

## Les Français et les Nouvelles chaînes de la TNT

---

### Un accueil enthousiaste des nouvelles chaînes de la TNT: 73% des Français se déclarent intéressés Les chaînes Fiction et Documentaire sont parmi les plus attendues

Mardi 27 mars 2012, le CSA dévoilait les noms des lauréats pour l'attribution des six nouvelles chaînes gratuites de la TNT. Alors que ces chaînes devraient émettre d'ici à la fin de l'année, comment les Français accueillent-ils cette extension du paysage télévisuel ? Quelles sont les thématiques et les chaînes qu'ils attendent avec le plus d'impatience ?

Pour répondre à ces questions, iligo a adjoint à son baromètre semestriel sur la Social TV et la Télévision Connectée des questions spécifiques sur l'accueil par les Français des nouvelles chaînes de la TNT. A ce volet quantitatif s'ajoute une exploration qualitative de la perception de 20 foyers issus de la « Live Community », le panel de foyers franciliens dont les usages médias sont suivis dans le temps par iligo.

### Une extension du PAF accueillie avec enthousiasme par l'ensemble des Français

Déjà élargi avec le lancement de la TNT en 2005, le paysage audiovisuel n'est semble-t-il jamais assez vaste aux yeux des Français. 73% d'entre eux accueillent favorablement l'extension de la TNT et se disent intéressés par les six nouvelles chaînes. Un enthousiasme marqué, qui prévaut auprès de toutes les catégories de Français : les hommes comme les femmes, les plus jeunes comme les plus âgés.

Si les six nouvelles chaînes sont accueillies aussi positivement, c'est surtout parce qu'elles devraient diversifier l'offre télévisuelle à la faveur d'un ancrage plus thématique que généraliste.

**« Ces nouvelles chaînes ont pour certaines des thèmes encore inexistantes sur les chaînes de la TNT »** Justine H.



## Fiction et documentaire : les deux thématiques de prédilection des Français

Au jeu des chaînes attendues avec le plus d'impatience par les Français, deux thématiques et deux chaînes se détachent : la fiction tout d'abord (82% des Français se disent intéressés par HD1) et les documentaires (70% se déclarent intéressés par RMC Découverte).

Suivent ensuite deux chaînes qui suscitent l'intérêt d'une majorité de Français : la chaîne de programmes familiaux (63% des Français intéressés par 6Ter), la chaîne culturelle prônant la « diversité » (55% d'intéressés par TVous).

Le palmarès est complété par la chaîne féminine (42% pour Chérie HD) et la chaîne d'information sportive (39% pour l'Equipe HD).

## Des chaînes thématiques qui ont su éveiller l'intérêt de leur public cible

Sans surprise, la chaîne féminine et la chaîne sportive sont plus largement attendues par leur public cible : 60% des femmes se déclarent intéressées par la chaîne féminine Chérie HD (indice 145 par rapport à l'ensemble des Français) et 54% des hommes par l'Equipe TV (indice 137).

Néanmoins près d'un quart de « l'autre » sexe nourrit un intérêt pour ces chaînes plus typiquement masculine ou féminine : 25% des femmes pour l'Equipe TV et 22% des hommes pour Chérie HD.

Les deux sexes se distinguent également par une affinité légèrement plus marquée des femmes pour la chaîne familiale 6Ter (68% d'intéressées, indice 107) et des hommes pour la chaîne documentaire RMC Découverte (73% d'intéressés, indice 104).

Les CSP+ se démarquent quant à eux par leur prédilection pour la chaîne d'information sportive l'Equipe TV (47% d'intéressés, indice 120).

Les chaînes revendiquant un positionnement thématique semblent être parvenues à éveiller la curiosité de leur public cible. Reste à transformer l'essai et à convertir cette curiosité en audience. Verdict des foyers de la « Live Community » : en définitive, seules compteront la qualité et l'originalité des programmes proposés.

**« On attend de voir pour juger »** Lionel A.



## Méthodologie des baromètres

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.

## 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 Insight
- Media Insight
- Communication Insight

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

## Contact

Pauline Lermigeaux  
01 53 00 92 89

[pauline.lermigeaux@iligo.fr](mailto:pauline.lermigeaux@iligo.fr)

