

Le marché audiovisuel sort du creux de la vague

Le marché mondial représente 259,3 milliards EUR en 2009

13 Septembre 2010, Montpellier, France – Dans la dernière édition du rapport semestriel « Le marché mondial de la télévision » l'IDATE estime le marché mondial de la télévision pour l'année 2009 à 259.3 milliards EUR, en recul de 0.5% par rapport à 2008. En effet, l'industrie n'échappe pas aux conséquences de la crise économique mondiale ; celle-ci affecte en particulier les recettes publicitaires captées par le média télévision.

« Le marché mondial de la télévision est, en 2009, principalement affecté par la chute des recettes publicitaires de 7.9% que ne suffisent pas à compenser les revenus issus de la télévision à péage et le financement public », commente Florence Le Borgne, directrice de la business unit TV & Contenu numérique au sein de l'IDATE « Ces deux sources de revenus augmentent respectivement de 6.9% et 3.7%. »

Jusqu'en 2008, la publicité est de loin le premier mode de financement de l'industrie, générant près de 48% des revenus du secteur, contre près de 43% pour la télévision à péage et 9.4% pour le financement public. En 2009, la situation s'inverse et la télévision à péage compte pour 46% contre 44% pour la publicité. Dans les années à venir, l'IDATE prévoit une accentuation de la tendance et estime que la télévision à péage devrait générer plus de 48% des recettes du marché mondial de la télévision à l'horizon 2014.

Les recettes publicitaires par média

Évolution des recettes publicitaires TV dans le monde par support média, 2006-14

(Milliards EUR)

	2006	2007	2008	2009 ^(e)	2014 ^(f)
TV advertising	115.8	122.3	124.8	115.0	139.6
Radio advertising	26.2	27.2	26.0	23.2	27.2
Press advertising	131.9	134.5	126.4	103.9	96.4
Internet advertising	21.2	28.1	34.6	35.6	77.5
<i>TV advertising/total advertising</i>	<i>39.0%</i>	<i>39.0%</i>	<i>39.9%</i>	<i>41.0%</i>	<i>39.9%</i>
Total	295.1	312.1	311.8	277.7	340.8

^(e) estimates – ^(f) forecasts

Source : IDATE d'après « World Television Market » Juillet 2010

Dans un contexte de crise économique mondiale, les investissements publicitaires tous médias confondus reculent en 2009 de 11% sur un an. La télévision, qui devient le premier média investi devant la presse, accuse une baisse de recettes publicitaires de près de 8%. Pour autant, le poids de la télévision dans le marché publicitaire (tous médias confondus) progresse de 1.4 point à 41.4%.

La presse et la radio enregistrent les plus fortes chutes des investissements publicitaires captés au niveau mondial, avec des baisses respectives de 17.8% et 10.7%. Sur la période 2006-2009, le poids de la presse dans le marché publicitaire mondial passe de près de 44.7% à 37.4% tandis que celui de la radio passe de 8.9% à 8.4%.

A contrario, Internet continue d'attirer de plus en plus d'investissements publicitaires, avec une hausse des dépenses de 3% pour un poids dans le marché publicitaire mondial de près de 12.8% contre 7.2% en 2006.

Chef de projet
Florence Le Borgne
f.leborgne@idate.org

A Propos de l'IDATE

Depuis 1977, l'IDATE s'est imposé comme l'un des premiers centres d'études et de conseil en Europe dont la mission est d'accompagner les décisions stratégiques de ses clients sur les secteurs Télécoms, Internet, Médias, à travers deux domaines d'activités : **Consulting & Research** (un conseil indépendant et la publication d'un catalogue d'études de marché), **DigiWorld Programme** (un programme annuel supportées par ses membres : DigiWorld Club, DigiWorld Summit, DigiWorld Yearbook, Communications & Strategies, ...)

L'IDATE a développé **une expertise d'analyse dédiée aux Médias** (TV, Internet et Contenus numériques) en s'imposant comme un cabinet de référence des groupes médias, un interlocuteur clés des décideurs publics, un conseil des équipementiers et des opérateurs au niveau international.

Contacts

IDATE

Jeremy George

IDATE TV & Contenu numérique

Email: j.george@idate.org

[Tel:+33](tel:+330670708542) (0)6 70 70 85 42

PR

Emmanuelle Renaud

Presse & Technologies

erenauld@pressetech.fr

Tel +33 (0)1 56 56 64 64

Pour plus de renseignement concernant nos activités: www.idate-research.com