



LE CONSOMMATEUR ROI !

BILAN DES MARCHÉS ENTERTAINMENT
FÉVRIER 2014



François Klipfel
DGA



La présentation de ce soir



Les enseignements
de nos recherches



Le questionnaire de satisfaction

Agenda

- Quelques news de GfK
- Entertainment : Le consommateur roi !
- Cocktail

≈ 1,5 Milliard €

N°4 mondial

13 000 employés



NOUS TRANSFORMONS LES ÉTUDES DE MARCHÉ EN OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES



INNOVATION



EXPERTISE



**STRATEGIES
GAGNANTES**



CONFIANCE



INNOVATION

LE BUZZ SUR INTERNET... UN ÉLÉMENT PRÉDICTIF DES VENTES D'UN TITRE ?



GfK intègre l'analyse
du **buzz** sur internet

INNOVATION

TECHNOLOGIE SEMI AUTOMATIQUE DÉVELOPPÉE PAR SMI



INNOVATION

INTÉGRER LE BUZZ POUR ANTICIPER LES VENTES...

Même démarche pour les **Consoles de Jeu** next génération

(Mesure réalisée en **Septembre 2013** avant lancement officiel des consoles)

L'analyse du **buzz** rejoint-elle les **intentions d'achat** ?

Part de voix Positive sur consoles next generation


XBOX ONE




PlayStation.4

Mots associés et jeux attendus


PlayStation.4

Playstation meeting
Gran turismo
Assasins creed
Watch dogs
Second son
Black flag
Dual shock
Price
Next-Gen
Nouvelle Playstation
Jeux d occasion

 XBOX ONE

The division
Assasins creed
Mad Max
Duty Ghosts
Next gen
Jeux d occasion
Quantum break
Lancement de la Xbox
Killer instinct
Dead rising
Forza motorsport
Watch dogs
Sortie de la Xbox
Speed rival
The Crew
Black flag

Prévisions de ventes

Identification nouveaux talents

Appréhension du Bouche à Oreille

Vidéo
Musique
Jeux Vidéo
Livre
Consoles Next Gen



IDENTIFICATION OPPORTUNITES D'AFFAIRES EXPERTISE LA REC, LA REFERENCE DES EQUIPEMENTS CONNECTES

Mesure des équipements



REC+

Parc installé – Smart Home



REC

La référence des équipements connectés

4K OLED
Tablettes HD
Chaines Hifi Connectées
Liseuses
Notebooks Tactiles
Notebooks Hybrides
Smartphones 4G
Phablets

Etude trimestrielle online sur 12000 foyers enrichie des données du panel

Consommation sur 4 écrans

REC-4



15 000
consommateurs scrutés
à la loupe, dans leurs
achats et
pratiques
culturels

permettant d'isoler le
dématérialisé, les
nouvelles pratiques
(lecture **ebook**,
téléchargement de
contenu vidéo,
audio ou jeux).

Des **résultats**
disponibles
on line, permettant
aussi la réalisation de
tris croisés

(par exemple, sur les
gros acheteurs de
livres).

LES ACHETEURS DE BIENS CULTURELS DEMATERIALISES PLUS MASCULINS ET PLUS JEUNES

DOWNLOAD



55 % des acheteurs de biens culturels **dématérialisés** sont âgés de moins de 40 ans.

57 % des acheteurs de biens culturels **dématérialisés** sont des hommes

40 % des acheteurs de biens culturels **physiques** sont âgés de moins de 40 ans.

44 % des acheteurs de biens culturels **physiques** sont des hommes

LES ACHETEURS DE BIENS CULTURELS DEMATERIALISES PLUS MASCULINS ET PLUS JEUNES



€ x 1,2

Un **budget moyen** sur les biens culturels **1,2 fois supérieur** chez l'acheteur de biens culturels dématérialisés par rapport à l'acheteur de biens culturels physiques.

DOWNLOAD 



63% des acheteurs de biens culturels **dématérialisés** ont également acheté **au moins un bien culturel physique** dans le trimestre

DOWNLOAD 



SPEAKERS



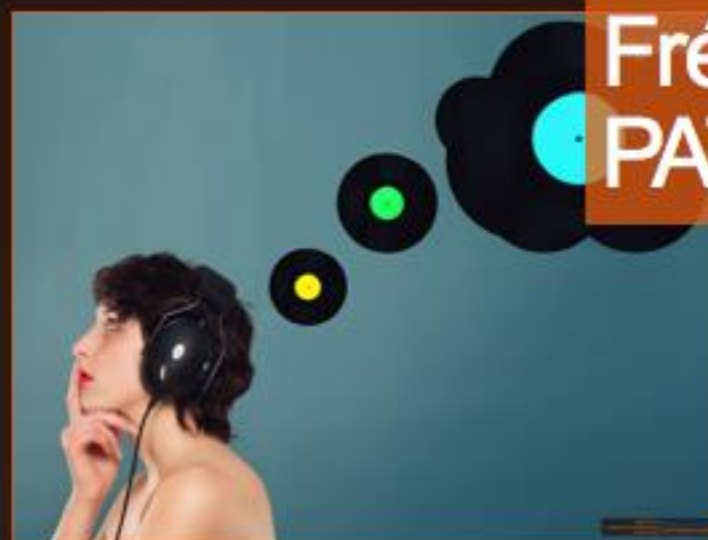
Laurent
DONZEL



Anne
LERNER



Jean-François
BOONE



Frédéric
PATISSIER



Sébastien
ROUAULT



Thibault
VALES

BILAN DES MARCHÉS ENTERTAINMENT

LAURENT DONZEL



© 2014 Intel Corporation. All rights reserved. Intel, the Intel logo, and Intel Inside are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries. **INTERNATIONAL**



© 2014 Intel Corporation. All rights reserved. Intel, the Intel logo, and Intel Inside are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries. **INTERNATIONAL**



© 2014 Intel Corporation. All rights reserved. Intel, the Intel logo, and Intel Inside are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries. **INTERNATIONAL**



© 2014 Intel Corporation. All rights reserved. Intel, the Intel logo, and Intel Inside are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries. **INTERNATIONAL**

NOS ANALYSES S'APPUIENT SUR DES SOURCES MULTIPLES

Panels distributeurs

Panel consommateurs

Etude REC+

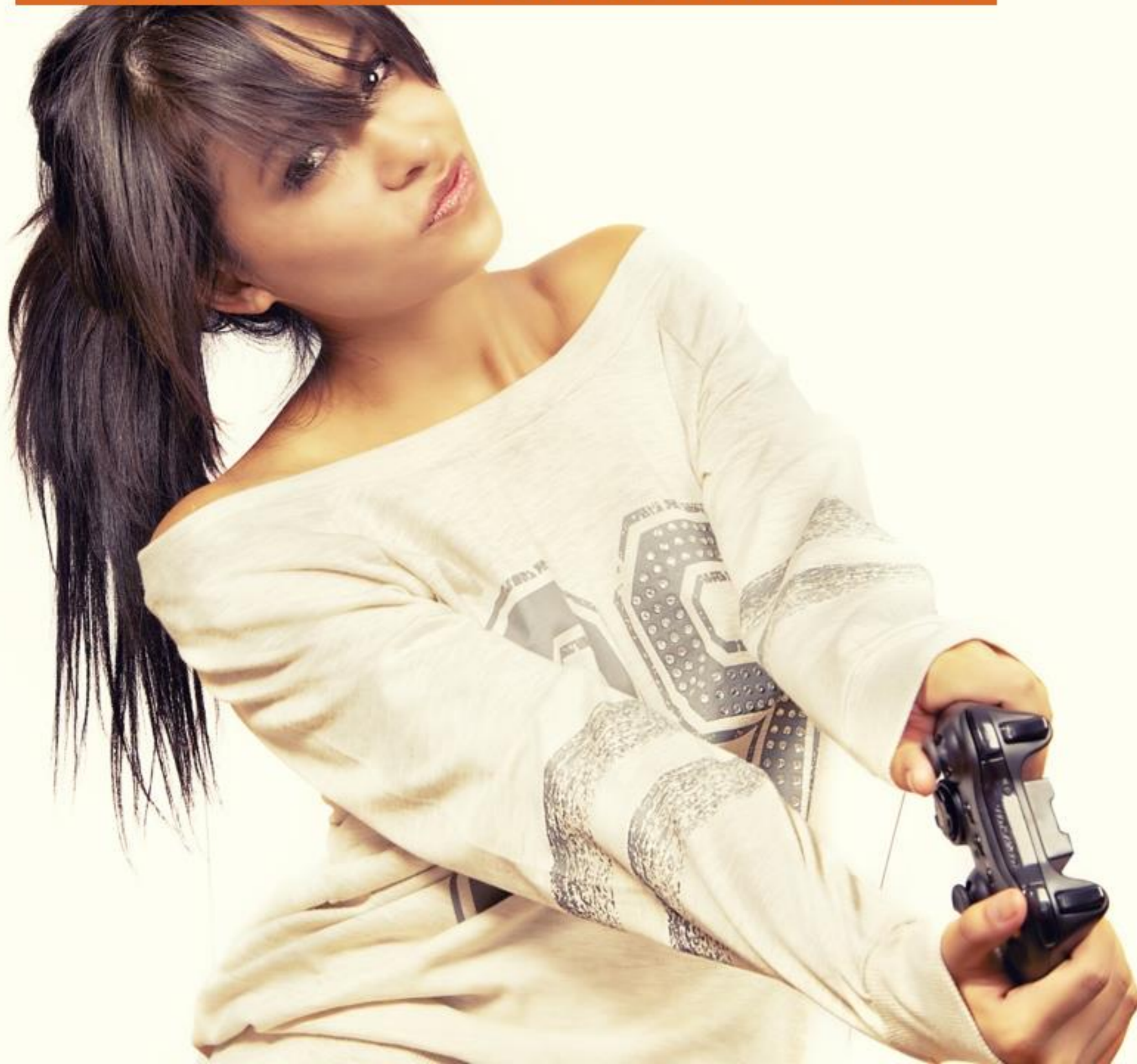
Référence des Equipements Connectés

Baromètres VOD / Catch-up TV

Etude qualitative consoles next gen



ETUDE QUALITATIVE CONSOLES NEXT GEN



LA RÉVOLUTION INTERNET A COUROMNÉ LE CONSOMMATEUR !



UNE RÉVOLUTION GRÂCE AUX APPAREILS CONNECTABLES



BASCULE DES OS



L'OFFRE DE CONTENUS

Fin 90s

DVD CD Hertzien
Jeux TV PC
Livre Console
medias classiques Retail

L'OFFRE DE CONTENUS

2014

A word cloud illustrating the landscape of content offerings in 2014. The words are arranged in a roughly circular pattern, with some terms being significantly larger than others. The largest words, in white, are 'DVD', 'CD', 'Livre', 'Console', and 'PC'. Other prominent words in orange include 'gratuit', 'Mp3', 'nomade', 'Free to play', 'Freemium', 'TNT', 'dématérialisé', 'Hertzien', 'Jeux', 'TV', 'Tablette', 'payant', 'Blu-ray', 'HD', 'Pure audio', 'Retail', 'Streaming', 'Premium', 'réseaux sociaux', 'ebooks', 'blogs', 'user generated', 'ereaders', 'piraterie', 'Catch-up', 'TV', 'Jeux', 'TV', 'Tablette', 'payant', 'Blu-ray', 'HD', 'Pure audio', 'Retail', 'Streaming', 'Premium', 'réseaux sociaux', 'ebooks', 'blogs', 'user generated', 'ereaders', 'piraterie', 'Catch-up', 'TV', 'Jeux', 'TV', 'Tablette', 'payant', 'Blu-ray', 'HD', 'Pure audio', 'Retail', 'Streaming', 'Premium', 'réseaux sociaux', 'ebooks', 'blogs', 'user generated', 'ereaders', 'piraterie'.

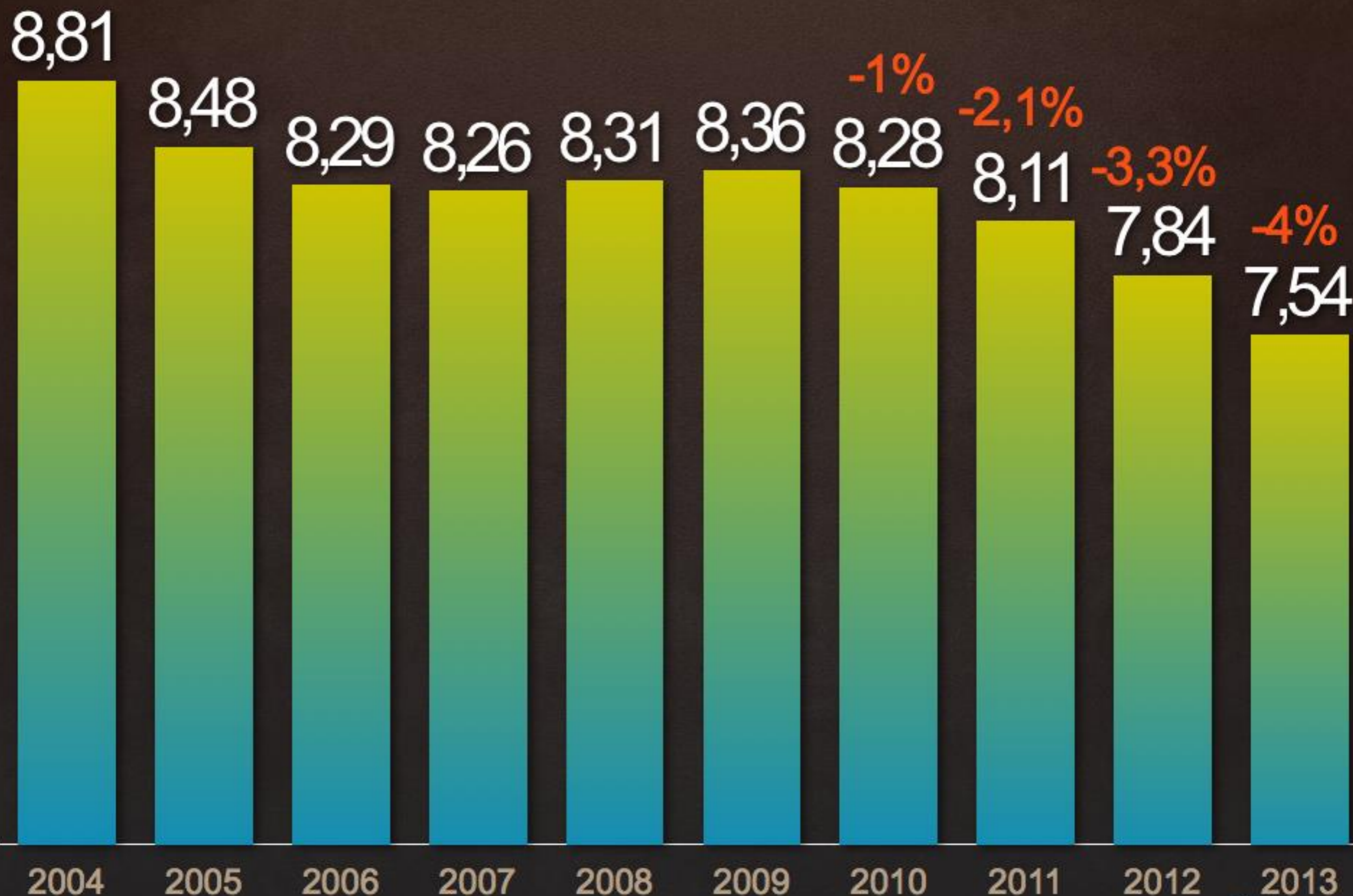
gratuit Mp3 nomade
Free to play Freemium TNT
DVD CD Hertzien
Catch-up TV Jeux TV PC Tablette payant
Livre HD Console
Blu-ray medias classiques Pure audio
Streaming Premium Retail
ereaders Streaming Premium réseaux sociaux
piraterie ebooks blogs
user generated

TEMPS CONSACRÉ



MARCHÉ ENTERTAINMENT

Valeur 100% - Résultats annuels - Hors Hardware Loisirs Interactifs - Mds €



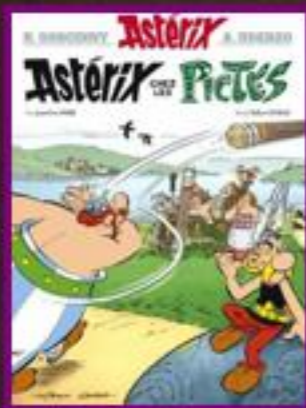
TOPS 2013



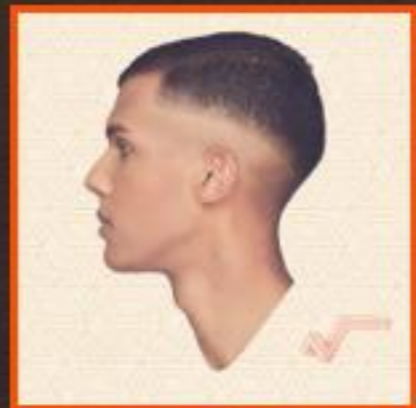
TOP ENTERTAINMENT 2013



1 951



1 667



1 156



1 138



963



925



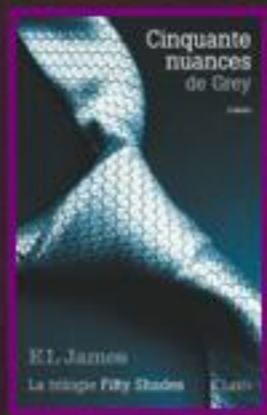
916



831



701



620



609



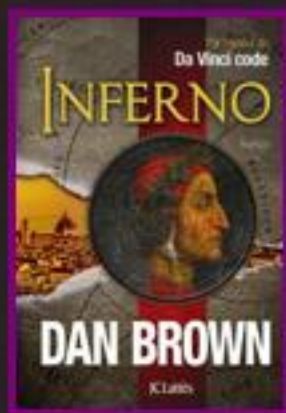
571



563



532



527



520



519



510



497



494

VIDEO



Thibault Valès
Jean-François Boone
Mounir Nil
Alexis Pollet

LE MARCHÉ, BILAN 2013

Ventes Physiques Vidéo

VOLUME

-19%

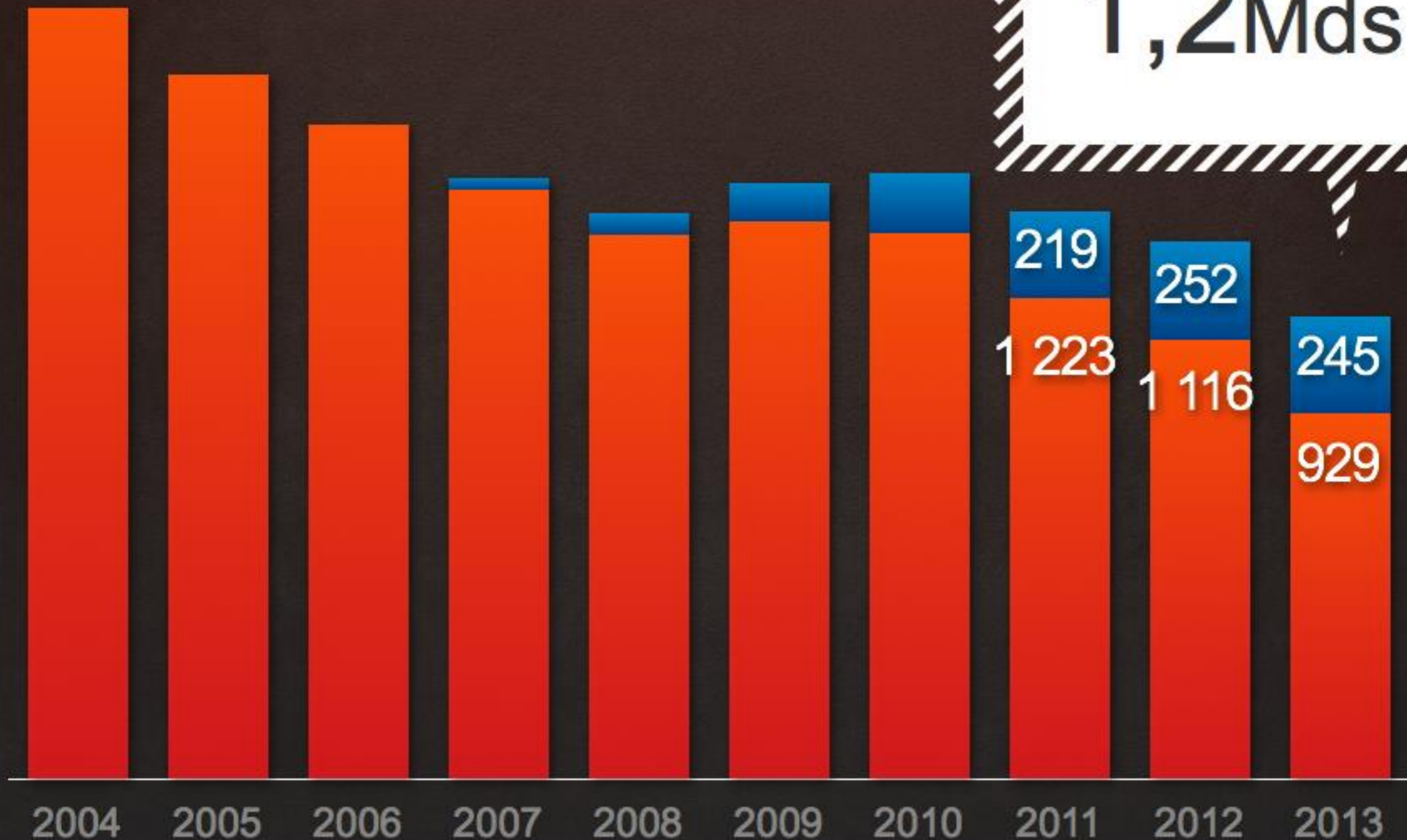
VALEUR

-17%

CA VIDÉO PHYSIQUE + DIGITALE

CA en Millions d'€

1,2Mds €



CA TOTAL VIDÉO - 2013

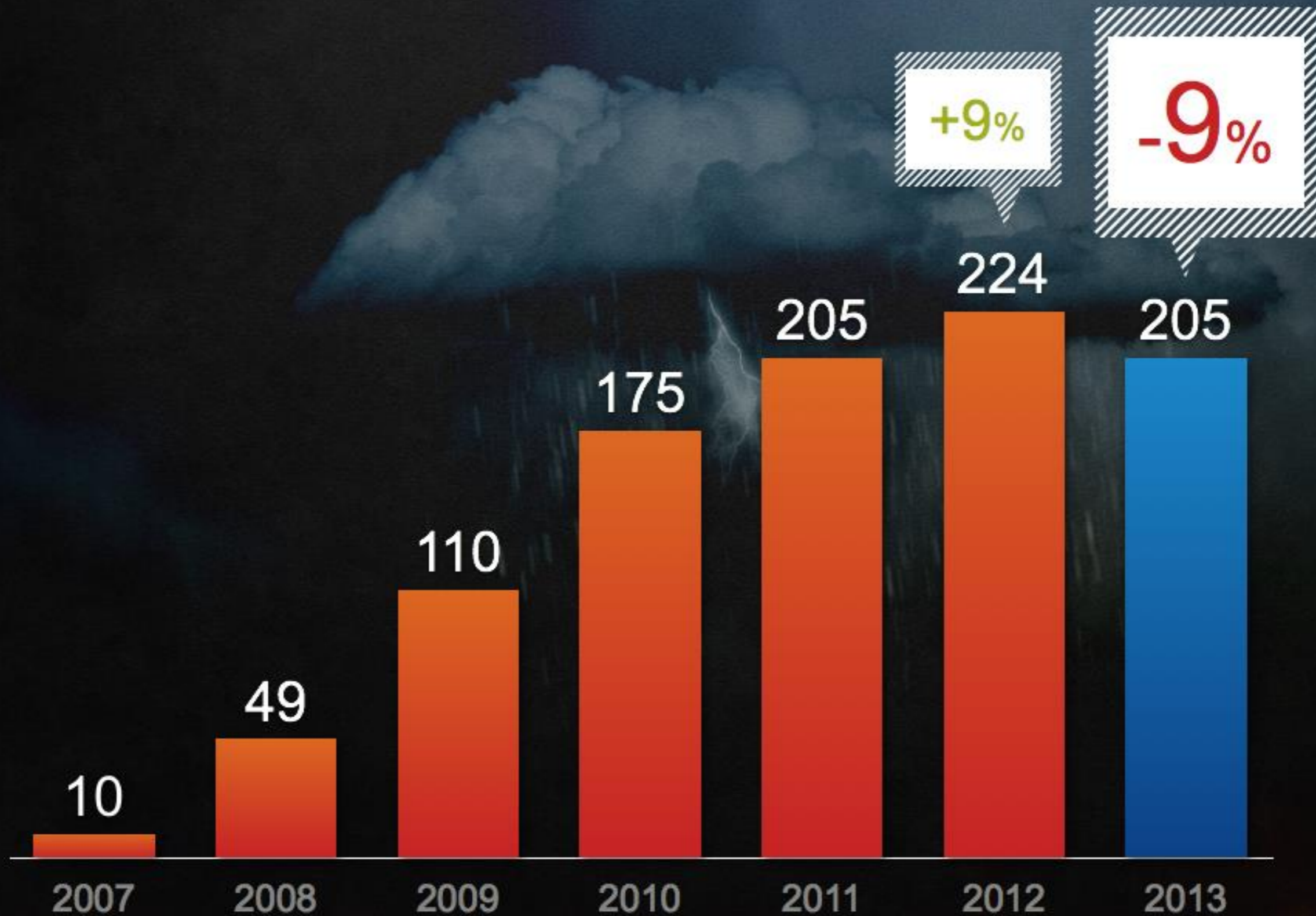
Physique + Digital

-14%
2013



VENTES BLU-RAY

CA Millions d'€ - 2013



TOP 10 - VIDEO PHYSIQUE 2013

Classement en Volume - Tous Formats et Toutes Editions Confondus



700 Ku



681 Ku



599 Ku



367 Ku



311 Ku



303 Ku



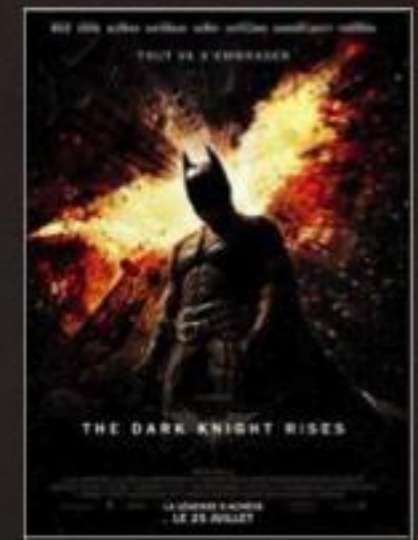
299 Ku



293 Ku



291 Ku



263 Ku

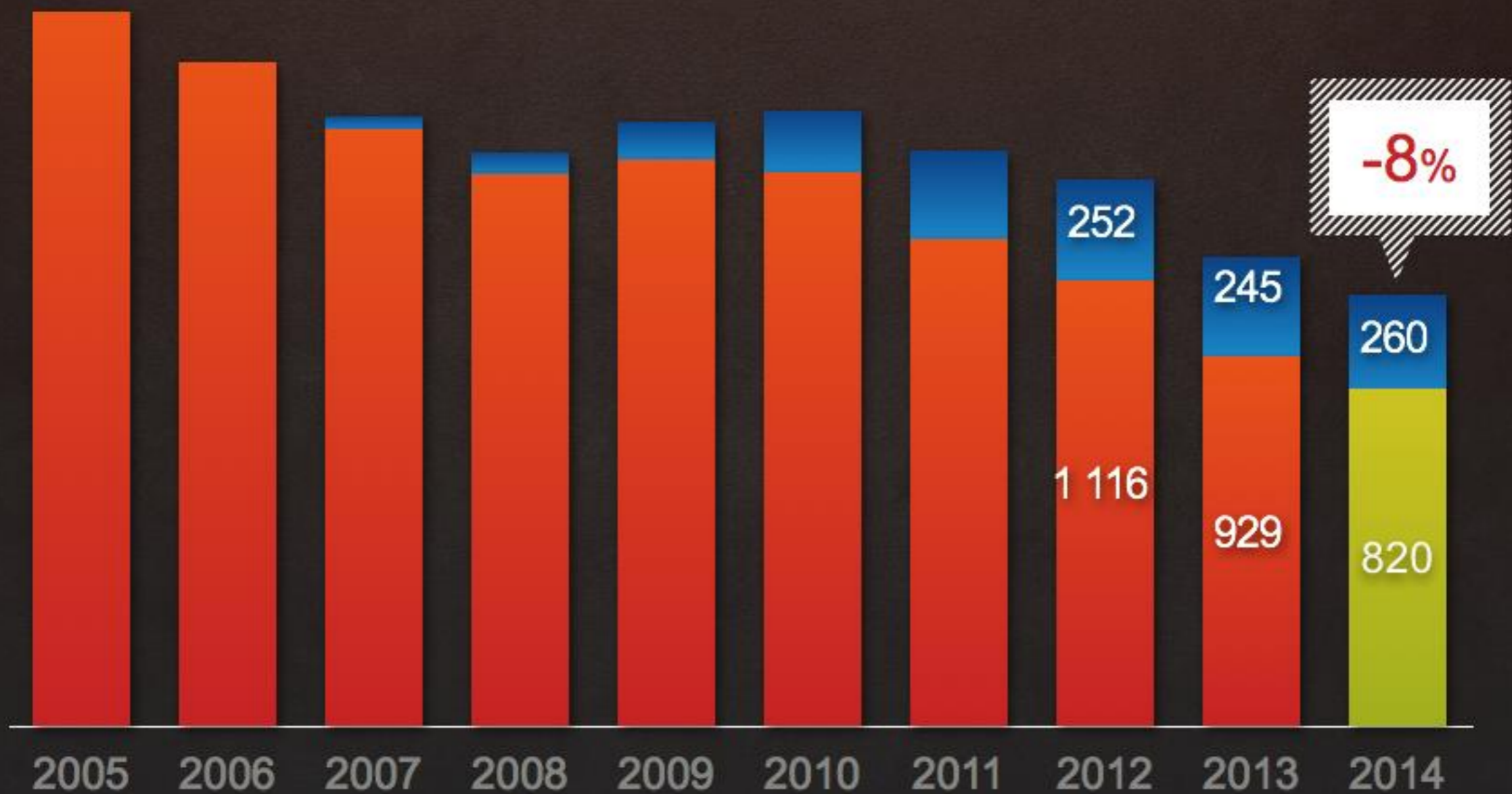
MARCHÉ VIDEO - PERSPECTIVES 2014



CA VIDÉO PHYSIQUE + DIGITALE

Prévisions 2014 - CA en Millions €

■ Vidéo Digitale
■ Vidéo Physique



Jeux Vidéo



Jean-François Boone

Rémi Gironnay

Ludovic Bockler

Alice Schollaert

Vanessa Dugast

Maxime Dalet

Aurélien Marcq

2013

année
historique

UNE ANNÉE PLEINE D'ACTUALITÉ



2,5
Milliards d'€

ventes physiques &
dématérialisées

Stabilité



MARCHÉ TOTAL LOISIRS INTERACTIFS

-7%

ventes physiques
seules



MARCHÉ HW TOTAL

VALEUR

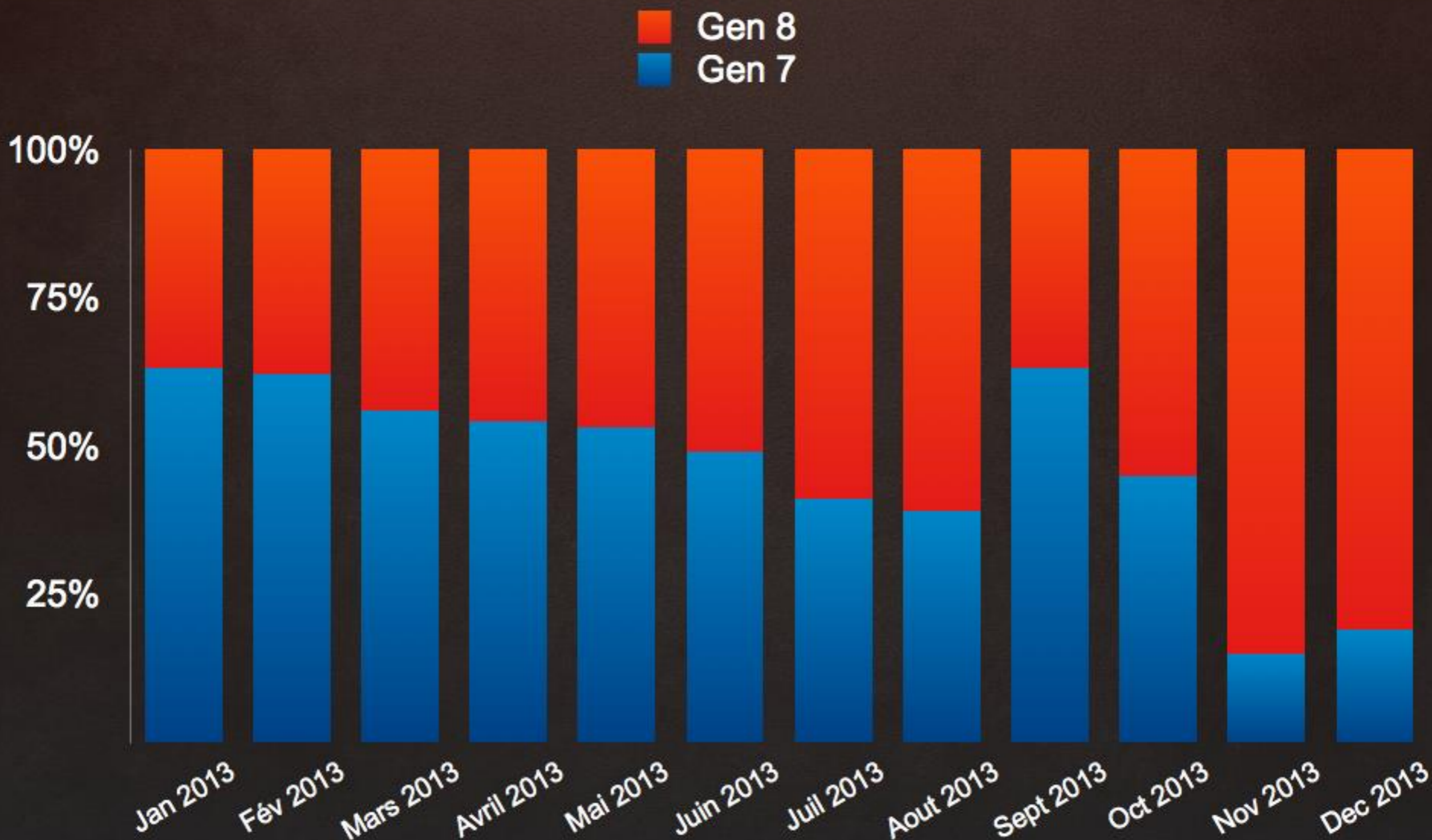
-3%

613M€



LA GÉNÉRATION 8 PREND DE L'IMPORTANCE

CA Gen 7 et 8 sur le HW



LE PHYSIQUE ENCORE MAJORITAIRE

Répartition du CA en % sur l'univers console

- CA dématérialisé
- CA Physique



TOP 20

2013



TOTAL LOGICIELS CONSOLE LABEL EN VALEUR

Palmarès des 20 meilleures ventes en 2013 - En millions d'Euros - Données 100%



114



65



55



27



24



20



20



17



16



16



14



13



12



11



10



10



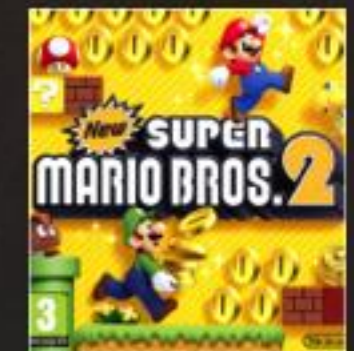
10



10



10



9

PERSPECTIVES



Prévisions

PRÉVISIONS 2014 LOISIRS INTERACTIFS

Evolution CA vs 2013

+70%

Digital + physique

LIVRE

Sébastien Rouault

Benoit Coste

Laure Lekieffre

Marion Paix

Stéphane So

Virginie Thibierge



MARCHÉ DU LIVRE - FRANCE

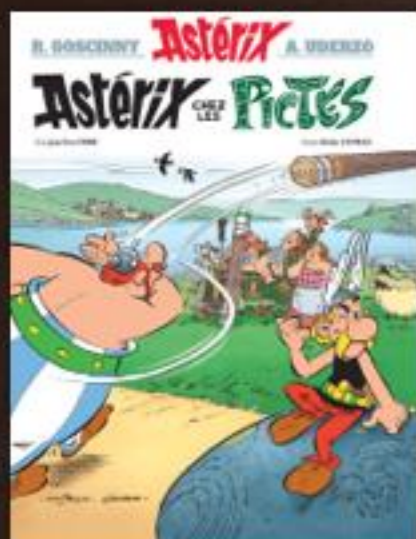
CA Total Physique (y compris VPC & Clubs) + Numérique



VOLUME
356M
-2,8%

VALEUR
3,9Md
-2,7%

TOP 10 - 2013



1,6 Mu



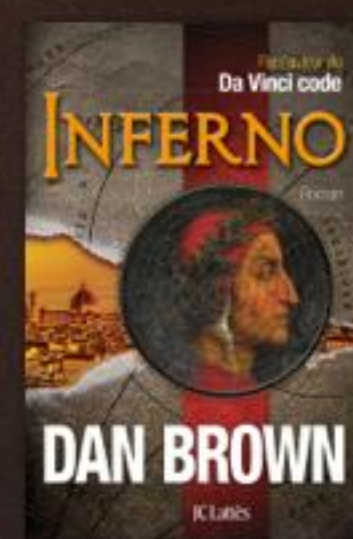
701 Ku



620 Ku



571 Ku



526 Ku



492 Ku



447 Ku



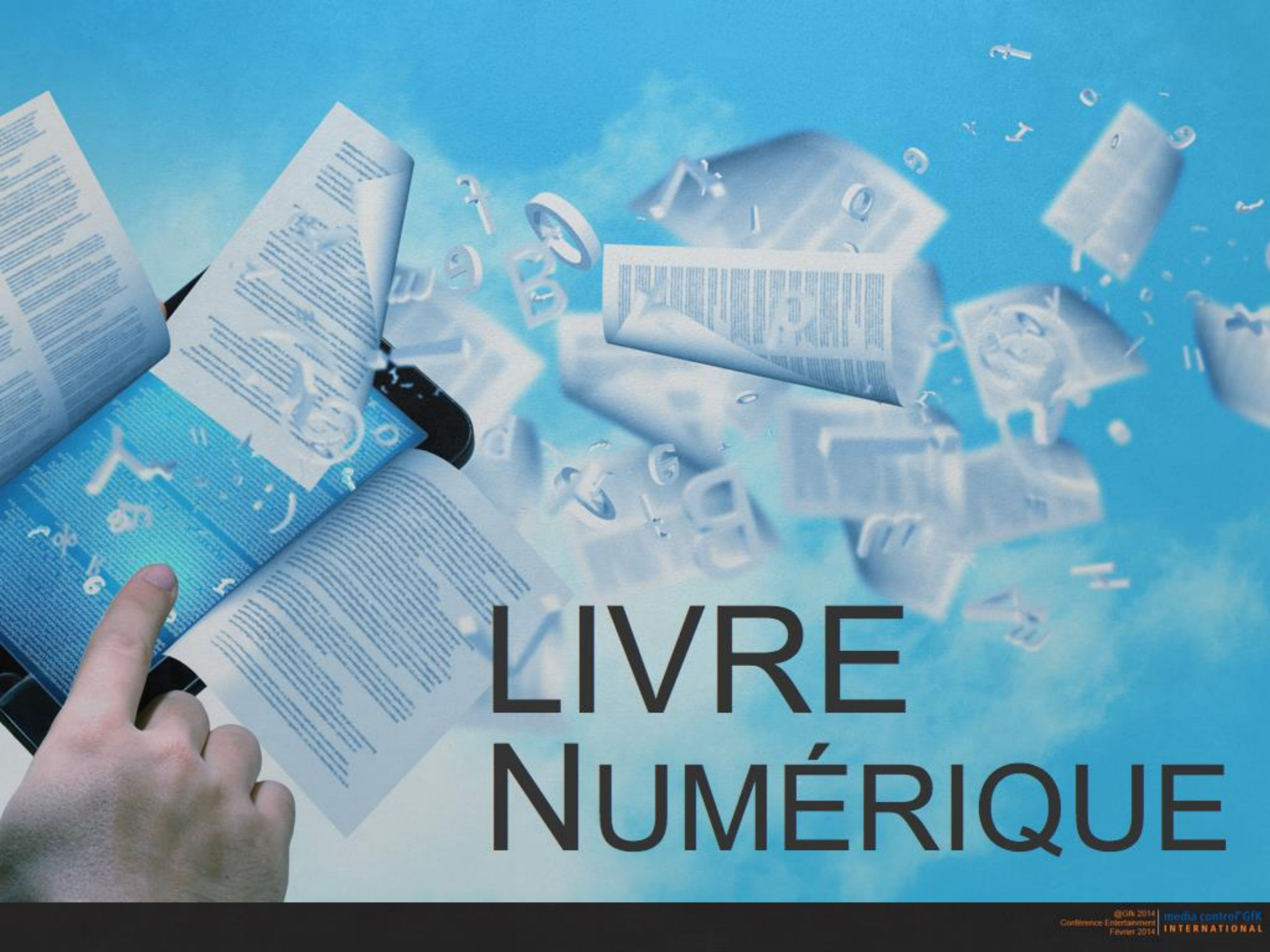
401 Ku



395 Ku



391 Ku



LIVRE NUMÉRIQUE

RÉSULTATS ANNUELS

Estimation du marché du livre numérique payant

5,17M
+125%

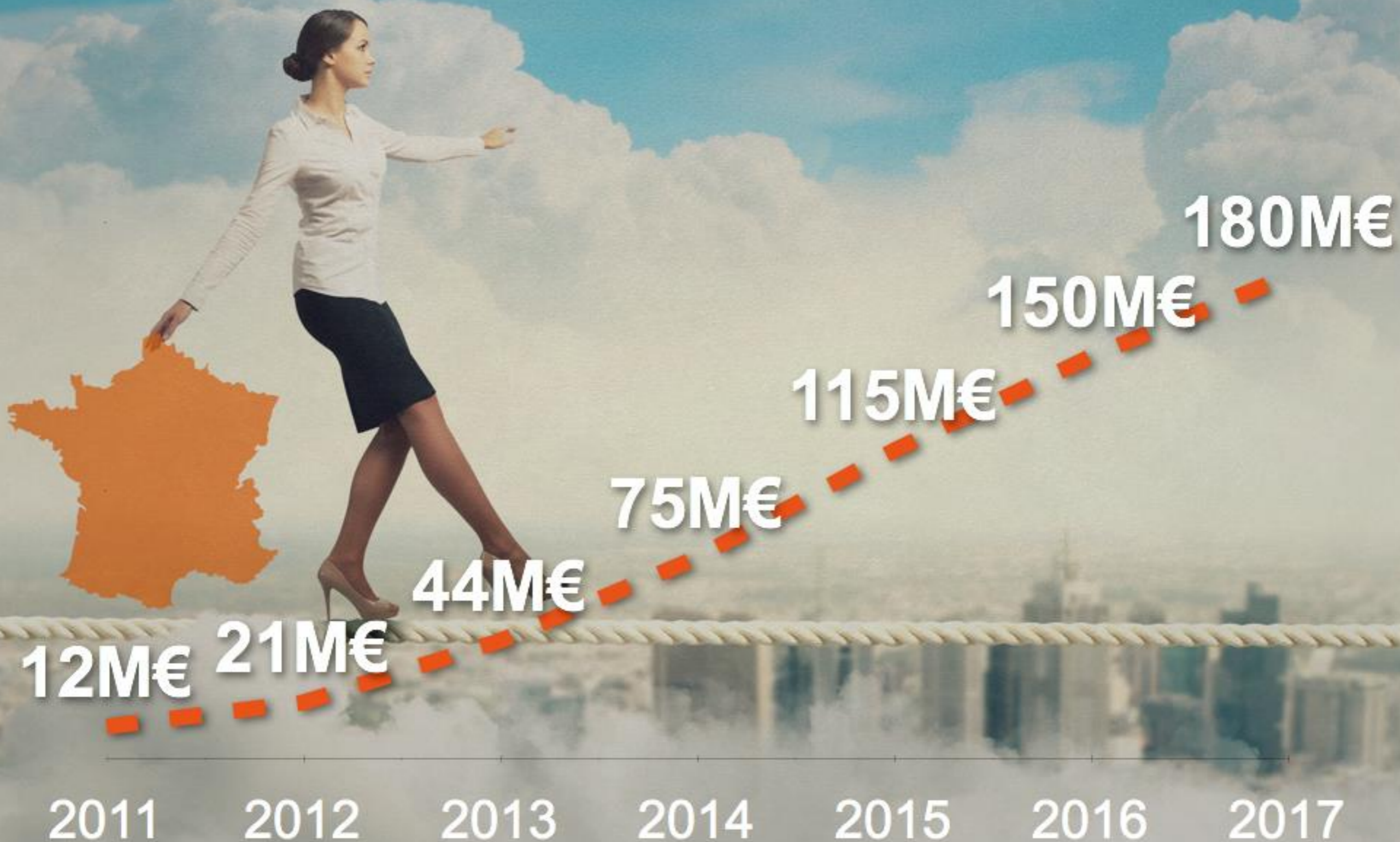
VOLUME
356M
-2,8%

VALEUR
3,9Md
-2,7%

44M
+110%

ESTIMATION DU MARCHÉ DU LIVRE NUMÉRIQUE

Livres numériques téléchargés à l'acte



Musique 2013



Frédéric PATISSIER

Paolo GALLI,
Directeur Musique

Alexandre JOURDAN

TOPS 2013



TOP 10 - CD & TÉLÉCHARGEMENT

Singles Volume (Milliers d'unités) - Poids Download



363

98%



292

97%



220

100%



206

100%



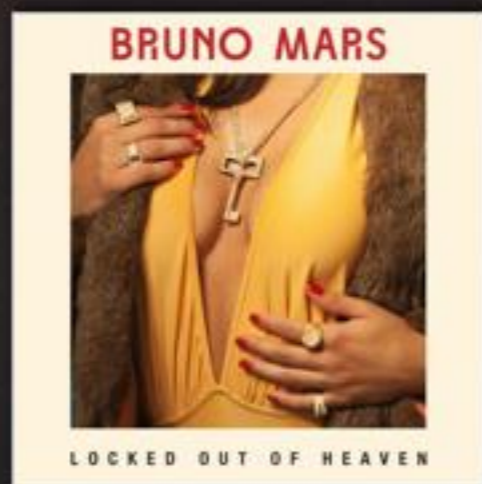
188

100%



173

100%



167

100%



165

100%



162

100%



160

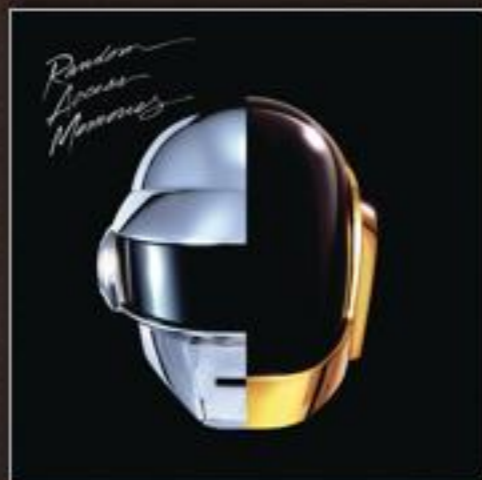
100%

TOP 10 - CD & TÉLÉCHARGEMENT

Albums Volume (Milliers d'unités) - Poids Physique - Poids Download



1 156
87% 13%



510
72% 28%



494
89% 11%



430
95% 5%



419
87% 13%



387
95% 5%



386
93% 7%



292
90% 10%



280
97% 3%



277
97% 3%

MARCHÉ DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE

CA Millions € TTC

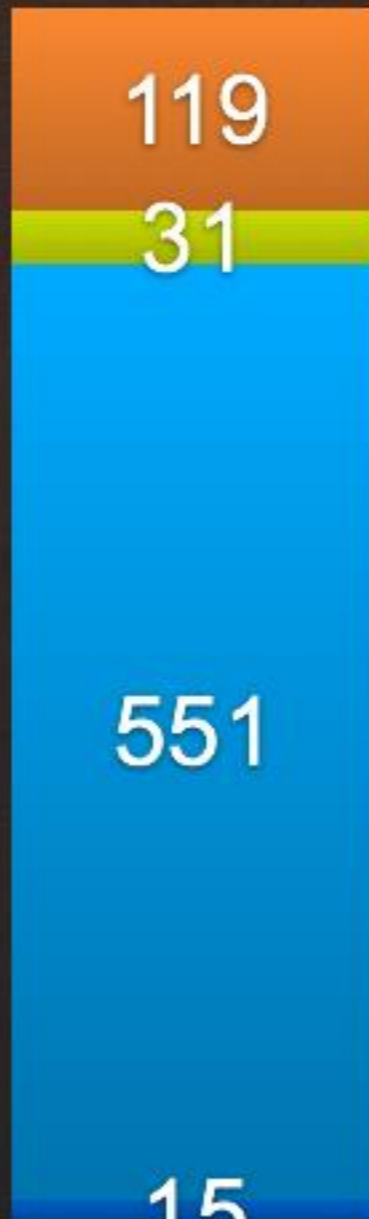
753



11
2012

716

-5%

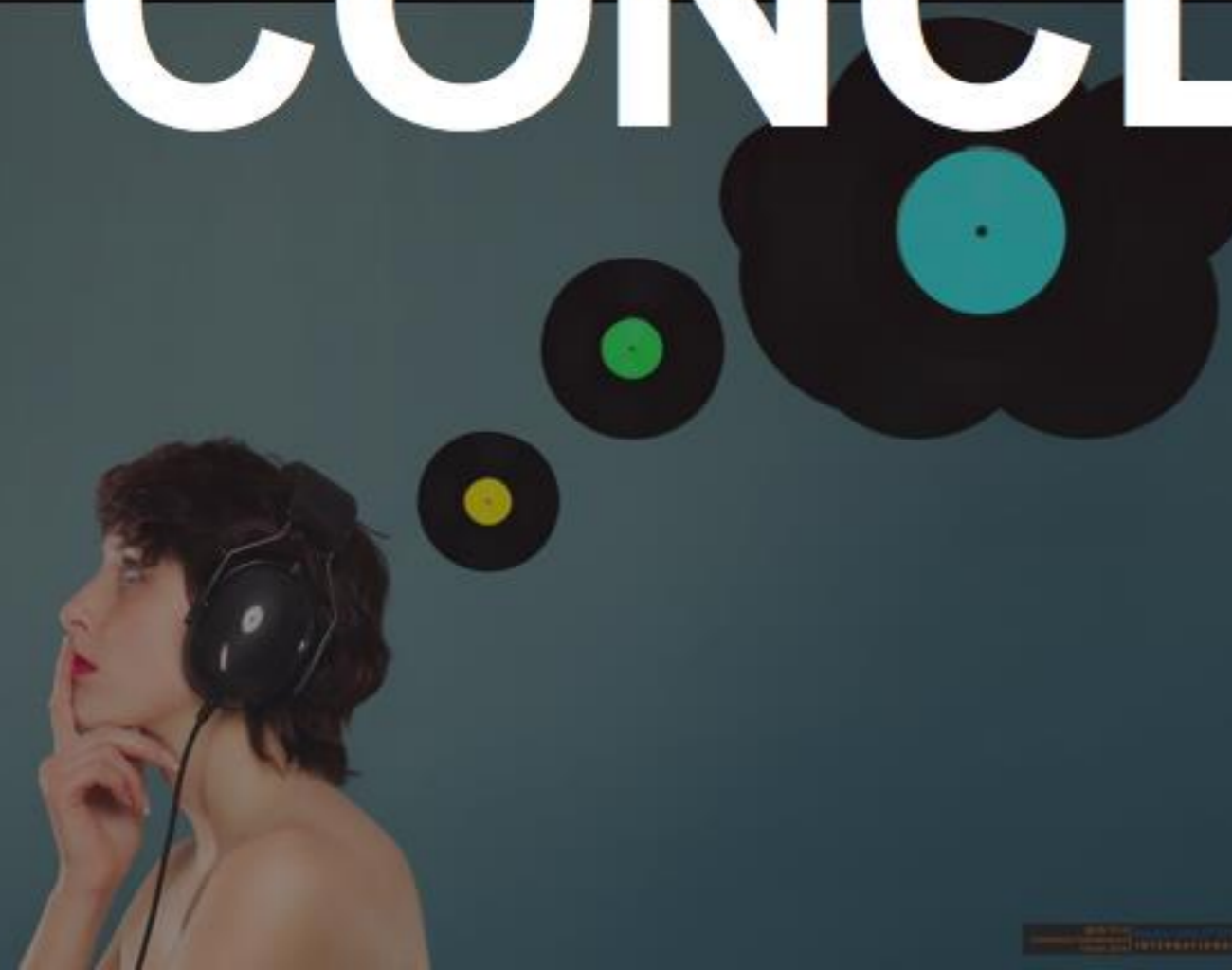


15
2013

- Téléchargement
- DVD/BRD
- CD Audio
- Vinyle



CONCLUSION



ET MAINTENANT ?

Il n'y a pas de fatalité !

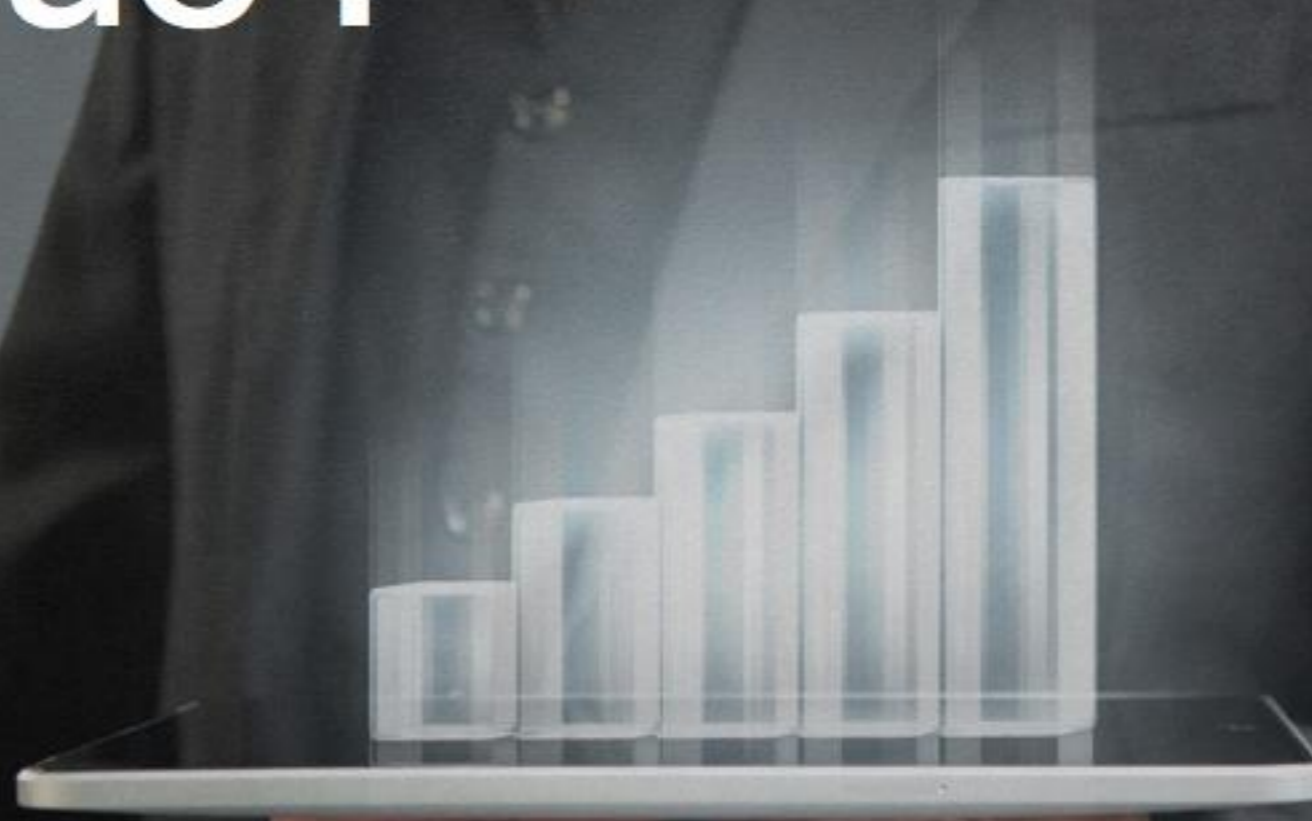
**Elargir l'assiette de consommateurs
« dématérialisés »**

Le Retail n'est pas hors-jeu !

**Les nouvelles technologies
et leurs bienfaits**

AVEC GfK...

**One GfK
Continue !**



Merci

