

Les français face à la SVOD Tendances et attentes...

Ariase, comparateur de forfaits Internet, mobiles et de bouquets TV, dévoile les résultats de son sondage sur les usages et les attentes des français en matière de vidéos à la demande par abonnement (SVOD).

La médiatisation accompagnant l'arrivée de Netflix en France a mis en lumière l'ensemble du secteur de la SVOD. Selon les résultats du sondage Ariase, **68,2 %** des interviewés ont déjà entendu parler des services de SVOD.

Canalplay est le plus connu des services de SVOD

Parmi les marques citées, **Canalplay** arrive en tête avec **39 %** de notoriété chez les répondants 'abonnés à un service de SVOD' (**46 %** chez les non abonnés). La présence de Canalplay en tête de classement s'explique facilement puisque le service est proposé par Canal+, le premier opérateur de télévision en France.

Bien qu'il ne soit disponible en France que depuis le 15 septembre dernier, **Netflix** arrive en seconde position (**30 %** chez les abonnés / **23,5 %** chez les non abonnés). On remarquera le faible score de notoriété de **Jook vidéo** (**1,5%**) alors même qu'il compte 750 000 abonnés soit environ 230 000 clients de plus que Canalplay (520 000 en septembre 2014) (1).

Notoriété ne signifie pas pour autant abonnement...

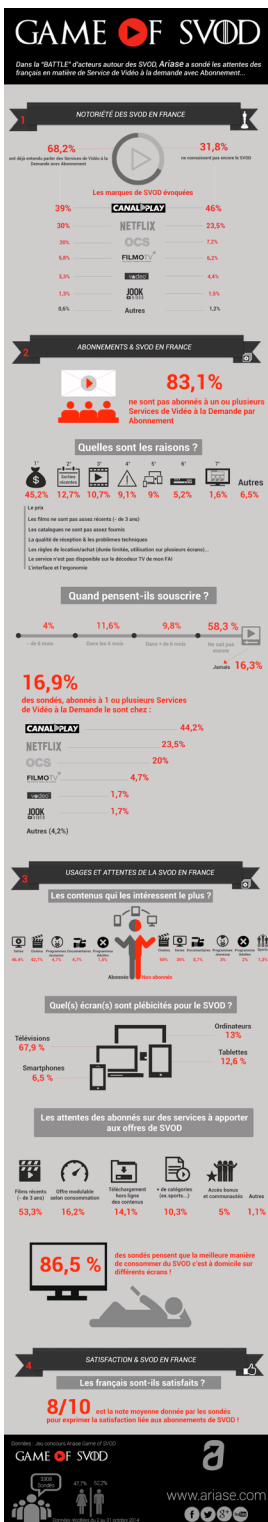
Malgré une assez forte notoriété, les services de SVOD n'ont pas encore convaincus une majorité d'internautes. Selon l'étude, **83,1 %** des sondés n'ont pas encore franchi le cap de l'abonnement. En outre, seulement 25,4 % des répondants envisagent de souscrire dans les 6 prochains mois. Une large majorité est indécise (58,3 % ne savent pas encore) tandis que 16,3 % déclarent qu'ils ne souscriront jamais.

Parmi les 16,9 % d'abonnés à la SVOD, **Canalplay, Netflix et OCS** représentent **75 %** des réponses avec respectivement **44 %**, **23 %** et **20 %**.

Précisons qu'OCS est un acteur un peu particulier sur le marché avec une offre hybride rassemblant un bouquet TV classique (4 chaînes en direct) et un service de SVOD (OCS Go).

Pourquoi les français ne cèdent-ils pas à la tentation de la SVOD ?

Pour **45,2 %** des sondés, le prix des services de SVOD est le principal frein à l'abonnement. Parmi les autres raisons citées, **23,4 %** des répondants pointent du doigt les contenus (absence de films de moins de 3 ans et catalogues trop pauvres) et **9,1 %** évoquent des problèmes de connexion Internet susceptibles de gêner la diffusion des vidéos (faible débit...).



(1) <http://www.ariase.com/fr/news/canal-arrivee-netflix-article-3464.html>

Les attentes et les usages

Sans surprise, le cinéma et les séries représentent les contenus les plus demandés aussi bien par les abonnés que par les internautes en général. On remarque tout de même que certaines catégories de vidéos telles que les documentaires sont susceptibles de tirer leur épingle du jeu. Ainsi, 9 % des non abonnés à la SVOD seraient intéressés par des documentaires à la demande...un segment encore peu exploité actuellement à l'exception de Vodeo.tv qui s'est par exemple spécialisé sur cette thématique, ou encore la future arrivée du SVOD de l'INA début 2015.

Avec une note moyenne de 8/10, les services de SVOD satisfont globalement les abonnés. Néanmoins, ce plébiscite ne les empêche pas d'exprimer certaines attentes. Parmi les axes d'amélioration évoqués, on retrouve majoritairement l'accès à des films récents de moins de 3 ans (53,3% des réponses). Rappelons que le cadre juridique français – communément appelé la *chronologie des médias* – impose aux services de SVOD de respecter un délai minimum de 36 mois entre la sortie en salle d'un film et son intégration dans un catalogue SVOD. La « fraîcheur » des contenus est donc un souhait clairement exprimé par les internautes.

Parmi les autres pistes, citons la possibilité de moduler son abonnement en fonction de sa consommation (16%). En effet, bien que les services de SVOD mettent en avant l'argument de l'illimité, la consommation moyenne s'établit à 37 programmes visionnés par mois chez Canalplay par exemple (2). Certains services oseront-ils segmenter davantage leur offre pour mieux cibler les besoins des internautes ?

Le téléchargement des contenus pour les visionner ultérieurement hors ligne arrive en 3ème position avec 14,1 % des réponses. Actuellement, seuls Jook vidéo et OCS proposent cette fonctionnalité. Canalplay devrait l'ajouter prochainement.

La SVOD c'est avant tout à la maison sur la TV

86,5 % des sondés de l'enquête Ariase estiment que la meilleure manière de profiter de la SVOD « c'est chez soi ». Pour 67,9 %, le téléviseur est l'écran le plus adapté.... loin devant l'ordinateur (13%), la tablette (12,6%) et le smartphone (6,5%).

La vidéo à la demande par abonnement est encore peu répandue dans les foyers français. La délinéarisation des contenus devient désormais l'un des modes de consommation TV préféré des français qui souhaitent regarder ce qu'ils veulent, où ils veulent et quand ils le veulent. Alors que le marché français s'ouvre à de grands acteurs internationaux tels que Netflix (et probablement d'autres comme Amazon...), la vidéo à la demande par abonnement gagne en notoriété mais devra séduire des internautes de plus en plus exigeants sur la qualité des contenus et des services fournis.

Dans cette bataille de la vidéo à la demande par abonnement, chaque acteur affute ses armes, met en place ses propres stratégies de différenciation. Tandis que certains misent sur l'enrichissement de leurs catalogues grâce à des contenus exclusifs (ex. les séries «House of cards» et prochainement «Marco Polo» pour Netflix), d'autres ciblent des marchés de niche tels que VidéoFutur qui a créé sa propre box ou Vodeo.tv qui se consacre uniquement aux documentaires.

(2) <http://www.vivendi.com/presse/actualites/canalplay-nouvelles-series-visionnage-sans-connexion-outil-de-recommandation-semantic/>

Modalités de l'enquête :

Les résultats ont été obtenus via le jeu-concours « Game of SVOD » sur le site Ariase du 2 au 31 octobre 2014 auprès de 3308 personnes



A propos d'Ariase :

Depuis sa fondation en 2002, Ariase est devenue le portail web de référence sur les opérateurs de téléphonie, les fournisseurs d'accès à internet et les offres Internet Haut débit (ADSL, fibre/câble, satellite et VDSL2). Le site propose de nombreuses ressources pour s'informer sur les forfaits (comparatifs, actualités, dossiers, résiliations), tester sa connexion et connaître la couverture Haut Débit par géolocalisation. En 2013, plus de 7 millions d'internautes ont visité Ariase.com, avec une progression constante. Ariase a aussi développé ses propres technologies pour établir la cartographie isodébit française, rechercher les meilleures offres Internet et téléphonie en collaboration avec Daily call pour élaborer une stratégie de services autour de la thématique des familles et sociétés en situation de mobilité. www.ariase.com