

Le marché de la VoD en France (Baromètre VoD GfK- NPA)

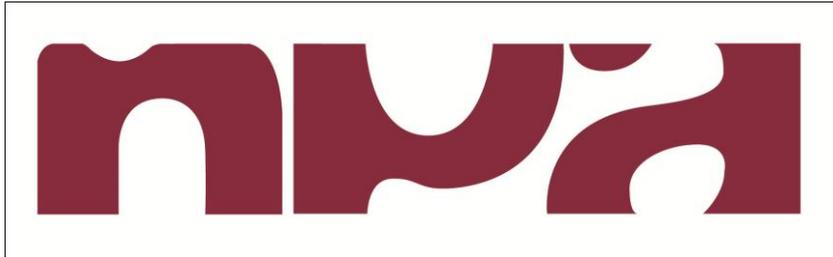
Etat des lieux

Tendances clés pour 2012

Evolutions de l'outil de mesure référent

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within a solid orange square.

GfK

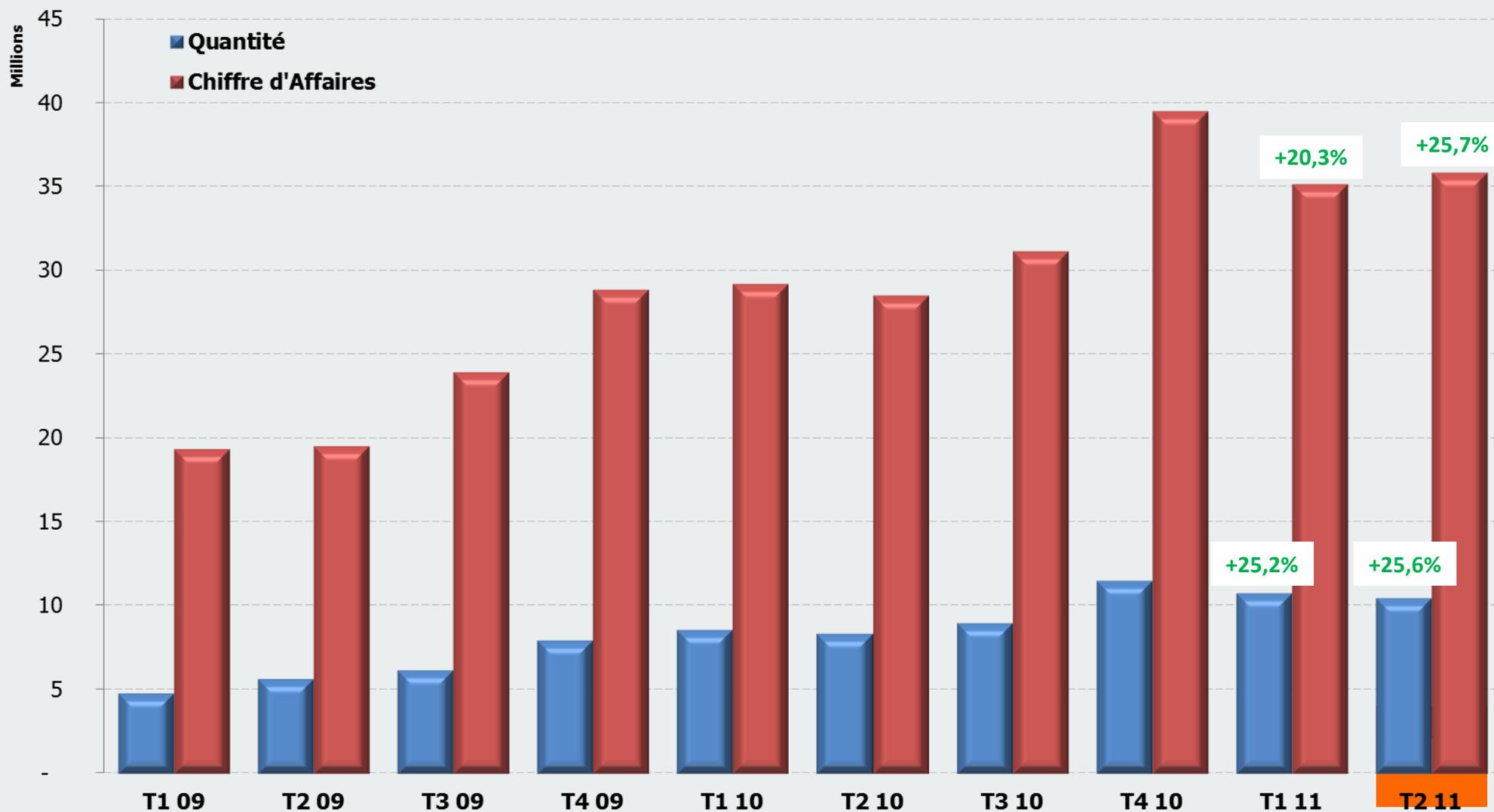
The NPA logo features the lowercase letters 'nva' in a dark red, stylized, rounded font. The letters are contained within a thin white rectangular border.

nva

LE MARCHÉ VOD EN 2011

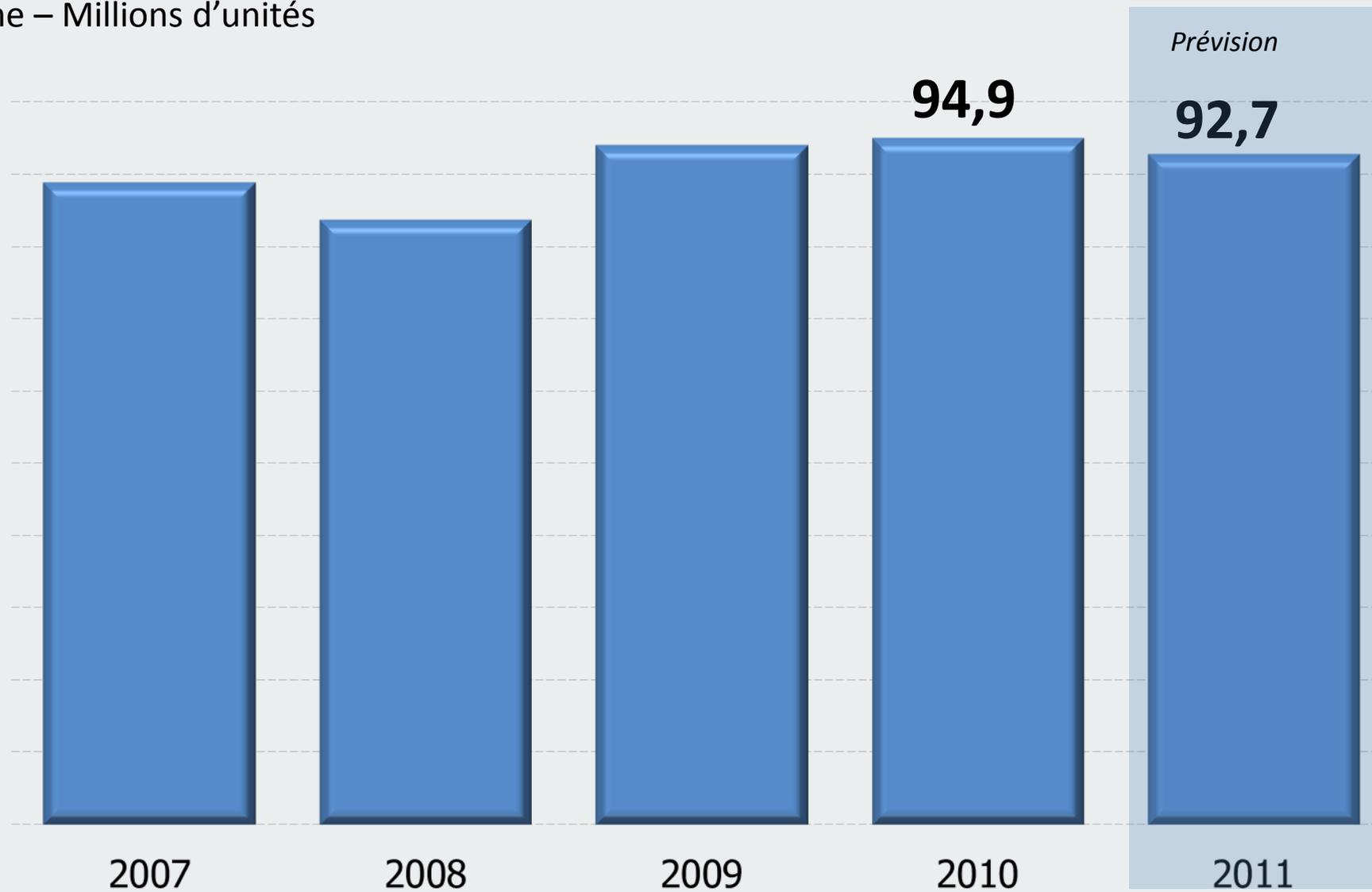


Un marché significatif et en croissance forte depuis trois ans.



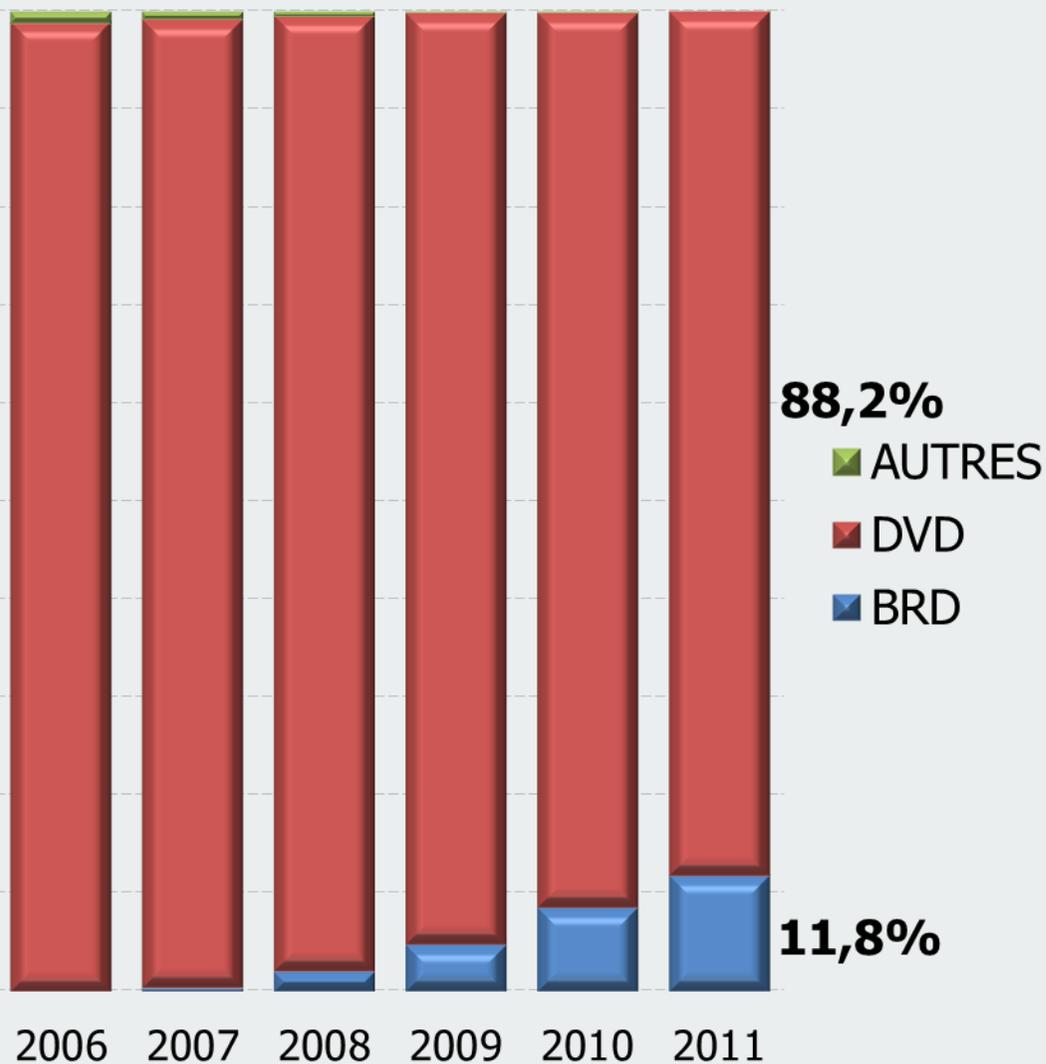
Au contraire d'un marché physique (DVD / Blu-Ray) en très léger recul en 2011.

Volume – Millions d'unités

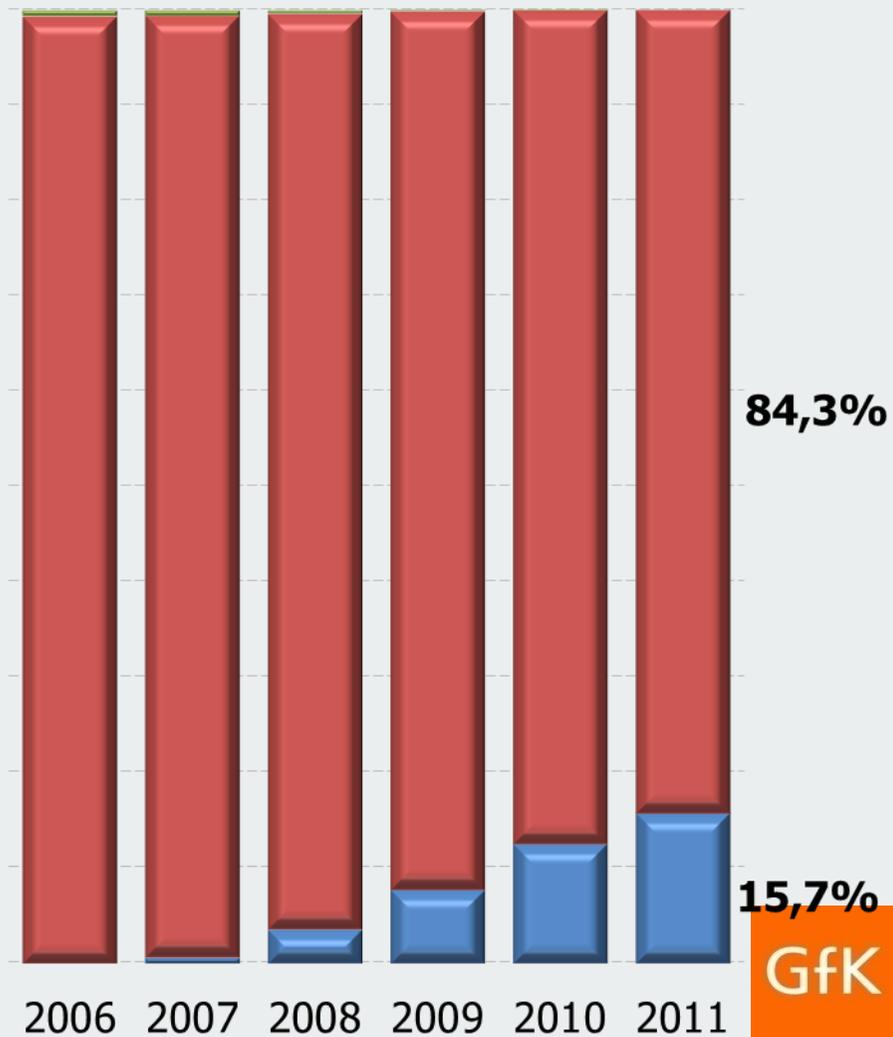


Le relais de croissance n° 1 du marché physique, le Blu-Ray, va représenter près de 16% de la valeur en 2011.

Répartition par format - Volume



Répartition par format - Valeur



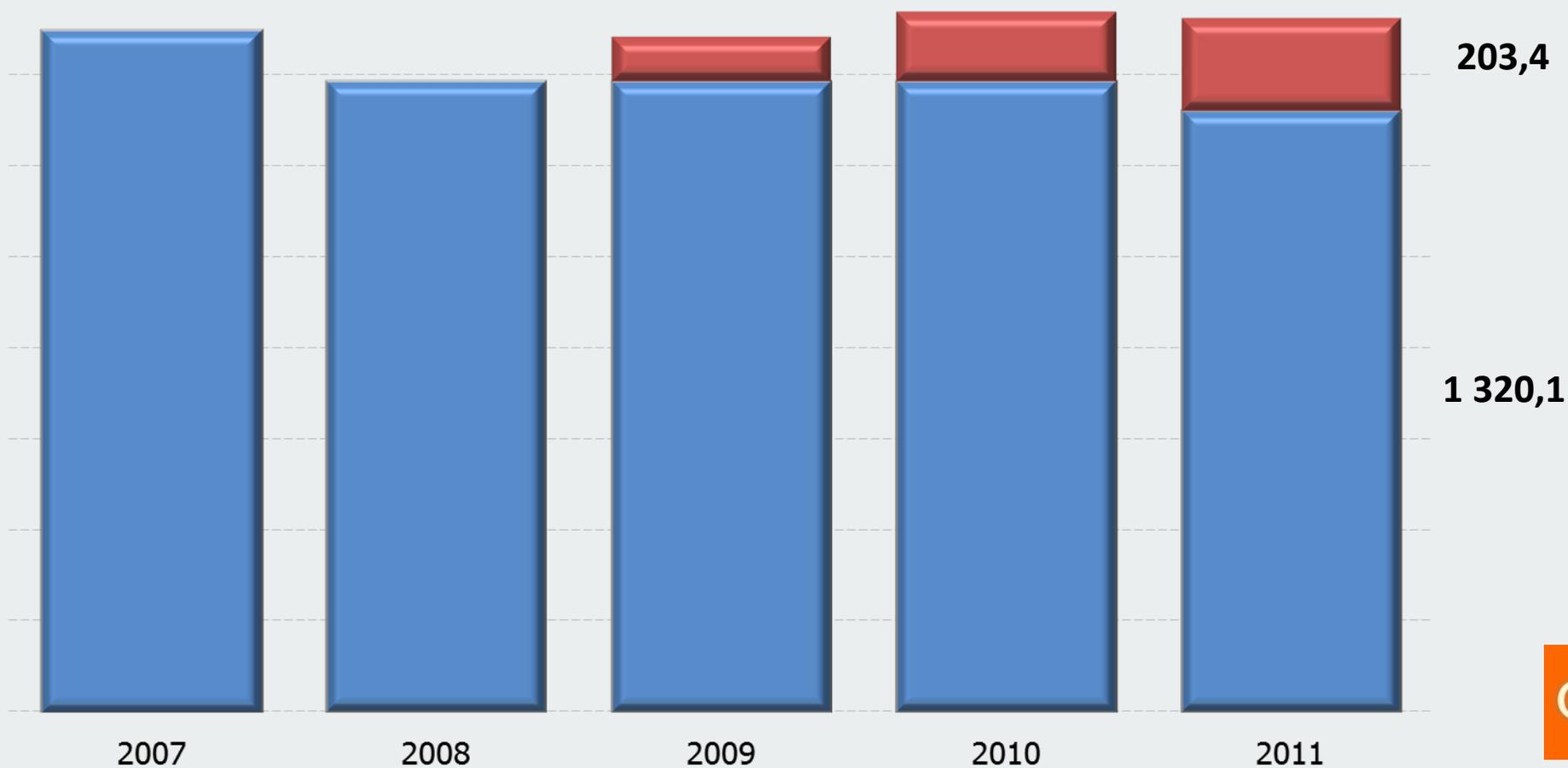
La VOD se présente également en relais de croissance et montre que l'appétence pour la consommation de vidéos est au beau fixe.

Evolution des marchés Physiques et VOD

Valeur

10

■ PHYSIQUE ■ VOD



Le marché VOD est majoritairement axé sur un modèle locatif et le protocole IPTV.

11

Quel écran ?

TV

87% *du marché en valeur*

PC

13% *du marché en valeur*

Quel mode d'acquisition ?

Location

84% *du marché en valeur*

Vente

2% *du marché en valeur*

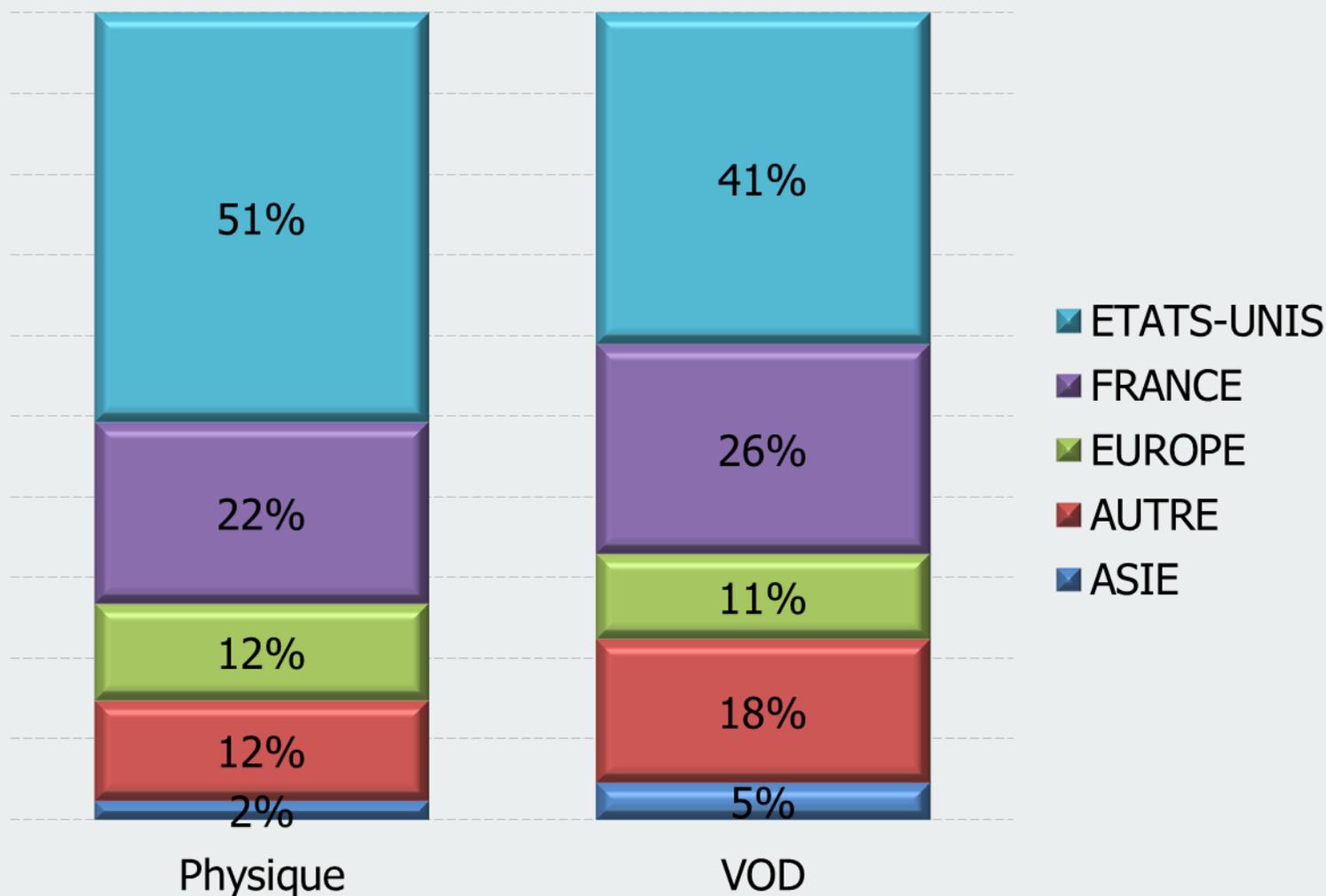
SVOD

14% *du marché en valeur*

Cependant, certaines différences structurelles existent dans la composition des marchés physique et digital. Le poids des productions françaises est plus important en VOD que sur le marché physique.

Répartition du marché par nationalité du programme - Volume YTD 2011

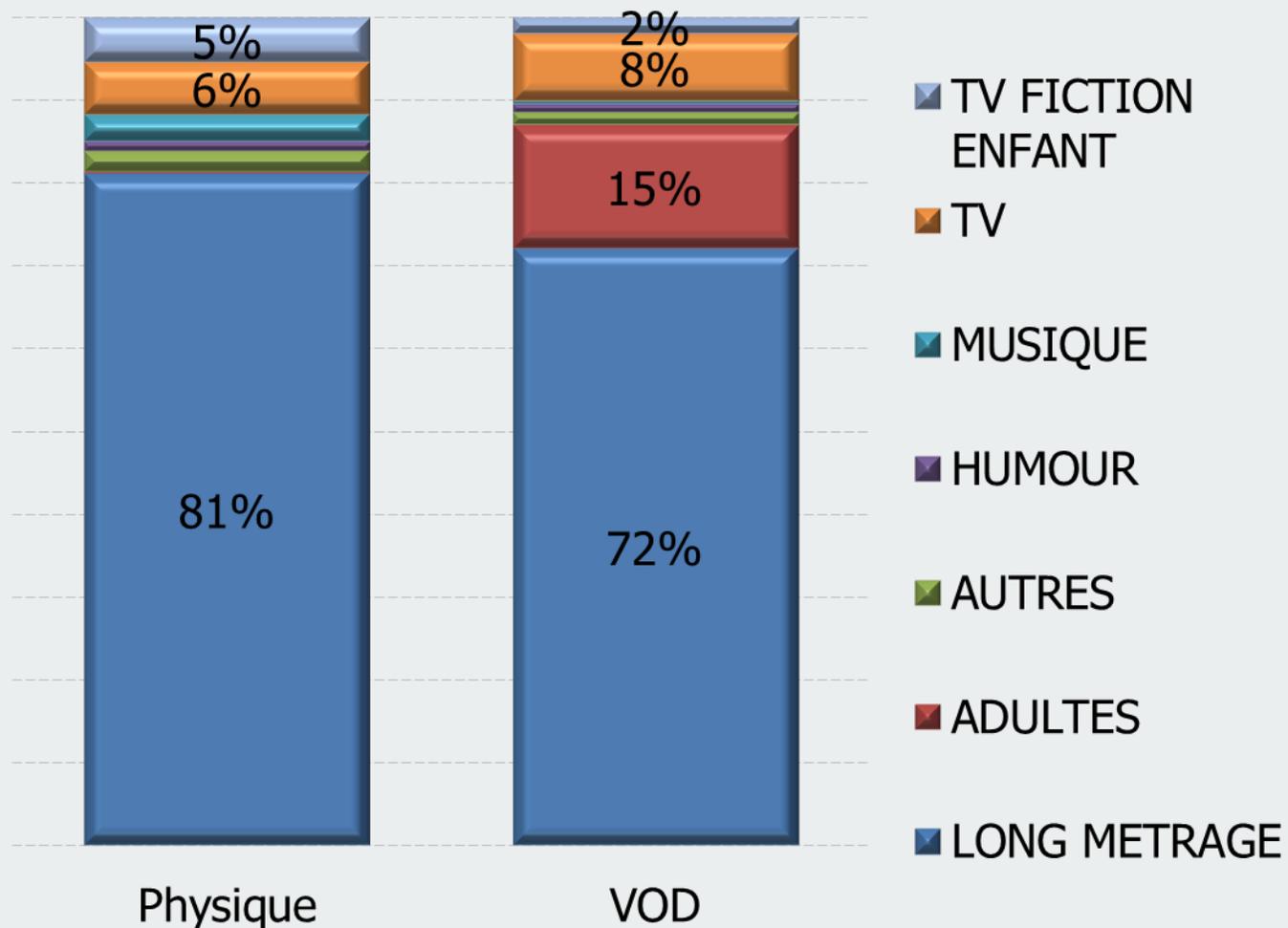
12



La concentration sur le Long Métrage existe sur les deux marchés, elle est même plus forte sur la VOD si l'on considère le poids des films pour adultes.

Répartition du marché par genre – Volume / Paiement à l'acte YTD 2011

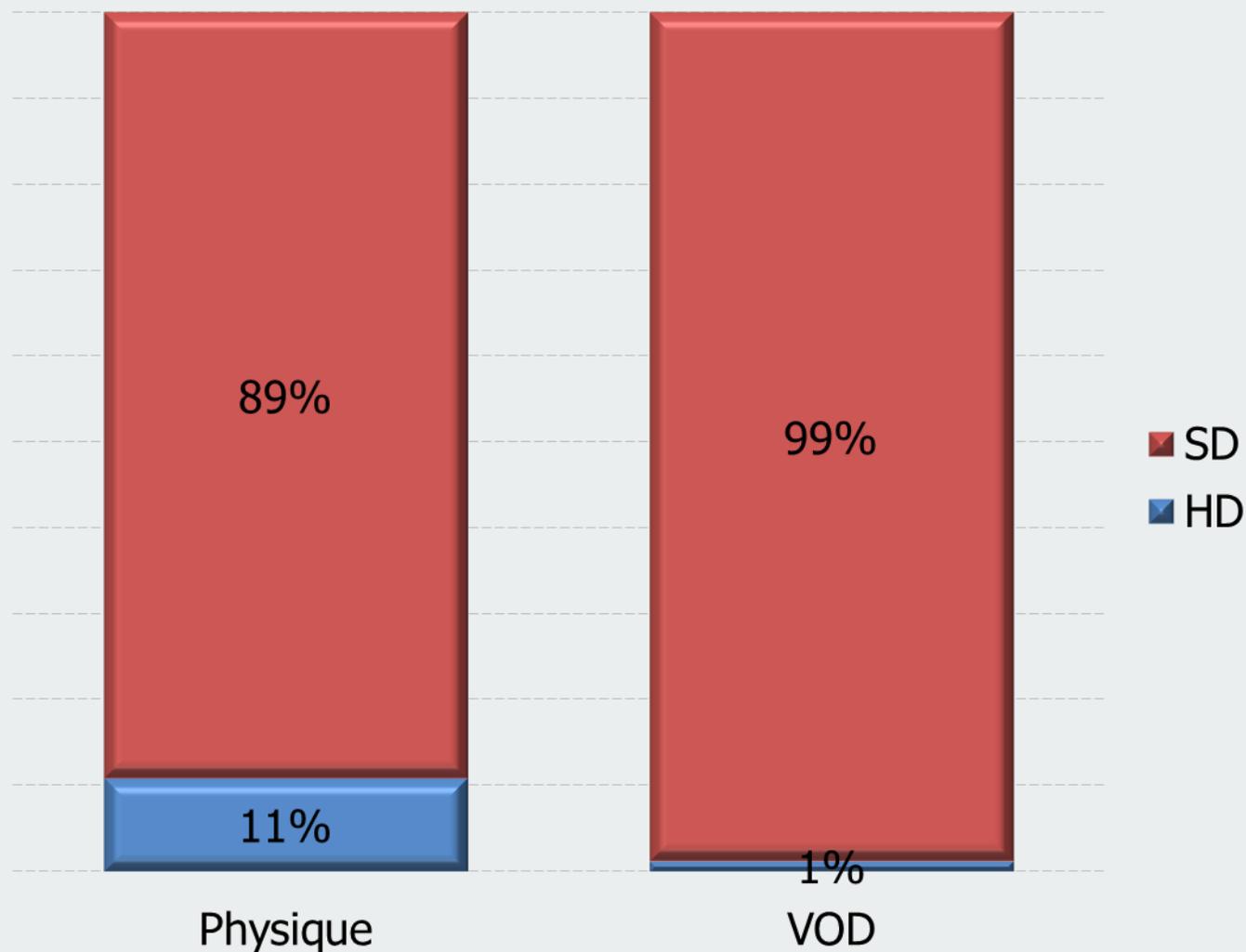
13



Le poids de la haute définition n'est en revanche pas comparable, la VOD reste un marché axé sur les programmes SD.

Répartition par définition - Volume YTD 2011

14



Ces différences se traduisent au classement des films les plus achetés et loués

15

Classements en volume
Jan/Oct 2011

Marché physique

1



HARRY POTTER ET LES RELIQUES DE LA MORT – PARTIE 1

2



RIEN A DECLARER

3



RAIPONCE

4



LES PETITS MOUCHOIRS

5



INCEPTION

Marché digital



RIEN A DECLARER



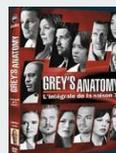
LES PETITS MOUCHOIRS



HARRY POTTER ET LES RELIQUES DE LA MORT – PARTIE 1



DR. HOUSE – SAISON 7



GREY'S ANATOMY – SAISON 7



Les points clés du marché

Un marché en croissance, mais une croissance qui s'amenuise

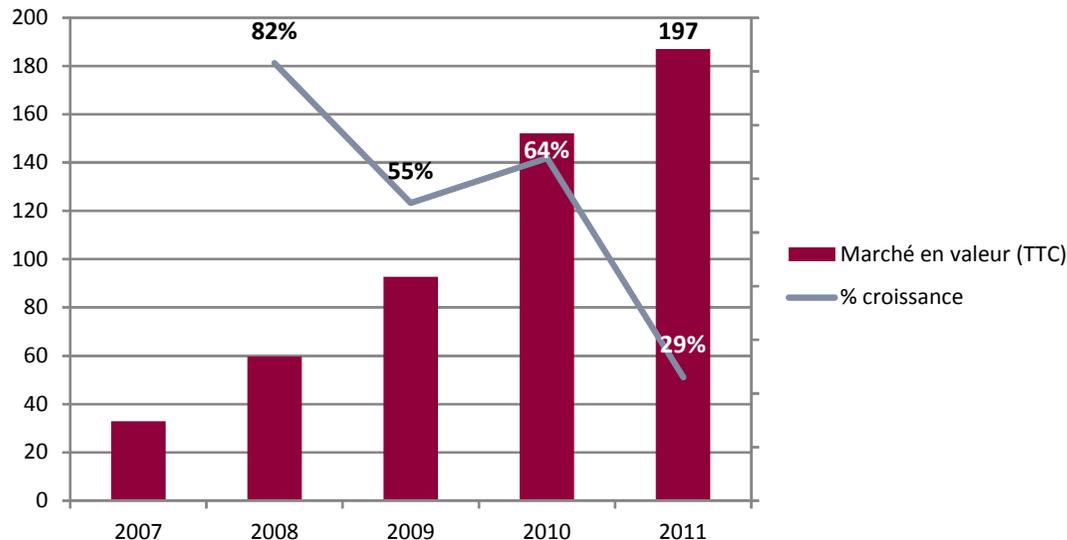
➔ Les leviers de la croissance du marché en valeur

- Parc éligible: bientôt à maturité...sauf les nouveaux écrans
- Dépense moyenne par accès éligible: en croissance depuis 2009 (de 1,1 à ~1,6€/mois/accès)

➔ Le cinéma, star de la VoD avec 70% des consommations.

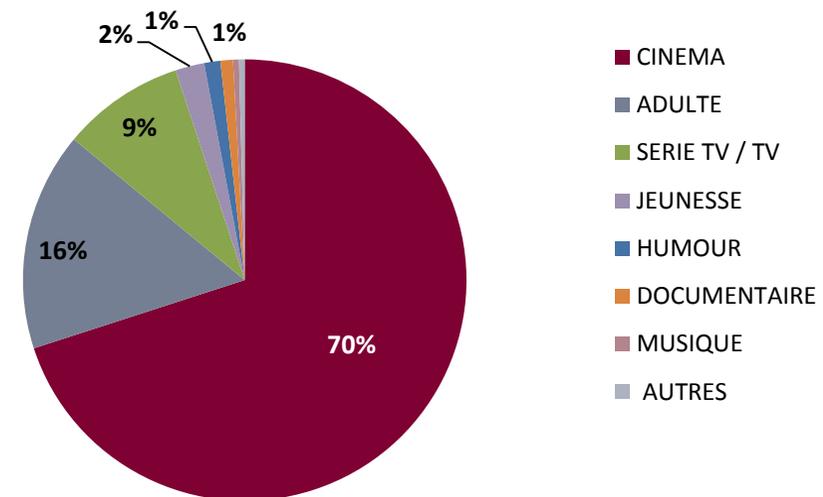
- France: ~30%, US: ~55%

Le marché VàD payante en France (M€ TTC)



Baromètre VoD, GfK-NPA Conseil

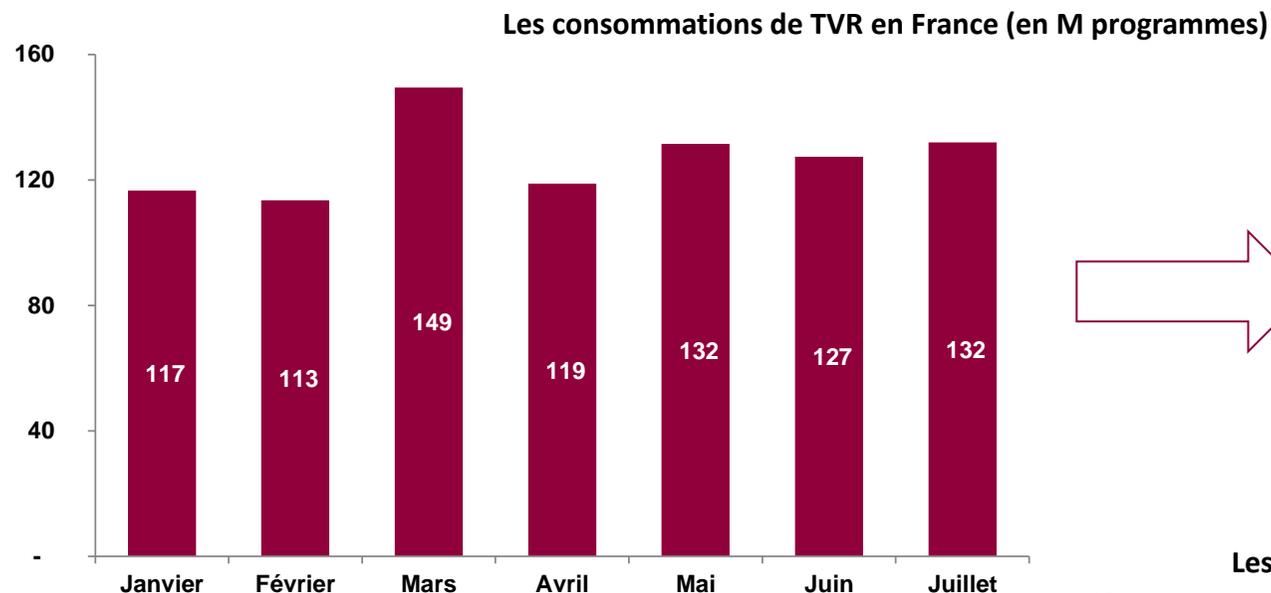
Répartition des consommations par genre en 2011 (janv-mai)



Baromètre VoD, GfK-NPA Conseil

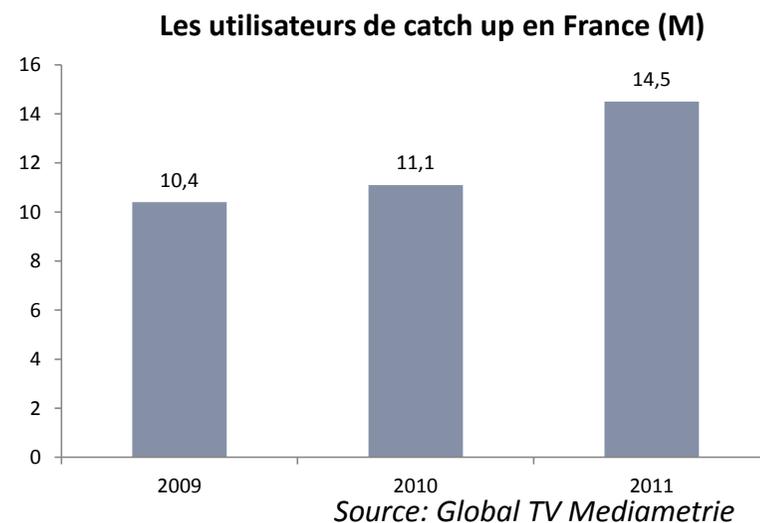
La consommation TV en ligne

Augmentation du nombre d'utilisateurs, de la disponibilité des offres et de la consommation



~2 prog/ semaine/
utilisateur en
moyenne

Source: Baromètre TV en ligne, Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, GfK Retail & Technology, M6 Publicité Digital, NPA Conseil, TF1 Publicité Digital
Périmètre : Canal+, ITélé // 1ère, France2, France3, France4, France5, France Ô // M6, W9, Paris Première, Teva // TF1, LCI
Outils utilisés : Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics, données opérateurs



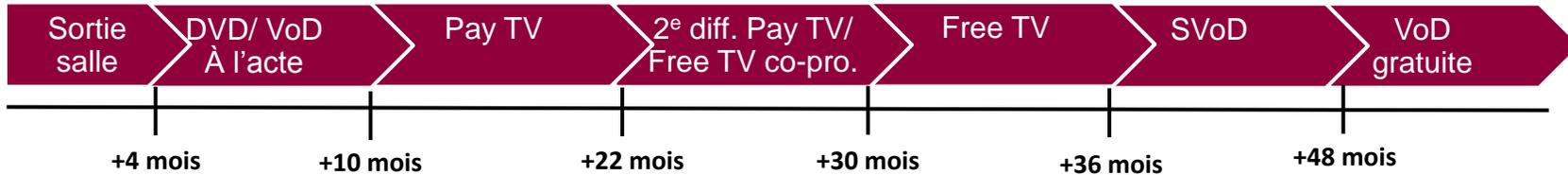
La chronologie des médias (1/2)

France

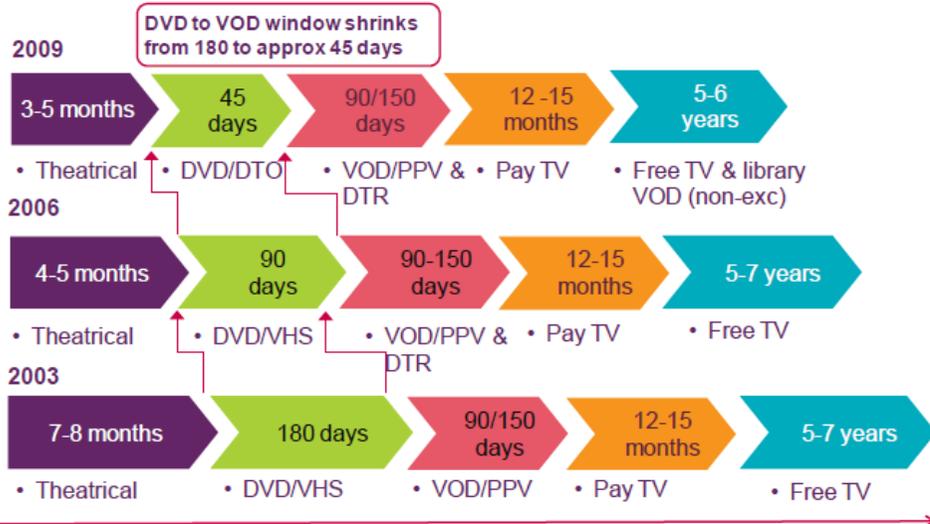
Accord de 2005



2009



Royaume-Uni



La chronologie des médias (2/2)

Allemagne

Avant 2007

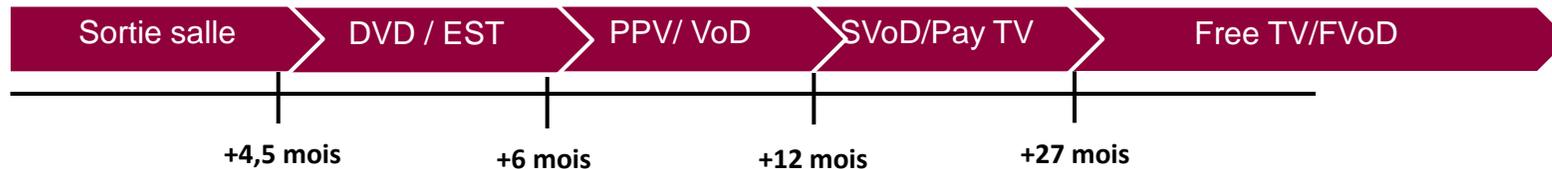


2010

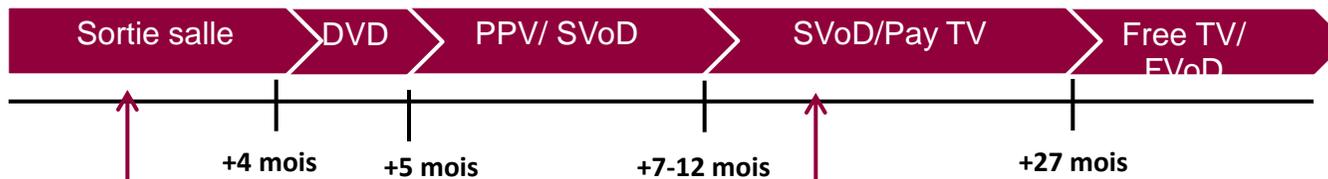


USA (pas de régulation)

Avant 2007



Aujourd'hui



Le multi-écrans

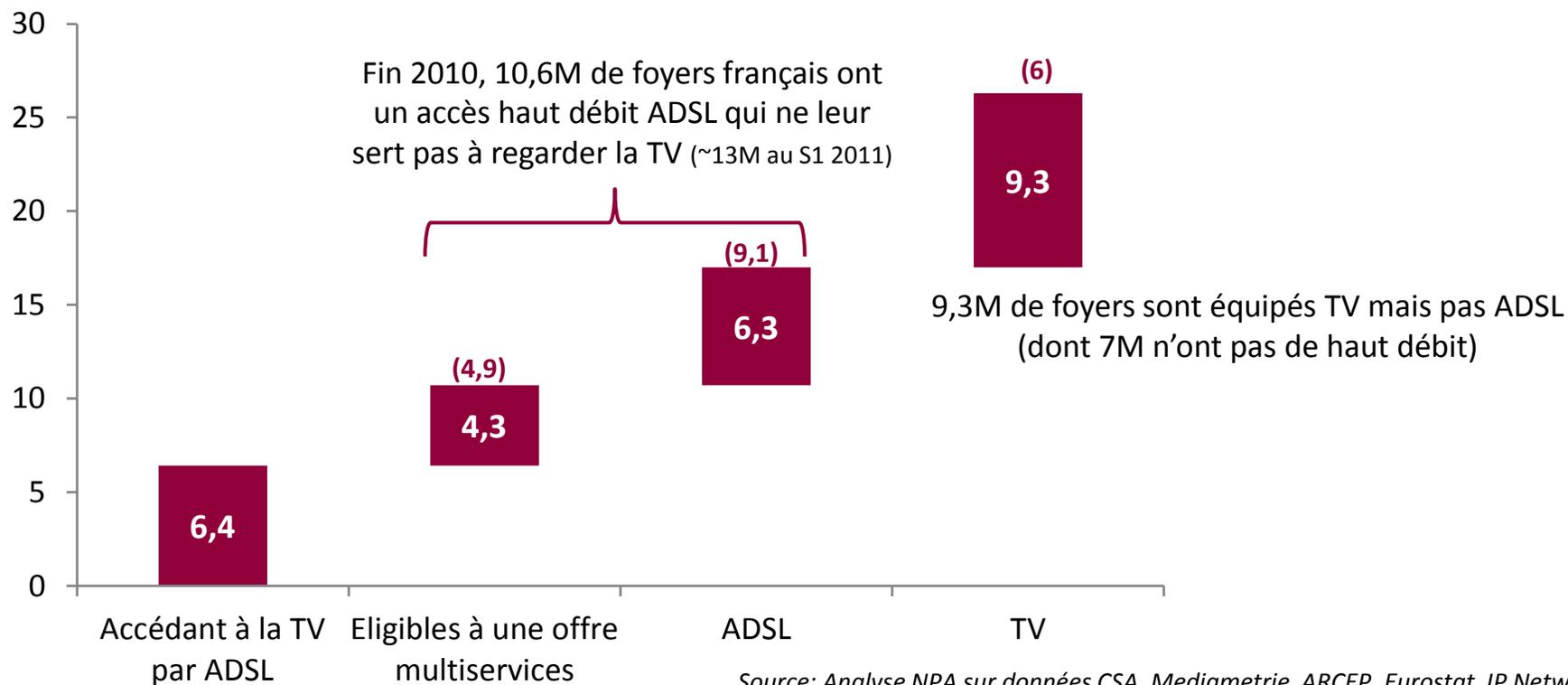
- 5,2 écrans par foyer en 2011 contre 3,9 en 2006
- 53% des foyers ont au moins 2 écrans TV
- 29% ont au moins 2 ordinateurs
- plus de 90% des foyers ont un écran mobile
- 1/3 des téléphones mobiles sont des smartphones
- 659,000 tablettes en France mi-2011 soit 2,4% des foyers français



La TV connectée

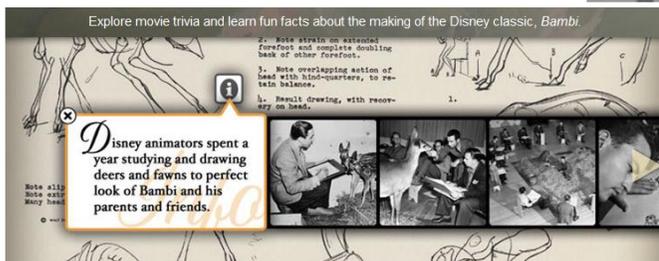
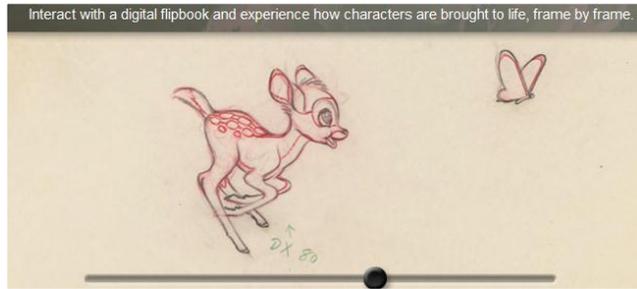
- ➔ Un potentiel de marché important, complémentaire de l'IPTV
- ➔ L'IPTV reste la 1^{ère} forme de TV interactive « connectée »

Les foyers français, la TV numérique et le haut débit en 2010



Le 2^{ème} écran

↪ Disney Second Screen



Les nouvelles formes de distribution

Social VoD
 Abonnements
Cloud Multi-écrans
 Recommandation

DR. HOUSE	SAISON 8
ESPRITS USIMMELS	SAISON 7
gossip girl	SAISON 5
GREY'S ANATOMY	SAISON 8
THE MENTALIST	SAISON 4
NIKITA	SAISON 2
PERSONA INTEREST	SAISON 1
Vampire Diaries	SAISON 3

Social VoD
 Abonnements
Cloud Multi-écrans
 Recommandation

Social VoD
 Abonnements
Cloud Multi-écrans
 Recommandation

➔ CanalPlay Infinity

- ➔ 9,99 €/mois, sans engagement
- ➔ Cinéma, Séries, Création Originale Canal+
- ➔ Accès ordinateur, TV, tablette
- ➔ Offre éditorialisée, accord avec Allociné
- ➔ Lancement le 8/11 sur SFR, déployé sur d'autres réseaux ultérieurement



➔ FilmoTV

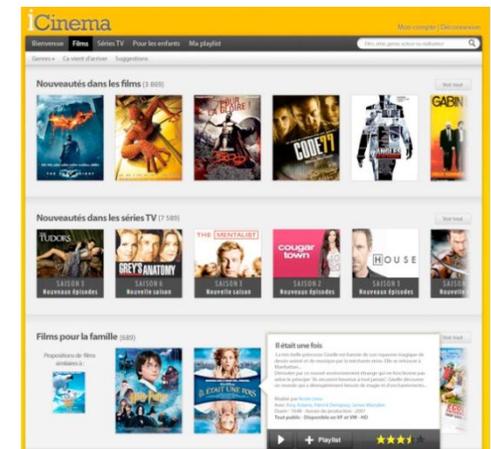
- ➔ Moins de 10€/mois, sans engagement
- ➔ 5 chaînes thématiques: Grand Ecran, Légende, Adrénaline, Monde, Divertissement, Evènements
- ➔ 50 à 80 nouveaux films/mois
- ➔ Accès ordinateur, TV, tablette

➔ iCinéma

- ➔ 4.000 films, 7.500 ép. Séries TV

➔ Warner TV

- ➔ Séries et films
- ➔ 6,99€ pour 1 mois à 59,99€ pour 1 an



Nouveaux acteurs



USA, Canada, Latam (42 pays), UK, Irlande



Site web, App iPhone, Facebook



USA, UK, Pologne, Hongrie, Roumanie, Serbie, Bosnie-Herz., Slovénie, Croatie



Facebook



USA, UK, France, Allemagne, Italie, Espagne, Japon, Australie



USA, Canada, UK



USA, UK, France, Allemagne, Pays-Bas, Estonie, Hongrie, Pologne, Roumanie, Slovaquie, Lituanie, Lettonie



UK, Irlande, France, Allemagne, Italie, Espagne, Autriche, Suisse, Benelux, Scandinavie, Australie, Nouvelle-Zélande



UK, Allemagne, Danemark, Suède, Norvège



(App iPad): Autriche, Belgique, France, Allemagne, Italie, Luxembourg, Irlande, Pays-Bas, Portugal, Espagne, Suisse



Pour accompagner les évolutions du marché, NPA et GfK modifient leur reporting en y ajoutant des informations-clé

27

Indicateurs mesurés

- Volumétrie
- Chiffre d'Affaires
- Répartition et performance de chaque type de programme
- Volumétrie de consommation dans le cadre d'offres SVOD
- Classements mensuels
- Poids des nationalités

Indicateurs ajoutés

- Poids de la Haute Définition
- Distinction des protocoles TV/PC
- Classement Year to Date
- Indice de performance des genres de programmes

Merci de votre attention

Vos contacts:

- NPA Conseil
 - Lydiane Le Roy: 01 41 31 99 26 / lleroy@npaconseil.com
 - J-Marie Le Guen: jmleguen@npaconseil.com
- GfK Retail & Technology
 - Gael Babarit: gael.babarit@gfk.com
 - Raphaël Couderc - 01 47 14 21 78 / raphael.couderc@gfk.com

