

## Global SVoD 2019

### 17,3 millions de Français ont regardé au moins un contenu sur une plateforme de SVoD au cours des 12 derniers mois

#### La SVoD poursuit sa marche en avant

17,3 millions de Français ont regardé au moins un programme sur une plateforme de SVoD au cours de l'année écoulée ; c'est près de 3 millions de plus que l'an dernier.

Netflix est en tête des plateformes avec 4 SVoDistes sur 5 qui l'ont utilisée lors des 12 derniers mois.

**« Nous mesurons la SVoD depuis 4 ans, et nous constatons aujourd'hui que l'évolution récente des pratiques et du public est significative, même si la télévision domine encore largement. La SVoD s'installe durablement dans les foyers ; les raisons évoquées par les SVoDistes sont multiples, avec en premier lieu l'ergonomie des plateformes et des contenus de qualité en quantité »** constate Marine Boulanger, directrice du pôle Cinéma & Entertainment de Médiamétrie.

#### Le partage de compte favorise la diversification du public

La possibilité de partager son abonnement est largement utilisée : 9 SVoDistes sur 10 en font profiter leur entourage. 84% de ce partage s'effectue dans le giron familial (conjoint, enfants, frères et sœurs, parents...).

En s'ancrant dans le temps et dans les usages des plus jeunes, les plateformes de SVoD créent de futurs abonnés, dès lors que les enfants partiront du domicile parental pour fonder leur propre foyer.

Toutes les générations se retrouvent devant les écrans de la SVoD pour une moyenne d'âge qui reste jeune et s'établit à 34 ans. Près de la moitié (48%) des SVoDistes 12 derniers mois sont des 15-34 ans ; les 35-49 ans représentent ¼ des SVoDistes, et près de 1 SVoDiste sur 5 a plus de 50 ans.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Global SVoD : 17,3 millions de Français ont regardé au moins un contenu sur une plateforme de SVoD au cours des 12 derniers mois

## La SVoD se pratique sur tous les écrans

Les publics de la SVoD ont des habitudes diverses en termes d'écrans utilisés pour accéder à leurs plateformes : à chaque étape de la vie, son écran de prédilection. Ainsi, pour regarder des programmes en SVoD, les nouveaux parents\* utilisent d'abord le téléviseur et laissent les petits écrans - tablettes et smartphones - à leurs enfants. Autre illustration, les jeunes à la maison\* et les jeunes émancipés\* privilégient l'ordinateur puis le smartphone.

L'ordinateur est même l'écran n°1 pour toute une génération : sur les 12 derniers mois, 71% des Millennials (13-34 ans) y ont recours contre 60% pour le téléviseur. Si ce dernier reste 1<sup>er</sup> au global, 73% des SVoDistes et jusqu'à 87% des Millennials utilisent au moins un autre écran.

La souplesse de la souscription aux services de SVoD (1<sup>er</sup> mois gratuit) favorise l'adoption de multiples plateformes : en moyenne, les SVoDistes utilisent 1,3 plateforme. Si plusieurs combinaisons existent, le dénominateur commun est bien souvent Netflix : respectivement 61% et 58% des abonnés à Canal+ Séries et à Amazon regardent également des contenus sur Netflix.

## Un phénomène durable, ancré dans les mentalités

Les SVoDistes sont très satisfaits de leurs plateformes : en moyenne, ils leur attribuent une note de 8,4 sur 10. Résultat : plus de 9 SVoDistes sur 10 envisagent de continuer à utiliser leur plateforme de SVoD et 10% d'entre eux réfléchissent même à souscrire à un deuxième service de SVoD.

Du côté des non-souscripteurs, ce sont près de 3 millions d'internautes qui songent à s'abonner à une plateforme dans les 6 prochains mois. Enfin, 1 internaute sur 3 va suivre avec attention la sortie d'au moins une des nouvelles plateformes, Disney+ en tête.

2 SVoDistes sur 3 accordent de l'importance au catalogue français disponible, une information à prendre en compte par ces nouveaux arrivants.

**« Nous suivrons avec attention l'évolution de la multi-souscription avec l'arrivée prochaine sur le marché de Salto, Disney+, HBO Max, Peacock et Apple TV+ , qui risquent de modifier l'équilibre actuel. L'actualité nous montre que face à ces nouveaux entrants, les plateformes existantes optent pour de nouvelles stratégies et que les concurrents d'hier deviennent les alliés d'aujourd'hui »** conclut Marine Boulanger.

\* Nouveaux parents = Personnes ayant la charge d'enfant(s) dont aucun n'a atteint 11 ans (= entrée au collège)

\* Jeunes à la maison = Personnes de moins de 25 ans vivant au domicile parental

\* Jeunes émancipés = Personnes de moins de 30 ans ayant quitté le domicile parental, vivant seules ou à plusieurs dans un même logement (sans lien de parenté et ne formant pas de couple)

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Global SVoD : 17,3 millions de Français ont regardé au moins un contenu sur une plateforme de SVoD au cours des 12 derniers mois



## Quels sont les contenus Netflix les plus visionnés sur ordinateur et mobile au 1<sup>er</sup> semestre 2019 ?

Si tous les types de contenus sont consultés, le bilan du 1<sup>er</sup> semestre est sans appel : les 9 contenus les plus consommés sur Netflix sont des séries, et les femmes en sont les premières adeptes.

### Profil des contenus les plus visionnés sur Netflix Ordinateur et Mobile au 1<sup>er</sup> semestre Part de Femmes dans l'auditoire (%)



#### Grille de lecture :

89% de l'auditoire de la série *Shadow Hunters* est composé de femmes

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Global SVoD : 17,3 millions de Français ont regardé au moins un contenu sur une plateforme de SVoD au cours des 12 derniers mois



## **A propos de l'étude Global SVoD**

L'étude Global SVoD repose sur 3 piliers :

Les volumétries de la SVoD : cadrage de la pratique, avec le nombre d'utilisateurs, leurs profils, la durée d'écoute, les moments d'écoute et la mise en perspective de la consommation de la SVoD avec celle de la TV en live et en replay. Ces résultats sont issus de l'étude d'audience de la SVoD, Global Vidéo.

Les comportements à l'égard de la SVoD : vue d'ensemble sur l'usage par le public de la vidéo par abonnement : notoriété et utilisation des plateformes, motivations, intentions d'abonnement, satisfaction, fonctionnalités préférées, partage de comptes ... Les résultats de la partie comportements sont issus d'une étude réalisée en ligne (CAWI) du 11 juin au 5 juillet 2019 auprès de 4 172 internautes âgés de 6 ans et plus.

L'audience mensuelle des contenus regardés en SVoD sur ordinateur et smartphone par les internautes de 2 ans et plus : des tops disponibles au global, par plateforme, par genre et par profil. Ces résultats sont issus de la mesure Audience Internet Global certifiée par le CESP.

## **A propos de Médiamétrie**

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7 M€.*

*www.mediametrie.fr  
Twitter : @Mediametrie  
Facebook : Médiamétrie*

### **Contacts Presse :**

*Benoit David  
Tél : 01 71 09 93 18  
bdavid@mediametrie.fr*

*Isabelle Lellouche Filliau  
Tél : 01 47 58 97 26  
lfillouche-filliau@mediametrie.fr*