

Les plateformes de vidéo à la demande évincent les films

Description

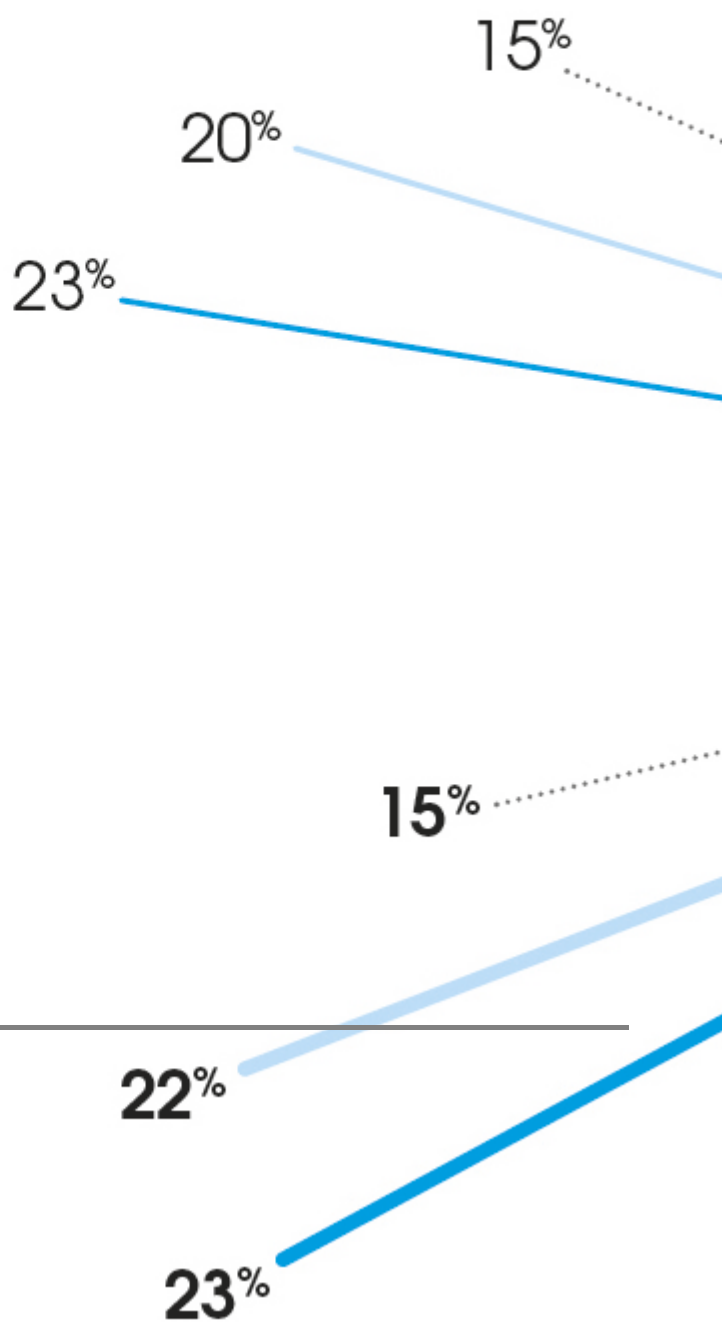
Depuis la réouverture des salles de cinéma il y a plus d'un an, le 19 mai 2021, le taux de fréquentation en France ne dépasse pas 74 % du niveau antérieur au déclenchement de la crise sanitaire. Selon une étude de l'Ifop réalisée pour le compte de l'Association française des cinémas art et essai (AFCAE), 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 %) – 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 décidés 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 à la ville ou à 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 créée

21 juillet 2022

Auteur

francoise