

# Médianalyses

Bilan et perspectives  
de la vidéo à la demande

États-Unis, Grande-Bretagne, France

N°4 – mai 2008

# Table des matières

|  |           |
|--|-----------|
| <b>I. SYNTHÈSE.....</b>  | <b>4</b>  |
| A. Contexte et problématique.....  | 4         |
| 1. Définitions.....  | 4         |
| 2. La fourniture de contenus à la demande s'inscrit dans un contexte de marchés de référence arrivés à maturité..... | 5         |
| B. La télévision à la demande : un succès considérable.....  | 7         |
| 1. Le plébiscite des consommateurs.....  | 7         |
| 2. ...entraîne une baisse du taux de résiliation.....  | 8         |
| 3. ...et paradoxalement une augmentation de l'audience linéaire.....   | 8         |
| 4. Les services de TVOD devraient continuer à croître.....   | 9         |
| 5. Un modèle dont la France devrait s'inspirer.....  | 9         |
| C. La VOD premium sur téléviseur tarde à s'imposer.....  | 10        |
| 1. Des résultats mitigés aux Etats-Unis.....   | 10        |
| 2. La vidéo en ligne bien plus dynamique.....  | 11        |
| 3. Peu d'utilisateurs en France.....   | 12        |
| D. Perspectives d'avenir importantes pour la VOD payante.....  | 13        |
| 1. Etats-Unis : 4 milliards de dollars de CA en 2012 .....   | 13        |
| 2. La France : 164 M € en 2012.....  | 13        |
| <b>II. LES ETATS-UNIS.....</b>   | <b>14</b> |
| A. L'équipement des foyers.....  | 14        |
| 1. Equipement audiovisuel.....   | 14        |
| 2. Equipement informatique.....  | 15        |
| 3. Accès à la télévision.....  | 15        |
| B. Le marché de la vidéo.....  | 15        |
| 1. Panorama.....   | 15        |
| 2. La vente de vidéos.....   | 16        |
| 3. La location de vidéos.....  | 18        |
| C. Le marché de la VOD.....  | 21        |
| 1. Panorama.....   | 21        |
| 2. Chiffre d'affaires de la VOD.....   | 24        |
| 3. Taux de pénétration de la VOD.....  | 25        |
| 4. Les principaux acteurs.....   | 26        |
| 5. Profil des utilisateurs et audience.....  | 33        |
| D. Conclusion.....   | 33        |
| <b>III. L'ANGLETERRE.....</b>  | <b>35</b> |
| A. L'équipement des foyers.....  | 35        |
| B. Le marché de la vidéo.....  | 35        |
| 1. Panorama.....   | 35        |
| 2. La vente de vidéos.....   | 36        |
| 3. La location de vidéos.....  | 38        |
| C. Le marché de la VOD.....  | 40        |
| 1. Panorama .....  | 40        |
| 2. Transactions et chiffre d'affaires.....   | 41        |
| 3. Virgin Media.....   | 42        |
| 4. Sky Anytime.....  | 44        |
| 5. Profil des utilisateurs et impacts de la VOD.....   | 45        |
| D. Conclusion.....   | 47        |
| <b>IV. LA FRANCE.....</b>  | <b>48</b> |
| A. L'équipement des foyers.....  | 48        |
| 1. Equipement audiovisuel.....   | 48        |
| 2. Equipement informatique.....  | 48        |
| 3. Accès à la télévision.....  | 49        |
| B. Le marché de la vidéo.....  | 49        |
| 1. Panorama.....   | 49        |
| 2. La vente de vidéos.....   | 50        |

|  |    |
|--|----|
| 3.La location de DVD.....  | 53 |
| C. Le marché de la VOD.....                                      | 54 |
| 1.Le modèle économique de la VOD.....                            | 54 |
| 2.Panorama du marché de la VOD.....                              | 56 |
| 3.Transactions et chiffre d'affaires de la VOD.....              | 58 |
| 4.Répartition des actes de VOD sur TVIP.....                     | 60 |
| 5.Comparaison des profils des utilisateurs de DVD et de VOD..... | 62 |
| D. Conclusion.....   | 63 |