



# L'utilisation de la télévision et de la vidéo continue de migrer vers l'internet

**Media Monitoring 2021 – Publication de la grande boussole de l'industrie pour les offres de vidéo en ligne en Suisse.**

Zurich/Berlin 24. Novembre 2021. Près de 60 % de l'utilisation de la télévision et de la vidéo en Suisse se fait aujourd'hui par le biais de l'internet. La pandémie de covid 19 a fortement favorisé l'utilisation des quelque 200 services de vidéo en ligne, en particulier chez les plus de 30 ans. Les programmes de télévision en direct et les services de streaming gratuits sont les plus prisés par les utilisateurs de vidéos en ligne. Pour autant, la popularité des services payants a également fortement augmenté.

Ce sont les résultats du « Media Monitoring 2021 », réalisé par [Goldmedia](#) pour le compte de l'Office fédéral de la communication [OFCOM](#). L'étude du marché suisse de l'audio et de la vidéo en ligne basée sur une enquête menée auprès des fournisseurs et utilisateurs de médias web entre mai et juillet 2021.

## **Offres : Plus 16 % par rapport à 2019**

L'étude a porté sur 127 fournisseurs de vidéos en ligne avec un total de 192 offres de vidéos en ligne. La part des sous-marques des marques de médias classiques a augmenté. Ils représentent actuellement 62 % des offres (2019 : 56 %). Mais la télévision d'entreprise, les chaînes de télévision en ligne uniquement, les portails de streaming TV et les médiathèques ont également enregistré une progression.

## **Utilisation : Forte croissance en raison du coronavirus et forte audience de la TV en direct.**

57 % des personnes interrogées ont déclaré regarder plus souvent la télévision et les contenus vidéo en ligne en raison de la pandémie. Ce sont actuellement 58 % des internautes suisses qui regardent des vidéos sur Internet. L'utilisation progresse surtout dans les tranches d'âge de plus de 30 ans. Si la part des plus jeunes (14 à 29 ans) est restée stable à 71 % depuis 2019, l'utilisation de la télévision et de la vidéo dans tous les autres groupes d'âge a évolué vers l'utilisation en ligne. Le bond le plus important a été enregistré chez les 30-39 ans (de 61 % à 69 %.)



Parmi toutes les offres de vidéo en ligne, les programmes de télévision en direct sont les plus regardés. C'est ce qu'ont déclaré 57 % des personnes interrogées. Les services de streaming vidéo gratuits sont utilisés par 49 % d'entre eux et le streaming payant par abonnement par 41 %. L'intérêt pour les offres payantes a fortement augmenté par rapport à 2019 (33 %).

### **Chiffre d'affaires : Pertes dues au coronavirus - mais perspectives positives**

34 % des fournisseurs de vidéo en ligne ont signalé des pertes de revenus dues à la pandémie de covid 19. Néanmoins, le climat général est positif : Pour les années à venir, plus de la moitié des fournisseurs (54 %) voient des développements positifs pour la croissance économique de leurs propres services.

Le sponsoring/la présentation est la source de revenus la plus importante, déclarent environ deux tiers (67 %) des fournisseurs de vidéo en ligne. Le marketing publicitaire sur leur propre site/applications mobiles et les revenus via YouTube constituent d'importantes sources de revenus pour 44 % d'entre eux.

En 2020, les recettes publicitaires totales du marché suisse de la vidéo en ligne s'élevaient à environ 160 millions de francs suisses. Selon les fournisseurs interrogés, ce chiffre d'affaires devrait augmenter de 10 % pour atteindre 176 millions de francs suisses en 2021.

### **Tendance : YouTube reste important, l'interactivité avec la communauté est plus significative.**

81 % des fournisseurs de vidéos en ligne interrogés utilisent YouTube en tant que canal de distribution. Selon eux, l'importance de YouTube va continuer à croître. Le propre site web ainsi que les plateformes de médias sociaux Instagram, Facebook et TikTok demeurent également des canaux de distribution importants.

Le propre site web ainsi que les plateformes de médias sociaux Instagram, Facebook et TikTok demeurent également des canaux de distribution importants. Par ailleurs, l'internet à domicile s'améliore, les nouvelles normes de téléphonie mobile se développent et les téléviseurs intelligents continuent à gagner du terrain.



### **Source : Media Monitoring 2021. Offres d'audio et de vidéo en ligne en Suiss**

L'étude sur les offres audio et vidéo en ligne en Suisse est publiée pour la troisième fois cette année après 2017 et 2019 pour le compte de l'Office fédéral de la communication OFCOM. Elle enregistre les chiffres relatifs à l'offre, les valeurs d'usage, de nombreux facteurs économiques et décrit les potentiels et les axes de développement. L'impact de la pandémie de covid 19 sur le secteur figure également dans le Moniteur. C'est à la base une enquête en ligne standardisée auprès de tous les fournisseurs suisses de services audio et vidéo en ligne, une enquête qualitative auprès d'experts des associations, du marketing, etc. et une enquête en ligne standardisée auprès des utilisateurs suisses de services audio et vidéo en ligne. La période d'étude et d'enquête s'est déroulée de mai à juillet 2021.

**Téléchargement gratuit : [www.bakom.admin.ch](http://www.bakom.admin.ch)**

### **Contact presse**

Dr. Katrin Penzel, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de), +49-30-246 266-0

### **Goldmedia**

Goldmedia est un groupe de conseil et de recherche, spécialisé dans les médias, le divertissement et les télécommunications. Le groupe d'entreprises accompagne des clients nationaux et internationaux pour tout ce qui concerne la transformation numérique depuis 1998. Goldmedia offre en outre un large panel de services dans les domaines du consulting, de la recherche et de la consultation politique. Le siège de la société est situé à Berlin. [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)