

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### TV & YouTube : amis et/ou ennemis ?

L'étude Screenforce Suisse 2025

**Dans son étude de cette année, l'initiative des régies TV Screenforce Suisse s'est penchée sur la manière dont le marché publicitaire suisse perçoit les forces et faiblesses de YouTube par rapport à la TV. À cette fin, l'institut d'études de marché Insight Institute a mené des entretiens avec des expert(e)s. Les résultats viennent d'être publiés.**

Zurich, 16. Juin 2025 – Quels sont les forces et faiblesses de YouTube par rapport à la télévision ? Cette question a été le point de départ de l'étude "TV & YouTube : amis et/ou ennemis ?" réalisée cette année par Screenforce Suisse. À cette fin, l'Insight Institute a mené une enquête qualitative auprès de 26 expert(e)s en images animées issus du marché publicitaire suisse. Les conclusions des entretiens avec les expert(e)s ont été présentées pour la première fois lors du Screenforce Day fin mai.

Les résultats de l'étude mettent en évidence les différences et les points communs que les professionnels des médias interrogés perçoivent entre les deux médias, ainsi que les avantages et inconvénients de YouTube par rapport à la télévision. Les critères de comparaison suivants ont été discutés en détail :

- Targeting → Large audience à la télévision vs. un public ciblé sur YouTube.
- Flexibilité → Délais de préparation et de planification plus longs pour la publicité TV vs. planification et possibilité de réaction rapides sur YouTube.
- Mesure → Mesure transparente et indépendante pour la télévision vs. indicateurs et outils d'analyse détaillés auto-déclarés pour YouTube.
- Pénétration → Ces deux médias bénéficient d'une large pénétration, mais touchent des groupes cibles différents et présentent des fréquences et des durées d'utilisation distinctes.
- Prix → Grande différence de prix perçue. Il est toutefois difficile de comparer les prix, car divers indicateurs doivent être pris en compte, tels que le groupe cible, la durée du spot, les paramètres de ciblage, la répétition nécessaire du contact (OTS) et d'autres encore.
- Qualité → Il existe de grandes différences dans la qualité de l'environnement publicitaire et dans les conditions d'utilisation, et donc dans l'impact publicitaire.

Les différences entre les critères de comparaison montrent clairement qu'il est difficile de comparer ces deux médias et que cela nécessite une grande expertise.

## **La TV convainc par sa qualité, sa crédibilité et son impact publicitaire**

Lorsque les discussions ont porté sur la qualité des contenus, la crédibilité et l'impact publicitaire, l'avis des expert(e)s était sans équivoque : elles/ils jugent les contenus télévisés de meilleure qualité que ceux de YouTube et considèrent la télévision comme un environnement plus sûr, plus fiable et plus crédible pour la publicité que la plateforme vidéo. Dans l'ensemble, les personnes interrogées considèrent que l'impact publicitaire est meilleur à la TV que sur YouTube. Elles attribuent cela aux avantages de la télévision : utilisation détendue, attention accrue et bonne qualité d'image sur le Big Screen, composante sociale et storytelling émotionnel.

### **YouTube n'est ni un ami ni un ennemi**

Pour revenir au titre de l'étude : les expert(e)s ne considèrent YouTube ni comme un ami ni comme un ennemi de la TV. Elles/ils sont majoritairement d'avis que l'un ou l'autre convient pour la réservation publicitaire en fonction de l'objectif, du groupe cible ou du budget. Les deux médias présentent des avantages : concernant YouTube, il s'agit surtout des possibilités de targeting et de la flexibilité en matière de réservation publicitaire ; pour la TV, ce sont clairement la qualité évoquée plus tôt, la grande crédibilité et le fort impact publicitaire. Ou, comme l'a résumé l'un des experts : „ La TV est comme un émincé à la zurichoise, YouTube est du fast-food. Les deux sont savoureux.“

Le rapport détaillé de l'étude est disponible sur le [site Internet de Screenforce Suisse](#).

### **Plus d'informations :**

Lukas Bolliger  
Screenforce Schweiz  
+41 79 482 56 47  
info@screenforce.ch  
www.screenforce.ch

### **À propos de Screenforce**

Screenforce est une initiative des régies TV pour la région DACH. Cette alliance regroupe 12 régies publicitaires spécialisées dans la télévision et les contenus vidéo, représentant 95 % du marché publicitaire télévisuel en Allemagne, en Autriche et en Suisse. En Suisse, Screenforce est pilotée par l'AGFS (Arbeitsgemeinschaft Fernsehwerbung Schweiz AG), une organisation regroupant les régies nationales Admeira, CH Media, Goldbach Media, ainsi que l'IGEM (Interessengemeinschaft Elektronische Medien).