

30.09.2020 - 08:01 Uhr

Le marché du sport annonce une croissance ralentie - une opportunité pour rebâtir les fondations

Le marché du sport annonce une croissance ralentie - une opportunité pour rebâtir les fondations

- *La nouvelle édition de l'enquête annuelle de PwC sur l'industrie du sport passe en revue les conséquences à court et à long terme de la crise du COVID-19 au sein du secteur.*
- *Le marché du sport devrait ralentir et s'établir à un taux de croissance annuel de 3,3 % au cours des 3 à 5 prochaines années (en baisse de 8 % par rapport aux 3 à 5 années précédentes). Pour 30 % des répondants, le taux de croissance du secteur sera inférieur ou égal à zéro.*
- *L'esport émerge comme grand gagnant de la période de confinement et accélère son ascension comme catégorie affichant la plus forte croissance. Cette édition 2020 explore également les dynamiques du marché médiatique sportif, dont l'écosystème se révèle de plus en plus complexe.*
- *Les résultats de l'enquête indiquent que la crise devrait renforcer la coopération opérationnelle entre les acteurs de l'industrie ainsi que favoriser l'apparition de modèles de revenus plus diversifiés.*

La nouvelle édition de l'enquête annuelle de PwC sur l'industrie du sport passe en revue les conséquences à court et à long terme d'une crise sans précédent dans l'histoire du sport moderne. Dans ce contexte, l'étude explore également la profonde mutation de l'écosystème médiatique sportif ainsi que les défis et opportunités liés à l'émergence de l'esport en tant que discipline indépendante, cherchant sa place au côté de son équivalent physique.

Le COVID-19 sape les prévisions de croissance

La crise du COVID-19 a profondément affecté le marché du sport, qui devrait ralentir et s'établir à un taux de croissance annuel de 3,3 % au cours des 3 à 5 prochaines années (en baisse de 8 % par rapport à la période des 3 à 5 années précédentes). Pour 30 % des répondants, le taux de croissance sera inférieur ou égal à zéro. Le Moyen-Orient et l'Asie - profitant de solides soutiens publics, de l'arrivée d'événements sportifs majeurs et d'une maturité commerciale croissante - affichent les prévisions les plus optimistes. En Afrique également, on prévoit une croissance régulière grâce à un afflux croissant d'investissements et de partenariats. En Europe, en Amérique et en Australasie, la crise a considérablement entamé la confiance.

L'esport renforce son statut de la catégorie au plus fort potentiel

L'esport a bénéficié d'une exposition sans précédent dans les médias traditionnels et, sans surprise, émerge comme grand gagnant de cette période de confinement. Le genre "simulation sportive", qui s'est temporairement substitué aux versions physiques, occupe la première place du classement des sports au plus fort potentiel de croissance. Les perspectives de développement des sports globaux - le football et le basketball - restent intacts, comme le confirment les larges audiences enregistrées par les grandes compétitions au moment de leur redémarrage. Il est à noter que le sport automobile est classé neuvième - gagnant 5 places par rapport à l'édition précédente. Ce développement favorable peut s'expliquer par les campagnes innovantes de la Formule 1 ou encore NASCAR pendant le confinement, récoltant un franc succès auprès des fans.

Le numérique désigné comme principal facteur de croissance

Les résultats de l'enquête confirment que les leaders de l'industrie du sport considèrent le développement d'expériences digitales comme une priorité absolue. La pandémie de COVID-19 a en effet considérablement affaibli les événements physiques, renforçant la valeur des technologies immersives et interactives pour compenser la perte des expériences visuelles et sociales accompagnant la consommation du sport.

La crise exerce une forte pression sur les ressources et les investissements

La crise du COVID-19 arrive sans surprise en tête des menaces identifiées par les leaders de l'industrie. La préoccupation majeure porte sur la diminution des ressources financières soutenant l'investissement et l'innovation. Du côté positif, la plupart des répondants affirment que l'intérêt du public envers le produit médiatique sportif ne devrait pas être négativement impacté.

Le paysage médiatique sportif continue de se complexifier

Historiquement, le secteur sportif a misé son développement commercial sur la diffusion de contenu " live ". La pandémie a remis en cause ce paradigme, favorisant l'adoption de formats alternatifs et, par ce biais, rendant les dynamiques de marché encore plus complexes. En effet, la pluralité des modes de consommation, ainsi que la multiplication des acheteurs, contribuent à la formation d'un écosystème de plus en plus difficile à contrôler pour les distributeurs. Le secteur doit désormais s'adapter à cette nouvelle réalité au sein d'un marché qui, autrefois, était simplifié par la domination des géants de la télévision.

Les simulations sportives s'efforcent de maintenir la dynamique

La crise sanitaire a drastiquement favorisé l'accélération du divertissement virtuel, boostant l'intérêt pour les jeux de simulation sportive. Si l'analyse de PwC démontre que la tendance devrait se poursuivre sur le long terme, ses effets ne doivent néanmoins pas être pris pour acquis. Les organisations sportives doivent s'engager pleinement en faveur de l'esports avant que d'autres genres n'accaparent les bénéfices du " momentum ".

" Globalement, notre étude montre que le pessimisme ambiant est atténué par les nombreuses opportunités offertes par la crise. Cette dernière pourrait bien susciter des transformations fondamentales pour le futur de l'industrie - déjà envisagées mais jamais pleinement réalisées - qu'il s'agisse du sport hybride combinant physique et digital, de nouvelles sources de revenus, de réformes de gouvernance drastiques ou de modèles collaboratifs renforcés ", conclut David Della, Head of PwC's Sports Business Advisory.

À propos de l'enquête et où télécharger le rapport intégral

[Cliquez ici](http://www.pwc.ch/sports-survey-2020) (lien direct : www.pwc.ch/sports-survey-2020) pour visiter le site Web de l'édition 2020 de l'étude PwC sur l'Industrie du Sport, qui renferme des informations détaillées et pertinentes.

Cette enquête a été réalisée par l'équipe PwC Sports Business Advisory entre juin et août 2020 au moyen d'un questionnaire en ligne distribué aux leaders du monde sportif dans le monde entier. Au total, nous avons reçu un nombre record de 780 réponses à notre questionnaire dans plus de 50 pays.

À propos de PwC

PwC oeuvre à développer la confiance dans la société et à résoudre des problèmes importants. Notre réseau d'entreprises est implanté dans 157 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 16 sites en Suisse et un dans la principauté de Liechtenstein. Pour en savoir plus et pour nous dire ce qui compte pour vous, 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 plus d'informations, veuillez consulter la page www.pwc.com/structure.

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

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100856355> abgerufen werden.