

16.11.2005 - 10:26 Uhr

Enquête télévisuelle paneuropéenne 2005 d'UPC: L'âge fait-il une différence?

Zurich (ots) -

Les Européens considèrent-ils la télévision comme un support crédible ? La télévision influence-t-elle les avis politiques ou religieux ? La perception de la télévision diffère-t-elle selon les différentes classes d'âge ? Ce sont les points abordés dans l'étude paneuropéenne annuelle d'UPC/cablecom, le premier fournisseur de haut débit en Europe. Les résultats de cette enquête seront présentés au mois de décembre de cette année.

L'enquête est réalisée auprès de plus de 6'000 téléspectateurs dans les quatorze pays d'Europe où les services télévisuels d'UPC comptent plus de 10 millions de clients : Pays-Bas, France, Suisse, Autriche, Irlande, Norvège, Suède, Belgique, Roumanie, Pologne, Hongrie, République Tchèque, République Slovaque et Slovénie. "Research International" coordonnera l'enquête.

Rudolf Fischer, Managing Director cablecom: "Cette enquête télévisuelle paneuropéenne nous permettra d'en savoir plus sur l'expérience télévisuelle de nos clients et de connaître le rôle que la télévision joue dans leurs vies. Cette enquête abordera également la différence entre les habitudes télévisuelles des jeunes et celles des personnes plus âgées."

UPC veut prendre en compte les résultats de l'enquête pour ses offres de services, reconnaissant l'existence de différences culturelles entre ses clients européens.

C'est la deuxième fois qu'UPC réalise cette enquête télévisuelle paneuropéenne. L'enquête de 2004 s'était concentrée sur le comportement télévisuel pendant les vacances de Noël. Selon les recherches de l'année dernière, deux tiers des européens estiment que les programmes violents devraient être bannis de la télévision à Noël. Les films familiaux sont les plus appréciés dans toute l'Europe tandis que les retransmissions de sport en direct suscitent moins d'intérêt à Noël. 81% des européens estiment aussi qu'il est inintéressant de regarder des programmes télévisés religieux ou spirituels à Noël.

Election des présentateurs de JT préférés

Cette année, l'enquête télévisuelle paneuropéenne d'UPC examinera également la crédibilité des journaux télévisés pour les téléspectateurs jeunes et plus âgés. Dans les quatorze pays, les personnes interrogées auront la possibilité d'élire leur présentateur de JT préféré parmi une sélection préalable de dix candidats. Les nominés sont des présentateurs de programmes d'information publics et commerciaux. UPC annoncera en décembre le présentateur de JT ayant remporté le plus de suffrages dans chaque pays.

A propos de cablecom

Cablecom, le leader des câblo-opérateurs en Suisse, fournit à ses clients une offre "triple-play" intégrée de téléphonie fixe, Internet à haut débit et télévision par câble. De plus, la compagnie propose aux entreprises suisses un service de Managed Area Networks (WAN), des services vocaux à forte valeur ajoutée, l'ingénierie et les signaux pour la télévision analogique ainsi que des installations et des services d'application et de transmission pour les clients wholesale. Son propre réseau d'accès national (l'un de seulement deux

en Suisse) fonctionne dans quatorze des seize plus grandes villes de Suisse. Liberty détient 100% du capital-actions de cablecom Holdings SA.

d'UPC Broadband

UPC Broadband (UPC) est l'un des premiers fournisseurs de services de télévision, d'Internet haut débit et de téléphone, desservant 14 pays d'Europe. La société est une division de Liberty Global Inc.

Liberty Global dispose de parts dans des sociétés de contenu et de distribution d'offres haut débit opérant en dehors du territoire des Etats-Unis, majoritairement en Europe, en Asie et sur le continent américain. Grâce à ses filiales et sociétés affiliées, Liberty Global est, en termes d'abonnés, le plus grand câblo-opérateur haut débit en dehors des Etats-Unis. Selon les statistiques d'exploitation consolidées de la société datant du 30 juin 2005 (mis à part NTL Ireland, que nous consolidons mais ne contrôlons pas), les réseaux de Liberty Global desservent environ 23,5 millions de foyers, pour un total d'environ 14,9 millions d'unités génératrices de revenus, soit quelques 10,7 millions d'abonnés vidéo, 2,5 millions d'abonnés Internet haut débit et 1,8 million d'abonnés téléphoniques. Les actions de Liberty Global se négocient au NASDAQ (LBTYA, LBTYB, LBTYK).

ots Originaltext: cablecom Holding AG
Internet: www.presseportal.ch

Contact:

cablecom Media Relations, Leiter Unternehmenskommunikation
Stephan Howeg
Tél.: +41/44/277'99'99
Fax: +41/44/277'95'88
E-Mail: media.relations@cablecom.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004998/100500052> abgerufen werden.