

1^{ER} MESURE DE LA CONSOMMATION QUOTIDIENNE SVOD EN FRANCE

Depuis le 1^{er} janvier 2018, **Harris Interactive et NPA mesurent quotidiennement la consommation de SVOD en France** : volumes de consommation, des différents genres de programmes, Top programmes les plus visionnés, part des usages des différentes plateformes, écran de prédilection, profil des Svodistes, part des différents ayant-droit...

Grâce à l'utilisation du panel Quali TV, **235 000 interviews ont été effectués pour le seul 1^{er} trimestre 2018**. En s'appuyant sur le Baromètre de l'Offre de SVoD qui recense l'exhaustivité des catalogues des **9 principaux services** disponibles en France, le Baromètre permet de **mesurer les performances de chaque programme**, pris individuellement.

LE BAROMÈTRE DE L'OFFRE SVOD NPA



LIVRABLES

Les résultats donnent lieu à une triple restitution :

- **Hebdomadaire** : courbe quotidienne du niveau de consommation de la SVoD, mise en regard de l'actu SVoD (sorties de titres majeurs), de l'actu TV (lancements de programmes phare, diffusion de gros films inédits...) et de la courbe de conso TV, Nombre de programmes consommés par Svodiste, Nombre total de programmes différents consommés en SVoD, **Top des titres les plus vus**, Top des parts d'usages par ayant droit...
- **Mensuel** : Suivi des interactions TV / SVoD, **Part des différents services** (en nombre d'utilisateurs, en nombre de programmes consommés), Part des différents genres, Top des programmes les plus vus par genre, Top des programmes les plus vus par service...
- **Trimestriel** : Données de cadrage sur le **profil des SVodistes** (âge, sexe, CSP, région...), au global, par plateforme, par **genre de programmes consommés**, Suivi des habitudes de consommation (par écran, à seul ou à plusieurs...), Duplications entre services (niveau de recoupement sur les bases utilisateurs), Par nature des programmes (nationalité, ayant droit, genre)...



UNE DOUBLE INNOVATION

Dès le début du 2^e trimestre 2018, le **Baromètre SVoD s'enrichit grâce à une double innovation** :

- **La qualification des panélistes par offre de TV payante et FAI** auxquels ils sont abonnés
Ces deux compléments permettront d'aller plus loin dans l'analyse des profils et dans le suivi des interactions entre TV et SVoD.
- **L'intégration de Focus trimestriels** permettant d'explorer des dimensions supplémentaires à celles qui font l'objet de l'enquête quotidienne. L'analyse du processus du choix de la SVoD (par volonté initiale ou par défaut par rapport à l'offre disponible en linéaire...) et finalement de celui du programme regardé (prescriptions du moteur de recommandation, écho perçu par la presse, les réseaux sociaux, des relations amicales ou professionnelles...) seront pas exemple prochainement traités.