

Baromètre de l'attractivité des chaînes thématiques 2018

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 2018 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 1617 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 10 et le 24 octobre 2018.

La notoriété des chaînes et des offres de TV payantes

- Les chaînes thématiques bénéficient d'une notoriété stable et toujours élevée alors que les services SVOD gagnent du terrain. La distinction chaînes payantes / chaînes gratuites reste claire.
- Une offre *TV by Canal* qui bénéficie d'une notoriété et d'un intérêt fort auprès des abonnés Free. Des offres *Famille by Canal* et *Start by Canal* moins connues des abonnés Orange et Bouygues.
- En notoriété spontanée, Canal + demeure la plus connue, suivie de beIN et OCS. Netflix se stabilise et RMC Sport entre dans le top 5.
- En notoriété assistée, Amazon Prime Video progresse fortement et Netflix poursuit son ascension tandis que les offres Molotov, SFR Play et Fox Play progressent.
- Une nette croissance des abonnements à la SVOD, souvent comme complément d'une offre de télévision payante classique plutôt qu'en remplacement (40% des abonnés SVOD le sont aussi à une offre de TV payante classique).

Une dynamique de renforcement de l'image des chaînes thématiques depuis deux ans

- Pour 65% des Français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus de qualité (+6 pts vs 2017; +8 pts vs 2016).
- Pour 68% des Français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus variés (+6 pts vs 2017; +11 pts vs 2016)
- Pour 58% des Français, les chaînes thématiques proposent des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (+3 pts vs 2017; +8 pts vs 2016).
- 66% des Français considèrent que les chaînes thématiques payantes proposent des contenus innovants tels que le replay, le contrôle du direct ou la HD (+6 pts vs 2017; +13 pts vs 2016).
- 23% (-3 points) des Français interrogés regardent des programmes en streaming sur Internet (hors offres replay ou SVOD) ou téléchargent de façon illégale contre 26% en 2017 et 31% en 2016.

Les atouts des offres payantes aux yeux des non abonnés

- Les chaînes payantes de cinéma, de séries/fictions, et de sport ainsi que les offres SVOD sont celles qui suscitent le plus d'intérêt. Les offres de divertissement gagnent du terrain.
- Après des non abonnés, le prix reste le principal critère de choix d'une offre payante, suivi par la possibilité de souscrire une offre sans engagement puis du fait de pouvoir y trouver des contenus qu'on ne trouve pas ailleurs.
- Les non abonnés sont également sensibles à la promotion faite par les opérateurs, à la diversité des thématiques, au fait de pouvoir y trouver des chaînes qu'on ne trouve pas ailleurs, à la quantité de chaînes disponibles, à l'accès à des séries américaines, aux services supplémentaires des offres payantes, tels que le replay, le contrôle du direct et la HD.
- Suivent le fait de pouvoir regarder sur plusieurs supports, et la qualité technique du service notamment.

Des abonnés attachés à leurs offres payantes

- 79% des abonnés interrogés recommanderaient la ou les offres de TV payantes à laquelle (auxquelles) ils sont abonnés, contre 74% l'an passé.
- 60% des abonnés pourraient changer d'offre TV pour continuer à recevoir leurs chaînes favorites contre 58% l'an passé.
- Les offres SVOD ne se substituent pas aux offres de TV payante premium ou thématiques classiques: 45% des foyers sont aujourd'hui abonnés à une offre payante (TV classique ou SVOD); parmi les abonnés aux offres de TV payante classique, 40% ont également souscrit à une offre SVOD. Parallèlement, 10% des foyers sont abonnés uniquement à une offre SVOD.
- Les offres de télévision payantes sont appréciées pour la possibilité de souscrire sans engagement, pour les contenus et chaînes qu'on ne peut trouver ailleurs, pour les promotions des opérateurs pour la diversité des thématiques 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.

Une image positive et en progression pour les différentes sortes de chaînes thématiques (1/3)

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 (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). Elles éclairent les films grâce à des experts (59% +9 pts) et sont indispensables (40% +12 pts).
- Les **chaînes de séries / fictions** font découvrir de nouvelles séries (84% en 2018 +3 pts, 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).

Une image positive et en progression pour les différentes sortes de chaînes thématiques (2/3)

- **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, 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.

Une image positive et en progression pour les différentes sortes de chaînes thématiques (3/3)

- **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).
- Pour plus de 40% des français interrogés, les chaînes de cinéma, sport, et 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 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.