

08.07.2009 - 11:00 Uhr

PwC-Etude: Le secteur des médias et des loisirs continue envers et contre tout à croître

Zürich (ots) -

Au cours des cinq prochaines années, les technologies numériques vont continuer à se développer dans l'ensemble des segments du secteur des médias et des loisirs. Bien que ce secteur soit également affecté par la situation économique actuelle, celle-ci accélère dans le même temps le processus de numérisation en cours. Le rythme auquel cette mutation s'opère dépend de l'infrastructure mobile et à haut débit disponible et varie par conséquent fortement d'une région à l'autre. Les recettes générées à l'échelle mondiale par ce secteur devraient progresser de 2,7% en moyenne annuelle pour atteindre USD 1'600 milliards (2008: USD 1'400 milliards) en 2013. Pour pouvoir tirer parti de ce potentiel à long terme, le secteur doit réagir aux nouvelles évolutions en développant des concepts innovants. Ce sont là les enseignements-clés de l'étude annuelle «Global Entertainment & Media Outlook 2009-2013» réalisée par PricewaterhouseCoopers (PwC).

Selon les prévisions, le produit des ventes dans le secteur des médias et des loisirs enregistrera, pour l'année en cours, une baisse de 3,9% par rapport à l'année précédente, atteignant presque USD 1'350 milliards. Le marché devrait se stabiliser en 2010 et afficher une croissance annuelle moyenne de 7,1% entre 2011 et 2013 pour atteindre USD 1'600 milliards. Avec un taux de 4,9 % par an, la région Asie-Pacifique présente la croissance la plus rapide (volume total en 2013: USD 413 milliards).

La génération des plus âgés découvre de nouvelles plateformes

L'accélération du processus de numérisation suscite de nouvelles envies et modifie les habitudes des individus. Il importe toujours plus aux consommateurs de pouvoir déterminer le moment, l'endroit et la nature de leur consommation médiatique. On constate par ailleurs une sensibilité accrue au rapport coût-utilité. Comme l'explique Patrick Balkanyi, responsable du secteur Divertissement et médias chez PricewaterhouseCoopers Suisse, «ces dernières années, les exigences de la génération Internet constituaient le moteur des nouveaux modèles commerciaux dans le domaine des médias et des loisirs. Mais l'ancienne génération, à fort pouvoir d'achat, témoigne désormais un intérêt grandissant pour les nouvelles plateformes numériques et mobiles. Les dépenses de consommation liées à ces plateformes représenteront 78% de la croissance des cinq prochaines années.» Le chiffre d'affaires réalisé par le téléchargement de musique représente une part de 14,2% de ces dépenses qui, selon les estimations, augmenteront entre 2009 et 2013 pour atteindre USD 14,8 milliards.

Développement de la publicité en ligne

Dans le paysage publicitaire international, la publicité en ligne connaîtra également une progression avec un taux de croissance de 18% en 2013 (contre 12 % environ l'année dernière). La conclusion de partenariats en vue d'exploiter conjointement de nouvelles sources de revenus et de répartir les coûts joue à cet égard un rôle déterminant. Le futur appartient aux modèles commerciaux capables d'offrir, d'une part, une grande variété de solutions publicitaires et d'inciter, d'autre part, les utilisateurs à acheter les offres premium.

Importance croissante du marché du jeu vidéo

En dépit du ralentissement économique, le marché du jeu vidéo enregistrera une hausse de USD 51,4 milliards pour l'année 2008 à USD 73,5 milliards en 2013, soit une croissance annuelle de 7,4%. La génération actuelle de consoles de jeu telles que notamment Sony PlayStation 3 ou Nintendo Wii continuera à stimuler le marché ces prochaines années. Les jeux en ligne ou sans fil comptent parmi les segments affichant la plus forte croissance en termes d'utilisateurs. Cette évolution est soutenue par la part de plus en plus importante de ménages disposant de connexions à haut débit, qui entraînera d'ici 2013 une croissance du marché de 10,6% pour les jeux en ligne et de 13,8% pour les jeux sans fil. Le marché des jeux sur ordinateur classiques continuera en revanche à régresser.

La numérisation impose de nouveaux modèles commerciaux

L'accélération du processus de numérisation contraint le secteur des médias et des loisirs à élaborer une multitude de nouveaux concepts. La pression progressive sur le prix des publicités en ligne ainsi que sur celui des abonnements aux offres premium compte parmi les plus grands défis à relever. Et Patrick Balkanyi de conclure: «La dynamique de la numérisation rend nécessaire l'élaboration de nouveaux modèles commerciaux. Seuls ceux qui auront anticipé ces changements et créé une réelle valeur ajoutée pour le consommateur en sortiront gagnants. Les différents segments du secteur devront se consolider, les produits de grande qualité trouveront acquéreur et les ventes par le biais de médias numériques continueront à se développer.»

Contact:

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

Patrick Balkanyi
Responsable du secteur Divertissement et médias
PricewaterhouseCoopers Suisse
E-Mail: patrick.balkanyi@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Communications Senior Manager
PricewaterhouseCoopers Suisse
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100586389> abgerufen werden.