Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 43 (2006)
Heft: 1698

Rubrik: Cinéma

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 05.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://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 (109000 en 2000), 75000 installations de home cinéma (aucun en 2000) et 30500 magnétoscopesVHS (254000 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 300000 «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 croit 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 40000 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