

13.12.2005 - 08:30 Uhr

Excellente crédibilité de la télévision suisse - Stephan Klapproth présentateur de journal d'information le plus apprécié

Zurich (ots) -

Cette année, pour la première fois, la deuxième étude paneuropéenne d'UPC a été réalisée en Suisse. Accessible au public à l'adresse www.cablecom.ch/wirueberuns/upc_2005_tv_survey, cette étude met particulièrement deux points en évidence: les téléspectateurs suisses estiment que la crédibilité de leur télévision publique est élevée et ils sont les plus faibles consommateurs de télévision d'Europe. Afin de récompenser le présentateur du journal d'information le plus apprécié, cablecom a créé pour la première fois le "Swiss TV Award". Cette année, il est décerné à Stephan Klapproth, présentateur du journal d'information "10vor10".

La deuxième étude paneuropéenne d'UPC / de cablecom a été réalisée en 2005 dans les 14 pays d'Europe dans lesquels UPC propose des services de télévision et de télécommunication et donc également pour la première fois en Suisse. Outre la crédibilité du support télévisuel, cette enquête a étudié si l'âge avait une influence sur le comportement télévisuel. Le sondage a été coordonné par "Research International" et réalisé auprès de plus de 6'000 téléspectateurs. Les personnes interrogées ont été réparties dans trois classes d'âge, les 16-29, les 30-49 et les plus de 50 ans. L'étude peut être téléchargée à l'adresse www.cablecom.ch/wirueberuns/upc_2005_tv_survey. Rudolf Fischer, Managing Director de cablecom: "Cette étude montre l'importance de la télévision publique dans l'information et l'orientation de l'opinion en Suisse."

Pas de junkies de la télé - accent mis sur une télévision sélective

Les Suisses enregistrent la plus faible consommation télévisuelle de toute l'Europe. Seulement 31 % des Suisses passent chaque jour plus de deux heures devant la télévision, contrairement aux Français (70%). Il faut noter que les personnes âgées regardent beaucoup plus la télévision que les jeunes: 37% des Suisses de plus de 50 ans regardent la télévision plus de deux heures par jour. Ils ne sont que 25% chez les 16-29 ans.

Priorité aux émissions préférées qui sont enregistrées

En Suisse, une personne sur deux a une émission préférée qu'elle ne souhaite pas manquer. Les chiffres sont encore plus élevés chez les personnes plus âgées: 32% enregistrent leur émission et 30% sont prêts à rester à la maison. Seuls les jeunes de 16 à 29 ans n'agissent pas principalement (56%) en fonction du programme télé.

En Suisse, les chaînes publiques sont plus crédibles que les chaînes privées (manque de crédibilité des chaînes privées)

Pour la population suisse, il est très important d'être informé. 68% des Suisses citent l'information comme la première raison les poussant à regarder la télévision. Chez les personnes de plus de 50 ans, on atteint même les 86%. Par ailleurs, jeunes et moins jeunes (82%) sont convaincus que le journal télévisé est le reflet de la réalité. Ce faisant, les chaînes publiques ont nettement la préférence (64%) sur les chaînes privées (2%). Avec cette attitude,

les Suisses se démarquent nettement des autres pays d'Europe où la moitié des téléspectateurs estiment que les informations de la télévision privée commerciale sont tout aussi crédibles.

Aucun potentiel pour la télé réalité en Suisse

Le tableau est différent chez les jeunes qui préfèrent les émissions de divertissement. Les Suisses de 16 à 29 ans regardent en premier lieu la télévision pour se divertir (55%). Par contre 77% ne manifestent que peu d'intérêt pour la télé réalité.

La télévision influence le comportement électoral

Les informations politiques à la télévision revêtent une grande importance. 71% des Suisses s'intéressent à la politique nationale et encore davantage (73%) à la politique européenne. Dans un même temps, la majorité des personnes interrogées (64%) affirment que leur comportement électoral est influencé par les débats politiques à la télévision.

Une forte affinité pour les nouvelles technologies

Les Suisses font preuve d'une forte affinité avec les nouvelles technologies. L'intérêt des Suisses (77%) pour les nouvelles technologies est supérieur à la moyenne européenne qui est de 71%. Environ quatre Suisses sur cinq ont par exemple installé chez eux un réseau sans fil. Même si les Suisses regardent peu la télévision, 58% de tous les Suisses avouent posséder plus d'un téléviseur. Un Suisse sur cinq âgé de 16 à 29 ans possède même trois téléviseurs chez lui, le double de la génération des 30-49 ans.

Présentateur du journal d'information préféré des Suisses

Dans les 14 pays, les participants ont élu leur présentateur de journal d'information préféré parmi une sélection de dix candidats, majoritairement de chaînes privées. Le présentateur préféré des Suisses est Stephan Klapproth, du journal d'information "10vor10". Le présentateur du journal télévisé Heiner Müller arrive en deuxième place suivi de Darius Rochebin, présentateur du journal de la Télévision Suisse Romande et classé troisième. Cablecom décerne au vainqueur, Stephan Klapproth, le prix "Swiss TV Award" créé récemment et d'une valeur de 20'000 francs suisses. Cette prime est liée à un événement de l'année dernière qui a particulièrement touché le présentateur. Stephan Klapproth nous livre enthousiaste : "Je voudrais faire don de cet argent à la "Goute d'eau", une petite organisation d'aide humanitaire créée par de jeunes bernois et bernoises, qui s'engage contre la traite des enfants et la prostitution infantile en Asie et dont la visite, au Cambodge, de centres exemplaires pour accueillir les d'orphelins m'a beaucoup impressionné.

A propos de cablecom:

Cablecom est le plus grand câblo-opérateur de Suisse proposant à ses clients des offres Triple Play dans le domaine de la télévision câblée, de l'Internet haut débit et de la téléphonie fixe. Par ailleurs, cablecom propose aux clients professionnels un service de Managed Area Networks, ainsi que des services vocaux à forte valeur ajoutée, ajoutée, l'ingénierie et les signaux pour la télévision analogique ainsi que des installations et des services d'application et de transmission pour les clients wholesale. Le réseau national de la société (l'un de deux seulement en Suisse) dessert 14 des 16 grandes villes du pays. Liberty détient 100% du capital-actions de cablecom Holding SA.

A propos d'UPC Broadband

UPC Broadband (UPC) est l'un des premiers fournisseurs de services de télévision, d'Internet haut débit et de téléphonie, desservant 14 pays d'Europe. La société est une division de Liberty Global Inc. Liberty Global dispose de parts dans des sociétés de contenu et distribution d'offres haut débit opérant en dehors des Etats-Unis, majoritairement en Europe, Asie et sur le continent américain. Grâce

à ses filiales et sociétés affiliées, Liberty Global est, en termes d'abonnés, le plus grand câblo-opérateur haut débit en dehors des Etats-Unis. Selon les statistiques d'exploitation consolidées de la société datant du 30 juin 2005 (mis à part NTL Ireland, que nous consolidons mais ne contrôlons pas), les réseaux de Liberty Global desservent environ 23,5 millions de foyers, pour un total d'environ 14,9 millions d'unités génératrices de revenus, soit quelques 10,7 millions d'abonnés vidéo, 2,5 millions d'abonnés Internet haut débit et 1,8 million d'abonnés téléphoniques. Les actions de Liberty Global se négocient au NASDAQ (LBTYA, LBTYB, LBTYK).

Contact:

Cablecom Media Relations
Stephan Howeg, Directeur de la communication d'entreprise
Tél.: +41/44/277'99'99
Fax: +41/44/277'95'88
Email: media.relations@cablecom.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004998/100501642> abgerufen werden.