

## 1<sup>ER</sup> MESURE DE LA CONSOMMATION QUOTIDIENNE SVOD EN FRANCE

Alors que *Le Parisien* titrait en une « *Netflix crève l'écran* », Harris Interactive et NPA s'associent pour lancer la première mesure de la consommation SVOD en France : volume de consommation, profil des utilisateurs, part respective du cinéma, de l'animation et des séries, Top programmes les plus visionnés, plateformes les plus utilisées, écran de prédilection... A partir de Quali TV, son dispositif d'évaluation des programmes TV, Harris Interactive met en place un module spécifique en complément du Baromètre de l'offre SVOD de NPA.



LE BAROMÈTRE DE  
L'OFFRE SVOD NPA

Panel online sur les **télespectateurs de 15 ans et +**, recrutés par Harris Interactive, permettant **1 800 à 2 000 interviews tous les jours**, 365 jours sur 365.

Développé depuis 2013, le Baromètre de l'OFFRE SVOD NPA recense l'exhaustivité des catalogues des **9 principaux services de SVOD** opérant en France (**56 000 références** qualifiées et analysées couvrant Cinéma, Séries, jeunesse, Autres)



Intégration en cours de **OCS**



### OBJECTIFS

- Evaluer la **consommation SVOD de manière quotidienne et exhaustive** (par titre, par catalogue, par catégorie, par nationalité, ...)
- Appréhender les **usages de consommation SVOD** et leur évolution en regard des autres offres de vidéo (TV linéaire, replay, VoD)

#### LES PREMIERS RESULTATS (extraits) :

- Le nombre de Français de plus de 15 ans qui consomment quotidiennement un service de SVoD : **2,3 millions** (62% sur leur téléviseur, et 54% à plusieurs),
  - Le nombre de programmes visionnés chaque jour : **3,7 millions** (environ 20% de la consommation de replay).
  - La plateforme la plus utilisée : **Netflix** (63% des visionnages ; CanalPlay 19%, SFR Play et Amazon Vidéo 6%...)
  - Le programme le plus regardé pendant la première vague d'étude : **Narcos**, devant *13 reasons why* et *Orange is the new black*.
- (3 000 interviewes par jour, entre le 28 août et le 10 septembre)



### METHODOLOGIE

- Un **questionnaire quotidien** en ligne portant sur l'ensemble de la consommation audiovisuelle de la veille;
- Un questionnaire au plus près des usages pour comprendre **l'ensemble des pratiques audiovisuelles** et leur articulation (usages complémentaires de la TV linéaire, TV de rattrapage, TVoD, SVOD) ;
- Une approche qualitative avec une **note de satisfaction** à l'issue de chaque visionnage.
- Une analyse **par service** : recensement des plateformes utilisées pour chacun des programmes ;
  - par **genre** de programmes consommés : cinéma, séries TV, jeunesse, documentaires, spectacles... ;
  - par **écran** utilisé pour le visionnage .



## RESTITUTION DES RESULTATS

- L'étude, **qui intégrera le Baromètre de l'Offre de SVoD actuellement proposé par NPA Conseil**, donnera lieu à un double rythme de restitution, hebdomadaire et mensuel.
- Elle a été conçue de façon modulable, pour mieux coller aux attentes des différents acteurs.
- Le déploiement d'une plateforme en mode SaaS actualisée en temps réel complètera le dispositif d'ici à la mi-2018

	Indicateurs	Starter	Full Access
<b>Evolution des catalogues</b> (genre, nationalité, année de production, producteur, ayant droit vidéo/SVoD, originals, 4K, diffusion préalable à la TV)	Listing exhaustif des entrées / sorties par genre et par plateforme		x
	Volumétrie par plateforme, par genre & par ayant-droit	x	x
	Accès à la plateforme d'analyse de l'offre de SVoD	Abonnement full Access	
<b>10 métriques clé de la consommation</b>	Nombre de SVoDistes (en % & en effectif ; population 15+)	x	x
	Nombre total de programmes visionnés	x	x
	Nombre moyen de programmes visionnés par SVoDiste	x	x
	Part des usages de chaque plateforme, part des usages par genre	x	x
	Ratio part des usages / part de l'offre, par plateforme, genre, ayant droit.		x
	Listing exhaustif des titres consommés par genre et par plateforme		x
	Structure de la consommation par ayant-droit	x	x
	Top 20 des programmes consommés, et poids dans la consommation totale	x	x
	Top 10 des programmes consommés par genre		x
	Note de satisfaction moyenne (Top 20, par genre, par plateforme)		x
<b>Habitudes de visionnage</b>	Profil (sexe, âge, CSP...) par plateforme, par genre, par écran	x	x
	Répartition et profils Petit/Moyen/Gros consommateur		x
	Part des abonnés multi-services et associations de services les plus fréquentes		x
	Part des différents écrans (TV, PC, smartphone, tablette)	x	x
<b>Interactions avec les autres services audiovisuels (linéaire, replay, TVoD)</b>	Part de la consommation individuelle, à 2, 3, 4 ou plus	x	x
	Courbe de consommation en jour nommé, mise en regard de la programmation TV		x
	Part de la consommation SVOD exclusive		x
<b>SVoD Monitor</b>	Niveaux de combinaison avec le linéaire, le Replay, la TVOD.		x
	key fact de l'actualité des contenus délinéarisés en OTT TV, TVR, VoD et SVoD, en France et à l'international.		x
	Analyse de la communication et du marketing des plateformes (investissements publicitaires, réseaux sociaux, stratégie de programmation...)		x
	Focus NPA (Part des originals dans l'offre/la consommation, Croisement des catalogues SVoD vs diffusions TV, Offre de 4K dans les catalogues etc.)		x