

Baromètre de l'attractivité des chaînes thématiques 2019

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 2019 reconduire une 6^{ème} vague de ce baromètre afin de mesurer les évolutions de la perception des chaînes thématiques.

Méthodologie

L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1504 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 26 septembre et le 2 octobre 2019.

Des offres de TV payante qui touchent désormais plus de la moitié des téléspectateurs

- **54%** des téléspectateurs interrogés déclarent être **abonnés à au moins une offre** de TV payante, un chiffre en **forte hausse** par rapport à 2018 (+9 points).
- Ce résultat est porté par une **nette croissance des abonnements à la SVOD**, qui attire de nouveaux téléspectateurs vers la TV payante, et, pour les abonnés existants, apparaît souvent comme **complément d'une offre de TV payante classique plutôt que remplacement** :
 - 36% des abonnés SVOD **le sont aussi à une offre de TV payante classique**.
 - **Un quart des téléspectateurs français** déclarent être abonnés à **au moins deux offres payantes** distinctes (12% sont abonnés à 3 offres ou plus)
- Les abonnés aux offres SVOD sont plutôt jeunes (46% de 15-34 ans) tandis que les abonnés à une offre de TV payante sont plus masculins, plus jeunes et plus CSP + que les non abonnés.

La notoriété des chaînes et des offres de TV payantes

- En **notoriété spontanée**, Canal+ reste l'offre de TV payante la plus présente à l'esprit des Français suivie de Netflix, beIN, OCS et RMC Sport, qui fait son entrée dans le top 5. En **notoriété assistée**, Netflix prend la tête du classement des offres payantes, où l'on remarque une forte progression en un an d'Amazon Prime Video, connue de 68% des Français (3^{ème} position) et de Molotov (9^{ème} position).
- Les **chaînes thématiques** bénéficient d'une **notoriété stable et toujours élevée**. Les téléspectateurs français distinguent clairement les chaînes gratuites des chaînes payantes, et déclarent en moyenne connaître 21 chaînes thématiques payantes.
- Les **chaînes premium sport et cinéma** Canal+, Ciné+, OCS, BeIN et RMC Sport bénéficient de la **plus forte reconnaissance par les téléspectateurs**, avec une notoriété assistée comprise entre 66% et 50%. Des **chaînes thématiques jeunesse, découverte ou divertissement** bénéficient aussi d'un taux de notoriété **supérieur à 50%**, et stable par rapport à 2018.

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

Les résultats de la vague 2019 du Baromètre d'attractivité des chaînes thématiques **confirment la tendance à la hausse de leur image observée en 2018.**

- Pour **68%** des Français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus de **qualité** (+3 pts vs 2018).
- Pour **71%** des Français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus **variés** (+3 pts vs 2018).
- Pour **62%** des Français, les chaînes thématiques proposent des contenus **qu'on ne voit nulle part ailleurs** (+4 pts vs 2018).
- **68%** des Français considèrent que les chaînes thématiques payantes proposent des **services innovants** (+2 pts vs 2018).

Les atouts des offres payantes aux yeux des non abonnés

- Les chaînes payantes de cinéma, de séries/fictions, de découverte (documentaires, reportages...) et de sport ainsi que les offres SVOD sont celles qui suscitent le plus d'intérêt de la part des téléspectateurs non abonnés.
- 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.
- Même si le rapport qualité-prix reste déterminant, **les non abonnés sont conscients et s'intéressent aux spécificités éditoriales des offres payantes**, notamment la diversité des thématiques, la quantité de chaînes disponibles, le fait de pouvoir accéder à des chaînes qu'on ne trouve pas ailleurs, et enfin l'accès à des séries américaines dès le lendemain de leur diffusion aux Etats-Unis.

Des abonnés attachés à leurs offres payantes

- **Les abonnés** aux offres payantes restent dans leur très grande majorité **satisfaits** des programmes et services auxquels ils souscrivent : **72% des abonnés interrogés recommanderaient leur offre de TV payante.**
- Ils sont **attachés aux contenus** qui leur sont proposés : **54%** des abonnés déclarent qu'ils envisageraient de **changer d'offre TV pour continuer à recevoir leurs chaînes favorites.**
- Même si **les offres SVOD** élargissent leur notoriété et leur attractivité, elles **ne se développent pas au détriment des offres de TV payante premium ou thématiques** classiques. 26% des Français sont abonnés uniquement à une offre de SVOD, et pour la plupart, ils n'étaient pas auparavant abonnés à une offre classique.
- Les offres de télévision payantes sont appréciées pour le nombre de chaînes disponibles, puis pour la diversité des programmes et des thématiques proposées. Les abonnés sont aussi attachés aux facilités de visionnage sur différents supports, au replay et au contrôle du direct.
- Suivent la récence des programmes, les chaînes proposées en exclusivité, les programmes et séries exclusifs, le renouvellement de l'offre et le rapport qualité prix de l'offre.

Toutes les catégories de chaînes thématiques voient leur image continuer à progresser en 2019 (1/3)

D'une façon générale pour l'ensemble des thématiques, les téléspectateurs français, abonnés ou non, considèrent que les chaînes thématiques payantes proposent des contenus de qualité, variés et exclusifs. Toutefois des spécificités apparaissent par thématique.

- Les **chaînes cinéma** proposent des films très récents (80%), des contenus de qualité (82%, +1 pt vs 2018), des films variés de tous les pays et de toutes les époques (81%, +2 pts), des cycles et des intégrales (79%, +3 pts) et une offre replay très riche (78%, +6 pts). Elles éclairent les films grâce à des experts (63%, +4 pts) et sont indispensables (43%, +3 pts).
- Les **chaînes de séries / fictions** font découvrir de nouvelles séries (89%, soit une hausse significative de +5 points), permettent de regarder des saisons entières en replay (87%, +1 pt) et de voir des séries étrangères dans la semaine suivant leur diffusion dans leur pays d'origine (81%). Elles proposent un contenu varié (85%) et de qualité (84%).

Toutes les catégories de chaînes thématiques voient leur image continuer à progresser en 2019 (2/3)

- **Les chaînes découverte** bénéficient d'une hausse significative de plusieurs traits d'image clés : elles s'intéressent à des thématiques très variées (89%, +2 pts), proposent des programmes qui permettent de s'évader (86%, +4 pts), qui « racontent des histoires vraies passionnantes » (81%, +3 pts), diffusent des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (75%, +5 pts), sont incarnées par des experts (68%, +4 pts), avec une offre replay très riche (72%, +5 pts) et sont indispensables (39%, +7 pts) aux yeux des téléspectateurs français.
- **Les chaînes de sport** disposent de droits sportifs exclusifs (89%), plongent les abonnés au cœur des grands événements (85%), innovent technologiquement (75%), proposent des contenus variés (77%), font intervenir des consultants experts (76%) et enfin, permettent de vivre des émotions fortes (82%). Pour 48% (+6 pts) des Français interrogés, les chaînes de sport sont indispensables.

Toutes les catégories de chaînes thématiques voient leur image continuer à progresser en 2019 (3/3)

- **Les chaînes musicales** font découvrir de nouveaux artistes (77%, +5 pts vs 2018), sélectionnent les meilleurs artistes d'hier et d'aujourd'hui (75%, +2 pts), proposent des contenus variés (77%, +2 pts), des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (64%, +3 pts) et sont indispensables (47%, +10 pts).
- **Les chaînes jeunesse** sont plébiscitées pour le caractère familial de leur programmation (87%). Elles diffusent les séries d'animation les plus récentes (76%), et permettent de découvrir de nouveaux programmes en exclusivité (76%), dans un environnement jugé sûr et digne de confiance (72%). Elles proposent des contenus supplémentaires sur d'autres supports, en particulier via leurs applications pour smartphones et tablettes (72%, +23 pts vs 2016), et enfin, contribuent à l'éveil éducatif des enfants (65%).
- **Les chaînes internationales** proposent des contenus qu'on ne voit nulle part ailleurs (78%) et permettent de garder le contact avec un pays ou une région.

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 36 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.