

27.08.2008 - 11:00 Uhr

## Etude PwC "Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012"

Zurich (ots) -

Secteur des médias: une croissance débridée jusqu'en 2012

Le chiffre d'affaires du secteur des médias et du divertissement à l'échelle mondiale va augmenter de 6,6% par année pour atteindre 2200 milliards de dollars en 2012. Les pays émergents seront les principaux fers de lance de ce secteur. Avec des taux de croissance annuels de 13,6% jusqu'en 2012, les recettes du secteur des médias au Brésil, en Russie, en Inde et en Chine s'accroîtront nettement plus vite que le chiffre d'affaires mondial. Dans les pays émergents, le secteur des médias profite des revenus en hausse et du grand nombre de jeunes consommateurs ayant intégré les médias dans leur quotidien. Quant à la croissance du marché suisse, elle demeurera constante avec une progression annuelle de 4,4% jusqu'en 2012. Ces données sont issues de l'étude annuelle "Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012" de PricewaterhouseCoopers (PwC), complétée par une analyse du marché suisse.

Les médias hors de la Toile - télévision, radio, presse écrite et livres - forment encore l'épine dorsale du secteur et génèrent la majeure partie du chiffre d'affaires. Même si les médias mobiles et numériques contribuent à la croissance du secteur, la part qu'ils représentent dans le chiffre d'affaires est toutefois encore mince: en 2007, les médias numériques ont constitué 5% du chiffre d'affaires global du secteur au niveau mondial. Selon les prévisions, ce chiffre atteindra quand même 11% en 2012, soit presque 234,2 milliards de dollars.

Marché de la presse gratuite en Suisse: consolidation prévisible  
Depuis l'apparition des journaux gratuits, le marché de la presse en Suisse est plus que jamais le théâtre d'une lutte acharnée. La Suisse compte le plus grand nombre de journaux gratuits distribués par habitant en comparaison avec les pays de l'Espace économique européen élargi. "Cependant, selon toute vraisemblance, seul un petit nombre de journaux gratuits helvétiques parviendront, à moyen terme, à dégager suffisamment de recettes publicitaires pour assurer eux-mêmes leur financement. Une consolidation du marché de la presse gratuite en Suisse est en vue" explique Franco Monti, responsable du secteur Technologie, télécommunications, information-communication et média de PricewaterhouseCoopers Suisse.

La publicité en ligne a le vent en poupe

Les recettes publicitaires dans le secteur des médias vont, selon les prévisions, augmenter en moyenne de 6,1% par année d'ici à 2012. C'est la publicité en ligne qui, avec une croissance moyenne de 19,5%, enregistrera les taux de croissance les plus élevés. "La Suisse non plus n'échappe pas à cette tendance. Les éditeurs de journaux "surfent" eux aussi sur cette vague, en essayant de créer des sites Internet aussi attrayants que possible. La Suisse, va gagner des parts supplémentaires par rapport à ses voisins d'Europe occidentale dans le domaine de la publicité sur les sites web des journaux. D'après Patrick Balkanyi, responsable du secteur Média de PricewaterhouseCoopers Suisse, "la part que représente la publicité sur les sites web de journaux pourrait passer de 4,5% en 2007 à 4,8% en 2012".

L'Internet mobile gagne rapidement du terrain

Dans les pays industrialisés, un accès à Internet est quelque chose qui va de soi pour la plupart des ménages. Ce n'est pour l'instant pas le cas dans des pays tels que la Chine ou l'Inde. En 2007, le taux de pénétration du marché atteignait 21% à peine en Chine et 6,1% en Inde. En Europe occidentale, en revanche, 63% des ménages disposent d'un accès à Internet. Ce chiffre atteint un bon 81% aux Etats-Unis ainsi qu'en Suisse, et même plus de 90% au Japon. Toutefois, même dans les pays industrialisés, le marché de l'Internet n'est pas saturé. En effet, les consommateurs sont toujours plus nombreux à vouloir surfer sur Internet hors de chez eux grâce à leur téléphone ou à leur ordinateur portable. C'est ainsi que le chiffre d'affaires de l'Internet mobile va augmenter en moyenne de 18,9% par année d'ici à 2012.

#### L'édition profite du numérique

Le chiffre d'affaires des éditeurs de journaux, de magazines et de livres va connaître une croissance stable grâce à une commercialisation numérique qui ne cesse de gagner du terrain. Les annonces figurant dans les médias en ligne ou sur support papier ainsi que les recettes issues de la distribution vont, selon les prévisions, faire grimper le chiffre d'affaires global de l'édition de 548,4 milliards de dollars l'an dernier à 630,6 milliards de dollars en 2012.

On prévoit une croissance vertigineuse dans le domaine des livres électroniques. Le chiffre d'affaires de la littérature électronique et des manuels électroniques augmentera de 38,2% en moyenne d'ici à 2012, pour atteindre presque 6,8 milliards de dollars. Cependant, dans cinq ans également, les maisons d'édition tireront la majeure partie de leur chiffre d'affaire (123 milliards de dollars) des livres en format imprimé.

#### Contact:

Franco Monti  
Responsable secteur Technologie, télécommunications,  
information-communication et média  
PricewaterhouseCoopers Suisse  
E-mail: franco.monti@ch.pwc.com

Patrick Balkanyi  
Responsable secteur Média  
PricewaterhouseCoopers Suisse  
E-mail: patrick.balkanyi@ch.pwc.com

Claudia Sauter  
Responsable Public Relations  
PricewaterhouseCoopers Suisse  
E-mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100568445> abgerufen werden.