

Communiqué de presse

19 septembre 2012

Les Français et la Smart TV

La révolution numérique s'installe dans les esprits : 86% des Français pensent que la Smart TV sera un équipement répandu dans les années à venir

Les différentes offres de TV connectées font de plus en plus parler d'elles : il est vrai que cet écran intelligent possède toutes les caractéristiques pour accompagner la télévision dans sa révolution numérique. iligo s'intéresse à cette thématique depuis octobre 2011, date du lancement de son baromètre semestriel sur les perceptions et usages de la Télévision connectée et de la Social TV.

La tendance quant au futur de la Smart TV se révèle relativement optimiste : 86% des Français imaginent qu'il s'agira d'un équipement répandu dans les prochaines années (+7 points par rapport à l'édition précédente du baromètre, en avril 2012). Un phénomène potentiellement analogue à celui observé lors des premiers volets de notre baromètre « Tablette ». En effet, dès la sortie des premières tablettes, les Français étaient déjà largement convaincus de la pérennité de ce device.

Une conviction qui n'est toutefois pas synonyme de démocratisation : l'équipement en Smart TV demeure une réalité plus mesurée. 32% des Français déclarent être équipés d'une TV connectée (en majorité via les « box » des fournisseurs d'accès Internet).

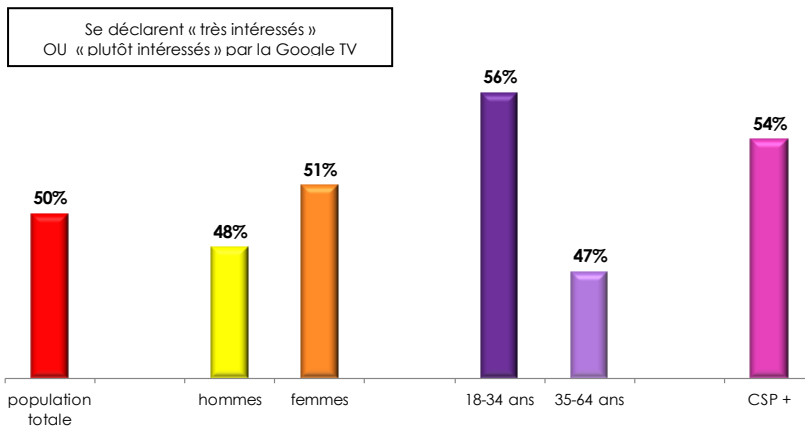
Le champ de la Smart TV devrait toutefois s'élargir à compter du 24 septembre avec l'arrivée dans l'Hexagone de la Google TV. Commercialisée par Sony, la Smart TV du géant du net intégrera le système d'exploitation Android et permettra d'accéder à toutes les fonctionnalités d'Internet directement sur son téléviseur. Pour accompagner la sortie de la Google TV, YouTube lancera dès le mois d'octobre 13 chaînes thématiques de télévision, offrant un accès gratuit à des contenus exclusifs.

Dans ce contexte, comment les Français perçoivent-ils l'arrivée du leader des moteurs de recherche dans le paysage audiovisuel français ? Comment accueillent-ils l'initiative de YouTube ? Quelles sont les thématiques que les télénavigateurs français attendent avec le plus d'intérêt ?



Google TV : un intérêt plus prononcé chez les jeunes adultes

La moitié des Français manifeste son intérêt pour la Google TV. Une proportion logiquement plus marquée chez les plus jeunes puisque 56% des 18-34 ans se déclarent intéressés (indice 112).

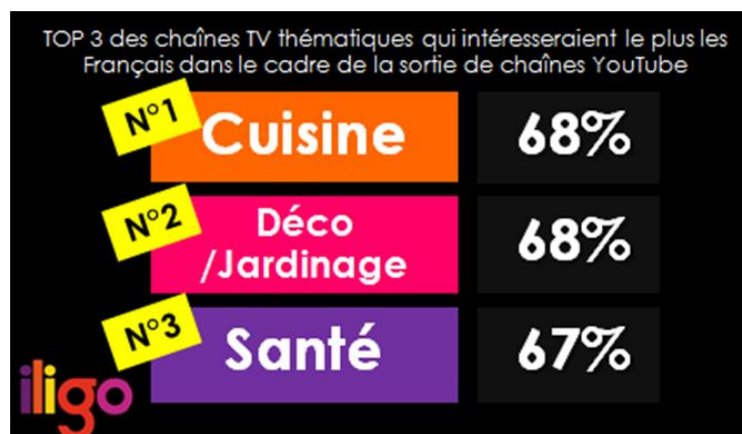


Question : En septembre prochain sortira en France « Google TV », une box qui permettra d'accéder à des services et applications Internet depuis son téléviseur. Quel intérêt portez-vous personnellement à cette offre ?

Le bien-être et le plaisir, les thématiques de prédilection des Français

Quid dès lors des contenus ? Comment les Français accueillent-ils le lancement, à l'initiative de YouTube, de 13 nouvelles chaînes thématiques ? Si la TNT a déjà élargi le paysage audiovisuel des Français, toute extension supplémentaire recueille l'assentiment des Français. Les trois thématiques les plus attendues sont liées au plaisir, au bien-être, à la valorisation du quotidien de l'individu, au temps libre :

- 68% des Français se déclarent intéressés par une chaîne dédiée à la cuisine (76% des femmes, indice 111)
- 68% également par une chaîne de décoration et de jardinage
- 67% enfin par une chaîne traitant de la santé



L'humour, thématique déjà largement représentée au sein des contenus disponibles sur YouTube, suscite l'intérêt de 65% des Français, se plaçant en quatrième position des thématiques les plus attendues.

Sans trop de surprises, les hommes se distinguent par un intérêt plus marqué pour les nouvelles technologies : 74% d'entre eux se déclarent intéressés par une chaîne dédiée à cette thématique (indice 115).

Les CSP+ se démarquent quant à eux par leur prédilection pour une chaîne voyages (68% d'intéressés / indice 109). Cette thématique arrive en effet en deuxième position de leur classement, derrière les nouvelles technologies (70% d'intéressés / indice 109).

Méthodologie

- Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing)
- Enquête réalisée du 13 au 25 juillet 2012
- 1004 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



Les baromètres iligo (tablettes numériques, TV connectée et social TV)

A travers ces baromètres semestriels, iligo a l'ambition d'analyser la perception, les usages mais surtout l'évolution du rapport des Français aux nouvelles technologies connectées.

Le premier baromètre lancé en mars 2011 s'intéressait aux tablettes. A ce premier baromètre, deux nouveaux baromètres semestriels se sont ajoutés depuis octobre 2011 : la TV connectée et la Social TV.

Pour tous nos baromètres, une question d'engagement à l'égard de la technologie est posée en utilisant une méthodologie de scoring.

Pour une série d'items relatifs à la technologie, les répondants donnent une note de 0 à 10. Les notations sont ensuite cumulées et pondérées afin d'obtenir un scoring individuel sur 100. Chaque individu se situe ainsi sur une échelle de 0 à 100.

Cet indicateur synthétique permet de rendre compte de la force de l'engagement d'un répondant dans l'univers de la technologie.

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

Contacts

Olivier Goulet

01 53 00 92 84

olivier.goulet@iligo.fr

Pauline Lermigeaux

01 53 00 92 89

pauline.lermigeaux@iligo.fr

