

Publication semestrielle Online

2^e semestre 2023

25.01.2024

AG für Medienforschung
SA pour la recherche sur les médias
SA per la ricerca sui media
SA per la perscrutaziun da las medias
Corporation for Media Research

Résultats Online – 2^e semestre 2023

Au début de chaque semestre, Mediapulse publie – à titre de service gratuit – divers chiffres relatifs aux Online Audience Data du semestre précédent.

Table des matières

- Pénétration sur tout le marché suisse (3+) 4
- Caractéristiques structurelles du marché en ligne suisse 5
- En ligne au cours de la journée sur tout le marché suisse 6
- En ligne au cours du semestre sur tout le marché suisse 7
- Top 10 des brands en ligne 8
- Classement des réseaux en ligne 9
- Déroulement de la journée & pénétration sur tout le marché suisse (15+) 10



Brève description de la méthode

La recherche en ligne repose sur deux piliers méthodologiques : le panel médias et le tagging des offres des médias en ligne participants. Les Mediapulse Online Data offrent ainsi la possibilité de quantifier le trafic et l'utilisation des sites Web et apps participant à la recherche et de les structurer selon des critères liés aux contenus, d'ordre technique ou relatifs aux personnes.

- **Univers** : personnes à partir de 3 ans dans des ménages privés
- **Taille de l'univers** : ~ 8.3 millions de personnes
- **Taille de l'échantillon** : ~2'100 ménages, ~5'000 personnes, ~ 10'000 devices
- **Contexte d'utilisation** : Mesure de l'utilisation des sites Web et des apps participants sur tous les appareils (smartphone, tablette, ordinateur portable, PC). Structuration de la mesure en Traffic Data (mesure granulaire complète sur une base technique) et en Audience Data (pénétration et caractéristiques structurelles sur la base d'un panel ; les appareils à usage exclusivement professionnel (@work-only devices) ne sont pas mesurés).
- **Plus d'informations sur la méthode** : www.mediapulse.ch/online

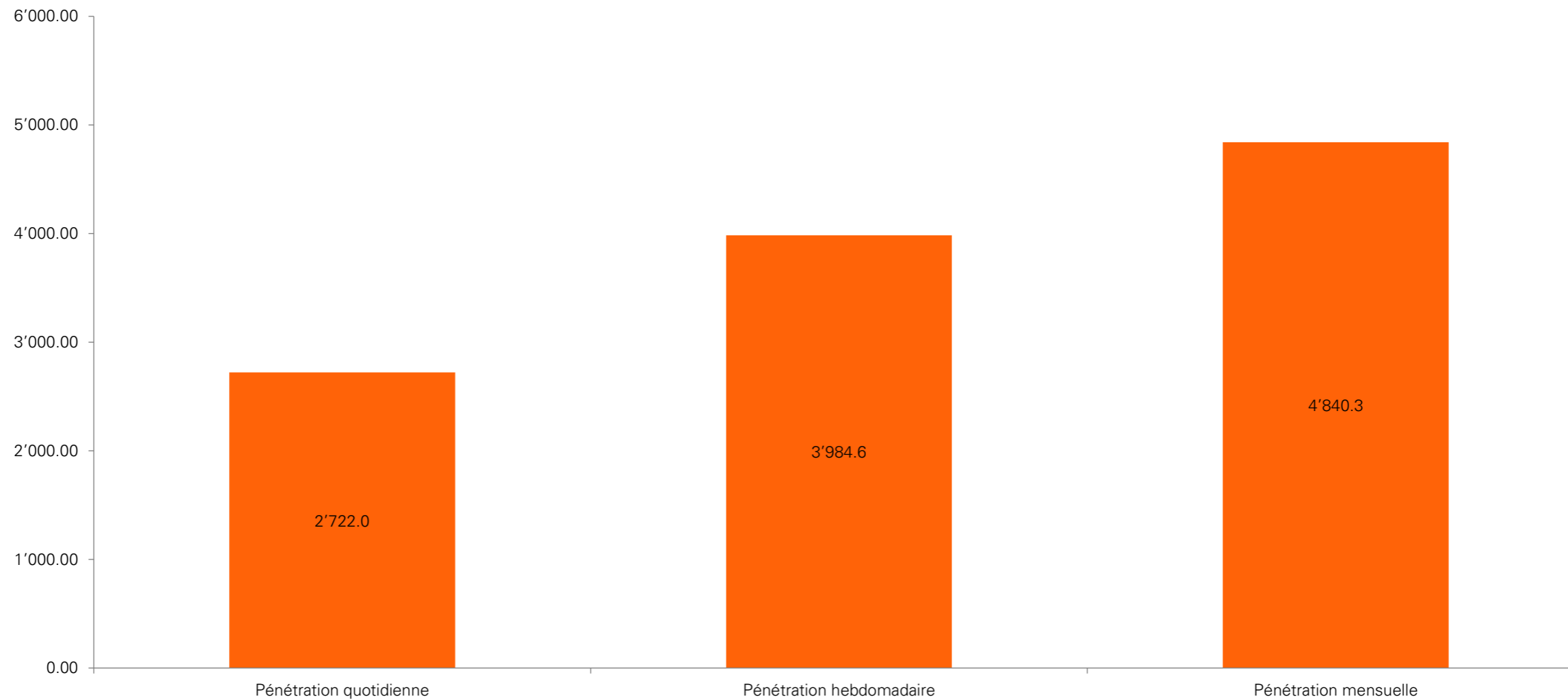




En ligne sur tout le marché suisse / Groupe cible 3+

∅ Pénétration quotidienne, hebdomadaire et mensuelle en milliers

Base : valeurs cumulées

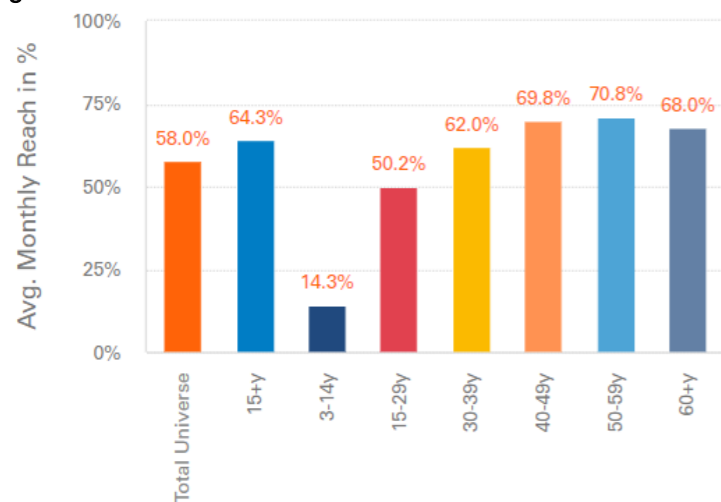




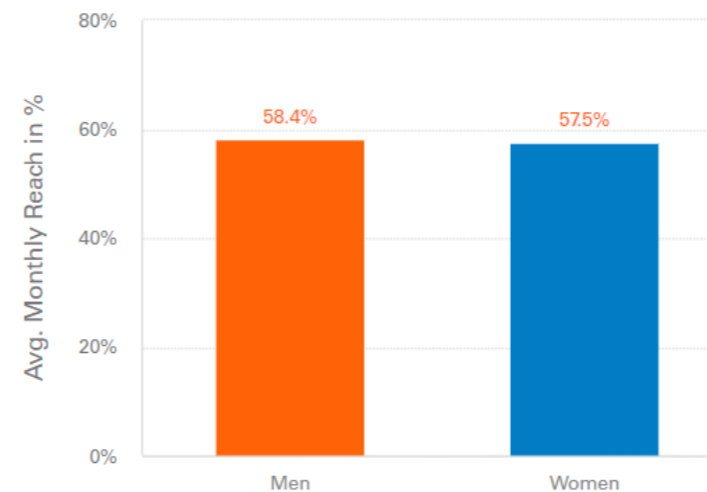
Caractéristiques structurelles du marché en ligne suisse

Caractéristiques structurelles en %

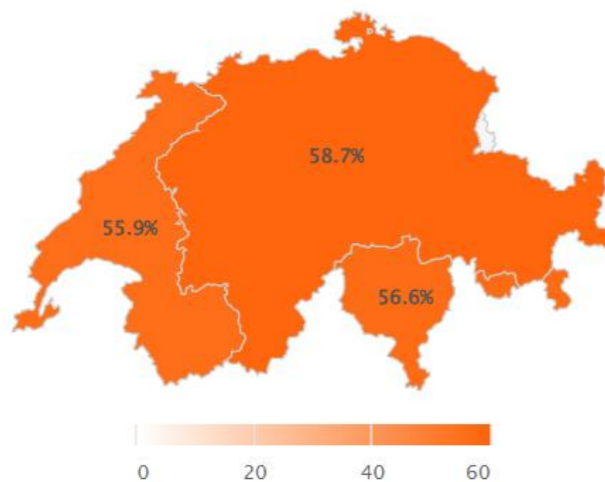
Âge



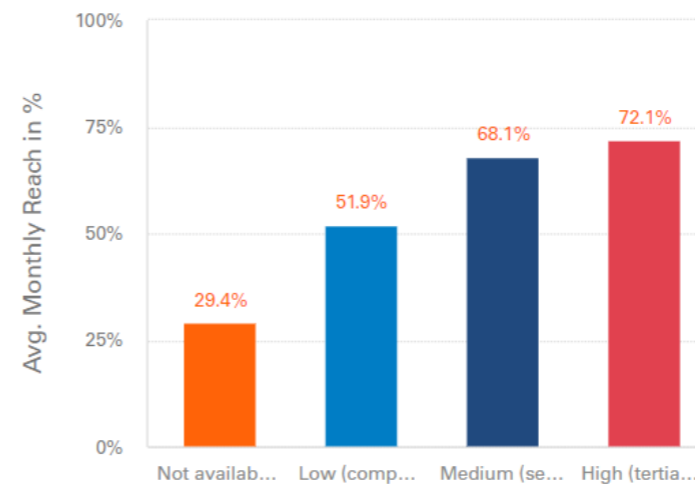
Sexe



Région



Formation achevée

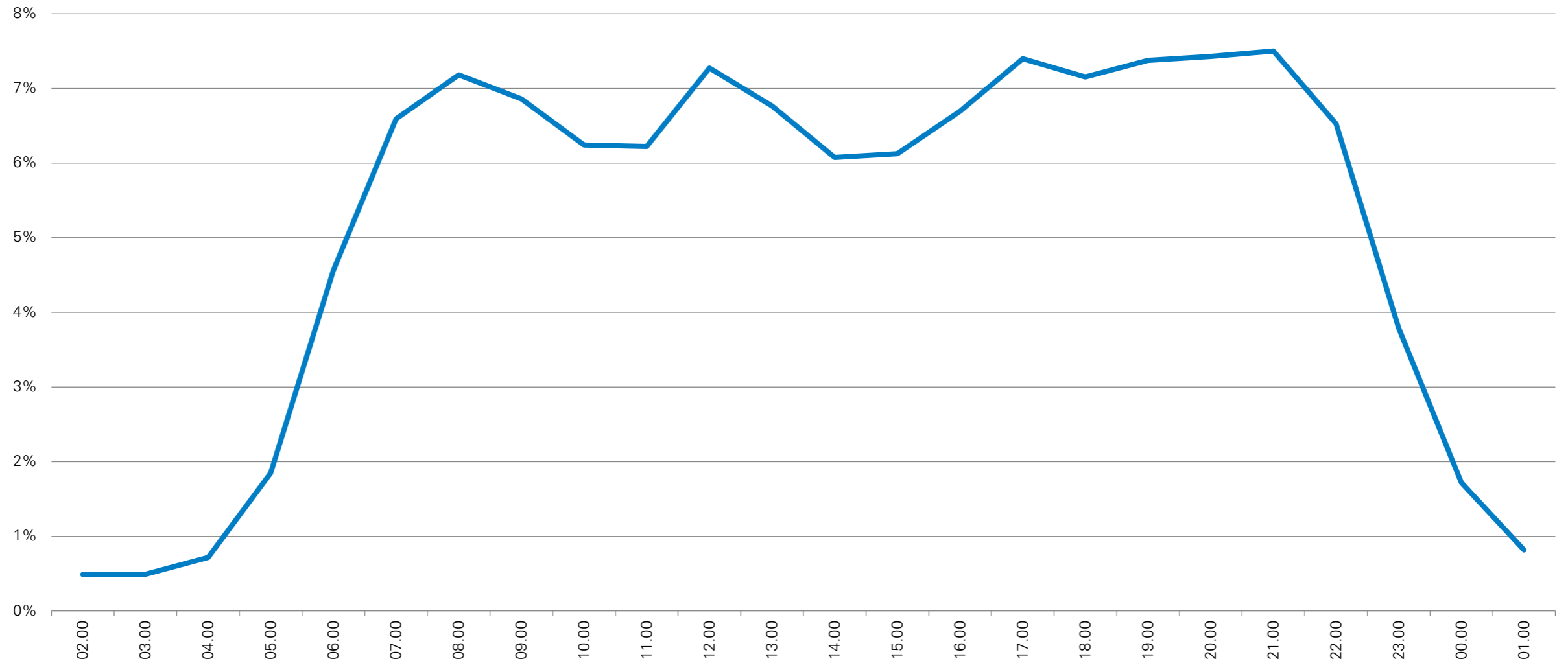




Source : Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics) ; période : 1.7.2023-31.12.2023
Univers : 8'349'000 personnes
Base : Suisse, population 3+, lu-di

En ligne au cours de la journée sur tout le marché

Pénétration nette horaire en % ; base : Ø pénétration nette quotidienne en %

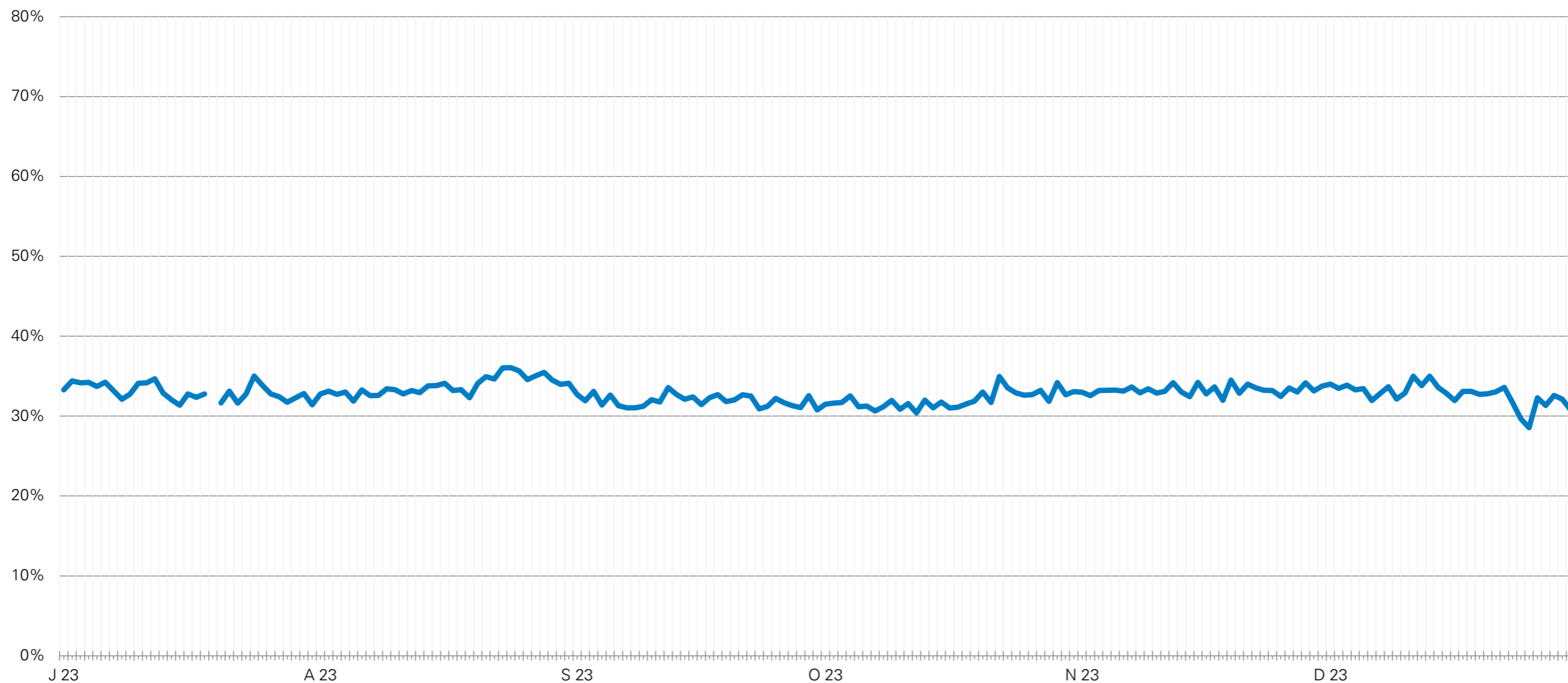




Source : Mediapulse Online Audience Data (Mediapulse Audience Analytics) ; période : 1.7.2023-31.12.2023
Univers : 8'349'000 personnes
Base : Suisse, population 3+

En ligne au cours du semestre sur tout le marché

Pénétration nette quotidienne en %, base : Ø pénétration nette quotidienne en %





Top 10 des brands en ligne

Ø pénétration nette quotidienne, hebdomadaire et mensuelle en % et en milliers

Brand	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
SRF	999.2	12.0%	1'872.4	22.4%	2'634.2	31.6%
20 Minuten	870.1	10.4%	1'450.4	17.4%	2'051.9	24.6%
Blick	657.1	7.9%	1'177.7	14.1%	1'761.2	21.1%
blue News	422.7	5.1%	892.6	10.7%	1'460.2	17.5%
20 Minutes	268.7	3.2%	482.7	5.8%	705.9	8.5%
RTS	209.7	2.5%	453.7	5.4%	758.0	9.1%
Tages-Anzeiger	197.2	2.4%	445.1	5.3%	823.8	9.9%
watson	185.6	2.2%	521.2	6.2%	1'012.0	12.1%
Le Matin	113.5	1.4%	258.0	3.1%	452.5	5.4%
Berner Zeitung	78.3	0.9%	221.2	2.6%	448.8	5.4%



Classement des réseaux en ligne

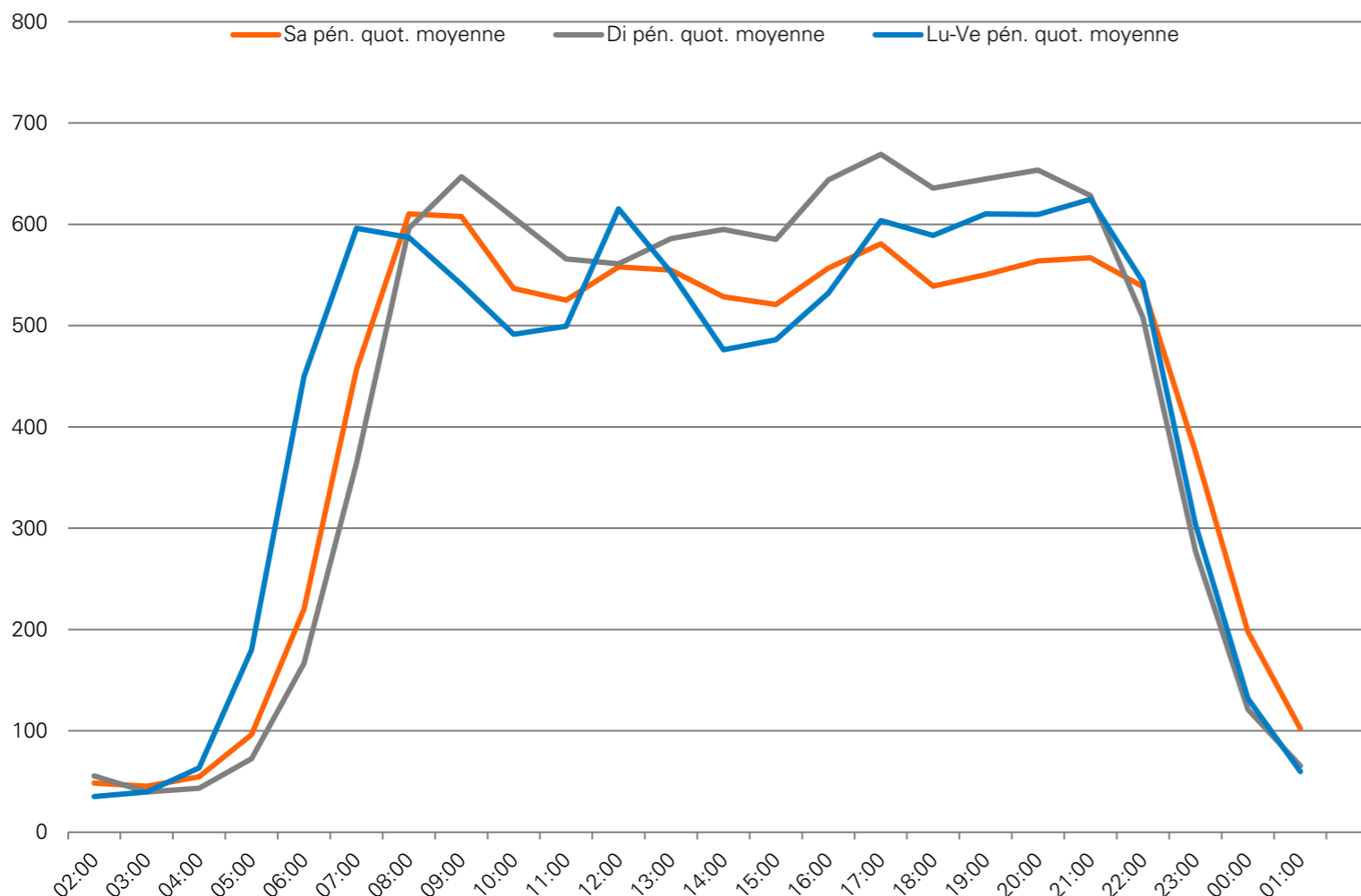
Ø pénétration nette quotidienne, hebdomadaire et mensuelle en % et en milliers

Network	Avg. Daily Reach in '000	Avg. Daily Reach in %	Avg. Weekly Reach in '000	Avg. Weekly Reach in %	Avg. Monthly Reach in '000	Avg. Monthly Reach in %
Goldbach Display Network	1'518.5	18.2%	2'509.8	30.1%	3'427.4	41.1%
Goldbach Video Network	1'514.3	18.1%	2'503.6	30.0%	3'420.9	41.0%
SRG SSR	1'230.5	14.7%	2'379.2	28.5%	3'464.1	41.5%
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	1'196.1	14.3%	2'038.3	24.4%	2'882.4	34.5%
Blick National	700.2	8.4%	1'317.6	15.8%	2'038.1	24.4%
Newsnet national	505.0	6.0%	1'108.3	13.3%	1'871.8	22.4%
Newsnet D-CH	321.2	3.8%	714.4	8.6%	1'234.8	14.8%
CH Media Publishing Netz	228.9	2.7%	668.6	8.0%	1'333.4	16.0%
watson national	213.5	2.6%	624.5	7.5%	1'294.7	15.5%
Tamedia Publications Romandes	187.8	2.2%	408.9	4.9%	671.9	8.0%
Newsnet F-CH	185.5	2.2%	402.2	4.8%	661.6	7.9%
Romandie Combi	91.7	1.1%	229.7	2.8%	430.6	5.2%
Newsnet Bern	91.0	1.1%	255.7	3.1%	516.6	6.2%
ESH Médias	83.8	1.0%	203.7	2.4%	382.5	4.6%
Das Wirtschaftsnetz	46.7	0.6%	126.2	1.5%	280.7	3.4%
Zürcher Regionalzeitung	32.0	0.4%	120.1	1.4%	294.4	3.5%
BNJ	31.8	0.4%	78.4	0.9%	160.1	1.9%
CH Media TV-Netzwerk (regional)	7.5	0.1%	42.7	0.5%	141.0	1.7%

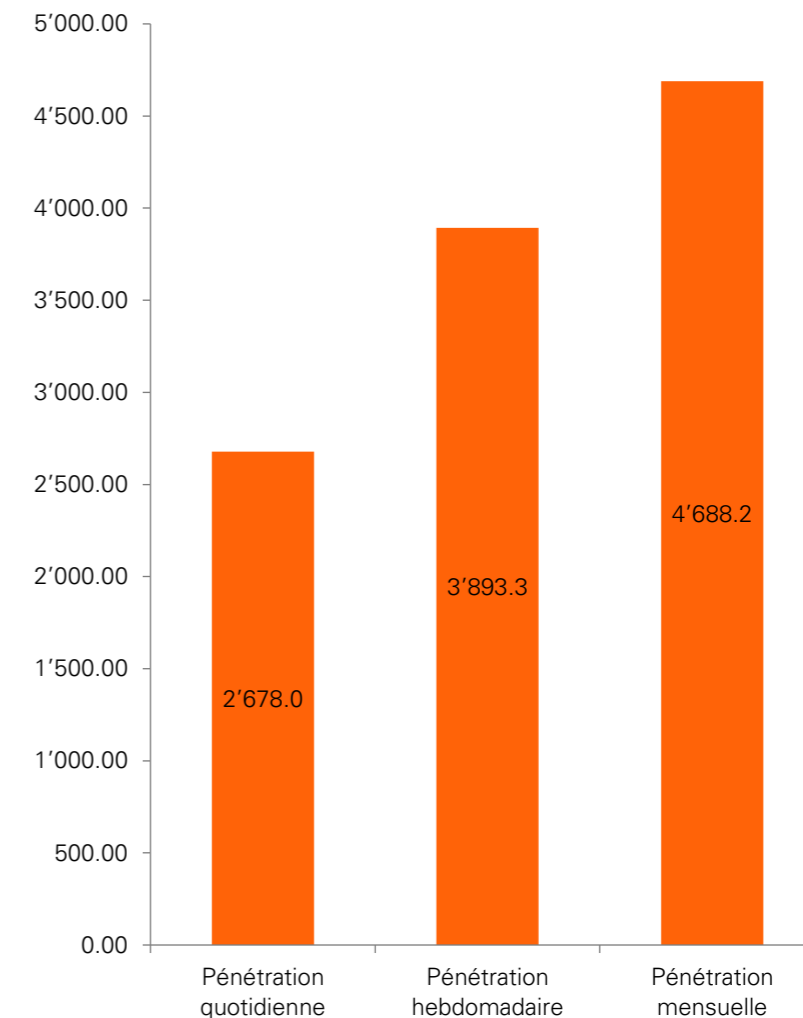


En ligne sur tout le marché suisse / Groupe cible 15+ pour comparaison

Déroulement de la journée, en milliers
 Base : pénétration quotidienne moyenne



Ø Pénétration quot., hebdo. et mensuelle en milliers
 Base : valeurs cumulées



Intervalle de confiance

Pour ses mesures et pour la publication des données, Mediapulse travaille avec des intervalles de confiance. L'interprétation des données doit donc se faire compte tenu de cette hypothèse.

Pourquoi ?

D'importants paramètres de l'univers de base (p. ex. des valeurs moyennes ou des pénétrations nettes) sont estimés sur la base d'un échantillon représentatif de cet univers. Or un échantillon ne fournit jamais des données tout à fait précises. Il ne livre que des valeurs approximatives – autrement dit s'approchant des valeurs réelles dans l'univers de base – et l'intervalle de confiance indique quelle est la précision de l'estimation avec une probabilité donnée.

Définition

«Intervalle aléatoire de valeurs calculé à partir d'un échantillon aléatoire en tant que résultat de l'estimation d'un intervalle de valeurs devant contenir un paramètre inconnu de l'univers de base avec une probabilité prédéfinie.» (Peter P. Eckstein, Repetitorium Statistik [traduction])

Ou en d'autres termes :

«L'intervalle de confiance correspond à l'intervalle dans lequel la valeur réelle se situe avec une forte probabilité calculable.» (Werner Wyss, Marktforschung von A-Z [traduction])

Intervalle de confiance 95 %

Pour calculer l'intervalle de confiance, il faut définir la probabilité avec laquelle on peut présumer que la valeur réelle se situe dans l'intervalle. Le niveau de confiance utilisé par Mediapulse comme probabilité est de 95%. Cette probabilité est également appelée coefficient de confiance. Si un intervalle de confiance de 95% est donné, on peut être sûr à 95% que la valeur réelle du paramètre se situe dans cet intervalle.

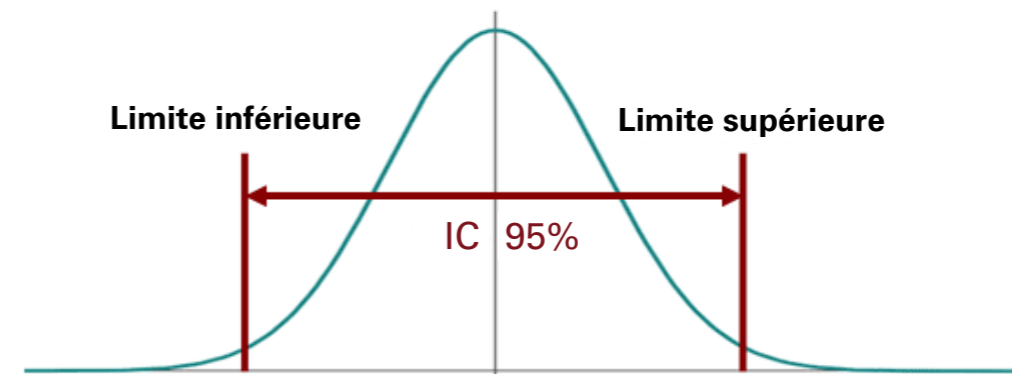
Calcul de l'intervalle de confiance (formule générale)

Pour calculer l'intervalle de confiance, il faut connaître la fonction de distribution du paramètre concerné (p. ex. la valeur moyenne) dans l'univers de base. Si l'on suppose que cette distribution est normale, l'intervalle de confiance pour la valeur moyenne est donné par la formule suivante:

$$IC \text{ pour } \mu = \bar{x} \pm z * \frac{s_x}{\sqrt{n-1}}$$

IC = intervalle de confiance, \bar{x} = valeur moyenne, \pm = limite supérieure / inférieure,

z = valeur z pour le niveau de confiance, s = écart-type, n = taille de l'échantillon



Informations complémentaires

À propos de la publication semestrielle

Mediapulse met à disposition trois publications semestrielles portant respectivement sur les chiffres d'audience radio, TV et en ligne.

À partir du 1^{er} janvier 2023, ces publications paraissent avec la périodicité suivante :

- Radio : 2^e semaine de janvier et 2^e de juillet ;
- TV : 3^e semaine de janvier et 3^e de juillet ;
- Online : 4^e semaine de janvier et 4^e de juillet.

Vous trouverez davantage d'informations sur la méthode et sur les données des publications semestrielles sur www.mediapulse.ch.

Autres publications

Outre les publications semestrielles Radio, TV et Online, Mediapulse est responsable des études suivantes :

- Streaming Data
- Time Use Study
- Establishment Survey

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

Des questions ? Nous sommes à votre disposition.

Mediapulse SA
info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11