

02.10.2015 - 09:00 Uhr

Du contenu, on veut du contenu! / Le secteur des médias et du divertissement

Zürich (ots) -

Le secteur suisse des médias et du divertissement a crû de 3,8 % l'an dernier, soit plus vite que tous les autres secteurs économiques du pays. Au total, les consommateurs ont dépensé 13 milliards de CHF. Les utilisateurs attachant beaucoup plus d'importance à consommer des contenus qu'à les posséder, les plateformes qui concentrent les contenus, de même que les modèles de streaming continuent de progresser. Voilà, entre autres tendances, ce que révèle l'étude «Swiss Entertainment & Media Outlook 2015-2019» de PwC Suisse.

Dans tous les segments du marché des médias et du divertissement, les consommateurs recherchent commodité et convivialité. Ces segments se distinguent essentiellement par leur rythme et leur degré d'adaptation». Voilà comment Bogdan Sutter, responsable Télécommunications, médias et conseil en technologie chez PwC Suisse, résume la situation sur le marché.

L'accès prime la possession

Pour l'utilisateur, l'accès au contenu revêt plus d'importance que sa possession. Il veut des contenus de qualité à tout moment, partout et sur tous ses appareils. C'est pourquoi les plateformes qui concentrent les contenus de différents prestataires, de même que les modèles d'abonnement, s'imposent de plus en plus. Les producteurs des contenus, qu'il s'agisse de jeux, de films, de musique, de journaux ou de magazines, passent ainsi à l'arrière-plan et doivent reconsidérer leur position sur le marché.

La connectivité prime le format

La connectivité, c'est la clé de l'évolution de tout le secteur. Elle offre un énorme potentiel aux plateformes en place, tous médias confondus et sur tous les supports. Accéder à des jeux, à de la musique, à des films, à des articles de journaux et magazines les plus divers, voilà, actuellement, la façon privilégiée de consommer les médias. Pour les entreprises concernées, cela signifie qu'au-delà du format, chaque poussée du numérique stimule la concurrence, surtout dans les domaines étrangers à cette branche.

L'avenir des entreprises du secteur des médias et du divertissement réside dans des offres sur mesure», souligne Patrick Balkanyi, associé et responsable du secteur Technologie, télécommunications, information-communications et médias chez PwC Suisse. «Plus le service sera précieux aux yeux du consommateur, plus les prestataires seront à même de gagner de l'argent par ce biais. Les entreprises suisses devront néanmoins veiller à ne pas perdre pied dans le jeu d'une concurrence internationale toujours plus acharnée. Il faut qu'elles étudient et développent de nouveaux types de coopération, de nouveaux types de produits, de nouvelles stratégies commerciales et des modèles de prix inédits. Ainsi seulement seront-elles à même de s'affirmer face aux prestataires et acteurs innovants qui se pressent sur le marché international.»

Le «Global Entertainment and Media Outlook 2015-2019» (www.pwc.com/outlook) est considéré comme la source du «Swiss Entertainment and Media Outlook 2015-2019» (www.pwc.ch/outlook). Un code d'accès aux contenus suisses de l'Outlook peut être obtenu en s'adressant à roswitha.thurnheer@ch.pwc.com.

Contact:

Patrick Balkanyi
Associé et responsable du secteur Technologie,
télécommunications, information-communications et médias
PwC Suisse
patrick.balkanyi@ch.pwc.com

Bogdan Sutter
Directeur, responsable Télécommunications, médias et conseil en
technologie
PwC Suisse
ch.linkedin.com/in/bogdansutter
bogdan.sutter@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Responsable PR & Communication
PwC Suisse
ch.linkedin.com/in/claudiasauter
claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100778647> abgerufen werden.