

Paris, le 16/01/2019

COMMUNIQUE DE PRESSE

LE 5^{EME} BAROMETRE D'ATTRACTIVITE DES CHAINES THEMATIQUES : LES CONSOMMATEURS PLEBISCITENT LES OFFRES DE TELEVISION ELARGIES.

L'Institut Harris Interactive qui réalise depuis 2014 pour l'ACCeS, auprès de l'ensemble des français, le **Baromètre de l'Attractivité des chaînes thématiques**, vient de livrer les résultats de la 5^{ème} 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 bénéficient, en cette fin d'année 2018, d'une image très positive et qui tend à se renforcer par rapport aux résultats des précédentes vagues du Baromètre ACCeS/Harris.

UNE OFFRE TOUJOURS PLUS ATTRACTIVE

Les offres de télévision payante, chaînes thématiques et vidéo à la demande par abonnement, intéressent un public toujours plus large : en 2018, **45%** des français déclarent être abonné à au moins une offre de télévision payante, en plus des chaînes proposées en standard par les opérateurs de télécommunications.

DE PLUS EN PLUS SATISFAISANTE

Ces offres génèrent une satisfaction importante : l'enquête indique que **79%** des abonnés interrogés recommanderaient la ou les offres de TV payantes à laquelle (auxquelles) ils sont abonnés. Ils étaient 74% l'an passé.

UN ELEMENT CLE DE LA FIDELISATION DANS L'UNIVERS DU PAYANT

Elles apparaissent très fidélisantes : ainsi **60%** des abonnés pourraient envisager de changer d'offre ou d'opérateur pour continuer à recevoir leurs chaînes favorites. Ils étaient 58% l'an passé.

D'une façon générale, 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, 68% des français abonnés ou non, s'accordent à dire que les chaînes thématiques payantes proposent des contenus variés (+ 6 Pts par rapport au baromètre 2017), 66 % qu'elles proposent des contenus et services innovants (+ 6 Pts), 58 % des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (+ 3 pts), 65 % des contenus de qualité (+ 6pts).

ORIGINALITE, INNOVATION ET VARIETE : LES 3 CLES DE LA SATISFACTION CROISSANTE DES ABONNES AUX CHAINES PAYANTES

Toutes les catégories de chaînes thématiques voient leurs traits d'image progresser par rapport aux résultats du Baromètre de 2017. On remarque cependant une hausse particulièrement nette de l'appréciation des chaînes enfants, sport, et découverte, des catégories qui sont au cœur des bouquets thématiques multi-chaînes et qui témoignent de l'attachement des abonnés à la diversité des offres payantes.

- Les **chaînes cinéma** proposent des films très récents (80%, +2 pts vs 2017), des contenus de qualité (81%, +3 pts), des films variés de tous les pays et de toutes les époques (79%, + 5 pts), des cycles et des intégrales (76%, +4 pts) et une offre replay très riche (72%, +2 pts), et enfin, éclairent les films grâce à des experts (59%, +9 pts).
- Les **chaînes de séries / fictions** font découvrir de nouvelles séries (84% en 2018, +3 pts vs 2017, et à comparer à 71% en 2015), permettent de regarder des saisons entières en replay (86%, +3 pts) et de voir des séries étrangères dans la semaine suivant leur diffusion dans leur pays d'origine (81%, +3 pts). Elles proposent un contenu varié (85%, +8 pts) et de qualité (87%, +10 pts).
- Les **chaînes découverte** s'intéressent à des thématiques très variées (87%, +9 pts), proposent des contenus de qualité (86%, +7 pts), des programmes qui permettent de s'évader (82%, +5 pts), qui « racontent des histoires vraies passionnantes » (78%, +9 pts), diffusent des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (70%, +6 pts), sont incarnées par des experts (64%, +6 pts), avec une offre replay très riche (67%, +8pts) et enfin innovent en matière de technologie et de services (61%, +10 pts).
- Les **chaînes de sport** disposent de droits sportifs exclusifs (91%, +8pts), plongent les abonnés au cœur des grands événements (91%, +9 pts vs 2017, et à noter, +14pts vs 2016), innovent technologiquement (78%, +10 pts), proposent des contenus variés (80%, +6 pts), font intervenir des consultants experts (77%, +3 pts) et enfin, permettent de vivre des émotions fortes (83%, +9pts). Pour 42% (+2 pts) des Français interrogés, les chaînes de sport sont indispensables.
- Les **chaînes musicales** font découvrir de nouveaux artistes (72%, +6 pts vs 2017), sélectionnent les meilleurs artistes d'hier et d'aujourd'hui (73%, +11pts), proposent des contenus variés (75%, +13 pts), et des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (61%, +12 pts).
- Les **chaînes jeunesse** sont plébiscitées pour le caractère familial de leur programmation (87%, +8 pts vs 2017). Elles diffusent les séries d'animation les plus récentes (77%, +7 pts). Elles permettent de découvrir de nouveaux programmes en exclusivité (76% +7 pts), dans un environnement jugé sûr et digne de confiance (72%, + 8pts). Elles proposent des contenus supplémentaires sur d'autres supports, en particulier via leurs applications pour smartphones et tablettes (72%, +7 pts vs 2017, et +23 pts vs 2016), et enfin, contribuent à l'éveil éducatif des enfants (67%, +8ps).

Source :

Etude quantitative réalisée en ligne par Harris Interactive auprès d'un échantillon de 1617 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 : 10 au 24 octobre 2018.

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 38 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