

Les français consomment moins de DVD

L'étude du baromètre CNC-GFK est révélatrice. Il semble en effet que le marché du DVD soit arrivé à maturité.

Avec un recul des ventes de DVD au premier trimestre de **12,1%** en valeur mais également en volume de **9,7% à 31,3 millions d'unités**, selon l'étude, on comprend que l'inquiétude commence à gagner les professionnels du secteur. En parallèle, cette baisse des ventes de support, CNC-GFK révèle également une baisse du marché de la vidéo qui suit le mouvement du DVD avec au premier trimestre une baisse de 14,3% en valeur. Bien entendu, d'aucuns expliqueront que le marché est en panne de bons titres sur la période étudiée. Mais ce n'est pas l'unique explication. En effet, l'étude souligne l'importante diminution des opérations de déstockage agressif pratiquées par les supermarchés. Ainsi, sur les trois premiers mois de l'année 2006, les ventes de DVD à moins de 3 euros n'atteignent que péniblement les 1,1% contre 2,5% sur la période en 2005. Ces opérations qui ont très bien fonctionné au début, marchent désormais au ralenti, à cause de la banalisation du support qui s'est largement démocratisé. **Les séries télévisées à la mode de chez nous** Les Français sont certes de grands cinéphiles devant l'éternel, reste que depuis peu l'on assiste à une nouvelle tendance, le culte de la série. Cette nouvelle addiction cathodique explique d'ailleurs en partie la baisse du coût moyen d'un DVD, entre 12 et 14 euros. Si l'on s'attarde sur la répartition des ventes, cette tendance se confirme, puisque les ventes de films en DVD sont en légère baisse malgré une belle performance. Les recettes passent à 21,7% du total, soit 216 millions d'euros (les productions américaines représentent 67,5% de parts de marché contre 72% l'an dernier). Pour ce qui est des séries télévisées, elles ont réalisé un chiffre d'affaires de 62 millions d'euros au premier trimestre contre 46,3 sur la même période en 2005. Et contrairement à ce que l'on pourrait penser, l'arrivée de nouveaux formats, le HD et le Blu Ray, ne devrait pas relancer à court terme la consommation puisque ces deux formats sont incompatibles. Cela ne va que créer de la confusion chez les consommateurs habitués au DVD universel, accepté dans tous les lecteurs. Ce nouveau support va entraîner de nouvelle dépense des ménages en équipement, mais aussi en disques. La note risque donc d'être salée. Les observateurs du marché estiment qu'il va falloir une période d'au moins trois ans pour que les Français migrent vers ces nouveaux standards.