

Audience TV stable à un niveau élevé

Berne, 17 juillet 2026 – Au premier semestre 2026, les programmes des chaînes TV suisses et étrangères ont atteint quotidiennement 4,6 millions de personnes. Celles-ci les ont regardés pendant 175 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 en Suisse, collectées sur mandat de la Fondation Mediapulse.

Le chiffre absolu de 4,6 millions de téléspectatrices et téléspectateurs correspond à une pénétration quotidienne de 59 % parmi toutes les personnes à partir de 3 ans vivant dans un ménage disposant d'un téléviseur. Par rapport au premier semestre 2025, cette pénétration présente une légère diminution d'un point de pourcentage. Cette tendance au recul a touché les trois régions linguistiques du pays dans une mesure comparable. La pénétration quotidienne s'est ainsi établie à 58 % en Suisse alémanique et à 59 % en Suisse romande. En Suisse italienne, elle a comme d'habitude dépassé la moyenne nationale pour atteindre 69 %.

La plus grande affinité pour la TV observée dans le sud du pays se mesure non seulement à la taille relative du public TV, mais également au volume d'utilisation : les personnes qui ont regardé la télévision en Suisse italienne l'ont fait pendant 205 minutes par jour en moyenne. Cette valeur est nettement plus élevée que dans les autres régions linguistiques, puisqu'elle est de 179 minutes en Suisse romande et de 172 minutes en Suisse alémanique. Pour la Suisse dans son ensemble, cela donne, au premier semestre 2026, une durée d'utilisation moyenne de 175 minutes – soit près de trois heures – par téléspectatrice et téléspectateur et par jour. Ce chiffre correspond à celui du premier semestre 2025 et témoigne donc de la stabilité de la durée d'utilisation de la télévision.

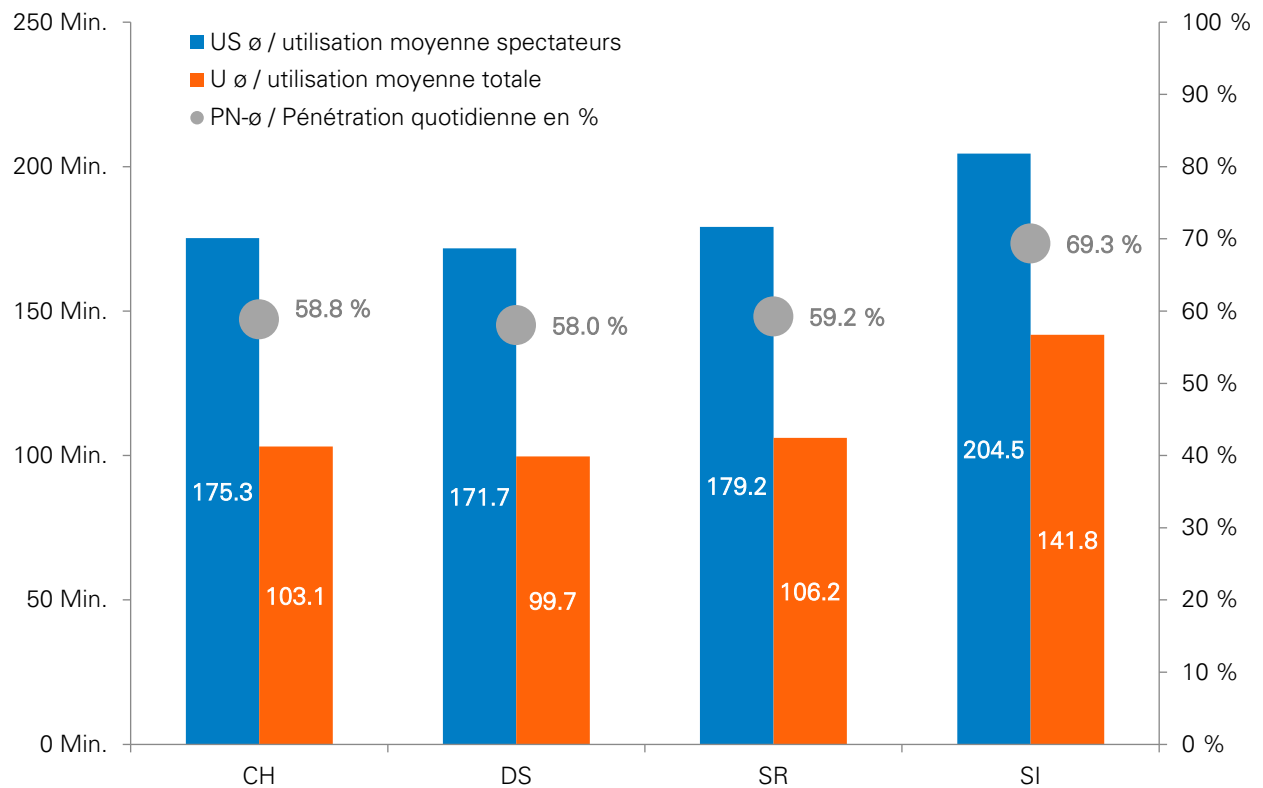
La part de l'utilisation TV totale qui a eu lieu en différé s'est élevée à 31 %, ce qui signifie que près de sept minutes d'utilisation sur dix ont été passées à regarder les programmes en direct, c'est-à-dire au moment de leur diffusion. La part de l'utilisation en différé est en légère progression par rapport au premier semestre 2025. Toutefois, malgré l'importance croissante des possibilités d'utilisation indépendante de l'horaire, la télévision linéaire reste la forme dominante de consommation TV en Suisse.

La recherche TV placée sous la responsabilité de Mediapulse mesure l'audience TV linéaire et en différé sur les appareils de télévision traditionnels (Big Screens). Mediapulse mesure en outre l'utilisation de contenus TV sur ordinateur, tablette électronique ou smartphone (Small Screens) et l'intègre dans les données d'audience officielles, mais uniquement pour les chaînes qui participent à cette recherche étendue.

Les autres résultats de la mesure de l'audience TV au premier semestre 2026 sont à disposition sur le site Web de Mediapulse, rubrique Données semestrielles, dans le [Relevé des audiences TV](#).

Audience TV sur tout le marché suisse

Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par région linguistique



SOURCE : MEDIAPULSE TV DATA (TV ANALYTICS) ; PÉRIODE : 1.1.2026-30.6.2026
 UNIVERS : 7'873'000 (CH) / 5'581'000 (DS) / 1'947'000 (SR) / 345'000 (SI)
 ÉCHANTILLON (BASE SAMPLE) : 4'558 (CH) / 2'412 (DS) / 1'458 (SR) / 687 (SI) (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 indépendante, de collecter les données d'audience des programmes et des offres numériques des diffuseurs radio et TV en Suisse. Ces données « Made in Switzerland » 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, les milieux politiques et ceux de la recherche scientifique.

Entreprise proche du terrain, Mediapulse a pour but de soutenir les marchés suisses des médias et de la publicité en mettant à leur disposition des produits de données couvrant leurs besoins en matière d'analyse des programmes et de commercialisation. Des systèmes de mesure modernes, des méthodes fondées scientifiquement et de constantes innovations lui permettent de rendre compte de manière fiable, précise, transparente et pérenne des changements dans l'utilisation des médias audiovisuels, dont l'évolution est très dynamique.

Garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de l'excellence de la recherche sur les médias, Mediapulse est soumise à la surveillance du DETEC (OFCOM). Les principaux acteurs du marché sont représentés 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 & Communications
isabelle.waser@mediapulse.ch
+41 58 356 47 30



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich