

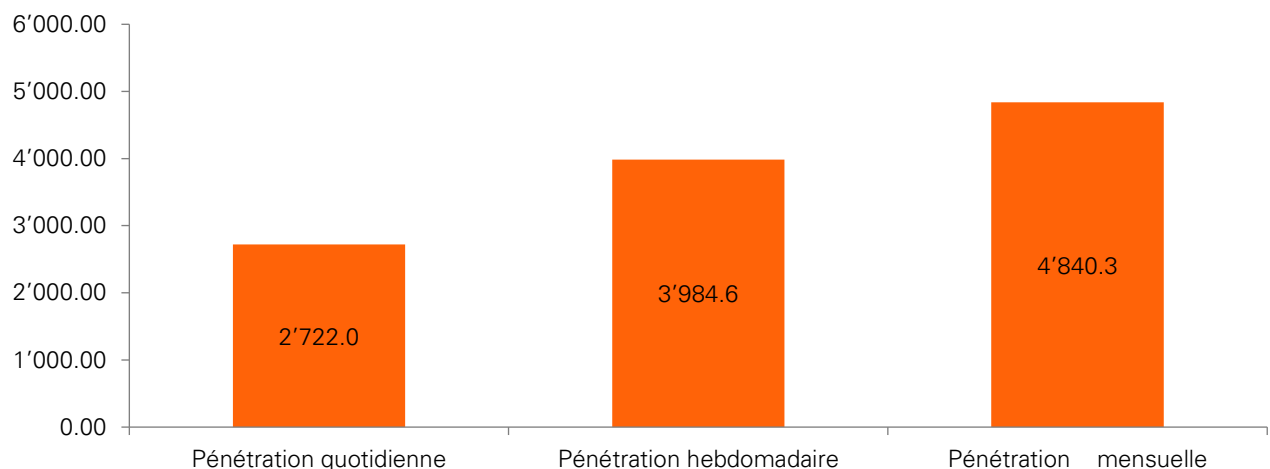
## Chaque jour, une personne sur trois utilise les médias en ligne suisses

**Zurich, 25 janvier 2024 – Au second semestre 2023, les médias en ligne suisses ont atteint 2.7 millions de personnes par jour, soit un tiers de la population résidente de Suisse à partir de 3 ans. Au cours d'un mois moyen, leur taux de pénétration a atteint 58%. C'est ce qui ressort des Online Audience Data collectées sur mandat de la Fondation Mediapulse.**

La recherche en ligne menée par Mediapulse collecte, à l'aide d'un système de mesure en continu, les données d'utilisation des médias en ligne suisses et fournit ainsi les bases permettant de faire des comparaisons entre les sites Web et les apps participants à la recherche. Deux fois par année, Mediapulse récapitule l'essentiel des données de la recherche en ligne et les publie dans des rapports semestriels.

Au second semestre 2023, la recherche en ligne a mesuré l'utilisation de 100 offres Web, comprenant un total de 238 sites et apps. Ces offres ont atteint 2.7 millions de personnes par jour, ce qui représente un taux de pénétration quotidienne de 33%, compte tenu de l'ensemble de la population à partir de 3 ans. Au cours d'une semaine moyenne, le nombre d'utilisatrices et utilisateurs s'est élevé à plus de 4 millions et au cours d'un mois moyen à 4.8 millions.

### Utilisation des médias en ligne sur tout le marché suisse, groupe cible 3+ (valeurs cumulées)



Source : Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics) ; période : 1.7.2023 – 31.12.2023

Univers : 8'349'000 personnes

Base : population suisse 3+

Mesure de l'utilisation des sites Web et des apps participants sur tous les appareils

Les données d'utilisation des offres mesurées peuvent être ventilées et comparées entre elles selon différents critères, sur la base des Online Audience Data. Il apparaît ainsi que l'affinité pour les offres mesurées est légèrement plus grande chez les hommes (pénétration mensuelle : 58.4%) que chez les femmes (57.5%). Ou encore que la pénétration mensuelle dans le groupe d'âge des 50 à 59 ans (71%) est nettement plus élevée que dans le groupe des 15 à 29 ans (50%).

Le nombre d'utilisatrices et utilisateurs est stable tout au long des jours de la semaine. L'analyse de l'utilisation moyenne au fil de la journée montre que les médias en ligne sont consommés durant toute la journée, mais avec de nets pics d'utilisation tôt le matin (7 h), en milieu de journée (12 h) et le soir (de 17 h à 22 h). Il ressort en outre de l'examen du second semestre 2023 à l'échelle des journées que les valeurs quotidiennes les plus élevées ont été atteintes durant la vague de chaleur tardive de fin août – avec plus de 3 millions d'utilisatrices et utilisateurs les 23 et 24 août – ainsi que lors de deux événements politiques majeurs, à savoir les élections fédérales du 22 octobre et l'élection du Conseil fédéral du 13 décembre, chacun ayant été suivi par quelque 2.9 millions de personnes, qui sont restées sur la plateforme choisie pendant respectivement 27 et 28 minutes.

La recherche en ligne de Mediapulse mesure l'utilisation individuelle des offres en ligne (sites Web et apps) participant à la recherche, à l'aide d'un système de mesure hybride dans lequel les chiffres de consultation issus de la mesure du trafic sont combinés avec les données des utilisateurs provenant d'un panel de ménages. Est mesurée l'utilisation des médias en ligne par la population résidente à partir de 3 ans, quels que soient les appareils terminaux utilisés (ordinateurs, tablettes, smartphones) ainsi que le lieu de l'utilisation (au domicile ou hors domicile). Les données d'utilisation sont collectées en continu et publiées mensuellement dans les outils de marché concernés. Elles sont également récapitulées et publiées deux fois par année dans des [rapports semestriels](#).

## 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](http://www.mediapulse.ch)

Pour tout renseignement, veuillez vous adresser à :

**Tanja Hackenbruch**

CEO

[tanja.hackenbruch@mediapulse.ch](mailto:tanja.hackenbruch@mediapulse.ch)

+41 58 356 47 01



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Berne

Badenerstrasse 15  
8004 Zurich