

STREAMING MEDIA MONITOR 2017

Etude exploratoire sur la situation des offres audio et vidéo en ligne en Suisse

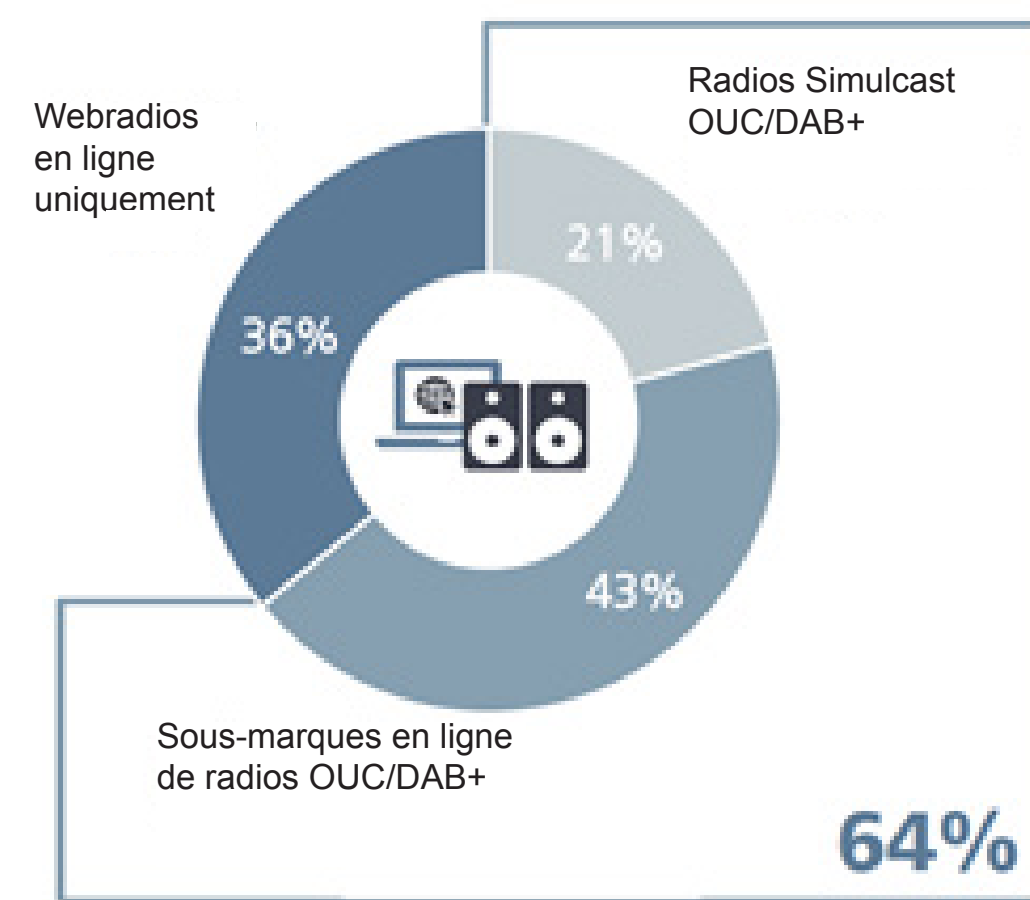


Paysage audio

- En Suisse, 165 fournisseurs -> 490 offres audio en ligne



- Offre exploitée à titre professionnel : 72%



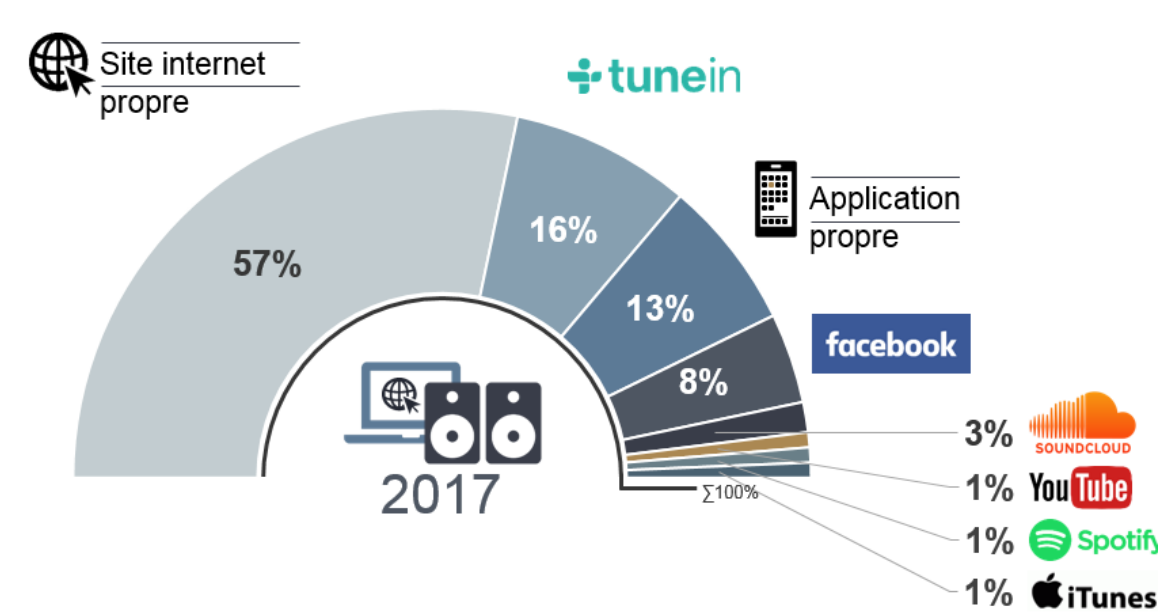
Situation économique

- Budget annuel moyen : 79'000 EUR
- Utilisation : 80 min/mois (durée moyenne par visite)
- Financement publicitaire : 72%
- Total des revenus publicitaires du marché audio en ligne en 2016: 378'000 EUR (vs. 127 Mio EUR marché radio traditionnel)

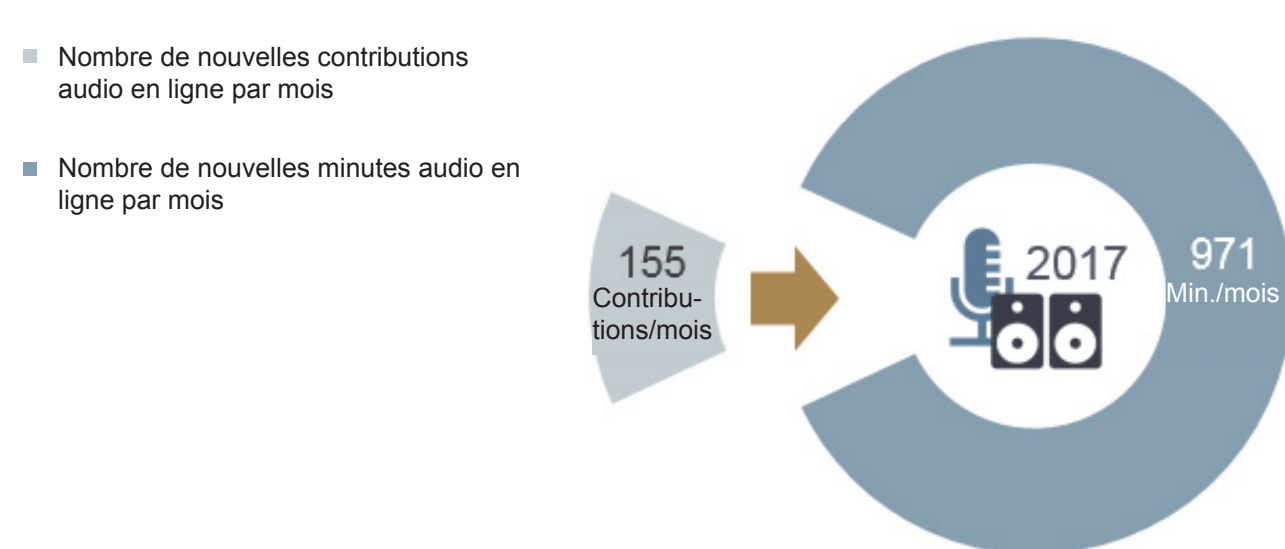
-> Un tiers des fournisseurs parviennent à couvrir les frais de leur activité !

Sur le plan technique

- Canaux de distribution



- Production de contenu



Régulation

Conclusions pour le régulateur

- Comparées à l'offre classique des programmes radio et chaînes TV diffusées par les vecteurs classiques (FM, DAB+, TV terrestre + par câble) les offres audio/vidéo proposées sur Internet n'ont aujourd'hui que peu de poids journalistique
- Pas encore de véritable menace pour la formation de l'opinion publique (déclinaires de médias connus ou petites start-up connaissant des difficultés économiques)

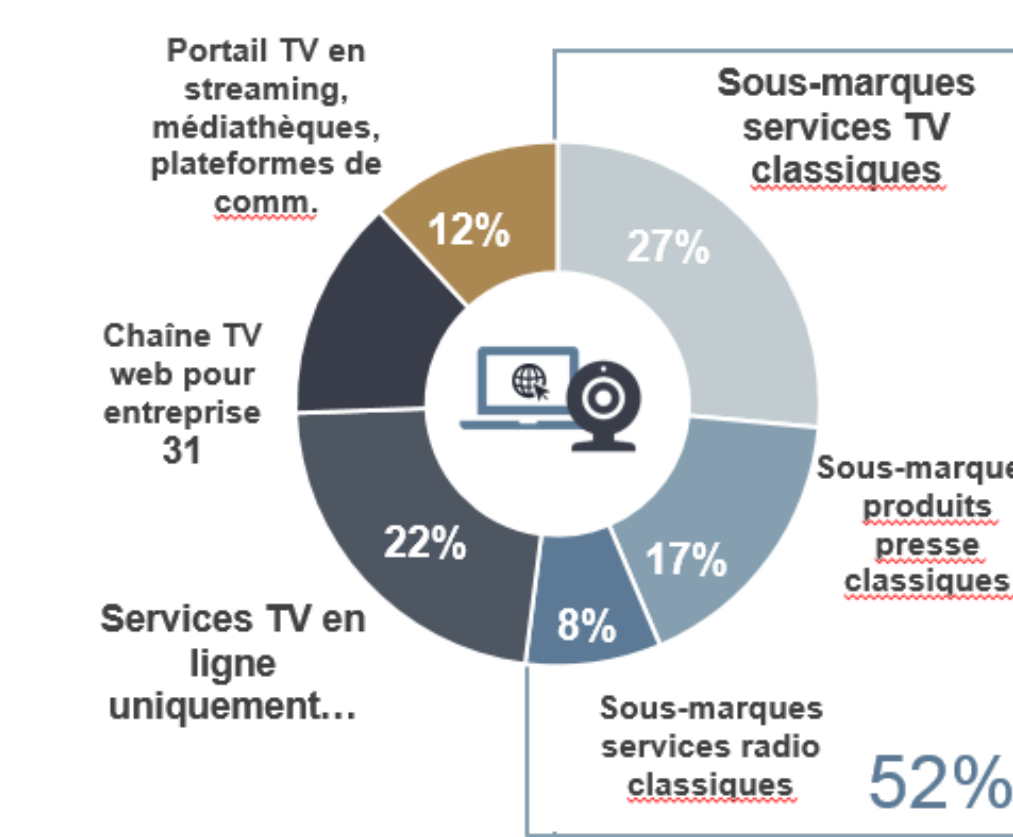


Paysage vidéo

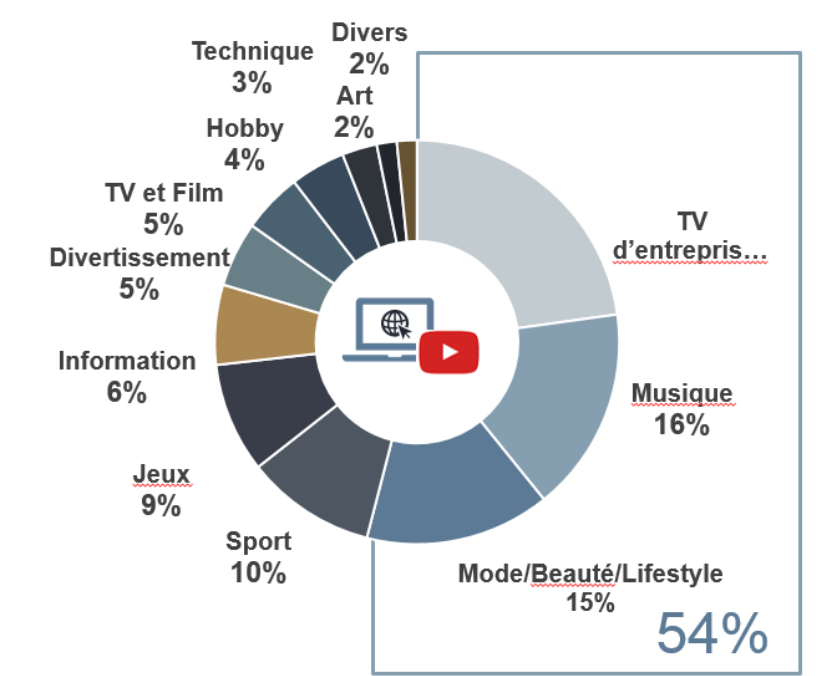
- En Suisse, 188 fournisseurs -> 227 offres vidéo en ligne



- Offre exploitée à titre professionnel : 73%



- Orientation thématique à la lumière des chaînes YouTube suisses

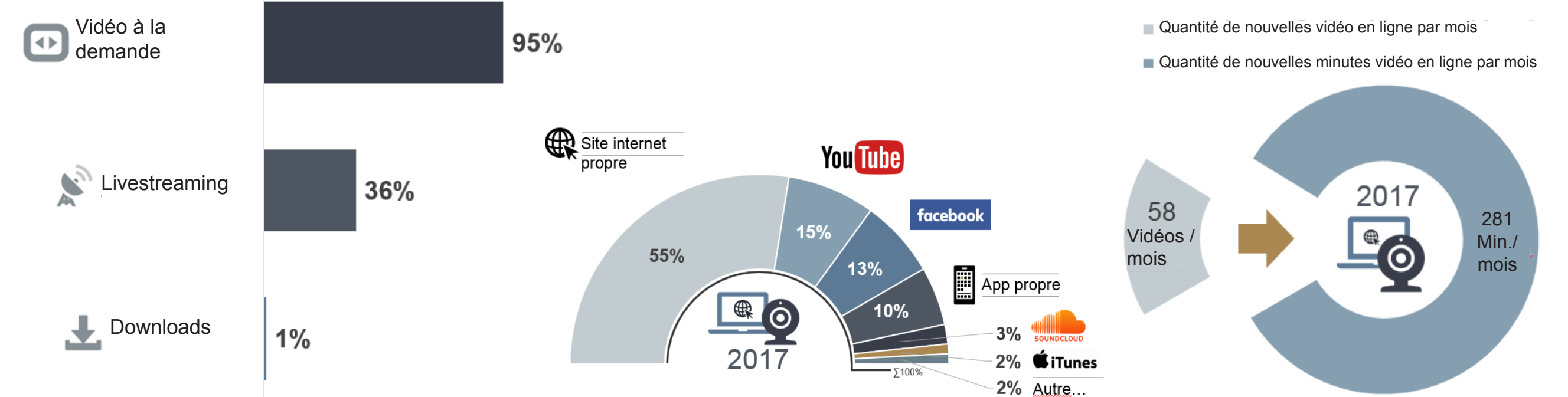


Situation économique

- Budget annuel moyen : 64'000 EUR
- Utilisation : 212'000 vues par mois
- Financement publicitaire : 53%
- Total des revenus publicitaires du marché des vidéos en ligne en 2016: 9,7 Mio EUR (vs. 671 Mio EUR marché TV traditionnel)

-> 80% des fournisseurs de vidéo en ligne ne gagnent encore rien à ce jour !

Sur le plan technique



- Opportunité pour la pluralité des médias !
- Champs d'action possibles pour le régulateur :
 - Amélioration de la traçabilité des offres
 - Formation et professionnalisation des producteurs de contenu (journalisme)
 - Limitation du volume des données comprises dans les abonnements proposés par les opérateurs mobiles
- En conclusion : Le régulateur dispose de temps pour voir les tendances se préciser et prendre des mesures régulatrices

Fiche technique du mandat de recherche

- Commanditaire : OFCOM (Suisse)
- Réalisation : Goldmedia, Berlin
- Enquête : mai-juillet 2017
- Objet : toutes les offres vidéos et audio en ligne / siège social en Suisse
- Coûts : env. 50'000 EUR