

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 2,5 milliards d'euros en 2023, selon le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)¹. Le secteur de la vidéo physique représente 8 % de ce dernier, et la vidéo à la demande 92 %.

Le secteur de la vidéo physique compte 419 entreprises et emploie 420 salariés en équivalent temps plein en 2021

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 2021, selon les dernières données disponibles de l'Insee, elle compte 419 entreprises et 420 salariés en équivalent temps plein.

Le marché de la vidéo a connu une croissance de son chiffre d'affaires en 2023, en particulier grâce au dynamisme de la vidéo à la demande

Les ventes de vidéos sur support physique ont accusé un nouveau recul, de 20 % en 2023, après une baisse de 10 % en 2022, de 19 % en 2021 et de 28 % en 2020, du fait notamment de la fermeture des commerces de détail lors des confinements.

La vidéo physique connaît également une forte concurrence de la vidéo à la demande en raison de la percée des plateformes. Après une croissance importante du chiffre d'affaires de la vidéo à la demande ces dernières années (+ 38 % en 2019, + 41 % en 2020 et + 20 % en 2021), on observe un ralentissement en 2023 (+ 3 % par rapport à 2022) (graphique 1).

Ainsi, en 2023, le chiffre d'affaires total du marché de la vidéo physique et à la demande progresse de 0,4 % en volume pour atteindre 2,5 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). Entre 2013 et 2023, le chiffre d'affaires en euros constants des DVD et Blu-ray diminue chaque année en moyenne de 16 %,

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 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'activités française (NAF) correspondants sont respectivement 59.13B, 77.22Z et 47.63Z.

passant de 1,1 milliard d'euros à 199 millions d'euros. La baisse de l'équipement des Français en lecteurs de DVD et de Blu-ray reste toutefois contenue (87 % des Français en étaient équipés en 2008, contre 69 % en 2023, tableau 1). Sur la période, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande connaît une croissance annuelle moyenne de 23 %, passant de 291 millions d'euros constants en 2013 à 2,3 milliards d'euros en 2023. Ainsi, alors que la vidéo à la demande ne représentait que 21 % du chiffre d'affaires total de la vidéo en 2013, cette part est devenue largement dominante puisqu'elle atteint 92 % du total en 2023. 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 1,4 milliard d'euros constants en 2013 à 1,2 milliard d'euros en 2016 (– 19 %), il repart à la hausse pour atteindre en 2023 1,7 fois le chiffre d'affaires de 2013, grâce au dynamisme de la vidéo à la demande.

Selon le CNC, autour de 9,1 millions de Français de plus de 15 ans ont utilisé quotidiennement un service payant de vidéo à la demande en 2023³. Les utilisateurs de vidéo à la demande sont plutôt jeunes : en 2022, 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 37 %, alors qu'ils constituent 8 % de la population française (tableau 2).

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 2023 provient à 89 % d'abonnements. Entre 2013 et 2023, sa progression s'explique quasi intégralement par le recours à cette pratique : le chiffre d'affaires, en euros constants, provenant du paiement à l'acte (vente et location) est quasiment stable alors que celui de l'abonnement est multiplié par 59 sur la période (graphique 2). Selon le *Baromètre du numérique 2023* du Crédoc, 53 % des personnes interrogées disposent d'au moins un abonnement de service de vidéo à la demande (SVàD), soit une part en progression de 20 points par rapport à 2019. En six ans, la proportion de personnes disposant d'un abonnement a donc pratiquement triplé. Entre 2016 et 2023, la progression des taux d'abonnement est particulièrement importante chez les jeunes. Il passe notamment de 29 % des 18-24 ans à 88 % et de 27 % à 75 % des 25-39 ans. L'offre en vidéo à la demande gratuite est également importante. 61 % des personnes interrogées disposant d'un téléviseur connecté regardent souvent les programmes en direct et 27 % ont régulièrement recours aux applications des chaînes ou services (France.tv, MyTF1, 6 Play, YouTube).

Il subsiste encore une marge de progression de la vidéo à la demande en France. En 2023, 53 % des Français ont utilisé au moins une plateforme de vidéo à la demande. Ce taux est plus faible que dans d'autres pays, comme l'Italie (66 %), l'Allemagne (68 %), l'Espagne (73 %), le Royaume-Uni (79 %) ou les États-Unis (85 %) (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, en 2022, 63 % des utilisateurs de SVàD ont déclaré utiliser Netflix, 46 % Amazon Prime Video et 33 % Disney+ (apparu en 2020). Ces taux sont en progression importante de 2017 à 2022 (respectivement + 30 points, + 38 points et + 9 points). Netflix compte 231 millions d'abonnés dans le monde en 2022 et 11 millions en France, Amazon Prime plus de 213 millions en 2022 (l'offre vidéo est incluse dans d'autres services) et 7 millions en France. En 2022, Disney+ compte 164 millions d'abonnés après un peu plus de deux ans d'existence et 4 millions en France. Ces plateformes proposent des productions exclusivement

3. CNC, *Bilan 2023*, mai 2024.

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 sont tous diffusés sur Netflix et parfois également sur d'autres plateformes. Les trois premiers titres consommés sont en 2023 *You*, *The Walking Dead* et *Blacklist* (tableau 4).

Ces plateformes sont actuellement plus utilisées que leurs concurrentes françaises en recul comme Orange (+ 4 points en 2022 mais – 6 points entre 2017 et 2022) ou Canal VOD (– 4 points entre 2017 et 2022). Certaines connaissent néanmoins une progression, comme Arte VOD (+ 2 points) et Cinéma[s] @ la demande (+ 4 points). En outre, le marché est en pleine expansion avec l'apparition récente d'autres nouvelles plateformes comme Paramount+ (67 millions d'abonnés dans le monde), Universal+ (lancée en France en novembre 2022) et Max (développée par Warner Bros. Discovery et lancée en France en juin 2024).

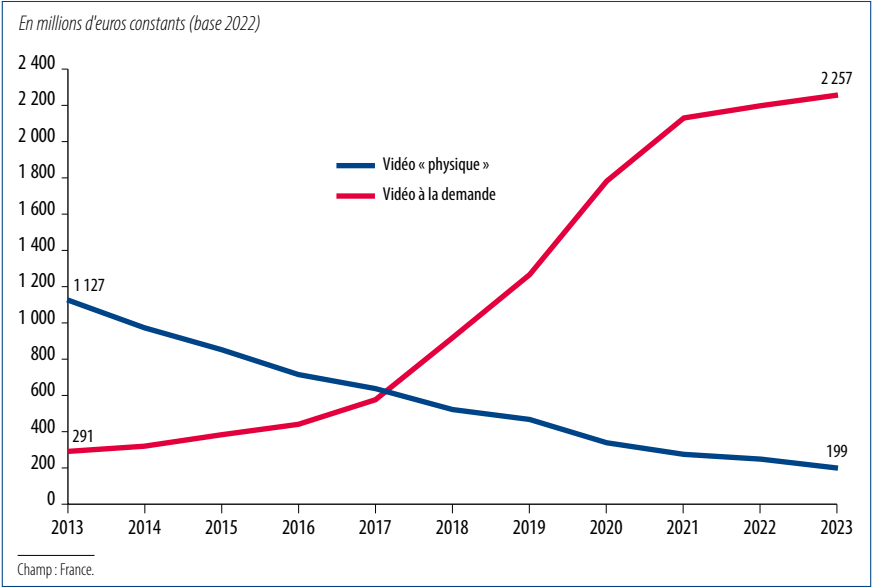
Le nombre de références actives françaises en vidéo à la demande diminue entre 2018 et 2022

La proportion des films français dans le chiffre d'affaires de la vidéo physique augmente de seulement 2 points entre 2018 et 2023 (graphique 4). Le nombre de références actives françaises en vidéo à la demande diminue dans le même temps de façon importante, de 6 points, passant de 36 % à 30 % du total. De leur côté, les films américains progressent dans la vidéo à la demande (+ 8 points) et reculent dans les ventes de DVD et de Blu-ray (– 2 points).

Pour en savoir plus

- CNC, *Observatoire de la vidéo à la demande*, janvier 2024
- Ludovic BOURLÈS et Yann NICOLAS, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 1^{er} trimestre 2023*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Note de conjoncture », avril 2024
- Lucie BRICE MANSENCAL (dir.), *Baromètre du numérique 2023. La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société*, rapport réalisé par le Crédoc pour l'ANCT, l'Arcep, le CGE et l'Arcom, mai 2024
- CNC, *Bilan 2023*, mai 2024
- CNC, *Statistiques par secteur (open data)*, août 2024

Graphique 1 – Évolution du chiffre d'affaires de la vidéo, 2013-2023



Source : CNC – GfK (AQOA dès 2018 pour la VaD)/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Tableau 1 – Taux d'équipement multimédia des foyers en 2008 et 2023

En %

	2008	2023
Télévision	98	92
Télévision connectée		58
Lecteur de DVD de salon	87	29
Lecteur de support Blu-ray*		21
Lecteur de Blu-ray		19
Magnétoscope	60	
Home cinéma	12	3

* 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/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Tableau 2 – Profil sociodémographique des consommateurs de vidéo à la demande en 2022

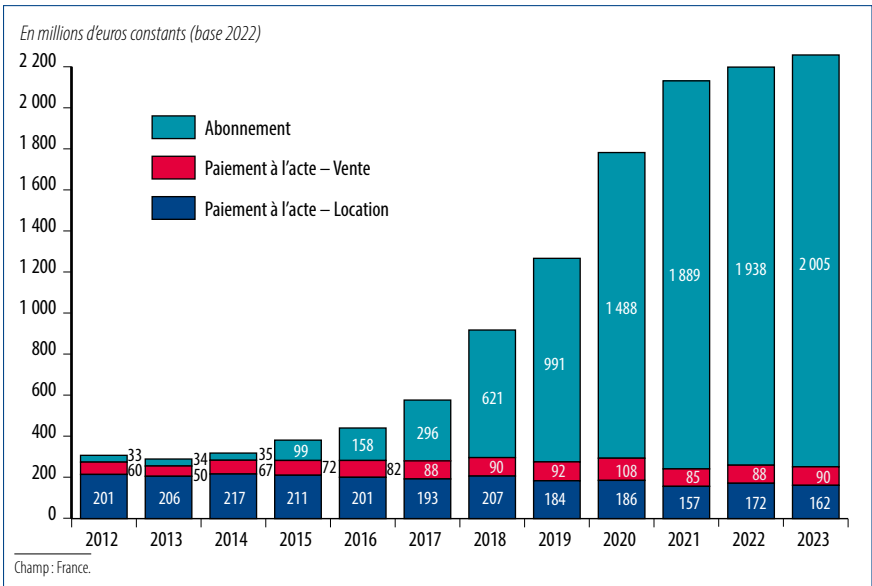
En %

	Consommateurs de vidéo à la demande	Population française
Hommes	51	48
Femmes	49	52
3-14 ans	18	14*
15-24 ans	16	12
25-34 ans	15	11
35-49 ans	23	19
50 ans et +	29	41
Catégories socioprofessionnelles supérieures	24	28
Catégories socioprofessionnelles inférieures	25	26
Inactifs	51	46
dont étudiants	37	8

Champ : France, personnes de 15 ans et plus.
* 17 % en comptant la catégorie 0-2 ans.

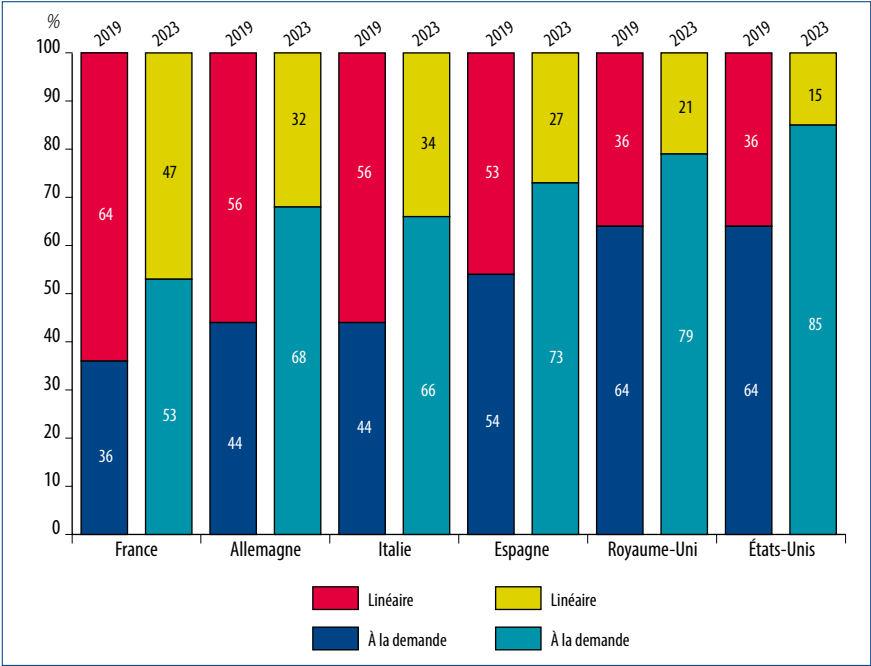
Source : CNC – Harris interactive, Vertigo – Insee, estimations de population et statistiques de l'état civil réalisées fin novembre 2022/
DEPS, Ministère de la Culture, 2023

Graphique 2 – Évolution du chiffre d'affaires de la vidéo à la demande payante selon le type d'achat, 2012-2023



Source : CNC/GfK – AQOA/DEPS, Ministère de la Culture, 2023

Graphique 3 – Répartition de la consommation vidéo des 18-64 ans (TV, VàD, autres vidéos sur Internet, y compris les plateformes gratuites de vidéos) selon le mode de consommation en 2019 et en 2023



Source : CNC, Observatoire de la vidéo à la demande janvier 2024 – Ampere Analysis – Consumer/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Tableau 3 – Évolution de l'utilisation entre 2017 et 2022 des dix plateformes payantes de vidéo à la demande les plus utilisées en 2022

En %

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Netflix	33,0	48,0	58,1	61,9	63,6	62,7
Amazon Prime Vidéo	8,2	13,4	19,8	30,1	36,1	45,9
Disney+				23,4	26,1	32,7
Orange VOD	27,2	23,6	20,8	19,0	16,6	21,1
Canal VOD	20,2	14,6	15,0	14,0	12,9	16,7
Arte VOD	12,4	12,0	12,8	14,8	14,5	14,5
Cinéma[s] @ la demande	9,9	8,3	8,3	8,4	6,8	13,6
Google Play	13,5	11,2	10,3	10,2	9,8	13,6
Rakuten TV	4,6	4,6	5,1	8,4	7,1	13,1
iTunes	11,8	11,1	9,1	8,4	7,9	13,0

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, 2023

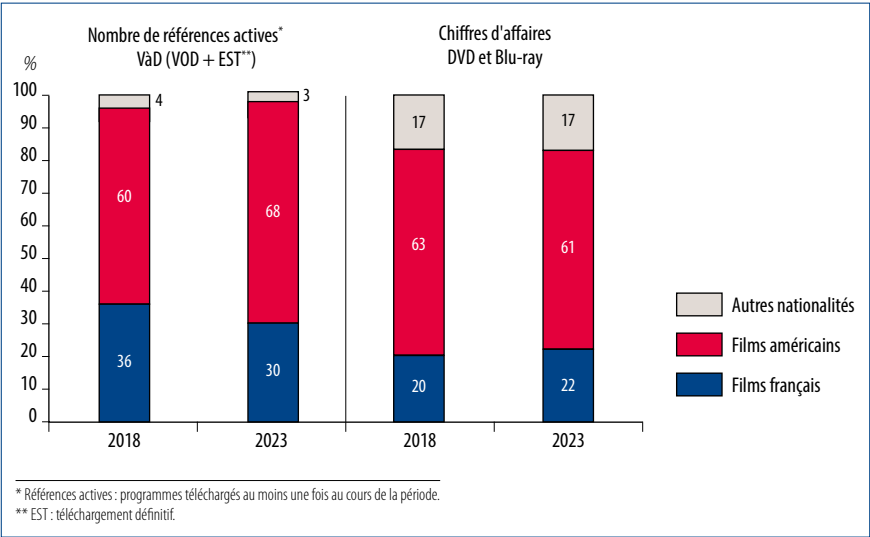
Tableau 4 – Les dix meilleures ventes en France de vidéo physique en valeur et les dix programmes les plus consommés en vidéo à la demande par abonnement durant les 9 premiers mois de 2023

Vidéo physique		Vidéo à la demande par abonnement		
Titre	Nationalité	Titre	Plateforme	Nationalité
Avatar : La Voie de L'eau	États-Unis	You	Netflix	États-Unis
Top Gun : Maverick	États-Unis	The Walking Dead	Netflix, OCS	États-Unis
Super Mario Bros. Le Film	États-Unis	Blacklist	Netflix, MyCanal	États-Unis
Black Panther : Wakanda Forever	États-Unis	The last Of Us	Prime Video, Pass Warner	États-Unis
Black Adam	États-Unis	Manifest	Netflix	États-Unis
Harry Potter à l'école des sorciers	États-Unis	The Witcher	Netflix	États-Unis
Harry Potter et les reliques de la mort. Partie 2	Grande-Bretagne	Outlander	Netflix	États-Unis
Harry Potter et les reliques de la mort. Partie 1	Grande-Bretagne	Ginny & Georgia	Netflix	États-Unis
Harry Potter et la chambre des secrets	États-Unis	The Night Agent	Netflix	États-Unis
Harry Potter et le prince de sang mêlé	Grande-Bretagne	Outer Banks	Netflix	États-Unis

Champ : France, personnes de 15 ans et plus.

Source: CNC, Observatoire de la vidéo à la demande, janvier 2024, AQOA-GfK (vidéo physique), Médiamétrie – Baromètre de la consommation SVOD/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 4 – Répartition des chiffres d'affaires des films en vidéo physique et en vidéo à la demande (VOD + EST**) par nationalité en 2018 et en 2023



Source : CNC – GfK (AQOA dès 2018 pour la VdD)/DEPS, Ministère de la Culture, 2024