RTS Radio Télévision Suisse

Audiences 2019

Dossier de Presse
25. 02. 2020

RTSmedia

Service de presse RTS
058 236 85 66
rts_relationsmedias@rts.ch

Matériel de presse sur
https://www.rtsmedias.ch

Audiences 2019 :
Une bonne année pour le digital et la TV

La RTS a réalisé de bonnes performances d'audience en 2019 et continue de rassembler un large public avec ses principaux rendez-vous et lors des grands événements.

En TV, **RTS 1 et 2** affichent 33,9% de parts de marché en prime time et touchent 1,2 mio de personnes en moyenne hebdomadaire (1,25 mio en 2018, riche en grands événements sportifs). En radio, **La Première**, **Espace 2**, **Couleur 3** et **Option Musique** obtiennent également de bons chiffres mais en léger recul, avec une part de marché de 49,1% (50,8% en 2018). Ensemble, les chaînes radio impactent en moyenne 803'000 personnes chaque semaine (883'000 en 2018).

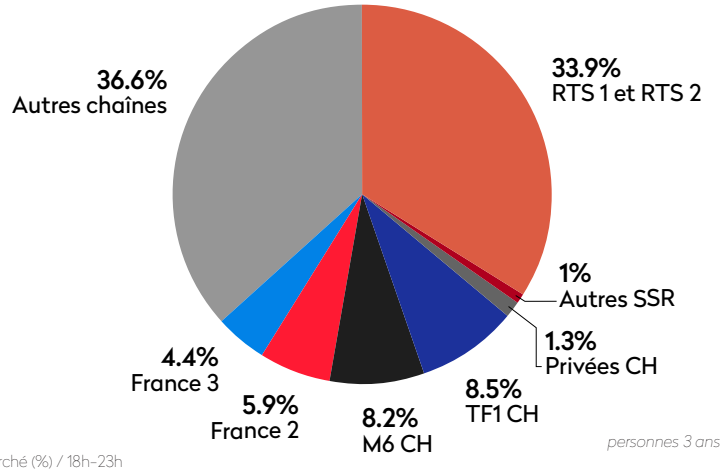
Du côté du site **RTS.ch** et de ses **applications mobiles**, la progression se poursuit de manière importante, atteignant 561'000 utilisateurs uniques hebdomadaires (+9,6%) et 504'000 visites journalières (+9,1%). Même tendance à la hausse pour les présences de la RTS sur les **réseaux sociaux**, qui permettent à la RTS de toucher un public plus jeune, notamment grâce à des offres comme **Tataki**, et qui recueillent en moyenne 612'000 vues de plus de 10 secondes (+28,8%) et 34'000 réactions par jour (+6,3%).

«*Si, de manière générale, la consommation TV et radio connaît une certaine érosion, nous constatons que le public nous attend en masse sur ces médias lors des grands rendez-vous, comme la* Fête des Vignerons *et les* Élections fédérales *par exemple*», explique Pascal Crittin, directeur de la RTS. Les dispositifs transmédias mis en place lors de ces événements permettent également à la RTS d'atteindre un large public sur les différents vecteurs et de proposer des contenus différenciés et complémentaires en TV, en radio et sur le digital. «*Nous sommes par exemple très satisfaits des émissions de radio filmée, comme* Forum *et* La Matinale*, car nous constatons que le public qui regarde ces émissions en TV ou sur les plateformes digitales vient s'ajouter à celui qui nous écoute en radio*», poursuit-il.

Les chaînes TV

En prime time (18h-23h), **RTS 1** et **RTS 2** totalisent en moyenne 33,9% de parts de marché (35,3% en 2018 et 33,2% en 2017). Quant à leur impact, il est de 1,2 mio en moyenne hebdomadaire (1,25 mio en 2018). De très bons résultats pour une année sans grandes compétitions sportives du type Jeux Olympiques, Euro ou Coupe du monde de football.

33.9% de l'audience sur RTS en prime time:



Parts de marché (%) / 18h-23h

MediaPulse TV Data (Instar Analytics), Suisse romande, personnes 3 ans et +, 2019, 1'845'000, Lu-Di 18h-23h, parts de marché en %, direct + rattrapage jusqu'à 2h du matin (overnight)

La **RTS** devance ses concurrentes dans toutes les tranches d'âge, y compris chez les jeunes de 15 à 29 ans, auprès desquels elle obtient 25% de parts de marché (pdm) en prime time. **M6** se place en seconde position avec 13,5% de pdm et **TF1** sur la troisième marche avec 10,8%.

TV: la RTS en tête dans toutes les tranches d'âge

Podiums par catégories d'âge en parts de marché (%)
18h-23h RTS = RTS 1 et RTS 2 cumulés

MediaPulse TV Data (Instar Analytics), Suisse romande, personnes 3 ans et +, 2019, 1'845'000, Lu-Di 18h-23h, parts de marché en %, direct + rattrapage jusqu'à 2h du matin (overnight)

Les journaux d'actualité et les magazines d'information (*A bon entendeur*, *Mise au point*, *Temps Présent* et *TTC*) restent les émissions les plus plébiscitées. Ensemble, ils touchent chaque semaine une moyenne de 798'000 personnes (-1,8%).

Couleurs locales réalise aussi de belles audiences avec 34% de parts de marché, à l'instar des docs-feuilletons *Bye bye la Suisse* (38,8% pdm), *Les nouveaux vétérinaires* (38,2% pdm) et *Caravane FM* (38,6% pdm).

Bien qu'en année «creuse», le sport a suscité son lot d'émotions fortes en 2019. Avec en point d'orgue la finale de Wimbledon entre Roger Federer et Novak Djokovic (audience moyenne 235'000 téléspectateurs, 60,9% pdm), le match de qualification pour l'Euro 2020 Suisse-Irlande (audience moyenne 188'000, 34,6% pdm) et la descente dames des championnats du monde de ski alpin (audience moyenne 179'000, 50,2% pdm).

Autre succès qui a marqué l'année 2019: la Fête des Vignerons, et en particulier la retransmission du spectacle. Une émission qui, sur une durée totale de 2h42, a généré une audience moyenne de 179'000 téléspectateurs et une part de marché de 38,9%.

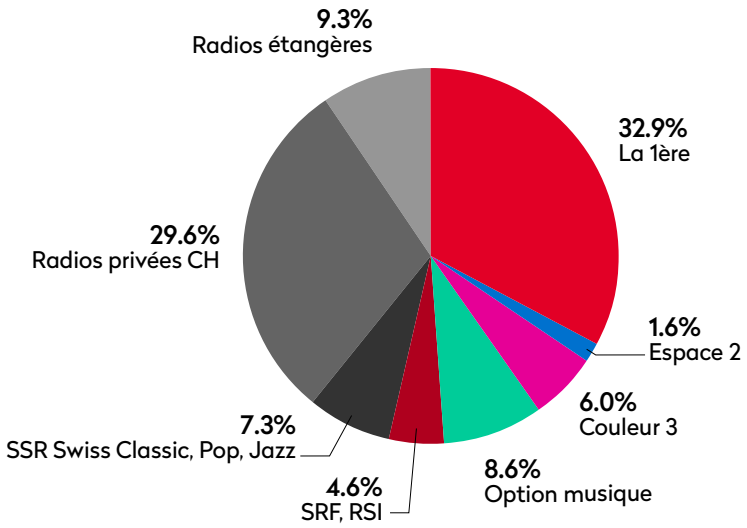
Côté divertissement, notons également les succès de *Cash* (audience moyenne 141'000, 33,4%), de *120 minutes* (audience moyenne 147'000, 28,9%) et de *C'est ma question* (audience moyenne 76'000, 26%).

La consommation du média TV (toutes chaînes confondues) est en léger recul: elle s'élève à 131 minutes quotidiennes en moyenne par habitant en 2019, contre 133 minutes en 2018 et 139 minutes en 2017. Quant à la consommation des chaînes de la RTS, elle atteint en moyenne quotidienne 34 minutes en 2019, contre 37 minutes en 2017 et en 2018.

Les chaînes radio

La Première, **Espace 2**, **Couleur 3**, **Option Musique** affichent toujours de belles parts de marché avec un cumul de 49,1% (50,8% en 2018). Les quatre chaînes radio de la RTS ont impacté en moyenne 803'000 personnes chaque semaine en 2019 (883'000 en 2018). **La Première** se place en tête dans toutes les tranches d'âge hormis chez les 35-44 ans, qui privilégient **Couleur 3**.

49,1% de l'audience sur les chaînes de la RTS



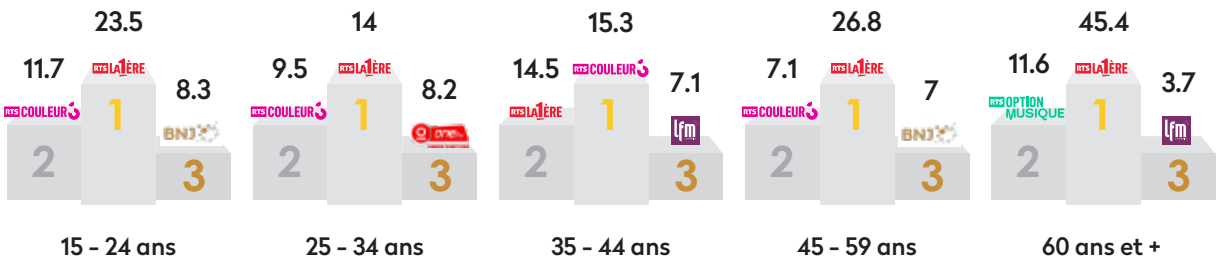
Parts de marché (%) / 24h

MediaPulse Radio Data (EvogeniusReporting), Suisse romande, 15 ans et + (1'732'300 personnes)

La durée d'écoute moyenne du média radio est en léger recul, atteignant 77 minutes par habitant (79 minutes en 2018). Quant aux chaînes de la RTS, elles sont écoutées en moyenne 38 minutes par jour, contre 40 minutes en 2018.

Contrairement à la télévision où les chaînes françaises sont les principales concurrentes de la RTS, en radio ce sont les radios privées suisses qui partagent le podium des meilleures audiences, et ce pour chaque tranche d'âge.

Radio : la RTS en tête dans toutes les tranches d'âge



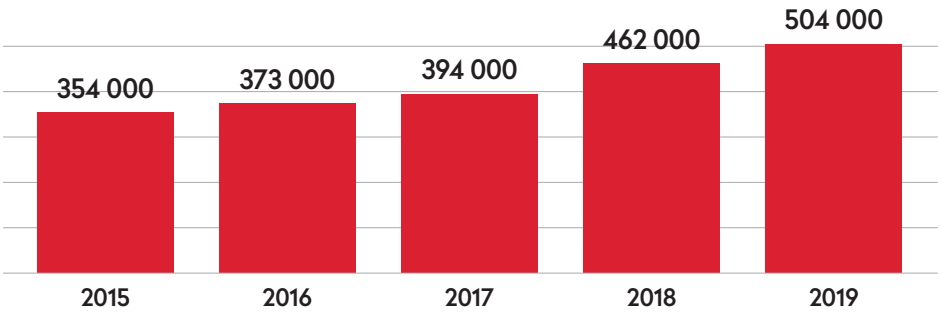
Podiums par catégories d'âge en parts de marché / 24h

MediaPulse Radio Data (EvogeniusReporting), Suisse romande, 15 ans et + (1'732'300 personnes)

Le site RTS.ch et ses applications mobiles

Le site et les applications mobiles de la RTS ont poursuivi leur forte progression en 2019 (+9.6%), avec une moyenne de 504'00 visites par jour (+9,1%) et 561'000 utilisateurs uniques (+9,6%).

Visites journalières sur le site et les apps RTS



Visites journalières moyennes sur le site et les apps de la RTS

Comscore (2015–2018) ; Mapp Intelligence (2019)

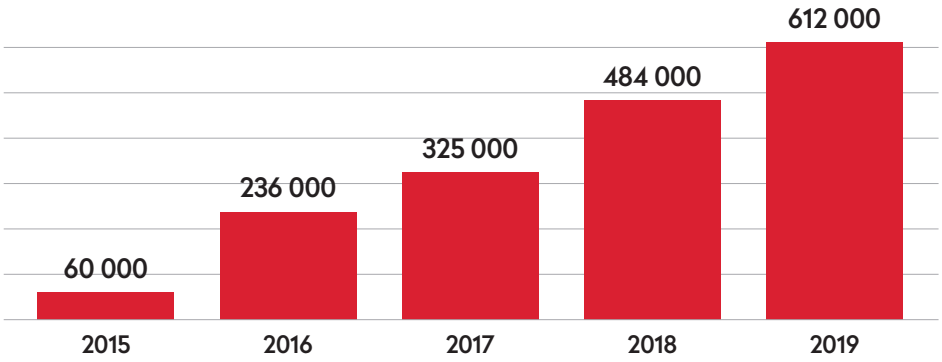
En termes de vues cumulées sur 2019, ce sont les contenus d'actualité (y compris sportive) qui ont généré le plus grand nombre de visites sur Play RTS, à commencer par les capsules du *19h30* (13,7 mios de vues cumulées en 2019) et du *12h45* (4,4 mios de vues).

Quant aux premières places du palmarès des VOD les plus consultées, elles sont occupées par la série *Game of Thrones*, devant l'actualité en vidéo et *Passe-moi les jumelles*.

Présences de la RTS sur les réseaux sociaux

Sur Facebook, YouTube, Instagram, Twitter et Linkedin, la RTS touche un public toujours plus large avec un total de 612'000 vues (+28,8%) et 34'000 interactions quotidiennes (+6,3%).

Évolution des vues journalières sur les réseaux sociaux



Présences de la RTS sur les réseaux sociaux Facebook, YouTube, Twitter et Instagram : vues journalières moyennes cumulées

Site+app : Comscore (2015–2018) / Mapp Intelligence (2019) ; réseaux sociaux : Quintly

Sur **Facebook**, la page des *Archives de la RTS* est la plus suivie avec 359'000 fans et un total de 32 millions de vues en 2019. Elle devance *RTSInfo* (27,9 mios de vues, 234'000 fans) et *Radio Télévision Suisse* (17,2 mios de vues, 154'000 fans).

Sur **YouTube**, c'est le compte générique *Radio Télévision Suisse* qui occupe la tête avec 23,5 mios de vues (491'000 abonnés) sur l'ensemble de l'année. Il est suivi par les *Archives de la RTS* (22,4 mios de vues, 84'000 abonnés) et *120 minutes* (9 mios de vues, 43'000 abonnés).

Sur **Instagram** enfin, *Tataki* occupe la tête du palmarès des comptes RTS qui génèrent le plus de vues. *Tataki* a totalisé 1,8 mios de vues depuis l'été 2019 (et le lancement de l'IGTV), soit presque la moitié de toute l'audience RTS sur cette plateforme.

Les Élections fédérales : un exemple de couverture transmédia

Les rédactions radio, TV et digitales de l'actualité ont uni leurs forces pour couvrir la campagne des Élections fédérales. Le jour des résultats, elles ont proposé un direct de 11 heures diffusé sur **RTS 1**, **La Première** et le site et l'application **Play RTS**.

462'000 personnes ont regardé au moins 15 minutes consécutives de cette émission sur **RTS 1**. Quant au site **RTS Info**, il a reçu 379'000 visites, soit 2,5 fois plus qu'un dimanche habituel. Le minute-par-minute spécial a cumulé à lui seul 142'000 visites.

Selon une étude MIS Trend réalisée au lendemain des élections les 21 et 22 octobre derniers, **74,4% des Romandes et des Romands déclaraient avoir utilisé un vecteur de la RTS pour s'informer des résultats**. D'un point de vue qualitatif, le public sondé a donné à la RTS la note générale de 7,8 sur 10 pour son dispositif, ce qui constitue un très bon résultat.

Palmarès (Top 20)

Les émissions TV les plus suivies en Suisse romande, toutes chaînes confondues

Top	Émission	Chaîne	Date	Audience moyenne (rating)	PDM
1	19h30	RTS 1	19.02.2019	389	67.4
2	A bon entendeur - Dans la fondue, rien n'est défendu !	RTS 1	22.01.2019	352	55.1
3	Mise au point	RTS 1	03.02.2019	325	50.6
4	Temps Présent - Le téléphone portable, une addiction...	RTS 1	10.01.2019	286	42.3
5	TTC - La croisière séduit	RTS 1	11.03.2019	276	49.8
6	Bye bye la Suisse 8 - Petits et grands pas (4/6)	RTS 1	11.01.2019	247	41.4
7	Les Restos du cœur - Le monde des enfoirés	TF1	08.03.2019	245	36.7
8	36,9° - Cryothérapie et plongée en eau froide	RTS 1	23.01.2019	243	40.3
9	Dans la tête... d'un surdoué	RTS 1	30.01.2019	237	39.1
10	Tennis - finale de Wimbledon - Djokovic / Federer	RTS 2	14.07.2019	235	60.9
11	Les nouveaux vétérinaires - Le chien Loxias en danger...	RTS 1	22.02.2019	226	40.3
12	Passe-moi les jumelles - Claude-Alain Gailland, guide...	RTS 1	15.03.2019	224	42.8
13	A bon entendeur d'été - Allemagne, le régime Paléo...	RTS 1	20.08.2019	218	43.7
14	Caravane FM - Requérants d'asile aux Mayens...	RTS 1	20.11.2019	212	39.9
15	Box office - Demain tout commence	RTS 1	22.04.2019	200	29.4
16	Cash - Au salon des inventions à Genève	RTS 1	10.06.2019	192	37.2
17	Football - Qualification Euro 2020 - Suisse / Irlande	RTS 2	15.10.2019	188	34.6
18	Une seule planète - La révélation du bilan	RTS 1	02.01.2019	187	32.1
19	Fête des Vignerons - Le spectacle	RTS 1	27.07.2019	179	38.9
20	Ski alpin: Mondiaux, Are - Descente dames	RTS 2	10.02.2019	179	50.2

Top net des 20 émissions les plus suivies en Suisse romande en 2019.
Seul l'épisode ou le numéro le plus suivi d'une émission ou d'une marque est retenu.
Palmarès bruts disponibles sur demande

Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Suisse romande, personnes 3+, 2019, 1'845'000, Lu-Di, rating direct + rattrapage jusqu'à 7 jours (overnight+7), parts de marché en %, direct + rattrapage jusqu'à 2h du matin (overnight)

Les vidéos les plus vues sur le site et l'application Play RTS

Top	Émission - vidéo	Date	Vues >10s
1	Game of Thrones 8 (3/6)	29.04.2019	51 000
2	L'actu en vidéo - Tempête sur l'arc lémanique	15.06.2019	36 000
3	Passe-moi les jumelles - Vincent Munier, éternel...	08.11.2019	35 000
4	Football - 1/2 finale Ligue des champions - Liverpool / Barcelone	08.05.2019	35 000
5	120 minutes	06.04.2019	26 000
6	Dans la tête... d'un surdoué	30.01.2019	26 000
7	Forum (en vidéo) - Un journaliste de la RTS agressé...	27.06.2019	25 000
8	Tennis - 1/2 finale Nadal / Federer	12.07.2019	25 000
9	RTS Sport - Federer chambre un journaliste italien	09.07.2019	24 000
10	Athlétisme - Mondiaux - 200 m dames: M. Kambundji en bronze !	02.10.2019	22 000
11	Fête des Vignerons - Le spectacle	27.07.2019	22 000
12	Le Doc - La petite mort	21.01.2019	22 000
13	Temps présent - Esclaves sexuelles de l'Église	28.02.2019	20 000
14	Mise au point - Safari en Valais: tuer un bouquetin pour 20'000 francs	03.11.2019	20 000
15	19h30 - Habitants sous le choc suite à l'orage au Val-de-Ruz	22.06.2019	18 000
16	12h45 - Les images de l'avalanche meurtrière de Crans-Montana	20.02.2019	17 000
17	Top Models - Épisode 8147	22.11.2019	16 000
18	36,9° - Tendance jeûne	27.02.2019	15 000
19	Helvetica - Épisode 1	07.11.2019	15 000
20	La Suisse sous couverture - 1/5 Agents infiltrés	15.11.2019	14 000

Top net : seule la vidéo la plus vue d'une émission ou d'une marque est retenue.
Les palmarès bruts sont disponibles sur demande

RTS-Etudes et audience - Mapp Intelligence (2019)

Les vidéos RTS les plus vues sur Facebook

Top	Page	Date	Vues >10s
1	Les archives de la RTS - Samy et les balluches	14.05.19	3 458 000
2	RTSInfo - Déluge historique en Australie	08.02.2019	2 425 000
3	Nouvo - Le rêve de Lauriane, en situation de handicap	01.04.2019	2 044 000
4	36.9° - Renaître des flammes. S. Maillard, brulé à 92%	18.03.2019	1 745 000
5	120 minutes - Interview Sandwich : Samuel Freudiger	29.04.2019	1 256 000
6	Mise au point - Mères adolescentes	02.12.2019	1 102 000
7	RTS Sport - Archive : première finale ATP de R. Federer	05.01.2019	647 000
8	RTS Fribourg - Omnivore par conviction	13.02.2019	639 000
9	Signes - Malwin, seul entendant dans une famille de sourds	19.04.2019	581 000
10	Tataki - Iceberg - Adam : « Le féminisme va trop loin »	02.04.2019	544 000
11	La Première - La chronique de Nathanaël Rochat	09.09.2019	484 000
12	Darius Rochebin - Orage en Suisse : parking de Plainpalais	15.06.2019	452 000
13	Aujourd'hui - Cafetière italienne, emportée par les capsules ?	23.04.2019	444 000
14	Dans la tête de - (extrait) Le con aurait-il de bonnes raisons...	09.09.2019	436 000
15	Temps Présent (extrait) - Croque-mort au féminin	18.10.2019	373 000
16	Couleur 3 - Les Orties : être suisse	31.07.2019	308 000
17	Option Musique - i Muvrini chante le Ranz des vaches	27.07.2019	164 000
18	RTS 1 | RTS 2 - (extrait) Mise au point : tondra bien...	30.03.2019	139 000
19	TTC - Jets privés XXL, les émirs du Golfe	21.05.2019	138 000
20	Passe-moi les jumelles - À skis sur des pentes à 50 degrés	26.02.2019	130 000

Top net : seule la vidéo la plus vue d'un compte ou d'une page est retenue.
Palmarès bruts disponibles sur demande

Quintly

Les vidéos RTS les plus vues sur YouTube

Top	Vidéo	Date	Vues
1	Couleur 3 - Pire 2 pire Nayuno - Koba LaD X maes	09.08.2019	822 000
2	Les archives de la RTS - Michel Legrand - Les moulins...	26.01.2019	637 000
3	Géopolitis - Japon, l'Empire se réveille	26.09.2019	598 000
4	120 minutes - Bradaframanadamada	03.06.2019	594 000
5	Faut pas croire - Franc-maçonnerie : rituels, secrets...	05.03.2019	573 000
6	RTS Sport - Ligue des Champions - Résumé Tottenham / City	09.04.2019	427 000
7	Dans la tête... d'un surdoué	30.01.2019	349 000
8	Mise au point - Maman à 16 ans	02.12.2019	327 000
9	Les beaux parleurs - La chronique de Marina Rollman	12.05.2019	315 000
10	Temps Présent - Ukraine, les combattantes du Donbass	29.03.2019	256 000
11	Tataki - R. Frayssinet affronte J. Dethelot au Montreux...	02.01.2019	184 000
12	120 minutes - Il fait chaud	09.09.2019	171 000
13	A bon entendeur - Le gingembre et le curcuma,...	18.09.2019	171 000
14	36.9° - Trop de propreté, c'est risqué	24.01.2019	167 000
15	Passe-moi les jumelles - Vincent Munier, éternel...	27.12.2019	80 000
16	Les Docs - Section, Marche ! - 1/7	22.12.2019	34 000
17	Point Barre - Intervew de Chef Otaku (Polymanga 2019)	20.04.2019	26 000
18	Nouvo - Stopper le désert avec la permaculture	23.06.2019	24 000
19	Mauvaise langue	25.01.2019	17 000
20	Fête des Vignerons - Le ranz des Vaches par i Muvrini	15.08.2019	9 000

Top net : seule la vidéo la plus vue d'une page est retenue.
Palmarès bruts disponibles sur demande

Quintly

Lexique Audiences

Indicateurs TV et radio

La part de marché (pdm):
La part de marché correspond à l'audience d'une émission ou d'une chaîne (radio ou TV) en pourcentage de l'audience totale des chaînes du même média au même moment.
Sur cent personnes présentes devant la télévision, ou écoutant la radio à un moment donné, la part de marché indique combien elles étaient à suivre l'émission ou la chaîne observée. Cet indicateur est le plus efficace pour comparer une chaîne ou un programme à sa concurrence.

L'audience moyenne:
L'audience moyenne, ou « rating », correspond au nombre de personnes qui, théoriquement, ont suivi une émission dans son intégralité. Pour la calculer, l'outil de mesure enregistre en permanence le nombre de téléspectateurs de l'émission. La moyenne de ce nombre de téléspectateurs donne l'audience moyenne. Ainsi, une personne qui n'a suivi que la moitié de l'émission compte pour ½ dans l'audience moyenne. Cet indicateur est la mesure d'audience la plus complète, mais aussi la plus abstraite.

La pénétration:
La pénétration correspond au nombre de personnes qui ont été en contact durant au moins une seconde (seuil par défaut) avec une chaîne, une émission ou une tranche horaire. Le seuil par défaut est d'une seconde. En conséquence, plus la durée du programme observé sera longue, plus sa pénétration sera grande.

Le volume de consommation (en minutes):
Le volume de consommation représente la moyenne des minutes consacrées à un média par un public donné.

L'empreinte hebdomadaire (en milliers de personnes):
L'empreinte hebdomadaire, aussi appelée «impact», «couverture» ou «reach», indique le nombre de personnes qui ont regardé, ou respectivement écouté, un programme ou une chaîne au moins quinze minutes consécutives durant une semaine. Cet indicateur permet d'évaluer l'impact d'une offre auprès d'une population donnée.

Indicateurs des plateformes digitales

Les visites:
Une visite correspond au parcours d'une ou d'un internaute sur un site ou une application mobile. Une visite est donc constituée d'un certain nombre de pages vues et d'une certaine durée. C'est l'indicateur web le plus couramment utilisé. Une visite se clôture automatiquement après 30 minutes d'inactivité.

Les vues:
Les vues correspondent au nombre de clics observés sur un player média. Chaque mise en lecture est comptabilisée comme une nouvelle vue, sans tenir compte de la durée de la consommation de l'audio ou de la vidéo. Sur Facebook, seules les vues de plus de 10 secondes sont retenues par la RTS afin que soient extraites les vues générées artificiellement par l'«autoplay» (lecture automatique).

Utilisateurs uniques hebdomadaires:
Les utilisateurs uniques hebdomadaires correspondent au nombre de personnes qui ont visité une offre digitale (site ou apps) au moins une fois par semaine. Cet indicateur est issu de l'enquête suisse Net-Metrix-Profile, publiée deux fois par année.

L'engagement (ou interactions):
L'engagement correspond à l'ensemble des réactions, partages et commentaires liés à une publication sur un réseau social. Il exprime le degré d'interactivité du public sur ces plateformes comme Facebook, Instagram, YouTube, Twitter et Linkedin.