

TV-Streaming-Report 2023

Suisse

Madame, Monsieur,

Cette année, la pandémie de COVID passe lentement au second plan. En revanche, de nombreux-ses consommateur-trice-s sont confronté-e-s à une situation économique tendue. Selon le Baromètre des préoccupations du Credit Suisse, l'inflation compte parmi les cinq préoccupations principales des Suissesses et des Suisses en 2022. Le fournisseur de streaming TV, Zattoo, analyse dans son rapport TV-Streaming-Report 2023 si cela a des répercussions sur le comportement télévisuel des internautes suisses. Les résultats pour la Suisse montrent que la télévision sur Internet continue de distancer la télévision par câble et que l'inflation a un effet nettement plus faible que prévu sur les abonnements de streaming.

Le rapport se base sur une enquête représentative en ligne, réalisée par l'entreprise d'études de marché Kantar début 2023, auprès d'un panel en ligne et sur mandat de Zattoo auprès de 810 internautes suisses âgé-e-s de 16 à 69 ans. Depuis 2015, Kantar et Zattoo réalisent cette enquête chaque année en Suisse. Le rapport permet d'identifier les variations actuelles dans l'utilisation d'Internet et de la télévision ainsi que dans le domaine du streaming TV. Zattoo cherche ainsi à contribuer à la discussion sur l'importance du streaming TV. Cette année, on observe les tendances suivantes pour la Suisse:

La télévision sur Internet poursuit sa croissance tandis que la télévision par câble perd nettement du terrain

De plus en plus de personnes utilisent Internet comme canal pour regarder leurs programmes télévisés. Cette tendance se poursuit en 2023. Parmi les internautes suisses, 67 % le font déjà. On entend par le terme Internet à la fois les offres IPTV et les applications de streaming TV. Cela représente 6 points de plus que l'année précédente. C'est surtout en Suisse alémanique qu'Internet gagne nettement du terrain, avec 10 points de plus. 69 % des internautes y utilisent déjà ce mode de réception pour regarder leurs programmes télévisés. Pour la troisième année consécutive, Internet dépasse ainsi la télévision par câble et reste le mode de réception le plus utilisé parmi les internautes suisses. Cette année, la télévision par câble n'atteint que 35 %, soit une perte de 5 points par rapport à l'année précédente.

La télévision en direct reste plus populaire que la vidéo à la demande

42 % des personnes interrogées regardent la télévision en direct sur Internet. Ainsi, en 2023, après une forte croissance pendant la pandémie de COVID, elle se maintient pour la première fois au niveau de l'année précédente. La télévision en direct est néanmoins l'une des offres d'images animées les plus populaires parmi les internautes suisses. Seul YouTube, avec 59 % d'utilisateur-trice-s, peut se targuer d'en compter davantage. En ce qui concerne les régions, on constate que la télévision en direct est encore plus utilisée en Suisse romande (56 %) que YouTube (52 %). Avec 21 %, les médiathèques des chaînes

se situent également au niveau de l'année précédente, tout comme la vidéo à la demande avec 25 %. Dans ce dernier cas, Disney+ continue de nettement progresser. Déjà 39 % des utilisateurs et utilisatrices de vidéo à la demande regardent le contenu du service américain, qui croît ainsi de 12 points supplémentaires. Netflix se maintient toujours à la première place avec 81 %.

Les offres de streaming TV sont de nouveau plus utilisées sur mobile

En 2023, l'utilisation mobile des offres de streaming TV augmente à nouveau. Près de la moitié des personnes interrogées (47 %) utilisent leur smartphone pour regarder la télévision sur Internet. Cela représente 7 points de progression par rapport à 2022. Les tablettes sont de nouveau plus utilisées et gagnent 4 points pour atteindre 31 %. Après une forte croissance ces dernières années, les téléviseurs intelligents (Smart TV) restent en 2023 au niveau de l'année précédente. Pourtant, avec 49 %, ils sont l'appareil le plus utilisé pour les offres de streaming TV. En revanche, les ordinateurs portables et les PC perdent 4 points et atteignent 42 % cette année.

La crainte d'une inflation élevée a moins d'impact que prévu sur les abonnements de streaming

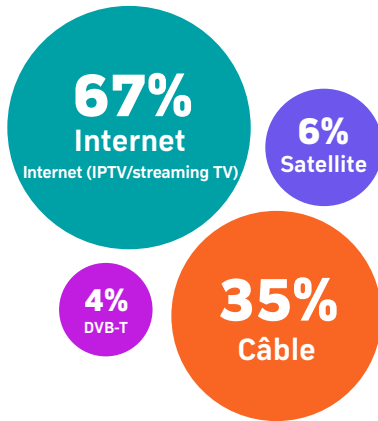
En raison de la situation économique incertaine, de nombreux-ses spécialistes pensaient jusqu'à présent que cela aurait un impact négatif sur le budget média des ménages. Ainsi, en 2022, dans une étude de KPMG réalisée aux États-Unis, environ 80 % des consommateur-trice-s ayant souscrit un abonnement de streaming ont indiqué que l'inflation avait un impact sur leur budget en général ou sur leur abonnement en particulier. Une étude menée par Recurly en Allemagne en 2022 a également montré que 84 % des consommateur-trice-s allemand-e-s qui utilisent un ou plusieurs services d'abonnement sont préoccupé-e-s par les effets de l'inflation. Le présent rapport sur le streaming TV conclut qu'en Suisse, environ un-e internaute sur huit (13 %) a déjà résilié un abonnement de streaming en raison de la situation économique. Le rapport montre également que, compte tenu de l'inflation, 11 % sont passés à des offres de streaming moins chères et 6 % à des offres gratuites.

Meilleures salutations,

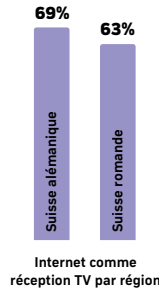


Jörg Meyer
Chief Commercial Officer, Zattoo

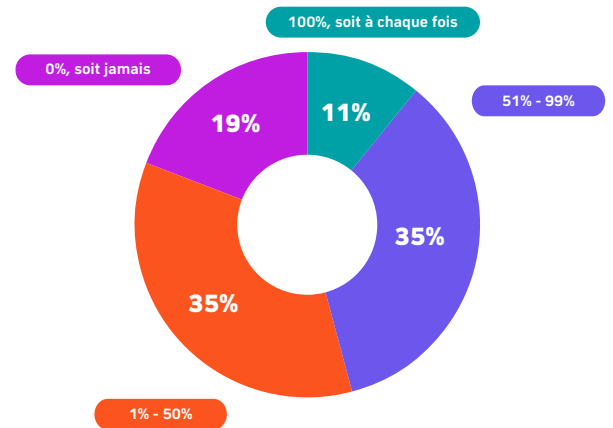
1 Comment recevez-vous votre programme de télévisé ?



Échantillon non pondéré: 810
Plusieurs réponses possibles

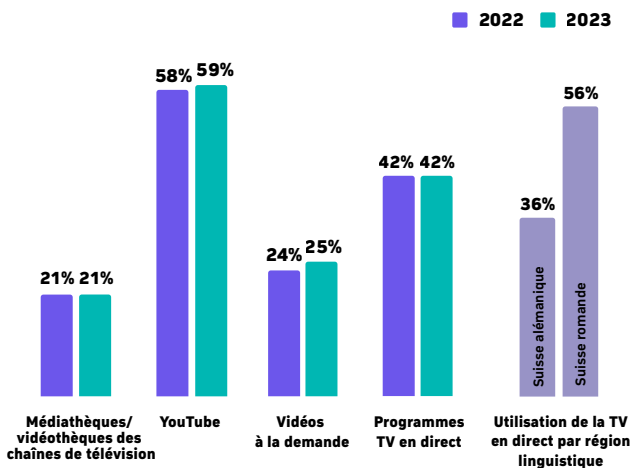


2 Quel pourcentage de votre temps d'écoute TV consacrez-vous à des offres de streaming ?



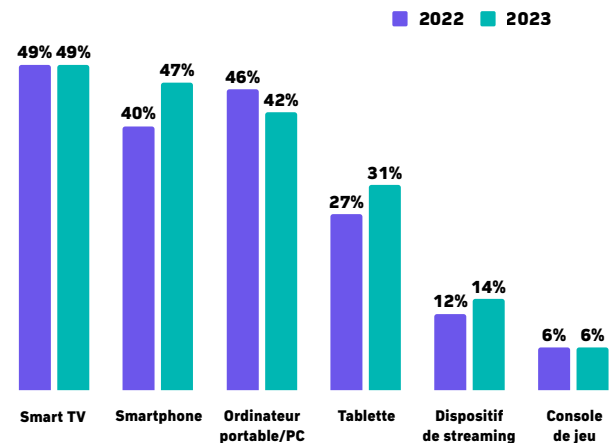
Base : Personnes regardant la TV au moins 1 fois par semaine
Échantillon non pondéré : 727

3 Quelles offres de télévision et de vidéo utilisez-vous sur Internet ?



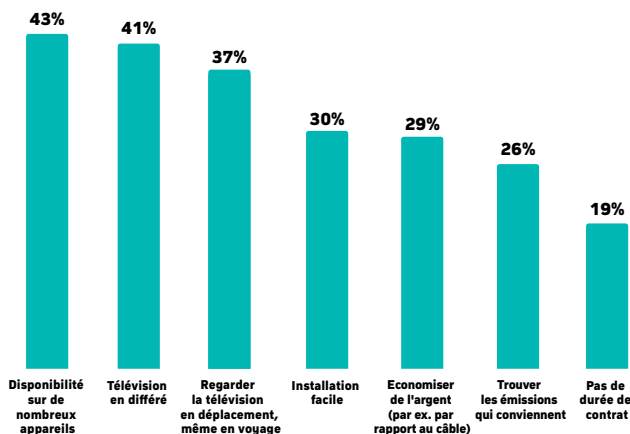
2023 Échantillon non pondéré: 810
2022 Échantillon non pondéré: 800
Plusieurs réponses possibles

4 Sur quels appareils regardez-vous la TV sur Internet ?



Base : Personnes utilisant au moins 1% d'offres de streaming TV
2023 Échantillon non pondéré: 592
2022 Échantillon non pondéré: 568
Plusieurs réponses possibles

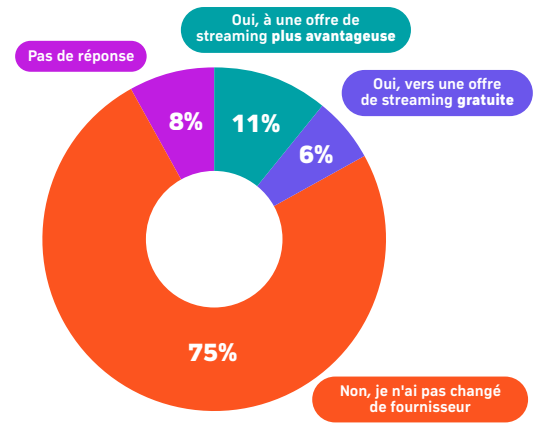
5 Quels sont pour vous les principaux avantages de la streaming TV ?



Base : Personnes utilisant au moins 1% d'offres de streaming TV à un service de streaming
Échantillon non pondéré : 592
Plusieurs réponses possibles

La source: Kantar

6 Avez-vous opté pour des offres moins chères ou gratuites en raison de la situation économique actuelle ?



Base : Toutes les personnes interrogées, qu'elles soient ou non abonnées à un service de streaming
Échantillon non pondéré: 810