

Baromètre de l'attractivité des chaînes thématiques

Décembre 2017

SYNTHESE

Objectifs

L'ACCeS et l'institut Harris Interactive réalisent depuis 2014 un baromètre de l'attractivité des chaînes thématiques auprès de l'ensemble des Français, visant notamment à :

- mesurer le niveau de connaissance, de consommation et de performance des chaînes thématiques et services de télévision payante ;
- comprendre les leviers d'attractivité (satisfaction et motivation d'abonnement) des chaînes thématiques : actuels et futurs ;
- valoriser l'offre de chaînes thématiques.

-> L' ACCeS a souhaité en 2017 reconduire ce baromètre sur ces principaux indicateurs afin de mesurer les évolutions de la perception des chaînes thématiques.

Méthodologie

L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1500 individus âgés de 15 ans et plus représentatifs de la population française, abonnés ou non abonnés à une offre de TV payante.

→ Recueil en ligne via le panel Harris Interactive entre le 12 et le 26 octobre 2017

L'image auprès des Français

- Les chaînes thématiques bénéficient d'une notoriété stable et toujours élevée. La distinction chaînes payantes / chaînes gratuites reste claire.
- Les offres TV by Canal et Famille by Canal gagnent du terrain que ce soit en termes de notoriété , réception ou intérêt.
- En assisté, Canal + est l'offre la plus connue suivie des offres Canal. Les offres Amazon prime Vidéo, Altice Studio, Molotov et Fox Play apparaissent plus confidentielles à date.
- 62% des Français considèrent que les chaînes thématiques payantes permettent de diversifier le paysage audiovisuel français (+4pts par rapport au Baromètre Harris 2016).
- Des abonnés toujours aussi satisfaits de leur abonnement et notamment du nombre de chaînes disponibles au sein de leur offre et de la diversité des thématiques abordées.

L'image auprès des français.

- Pour 59% des français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus de qualité (+ 2pts).
- Pour 62% des français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus variés (+ 5pts).
- Pour 55% des français, les chaînes thématiques proposent des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (+ 5pts).
- 60% des français considèrent que les chaînes thématiques payantes proposent des contenus innovants tels que le replay, le contrôle du direct ou la HD, les services à la carte étant de plus en plus plébiscités (+ 7pts).
- 26% des français interrogés regardent des programmes en streaming sur Internet ou téléchargent de façon illégale contre 31% en 2017 (- 5pts).

Les atouts des offres payantes aux yeux des non abonnés

- Les chaînes payantes de cinéma, de séries/fictions, de découverte et de sport ainsi que les offres SVOD sont celles qui suscitent le plus d'intérêt.
- Auprès des non abonnés, le prix reste le principal critère de décision, suivi par la possibilité de souscrire une offre sans engagement puis du fait de pouvoir y trouver des chaînes qu'on ne trouve pas ailleurs.
- Les non abonnés sont également sensibles aux services supplémentaires des offres payantes, tels que le replay, le contrôle du direct et la HD.

L'image auprès des abonnés

- 74% des abonnés interrogés recommanderaient la ou les offres de TV payantes à laquelle (auxquelles) ils sont abonnés.
- 58% des abonnés pourraient changer d'offre TV pour recevoir leurs chaînes favorites.
- Les offres de télévision payantes sont appréciées pour le large choix de chaînes disponibles, pour les services supplémentaires tels que le replay, le contrôle du direct ou la HD.
- Suivent le fait de pouvoir regarder les programmes sur différents supports qui apparaît également comme un atout, la diversité des thématiques avant la qualité technique du service de l'opérateur.

La perception des chaînes thématiques payantes

D'une façon générique pour l'ensemble des thématiques, les français abonnés ou non, s'accordent à dire que les chaînes thématiques payantes proposent des contenus de qualité, variés, exclusifs. Toutefois des spécificités apparaissent par thématique.

- Les **chaînes cinéma** proposent des films très récents (78%), des films variés de tous les pays et de toutes les époques (74% +1pt), des cycles et des intégrales (72% comme en 2016) et une offre replay très riche (70% +2pts).
- Les **chaînes de séries / fictions** font découvrir de nouvelles séries (81% vs 71% en 2015), permettent de regarder des saisons entières en replay (83% +1pt) et de voir des séries étrangères dans la semaine suivant leur diffusion dans leur pays d'origine (78%).

La perception des chaînes thématiques payantes

- **Les chaînes découverte** « apprennent des choses » (80%), proposent des contenus de qualité (79% comme en 2016) des programmes qui permettent de s'évader (77%), « racontent des histoires vraies passionnantes » (69% + 3 pts) et s'intéressent à des thématiques très variées (78%).
- **Les chaînes de sports** disposent de droits sportifs exclusifs (83%), nous plongent au cœur des grands événements (82% + 5pts), sont innovantes technologiquement (68% + 1 pt), proposent des contenus variés (74% + 9 pts), font intervenir des consultants experts (74% + 7 pts) et permettent de vivre des émotions fortes (74% + 8pts). Pour 40% des français interrogés, les chaînes de sport sont indispensables.

La perception des chaînes thématiques payantes

- **Les chaînes musicales** font découvrir de nouveaux artistes (66% +4pts) et sélectionnent les meilleurs artistes d'hier et d'aujourd'hui (62% +4pts).
- **Les chaînes jeunesse** sont 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 /appli pour smartphones et tablettes (65% +16pts).

Pour plus de 30% des français interrogés, les chaînes de découverte, sport, musique, jeunesse, sont indispensables.

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 Conventiionnées 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.