



AFC@E
CINÉMAS ART & ESSAI





LES FILMS ET LES SÉRIES SUR LES PLATEFORMES DE STREAMING

AFC@E
CINÉMAS ART & ESSAI



CONTEXTE & OBJECTIFS




Depuis début 2020 et la pandémie de Covid-19, l'exploitation et la filière cinéma ont vécu une crise exceptionnelle avec deux longues fermetures des salles et une reprise marquée par une baisse significative de la fréquentation depuis bientôt une année. Dans le même temps, l'abonnement aux plateformes et le visionnement de séries et de films sur ces services audiovisuels payants se sont considérablement développés.







Mais, alors que les audiences des médias traditionnels (presse, télé, radio, cinéma) sont analysées et connues en détail, celles des services de streaming ne font l'objet d'aucune étude publique et communication.

Afin de pouvoir mesurer la réalité du développement de ces plateformes de streaming, l'Association Française des Cinémas Art et essai (qui rassemble 1200 cinémas) a commandé une étude à l'IFOP.

Objectifs : connaître les taux d'abonnement aux plateformes pour chaque opérateur, les principales motivations et usages des abonnés, les éventuelles conséquences sur leur fréquentation des salles et enfin avoir des repères sur les niveaux de visionnement des séries et films très grands publics comme des films d'auteur.

LISTE DES PROGRAMMES TESTÉS

| DIFFUSEUR | FILM |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> • Spencer • Le Bal des folles • Pinocchio • Hôtel Transylvanie 4 • The Tender Bar |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • Soul • Luca • Alerte rouge |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • Marriage Story • The Irishman • La Ballade de Buster Scruggs • Roma • Don't Look up • The Power of the Dog • Mank • La Main de Dieu • 8 rue de l'Humanité • Madame Claude • Big Bug |

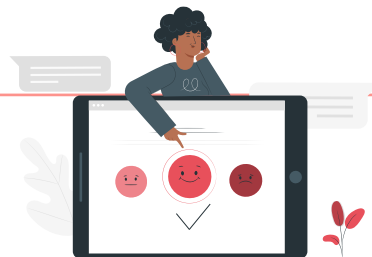
| DIFFUSEUR | SÉRIE |
|---|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> • Le Jeu de la dame • The Eddy • Squid Game • La Casa de Papel • Lupin • Le Serpent • Drôle • Emily in Paris • Snowpiercer • La Chronique des Bridgerton • Inventing Anna • Vikings : Valhalla |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • Upload • Star Trek : Picard |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • The Gilded Age • Euphoria |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • OVNI(s) |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • Germinal |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • En Thérapie |

MÉTHODOLOGIE



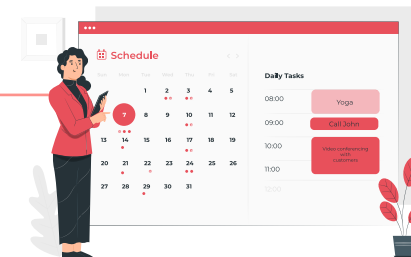
Interrogation d'un échantillon de 2000 individus âgés de 15 ans et +

(représentativité assurée par la méthode des quotas en termes de sexe, âge, PCS individu, taille d'agglomération et région)



Réalisation d'une étude quantitative, selon un mode de recueil online

(solicitation des membres de l'access panel Bilendi, partenaire de l'Ifop)



Les répondants ont été sollicités entre le 31 mars et le 5 avril 2022



PRINCIPAUX RÉSULTATS



FRÉQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA

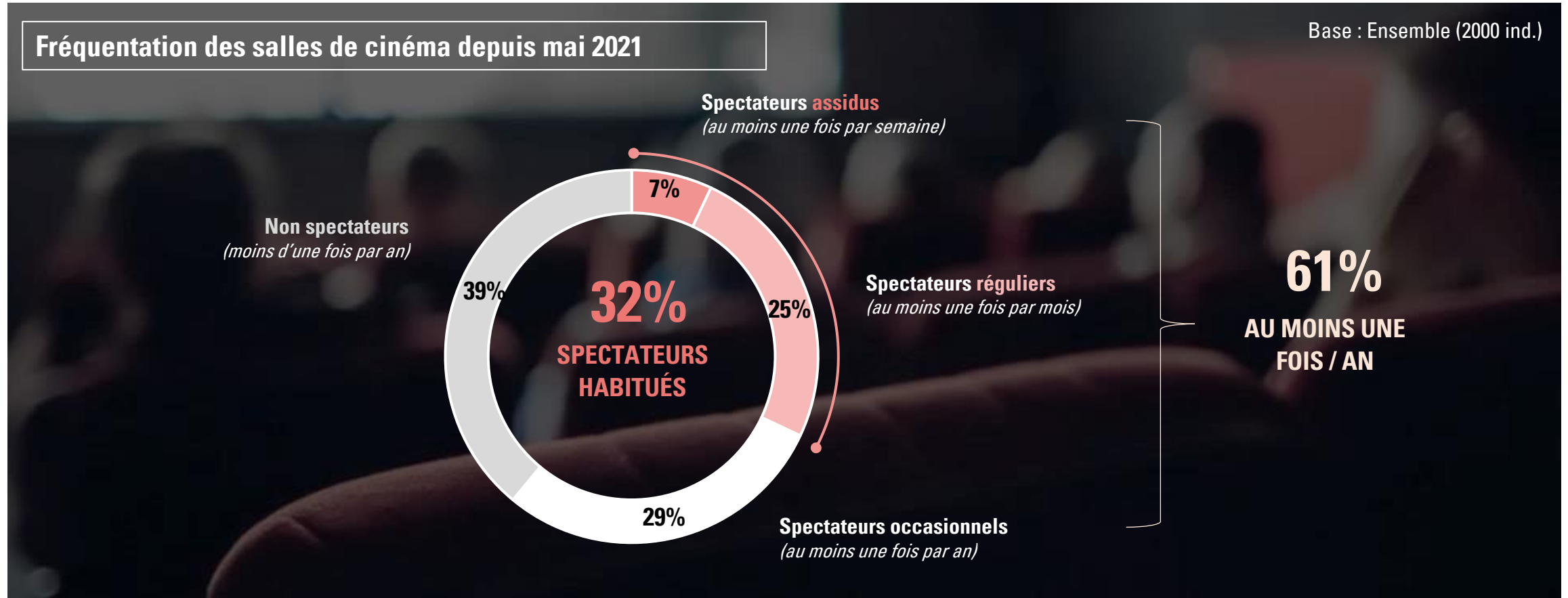


AFC@E
CINÉMAS ART & ESSAI

- FRÉQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA DEPUIS LA RÉOUVERTURE DES SALLES

32% des Français se rendent dans les salles de cinéma au moins une fois par mois depuis leur réouverture en mai 2021, 61% au moins une fois par an.

Q1. Depuis la réouverture des salles (mai 2021), à quelle fréquence allez-vous au cinéma ?





HABITUDES DE CONSOMMATION DES PLATEFORMES DE SVOD

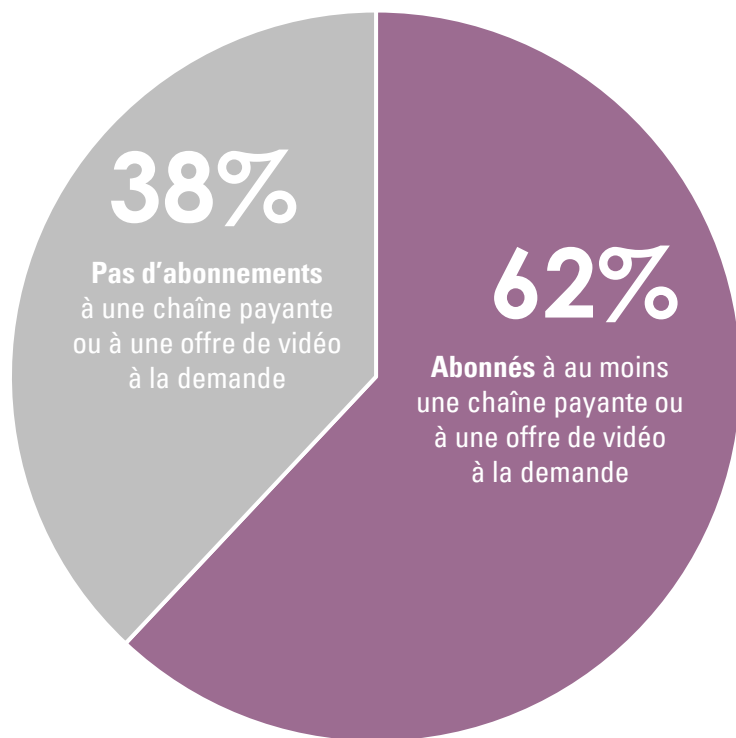


• ABONNEMENTS À DES OFFRES DE SVOD OU DE TV PAYANTE

Plus de 6 Français sur 10 souscrivent à des offres audiovisuelles payantes. Les spectateurs habitués* du cinéma sont plus enclins à s'abonner à ces offres que le reste de la population.

Q3. Dans votre foyer, êtes-vous actuellement abonné aux offres suivantes ? Plusieurs réponses possibles

Base : Ensemble (2000 ind.)



20%

d'abonnés à une ou plusieurs offres de chaînes de télévision payantes



55%

d'abonnés à une ou plusieurs offres de vidéos à la demande (SVOD)



+ Ecart significatif positif à 95% par rapport à l'ensemble

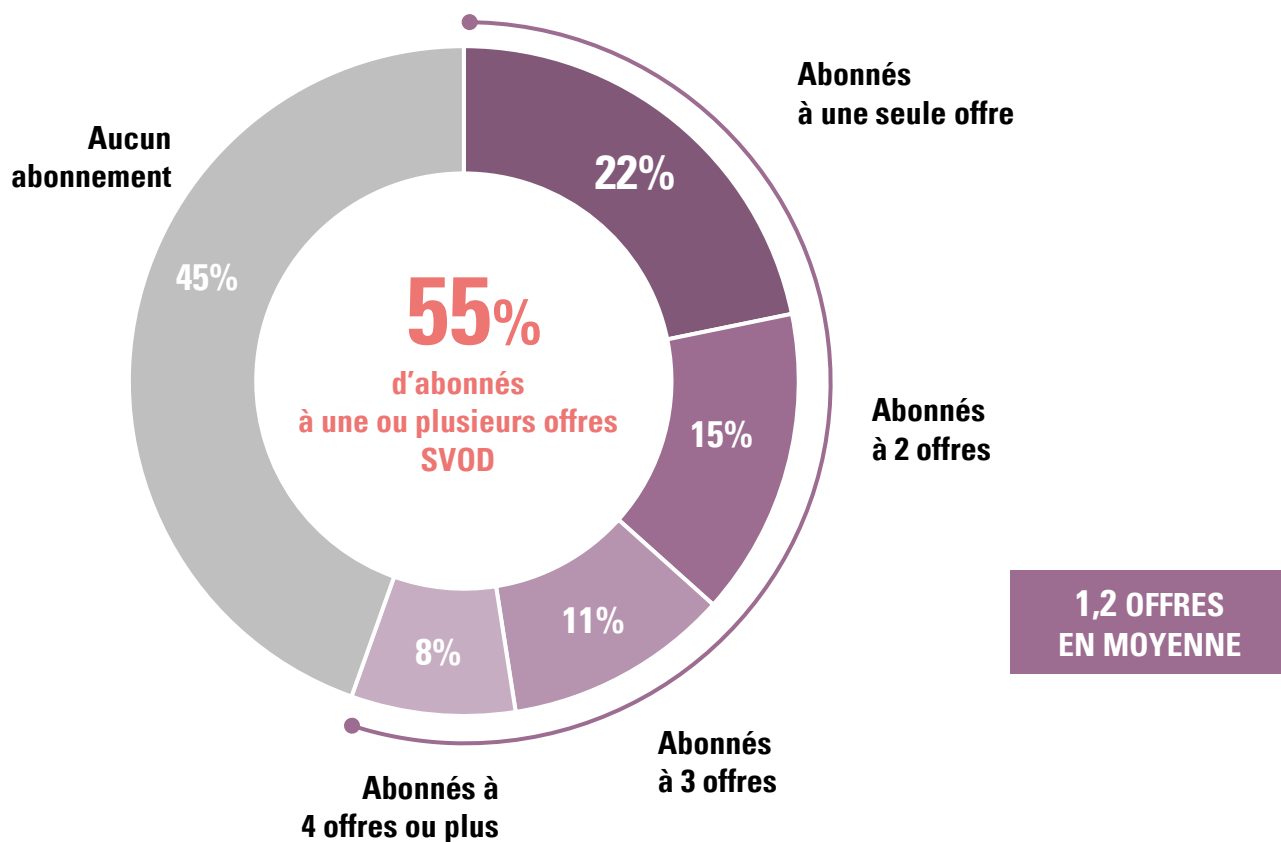
* spectateurs habitués = spectateurs assidus + réguliers

- DÉTAIL DES ABONNEMENTS À DES OFFRES DE SVOD

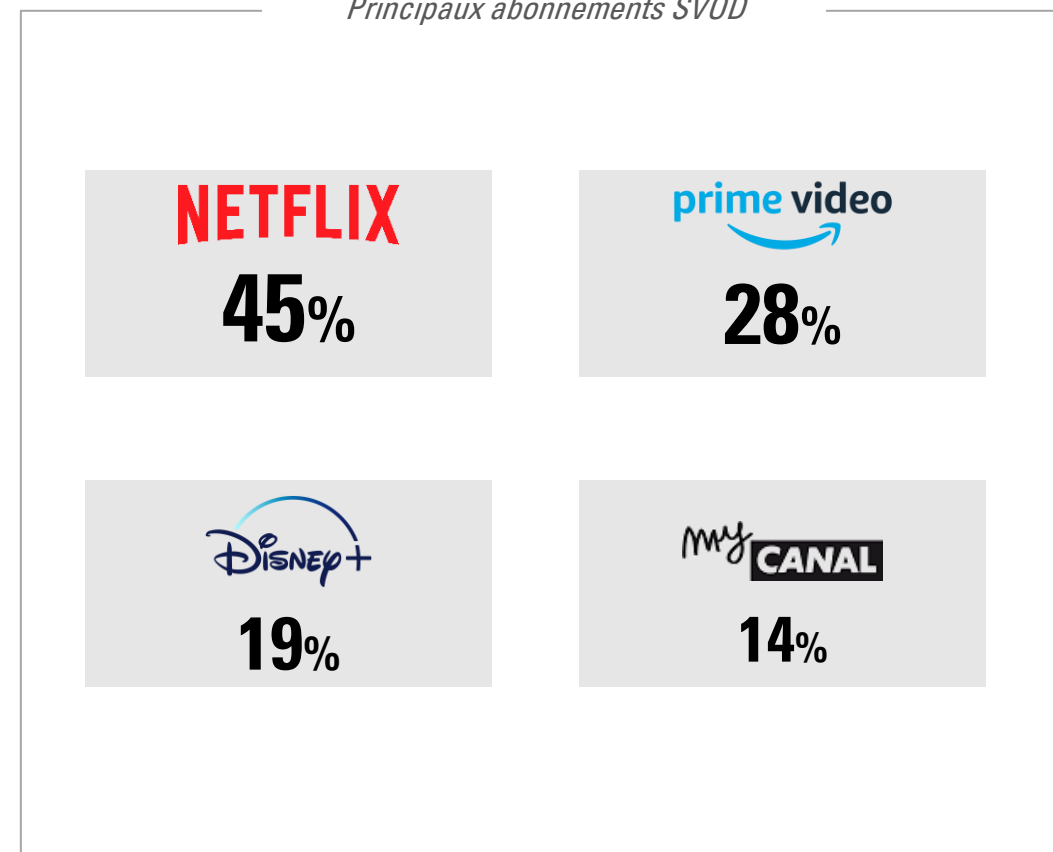
En moyenne, les Français sont abonnés à 1,2 offres de vidéo à la demande. Netflix domine largement le marché, suivi de Prime Video et Disney+.

Q4. A quelle(s) offre(s) de vidéos à la demande êtes-vous actuellement abonné dans votre foyer ? Plusieurs réponses possibles

Base : Ensemble (2000 ind.)



Principaux abonnements SVOD

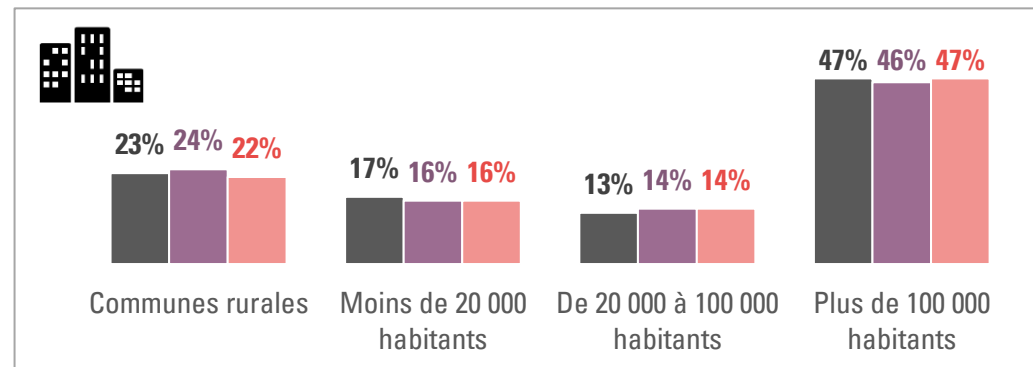
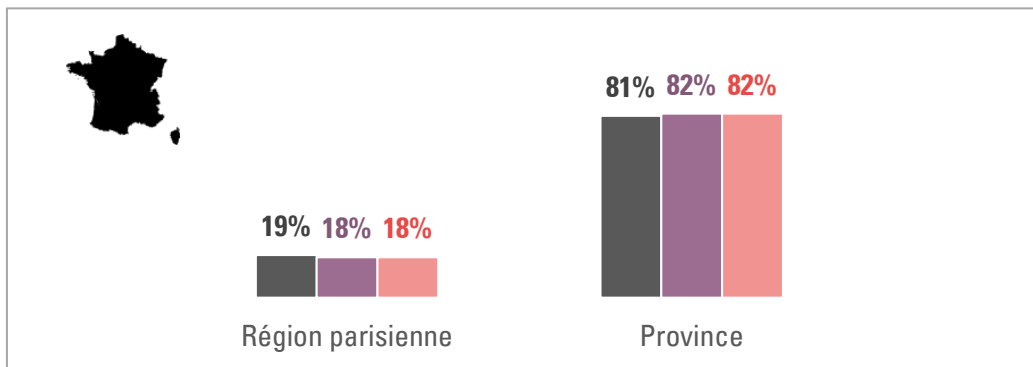
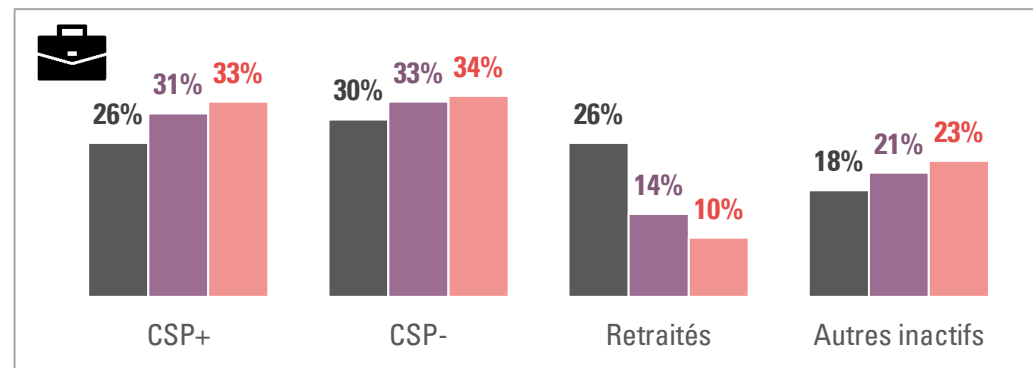
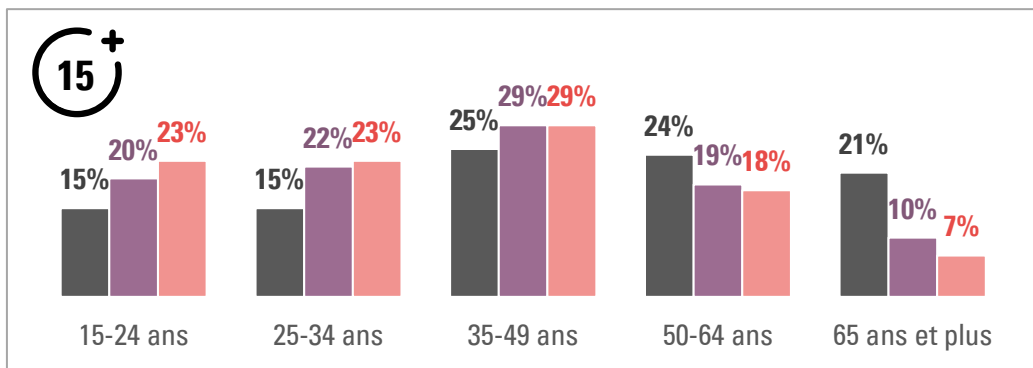


Un profil d'abonnés SVOD plus jeune que l'ensemble de la population.

Q4. A quelle(s) offre(s) de vidéos à la demande êtes-vous actuellement abonné dans votre foyer ? Plusieurs réponses possibles

■ Ensemble ■ Abonnés SVOD ■ Abonnés **NETFLIX**

Base : Ensemble (2000 ind.)

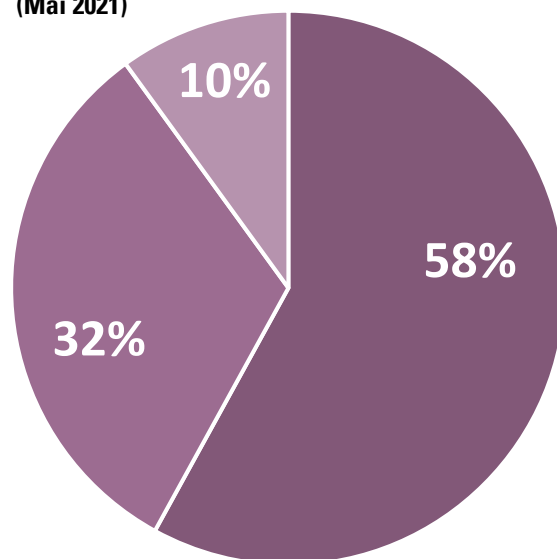


La crise sanitaire a été un accélérateur de l'abonnement aux offres SVOD.

Q5. Vous nous avez indiqué être abonné à un ou des services de vidéos à la demande. La dernière fois que vous avez souscrit un abonnement à cette/ces offre(s) de vidéo à la demande, quand était-ce ?

Base : Abonnés SVOD (1097 ind.)

Depuis la réouverture des
salles de cinéma
(Mai 2021)

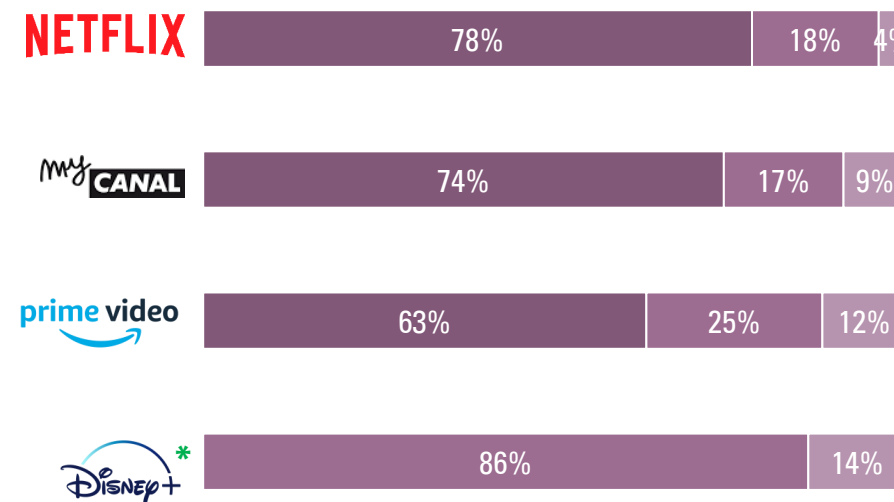


Avant la crise
sanitaire
(Mars 2020)

Pendant la période
de fermeture des salles de cinéma liée
à la crise sanitaire
(De mars à juin 2020 puis
d'octobre 2020 à avril 2021)

Période d'abonnement à une ou des offres SVOD

■ Avant la crise sanitaire (mars 2020)
■ Pendant la période de fermeture des salles de cinéma liée à la crise sanitaire
■ Depuis la réouverture des salles de cinéma (mai 2021)



* Lancement Disney+ en France le 31/03/2020

- FRÉQUENCE DE CONSOMMATION DES CONTENUS SUR LES PLATEFORMES DE SVOD

Les deux tiers des abonnés SVOD regardent des films et des séries au moins une fois par semaine. Les abonnés Netflix sont les plus gros consommateurs de films et de séries.

Q6. Dans votre foyer, à quelle fréquence, vous ou les membres de votre foyer, regardez-vous via votre abonnement à ... ?

Tous les jours ou presque/ 2 à 3 fois par semaine/ 1 fois par semaine/ 2 à 3 fois par mois/ 1 fois par mois/ Moins souvent/ Jamais

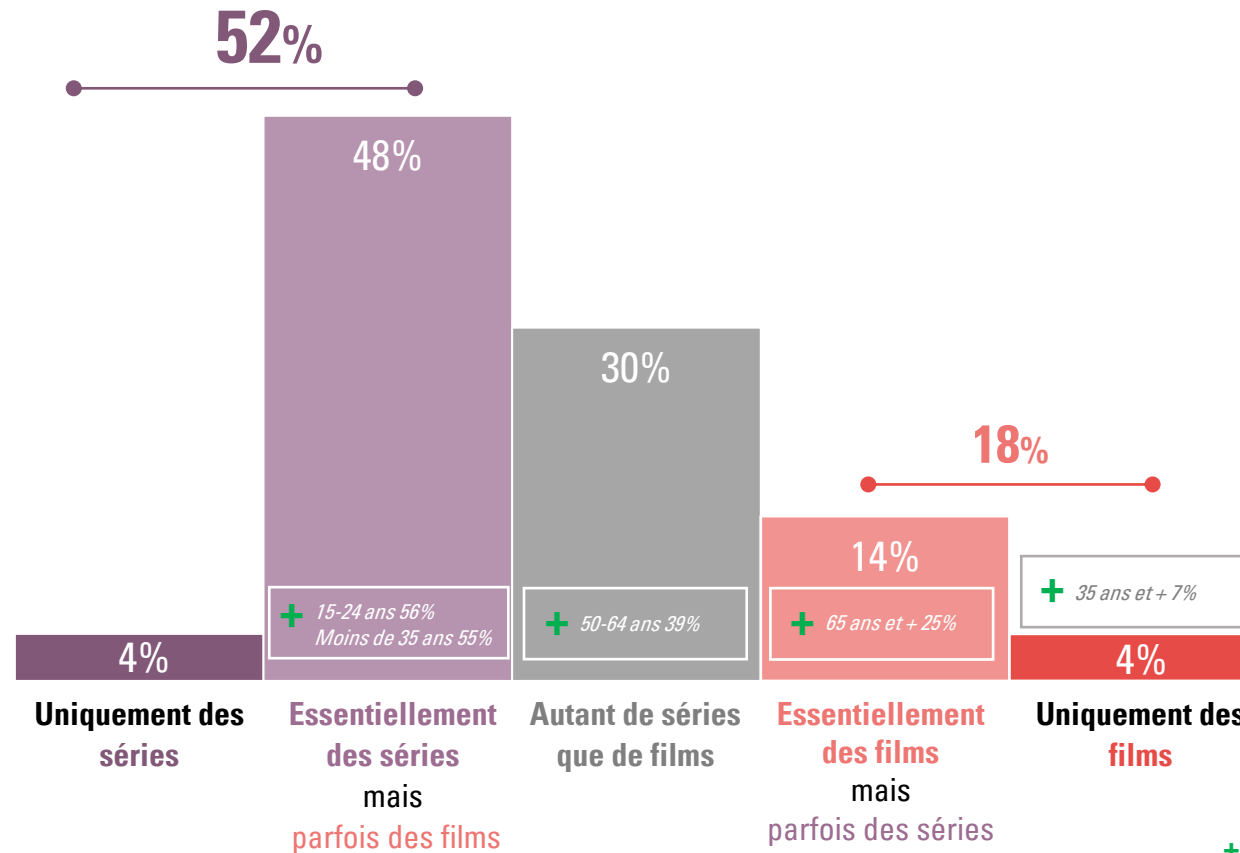
Base : Abonnés SVOD (1097 ind.)
% Regardent au moins une fois par semaine

| | Abonnés SVOD | NETFLIX | prime video | Disney+ | my CANAL | SALTO |
|-------------------------|--------------|---------|-------------|---------|----------|-------|
| Des films | 62% | 69% | 53% | 57% | 69% | 52% |
| Des séries | 65% | 79% | 53% | 56% | 64% | 65% |
| Des documentaires | 29% | 28% | 24% | 26% | 36% | 29% |
| Des programmes jeunesse | 33% | 34% | 21% | 48% | 30% | 33% |

- FOCUS SUR LA CONSOMMATION DES FILMS ET DES SÉRIES

Sur les plateformes SVOD, la consommation de séries est plus fréquente que le visionnement de films. Les jeunes en sont particulièrement amateurs. Les plus âgés sont plus enclins à regarder des films.

Q7. Concernant la consommation de séries et de films sur votre ou vos services de vidéos par abonnement, diriez-vous que vous regardez ...



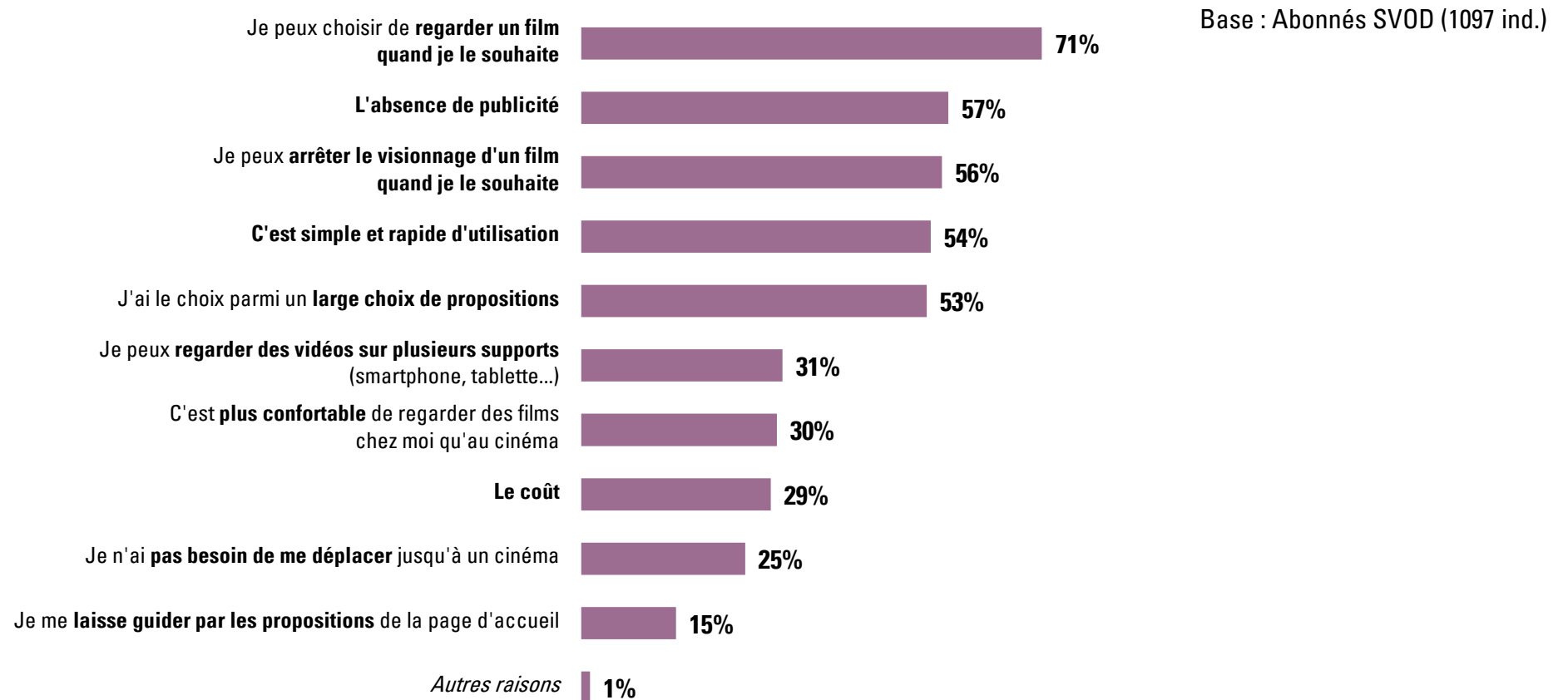
Base : Abonnés SVOD (1097 ind.)

+/- Ecart significatif positif ou négatif à 95% par rapport à l'ensemble

- AVANTAGES DE L'UTILISATION DES PLATEFORMES DE SVOD

La souplesse du « on demand », principal atout des plateformes.

Q8. Pour vous, personnellement, quels sont les principaux avantages de l'utilisation de ces services de vidéos par abonnement ?
Plusieurs réponses possibles



- IMPACT DE L'UTILISATION DES PLATEFORMES DE SVOD SUR LA FRÉQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA

L'utilisation des plateformes de SVOD a concurrencé la fréquentation des salles.

Q9.L'utilisation de ces services de vidéos par abonnement a-t-elle eu un impact sur votre fréquentation des salles de cinéma ?

Depuis que je suis abonné à une offre de vidéo à la demande...

Je vais plus souvent au cinéma

5%

Je vais au même rythme au cinéma

54%

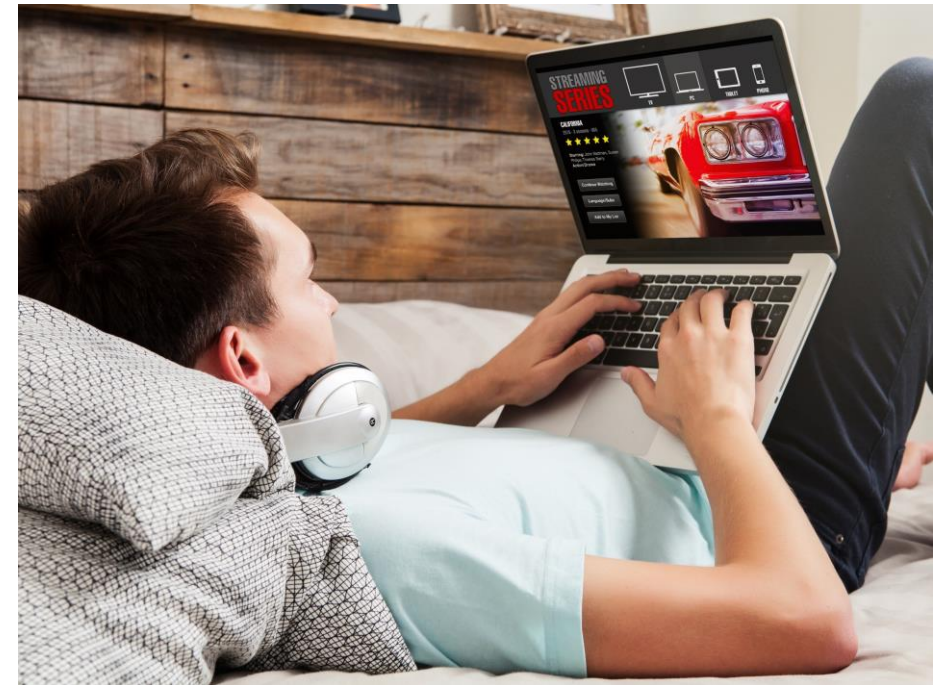
Je vais moins souvent au cinéma

29%

Je ne vais plus au cinéma

12%

Base : Abonnés SVOD (1097 ind.)





**NIVEAU DE VISIONNEMENT
DES FILMS ET SÉRIES DIFFUSÉS
SUR LES PLATEFORMES
DE SVOD**

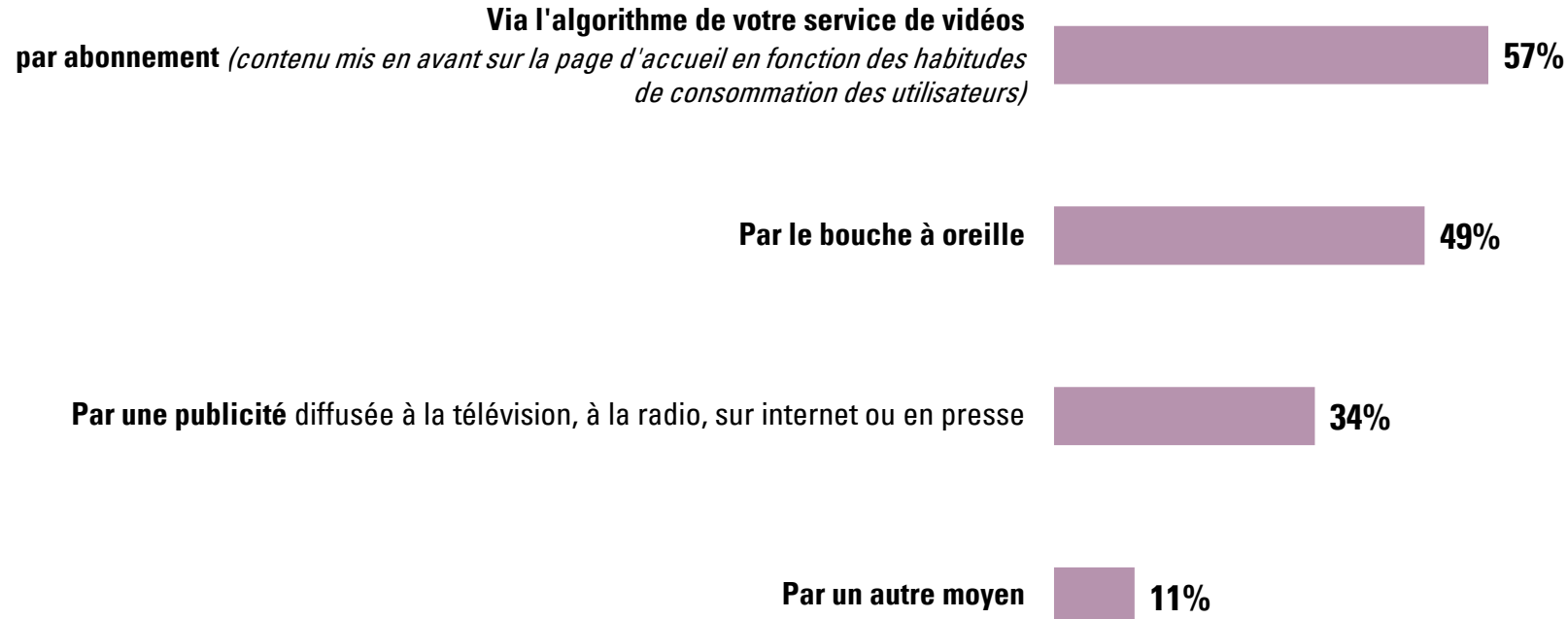


- MOYENS DE CONNAISSANCE DES FILMS ET DES SÉRIES TESTÉS

L'algorithme proposé par les plateformes de SVOD est le premier moyen permettant de connaître l'offre de films et séries diffusée sur ces dernières, le bouche à oreille est également très efficace.

Q15. Par quels moyens avez-vous entendu parler des films ou des séries précédemment cités ? Plusieurs réponses possibles

Base : Abonnés SVOD qui regardent au moins une fois par semaine des films ou séries via leur abonnement

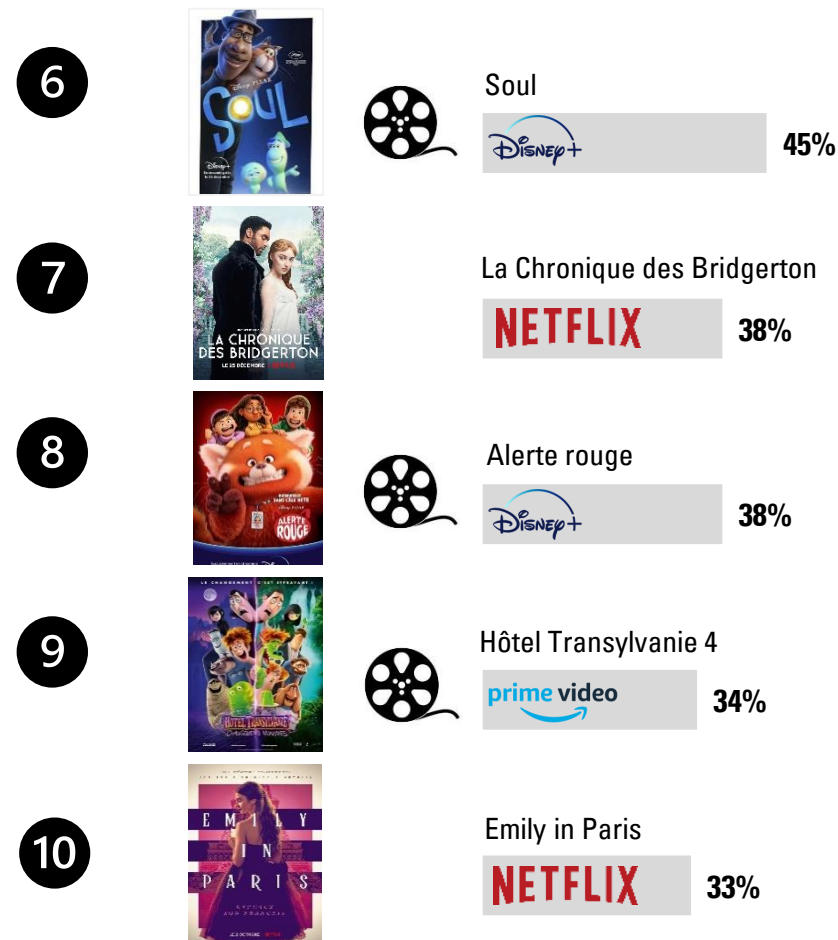
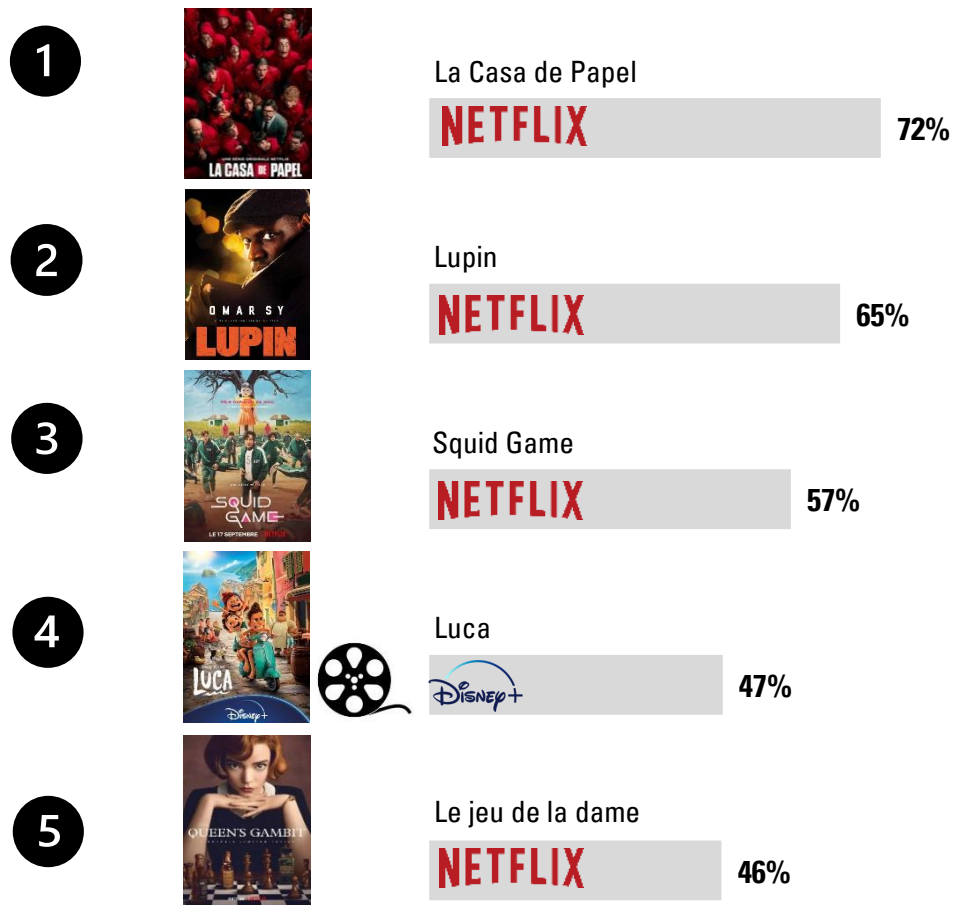


• LES PROGRAMMES DIFFUSÉS SUR LES PLATEFORMES LES PLUS VISIONNÉS – TOP 10

Les séries Netflix et films d'animation Disney+ dans le Top 10 des programmes les plus regardés **par les abonnés.**

Q14. Pour chacun des films ou séries suivants, avez-vous regardé le film/ la série ...

Base : Abonnés de la plateforme diffusant le programme
% ont regardé partiellement/ en totalité

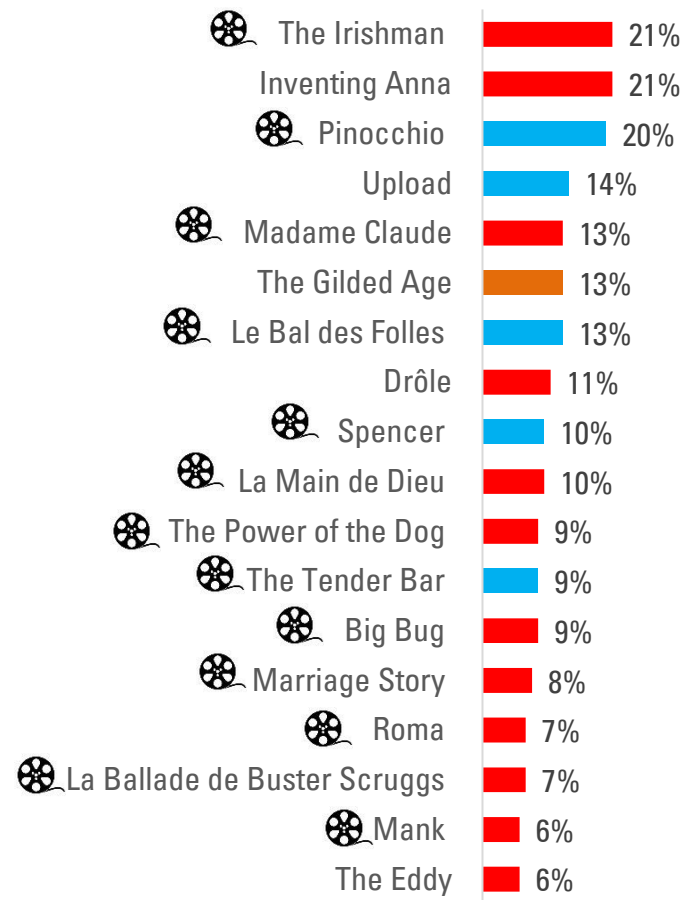
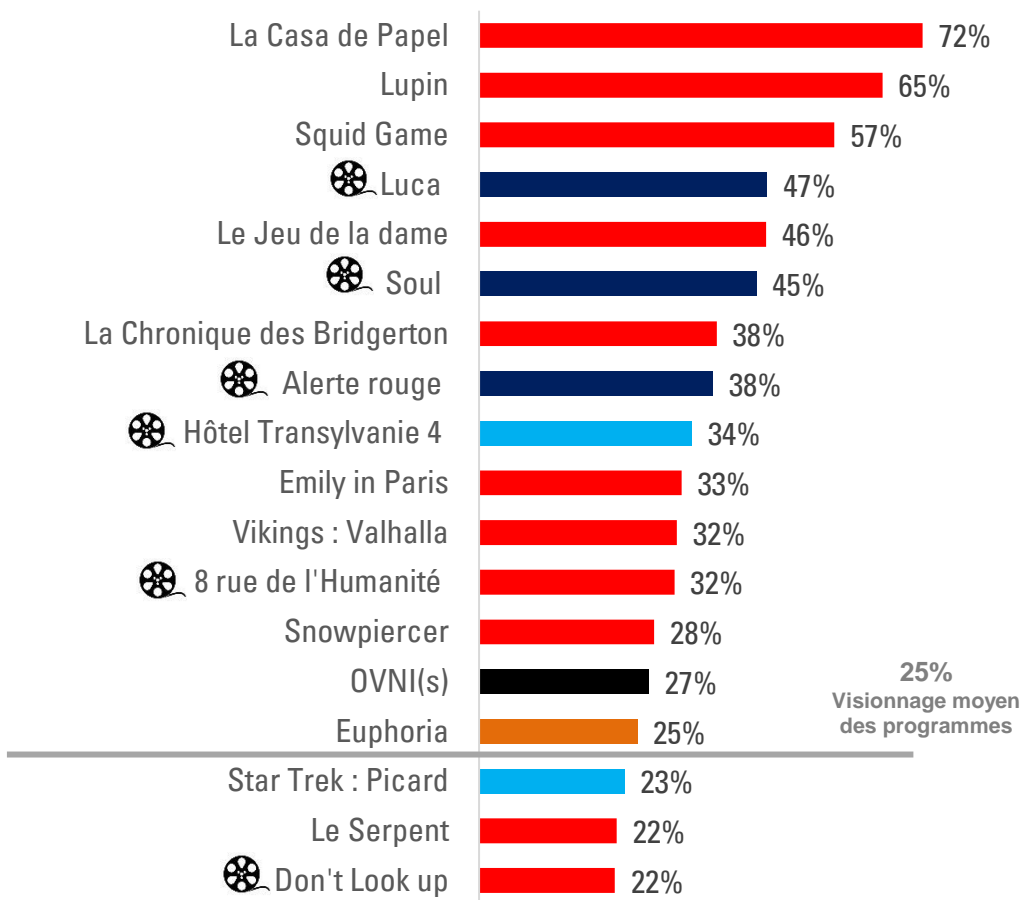


• LES PROGRAMMES DIFFUSÉS SUR LES PLATEFORMES VISIONNÉS – DÉTAIL

Les séries Netflix dominent largement le classement. Le score de visionnement déclaré des films d'animation est également supérieur à la moyenne. Les films d'auteur sont moins prisés des abonnés.

Q14. Pour chacun des films ou séries suivants, avez-vous regardé le film/ la série ...

Base : Abonnés de la plateforme diffusant le programme
% ont regardé partiellement/ en totalité

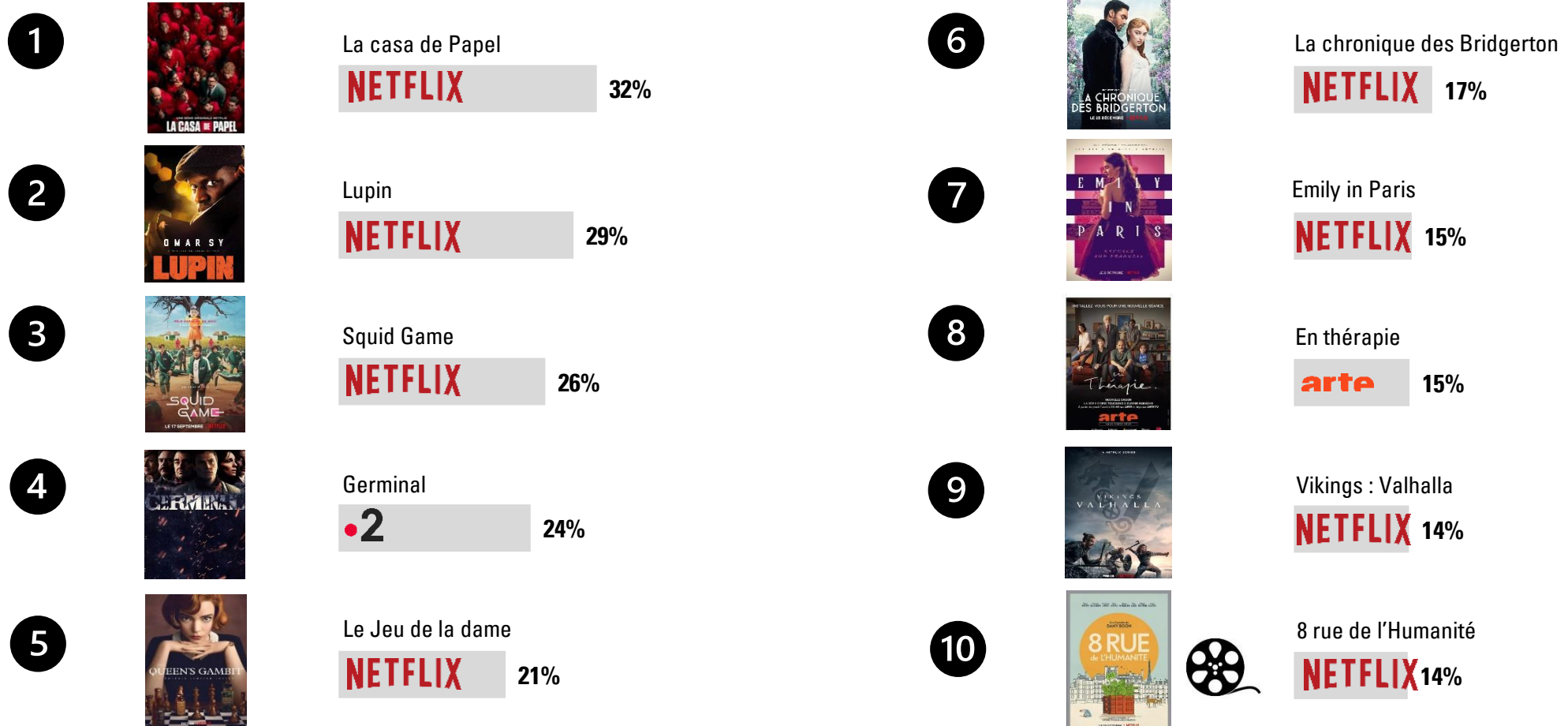


• LES PROGRAMMES DIFFUSÉS SUR LES PLATEFORMES OU À LA TÉLÉVISION LES PLUS VISIONNÉS – TOP 10

Sur l'ensemble de la population, un top 10 des audiences déclarées composé principalement de séries Netflix.
8 rue de l'Humanité est le seul film à figurer dans le classement.

Q14. Pour chacun des films ou séries suivants, avez-vous regardé le film/ la série ...

Base : Ensemble (2000 ind.)
% ont regardé partiellement/ en totalité

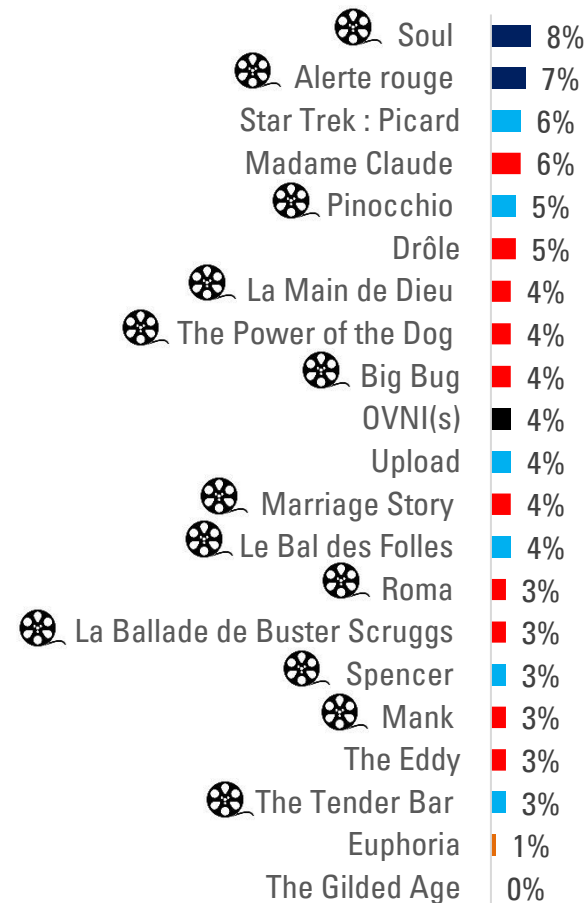
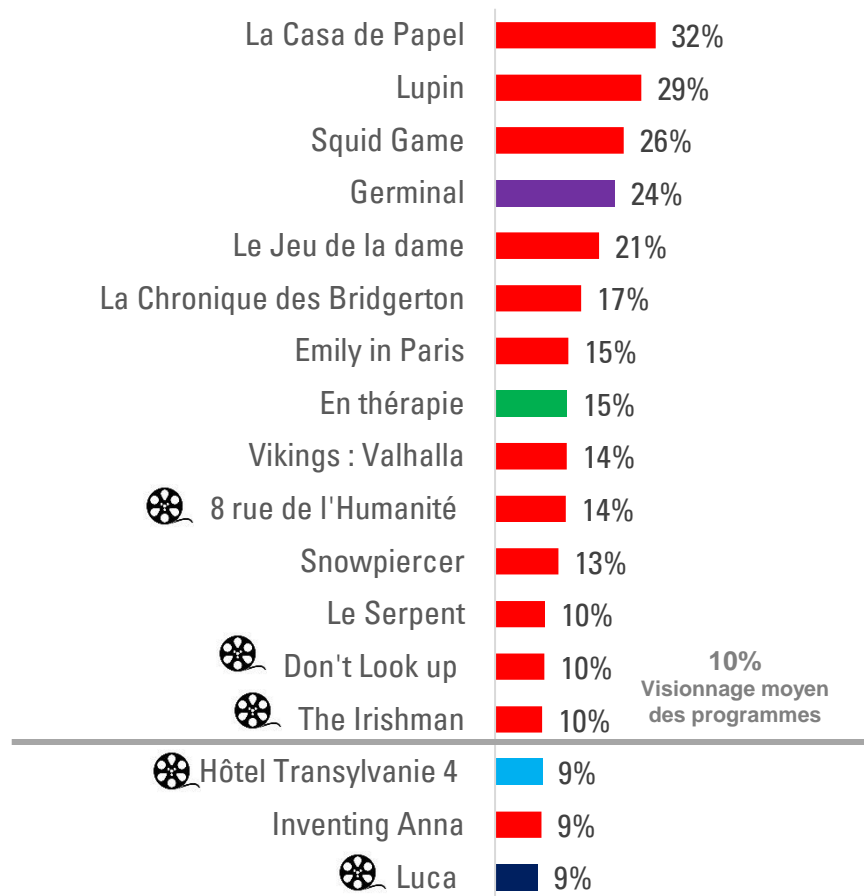


• LES PROGRAMMES DIFFUSÉS SUR LES PLATEFORMES OU À LA TÉLÉVISION VISIONNÉS – DÉTAIL

Netflix, plateforme génératrice des plus forts niveaux de visionnement. Les séries très nettement devant les films. Des niveaux de visionnement bas pour les films d'animation et les films d'auteurs prestigieux présentés en festival et/ou récompensés.

Q14. Pour chacun des films ou séries suivants, avez-vous regardé le film/ la série ...

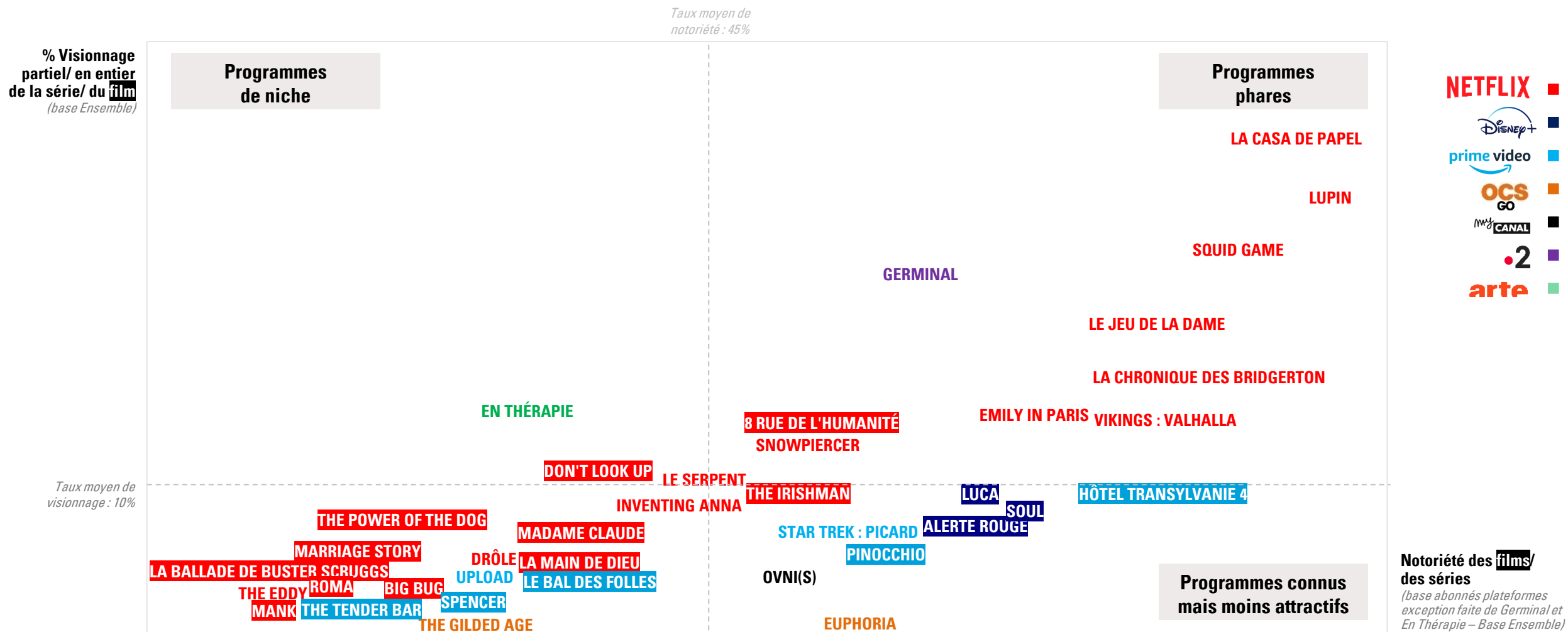
Base : Ensemble (2000 ind.)
% ont regardé partiellement/ en totalité



• NOTORIÉTÉ ET VISIONNAGE DE L'ENSEMBLE DES PROGRAMMES TESTÉS - BASE ENSEMBLE

Q10. Voici différents films diffusés sur les services de vidéos par abonnement. Pour chacun d'eux, indiquez si vous le connaissez, ne serait-ce que de nom. / Q11. Voici différentes séries diffusées sur les services de vidéos par abonnement. Pour chacune d'elles, indiquez si vous la connaissez, ne serait-ce que de nom. / Q12. Connaissez-vous la série En thérapie diffusée sur Arte, ne serait-ce que de nom ?

Q13. Connaissez-vous la série Germinal diffusée sur France 2, ne serait-ce que de nom ? / Q14. Pour chacun des films ou séries suivants, avez-vous regardé le film/ la série ...





À RETENIR

SYNTHÈSE

LA SVOD, UN CONCURRENT SÉRIEUX À LA FREQUENTATION DES SALLES DE CINÉMA

- **62%** des Français sont **abonnés à des offres audiovisuelles payantes**.
- **55%** **souscrivent à une ou plusieurs offres de vidéos à la demande (SVOD)**.
- **Les 2/3 des habitués du cinéma sont abonnés à au moins une plateforme**.
- **Netflix, acteur majeur du secteur** : 45% des personnes interrogées et 58% des 25-49 ans y sont abonnés.
- **Une accélération des abonnements aux offres SVOD avec la crise sanitaire**.
- Et un **impact négatif des abonnements SVOD sur la fréquentation des salles de cinéma** : 41% des abonnés SVOD déclarant aller moins souvent voire plus du tout au cinéma.

DES NIVEAUX DE VISIONNEMENT DE SÉRIES NETTEMENT SUPÉRIEURS AUX FILMS SUR LES PLATEFORMES SVOD

- **Les deux tiers des abonnés SVOD regardent des films et des séries au moins une fois par semaine**.
- **Les niveaux de visionnement des séries sont très supérieurs à ceux des films**.
- Les résultats de **visionnement des grands films d'auteur** sont, pour la plupart, de l'ordre de **10% des abonnés** et de **4% de l'ensemble de la population**.
- Les résultats de **visionnement des films Disney** sur Disney+ sont de l'ordre de **40 à 50% des abonnés à la plateforme**, mais de seulement **7 à 9% de l'ensemble de la population**.



LES FILMS ET LES SÉRIES SUR LES PLATEFORMES DE STREAMING



PÔLE IFOP MÉDIA & DIGITAL

Isabelle TREVILLY – Directrice du Pôle

isabelle.trevilly@ifop.com

Sophie GONCALVES – Directrice d'études

Sophie.goncalves@ifop.com

AFC@E
CINÉMAS ART & ESSAI