

Communiqué de Presse

Baromètre CNC-GfK de la vidéo physique au premier trimestre 2015

20 avril 2015

Raphaël Couderc
Service de Presse
01 74 18 61 57
raphael.couderc@gfk.com

Recul du marché de la vidéo physique : -16,3 % en valeur, -9,9 % en volume

Suresnes, le 20 avril 2015. Au premier trimestre 2015, les Français ont dépensé 169,08 M€ en achats de DVD et de Blu-ray. La dépense des ménages en vidéo diminue de 16,3 % par rapport au premier trimestre 2014. Cette évolution s'explique à la fois par la baisse de 15,4 % des revenus issus de la vente de DVD à 128,63 M€ et par le recul de 19,1 % des ventes en valeur de Blu-ray à 40,44 M€. Le Blu-ray représente 23,9 % des ventes en valeur de vidéo physique sur les trois premiers mois de 2015, contre 24,8 % sur la même période en 2014.

Les volumes de supports vidéo (DVD et Blu-ray) vendus au premier trimestre 2015 ont diminué de 9,9 % par rapport à 2014. Ainsi, 21,09 millions de supports ont été vendus au cours des trois premiers mois de 2015, dont 17,80 millions de DVD (-9,9 % par rapport à janvier-mars 2014) et 3,29 millions de Blu-ray (-10,0 %). Sur les douze derniers mois, le nombre de supports vidéo vendus a diminué de 11,5 % à 87,99 millions d'unités.

Achats de supports physiques de vidéo au 1^{er} trimestre 2015

	unités (millions)	évolution	ventes ¹ (M€)	évolution
DVD	17,80	-9,9 %	128,63	-15,4 %
Blu-ray	3,29	-10,0 %	40,44	-19,1 %
Total	21,09	-9,9 %	169,08	-16,3 %
12 derniers mois (avril 2014 à mars 2015)	87,99	-11,5 %	764,93	-13,1 %

¹ventes toutes taxes comprises (TTC)
Source : CNC - GfK

GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
F +33 01 74 18 72 33
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

Management Board GfK SE
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:
Dr. Arno Mahler

RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Baisse du prix des DVD et Blu-ray de « nouveauté »

Au premier trimestre 2015, le prix moyen de vente d'un DVD de « nouveauté » vendu à l'unité diminue de 2,5 % à 15,14 €. Celui d'un DVD de catalogue progresse légèrement de 1,7 % à 8,42 €. Les ventes de DVD entre 3 € et 8 € représentent la principale tranche de prix du marché avec 20,7 % des recettes totales, devant les DVD vendus entre 17 € et 20 € (15,6 %). Les DVD vendus entre 3 € et 8 € constituent également la première tranche de prix en volume avec 39,4 % des unités vendues au cours des trois premiers mois de 2015 (37,1 % sur la même période en 2014). Entre janvier et mars 2015, les ventes de DVD à moins de 3 € représentent 0,3 % des revenus et 1,6 % des volumes.

Le prix moyen d'un support Blu-ray de « nouveauté » vendu à l'unité est de 19,99 € sur le premier trimestre 2015, en diminution de 8,6 % par rapport à 2014. Celui des Blu-ray de catalogue vendus à l'unité recule également, de 5,3 % à 12,93 €. Les Blu-ray vendus entre 10 € et 13 € constituent la principale tranche en volume avec 27,0 % des ventes. En valeur, 23,3 % des ventes sont réalisées par des Blu-ray vendus entre 20 € et 25 €.

Diminution des recettes des films et du hors film

Le marché de la vidéo physique est dominé par les oeuvres cinématographiques, qui réalisent 98,34 M€ au premier trimestre 2015, soit 58,2 % du total. Les recettes des films en vidéo sont en diminution de 18,7 % par rapport à la même période en 2014. Cette évolution s'explique par le recul des ventes de films sur DVD (-17,0 % à 66,28 M€) et sur Blu-ray (-21,9 % à 32,06 M€). En volume, les ventes d'oeuvres cinématographiques diminuent de 12,2 % à 9,51 millions de supports (DVD et Blu-ray) au cours des trois premiers mois de 2015. Les recettes du hors film reculent de 14,0 % à 63,25 M€, soit 37,4 % du marché contre 36,4 % un an auparavant. Le hors film diminue de 7,5 % en volume à 10,42 millions de supports vendus entre janvier et mars 2015.

Ventes¹ de vidéo physique selon le contenu au 1^{er} trimestre 2015

	ventes ¹ (M€)	parts de marché (%)	évolution trimestrielle	évolution 12 derniers mois
Films ²	98,34	58,2 %	-18,7 %	-13,2 %
Hors film	63,25	37,4 %	-14,0 %	-12,1 %
Opérations promotionnelles non identifiées	7,49	4,4 %	-1,2 %	-20,3 %
Total	169,08	100,0 %	-16,3 %	-13,1 %

¹ ventes toutes taxes comprises (TTC)

² oeuvres ayant fait l'objet d'une exploitation préalable en salles de cinéma

Source : CNC – GfK

Hausse de la part de marché des films français

Le cinéma français génère 22,02 M€ de recettes au premier trimestre 2015, en recul de 4,3 % par rapport au premier trimestre 2014. La part de marché des films français en vidéo progresse en revanche de 3,4 points en valeur à 22,4 % (19,0 % en 2014). 2,21 millions de DVD et de Blu-ray de films français ont été vendus au cours des trois premiers mois de 2015, contre 2,30 millions à la même période en 2014. Les films français réalisent 12,5 % des ventes en valeur de films en Blu-ray (+4,3 points par rapport à 2014). Sur les douze derniers mois, les recettes des films français ont augmenté de 6,8 %.

Baisse des ventes de films américains

Les ventes de films américains en vidéo reculent de 19,2 % à 62,74 M€ au premier trimestre 2015. En valeur, la part de marché des films américains diminue légèrement pour atteindre 63,8 % (64,2 % en 2014). 5,92 millions de DVD et de Blu-ray de films américains ont été achetés en France au cours des trois premiers mois de 2015, soit 11,6 % de moins qu'en 2014.

Les films américains réalisent 73,4 % des ventes en valeur de films en Blu-ray (71,7 % en 2014).

Evolution des ventes¹ en valeur des films² en vidéo physique

	1er trimestre 2014		1er trimestre 2015		évolution trimestrielle	évolution 12 derniers mois
	M€	%	M€	%		
Films français	23,01	19,0 %	22,02	22,4 %	-4,3 %	+6,8 %
Films américains	77,64	64,2 %	62,74	63,8 %	-19,2 %	-13,6 %
Autres films	20,27	16,8 %	13,58	13,8 %	-33,0 %	-34,3 %
Total	120,91	100,0 %	98,34	100,0 %	-18,7 %	-13,2 %

¹ ventes toutes taxes comprises (TTC)

² œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation préalable en salles de cinéma

Source : CNC – GfK

Les recettes de la fiction télévisuelle française en hausse de 4,9 %

Au premier trimestre 2015, tous les segments de marché du hors film affichent des ventes en recul, en volume comme en valeur. Malgré des revenus en baisse de 8,6 % par rapport au premier trimestre 2014, la fiction télévisuelle reste le premier genre du hors film en vidéo avec 61,3 % des recettes totales du segment (57,8 % en 2014). Suivent les programmes de fiction et d'animation à destination des enfants (-15,4 % à 11,04 M€), la musique (-28,0 % à 7,25 M€), le documentaire (-30,6 % à 2,83 M€) et les programmes d'humour (-10,7 % à 2,78 M€).

Les recettes de la fiction française progressent de 4,9 % par rapport aux trois premiers mois de 2014 à 4,00 M€. Elles représentent 10,3 % des recettes totales de la fiction, contre 9,0 % entre janvier et mars 2014. Les ventes de fiction américaine en vidéo diminuent de 14,4 % à 26,69 M€. Au global, la fiction télévisuelle génère 38,79 M€ au premier trimestre 2015.

Evolution des ventes¹ en valeur du hors film en vidéo physique

	1er trimestre 2014		1er trimestre 2015		évolution trimestrielle	évolution 12 derniers mois
	M€	%	M€	%		
Fiction TV	42,45	57,8	38,79	61,3	-8,6 %	-12,3 %
Enfants	13,05	17,8	11,04	17,5	-15,4 %	-18,8 %
Musique	10,07	13,7	7,25	11,5	-28,0 %	-17,1 %
Documentaire	4,07	5,5	2,83	4,5	-30,6 %	-9,3 %
Humour	3,12	4,2	2,78	4,4	-10,7 %	+17,8 %
Théâtre	0,25	0,3	0,21	0,3	-15,7 %	-27,9 %
Autres	0,50	0,7	0,34	0,5	-32,4 %	-24,0 %
Total	73,51	100,0 %	63,25	100,0 %	-14,0 %	-12,1 %

¹ ventes toutes taxes comprises (TTC)

Source : CNC - GfK

Précisions méthodologiques

La consommation de vidéo physique est évaluée par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires et les grandes surfaces spécialisées, de la vente par correspondance et des ventes sur internet et en librairies. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques et dans les stations services. Ils excluent également le marché de la location vidéo. Les nationalités retenues pour les œuvres cinématographiques sont celles enregistrées par le CNC. Toutes les données présentées s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

A propos du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)

Créé par la loi du 25 octobre 1946, et réformé par l'ordonnance n°2009-901 du 24 juillet 2009 relative à la partie législative du code du cinéma et de l'image animée, le « Centre national du cinéma et de l'image animée » (CNC) est un établissement public administratif placé sous la tutelle du ministre chargé de la culture, et a à sa tête un président. Le CNC a la personnalité morale et est doté de l'autonomie financière. Il assure, sous l'autorité du ministre chargé de la Culture, l'unité de conception et de mise en œuvre de la politique de l'État dans les domaines du cinéma et des autres arts et industries de l'image animée, notamment ceux de l'audiovisuel, de la vidéo et du multimédia, dont le jeu vidéo. Pour en savoir plus : www.cnc.fr

A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK_en

Contacts Presse :

Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC)

12, rue de Lübeck
75784 Paris cedex 16
France
Lauriane Villate
Tel. +33(0) 1 44 34 34 71
Mob. +33 (0) 6 74 60 10 10
Lauriane.villate@cnc.fr

GfK

40 rue Pasteur
92156 Suresnes
France
Raphaël Couderc
Tel. +33(0) 1 74 18 61 57
Mob. +33(0) 6 47 55 73 21
raphael.couderc@gfk.com