



Publication semestrielle

TV

2^e semestre 2025

16.01.2026

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 TV – 2^e semestre 2025

Au début de chaque semestre, Mediapulse publie – à titre de service gratuit – divers chiffres relatifs à la consommation de télévision du semestre précédent.

Table des matières

• Parts de marché 3+ par région linguistique	4
• Parts de marché 15-59 par région linguistique	7
• Parts de marché 15-49 par région linguistique	10
• Chaînes régionales concessionnaires	13
• Déroulement de la journée et pénétration sur tout le marché suisse	17



Brève description de la méthode

La recherche sur l'audience TV en Suisse repose sur un système de mesure TV hybride, dans lequel la recherche basée sur le panel TV est enrichie par les données provenant des boîtiers adaptateurs numériques (set top boxes). Le système de mesure TV hybride accroît la granularité des données d'audience TV.

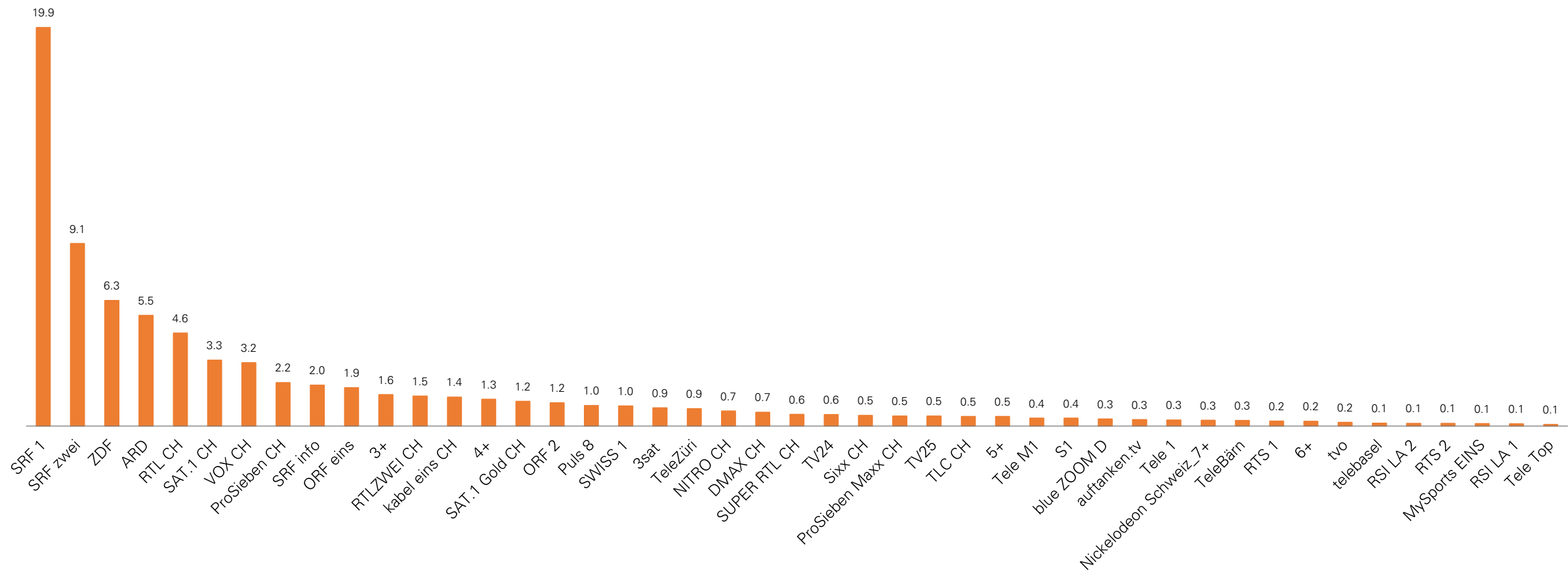
- **Univers** : personnes à partir de 3 ans dans des ménages privés avec au moins un téléviseur
- **Taille de l'univers** : ~ 7,7 millions de personnes
- **Taille de l'échantillon** : 4 547 personnes | 2 031 ménages
- **Méthode** : mesure technique continue sur la base des technologies audiomatching (offres TV) ou router meter (offres de streaming / vidéos), ainsi que données des set top boxes
- **Contexte d'utilisation** : La recherche TV placée sous la responsabilité de Mediapulse mesurait auparavant l'audience TV linéaire et en différé sur les appareils de télévision traditionnels (*Big Screen devices*) uniquement. Depuis janvier 2024, les données d'audience officielles comprennent également l'utilisation de contenus TV sur ordinateur, tablette électronique ou smartphone (*Small Screen devices*).
- **Plus d'informations sur la méthode** : <https://www.mediapulse.ch/fr/produits/tv-data/>





Parts de marché en Suisse alémanique

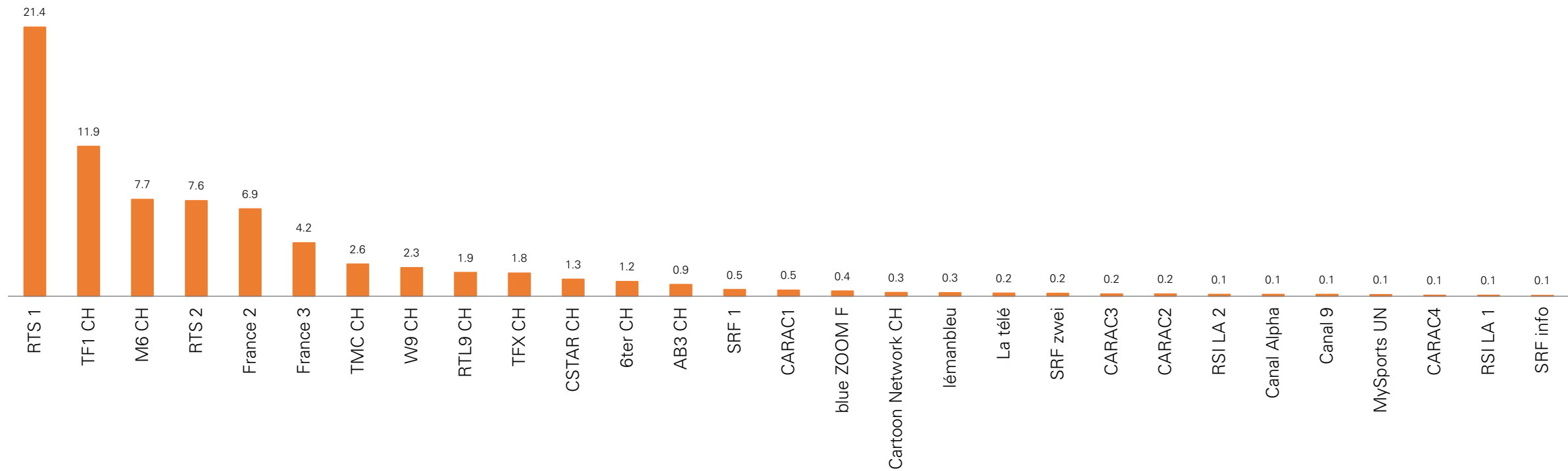
Personnes 3+ (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse romande

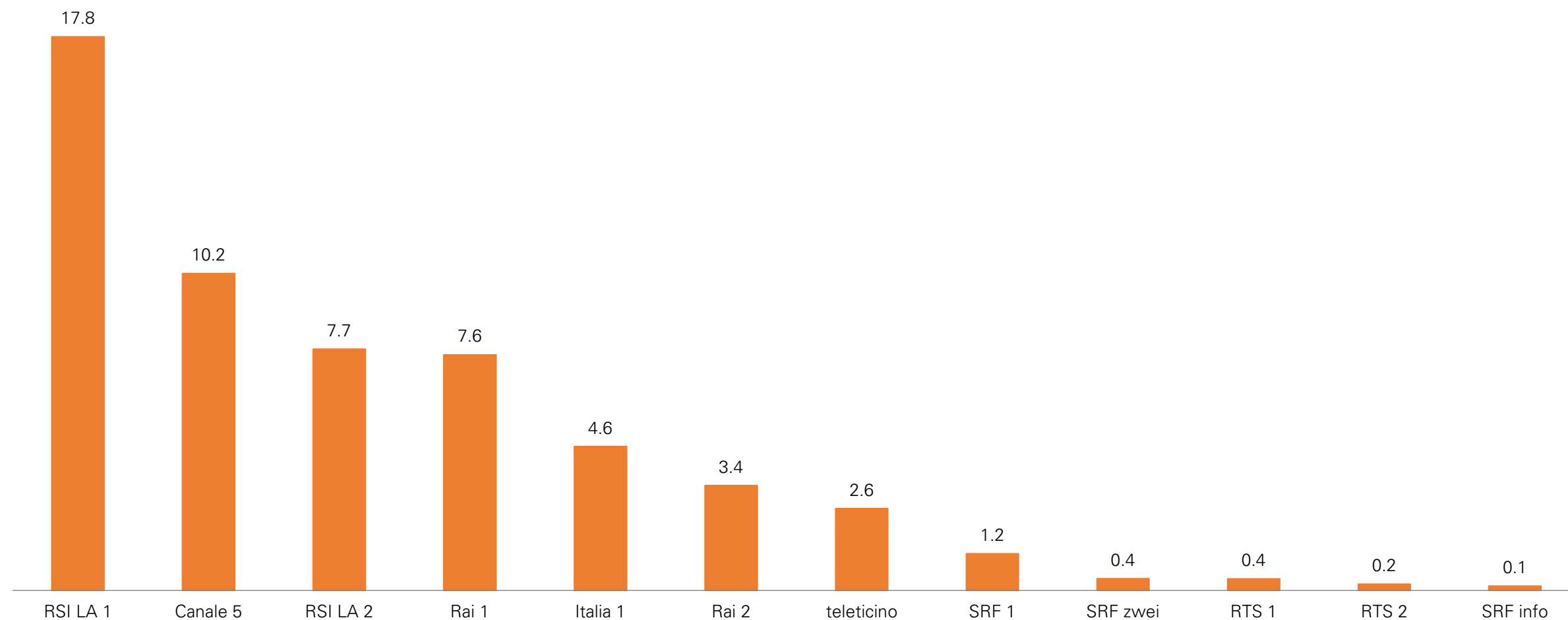
Personnes 3+ (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse italienne

Personen 3+ (inkl. Gästen), in Prozent



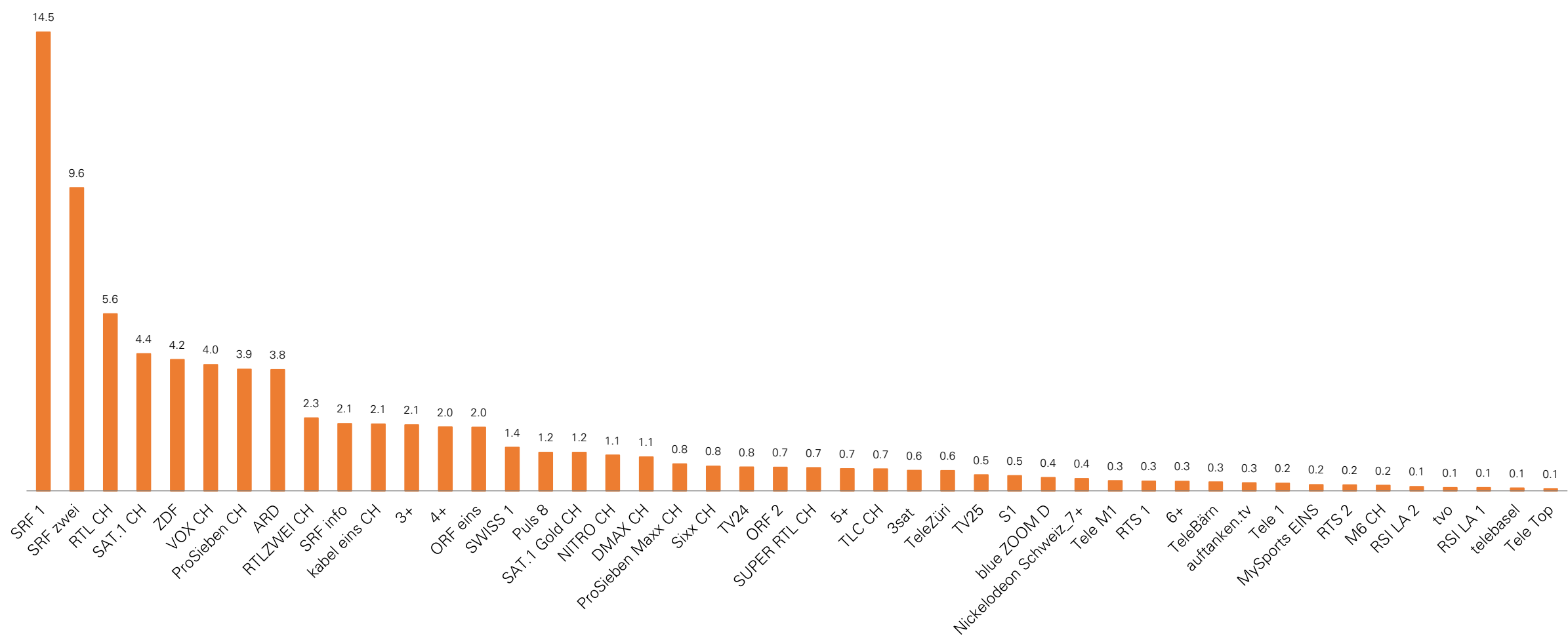


Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 1.7.2025 - 31.12.2025
Univers : 3'265'000 personnes
Échantillon (base sample) : 1'139, lu-di, toutes les plateformes, overnight +7
Chaînes non mentionnées : part de marché = 20.3



Parts de marché en Suisse alémanique

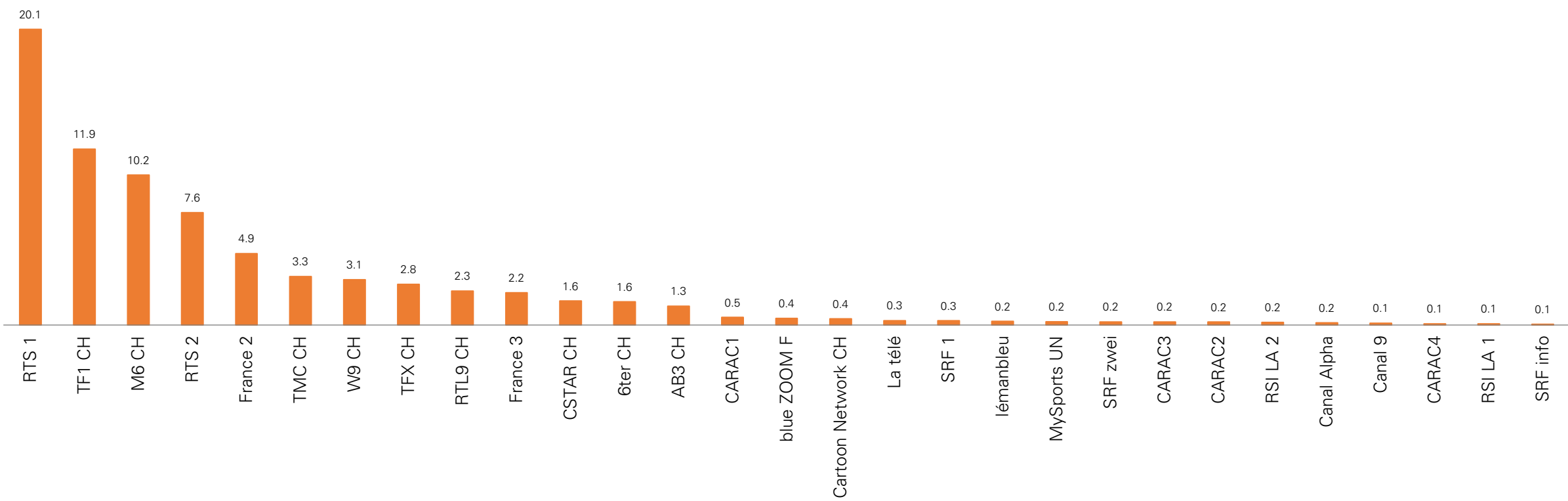
Personnes 15-59 (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse romande

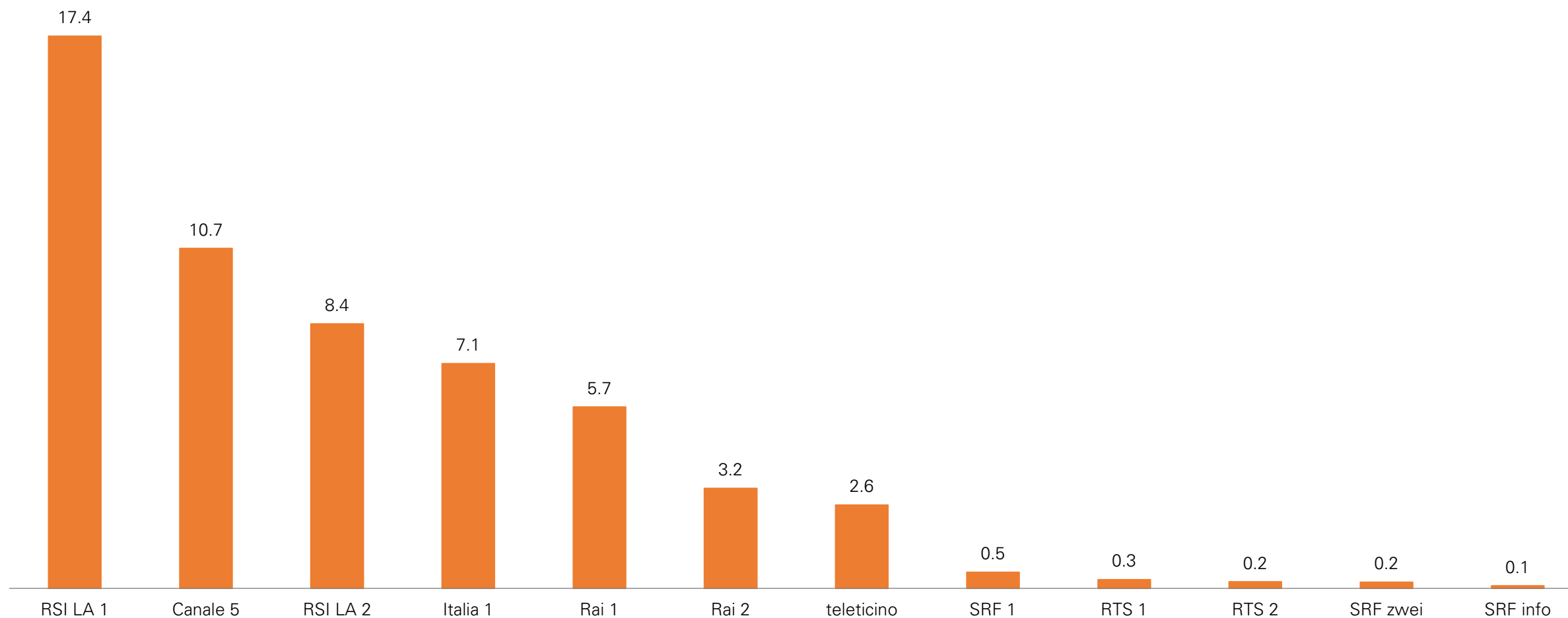
Personnes 15-59 (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse italienne

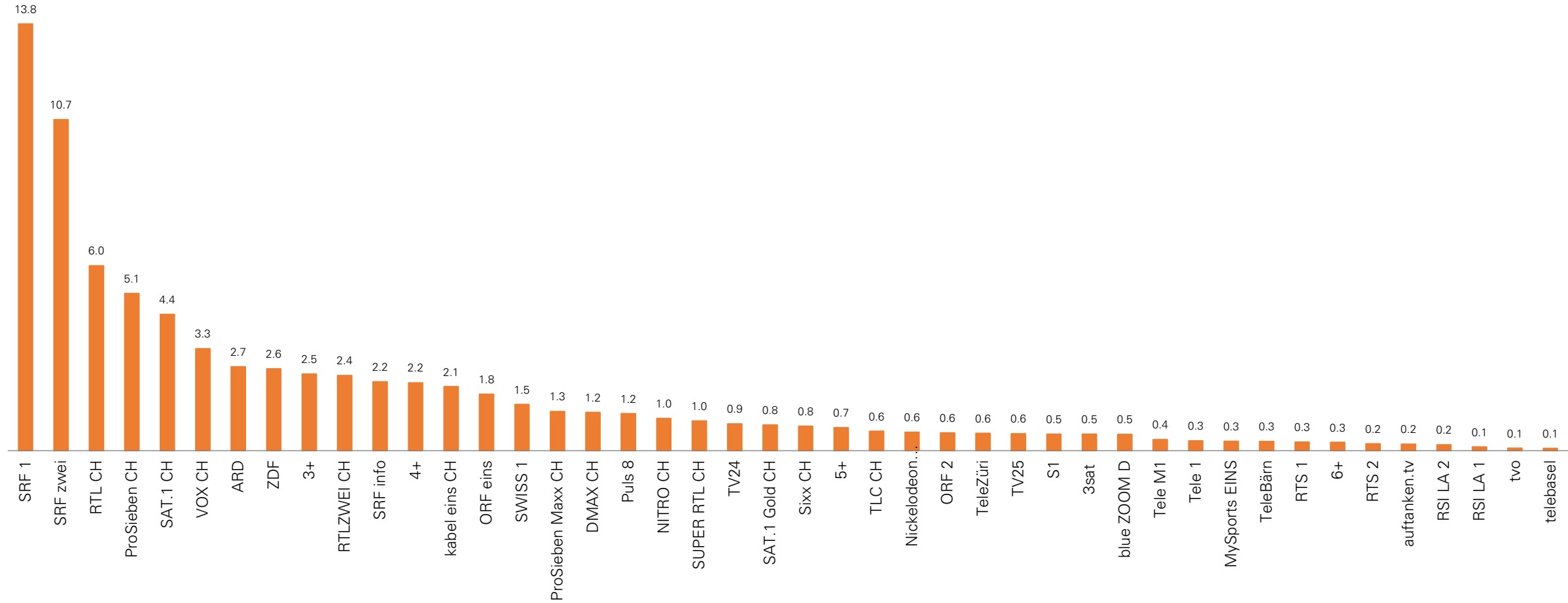
Personnes 15-59 (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse alémanique

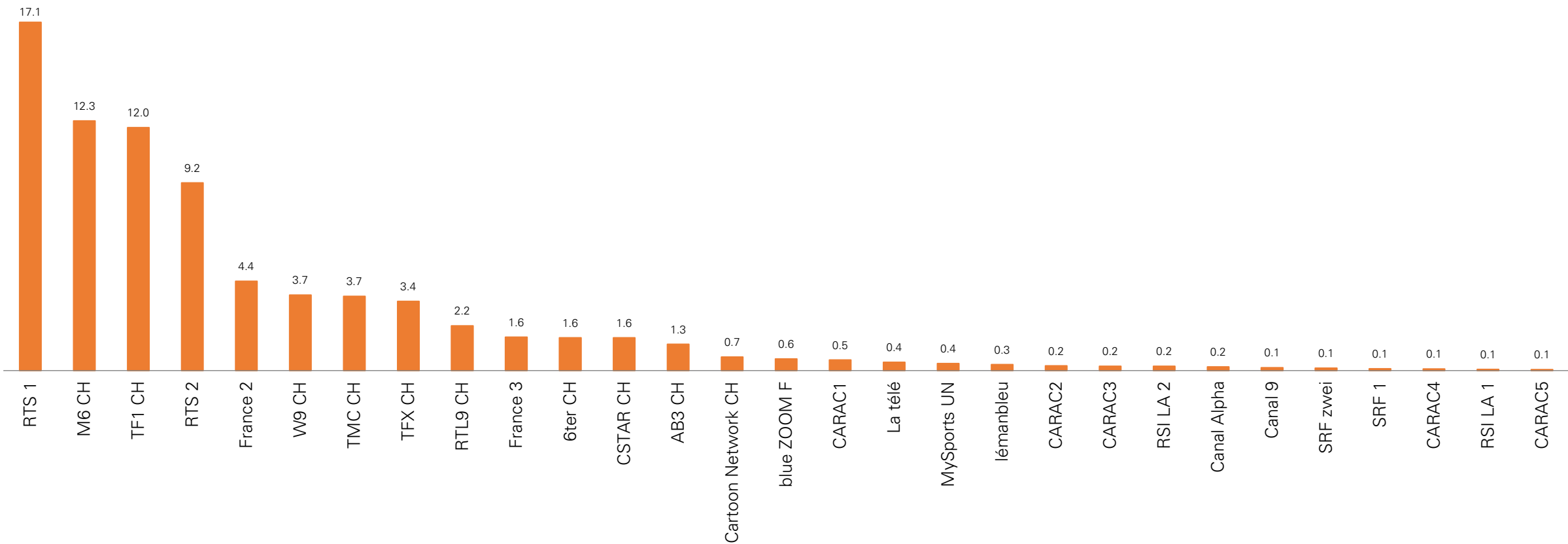
Personnes 15-49 (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse romande

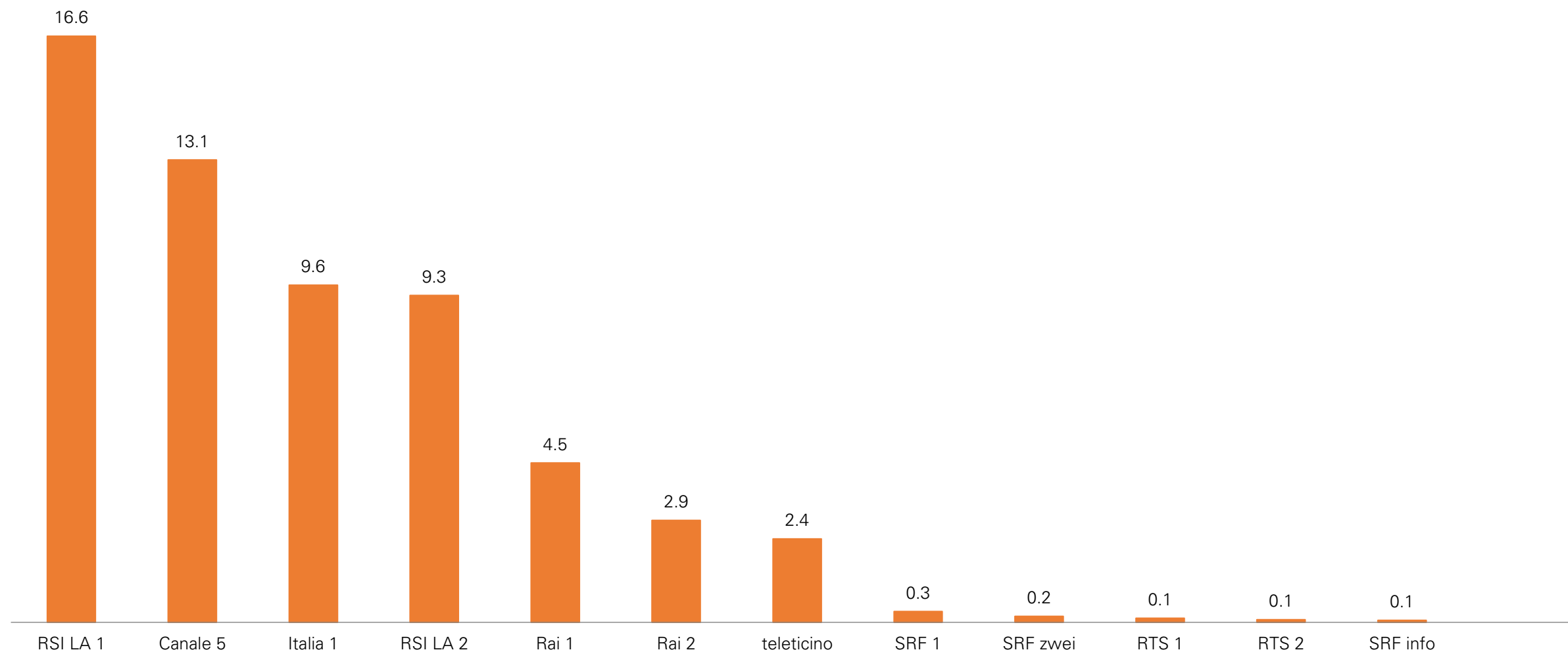
Personnes 15-49 (avec invités), en %





Parts de marché en Suisse italienne

Personnes 15-49 (avec invités), en %





Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 1.7.2025 - 31.12.2025
Échantillon : total personnes 3+ (avec invités), 24h, lu-di, toutes les plateformes, overnight +7, dans leur zone de concession et région linguistique

Chaînes de télévision régionales titulaires d'une concession – Zone de desserte

Zone de desserte		Personnes 3+ (avec invités) dans la zone de desserte					
Chaîne régionale	Zone de desserte	Taille	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM-%
TeleBärn	Berne	933'000	[+/- 1.6]	7.3	67.9	14.3	1.1
Tele M1	Argovie-Soleure	928'000	[+/- 2.5]	11.0	101.9	16.6	1.9
Tele Top	Zurich-Suisse du nord-est	1'692'000	[+/- 0.8]	2.2	36.6	6.5	0.2
teleticino	Tessin	343'000	[+/- 1.7]	15.2	52.1	23.0	2.6
lémanbleu	Genève	524'000	[+/- 1.1]	4.0	21.0	13.7	0.6
TeleBilingue	Biel/Bienne	258'000	[+/- 1.0]	2.6	6.6	8.8	0.2
telebasel	Bâle	527'000	[+/- 2.8]	8.2	43.2	11.0	0.8
tvo	Suisse orietale	793'000	[+/- 1.9]	6.3	49.8	14.5	1.1
La télé	Vaud-Fribourg	995'000	[+/- 0.7]	3.4	33.4	10.4	0.3
TSO	Suisse sud-orientale	270'000	[+/- 1.9]	4.1	11.0	9.1	0.4
Tele 1	Suisse centrale	756'000	[+/- 2.5]	9.6	72.8	15.3	1.5
Canal 9	Valais	360'000	[+/- 2.6]	7.4	26.5	9.4	0.6
Canal Alpha	Arc jurassien	279'000	[+/- 1.8]	5.6	15.7	8.4	0.6

Légende
PN-% : Pénétration nette en %
PN-M : Pénétration nette en 1000
US [min] : Utilisation en minutes (spectateurs)
PDM : Part de marché en %



Chaînes de télévision régionales titulaires d'une concession – Région linguistique

Région linguistique		Personnes 3+ (avec invités) dans la région linguistique					
Chaîne régionale	Région linguistique	Taille	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM-%
TeleBärn	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.4]	2.6	143.1	9.7	0.3
Tele M1	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.6]	3.1	166.4	11.8	0.4
Tele Top	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.3]	1.3	73.2	5.2	0.1
teleticino	Suisse italienne	343'000	[+/- 1.7]	15.2	52.1	23.0	2.6
lémanbleu	Suisse romande	1'899'000	[+/- 0.5]	2.9	55.1	9.2	0.3
TeleBilingue	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.2]	0.7	38.7	3.5	0.0
TeleBilingue	Suisse romande	1'899'000	[+/- 0.2]	0.8	15.5	4.4	0.0
telebasel	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.4]	2.0	108.1	6.2	0.1
tvo	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.4]	1.9	101.2	9.0	0.2
La télé	Suisse romande	1'899'000	[+/- 0.4]	2.6	49.9	9.2	0.2
TSO	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.2]	1.0	56.5	4.3	0.0
Tele 1	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.4]	2.6	143.7	10.4	0.3
Canal 9	Suisse alémanique	5'451'000	[+/- 0.2]	0.8	43.3	5.1	0.0
Canal 9	Suisse romande	1'899'000	[+/- 0.5]	2.5	46.8	5.5	0.1
Canal Alpha	Suisse romande	1'899'000	[+/- 0.5]	2.5	47.2	5.7	0.1

Légende
PN-% : Pénétration nette en %
PN-M : Pénétration nette en 1000
US [min] : Utilisation en minutes (spectateurs)
PDM : Part de marché en %



Chaînes de télévision régionales titulaires d'une concession – Zone de desserte

Zone de desserte		Personnes 15+ (avec invités) dans la zone de desserte					
Chaîne régionale	Zone de desserte	Taille	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM-%
TeleBärn	Berne	803'000	[+/- 1.9]	8.3	66.6	14.4	1.2
Tele M1	Argovie-Soleure	825'000	[+/- 2.9]	12.1	100.2	16.7	2.0
Tele Top	Zurich-Suisse du nord-est	1'481'000	[+/- 0.9]	2.4	36.3	6.5	0.2
teleticino	Tessin	306'000	[+/- 1.9]	16.3	49.8	23.1	2.6
lémanbleu	Genève	483'000	[+/- 1.1]	4.3	20.6	13.6	0.5
TeleBilingue	Biel/Bienne	221'000	[+/- 1.2]	2.9	6.4	8.8	0.2
telebasel	Bâle	480'000	[+/- 2.8]	8.9	42.6	11.1	0.8
tvo	Suisse orietale	678'000	[+/- 2.3]	7.2	48.7	14.7	1.1
La télé	Vaud-Fribourg	865'000	[+/- 0.8]	3.7	32.0	10.4	0.3
TSO	Suisse sud-orientale	239'000	[+/- 2.2]	4.5	10.6	9.3	0.4
Tele 1	Suisse centrale	665'000	[+/- 2.9]	10.7	70.9	15.4	1.5
Canal 9	Valais	313'000	[+/- 3.0]	8.3	25.9	9.5	0.6
Canal Alpha	Arc jurassien	226'000	[+/- 2.3]	6.7	15.2	8.5	0.6

Légende
PN-% : Pénétration nette en %
PN-M : Pénétration nette en 1000
US [min] : Utilisation en minutes (spectateurs)
PDM : Part de marché en %



Chaînes de télévision régionales titulaires d'une concession – Région linguistique

Région linguistique		Personnes 15+ (avec invités) dans la région linguistique					
Chaîne régionale	Région linguistique	Taille	VI 95% NRw-%	PN-%	PN-M	US (min)	PDM-%
TeleBärn	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.5]	2.9	140.6	9.8	0.3
Tele M1	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.6]	3.4	163.6	11.9	0.4
Tele Top	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.3]	1.5	72.3	5.2	0.1
teleticino	Suisse italienne	306'000	[+/- 1.9]	16.3	49.8	23.1	2.6
lémanbleu	Suisse romande	1'648'000	[+/- 0.5]	3.2	53.5	9.1	0.3
TeleBilingue	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.2]	0.8	37.9	3.4	0.0
TeleBilingue	Suisse romande	1'648'000	[+/- 0.2]	0.9	15.1	4.3	0.0
telebasel	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.4]	2.2	106.4	6.3	0.1
tvo	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.4]	2.1	99.3	9.1	0.2
La télé	Suisse romande	1'648'000	[+/- 0.5]	2.9	48.1	9.2	0.2
TSO	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.2]	1.2	55.1	4.4	0.0
Tele 1	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.5]	2.9	140.2	10.5	0.3
Canal 9	Suisse alémanique	4'779'000	[+/- 0.2]	0.9	42.6	5.1	0.0
Canal 9	Suisse romande	1'648'000	[+/- 0.6]	2.8	45.7	5.5	0.1
Canal Alpha	Suisse romande	1'648'000	[+/- 0.6]	2.8	46.1	5.7	0.1

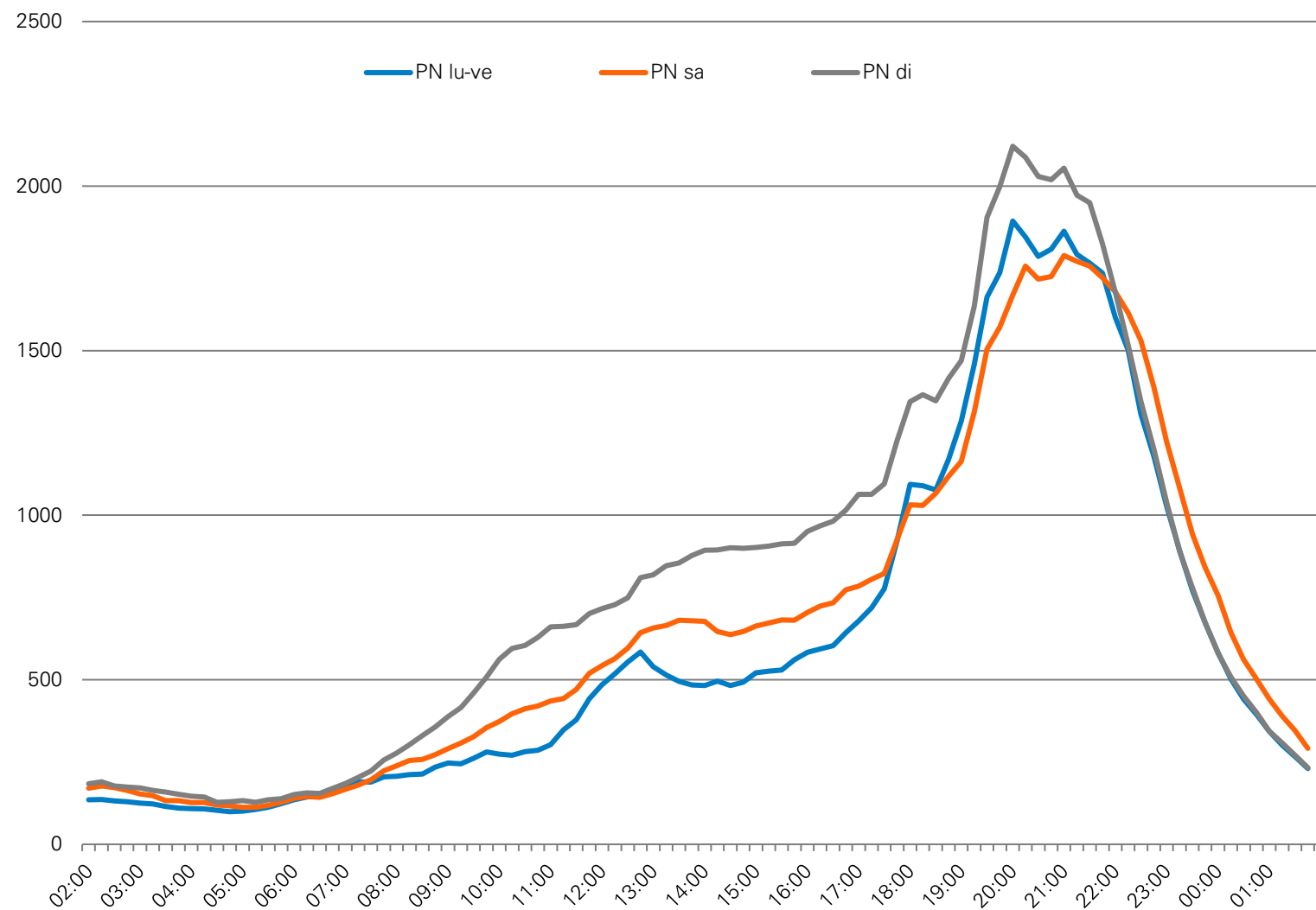
Légende
PN-% : Pénétration nette en %
PN-M : Pénétration nette en 1000
US [min] : Utilisation en minutes (spectateurs)
PDM : Part de marché en %



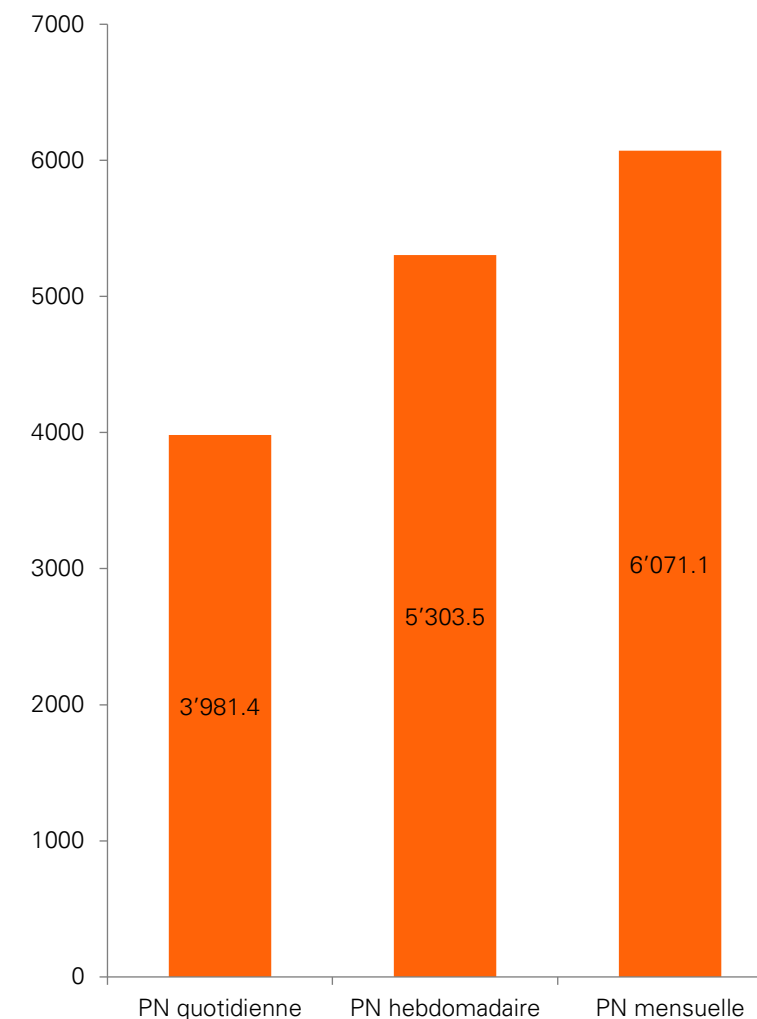
Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 1.7.2025 - 31.12.2025
Univers : 6'734'000 personnes
Échantillon (base sample) : 3'945 (lu-di), 3'939 (lu-ve), 3'954 (sa), 3'967 (di); groupe cible 15+ (avec invités)
TV total, 24h, lu-di, toutes les plateformes, overnight +7

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

ø Déroulement de la journée en '000



ø Pénétration quotidienne, hebdomadaire et mensuelle en milliers



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.

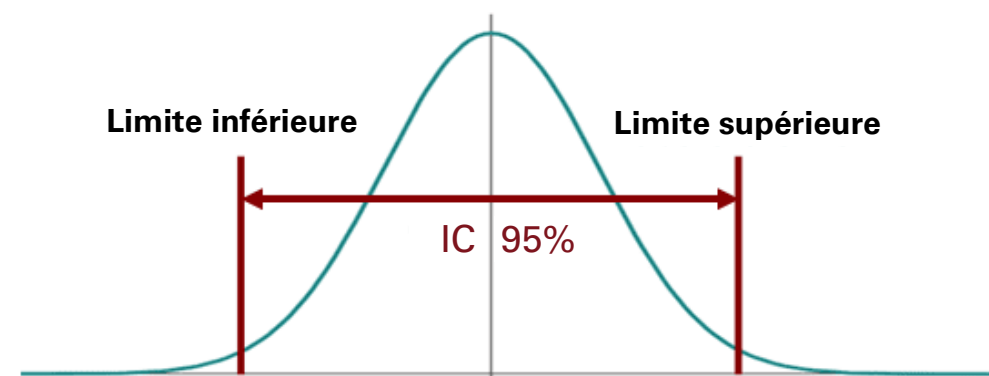
Calcul de l'intervalle de confiance (formule générale)

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 deux publications semestrielles portant respectivement sur les chiffres d'audience radio et TV.

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

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 et TV, Mediapulse est responsable des études suivantes :

- TV Streaming Data
- Radio Streaming Data
- Establishment Survey
- Rapport Big Screen Data

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 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.

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