

Les fêtes de fin d'année sont toujours propices aux achats de DVD et de Blu-ray, mais cette année les français devraient dépenser plus qu'auparavant dans ce domaine. +17% selon Screen Digest. Un regain d'intérêt qui serait dû en grande partie à la modification de la Chronologie des Médias qui permet désormais aux films d'être disponibles en DVD ou Blu-ray, 4 mois seulement après leur sortie en salles :

Grâce à cet aménagement, les consommateurs peuvent ainsi découvrir en ce moment même dans les rayons plusieurs blockbusters relativement vendeurs comme Harry Potter et le Prince de sang-mêlé (Warner), Transformers 2 : La Revanche (Paramount), L'âge de glace 3 (Fox) ou encore Là-haut (Disney). Quant aux éditeurs, ils ont enfin la possibilité d'exploiter pour le marché vidéo, les campagnes marketing coûteuses mises en place pour la distribution en salles. « Par conséquent, 2009 devrait être une année tout à fait exceptionnelle dans l'histoire du marché de la vidéo en France » note Screen Digest, « non seulement les superproductions de l'été 2008 sont sorties en vidéo au premier trimestre de l'année 2009, mais en plus, le dernier trimestre a bénéficié des sorties de l'été 2009. En d'autres termes, le marché français est le seul à avoir profité de deux quatrièmes trimestres ! ».

La baisse des prix de vente n'est pas non plus étrangère à cette hausse des dépenses. Jusqu'à présent, les distributeurs français n'avaient pas la possibilité légale de vendre leurs DVD/Blu-ray moins chers qu'au prix coûtant. Mais la loi Chatel de juin 2008 a levé cette interdiction et plus ou moins permis de relancer le marché. En volume, en tout cas.

Ces derniers mois donc, les éditeurs ont testé de nouvelles stratégies commerciales avec des promos du type « 3 pour le prix de 2 » ou « 1 gratuit pour un acheté ». L'objectif étant à la fois de redynamiser les ventes, mais aussi d'inciter les adeptes du piratage à revenir en magasins. Résultat : après trois ans de baisse aussi bien en volume qu'en valeur, le marché français de l'édition vidéo retrouve des couleurs. Cette année, il devrait donc se vendre 14% de DVD en plus qu'en 2008. Sauf que l'érosion du prix moyen d'un DVD (13,05 euros) ne permet pas au chiffre d'affaires du secteur de progresser. Au final, cela va juste moins mal que l'an dernier. Screen Digest prévoit en effet une baisse de 5% du chiffre d'affaires DVD des éditeurs avec 1,26 milliard d'euros engrangés.

Heureusement, le Blu-ray est là pour redresser un peu la barre. Avec un prix moyen en baisse aussi de 5% (à 23,02 euros), le Blu-ray représente entre 10% et 20% des ventes sur les gros titres. Mais le total des ventes reste bien maigre au regard de celui des DVD. En effet, il ne se sera vendu cette année que 5,6 millions de Blu-ray pour un montant de 130 millions d'euros. Ce qui suffit à faire le bonheur des prévisionnistes et des analystes qui, avec 1,39 milliard d'euros dépensés cette année par les consommateurs en DVD et en Blu-ray, arrivent à la conclusion que les choses vont bien. Vendre à perte, est-il vraiment signe de bonne santé ?

À partir de l'an prochain, Screen Digest prévoit une accélération du déclin du marché DVD avec des ventes en baisse de 6% et des recettes en repli de de 10% (à 1,13 milliard d'euros). Bonne nouvelle toutefois pour le Blu-ray dont les ventes devraient doubler l'an prochain (256 millions d'euros) et compenser partiellement les pertes liées au déclin du DVD. Quant à la VoD, elle devrait également commencer à marquer son territoire, sans toutefois être capable de concurrencer le Blu-ray.

Source : ItrNews