

TV par Internet : l'opinion des internautes

● L'accès à la télévision par Internet séduit d'ores et déjà une partie non négligeable des internautes français : 62 % se déclarent "intéressés", dont 24 % "très intéressés", selon une récente enquête de Panel on the Web. Les hommes se révèlent nettement plus intéressés que les femmes (30 % de "très intéressés" contre 14 %). En revanche, les variables de CSP se révèlent peu discriminantes. Parce qu'elle est encore innovante, l'offre TV via Internet séduit prioritairement (et logiquement) les internautes les plus matures vis-à-vis du média, à savoir les plus anciens connectés, ceux qui naviguent le plus souvent et ceux qui disposent de l'accès à domicile le plus rapide. Les réfractaires se recrutent essentiellement auprès d'internautes qui se connectent peu souvent ou qui disposent d'une connexion bas débit.

Peu pratique

Un nombre significatif de répondants met également en avant le caractère peu pratique d'un écran d'ordinateur pour regarder la TV, qui demeure un média familial. La généralisation des écrans plats de grande dimension, l'interconnexion des supports et la pénétration du haut débit devraient favoriser le développement de la télévision par Internet. Interrogés sur les critères de choix d'un opérateur, les internautes mettent en avant la compétitivité des prix de l'offre et la souplesse des formules d'abonnement (avec une sensibilité forte à la notion "d'engagement"), des critères comparables à ceux identifiés pour la TV numérique payante. Le fait d'être un FAI connu ne semble pas un critère de choix aussi déterminant, suggérant qu'il existe dans ce secteur une place pour de nouveaux acteurs. **A.M**

Distribution : dur, dur de se différencier

Méthodologie
Enquête réalisée auprès de 1 003 personnes âgées de 15 ans et plus, représentatives de la population française, interrogées par téléphone sur système Cati, entre le 3 et le 7 mai 2004, dans le cadre d'une étude omnibus.

Baromètre Pour plus de 7 Français sur 10, toutes les enseignes se valent. L'un des enseignements du Baromètre "Attractivité des grandes enseignes", réalisé par Efficience 3.

L'institut Efficience 3 a lancé, en mai dernier, un baromètre sur l'attractivité des grandes enseignes, à l'image de ceux qu'il réalise déjà sur plusieurs autres secteurs (Banque, Assurance...). Premier constat : pour près de 73 % des Français interrogés, toutes les enseignes se valent ou se ressemblent, sachant que, pour 12,4 % d'entre eux, il en existe une "meilleure que les autres" et pour 14,9 % plusieurs "meilleures que les autres". Une perception globale qui varie peu en fonction des critères usuels. Seul l'âge engendre certains écarts. Ainsi, pour près de 40 % des moins de 25 ans, il existe une ou des enseignes "meilleures" et, a contrario, seuls 20 % des 50 ans et plus perçoivent des différences. Confirmant son statut d'enseigne "préférée" des Français (voir Repères, p. 61), Carrefour ressort en tête, devant Leclerc et Auchan ; les deux premières citées étant à égalité auprès des répondants n'ayant qu'une ensei-

gne en tête. On notera par ailleurs la part très importante - entre 80 et plus de 90 % - de citations en faveur de certaines enseignes émanant de leurs propres clients. C'est le cas pour Hyper U/Super U, Leader Price, Intermarché et Cora. Quant aux enseignes qui ont la meilleure image auprès de non-clients, elles ont pour noms Casino/Géant Casino, Auchan et Carrefour. Au-delà de l'attractivité, Efficience 3 a interrogé les Français sur leurs attentes. Si le tiercé - qualité des produits, proximité et prix - n'est pas une surprise, tout le monde ne l'a pas forcément trouvé dans l'ordre. On notera également que l'amabilité du personnel, cinquième en niveau d'importance, obtient un nombre total de citations équivalant ceux de la proximité et du prix. La deuxième vague du baromètre, réalisée ce mois d'octobre, devrait révéler si le récent brouhaha médiatique sur les prix aura eu une influence sur l'opinion des Français. **F.R**

Classement des "meilleures" enseignes

Rang	Enseigne
1	Carrefour
2	Leclerc
3	Auchan
4	Intermarché
5	Casino/GéantCasino
6	Hyper U / Super U
7	Champion
8	Cora
9	Monoprix
10	Leader Price

Source : Baromètre "Attractivité des grandes enseignes" - Efficience 3 - mai 2004

La qualité des produits, 1^{ère} attente des Français

Question : "En partant de la plus importante, quelles sont pour vous les trois principales attentes vis-à-vis d'une grande surface ?"

Rang en score pondéré*	Attentes	Rang selon le total des citations
1	Qualité des produits	1
2	Proximité de votre domicile	2
3	Prix en magasin / promotions	2
4	Peu d'attente, rapidité aux caisses	5
5	Amabilité du personnel	2
6	Variété des produits / avoir du choix	6
7	Disponibilité des places de parking	7
8	Agencement des rayons	8
9	Avantages offerts par une carte de fidélité / réduction	9
10	Horaires d'ouverture	10

*Score pondéré : somme des première, seconde et troisième citations, affectées d'un coefficient (3, 2 et 1).
Source : Baromètre "Attractivité des grandes enseignes" - Efficience 3 - mai 2004