

COMMUNIQUE DE PRESSE

AL JAZEERA NE FAIT PLUS RECETTE AUPRES DES MAGHREBINS DE FRANCE

SOLIS, cabinet spécialisé dans les études marketing, publie les résultats de sa dernière enquête Horizons Médias 2016 sur l'audience des médias maghrébins et arabes en France. Cette enquête a été conduite auprès d'un échantillon de 1043 personnes originaires du Maghreb (*Algérie, Maroc, Tunisie*) vivant en France (*cf. fiche technique au bas de la page 2*), interrogées notamment sur les thèmes suivants :

- Réception à domicile des chaînes maghrébines ou arabes (*modalités de réception, fournisseurs d'accès Internet, abonnement payant...*) ;
- Comportement d'audience des 24 principales chaînes du Maghreb et du Moyen-Orient reçues en France ;
- Moments d'écoute et genres de programmes regardés ;
- Focus sur l'audience pendant la période du Ramadan.

Les principaux résultats

❶ Le taux d'audience des chaînes arabes et maghrébines est stable depuis 2011

Entre 2011 et 2016, le nombre de foyers recevant à domicile des chaînes maghrébines et arabes est passé de 80% à 88%, sous l'effet de la généralisation de l'équipement ADSL et des offres triple play (*téléphone/Internet/TV*).

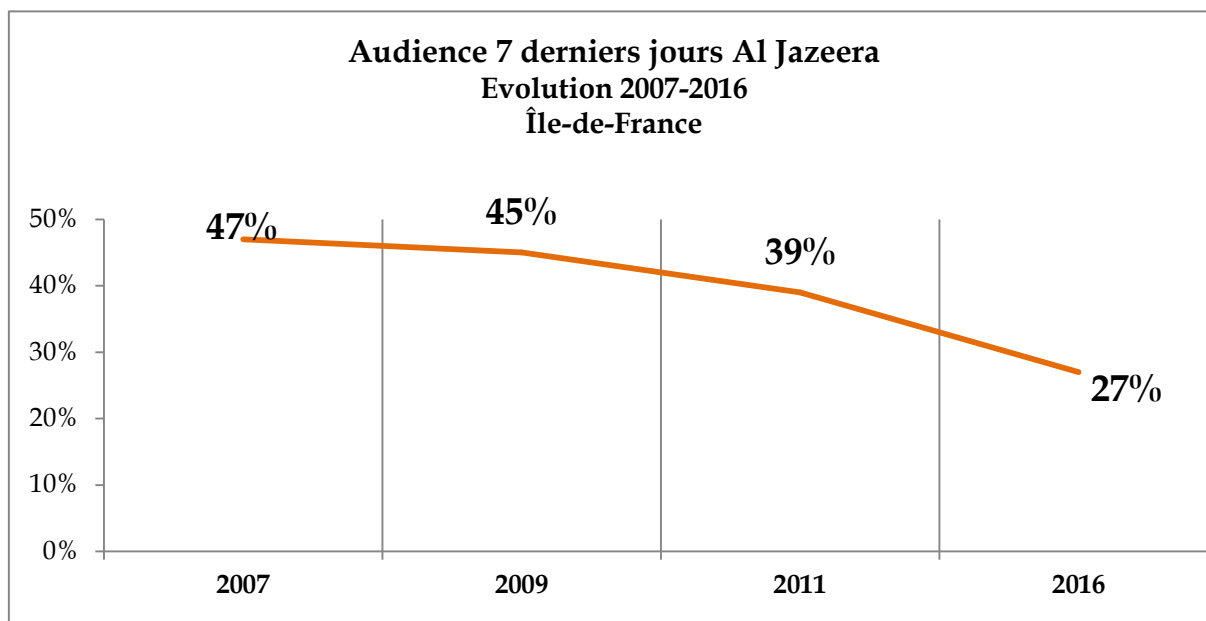
Néanmoins, dans le même laps de temps, l'audience de ces chaînes est restée stable à 72% bien qu'une partie des foyers est abandonnée le mode de réception par une parabole en faveur de l'ADSL.

Evolution indicateurs de réception et pénétration des chaînes maghrébines et arabes

| | 2011 | 2016 | Variation 2016 vs 2011 |
|---|------|------|---------------------------|
| Réception des chaînes maghrébines et arabes | 80% | 88% | +8 pts |
| Réception par ADSL | 67% | 86% | +19 pts |
| Audience 7 derniers jours | 72% | 72% | = |

② La chaîne d'informations Al Jazeera est détrônée par Canal Algérie et la chaîne marocaine 2M

Après une décennie de leadership sur l'audience des Maghrébins de France, la chaîne Al Jazeera recule auprès de ce public et n'occupe plus que le 3^{ème} rang derrière Canal Algérie et la chaîne marocaine 2M. La baisse entamée depuis 2011 fait suite aux révolutions arabes largement relayées par la chaîne Qatari et aux déceptions qui s'en sont suivies. Il convient également de mettre en parallèle la diffusion de France 24 en langue arabe depuis 2009, sur l'ADSL Orange et Free qui est venue concurrencer frontalement Al Jazeera sur le créneau de l'information internationale en continu.



③ Le mois de Ramadan booste l'audience des chaînes maghrébines et arabes

A l'instar de la période des fêtes de fin d'année durant laquelle les chaînes de télévision nationales redoublent d'efforts de programmation avec des émissions de divertissement aux affiches attractives ou des films à succès au box-office, les chaînes maghrébines et arabes adaptent également leurs programmes pendant le Ramadan pour capter davantage d'audience et accroître leurs recettes publicitaires.

L'enquête montre que **50% des interviewés déclarent regarder davantage les chaînes de télévision maghrébines ou arabes pendant le Ramadan**. Les tranches horaires de fin de journée et de soirée atteignent des pics importants, avec jusqu'à 80% de l'auditoire présent en prime-time.

Contact : Abbas BENDALI 01 55 37 96 00 / 06 22 07 77 05 / a.bendali@solisfrance.com

Fiche technique de l'étude Horizons Médias 2016

1043 individus âgés de 18 à 64 ans, résidants dans les 3 régions françaises qui concentrent la plus grande partie de la population originaire du Maghreb : Île de France, Rhône-Alpes et PACA.

Les interviews se sont déroulées en face à face entre le 3 et le 24 février 2016.

L'échantillon a été recruté sur des quotas de sexe, d'âge, du pays d'origine des individus ou des parents pour les personnes nées en France métropolitaine.

Les résultats ont été redressés sur la base des estimations exclusives établies par Solis et extrapolés pour l'ensemble des 3 régions françaises.