



Le marché de la vidéo sur une pente glissante

Le secteur de la vidéo marche actuellement sur des œufs. Au cours des neuf premiers mois de l'année, le marché de la vidéo a en effet accusé une nouvelle baisse, tant en termes de chiffre d'affaires que de volumes. Plus inquiétant encore, le Blu-ray enregistre pour la première fois depuis son lancement une diminution de ses ventes, tout comme la VoD. Et pourtant, il ne faut pas jeter le bébé avec l'eau du bain. Pour nous en parler, nous avons interviewé Thibault Valès, analyste marketing vidéo et VoD chez GfK Consumer Choices France.

Quel bilan tirez-vous du début d'année ?

Un bilan forcément négatif au regard des tendances observées à fin septembre. 2013 s'inscrit dans la continuité des deux dernières années, avec une accélération de la décroissance sur le marché physique. Sur les neuf premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires de la vidéo physique a en effet diminué de 16 %. Le marché doit faire face à un nouveau recul sévère du DVD (- 18 %) qui demeure le format de référence de la vidéo avec plus de 75 % du chiffre d'affaires généré. Il est difficile d'identifier une cause précise : il s'agit de facteurs multiples qui, mis bout à bout, conduisent à ces tendances baissières. Parmi eux, l'impact de la crise économique qui sonne comme une évidence mais qui est bien réel même s'il



reste difficilement mesurable. Les tendances de la vidéo s'inscrivent dans un contexte de décroissance global qui va au-delà de son seul secteur et s'étend à l'ensemble des marchés culturels suivis

par GfK. Les ventes de produits culturels physiques sont en effet en baisse de 4 % sur les neuf premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2012. Les résultats de nos études menées auprès des consommateurs indiquent en outre une diminution du nombre d'acheteurs de vidéos physiques qui s'accompagne d'une réduction du panier moyen consacré aux dépenses sur ces mêmes produits. Par ailleurs, les mécaniques promotionnelles, autrefois soutien du marché, s'essouffent et ne génèrent plus de croissance. Enfin, comment ne pas mentionner le piratage massif qui sévit sur ce marché, phénomène destructeur de valeur par excellence, et qui est directement corrélé avec les tendances négatives observées sur la vidéo physique ces dernières années.



Dans ce contexte, comment évolue le Blu-ray ?

Le format Blu-ray pâtit lui aussi du contexte actuel particulièrement défavorable sur le marché de la vidéo. Après plusieurs années de progression linéaire, le Blu-ray enregistre pour la première fois depuis son lancement en 2006 une diminution de ses ventes de l'ordre de 5 % en valeur. En cause notamment, les mauvaises performances des nouveautés Blu-ray (- 7 % en valeur) avec une nouvelle baisse des taux de conversion constatée sur les premiers mois de l'année 2013. S'il connaît lui aussi un recul, le catalogue Blu-ray s'enrichit d'année en année et affiche une meilleure résistance sur le marché. D'autres signes encourageants subsistent : le Blu-ray est aujourd'hui connu par 9 Français sur 10, et sa qualité supérieure en termes d'image et de son

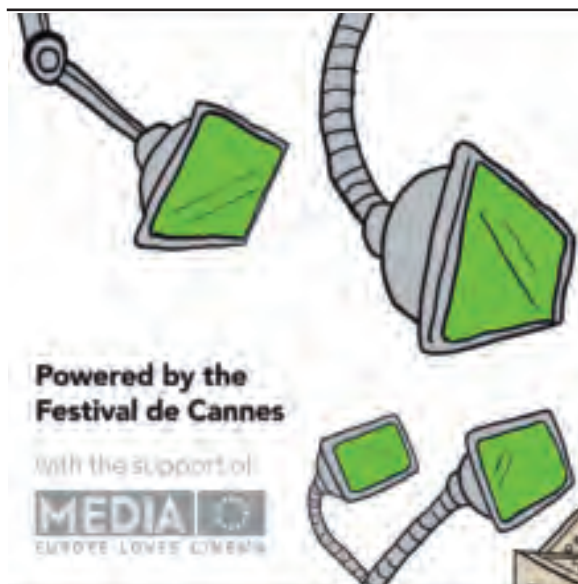
par rapport au DVD est reconnue par le plus grand nombre. Les chiffres de vente témoignent de cet engouement avec une bascule DVD/Blu-ray qui est proche de s'opérer sur certains blockbusters : citons en exemple Iron Man 3, Oblivion ou encore Cloud Atlas, pour lesquels la part du Blu-ray dans les ventes en volume approche ou dépasse 50 % des ventes totales. La consommation de produits Blu-ray doit être également mise en relation avec l'accroissement du parc de lecteurs HD (lecteurs de salon, PS3 et box Internet) qui ne cesse de croître d'une année sur l'autre. Au total, ce sont aujourd'hui près de 30 % des foyers français qui sont équipés en matériel avec fonction de lecture Blu-ray (+ 4 pts vs 2012). Enfin, bien qu'encore confidentielle, l'offre Blu-ray 3D poursuit son élargissement progressif et continue de convertir de nouveaux utilisateurs. Les ventes de Blu-ray 3D sont en effet en progression de 3 % en volume sur la période.

Comment se comportent les différents segments de marché ?

Nous assistons à une baisse généralisée du marché vidéo physique. Tous les segments ont en effet été impactés sur les neuf premiers mois de l'année 2013. Les nouveautés ont connu un recul plus marqué que les titres de catalogue, en DVD comme en Blu-ray. Le marché de la nouveauté a notamment dû faire face à un historique performant sur le 1er semestre 2012, en tête duquel Intouchables et son million d'unités écoulées sur les 3 premiers mois d'exploitation vidéo.

Le long-métrage, axe fort du marché et qui par le passé résistait mieux que les autres catégories de contenus, a enregistré un repli à deux chiffres. En dépit de cette tendance, le segment a connu son lot de succès en 2013, notamment sous l'impulsion des grandes sagas avec en tête des ventes à date Skyfall (620 000 unités vendues), Twilight 5 : Révélation – 2e Partie (525 000 unités) et le premier opus du Hobbit (435 000 pièces). Preuve que les œuvres les plus attendues sont encore génératrices de volumes même si elles se font plus rares et que leur niveau de vente se situe dans des ordres de grandeur moindres que par le passé.

Seule la Série TV a vu son chiffre d'affaires se stabiliser entre 2012 et 2013, grâce d'une part aux bonnes performances de licences historiques arrivées en fin de vie (Dr. House S8, Les



Everything you need as a film professional is here, re-introduce yourself to cinando.com

Powered by the Festival de Cannes

With the support of MEDIA ENVOYE L'AMOUR CINEMA

CINANDO
More than just a database



FOX PATHÉ EUROPA & GULLI

DES STUDIOS EMBLÉMATIQUES :



DES LICENCES ENFANTS MAJEURES :



LA CHAÎNE N°1 SUR LA JEUNESSE ET LA FAMILLE PLEBISCITÉE PAR 96% DES PARENTS

PRÉSENTENT

LA SÉLECTION GULLI

LES MEILLEURS FILMS ENFANTS / FAMILLE DANS UNE ÉDITION EXCEPTIONNELLE



Dans chaque DVD, un cadeau pour les enfants :

5 stickers de leurs héros préférés à coller et à collectionner dans leur livret

* Sources : Médiamétrie / Médiamat audience consolidée, Institut CSA - baromètre de notoriété des chaînes de complément

DES ESPACES PERMANENTS BALISÉS ET ATTRACTIFS :



CAP VERS 2014

EN 2014, DE NOUVEAUX TITRES INCONTOURNABLES
VIENDRONT REJOINDRE LA SÉLECTION



ENSEMBLE,

- **REDYNAMISONS** LE RAYON PERMANENT SUR LE SEGMENT VIDÉO LE PLUS PORTEUR
- **INSTALLONS** UNE MARQUE DE RÉFÉRENCE AUPRÈS DES FAMILLES
- **RECRÉONS** DES TEMPS FORTS TOUTE L'ANNÉE EN MAGASIN

RETROUVEZ L'INTÉGRALITÉ DE LA SÉLECTION GULLI, DES VIDÉOS
ET BIEN D'AUTRES SURPRISES SUR www.laselectiongulli-cinema.fr



Marché

DVD/BLU-RAY

Frères Scott S9, Desperate Housewives S8), puis d'autre part à l'élargissement de l'offre Blu-ray et à ses excellents résultats, notamment sur les séries à succès de dernière génération (Game of Thrones, The Walking Dead, Homeland).

Qu'en est-il du marché digital ?

Le marché digital a connu un ralentissement soudain sur la 1^{re} partie de l'année 2013 (- 6 % en valeur au premier semestre), ce qui est un fait nouveau sur cet univers qui enregistrait jusqu'alors une progression continue depuis nos premières observations en 2007 (la croissance était de 22 % en 2012 par rapport à 2011). Comme pour la vidéo physique, il s'agit là aussi d'une tendance généralisée à l'ensemble des segments du marché digital, toutes les catégories de programmes sont touchées. Malgré le contrecoup lié aux excellents résultats du line-up 2012 avec des titres comme Intouchables ou Hollywood, qui restent à ce jour les deux meilleures performances jamais enregistrées en digital, le segment long-métrage résiste mieux et permet au marché de limiter son recul en 2013. La série TV, autre axe fort du marché, enregistre des tendances bien différentes de celles observées en DVD et en Blu-ray avec un recul d'environ 25 %, en volume comme en valeur. Des résultats qui renvoient



fatalement à la pratique du visionnage de vidéos illégales sur un genre que nous savons particulièrement plébiscité par les pirates.

Dans cet environnement en repli, seule la SVoD tire son épingle du jeu et affiche des résultats en forte progression sur les premiers mois de l'année (+ 26 % en valeur au 1^{er} semestre 2013 par rapport à 2012) pour représenter dorénavant près de 15 % du chiffre d'affaires digital, hors films pour adultes. En dépit d'une chronologie des médias qui reste défavorable au développement de ce type d'offre, la croissance de la SVoD devrait se poursuivre dans les mois à venir sous l'effet de la multiplication des services sur ce segment et du recrutement progressif de nouveaux abonnés.

A ce jour, le marché total digital reste une source de chiffre d'affaires complémentaire conséquente pour les acteurs de la filière avec un total 2013 qui devrait s'approcher une nouvelle fois des 200 millions d'euros de recettes. A l'avenir, au-delà des mesures indispensables qui devront être prises pour lutter contre le piratage, le rebond du marché passera par l'arrivée probable de nouveaux acteurs et le recrutement induit de nouveaux utilisateurs, mais aussi par la généralisation de l'usage des offres illimitées et surtout de la vente définitive qui reste encore aujourd'hui

l'apanage d'iTunes sur le marché français.

Y-a-t-il une évolution en ce qui concerne les circuits de distribution ?

Les circuits de distribution ont enregistré des tendances similaires avec des reculs à deux chiffres (- 18 % pour la GSA et - 14 % pour les canaux GSS et e-commerce). La GSA n'est ainsi pas parvenue à endiguer la décroissance observée ces dernières années. Les actions visant à réduire les espaces dédiés aux produits vidéo et à se concentrer sur les segments générateurs de valeur, nouveautés et Blu-ray en tête, ne sont en effet pas parvenues à ralentir ces tendances. Les multi-spécialistes ont eux aussi connu une période difficile, marquée notamment par la disparition du paysage français de l'enseigne Virgin Megastore à mi-année. Avec les acteurs du e-commerce, ils ont toutefois mieux résisté et représentent à date près des deux tiers du marché vidéo à eux deux.

Comment envisagez-vous la fin d'année ?

La fin d'année s'annonce dans le prolongement des neuf premiers mois observés. Un léger rebond peut toutefois être espéré au 4^e trimestre 2013. La fin d'année 2012 avait déçu par ses performances, notamment sur la nouveauté. La sortie de titres majeurs, sur



des genres particulièrement plébiscités en fin d'année et ayant connu un fort succès en salles, devrait permettre d'aller dans ce sens : Moi Moche et Méchant 2, Les Croods, Monstres Academy ou encore Les Schtroumpfs 2 pour les longs-métrages d'animation enfant, Man of Steel, World War Z ou encore Insaisissables pour les films à grand spectacle. Les coffrets de Noël continuent également de représenter une source de revenus non négligeable, comme en attestent les performances réalisées par les packs séries TV et longs-métrages enfant en 2012. Il y a donc des raisons de croire à un gain de quelques points de croissance pour le marché d'ici à fin décembre avec un atterrissage 2013 que nous estimons légèrement inférieur au

milliard d'euros, soit un repli de l'ordre de 13 à 14 % en valeur.

Quelles sont les perspectives pour 2014 ?

La vidéo dans son ensemble connaît de forts bouleversements. De nombreuses incertitudes demeurent à ce jour. Le marché traverse une période de transition, il se resserre et devrait se redessiner jusqu'à atteindre une nouvelle taille critique, comme d'autres secteurs avant lui. Les supports physiques ne sont pas morts pour autant, loin de là, nous parlons tout de même d'un marché avoisinant le milliard d'euros en 2013. Le DVD devrait poursuivre son recul à deux chiffres. Malgré une période plus délicate, le potentiel du Blu-ray reste fort. Il devrait représenter plus de 25 % des recettes vidéo en 2014 et poursuivre ainsi sa marche en avant pour s'installer progressivement comme le format de masse. Le Blu-ray devrait être porté par l'accroissement des appareils de lecture consécutif à la baisse des prix de vente des lecteurs standards et à la multiplication des supports (consoles de salon Next-Gen : PS4/Xbox One ; box Internet New-Gen : LaBox Fibre Numéricâble/Livebox Play Orange). Le piratage reste néanmoins une problématique centrale. La consommation de vidéos illégales est un fait marquant de ces dernières années sur un marché qui continue à être impacté

par cette pratique qui se banalise. La diminution des actes de piraterie sera suspendue aux décisions prises quant à l'évolution du cadre législatif et à la sensibilisation des intermédiaires qui ont un vrai rôle à jouer dans cette lutte. La réflexion sur l'adaptation de la chronologie des médias reste également un enjeu majeur pour la préservation de l'économie des œuvres et la réponse à apporter aux nouveaux usages de consommation. Enfin dans le contexte actuel, l'arrivée de nouveaux business models, comme le cloud d'Ultraviolet, est particulièrement attendue par le secteur. Il faudra laisser du temps au service pour se mettre en place et voir si les consommateurs adhèrent à cette initiative.



MultiMédia

À LA UNE

Le magazine professionnel
de la distribution multimédia

77€

(tarif France) 11 numéros par an

Bulletin d'abonnement

à renvoyer chez BSC Publications 45, rue de l'Est - 92100 Boulogne Billancourt

77 € : France

87 € : Europe

97 € : Dom-Tom & Etranger

Nom :

Prénom :

Société :

Adresse :

Code postal : Ville : Pays :

N° tel : N° d'identification TVA CEE :

Je joins à ce bulletin d'abonnement mon règlement (nous n'acceptons pas les mandats) par chèque bancaire ou chèque postal à l'ordre de BSC Publications, d'un montant de 77 euros TTC (France), 87 euros (Europe), 97 euros (Dom-Tom, Etranger). Je recevrai une facture sous un mois.