

# Désormais, la vidéo se vend plus en VOD qu'en DVD

**Pour la première fois, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande (VOD) dépasse celui des ventes de DVD et autres Blu-ray. Déjà un effet Netflix?**

**JEAN-FRANÇOIS SACRÉ**

Est-ce le début de la fin pour le DVD et (déjà) pour le Blu-ray? L'année 2014 marque en tout cas un tournant dans l'histoire de la vidéo en Belgique. Pour la première fois, les ventes de vidéo sur supports numériques ont dépassé celles sur supports physiques.

Selon les chiffres publiés par la Belgian Entertainment Association (BEA), récoltés par l'institut GfK, les premières ont atteint 130 millions d'euros, soit une hausse de plus de 16% par rapport à 2013 alors que les ventes de DVD ont chuté de 21% à 95,7 millions d'euros. Moins de dix ans plus tôt, elles pesaient encore 250 millions. Quant au Blu-ray, il n'a jamais vraiment percé, puisqu'il a chuté de près de 15% à 19,7 millions d'euros. En volume, les Belges ont acheté 7,62 millions de DVD et 1,28 million de Blu-Ray. C'est respectivement 24% et 10,4% de moins qu'en 2013.

Du côté de la BEA, on explique la chute du support physique par plusieurs phénomènes. Il y a d'abord la

faillite des magasins de la chaîne Free Record Shop et du distributeur Multi Media Services. Au total, 80 points de vente ont disparu.

## Effet Netflix

Ensuite, l'offre digitale s'est fortement développée: «*Tout le monde pense spontanément à Netflix, c'est vrai, mais il n'est arrivé qu'en septembre en Belgique*», observe Olivier Maeterlinck, directeur général de la BEA. Très vite, le service américain de vidéo à la demande par abonnement a conclu un accord de partenariat avec Proximus TV, le rendant accessible sur tous les supports, y compris les télévisions connectées. Mais cet accord n'est entré en vigueur qu'en décembre.

«*Netflix a toutefois eu un effet positif en poussant les opérateurs locaux à améliorer leur offre*», remarque Olivier Maeterlinck. Telenet, par exemple a lancé, dès septembre 2013, Rex et Rio, une offre de type Netflix agrémentée de contenu local, de chaînes thématiques et de blockbusters. Rebaptisée depuis Play et Play More, elle comptait fin 2014 plus de 150.000 clients, soit plus du double qu'un an plus tôt. «*Telenet diffuse des épisodes de séries blockbusters quelques jours après leur*

*diffusion aux Etats-Unis, cela renforce l'attractivité de cette plateforme*», observe Olivier Maeterlinck. Chez les autres opérateurs, comme Proximus et Voo, on indique que la consommation de vidéo à la demande ne cesse de progresser, sans communiquer toutefois de chiffres. Au total, on trouve une bonne vingtaine d'offres légales de vidéo à la demande en Belgique.

Enfin, un troisième facteur explique cette poussée de la vidéo digitale: la mobilité. Grâce à la généralisation de la 4G aux tablettes, l'amateur peut visionner films et série n'importe quand et n'importe où.

Malgré cette croissance de la vidéo en numérique, le marché est en recul. Il a baissé de 4,3% l'an dernier à 245,4 millions d'euros. La pression de sites pirates comme Popcorn Time, qui propose du contenu actuel gratuitement et en quelques clics, fait des ravages sur le secteur.

**«L'arrivée de Netflix a poussé les opérateurs à améliorer leur offre de vidéo à la demande.»**

**OLIVIER MAETERLINCK**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA BEA

**EVOLUTION DU MARCHÉ BELGE DE LA VIDÉO** (en millions d'euros)

