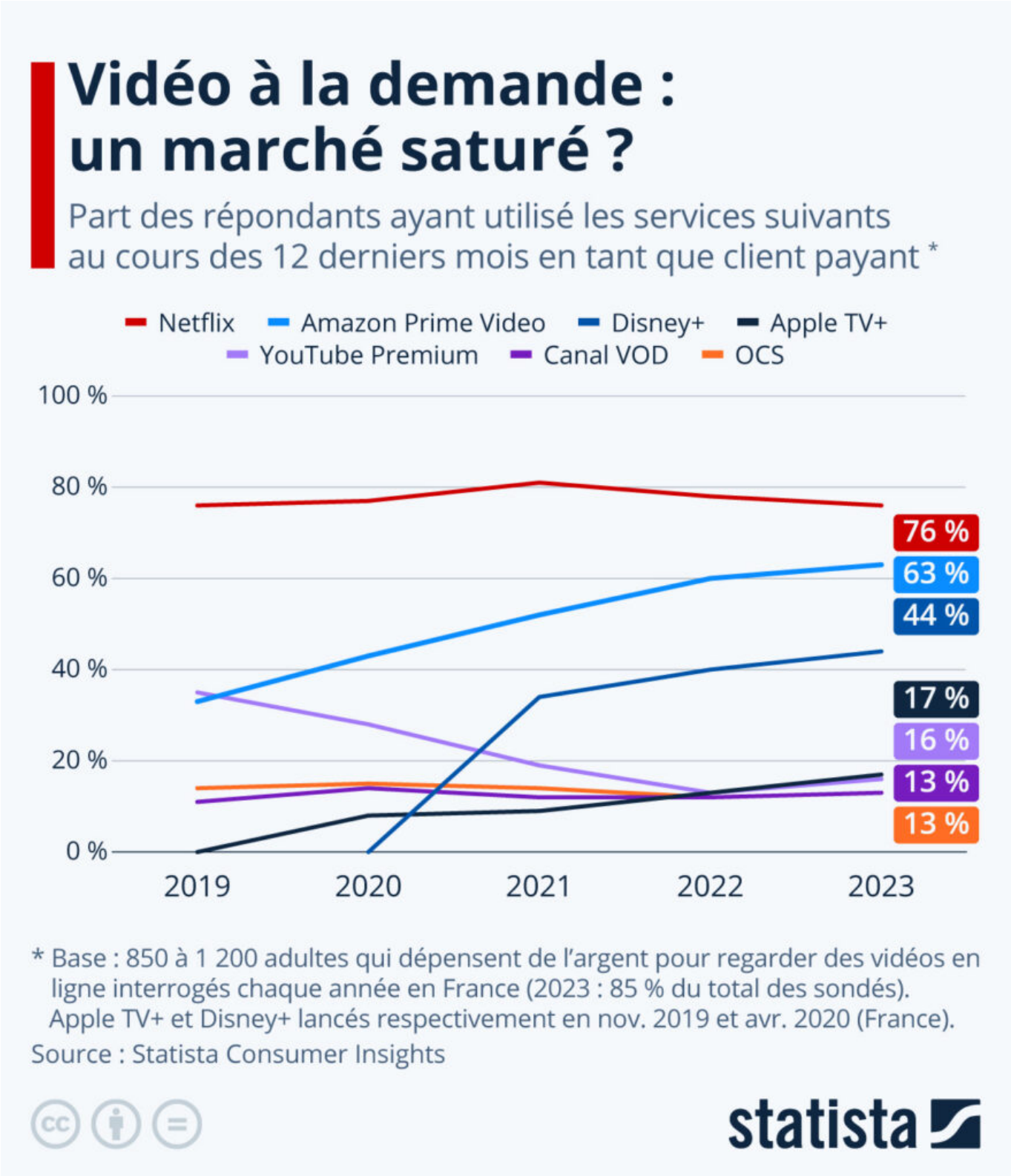
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Quelles sont les plateformes VOD les plus utilisées en France ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

Avec l'explosion du marché de la vidéo à la demande (VOD) ces dernières années, certains acteurs sont devenus incontournables dans ce secteur, tandis que d'autres cherchent encore à se faire une place et à grignoter des parts sur un marché qui apparaît désormais saturé. Quelles sont les plateformes VOD les plus utilisées en France ?

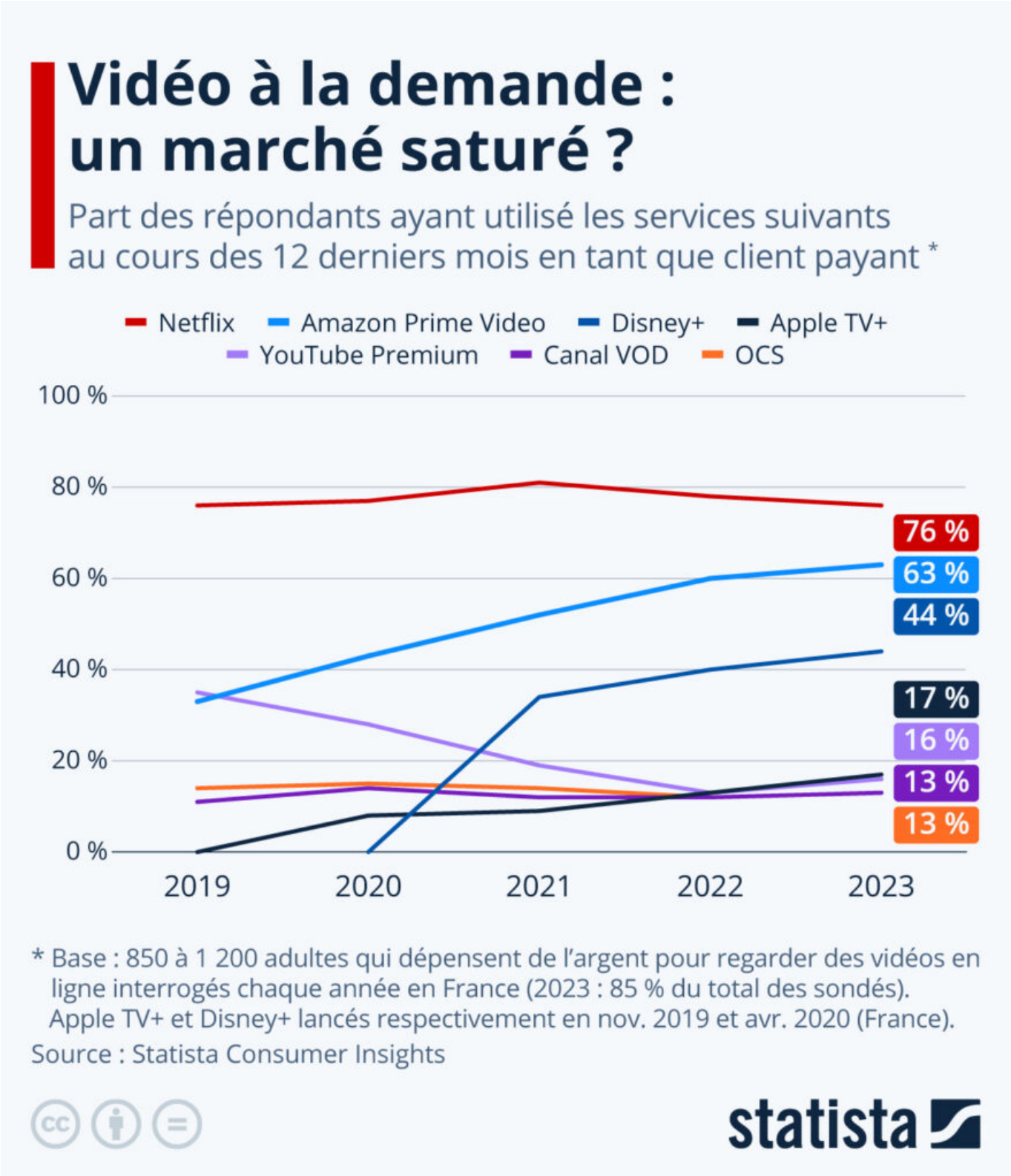
Comme le confirment les données issues des Consumer Insights de Statista, Netflix maintient toujours une longueur d'avance sur la concurrence dans l'Hexagone. Trois quarts des répondants qui dépensent de l'argent pour du contenu vidéo en ligne ont été clients du célèbre service de streaming au cours de l'année écoulée (enquêtes menées entre juin 2022 et juillet 2023).

Amazon Prime Video arrive en seconde position avec 63 % de clients, suivi par Disney+ (44 %), dont l'ascension a été fulgurante dans l'année qui a suivi son lancement en France en avril 2020. Les autres plateformes les plus utilisées – Apple TV+, YouTube Premium, Canal VOD et OCS – se tiennent ensuite dans un mouchoir de poche, avec des parts comprises entre 13 % et 17 %.

Les résultats de l'enquête, dont le total est largement supérieur à 100 %, suggèrent qu'une bonne partie des consommateurs interrogés payent pour utiliser deux services si ce n'est plus.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Ecrit par le 22 novembre 2026

Tristan Gaudiaut, Statista.

Streaming vidéo : le potentiel demeure important

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Avec environ 220 millions d'abonnés payants dans le monde, Netflix continue d'être le roi du streaming vidéo. Mais face à l'explosion de l'offre et l'essor des concurrents, il apparaît de plus en plus difficile de grapiller des parts sur ce marché. Grand gagnant de « l'économie du confinement » il y a deux ans, le leader de la vidéo à la demande est désormais en perte de vitesse et a même enregistré un premier recul de sa base d'abonnés au premier trimestre 2022. En amont de la publication de ses résultats du second

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

trimestre le 19 juillet, les analystes s'attendent à une nouvelle perte d'abonnés pour Netflix.

Même si le contexte économique actuel assombrit pour le moment les perspectives de croissance du marché, le potentiel du streaming vidéo reste relativement important à l'échelle internationale. Selon les estimations du Statista Digital Market Outlook, la part des utilisateurs (ou taux de pénétration) de services de vidéo à la demande dans le monde se situe à environ 20 % en 2022. Cette estimation couvre plus précisément la vidéo à la demande par abonnement, la télévision à la carte et les plateformes de téléchargement.

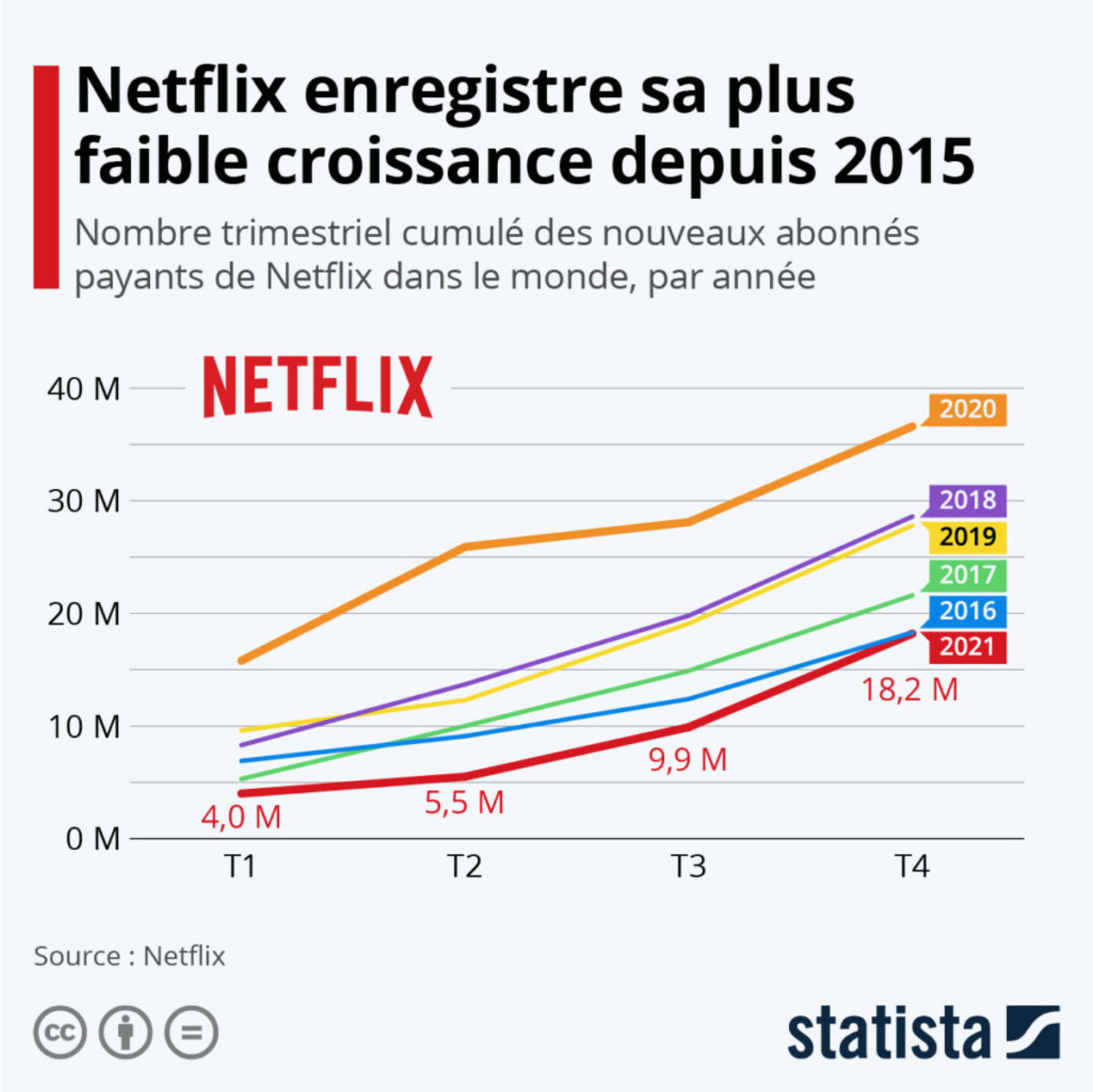
Comme le suggère notre carte qui compare les taux de pénétration dans le monde, les marchés les plus prometteurs pour faire la chasse aux abonnés se trouvent désormais en Asie du Sud, en Amérique latine, mais aussi en Afrique, où Disney+ a fait son arrivée dans plusieurs pays (dont l'Afrique du Sud) en mai et juin 2022. Si le marché semble se diriger vers un point de saturation en Amérique du Nord (États-Unis, Canada), où l'on enregistre environ 50 % d'utilisateurs au sein de la population, il existe encore une certaine marge de progression en Europe, où ce chiffre varie de 14 % en Bulgarie à 42 % au Royaume-Uni. En France, le taux de pénétration des plateformes de vidéo à la demande est actuellement de 33 %.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Après le boom, la croissance de Netflix marque le pas

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Après une année 2020 record, où Netflix avait ajouté 36 millions d'abonnés payants à sa communauté, le célèbre service de streaming vidéo a vu sa croissance considérablement ralentir l'année dernière. Selon sa dernière publication de résultats, Netflix a attiré 8,3 millions d'abonnés d'octobre à décembre 2021, portant le total pour l'année à 18,2 millions d'abonnements supplémentaires. Comme le met en avant notre graphique, il s'agit de la plus faible croissance annuelle d'abonnés depuis 2015. Mais bien que cela

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

puisse sembler préoccupant à première vue, il n'est pas nécessaire de tirer la sonnette d'alarme pour l'entreprise.

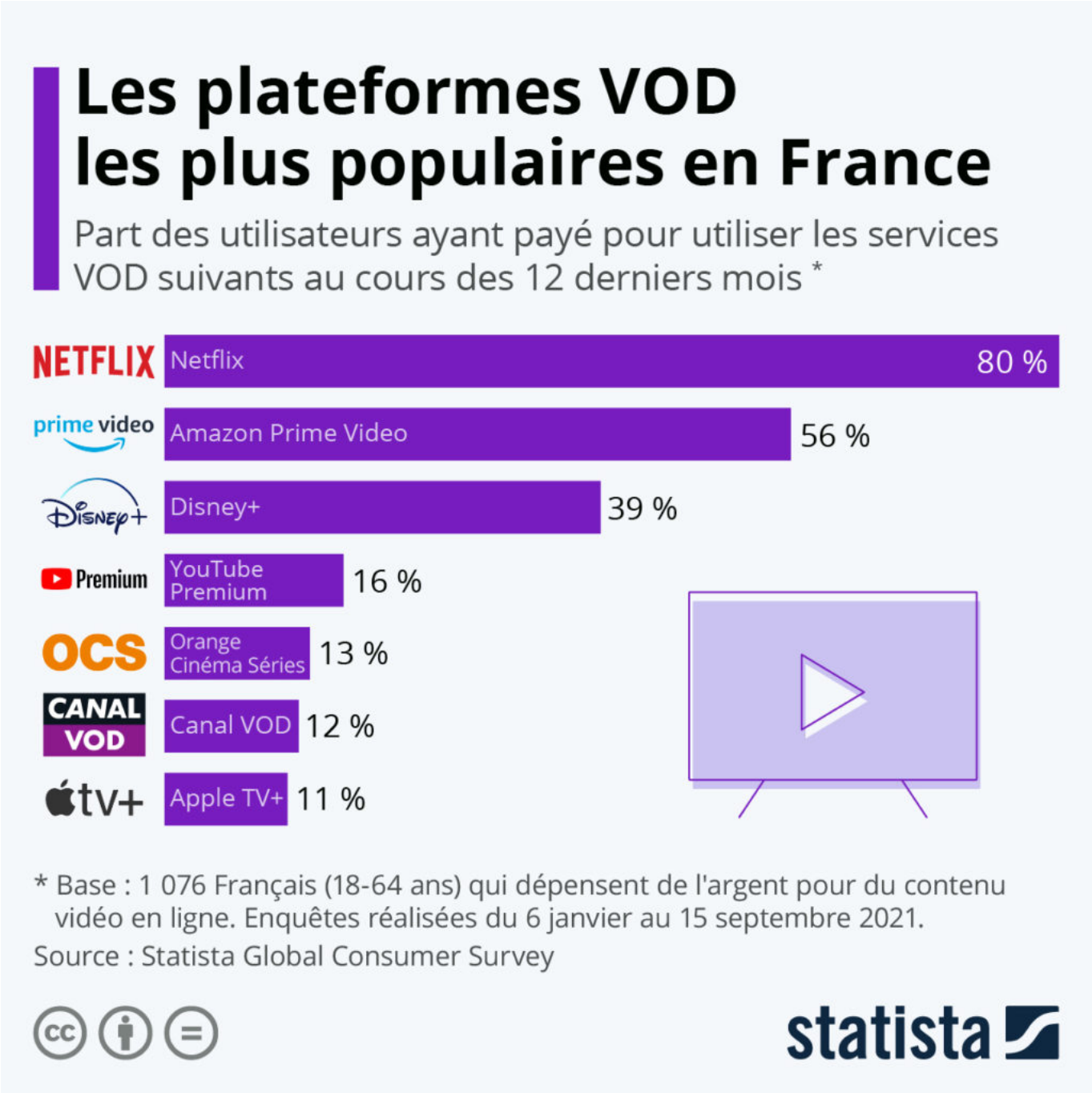
D'après l'évaluation faite par la société elle-même, Netflix a été victime des effets du boom de 2020, lorsqu'une foule de personnes s'est soudainement inscrite pour se divertir pendant les périodes de confinement. Beaucoup de ces nouveaux abonnés avaient probablement l'intention de s'inscrire tôt ou tard, créant ce que l'entreprise appelle un « excédent Covid » dans sa lettre aux actionnaires. Un autre facteur mentionné par Netflix pour expliquer son ralentissement concerne « les difficultés macroéconomiques dans plusieurs parties du monde comme l'Amérique latine ». Pour le premier trimestre 2022, Netflix reste prudent dans ses prévisions, tablant sur 2,5 millions d'ajouts nets, contre 4 millions en 2021.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Les plateformes VOD les plus populaires en France

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026



Avec l'explosion du marché de la vidéo à la demande ces dernières années, certains acteurs ont acquis un quasi-monopole dans ce secteur, alors que d'autres cherchent encore à se frayer une place dans le paysage et à grignoter des parts marché. Quelles plateformes VOD sont actuellement les plus populaires auprès des consommateurs français ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 22 novembre 2026

D’après les données du Statista Global Consumer Survey, Netflix se classe toujours sans surprise loin devant la concurrence. 80 % des répondants qui dépensent de l’argent pour du contenu vidéo en ligne ont payé pour utiliser la célèbre plateforme au cours de l’année écoulée (enquêtes menées en 2021). Amazon Prime Video arrive en seconde position avec 56 %, suivi par Disney+ (39 %) qui grimpe sur la troisième marche du podium moins de deux ans après son arrivée en France en avril 2020. Ces résultats, dont le total est largement supérieur à 100 %, suggèrent qu’une grande partie des consommateurs payent pour utiliser deux services voire plus.

De Tristan Gaudiaut pour Statista