

## Baromètre SVoD

### Avec 40% d'utilisateurs supplémentaires en 1 an, l'adoption de la SVoD s'accélère

En 2017, 1 internaute sur 5 (21%) âgé de 6 ans et plus déclare utiliser un service de vidéo à la demande par abonnement, contre 15% en 2016, ce qui représente une augmentation de 40% ; ils étaient à peine plus d'1 sur 10 en 2015 (12%). C'est l'un des enseignements importants du baromètre SVoD, réalisé pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive par Médiamétrie.

Cette progression est essentiellement portée par Netflix, devant deux acteurs majeurs français, Canal Play et SFR Play. On note également l'arrivée récente d'Amazon sur le marché, illustrant le dynamisme de la SVoD.

La SVoD se distingue par son utilisation largement partagée : 83% des SVoDistes déclarent mutualiser leur abonnement avec au moins 1 autre personne. On compte ainsi plusieurs utilisateurs par abonnement.

Quelles sont donc les pratiques des SVoDistes en 2017 ?

### La SVoD poursuit sa progression

Avec le lancement de CanalPlay en 2011 et surtout l'arrivée de Netflix en 2014, les Français ont progressivement découvert la SVoD. Aujourd'hui, près de 9 Français sur 10 connaissent au moins une plateforme de SVoD. C'est 22 points de plus qu'en 2015. Ce gain de notoriété se traduit par une hausse du nombre d'utilisateurs potentiels. Les efforts de communication des acteurs de la vidéo à la demande par abonnement ont ainsi porté leurs fruits.

La montée en puissance de la SVoD se traduit également par une augmentation de la fréquence d'utilisation des plateformes : 44% des SVoDistes utilisent leur plateforme tous les jours, soit 2 points de plus qu'en 2016.

Si la SVoD gagne des adeptes, elle arrive aussi à fidéliser ses utilisateurs : on recense 41% d'anciens utilisateurs – depuis plus d'un an – contre 33% en 2016. Ces adeptes ne se voient également pas l'abandonner prochainement : 87% d'entre eux envisagent de poursuivre leur utilisation.



## Les raisons du succès

Pour de nombreux SVoDistes, la qualité première des plateformes tient à la richesse et à la variété des contenus : 46% d'entre eux utilisent la SVoD pour pouvoir accéder à un grand nombre de vidéos. Le catalogue de séries constitue la clef de voûte des plateformes : il s'agit du type de contenus le plus regardé par les SVoDistes, suivi dans l'ordre par les dessins animés et les films. Plus de 3/4 des utilisateurs regardent ainsi une série au moins 1 fois par semaine sur leur plateforme, avec une part significative qui en visionne tous les jours.

Les SVoDistes accordent de l'importance aux productions françaises avec 2 utilisateurs sur 3 qui en font un critère de choix. Les créations originales, affranchies de la chronologie des médias, et les séries en exclusivité constituent des produits d'appel pour les plateformes : *Narcos* ou *Stranger Things* pour Netflix, *Les Médecins* ou *Riviera* pour SFR Play.

Les utilisateurs plébiscitent les fonctionnalités avancées des plateformes, avec en premier lieu la reprise de la lecture d'un programme sur un autre support ou l'accès à la plateforme sur plusieurs écrans. Parmi les fonctionnalités qui progressent significativement en 2017, on retrouve la création d'une bibliothèque personnalisée ou la lecture de contenus en mode hors-ligne.

Le succès de la SVoD est aussi dû à des avantages inhérents aux plateformes : l'absence de publicité, la tranquillité d'utiliser un service légal, sa flexibilité avec l'opportunité d'arrêter ou de reprendre son abonnement à tout moment sans délais: une part non négligeable de SVoDistes se sont déjà désabonnés puis réabonnés à la même plateforme ou à une autre. Enfin, le prix attractif des abonnements et la possibilité de partager son compte pour encore réduire les coûts séduisent un bon nombre de pratiquants.

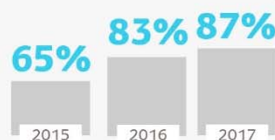
La SVoD, avec son modèle économique, la richesse de ses contenus, la possibilité de s'affranchir du temps et de bénéficier du multi-écrans, a de nombreuses cartes en main pour faire évoluer les pratiques des internautes-télespectateurs.

## La SVoD, une progression incontestable



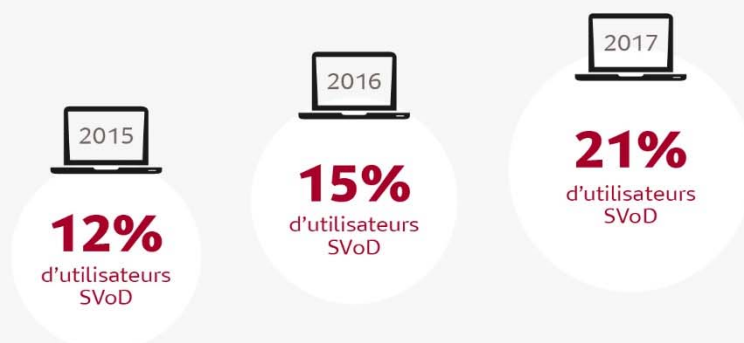
### NOTORIÉTÉ

6 ans et +

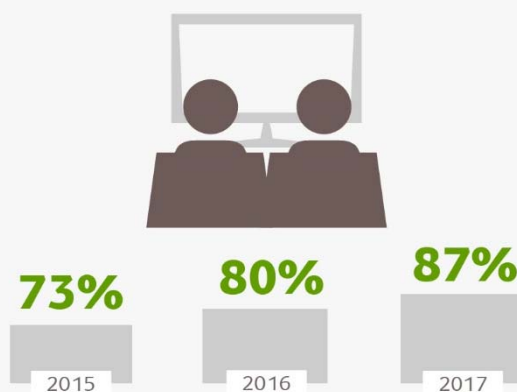


connaissent au moins une plateforme

### NOMBRE D'UTILISATEURS



### VOLONTÉ DE POURSUIVRE L'ABONNEMENT



envisagent de poursuivre leur utilisation du service SVoD

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre SVOD



## A propos du Baromètre SVoD

L'étude a été réalisée en ligne (CAWI) du 11 au 28 juillet 2017 auprès de 4020 internautes âgés de 6 ans et plus. Le Baromètre SVoD fournit les données de cadrage sur le marché des services à la demande par abonnement en France et décrypte leur utilisation :

- Mesurer la notoriété et les usages des services de SVoD
- Déterminer le profil des utilisateurs de services de SVoD
- Mesurer les motivations et les freins à l'usage des services de SVoD
- Connaître le contexte et le parcours de souscription
- Etudier la consommation de séries
- Mesurer l'usage des fonctionnalités proposées
- Déterminer la satisfaction vis-à-vis des plateformes au global et sur une batterie de critères
- Analyser tous ces éléments selon la plateforme utilisée (Netflix, CanalPlay et SFR Play)

## A propos de Médiamétrie

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2016, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5M€.*

Web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie](http://www.twitter.com/Mediametrie)

Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)

### Contact Presse :

*Benoît David*

Tél : 01 71 09 93 18

[bdavid@mediametrie.fr](mailto:bdavid@mediametrie.fr)

*Isabelle Lellouche-Filliau*

Tél : 01 47 58 97 55

[losmanian@mediametrie.fr](mailto:losmanian@mediametrie.fr)