

Paris, le 12 Décembre 2012

Les Français et les Nouvelles chaînes de la TNT 2^{ème} édition

82% des Français se déclarent intéressés par le lancement des six nouvelles chaînes de la TNT, soit une progression de 9 points en l'espace de six mois

Aujourd'hui, mercredi 12 décembre, six nouvelles chaînes gratuites viennent étendre l'offre télévisuelle accessible à tous les Français sur la TNT.

Il y a six mois, après l'annonce par le CSA des candidats retenus pour l'attribution des six nouveaux canaux, iligo réalisait la première enquête mesurant la réaction des Français à cette extension de leur paysage télévisuel. Depuis, les six chaînes lauréates ont toutes dévoilé leurs noms, leurs grilles de programmes, leurs ambitions...

Qu'en est-il du constat effectué il y a six mois ? L'intérêt des Français pour ces chaînes s'est-il accentué ? Quelles sont les chaînes que les Français attendent avec le plus d'impatience ?

L'intérêt des Français s'est encore intensifié

Alors que les six nouvelles chaînes sont lancées aujourd'hui, les Français sont quasi unanimes : 82% d'entre eux se déclarent intéressés par cette nouvelle offre télévisuelle. L'intérêt des Français s'est d'ailleurs intensifié au fil des mois puisque ce résultat est en progression de 9 points par rapport à la première édition de l'enquête, réalisée il six mois.

Cet intérêt grandissant est partagé de toutes les catégories de Français : les hommes comme les femmes, les plus jeunes comme les plus âgés. Ce constat, déjà opéré lors de la vague précédente, est donc renforcé aujourd'hui.

« L'intérêt des Français pour de nouvelles chaînes de télévision gratuites est loin d'être saturé. Ainsi, en parallèle du développement d'autres formes de consommation des contenus audiovisuels, la télévision sous sa forme classique conserve sa capacité à séduire et à faire l'actualité » déclare Olivier Goulet, Directeur Général d'iligo.

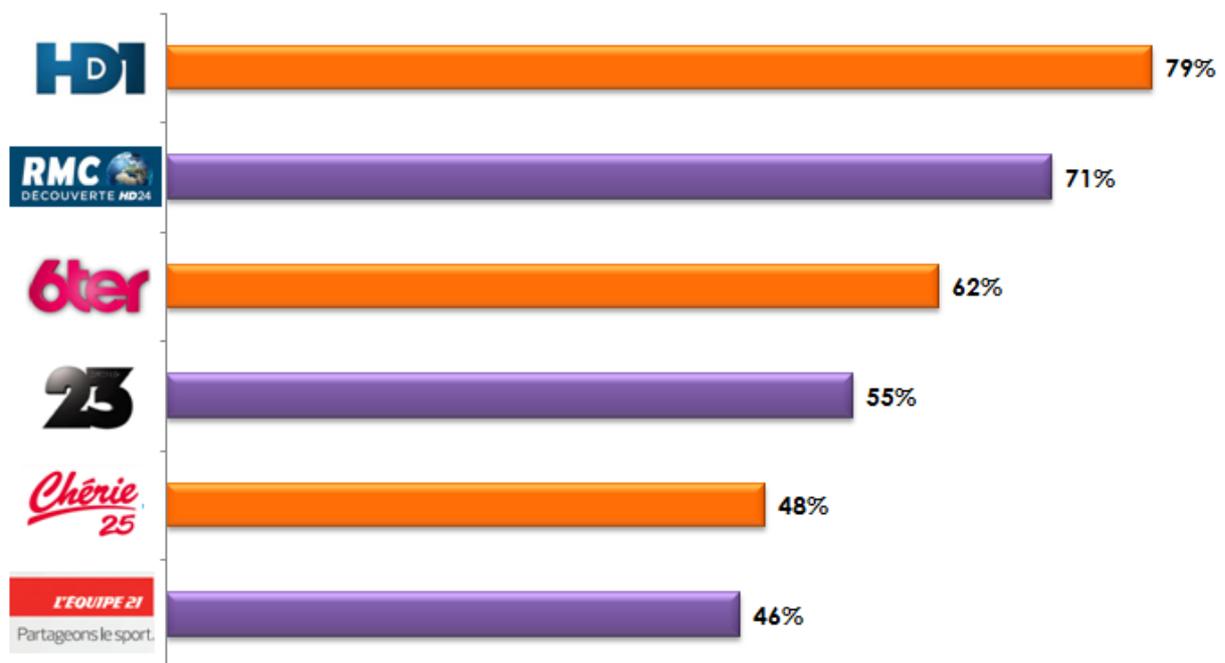


Une hiérarchie des chaînes inchangée

Au jeu des thématiques et des chaînes attendues par le plus grand nombre de Français, le statu quo prévaut. Le palmarès demeure ainsi identique d'une édition à l'autre de l'enquête.

- La fiction et le cinéma : HD1 suscite l'intérêt de 79% des Français (- 3 points)
- Les documentaires : RMC Découverte de 71% des Français (+1 point)
- Les programmes familiaux. 6Ter de 62% des Français (-1 point)
- La chaîne culturelle prônant la « diversité ». Numéro 23 de 55% des Français (0 point)
- La chaîne féminine : Chérie 25 de 48% des Français (+ 7 points)
- La chaîne sportive. L'Equipe 21 de 46% des Français (+7 points)

Question : Êtes-vous intéressé par les thématiques des nouvelles chaînes gratuites de la TNT ?
(Se déclarent Très ou Assez intéressé)



Un statu quo qui cache tout de même certaines évolutions

De manière générale, les chaînes qui suscitaient déjà l'intérêt d'une majorité de Français transforment l'essai entre les deux vagues de notre enquête. Ainsi, HD1, RMC Découverte, 6Ter et Numéro 23 se maintiennent aux niveaux d'intérêt observés il y a six mois.

A contrario, les chaînes dont le parti pris thématique est le plus fort présentent les plus fortes progressions entre les deux vagues.

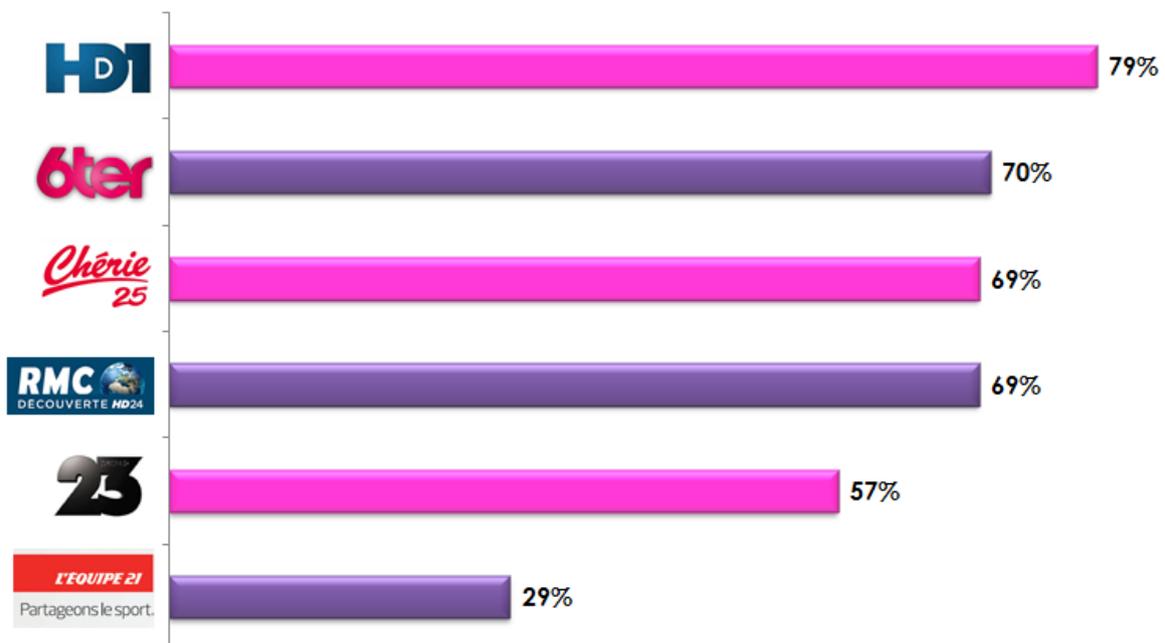
- Chérie 25 progresse de 7 points en l'espace de six mois : 48% de Français se déclarent intéressés par la chaîne féminine contre 41% lors de la précédente édition
- Même progression pour l'Equipe 21 : 46% de Français sont intéressés par la chaîne sportive contre 39% il y a six mois, soit un gain de 7 points.

Selon que l'on soit homme ou femme, des hiérarchies différentes

Ce qui prévaut auprès de l'ensemble des Français n'est pas généralisable à toutes les catégories d'entre eux. Ainsi, de réelles différences s'observent entre hommes et femmes.

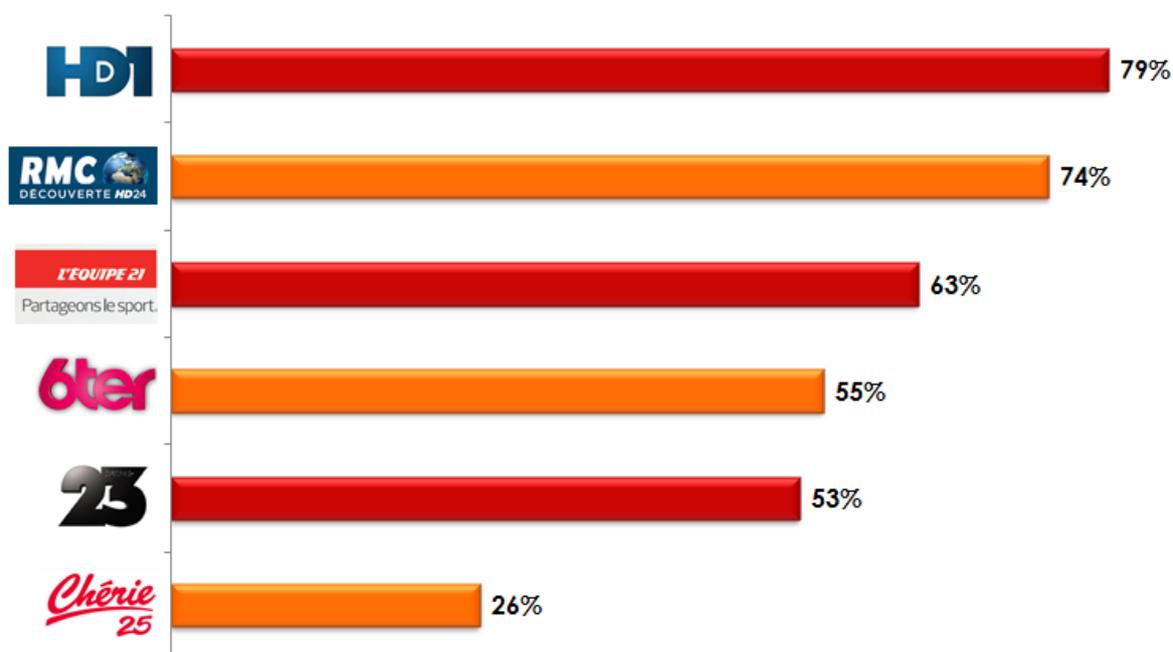
Après des femmes, le classement des chaînes les plus attendues est largement modifié : la chaîne dédiée aux programmes familiaux (6Ter) et la chaîne féminine (Chérie 25) s'imposent ainsi dans leur top 3.

Question : Êtes-vous intéressé par les thématiques des nouvelles chaînes gratuites de la TNT ?
(Se déclarent Très ou Assez intéressée)



Chez les hommes, les cartes sont là aussi redistribuées : la troisième marche du podium revenant à l'Equipe 21, la chaîne dédiée au sport.

Question : Êtes-vous intéressé par les thématiques des nouvelles chaînes gratuites de la TNT ?
(Se déclarent Très ou Assez intéressé)



En l'espace de six mois, les deux volets de notre étude témoignent de la montée en puissance des nouvelles chaînes de la TNT dans l'esprit des Français. Reste à savoir si ces chaînes parviendront à convertir l'intérêt des Français en audience. Éléments de réponse dès aujourd'hui.



Méthodologie de l'enquête

Première vague

Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) entre le 05 et le 13 avril 2012.

- 1000 répondants 18-64 ans représentatifs de la population française en termes de sexe, d'âge, de CSP et d'UDA5.

Deuxième vague

- Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) entre le 04 et le 06 décembre 2012.
- 1057 répondants 18-64 ans représentatifs de la population française en termes de sexe, d'âge, de CSP et d'UDA5

A propos d'iligo

iligo est une société d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies. iligo privilégie une démarche transversale, articulée autour de trois expertises :

- Consumer Research
- Media Research
- Communication Research

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Olivier Goulet

01 53 00 92 84

olivier.goulet@iligo.fr

