

LES FILMS ÉVÉNEMENTS SUR NETFLIX : QUELS EFFETS SUR LES SPECTATEURS DE CINÉMA ?

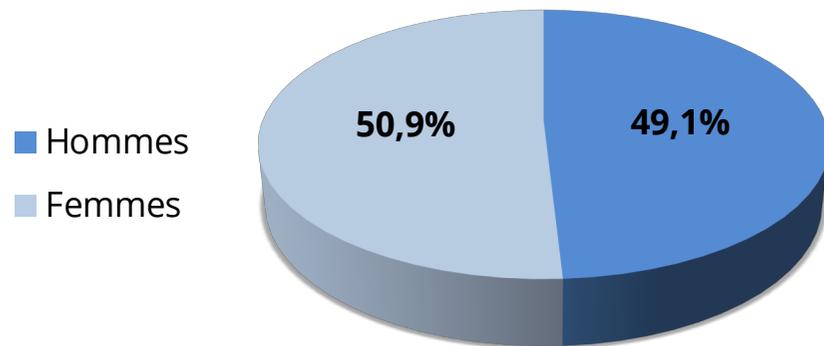
Enquête exclusive Observatoire de la satisfaction / Satellifax administrée online auprès d'un panel de 412 spectateurs représentatif du public cinéma de plus de 15 ans.



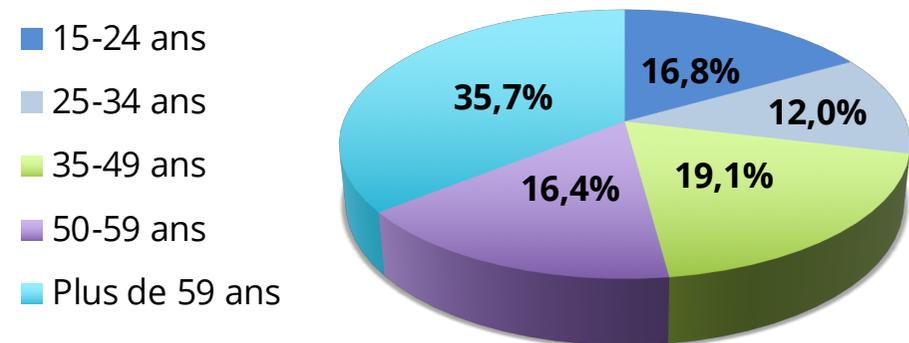
PROFIL DES RÉPONDANTS

412 personnes interrogées online du mardi 10 au mardi 17 décembre 2019

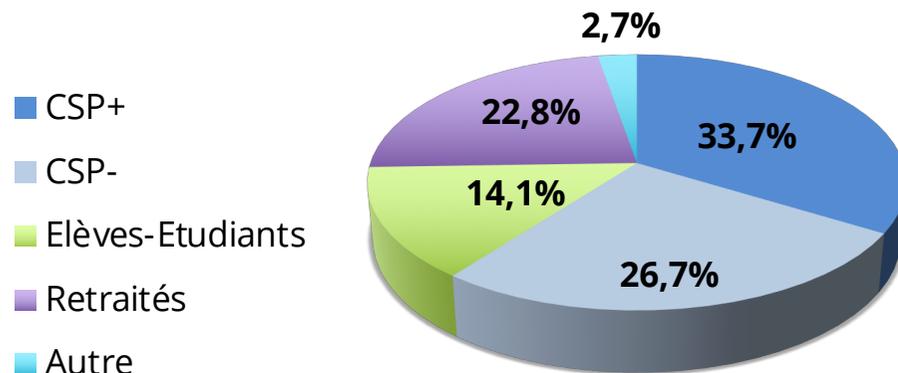
Sexe



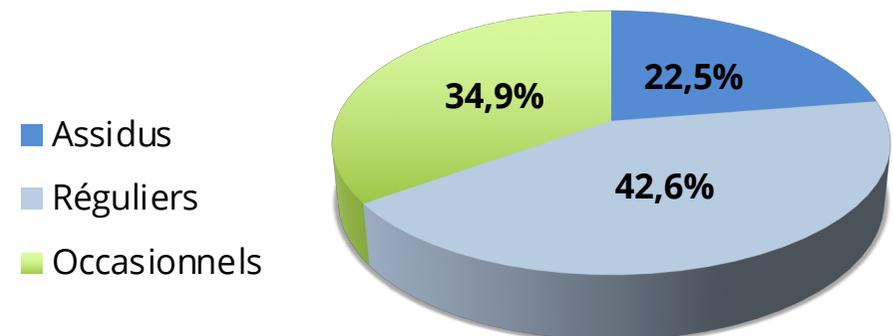
Âge



Profession

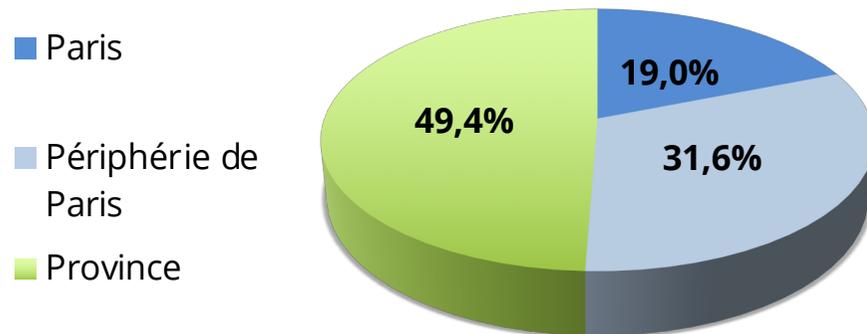


Rythme de fréquentation cinéma

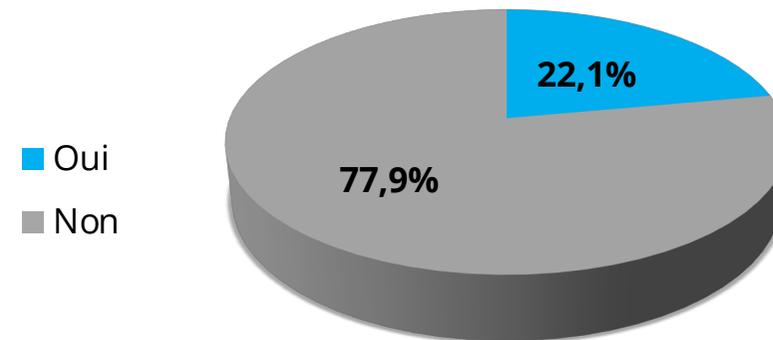


PROFIL DES RÉPONDANTS

Lieu de résidence



Abonnement carte cinéma illimitée



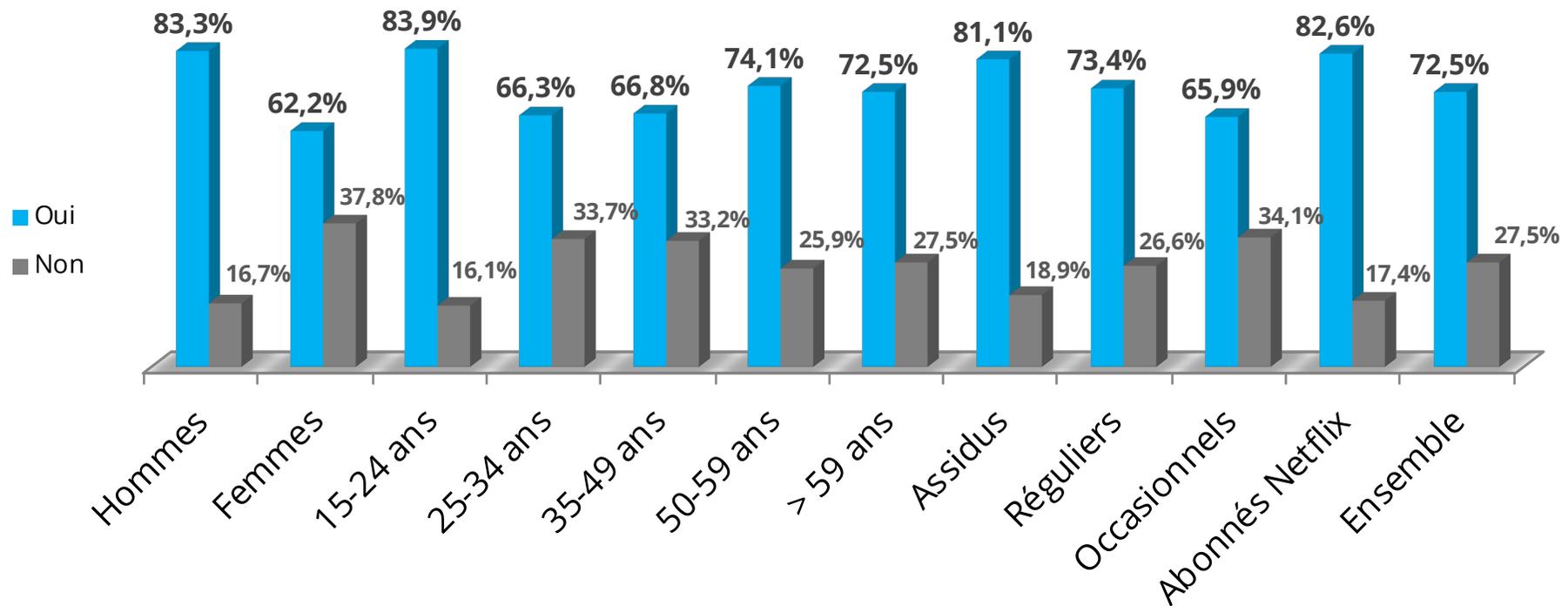
Les 412 répondants à cette enquête ont un profil représentatif (selon les critères sexe/âge/rythme de fréquentation cinéma) des entrées réalisées par les spectateurs français de 15 ans et plus.

Au niveau des catégories socioprofessionnelles, on trouve une ventilation entre 4 groupes principaux : CSP+ (catégories socioprofessionnelles les plus favorisées) /CSP-/Élèves-Étudiants/Retraités.

Plus de 22% des répondants sont possesseurs d'une carte de cinéma illimitée, ce qui est une proportion équivalente à celle des spectateurs assidus (allant au cinéma au moins une fois par semaine). Précisons que les spectateurs réguliers vont au cinéma au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine et que les spectateurs occasionnels y vont au moins une fois par an mais moins d'une fois par mois.

NOTORIÉTÉ DES SORTIES ÉVÉNEMENTS

Saviez-vous que Netflix propose en exclusivité « The Irishman » et « Marriage Story » ?



Près des trois quarts des répondants sont au courant des sorties en exclusivité sur Netflix des films de Martin Scorsese & Noah Baumbach. Cela révèle un niveau d'information élevé du public cinéma sur les diffusions de films, y compris sur d'autres supports que la salle de cinéma. Ce constat est corroboré par le fait que plus les spectateurs vont au cinéma plus ils sont avertis de ces 2 sorties exclusives : en effet, la notoriété grimpe à 81,1% auprès des spectateurs assidus et descend à 65,9% auprès des spectateurs occasionnels.

=> Plus les spectateurs vont au cinéma, mieux ils sont informés de la diffusion des films sur les plateformes

NOTORIÉTÉ DES SORTIES ÉVÉNEMENTS

Auprès des abonnés Netflix, la notoriété est logiquement très élevée (82,6%).

Les abonnés des autres plateformes s'avèrent également très informés par ces lancements (notoriété respectivement de 82,7% / 81,7% / 83% auprès des abonnés d'Amazon Prime Video, Canal+ Séries, OCS Go).

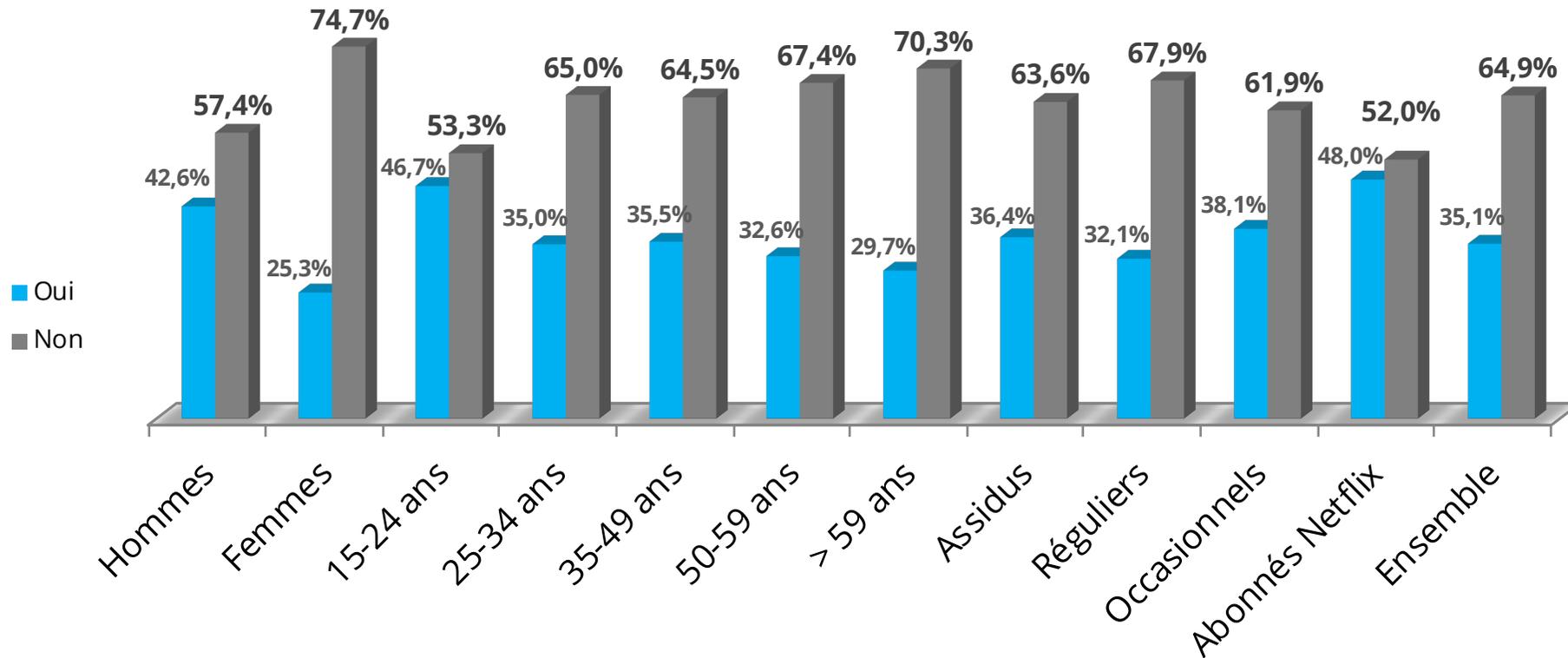
Ces abonnés des autres plateformes peuvent être multi-souscripteurs, ce qui peut expliquer ces résultats élevés. A l'inverse, on constate que seulement 59,6% des spectateurs non abonnés à une plateforme sont au courant des sorties des 2 films en exclusivité sur Netflix.

=> Plus les spectateurs sont abonnés aux plateformes, mieux ils sont informés sur la diffusion de films exclusifs sur les plateformes, y compris celles auxquelles ils ne sont pas abonnés

Au niveau de l'âge, on constate un niveau d'information particulièrement élevé auprès des 15-24 ans, puis suivent le groupe des plus de 49 ans (50-59 ans et plus de 59 ans) et enfin les 25-49 ans. On note enfin une information bien plus élevée auprès des hommes (83,3% de notoriété) qu'auprès des femmes (62,2% de notoriété).

THE IRISHMAN : QUI L'A DÉJÀ VU ?

Avez-vous déjà vu «The Irishman» ?



13 à 20 jours après le lancement du film sur Netflix (le 27 novembre 2019), 35,1%, soit **plus du tiers des répondants, déclarent avoir déjà vu « The Irishman »**. C'est un niveau de visionnage très élevé, lié au fait que chaque nouveau film de Martin Scorsese est un événement attendu par les spectateurs de cinéma (nos répondants). Cela montre que les spectateurs de cinéma peuvent potentiellement s'intéresser aux sorties de films de grands cinéastes, quel que soit leur support de diffusion. Il est à noter que c'est auprès des spectateurs occasionnels que le taux de vision du film est le plus élevé : c'est sûrement lié ici au fait que ces spectateurs occasionnels sont sur-représentés auprès de la population des abonnés à Netflix (condition essentielle, mais pas indispensable, pour pouvoir voir le film).

THE IRISHMAN : QUI L'A DÉJÀ VU ?

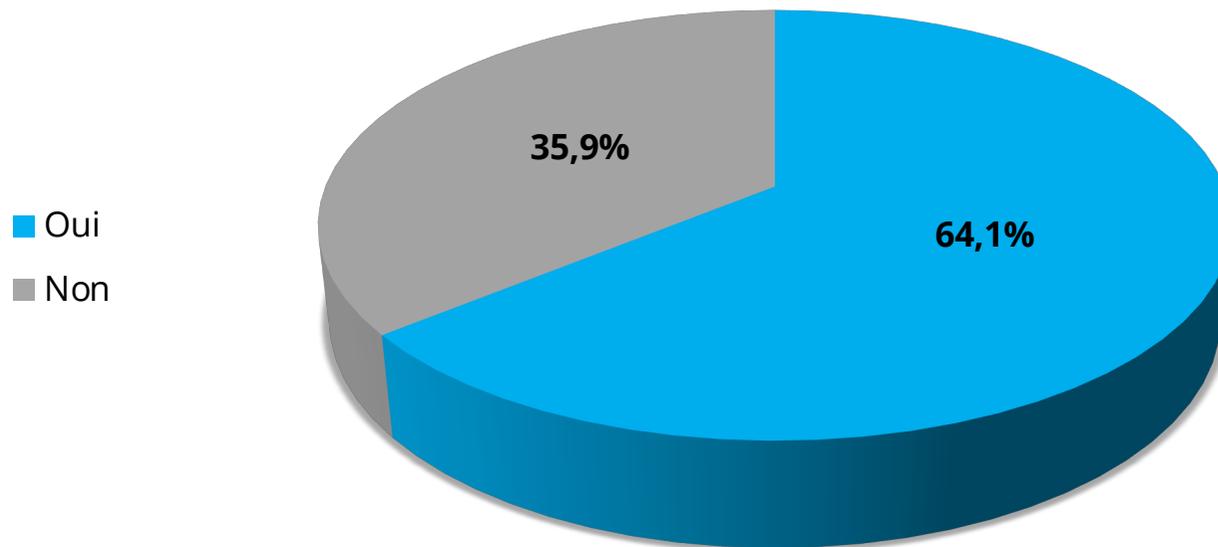
Logiquement, ce sont les abonnés Netflix qui affichent le taux de vision du film le plus élevé à 48%.

C'est la classe d'âge des 15-24 ans (déjà la mieux informée de la diffusion exclusive sur Netflix) qui affiche le taux de vision le plus élevé. Avec les seniors, c'est la classe d'âge qui bénéficie du plus de temps libre disponible pour voir des films et des séries sur les plateformes.

Les hommes affichent un taux de vision (42,6%) bien plus élevé que celui des femmes (25,3%). Ils étaient déjà bien mieux informés que les femmes, mais c'est sans doute aussi lié au fait que le film est un thriller, un genre qui mobilise traditionnellement plus les hommes que les femmes.

THE IRISHMAN : VISION COMPLÈTE OU PARTIELLE ?

Avez-vous vu « The Irishman » jusqu'au bout ?



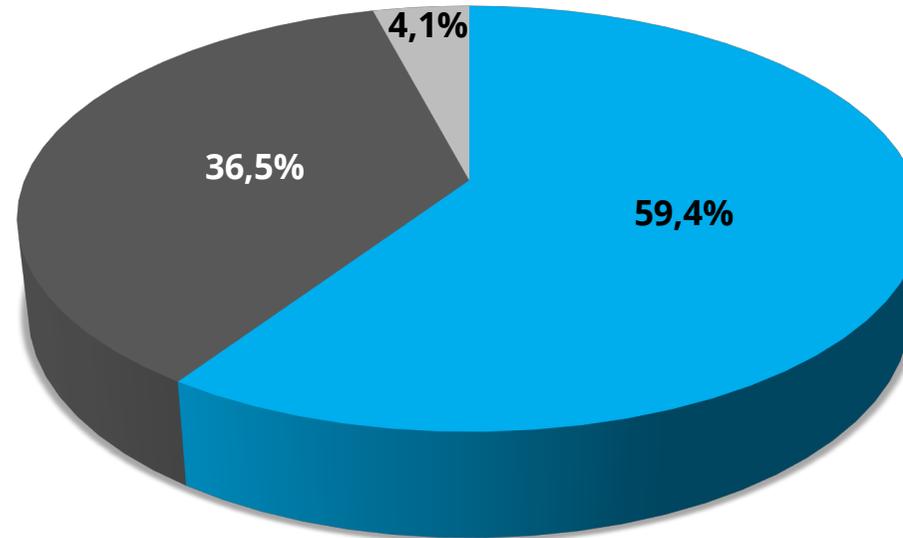
Parmi ceux qui ont déjà vu (ou commencé à voir) « The Irishman », **35,9%, soit plus du tiers, ne l'ont pas vu jusqu'au bout.** C'est un niveau élevé, lié à la durée du film (3h29) et la possibilité offerte sur les plateformes de pouvoir morceler sa vision d'un film.

Seuls les plus de 59 ans et les retraités se distinguent avec un taux de vision du film jusqu'au bout de 100%.

THE IRISHMAN : INTENTION D'ACHEVER LA VISION ?

Allez-vous poursuivre la vision de « The Irishman » ?

- Oui, je vais l'achever ultérieurement
- Non, le film ne m'a pas intéressé.e
- Non, j'ai manqué de temps et je ne le finirai pas



La grande majorité (59,4%) de ceux qui ont interrompu la vision de « The Irishman » prévoient de l'achever ultérieurement. S'ils le font effectivement, le taux de vision complète du film auprès des spectateurs de cinéma qui ont commencé la vision progressera de 21,4% et atteindra 85,5%.

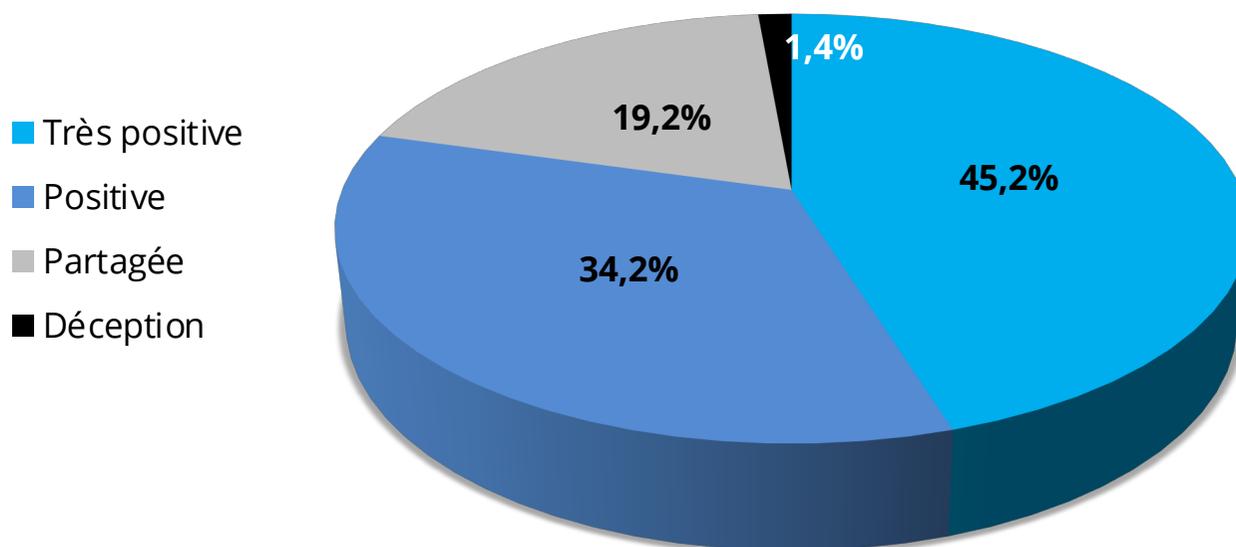
Ceux qui ne le verront pas jusqu'au bout (40,6% de ceux qui n'ont pas achevé la vision) ont surtout manqué d'intérêt pour le film (36,5%) beaucoup plus que de temps (4,1%).

=> A terme, le taux de vision complète du film auprès des spectateurs de cinéma qui ont démarré sa vision peut potentiellement atteindre 85,5%

THE IRISHMAN : L'OPINION DES SPECTATEURS

Quelle est votre opinion sur « The Irishman » ?

(opinion formulée uniquement par les spectateurs ayant vu le film entièrement)



Parmi les spectateurs ayant vu le film entièrement, **45,2% ont une opinion très positive. Les opinions globalement positives** atteignent au total **79,4%**.

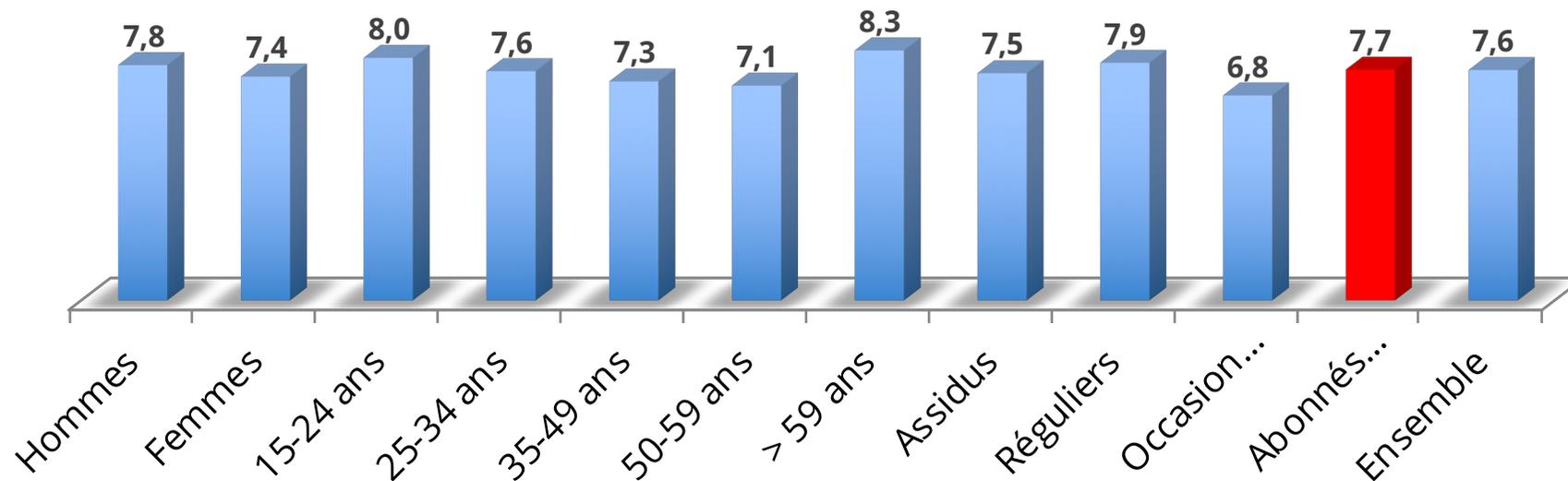
Si l'on prend en compte les spectateurs n'ayant pas achevé la vision et qui ne le feront pas par déception, **l'opinion très positive** est ramenée à **39,3%** et l'opinion globalement positive à **69%**. Si l'on compare ces scores avec la moyenne historique des enquêtes sorties de salles sur les films L'Écho du Public (plus de 4 300 films étudiés depuis 1997), on constate qu'ils se situent un peu au-dessus de la moyenne pour la haute satisfaction (35%) et un peu au-dessous pour la satisfaction (74%).

Le film de Martin Scorsese a reçu un accueil du public qui se situe **au niveau de la moyenne des accueils reçus par les films en sorties de salles** : positif mais pas enthousiaste.

THE IRISHMAN : L'OPINION DES SPECTATEURS

Quelle note sur 10 donneriez-vous à « The Irishman » ?

(note sur 10 formulée uniquement par les spectateurs ayant vu le film entièrement)



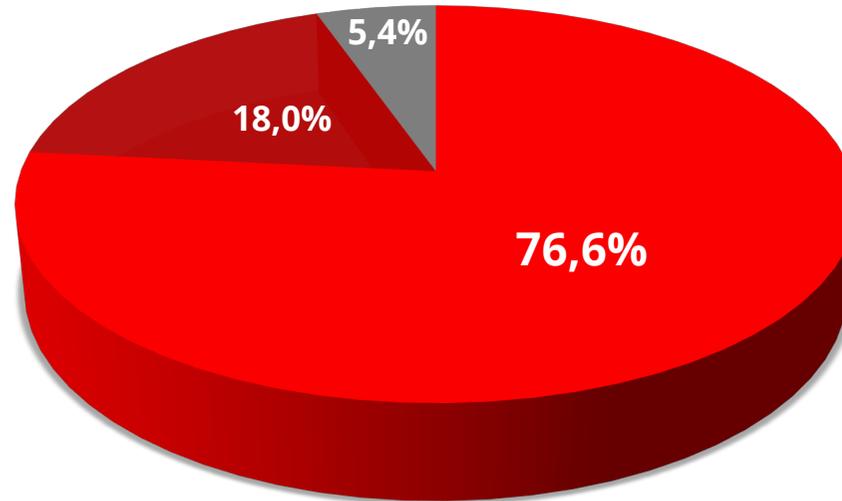
Après des spectateurs ayant vu le film entièrement, la note spectateurs globale est de **7,6 sur 10**. Elle serait sensiblement inférieure en prenant en compte ceux qui ne l'ont pas vu jusqu'au bout, mais on ne peut pas le faire arbitrairement ici.

Les notes sont assez homogènes entre les différentes strates de spectateurs, même si on peut relever les meilleurs résultats auprès des plus de 59 ans (8,3/10) et des 15-24 ans (8/10). A l'inverse, les spectateurs occasionnels sont ceux ayant le moins bien noté le film (6,8/10).

THE IRISHMAN : VU PAR QUEL MOYEN ?

Par quel moyen avez-vous vu « The Irishman » ?

- Via un abonnement Netflix auquel vous avez accès en permanence
- Via l'abonnement d'un proche qui vous a proposé de regarder ce film
- Autrement, sans abonnement officiel Netflix



Logiquement, **la très grande majorité (76,6%)** de ceux qui ont vu « The Irishman » l'ont visionné **via leur propre abonnement Netflix**. Les jeunes sont les plus nombreux à l'avoir visionné par ce moyen (80,6% des 25-34 ans et 88% des 25-34 ans). On trouve des résultats sensiblement moins élevés auprès des plus de 35 ans (71,4% des 35-49 ans, 65% des plus de 49 ans).

On trouve une proportion non négligeable (18%) de spectateurs qui l'ont vu via l'abonnement d'un proche, y compris auprès de personnes ayant leur propre abonnement Netflix (12,7%). Cela montre que la pratique de la vision des films sur les plateformes n'est pas uniquement individuelle.

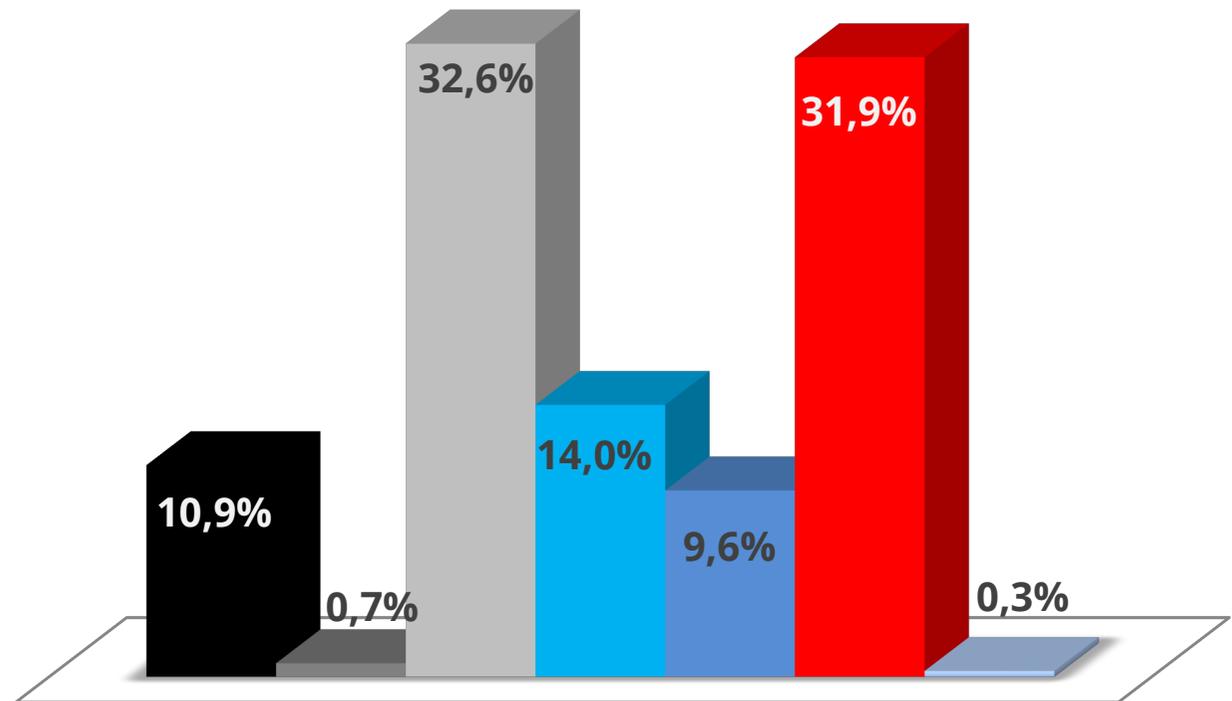
=> 4,7% de ceux qui l'ont visionné via leur propre abonnement Netflix s'étaient spécifiquement abonnés pour voir « The Irishman » ou « Marriage Story »

THE IRISHMAN : LES INTENTIONS DE LE VOIR

Avez-vous l'intention de voir prochainement «The Irishman» ?

(ne sont interrogés que ceux ne l'ayant pas encore vu)

- Non, j'ai accès à Netflix mais le film ne m'intéresse pas
- Non, je n'ai pas accès à Netflix et le film ne m'intéresse pas
- Non, je n'ai pas accès à Netflix, le film m'intéresse mais pas au point de m'abonner
- Oui, c'est sûr, je vais aller le voir chez un proche qui est abonné à Netflix
- Oui, c'est sûr, je vais le voir autrement sans abonnement
- Oui, c'est sûr, je vais le voir via un abonnement Netflix auquel j'ai accès en permanence
- Oui, c'est sûr, je vais m'abonner à Netflix spécialement pour voir ce film



Une majorité (56%) de ceux qui n'ont pas encore vu « The Irishman » ont l'intention de le voir prochainement. La plus grande part d'entre eux (31,9%) le verront via leur propre abonnement Netflix, d'autres le verront via l'abonnement Netflix d'un proche (14%) ou par un autre moyen sans abonnement (9,6%). Très peu (0,3%) prévoient de s'abonner à Netflix spécifiquement pour le voir.

Les moins de 49 ans sont les plus nombreux à prévoir de le voir via leur abonnement Netflix (55,4% des 15-24 ans, 54,9% des 25-34 ans, 47,2% des 35-49 ans), alors que les plus de 59 ans sont les plus nombreux (29,9%) à prévoir de le voir via l'abonnement Netflix d'un proche.

THE IRISHMAN : LES INTENTIONS DE LE VOIR

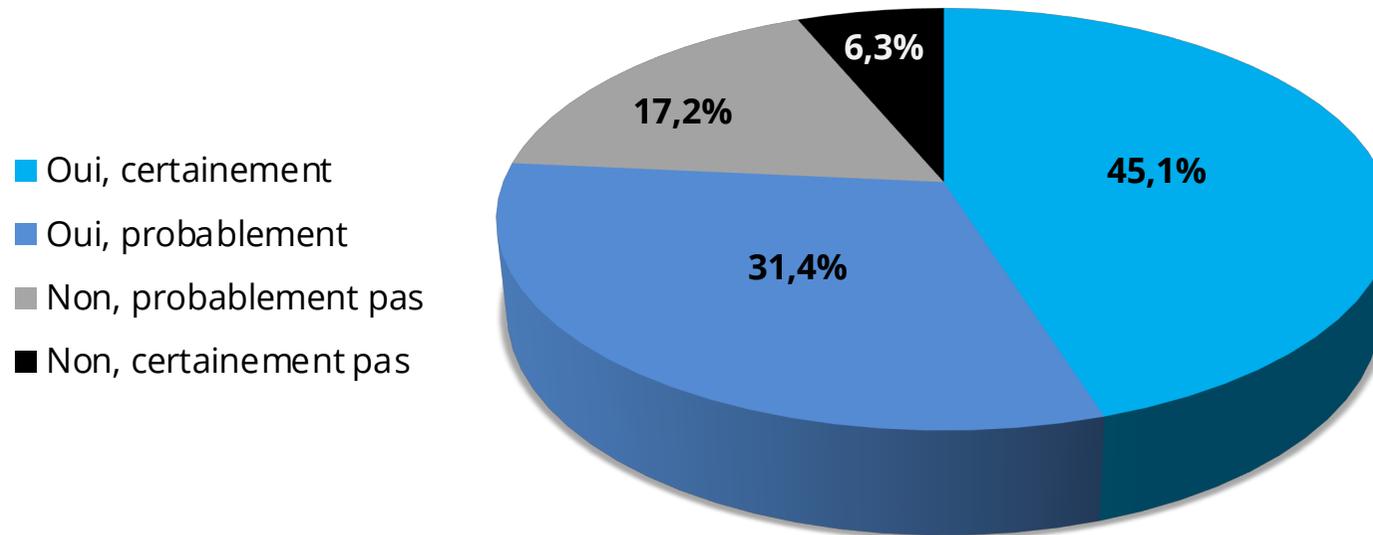
L'explication tient au fait que les plus de 59 ans sont beaucoup moins abonnés à Netflix (15,4% le sont) que les jeunes (46,9% des 15-24 ans le sont, 44,4% des 25-34 ans le sont). Or le film de Martin Scorsese suscite l'intérêt auprès des plus de 59 ans, mais pas encore au point de s'abonner à Netflix.

Parmi les 44% qui n'ont pas l'intention de le voir, notons qu'une très large majorité (32,7%) exprimaient leur intérêt pour le film (mais pas au point de s'abonner). Les 50-59 ans (à 57,8%) et les plus de 59 ans (à 40,4%) sont les plus nombreux à exprimer leur intérêt pour le film sans pour autant vouloir s'abonner à Netflix.

=> Si les intentions exprimées de voir « The Irishman » se concrétisent, le film de Martin Scorsese aura été vu au total par 71,4% des spectateurs de cinéma informés de sa diffusion sur Netflix (35,1% qui l'ont déjà vu + 36,3% qui prévoient de le voir)

THE IRISHMAN : L'AURIEZ-VOUS VU EN SALLES ?

Auriez-vous vu « The Irishman » en salles ?



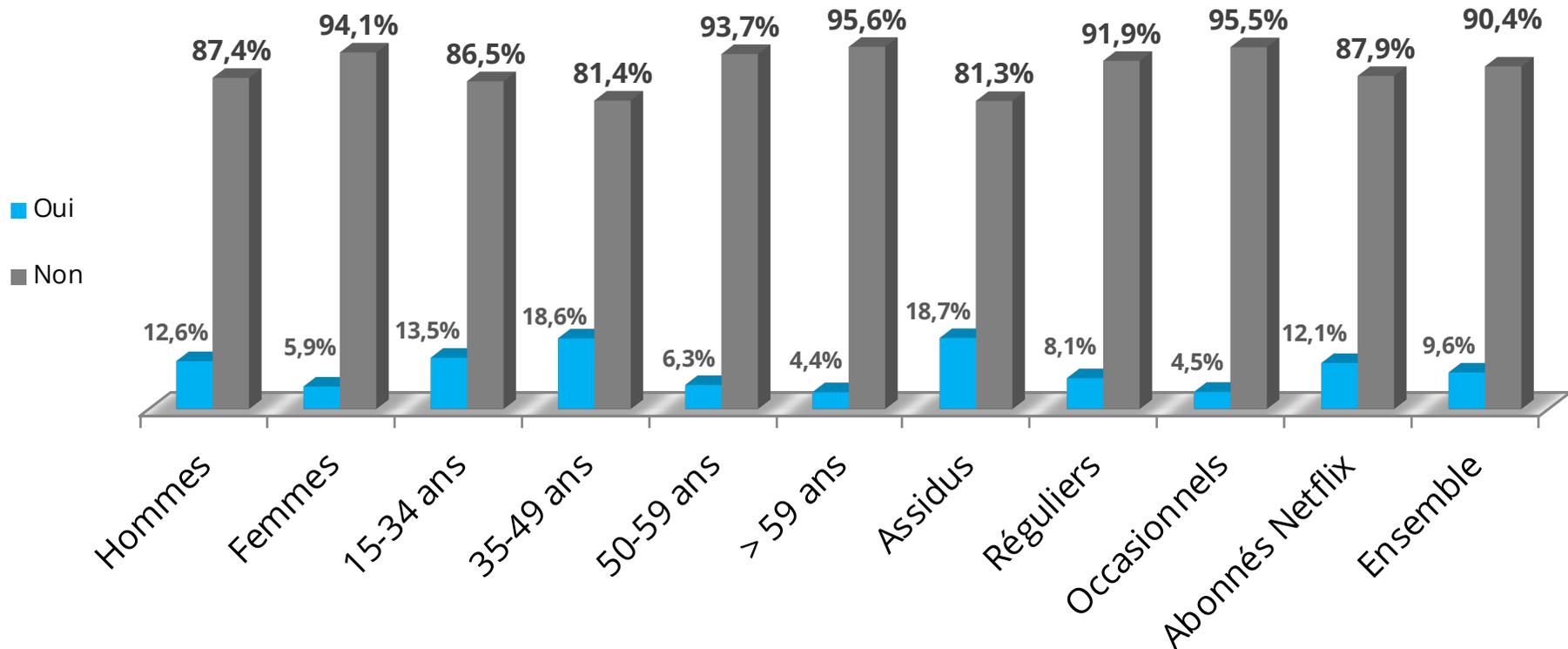
La très grande majorité (76,5%) des spectateurs de cinéma au courant de l'exclusivité de « The Irishman » sur Netflix **serait allée voir le film au cinéma de manière sûre ou probable**. L'attrait de ce film en salles pour des spectateurs de cinéma est clair.

Alors que l'intention certaine d'aller le voir au cinéma est de 45,1% au global, elle culmine à 70,3% auprès des plus de 59 ans, à 49,9% auprès des hommes, à 75,1% auprès des retraités, à 44,3% auprès des élèves/étudiants, à 79,1% auprès des spectateurs assidus, à 68,2% auprès des spectateurs l'ayant vu en entier sur Netflix.

=> Avec son exclusivité sur ce film, Netflix a capté de nombreux spectateurs qui l'auraient vu au cinéma et s'avère donc incontournable pour ce public

MARRIAGE STORY : QUI L'A DÉJÀ VU ?

Avez-vous déjà vu « Marriage Story » ?

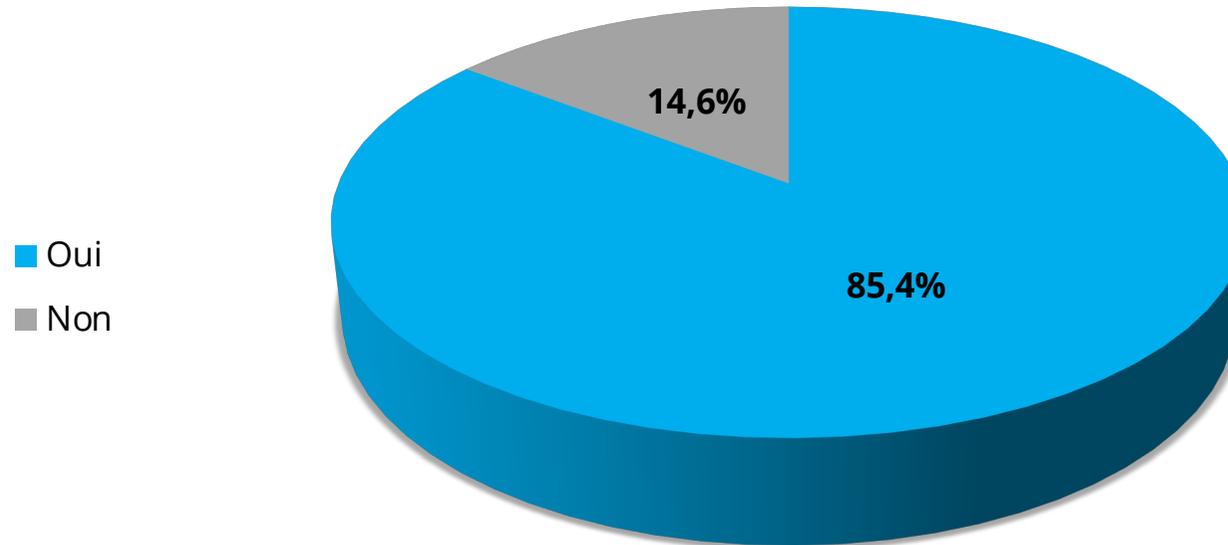


4 à 11 jours après son lancement sur Netflix (le 6 décembre 2019), 9,6% des répondants déclarent avoir déjà vu « Marriage Story ». C'est un niveau de vision plus de 3 fois moins élevé que pour « The Irishman », le réalisateur étant beaucoup moins connu et la diffusion du film ayant démarré peu de temps avant le début de l'enquête.

Notons que le film obtient ses meilleurs taux de vision auprès des 35-49 ans (18,6%) et des spectateurs assidus (18,7%). C'est en cohérence avec le cœur de cible du film et de son réalisateur Noah Baumbach (metteur en scène, notamment, de « Frances Ha ») : les trentenaires/quadrans cinéphiles. Le film semble mobiliser le même public sur les plateformes et en salles.

MARRIAGE STORY : VISION COMPLÈTE OU PARTIELLE ?

Avez-vous vu « Marriage Story » jusqu'au bout ?



Parmi ceux qui ont déjà vu (ou commencé à voir) « Marriage Story », **85,4% l'ont vu jusqu'au bout.** C'est un niveau beaucoup plus élevé que pour « The Irishman » (64,1%), qui est lié à une durée moindre (2h17) et au fait que les spectateurs de « Marriage Story » sont plus captifs et avertis. En effet, « The Irishman » a pu attirer des spectateurs venant pour le réalisateur et non pour le film (et donc pouvant être déçus).

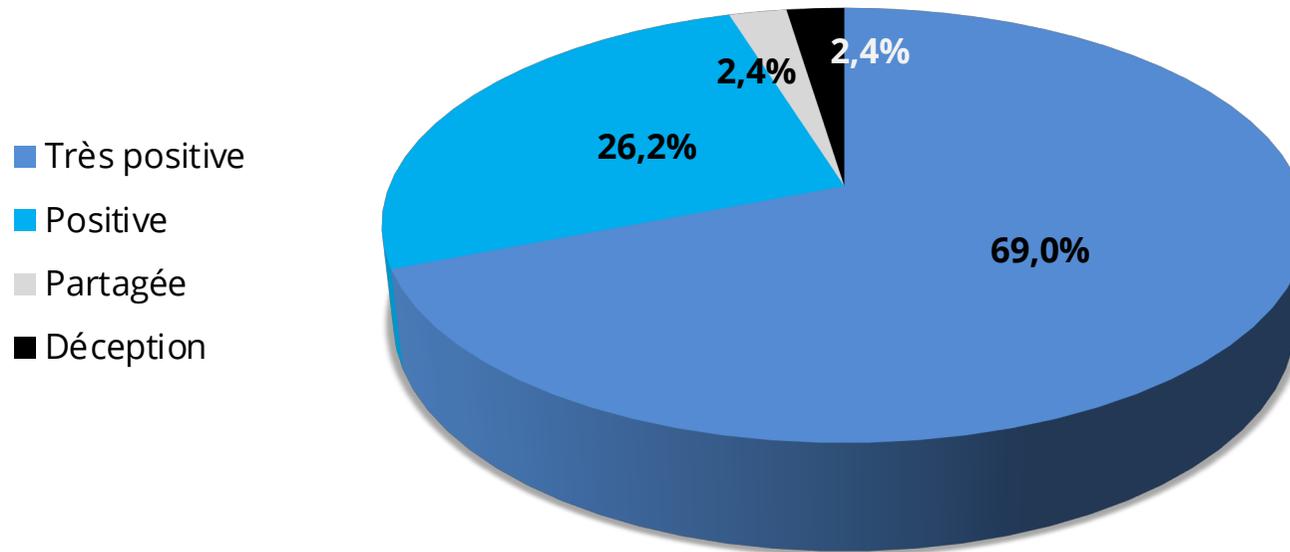
57,1% de ceux qui ne l'ont pas vu entièrement indiquent vouloir le terminer.

=> A terme, le taux de vision complète du film auprès des spectateurs de cinéma qui ont démarré sa vision peut potentiellement atteindre 93,7%

MARRIAGE STORY : L'OPINION DES SPECTATEURS

Quelle est votre opinion sur « Marriage Story » ?

(opinion formulée uniquement par les spectateurs ayant vu le film entièrement)



Chez les spectateurs ayant vu le film entièrement, **l'opinion très positive** atteint **69%** pour **une opinion globalement positive de 95,2%**.

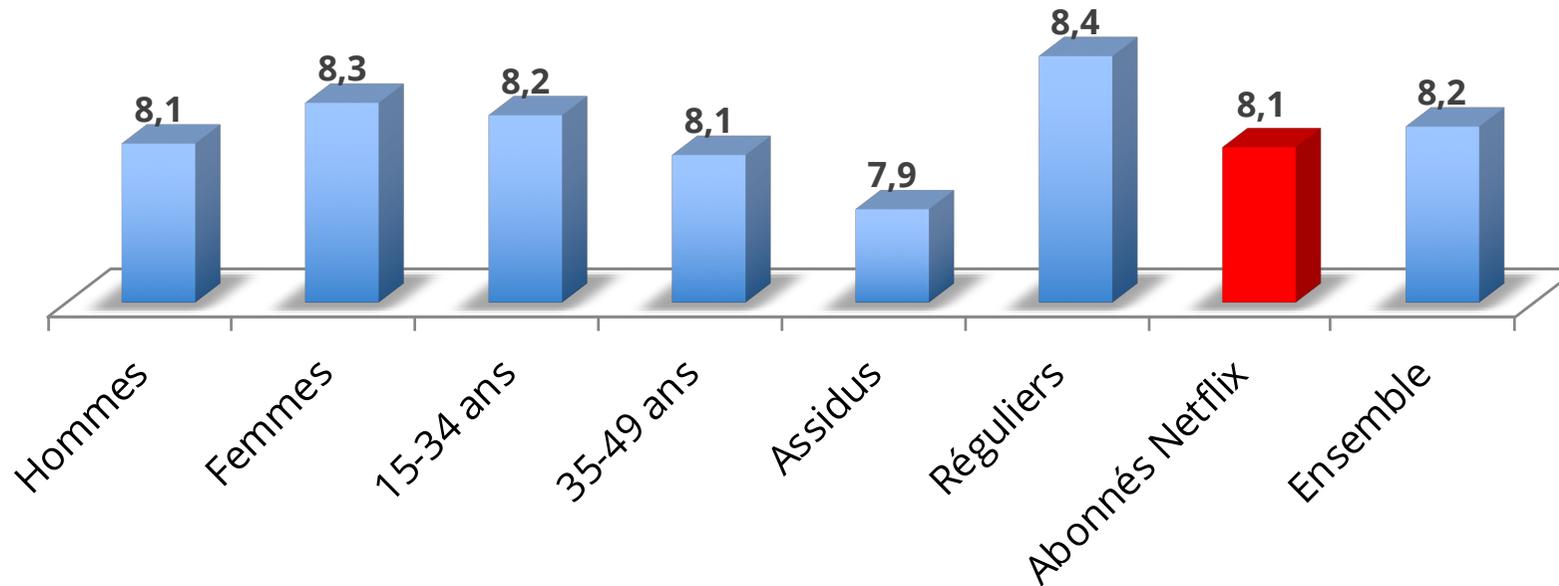
Si l'on prend en compte les spectateurs n'ayant pas achevé la vision et qui ne le feront pas par déception, **l'opinion très positive** est ramenée à **67,4%** et **l'opinion globalement positive à 93%**. Si l'on compare ces scores avec la moyenne historique des enquêtes sorties de salles sur les films L'Écho du Public (plus de 4 300 films étudiés depuis 1997), on constate qu'ils se situent très nettement au-dessus de la moyenne pour la haute satisfaction (35% = opinion très positive) et pour la satisfaction (74% = opinion globalement positive).

Le film de Noah Baumbach a été plébiscité par les spectateurs de cinéma qui l'ont vu sur Netflix.

MARRIAGE STORY : L'OPINION DES SPECTATEURS

Quelle note sur 10 donneriez-vous à « Marriage Story » ?

(note sur 10 formulée uniquement par les spectateurs ayant vu le film entièrement)



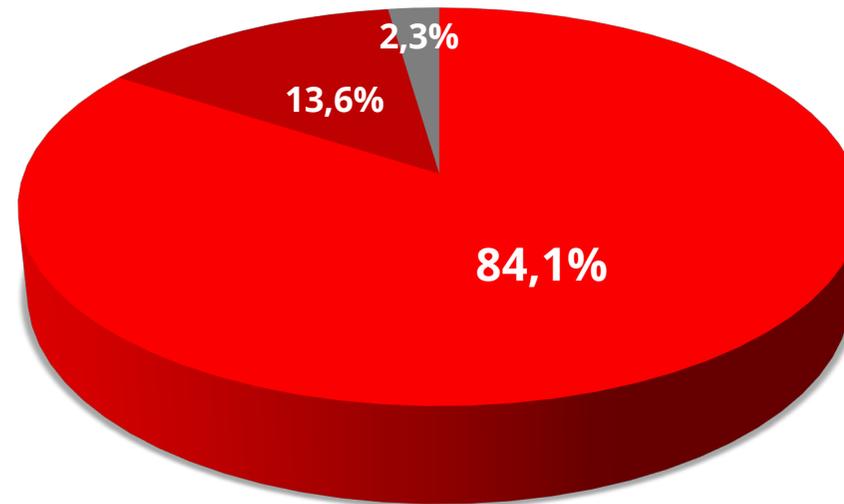
Chez les spectateurs ayant vu le film entièrement, la note spectateurs globale est de **8,2 sur 10**. Elle pourrait être très légèrement inférieure en prenant en compte ceux qui ne l'ont pas vu jusqu'au bout, mais on ne peut pas le faire arbitrairement ici.

Les notes sont assez homogènes entre les différentes strates de spectateurs, réparties entre 7,9 et 8,4 sur 10, soit un écart de seulement 0,5 point entre la note la plus basse et la note la plus haute.

MARRIAGE STORY : VU PAR QUEL MOYEN ?

Par quel moyen avez-vous vu « Marriage Story » ?

- Via un abonnement Netflix auquel vous avez accès en permanence
- Via l'abonnement d'un proche qui vous a proposé de regarder ce film
- Autrement, sans abonnement officiel Netflix



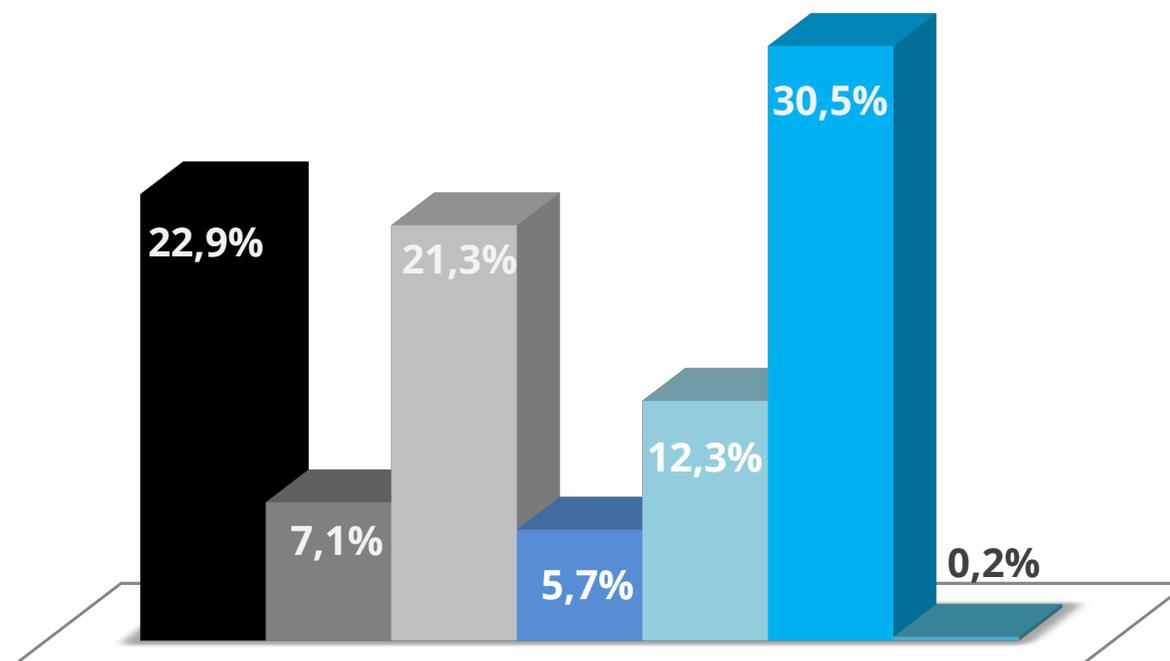
Logiquement, **la très grande majorité (84,1%)** de ceux qui ont vu « Marriage Story » l'ont visionné **via leur propre abonnement Netflix.**

MARRIAGE STORY : LES INTENTIONS DE VOIR

Avez-vous l'intention de voir prochainement « Marriage Story » ?

(ne sont interrogés que ceux ne l'ayant pas encore vu)

- Non, j'ai accès à Netflix mais le film ne m'intéresse pas
- Non, je n'ai pas accès à Netflix et le film ne m'intéresse pas
- Non, je n'ai pas accès à Netflix, le film m'intéresse mais pas au point de m'abonner
- Oui, c'est sûr, je vais aller le voir chez un proche qui est abonné à Netflix
- Oui, c'est sûr, je vais le voir autrement sans abonnement
- Oui, c'est sûr, je vais le voir via un abonnement Netflix auquel j'ai accès en permanence
- Oui, c'est sûr, je vais m'abonner à Netflix spécialement pour voir ce film



Une majorité (51,3%) de ceux qui n'ont pas encore vu « Marriage Story » n'ont pas l'intention de le voir prochainement. La plus grande part (22,9%) parce que le film ne les intéresse pas malgré leur abonnement Netflix, une autre grande part (21,3%) est intéressée par le film mais pas au point de s'abonner à Netflix.

Près de la moitié (48,7%) de ceux qui ne l'ont pas encore vu prévoient de le voir prochainement avec certitude. C'est une **proportion élevée** pour un réalisateur à la notoriété bien inférieure à celle de Martin Scorsese, qui devrait permettre de faire bondir le taux de vision encore faible actuellement (9,6%).

MARRIAGE STORY : LES INTENTIONS DE VOIR

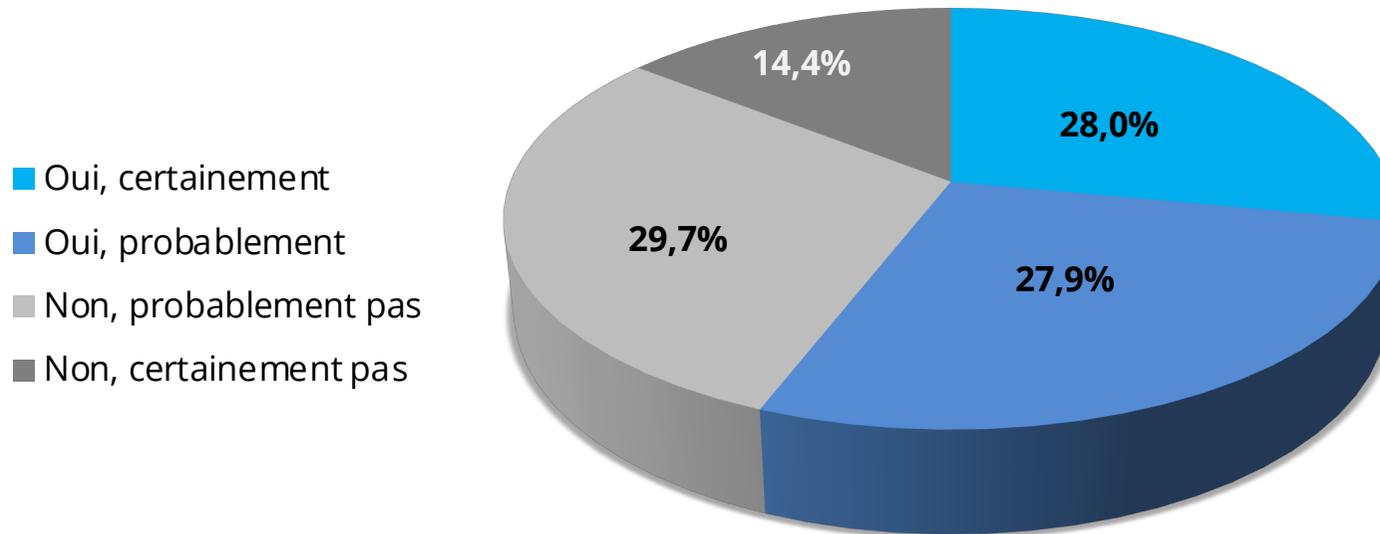
La plus grande part de ceux qui ne l'ont pas vu le verront via leur abonnement Netflix (30,1%), puis viennent ceux qui le verront par un autre moyen sans abonnement Netflix (12,3%).

Les moins de 35 ans sont les plus nombreux à prévoir de le voir via leur abonnement Netflix (41,9% des 15-24 ans, 49,5% des 25-34 ans), alors que les plus de 59 ans sont les plus nombreux (23,3%) à prévoir de le voir par un autre moyen sans abonnement Netflix.

=> Si les intentions exprimées de voir « Marriage Story » se concrétisent, le film de Noah Baumbach aura été vu au total par 53,6% des spectateurs de cinéma informés de sa diffusion sur Netflix (9,6% qui l'ont déjà vu + 44% qui prévoient de le voir)

MARRIAGE STORY : L'AURIEZ-VOUS VU EN SALLES ?

Auriez-vous vu « Marriage Story » en salles ?



La majorité (55,9%) des spectateurs de cinéma au courant de l'exclusivité de « Marriage Story » sur Netflix **serait allée voir le film au cinéma de manière sûre ou probable.**

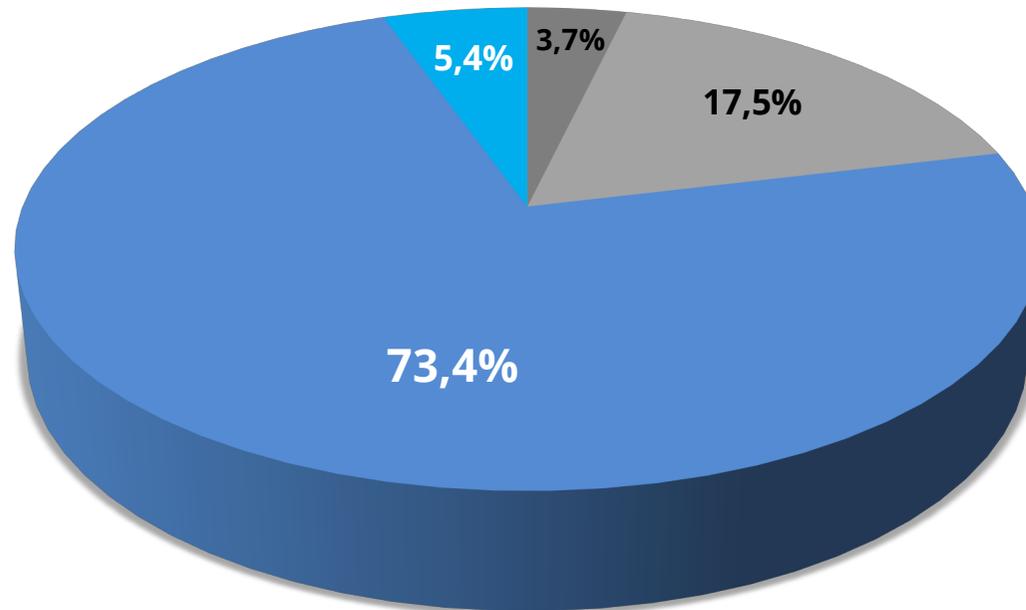
L'attrait de ce film en salles pour des spectateurs de cinéma est clair, tout particulièrement auprès de quelques strates grandes consommatrices de cinéma : les plus de 59 ans (certains d'aller le voir à 52,6%), les retraités (certains d'aller le voir à 53%), les spectateurs assidus (certains d'aller le voir à 60,9%)

=> Avec son exclusivité sur ce film, Netflix a privé des catégories de spectateurs peu abonnées aux plateformes (les seniors) de la vision de ce film, alors qu'elles l'auraient vu au cinéma

IMPACT DE NETFLIX SUR LA FRÉQUENTATION CINÉMA

Depuis que vous avez Netflix, vous...

- n'allez plus du tout ou presque plus au cinéma, alors que vous y alliez auparavant
- allez moins souvent qu'avant au cinéma
- allez aussi souvent ou aussi peu qu'avant au cinéma
- allez plus souvent qu'avant au cinéma



Le rythme de fréquentation des salles de cinéma n'a pas changé pour la grande majorité des abonnés Netflix (73,4%), depuis qu'ils sont clients de la plateforme. 5,4% voient même leur fréquence augmenter. L'impact négatif en termes de fréquentation cinéma concerne au total 21,2% des abonnés.

Si l'impact négatif de Netflix sur la fréquentation cinéma est limité, il n'est cependant pas inexistant dans la mesure où on recense plus d'abonnés qui ont vu leur fréquentation cinéma diminuer (21,2%) que d'abonnés qui l'ont vu augmenter (5,4%).

IMPACT DE NETFLIX SUR LA FRÉQUENTATION CINÉMA

40,3 % des 35-49 ans voient leur fréquentation cinéma baisser suite à l'abonnement à Netflix. C'est la strate de la population la plus négativement impactée.

A l'inverse, les plus de 59 ans sont 91,9% à connaître une stabilité de leur fréquentation des salles.

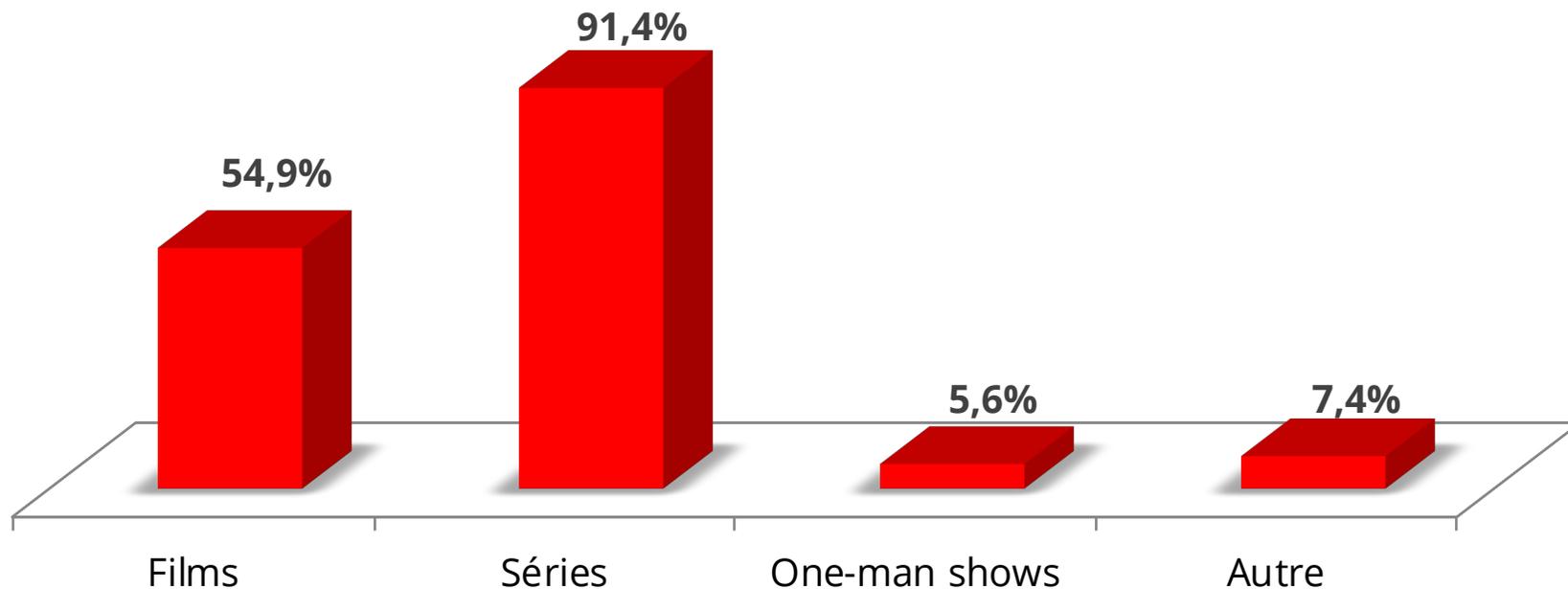
32,2% des spectateurs occasionnels affichent une baisse de leur fréquentation cinéma, loin devant les autres catégories de spectateurs.

Dans ce contexte, des spectateurs réguliers (allant au cinéma au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine) sont très probablement devenus des spectateurs occasionnels (allant au cinéma au moins une fois par an mais moins d'une fois par mois).

QUE REGARDENT LES ABONNÉS SUR NETFLIX ?

Que regardent les abonnés sur Netflix ?

(plusieurs réponses possibles)



Plus de 90% des abonnés Netflix y regardent des séries. C'est le premier attrait de Netflix pour les abonnés potentiels.

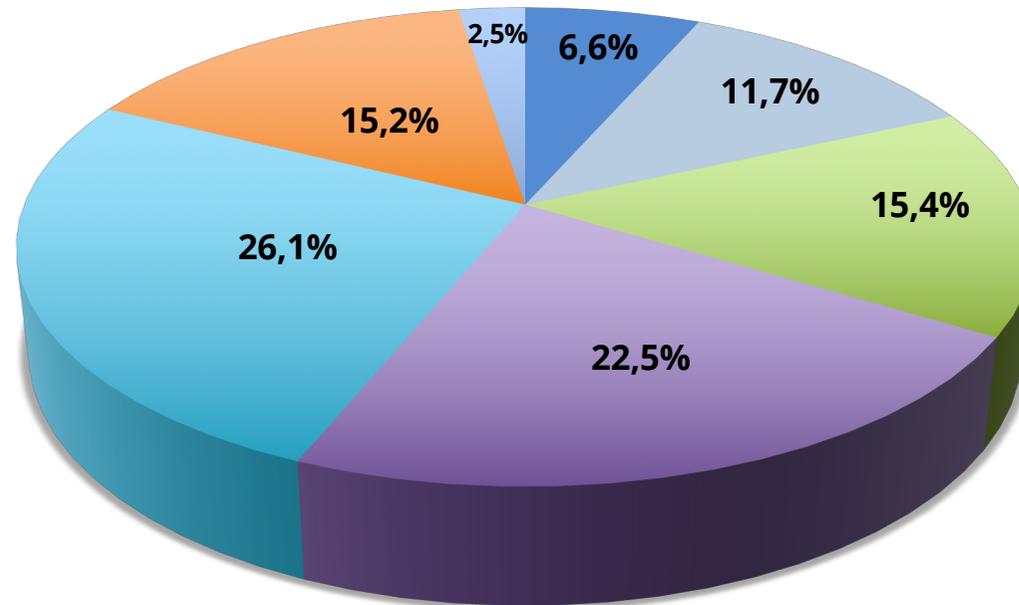
Si l'impact des films sur les abonnements est moins fort, il n'en demeure pas moins qu'ils sont regardés par près de 55% des abonnés. C'est donc un élément essentiel de l'offre globale de la plateforme.

Les différentes classes d'âge, comme les différentes catégories de spectateurs, ne se distinguent pas significativement dans leur usage de Netflix.

DATE D'ABONNEMENT À NETFLIX

Depuis quand êtes-vous abonné à Netflix ?

- Depuis le début (septembre 2014)
- Depuis 2015
- Depuis 2016
- Depuis 2017
- Depuis 2018
- Depuis 2019
- Depuis 2019, mais moins de 3 mois



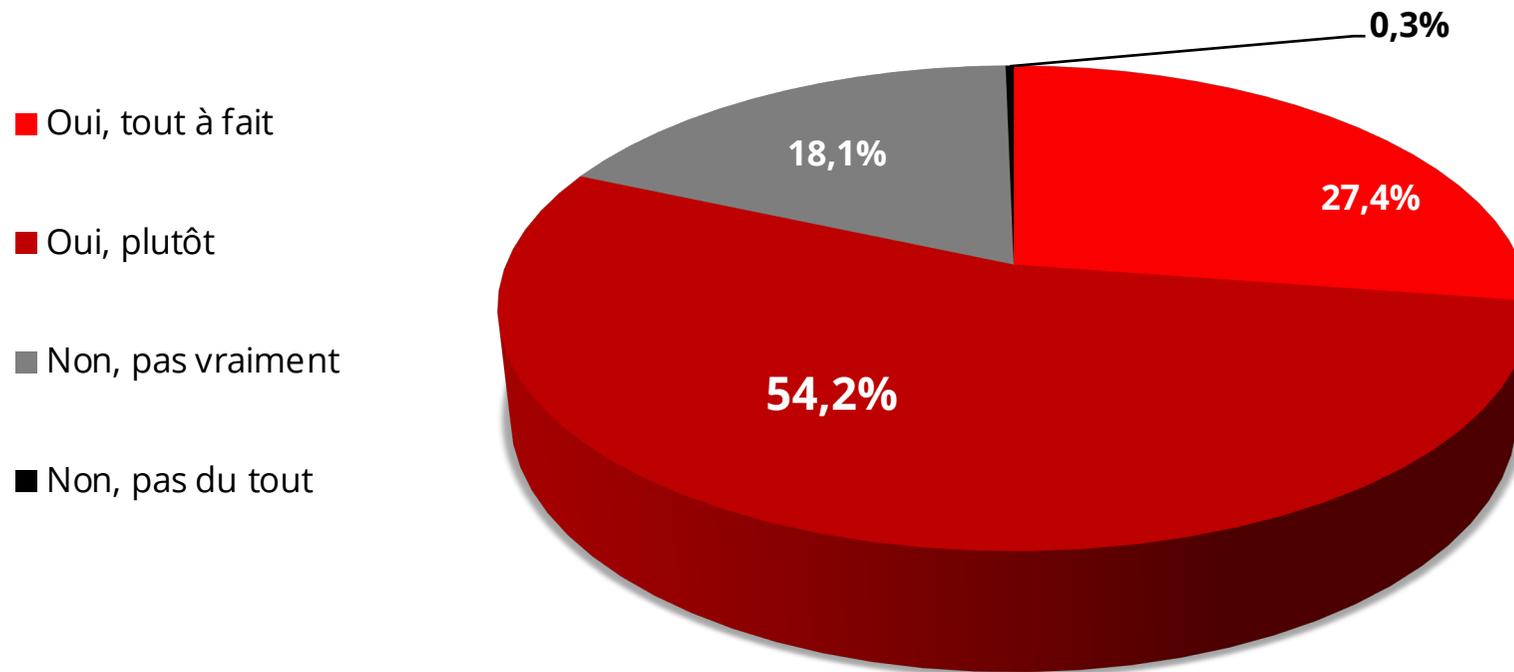
On constate une forte tendance d'abonnement à Netflix auprès des spectateurs de cinéma depuis 3 ans. En effet, les deux tiers de ces abonnés le sont devenus entre 2017 et 2019.

Il est intéressant de noter que les spectateurs assidus sont 51,8% à être abonnés à Netflix depuis plus de 3 ans. Leur fidélité à la plateforme ne les empêche pas de continuer à aller au cinéma au moins une fois par semaine.

Les gros consommateurs de films peuvent l'être à la fois sur les plateformes et en salles.

SATISFACTION DES ABONNÉS NETFLIX

Êtes-vous satisfait de l'offre Netflix ?



La satisfaction des abonnés est manifeste avec 81,6% de satisfaits, un résultat toutefois tempéré par seulement 27,4% de tout à fait satisfaits.

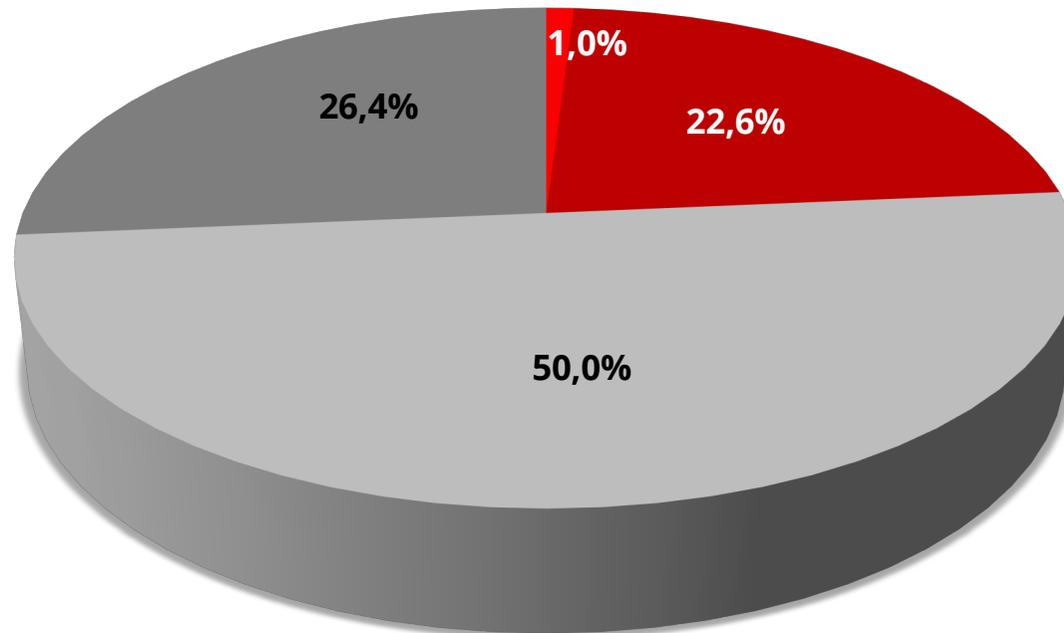
Si toutes les classes d'âge affichent un taux de satisfaction homogène entre 82,4% et 85,2% de satisfaction, les 50-59 ans se distinguent avec un niveau de satisfaction sensiblement plus bas : 70,1%.

En matière de CSP, les CSP+ sont les moins enthousiastes avec néanmoins un taux de satisfaction de 70,5%.

IMPACT DES FILMS ÉVÉNEMENTS

La diffusion de films événements peut-elle vous convaincre de vous abonner à Netflix ?

- Oui, c'est certain, je vais le faire
- Oui, je vais peut-être le faire
- Non, je ne vais probablement pas le faire
- Non, c'est certain, je ne le ferai pas



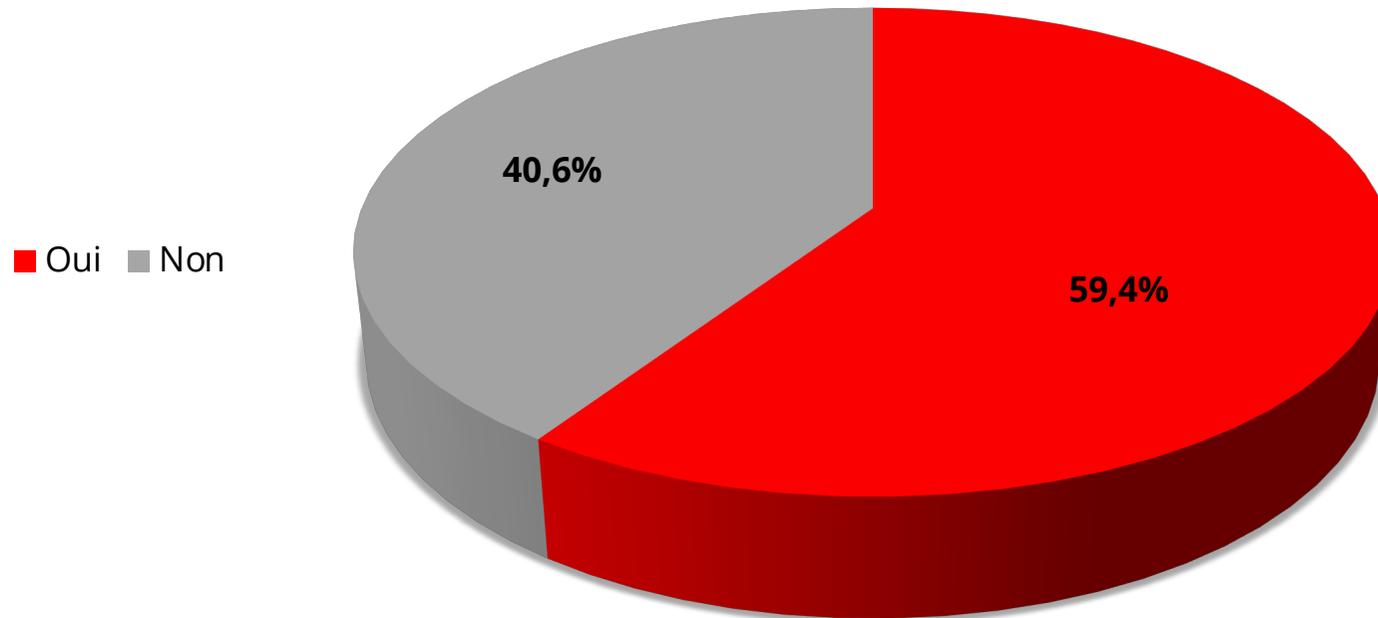
Très majoritairement, **les films événements ne suffisent pas à motiver l'abonnement à Netflix** des non-abonnés.

Toutefois, leur influence sur les intentions d'abonnement est loin d'être négligeable avec 23,6% des non-abonnés qui, grâce à eux, pourraient souscrire. Les 15-24 ans sont les plus sensibles à cet argument qui pourrait convaincre jusqu'à 45% d'entre eux.

Assez logiquement, les spectateurs assidus (allant au cinéma au moins une fois par semaine) sont les plus motivés (à 32,7%) par cet aspect de l'offre.

NETFLIX ET LES FILMS DE GRANDS CINÉASTES

Attendez-vous de Netflix qu'il vous propose davantage de films réalisés par des grands noms du cinéma ?



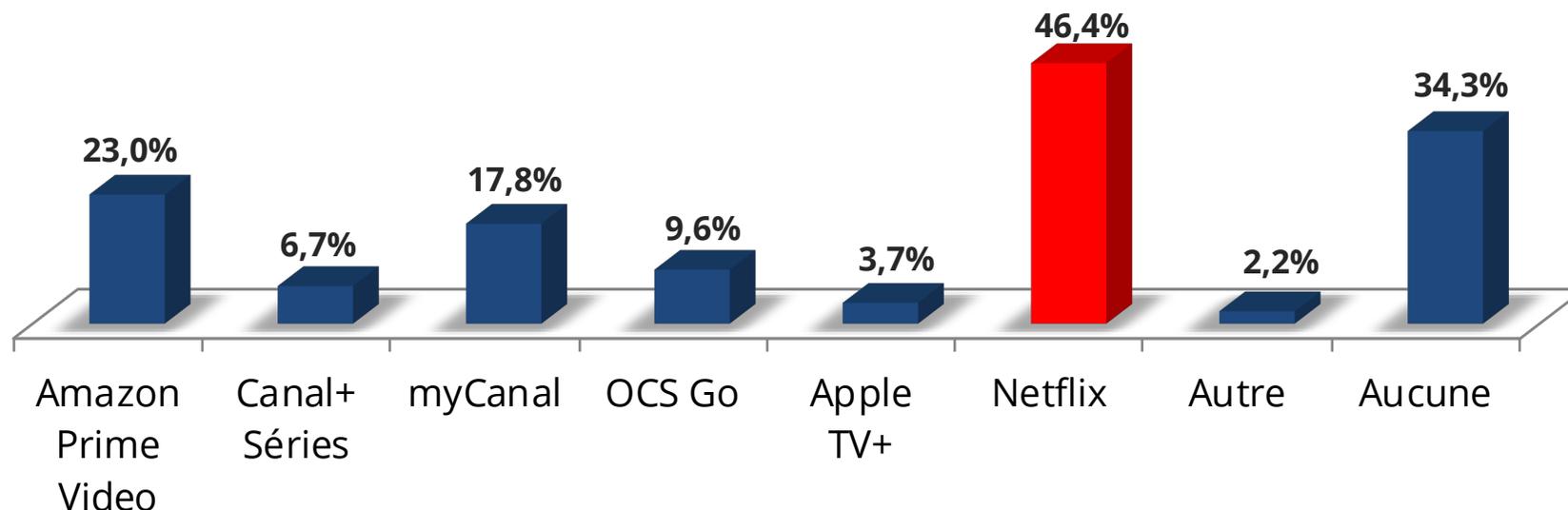
Une nette majorité de spectateurs de cinéma souhaitent que Netflix propose davantage de films de grands cinéastes.

La demande est particulièrement forte chez les 15-24 ans (76,6%), les 25-34 ans (74,7%), les élèves-étudiants (83,4%), les spectateurs occasionnels (63%) et les spectateurs réguliers (62,8%). Ces attentes font écho au fait que ces catégories fréquentent globalement moins ou beaucoup moins les salles de cinéma.

ABONNEMENT AUX PLATEFORMES DE DIFFUSION

À quelle(s) plateforme(s) êtes-vous abonné(e) ?

(plusieurs réponses possibles)



Netflix est, de loin, la plateforme ayant le taux de pénétration (46,4%) le plus élevé auprès des spectateurs de cinéma. Très majoritairement choisie par les 15-24 ans (76,5%) et les 25-34 ans (70,7%), Netflix est en revanche encore peu prisée des plus de 59 ans (20,2%).

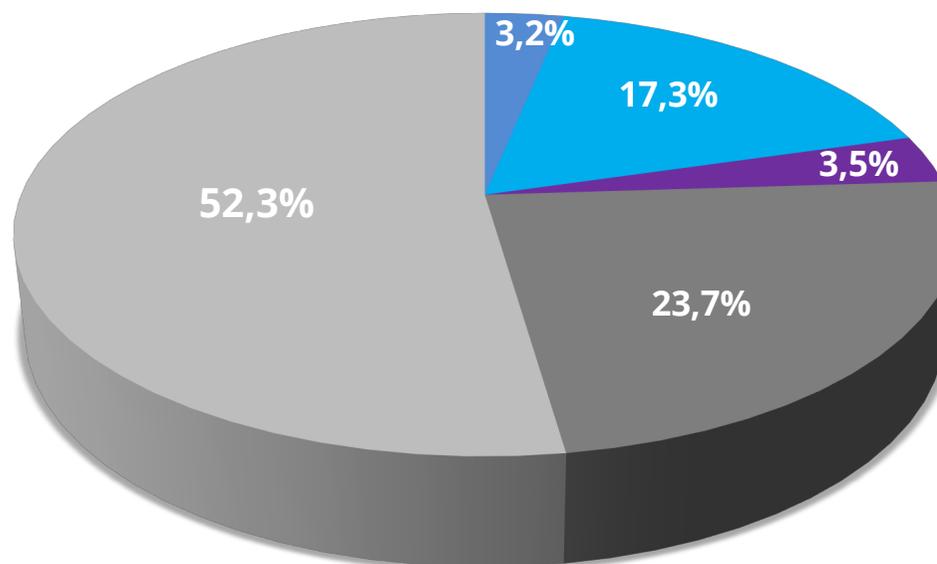
La percée de Netflix est particulièrement forte auprès des spectateurs occasionnels, dont 67,6% sont abonnés.

On note que **plus du tiers des répondants n'est abonné à aucune plateforme**, un chiffre qui culmine à 55,5% chez les plus de 59 ans. Ceci n'exclut pas complètement qu'une part d'entre eux ait néanmoins accès par d'autres moyens aux contenus proposés sur toutes ces plateformes.

PRATIQUES DE LOCATION ET D'ACHAT EN LIGNE

Achetez-vous ou louez-vous légalement des films sur des plateformes en ligne ?

- Oui, j'en achète uniquement
- Oui, j'en loue uniquement
- Oui, j'en achète et j'en loue
- Non, mais j'ai quand même accès de manière parallèle à des contenus
- Non, et je n'ai pas accès à ces contenus



L'usage des plateformes pour louer ou acheter des films en ligne est assez restreint auprès des répondants. Seulement 23,9% ont cette pratique. On note que la même proportion (23,7%) ont accès aux contenus de manière parallèle...

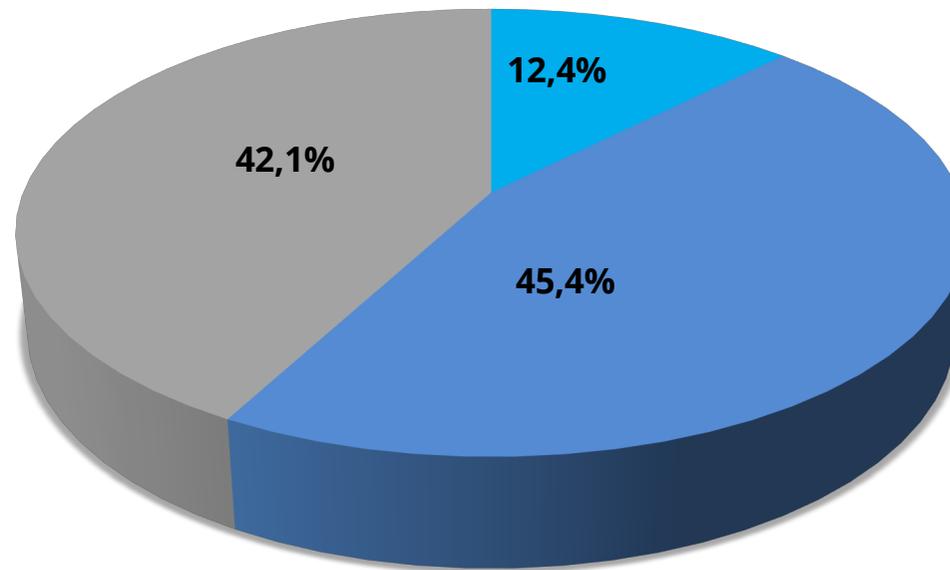
Plus l'âge augmente, plus cette pratique est rare (28,1% des 15-24 ans y recourent contre 63,1% des plus de 59 ans).

Notons que **les abonnés Netflix sont 24,9% à acheter ou louer des films sur les plateformes. C'est légèrement supérieur à la moyenne**, alors qu'ils ont pourtant déjà accès à l'ensemble du catalogue Netflix.

PRATIQUES D'ACHAT DE VIDÉOS PHYSIQUES

Achetez-vous des DVD ou Blu-ray de films ?

- Oui, régulièrement
- Oui, occasionnellement
- Non, jamais



Alors que le marché de la vidéo physique est en chute libre, **les spectateurs de cinéma demeurent majoritairement (57,8%) des acheteurs de DVD ou Blu-ray de films**. La pratique étant néanmoins surtout occasionnelle (à 45,4%).

Les 50-59 ans (à 59,7%), les plus de 59 ans (à 63,9%), les retraités (à 76,1%), les spectateurs assidus (à 70,8%) demeurent des acheteurs (occasionnels ou réguliers) importants de films en vidéo.

Les abonnés Netflix sont encore majoritaires (50,5%) à acheter des films en vidéo, mais avec un pourcentage inférieur à la moyenne des spectateurs de cinéma (57,8%).

LES FILMS ÉVÉNEMENTS SUR NETFLIX : QUELS EFFETS SUR LES SPECTATEURS DE CINÉMA ?

Une enquête exclusive Observatoire de la satisfaction / Satellifax

Décembre 2019

Satellifax

 **B**SERVAT**O**IRE
DE
LA **S**ATISFACTI**O**N