

## Le marché mondial de la télévision

### Avec plus de 2/3 d'abonnés dans le monde, le câble domine le marché de la télévision payante

Montpellier, 31 Août 2011 - L'IDATE vient de publier la 21<sup>ème</sup> édition de son étude semestrielle « Le marché mondial de la télévision ». L'industrie audiovisuelle maintient sa dynamique - le marché mondial représente 301 milliards EUR en 2010, une progression de 7,8% par rapport à 2009. Ce rapport analyse les nouvelles tendances et les changements dans le secteur. Il met en lumière les moteurs de la croissance et la mutation de cette industrie en analysant les tendances clés du marché et en présentant des prévisions en volume et en valeur jusqu'à 2015.

« Malgré la grande sensibilité des investissements publicitaires à l'activité économique, les effets de la crise financière puis économique de 2008-2009 ont moins pesé sur le marché TV que sur le PIB mondial », commente Florence Le Borgne, Directrice de la Business Unit TV & Contenu numérique. « Les recettes des abonnements, en hausse constante, ont permis au marché TV de rester dans le vert en 2009 avec un taux de croissance de 0.5%. En 2010, le taux de croissance du marché TV s'élève à 7.8%, soit 0.7% de moins que le PIB mondial. Cependant, si l'on considère la période de 2007 à 2010, la progression du marché mondial de la TV est de 14% contre seulement 12.7% pour le PIB mondial. »

### Le marché de la télévision par abonnement

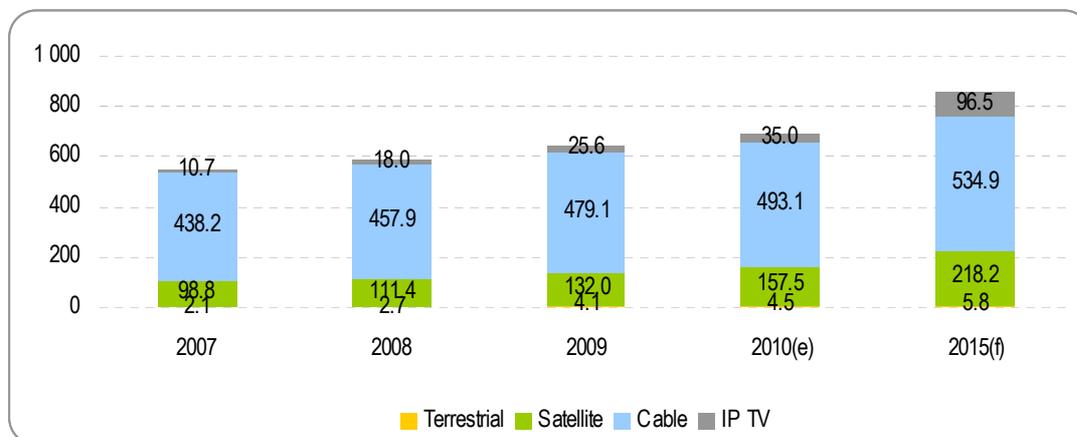
En 2010, le marché mondial de la télévision à péage compte 690.2 millions de foyers abonnés, en hausse de 7.6% sur un an. Avec plus de 490 millions de foyers, le câble concentre l'essentiel des abonnements. Néanmoins, son poids dans le marché de la Pay TV décline tendanciellement. En effet, le câble représentait encore 79.5% des abonnements en 2007 contre 71.5% en 2010.

A contrario, le satellite accroît sa part relative puisque ce mode de réception passe de 17.8% du total des abonnements en 2007 à 22.3% en 2010, soit 154.1 millions d'abonnés. Sur la même période, l'IPTV gagne plus de 24 millions de foyers et sa part relative progresse de 3 points à 5.0%.

Enfin, la télévision terrestre passe de 3.6 millions de foyers abonnés en 2007 à 4.5 millions en 2010, avec un poids relatif stagnant autour de 0.6%. La progression en valeur absolue de la télévision terrestre payante s'explique par le développement en Europe d'offres sur la TNT, comme au Royaume-Uni, en France, en Italie ou encore en Scandinavie.

#### Foyers abonnés à une offre TV par mode de réception dans le monde, 2007-2015

(millions de foyers)



(e) estimates – (f) forecasts

Source : IDATE

En 2010, 372.8 millions de foyers souscrivant une offre de télévision à péage dans le monde se situent en Asie/Pacifique (soit près de la moitié des foyers TV de la zone). L'Europe est la seconde région comptant le plus grand nombre de foyers abonnés (22.7%), suivie de l'Amérique du Nord (16.7%), de l'Amérique latine (5.3%) et de la zone MEA (1.6%).

Sur la période 2007-2010, la zone MEA et l'Amérique latine enregistrent les plus fortes progressions, avec une croissance de respectivement 50.0% et 53.1% des foyers abonnés. Sur les marchés plus matures d'Europe et d'Amérique du Nord, les foyers abonnés progressent à un taux de croissance annuel moyen de respectivement 6.8% et 1.5% sur la même période. En Asie/Pacifique, les foyers abonnés ont augmenté de 33.6% entre 2007 et 2010.

## **Florence Le Borgne**

Chef de projet

---

### **Contacts**

#### **IDATE**

#### **Florence Le Borgne**

Directrice Business Unit TV & Contenus numériques  
f.leborgne@idate.org

#### **PR**

#### **Emmanuelle Renaud**

Presse & Technologies

[erenaud@pressetech.fr](mailto:erenaud@pressetech.fr) - Tel +33 (0) 156 566 464

### **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, ...).

**Pour plus de renseignement concernant nos activités: [www.idate-research.com](http://www.idate-research.com)**