

Le pouvoir des DVD

Autor(en): **Greuter, Nicole**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **43 (2006)**

Heft 1698

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1009102>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Le pouvoir des DVD

Le marché suisse du film, entre cinéma et vidéo, titre de l'étude que vient de publier l'Office fédéral de la statistique (OFS), explore le marché de la vidéo, qui a pris un nouvel essor avec la technologie DVD, et aboutit à un constat surprenant: le DVD est bon pour le cinéma.

Au moment où l'influence du DVD sur le fléchissement de la fréquentation des salles suscite maintes spéculations, où cette technologie concurrence fortement le cinéma et où le lancement d'un film fait toujours plus figure de tremplin promotionnel pour la vente du DVD, cette publication de l'OFS tombe à pic. Nouvelle contribution à l'étude thématique Panorama cinématographique suisse, *Le marché suisse du film, entre cinéma et vidéo* décortique, chiffres et faits à l'appui, le succès impressionnant des DVD sur le marché et dans la société. Elle examine aussi les retombées d'un tel engouement pour le cinéma. En revanche, les thèmes brûlants que sont le DRM (Digital Rights Management) ou les développements de l'accès aux œuvres en ligne sont éludés.

Pas d'effets négatifs sur le cinéma...

Depuis cinq ans environ, le DVD triomphe, comme le démontre la progression des achats d'appareils évoquée par l'OFS. En 2005, près d'un demi-million de lecteurs (109 000 en 2000), 75 000 installations de home cinéma (aucun en 2000) et 30 500 magnétoscopes VHS (254 000 en 2000) ont été vendus en Suisse. Aujourd'hui, plus de 90% des ménages suisses possèdent un téléviseur, et la moitié dispose aussi d'un lecteur VHS ou DVD. Presque un ménage équipé sur quatre s'est offert un home cinéma. On peut dès lors affirmer que la Suisse compte actuellement quelque 300 000 «salles de cinéma» à domicile.

En dépit de ce glissement du film et de la salle de projection vers un domaine privé dont l'ampleur croît à vue d'œil, l'étude de l'OFS estime que ce phénomène ne nuit pas aux entreprises cinématographiques. Au contraire de la télévision, dont la propagation au cours de ces cinquante dernières années a directement contribué à la disparition des salles de cinéma, il est impossible d'établir un quelconque rapport entre le succès foudroyant

du DVD et les récentes baisses des entrées dans les salles. Rien ne permet donc de conclure au remplacement d'un mode de consommation par un autre: l'effondrement de la fréquentation des salles, depuis 2004, irait même de pair avec le recul des ventes et des locations de DVD.

Un regard sur le graphique qui compare les recettes du marché vidéo avec celles des cinémas met toutefois en évidence un autre effet: depuis 2000, les parts de marché se sont inversées. Jusqu'en 1999, l'exploitation en salles représentait encore la majeure partie des recettes d'un film. En une nuit ou presque, le marché de la vidéo a pris le dessus. Sur un chiffre d'affaires de 600 millions de francs, 64% reviennent désormais au secteur de la vidéo. Si cette évolution ne s'avère pas préjudiciable au cinéma, il n'en demeure pas moins que les exploitants ne tirent aucun profit de cette poule aux œufs d'or.

Aujourd'hui, les ventes de DVD représentent 90% du commerce de détail, ce que confirme un chapitre de l'étude consacré à l'analyse minutieuse des ventes et que tout un chacun constate depuis belle lurette: trouver des cassettes VHS à l'étal des commerces de vente et de prêt est presque devenu mission impossible. Comparé au chiffre d'affaires des ventes de DVD, celui de la location est en outre négligeable. Les tarifs, relativement élevés en Suisse, en sont la cause. Le prix de vente moyen d'un DVD, en revanche, se rapproche de plus en plus de celui d'un billet de cinéma. Depuis 1998, son prix a été amputé d'une bonne moitié!

...et même des effets positifs

Selon l'étude de l'OFS, l'effet négatif du DVD est relatif, dans la mesure où il insuffle au public «le goût du cinéma». La qualité de l'image et du son, les versions en plusieurs langues et les éventuels bonus figurent au nombre des facteurs décisifs incitant les consommateurs de DVD à en voir davantage, et même à devenir des cinéphiles. Ces affirmations

de l'OFS s'appuient sur une enquête européenne réalisée en 2005 par le Centre national de la cinématographie (CNC), à Paris. Selon cette étude, la moitié des personnes interrogées s'intéresse à davantage de genres depuis l'apparition du DVD et un tiers d'entre elles voit plus de films en version originale provenant de différents pays. Dans les faits, jamais l'offre de films n'a été si vaste ni si variée qu'aujourd'hui. L'Association suisse du vidéogramme (ASV) évalue le catalogue à 40 000 titres, comportant des anciens films et des nouveautés, ainsi que des produits non cinématographiques comme les séries, les spectacles, etc.

Contrairement à la cassette VHS, le DVD recèle donc un potentiel de développement qui lui permet de concurrencer sérieusement les entreprises de projection. Cette rivalité s'est encore accrue avec l'entrée en scène du home cinéma, dont la qualité visuelle se rapproche de plus en plus de celle de la salle de projection. Au point que le visionnement d'un film à la maison sur DVD est devenu un acte social, souligne aussi l'étude dans sa conclusion. Faire son cinéma à domicile ne signifie cependant pas que l'acte d'entrer dans une salle est banni, mais au contraire stimulé: «Plus une personne consomme de DVD, plus elle va au cinéma», affirme l'OFS en s'appuyant sur le renversement observé par l'étude du CNC citée plus haut. Une personne qui va au cinéma une fois par semaine en moyenne visionne en effet 8,35 DVD par mois, tandis que la consommation mensuelle du ronchon qui n'y met jamais les pieds n'est que de 5,15 DVD.

Nicole Greuter

Aperçu cinématographique suisse 2006: le marché du film, entre cinéma et vidéo.
www.statistik.admin.ch

Article repris de *Cinébulletin* 8/2006
www.cine-bulletin.ch