

Les Français et les séries télévisées

Sondage Harris Interactive pour Télé Loisirs

Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive du 31 août au 5 septembre 2011. Echantillon de 1 050 individus issus de l'access panel Harris Interactive, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région d'habitation de l'interviewé(e).

Paris, le 19 septembre 2011 - A la demande de *Télé Loisirs*, Harris Interactive a réalisé **une enquête auprès d'un échantillon représentatif de Français** afin de savoir quelles sont, selon eux, les séries télévisées les plus marquantes de la décennie ainsi que les séries dont ils regrettent le plus l'arrêt de la production.

Quels sont les principaux enseignements de cette étude ?

- **« Dr House » (45%) et « Desperate Housewives » (39%) apparaissent comme les deux séries phares de la dernière décennie**, devant « NCIS Enquêtes spéciales » (19%). Notons chez les plus jeunes la 3^{ème} place de « Lost Les Disparus » (27%).
- **Les Français regrettent avant tout l'absence de nouveaux épisodes d' « Urgences » (27%), puis de « X-Files : aux frontières du réel » (23%) et de « Friends » (22%).** On note des différences selon le sexe et l'âge des répondants : les femmes citent davantage « Sex and The City » mais aussi « Ally McBeal » alors que les hommes mentionnent davantage « Mac Gyver ». Les personnes âgées de 15 à 34 ans placent « Friends » en première position alors que les personnes plus âgées regrettent avant tout « Urgences ».

Dans le détail :

Dr House et Desperate Housewives, séries les plus marquantes de la décennie

Invités à citer les séries télévisées qui, selon eux, ont le plus marqué la décennie, les Français sollicitent d'abord la série **Dr House** (45%) et la série **Desperate Housewives** (39%). On retrouve donc en tête deux importants succès d'audience, qui depuis plusieurs saisons, occupent le paysage audiovisuel. Ces deux séries creusent l'écart avec les suivantes, à savoir **NCIS Enquêtes spéciales** (19%), **24 heures Chrono** (16%) et **Lost Les Disparus** (14%). Notons que Les Experts recueillent également un nombre important de suffrages à travers les différentes déclinaisons (13% pour Les Experts Miami, 12% pour Les Experts Las Vegas et 7% pour les Experts Manhattan). Certaines séries récentes, qui ont bénéficié d'une importante couverture médiatique mais qui n'ont pas encore été diffusées sur des chaînes hertziennes, recueillent des scores plus confidentiels (comme par exemple 4% pour Rome ou 2% pour Mad Men).

Si les deux premières séries remportent les suffrages de toutes les catégories de population, la suite du classement est plus sujette à des effets de genre ou des effets générationnels. Ainsi, les femmes placent en 1^{ère} position Desperate Housewives (50%), juste devant Dr House (49%) et sollicitent en 3^{ème} position Grey's Anatomy (19%), se déroulant également dans le milieu médical. Les hommes citent plus que la moyenne 24 heures Chrono (19%). Les jeunes de 15 à 24 ans mentionnent quant à eux Lost Les Disparus en 3^{ème} position (avec 27% de citations) tandis que les 25-34 ans ont été plus marqués par 24 heures chrono (27%) et les personnes âgées de 50 ans et plus par FBI Portés Disparus (18%, pour 11% en moyenne). Notons enfin que les membres des catégories supérieures citent un peu plus Prison Break (17% contre 13% des CSP-).

Urgences, X Files et Friends, séries qui manquent le plus aux Français

Quelles sont maintenant les séries pour lesquelles les Français regrettent le plus qu'il n'y ait plus de nouveaux épisodes en production ? Si les avis sont un peu plus partagés, **c'est Urgences qui arrive en 1ère position (27%), devant X Files : aux frontières du réel (23%) et Friends (22%).**

Là encore, on constate d'importants effets générationnels qui modifient complètement l'ordre d'arrivée : chez les 15-24 ans, celui-ci est constitué de Friends (cité par près d'un répondant sur deux de cette tranche d'âge : 47%), de Sex and the City (30%) et d'Urgences (27%) ; chez les 25-34 ans, Friends arrive en 1^{ère} position (35%) devant X Files (24%) et Urgences (23%), le prince de Bel Air obtenant un bon score (19% contre 7% en moyenne) ; chez les 35-49 ans, c'est Ally McBeal (21%) qui complète le podium derrière Urgences (28%) et X-Files (27%), les scores étant plus éclatés ; enfin, chez les personnes de 50 ans et plus, Urgences est en 1^{ère} position (28%) devant X Files (24%) et Mac Gyver (23%), 22% ne se prononçant pas.

Notons également que certaines séries sont plus regrettées par les femmes que par les hommes : c'est le cas de Sex and the City (21% contre 10%) et d'Ally McBeal (18% contre 8%) mais aussi de Charmed (14% contre 7%) alors que les hommes regrettent plus l'absence de nouveaux épisodes de X Files (30% contre 16%), de Mac Gyver (24% contre 15%) et de K2000 (12% contre 5%).

Retrouvez tous les résultats détaillés [en cliquant ici](#).

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut-Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6ème rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Harris Interactive

5-7 rue du Sahel 75 012 Paris
01 44 87 60 30

Contact presse Harris Interactive

Laurence Lavernhe – 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion–01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr