STREAMING EN FRANCE

Entre plaisir et tensions budgétaires

Selon l'Arcom, en 2026, 74% des français ont accès à au moins une offre vidéo payante dans leur foyer.



1.LES FRANÇAIS ONT CHOISI LE STREAMING.

Une nette majorité de Français préfère la vidéo à la demande (YouTube, Netflix, etc) à la télévision en direct.

Aujourd'hui, ce sont deux générations entières qui se construisent **sans la télévision linéaire.**



(Source : Sondage Odoxa pour Influx, Mars 2026)

2. LES ABONNEMENTS STREAMING AVEC PUB PROGRESSENT

49% **des répondants indiquent avoir volontairement choisi une offre avec des publicités.**

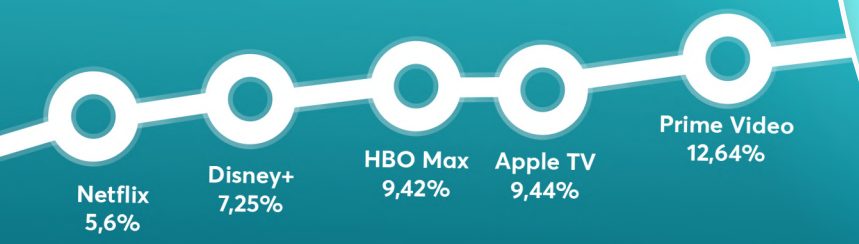
MAIS des audiences + critiques face à la publicité : ils sont **10%** + nombreux à considérer les publicités comme intrusives (vs la télé traditionnelle).

(Source : FreeWheel 2026)

3. LES ABONNEMENTS INTERMITTENTS

Chaque mois, **3,3 millions** de français se désabonnent d'une plateforme.
Une tendance s'installe : s'abonner à un service, le résilier et y revenir selon ses besoins.

% DE RÉSILIATION PAR PLATEFORME



(Source : Etude pour Spliit, entre Octobre 2025 et Mars 2026)

4. LE PRIX : PREMIER FREIN À S'ABONNER

Parmi ceux qui ne sont pas inscrits à certains services de streaming, près de la moitié **(49 %)** des répondants ont cité le prix élevé comme la principale raison de leur choix.

Les femmes sont plus nombreuses à ne pas posséder d'abonnement par rapport aux hommes, avec un taux de **20 %** contre **13 %.**



(Appinio, Service d'abonnement : tendances streaming et plateformes préférées, Jan 2026)