

Résumé: Streaming Media Monitor 2017 – Offres audio et vidéo en ligne en Suisse

Éléments clés sur le marché audio en ligne en Suisse 2017



- En Suisse, 165 fournisseurs proposent 490 offres audio en ligne avec un budget annuel moyen de 90'000 CHF – environ 64% d'entre elles sont des sous-marques ou des diffusions simultanées de chaînes FM/DAB+ classiques
- En raison du contexte régional particulier du marché suisse, 46% de toutes ces offres sont diffusées en allemand, 30% en français, 17% en anglais et environ 4% en italien. (SRF diffuse une offre en romanche)
- Au total, 72% de tous les fournisseurs estiment être des professionnels des offres audio en ligne se finançant par la publicité; 14% n'enregistrent pas de recettes
- Entre 2017 et 2019, on s'attend à ce que le total des revenus publicitaires du marché audio en ligne en Suisse passe de 719'000 CHF en 2017 à 1,13 million CHF en 2019, soit un taux de croissance annuel composé de 37%.
- Les offres audio en ligne sont surtout consultées de manière mobile sur les sites Internet des fournisseurs, les agrégateurs tels que Tuneln, Soundcloud et les applications dédiées; la durée d'utilisation moyenne par visite devrait presque doubler d'ici à 2019 en passant de 80 min par mois aujourd'hui à 150 min par mois

Éléments clés sur le marché vidéo en ligne en Suisse 2017



- En Suisse, 188 fournisseurs proposent 227 offres vidéo en ligne avec un budget annuel moyen de 73'000 CHF – environ 52% d'entre elles sont des sous-marques de médias classiques
- 64% de toutes les offres vidéo en ligne sont diffusées en allemand, 17% en français, 14% en italien et 8% sont proposées en plusieurs langues. (SRF diffuse une offre en romanche)
- 73% de tous les fournisseurs estiment être des professionnels de la vidéo en ligne; toutefois, seulement la moitié (53%) d'entre eux se finance via la publicité tandis que 17% n'encaissent aucune recette
- Entre 2017 et 2019, on s'attend à ce que le total des revenus publicitaires du marché des vidéos en ligne en Suisse passe de 13 millions CHF en 2017 à 16 millions CHF en 2019, soit un taux de croissance annuel composé de 13%
- Les annonces graphiques et le parrainage représentent 2/3 de toutes les recettes publicitaires
- Les vidéos en ligne sont surtout consultées sur les sites Internet des fournisseurs, les plates-formes de réseaux sociaux telles que Facebook ou YouTube et les applications dédiées, leur utilisation est principalement mobile et devrait passer d'ici à 2019 de 212'000 vues par mois à 294'000 vues

Streaming Media Monitor 2017: Définition du marché, objectifs de l'étude et méthodologie

Commanditaire et définition du marché

Commanditaire:

En mars 2017, l'OFCOM demanda à Goldmedia de réaliser une *étude exploratoire sur la situation des offres audio et vidéo en ligne en Suisse*. Les résultats ont été présentés le 24/08/2017 à Zurich.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

Définition du marché/définitions:

L'étude exploratoire comprend toutes les offres audio et vidéo en ligne dont le siège social est en Suisse. Ces offres comprennent...



toutes les **radios Internet*** actives (diffusion simultanée et uniquement en ligne), les **radios générées par les utilisateurs** et les **podcasts** diffusés via IP ou application (diffusion linéaire ou à la demande) proposant surtout de la musique et/ou des informations ainsi que



toutes les **offres vidéo*** actives diffusées via IP ou application (diffusion linéaire ou à la demande), y compris les **chaînes YouTube et les pages vidéo de Facebook**

Objectifs de l'étude et méthodologie

Objectifs de l'étude:

- Analyse de marché concernant le secteur des médias en streaming en Suisse
- Formulation d'une définition du marché et délimitation des différents types d'offres et fournisseurs
- Quantification du marché audio/vidéo en ligne en Suisse
- Aperçu de la demande concernant les offres audio/vidéo en ligne
- Analyse de marché et évaluation du potentiel économique
- Estimations des tendances du point de vue des fournisseurs

Méthodologie:

- Relevé de données primaires par un sondage en ligne de tous les fournisseurs audio et vidéo en ligne en Suisse
- Dix entretiens avec des experts représentant le secteur (associations, fournisseurs, portails/plates-formes, agences, prestataires de streaming et autres)
- Étude documentaire/analyse de toutes les données primaires et secondaires
- Prévisions de marché: approche descendante/ascendante

Streaming Media Monitor 2017 – Méthodologie du sondage de 165 fournisseurs d'offres audio en ligne et 188 fournisseurs d'offres vidéo en ligne en Suisse

Population statistique, offres incluses et taux de réponse

- Population statistique:**
 Tous les fournisseurs des offres audio et vidéo en ligne définies dont le siège social est en Suisse:
 - 165 prestataires audio en ligne avec 490 offres audio et
 - 188 prestataires vidéo en ligne avec 227 offres vidéo (dont 18 font aussi partie des prestataires audio en ligne)
- Total des fournisseurs sondés pour le Streaming Media Monitor: **717 offres audio et vidéo en ligne** proposées par **335 prestataires de streaming** en tout
- Nombre de fournisseurs techniquement joignables pour le sondage:**
 306 fournisseurs audio et vidéo en ligne (avec une adresse e-mail ou un numéro de téléphone valide)
- Taux de réponse:**
 225 fournisseurs ont pris part à l'enquête (retour = ~74% des fournisseurs techniquement joignables)
- Durée du sondage:**
 Du 30 mai 2017 au 14 juillet 2017

- Sources des images**
 (dans l'ordre d'utilisation):
 © oneinchpunch_Fotolia.com
 © stokkete_Fotolia.com
 © daviles_Fotolia.com

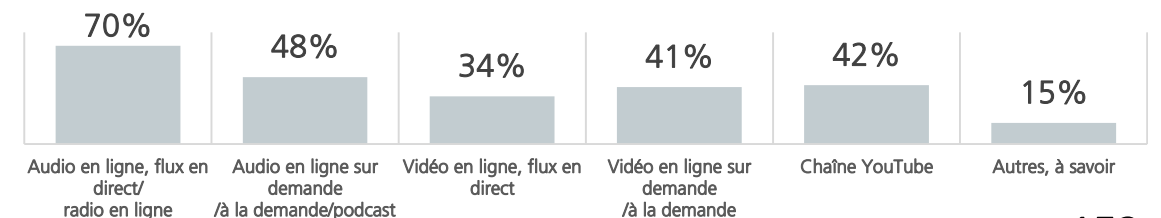
Source: Streaming Media Monitor 2017

Données sur l'échantillon

- Uniquement en ligne:** 52% de toutes les offres vidéo en ligne représentent des sous-marques de médias classiques; 64% de toutes les offres audio en ligne sont des sous-marques de chaînes FM/DAB+ classiques ou des diffusions simultanées
- Financement publicitaire:** 53% des fournisseurs d'offres vidéo en ligne et 72% des fournisseurs d'offres audio en ligne ayant répondu diffusent de la publicité dans le cadre de leur offre;
- Fournisseurs professionnels:** ~73% des prestataires de chaque catégorie ayant répondu exploitent leur offre à titre professionnel

Échantillon dans le Streaming Media Monitor 2017, q1

«Quelles sont les formes de transmission audio ou vidéo en ligne que vous mettez à disposition?»						
Résumé de cas q1:	Cas					
	Valides		Manquants		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
q1 ^a	152	67,6%	73	32,4%	225	100,0%



n = 152