

Mediapulse Time Use Study 2023 : l'étude budget-temps suisse, de nouvelle conception, est disponible

Berne, 31 octobre 2023 – Mediapulse a achevé la nouvelle édition de la Time Use Study (TUS) et met les données collectées à la disposition des personnes intéressées dans un logiciel d'analyse basé sur le Web. La TUS est une étude budget-temps qui donne une vue d'ensemble des activités de la population suisse au fil de la journée et renseigne sur quels médias elle utilise et à quelle heure en même temps qu'elle exerce ces activités.

La TUS est une étude budget-temps basée sur la tenue d'un journal quotidien, qui rend compte du déroulement de la journée de la population suisse et de son utilisation des médias. Réalisée sur mandat de Mediapulse depuis 2007, sa conception a été revue en profondeur il y a peu. Son design a été réduit à l'essentiel et sa méthodologie optimisée et modernisée. La TUS, qui est la seule étude de ce genre en Suisse, fournit des données détaillées sur comment la population suisse structure ses journées et sur quels médias elle utilise, à quelle heure et pendant combien de temps au fil de ces journées. Sont relevées entre autres les activités telles que le sommeil, le travail, les achats, les déplacements (voiture, vélo, transports publics) et les loisirs ainsi que l'utilisation de médias sur différents appareils terminaux en même temps que se déroulent ces activités.

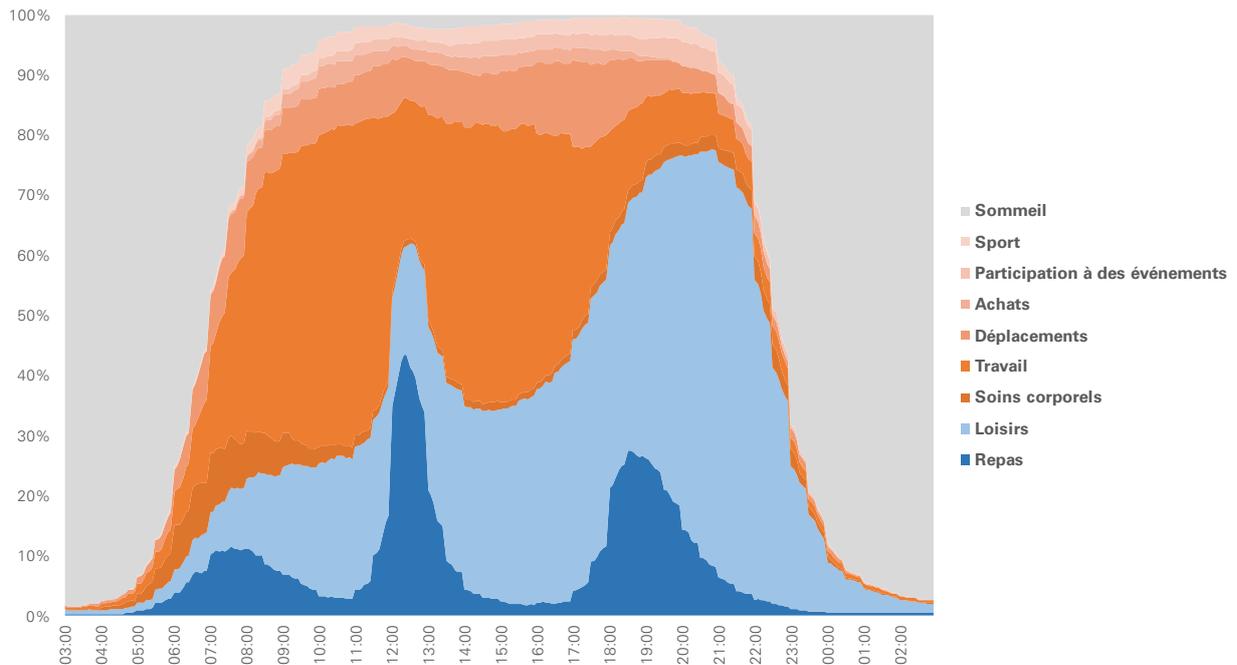
La TUS 2023 repose sur un échantillon de 2000 personnes représentatives de la population suisse à partir de 15 ans, dans lequel on a effectué 6000 jours de mesure. La collecte des données a lieu au moyen d'un journal électronique (E-Diary), qui permet de saisir de façon granulaire (précision de cinq minutes) chaque activité quotidienne. Placé sous la responsabilité de GfK Switzerland, le travail de terrain de cette nouvelle édition de la TUS a démarré en été 2022 et a été réalisé en quatre campagnes d'enquête réparties sur douze mois.

Singularité de l'étude

La singularité de cette étude réside dans la multiplicité des associations de ses différents niveaux entre eux. Elle indique si la population suisse utilise des médias et, le cas échéant, quels médias et à quel moment, et renseigne sur la simultanéité de cette utilisation avec des activités indépendantes des médias, telles que les achats, le travail ou les soins corporels. Il est ainsi possible d'associer la consommation de médias – comme regarder la télévision, lire le journal ou écouter la radio – non seulement avec les appareils terminaux utilisés (p. ex. radio, TV, smartphone, tablette) et des variables sociodémographiques (p. ex. âge, niveau de formation, sexe), mais également avec le déroulement de la journée et les activités exercées. Il est également possible de considérer chaque groupe cible isolément selon différentes combinaisons de variables et d'en déterminer les caractéristiques d'utilisation des médias avec précision.

Pour illustrer comment une telle combinaison de variables peut se présenter, prenons l'exemple de l'activité « Consommation d'images animées ». Les données de la TUS montrent que l'ensemble de la population investit une grande partie de son temps dans le sommeil, le travail et les loisirs.

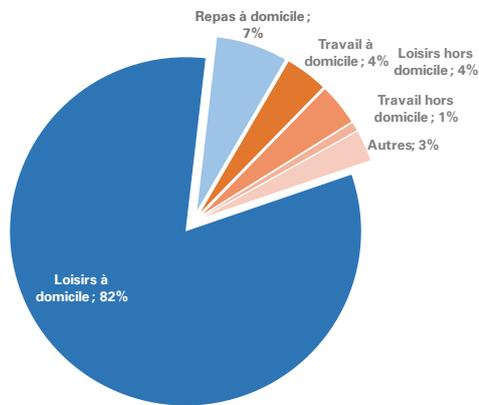
S'y ajoutent d'autres activités comme les repas, le sport ou les achats. La consommation d'images animées a lieu surtout pendant les loisirs et les repas. Selon la TUS, la durée maximale potentielle de cette consommation s'élève à 7 h 42 min par jour.



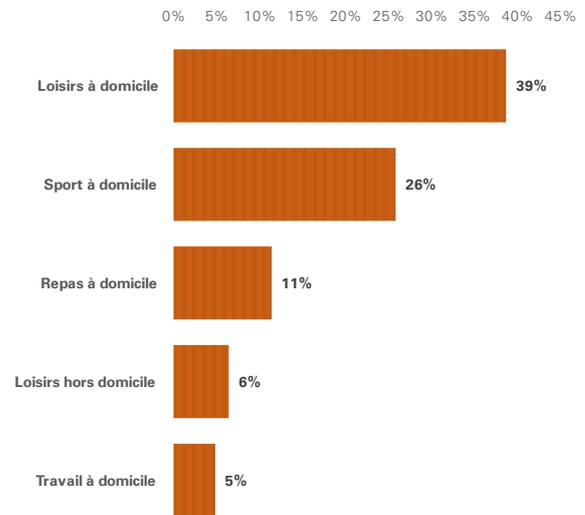
Source : MediapulseTime Use Study Data 2022/2023, univers (T) : 7205 ; total Suisse, lu-di, 6596 jours de mesure

Si l'on va plus dans le détail, l'examen isolé de l'activité « Consommation d'images animées » montre qu'elle a lieu principalement pendant les loisirs et à domicile. En d'autres termes, la population suisse passe 39 % de ses loisirs à domicile à consommer des images animées. Cette information permet de déduire le potentiel du marché des images animées pendant ce laps de temps.

Répartition de la consommation d'images animées entre la durée totale des activités quotidiennes, en %



Part de la consommation d'images animées dans les activités quotidiennes, en %



Source : Mediapulse Time Use Study Data 2022/2023, univers (T) : 7205 ; total Suisse, lu-di, 6596 jours de mesure

Accès aux données TUS

Les données TUS sont mises à la disposition des personnes intéressées contre paiement dans l'outil d'analyse basé sur le Web « NEXT>Level ». Outre des analyses portant sur les régions linguistiques, les tranches horaires ou les jours de la semaine, cet outil permet d'effectuer notamment des comparaisons entre groupes cibles et des croisements, ainsi que d'exporter des tableaux et des graphiques. Pour toute commande ou question concernant les données TUS payantes, veuillez vous adresser à Richard Blatter, Sr. Partner Relations Manager chez Mediapulse (richard.blatter@mediapulse.ch).

Vous trouverez de plus amples informations ainsi qu'une présentation de base et une fiche méthodologique relatives à la TUS sur le site 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 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 : **Richard Blatter**
Sr. Partner Relations Manager
richard.blatter@mediapulse.ch
+41 58 356 47 60



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berne

Badenerstrasse 15
8004 Zurich