

Tendances abonnements numériques

82% des foyers français ont un abonnement à au moins une plateforme ⁽¹⁾

Nombre d'abonnements par foyer ⁽¹⁾

25-34 ans

dépensent le + en abonnements culturels (+20% vs la moyenne tout âge confondu)

4,2

18-24 ans

3,9

25-49 ans

3,2

Nombre d'abonnements moyen par foyer



Vidéo 65% des foyers ont un abonnements SVOD. Le streaming est l'abonnement le plus populaire ⁽¹⁾

Gaming 70% des français sont gamers (au moins occasionnels). 51% hommes / 49% femmes ⁽²⁾.

Audio 35% écoutent de la musique en streaming. 17% écoutent des podcasts. 7% écoutent des livres audio ⁽³⁾.

Presse 16% d'abonnés en ligne ⁽⁴⁾

Sport 15% Utilisent des applis de fitness ou de santé ⁽⁵⁾



Des usages complémentaires aux abonnements

Achat à l'acte

46 % des français ont acheté au moins un contenu «au titre» (hors abonnement) : un article presse, un film, un stream d'événement sportif, une écoute d'album de musique. C'est 71% chez les moins de 35 ans

Accès aux plateformes non payantes

- Chaînes de TV en direct
- Chaînes de TV en replay (TF1+, M6+...)
- Réseaux Sociaux
- AVOD/Fast (Molotov, Rakuten TV...)

57% des utilisateurs d'AVOD/Fast déclarent ne plus regarder la télévision en live.



Des prix qui explosent



65 à 80€ /mois/foyer

en moyenne ⁽⁵⁾. La présence de gamer dans le foyer est un facteur d'inflation du budget.

+12€
par mois

vs 2022 ⁽¹⁾

+4€
par mois

vs 2024 ⁽¹⁾

Les principaux critères de choix pour s'abonner : ⁽¹⁾

83%

attentifs aux prix avant de souscrire

66%

attentifs aux contenus récents

Ces hausses de prix impactent les usages

90% de satisfaction à ses abonnements ⁽¹⁾
MAIS des aménagements sont mis en place

Priorisation et dépriorisation

Certains abonnements sont incontournables : maintien des dépenses de films, séries, musique. D'autres abonnements potentiellement dépriorisés : abonnement sport, presse, jeux vidéo sous abonnement.

Une tendance émerge : la mise en pause

Les abonnés mettent en pause leur abonnement avant de revenir plus tard lorsqu'un nouveau contenu les intéresse.

Accepter la pub

Une majorité d'abonnés se dit prête à accepter de la pub en échange de tarifs réduits (surtout pour le streaming vidéo).

