

07.12.2010 - 11:00 Uhr

Étude «Swiss Entertainment & Media Outlook 2010-2014»

Zurich (ots) -

Secteur suisse des médias et du divertissement:
augmentation de 20% du chiffre d'affaires d'ici 2014

Le chiffre d'affaires du secteur suisse des médias et du divertissement représente aujourd'hui CHF 10'402 milliards. Il atteindra CHF 12'584 milliards en 2014, soit CHF 2'182 milliards de plus. En 2014, les dépenses d'accès Internet devraient se tailler la part du lion (CHF 2,6 milliards), suivies des journaux (CHF 2,2 milliards), des droits et licences TV (CHF 2,1 milliards) et de la publicité Internet (CHF 1,2 milliard). Malgré l'essor du numérique, les journaux ne vont pas disparaître. Leur chiffre d'affaires devrait demeurer stable, mais leur croissance restera minime. Tels sont quelques-uns des enseignements qui ressortent de la première étude «Swiss Entertainment & Media Outlook 2010-2014».

Les dépenses d'accès Internet (réseau fixe et mobile) devraient s'établir à CHF 2,6 milliards en 2014 (contre CHF 2 milliards en 2009). Le développement du secteur à large bande restera le principal moteur de la croissance. L'accès Internet mobile est le domaine qui présente la croissance la plus rapide (16,8% par an; croissance du chiffre d'affaires de CHF 134 millions en 2009 à CHF 291 millions en 2014). Les accès Internet dial-up (ligne commutée) devraient en revanche reculer de 14,4% par an. «La demande d'accès mobile rapide est énorme», confirme Franco Monti, associé et responsable du secteur Technologie, information-communication, divertissement et médias de PwC. «Elle est portée par la téléphonie mobile des troisième et quatrième générations (3G et 4G) et croît grâce à la pénétration du marché par les smartphones, ultraportables et tablettes PC.»

Publicité Internet: forte croissance en raison du retard à rattraper

Pour le marché suisse de la publicité sur Internet, l'étude prévoit une croissance annuelle de 15,7% (doublement de volume: de CHF 584 millions en 2009 à CHF 1,2 milliard en 2014). Les modèles de publicité display et search accentueront encore la croissance. Principal moteur de croissance du secteur de la publicité Internet, le marché de la publicité sur moteur de recherche (search advertising) devrait plus que doubler: de CHF 312 millions en 2009, il devrait atteindre CHF 727 millions en 2014, soit une croissance annuelle de 18,5%.

La publicité imprimée reste en tête

En dépit de la forte progression du numérique, la publicité imprimée dans la presse (abonnements, ventes, publicité) continuera de représenter la plus grande part du marché. Les dépenses devraient augmenter de 0,9% par an en moyenne (de CHF 1'309 milliard en 2009 à CHF 1'370 milliard en 2014). La publicité imprimée progressera également dans le domaine des magazines de consommateurs; elle passera de CHF 607 millions en 2009 à CHF 623 millions en 2014, ce qui représente une croissance annuelle de 0,5%. Dans l'ensemble, la publicité imprimée conservera la part du lion sur les recettes globales dans ces deux domaines.

Publicité extérieure: les formats traditionnels continuent de dominer le marché

Concernant la publicité extérieure (affiches, transports publics, manifestations sportives, stades, écrans, etc.), une croissance annuelle de 2,7% est attendue jusqu'en 2014. Le marché est appelé à augmenter de CHF 636 millions en 2009 à CHF 726 millions en 2014. Quant aux surfaces publicitaires numériques, malgré leur forte progression, leur part restera en 2014 nettement en dessous de 10% du marché total.

Marché de la TV et de la radio: faible dynamique sur un marché fortement réglementé

Selon les estimations, le marché des droits et licences TV progressera également, mais seulement de 2,7% par an. Cela représente une augmentation du chiffre d'affaires de CHF 1,8 milliard en 2009 à 2,1 milliards en 2014. Quant au domaine de la publicité TV (publicité, sites Internet, sponsoring, télévision mobile), son chiffre d'affaires passera de CHF 616 millions en 2009 à CHF 757 millions en 2014, soit une croissance de 4,2%.

Secteur musical: prédominance du numérique dès 2012

En raison du piratage musical et du remplacement des formats physiques par des formats numériques plus avantageux, le marché suisse des fichiers musicaux (supports de son, téléchargements, streaming) ne devrait enregistrer qu'une faible croissance de 0,9% par an (de CHF 294 millions en 2009 à CHF 314 millions en 2014). La distribution numérique, en revanche, devrait augmenter de 14,7% par an, soit de CHF 15 à 20 millions. En 2012, le secteur numérique devrait pour la première fois dépasser le chiffre d'affaires des supports physiques.

Segment du film: un avenir en or pour le téléchargement numérique

La vente et la location de vidéos ainsi que les droits de téléchargement Internet feront progresser le chiffre d'affaires de CHF 335 millions en 2009 à CHF 386 millions en 2014, soit une croissance annuelle de 2,9%. Dans le segment du film, le domaine du téléchargement numérique est promis à une croissance annuelle exceptionnelle de 91,1%.

Marché des jeux vidéo: boom des jeux en ligne

Le marché des jeux vidéo est appelé à progresser de 6,9% par an (de CHF 401 millions en 2009 à CHF 561 millions en 2014). Ce marché détient le deuxième plus fort potentiel de croissance (après la publicité Internet) de l'ensemble du secteur des médias et du divertissement.

Marché des journaux: nous lirons encore des journaux en 2014

Les journaux ne vont pas disparaître. Au contraire: les maisons d'édition ont la possibilité, en plus des médias imprimés traditionnels, d'atteindre un public de plus en plus fragmenté au moyen d'un grand nombre d'écrans et de médias. La croissance du marché des journaux devrait s'établir à 0,8% par an, soit une croissance du chiffre d'affaires de CHF 2,1 milliards en 2010 à CHF 2,2 milliards en 2014.

Informations relatives à l'étude

L'étude PwC analyse pour la première fois de manière spécifique les chiffres d'affaires, tendances et évolutions en Suisse dans les onze principaux domaines du secteur du divertissement et des médias. Les segments analysés incluent les dépenses pour l'accès Internet (réseau fixe et mobile), la publicité Internet, les droits et licences TV, la publicité TV, les enregistrements musicaux, l'industrie du film, les jeux vidéo, la radio, la publicité extérieure ainsi que les marchés des magazines de clients et des journaux. Les prévisions de l'étude reposent sur les analyses de PwC et les interviews de personnalités importantes du secteur suisse du divertissement et des médias.

Contact:

Franco Monti

Associé et responsable du secteur Technologie,
information-communication, divertissement et médias

PwC Suisse

E-Mail: franco.monti@ch.pwc.com

Patrick Balkanyi

Associé et responsable du secteur Divertissement et médias

PwC Suisse

E-Mail: patrick.balkanyi@ch.pwc.ch

Claudia Sauter

Communications Senior Manager

PwC Schweiz

E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100615603> abgerufen werden.