Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

(Vidéo) Christian Gros, maire de Monteux, adresse ses vœux aux Montiliens



En raison du contexte économique, la commune de Monteux a fait le choix de ne pas organiser de cérémonie des vœux cette année. Ainsi, Christian Gros, maire de Monteux, adresse ses vœux aux Montiliens dans une vidéo.

J.R.

(Vidéo) Ancienne église des Célestins : à la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

découverte des santons de Romain Rodriguez



Romain Rodriguez est santonnier, à Comps dans le Gard. Ce mardi 29 novembre, il vient de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

finir d'installer, pour la cinquième année consécutive, la crèche provençale de l'ancienne église des Célestins, à Avignon. Les visiteurs pourront la découvrir dès ce samedi 3 décembre.

Streaming vidéo : le potentiel demeure important

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 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 15 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.

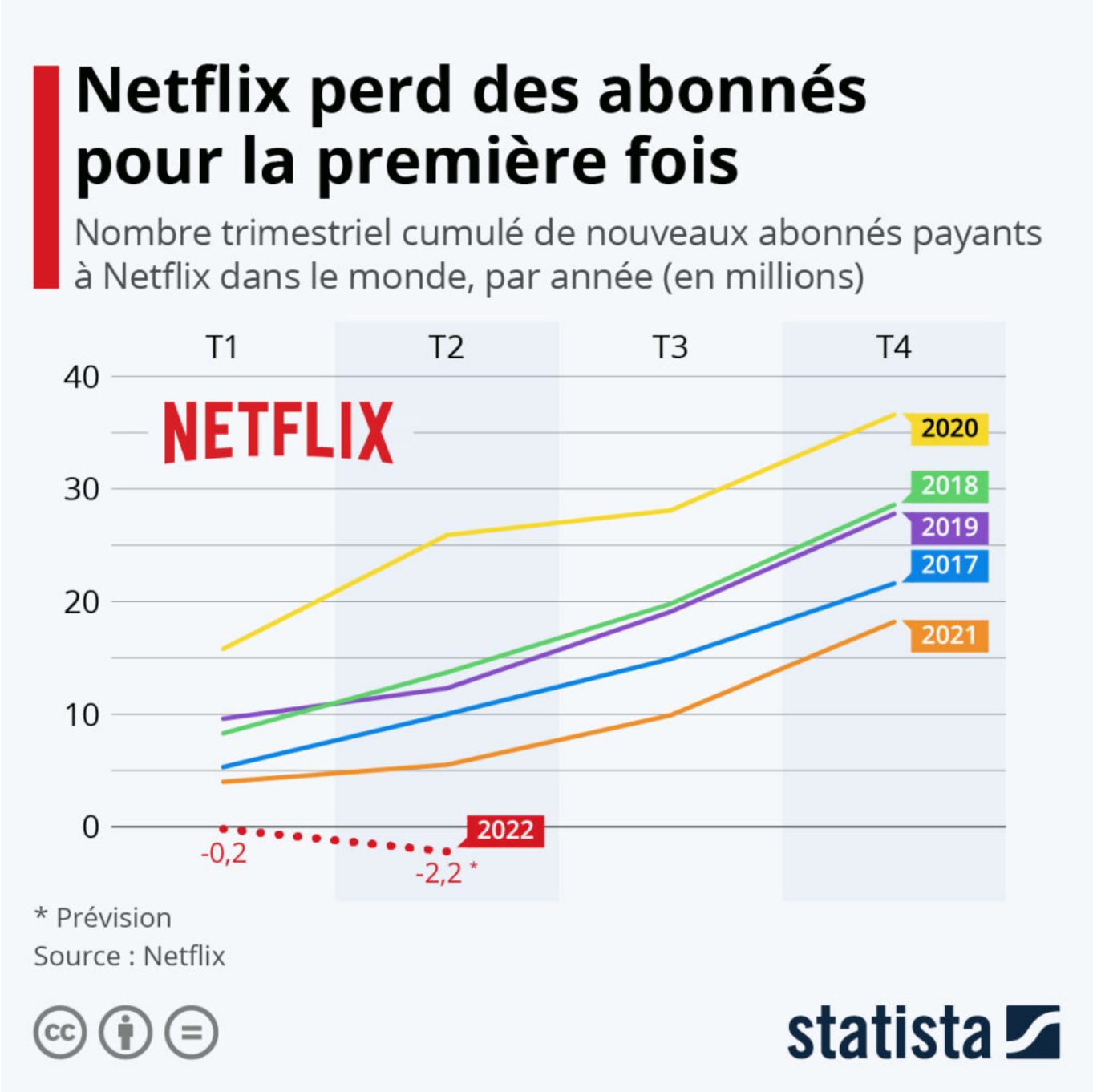
Comme le suggère notre carte qui compare les taux de pénétration dans le monde, les marchés les plus prometteurs pour faire la chasse aux abonnés se trouvent désormais en Asie du Sud, en Amérique latine, mais aussi en Afrique, où Disney+ a fait son arrivée dans plusieurs pays (dont l'Afrique du Sud) 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

Netflix perd des abonnés pour la première fois

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Après plus d'une décennie de croissance ininterrompue, Netflix a subi sa première perte d'abonnés au cours des trois premiers mois de l'année 2022. Le leader mondial du streaming vidéo a terminé le trimestre avec 221,64 millions d'abonnements payants, soit environ 200 000 de moins qu'au trimestre précédent. Une perte qui s'explique en partie par la fermeture du service en Russie début mars, en réponse à l'invasion de l'Ukraine.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Dans une autre mesure, Netflix se retrouve également victime de son propre succès pendant le début de la pandémie en 2020, lorsque sa base d'abonnés a augmenté beaucoup plus rapidement qu'elle n'aurait dû le faire dans des circonstances normales. En outre, le taux de pénétration élevé au sein des ménages, la concurrence accrue et le partage des comptes font qu'il est désormais difficile pour la plateforme de maintenir sa dynamique de croissance, en particulier dans des circonstances macroéconomiques défavorables.

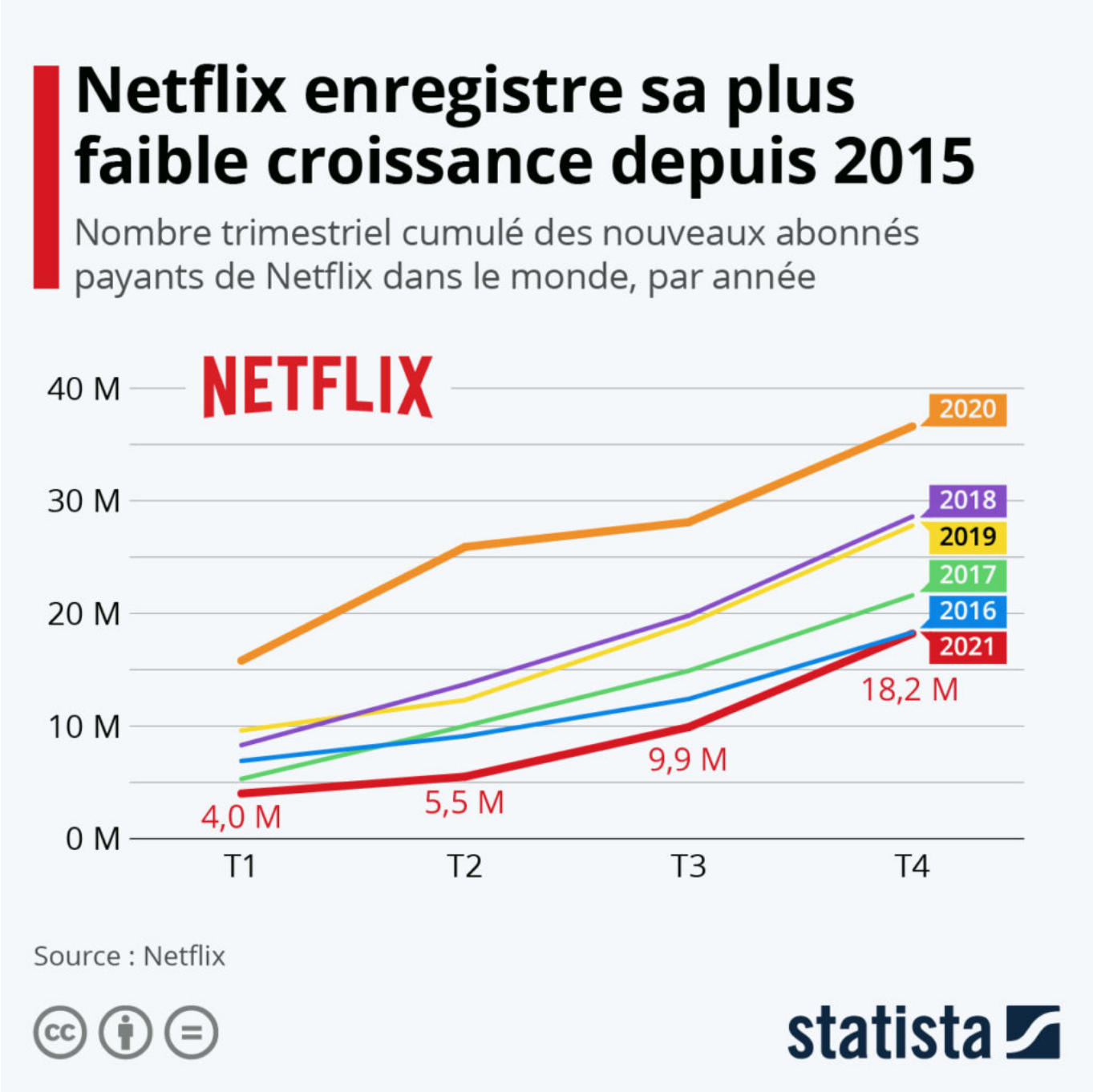
Netflix prévoit de perdre encore plus d'abonnés payants au cours du trimestre en cours (environ deux millions), tablant sur une base de 219,64 millions de clients à la fin du mois de juin. L'entreprise reste toutefois optimiste quant à son potentiel de croissance à long terme, évoquant des centaines de millions de foyers connectés au haut débit qui ne sont pas encore abonnés dans le monde. La société entend également mettre un frein aux partages de compte pour « monétiser » de nouveaux utilisateurs.

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 15 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 15 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

Vaucluse Provence Attractivité lance 'Memories', vos souvenirs en un clic

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Vaucluse Provence Attractivité (VPA) a déployé en lien avec les offices de tourisme, 'Memories', un outil gratuit de création instantanée de souvenirs sous forme de vidéo.

Cette solution génère un album qualitatif en mixant les contenus mobiles des visiteurs (selfies, photos, vidéos) avec des vidéos professionnelles fournies par VPA. Aussi bien destiné à la clientèle locale que touristique, cet outil permet aux visiteurs de partager leurs vidéos, en particulier sur les réseaux sociaux, et de devenir ambassadeurs des territoires vauclusiens.

Mode d'emploi

Pour créer sa vidéo et faire vivre ses souvenirs : aller sur le site www.getmy.video/vaucluse ou scanner le QR-Code des cartes de visite mises à disposition dans les sites et points d'intérêt du département. Ajouter ses vidéos et ses selfies aux images proposées. Si on le souhaite, les partager sur Facebook et Instagram.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Dans quelles villes ?

Pour le moment, il est possible de créer des vidéos souvenir dans les lieux suivants : Ansouis ; Avignon ; Carpentras ; Châteauneuf-du-Pape ; Dentelles de Montmirail ; Fontaine de Vaucluse ; Forteresse de Mornas ; Gordes ; L'Isle sur la Sorgue ; Lourmarin ; le Naturoptère ; Orange ; Pernes-les-Fontaines ; Richerenches ; Roussillon ; Sault ; Mont Serein ; Mont Ventoux ; Vaison-la-Romaine ; Venasque. A venir : Villeneuve-lez-Avignon et le Parc Spirou Provence.

L.M.

(Vidéo) Netflix : la série 'Bridgerton' au cœur de la Provence





Beaucoup de créativité, un bol de passion et une pincée de folie, tels sont les ingrédients de la dernière production réalisée par la vidéaste avignonnaise Marie Cyrielle. Ce clip musical,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

devenu très vite viral sur la toile, s'inspire de la série Netflix 'La chronique des Bridgerton' et met le savoir-faire local sous le feu des projecteurs.

Vidéaste depuis près de dix ans, passionnée par le montage vidéo et la création de contenus numériques, Marie, originaire d'Avignon, a récemment créé son entreprise de communication. Très attachée à sa Provence natale, la jeune vidéaste souhaitait mettre en lumière toute la richesse de cette région en soutenant les commerçants, artisans et producteurs locaux. Pour son dernier projet, la société 'MarieCyrielle' a souhaité se plonger dans l'univers de la série 'La Chronique des Bridgerton', qui se déroule dans l'Angleterre du XIXe siècle. Cette nouvelle création est un clip musical sur le titre 'Ocean Away', interprété par Abigail Barlow et Emily Bear, également inspiré de la série de Netflix.

Made in Provence

Avec ce clip, 'MarieCyrielle' souhaitait mettre en avant le savoir-faire local, avec des artisans et créateurs de Provence, valoriser le territoire et le patrimoine à travers un projet hors du temps. L'objectif est alors de montrer que la création peut prendre différentes formes et qu'il faut continuer de s'autoriser à rêver, « parce qu'il n'y a rien de plus beau qu'une équipe de tous les horizons qui se rassemble autour d'une création commune. »

Pour mener à bien ce projet inédit, Marie s'est entourée de partenaires locaux. Tout d'abord, le château de Mazan, où a été tournée la vidéo, mais aussi des artisans et commerçants provençaux : la créatrice de bijoux 'LaurettaPerl' à Vedène, l'association 'Mémoire et légendes' à Salon-de-Provence pour les costumes d'époque, ainsi que le salon de coiffure 'A l'angle 230' de Morières-lès-Avignon. Ce projet est également l'occasion de mettre en avant Evidence, un studio créatif Avignonnais en pleine élaboration, regroupant des jeunes freelances et des passionnés de création sur des projets locaux uniques. Des initiatives s'inscrivent dans la dynamique de création artisanale caractéristique du Département. Rappelons que le Vaucluse était, en 2019, le département ou l'emploi artisanal avait le mieux résisté avec 18 470 entreprises (+5,8%). *Source : Chambre de métiers et de l'artisanat de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (CMAR Paca).*