




RÉSUMÉ

Photo de Steve Richey sur Unsplash

DISPOSITIF SUISSE DE SURVEILLANCE DES MÉDIAS EN LIGNE 2019

OFFRES AUDIO ET VIDÉO EN LIGNE EN SUISSE

GOLDMEDIA

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

FAITS ESSENTIELS SUR L'OFFRE AUDIO EN LIGNE EN SUISSE

Source: Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne 2019

/01

FOURNISSEURS DE CONTENU AUDIO EN LIGNE

Dans l'ensemble, 145 fournisseurs ont produit 440 offres audio en ligne en Suisse en 2019. Deux tiers des offres audio en ligne proviennent de radios classiques FM/DAB+.

/02

VOLUMES DE PUBLICATION

En 2018, le nombre de contributions audio en ligne publiées a augmenté chez plus de la moitié des fournisseurs. Depuis 2017, le nombre de minutes audio produites a augmenté de 42 % et atteint environ 1 400 minutes par mois.

/03

DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ GLOBAL

Entre 2018 et 2021, on s'attend à ce que le total des revenus publicitaires du marché audio en ligne en Suisse connaisse une croissance de +18 %, soit qu'il atteigne environ 1,9 million CHF en 2021.

/04

UTILISATION DE L'OFFRE AUDIO EN LIGNE

Plus de la moitié de la consommation de radio et de contenu audio en ligne en Suisse est aujourd'hui en distribution IP. Les diffusions des stations FM et les services de musique en streaming sont appréciés: 43 % des personnes écoutent de la musique plusieurs fois par semaine.

/05

OFFRE AUDIO EN LIGNE PAYANTE

Plus d'un tiers des internautes suisses utilisent des services audio en ligne payants en 2019, les 16-29 ans étant quant à eux 48 % à les utiliser. Les personnes interrogées seraient prêtes à dépenser 7,80 CHF par mois pour utiliser des services de musique en streaming.

/06

PERSPECTIVES ET TENDANCES

Les thématiques principales pour le futur du marché suisse de l'audio en ligne sont les véhicules connectés, les enceintes connectées, la personnalisation des offres et les podcasts. 46 % des personnes qui n'utilisent pas ces services actuellement seraient prêtes à écouter du contenu audio en ligne à l'avenir.

FAITS ESSENTIELS SUR L'OFFRE VIDÉO EN LIGNE EN SUISSE

/01

FOURNISSEURS DE CONTENU VIDÉO EN LIGNE

Dans l'ensemble, 128 fournisseurs ont produit 165 offres vidéo en ligne en Suisse en 2019. 56 % des offres proviennent des marques médiatiques classiques de la télévision, de la radio et du papier.

/02

VOLUMES DE PUBLICATION

En 2018, le nombre de contributions vidéo en ligne publiées a augmenté chez plus de 54 % des fournisseurs. Depuis 2017, le nombre de minutes vidéo produites a augmenté de 55 % et atteint environ 440 minutes par mois.

/03

DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ GLOBAL

Entre 2018 et 2021, on s'attend à ce que le total des revenus publicitaires du marché vidéo en ligne en Suisse connaisse une croissance de +49 % pour atteindre 49 millions CHF en 2021.

/04

UTILISATION DE L'OFFRE VIDÉO EN LIGNE

En 2019, 56 % de la consommation télévisuelle et de contenu vidéo en Suisse s'effectue par Internet. Les programmes en direct des chaînes de télévision et les portails vidéo gratuits sont appréciés. Environ un tiers des interrogés utilisent ces services plusieurs fois par semaine.

/05

OFFRE VIDÉO EN LIGNE PAYANTE

8 % des offres vidéo en ligne sont en partie payantes et plus de la moitié des internautes suisses les utilisent au moins occasionnellement en 2019. Parmi les 16-29 ans, cela représente même les deux tiers de la population interrogée.

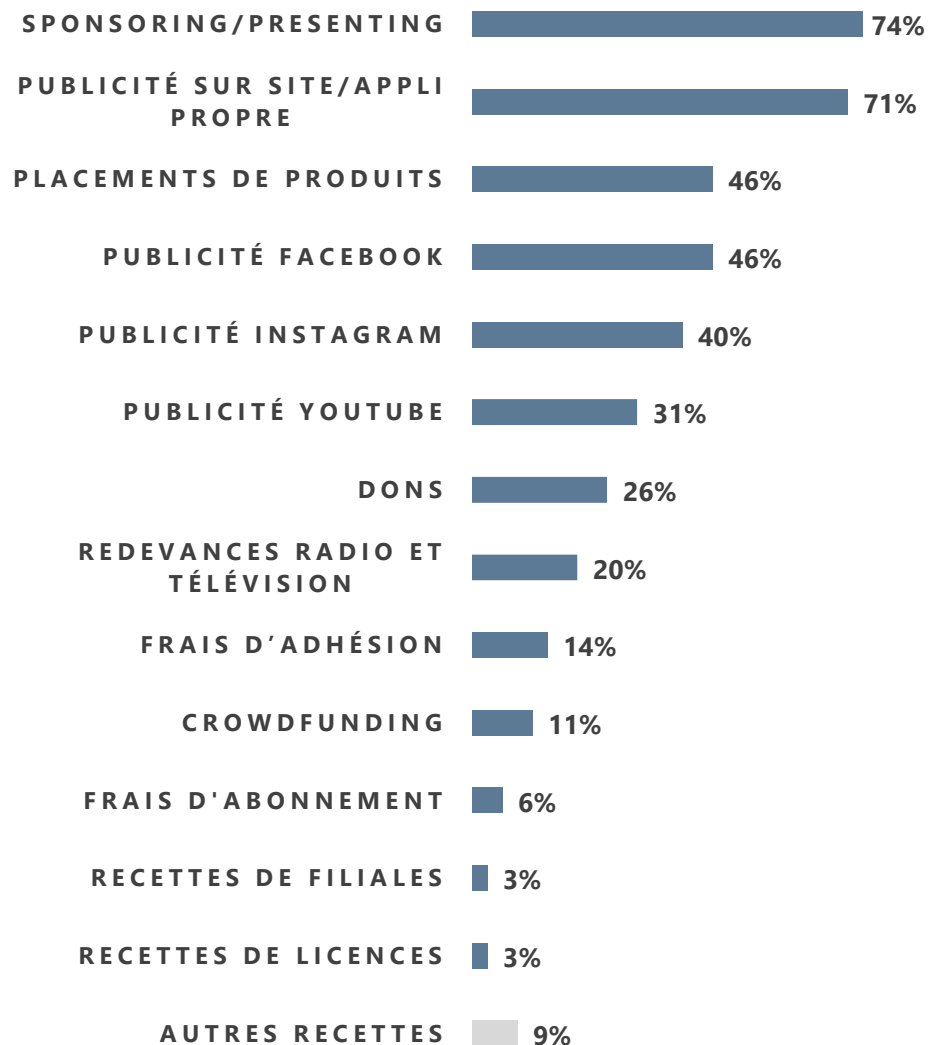
/06

PERSPECTIVES ET TENDANCES

Les thématiques principales pour le futur du marché de la vidéo en ligne en Suisse sont les formats innovants, l'interactivité des contenus, mais aussi la 5G et le marketing d'influence. 55 % des personnes qui n'utilisent pas ces services actuellement seraient prêtes à regarder du contenu vidéo en ligne à l'avenir.

Source: Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne 2019

CROISSANCE DES SOURCES DE REVENUS D'ICI 2021



SOURCES DE REVENUS D'ICI 2021

La majorité des fournisseurs d'offres audio et vidéo en ligne interrogés (74 %) pensent que les sources de revenus les plus importantes actuellement, à savoir *le sponsoring/presenting ainsi que la publicité sur leur site web*, continueront à croître au cours des deux prochaines années. Seuls moins de la moitié des fournisseurs interrogés pensent que les plateformes comme Facebook, Instagram et YouTube vont gagner en importance d'ici 2021.

Source: Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne 2019, n=35 Question: Selon vous, quelles sources de revenus vont gagner en importance pour votre offre en ligne au cours des deux prochaines années, soit jusqu'en 2021?

CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Commandité par l'OFCOM, le Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne 2019 poursuit les objectifs suivants: D'une part, il s'agit d'enregistrer et de quantifier les offres et les fournisseurs de l'industrie des médias web en Suisse et de cartographier leurs données économiques et leur potentiel. L'étude donne également un aperçu de la demande pour ces services audio et vidéo en ligne ainsi que des estimations, des tendances et des évolutions sur des sujets de tendances spécifiques.

Le Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne 2019 fait suite à l'étude exploratoire « Streaming Media Monitor 2017 », réalisée pour la première fois en 2017 pour le compte de l'OFCOM, via une vaste collecte de données structurelles pour enregistrer tous les fournisseurs de médias audiovisuels pertinents et actifs en Suisse.

D'autre part, une enquête en ligne standardisée a été réalisée entre le 21 mai et le 12 juillet 2019, à laquelle tous les médias auditifs et audiovisuels enregistrés sur le web ont été invités à participer et au cours de laquelle ils ont pu présenter leurs données actuelles et leur vision de l'évolution du marché suisse de l'audio et de la vidéo en ligne.

En 2019, une collecte de données auprès de 3 000 utilisateurs d'offres audio et vidéo en ligne a eu lieu pour la première fois dans le cadre du Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne. Il s'agit d'une enquête représentative auprès des internautes suisses qui a également été menée en ligne entre le 1er et le 19 juillet 2019, et au cours de laquelle les personnes ont été interrogées sur leur comportement d'utilisateur des offres audio et vidéo en ligne, leurs motifs et leurs antécédents.

En outre, l'étude est basée sur des enquêtes qualitatives auprès d'acteurs sélectionnés du marché, par ex. des associations, des fournisseurs, des spécialistes du marketing ou des agences, ainsi qu'une évaluation complète et complémentaire des données secondaires actuelles, des recherches documentaires approfondies et des prévisions de marché.

BASE DE DONNÉES/POPULATION STATISTIQUE

Dans le Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne 2019, toutes les offres actives ont été enregistrées lorsque le contenu audio/radio ou vidéo en ligne, propre ou sous licence, est une caractéristique centrale, linéaire ou à la demande (exception: les boutiques en ligne de téléchargement pur, où l'on peut acheter de la musique, des films et des vidéos ne sont pas inclus), qui sont basées sur un navigateur ou accessibles via une application mobile et qui sont destinées à un public cible suisse ou dont le fournisseur est basé en Suisse (sous réserve du respect des normes légales).

Cela comprend toutes les radios en ligne (diffusion simultanée et radios en ligne seulement), les radios générées par les utilisateurs et les offres de podcast avec distribution IP ou basées sur des applications mobiles (linéaire ou à la demande) axées sur la musique et/ou l'information, ainsi que toutes les offres de vidéo active avec distribution IP ou basées sur des applications mobiles, notamment les chaînes YouTube.

La population statistique du Dispositif suisse de surveillance des médias en ligne 2019 comprend: 145 fournisseurs de contenu audio en ligne avec 440 offres audio en ligne ainsi que 128 fournisseurs de contenu vidéo en ligne avec 165 offres vidéo en ligne (dont 12 sont aussi des fournisseurs de contenu audio en ligne). Cela correspond à 261 fournisseurs de contenu en streaming avec en tout 593 offres vidéo et audio en ligne.

En 2019, 20 fournisseurs n'étaient techniquement pas disponibles pour l'enquête (aucune adresse électronique et/ou numéro de téléphone valide). 241 fournisseurs de services audio et vidéo en ligne ont donc été invités à participer à l'enquête. En tout, 106 fournisseurs y ont pris part, ce qui correspond à un taux de réponse de 44 % (en prenant en compte les fournisseurs techniquement joignables).



Photo de Steve Richey sur Unsplash

DISPOSITIF SUISSE DE SURVEILLANCE DES MÉDIAS EN LIGNE 2019

OFFRES AUDIO ET VIDÉO EN LIGNE EN SUISSE

GOLDMEDIA

WWW.BAKOM.ADMIN.CH



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation BAKOM