

Au second semestre 2025, la télévision a atteint 4,4 millions de personnes par jour

Berne, 16 janvier 2026 – De juillet à décembre 2025, les programmes des chaînes TV suisses et étrangères ont atteint quotidiennement en Suisse 4,4 millions de personnes. Celles-ci les ont regardés pendant 170 minutes par jour en moyenne, que ce soit en direct ou en différé. C'est ce qui ressort des données sur la diffusion et l'utilisation de la télévision au second semestre 2025, collectées sur mandat de la Fondation Mediapulse.

Le chiffre absolu de 4,4 millions de téléspectatrices et téléspectateurs correspond à une pénétration quotidienne nette de 57 % parmi toutes les personnes à partir de 3 ans vivant dans un ménage disposant d'un téléviseur. Ce taux diffère cependant d'une région linguistique à l'autre : la pénétration quotidienne la plus élevée a été mesurée en Suisse italienne (SI) avec 66 %, contre 58 % en Suisse romande (SR) et 56 % en Suisse alémanique (DS).

La plus grande affinité pour la TV de la population italophone du pays est attestée empiriquement depuis de nombreuses années. Elle se reflète également dans la durée d'utilisation quotidienne du public TV, qui s'y est élevée à 200 minutes (utilisation moyenne par téléspectatrice ou téléspectateur). Avec respectivement 174 et 166 minutes par personne et par jour, les publics romand et alémanique passent donc nettement moins de temps devant la télévision.

Pour la Suisse dans son ensemble, cela donne, au second semestre 2025, une durée d'utilisation quotidienne de 170 minutes par téléspectatrice ou téléspectateur. Une part de 31 % de cette utilisation TV a eu lieu en différé par rapport à la diffusion originale des contenus regardés. Cela signifie que la consommation de programmes TV « à la demande » a atteint un nouveau sommet, mais montre également que pas loin de 70 % de l'utilisation TV a continué à avoir lieu en linéaire, c'est-à-dire au moment de la diffusion.

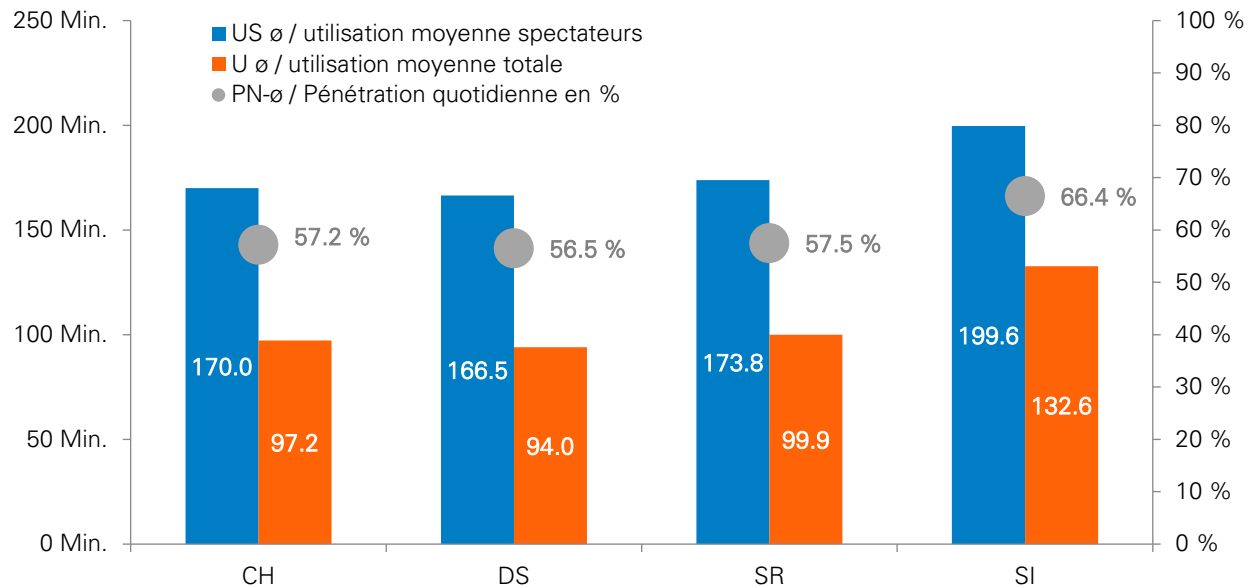
Par rapport au second semestre 2024, la durée d'utilisation par téléspectatrice ou téléspectateur est restée inchangée en Suisse alémanique, alors qu'elle a diminué de deux minutes en Suisse italienne et de quatre minutes en Suisse romande. Pour la Suisse dans son ensemble, il en résulte un recul d'une minute du volume d'utilisation TV total. Enfin, la pénétration quotidienne à l'échelle nationale s'est également inscrite à la baisse, puisqu'elle a perdu quatre points de pourcentage par rapport au second semestre 2024, passant de 61 % à 57 %.

La recherche TV placée sous la responsabilité de Mediapulse mesure ordinairement l'audience TV linéaire et en différé sur les appareils de télévision traditionnels (*Big Screens*). Toutefois, depuis janvier 2024, les données d'audience officielles comprennent également l'utilisation de contenus TV sur ordinateur, tablette électronique ou smartphone (*Small Screens*), mais uniquement pour les chaînes qui soutiennent cette recherche étendue et y prennent part.

Les autres résultats de la mesure de l'audience TV au second semestre 2025 sont à disposition sur le site Web de Mediapulse, sous ce [lien](#).

Audience TV sur tout le marché suisse

Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par région linguistique



SOURCE : MEDIAPULSE TV DATA (INSTAR ANALYTICS) ; PÉRIODE : 1.7.2025-31.12.2025
 UNIVERS : 7'693'000 (CH) / 5'451'000 (DS) / 1'899'000 (SR) / 343'000 (SI)
 ÉCHANTILLON (BASE SAMPLE) : 4'547 / 2'374 / 1'475 / 697 (TOUS LES GROUPES CIBLES AVEC INVITÉS)
 TV TOTAL, 24H, LU-DI, TOUTES LES PLATEFORMES, OVERNIGHT +7

À propos de Mediapulse

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche, 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.

Plus d'informations sur www.mediapulse.ch

Pour tout renseignement complémentaire,
veuillez vous adresser à :

Isabelle Waser

Head of Marketing & Communication

isabelle.waser@mediapulse.ch

+41 58 356 47 30



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Welpoststrasse 5
3015 Berne

Badenerstrasse 15
8004 Zurich