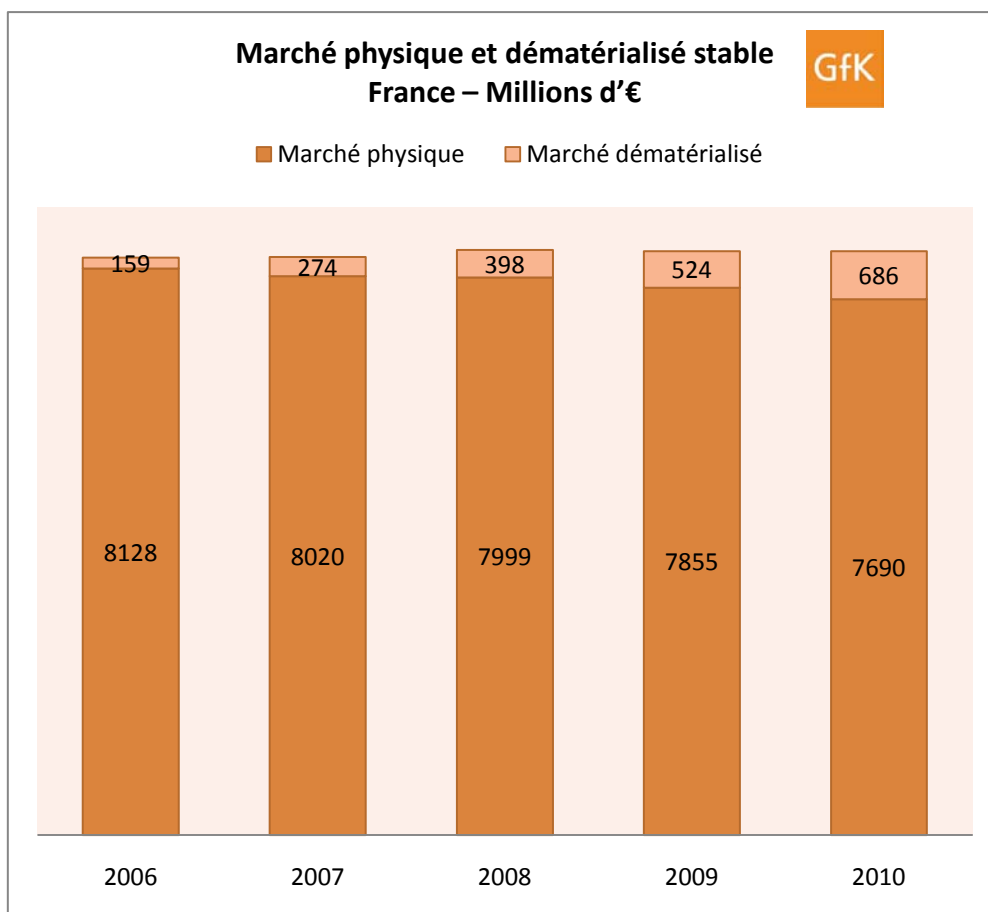


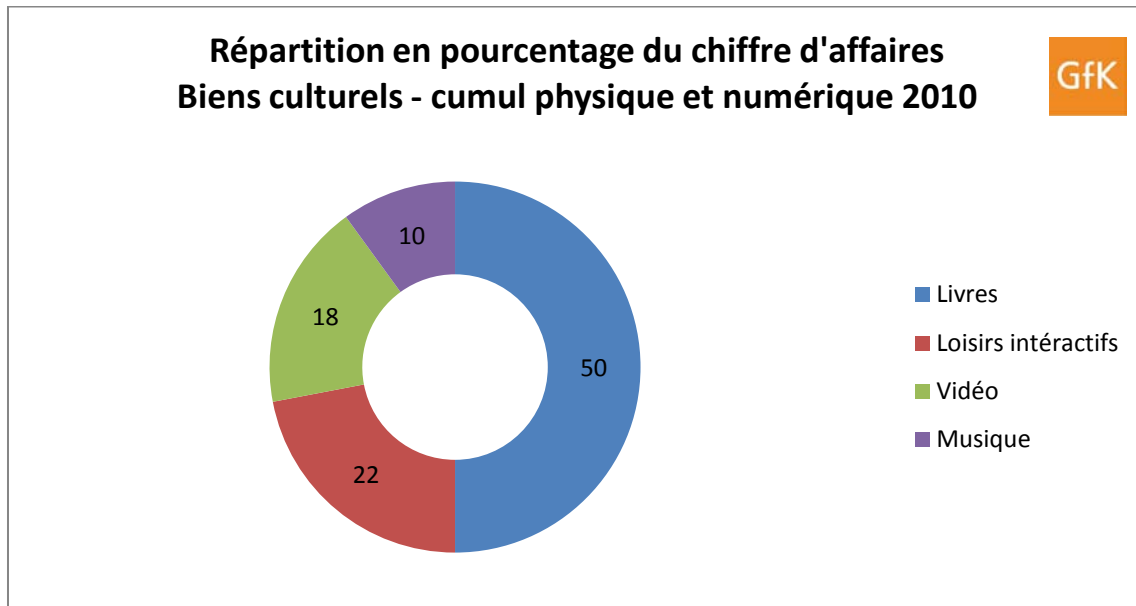
En 2010, près de 10% du marché de l'Entertainment en France est réalisé par les produits dématérialisés, selon le dernier bilan de l'Institut GfK Retail and Technology France.

Sur un marché proche des 8,4 milliards d'euro TTC, stable en 2010 par rapport à 2009, le marché des contenus dématérialisés (=téléchargements payants) a représenté près de 700 millions d'euros de chiffre d'affaires, en croissance de plus de 30% par rapport à 2009. « Grâce à cette dynamique inéluctable des marchés dématérialisés, l'ensemble du marché de l'Entertainment -physique et dématérialisé- a de fortes chances de s'inscrire dans un schéma de croissance en 2011, pour dépasser les 8,5 milliards d'euros, dont près de 1 milliard d'euros pour le seul marché dématérialisé » annonce François KLIPFEL, Directeur Général Adjoint chez GfK Retail and Technology France.



Performance et évolution globale pour l'Entertainment en 2010

En valeur, sur le périmètre cumulé total physique et numérique, on constate la répartition suivante :



« Le livre entretient son dynamisme et pèse à lui seul la moitié de la valeur du total Entertainment ! Cette performance est semblable à celle de l'année 2009 » constate Philippe PERSON, Directeur Entertainment chez GfK Retail and Technology France.

Le marché de la musique partagé à parts égales entre le matérialisé et le dématérialisé

2010 marque un tournant dans l'histoire du marché de la musique puisque l'équilibre entre les actes d'achat physique et numérique a été quasiment atteint avec **54 millions de CD vendus et 52 millions d'actes de téléchargement**. La variété française a généré 35 % de la valeur du marché, contre 31 % pour la variété internationale, ce qui la place en tête pour 2010. Cette bonne performance se retrouve dans le top puisque les 6 meilleures ventes d'albums sont réalisées par des artistes français, respectivement Christophe Maé, les Prêtres, les Enfoirés, Yannick Noah, Jean Ferrat et Zaz.

Le marché physique baisse de -11,7 % en valeur pour atteindre 719 millions d'euros, alors que le marché du téléchargement web et mobile augmente dans le même temps de +23,9 % pour atteindre 93 millions d'euros TTC.

Le marché de la vidéo, marqué par le succès incontestable d'Avatar

Le phénomène de l'année 2010 restera sans conteste l'énorme succès d'Avatar qui a cumulé 2,1 millions d'unités vendues toutes éditions et tous formats confondus (hors kiosque). Le marché s'inscrit en très légère **progression de +0,1 %** par rapport à l'année dernière avec un chiffre d'affaires de 1,385 milliards d'euros.

« Force est de constater que le raccourcissement de la fenêtre d'exploitation à 4 mois a tenu ses promesses et a prolongé l'effet positif constaté en 2009 sur 2010 », commente Gaël Babarit, Chef de Marché Vidéo chez GfK Retail and Technology. En effet, le chiffre d'affaires des nouveautés est en croissance de 5 %. Une autre source de croissance a été trouvée, une fois encore, dans le Blu-Ray qui

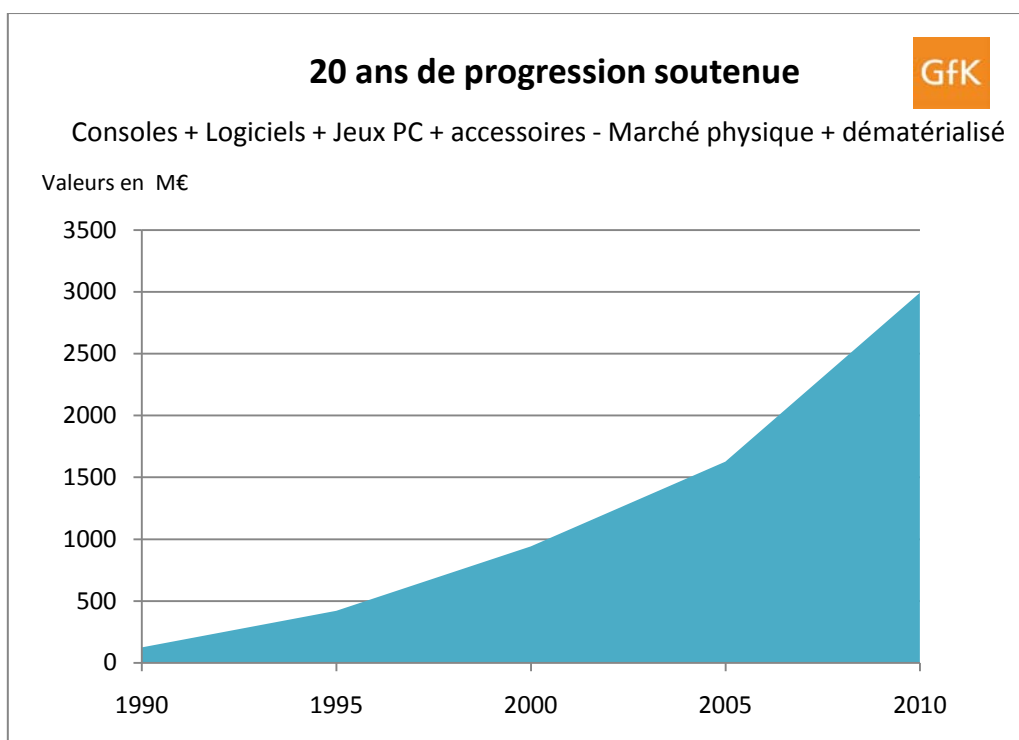
progressive en valeur de +62 % cette année et représente ainsi 12,5% du marché total (i.e. DVD + Blu-Ray) Enfin, la VOD confirme son essor en 2010. Le marché atteint 39,4 millions de téléchargements, soit 135 millions d'euros TTC et concerne déjà un Français sur cinq. Une **augmentation de +52% en volume et + 40% en valeur.**

Le marché des loisirs interactifs : 20 années de croissance constante !

De plus en plus de Français sont séduits par l'univers des loisirs interactifs et nous comptons aujourd'hui 28 millions de joueurs. Il ne s'agit plus seulement de « gamers », mais aussi d'hommes et de femmes (50% des joueurs) séduits par de nouveaux équipements ou de nouvelles expériences.

Après l'avènement de la Wii, Move et Kinect emboitent le pas en 2010 avec succès, puisque respectivement 274 000 et 265 000 unités de ces accessoires de capture de mouvement ont été vendues. Parmi les nouvelles pratiques, le jeu en ligne se développe et commence à devenir significatif pour l'industrie. GfK estime que 400 millions d'euros ont été générés en 2010, tous jeux en ligne confondus.

Avec 2,547 milliards d'euros de chiffre d'affaires réalisé en 2010 dans les circuits retail, l'industrie des loisirs interactifs affiche en réalité 3 milliards d'euros si l'on inclut le dématérialisé.



2010 est aussi l'année d'un nouveau record absolu : celui du volume de ventes généré sur une semaine de sortie par Call of Duty, Black Ops avec 607 000 unités tous formats confondus.

Les nouveautés haut de gamme se sont très bien vendues en 2010. La part du chiffre d'affaires réalisé par les produits entre 60 et 70€ a représenté 26 % de la valeur générée sur le software contre 20 % en 2009.

GfK prévoit un retour de la croissance de 2011

« Les fondamentaux de ce marché sont bons grâce à des ratios de consommation qui restent élevés. Il reste 6 milliards d'euros à aller chercher sur la génération de console actuelle et de nouvelles consoles portables feront leur apparition en 2011 », estime Tristan BRUCHET, chef de groupe Loisirs Interactifs, chez GfK Retail and Technology France

Le marché du livre reste stable

2010 affiche un marché quasiment stable, en très léger recul de -0,5 % en volume et en valeur.

Cette apparente stabilité montre en réalité un marché solide, puisque la forte croissance de +3,9 % de l'année 2009, en partie due au succès planétaire de la saga Twilight, aurait pu aboutir à un contrecoup négatif. L'année écoulée aura bien sûr été, pour le marché du livre, l'année d'annonces fortes et de prises de position sur le segment numérique.

D'après l'étude consommateur GfK REC (Référence E-Content) de janvier 2011, 13 % des internautes français déclarent télécharger des livres numériques ou des applications. **« Ce score reste encore faible par rapport aux 50 % ou plus des mêmes personnes qui consomment de la vidéo ou de la musique sous forme dématérialisée. Toutefois, il est à considérer que l'offre est plus récente et, pour l'instant, moins étoffée. »**, commente Natacha HOMBOURGER, Chef de groupe Livre, chez GfK Retail and Technology France.

Le phénomène de cette année est donc le Dr Pierre Dukan dont trois références se placent dans le top 10 des meilleures ventes. En revanche, alors que la littérature est une habituée des bonnes places du top, cette année 2010 fait la part belle à d'autres segments de marché, comme « Vie Pratique » ou « Histoire ».

Deux succès inattendus ont marqué l'année : le pamphlet de Stéphane Hessel « Indignez-vous », chez Indigène, qui atteint 1 400 000 volumes vendus à date, et « Métronome » de Lorant Deutsch, chez Michel Lafon, qui cumule 880 000 unités pour ses deux éditions (*Métronome* et *Métronome Illustré*).

Enfin, le format poche s'est renforcé en 2010, pas seulement sur le segment vie pratique, mais aussi en jeunesse et en littérature où il gagne respectivement +1 et +2 points en valeur par rapport à 2009.

Même si le gratuit représente aujourd'hui 75% des téléchargements de livre numérique, et même si certains indicateurs consommateurs laissent à penser que le marché du livre a pu lui aussi être rattrapé par la crise (le poids de l'occasion par exemple qui représente 15 % des achats), les fondamentaux de ce marché sont solides et le numérique ne devrait pas l'inquiéter, mais au contraire commencer à générer des ventes additionnelles en 2011.

A propos du groupe GfK Le groupe GfK offre les connaissances indispensables à l'industrie, aux distributeurs, aux sociétés de services et aux médias dans leur prise de décisions sur les marchés. Le groupe propose une gamme complète de services liés à l'information et au conseil par ses trois secteurs d'activité que sont Custom Research, Retail and Technology et Media. Le n°4 mondial des sociétés d'études de marché est présent dans plus de 100 pays et emploie plus de 10 000 collaborateurs. En 2009, le groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,16 Milliard d'Euros. Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.gfk.com. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/gfk_group.

Contacts presse :

Fleishman-Hillard : Violaine Djen-Louandre & Adrian Verdugo : 01 47 42 48 15

@ violaine.louandre@fleishmaneuropa.com ; adrian.verdugo@fleishmaneuropa.com

GfK - Raphaël Couderc : 01 47 14 21 78 /@ : raphael.couderc@gfk.com