toluna harris interactive

pour ACCES
ASSOCIATION DES CHAÎNES CONVENTIONNÉES ÉDITRICES DE SERVICES

ATTRACTIVITÉ DES CHAÎNES THÉMATIQUES – Octobre 2024

KARL FOMBUENA
Directeur commercial
kfombuena@harrisinterractive.fr

Hélène Boucaux
Directrice de clientèle
hboucaux@harrisinterractive.fr

Antoine Dumas
Chargé d'études senior
adumas@harrisinterractive.fr

CONTEXTE

Le marché des contenus audio-visuels a **évolué de manière significative et constante** ces dernières années, avec **une diversification des contenus disponibles** mais également **des plateformes de visionnage.**

Pour rester compétitives, **les chaînes thématiques doivent innover et s'adapter aux nouvelles attentes** des téléspectateurs, tout en naviguant dans un paysage médiatique de plus en plus complexe et concurrentiel.

OBJECTIFS

- Ainsi, l'ACCES mène depuis plusieurs années avec l'institut Harris Interactive un baromètre sur l'attractivité des chaînes thématiques auprès de l'ensemble des Français.
- Baromètre qui a pour objectif de suivre les évolutions de la perception des chaînes thématiques et notamment :
  - **MESURER** : Le **niveau de connaissance** et de **consommation des chaînes thématiques** et des services de télévision payante.
  - **COMPRENDRE** : Les **leviers d'attractivité** (satisfaction et motivation d'abonnement) des chaînes thématiques.
  - **VALORISER** : **L'offre** des chaînes thématiques.

RAPPEL METHODOLOGIQUE :

Enquête quantitative réalisée **en ligne** du **10 au 20 octobre** 2024
Recueil via le panel Toluna

1 037 individus âgés de 15 ans et plus, représentatifs de la population française

\+ **310 abonnés** à une offre de télévision payante parmi les offres Canal (Famille by Canal et TV by Canal), offre de chaines élargie SFR *(Power a minima),* Bouygues Telecom et un bouquet thématique payant via FAI.

Soit un échantillon global de **1 347 individus**

La représentativité des cibles a été assurée par la méthode des quotas (sur les critères de sexe, d'âge, de CSP et de région)

Durée du questionnaire : **15 minutes** en moyenne

NOTE DE LECTURE

- Les scores significativement différents de la vague de 2014(1ère mesure) sont indiqués : ↗ ↘
- *Les différences significatives entre la cible principale et les sous-cibles sont indiquées comme suit :* *42% Femmes*
- *Les différences significatives entre les abonnés et les non abonnés sont indiqués comme suit :* + / -
- *Sont considérés comme* **ABONNÉS Chaînes Théma** *les répondants abonnés ou ayant accès aux offres Canal, SFR (Power a minima), BT ou bouquets payants des FAI proposants les chaînes thématiques.*

RESULTATS DETAILLES

1. NOTORIETE des chaînes thématiques et USAGES

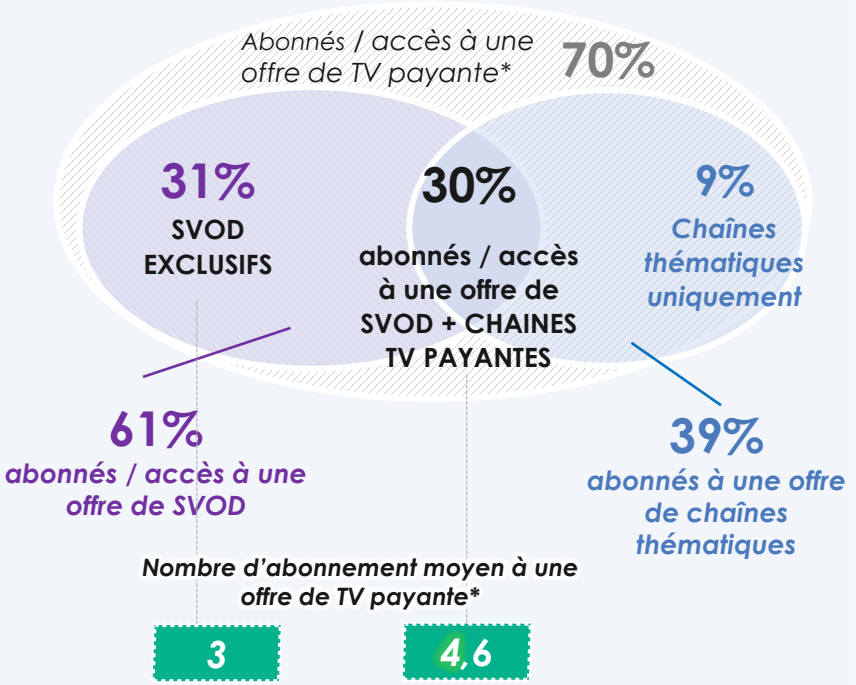
2. MOTIVATIONS et FREINS à l'abonnement

3. PERCEPTION des chaînes thématiques

PRÉAMBULE - RÉPARTITION DES ABONNEMENTS POSSÉDÉS

Un marché maintenant stable avec les offres de SVOD en tête des abonnements payant auprès des Français : Netflix toujours largement devant – près de 4 Français sur 10 y a accès. Amazon très puissant également se positionne juste derrière et Disney+ complète le trio de tête. Canal et ses déclinaisons au pied du podium. Les abonnés aux chaînes Thématiques plus abonnés aux offres de TV payante de manière générale.

	ENSEMBLE DES FRANÇAIS	ABONNÉS Chaînes Théma*
Netflix	39%	49%
Amazon Prime Vidéo	29%	35%
Disney+	19%	30%
Canal+ (et ses déclinaisons)	15%	29%
Les offres Canal	12%	31%
Canal+ Séries	12%	24%
beIN SPORTS	10%	18%
NEW Paramount+	9%	17%
Apple TV+	8%	14%
Les chaînes OCS (OCSMAX, OSCCity,…)	8%	14%
RMC Sport	7%	11%
NEW Max	6%	12%
TFou Max	6%	10%
SFR Play	6%	11%
Molotov	5%	9%
Un bouquet payant de chaînes thématiques via FAI	5%	13%
Eurosport Player	5%	8%
NEW Dazn	4%	8%
FOX Play	3%	6%
TRACE Play	3%	5%
	Nombre d'abonnements moyen : 3	Nombre d'abonnements moyen : 3,5



*Abonnés à au moins une offre de TV payante dont SVOD

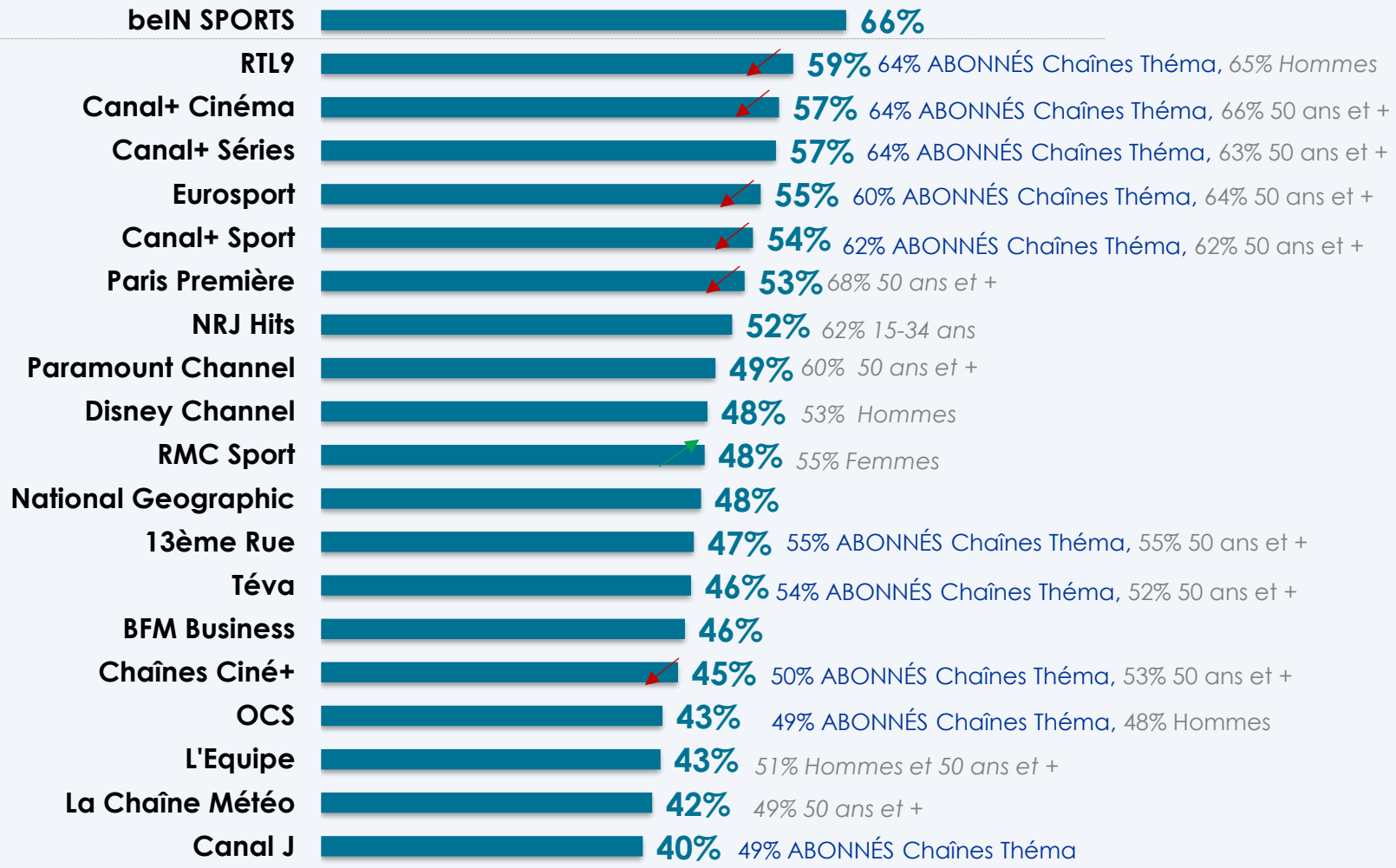
S113. Voici une liste d'offres de télévision et services payants actuellement disponibles. Pour chacun d'entre eux, pouvez-vous indiquer si vous le connaissez, ne serait-ce que de nom et si vous y avez accès ? Base : ensemble des français – 1 347 répondants

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DES CHAINES PAYANTES

La quasi-totalité des Français connaissent au moins une chaine / offre thématique. Une notoriété du Top 20 stable sur ces 2 dernières années.
Bien que les niveaux de notoriété soient en baisse sur ces 10 dernières années (dû à une concurrence de plus en plus accrue), la tête du classement reste relativement similaire. Assez logiquement les abonnés aux chaines Thématiques connaissent mieux les chaines, notamment cinéma.

TOP 20

92%
des Français connaissent au moins une chaîne payante testée



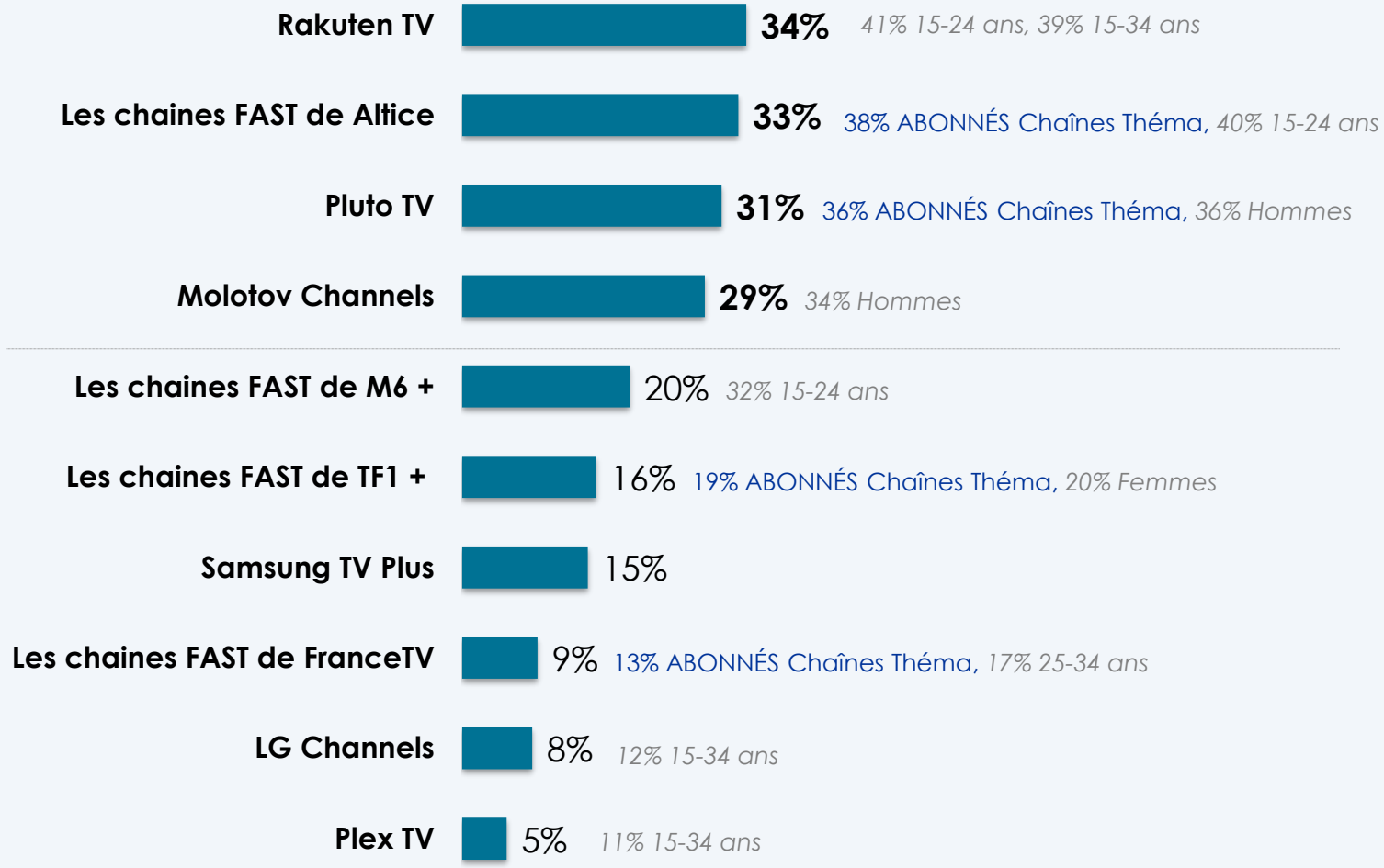
	2022	2014
beIN SPORTS	68%	66%
RTL9	52%	72%
Canal+ Cinéma	63%	80%
Canal+ Séries	58%	67%
Eurosport	58%	73%
Canal+ Sport	54%	76%
Paris Première	51%	78%
NRJ Hits	45%	
Paramount Channel		
Disney Channel		
RMC Sport	45%	18%
National Geographic		
13ème Rue		
Téva		
BFM Business		
Chaînes Ciné+	45%	67%
OCS		
L'Equipe		
La Chaîne Météo		
Canal J		

Q2. Parmi les Chaînes suivantes, lesquelles connaissez-vous, ne serait-ce que de nom ?
Base : ensemble des Français – 1 347 répondants

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DES CHAINES FAST NEW

Des chaines dites « Fast » encore confidentielles sur le marché Français : Rakuten TV, les chaînes d'Altice, Pluto TV et Molotov Channels apparaissent comme les plus connues avec des notoriétés avoisinant les 30%.
Les 15-24 ans sont plus nombreux à connaitre ces nouvelles chaines digitales.

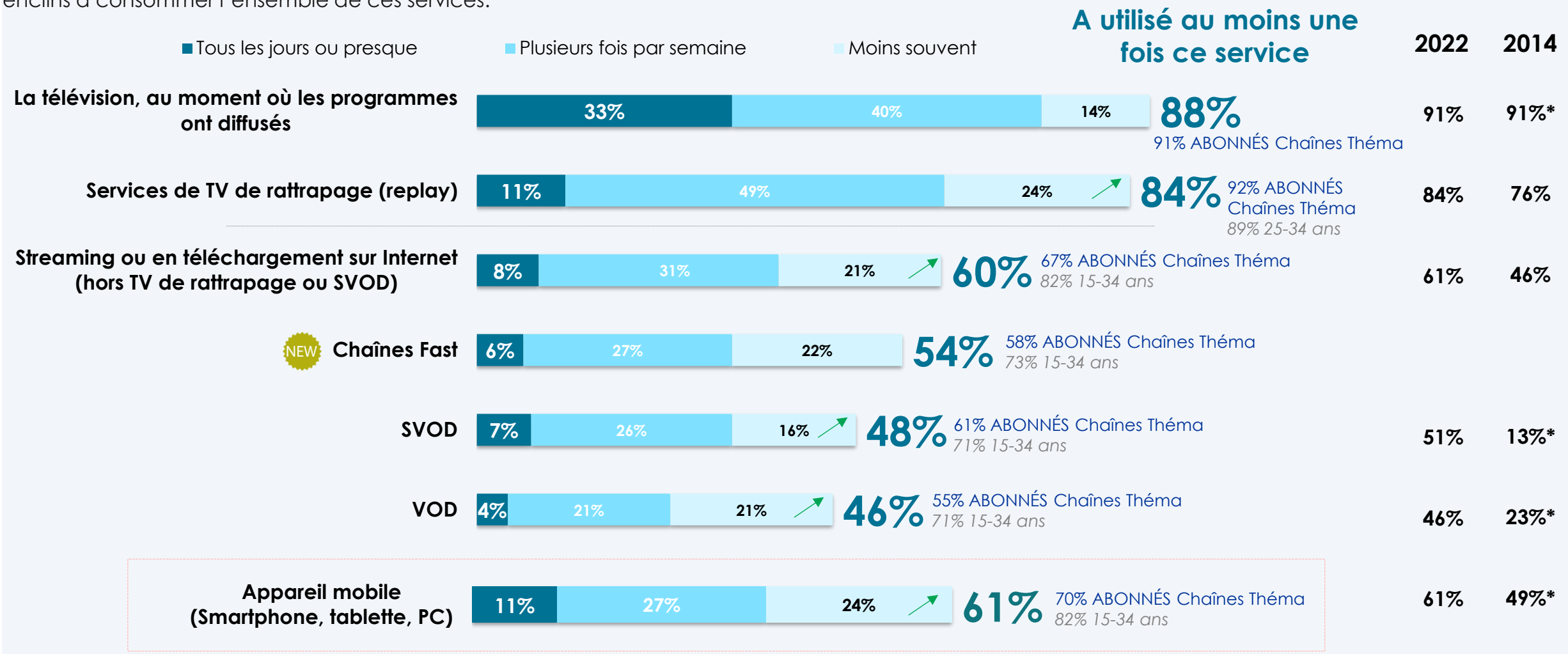
En moyenne les Français connaissent 2 groupes de chaînes Fast testées sur les 10



NOTOFAST. Nous allons maintenant vous présenter des chaînes, groupes de chaînes que l'on appelle « FAST », il s'agit de chaînes/vidéos de streaming gratuites avec publicités, disponibles sur internet de façon continue. Parmi la liste suivante, lesquelles connaissez-vous, ne serait-ce que de nom ? Base : ensemble des Français – 1 347 répondants

FRÉQUENCE DE VISIONNAGE DE LA TV ET DES SERVICES TV

Même si le visionnage des programmes « live » reste de loin en tête (notamment au quotidien), on observe un léger retrait sur les 10 dernières années, là où les visionnages alternatifs tels que le replay / SVOD / Streaming ont considérablement progressés. A noter une stabilisation de ces usages vs. il y a 2 ans, la consommation des chaines « Fast » - gratuites - se plaçant devant. Des abonnés aux chaines Thématiques ainsi que les plus jeunes (sauf pour la TV linéaire) plus enclins à consommer l'ensemble de ces services.

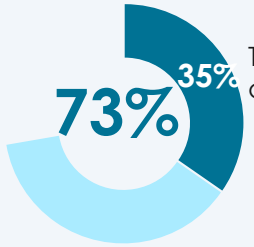


Q9. A quelle fréquence vous arrive-t-il de regarder des programmes de télévision...
Base : ensemble des français – 1 347 répondants

**Scores de 2015/2016/2017, informations pas mesurées avant*

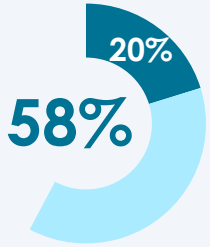
IMPACT DU REPLAY SUR LA CONSOMMATION DES PROGRAMMES TV

Un usage du replay toujours principalement pour rattraper des contenus manqués.
En tendance à la hausse, un service qui permet pour près de 6 Français sur 10 de découvrir de nouveaux programmes mais qui peut inciter à ne pas regarder le programme au moment de sa diffusion pour la moitié des Français.



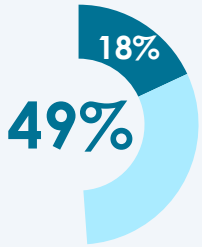
Des Français sont d'accord pour dire qu'ils <u>utilisent le replay pour rattraper des contenus manqués</u> lors de leurs diffusions en direct

81% ABONNÉS Chaînes Théma
78% Femmes



Des Français sont d'accord pour dire qu'ils <u>utilisent le replay pour découvrir des programmes</u> qu'ils n'auraient pas spontanément choisit lors de leur diffusion en direct

69% ABONNÉS Chaînes Théma
70% 25-34 ans



Des Français sont d'accord pour dire qu'ils <u>ne sont pas incités à regarder un programme au moment de sa diffusion en direct lorsqu'ils savent qu'il est disponible en replay</u>

59% ABONNÉS Chaînes Théma
60% 25-34 ans / 53% Femmes

	2022
Des Français sont d'accord pour dire qu'ils utilisent le replay pour rattraper des contenus manqués lors de leurs diffusions en direct	73%
Des Français sont d'accord pour dire qu'ils utilisent le replay pour découvrir des programmes qu'ils n'auraient pas spontanément choisit lors de leur diffusion en direct	55%
Des Français sont d'accord pour dire qu'ils ne sont pas incités à regarder un programme au moment de sa diffusion en direct lorsqu'ils savent qu'il est disponible en replay	46%

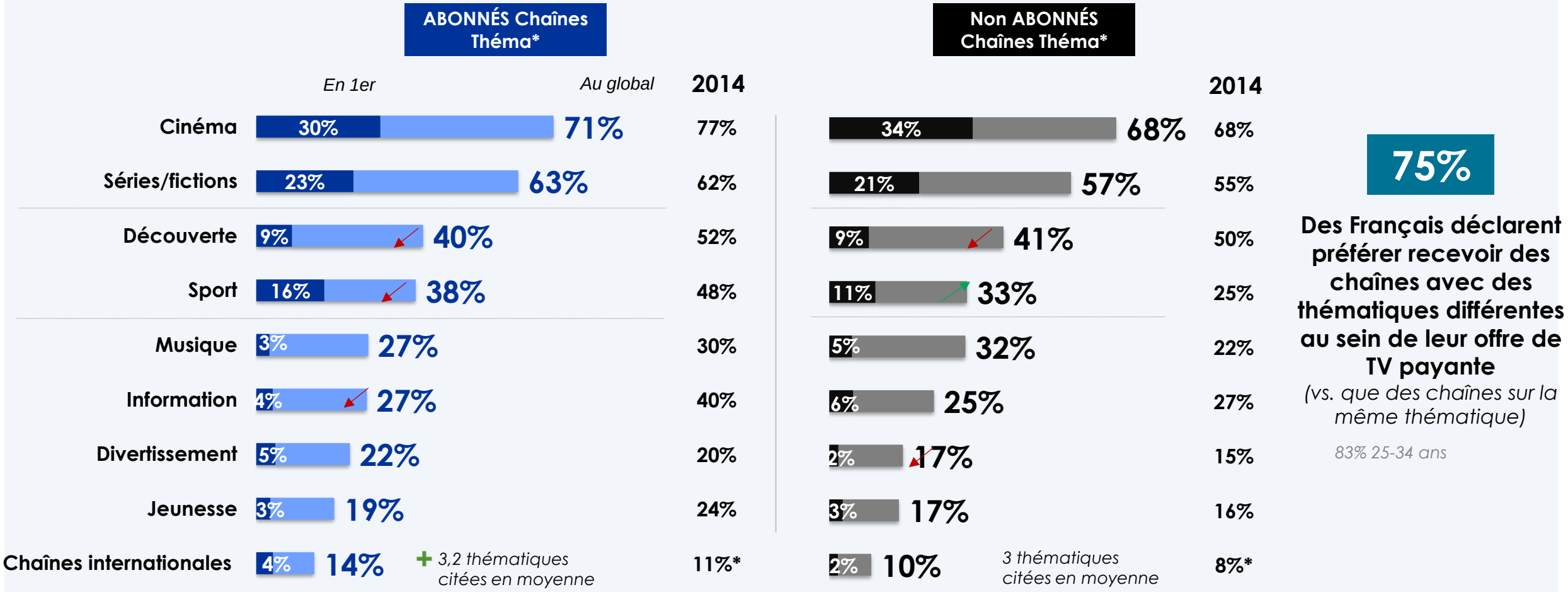
Q502.Voici des propositions concernant votre consommation du replay, merci d'indiquer si vous êtes d'accord ou non pour chacune d'entre elles.
Base : ensemble des Français concernés – 1 347 répondants

RESULTATS DETAILLES

1. NOTORIETE des chaînes thématiques et usages
2. MOTIVATIONS et FREINS à l'abonnement
3. PERCEPTION des chaînes thématiques

THÉMATIQUES PRÉFÉRÉES

Le Cinéma et les Séries/Fictions restent les thématiques nettement préférées des Français qu'ils y soient déjà abonnés ou non et cela depuis des années.
La découverte et le sport arrivent juste après avec un intérêt marqué pour moins de 4 Français sur 10 - en retrait sur le long terme.
Un intérêt plutôt homogène pour les autres thématiques. A noter, une large préférence pour le multithématique.



75%

Des Français déclarent préférer recevoir des chaînes avec des thématiques différentes au sein de leur offre de TV payante

(vs. que des chaînes sur la même thématique)

83% 25-34 ans

Q22. Parmi les thématiques suivantes que l'on peut trouver dans les offres de télévision et services payants, lesquelles vous intéressent le plus ? / Base : abonnés à une chaine théma – 771 répondants / non-abonnés – 472 répondants / Q500. De manière générale, en souscrivant un abonnement à une offre de TV payante, vous préférez, pour le même prix, recevoir… ? Base : ensemble des Français – 1 347 répondants

*Scores de 2019, informations pas mesurées avant

RELATION VIS-À-VIS DES OFFRES DE TV PAYANTES

Le nombre de chaines disponibles et la diversité des thématiques restent les points forts des abonnements – bien qu'en baisse sur 10 ans pour la première dimension. Une faiblesse également à noter sur les services supplémentaires (replay/contrôle du direct) proposés par les chaines thématiques. A l'inverse le renouvellement de l'offre et le rapport qualité/prix ont progressé ces dernières années. A noter, une recommandation de son offre Thématique qui reste toujours très bonne et stable depuis 2016, tout comme l'envie de rester abonnés.

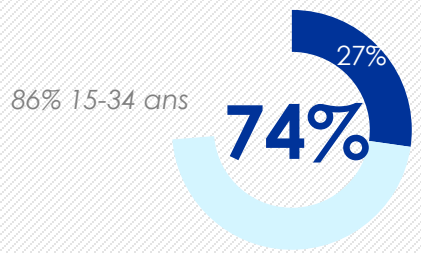
ABONNÉS Chaînes Théma*

Points forts

Moyenne / 10

			2014
6,5 ↓	Le nombre de chaînes disponibles		7
6,5	La diversité des supports proposés	6,9 15-34 ans	6,4
6,4 ↓	Les services supplémentaires		6,7
6,4	La qualité technique		6,6
6,4	La diversité des programmes proposés		6,3
6,3	La diversité des thématiques		6,4
6,2	La récence des programmes	6,6 15-34 ans	
6,2	Les programmes et séries exclusifs	6,6 15-34 ans	6,1*
6,1	L'exclusivité des chaînes proposée		
6,0 ↑	Le renouvellement de l'offre	6,5 15-34 ans	5,6*
6,0 ↑	Le rapport qualité/prix de l'offre	6,5 15-34 ans	5,6

Recommandation



86% 15-34 ans

Recommanderait très certainement son abonnement

34% 15-34 ans

2016 75%*

Conservation de l'abonnement

75% des abonnés souhaitent conserver leur abonnement

86% 15-34 ans

2014 79%

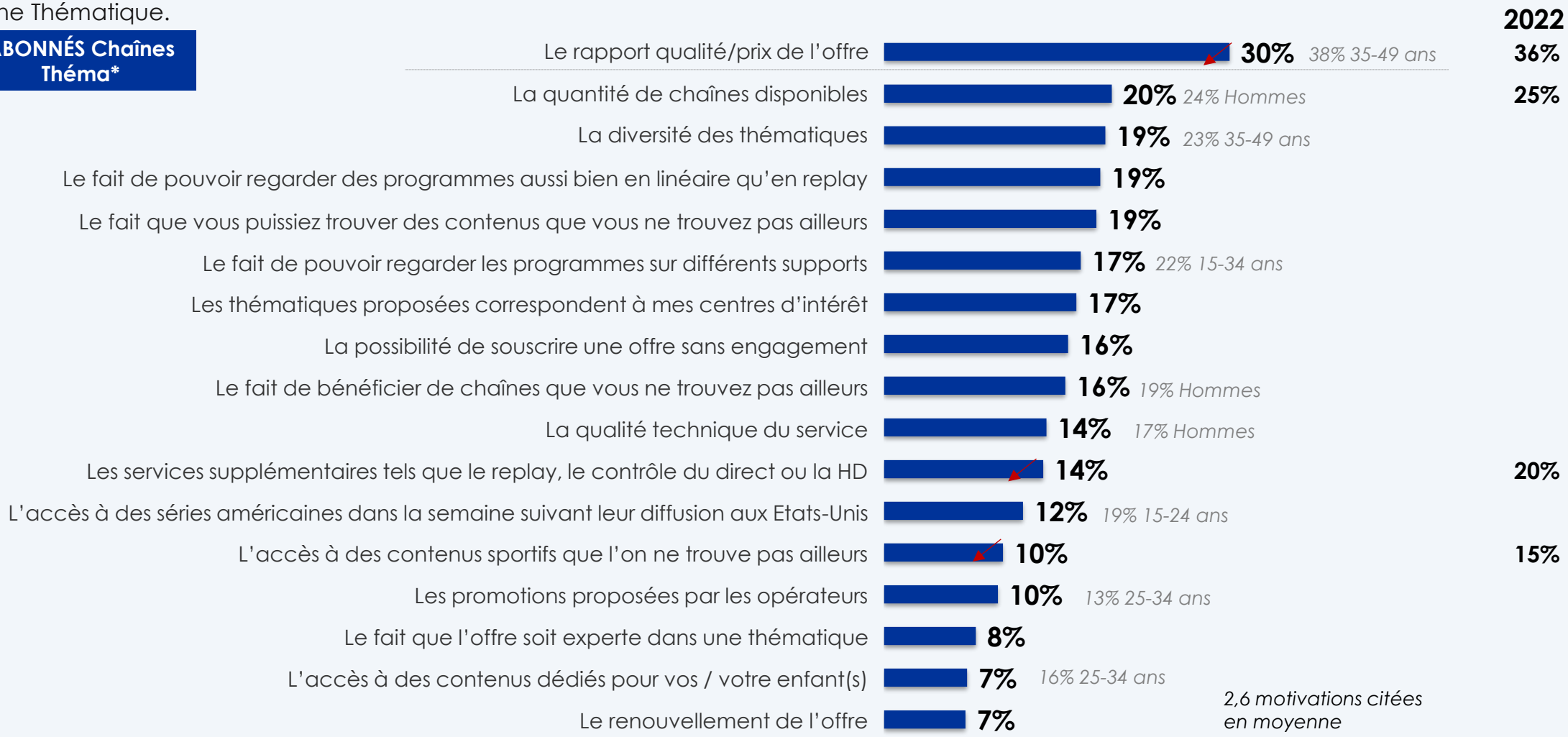
Q13bis. Recommanderiez-vous la ou les offres de télévision ou services payants auquel vous êtes abonnés ? / Q15bis. Plus précisément, concernant votre ou vos abonnement(s), quel est votre niveau de satisfaction concernant… Q14bis. Au cours des prochains mois, pensez-vous conserver le ou les abonnement(s) au(x) offre(s) de télévision ou service(s) payants auquel vous êtes souscripteur actuellement ? / Base : abonnés à une chaine théma – 771 répondants

*Scores de 2016, informations pas mesurées avant

MOTIVATIONS A RESTER ABONNÉ

De multiples motivations à rester abonné. Bien que toujours en tête le rapport qualité/prix perd un peu en considération vs. l'année dernière. Les autres facteurs apparaissent très homogènes : la quantité, la diversité et l'exclusivité des contenus ainsi que le replay concours à garder son abonnement à une chaine Thématique.

ABONNÉS Chaînes Théma*

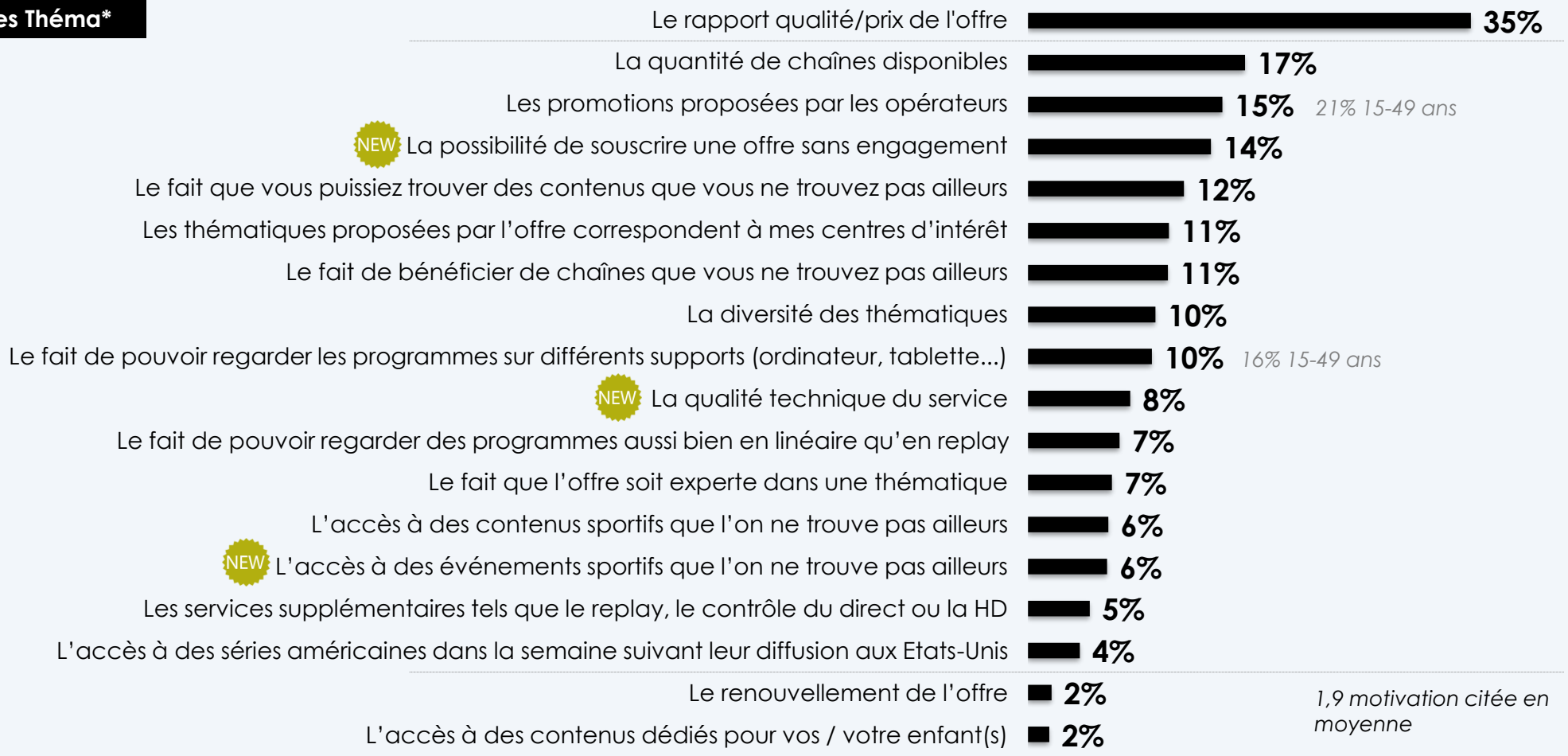


Q300new. Pour quelle(s) raisons restez-vous abonné à une offre de télévision ou services payants (hors services de SVOD) ?
Base : abonnés à une chaine théma – 771 répondants

MOTIVATIONS D'ABONNEMENT

Auprès des non-abonnés, l'aspect budgétaire reste le premier driver d'abonnement de façon stable avec le rapport qualité/prix et les promotions. La quantité de chaine disponible peut également être un levier, tout comme le fait de ne pas être engagé.

Non ABONNÉS Chaînes Théma*



Q18. Et parmi les raisons suivantes, lesquelles pourraient vous donner envie de vous abonner à une offre de télévision ou service payants ?
Base : Non-abonnés à une chaine théma – 232 répondants

RAISONS DE NON RENOUVELLEMENT D'ABONNEMENT

La quantité de chaines gratuites reste le 1er levier de non-renouvellement. Le manque d'intérêt en deuxième position. L'aspect budgétaire également évoqué dans le top 3 des raisons de ne pas conserver son abonnement.

ABONNÉS Chaînes Théma*

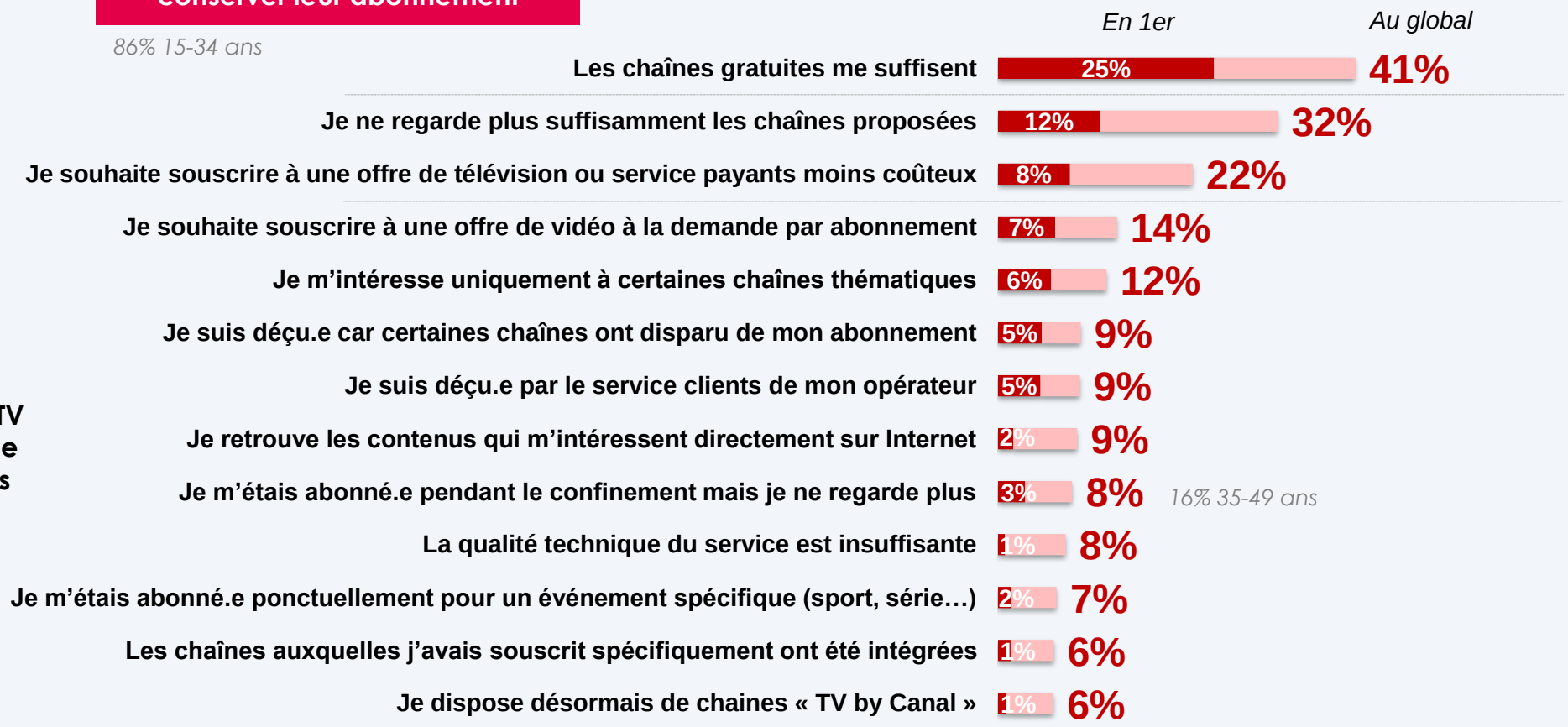
75% des abonnés souhaitent conserver leur abonnement

86% 15-34 ans

52%

Des abonnés pourraient changer d'offre TV pour continuer de voir leurs chaînes favorites

Les raisons de ne pas conserver son abonnement…



Q14bis. Au cours des prochains mois, pensez-vous conserver le ou les abonnement(s) au(x) offre(s) de télévision ou service(s) payants auquel vous êtes souscripteur actuellement ? / Q17. Vous avez indiqué ne pas être sûr de conserver votre ou vos abonnement(s) à une offre de télévision ou service payants. Pour quelle(s) raison(s) pensez-vous ne pas le ou les renouveler ?/ Q20bis. Est-ce que vous envisageriez de changer d'offre de télévision ou service payants si l'une de vos chaînes payantes favorites n'était disponible que dans une autre offre ?
Base : abonnés à une offre de TV payante mais n'ayant pas l'intention de la renouveler – 151 répondants

RESULTATS DETAILLES

1. NOTORIETE des chaînes thématiques et usages
2. MOTIVATIONS et FREINS à l'abonnement
3. PERCEPTION des chaînes thématiques

APPRÉCIATION DES CHAÎNES THÉMATIQUES

Les chaines Cinéma en tête des chaînes payantes les plus appréciées, devant les chaines Découverte et Séries/Fictions. Une appréciation cohérente avec l'appréciation des thématiques. A noter toutefois que la thématique Sport n'est pas en reste au sein de ce top 20.

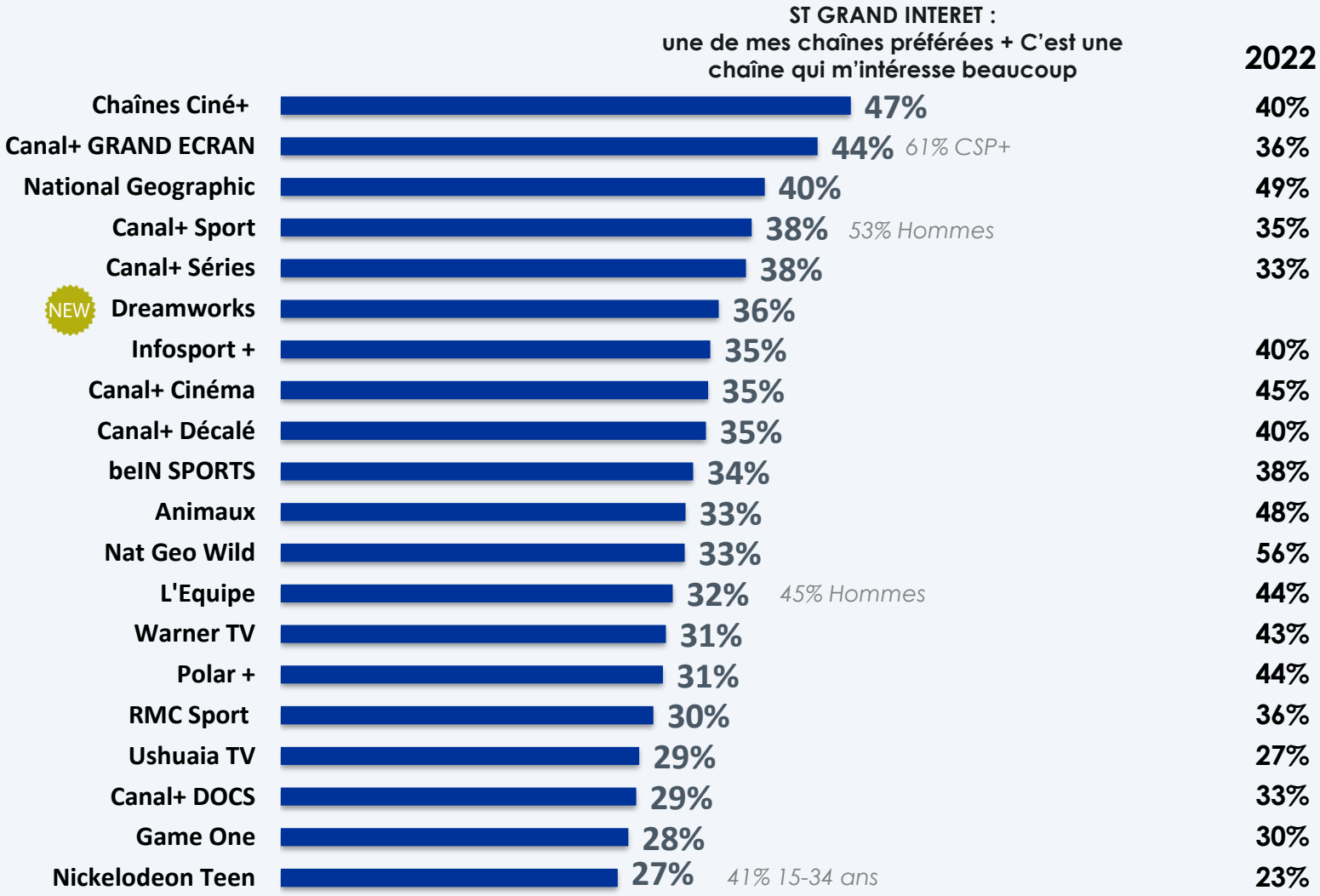
ABONNÉS Chaînes Théma*

TOP 20

*Connaisseurs de la chaîne + *Ne figure dans le classement que les chaines bénéficiant de plus de 80 répondants*

25%

D'appréciation en moyenne *

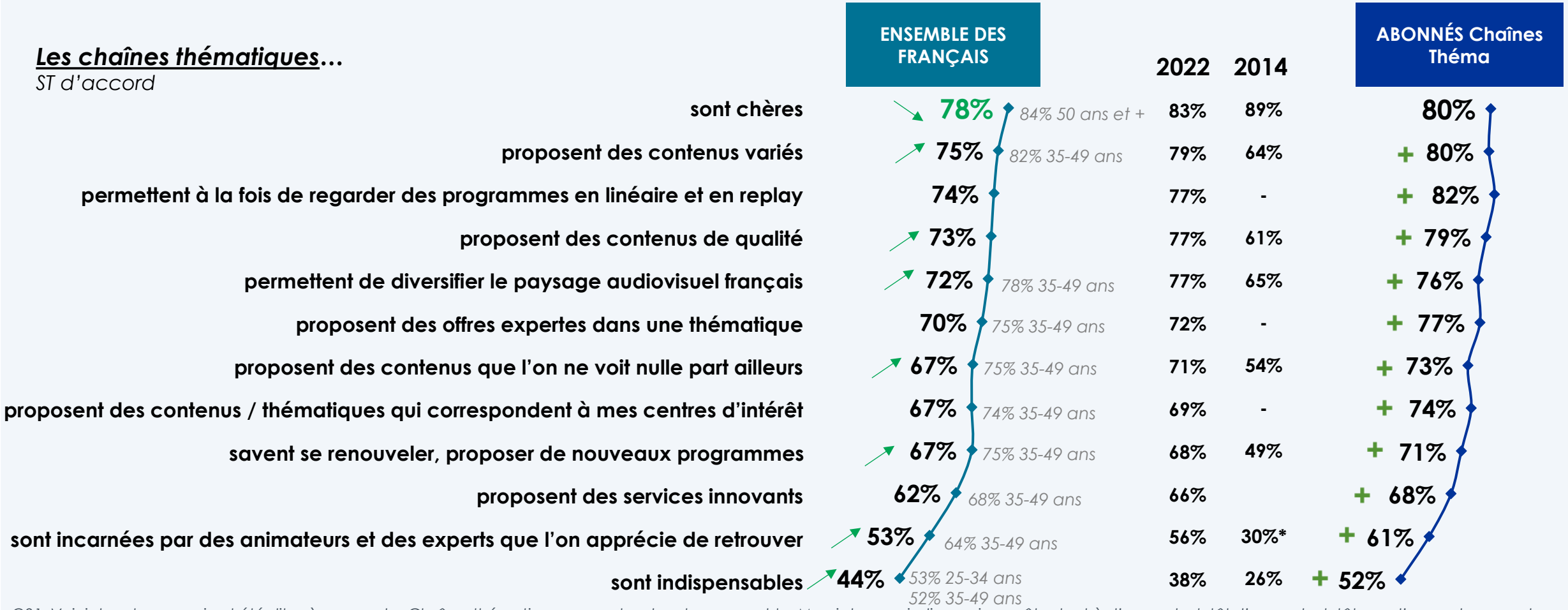


Q100. Pour chacune des chaînes que vous connaissez, pouvez-vous nous indiquer si vous l'appréciez ou non ?
Base : Abonnés à une à une chaine théma – 88 à 175 répondants

IMAGE DES CHAÎNES THÉMATIQUES

Une image des chaînes thématiques toujours aussi claire et positive auprès de l'ensemble des Français : des chaînes aux contenus variés, de qualité, visible à tout moment (direct ou replay) et permettant ainsi de diversifier le PAF. Naturellement, des abonnés davantage convaincus par les chaines thématiques et cela sur l'ensemble des dimensions évaluées.

Sur le long terme, des chaines thématiques dont l'image a évolué très positivement et cela notamment sur les dimensions de prix - elles sont perçues comme moins chères, variées, proposant des contenus exclusifs et de qualité montrant ainsi leur capacité à savoir se renouveler pour se rendre in fine toujours de plus en plus indispensables.



Q21. Voici des phrases qui ont été dites à propos des Chaînes thématiques payantes dans leur ensemble. Merci de nous indiquer si vous êtes tout à d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elle.
Base : ensemble des Français – 1 347 répondants

**Scores de 2016, informations pas mesurées avant*

IMAGE DES CHAÎNES THÉMATIQUES : SPECIFICITÉS PAR THÉMATIQUE

Globalement des intéressés par les différentes thématiques, séduits par les contenus de qualité que proposent ces chaines. Vient ensuite pour chacune des thématiques des dimensions propre à son univers comme notamment : la variété (cinéma et découverte) ou la découverte (série/fiction et musique). Au-delà, des abonnés globalement en phase avec l'ensemble des Français. Les abonnés de la thématique Découverte sont davantage à évoquer l'aspect didactique et divertissant des programmes de la thématique.

Les chaînes thématiques **…**
ST d'accord

	ENSEMBLE DES FRANÇAIS TOP 2	ABONNÉS Chaînes Théma
CINÉMA	*proposent des* ***contenus de qualité*** *(84%)* *proposent des* ***films variés*** *(81%)*	*proposent des* ***contenus de qualité*** *(88%)* + *proposent des* ***films va****riés (85%)*
SÉRIE/FICTION	*regarder des* ***saisons entières de séries en replay*** *(89%)* *me font* ***découvrir de nouvelles séries*** *(87%)*	*regarder des* ***saisons entières de séries en replay*** *(91%)* *me font* ***découvrir de nouvelles séries*** *(89%)*
DÉCOUVERTE	*proposent des* ***contenus de qualité*** *(85%)* *s'intéressent à des* ***thématiques très variées*** *(83%)*	*programmes qui* ***m'apprennent des choses*** *(89%)* + *me* ***divertissent*** *(87%)* +
SPORT	*disposent de* ***droits sportifs exclusifs*** *(85%)* *au* ***cœur*** *des* ***plus grands événements sportifs*** *(85%)*	*au* ***cœur*** *des plus* ***grands événements sportifs*** *(87%)* *disposent de droits sportifs exclusifs (87%)*
MUSIQUE	*proposent des* ***contenus de qualité*** *(81%)* *découverte de* ***nouveaux artistes*** *(81%)*	*proposent des* ***contenus de qualité*** *(83%)* *retransmissions de* ***concerts en direct*** *(83%)*
JEUNESSE	*programmes qui* ***peuvent être regardés en famille*** *(84%)* *proposent des* ***contenus de confiance*** *(80%)*	*programmes qui* ***peuvent être regardés en famille*** *(84%)* *proposent des* ***contenus de qualité*** *(82%)*
INTERNATIONALE	***garder le contact*** *avec un pays/région (78%)* *contenus que* ***l'on ne voit nulle part ailleurs*** *(76%)*	***garder le contact*** *avec un pays/région (81%)* *contenus que* ***l'on ne voit nulle part ailleurs*** *(80%)*

Q23-29. Voici des phrases qui ont été dites à propos des Chaînes payantes « thématique ». Merci de nous indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elle.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

LES OFFRES DE TV PAYANTE : UN MARCHÉ QUI A ATTEINT UNE CERTAINE MATURITÉ

EN TERMES D'ABONNEMENT ET DE NOTORIÉTÉ :

- Les **offres de SVOD restent en tête** de l'univers en termes d'abonnement (**Netflix** leader du marché Français devant **Amazon Prime Vidéo** et **Disney +).**

- Bien qu'en recul ces dernières années, **les chaînes thématiques** demeurent tout de même **largement présentes dans l'esprit des Français**. Plus de 9 sur 10 en connaissent au moins une (Les chaines sport : beIN SPORTS, Eurosport, Canal+ sport; RTL9; Canal+ Cinéma et séries ressortent comme étant les chaines / offres les plus connues des Français).

- **Les chaines FAST** dernièrement arrivées sur le marché apparaissent encore **confidentielles** (Rakuten TV, Les chaines FAST d'Altice et Pluto TV sont connues par environ 1/3 des Français).

LES OFFRES DE TV PAYANTE : UN MARCHÉ QUI A ATTEINT UNE CERTAINE MATURITÉ

EN TERMES D'USAGE :

- Le **visionnage en direct (TV)**, bien que **mode de consommation préféré** des Français, affiche un **léger repli** sur ces 10 dernières années (88% la regarde au moins occasionnellement vs 91% en 2014).

- Le **replay** s'installe comme l'**alternative incontournable** à la consommation des programmes TV - **en forte hausse ces dernières années** (84% le font au moins occasionnellement vs 76% en 2014).
  - Service perçu très positivement, il permet de découvrir des programmes pas spontanément choisit lors de leur diffusion en direct mais peut toutefois inciter à ne pas regarder un programme en linéaire puisque disponible en replay.

- Après l'explosion ces dernières années, **la consommation de SVOD** semble se stabiliser **depuis 2 ans**, l'usage des chaînes Fast passant devant - l'aspect gratuit et digital (davantage en phase avec les usages des plus jeunes générations) peut expliquer et faciliter cet usage important.

- **A noter des différences d'usages assez marquées par classe d'âge, les 15-34 ans affichant une plus grande affinité pour la SVOD et les chaines Fast que l'ensemble des Français.**

LES OFFRES DE TV PAYANTE : UN MARCHÉ QUI A ATTEINT UNE CERTAINE MATURITÉ

EN TERMES DE SATISFACTION ET DE PERCEPTION :

- Des abonnés aux chaines thématiques **toujours satisfaits de leur(s) offre(s)** avec une **recommandation et un taux de réabonnement** qui ont su se maintenir dans le temps.
  - Le renouvellement des offres et le rapport qualité/prix, éléments qui ont plus progressé depuis 10 ans – compte tenu du contexte économique – ce dernier critère reste un levier d'attractivité important.
  - Des faiblesses à noter sur les services additionnels (replay, contrôle du direct,…) qui sont de réelles attentes des consommateurs.

- Des Français qui continuent **de très bien percevoir les chaines thématiques** :

  - Les chaînes thématiques demeurent pour plus de 7 Français sur 10 **des chaines aux contenus variés**, de **qualité**, apportant une réelle **expertise**, permettant un confort de visionnage **(direct ou replay)** et **diversifiant ainsi le PAF**.

  - Des chaînes qui sur 10 ans ont **su renforcer leur image** et cela sur l'ensemble les dimensions de **prix, variété, exclusivité, qualité** montrant ainsi leur capacité à savoir **se renouveler** se rendant ainsi de plus en plus **indispensables** au fil des ans.