

L'ACTU EN QUESTIONS



Léonor GRANDSIRE
Vice-Présidente de l'ACCeS

L'Institut Harris Interactive vient de livrer les résultats de la 3^{ème} édition du baromètre de l'attractivité des chaînes thématiques. Analyse des résultats avec Léonor GRANDSIRE, Vice-Présidente de l'ACCeS, l'Association des chaînes conventionnées éditrices de services.

media+

Selon Harris Interactive, les chaînes thématiques sont toujours plus attractives. Cela ne vous empêche-t-il pas de souffrir de la concurrence ?

Léonor GRANDSIRE

C'est vrai, on ne va pas se le cacher. En revanche, nous voyons émerger des points extrêmement positifs. En dépit de l'arrivée de nouvelles marques, notamment digitales, les chaînes thématiques maintiennent une notoriété (qu'elle soit spontanée ou assistée) toujours très élevée. 42% des non abonnés envisagent de souscrire à une ou plusieurs offres payantes contre 34% en 2015. Dans l'esprit des Français, il existe une vraie distinction entre le payant et le gratuit. L'utilisation de services comme le replay ou le contrôle du direct reste fortement appréciée dans les offres de télévision payantes. 75% des abonnés interrogés recommanderaient la (ou les offres) de TV payantes à laquelle (auxquelles) ils sont abonnés. Cela représente 3/4 de recommandations positives. C'est important.

media+

L'univers de la TV payante connaît pourtant une période de profonds bouleversements...

Léonor GRANDSIRE

C'est certain ! L'audience de toutes les chaînes de la TNT gratuite continue de croître. Mais cette mutation de l'audience n'a pas vraiment d'impact sur les chaînes thématiques. Ces dernières s'appuient sur des positionnements éditoriaux précis avec des exclusivités et des inédits en guise de contenus. Les chaînes thématiques investissent plus de 48 M€ par an dans la production dédiée. Nous prêtons aussi une attention particulière aux paramètres de fidélisation et de satisfaction.

media+

Les chaînes thématiques sont-elles des chaînes de niches ?

Léonor GRANDSIRE

C'est un peu réducteur. Des chaînes «séries-cinéma» ou de «sports» ne sont pas nécessairement des chaînes niches. Dans un monde globalisé où le public dispose de plus en plus de propositions et de contenus, les chaînes thématiques sont en mesure d'apporter au public des repères.

media+

Pour qu'une chaîne thématique perdure, doit-elle être adossée à un grand groupe ?

Léonor GRANDSIRE

Pas nécessairement. Nous voyons des groupes audiovisuels indépendants qui parviennent très bien à se débrouiller. Evidemment, si un indépendant décide de se lancer dans une chaîne de sport, il faut qu'il ait les reins solides.

media+

Le marketing des chaînes thématiques est-il devenu aussi important que les programmes ?

Léonor GRANDSIRE

Il est important de faire du marketing, ne serait-ce que pour rappeler au public notre promesse. Nous ne sommes pas des chaînes généralistes gratuites, et ça, il faut le réexpliquer. Une chaîne gratuite va faire assez peu de marketing comparé à une chaîne par abonnement.

Audiences

TF1 : démarrage moyen pour «Ennemi Public» lundi en Prime

TF1 diffusait ce lundi 6 février en Prime Time la nouvelle série belge «Ennemi Public» portée par Stéphanie Blanchoud. Les deux épisodes diffusés ont réuni en moyenne 4.169.000 curieux, soit 18,4% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Des scores qui permettent à la chaîne de se hisser timidement à la première place du Prime. Pour info, la semaine dernière, les deux épisodes de «Clem» avaient attiré en moyenne 4.944.000 fidèles, soit 21,1% de part d'audience.

M6 : bons scores pour «A l'état sauvage : Matt Pokora dans les pas de Mike Horn» lundi en Prime

M6 diffusait lundi en Prime «A l'état sauvage : Matt Pokora dans les pas de Mike Horn». Le programme d'aventure a rassemblé 3,7 millions de curieux (pic à 4,4 millions), soit 17% de part d'audience, 26% auprès du public de moins de 50 ans et 28% de part d'audience auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans, selon les chiffres de Médiamétrie. De bons scores pour la chaîne. Pour rappel, la semaine dernière, le film «Polisse» de et avec «Maïwenn» avait réuni 2.799.999 cinéphiles, soit 12,4% de pda.

France 2 : «Castle» en légère baisse lundi en Prime

France 2 diffusait lundi en Prime la série «Castle». Les deux épisodes ont réuni en moyenne 2.600.000 téléspectateurs, soit 10,4% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. Pour info, la semaine dernière, les deux premiers épisodes avaient réuni 2.828.500 curieux, soit 11% de pda.