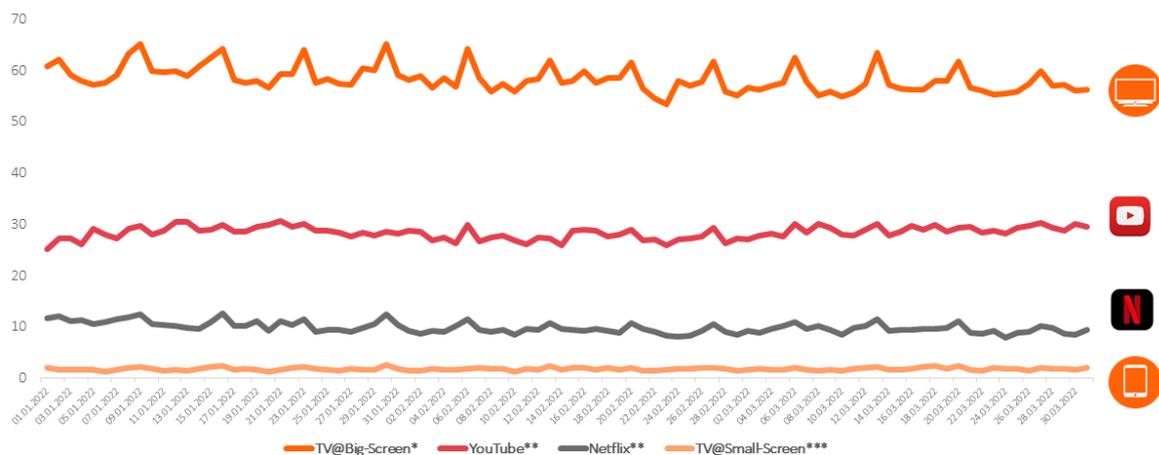


Mediapulse Streaming Data : pénétrations et audiences restant maximales pour la télévision

Berne, le 28 avril 2022 – Le premier rapport trimestriel 2022 sur les Mediapulse Streaming Data corrobore l’ancrage d’un profil d’audience bien connu : la télévision classique est celle qui attire le plus de téléspectateurs et le plus longtemps par rapport aux offres de streaming, devançant de loin YouTube et Netflix. En revanche, YouTube remporte la palme pour la tranche d’âge des 15-29 ans. La télévision et Netflix atteignent principalement leur public sur le téléviseur, tandis que YouTube est surtout consommé sur des appareils à petit écran.

Pénétration quotidienne T1/22 au cours du trimestre en pour-cent Suisse entière

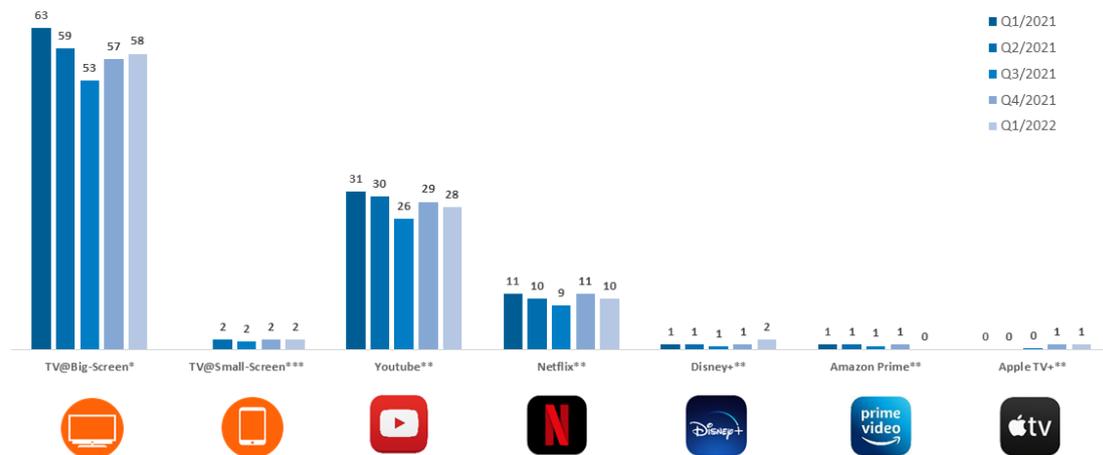


*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR
**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS
***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

La télévision classique est la plus populaire en termes de pénétration et de durée d'utilisation

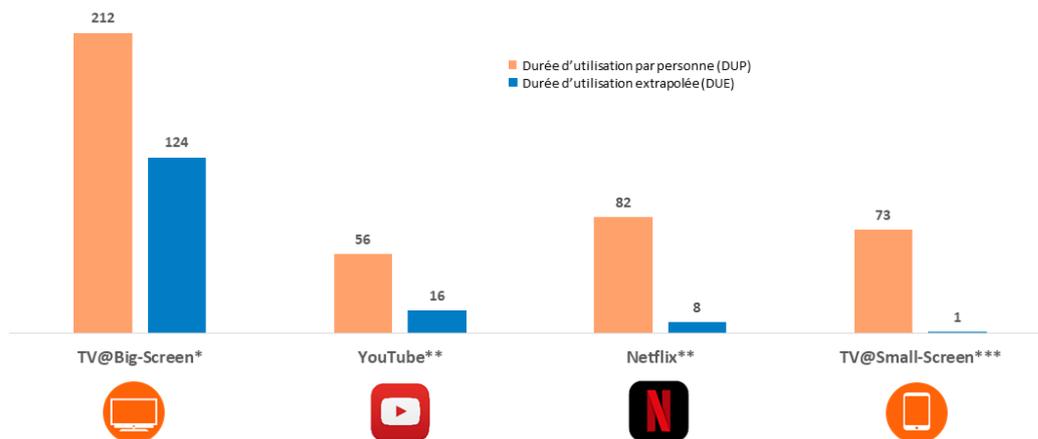
La télévision classique rassemble de loin le plus grand nombre de téléspectateurs aux durées d'utilisation les plus longues et presque exclusivement par le biais d'un téléviseur traditionnel. Par ailleurs, la plateforme vidéo YouTube et le fournisseur de streaming Netflix atteignent également des parts importantes du public. En comparaison, les autres plateformes de streaming Disney+, Amazon Prime ou AppleTV+ n'atteignent que très peu de personnes par jour et ne sont plus prises en compte dans les autres analyses de données.

Pénétration quotidienne par trimestre en pour-cent Suisse entière



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.21 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.5.21 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Durée d'utilisation quotidienne par personne et extrapolée T1/22 en minutes Suisse entière



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), DUP, DUE, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, DUP, DUE, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, UTILISATION À DOMICILE, TOUS ÉCRANS
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, DUP, DUE, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, UTILISATION À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

Surtout consommé sur smartphone, YouTube est le préféré des jeunes

Le rapport sur le premier trimestre 2022 montre toujours que YouTube touche davantage de personnes que les offres des chaînes TV dans la tranche d'âge des 15-29 ans. Pour ce groupe d'âge, YouTube est l'offre d'images animées qui rassemble le plus large public.

Il apparaît également que la télévision et Netflix sont majoritairement consommés devant le téléviseur traditionnel, alors que YouTube est avant tout chez soi sur les appareils à petit écran.

Pénétration quotidienne T1/22 selon l'âge et le sexe en pour-cent Suisse entière

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Groupes d'âge	3 à 14 ans	36	23	11
	15 à 29 ans	24	32	16
	30 à 39 ans	52	34	13
	40 à 49 ans	62	36	13
	50 à 59 ans	74	28	8
	60 ans et plus	84	22	3
Sexe	Femmes	60	28	11
	Hommes	57	29	9



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

Pénétration quotidienne T1/22 par appareil en pour-cent Suisse entière

		YouTube*	Netflix*	TV
Appareil	Téléviseur	3	6	58**
	Smartphone	18	2	1***
	PC / tablette	12	3	1***



*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

**MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEUR

***MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 – 31.3.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, PETITS ÉCRANS

À propos du rapport trimestriel Mediapulse Streaming Data

Dans le cadre de la recherche TV, Mediapulse publie chaque trimestre un rapport sur les Streaming Data afin de fournir une base de données indépendante, multiplateforme et comparable permettant d'évaluer l'audience des chaînes TV et d'autres offres d'images animées. À cet égard, la diffusion et l'audience des principales plateformes de vidéo et de streaming sont quantifiées et les comparées avec les indicateurs correspondants de l'audience TV. Tous les rapports trimestriels et les analyses sont disponibles 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.

Vous trouverez de plus amples informations sur www.mediapulse.ch.

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez vous adresser à:

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing & Communications
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