

Baromètre de la Vidéo : T1 2026

+13,1 %

Une croissance soutenue.

Le marché global atteint **781,9 M€**, prouvant la vitalité globale du secteur vidéo malgré les disparités de formats.

88,8 %

L'hégémonie de l'abonnement.

La VàDA (Vidéo à la Demande par Abonnement) écrase le marché, marginalisant les formats traditionnels.

Films vs Séries

La fracture des contenus.

Le cinéma protège les ventes physiques et transactionnelles, tandis que les séries américaines motorisent la VàDA.

La réalité macro-économique : Le centre de gravité a basculé

694,6 M€

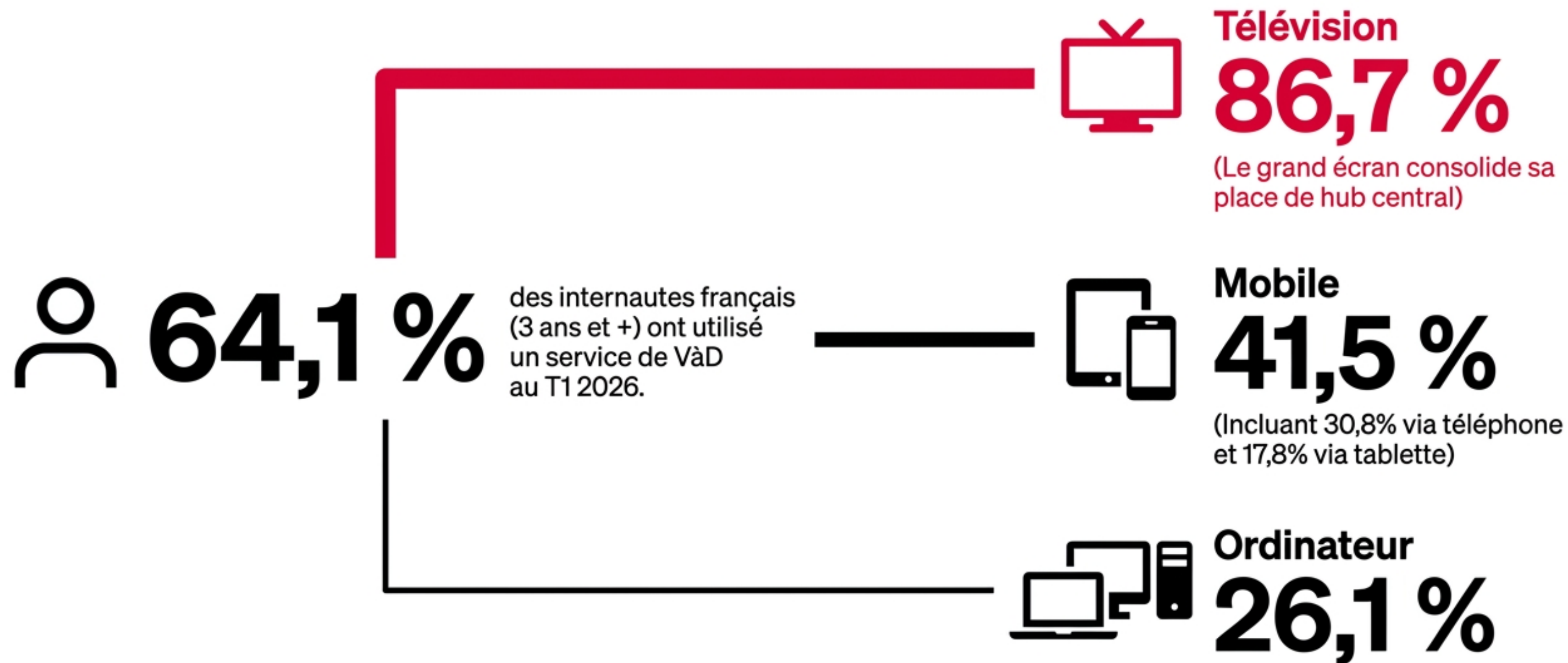
**Vidéo par abonnement (VàDA) |
+17,5 % de croissance sur un an.**

**VàD
Transactionnelle :
51,4 M€ (-10,1 %)**

**Vidéo Physique :
35,9 M€ (-16,7 %)**

Le chiffre d'affaires total atteint 781,9 M€.

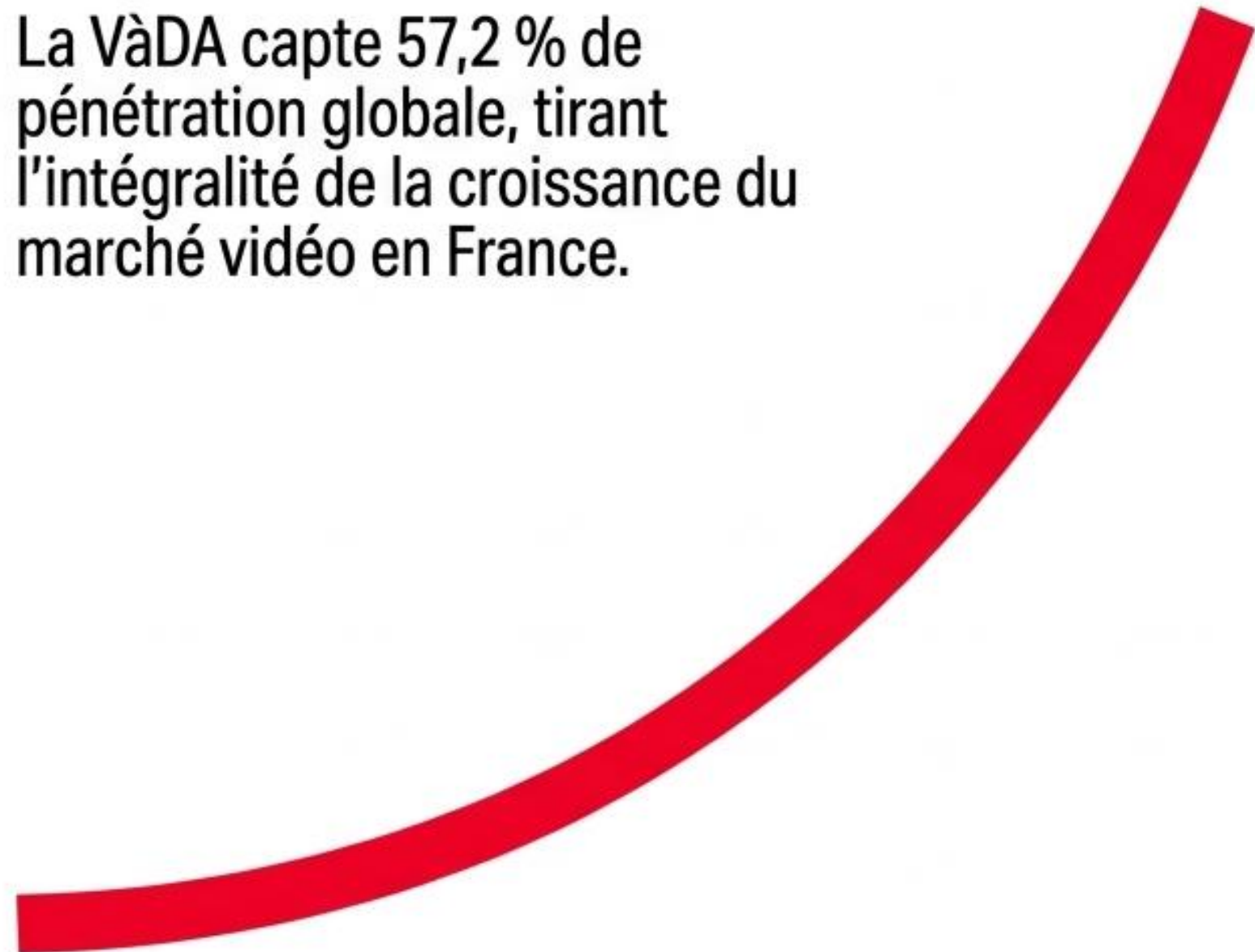
L'écosystème consommateur : Le salon reste souverain



Le moteur VàDA : Volume et vélocité

694,6 M€ (+17,5 % vs T1 2025)

La VàDA capte 57,2 % de pénétration globale, tirant l'intégralité de la croissance du marché vidéo en France.



1. Netflix

(44,2 %
d'internautes)

2. Prime Video

(30,2 %
d'internautes)

3. Disney+

(18,8 %
d'internautes)

L'analyse de la consommation (Digital-i) confirme que le marché est un oligopole verrouillé par ces trois acteurs mondiaux.

Le pivot transactinel : L'étau se resserre

Marché total de la VàD Transactionnelle : **51,4 M€**



Location

33,7 M€

Tendance : -8,8 %

Pénétration : 16,6 % des usagers.



Achat / EST

17,7 M€

Tendance : -12,8 %

Pénétration : 18,6 % des usagers.

Pris en sandwich entre l'abondance de l'abonnement et le fétichisme de l'objet physique, l'acte d'achat numérique pur souffre d'un déficit de proposition de valeur.

La vidéo physique : La résilience d'une niche premium

Chiffre d'affaires T1 :

35,9 M€

(-16,7 %)

DVD

18,3 M€
(-21,3 %)

Blu-Ray

17,6 M€
(-11,3 %)

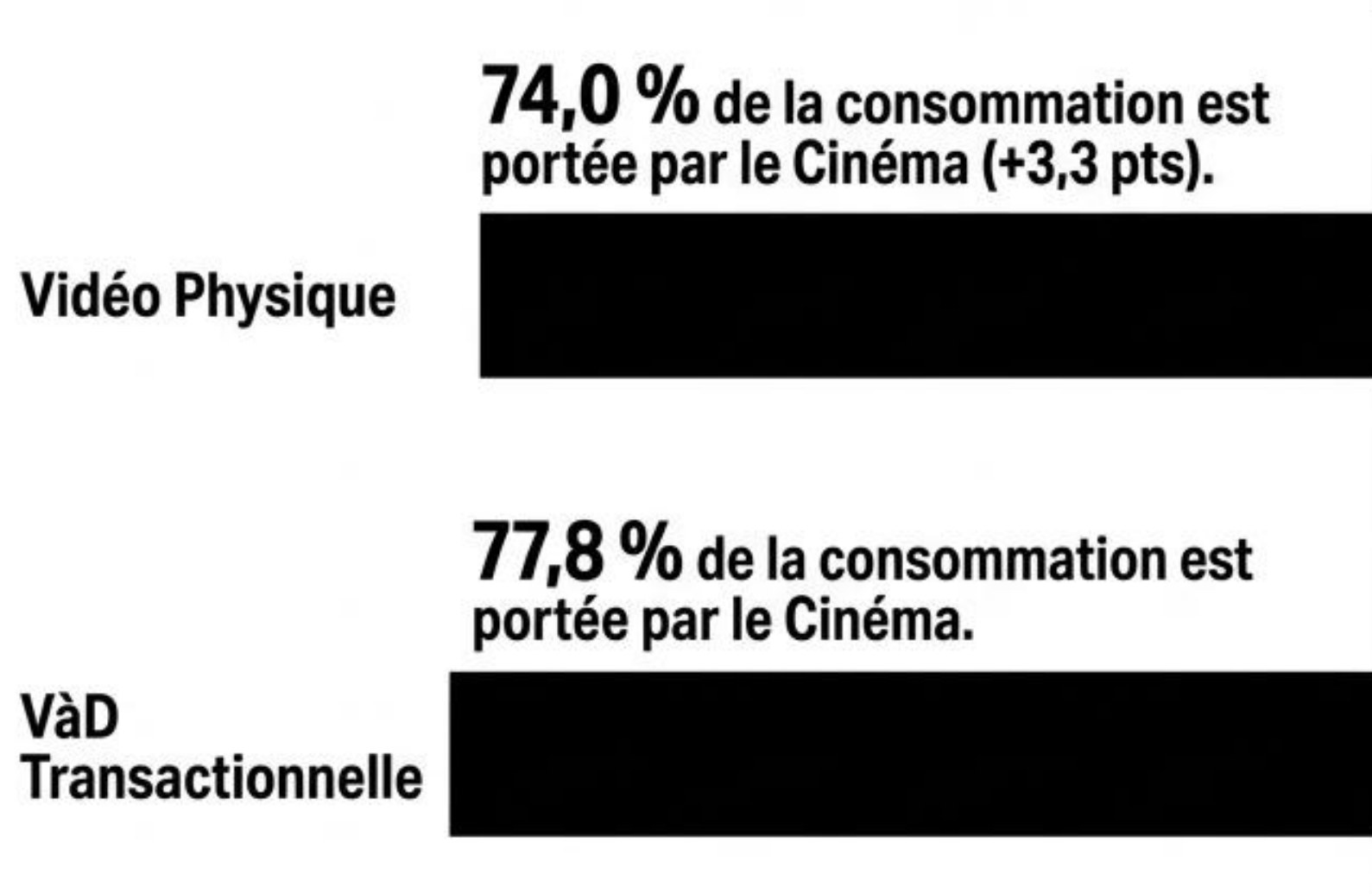
Bien que le DVD chute lourdement, le Blu-Ray résiste mieux, amenant le marché vers une parité de valeur (50/50).

****Signes de reprise au T2.**

Le repli de la vidéo physique se limite à -12% à fin juin, sauvé par un calendrier de sorties plus favorable.

La fracture des formats : Cinéma vs Séries

Le Domaine du Film



L'achat à l'acte prolonge directement l'exploitation en salle.

Le Domaine de la Série

78,5 % de la consommation est accaparée par les Séries TV.



VàD par
Abonnement
(VàDA)

L'abonnement est un modèle de rétention, nourri par la sérialisation (ex : La chronique des Bridgerton).

Le champ de bataille culturel : US vs France

La percée française en Transactionnel



36,6 %

de part de marché pour les films français en TVOD (+4,4 pts).

Porté par des succès locaux incontournables : Les Bronzés font du ski, Kaamelott : Deuxième volet, Un p'tit truc en plus.

La domination américaine en SVOD



66,4 %

de la consommation des séries en VàDA est américaine.

Les séries françaises ne représentent que **3,5 % des visionnages** sur les plateformes mondiales.

**Le patrimoine et la comédie française monétisent excellentement à l'acte.
Le streaming mondial reste une monoculture américaine.**

Synthèse Stratégique : La matrice de distribution

Segment	CA T1 2026 (Évol.)	Contenu Dominant	Rôle Stratégique
Vidéo par Abonnement (VàDA)	694,6 M€ (+17,5 %)	Séries TV Américaines (66,4 %)	Moteur de volume et d'usage quotidien. Écosystème fermé (Oligopole).
VàD Transactionnelle (TVOD/EST)	51,4 M€ (-10,1 %)	Films Cinéma (77,8 %) / Forte poussée FR	Monétisation post-salle. Essentiel pour la rentabilité du cinéma local.
Vidéo Physique (DVD/Blu-Ray)	35,9 M€ (-16,7 %)	Films Cinéma (74,0 %)	Niche premium de collectionneurs. La valeur migre vers la haute définition (Blu-Ray).