

## La télévision atteint chaque jour 4,6 millions de téléspectatrices et téléspectateurs

**Berne, 19 janvier 2024 – Au second semestre 2023, les programmes des chaînes TV ont atteint quotidiennement 61 % de la population suisse, en direct ou en différé, et la durée d'utilisation moyenne extrapolée à l'ensemble de la population à partir de trois ans s'est élevée à 106 minutes par jour. C'est ce qui ressort des données d'audience TV collectées sur mandat de la Fondation Mediapulse.**

Au second semestre 2023, les offres des chaînes TV suisses et étrangères ont atteint 4,6 millions de téléspectatrices et téléspectateurs par jour en moyenne. Cela représente une pénétration nette de 61 %, compte tenu de toutes les personnes à partir de 3 ans vivant dans un ménage possédant un ou plusieurs téléviseurs. La moyenne de la pénétration quotidienne de la Suisse romande correspond à la moyenne nationale (61 %), tandis que la Suisse alémanique se situe, avec 60 %, juste en dessous. La Suisse italienne se distingue quant à elle comme la région linguistique ayant de loin la plus grande affinité TV, puisque la pénétration quotidienne y a atteint 70 %.

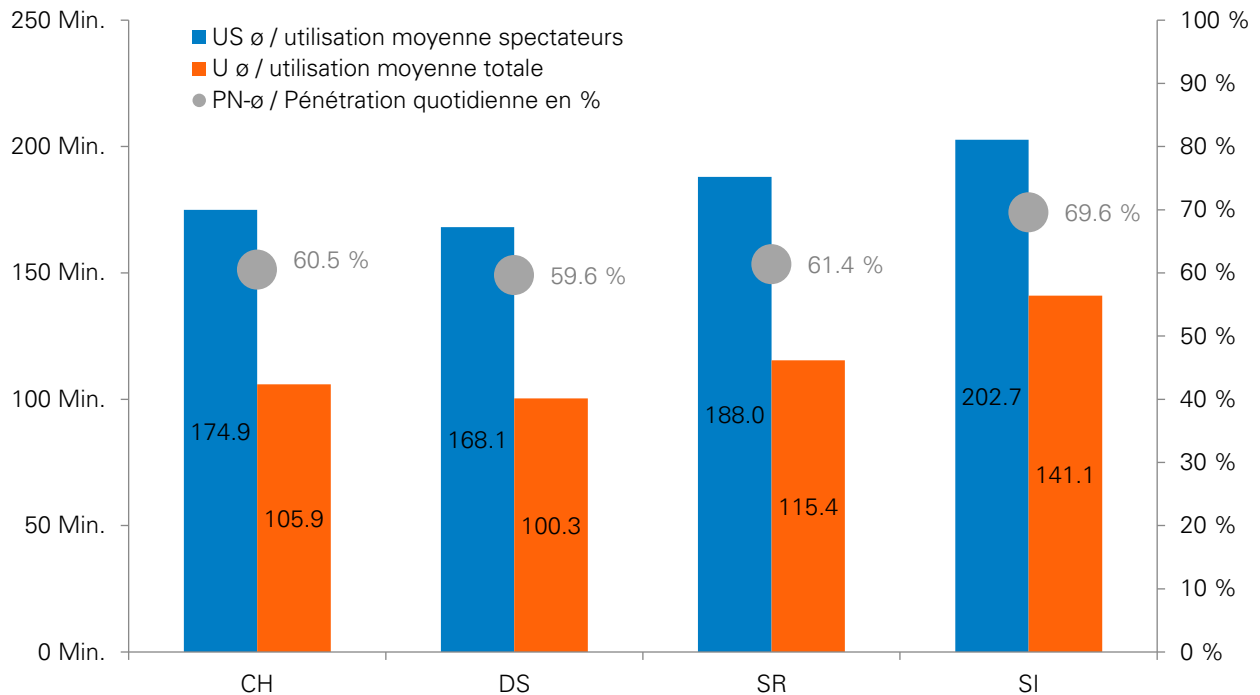
Ce classement des régions linguistiques vaut non seulement pour la pénétration, mais également pour la durée d'utilisation. Les téléspectatrices et téléspectateurs de Suisse italienne ont en effet passé 203 minutes par jour en moyenne à regarder la télévision, alors qu'en Suisse romande et en Suisse alémanique, la durée d'utilisation quotidienne, avec respectivement 188 et 168 minutes, a certes également été élevée, mais est restée nettement inférieure à celle mesurée dans le sud du pays.

L'extrapolation de la durée d'utilisation par téléspectatrice ou téléspectateur à l'ensemble de la population permet de calculer la durée d'utilisation de la télévision par habitante ou habitant. Au second semestre 2023, cette durée d'utilisation extrapolée a atteint 106 minutes sur le plan national, alors qu'au second semestre de l'année précédente – sous l'effet de la Coupe du monde de football au Qatar – elle était de 111 minutes. Elle a donc accusé un recul de 5 minutes entre le second semestre de 2022 et celui de 2023.

Durant cette même période, le taux de pénétration de la télévision a au contraire augmenté de quatre points de pourcentage, passant de 57 % à 61 %, ce qui représente une croissance de 334 000 téléspectatrices et téléspectateurs. Cette croissance a été observée dans les trois régions linguistiques, même si c'est dans des proportions différentes : cinq points de pourcentage en Suisse romande, six en Suisse italienne et quatre points en Suisse alémanique.

## Audience TV sur tout le marché suisse

Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par région linguistique



Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 1.7.2023-31.12.2023

Univers : 7'567'000 (CH) / 5'344'000 (Suisse alémanique [DS]) / 1'883'000 (Suisse romande [SR]) / 340'000 (Suisse italienne [SI]) personnes

Échantillon (base sample) : 4'397 / 2'345 / 1'411 / 642 (tous les groupes cibles avec invités)

TV total, 24h, lu-di, toutes les plateformes, overnight +7

La recherche TV menée par Mediapulse renseigne sur l'audience TV linéaire et en différé sur les appareils de télévision traditionnels. Une solution permettant de mesurer l'audience des offres TV sur d'autres terminaux est d'ores et déjà fonctionnelle, mais elle ne couvre pas encore l'intégralité de ces formes alternatives d'utilisation. C'est pourquoi ces données d'audience ne figurent pas dans la statistique du second semestre 2023.

Les autres résultats de la mesure de l'audience TV au second semestre 2023 sont à disposition sur le site Web de Mediapulse, sous ce [lien](#).

## Données d'audience Streaming et plateformes de vidéos

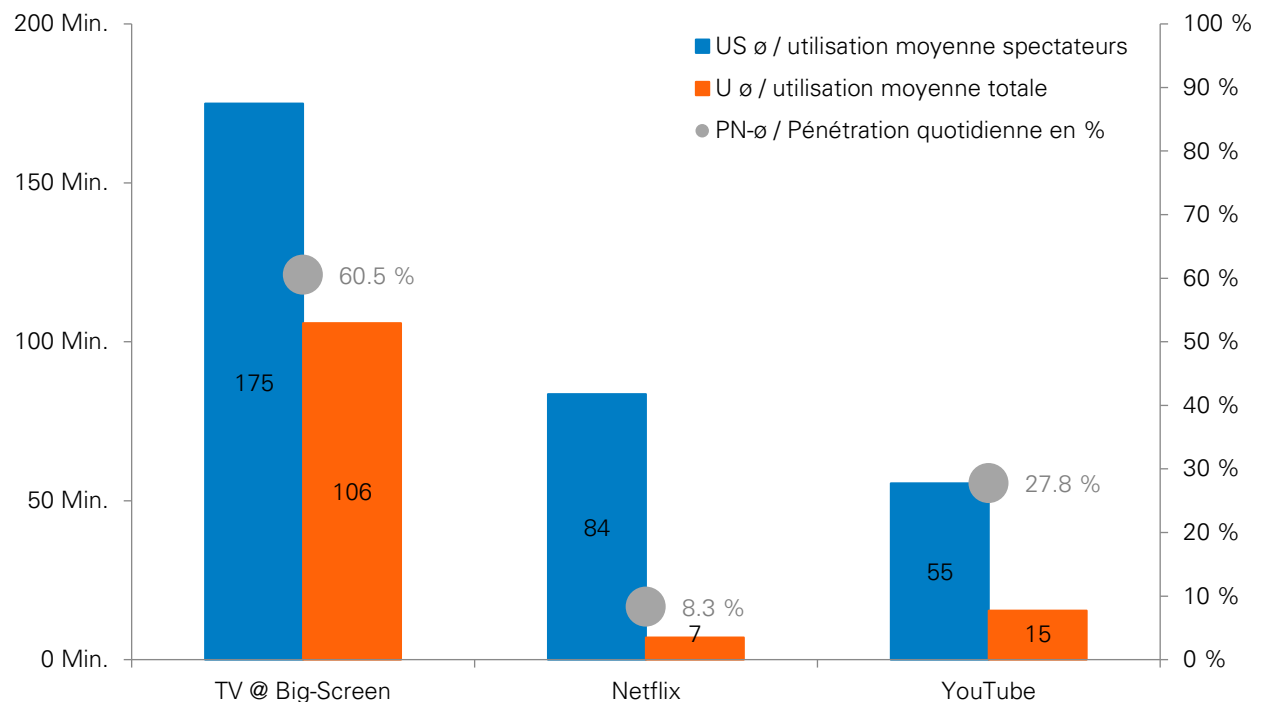
Depuis 2021, Mediapulse mesure la pénétration et la durée d'utilisation non seulement des offres TV, mais également des principales plateformes de vidéos et de streaming. Comme pour le reste de la recherche TV, la mesure du streaming est limitée à l'utilisation au domicile, mais tient compte des accès aux plateformes opérés sur tous les appareils du ménage compatibles Internet. Les résultats du second semestre 2023 confirment trois constats déjà faits les années précédentes : premièrement, parmi les plateformes mesurées, seules YouTube et Netflix affichent des taux de pénétration et des durées d'utilisation significatifs ; deuxièmement, lors d'un jour moyen, YouTube compte beaucoup plus d'utilisateurs que Netflix, mais les retient nettement moins longtemps que le prestataire de services de streaming ; troisièmement, les offres TV traditionnelles continuent de dominer le budget-temps consacré à la consommation d'images animées, puisqu'une part de plus de 80 % de la durée d'utilisation

extrapolée cumulée de la TV, de YouTube et de Netflix est à mettre sur le compte de la consommation de programmes TV, en direct ou en différé.

Les résultats précédents peuvent être consultés librement sur notre [site web](#). Depuis 2023, Mediapulse offre un accès payant aux Streaming Data via un tableau de bord.

## Comparaison de l'utilisation de la TV, de Netflix et de YouTube

Pénétration quotidienne et durée d'utilisation



Source: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), CH, individus 3+ (avec invités), Total TV, 1.7.2023-31.12.2023, lu-di 24h, PN-% / U [Minutes] / US [Minutes], toutes les plateformes, appareils TV, at home, overnight+7

Univers : 7'567'000 persone (3+)

Échantillon (base sample) : 4'397 (avec invités)

Source: Mediapulse Streaming Data (Instar Analytics), CH, individus 3+ (avec invités), Netflix / YouTube, 1.7.-24.8.2023 / 1.11.-31.12.2023, lu-di 24h, PN-% / U [Minutes] / US [Minutes], toutes les plateformes, appareils en ligne, at home, livestreaming

Univers : 7'567'000 persone (3+)

Échantillon (base sample) : 4'392 (avec invités)

## 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