

# HD : un marché de 4 milliards d'euros en France

La haute définition séduit les Français. Selon une étude de Gfk, les produits HD (hardware et software) représenteront en 2007 un chiffre d'affaires de 4 milliards d'euros. Le secteur des téléviseurs fait évidemment office de locomotive avec une part de marché d'environ 85%. 80% des TV vendues cette année sont équipées pour la haute définition malgré une offre de programmes encore limitée. Dès 2008, les TV HD se vendront à un rythme de près de 5 millions d'unités par an, prévoit Gfk.

L'institut d'études estime qu'à la fin 2010, un foyer sur deux sera équipé d'une TV HD en tant qu'écran principal, soit 13 millions de foyers.

Pour autant, la cible des foyers pour l'acquisition potentielle de DVD HD est plus étroite qu'en 1997, date du lancement du DVD. Contrairement à 1997, le DVD traditionnel ciblait potentiellement 95% des foyers dès son lancement (et 100% du parc de téléviseurs). Le DVD HD n'adressera qu'un foyer sur cinq début 2008, soit le dixième du parc installé de téléviseurs.

La raison de ce décalage est simple. « La présence de deux formats différents complique le choix d'achat en termes de périphériques et surtout en termes de catalogues de films potentiels », explique Gfk. En 2007, il est prévu une vente de 25 à 30.000 lecteurs DVD HD principalement concentrées sur le dernier trimestre 2007.

Malgré tout, les DVD HD se vendent bien. Selon l'institut, les premiers chiffres de vente de vidéo HD sont en phase avec la première année de lancement du DVD traditionnel.

Qui gagnera la guerre des formats ? Gfk ne s'aventure pas à désigner un vainqueur. Il rappelle que depuis janvier 2007, le Blu-ray représente la majorité du parc installé de lecteurs Haute Définition, avec 91% des volumes écoulés (volumes HD comprenant PC, lecteurs DVD et consoles de jeux) mais que le HD DVD domine l'offre en platine de salon, fort de 69% des ventes sur cette même période.

« Un basculement rapide vers un format unique ou au contraire, une cohabitation durable aurait des impacts bien différents sur le développement du marché de la HD. Il est à mentionner que, les «Majors» hollywoodiennes s'engagent auprès de l'un ou l'autre format. Seule Warner propose encore ses titres sous les deux formats, mais un changement de stratégie pourrait avoir une influence considérable sur la victoire de l'un ou l'autre des deux protagonistes », explique-t-il.