
Les plateformes de vidéo à la demande ont-elles dépassé les films

Description

Depuis la réouverture des salles de cinéma il y a plus d'un an, le 19 mai 2021, le taux de fréquentation en France ne dépasse pas 74 % du niveau antérieur au déclenchement de la crise sanitaire. Selon une étude de l'Ifop réalisée pour le compte de l'Association française des cinémas art et essai (AFCAE), les services de vidéo à la demande par abonnement, portés par le succès des séries, s'imposent en loisir concurrent.

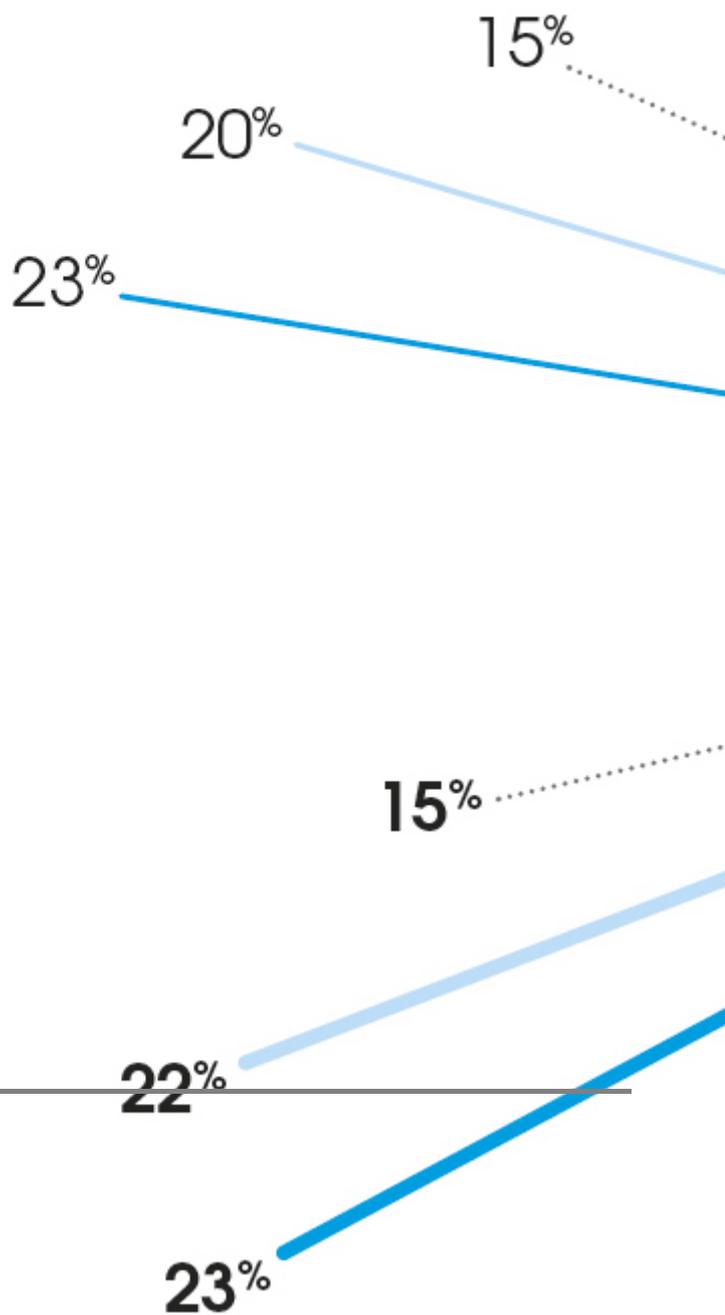
Plus de la moitié (55 %) des Français interrogés par l'Ifop* déclarent être abonnés à au moins une offre SVOD (service de vidéo à la demande par abonnement) en 2022. De même, deux tiers des habitués du cinéma (65 %) ont ceux qui y vont au moins une fois par mois, soit 32 % de la population ont également au moins un abonnement à une plateforme de vidéo à la demande. Un tiers des abonnés (32 %) ont fait ce choix au cours des deux périodes de fermeture des salles de cinéma, de mars à juin 2020 et d'octobre 2020 à mai 2021. 10 % des abonnés se sont abonnés après leur réouverture, le 19 mai 2021, mais toujours accompagnée de restrictions. La plateforme américaine Netflix arrive en tête avec 45 % d'abonnés parmi les personnes interrogées, suivie de Prime Video Amazon (28 %), Disney+ (19 %) et MyCanal (14 %).

Selon l'enquête de l'Ifop réalisée en ligne entre le 31 mars et le 5 avril 2022, les abonnés à la SVOD se distinguent surtout de l'ensemble de la population par leur âge, les 25-49 ans étant surreprésentés. Dans une moindre mesure, leur catégorie socioprofessionnelle les différencie de la moyenne de la population avec respectivement 31 % de CSP+ contre 26 % et 33 % de CSP- contre 30 % mais ce n'est pas le cas concernant leur lieu de résidence en région parisienne ou en province et la ville ou la campagne pour lequel les proportions sont identiques.

Près des deux tiers des abonnés SVOD regardent des films (62 %) et des séries (65 %) au moins une fois par semaine ; le pourcentage est plus élevé encore pour les abonnés à Netflix (respectivement 69 % et 79 %). Le principal avantage d'un service de vidéo à la demande, pour 71 % des abonnés, réside dans la possibilité de regarder un programme (et d'arrêter) en toute liberté. Pour la majorité des abonnés (57 %), l'algorithme de la plateforme est le principal moyen de prendre connaissance de l'offre de programmes tandis que 49 % des abonnés s'informent par le bouche-à-oreille, 34 % par la publicité et 11 % par un autre moyen. Ce sont les séries qui assurent le succès des plateformes de vidéo à la demande : 52 % des abonnés SVOD regardent surtout des séries contre 18 % surtout des films.

Plus de la moitié (54 %) des abonnés SVOD n'ont pas changé pour autant leurs habitudes et

déclarent aller au cinéma aussi souvent qu'avant 5 % y vont même plus souvent. En revanche, 29 % disent y aller moins souvent et 12 % plus du tout.



Source :

- « Les films et les séries sur les plateformes de streaming », enquête exclusive AFCAE/Ifop, art-et-essai.org, 16 mai 2022.

Categorie

1. Usages

date création

21 juillet 2022

Auteur

françoise