

30.08.2021 – 08:25 Uhr

Le marché suisse des médias et des loisirs se redresse rapidement après la crise

Swiss Entertainment & Media Outlook 2021-2025 :

Le marché suisse des médias et des loisirs se redresse rapidement après la crise

- *Le nouveau rapport analyse quelle sera l'influence de la pandémie de COVID-19 sur le marché des médias et des loisirs d'ici 2025*
- *En 2020, les recettes totales du secteur ont diminué de 4,6 %*
- *Les dépenses consacrées au marketing en ligne ont augmenté de 58,7 %*
- *La pandémie a eu moins d'impact en Suisse que dans le reste de l'Europe*
- *À +5,3 %, la croissance des ventes du secteur des médias et des loisirs va atteindre un nouveau sommet en 2022*

Le rapport actuel « Swiss Entertainment & Media Outlook 2021-2025 » examine l'impact des événements de l'année écoulée et anticipe les développements futurs jusqu'en 2025.

Le cinéma, la musique et la radio ont souffert, les jeux vidéo et les services OTT ont explosé

La pandémie de COVID-19 et les ordonnances gouvernementales qui l'ont accompagnée ont sévèrement limité le secteur suisse des médias et des loisirs. Ses recettes ont diminué de 4,6 %, avoisinant les 17 milliards de francs. Le cinéma (-65,5 %), ainsi que la radio et la musique (-32,9 %) ont été particulièrement touchés. En revanche, les offres de service par contournement (over-the-top) et les jeux vidéo en ont profité, enregistrant une hausse de leurs recettes de 34,6 % et 15,6 % respectivement. Ces domaines connaîtront une croissance régulière après la pandémie, tandis que le cinéma, la musique et la radio devraient connaître une croissance exceptionnelle de plus de 20% dès cette année. Le secteur des médias et des loisirs s'avère ainsi exceptionnellement résilient, même comparé aux pays européens et à l'économie suisse en général. Tant cette dernière que le secteur des médias et des loisirs se récupèrent rapidement de la crise : la croissance du chiffre d'affaires de la branche atteindra une hausse de 5,3 % en 2022, pour se rapprocher ensuite régulièrement des niveaux de croissance pré-pandémiques d'ici 2025.

Les recettes continuent à chuter dans le secteur de l'imprimerie

Près des deux tiers des recettes des médias et des loisirs proviennent des dépenses des consommateurs. L'année dernière, celles-ci ont chuté de 2,2 %, mais augmentent de nouveau dès 2021 et généreront des recettes de 13,6 milliards de francs en 2025. Les recettes B2B ont été moins touchées par le COVID-19 et ont diminué d'1,6 point de pourcentage. À long terme, elles vont continuer à chuter, en raison du recul continu des supports imprimés au profit des activités en ligne. Finalement, les recettes de 2025 représenteront moins de la moitié de ce qu'elles étaient en 2016.

Les innovations techniques aident les annonceurs à sortir de la crise

Le marché de la publicité est étroitement lié à l'économie dans son ensemble et ses fluctuations influencent également fortement les taux de croissance des médias et des loisirs. L'année dernière, les recettes des publicités ont diminué de 9,5 %. Les domaines B2B, la radio et la musique, mais aussi la publicité extérieure ont été les plus touchés. Mais la publicité télévisée a également souffert du report de grands événements sportifs, tels que le championnat d'Europe de football et les Jeux olympiques. D'ici 2025, le rapport prévoit un redressement de la situation et un taux de croissance de 5,3 %. En même temps, la pandémie a accéléré la transformation numérique et a fait grimper la part des dépenses consacrées au marketing en ligne, qui ont atteint un nouveau sommet de 58,7 %. À l'avenir, la publicité en ligne restera dominante et l'interactivité, la personnalisation et la portée de cette forme de publicité vont continuer à s'accroître à travers de nouvelles évolutions comme la 5G ou la réalité virtuelle.

Les nouvelles options publicitaires se multiplient

Les annonceurs éprouvent de plus en plus de difficultés à atteindre les jeunes consommateurs via les médias

traditionnels. C'est pourquoi ils privilégient les plates-formes qui comptent de jeunes utilisateurs, comme TikTok, dont le potentiel augmente grâce à de nouvelles fonctionnalités facilitant la publicité. Il en va de même pour les jeux vidéo, où la nouvelle scène des e-sports offre diverses possibilités de sponsoring. D'ici 2025, le marketing vidéo en ligne restera le principal modèle de monétisation. Cependant, les revenus du cloud gaming devraient connaître une forte croissance et les opérateurs de plateformes vidéo vont promouvoir ce domaine de manière relativement agressive.

À propos de l'étude

Le rapport « Entertainment & Media Outlook 2021-2025 » de PwC Suisse fournit des informations détaillées sur l'impact de la pandémie de COVID-19 sur le secteur suisse des médias, des loisirs et de la publicité. Il examine les secteurs affectés, les répertorie et fournit des estimations sur l'évolution de la situation jusqu'en 2025.

Téléchargement

L'étude complète est disponible au format PDF :

<https://www.pwc.ch/en/insights/entertainment-and-media-outlook-2021.html>

A propos de PwC

PwC Suisse est le leader de l'audit et du conseil en Suisse. PwC oeuvre à développer la confiance dans la société et à résoudre des problèmes importants. Notre réseau d'entreprises est implanté dans 155 pays et emploie plus de 284 000 collaborateurs animés par une même volonté de fournir des services d'assurance, de fiscalité et de conseil de qualité. Forte de 3250 collaborateurs et associés, PwC Suisse dispose de 14 sites en Suisse et un dans la principauté de Liechtenstein. Pour en savoir plus et pour nous contacter, consultez notre site www.pwc.ch.

« PwC » désigne le réseau PwC et/ou une ou plusieurs sociétés affiliées, chacune d'entre elles étant une entité juridique indépendante. Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site www.pwc.com/structure.

Konradin Krieger
PwC | Manager | Team Leader External Communications
Mobile: +41 79 362 10 87
Email: konradin.krieger@pwc.ch

PricewaterhouseCoopers AG
Birchstrasse 160 | Postfach | CH-8050 Zürich
<http://www.pwc.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100876598> abgerufen werden.