

Mediapulse Time Use Study

Informations de base



Octobre 2023

mediapulse

Historique



Time Use Study

Histoire de la Mediapulse Time Use Study

Depuis 2007/2008

Depuis 2015/2016

Depuis 2022/2023

Interviews face à face
(*computer-assisted personal interviewing, CAPI*)

Journal électronique
(*E-Diary ; computer-assisted web interviewing, CAWI*)

- | | | |
|---|---|--|
| ■ Reconstitution du jour précédent à la minute près | ■ Reconstitution du jour précédent à la minute près | ■ Granularité de 5 min, avec saisie continue et en temps réel tout au long de la journée |
| ■ Institut de recherche : DemoSCOPE SA | ■ Institut de recherche : DemoSCOPE SA | ■ Institut de recherche : GfK |
| ■ Phase de terrain : novembre à mars | ■ Phase de terrain : avril à juillet | ■ Phase de terrain : quatre vagues réparties sur douze mois |
| ■ Échantillon : environ 3000 personnes | ■ Échantillon : environ 3500 personnes | ■ Échantillon : 6000 jours de mesure (2000 personnes) |
| ■ Univers : population suisse 12+ | ■ Univers : population suisse 15+ | ■ Univers : population suisse 15+ |

Publica Data SA, Mediapulse SA

**Mediapulse SA, SRG SSR,
REMP SA**

Mediapulse SA

Objet de la recherche



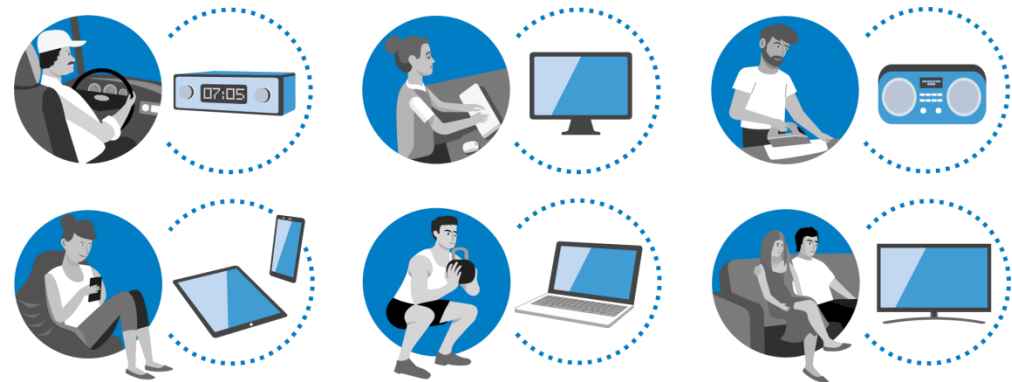
Time Use Study

Définition de la Time Use Study

La Time Use Study (TUS) rend compte du déroulement de la journée de la population suisse et permet de le décrire dans trois dimensions différentes :

- étendue et répartition dans le temps des activités quotidiennes principales, telles que le sommeil, le travail, les repas, les achats ou autres ;
- étendue et répartition dans le temps des activités médiatiques ;
- appareils terminaux utilisés pour les activités médiatiques.

La TUS livre en outre des informations de première importance pour le développement de la recherche sur les médias, placée sous la responsabilité de Mediapulse.



Indicateurs de la TUS

Indicateur	Définition
Pénétration nette	Nombre (en milliers) ou pourcentage des personnes d'un groupe cible qui ont exercé une activité médiatique déterminée (p. ex. visionnage TV en direct) au moins une fois.
Fréquence d'utilisation	Fréquence à laquelle une activité médiatique déterminée a été exercée.
Durée par personne	Durée moyenne d'une activité médiatique par rapport à tous les utilisateurs potentiels
Durée par utilisateur	Durée moyenne d'une activité médiatique par rapport à tous les utilisateurs effectifs.

Design méthodologique



Time Use Study

Fonctionnement de la TUS

Univers (2022)
7 205 000 personnes
(population suisse 15+)

Échantillon (2022/2023)
6000 jours de mesure
(2000 personnes)

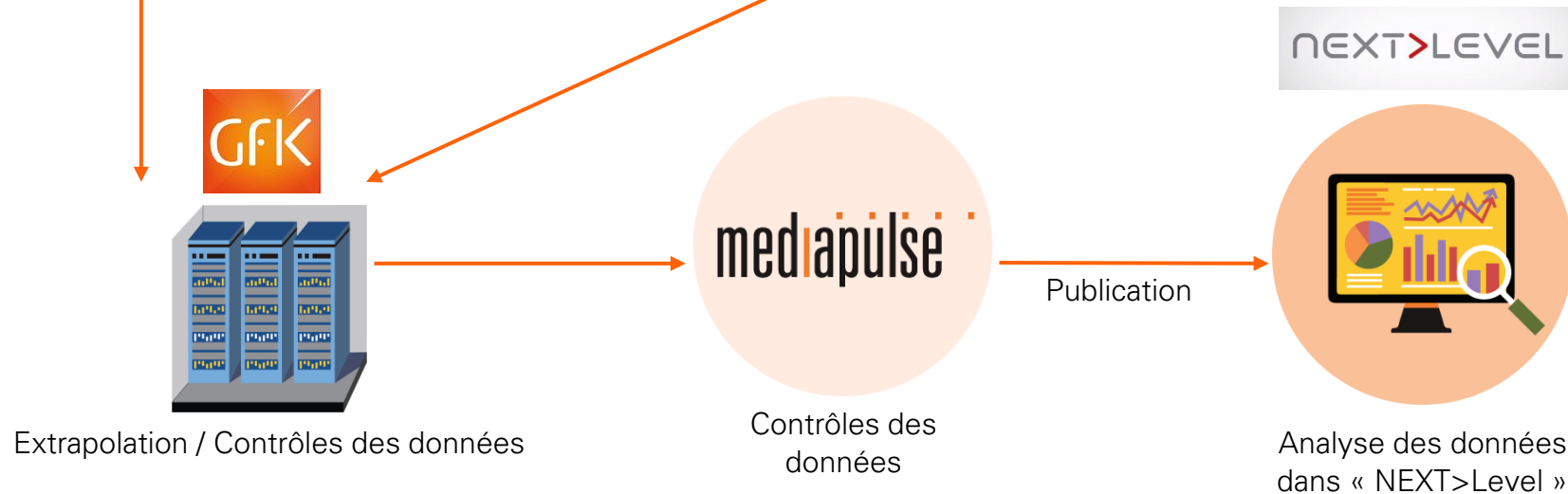
Enquête
E-Diary (CAWI)



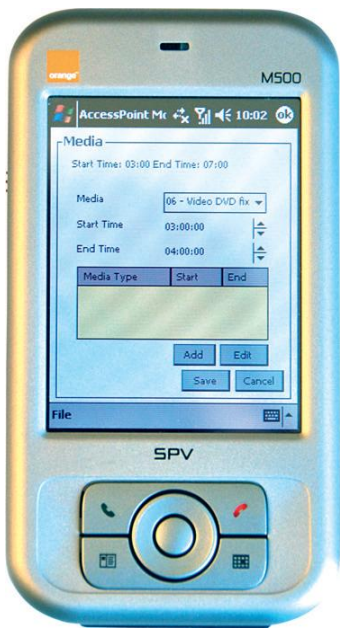
Relevé des activités quotidiennes principales et des activités médiatiques, y compris les appareils terminaux utilisés et l'utilisation d'un casque



Collecte d'informations sur les personnes et sur la fréquence d'utilisation en général



Évolution de la méthode d'enquête



Entretiens face à face (CAPI, depuis 2007/2008)

GfK Schweiz - Medienforschung

Erinnern Sie sich daran, wo sie am **Samstag, 01.01.2022** waren und was Sie dabei getan haben. **Teilen Sie Ihren Tag in die entsprechenden Zeiträume auf.** Bitte tun Sie dies, bis der ganze Tag chronologisch erfasst wurde.

Ein Tag in diesem Fragebogen dauert jeweils **von 03:00 morgens bis 03:00 morgens.**

Für eine genauere Definition der einzelnen Tätigkeiten, klicken Sie bitte hier: [Informationen zu Tätigkeiten](#)

Tätigkeit	Von	Bis	Haben Sie während dieser Zeit Medien genutzt?
Schlafen zuhause	3:00	6:40	Nein
Freie Zeit zuhause	6:40	7:15	Nein
Körperpflege zuhause	7:15	7:30	Nein
Freie Zeit zuhause	7:30	7:50	Nein
Essen zuhause	7:50	8:25	Ja

Hören - Radiosender live

7:50 - 8:25

Zeit hinzufügen

Hören - Radiosender zeitversetzt - Archiv oder Radio-Podcast

Zeit hinzufügen

Hören - Audio, nicht von Radiosender - CD, MP3, andere Datenträger

Zeit hinzufügen

Hören - Audio, nicht von Radiosender - Streaming

Zeit hinzufügen

Hören - Audio, nicht von Radiosender - Podcast

Zeit hinzufügen

Schauen - Fernsehen live

Zeit hinzufügen

Schauen - Fernsehen zeitversetzt - ab Archiv, Replay-TV

Zeit hinzufügen

Schauen - Video nicht von TV-Sender - DVD, BluRay, andere Datenträger

Zeit hinzufügen

Schauen - Video nicht von TV-Sender - Streaming

Zeit hinzufügen

Schauen - Video nicht von TV-Sender - Video-Podcast

Zeit hinzufügen

Lesen - Zeitung

Zeit hinzufügen

Lesen - Zeitschrift

Zeit hinzufügen

Lesen - Buch

Zeit hinzufügen

Lesen - Teletext

Zeit hinzufügen

Online - News- und Senderportale - Video, Audio, Text

Zeit hinzufügen

Online - Social Media - Facebook, Instagram, Twitter, etc.

Zeit hinzufügen

Online - Surfen und Online-Shopping - Browser und Apps

Zeit hinzufügen

Gamen

Zeit hinzufügen

OK

E-Diary (CAWI, depuis 2022/2023)

Fiche d'information sur la TUS

Dimension	Caractéristiques
Méthode d'enquête	Enquête par E-Diary (CAWI)
Granularité des données	5 minutes (saisie sans lacunes dans l'E-Diary par blocs de cinq minutes)
Nombre d'activités quotidiennes principales relevées	18 (p. ex. sommeil, travail, achats)
Nombre d'activités médiatiques relevées	18 (p. ex. visionnage TV en direct)
Nombre d'appareils terminaux relevés	16 (p. ex. tablette électronique, ordinateur, papier)
Éléments d'enquête supplémentaires	Questions sur l'utilisation de la radio et de la télévision, sur la lecture de journaux et de périodiques, sur la navigation Internet et sur les caractéristiques sociodémographiques
Objet de l'enquête	Déroulement de la journée de la population suisse : étendue et répartition dans le temps des activités quotidiennes principales et des activités médiatiques ainsi que, pour ces dernières, appareils terminaux utilisés et utilisation d'un casque

Fiche d'information sur la TUS

Dimension	Caractéristiques
Univers	Population suisse à partir de 15 ans (2022 : 7 205 000 personnes)
Taille de l'échantillon	Au moins 2000 personnes ou 500 par vague (Suisse alémanique : 1200 ; Suisse romande : 600 ; Suisse italienne : 200), avec une moyenne de trois jours complets saisis dans l'E-Diary, soit 6000 jours de mesure au total.
Critères de quotas (niveau des personnes)	Quotas par région linguistique (3, non proportionnels), région REMP (5), sexe (2) et âge (5)
Variables de pondération (niveau des personnes)	Jours de la semaine (7), âge (5) et sexe (2) avec croisements, formation (2), activité lucrative (4), type d'habitat (2) et région REMP (5)
Bases du recrutement	Pool de personnes de la recherche radio (pool de panélistes représentatif) ; uniquement personnes disposant d'un accès Internet (l'E-Diary se remplit en ligne) ; uniquement personnes parlant l'une des trois langues officielles
Phase de terrain	Réalisation de l'enquête en quatre vagues réparties sur douze mois, illustrant ainsi une année complète ; fréquence bisannuelle.

Produits et outil



Time Use Study

Les données sont mises à disposition dans le logiciel d'analyse « NEXT>Level »

NEXT>LEVEL

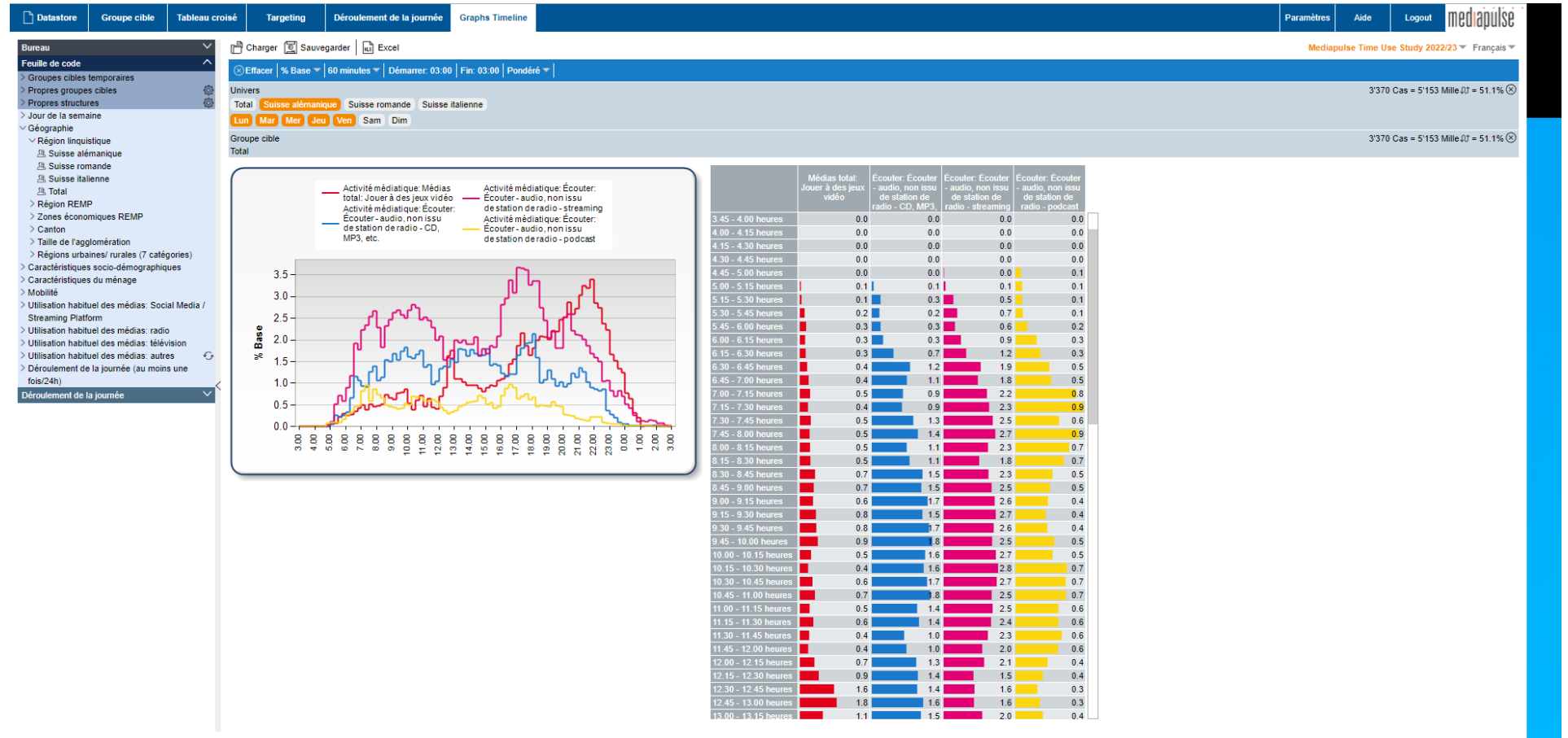


Si vous avez déjà l'habitude du portail de données NEXT>Level de REMP SA, vous serez immédiatement à l'aise. L'outil d'analyse de la TUS offre :

- Organisation claire des modules d'analyse : Déroulement de la journée, Timeline, Tableaux, Targeting, Groupe cible
- Basé sur le web et indépendant de la plateforme
- Utilisation intuitive selon le principe « glisser-déposer »
- Analyses séparées de chaque région linguistique/partie du pays, de toute la Suisse, de tranches horaires ou de jours de la semaine
- Propres définitions des tranches horaires ou des groupes cibles
- Comparaisons entre groupes cibles, croisements
- Présentation des données sous forme de tableaux ou de graphiques
- Exportation facile des tableaux et des graphiques au format Excel et Powerpoint
- Bilingue (D/F)

Les données sont mises à disposition dans le logiciel d'analyse « NEXT>Level »

NEXT>LEVEL



Personnes et prestataires



Time Use Study

GfK Switzerland



GfK Switzerland fait partie du groupe GfK et répond, données à l'appui, et ce depuis plus de 89 ans, à des questions posées par des clients du monde entier traitant des habitudes de consommation, des marchés et de l'utilisation des médias. En 2023, les deux leaders de la branche GfK et NIQ ont fusionné.

La Time Use Study a été remodelée du point de vue de sa méthodologie et de son contenu pour la période 2022/2023 en collaboration avec GfK. À ce titre, l'échantillon provient du panel radio Mediapulse, qui est également géré par GfK Switzerland sur mandat de Mediapulse.

Mediapulse

Partner Relations Team



Contact:

Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager,
responsable marketing pour le média TV
+41 58 356 47 60

richard.blatter@mediapulse.ch



MERCI

À votre disposition pour vos questions : richard.blatter@mediapulse.ch

mediapulse