



association des chaînes conventionnées éditrices de services

Paris le 12 janv. 18,

COMMUNIQUE DE PRESSE

LE 4^{EME} BAROMETRE D'ATTRACTIVITE DES CHAINES THEMATIQUES SOULIGNE L'INTERET DES CONSOMMATEURS POUR LES OFFRES DE TELEVISION ELARGIES.

L'Institut Harris Interactive qui réalise depuis 2014, auprès de l'ensemble des français, le **baromètre de l'attractivité des chaînes thématiques**, vient de livrer les résultats de la 4^{eme} édition.

Dans l'univers de la télévision payante, qui traverse une période de profonds bouleversements dont on ne mesure pas encore tous les impacts, les chaînes thématiques tirent leur épingle du jeu.

Elles bénéficient, en fin d'année 2017, d'une image toujours positive.

UNE OFFRE TOUJOURS PLUS ATTRACTIVE

Les offres de télévision payante, chaînes thématiques et vidéo à la demande, intéressent un public toujours plus large : en 2017, plus d'un Français sur trois (**36%**) déclare être abonné à au moins une offre de télévision payante, en plus des chaînes proposées en standard par son opérateur de télécommunications.

Ces offres génèrent une satisfaction importante : l'enquête indique que **74%** des abonnés interrogés recommanderaient la ou les offres de TV payantes à laquelle (auxquelles) ils sont abonnés.

Elles apparaissent très fidélisantes : ainsi **58%** des abonnés pourraient envisager de changer d'offre ou d'opérateur pour continuer à recevoir leurs chaînes favorites.

D'une façon générique, les offres de télévision payantes sont appréciées pour le large choix de chaînes disponibles ainsi que pour les services supplémentaires tels que le replay, le contrôle du direct ou la HD tandis que les offres SVOD suscitent de plus en plus d'intérêt.

Pour l'ensemble des thématiques, 62% des français abonnés ou non, s'accordent à dire que les chaînes thématiques payantes proposent des contenus variés (+5pts par rapport au baromètre 2016), 60% qu'elles proposent des contenus et services innovants (+7pts / 2016), 55 % des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (+ 5pts / 2016), 59% des contenus de qualité (+2pts / 2016).

UNE PROGRAMMATION DES CHAÎNES THEMATIQUES POINTUE, INNOVANTE ET DE QUALITE.

74% des répondants considèrent que les **chaînes cinéma** proposent des films variés de tous les pays et de toutes les époques (+1pt), des films très récents (78% vs 76% en 2015) mais aussi des cycles et des intégrales (72% comme en 2016) et une offre replay très riche (70% +2pts /2016).

Pour **81%** des répondants (vs 71% en 2015), les **chaînes de séries** font découvrir de nouvelles séries, permettent de regarder des saisons entières en replay (83% +1pt) et des séries étrangères dans la semaine suivant leur diffusion dans leur pays d'origine (78 %).

Pour **77%** des répondants, les **chaînes découverte** proposent des programmes qui divertissent, de qualité (79 %), qui « racontent des histoires vraies et passionnantes » (69 % +3pts), s'intéressent à des thématiques très variées (78 %).

83% des répondants notent que les **chaînes de sports** disposent de droits sportifs exclusifs. Elles nous plongent au cœur des grands événements (82% +5pts) ; elles sont innovantes technologiquement (68% +1pt) et permettent de vivre des émotions fortes (74% +8pts). Pour 40% des français interrogés, les chaînes de sport sont indispensables.

66% (+4pts) des répondants considèrent que les **chaînes musicales** font découvrir de nouveaux artistes et sélectionnent les meilleurs artistes d'hier et d'aujourd'hui (62% +4pts).

Les **chaînes jeunesse** sont quant à elles plébiscitées pour le caractère familial de leur programmation (79% +2pts). Elles proposent les épisodes de séries d'animation les plus récents (70%). Elles permettent de découvrir de nouveaux programmes en exclusivité (69%), dans un environnement jugé sûr et digne de confiance (64%) et proposent des contenus supplémentaires sur d'autres supports/ applications pour smartphones et tablettes (65% +16 pts).

Source :

Etude quantitative réalisée en ligne par Harris Interactive auprès d'un échantillon de 1500 répondants âgés de 15 ans et plus, représentatifs de la population française. Interrogation selon la méthode des quotas et redressement appliqué sur les critères de sexe, d'âge, de CSP, et de région. Date de terrain : du 12 et le 26 octobre 2017.

A propos de Harris Interactive :

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

A propos de l'ACCeS :

Créée en 1997, l'« Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services » (ACCeS) regroupe aujourd'hui 34 chaînes établies en France, qui ont conclu une convention avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel pour une diffusion par le câble, le satellite et l'ADSL, par voie hertzienne terrestre en mode numérique, ou par un autre réseau de communication électronique sur le territoire français.

Contacts :

Maud Aumis - Email : mam.agency.2015@gmail.com / Port : 0614192266

Muriel Guidoni-Deregnacourt - E-mail : mguidoni@acces.tv / Tél : 0147042409 / 0676420666