



Publication semestrielle **RADIO**

2^e semestre 2024

13.01.2025

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 **radio** – 2^e semestre 2024

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

Table des matières

• Audience sur tout le marché suisse	4
• Audience par région linguistique	5
• Radio au cours du semestre sur tout le marché suisse	8
• Radio au cours de la journée par région linguistique	9
• Nombre d'auditeurs par région linguistique	12
• Déroulement de la journée et pénétration sur tout le marché suisse	24



Brève description de la méthode

La mesure de l'audience radio est réalisée au sein d'un panel et repose sur le principe de l'audiomatching, ou corrélation audio. L'appareil de mesure utilisé par les panélistes est une montre-bracelet. Toutefois, pour des raisons techniques et économiques, la mesure ne tient pas compte de l'écoute de la radio linéaire au moyen d'un casque, ni de l'utilisation des offres radiophoniques en différé ou à la demande. En revanche, l'écoute des offres de streaming en direct est mesurée, pour autant qu'elle ne se fasse pas au moyen d'un casque.

- **Univers** : personnes à partir de 15 ans dans des ménages privés
- **Taille de l'univers** : ~ 7,3 millions de personnes
- **Taille de l'échantillon** : 8'814 porteurs de montre
- **Jours de mesure** : 296'634, 24h, lu-di
- **Contexte d'utilisation** : le processus de corrélation audio repose sur la comparaison des sons enregistrés par les montres audimètres avec ceux enregistrés dans une base de données de référence des programmes radio, ce qui permet de déterminer quels programmes les panélistes ont écouté.
- **Plus d'informations sur la méthode** : <https://www.mediapulse.ch/fr/produits/radio-data/>

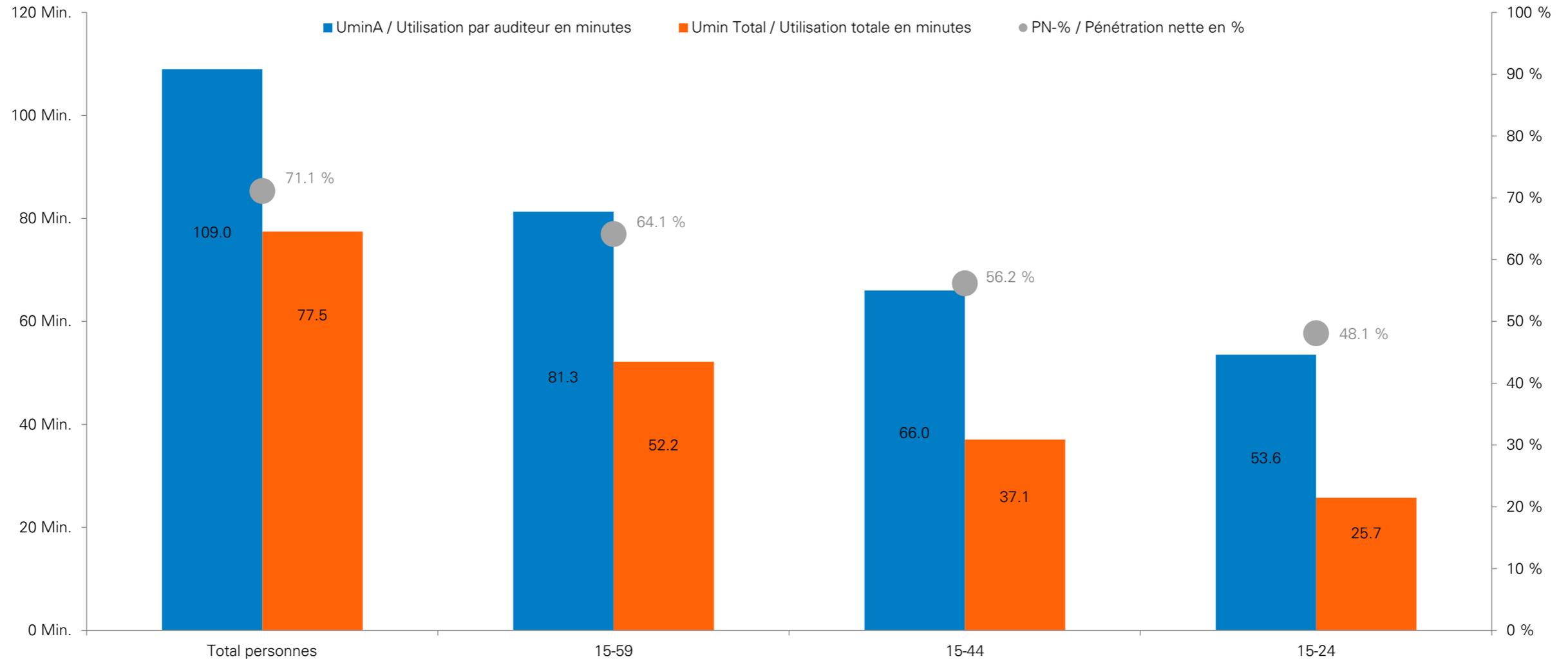




Source : Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting) ; période : 1.7.2024-31.12.2024
Univers (M) : 7'325.6 (15+) / 5'162.5 (15-59) / 3'304.6 (15-44) / 879.9 (15-24)
Porteurs de montre : 8'814 / 6'246 / 3'944 / 1'050 ; jours de mesure : 296'634 / 201'726 / 122'906 / 30'021, 24h, lu-di

Audience sur tout le marché suisse

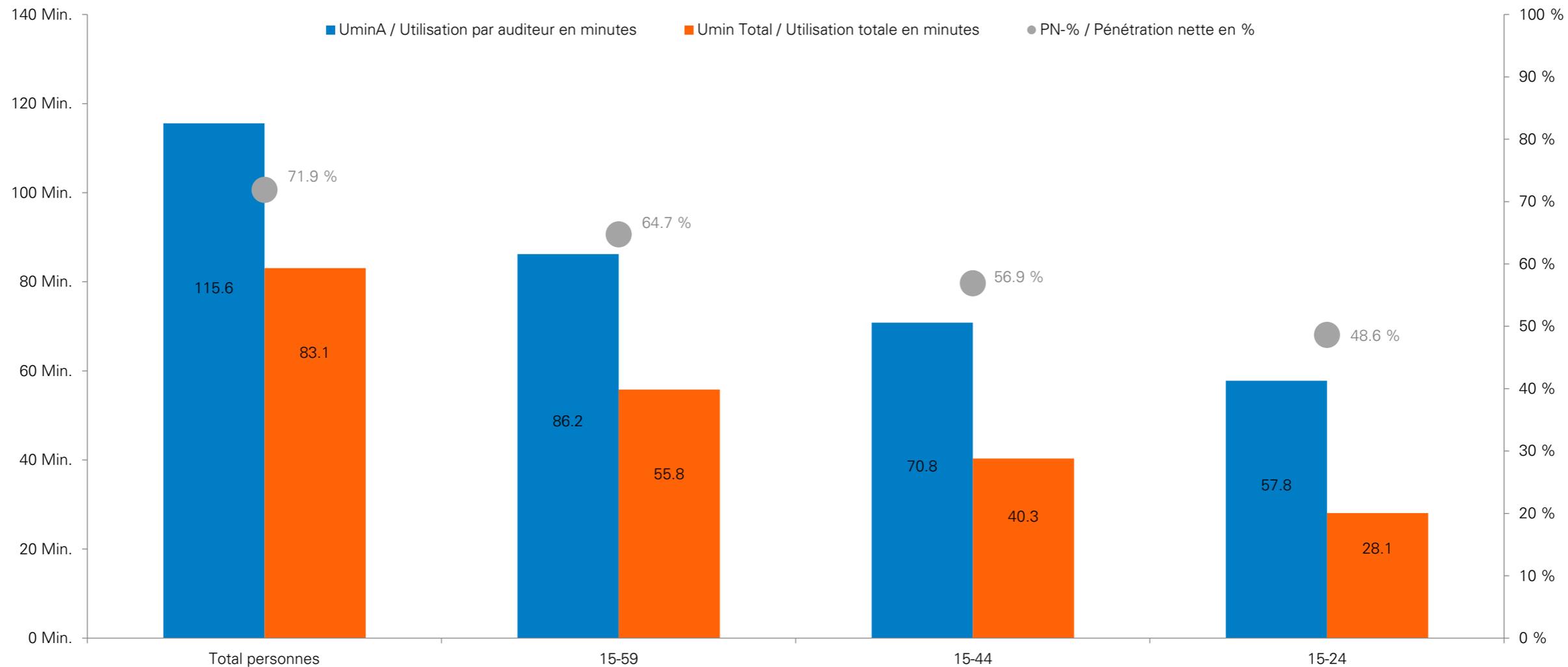
Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge





Audience en Suisse alémanique

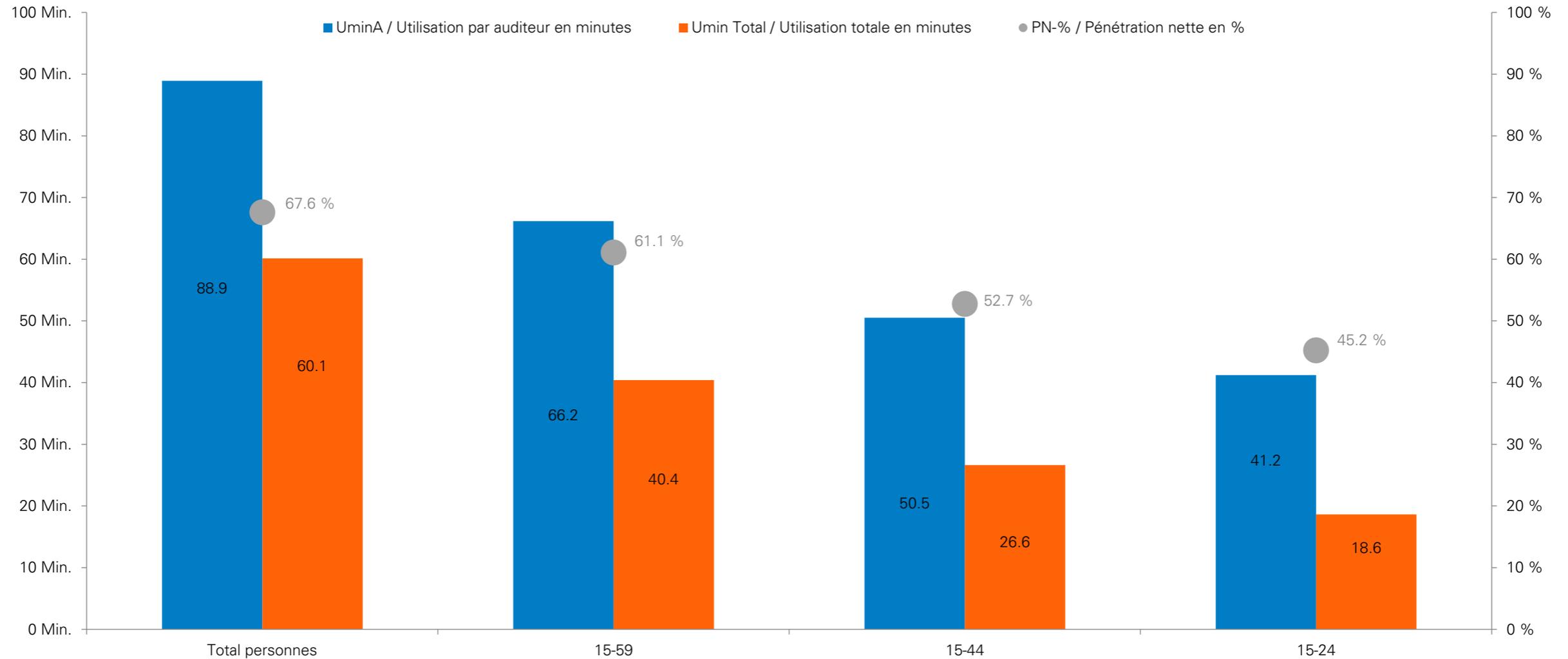
Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge





Audience en Suisse romande

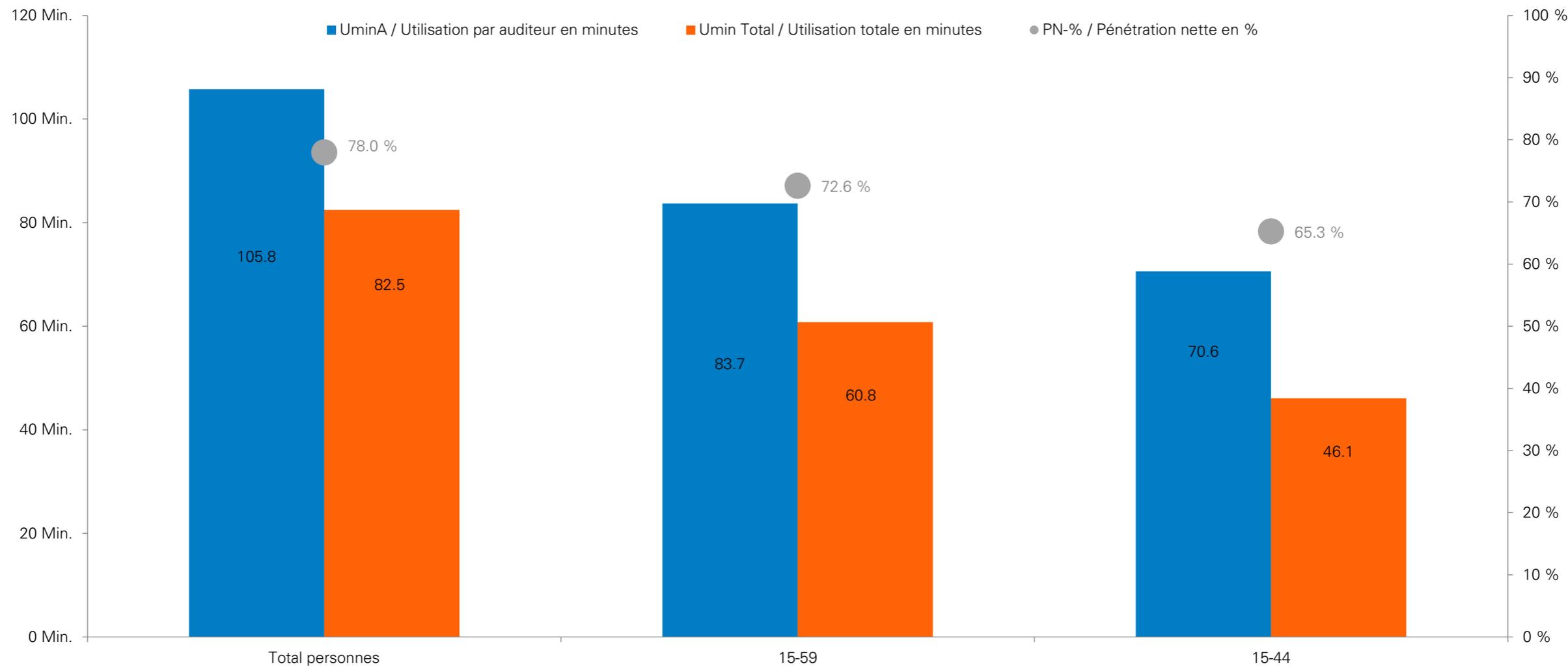
Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge





Audience en Suisse italienne

Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge

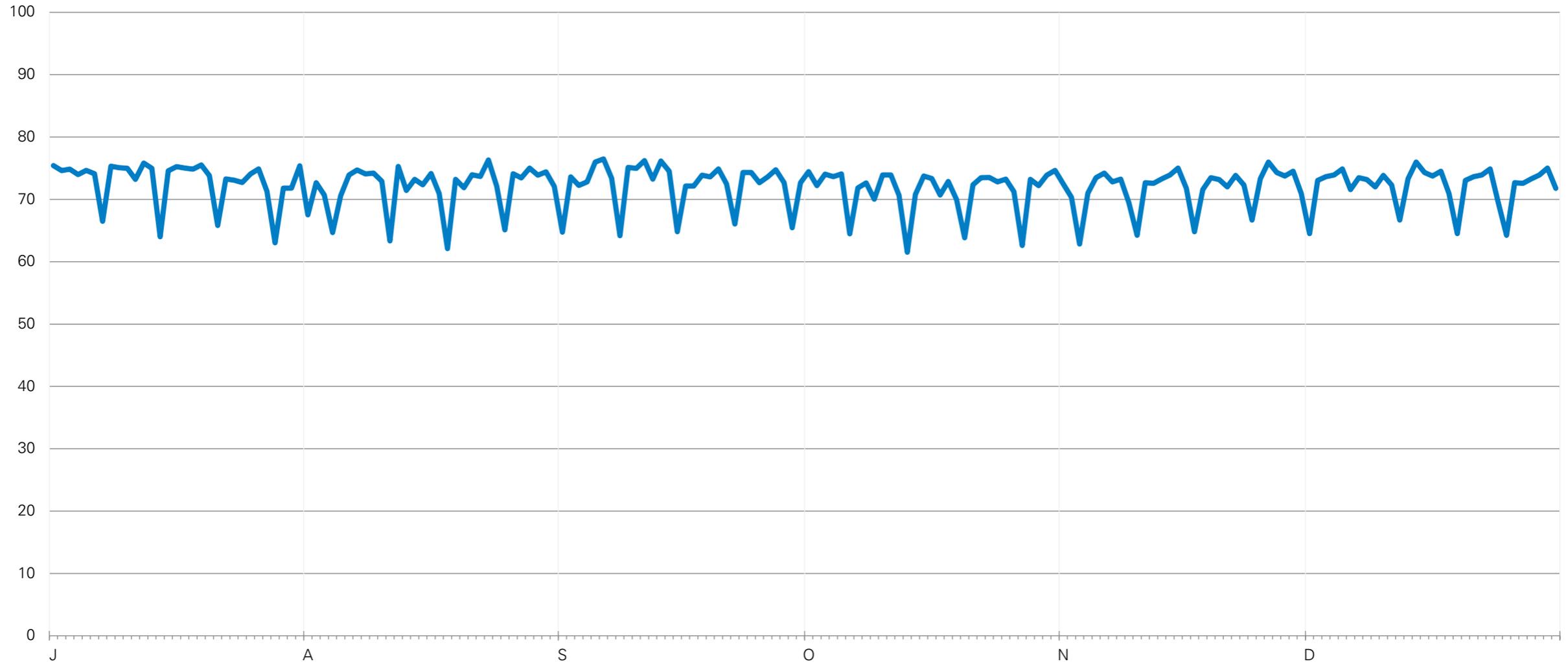




Source : Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting) ; période : 1.7.2024-31.12.2024
Univers (M) : 7'325.6 personnes ; groupe cible 15+
Porteurs de montre : 8'814 ; jours de mesure : 296'634, 24h

Radio au cours du semestre sur tout le marché suisse

Pénétration nette quotidienne en %

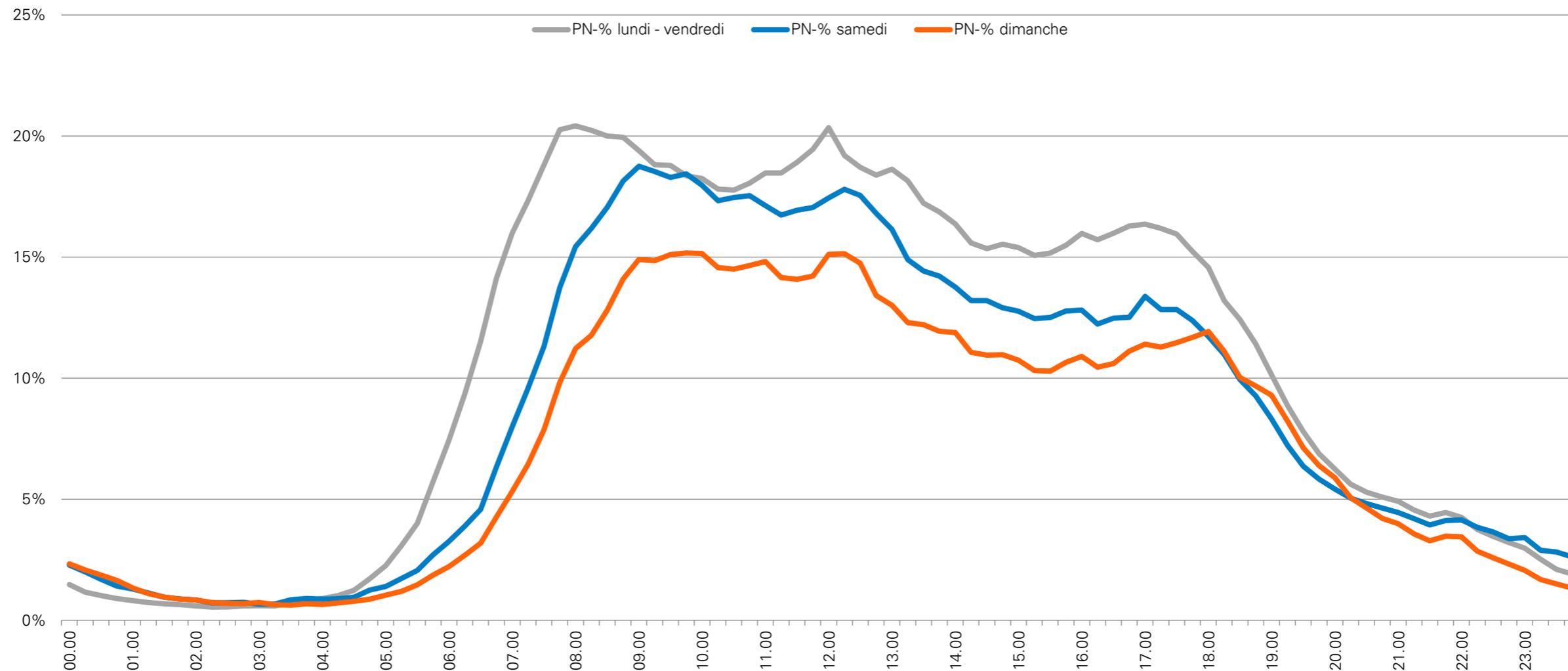




Source : Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting) ; période : 1.7.2024-31.12.2024
Univers (M) : 5'239.3 personnes
Porteurs de montre : 5'678 (lu-ve), 5'377 (sa), 5'346 (di) ; jours de mesure : 138'266 (lu-ve), 27'172 (sa), 27'082 (di) ; présenté par intervalles de 15 minutes

Radio au cours de la journée en Suisse alémanique

Pénétration nette en %

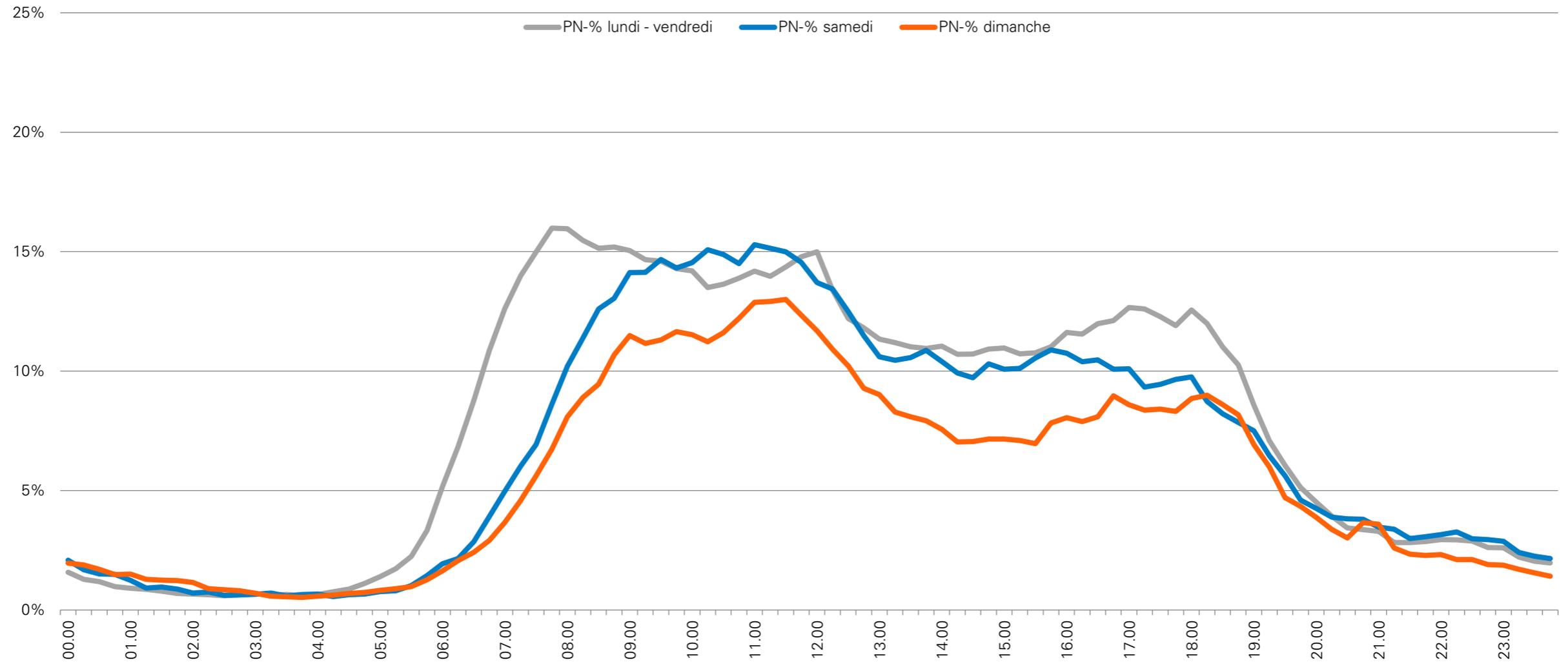




Source : Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting) ; période : 1.7.2024-31.12.2024
Univers (M) : 1'770.0 personnes
Porteurs de montre : 2'238 (lu-ve), 2'129 (sa), 2'094 (di) ; jours de mesure : 53'373 (lu-ve), 10'428 (sa), 10'250 (di) ; présenté par intervalles de 15 minutes

Radio au cours de la journée en Suisse romande

Pénétration nette en %

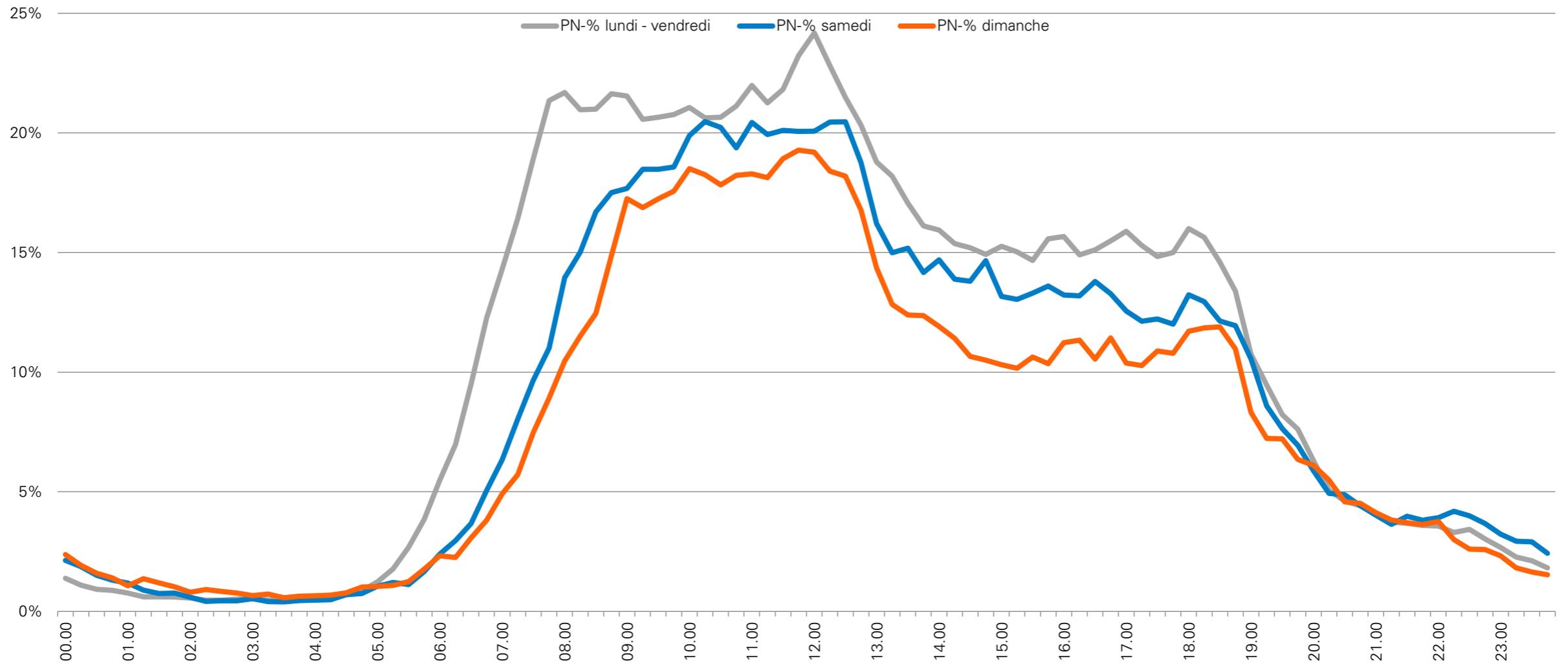




Source : Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting) ; période : 1.7.2024-31.12.2024
Univers (M) : 316.4 personnes
Porteurs de montre : 882 (lu-ve), 836 (sa), 835 (di) ; jours de mesure : 21'658 (lu-ve), 4'217 (sa), 4'188 (di) ; présenté par intervalles de 15 minutes

Radio au cours de la journée en Suisse italienne

Pénétration nette en %

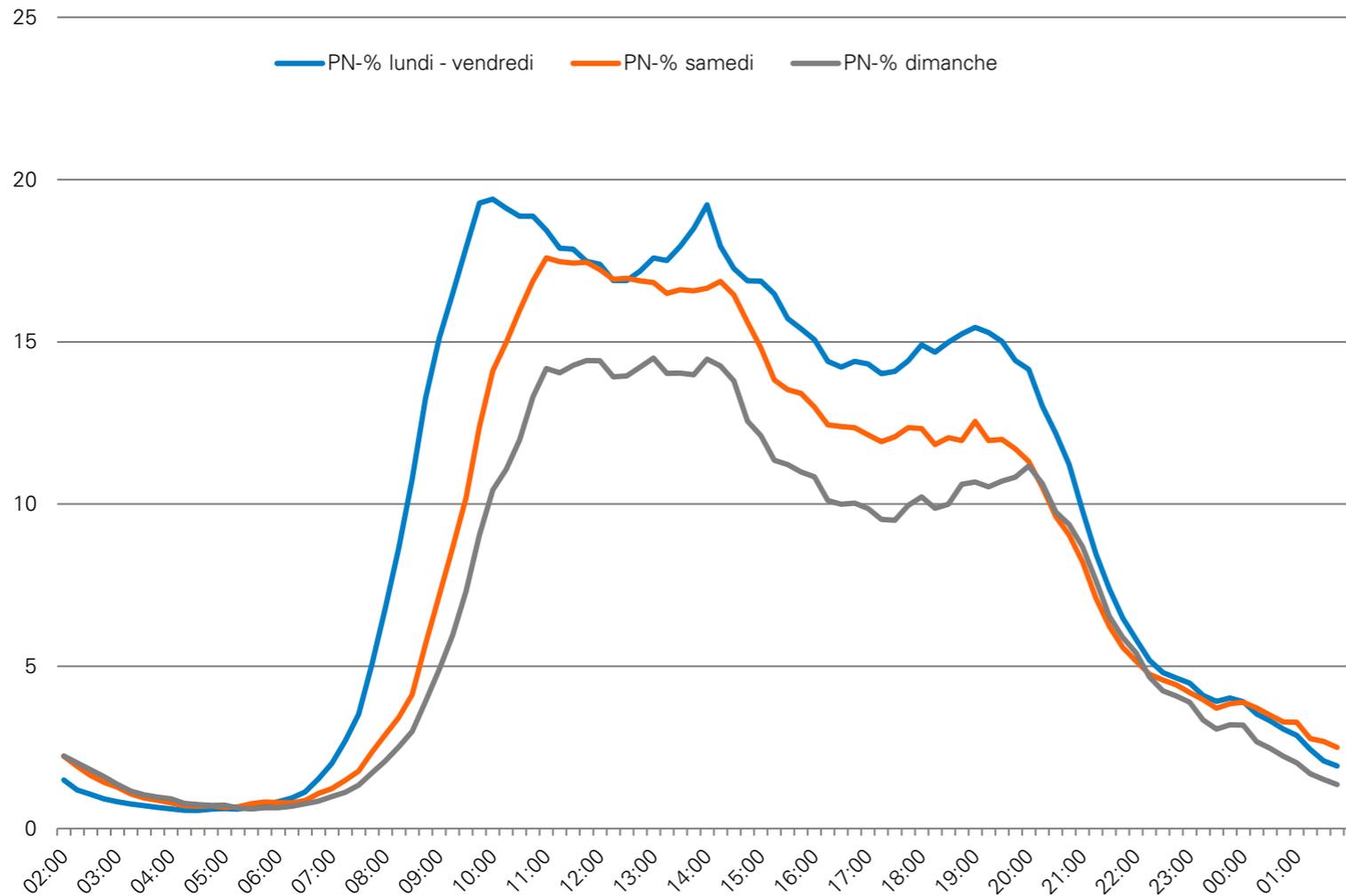




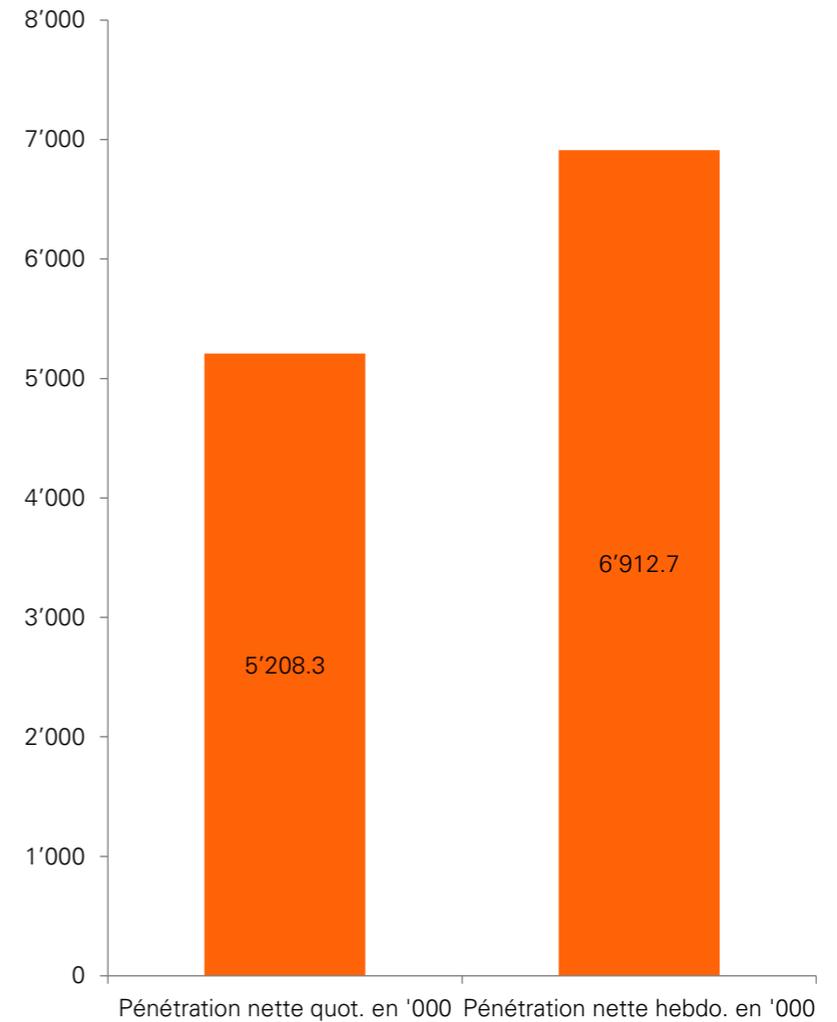
Source : Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting) ; période : 1.7.2024-31.12.2024
Univers (M) : 7'325.6 personnes ; groupe cible 15+
Porteurs de montre : 8'798 (lu-ve), 8'342 (sa), 8'275 (di), 8'814 (lu-di) ; jours de mesure : 213'297 (lu-ve), 41'817 (sa), 41'520 (di), 296'634 (lu-di)

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

∅ Déroulement de la journée en '000



∅ Pénétration quotidienne et hebdomadaire en '000



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.

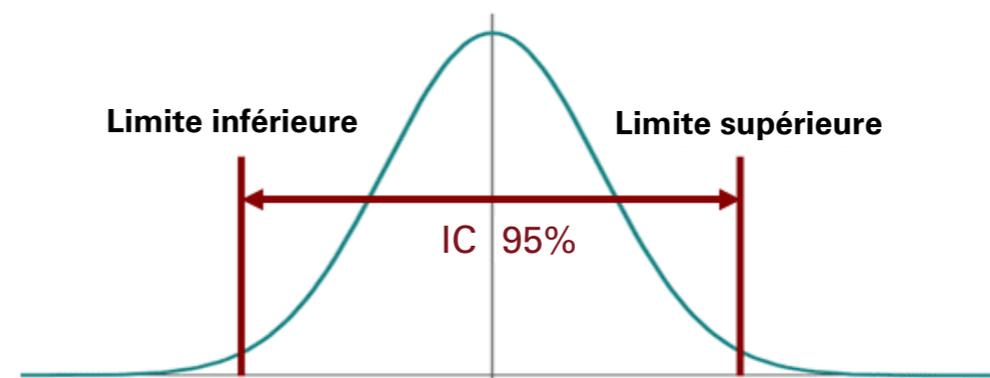
Calcul de l'intervalle de confiance (formule générale)

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
- Time Use Study
- Establishment Survey

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 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 Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), par l'intermédiaire de l'Office fédéral de la communication (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