

Paris, le 20 janvier 2020

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LE 6^{ÈME} BAROMÈTRE D'ATTRACTIVITÉ DES CHÂÎNES THÉMATIQUES : DANS UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET CONCURRENTIEL TENDU, L'IMAGE DES CHÂÎNES THÉMATIQUES CONTINUE DE SE RENFORCER.

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 6^{ème} vague de l'étude.

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 continuent à bénéficier en cette fin d'année 2019, d'une image très positive et qui tend à se renforcer par rapport aux résultats des précédentes vagues du Baromètre ACCeS/Harris.

UNE OFFRE PAYANTE TOUJOURS PLUS ATTRACTIVE

Les offres de télévision payante, chaînes thématiques et vidéo à la demande par abonnement, intéressent un public toujours plus large : en 2019, **54%** 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 9 points par rapport à 2018, en raison de la progression des abonnements aux offres de vidéo à la demande par abonnement.

Cette progression n'a pas lieu au détriment des chaînes thématiques : **36%** des abonnés SVOD le sont aussi à une offre de TV payante classique, et **un quart** des téléspectateurs français déclarent être abonnés à au moins deux offres payantes distinctes (12% sont abonnés à 3 offres ou plus).

UNE TRÈS NETTE MAJORITÉ D'ABONNÉS SATISFAITS

Ces offres génèrent une satisfaction importante : l'enquête indique que **72%** des abonnés interrogés recommanderaient la ou les offres de TV payantes à laquelle (auxquelles) ils sont abonnés. Ce résultat est stable par rapport à celui de l'étude 2018.

UN ÉLÉMENT CLÉ DE LA FIDÉLISATION DANS L'UNIVERS DU PAYANT

Elles apparaissent très fidélisantes : ainsi **54%** des abonnés pourraient envisager de changer d'offre ou d'opérateur pour continuer à recevoir leurs chaînes favorites.

Pour l'ensemble des thématiques, 68% des Français abonnés ou non, s'accordent à dire que 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 contenus innovants tels que le replay, le contrôle du direct ou la HD (+2 pts vs 2018).

ORIGINALITÉ, INNOVATION ET VARIÉTÉ : LES 3 CLÉS DE LA SATISFACTION CROISSANTE DES ABONNÉS AUX CHÂÎNES PAYANTES

Toutes les catégories de chaînes thématiques voient leurs traits d'image progresser par rapport aux résultats du Baromètre de 2018.

- 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%, en hausse significative de +5 pts vs 2018), 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%).
- Les **chaînes découverte** s'intéressent à des thématiques très variées (89%, +2 pts), proposent des contenus de qualité (85%), 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).
- 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.
- 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%). Elles 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 dont l'importance s'est considérablement renforcée ces dernières années (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 (76%).

Source :

Etude quantitative réalisée en ligne par Harris Interactive auprès d'un échantillon de 1504 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 : 26 septembre au 2 octobre 2019.

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.

Contacts :

Maud Aumis - Email : mam.agency.2015@gmail.com / Port : 0614192266

Muriel Guidoni-Deregnacourt - E-mail : mguidoni@acces.tv / Tél : 0147042409 / 0676420666