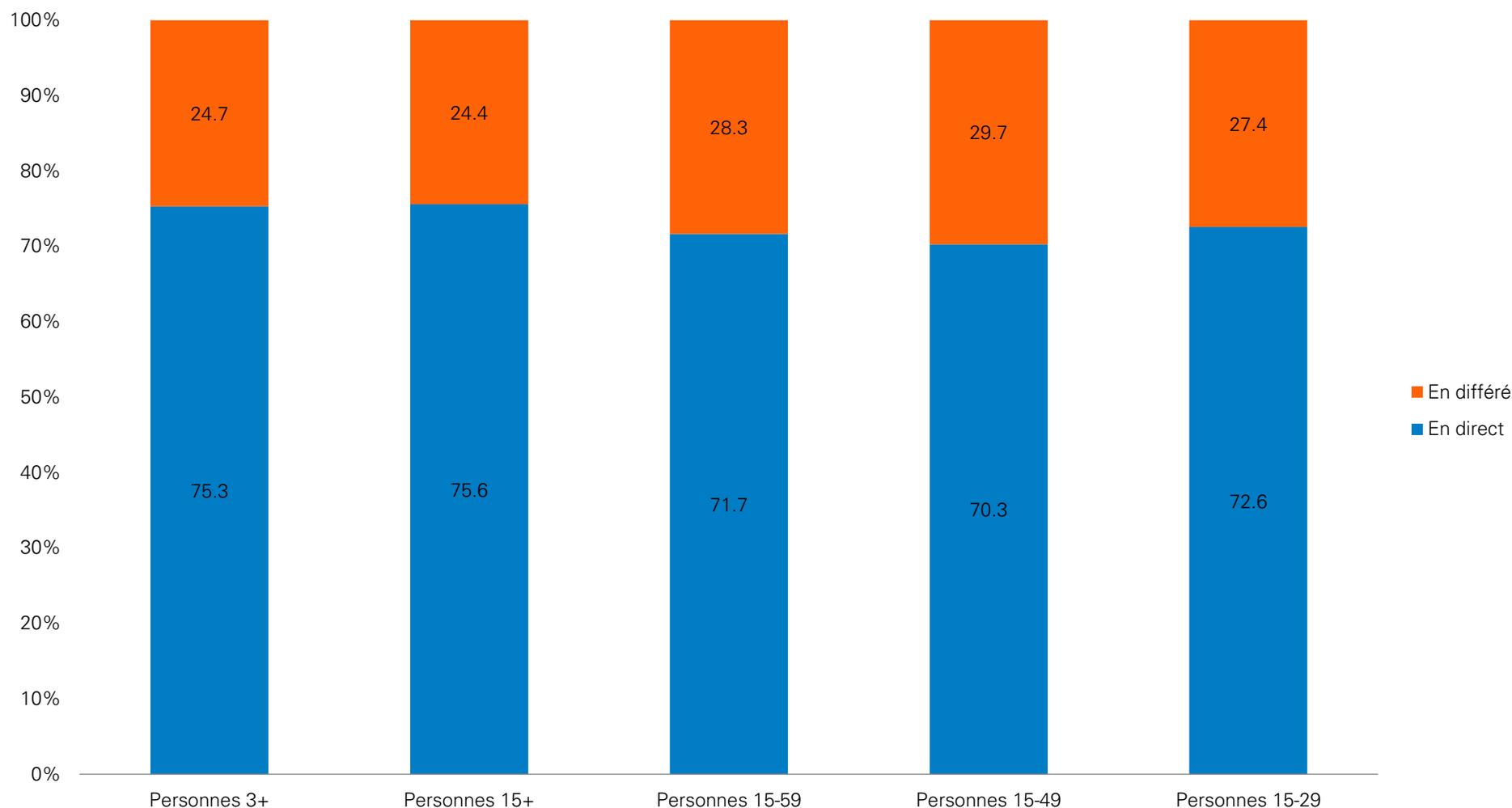
Part de l'audience TV totale sur la base de la durée d'utilisation par personne





TV en différé en Suisse romande

Part de l'audience TV totale sur la base de la durée d'utilisation par personne

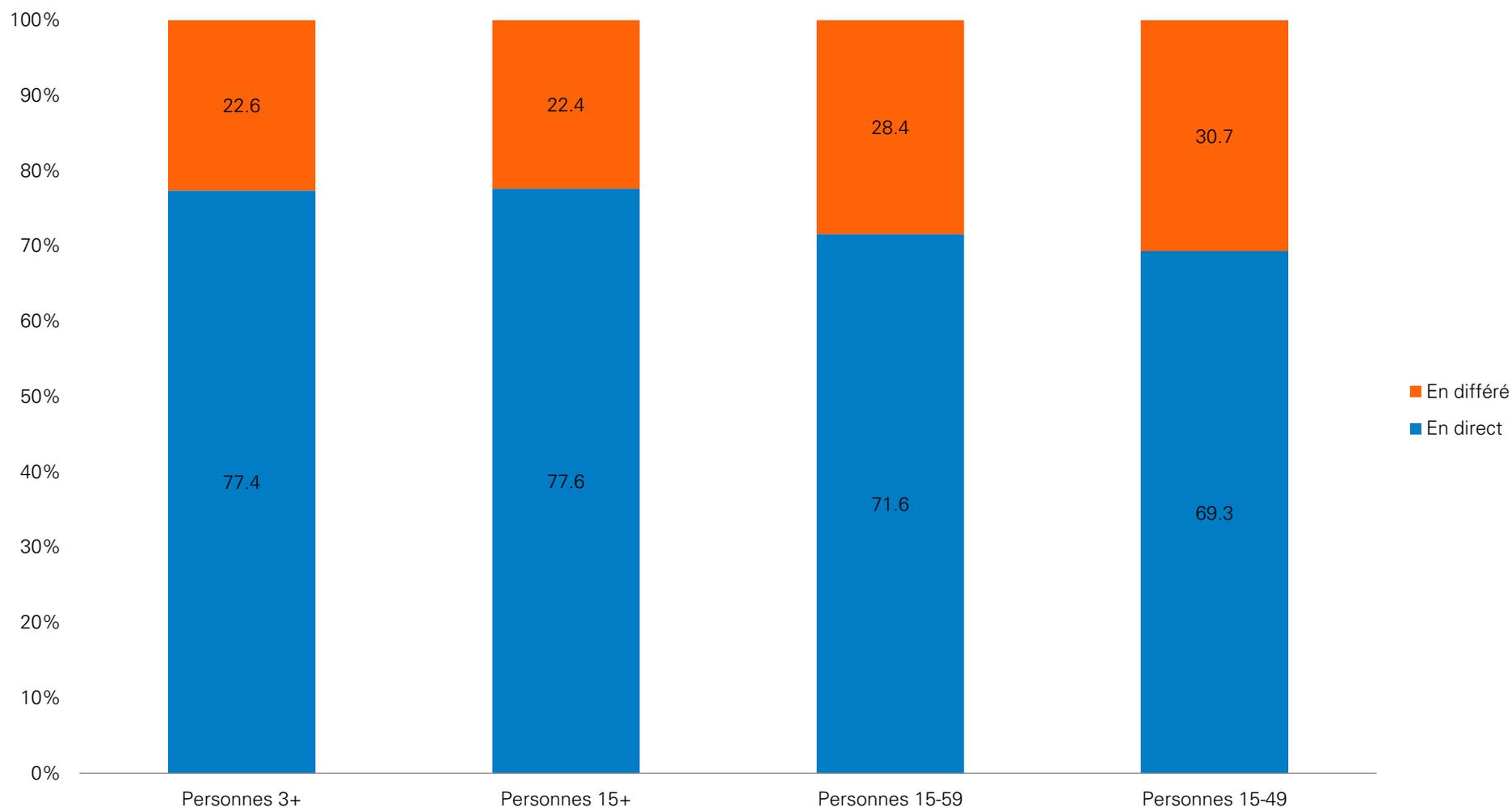




Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022
Univers : 336 000 (3+) / 299 000 (15+) / 196 000 (15-59) / 137 000 (15-49)
Échantillon (base sample) : 638 / 553 / 305 / 196 (tous les groupes cibles avec invités)
TV total, 24h, lu-di, all platforms, overnight +7, direct vs différé total

TV en différé en Suisse italienne

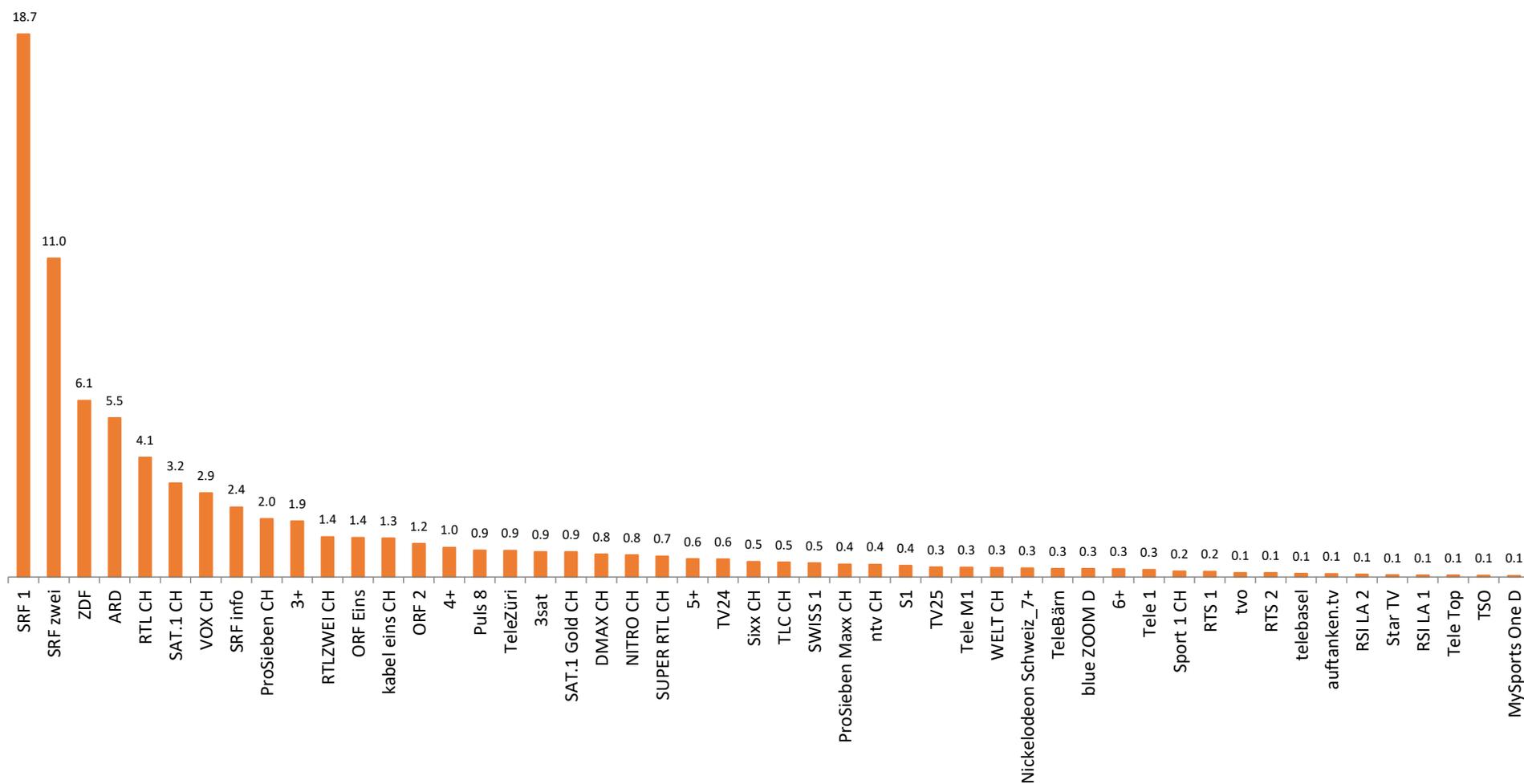
Part de l'audience TV totale sur la base de la durée d'utilisation par personne





Parts de marché en Suisse alémanique

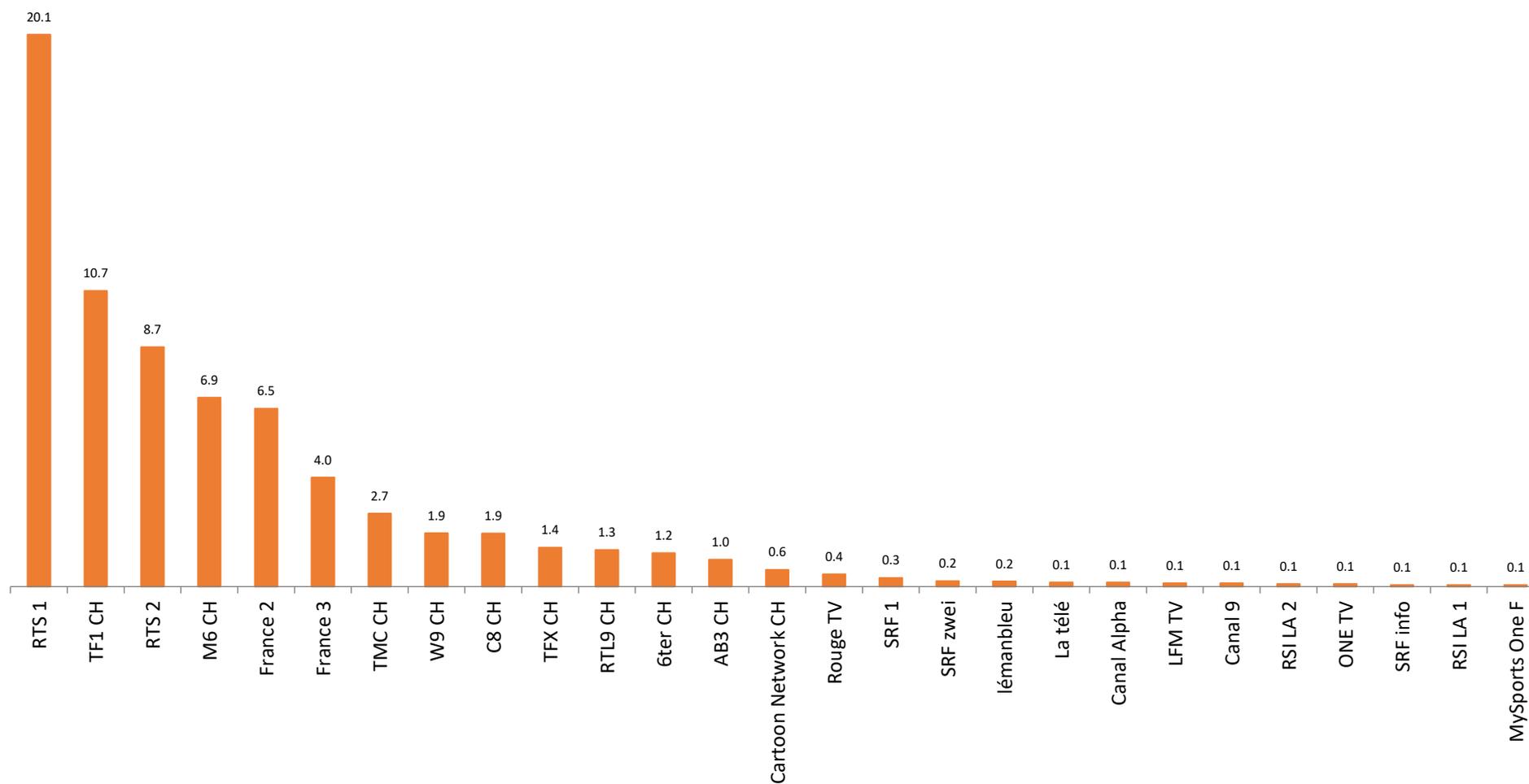
Personnes 3+ (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse romande

Personnes 3+ (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

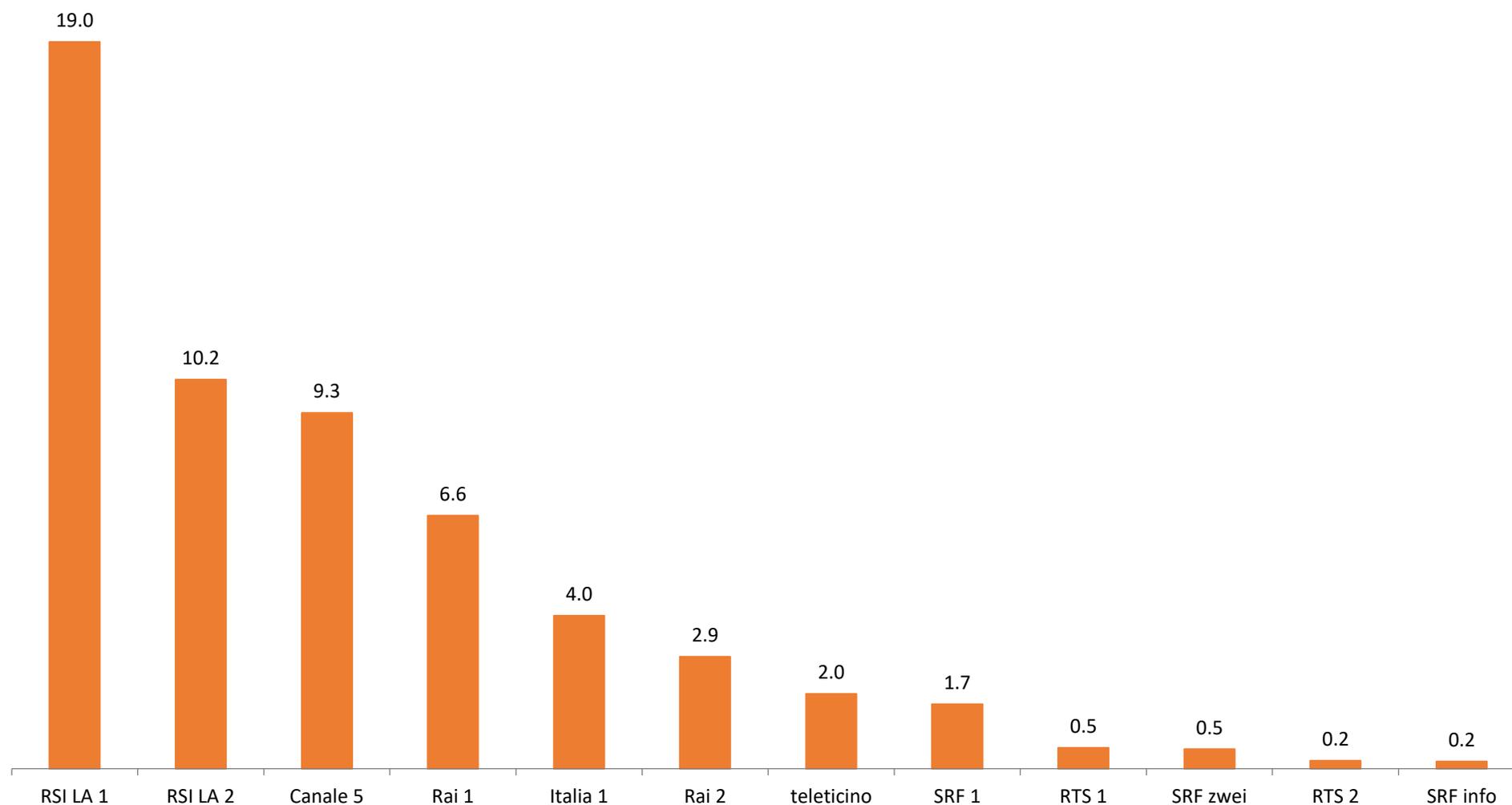
Univers : 336 000 personnes

Échantillon (base sample) : 638, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 42,7

Parts de marché en Suisse italienne

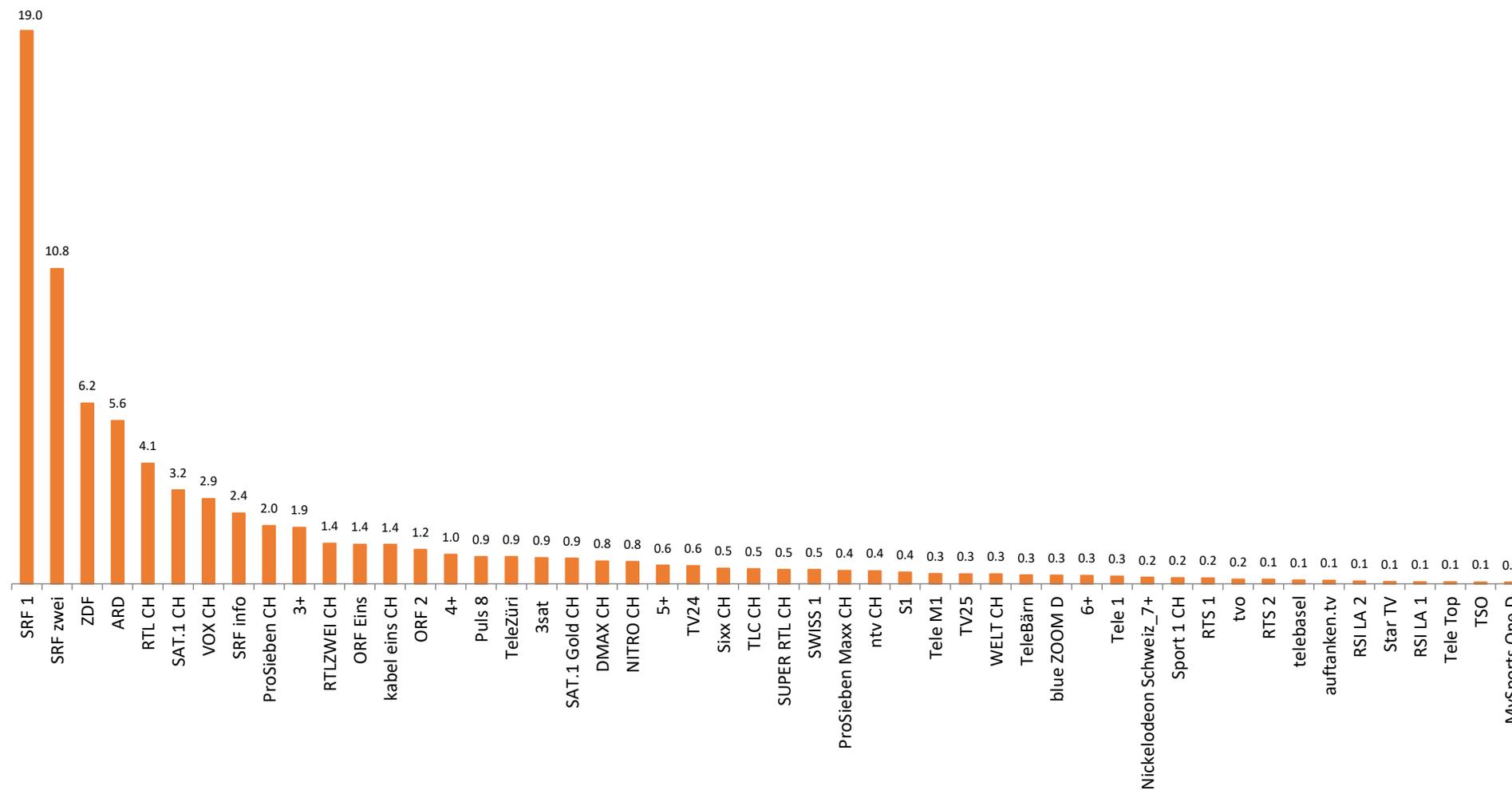
Personnes 3+ (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse alémanique

Personnes 15+ (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

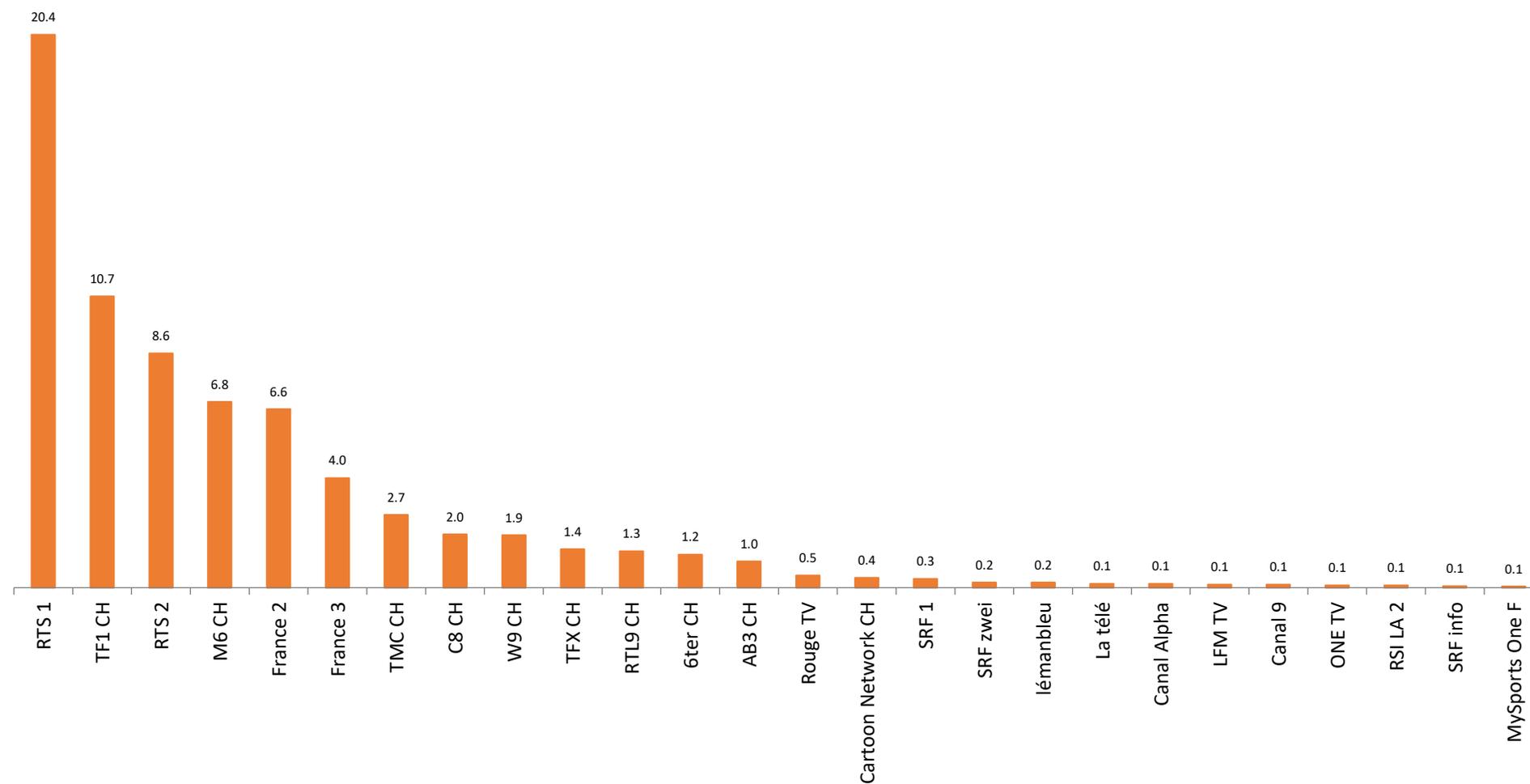
Univers : 1 628 000 personnes

Échantillon (base sample) : 1 214, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 29,0

Parts de marché en Suisse romande

Personnes 15+ (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

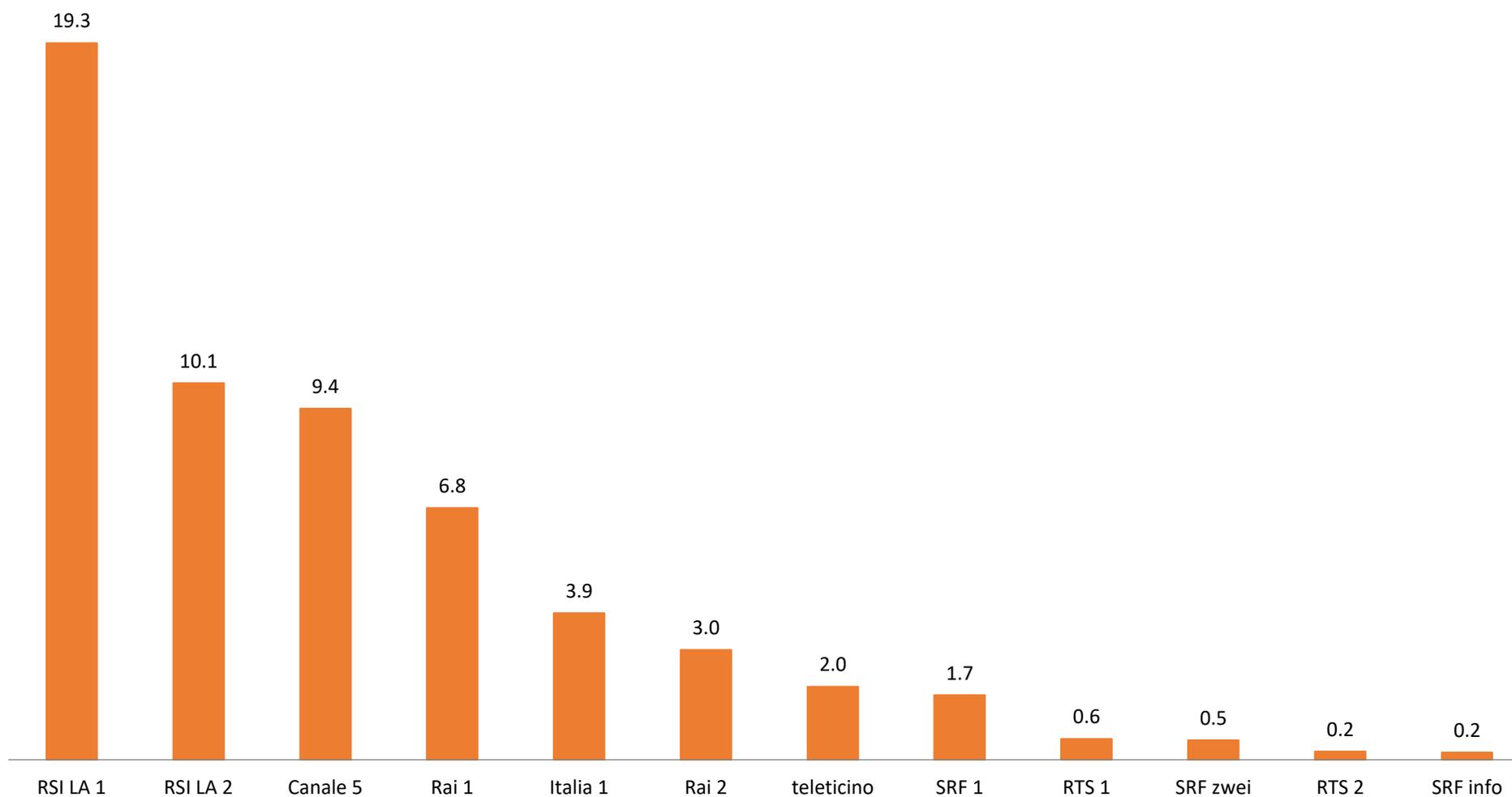
Univers : 299 000 personnes

Échantillon (base sample) : 553, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 42,3

Parts de marché en Suisse italienne

Personnes 15+ (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

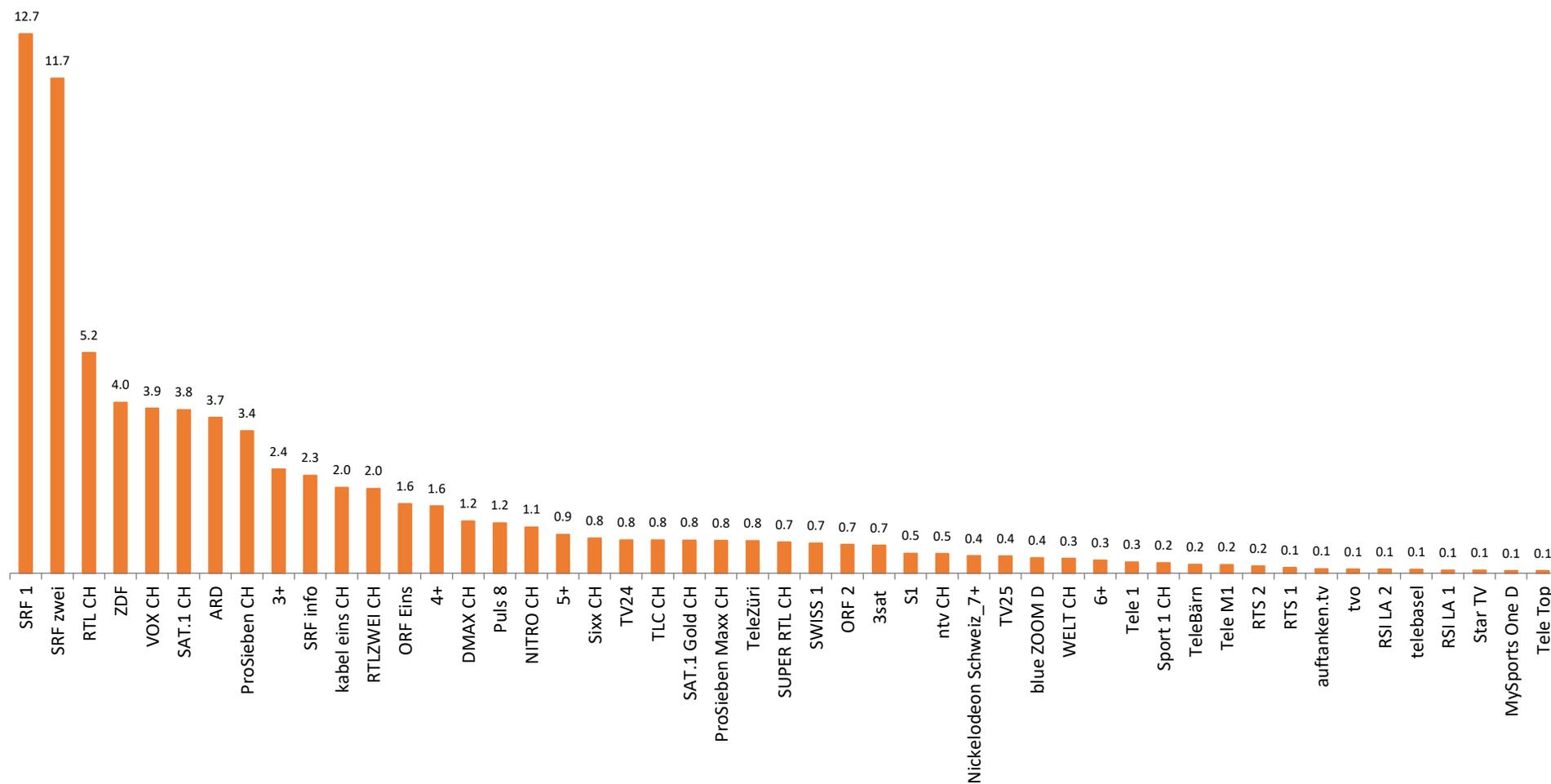
Univers : 3 242 000 personnes

Échantillon (base sample) : 1 160, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 23,3

Parts de marché en Suisse alémanique

Personnes 15-59 (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

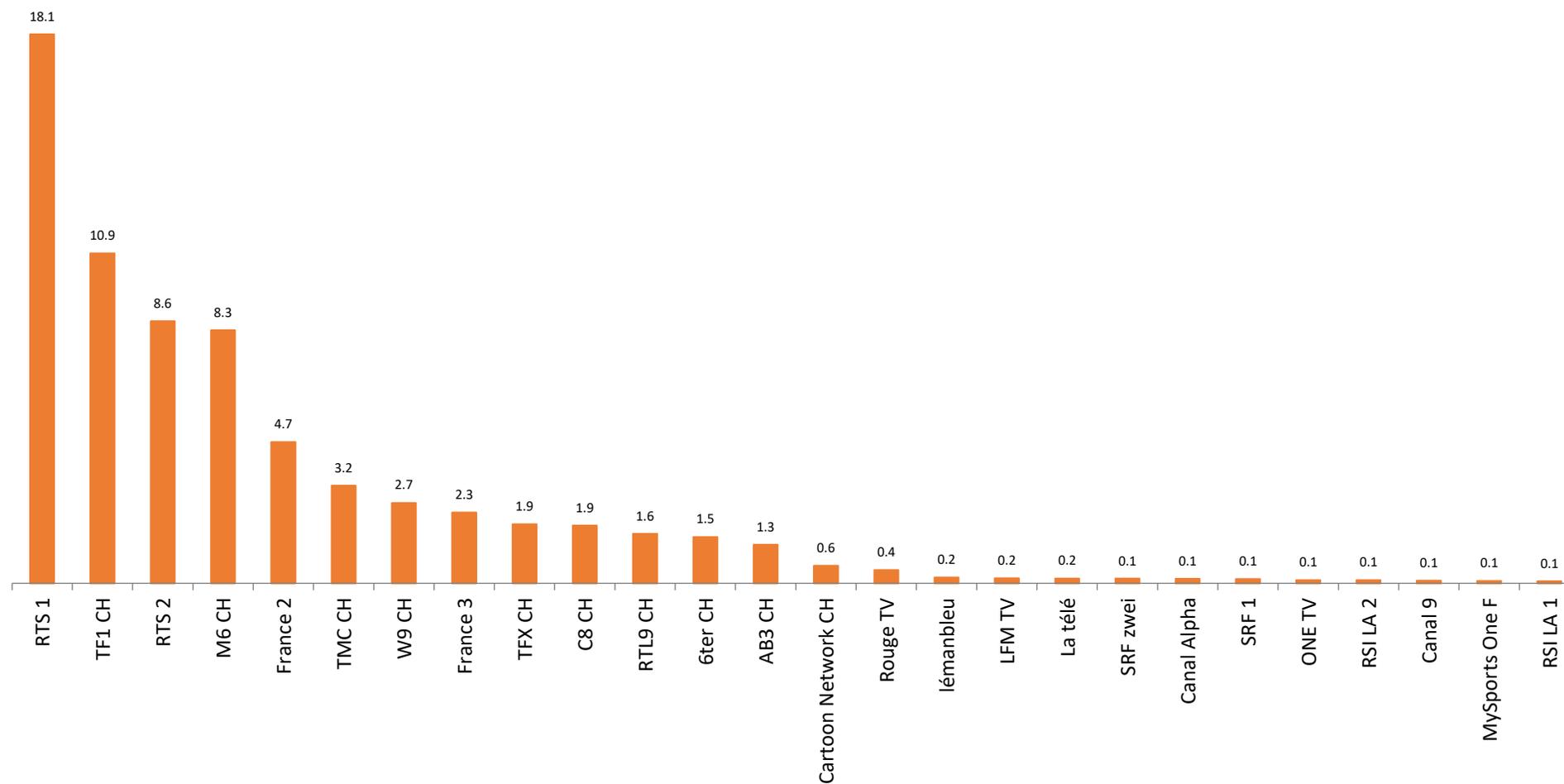
Univers : 1 177 000 personnes

Échantillon (base sample) : 739, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 30,5

Parts de marché en Suisse romande

Personnes 15-59 (avec invités), en %





Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 01.07.2022 – 31.12.2022

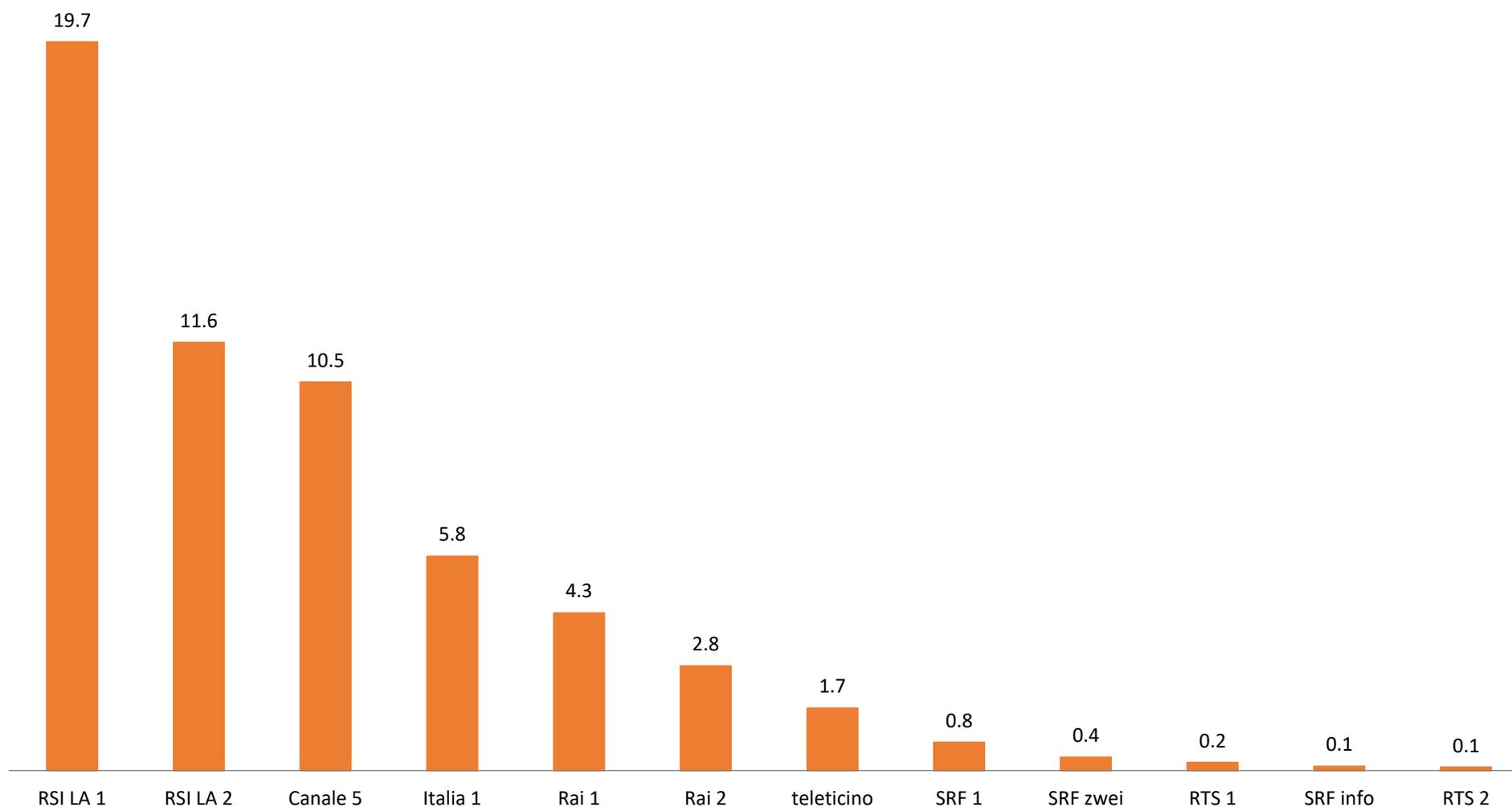
Universum: 196 000 Personen

Stichprobe (Base Sample): 305, Mo-So, all Plattformen, Overnight +7

Nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 42.1

Parts de marché en Suisse italienne

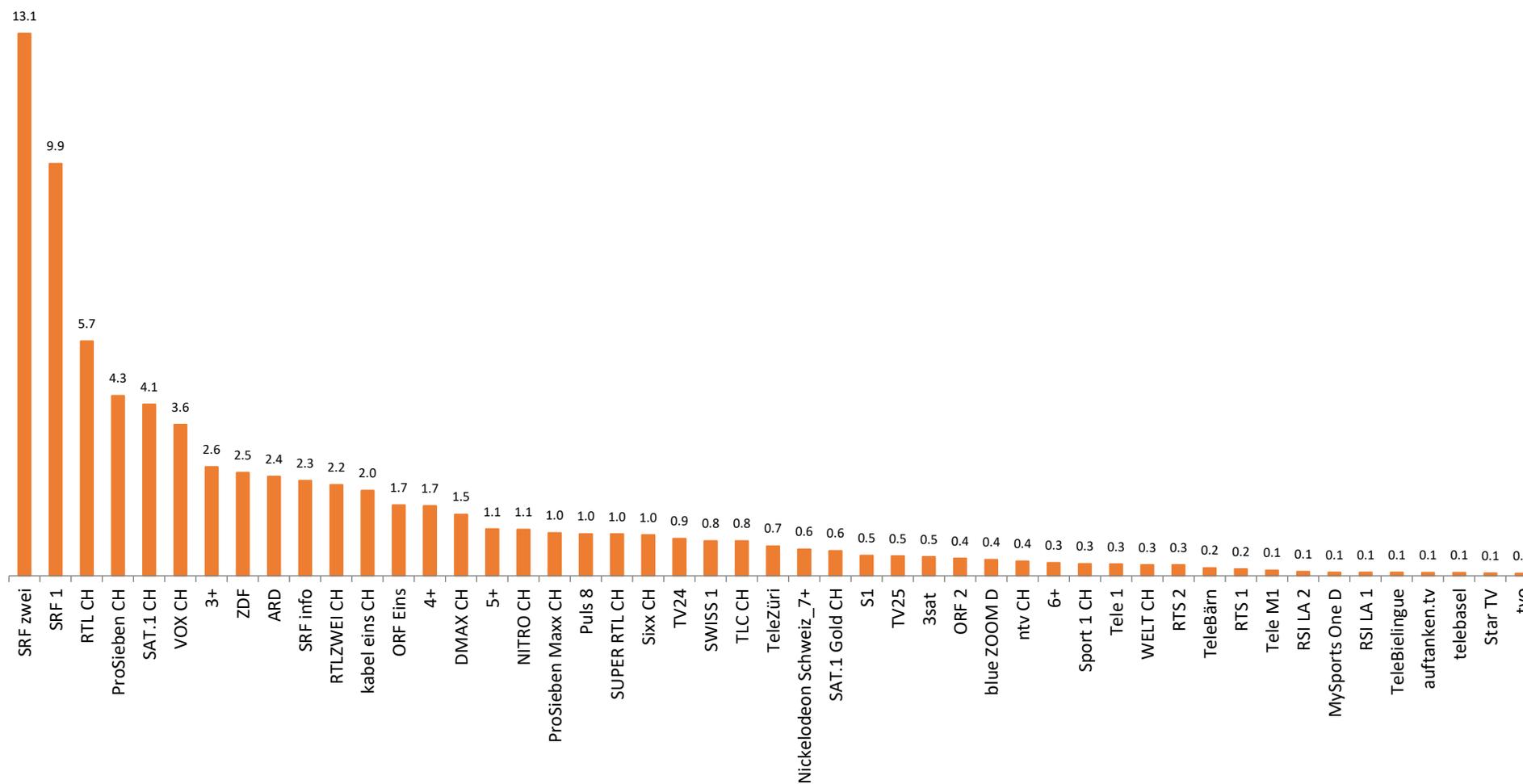
Personnes 15-59 (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse alémanique

Personnes 15-49 (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

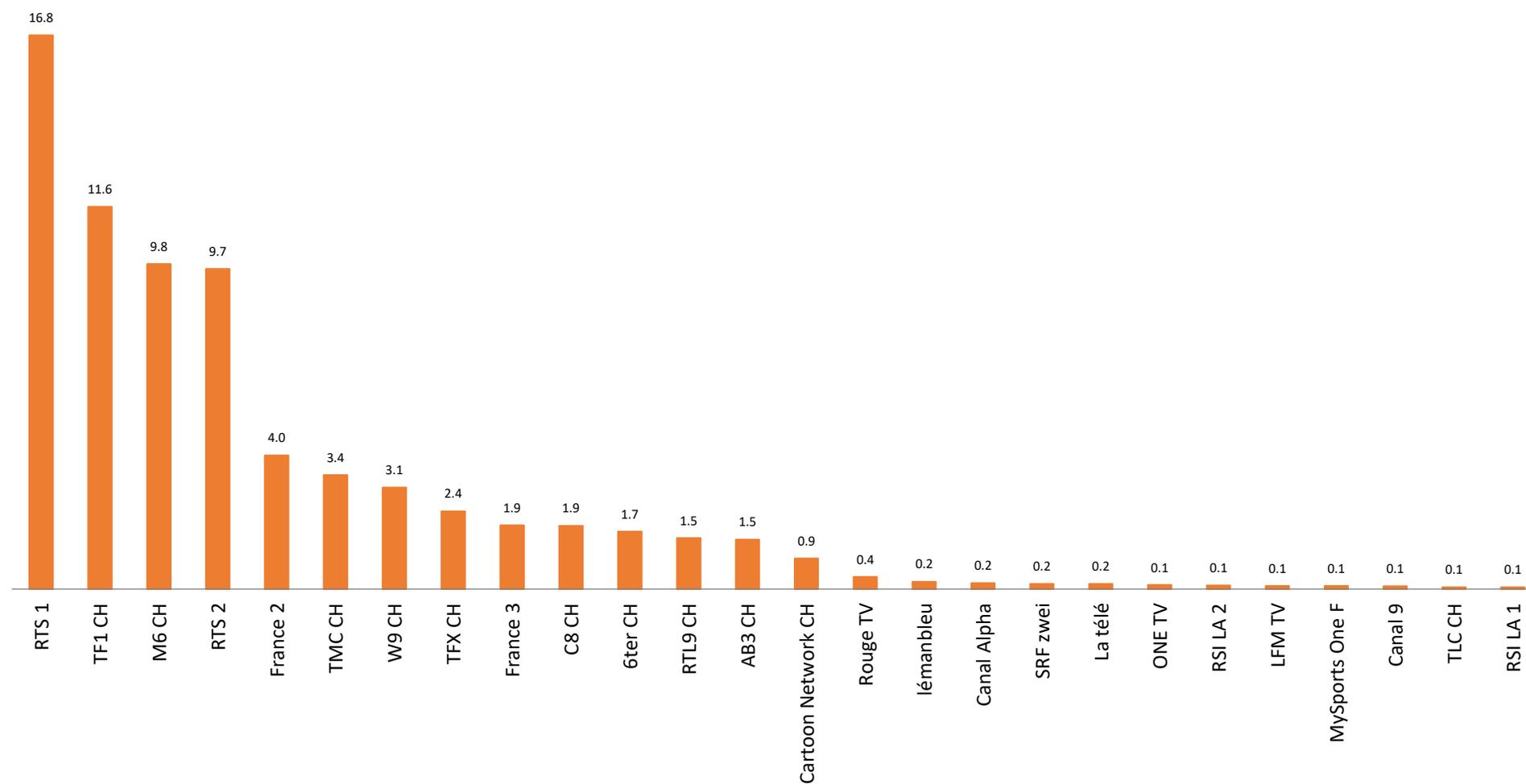
Univers : 892 000 personnes

Échantillon (base sample) : 502, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 28,0

Parts de marché en Suisse romande

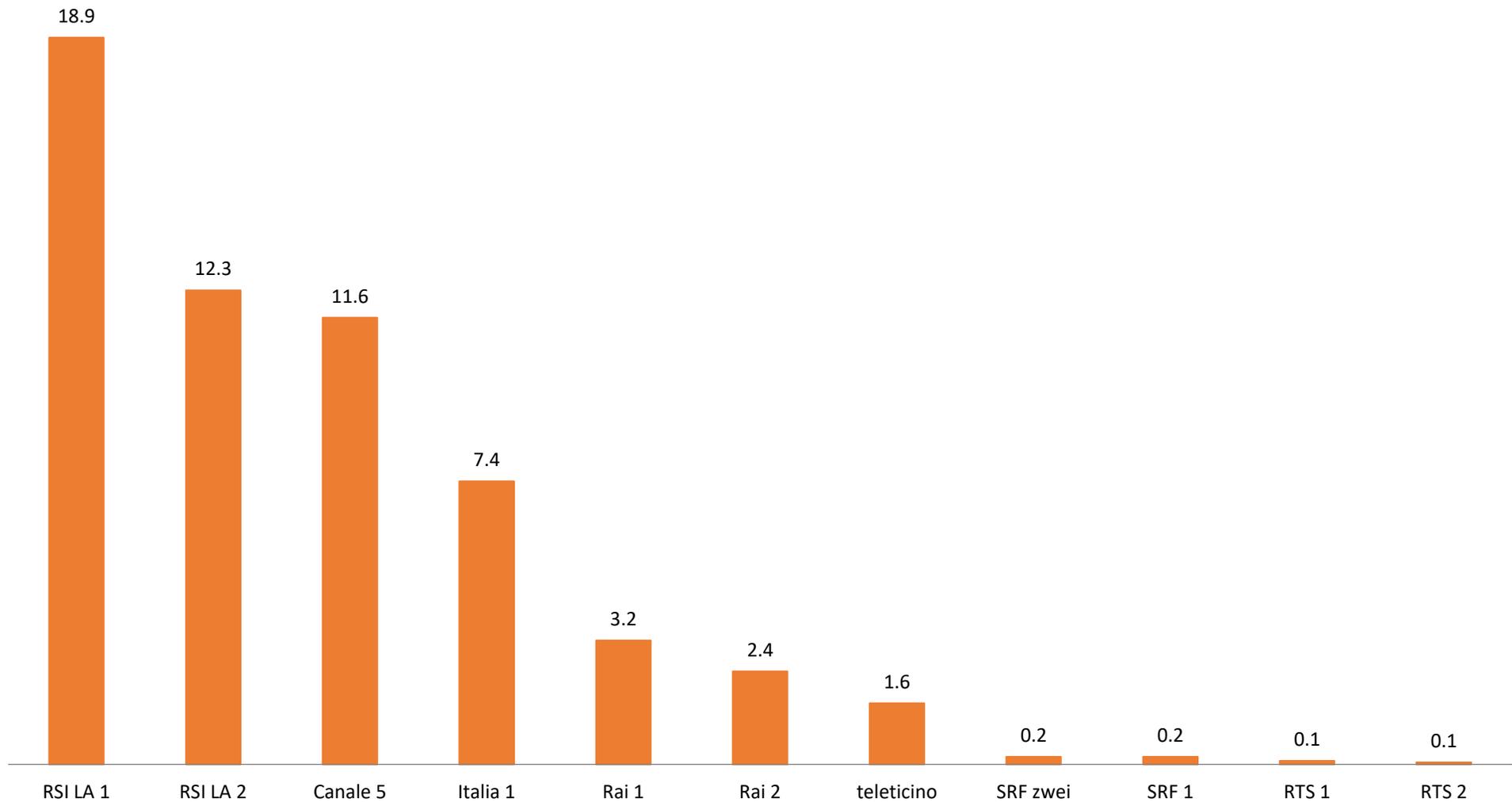
Personnes 15-49 (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse italienne

Personnes 15-49 (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

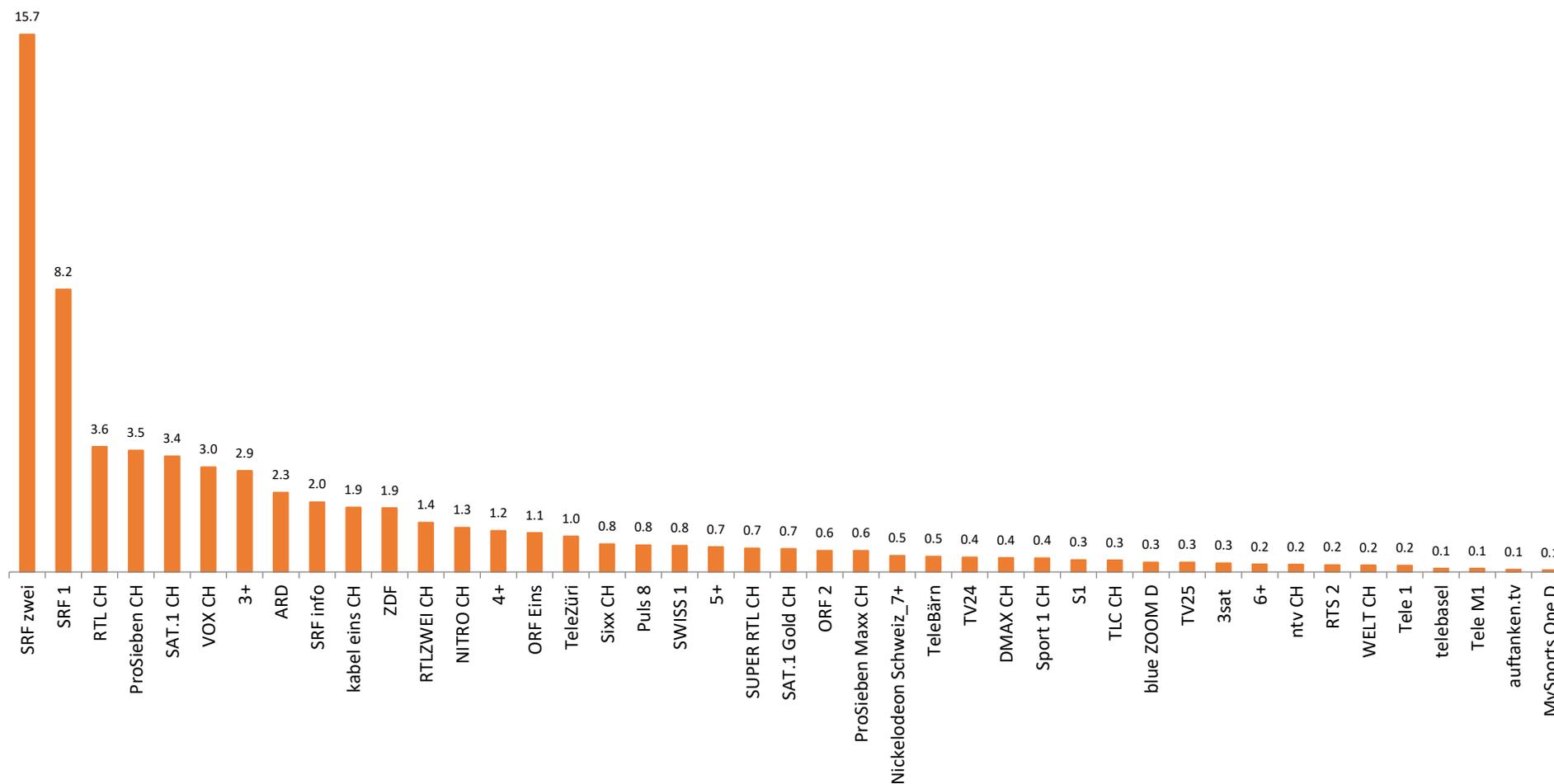
Univers : 909 000 personnes

Échantillon (base sample) : 294, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 34,7

Parts de marché en Suisse alémanique

Personnes 15-29 (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022

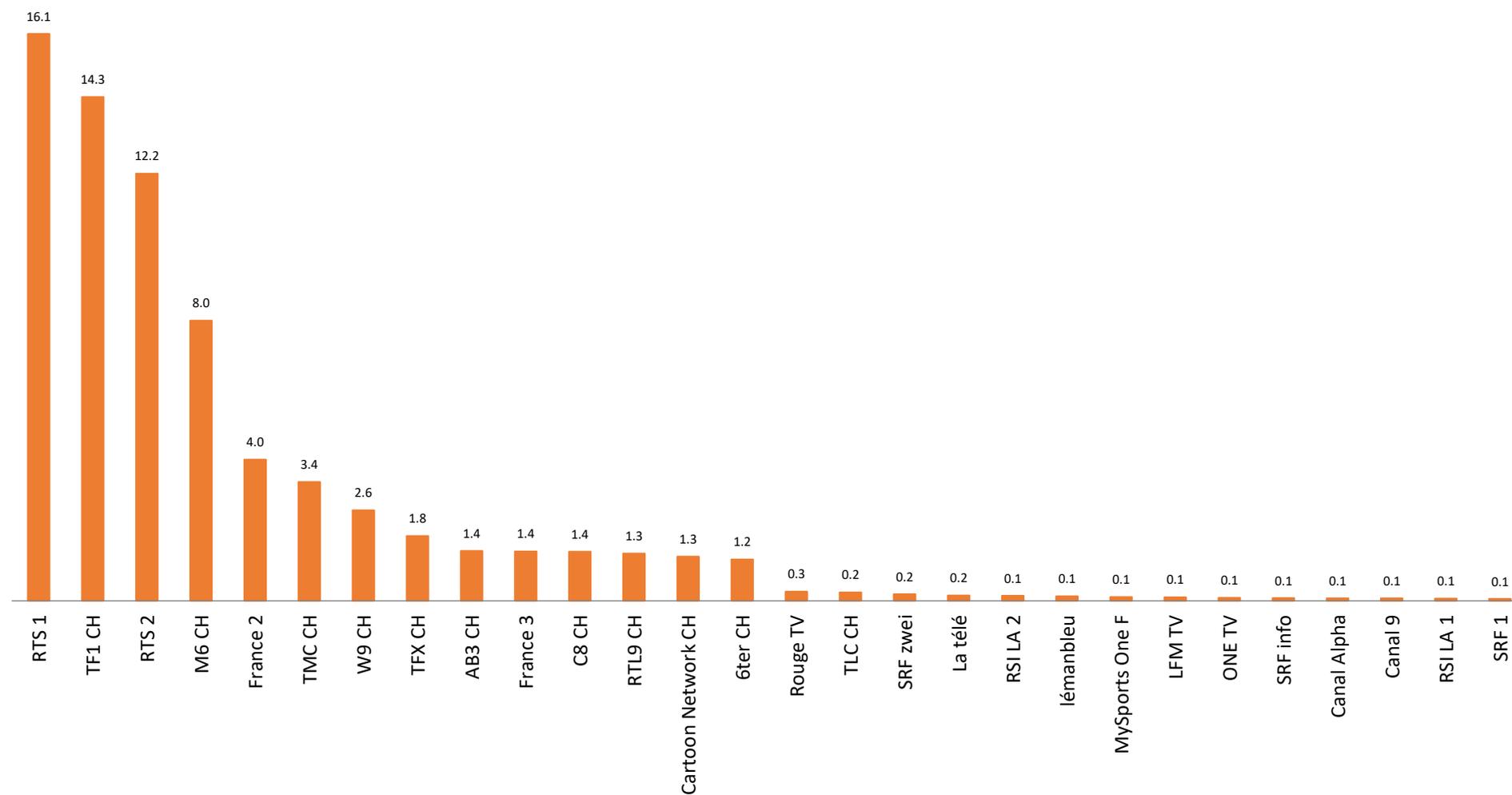
Univers : 350 000 personnes

Échantillon (base sample) : 220, lu-di, all platforms, overnight +7

Chaînes non mentionnées : part de marché = 27,8

Parts de marché en Suisse romande

Personnes 15-29 (avec invités), en %





Chaînes régionales concessionnaires – zone de concession

Zone de concession

Personnes 3+ (avec invités)
dans la zone de concession

Chaîne régionale	Taille de la zone de concession	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM
TeleBärn	Berne (1'225'000)	[+/- 1.4]	5.9	71.8	17.6	1.0
Tele M1	Argovie-Soleure (1'205'000)	[+/- 1.9]	8.0	96.7	16.3	1.1
Tele Top	Zurich-Suisse du nord-est (1'645'000)	[+/- 0.5]	1.7	27.4	7.9	0.1
teleticino	Tessin (336'000)	[+/- 1.4]	12.3	41.5	22.4	2.0
lémanbleu	Genève (506'000)	[+/- 0.8]	3.4	17.0	13.0	0.4
TeleBilingue	Biel/Bienne (248'000)	[+/- 1.9]	2.9	7.3	8.5	0.2
telebasel	Bâle (508'000)	[+/- 2.3]	5.8	29.5	12.8	0.6
tvo	Suisse orientale (584'000)	[+/- 1.8]	5.2	30.5	17.7	1.0
La télé	Vaud-Fribourg (991'000)	[+/- 0.5]	2.6	25.8	10.1	0.2
TSO	Suisse sud-orientale (281'000)	[+/- 2.0]	3.9	11.0	12.2	0.5
Tele 1	Suisse centrale (877'000)	[+/- 1.8]	6.6	57.6	17.5	1.2
Canal 9	Valais (347'000)	[+/- 1.9]	5.7	19.7	9.5	0.4
Canal Alpha	Arc jurassien (324'000)	[+/- 1.4]	5.4	17.4	10.7	0.5

Légende

PN-% : pénétration nette en %

PN-M : pénétration nette en milliers

US [min] : durée d'utilisation par spectateur en minutes

PDM : part de marché



Chaînes régionales concessionnaires – région linguistique

Région linguistique

Personnes 3+ (avec invités)

dans la région linguistique

Chaîne régionale	Région linguistique	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM
TeleBärn	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.4]	2.3	121.7	13.3	0.3
Tele M1	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.5]	2.6	138.3	13.5	0.3
Tele Top	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.2]	1.0	52.3	6.6	0.1
teleticino	Suisse italienne (336'000)	[+/- 1.4]	12.3	41.5	22.4	2.0
lémanbleu	Suisse romande (1'878'000)	[+/- 0.3]	2.3	43.2	10.1	0.2
TeleBilingue	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.2]	0.6	32.8	6.6	0.0
TeleBilingue	Suisse romande (1'878'000)	[+/- 0.1]	0.4	8.0	6.6	0.0
telebasel	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.3]	1.4	73.8	9.1	0.1
tvo	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.3]	1.3	70.7	11.7	0.1
La télé	Suisse romande (1'878'000)	[+/- 0.3]	2.0	37.8	9.1	0.1
TSO	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.2]	0.9	46.8	6.4	0.1
Tele 1	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.4]	2.1	109.9	12.7	0.3
Canal 9	Suisse alémanique (5'284'000)	[+/- 0.1]	0.4	23.6	6.4	0.0
Canal 9	Suisse romande (1'878'000)	[+/- 0.4]	1.9	36.1	7.5	0.1
Canal Alpha	Suisse romande (1'878'000)	[+/- 0.4]	2.3	42.8	7.9	0.1

Légende

PN-% : pénétration nette en %

PN-M : pénétration nette en milliers

US [min] : durée d'utilisation par spectateur en minutes

PDM : part de marché



Chaînes régionales concessionnaires – zone de concession

Zone de concession

Personnes 15+ (avec invités)
dans la zone de concession

Chaîne régionale	Taille de la zone de concession	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM
TeleBärn	Berne (1'069'000)	[+/- 1.6]	6.6	70.9	17.7	1.0
Tele M1	Argovie-Soleure (1'069'000)	[+/- 2.2]	8.9	95.0	16.3	1.1
Tele Top	Zurich-Suisse du nord-est (1'424'000)	[+/- 0.6]	1.9	27.2	7.9	0.1
teleticino	Tessin (299'000)	[+/- 1.6]	13.4	40.2	22.5	2.0
lémanbleu	Genève (465'000)	[+/- 0.9]	3.6	16.8	13.0	0.4
TeleBilingue	Biel/Bienne (216'000)	[+/- 2.3]	3.3	7.2	8.5	0.2
telebasel	Bâle (457'000)	[+/- 2.7]	6.4	29.1	12.9	0.6
tvo	Suisse orientale (504'000)	[+/- 2.2]	6.0	30.2	17.7	1.0
La télé	Vaud-Fribourg (850'000)	[+/- 0.6]	3.0	25.1	10.0	0.2
TSO	Suisse sud-orientale (243'000)	[+/- 2.5]	4.4	10.7	12.2	0.5
Tele 1	Suisse centrale (763'000)	[+/- 2.1]	7.3	56.0	17.8	1.3
Canal 9	Valais (299'000)	[+/- 2.3]	6.5	19.3	9.6	0.4
Canal Alpha	Arc jurassien (261'000)	[+/- 1.8]	6.4	16.8	10.8	0.5

Légende

PN-% : pénétration nette en %

PN-M : pénétration nette en milliers

US [min] : durée d'utilisation par spectateur en minutes

PDM : part de marché



Chaînes régionales concessionnaires – région linguistique

Région linguistique

Personnes 15+ (avec invités)

dans la région linguistique

Chaîne régionale	Région linguistique	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM
TeleBärn	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.5]	2.6	119.7	13.3	0.3
Tele M1	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.6]	2.9	135.9	13.5	0.3
Tele Top	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.2]	1.1	51.5	6.6	0.1
teleticino	Suisse italienne (299'000)	[+/- 1.6]	13.4	40.2	22.5	2.0
lémanbleu	Suisse romande (1'628'000)	[+/- 0.4]	2.6	42.4	10.1	0.2
TeleBilingue	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.2]	0.7	32.3	6.7	0.0
TeleBilingue	Suisse romande (1'628'000)	[+/- 0.2]	0.5	7.8	6.6	0.0
telebasel	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.3]	1.6	72.7	9.2	0.1
tvo	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.3]	1.5	69.8	11.7	0.2
La télé	Suisse romande (1'628'000)	[+/- 0.3]	2.3	36.8	9.0	0.1
TSO	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.2]	1.0	46.0	6.4	0.1
Tele 1	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.4]	2.3	107.3	12.8	0.3
Canal 9	Suisse alémanique (4'645'000)	[+/- 0.1]	0.5	23.2	6.4	0.0
Canal 9	Suisse romande (1'628'000)	[+/- 0.4]	2.2	35.3	7.5	0.1
Canal Alpha	Suisse romande (1'628'000)	[+/- 0.5]	2.6	41.6	7.9	0.1

Légende

PN-% : pénétration nette en %

PN-M : pénétration nette en milliers

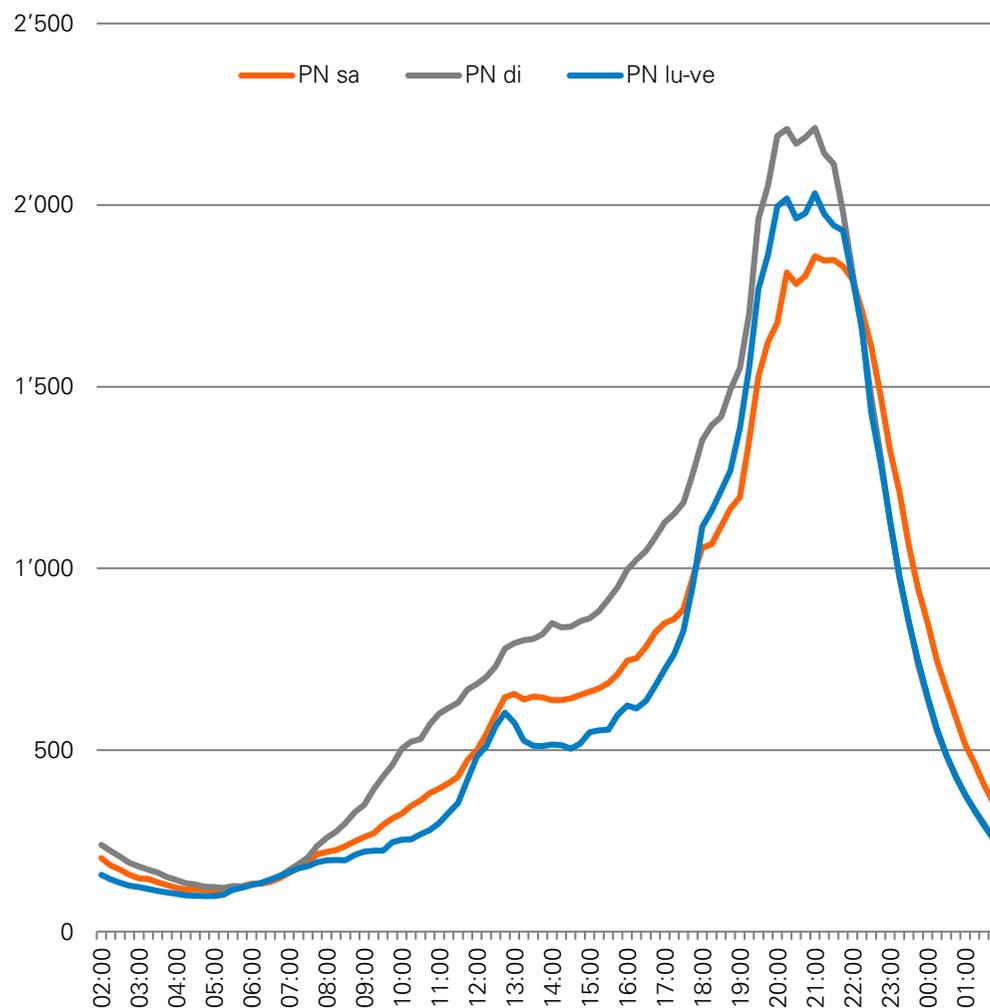
US [min] : durée d'utilisation par spectateur en minutes

PDM : part de marché

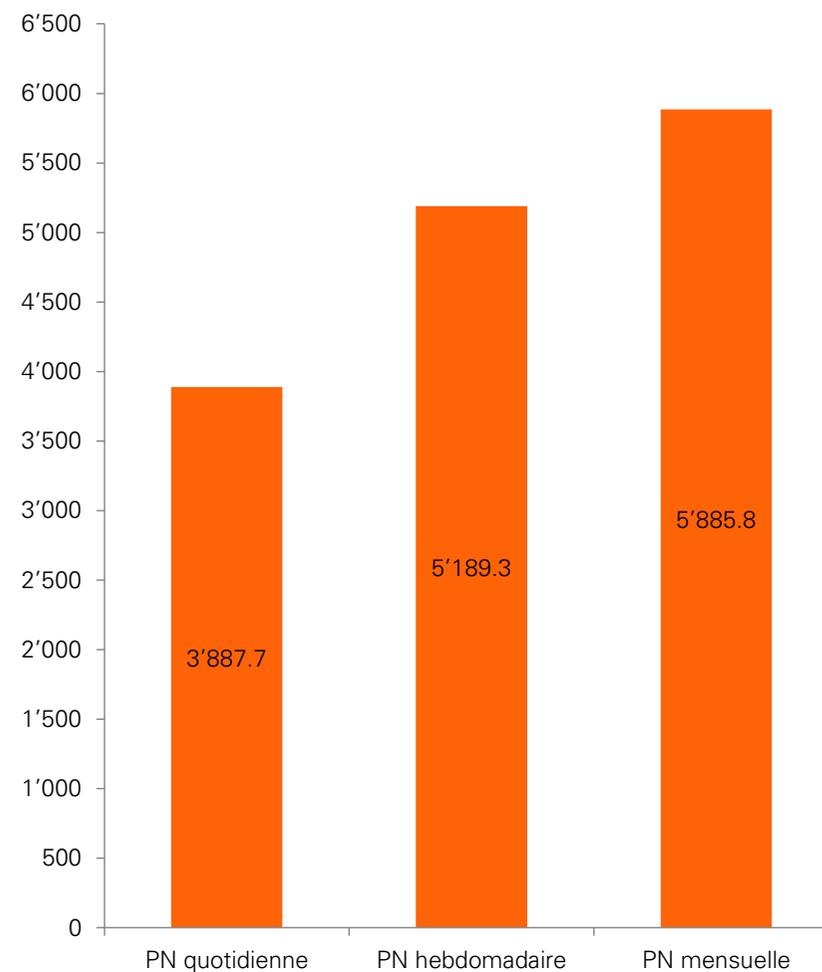


TV sur tout le marché suisse / Groupe cible 15+ pour comparaison

Déroulement de la journée en milliers



Pénétration quotidienne, hebdomadaire et mensuelle en milliers



Informations complémentaires

À propos de la publication semestrielle

Mediapulse met à disposition trois publications semestrielles portant respectivement sur les chiffres d'audience radio, TV et en ligne.

À partir du 1^{er} janvier 2023, ces publications paraissent avec la périodicité suivante :

- radio : 2^e semaine de janvier et 2^e de juillet ;
- TV : 3^e semaine de janvier et 3^e de juillet ;
- en ligne : 4^e semaine de janvier et 4^e de juillet.

Vous trouverez davantage d'informations sur la méthode et sur les données des publications semestrielles sur www.mediapulse.ch.

Autres publications

Outre les publications semestrielles radio, TV et en ligne, Mediapulse est responsable des études suivantes :

- rapport trimestriel Mediapulse Streaming Data ;
- Time Use Study
- Establishment Survey

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

Des questions ? Nous sommes à votre disposition.

Mediapulse SA
info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11