



association des chaînes conventionnées éditrices de services

Paris, le 23 février 2021

COMMUNIQUE DE PRESSE

LE 7^{ème} BAROMÈTRE D'ATTRACTIVITÉ DES CHÂÎNES THÉMATIQUES : LES OFFRES DE TV PAYANTE N'ONT JAMAIS TOUCHÉ AUTANT DE TÉLÉSPECTATEURS QU'EN 2020 LA CRISE SANITAIRE MOTEUR D'ABONNEMENT

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 7^{ème} vague de l'étude.

Dans l'univers de la télévision payante, malmené par la crise sanitaire, les chaînes thématiques continuent à bénéficier en cette fin d'année 2020, d'une image qui progresse encore par rapport aux résultats des précédentes vagues du Baromètre ACCeS/Harris.

LE CONFINEMENT SEMBLE AVOIR INCITÉ LES FRANÇAIS À S'ABONNER

Les offres de télévision payante, chaînes thématiques et vidéo à la demande par abonnement, intéressent un public toujours plus large : en 2020, **66 %** des téléspectateurs déclarent être abonnés à au moins une offre de télévision payante, en plus des chaînes proposées en standard par les opérateurs de télécommunications. Ce pourcentage est en progression de 12 points par rapport à 2019, en raison de la progression des abonnements aux offres de vidéo à la demande par abonnement.

La crise sanitaire et le confinement du printemps 2020 semblent avoir été un moteur d'abonnement fort : 23% des Français interrogés déclarent s'être abonnés à une offre de TV payante pendant le confinement, et parmi ceux-ci une majorité compte rester abonnée.

LE CONTEXTE DE 2020 A FAVORISÉ LA CURIOSITÉ DES TELESPECTATEURS ET RENFORCE L'ATTACHEMENT DES ABONNÉS POUR LES OFFRES PAYANTES

Les téléspectateurs Français ont vu leurs habitudes bouleversées en 2020 par les conséquences de la crise sanitaire : confinement au printemps et développement massif du télétravail.

Cela les a conduits non seulement à regarder davantage la télévision (pour **63%** des personnes interrogées) mais aussi à la regarder différemment :

- Pour 47% des Français et 54% des abonnés à une offre de TV payante, le confinement a permis de découvrir de nouveaux programmes
- Pour 37% des Français et 45% des abonnés à une offre de TV payante, le confinement a permis de découvrir de nouvelles chaînes de télévision



association des chaînes conventionnées éditrices de services

L'IMAGE DES CHÂÎNES PAYANTES A CONTINUÉ A SE RENFORCER EN 2020

Trois téléspectateurs sur quatre conviennent de l'intérêt et de la qualité des chaînes thématiques.

Pour **74%** des Français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus de qualité (+5 points vs 2019) et pour **75%** des Français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus variés (+4 points).

UNE TRÈS NETTE MAJORITÉ D'ABONNÉS SATISFAITS

76% des abonnés à une offre de TV payante déclarent qu'ils recommanderaient leur abonnement, contre 72% en 2019.

LA SPÉCIFICITÉ DES CHÂÎNES THÉMATIQUES : DIVERSITÉ ET ORIGINALITÉ

Pour **74%** des Français, les chaînes thématiques payantes permettent de diversifier le paysage audiovisuel (+5 points vs 2019) et pour **67%** des Français, les chaînes thématiques payantes proposent des contenus que l'on ne voit nulle part ailleurs (+4 points).

- Les **chaînes jeunesse** sont ainsi plébiscitées pour leur contribution à l'éveil éducatif des enfants (70%, +5 points vs 2019), et parce qu'elles proposent des contenus de qualité (78%, +8 points), non seulement sur la TV mais aussi sur d'autres supports (78%, +6 points). Elles proposent un environnement sûr et digne de confiance aux parents (73%) où les programmes peuvent être regardés en famille (83%).
- Les **chaînes musicales** quant à elles accompagnent les téléspectateurs tout au long de la journée (57%), en leur faisant découvrir de nouveaux artistes (74%), à travers une programmation variée (76%) et de qualité (78%).
- Les **chaînes thématiques cinéma** sont toujours considérées comme indispensables par les abonnés, proposant des contenus de qualité (85%, +3 pts vs 2019), des films très récents (83%, +3 pts vs 2019) ; le fait qu'elles programment des cycles et des intégrales est particulièrement apprécié (82%, +3 pts vs 2019).
- Quant aux **chaînes Séries/fictions**, les abonnés plébiscitent leurs contenus variés (88%, +3 pts vs 2019) et de qualité (85%, +1 pt vs 2019) ; ils apprécient toujours qu'elles permettent de regarder des saisons entières de séries en replay (88%, +1 pt vs 2018).
- Bien que la crise sanitaire ait entraîné l'annulation ou le report de nombreuses compétitions sportives en 2020, les **chaînes de sport** sont restées particulièrement appréciées des téléspectateurs durant le confinement : elles sont encore plus considérées comme indispensables par 54% de leurs abonnés (+6 pts vs 2019) qui sont des passionnés et qui valorisent également la qualité des experts intervenant sur leurs antennes (78%, +2 pts vs 2019).
- Les abonnés attribuent toujours aux **chaînes Découverte** de nombreuses qualités, qui ressortent d'autant plus que la crise sanitaire impose des contraintes dans la vie quotidienne des téléspectateurs : ainsi, elles proposent des programmes qui permettent de s'évader (88%, +2 pts vs 2019), et racontent des histoires vraies vraiment passionnantes (82%, +1 pt vs 2019).

ACCeS

association des chaînes conventionnées éditrices de services

Source :

L'étude 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 1^{er} et le 15 octobre 2020.

- **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 35 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

Guillaume Gronier - Email : ggronier@acces.tv / Port : 0662034226