

Chaînes thématiques : couverture en hausse et part d'audience stable

Médiamétrie a publié le 7 mars les résultats de l'étude Mediamat Thematik pour le 2e semestre 2022 (du 29 août 2022 au 12 février 2023). Avec 38,4 millions de téléspectateurs par mois (couverture 4 semaines), les chaînes thématiques en gagnent un million par rapport au 1er semestre et se situent à leur deuxième plus haut historique. En comparaison de la population initialisée (45,7 millions de Français qui reçoivent la télévision par la fibre, l'ASDL, le câble ou le satellite, la couverture gagne un point également (84 % vs 83 %). Ces performances confirment la résilience notée par l'étude NPA Conseil / Dataxis Chaînes et services payants en France : Les nouveaux chemins de la croissance. Si TV Breizh (6,6 % de part d'audience dans l'univers Thématiques) et Paris Première (6,4 %) conservent les deux premières positions, la Coupe du monde permet à beIN SPORTS 1 de faire un bond de 3,6 points qui place la chaîne en troisième position (5,5 %). Les bons démarrages de Canal+ Foot (3,2 %, en 7e position) et de Canal+ Sport 360 (1,9 % et la 11e place) constituent deux autres faits marquants du deuxième semestre.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

A la fin 2022, 79,5 % de la population recevait la télévision par la fibre, l'ASDL, le câble ou le satellite, soit 45,7 millions de Françaises et Français, et 500 000 de plus qu'en milieu d'année. Dans le même temps, la couverture sur population initialisée (la part de ces raccordés ayant regardé au moins une chaîne thématique au cours du mois) a gagné un point, en passant de 83 % à 84 %. Le cumul des deux phénomènes a porté à 38,4 millions la moyenne de ceux qui regardent chaque mois les chaînes thématiques, soit un million de plus qu'au premier semestre, et le deuxième plus haut niveau historique.



Rapportée au total TV (linéaire et replay cumulés), les chaînes thématiques ont confirmé la stabilisation observée depuis le 1^{er} semestre 2021, avec une part d'audience de 11 % (-0,1

point).



Les mouvements ont été importants, en revanche, à l'intérieur de cet univers, avec une tendance à la concentration qui a vu les chaînes du Top 30 totaliser sept points supplémentaires de PDA (69,8 % vs 62,6 % au 1^{er} semestre), le bond de beIN SPORTS 1 (de 1,9 % à 5,5 %), au 3^e rang de cette vague, et les lancements réussis de Canal+ Foot (3,2 %, 7^e) et Canal+ Sport 360 (1,9 %, 11^e).

