

Audience radio et TV: 232 minutes par jour

Berne, 13 juillet 2021 – Au premier semestre 2021, durant un jour moyen, la radio linéaire a atteint plus des trois quarts de la population résidante à partir de 15 ans et la télévision linéaire et en différé deux bons tiers de cette même population. Chaque adulte a ainsi passé 232 minutes par jour en moyenne à écouter la radio ou à regarder la télévision. C'est ce qui ressort des données d'audience collectées pendant le premier semestre 2021 sur mandat de la Fondation Mediapulse. Outre ces données semestrielles, Mediapulse publie son deuxième rapport trimestriel sur l'audience des plateformes de vidéos et de streaming.

Entre janvier et juin 2021, chaque jour, 67% de la population suisse résidante à partir de 15 ans a allumé un poste de télévision pour y suivre les programmes des chaînes TV. Avec une pénétration de 74%, la Suisse italienne devance clairement les deux autres grandes régions linguistiques du pays (Suisse romande: 67%; Suisse alémanique: 66%). Il en va de même pour la durée d'utilisation des offres TV par personne. Celle-ci est de 144 minutes par jour en moyenne nationale, mais atteint 185 minutes dans la partie italophone du pays.

Durant la même période, avec une pénétration journalière de 77%, la radio a atteint un public nettement plus nombreux que la télévision. La Suisse italienne occupe également le premier rang : 81% de la population adulte y a écouté des programmes radio linéaires sur ondes ultracourtes (OUC), sur DAB ou sur Internet. La Suisse alémanique suit avec 78% et la Suisse romande avec 74%. Si l'on considère par contre la durée d'utilisation journalière par personne, qui est de 88 minutes en moyenne nationale, c'est la Suisse alémanique qui ouvre la marche avec 93 min, suivie de la Suisse italienne (86 min) et de la Suisse romande (73 min).

L'éclatement de la pandémie de COVID-19 au printemps 2020 avait fait augmenter aussi bien le nombre de téléspectateurs que la durée d'utilisation. Les chiffres actuels montrent que ce niveau n'a pas pu être maintenu : par rapport au premier semestre 2020, le taux de pénétration de la télévision a cédé un point de pourcentage, passant de 68% à 67% et la durée d'utilisation journalière extrapolée une minute, passant de 145 à 144 minutes.

Pour ce qui est de la radio, le fait que la pandémie a fortement impacté des situations d'utilisation de première importance s'était traduit, au printemps 2020, par un léger recul du taux de pénétration, avec cependant une augmentation de la durée d'utilisation. Une année plus tard, la tendance au recul du taux de pénétration s'est poursuivie, avec une diminution d'un point de pourcentage par rapport au premier semestre 2020. Dans le même temps, l'augmentation de la durée d'utilisation n'a pas pu être stabilisée, puisque cette durée s'est inscrite à la baisse, passant de 92 à 88 minutes par jour.

Pour des raisons à la fois méthodologiques et d'économie de recherche, les systèmes de mesure de Mediapulse ne couvrent pas la consommation de radio et de télévision sous toutes ses formes, si bien que les chiffres présentés tendent plutôt à la sous-estimer. Ainsi, l'utilisation de la télévision dans des lieux publics ou sur des appareils mobiles n'est pas mesurée. Pour la radio, c'est l'écoute en différé ou au moyen d'un casque qui n'est pas prise en compte.

Publication des chiffres d'audience radio et TV, 1^{er} semestre 2021 sur www.mediapulse.ch.

Deuxième rapport trimestriel sur les Mediapulse Streaming Data, y compris TV@Small-Screen

En complément à la mesure de l'audience TV, Mediapulse est à même, depuis début 2021, de quantifier la pénétration et le volume d'utilisation des offres internationales de vidéos et de streaming dans les foyers TV. Le rapport sur le deuxième trimestre 2021 publié aujourd'hui montre, comme celui sur le premier trimestre, que la consommation d'images animées dans les foyers suisses reste dominée par les offres des chaînes TV. À ce jour, parmi les plateformes non-TV prises en considération, seules YouTube et Netflix sont parvenues à se construire une audience journalière stable. Ce rapport sur le deuxième trimestre présente en outre pour la première fois l'audience TV sur mini-écrans (TV@Small-Screen), autrement dit l'audience linéaire et en différé des chaînes TV diffusées sur blue TV Air, UPC, Quickline, Teleboy, Wilmaa et Zattoo et visionnées sur ordinateur (desktop, laptop), tablette ou smartphone.

Rapport trimestriel Streaming Data, 2^e trimestre 2021 sur www.mediapulse.ch.

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.

Plus d'informations sur www.mediapulse.ch.

Pour tout renseignement complémentaire,
Veuillez-vous adresser à:

Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager
richard.blatter@mediapulse.ch
+41 58 356 47 60



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich