

Mediapulse Big Screen Data

Diffusion et utilisation des
téléviseurs en Suisse

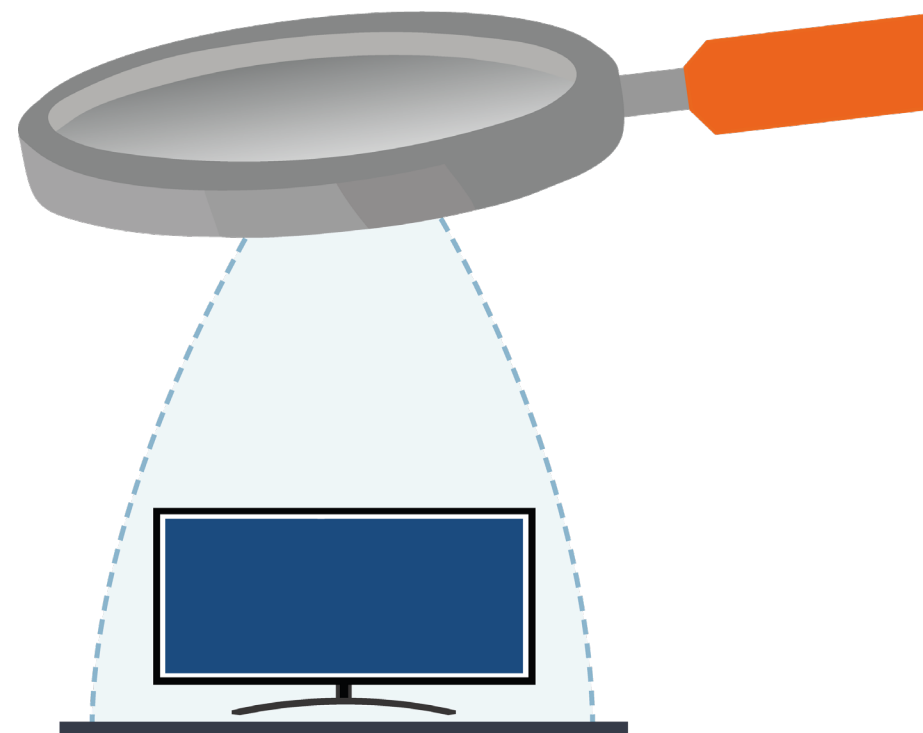


Contenu

- 1 Les sources de données
- 2 Big Screens dans les ménages privés
- 3 Utilisation de la TV sur les Big Screens
- 4 Autres utilisations des Big Screens



- 1 Les sources de données**
- 2 Les Big Screens dans les ménages privés
- 3 Utilisation de la TV sur les Big Screens
- 4 Autres utilisations des Big Screens



Sources de données utilisées dans la recherche TV de Mediapulse

Informations complémentaires sous : mediapulse.ch/fr/produits

Questionnement	Étude	Univers	Méthode	Nombre de cas
 Grands écrans dans les ménages privés	Mediapulse Establishment Survey Data	Ménages privés suisses	Enquête	Env. 12'000 interviews par an
 Utilisation de la TV sur Big Screens	Mediapulse TV Data	Personnes à partir de 3 ans dans les Foyers TV	Mesure technique via People Meter	Environ 4'500 personnes par jour
 Utilisation non TV sur Big Screens	Mediapulse TV Streaming Data	Personnes à partir de 3 ans dans les Foyers TV	Mesure technique via Routeur Mètre	Environ 4'500 personnes par jour

Contenu



1

Les sources de données

2

Les Big Screens dans les ménages privés

3

Utilisation de la TV sur les Big Screens

4

Autres utilisations des Big Screens

Définition des termes I

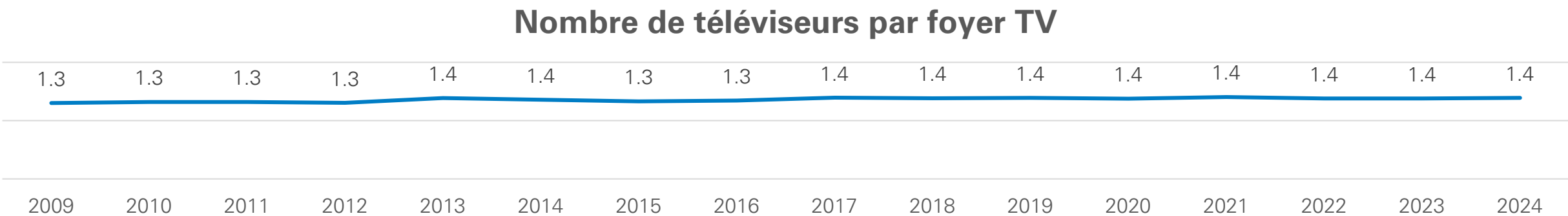
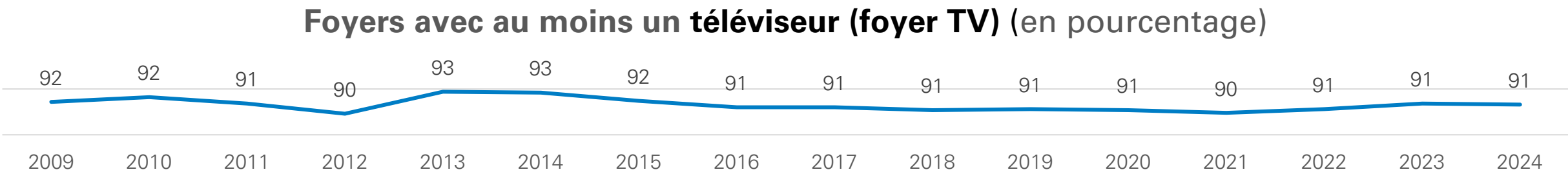
Big screen

- Du point de vue de la recherche TV de Mediapulse, les Big Screens sont considérés comme tels :
 - tous les téléviseurs
 - dans les ménages privés suisses,
 - qui sont utilisés au moins occasionnellement pour la consommation de programmes TV



Evolution de la densité de téléviseurs depuis 2009

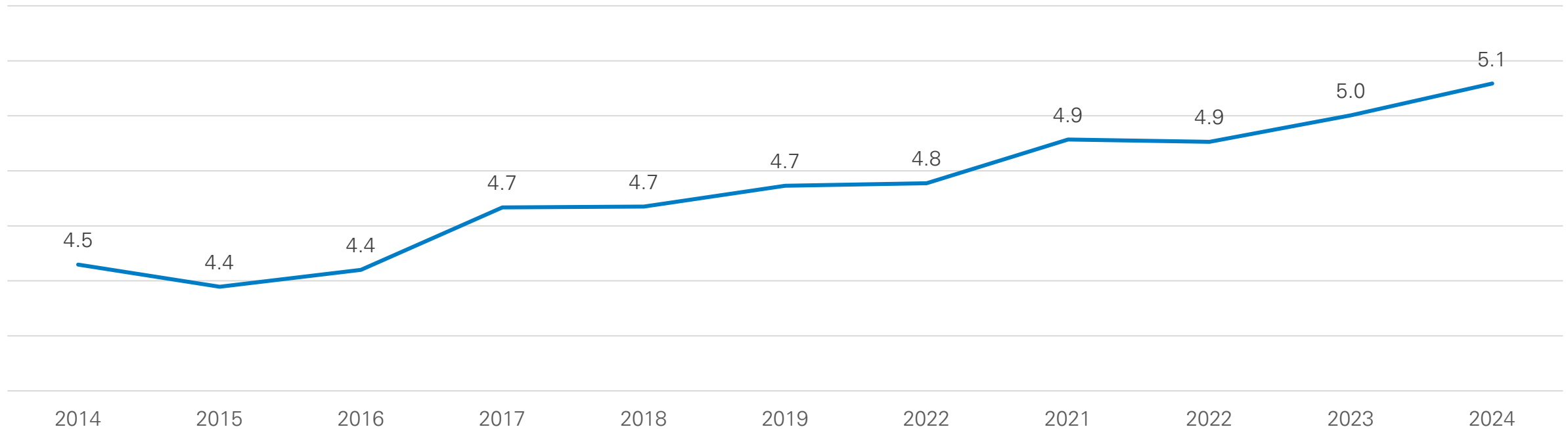
La part des foyers avec TV et le nombre de téléviseurs par foyer TV sont stables sur 15 ans



Evolution du nombre de téléviseurs depuis 2014

Augmentation constante sur 10 ans en raison de l'augmentation de la population totale.

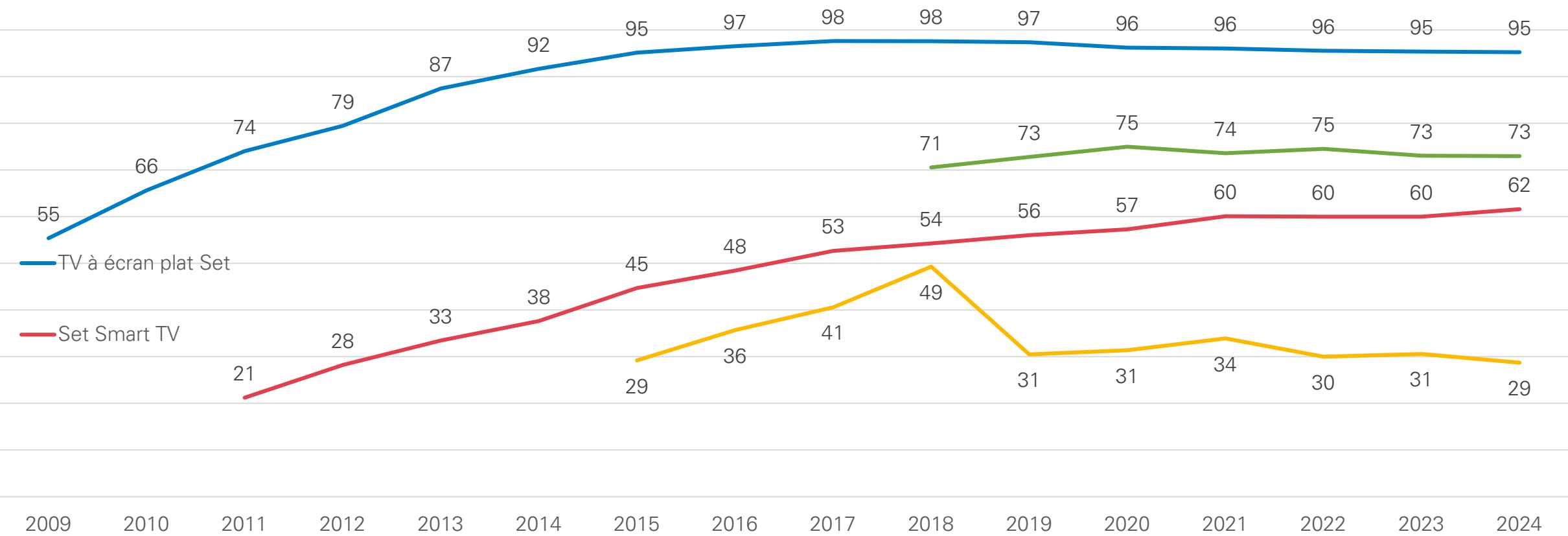
Nombre absolu de téléviseurs dans les foyers en millions
(estimation Mediapulse)



Evolution des caractéristiques sélectionnées des appareils depuis 2009

Deux tiers des foyers TV disposent d'un téléviseur compatible avec Internet

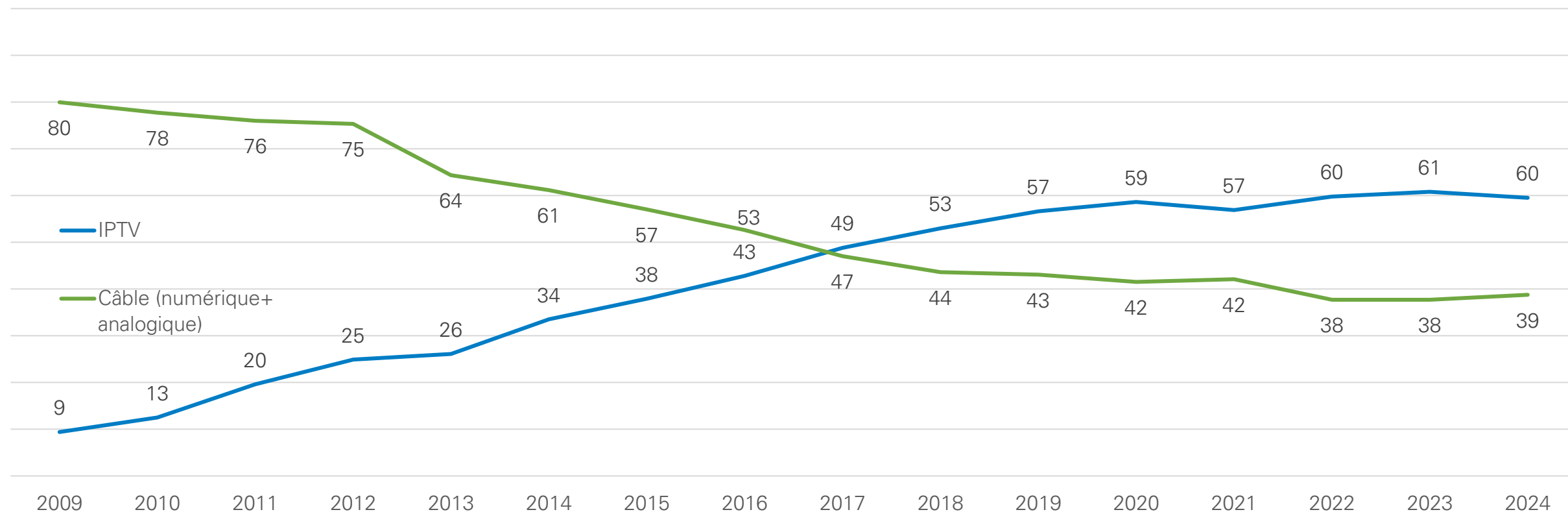
Caractéristiques des téléviseurs (part en pourcentage dans les foyers TV)



Evolution des vecteurs de réception depuis 2009

L'IPTV et le câble dominant la réception TV

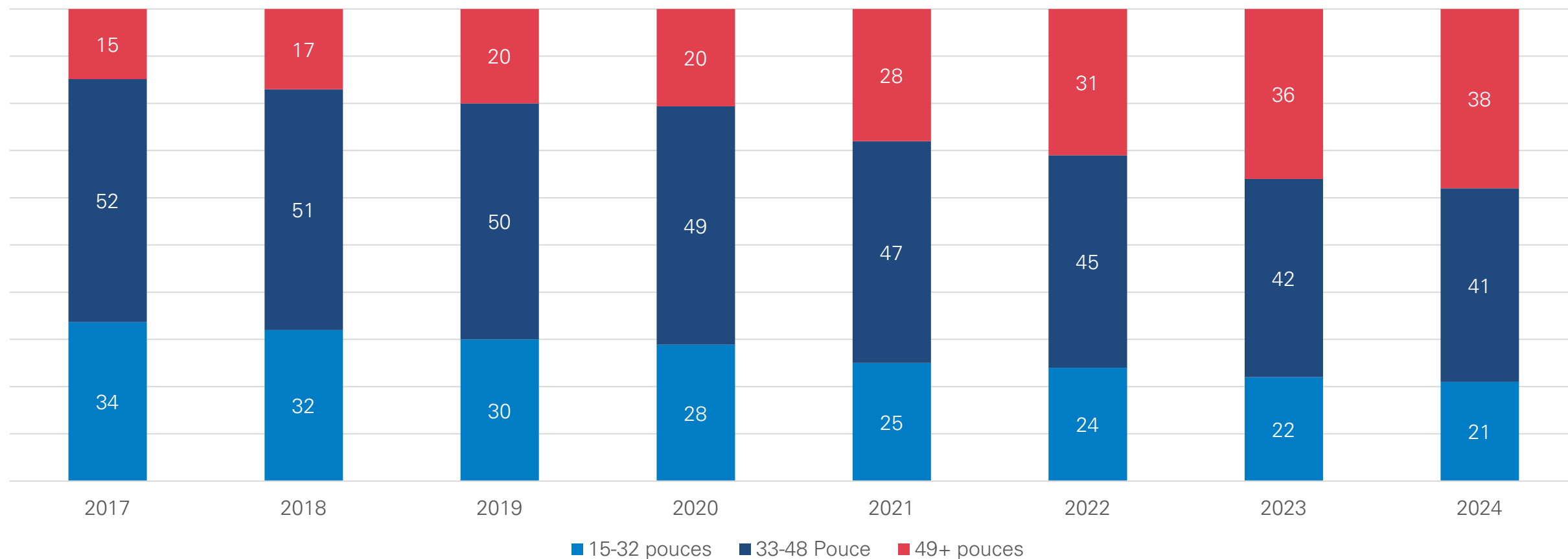
Vecteurs de la réception TV (part en pourcentage dans les foyers TV)



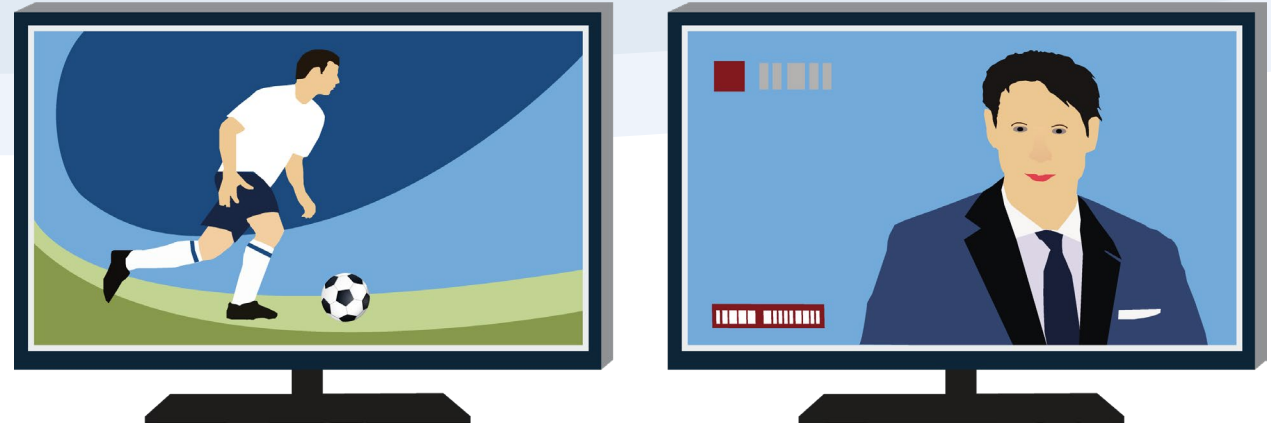
Évolution de la taille des écrans depuis 2017

Les grands écrans deviennent de plus en plus grands

Part des téléviseurs dans les foyers TV selon la diagonale d'écran (en pourcentage)



Contenu



1

Les sources de données

2

Les Big Screens dans les ménages privés

3

Utilisation de la TV sur les Big Screens

4

Autres utilisations des Big Screens

Définition des termes II

Utilisation de la télévision

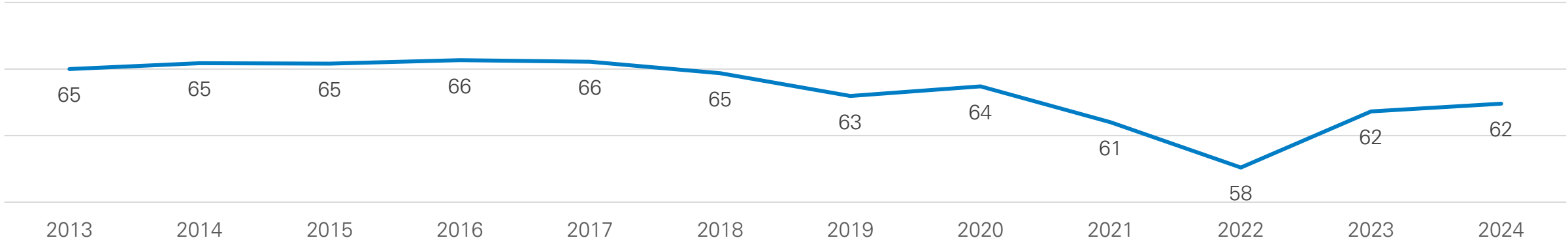
- Selon la définition de la référence TV, cela comprend :
 - l'utilisation linéaire et en différé
 - de toutes les chaînes de télévision,
 - qui sont recensées dans le cadre de la recherche TV de Mediapulse.
- Par utilisation en différé, on entend :
 - l'utilisation ultérieure d'offres TV
 - dans la période de sept jours suivant leur diffusion.
- Le nombre de chaînes recensées :
 - comprend actuellement env. 400 chaînes différentes



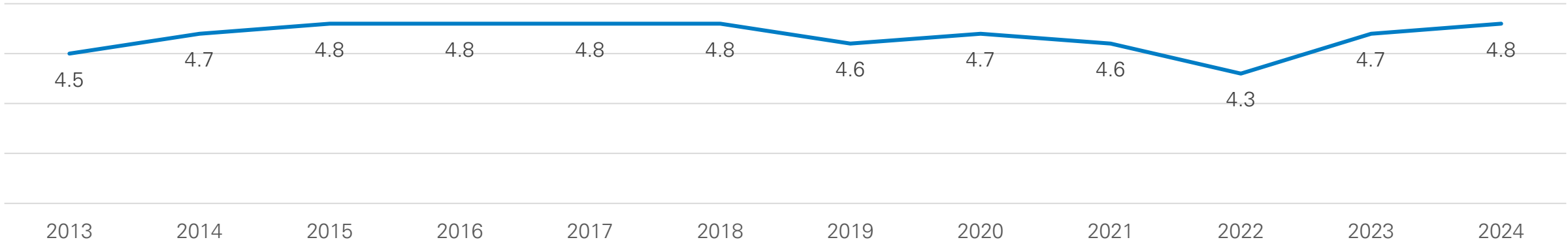
Evolution de la pénétration nette de la télévision depuis 2013

Recul relatif de l'audience TV en cas de croissance absolue depuis 2013

Pénétration relative de la TV (en pourcentage)

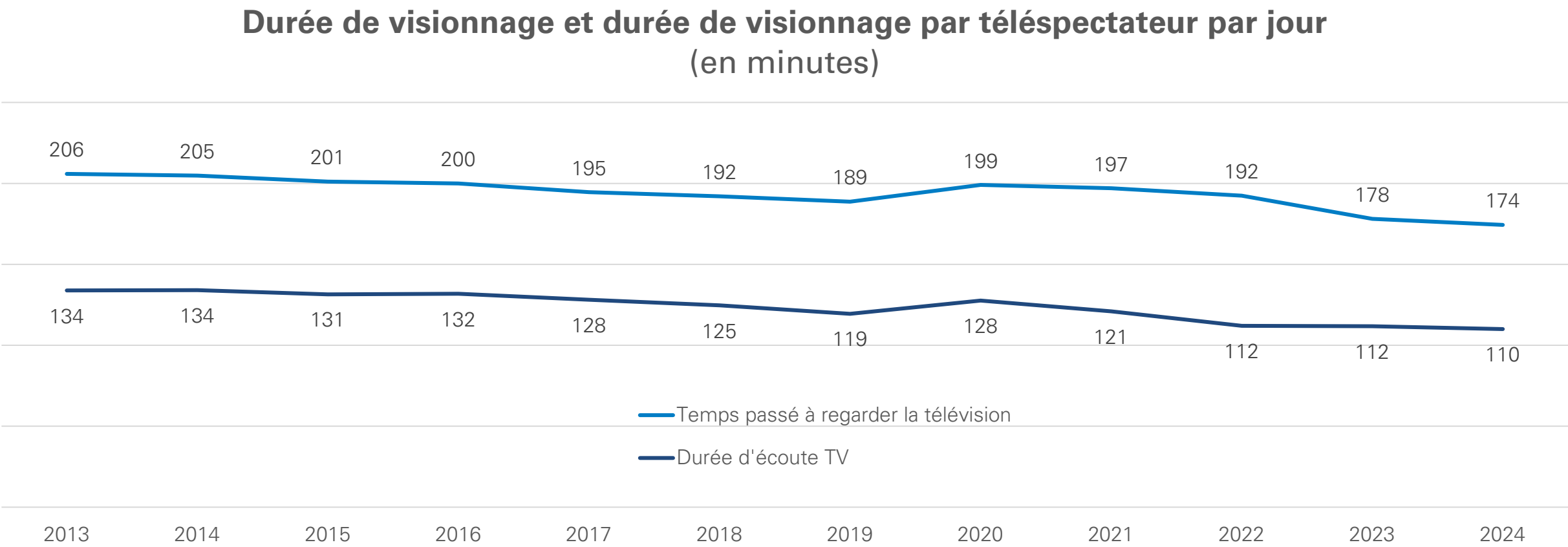


Pénétration absolue de la TV (en millions)



Evolution du volume d'utilisation de la TV depuis 2013

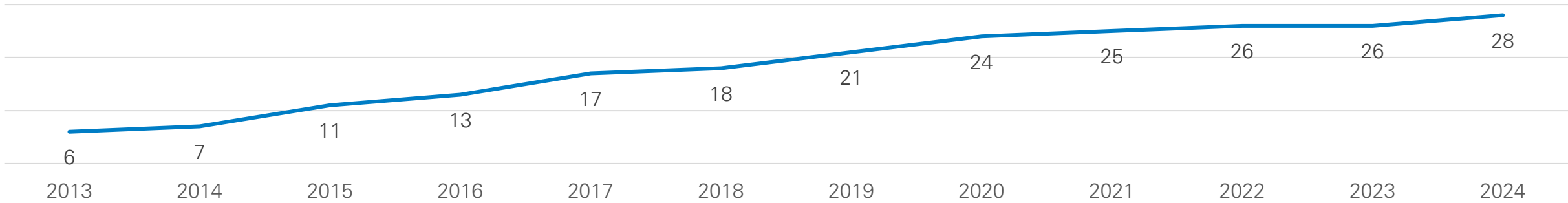
Budget-temps en baisse pour l'utilisation de la TV



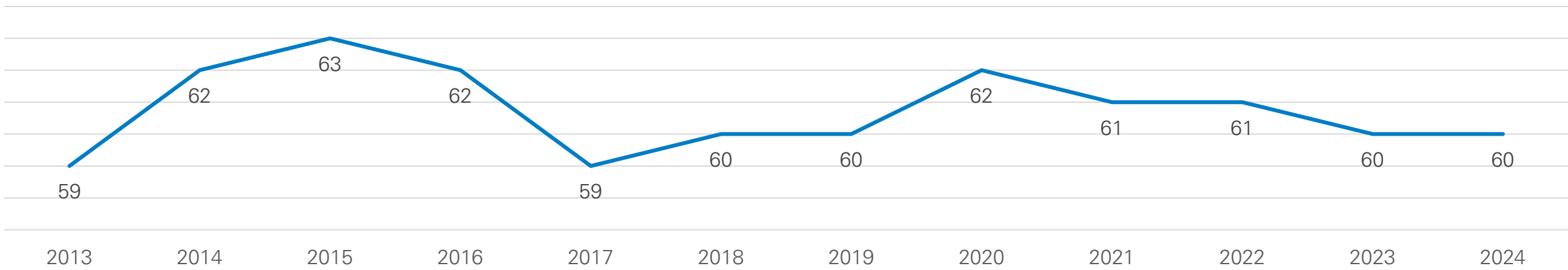
Evolution de l'utilisation de la télévision en différé (TSV) depuis 2013

Croissance constante avec une part élevée et stable de l'utilisation en différé

Part de la consommation TV en différé par rapport à la consommation TV totale
(en pourcentage)



Part de l'utilisation de la TV en différé le jour de la diffusion (en pourcentage)



Contenu



1

Les sources de données

2

Les Big Screens dans les ménages privés

3

Utilisation de la TV sur les Big Screens

4

Autres utilisations des Big Screens

Définition des termes II

Utilisation non télévisuelle

- On entend par autre utilisation ou utilisation non TV :
 - toute utilisation faite du Big Screen,
 - qui ne peut pas être attribuée à l'utilisation TV selon la définition de la référence TV



Systematique de l'utilisation du Big Screen

Distinction entre utilisation TV et non TV

Utilisation du grand écran



Utilisation de la télévision



Utilisation non TV

Offres identifiables



Utilisation non TV

Offres non identifiables

TV linéaire
(en direct)

TV en différé
(Overnight +7)

Plateformes
internationales de
vidéo et de
streaming

Plateformes
nationales de web
TV

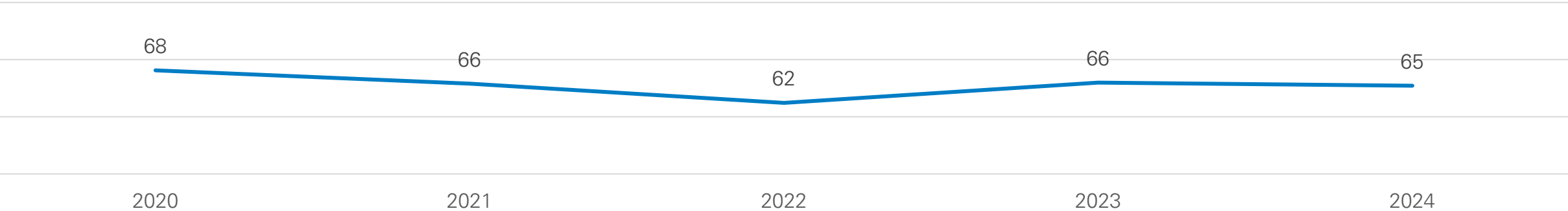
TV en dehors de la
référence TV

Jeux,
enregistrements,
autres plateformes,
Uncovered Viewing,
...

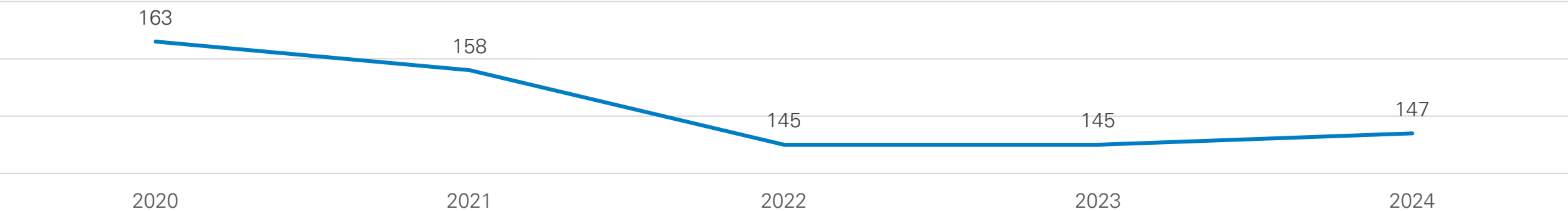
Évolution de l'utilisation du Big Screen depuis 2020

Pénétration stable et volume d'utilisation en baisse après le pic de Corona

Pénétration Big Screen (en pourcentage)



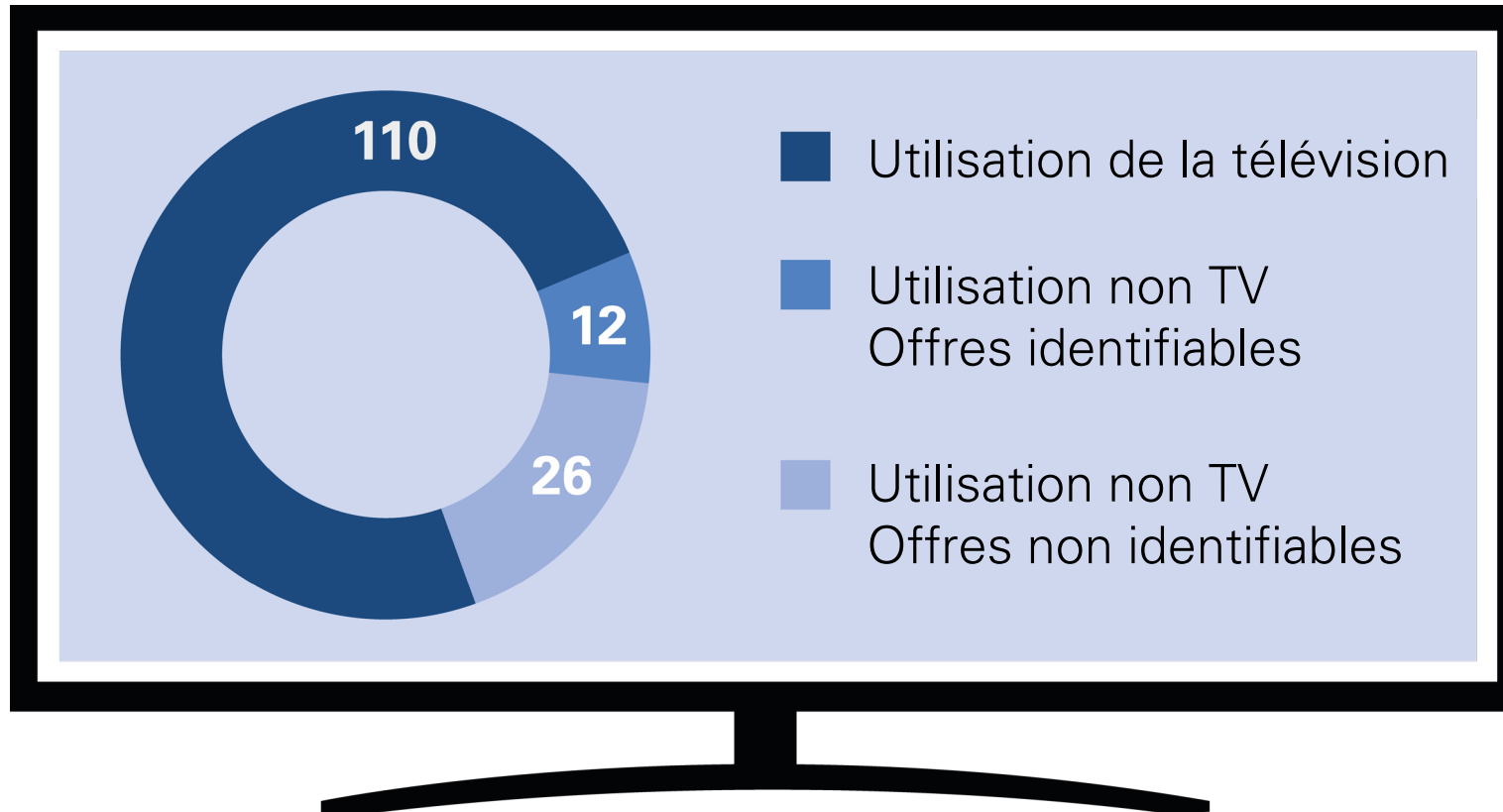
Durée de visionnage Big Screen (en minutes)



Quantification de l'utilisation du Big Screen

Durée d'utilisation quotidienne en 2024

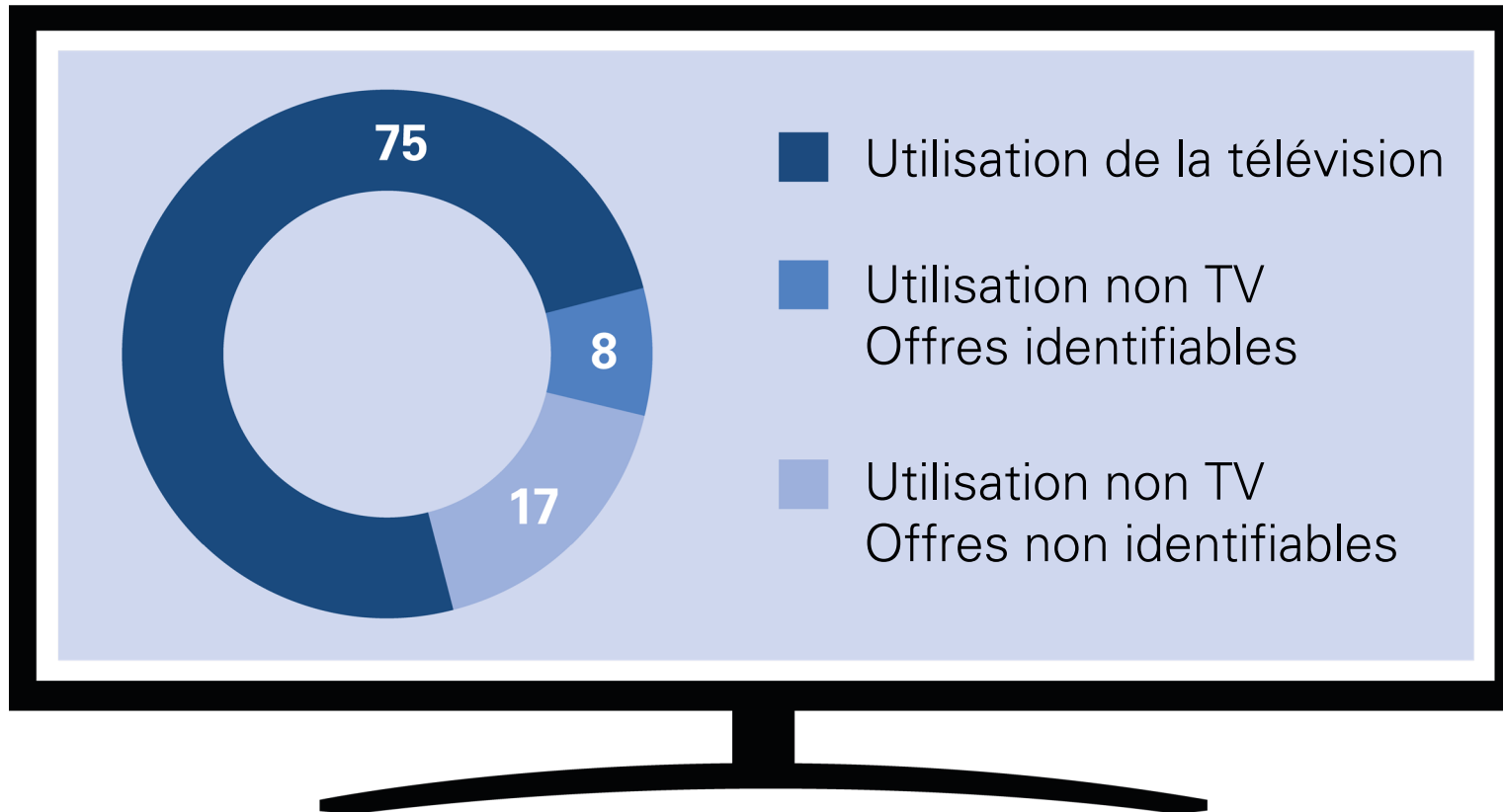
Répartition de l'utilisation du Big Screen (en minutes par jour)



Quantification de l'utilisation du Big Screen

Parts de marché en 2024

Répartition de l'utilisation du Big Screen (en pourcentage)



Mediapulse Big Screen Data

Conclusions

Les Big Screens dans les ménages privés

- La part des ménages privés équipés d'un téléviseur est restée stable au cours des 15 dernières années (90%), tout comme la valeur moyenne de 1,4 téléviseur par ménage. En raison de l'augmentation de la population durant cette période, le nombre absolu de téléviseurs dans les ménages privés a néanmoins augmenté et devrait actuellement dépasser les 5 millions.
- Après des évolutions dynamiques de 2009 à 2019, une stabilisation des possibilités techniques de réception des téléviseurs se dessine également depuis 2020. Cela concerne aussi bien les vecteurs de réception TV que la connexion directe à Internet.

Utilisation de la télévision sur les grands écrans

- Alors que le nombre de personnes qui consomment chaque jour les offres des chaînes TV sur le grand écran s'avère très stable, on consacre aujourd'hui moins de temps à l'utilisation de la télévision qu'il y a dix ans.
- Au cours de la même période, la part de l'utilisation en différé dans l'utilisation totale de la télévision n'a cessé d'augmenter, sans toutefois modifier le schéma de la journée télévisuelle typique, avec sa forte concentration en soirée.

Utilisation non TV sur les Big Screens

- Au moins 75% de l'utilisation totale sur grand écran en 2024 est consacrée à la consommation de programmes TV. Un peu moins d'un tiers de l'utilisation non TV restante peut être attribué à des plateformes de vidéo et de streaming nationales et internationales. Deux tiers de l'utilisation non TV, soit 17 % de l'utilisation du Big Screen, ne peuvent pas encore être identifiés par la recherche TV.



MERCI

N'hésitez pas à poser vos questions : richard.blatter@mediapulse.ch

mediapulse