



RÉSUMÉ

*Photo prise par Richard Horvath sur Unsplash*

# MEDIA MONITORING 2021

OFFRES D'AUDIO ET DE VIDÉO EN LIGNE EN SUISSE



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

AU NOM DE :

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

**GOLDMEDIA**

# FACTEURS CLÉS AUDIO EN LIGNE EN SUISSE 2021

/01

## FOURNISSEURS DE CONTENU AUDIO EN LIGNE

En Suisse, un total de 575 offres audio en ligne seront produites par 193 prestataires en 2021. La part des stations de radio en ligne uniquement passe à 39 pour cent. Le groupe le plus important sur le marché global reste les sous-marques en ligne des stations FM/DAB+.

/02

## DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ GLOBAL

Le marché suisse de l'audio en ligne a généré en 2020 une recette publicitaire totale de 4,3 millions de francs suisses. En 2021, ce chiffre devrait atteindre 5,0 millions de francs suisses. Le marché devrait continuer à croître de 13 % par an jusqu'en 2023.

/03

## UTILISATION DU PODCAST

Les podcasts sont écoutés au moins occasionnellement par 17 % des utilisateurs suisses en ligne. La détente et la découverte de nouveaux horizons sont les principales motivations. Des podcasts intéressants sont trouvés principalement grâce aux recommandations des cercles privés et professionnels.

/04

## UTILISATION DE L'OFFRE AUDIO EN LIGNE

La pandémie de COVID 19 favorise l'utilisation de l'audio en ligne en Suisse : Globalement, 59 % des utilisateurs suisses en ligne ont déjà écouté des contenus radio/audio via internet en 2021. 48 % ont déclaré écouter plus souvent de l'audio en ligne en raison de la pandémie.

/05

## AUDIO EN LIGNE PAYANTE

Les services audio en ligne payants sont nettement plus utilisés en Suisse en 2021 qu'en 2019 : Actuellement, environ un utilisateur en ligne suisse sur deux utilise au moins un service payant.

/06

## PERSPECTIVES ET TENDANCES

Si le passage à la DAB+ a lieu en Suisse, 63 % des fournisseurs s'attendent à un nouvel essor de l'audio en ligne. D'autres sujets importants pour l'audio en ligne selon les fournisseurs en Suisse sont les voitures connectées, la 5 G et les podcasts.

Source : Media Monitoring 2021

# FACTEURS CLÉS VIDÉO EN LIGNE EN SUISSE 2021

/01

## FOURNISSEURS DE CONTENU VIDÉO EN LIGNE

Au total, 192 offres de vidéo en ligne ont été produites par 127 prestataires en Suisse en 2021. La part des marques de médias classiques (télévision, radio ou presse écrite) dans le marché total est passée à 62 %.

/02

## DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ GLOBAL

Les recettes publicitaires totales du marché suisse de la vidéo en ligne s'élevaient à environ 160 millions de francs suisses en 2020 et devraient augmenter de dix pour cent pour atteindre 176 millions de francs suisses en 2021, selon les fournisseurs.

/03

## TIKTOK

TikTok a gagné en importance pour 22 % des fournisseurs de vidéo en ligne interrogés au cours de l'année écoulée. Du côté des consommateurs, la plateforme de médias sociaux joue un rôle croissant pour 15 % des utilisateurs suisses en ligne.

/04

## UTILISATION DE L'OFFRE VIDÉO EN LIGNE

La COVID 19 favorise également l'utilisation de la vidéo en ligne : Globalement, 58 % des spectateurs suisses en ligne ont déjà regardé des contenus TV / vidéo via internet en 2021. 57 % ont déclaré regarder plus souvent des vidéos en ligne en raison de la pandémie.

/05

## UTILISATION DE VIDÉOS EN LIGNE PAYANTES

Par ailleurs, 78 % des utilisateurs suisses en ligne utilisent au moins un service payant de télévision ou de streaming vidéo. Une personne sur deux a un abonnement à Netflix, Amazon Prime Video et Co. 35 % regardent exclusivement gratuitement.

/06

## PERSPECTIVES ET TENDANCES

L'interactivité avec la communauté et les formats innovants resteront les facteurs les plus importants pour le développement du marché de la vidéo en ligne en Suisse en 2021, tout comme un meilleur accès à l'internet à domicile et les nouvelles normes de téléphonie mobile.

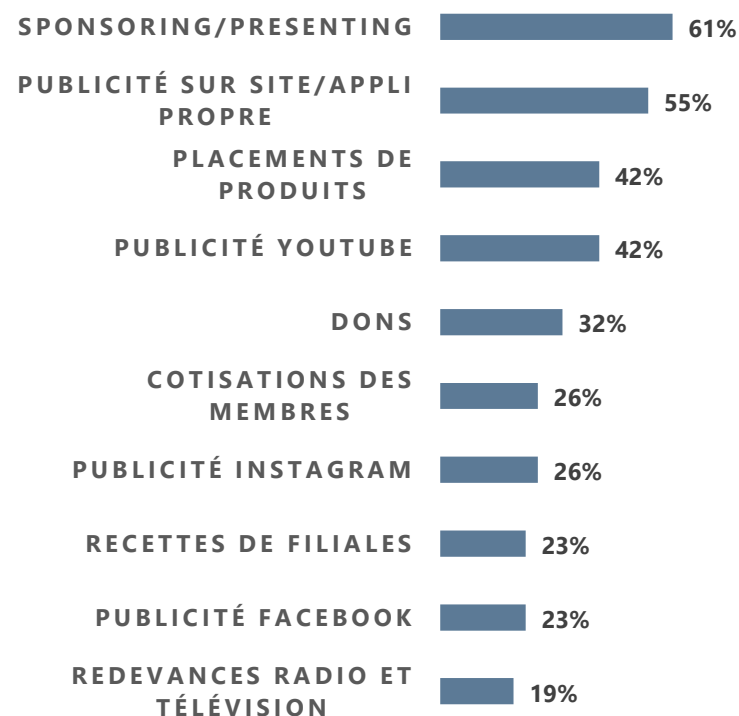
Source : Media Monitoring 2021

# SOURCES DE REVENUS JUSQU'EN 2023

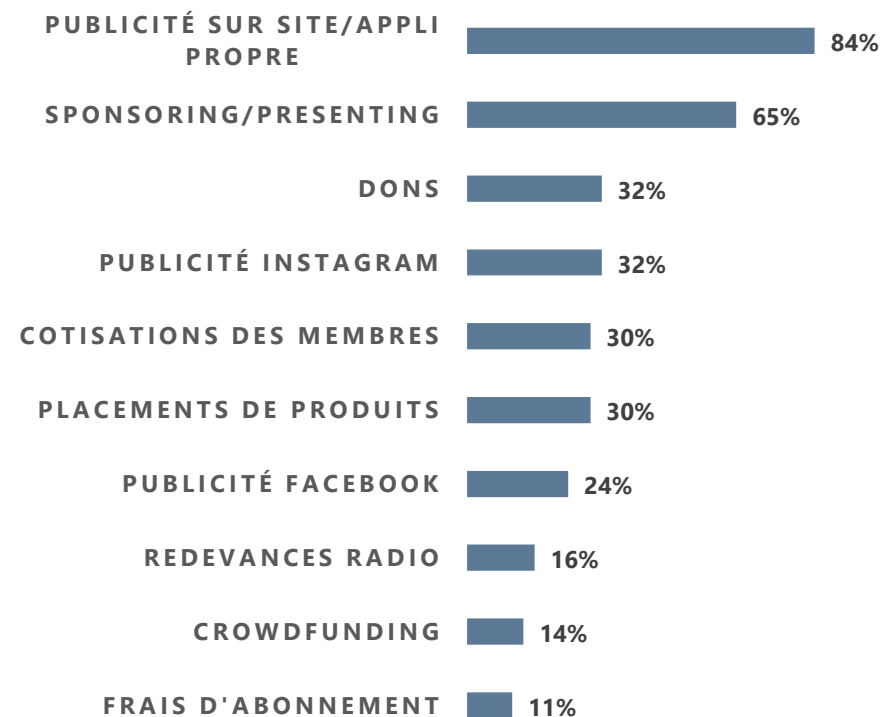
Le *sponsoring/la présentation* et la *publicité sur leur propre site web* continuent d'être cités comme les principales sources de revenus pour les deux prochaines années par la majorité des fournisseurs d'audio et de vidéo en ligne interrogés. Pour les fournisseurs de vidéos, les placements de produits et les revenus via YouTube gagneront également en importance. Pour les fournisseurs audio interrogés, les dons et la publicité sur Instagram, entre autres, deviendront plus importants à l'avenir - par rapport aux fournisseurs vidéo, cependant, la publicité sur leur propre site web ou application reste de loin la plus importante.

Source : Media Monitoring 2021, n=31 fournisseurs vidéo et n=37 fournisseurs audio. 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 2023 ?

## IMPORTANTÉ CROISSANTE DES SOURCES DE REVENUS D'ICI 2023 POUR LES FOURNISSEURS DE VIDÉO, TOP 10, EN POURCENTAGE



## IMPORTANTÉ CROISSANTE DES SOURCES DE REVENUS D'ICI 2023 POUR LES FOURNISSEURS DE SERVICES AUDIO, TOP 10, EN POURCENTAGE



# CONTEXTE MÉTHODOLOGIQUE

Commandité par l'OFCOM, le Media Monitoring 2021 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 Media Monitoring 2021 s'inscrit à cet égard méthodiquement dans la continuité des études précédentes de 2017 et 2019 et a recensé tous les fournisseurs de médias audiovisuels importants et actifs en Suisse par le biais d'un vaste relevé de données structurelles.

Dans un deuxième temps, une enquête en ligne standardisée a été réalisée entre le 18 mai et le 6 juillet 2021, à laquelle tous les médias web audio et audiovisuels concernés

ont été invités et où ils pouvaient indiquer leurs informations sur le développement actuel et leurs évaluations du marché de l'audio et de la vidéo en ligne en Suisse.

Comme en 2019, une collecte de données réalisée auprès de 1 000 utilisateurs d'audio et de vidéo en ligne et de 500 non-utilisateurs a eu lieu en 2021 dans le cadre du Media Monitoring. Il s'agit d'une enquête représentative auprès des internautes suisses qui a également été menée en ligne entre le 06 et le 27 juillet 2021, 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.

L'étude se base en outre sur des entretiens qualitatifs avec des acteurs du marché sélectionnés, tels que des associations, des fournisseurs, des spécialistes du marketing ou des agences, ainsi que sur une évaluation complète des données secondaires actuelles, une recherche documentaire approfondie et des prévisions de marché.

# BASE DE DONNÉES/POPULATION

Dans le Media Monitoring 2021, 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.

Pour la population du Media Monitoring 2021, les offres suivantes ont été enregistrées : 193 fournisseurs d'audio en ligne avec 575 offres d'audio en ligne et 127 fournisseurs de vidéo en ligne (avec leur propre présence sur le web) avec 192 offres de vidéo en ligne. Cela correspond à 320 fournisseurs de contenu en streaming avec en tout 722 offres vidéo et audio en ligne.

Le nombre de fournisseurs techniquement inaccessibles pour l'enquête (avec leur propre présence sur le web) en 2021 était de 25 fournisseurs au total (pas d'adresse e-mail valide et/ou de numéro de téléphone). Ainsi, 295 fournisseurs d'audio et de vidéo en ligne ont pu être invités à participer à l'enquête. En tout, 107 fournisseurs y ont pris part, ce qui correspond à un taux de réponse de 36 % (en prenant en compte les fournisseurs techniquement joignables).

Par rapport à la dernière étude de 2019, les fournisseurs de chaînes YouTube ont en outre été pris en compte pour l'enquête sur les fournisseurs de vidéos en ligne, en plus des fournisseurs ayant leur propre présence sur le web. La population identifiée était de 3 350 chaînes YouTube avec plus de 500 abonnés pour la Suisse (informations de localisation dans les infos de la chaîne) (en date du 02/2021). Parmi celles-ci, les 250 chaînes ayant la plus grande audience ont été invitées à l'enquête. 33 fournisseurs de chaînes YouTube au total ont participé à l'enquête.