

Baromètre de la SVOD

La SVOD en progression grâce à une pratique régulière et une expérience utilisateur positive

Vers une généralisation de la SVOD ?

En 2016, 15% des internautes sont des utilisateurs de service de vidéo à la demande par abonnement (SVOD) en France, soit une hausse de 25% par rapport à notre précédent baromètre réalisé il y a 8 mois. 2/3 des utilisateurs actuels déclarent utiliser la SVOD depuis moins d'un an et 43% depuis moins de 6 mois.

La notoriété de la SVOD progresse également : 4 internautes sur 10 citent spontanément au moins un service de SVOD et plus de 6 internautes sur 10 reconnaissent au moins 2 plateformes lorsqu'on leur liste les différents acteurs de la SVOD.

Près de la moitié des « SVODistes » ont un usage quotidien des services de SVOD et ils sont 3 sur 4 à les utiliser au moins une fois par semaine. Cet usage intense témoigne d'une satisfaction élevée des SVODistes envers leur plateforme. 80% d'entre eux comptent poursuivre leur abonnement au cours des 6 prochains mois. Seul 1 utilisateur sur 10 souhaite abandonner totalement la SVOD.

Le portrait-type du SVODiste

Les pratiquants de SVOD se distinguent par leur profil et leur utilisation des écrans. Ce sont majoritairement des hommes (57% vs 51% pour l'ensemble des internautes) et principalement des jeunes : 61% des SVODistes ont moins de 35 ans alors que ces derniers ne représentent que 38% des internautes.

Les amateurs de vidéos par abonnement sont des adeptes des pratiques multi-écrans : près d'un SVODiste sur 4 est équipé des 4 écrans – téléviseur, ordinateur, mobile et tablette – ce qui se ressent à travers des pratiques multi-écrans plus développées que celles des internautes.

Si près de la moitié des SVODistes utilisent exclusivement le téléviseur pour accéder à leur plateforme, la majorité d'entre eux s'y connecte via les écrans internet (ordinateur, tablette et smartphone).

Les plateformes de SVOD permettent un usage partagé de leur service en proposant de créer un profil utilisateur par membre du foyer. On peut ainsi regarder différents programmes simultanément ; chaque membre dispose à sa guise de son temps et de son écran pour regarder le programme de son choix..

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre SVOD



Cette liberté entraîne des pratiques hétérogènes : par exemple, si 43% des SVODistes se concentrent sur un écran et partagent leur abonnement avec un seul proche, 16% en font bénéficier plusieurs tout en utilisant au moins 2 écrans. En moyenne, on compte 2,6 utilisateurs par foyer abonné.

En termes de contenus, les SVODistes sont très friands des dessins animés/mangas mais ils sont en revanche peu attirés par les documentaires.

Pour les séries, les SVODistes mettent en avant les notions de partage et de découverte : ils apprécient particulièrement de découvrir de nouvelles séries et parler de leurs trouvailles à leurs proches.

La SVOD offre une nouvelle expérience utilisateur

La SVOD propose une nouvelle expérience utilisateur dans la consommation de contenus vidéos. Les services de vidéos par abonnement sont par nature propices à de nouvelles formes de pratiques apparues récemment, comme le « binge-watching* ». Plus de 8 SVODistes sur 10 déclarent avoir des sessions SVOD d'au moins une heure, ce qui correspond à au moins 2 épisodes d'une série. Ils sont d'ailleurs 91% à préférer regarder plusieurs épisodes de séries à la suite qu'un seul.

Avec le développement de la 4G et la démocratisation des écrans mobiles – smartphones, tablettes - les contenus vidéos voyagent et se détachent de leurs écrans d'origine. On assiste ainsi au développement des usages « ATAWAD ». Les plateformes de SVOD ont su s'y adapter en proposant à l'utilisateur une expérience basée sur le multi-écran (lecture et reprise d'un écran à l'autre, utilisation simultanée...) et le gain de temps (alerte lorsqu'un programme est disponible, recommandations automatiques...)

Les plateformes n'ont cependant pas comblé toutes les attentes des téléspectateurs en termes de contenus récents, notamment pour les films, soumis aux règles de chronologie des médias.

* Pratique consistant à regarder à la suite plusieurs épisodes d'une même série télévisée ou d'une même saga cinématographique, peu importe l'écran utilisé.

L'essor de la SVOD en quelques chiffres clés



NOTORIÉTÉ

Notoriété spontanée



39%

citent au moins un service de SVoD



6 ans et +

Notoriété assistée



83%

connaissent au moins une plateforme



65%

connaissent plusieurs plateformes

PRATIQUE



13%

SVoDistes adultes

15%

d'utilisateurs SVoD actuels

utilisateurs depuis:



42%



67%



2%

SVoDistes enfants

12% ⊗

envisagent d'arrêter leur abonnement actuel sans souscrire à un autre service de vidéo à la demande par abonnement

8% ⇌

envisagent d'arrêter leur abonnement actuel pour souscrire à un autre service de vidéo à la demande par abonnement

Abonnés

80% ✓

envisagent de poursuivre leur utilisation du service SVoD

9% ⊕

des internautes souhaitent souscrire à un service de SVoD

USAGE



42%

plusieurs fois par jour

32%

1 à 2 fois par semaine

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre SVOD



A propos du Baromètre SVOD

L'étude a été réalisée en ligne (CAWI) du 11 au 25 juillet 2016 auprès de 4000 internautes âgés de 6 ans et plus. SVoD est une étude à vocation barométrique dont l'objectif est de fournir des données de cadrage sur le marché des services à la demande par abonnement en France et décrypter 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
- Mesurer la consommation de séries et déterminer quelles sont les plus regardées
- Mesurer l'usage des fonctionnalités proposées
- Déterminer la satisfaction vis-à-vis des plateformes au global et sur une batterie de critères

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 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :

Benoît David

Tél : 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr