

Vidéo

Le marché de la vidéo comprend un marché physique, avec la vente principalement de DVD et de Blu-ray, et un marché dématérialisé avec la vidéo à la demande

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du marché de la vidéo est évalué à 2 milliards d'euros en 2021, selon le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)¹. Le secteur de la vidéo physique représente 12 % de ce dernier, et la vidéo à la demande 88 %.

Le secteur de la vidéo physique compte 467 entreprises et emploie 562 salariés en équivalents temps plein en 2019

La filière marchande de la vidéo physique est répartie sur trois activités de la nomenclature statistique² : édition et distribution vidéo, location de vidéocassettes et disques vidéo, commerce de détail d'enregistrements musicaux et de vidéos en magasin spécialisé. En 2019, selon les dernières données disponibles de l'Insee, elle compte près de 467 entreprises et 562 salariés en équivalents temps plein.

Le marché de la vidéo a connu une croissance de son chiffre d'affaires en 2021, en particulier grâce au dynamisme de la vidéo à la demande

La crise sanitaire survenue en 2020 a pénalisé les ventes de vidéos sur support physique, qui ont reculé de 28 % en volume du fait notamment de la fermeture des commerces de détail lors des confinements. L'année 2021 reste en recul, avec une nouvelle baisse de 19 % sur un an des ventes de vidéos sur support physique.

La vidéo physique connaît également une forte concurrence de la vidéo à la demande. En effet, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande progresse de 10 % en 2021, dans le contexte d'une croissance de son marché qui s'est accélérée depuis 2017 en raison de la percée des plateformes (graphique 1) : + 58 % en 2018, + 38 % en 2019, et + 41 % en 2020.

Ainsi, en 2021, le chiffre d'affaires total du marché de la vidéo physique et à la demande progresse de 5 % en volume pour atteindre 2 milliards d'euros.

Le marché de la vidéo connaît une mutation numérique de grande ampleur, avec le remplacement progressif des ventes de DVD et de Blu-ray par la vidéo à la demande

Les deux courbes de chiffres d'affaires du marché de la vidéo physique et de la vidéo à la demande présentent un « effet ciseau » sur dix ans (graphique 1). En effet, entre 2011 et 2021, le chiffre d'affaires en euros constants des DVD et Blu-ray diminue chaque année en moyenne

1. Les données CNC sur la vidéo sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, par correspondance et sur Internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-service. Ils excluent également le segment de la location. Pour la vidéo à la demande (VàD), les dépenses sont évaluées pour la VàD à l'acte (location et vente) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD) et par le CNC pour la VàD par abonnement notamment sur la base des données publiques publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public.

2. Les codes de la nomenclature d'activité française (NAF) correspondants sont respectivement 59.13B, 77.22Z et 47.63Z.

de 16 %, passant de 1,4 milliard d'euros à 245 millions d'euros³. On ne constate cependant pas jusqu'ici une baisse de l'équipement des Français en lecteurs de DVD et de Blu-ray (tableau 1). Sur la période, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande connaît une croissance annuelle moyenne de 22 %, passant de 246 millions d'euros en 2011 à 1,7 milliard d'euros en 2021. Ainsi, alors que la vidéo à la demande ne représentait que 15 % du chiffre d'affaires total de la vidéo en 2011, cette part est devenue largement dominante puisqu'elle atteint 88 % du total en 2021.

L'évolution du chiffre d'affaires total de la vidéo n'est donc pas linéaire sur la période. D'abord orienté à la baisse, passant de 1,6 milliard d'euros en 2011 à 1 milliard d'euros en 2016 (- 36 %), il repart à la hausse en 2019 pour retrouver un montant quasi identique à celui de 2011, grâce au dynamisme de la vidéo à la demande.

Les utilisateurs de vidéo à la demande sont plutôt jeunes : en 2021, un utilisateur sur deux a entre 3 et 34 ans alors que cette tranche d'âge représente seulement 37 % de la population. On compte également une grande proportion d'étudiants parmi les utilisateurs de vidéo à la demande, à hauteur de 36 %, alors qu'ils constituent 8 % de la population française (tableau 2). Selon le CNC, 16 % des Français de plus de 15 ans ont utilisé quotidiennement un service payant de vidéo à la demande en septembre 2021, soit 8,7 millions de Français⁴.

La dynamique forte de la vidéo à la demande s'explique principalement par le développement de l'abonnement

Le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande en 2021 provient à 88 % d'abonnements. Entre 2012 et 2021, sa progression s'explique quasi intégralement par le recours à cette pratique : le chiffre d'affaires provenant du paiement à l'acte (vente et location) diminue de 12 % alors que celui de l'abonnement est multiplié par 52 sur la période (graphique 2).

L'attrait des plateformes offrant de la vidéo à la demande par abonnement est en effet important. Selon un sondage mené au début de l'année 2022⁵, 61 % des Français se sont abonnés à un service de vidéo à la demande par abonnement (SVOD).

La vidéo à la demande s'impose au niveau européen et mondial

Ce fort dynamisme de la vidéo à la demande est une tendance européenne et mondiale. Le chiffre d'affaires des plateformes de vidéo à la demande est presque multiplié par 5 entre 2013 et 2019 dans l'Union européenne⁶. Il subsiste de plus une marge de progression de la vidéo à la demande en France, puisque son taux de pénétration de 66 % est plus faible que celui de l'Allemagne (67 %), de l'Italie (75 %), de l'Espagne (80 %), de la Grande-Bretagne (81 %) et des États-Unis (84 %) (graphique 3).

Les plateformes américaines Netflix, Amazon Prime Video et Disney+ occupent une place centrale au sein des plateformes payantes de vidéo à la demande

Le marché de la vidéo à la demande payante est actuellement dominé par les plateformes américaines (tableau 3). Selon le CNC, 64 % des utilisateurs de SVOD ont déclaré utiliser Netflix, 36 % Amazon Prime Video et 26 % Disney+ (apparu en 2020). Ces taux sont en progression importante de 2016 à 2021 (respectivement + 36 points, + 35 points et + 26 points). Netflix compte 223 millions d'abonnés dans le monde en 2022, Amazon Prime 200 millions en 2021 (l'offre vidéo est incluse dans d'autres services). En 2022, Disney+ compte 152 millions d'abonnés après un peu plus de deux ans d'existence. Ces plateformes proposent des productions

3. Selon les données du CNC.

4. CNC, *Observatoire de la vidéo à la demande*, décembre 2021.

5. Bearing Point, *Submix 2022. Dynamiques d'abonnement des foyers français aux offres culturelles numériques payantes*, 2022.

6. EY, *Rebuilding Europe: The cultural and creative economy before and after the Covid-19 crisis*, janvier 2021.

diffusées exclusivement sur leur site de streaming et des catalogues issus notamment de partenariats (Sony avec Netflix) ou de rachats (MGM par Amazon Prime en 2021, 21st Century Fox par Disney en 2019, etc.). Les dix programmes les plus consommés sur les plateformes payantes de vidéo à la demande en France proviennent majoritairement de Netflix, les trois premiers étant en 2021 *Lucifer*, *Lupin* et *La Casa de papel* (tableau 4).

Ces plateformes sont actuellement plus utilisées que leurs concurrentes françaises en recul comme Orange (- 12 points entre 2016 et 2020), MyTF1 (- 15 points), Arte (- 1 point), Canal VOD (- 11 points). En outre, le marché est en pleine expansion avec l'apparition récente d'autres nouvelles plateformes comme Salto, HBO Max ou Apple TV+.

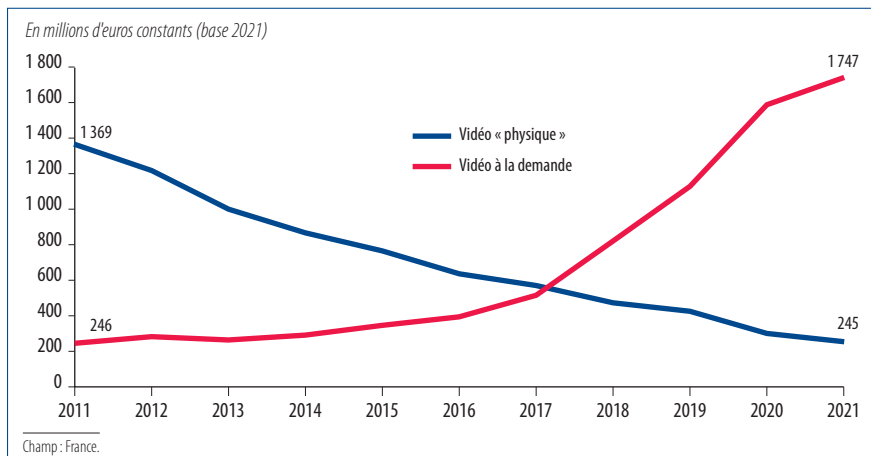
En vidéo physique ou vidéo à la demande sans abonnement, la part de marché des films français augmente de 2018 à 2021

Si les films français représentaient, en 2018, 20 % du chiffre d'affaires des ventes de DVD et Blu-ray et 35 % du chiffre d'affaires de la location et vente de vidéo à la demande à l'unité, ces proportions augmentent en 2021, pour atteindre respectivement 23 % et 37 % (graphique 4). Dans le même temps, les films américains progressent dans les ventes de vidéo à la demande à l'acte (+ 3 points) et reculent dans celles de DVD et de Blu-ray (- 3 points).

Pour en savoir plus

- CNC, *Observatoire de la vidéo à la demande*, décembre 2021
- EY, *Rebuilding Europe: The cultural and creative economy before and after the Covid-19 crisis*, janvier 2021
- Bearing Point, *Submix 2022. Dynamiques d'abonnement des foyers français aux offres culturelles numériques payantes*, 2022
- *Bilan 2021 du CNC*, mai 2022
- Ludovic BOURLÈS et Yann NICOLAS, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 2^e trimestre 2022*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Note de conjoncture », octobre 2022

Graphique 1 – Évolution du chiffre d'affaires de la vidéo, 2011-2021



Source : CNC – GfK (AQOA dès 2018 pour la V&D)/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Tableau 1 – Taux d'équipement multimédia des foyers en 2008 et 2021

En %

	2008	2021
Télévision	98	93
Télévision connectée		39
Lecteur de DVD de salon	87	40
Lecteur de support Blu-ray*		25
Lecteur de Blu-ray		18
Magnétoscope	60	
Home cinéma	12	6

* Équipement en matériels permettant la lecture du support Blu-ray : lecteur Blu-ray, console PS3, box Internet de dernière génération.
Champ : France.

Source : CNC – GfK – Référence des équipements connectés (REC)/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Tableau 2 – Profil sociodémographique des consommateurs de vidéo à la demande en 2021

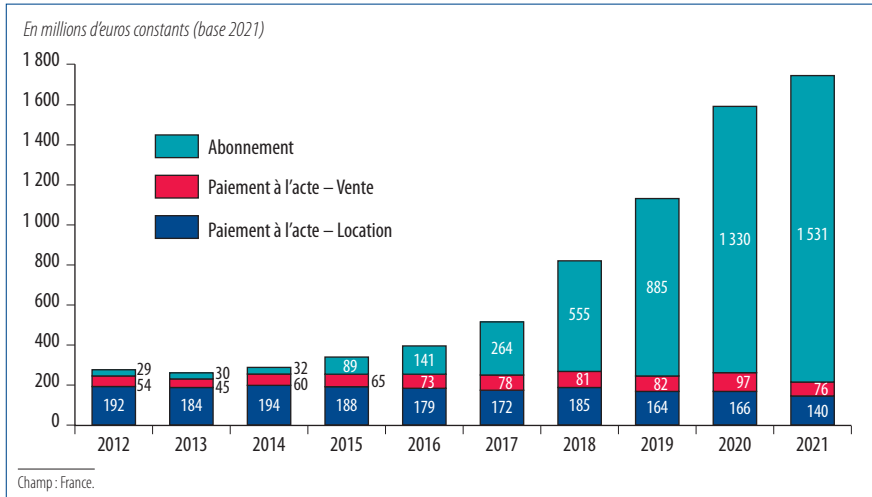
En %

	Consommateurs de vidéo à la demande	Population française
Hommes	52	48
Femmes	48	52
3-14 ans	17	14*
15-24 ans	17	12
25-34 ans	16	12
35-49 ans	22	19
50 ans et +	28	40
Catégories socioprofessionnelles supérieures	26	28
Catégories socioprofessionnelles inférieures	24	26
Inactifs	50	46
dont étudiants	36	8

* 17 % en comptant la catégorie 0-2 ans.

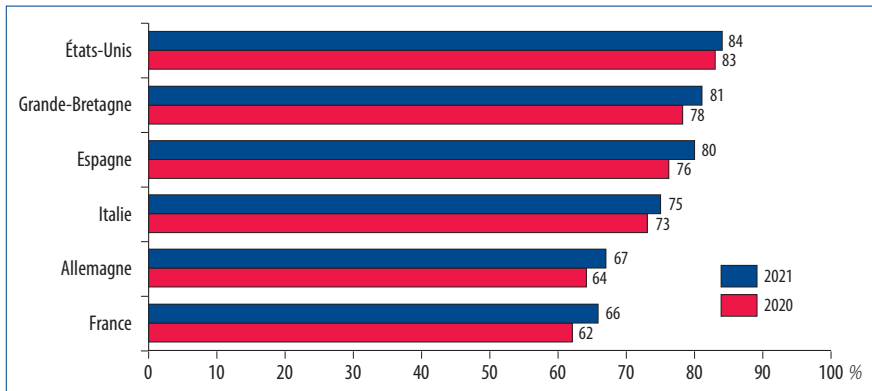
Source : CNC – Harris interactive, Vertigo – Insee, estimations de population et statistiques de l'état civil réalisées fin novembre 2021 / DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 2 – Évolution du chiffre d'affaires de la vidéo à la demande payante selon le type d'achat, 2012-2021



Source : CNC/GfK – AQA/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 3 – Taux de pénétration de la vidéo à la demande par pays en 2020 et 2021



Source : CNC – Observatoire de la vidéo à la demande en 2020 et 2021 – Ampere Analysis – Consumer (sondage auprès de 2 000 à 4 000 personnes par pays)/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Tableau 3 – Évolution de l'utilisation entre 2016 et 2021 des dix plateformes payantes de vidéo à la demande les plus utilisées en 2021

En %

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Netflix	27,1	33,0	48,0	58,1	61,9	63,6
Amazon Prime Video	0,6	8,2	13,4	19,8	30,1	36,1
Disney+					23,4	26,1
Orange	29,0	27,2	23,6	20,8	19,0	16,6
MyTF1 VOD	29,9	25,7	19,5	18,3	18,5	14,5
Arte	14,4	12,4	12,0	12,8	14,8	12,9
Canal VOD	22,9	20,2	14,6	15,0	14,0	11,3
SFR Play	9,9	12,2	10,4	8,9	10,3	9,8
Google Play	15,3	13,5	11,2	10,3	10,2	8,8
Cinéma[s] @ la demande	12,2	9,9	8,3	8,3	8,4	8,7

Champ : France, personnes de 15 ans et plus, internautes déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en vidéo à la demande.

Source : CNC – Vertigo/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

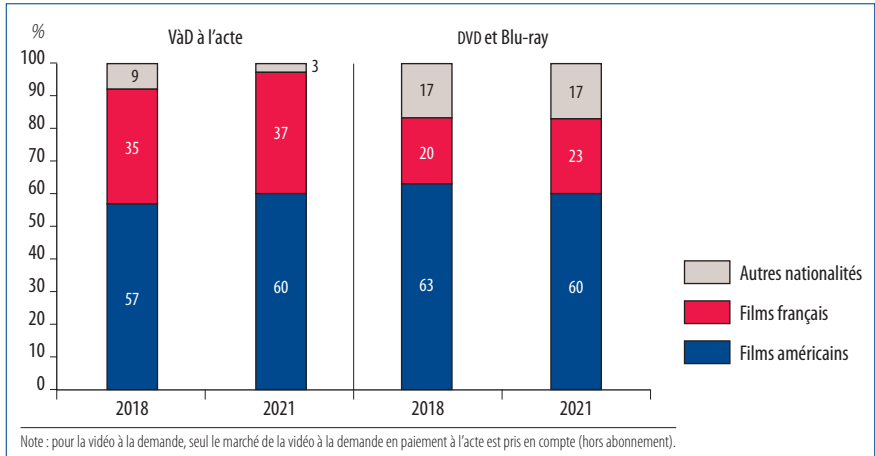
Tableau 4 – Les dix meilleures ventes en France de vidéo physique en valeur et les dix programmes les plus consommés en vidéo à la demande par abonnement en 2021

Vidéo physique		Vidéo à la demande par abonnement		
Titre	Nationalité	Titre	Plateforme	Nationalité
<i>Harry Potter et les reliques de la mort - Partie 2</i>	Grande-Bretagne	<i>Lucifer</i>	Netflix	États-Unis
<i>Kaamelott - Premier volet</i>	France	<i>Lupin : dans l'ombre d'Arsène</i>	Netflix	France
<i>Les Enfoirés 2021 - Les Enfoirés à côté de vous</i>	France	<i>La Casa de papel</i>	Netflix	Espagne
<i>Raya et le dernier dragon</i>	États-Unis	<i>Squid Game</i>	Netflix	Corée du Sud
<i>Wonder Woman 1984</i>	États-Unis	<i>Grey's Anatomy</i>	Prime Video, Salto, Disney +	États-Unis
<i>Fast and Furious 9</i>	États-Unis	<i>Vikings</i>	Netflix, Prime Video	Canada/Irlande
<i>Soul - 2020</i>	États-Unis	<i>Les 100</i>	Netflix Prime Video	États-Unis
<i>La Reine des neiges 2</i>	États-Unis	<i>You</i>	Netflix	États-Unis
<i>Black Widow - 2021</i>	États-Unis	<i>Qui a tué Sara ?</i>	Netflix	Mexique
<i>Luca - 2021</i>	États-Unis	<i>Élite</i>	Netflix	États-Unis

Champ : France, personnes de 15 ans et plus.

Source : GfK pour le physique ; Baromètre de la consommation SVOD – Harris Interactive pour la V&D/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 4 – Répartition des chiffres d'affaires des films en vidéo physique et en vidéo à la demande par nationalité en 2021



Source : CNC – GfK (AQOA dès 2018 pour la VàD)/DEPS, Ministère de la Culture, 2022