

SVoD : la lutte de Netflix contre le partage des codes porte déjà de - sensibles - effets

D'après les résultats du Baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive¹, la pénétration de la SVoD a marqué le pas, comme en Grande-Bretagne, en revenant à 52,9 % à la fin du deuxième trimestre 2023, soit plus de deux points de moins qu'à la fin du premier trimestre. Mais deux tendances opposées se cachent sous ce chiffre global, qui agrège les abonnés - effectivement - payants et ceux qui recourent au partage de codes. Les premiers sont quasiment stables sur trois mois, et en hausse sensible sur un an ; les seconds sont en baisse très significative. Chez Netflix principalement, qui a lancé le 23 mai sa campagne visant à lutter contre le partage de codes. Mais aussi chez les autres *streamers*, dont certains - Disney a minima - ont annoncé un tournant similaire.

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter