



Pratiques de la VOD en France

Décembre 2006

Cette étude a été réalisée par :



Novatris
Sophie Dupouy, Isabelle Maurice
5-7 rue de Sahel – 75012 Paris
Tél. : 01.44.87.60.30
Fax : 01.44.87.60.31
www.novatris.com



Centre national de la cinématographie

Service des études, des statistiques et de la prospective
Caroline Jeanneau, Benoît Danard
12 rue de Lübeck 75784 Paris Cedex 16
Tél. : 01.44.34.38.26
Fax : 01.44.34.34.55
www.cnc.fr

Sommaire

INTRODUCTION ET MÉTHODOLOGIE	5
DÉFINITIONS.....	6
SYNTHÈSE.....	8
I.PÉNÉTRATION DE LA VIDÉO À LA DEMANDE.....	10
Notoriété de la VOD	
Visite d'un site de VOD	
Usage d'un service de VOD	
Information sur le service de VOD	
II.PROFIL SOCIO DÉMOGRAPHIQUE DES UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD	11
Profil selon le sexe	
Profil selon l'âge	
Lieu de résidence	
Catégorie socio professionnelle (CSP)	
III.HABITUDES DE CONSOMMATION CINÉMA ET VIDÉO DES UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD	14
Rythme de fréquentation des salles de cinéma	
Rythme d'achat vidéo	
Rythme de location vidéo	
IV.EQUIPEMENT À DOMICILE DES UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD	16
Equipement audiovisuel du foyer	
Equipement informatique du foyer	
Accès aux offres élargies de télévision	
Equipement en télécommunication	
V.CONSOMMATION DES SERVICES DE VIDÉO À LA DEMANDE	18
Nombre de programmes consommés	
Prix payés	
Nature des programmes consommés	
Choix des titres par les utilisateurs	
Ecran de visionnage	
VI.LES PRINCIPAUX SITES DE VIDÉO À LA DEMANDE	21
Notoriété des sites de VOD	
Visite des sites de VOD	
Usage des sites de VOD	
VII.APPRÉCIATION DU SERVICE DE VIDÉO À LA DEMANDE	22
Avantages de la VOD	
Expérience de la VOD	
Satisfaction vis-à-vis du service de VOD	
Intention de consommation en VOD	

Introduction et méthodologie

Dans le cadre des travaux de veille prospective qu'il développe sur les nouvelles technologies, le Centre national de la cinématographique a souhaité réaliser une étude sur les pratiques des Français en matière de vidéo à la demande (VOD). L'offre de services de VOD s'est, en effet, considérablement étoffée depuis un an. Face à cet enrichissement, de nouvelles pratiques de consommation du cinéma émergent.

Cette étude évalue l'étendue de la consommation de services de VOD en France. Elle présente le profil socio démographique des utilisateurs de ces nouveaux services et met en évidence leurs caractéristiques spécifiques, notamment en termes d'équipement audiovisuel. Elle évalue le nombre et la nature des œuvres cinématographiques ou des programmes audiovisuels consommés. Elle analyse les motivations et la satisfaction des utilisateurs de ces services. Elle appréhende également les perspectives d'évolution de cette consommation.

Cette étude s'appuie sur un sondage en ligne auprès de 3 761 individus âgés de 15 ans et plus réalisée du 25 octobre au 27 novembre 2006 par l'institut Novatris.

Définitions

Dans cette étude, la population de référence est celle des internautes. Certains termes seront utilisés pour définir les différentes populations d'internautes auxquelles il est fait référence.

Connaisseurs : internautes ayant entendu parler de la vidéo à la demande.

Visiteurs : internautes ayant déjà visité un site proposant des services de vidéo à la demande.

Utilisateurs : internautes ayant déjà payé pour télécharger des films ou des programmes en vidéo à la demande.

En ce qui concerne les habitudes de fréquentation du cinéma en salles, sont distinguées les catégories suivantes :

Assidus : internautes allant au cinéma au moins une fois par semaine.

Réguliers : internautes allant au cinéma au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine.

Habitués : internautes allant au cinéma au moins une fois par mois (= assidus + réguliers).

Occasionnels : internautes allant au cinéma au moins une fois par an et moins d'une fois par mois.

Spectateurs : internautes allant au cinéma au moins une fois par an (= habitués + occasionnels).

Non spectateurs : internautes allant au cinéma moins d'une fois par an.

En ce qui concerne les habitudes d'achat vidéo, sont distinguées les catégories suivantes :

Assidus : internautes achetant des DVD au moins une fois par semaine.

Réguliers : internautes achetant des DVD au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine.

Habitués : internautes achetant des DVD au moins une fois par mois (= assidus + réguliers).

Occasionnels : internautes achetant des DVD au moins une fois par an et moins d'une fois par mois.

Acheteurs : internautes achetant des DVD au moins une fois par an (= habitués + occasionnels).

Non acheteurs : internautes achetant des DVD moins d'une fois par an.

En ce qui concerne les habitudes de location vidéo, sont distinguées les catégories suivantes :

Assidus : internautes louant des DVD au moins une fois par semaine.

Réguliers : internautes louant des DVD au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine.

Habitués : internautes louant des DVD au moins une fois par mois (= assidus + réguliers).

Occasionnels : internautes louant des DVD au moins une fois par an et moins d'une fois par mois.

Loueurs : internautes louant des DVD au moins une fois par an (= habitués + occasionnels).

Non loueurs : internautes louant des DVD moins d'une fois par an.

Synthèse

Dans le cadre des travaux de veille prospective qu'il développe sur les nouvelles technologies, le Centre national de la cinématographique a souhaité réaliser une étude sur les pratiques des Français en matière de vidéo à la demande (VOD). L'offre de services de VOD s'est, en effet, considérablement étoffée depuis un an. Face à cet enrichissement, de nouvelles pratiques de consommation du cinéma émergent.

Cette étude s'appuie sur un sondage en ligne auprès de 3 761 individus âgés de 15 ans et plus réalisée du 25 octobre au 27 novembre 2006 par l'institut Novatris.

La VOD est connue de près de 63 % des internautes

La VOD bénéficie d'une notoriété importante puisque 62,7 % des internautes en ont entendu parlé. Mais surtout, 29,4 % des internautes ayant entendu parler de vidéo à la demande sont déjà allés visiter un site proposant ce type de service.

4,4 % des internautes ont déjà effectué un téléchargement de film cinématographique ou de programme audiovisuel en vidéo à la demande sur Internet, soit près de 850 000 individus. Ce taux correspond à 7,1 % des internautes ayant déjà entendu parler de la VOD (les connaisseurs) et à près d'un quart des internautes ayant déjà visité un site proposant des services de vidéo à la demande (les visiteurs).

Les utilisateurs de VOD sont majoritairement des hommes, âgés de 25 à 34 ans, actifs

Les deux tiers des utilisateurs de services de VOD sont des hommes. Si 4,4 % des internautes ont déjà consommé en vidéo à la demande, ce taux s'élève à 6,2 % pour la population masculine et à 2,8 % seulement pour la population féminine.

Les 15-19 ans représentent 12,3 % des internautes et 9,0 % des utilisateurs de services de vidéo à la demande. Les seniors (50 ans et plus) composent 30,7 % de la population internaute et 18,6 % de celle des usagers de la VOD. Les utilisateurs des services de VOD sont plus fréquemment âgés de 25 à 34 ans. C'est au sein de cette tranche d'âge que se trouve proportionnellement le plus d'utilisateurs de services de VOD (7,7 % des internautes contre 4,4 % tous âges confondus).

Les actifs, et notamment les CSP+, apparaissent sur représentés parmi les utilisateurs des services de VOD.

Plus la consommation de films en salles et en vidéo est forte, plus l'utilisation de services de VOD est courante

La fréquence des pratiques de cinéma en salles, d'achat et de location vidéo se révèle être un facteur déterminant de l'utilisation des services de vidéo à la demande.

La pénétration de la vidéo à la demande est ainsi d'autant plus forte que le rythme de fréquentation des salles est soutenu : 10,4 % des assidus du cinéma en salles sont utilisateurs de services de VOD, contre 6,0 % des réguliers et 3,3 % des occasionnels.

Acheter fréquemment des DVD prédispose également à consommer des films et des programmes audiovisuels en vidéo à la demande. Ainsi, les habitués de l'achat de supports vidéos physiques (assidus + réguliers) représentent 17,7 % des internautes mais 31,1 % des utilisateurs de services de VOD. En revanche, les occasionnels composent 55,4 % des internautes et 46,1 % des usagers de la VOD.

Quel que soit le rythme de location, le fait de louer des DVD favorise la consommation de films et de programmes audiovisuels en vidéo à la demande. De plus, la pratique de la VOD est d'autant plus élevée que le rythme de location vidéo est soutenu. En effet, 13,6 % des assidus de la location ont déjà réalisé une transaction en VOD, contre 7,5 % des réguliers,

5,2 % des occasionnels et 2,8 % des non loueurs. Le développement des services de vidéo à la demande pourrait entraîner un glissement des pratiques de location physique vers des œuvres dématérialisées.

Les utilisateurs de services de VOD sont dotés des équipements informatiques et audiovisuels les plus novateurs

Les utilisateurs de services de VOD présentent des caractéristiques d'équipement du foyer sensiblement différentes de celles de l'ensemble des internautes. Ils sont mieux équipés en produits et services les plus novateurs (Home Cinema, lecteur de DVD portable, lecteur MP3, connexion Internet Haut Débit avec accès à des services de télévision via une « box », adaptateur TNT, téléphone mobile 3G,...) et moins équipés en matériels et services plus classiques et plus répandus dans l'ensemble des foyers (téléviseur, magnétoscope, lecteur de DVD de salon, ordinateur fixe, abonnement au câble ou au satellite, ...).

Les utilisateurs de services de VOD ont téléchargé 2,5 programmes en moyenne au cours des trois derniers mois

La plupart d'entre eux (85,6 %) en ont téléchargé un à quatre et une petite minorité entre 10 et 19. Aucun usager ne déclare avoir effectué plus de 20 transactions.

L'essentiel des dépenses de VOD concernent les films cinématographiques qui sont l'objet de 56,4 % des transactions, les films français en captant 24,4 % et les films américains 27,3 %. Les séries télévisées et les concerts/spectacles sont également appréciées (respectivement 9,9 % et 11,7 %).

25,9 % des usagers de la VOD savent à l'avance ce qu'ils veulent acheter. En conséquence, près des trois quarts des utilisateurs choisissent un film ou un programme qu'ils n'avaient pas forcément prévu de télécharger. L'ergonomie des sites proposant de la VOD est essentielle : 19,5 % des utilisateurs se laissent guider par le site pour choisir leur programme. La page d'accueil et le choix des autres utilisateurs ont également une réelle importance (respectivement 27,0 % et 16,8 % des utilisateurs y puisent leur choix).

Des utilisateurs globalement satisfaits

Pour 92,3 % des internautes ayant entendu parler de vidéo à la demande, cette dernière permet une liberté horaire pour le visionnage de films ou de programmes audiovisuels. En deuxième lieu, pour 92,2 % des « connaisseurs », la VOD constitue un moyen légal de visionner des films ou programmes téléchargés sur Internet. Le troisième avantage mis en évidence réside dans la possibilité d'éviter de sortir pour louer un DVD (85,4 %).

L'ergonomie globale des sites de VOD est positivement appréciée par 85,6 % des utilisateurs. La durée accordée pour le visionnage (83,8 %) et les délais de téléchargement (83,2 %) recueillent également de forts taux de satisfaction.

93,5 % des internautes ayant déjà consommé en VOD désirent poursuivre ce type de démarche, ce qui illustre la forte satisfaction vis-à-vis du service. 18,6 % souhaitent même renouveler l'expérience régulièrement. Par ailleurs, 42,0 % des internautes n'ayant jamais encore fait l'expérience de la VOD expriment l'intention de la tenter.

Au total, près de la moitié des internautes (45,6 %) pourraient à moyen terme devenir des usagers de la vidéo à la demande.

Pratiques de la VOD en France

I. Pénétration de la vidéo à la demande

Notoriété de la VOD

Fin novembre 2006, près de 63 % des internautes ont déjà entendu parler de la vidéo à la demande sur Internet.

ENTENDU PARLER DE LA VOD SUR INTERNET (%)

Internaudes	
Oui	62,7
Non	37,3
Total	100,0

source : CNC - Novatris

Visite d'un site de VOD

29,4 % des internautes ayant entendu parler de vidéo à la demande sont déjà allés visiter un site proposant ce type de service. Cela constitue 18,5 % de l'ensemble des internautes.

VISITE D'UN SITE INTERNET PROPOSANT DE LA VOD (%)

Connaisseurs*	
Oui	29,4
Non	70,6
Total	100,0

*Internautes ayant déjà entendu parler de la VOD.

source : CNC - Novatris

Usage d'un service de VOD

4,4 % des internautes ont déjà téléchargé un film cinématographique ou un programme audiovisuel en vidéo à la demande sur Internet. Ils seront désormais appelés les « utilisateurs » ou « usagers » de la VOD. Ce taux correspond à 7,1 % des internautes ayant déjà entendu parler de la VOD (les connaisseurs) et à près d'un quart des internautes ayant déjà visité un site proposant des services de vidéo à la demande (les visiteurs).

UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD (%)

Internaudes	4,4
Connaisseurs	7,1
Visiteurs*	24,1

*Internautes ayant déjà visité sur un site proposant de la VOD.

source : CNC - Novatris

Information sur le service de VOD

Au moins 50,5 % des internautes ayant déjà utilisé un service de VOD en ont connu l'existence par le biais d'Internet. Pour 46,4 % de ces utilisateurs, c'est une annonce publicitaire (sur Internet) qui leur a permis de découvrir l'existence du site sur lequel ils ont effectué leur téléchargement et 4,1 % en ont eu connaissance par un blog ou un forum.

L'entourage est également prescripteur puisque 11,9 % des usagers de la vidéo à la demande ont connu l'existence de leur site de consommation par leurs amis, collègues ou famille.

La publicité télévisée a permis à 7,7 % des usagers de VOD de découvrir le site sur lequel ils ont effectué leur dernière transaction. En revanche, la publicité radiophonique ou de presse écrite n'apparaissent pas comme des vecteurs d'information puissants sur les services de vidéo à la demande.

MOYEN DE DECOUVERTE DE LA VOD (%)

	Utilisateurs*
Par des amis, des collègues, la famille	11,9
Par une publicité sur Internet	46,4
Par une publicité à la télévision	7,7
Par une publicité dans la presse	2,6
Par une publicité à la radio	0,5
Par un blog ou un forum sur Internet	4,1
Par un autre moyen	26,8
Total	100,0

*Internautes ayant déjà payé pour télécharger des films ou des programmes audiovisuels en VOD sur Internet.
source : CNC - Novatris

II. Profil socio démographique des utilisateurs de services de VOD

Les utilisateurs de la vidéo à la demande sont majoritairement des hommes, âgés de 25 à 34 ans et actifs.

Profil selon le sexe

Si la population des internautes est majoritairement féminine (52,7 %), tel n'est pas le cas de celle des utilisateurs de services de vidéo à la demande puisque les femmes n'en composent qu'un tiers. Plus les internautes sont avertis sur la VOD, plus leur composante masculine est proportionnellement importante. Ainsi, 55,6 % des internautes ayant entendu parlé de VOD, 62,5 % de ceux qui ont déjà visité un site de VOD et 66,5 % de ceux qui ont déjà utilisé un tel service sont des hommes.

REPARTITION DES INTERNAUTES SELON LE SEXE (%)

	Hommes	Femmes	Total
Internautes	47,3	52,7	100,0
Connaisseurs	55,6	44,4	100,0
Visiteurs	62,5	37,5	100,0
Utilisateurs	66,5	33,5	100,0

source : CNC - Novatris

Les femmes sont nettement moins nombreuses à utiliser les services de vidéo à la demande. En effet, si 4,4 % des internautes ont déjà réalisé un téléchargement de film cinématographique ou de programme audiovisuel en vidéo à la demande, ce taux s'élève à 6,2 % pour la population masculine et à 2,8 % seulement pour la population féminine. Au regard du sous-ensemble des internautes ayant entendu parlé de VOD, ces taux de pénétration atteignent 8,5 % pour les hommes et 5,3 % pour les femmes, sur une moyenne de 7,1 %.

TAUX D'UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD SELON LE SEXE (%)

	Hommes	Femmes	Total
Utilisateurs / Internaute	6,2	2,8	4,4
Utilisateurs / Connaisseurs	8,5	5,3	7,1
Utilisateurs / Visiteurs	25,6	21,5	24,1

source : CNC - Novatris

Profil selon l'âge

Les 15-19 ans représentent 12,3 % des internautes et 9,0 % des utilisateurs de services de vidéo à la demande. Les seniors (50 ans et plus) composent 30,7 % de la population internaute et 18,6 % de celle des usagers de la VOD. Les 35-49 ans représentent une part équivalente des deux population. Les utilisateurs des services de VOD sont plus fréquemment âgés de 25 à 34 ans (32,3 %, contre 18,7 % de l'ensemble des internautes).

REPARTITION DES INTERNAUTES SELON L'AGE (%)

	15-19 ans	20-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Total
Internautes	12,3	11,6	18,7	26,7	30,7	100,0
Connaisseurs	13,1	12,9	21,5	24,6	27,9	100,0
Visiteurs	13,3	13,1	25,4	23,2	25,1	100,0
Utilisateurs	9,0	13,8	32,3	26,3	18,6	100,0

source : CNC - Novatris

C'est ainsi parmi les 25-34 ans que se trouve proportionnellement le plus d'utilisateurs de services de vidéo à la demande. Dans cette tranche d'âge, 7,7 % de l'ensemble des internautes et 10,6 % des internautes ayant entendu parlé de VOD ont déjà payé pour télécharger un film de cinéma ou un programme audiovisuel. En revanche, les usagers de la VOD sont nettement moins nombreux parmi les seniors : 2,7 % des internautes de 50 ans et plus ont déjà utilisé un service de vidéo à la demande (contre 4,4 % tous âges confondus).

TAUX D'UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD SELON L'AGE (%)

	15-19 ans	20-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Total
Utilisateurs / Internaute	3,2	5,3	7,7	4,4	2,7	4,4
Utilisateurs / Connaisseurs	4,9	7,5	10,6	7,6	4,7	7,1
Utilisateurs / Visiteurs	16,3	25,3	30,7	27,3	17,8	24,1

source : CNC - Novatris

Lieu de résidence

74,9 % des utilisateurs de services de vidéo à la demande résident en province. Plus d'un quart des utilisateurs résident ainsi en région parisienne, contre 19,7 % seulement de l'ensemble des internautes. Plus l'internaute est averti sur la VOD, plus il a de chance de vivre en région parisienne : 22,8 % des internautes ayant entendu parler de VOD, 23,5 % des internautes ayant déjà visité un site proposant de la VOD, 25,1 % des internautes ayant déjà consommé en VOD.

REPARTITION DES INTERNAUTES SELON LE LIEU DE RESIDENCE (%)

	Région parisienne	Province	Total
Internautes	19,7	80,3	100,0
Connaisseurs	22,8	77,2	100,0
Visiteurs	23,5	76,5	100,0
Utilisateurs	25,1	74,9	100,0

source : CNC - Novatris

Les internautes de région parisienne sont ainsi proportionnellement nettement plus nombreux à utiliser les services de vidéo à la demande. En effet, si 4,4 % des internautes ont déjà réalisé un téléchargement de film cinématographique ou de programme audiovisuel en vidéo à la demande, ce taux s'élève à 5,7 % en région parisienne contre 4,1 % en province. Parmi les internautes ayant entendu parlé de VOD, ces taux de pénétration atteignent 7,8 % en région parisienne et 6,9 % en province, pour une moyenne française de 7,1 %.

TAUX D'UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD SELON LE LIEU DE RESIDENCE (%)

	Région parisienne	Province	Total
Utilisateurs / Internaute	5,7	4,1	4,4
Utilisateurs / Connaisseurs	7,8	6,9	7,1
Utilisateurs / Visiteurs	25,8	23,5	24,1

source : CNC - Novatris

Catégorie socio professionnelle (CSP)

Les catégories socio professionnelles supérieures représentent 28,0 % des internautes et 32,3 % des utilisateurs de services de vidéo à la demande. Les CSP- composent 28,7 % de la population internaute et 30,5 % de celle des usagers de la VOD. En revanche, les inactifs représentent une part sensiblement plus faible des utilisateurs de VOD (37,1 %) que de l'ensemble des internautes (43,3 %). Ainsi, les actifs, et notamment les CSP+, apparaissent sur représentés parmi les utilisateurs des services de VOD.

REPARTITION DES INTERNAUTES SELON LA CSP (%)

	CSP+	CSP-	Inactifs	dont étudiants	Total
Internautes	28,0	28,7	43,3	16,6	100,0
Connaisseurs	29,8	28,2	42,1	17,9	100,0
Visiteurs	27,4	28,7	43,9	17,9	100,0
Utilisateurs	32,3	30,5	37,1	15,0	100,0

source : CNC - Novatris

C'est d'ailleurs dans les catégories socio professionnelles supérieures que la pénétration de la vidéo à la demande est la plus forte. Parmi les CSP+, 5,1 % de l'ensemble des internautes et 7,7 % des internautes ayant entendu parlé de VOD ont déjà payé pour

télécharger un film de cinéma ou un programme audiovisuel sur Internet. En revanche, les usagers de la VOD sont nettement moins nombreux parmi les inactifs : 3,8 % des internautes ont déjà utilisé un service de vidéo à la demande (contre 4,4 % quelle que soit la CSP).

TAUX D'UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD SELON LA CSP (%)

	CSP+	CSP-	Inactifs	<i>dont étudiants</i>	Total
Utilisateurs / Internaute	5,1	4,7	3,8	4,0	4,4
Utilisateurs / Connaisseurs	7,7	7,7	6,3	5,9	7,1
Utilisateurs / Visiteurs	28,4	25,6	20,3	20,2	24,1

source : CNC - Novatris

III. Habitudes de consommation cinéma et vidéo des utilisateurs de services de VOD

La fréquence des pratiques de cinéma en salles, d'achat et de location vidéo se révèle être un facteur déterminant de l'utilisation des services de vidéo à la demande.

Rythme de fréquentation des salles de cinéma

Etre un habitué du cinéma en salles prédispose à consommer des films et des programmes audiovisuels en vidéo à la demande. Ainsi, les assidus du cinéma représentent 5,3 % des internautes et 12,6 % des utilisateurs de services de vidéo à la demande, les réguliers composant 28,8 % des internautes et 38,9 % des usagers de la VOD. A l'inverse, les occasionnels du cinéma sont proportionnellement moins nombreux parmi les utilisateurs de services de VOD (46,7 %) que parmi l'ensemble des internautes (63,6 %).

REPARTITION DES INTERNAUTES SELON LE RYTHME DE FREQUENTATION CINEMA (%)

	Assidus*	Réguliers*	Occasionnels*	Non spectateurs*	Total
Internautes	5,3	28,8	63,6	2,3	100,0
Connaisseurs	5,8	31,1	61,2	2,0	100,0
Visiteurs	6,6	33,4	58,5	1,4	100,0
Utilisateurs	12,6	38,9	46,7	1,8	100,0

* Voir définitions page 6.

source : CNC - Novatris

La pénétration de la vidéo à la demande est ainsi d'autant plus forte que le rythme de fréquentation des salles est soutenu. Les assidus du cinéma sont en proportion nettement plus nombreux à utiliser les services de vidéo à la demande. En effet, si 4,4 % des internautes ont déjà réalisé un téléchargement de film cinématographique ou de programme audiovisuel en vidéo à la demande, ce taux s'élève à 10,4 % pour les assidus et à 3,3 % seulement pour les occasionnels, les réguliers affichant un taux intermédiaire de 6,0 %. Parmi les internautes ayant entendu parlé de VOD (les connaisseurs), ces taux de pénétration atteignent 15,4 % pour les assidus, 8,9 % pour les réguliers et 5,4 % pour les occasionnels, sur une moyenne de 7,1 %.

TAUX D'UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD SELON LE RYTHME DE FREQUENTATION CINEMA (%)

	Assidus	Réguliers	Occasionnels	Non spectateurs	Total
Utilisateurs / Internaute	10,4	6,0	3,3	3,4	4,4
Utilisateurs / Connaisseurs	15,4	8,9	5,4	6,4	7,1
Utilisateurs / Visiteurs	45,7	28,0	19,2	30,0	24,1

source : CNC - Novatris

Rythme d'achat vidéo

Acheter fréquemment des DVD prédispose également à consommer des films et des programmes audiovisuels en vidéo à la demande. Ainsi, les habitués de l'achat de supports vidéos physiques (assidus + réguliers) représentent 17,7 % des internautes et 31,1 % des utilisateurs de services de vidéo à la demande. En revanche, les occasionnels composent 55,4 % des internautes et 46,1 % des usagers de la VOD.

REPARTITION DES INTERNAUTES SELON LE RYTHME D'ACHAT VIDEO (%)

	Assidus*	Réguliers*	Occasionnels*	Non acheteurs*	Total
Internautes	1,0	16,7	55,4	26,9	100,0
Connaisseurs	1,1	18,1	56,3	24,5	100,0
Visiteurs	1,3	20,5	54,5	23,8	100,0
Utilisateurs	3,0	28,1	46,1	22,8	100,0

* Voir définitions page 6.

source : CNC - Novatris

L'usage de la vidéo à la demande est ainsi d'autant plus répandu que le rythme d'achat de DVD est soutenu. Les assidus sont nettement plus nombreux à utiliser les services de vidéo à la demande : 13,5 % d'entre eux ont déjà réalisé un téléchargement de film cinématographique ou de programme audiovisuel en vidéo à la demande, contre 7,5 % des réguliers et 3,7 % seulement des occasionnels, le taux moyen pour l'ensemble des internautes s'établissant à 4,4 %. Parmi les internautes ayant entendu parlé de VOD (les connaisseurs), ces taux de pénétration atteignent 20,0 % pour les assidus, 11,0 % pour les réguliers et 5,8 % pour les occasionnels, sur une moyenne de 7,1 %.

TAUX D'UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD SELON LE RYTHME D'ACHAT VIDEO (%)

	Assidus	Réguliers	Occasionnels	Non acheteurs	Total
Utilisateurs / Internaute	13,5	7,5	3,7	3,8	4,4
Utilisateurs / Connaisseurs	20,0	11,0	5,8	6,6	7,1
Utilisateurs / Visiteurs	55,6	33,1	20,4	23,0	24,1

source : CNC - Novatris

Rythme de location vidéo

Quel que soit le rythme de location, le fait de louer des DVD favorise la consommation de films et de programmes audiovisuels en vidéo à la demande. Ainsi, les assidus, les réguliers et également les occasionnels de la location de supports vidéos physiques représentent une part plus importante des utilisateurs de services de VOD que des internautes dans leur ensemble (respectivement 12,0 %, 21,0 % et 30,5 % contre 3,9 %, 12,4 % et 25,8 %). Les non loueurs de vidéo sont par conséquent la seule population d'internautes moins concernés par ces nouvelles possibilités de consommation de films et programmes audiovisuels. Il semble raisonnable de supposer que le développement des services de vidéo à la demande générera un glissement des pratiques de location physique vers les œuvres dématérialisées.

REPARTITION DES INTERNAUTES SELON LE RYTHME DE LOCATION VIDEO (%)

	Assidus*	Réguliers*	Occasionnels*	Non loueurs*	Total
Internautes	3,9	12,4	25,8	57,9	100,0
Connaisseurs	4,2	13,3	27,6	54,9	100,0
Visiteurs	5,8	16,4	27,4	50,4	100,0
Utilisateurs	12,0	21,0	30,5	36,5	100,0

* Voir définitions page 6.

source : CNC - Novatris

La pratique de la vidéo à la demande est d'autant plus élevée que le rythme de location vidéo est soutenu. En effet, 13,6 % des assidus de la location physique sont des utilisateurs de VOD, contre 7,5 % des réguliers, 5,2 % des occasionnels et 2,8 % des non loueurs, le taux moyen pour l'ensemble des internautes s'établissant à 4,4 %. Parmi les internautes ayant entendu parlé de VOD (les connaisseurs), ces taux de pénétration atteignent respectivement 20,4 %, 11,1 %, 7,8 % et 4,7 %, sur une moyenne globale de 7,1 %.

TAUX D'UTILISATEURS DE SERVICES DE VOD SELON LE RYTHME DE LOCATION VIDEO (%)

	Assidus	Réguliers	Occasionnels	Non loueurs	Total
Utilisateurs /Internautes	13,6	7,5	5,2	2,8	4,4
Utilisateurs /Connaisseurs	20,4	11,1	7,8	4,7	7,1
Utilisateurs/ Visiteurs	50,0	30,7	26,8	17,4	24,1

source : CNC - Novatris

IV. Equipement à domicile des utilisateurs de services de VOD

Les utilisateurs de services de vidéo à la demande présentent des caractéristiques d'équipement du foyer sensiblement différentes de celles de l'ensemble des internautes. Ils sont mieux équipés en ce qui concerne les produits et services les plus novateurs et moins équipés des matériels et services plus classiques et plus répandus dans l'ensemble des foyers.

Equipement audiovisuel du foyer

Les équipements télévisuels classiques, comme le téléviseur, le magnétoscope ou le lecteur de DVD de salon sont moins répandus au domicile des utilisateurs de VOD qu'à celui des internautes en général. En revanche, le Home Cinema équipe une plus grande proportion des foyers des usagers de la VOD que de l'ensemble des internautes.

Les équipements portables et de loisir (lecteur de DVD portable, consoles de jeux classique et portable, lecteurs MP3 classique et vidéo) ont également une place sensiblement plus importante au sein des foyers des utilisateurs de services de vidéo à la demande.

EQUIPEMENT AUDIOVISUEL DU FOYER DES INTERNAUTES (%)

	Internautes	Connaisseurs	Visiteurs	Utilisateurs
Téléviseur	92,8	93,2	91,1	91,0
Magnétoscope	71,6	71,5	69,6	64,1
Lecteur de DVD de salon	84,0	84,6	83,0	77,8
Home Cinema	19,1	21,6	24,1	21,0
Lecteur de DVD portable	11,2	11,7	12,4	16,2
Console de jeux classique	40,2	41,8	42,8	43,1
Playstation portable	8,0	8,1	8,8	10,8
Lecteur MP3 classique	50,7	54,9	57,8	59,9
Lecteur MP3 vidéo	7,2	8,6	9,7	12,0

source : CNC - Novatris

Equipement informatique du foyer

En ce qui concerne l'équipement informatique, les équipements les plus répandus chez les internautes (ordinateur fixe et connexion Haut Débit classique) ne semblent pas occuper une place plus systématique chez les utilisateurs de VOD. A l'inverse, l'ordinateur portable et la connexion Haut Débit avec accès à des services de télévision via une « box » sont nettement plus répandus dans le foyer des usagers de la VOD que chez l'ensemble des internautes. C'est d'ailleurs parmi les foyers ainsi équipés que le taux de pénétration de la VOD est le plus élevé : 5,6 % des internautes équipés en ordinateur portable et 8,2 % des internautes bénéficiant d'une connexion Internet Haut Débit avec accès à des services de télévision via une « box » (contre 4,4 % des internautes en général).

EQUIPEMENT INFORMATIQUE DU FOYER DES INTERNAUTES (%)

	Internautes	Connaisseurs	Visiteurs	Utilisateurs
Ordinateur fixe	87,2	88,0	87,2	83,2
Ordinateur portable	46,5	49,5	51,7	58,1
Connexion Internet Haut Débit classique	62,2	60,4	42,5	46,1
Connexion Internet Haut Débit avec « box » TV	30,7	35,1	41,9	56,9

source : CNC - Novatris

Accès aux offres élargies de télévision

L'abonnement à un service de télévision à péage concernant moins les utilisateurs de services de vidéo à la demande que l'ensemble des internautes. Ainsi, 18,0 % des usagers de la VOD sont abonnés à Canal+, contre 22,1 % de l'ensemble des internautes. De même, 20,2 % des utilisateurs de VOD sont abonnés à la télévision par satellite (CanalSatellite ou TPS) et 9,6 % au câble, contre respectivement 22,1 % et 11,2 % des internautes.

En revanche, l'accès à la télévision numérique terrestre (TNT) est sensiblement plus répandu parmi les usagers de la VOD (24,6 %) que parmi l'ensemble des internautes (19,6 %). D'ailleurs, 5,5 % des internautes disposant d'un adaptateur TNT à domicile ont déjà téléchargé des films ou des programmes audiovisuels en VOD, contre 4,4 % en moyenne sur l'ensemble des internautes.

ACCES DES INTERNAUTES AUX OFFRES ELARGIES DE TELEVISION (%)

	Internautes	Connaisseurs	Visiteurs	Utilisateurs
Abonnement à Canal+	22,1	21,5	20,3	18,0
Abonnement à CanalSatellite	15,2	14,2	14,7	13,8
Abonnement à TPS	6,9	6,8	6,3	6,4
Abonnement à la télévision par câble	11,2	11,0	12,5	9,6
Adaptateur TNT	19,6	22,3	25,9	24,6

source : CNC - Novatris

Equipped en télécommunication

84,3 % des internautes possèdent un téléphone portable classique. Ce taux passe à 80,8 % pour les usagers de la VOD qui apparaissent donc légèrement moins équipés. En revanche, le téléphone mobile de troisième génération, moins répandu au sein de la population (19,0 % des internautes), l'est davantage chez les utilisateurs de services de vidéo à la demande (30,5 %). Le taux de pénétration de la VOD est très élevé parmi les porteurs de téléphones mobiles 3G : 7,2 % des internautes et 10,0 % des connaisseurs, contre respectivement 4,4 % et 7,1 % de l'ensemble de la population.

EQUIPEMENT DES INTERNAUTES EN TELECOMMUNICATION (%)

	Internautes	Connaisseurs	Visiteurs	Utilisateurs
Téléphone mobile classique	84,3	85,0	82,4	80,8
Téléphone mobile 3G	19,0	21,7	25,9	30,5

source : CNC - Novatris

V. Consommation des services de vidéo à la demande

Nombre de programmes consommés

En moyenne, les utilisateurs de services de vidéo à la demande ont téléchargé 2,49 films de cinéma ou programmes audiovisuels en VOD au cours des trois derniers mois. La plupart d'entre eux (85,6 %) en ont téléchargé un à quatre et une petite minorité entre 10 et 19. Aucun usager ne déclare avoir effectué plus de 20 transactions.

Pour certaines catégories d'utilisateurs de services de VOD, cette moyenne de 2,49 transactions au cours des trois derniers mois est largement dépassée : les CSP- (2,79 téléchargements en moyenne), les possesseurs d'adaptateur TNT (2,79), les étudiants (2,85), les possesseurs de téléphone mobile 3G (2,95) et surtout les assidus de l'achat (4,05) et de la location vidéo (4,15). A l'inverse, certains groupes d'utilisateurs de la VOD consomment moins que la moyenne : les CSP+ et les occasionnels de la location vidéo (2,11 téléchargements en moyenne), les réguliers de la location vidéo (1,99), les résidents de la région parisienne (1,98), les non spectateurs de cinéma et les abonnés à Canal+ (1,94).

NOMBRE DE TITRES TELECHARGES EN VOD AU COURS DES TROIS DERNIERS MOIS*

	Utilisateurs (%)
1 à 4	85,6
5 à 9	10,1
10 à 19	4,3
20 ou plus	0,0
Total	100,0
Nombre moyen	2,49

* enquête du 25 octobre au 27 novembre 2006
source : CNC - Novatris

Prix payés

Les prix payés par les utilisateurs de services de vidéo à la demande sont variables. Pour autant, certaines concentrations apparaissent. Ainsi, 36,2 % des usagers de VOD ont dépensé entre 3 € et 5 € pour leur dernière transaction et 16,3 % ont dépensé entre 1 € et 2 €. Ces taux plus élevés correspondent aux prix les plus fréquemment pratiqués par les opérateurs de vidéo à la demande (1 € à 2 € pour un film de catalogue, 3 € à 5 € pour une nouveauté). A noter que 6,6 % des usagers déclarent avoir payé leur dernier téléchargement moins de 1 €. Au delà de 10 €, on peut raisonnablement supposer que la dépense correspond à un achat définitif (avec conservation du film ou du programme par le consommateur) ou à la location VOD de plusieurs produits.

En moyenne, les utilisateurs déclarent avoir dépensé 5,94 € lors de leur dernière transaction.

MONTANT DE LA DERNIERE TRANSACTION EN VOD

	Utilisateurs (%)
Moins de 1 €	6,6
1 € à 2 €	16,3
2 € à 3 €	5,1
3 € à 4 €	21,4
4 € à 5 €	14,8
5 € à 10 €	17,3
10 € à 20 €	11,2
20 € ou plus	7,1
Total	100,0
Prix moyen	5,94 €

source : CNC - Novatris

Nature des programmes consommés

Les utilisateurs de services de vidéo à la demande téléchargent différents type de programmes. L'essentiel des dépenses de VOD concernent cependant les films cinématographiques qui sont l'objet de 56,4 % des transactions, les films français en captant 24,4 % et les films américains 27,3 %. Les films récents sont à l'origine de plus de 38 % des téléchargements. Les séries télévisées et les concerts/spectacles sont également appréciées : respectivement 9,9 % et 11,7 % des usagers de la VOD en ont téléchargé lors de leur dernière transaction.

PROGRAMMES TELECHARGES EN VOD

	Utilisateurs (%)
Films américains anciens	6,9
Films américains récents	20,4
Films français anciens	6,9
Films français récents	17,5
Films d'autres nationalités	4,7
Films pour adultes	3,6
Concerts, spectacles	11,7
Documentaires	9,1
Programmes pour enfants	5,5
Séries TV américaines	7,3
Série TV françaises ou autres	2,6
Autres programmes	3,6
Total	100,0

source : CNC - Novatris

Choix des titres par les utilisateurs

25,9 % des usagers de la VOD savent à l'avance ce qu'ils veulent télécharger. En conséquence, près des trois quarts des utilisateurs choisissent un film ou un programme qu'ils n'avaient pas forcément prévu de télécharger. L'ergonomie des sites proposant de la VOD est essentielle : 19,5 % des utilisateurs se laissent guider par le site pour choisir leur film ou leur programme. La page d'accueil et le choix des autres utilisateurs prennent également toute leur importance puisque respectivement 27,0 % et 16,8 % des utilisateurs déterminent leur choix en fonction de ces critères.

DETERMINATION DU CHOIX DE PROGRAMME TELECHARGE EN VOD

	Utilisateurs (%)
Choix guidé par le site	19,5
Choix de la promotion du moment	10,8
Choix du film ou du programme le plus commandé sur le site	16,8
Choix d'un film ou d'un programme sur la page d'accueil	27,0
Vous saviez à l'avance ce que vous vouliez acheter	25,9
Total	100,0

source : CNC - Novatris

Ecran de visionnage

L'ordinateur est le principal terminal de visionnage des films et des programmes téléchargés en vidéo à la demande. 60,8 % des visionnages se font sur un écran d'ordinateur, contre 33,8 % sur un téléviseur et 5,4 % seulement sur un écran portable.

TERMINAL DE VISIONNAGE DES PROGRAMMES TELECHARGES EN VOD

	Utilisateurs (%)
Ecran d'un ordinateur	60,8
Téléviseur	33,8
Ecran portable	5,4
Total	100,0

source : CNC - Novatris

VI. les principaux sites de vidéo à la demande

Notoriété des sites de VOD

Certains sites proposant des services de vidéo à la demande sont plus connus que d'autres par les internautes ayant déjà visité un site (c'est-à-dire parmi les « visiteurs », soit 18,5 % de l'ensemble des internautes). Les cinq sites bénéficiant de la plus grande notoriété sont Allociné.fr (connu de 83,9 % des « visiteurs » de sites de VOD), France2.fr (76,1 %), France3.fr (74,8 %), Orange.fr (74,8 %) et M6video.fr (69,6 %). Cependant, certains des sites les plus connus le sont sans doute pour l'ensemble des services qu'ils proposent ou par la seule notoriété de leur opérateur puisque les taux de visite sont nettement plus faibles.

Visite des sites de VOD

Les sites de vidéo à la demande les plus visités figurent cependant pour la plupart parmi les plus connus. Les cinq sites les plus visités sont Allocine.fr (visité par 64,7 % des « visiteurs » de sites de VOD), Orange.fr (46,8 %), France2.fr (45,5 %), France3.fr (43,4 %) et Fnacmusic.com (41,8 %). Mais la visite d'un site peut être le résultat d'une autre démarche que celle d'un téléchargement de film ou de programme en vidéo à la demande.

Usage des sites de VOD

Parmi les sites sur lesquels les « visiteurs » réalisent leurs téléchargements en VOD, figurent les opérateurs offrant à ce jour les catalogues de films et de programmes les plus larges, comme CanalPlay.fr (sur lequel 6,5 % des « visiteurs » de sites de VOD ont déjà réalisé un téléchargement en vidéo à la demande), Orange.fr (4,0 %), Free.fr (3,6 %), TF1vision.fr (2,9 %) et Itunes.fr (1,7 %).

NOTORIETE, VISITE ET USAGE DES SITES DE VOD (%)*

	Connaisseurs du site	Visiteurs du site	Utilisateurs du site
Allociné.fr	83,9	64,7	0,6
Aol.fr	57,5	17,9	0,0
Artevod.com	23,2	9,8	0,4
Canalplay.fr	53,9	33,1	6,5
Cegetel.fr	48,0	13,3	0,3
Cinezime.fr	18,4	4,5	0,0
Club-internet.fr	61,2	22,0	0,6
Fnacmusic.com	68,7	41,8	1,3
France2.fr	76,1	45,5	0,9
France3.fr	74,8	43,4	0,7
Free.fr	69,3	33,7	3,6
Glowria.fr	36,3	19,2	0,9
Imineo.fr	11,8	2,3	0,1
Ina.fr	39,0	24,1	1,0
Itunes.fr	57,5	30,8	1,7
M6video.fr	69,6	36,2	1,2
msn.fr	68,3	41,4	0,1
Neuf.fr	58,2	16,4	0,3
Noos.fr	53,2	13,5	0,4
Numericable.com	47,7	11,7	0,3
Orange.fr	74,8	46,8	4,0
Telesavoirs.com	16,4	3,2	0,1
TF1vision.fr	50,6	23,9	2,9
Tpsvod.fr	21,0	6,6	0,9
Virginmega.fr	54,6	25,4	1,3
Vodeo.fr	22,0	7,8	0,6

* en pourcentages de l'ensemble des internautes ayant déjà visité un site de VOD.

source : CNC - Novatris

VII. Appréciation du service de vidéo à la demande

Les utilisateurs de services de vidéo à la demande sont globalement satisfaits des possibilités de ce nouveau modes de consommation de films et de programmes audiovisuels.

Avantages de la VOD

Pour 92,3 % des internautes ayant entendu parler de vidéo à la demande, cette dernière permet une liberté horaire pour le visionnage de films ou de programmes audiovisuels. En deuxième lieu, pour 92,2 % des « connaisseurs », la VOD constitue un moyen légal de visionner des films ou programmes téléchargés sur Internet. Le troisième avantage mis en évidence réside dans la possibilité d'éviter de sortir pour louer un DVD (85,4 %), ce qui révèle la forte concurrence que pourrait constituer la VOD face à la location vidéo.

Les avantages les moins reconnus, qui recueillent cependant plus de 60 % des suffrages, concernent l'offre. Le fait que la VOD permette de voir des films et des programmes avant leur passage à la télévision ou en vidéo constitue un atout pour 70,2 % des « connaisseurs ». Par ailleurs, le fait qu'elle permette d'accéder à des films ou des

programmes que l'on ne trouve pas ailleurs présente un avantage pour 63,2 % d'entre eux. Ces taux devraient progresser avec la généralisation des usages de la vidéo à la demande et l'élargissement de l'offre.

AVANTAGES OFFERTS PAR LA VOD

	Connaisseurs (%)	
	Oui	Non
Cela permet une liberté horaire pour le visionnage	92,3	7,7
C'est un moyen légal de visionner des films ou des programmes téléchargés sur Internet	92,2	7,8
Cela évite de sortir pour louer un DVD	85,4	14,6
C'est un moyen de découvrir de nouveaux films ou programmes	84,4	15,6
Cela permet de voir des films que l'on n'a pas eu le temps de voir en salles	83,3	16,7
La qualité technique est garantie et le service est sécurisé (virus...)	78,1	21,9
Cela permet de voir des films ou des programmes avant leur passage à la télévision ou en vidéo	70,2	29,8
Cela permet de trouver des films ou des programmes que l'on ne trouve pas ailleurs	63,2	36,8

source : CNC - Novatris

Expérience de la VOD

Les internautes ayant déjà fait l'expérience de la vidéo à la demande expriment une opinion plutôt positive. La démarche s'est avérée facile d'utilisation pour 93,4 % d'entre eux et peu ou pas compliquée techniquement (86,2 %). 74,3 % des utilisateurs ne jugent pas la durée de téléchargement trop longue.

QUALITE TECHNIQUE DU SERVICE DE VOD

	Utilisateurs (%)	
	Oui	Non
D'utilisation facile	93,4	6,6
Techniquement compliqué	13,8	86,2
Long à télécharger	25,7	74,3

source : CNC - Novatris

Satisfaction vis-à-vis du service de VOD

L'ensemble des critères d'appréciation du service de VOD révèlent plus de 60 % d'utilisateurs satisfaits. Néanmoins, certaines caractéristiques des sites génèrent davantage de satisfaction. C'est le cas notamment de leur ergonomie globale, qui est positivement appréciée par 85,6 % des utilisateurs de service de vidéo à la demande. La durée accordée pour le visionnage (83,8 %) et les délais de téléchargement (83,2 %) recueillent également de forts taux de satisfaction.

En revanche, les deux points générant le plus d'insatisfaction concernent les prix proposés (38,9 % d'utilisateurs insatisfaits) et le nombre de films et de programmes proposés (37,1 %). Sur ce dernier point, le développement des services et des offres devraient déboucher assez rapidement sur une appréciation plus positive.

APPRECIATION DU SERVICE DE VOD

	Utilisateurs (%)	
	satisfaits	insatisfaits
L'ergonomie globale du site	85,6	14,4
La durée de visionnage	83,8	16,2
Les délais de téléchargement	83,2	16,8
La nouveauté des films et des programmes proposés	76,0	24,0
La diversité des films et des programmes proposés	70,7	29,3
La recherche de films ou de programmes particuliers	70,1	29,9
Le nombre de films et de programmes proposés	62,9	37,1
Les prix proposés	61,1	38,9

source : CNC - Novatris

Intention de consommation en VOD

93,5 % des internautes ayant déjà réalisé un téléchargement en vidéo à la demande désirent poursuivre ce type de démarche, ce qui illustre la forte satisfaction vis-à-vis du service. 18,6 % souhaitent même renouveler l'expérience régulièrement. Par ailleurs, 42,0 % des internautes n'ayant jamais encore fait l'expérience de la VOD expriment l'intention de la tenter.

Au total, près de la moitié des internautes (45,6 %) pourraient à moyen terme devenir des usagers de la vidéo à la demande.

INTENTION DE CONSOMMATION EN VOD (%)

	Internautes	Utilisateurs	Non utilisateurs
Oui, j'ai l'intention de le faire régulièrement	3,1	18,6	2,0
Oui, j'ai l'intention de le faire occasionnellement	42,5	74,9	40,0
Non	54,4	6,6	58,0
Total	100,0	100,0	100,0

source : CNC - Novatris