



Pénurie des lecteurs Blu-Ray bon marché pour Noël

Londres, 26 novembre 2008: La dernière étude des analystes média de Screen Digest (www.screendigest.com) révèle que le DVD et son successeur le disque Blu-Ray devraient rester une valeur sûre du marché de la vidéo pendant la crise économique et même au-delà. Cependant, en raison de difficultés d'approvisionnement survenues plus tôt cette année, un nombre restreint de lecteurs Blu-ray les moins chers seront effectivement disponibles à temps pour Noël dans les rayons des magasins en Europe.

Les contenus audiovisuels stockés initialement sur VHS et maintenant sur DVD et Blu-ray ont été jusqu'à présent les principales sources de revenus de l'industrie du cinéma, représentant 41% des revenus du marché mondial de l'exploitation des films l'an dernier. Et le marché de la location vidéo n'est pas en reste puisqu'il génère à lui seul 10% de revenu supplémentaire.

La distribution digitale des contenus n'est pas pour demain

Les analystes de Screen Digest pensent que la mise en place de moyens viables de distribution des contenus vidéo dématérialisés devrait encore prendre du temps avant d'être à la portée de tous les consommateurs. En effet, Screen Digest prévoit que d'ici 2012, seul 2% du budget des Français consacré à l'achat de vidéos sera généré par la distribution digitale des films via internet. En revanche, Screen Digest anticipe que les Français en 2012 dépenseront 1,6 milliard d'euros pour l'achat de DVD et disques Blu-ray, soit une augmentation de 6% par rapport au 1,5 milliard dépensé en 2007.

Le marché du Blu-ray devrait valoir 900 millions d'euros en 2012

L'étude révèle également que le nouveau format Blu-ray devrait représenter au total 57% du budget des Français consacré à l'achat de vidéos en 2012, soit 3% de plus que cette année.

La montée en puissance de ce nouveau format haute définition coïncide avec la généralisation de la télévision haute définition : d'ici 2012, 91% des foyers français disposeront d'au moins un poste de télévision haute définition et la diffusion croissante de programmes en haute définition signifie que la haute définition sera devenue la norme pour la plupart des téléspectateurs. Screen Digest prévoit que 36% des ces foyers équipés d'un poste de télévision haute définition disposeront en plus d'un lecteur Blu-ray. La proportion de ces foyers équipés en lecteur Blu-ray pourrait même atteindre 55% si l'on prend en considération toutes les Playstation 3 (PS3s) compatibles avec le format Blu-ray.

La pénurie des lecteurs Blu-ray affectera les ventes de Noël

Et cette pénurie des lecteurs Blu-ray est à prévoir alors même que Screen Digest vient de revoir à la baisse ses prévisions des ventes de disques Blu-ray en Europe pour 2008 et les années suivantes. Contrairement à une idée reçue, la baisse anticipée des ventes n'est pas due à l'engouement mitigé des consommateurs pour ce nouveau format vidéo. Mais des contraintes purement logistiques d'approvisionnement, survenues plus tôt cette année ont engendré un ralentissement des offres promotionnelles de disques Blu-ray en Europe.

Et ironie du sort, le retrait inattendu sur le marché en 2008 du format concurrent, le DVD haute définition, a eu un impact négatif pour les ventes de lecteurs Blu-ray : la demande accrue des distributeurs pour ce type de lecteurs, au moment même où un composant électronique essentiel n'était pas disponible, a provoqué trop de tensions sur la chaîne de fabrication.

Alors que les difficultés d'approvisionnement en matériel informatique semble désormais réglées, les fabricants n'ont cependant pas pu réapprovisionner à temps pour la période de Noël les distributeurs en lecteurs Blu-ray d'entrée de gamme.

Ainsi, la plupart des lecteurs disponibles sont en priorité distribués sur les marchés plus matures tels que les Etats-Unis et le Japon laissant les magasins européens avec moins de lecteurs bon marché disponibles que le stock espéré.

Et alors que la crise économique frappe de plein fouet l'Europe, la pénurie de lecteurs d'entrée de gamme signifie que de nombreux acheteurs potentiels renonceront à changer leur matériel vidéo.

Cela ne signifie pas pour autant que les consommateurs arrêteront d'acheter ou de louer des DVD. Les DVD restent des produits de grande consommation en Europe, offrant un bon rapport qualité prix et permettant de remplacer une sortie au cinéma ou au restaurant. Mais cela implique simplement que la transition vers le Blu-ray prendra plus de temps.

Richard Cooper, Analyste chez Screen Digest précise: « Bien que certaines enseignes en Europe proposent déjà des lecteurs Blu-ray pour moins de 250 euros, ces produits bon marché aux spécifications techniques plus limitées devraient être plus difficiles à trouver dans les magasins européens. Le lecteur Blu-Ray à moins de 155 euros ne devrait donc pas être le produit standard en Europe à Noël comme c'est déjà le cas aux Etats-Unis.

Avec la crise économique, il est donc fort à parier que ce nouveau format haute définition n'est pas près de décoller beaucoup cette année notamment sur les nouveaux marchés qui viennent tout juste de s'ouvrir à la technologie Blu-ray. Cependant, les prix des lecteurs Blu-ray devraient commencer à baisser dès le début de l'année 2009 et progressivement, même les consommateurs les plus frileux commenceront à revoir leur matériel vidéo, d'autant plus qu'avec la compatibilité des formats, ils pourront continuer à profiter de leur portfolio actuel de DVD. »

Fin

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Géraldine Gitel, PR Consultant (Française)

Tel : + 44 (0) 791 7885380 ggitel@greenfieldscommunications.com

Screen Digest : Fay Hamilton, PR & Promotions Manager

Tel : +44 (0) 20 7424 2827 fay.hamilton@screendigest.com

Au sujet de cette étude

Le contenu de ce communiqué de presse s'appuie sur une étude réalisée par le département vidéo de Screen Digest. Des extraits de cette étude seront publiés dans la newsletter de Screen Digest du mois de novembre.

Au sujet de Richard Cooper, Analyste, Vidéo

Richard est responsable du développement du service de veille en ligne du marché vidéo. Il est aussi chargé d'élaborer des modèles de prévisions économiques et d'anticiper les évolutions et tendances du marché vidéo dans le monde.

Richard étudie le marché de l'édition et de la distribution de vidéos depuis 2001.

A propos de Screen Digest

Screen Digest est la principale société d'analyse des marchés médias internationaux. Basée à Londres, avec des bureaux à New York et Carmel (Californie), elle est composée d'une équipe de 40 analystes spécialisés sur les médias audiovisuels : cinéma, télévision, distribution vidéo/DVD, internet, jeux vidéo et services mobiles. Ses services en ligne et rapports offrent, à des centaines d'entreprises à travers le monde, l'information et les analyses sur lesquelles se basent leurs décisions stratégiques. Screen Digest a dernièrement lancé Global Media Intelligence (GMI), un nouveau service développant des données de recherche et des analyses spécialement pour les investisseurs institutionnels traitant avec des entreprises de médias.
www.screendigest.com

Pour tout information complémentaire, merci de contacter le département commercial de Screen Digest au +44 20 7424 2820 ou par email sales@screendigest.com