

Univers de complément

➤ **Chaînes thématiques : satisfaction en hausse, selon le 5^e baromètre de l'attractivité**

Le 5^e baromètre d'attractivité des chaînes thématiques réalisé pour l'ACCeS par Harris Interactive confirme la bonne image de ces chaînes, déjà mesurée les années précédentes. Plusieurs indicateurs sur l'appréciation de la variété et la qualité des contenus sont en hausse. Pour plus de 40 % des Français interrogés, les chaînes de cinéma, sport, et jeunesse, sont indispensables. 45 % se déclarent abonnés à au moins une offre payante (TV classique ou SVOD) mais parmi les abonnés aux offres de TV payante classique, 40 % ont également souscrit à une offre SVOD.

En 2018, 45 % des Français déclarent être abonnés à au moins une offre de télévision payante, en plus des offres basiques des opérateurs. Ils sont 79 % à être prêts à recommander l'offre (ou les offres) de TV payantes à laquelle (auxquelles) ils sont abonnés, contre 74 % un an plus tôt. Ces résultats sont issus du 5^e baromètre d'attractivité réalisé pour l'ACCeS par Harris Interactive.

La SVOD ne se substitue pas aux offres payantes classiques

Pour les offres payantes, l'offre TV by Canal Panorama bénéficie d'une notoriété et d'un intérêt fort auprès des abonnés Free, les offres Famille by Canal et Start by Canal sont moins connues des abonnés Orange et Bouygues. En notoriété spontanée, l'offre Canal+ demeure la plus connue, suivie de beIN et OCS, tandis que Netflix se stabilise et que RMC Sport entre dans le Top 5.

Le pouvoir de fidélisation des chaînes thématiques s'est renforcé : 60 % des abonnés affirment qu'ils pourraient envisager de changer d'offre ou d'opérateur pour continuer à recevoir leurs chaînes favorites ; ils étaient 58 % l'an passé.

Les offres SVOD ne se substituent pas aux offres de TV payante premium ou thématiques classiques : 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.

Selon l'étude, le piratage recule : 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.

L'image positive des thématiques se renforce

La plupart des indicateurs du baromètre sont à la hausse, souligne l'ACCeS qui se félicite de « l'image très positive » des thématiques, et « qui tend à se renforcer ».

Pour l'ensemble des thématiques, 68 % des Français, abonnés ou non, estiment que les chaînes thématiques payantes proposent des contenus variés (+6 points par rapport à l'édition 2017), 66 % qu'elles proposent des contenus et services innovants (+6 points), 58 % des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (+3 points) et 65 % des contenus de qualité (+6 points).

Pour plus de 40 % des Français interrogés, les chaînes de cinéma, sport, et jeunesse, sont indispensables.

En ce qui concerne plus spécifiquement les chaînes cinéma, 80 %

Parmi les enseignements de l'étude, l'ACCeS note dans sa synthèse que les chaînes thématiques bénéficient d'une notoriété stable et toujours élevée même si les services SVOD gagnent du terrain. La distinction chaînes payantes/chaînes gratuites reste claire.

» » »

des sondés considèrent qu'elles proposent des films très récents (80 % +2 points vs 2017), 79 % (+5 points) apprécient la variété de l'offre, les cycles et intégrales (76 %, +4 points) et l'offre replay très riche (72 %, soit 2 points de plus qu'en 2017).

Les chaînes de séries / fictions sont de plus en plus appréciées comme un moyen de découvrir de nouvelles fictions (84 % en 2017 contre 71 % en 2015), de regarder des saisons entières en replay (86 %, +3 points) et des séries étrangères dans la semaine suivant leur diffusion dans leur pays d'origine (81 %, +3 points).

Les chaînes de découverte s'intéressent à des thématiques très variées (87 %, +9 points), proposent des contenus de qualité (86 % +7 points), des programmes qui permettent de s'évader (82 % +5 points), qui « racontent des histoires vraies passionnantes » (78 %, +9 points), diffusent des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (70 %, +6 points), sont incarnées par des experts (64 %, +6 points), avec une offre replay très riche (67 %, +8 points), selon les sondés.

Avec les chaînes de sport, les téléspectateurs apprécient le fait qu'elles disposent de droits exclusifs (91 % +8 points), innove technologiquement (78 % +10 points), et aussi tout à la fois d'être plongés au cœur des grands événements (91 % +9 points et même +14 points vs 2016) et de vivre des émotions fortes (83 % +9 points).

Les chaînes musicales font découvrir de nouveaux artistes pour 72 % des Français (+6 points vs 2017), sélectionnent les meilleurs artistes d'hier et d'aujourd'hui (73 % +11 pts), proposent des contenus variés (75 % +13 pts), et des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (61 % +12 pts).

Enfin, les chaînes jeunesse sont plébiscitées pour le caractère familial de leur programmation (87 % +8 points vs 2017). Elles diffusent les séries d'animation les plus récentes (77 %, +7 points). Elles permettent de découvrir de nouveaux programmes en exclusivité (76 % +7 points), dans un environnement jugé sûr et digne de confiance (72 %, +8 points) et contribuent à l'éveil éducatif des enfants (67 % +8 points).

L'étude quantitative a été réalisée en ligne du 10 au 24 octobre 2018 auprès d'un échantillon de 1 617 répondants de 15 ans et plus, représentatifs de la population française, abonnés ou non à une offre de TV payante. »