



ABONNEMENTS EN LIGNE :

Les attentes des Français vis-à-vis
des médias d'information

Une étude de

mind
MEDIA

et

366
#COMMUNITIES

OCTOBRE 2024

+ 2000

INTERVIEWS

KANTAR

ABONNEMENTS EN LIGNE : LES ATTENTES DES FRANÇAIS ENVERS LES MÉDIAS D'INFORMATIONS

Méthodologie

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON

- Echantillon de 2 018 interviews, France représentative 18 ans+

TERRAIN

- réalisé du 16 au 24 juillet 2024

MODE DE RECUEIL

- Online à partir du panel propriétaire de 366 opéré par KANTAR



PARTIE 1 / ABONNEMENTS EN LIGNE

L'ABONNEMENT À DU CONTENU EN LIGNE : LA NOUVELLE NORMALITÉ

95%

des Français +18 ans interrogés
déclarent disposer d'au moins un
abonnement numérique

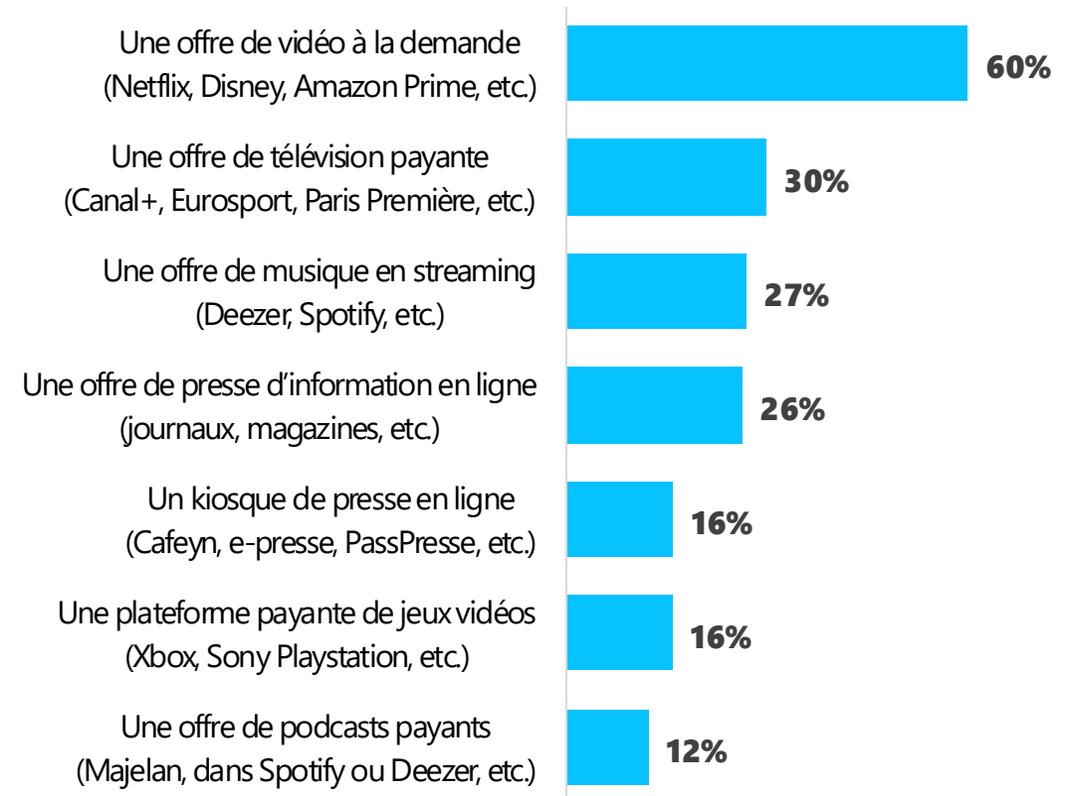
Q. Êtes-vous actuellement abonné à une ou plusieurs des offres suivantes ? R. Une offre de vidéo à la demande - Une offre de musique en streaming - Une offre de podcasts payants - Une offre de télévision payante - Un kiosque de presse en ligne - Une offre de presse d'information en ligne - Une plateforme payante de jeux vidéo.

ST au moins une offre / Base total échantillon 3



ABONNEMENT À DU CONTENU : LA SVOD LARGEMENT EN TÊTE

Les abonnements numériques des Français



Q. Êtes-vous actuellement abonné à une ou plusieurs des offres suivantes ? R. Une offre de vidéo à la demande - Une offre de musique en streaming - Une offre de podcasts payants - Une offre de télévision payante - Un kiosque de presse en ligne - Une offre de presse d'information en ligne - Une plateforme payante de jeux vidéo / Base total échantillon

UNE DÉPENSE DEVENUE FIXE DANS LE BUDGET DES FRANÇAIS

1,4

C'est le nombre moyen d'abonnements numériques différents que les Français déclarent payer actuellement

A noter :

1,8 chez les 18-24 ans
2,0 chez les 25-34 ans
1,7 chez les CSP+



INFO EN LIGNE : UNE APPÉTENCE PLUS FORTE CHEZ LES 18-34 ANS

17%

des Français déclarent être **actuellement abonnés** à de l'information en ligne

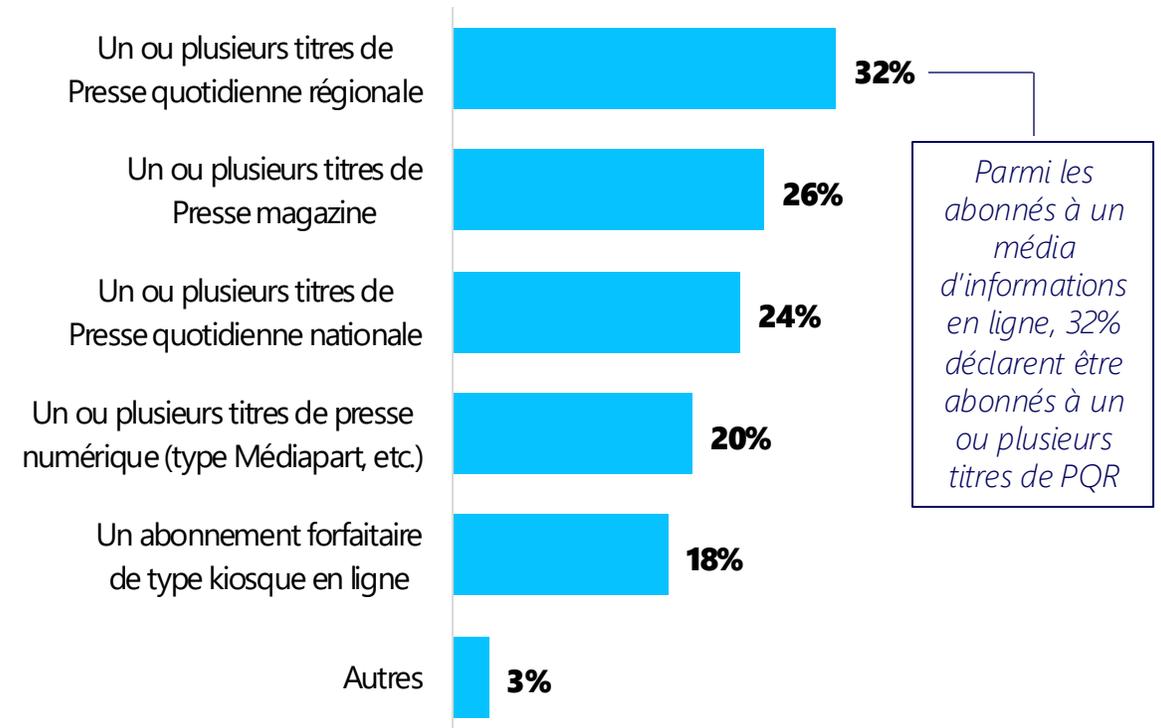
A noter :

- 25% chez les 18-24 ans (indice 147)
- 25% chez les 25-34 ans (indice 147)
- 21% chez les CSP+(indice 124)



LA PQR, PREMIER CHOIX DANS LES ABONNEMENTS À L'INFORMATION EN LIGNE

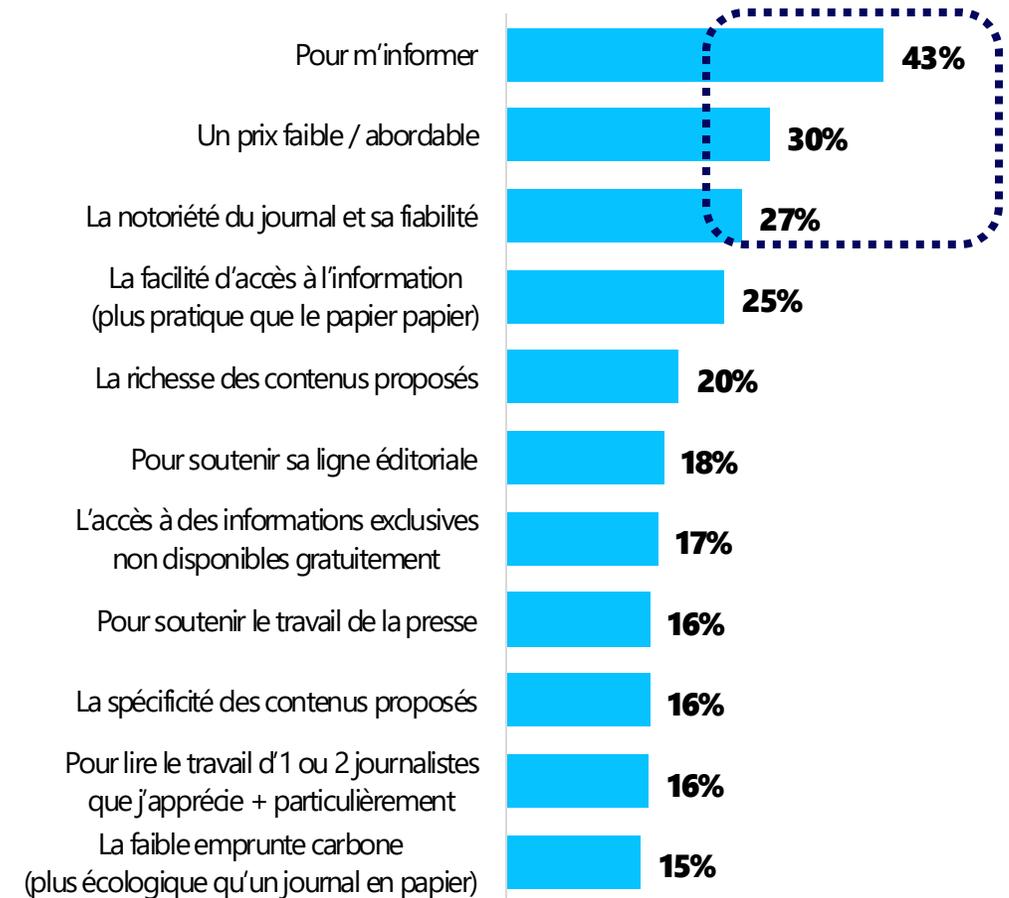
Les types de médias souscrits





S'ABONNER POUR ACCÉDER À UNE INFO EXPERTE À UN COÛT ABORDABLE

Raisons de l'abonnement (plusieurs réponses possibles)



LE BUDGET ACCORDÉ À UN ABONNEMENT MÉDIA RESTE MODÉRÉ

10€ /mois

C'est le juste prix d'un abonnement en ligne à un média d'informations, selon les Français actuellement abonnés

A noter :

7,50 € chez les 18-24 ans

11,30 € chez les 25-34 ans et les 65 ans et +

8,20€ chez les CSP-



1 ABONNÉ SUR 10 À UN MÉDIA A DÉJÀ ÉTÉ SOUSCRIPTEUR À LA PQR

10%

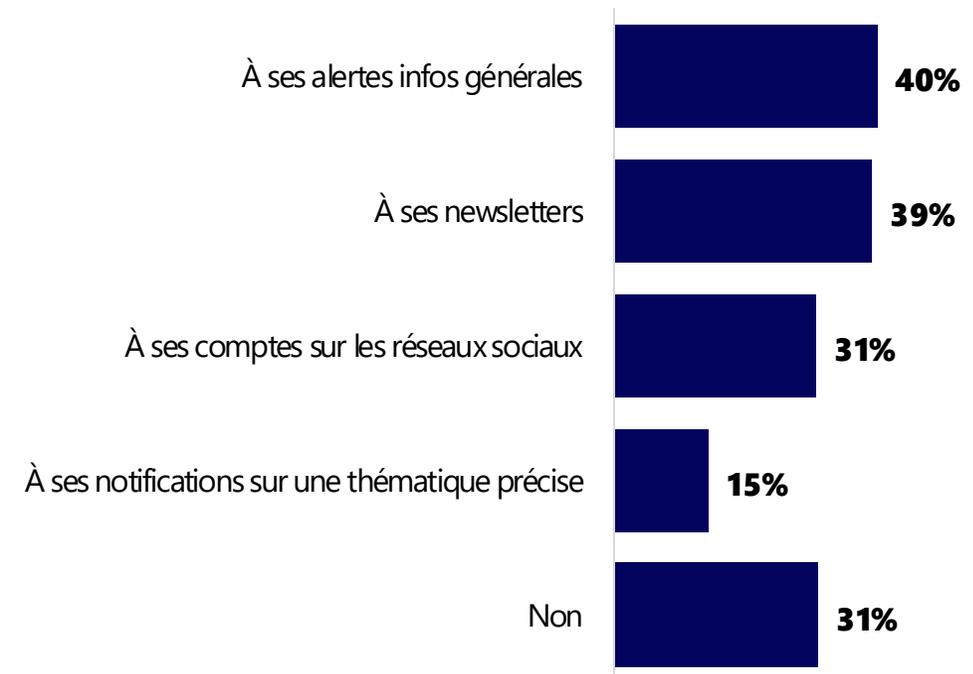
Des Français ayant déjà souscrit à média en ligne déclarent être ou avoir été abonné à un titre de PQR en ligne

dont :

6% qui le sont actuellement (soit +/- 3,2 millions d'individus âgés de 18 ans et +)

PQR : 2 ABONNÉS SUR 5 INTÈGRENT LA COMMUNAUTÉ DE MARQUE AU GLOBAL

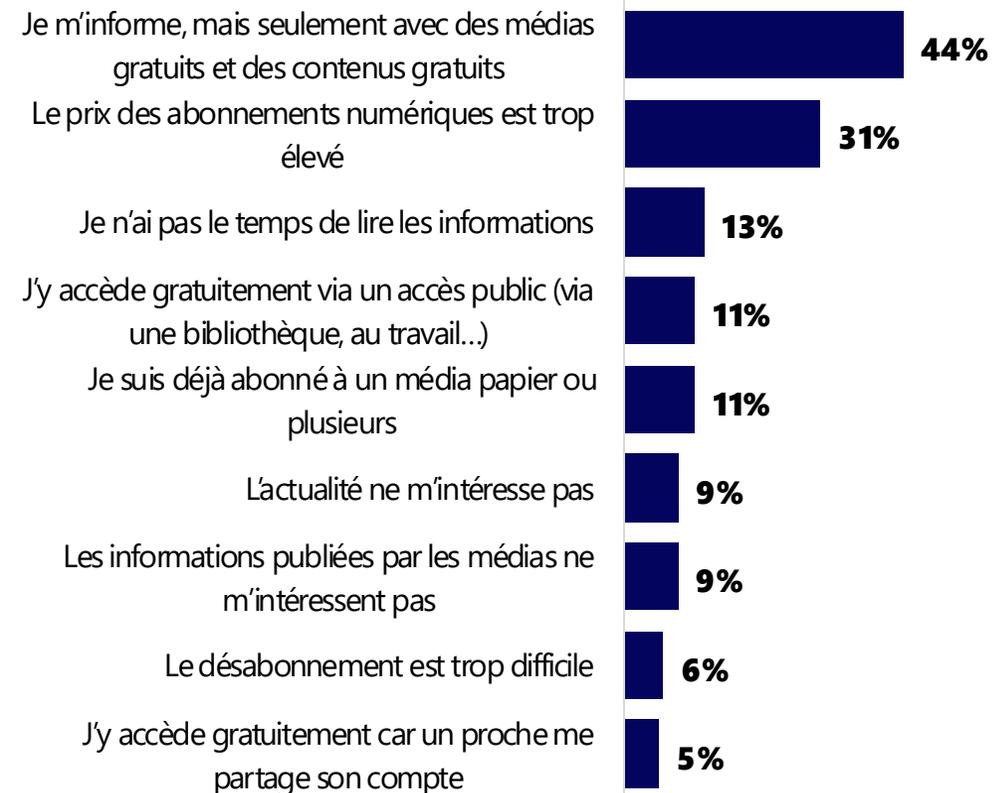
Souscription à d'autres types de contenus proposés





NON ABONNÉS : UNE QUESTION DE BUDGET PRIORITAIREMENT

Les raisons du non-abonnement aux médias
(plusieurs réponses possibles)



Q. Vous avez indiqué précédemment ne pas être abonné à un média d'information en ligne payant. Quelles sont les raisons de ce choix ? / Base : non abonnés médias d'info en ligne



NON ABONNÉS : UN POTENTIEL INTÉRESSANT DE SOUSCRIPTIONS, NOTAMMENT LES 18-24 ANS

12%

des Français interrogés déclarent avoir l'intention de s'abonner à un média d'info en ligne d'ici 6 mois

A noter :

26% chez les 18-24 ans

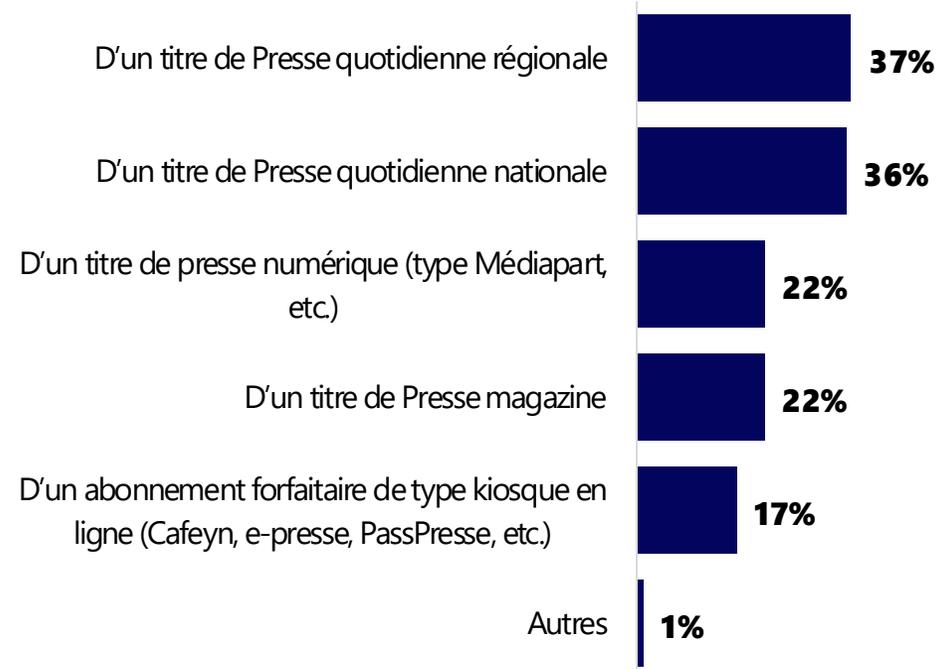
17% chez les 35-49 ans

16% chez les CSP+



NON ABONNÉS : PQR ET PQN EN TÊTE CHEZ LES INTENTIONNISTES À 6 MOIS

Les types de médias priorités pour un éventuel abonnement en ligne





NOUVELLES OFFRES : L'ABONNEMENT « BUNDLE », UNE OFFRE D'AVENIR ?

40%

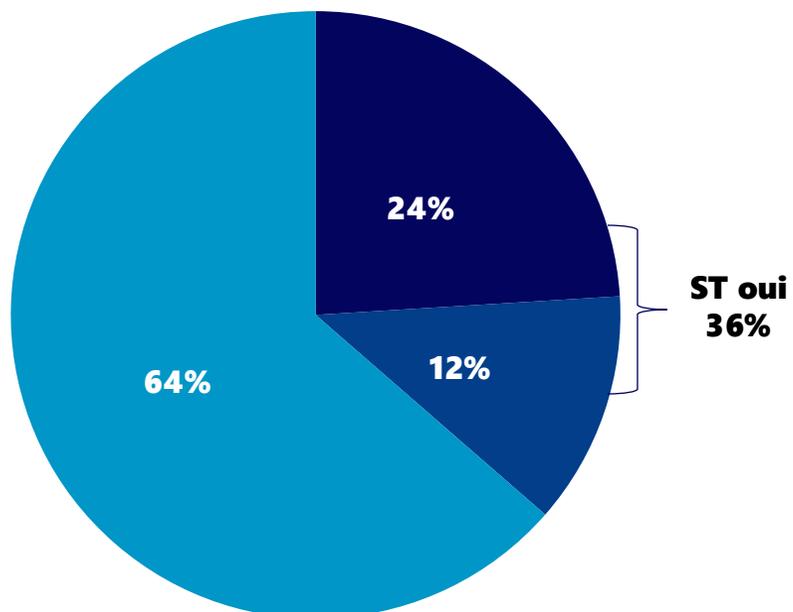
des Français interrogés se déclarent intéressés par une "offre d'abonnement couplée" associant plusieurs médias d'informations sur le numérique

A noter :

71% chez les 18-24 ans
46% chez les 35-49 ans
48% chez les CSP+

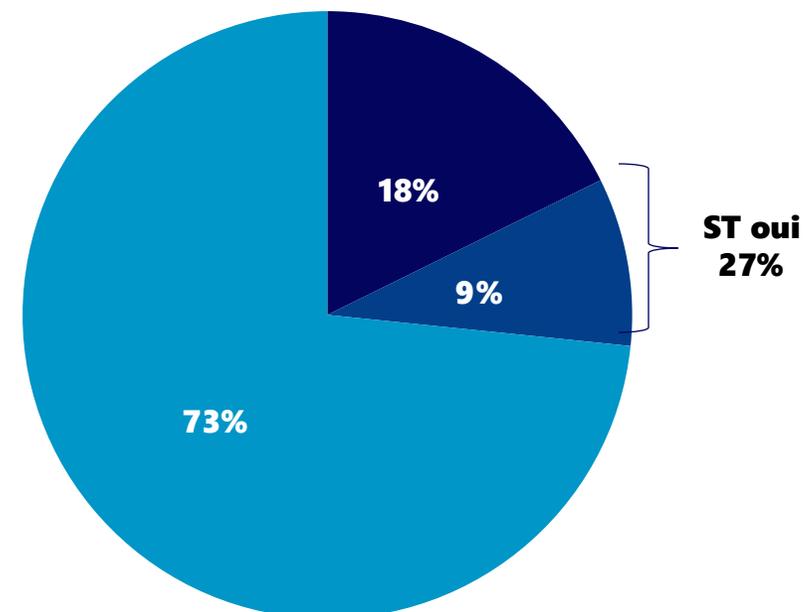
NOUVELLES OFFRES : LE MIX INFOS + VIDÉO OU MUSIQUE SUSCITE L'INTÉRÊT D'1 FRANÇAIS SUR 4 MINIMUM

Intérêt offre média en ligne + streaming **vidéo**



■ Oui, tout à fait ■ Oui, car je dispose déjà de deux abonnements de ce type ■ Non, pas du tout

Intérêt offre média en ligne + streaming **musical**



■ Oui, tout à fait ■ Oui, car je dispose déjà de deux abonnements de ce type ■ Non, pas du tout

Q. Seriez-vous intéressé par une « offre d'abonnement couplée » associant un média d'informations en ligne et un service de streaming vidéo (Netflix, Disney+...)? / Seriez-vous intéressé par une « offre d'abonnement couplée », associant un média d'informations en ligne et un service de streaming musical (Deezer, Spotify)? / Base ensemble échantillon

AUTEURS

Jean-Michel De Marchi
Journaliste, mind Media

jmdm@mindmedia.fr

Sophie Renaud
Directrice des études, 366

sophie.renaud@366.fr



CONTACTS



Service commercial

mind Media

abonnement@mindmedia.fr



Bruno Ricard

**DGA Études, Marketing et
Communication, 366**

bruno.ricard@366.fr