



SINTESI

Foto di Richard Horvath su Unsplash

MONITORAGGIO DEI MEDIA ONLINE 2021

OFFERTE DI AUDIO E VIDEO ONLINE IN SVIZZERA



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

COMMISSIONATO DA ... Bundesamt für Kommunikation BAKOM

GOLDMEDIA

KEY FACTS AUDIO ONLINE IN SVIZZERA 2021

/01

FORNITORI DI AUDIO ONLINE

Nel 2021 in Svizzera saranno prodotte complessivamente 575 offerte audio online da 193 fornitori. La quota di radio web solo online raggiunge il 39 per cento. Il gruppo più grande sul mercato complessivo è tuttora costituito dalle sottomarche online delle emittenti UKW/DAB+.

/02

SVILUPPO DEL MERCATO COMPLESSIVO

Sul mercato svizzero dell'audio online nel 2020 si è registrato un fatturato complessivo di attività pubblicitarie di 4,3 milioni di CHF. Nel 2021 saranno probabilmente 5,0 milioni di CHF. Si prevede che entro il 2023 il mercato farà registrare un incremento annuo del 13 per cento.

/03

UTILIZZO DEI PODCAST

I podcast vengono ascoltati, almeno occasionalmente, dal 17 per cento degli utenti online svizzeri. Le principali motivazioni addotte sono relax e ampliamento dei propri orizzonti. Podcast interessanti si trovano anzitutto grazie a suggerimenti in ambito privato o professionale.

/04

CONSUMO DI AUDIO ONLINE

La pandemia da COVID19 promuove ulteriormente il consumo di audio online in Svizzera: Complessivamente nel 2021 già il 59 per cento degli utenti online svizzeri ascoltava contenuti radio/audio via Internet. Il 48 per cento ha ammesso di ascoltare più spesso audio online a causa della pandemia.

/05

AUDIO ONLINE A PAGAMENTO

Nel 2021 in Svizzera i servizi audio online a pagamento sono stati utilizzati con frequenza notevolmente maggiore rispetto al 2019: Attualmente un utente online svizzero su due utilizza almeno un'offerta a pagamento.

/06

PANORAMICA E TENDENZE

Qualora in Svizzera si verifici il passaggio a DAB+ il 63 per cento dei fornitori prevede un'ulteriore avanzata dell'audio online. In Svizzera, secondo stime dei fornitori, altri importanti argomenti a favore dell'audio online sono le connected car, il 5G e i podcast.

Fonte: Monitoraggio dei media online 2021

KEY FACTS VIDEO ONLINE IN SVIZZERA 2021

/01

FORNITORI DI VIDEO ONLINE

Nel 2021 in Svizzera complessivamente 192 offerte audio online sono state prodotte da 127 fornitori. Sul mercato complessivo la quota di marchi di media classici (TV, radio o stampa) ha raggiunto il 62 per cento.

/02

SVILUPPO DEL MERCATO COMPLESSIVO

Nel 2020 il fatturato complessivo di attività pubblicitarie sul mercato svizzero di video online era di circa 160 milioni di CHF; secondo stime dei fornitori nel 2021 dovrebbe aumentare del dieci per cento a 176 milioni di CHF.

/03

TIKTOK

Lo scorso anno Tik Tok è risultata più importante per il 22 per cento dei fornitori di video online interpellati. Dal punto di vista dei consumatori la piattaforma di social media svolge un ruolo sempre più importante per il 15 per cento degli utenti online svizzeri.

/04

CONSUMO DI VIDEO ONLINE

Il COVID19 favorisce anche il consumo di video online: Complessivamente nel 2021 già il 58 per cento degli utenti online svizzeri guardava contenuti TV/video via Internet. Il 57 per cento ha ammesso di guardare più spesso video online a causa della pandemia.

/05

CONSUMO DI VIDEO ONLINE A PAGAMENTO

Ormai il 78 per cento degli utenti online svizzeri utilizza almeno un servizio di TV o video streaming a pagamento. Una persona su due ha un abbonamento a Netflix, Amazon Prime Video e Co. Il 35% guarda esclusivamente programmi gratuiti.

/06

PANORAMICA E TENDENZE

Anche nel 2021 la possibilità di interagire con la community nonché la presenza di formati innovativi rappresentano i principali fattori di sviluppo del mercato video online in Svizzera, come anche di una migliore offerta Internet a domicilio e di nuovi standard di telefonia mobile.

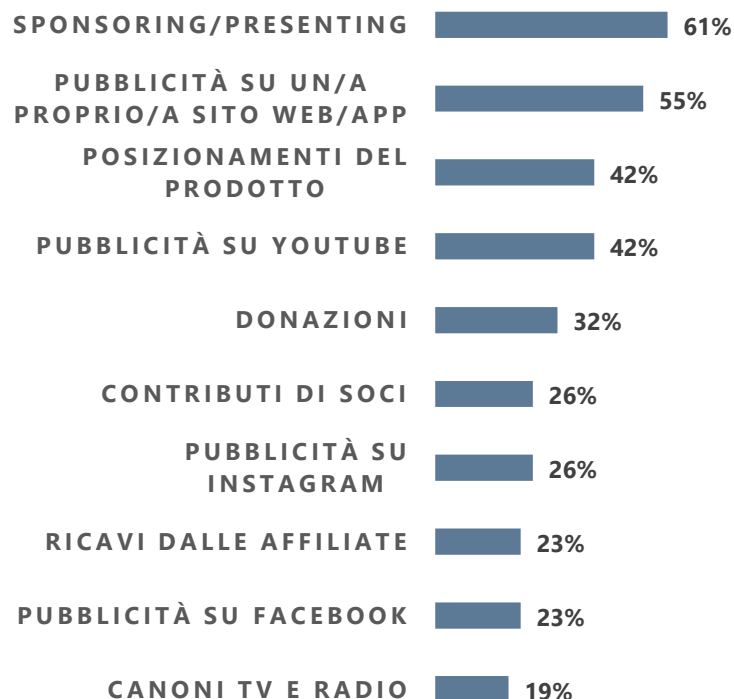
Fonte: Monitoraggio dei media online 2021

FONTI DI ENTRATE FINO AL 2023

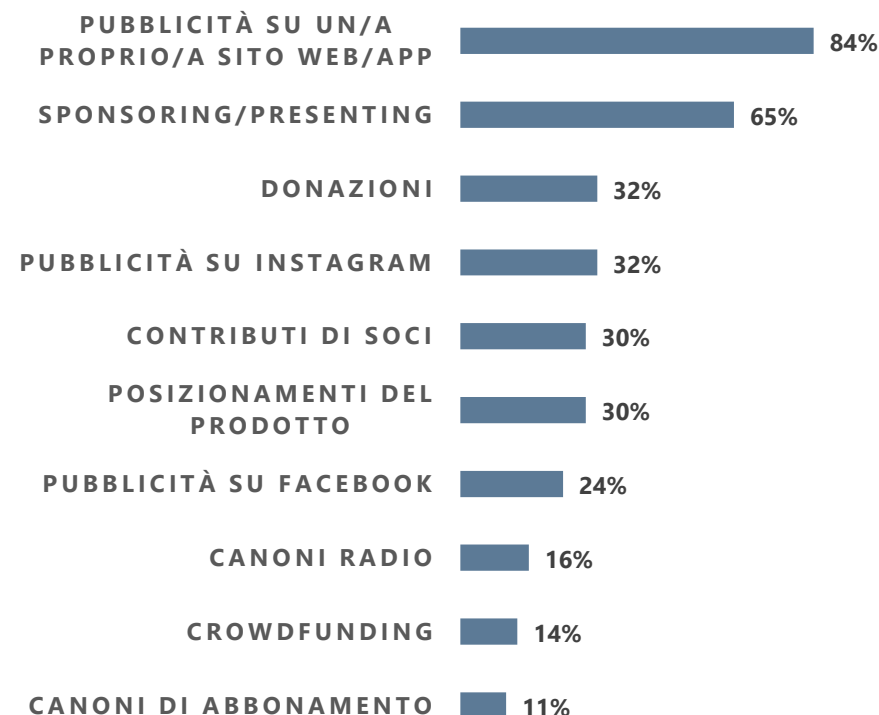
Tuttora l'attività di *Sponsoring/Presenting* nonché la *pubblicità sul proprio sito Internet* sono citati dalla maggior parte dei fornitori di audio online e di video online interpellati come la principale fonte di introiti per il prossimo biennio. Inoltre per i fornitori di contenuti video acquisiranno importanza i posizionamenti dei prodotti come pure la monetizzazione via YouTube. In futuro per i fornitori di contenuti audio interpellati diventeranno più importanti, tra l'altro, donazioni e pubblicità via Instagram - mentre per i fornitori di contenuti video la pubblicità sul proprio sito Internet o sulla app resta di gran lunga la fonte più importante.

Fonte: Monitoraggio dei media online 2021, n=31 fornitori di contenuti video ed n=37 fornitori di contenuti audio. Domanda: Secondo voi, quali fonti di entrate diventeranno più importanti per la vostra offerta online nei prossimi due anni, vale a dire al 2023?

MAGGIORE IMPORTANZA DELLE FONTI DI INTROITI AL 2023 PER FORNITORI DI CONTENUTI VIDEO, PRIMI 10, IN PERCENTUALE



MAGGIORE IMPORTANZA DELLE FONTI DI INTROITI AL 2023 PER FORNITORI DI CONTENUTI AUDIO, PRIMI 10, IN PERCENTUALE



CONTESTO METODOLOGICO

Il Monitoraggio dei media online 2021, commissionato dall'UFCOM, persegue diversi obiettivi: Da un lato, vengono rilevate e quantificate le offerte e i fornitori del settore dei media online in Svizzera e ne vengono rappresentati i dati economici e i potenziali. Oltre a ciò, lo studio fornisce una panoramica della domanda di queste offerte di contenuti audio e video online come pure delle stime e degli sviluppi relativi a specifici argomenti di tendenza.

A tal fine, il Monitoraggio dei media online 2021 fa seguito metodologicamente agli studi precedenti del 2017 e del 2019 e, mediante la raccolta completa di dati strutturali, ha registrato tutti i fornitori di supporti audiovisivi di rilievo e attivi in Svizzera.

In una seconda fase, nel periodo di rilevazione tra il 18 maggio e il 06 luglio 2021, è stato condotto un sondaggio online standardizzato, a cui

sono stati invitati tutti i media audiovisivi online registrati e nel quale questi ultimi hanno potuto indicare i propri dati di sviluppo attuali e le stime relative al mercato audio e video online in Svizzera.

Come già nel 2019, anche nel 2021 nell'ambito del Monitoraggio dei media online è stata effettuata una raccolta dati rispettivamente tra complessivi 1.000 consumatori di contenuti audio e video online nonché rispettivamente di 500 non utenti. Si tratta di un sondaggio rappresentativo degli utenti online svizzeri, che si è svolto sempre online tra il 6 e il 27 luglio 2021 e in cui gli intervistati sono stati interpellati in merito al loro comportamento di consumo di audio e video online e alle loro motivazioni e contesti.

Inoltre lo studio si basa su sondaggi qualitativi di operatori del mercato selezionati, come per esempio associazioni, fornitori, distributori o agenzie, nonché una completa valutazione integrativa di dati secondari attuali e un'approfondita desk-research unitamente a previsioni di mercato.

BASE DI DATI/TOTALE DEGLI INTERVISTATI

Nel Monitoraggio dei media online 2021 sono state registrate tutte le offerte attive in cui i contenuti radio/audio online oppure i contenuti video online propri o su licenza rappresentano l'elemento chiave, rese disponibili linearmente o su richiesta (eccezione: non vengono conteggiati i punti vendita esclusivamente di download in cui si può acquistare musica/film/video), basati su browser o accessibili tramite app mobile e rivolti a un pubblico target svizzero o in cui il fornitore ha sede in Svizzera (purché siano rispettate le norme giuridiche).

Ne fanno parte tutte le radio web (simulcast e online only), le user generated radio e le offerte di podcast con IP o con distribuzione basata su app (lineare oppure on-demand) con particolare attenzione alla musica e/o alle informazioni, nonché tutte le offerte video attive con distribuzione basata su IP o app, inclusi i canali YouTube.

Per il totale degli intervistati del Monitoraggio dei media online 2021 sono state rilevate le seguenti offerte: 193 fornitori di contenuti audio online con 575 offerte di contenuti audio online nonché 127 fornitori di contenuti video online (con presenza diretta sul web) con 192 offerte di contenuti video online. Ciò equivale complessivamente a 320 fornitori di streaming con un totale di 722 offerte di contenuti audio e video online.

Il numero dei fornitori tecnicamente non raggiungibili per il sondaggio è stato di complessivi 25 soggetti nel 2021 (nessun indirizzo e-mail e/o numero di telefono validi). Pertanto è stato possibile invitare a partecipare al sondaggio 295 fornitori di contenuti audio e video online. In totale hanno partecipato 107 fornitori, il che corrisponde a una percentuale di partecipazione del 36% (in termini di fornitori tecnicamente raggiungibili).

Rispetto all'ultimo studio del 2019, per il sondaggio di fornitori di contenuti video online oltre ai fornitori con propria presenza in Internet sono stati considerati anche fornitori di canali YouTube. Come numero complessivo di intervistati sono stati identificati 3.350 canali YouTube con più di 500 abbonati per la Svizzera (indicazione della località nelle info del canale) (aggiornato al: 02/2021). Di questi sono stati invitati a partecipare al sondaggio i 250 canali con la più forte penetrazione. Complessivamente al sondaggio hanno partecipato 33 fornitori di canali YouTube.