



Profitez de
STRATÉGIES
en version
DIGITALE

Sur le site Stratégies



Sur l'appli



ABONNEZ-VOUS! ▶

- Marques
- Agences
- Médias

Accès rapide

Presse, Télévision, Internet,
Radio, Affichage, Mobile,
Cinéma, Multi médias

Plan de la rubrique Médias

Voir les dossiers Médias

Votre Flux Rss Stratégies
Médias

RETOUR



LES CHAÎNES THÉMATIQUES RÉCLAMENT UN STATUT

Télévision

07/10/2014 -

Les chaînes thématiques, réunies au sein de l'Acces, souhaitent peser sur le débat autour de l'audiovisuel. Elles étudient une union commerciale.



© Vincent Boisot

Dans un débat dominé par l'avenir de LCI et les conséquences de l'arrivée de Netflix en France, les chaînes thématiques donnent de la voix. «Nous représentons entre 10 et 11% de l'audience télé, ce qui nous place comme troisième chaîne française», déclare Gérard-Brice Viret, président de l'Association des chaînes conventionnées éditrices de services (Acces) qui rassemble 35 chaînes. «Le secteur représente un volume d'activité d'un milliard d'euros et 3900 collaborateurs», détaille Guillaume Crosnier, délégué général.

Un poids que l'Acces mettra en avant auprès de Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, que l'association recevra bientôt. Les chaînes thématiques souhaitent une évolution des textes législatifs. «Nous voulons un statut propre, entre ceux des chaînes hertziennes gratuites et des services audiovisuels par abonnement», précise Gérard-Brice Viret. Des aménagements réglementaires sont nécessaires, comme, par exemple, une révision des seuils liés aux obligations.

75,2% des abonnés attachés aux thématiques

Pour appuyer ces demandes, l'Acces réalisera une étude annuelle chargée de vérifier l'attractivité de ses chaînes. Le premier baromètre affirme, notamment, que 75,2% des abonnés interviewés estiment être attachés à leurs chaînes thématiques.

L'Acces réunit aussi ses membres autour de projets communs, comme le développement de services et d'offres hors linéaires. Des réunions qui permettront les échanges d'expériences et l'étude des nouveaux usages de consommation des programmes.

La création d'une offre commerciale commune est aussi envisagée dans l'esprit du GIE «les Indés Radios». «Il ne s'agit que d'une piste, mais c'est vrai que les chaînes thématiques, grâce à leurs marques fortes, apportent des offres uniques, notamment avec des opérations multi-canaux», explique Gérard-Brice Viret.

Bruno Fraloni

Information traitée dans Stratégies Magazine n°1783