

**Medi1 TV et Assadissa sont les chaînes les plus appréciées. Hassan El Fed reste le comédien préféré des marocains.**



Réalisée en ligne auprès de 1042 répondants durant le mois de Ramadan, l'enquête menée par Averty Market Research & Intelligence, a révélé un niveau d'insatisfaction générale assez élevée vis-à-vis de l'offre de la Télévision marocaine. Un peu plus des deux tiers des répondants regardent la Télévision rarement à occasionnellement. Pour les répondants qui ne la regardent jamais, les raisons sont d'abord expliquées par la qualité et le manque de diversité des programmes. La fréquence de visionnage de la télévision marocaine pendant Ramadan augmente légèrement (35,4% des répondants regardent souvent voire toujours la Télévision marocaine pendant Ramadan contre 26,7% durant toute l'année) et s'explique principalement par la réunion familiale pour près de 80% des répondants. Ces derniers expriment un niveau d'insatisfaction s'élevant à 87%.

Les répondants sont légèrement satisfaits des programmes de religion, des films et séries marocaines. Ils sont toutefois insatisfaits des feuilletons turcs et mexicains, des programmes culturels et de divertissement ainsi que du volume très élevé de publicité à l'heure du Ftour (83% des répondants).

En comparaison avec le Ramadan précédent, plus que 80% des répondants n'ont constaté aucune amélioration des programmes. En ce qui concerne la perception des chaînes marocaines, Medi1 TV et Assadissa sont les chaînes qui affichent le niveau de satisfaction les plus élevés suivies de Tamazight TV et Arriadia légèrement en dessous de la moyenne. En termes des programmes diffusés, les répondants sont surtout satisfaits de « Dine wa nass », « Firkat Naji atallah » et « Bnat Lalla Mannana ».

Le comédien préféré chez nos répondants est Hassan El Fed, suivi de Dounia Boutazout, Abdelkader secteur, Mohamed El jem et Aziz el hattab.

Enquête réalisée en ligne auprès de 1042 répondants pendant le mois de Ramadan 2012 sur la Télévision marocaine, par Averty Market Research & Intelligence, institut d'enquêtes et de sondages d'opinion, a réalisé une enquête en ligne auprès de 1042 répondants pendant le mois de Ramadan 2012 sur la Télévision marocaine.

L'enquête a mobilisé des répondants de 44 villes, dont 37% de Casablanca, 15% de Rabat, et 7% de Marrakech. Ils sont principalement des étudiants (39%), des cadres (28%) et des employés (11%). Les données collectées ont fait l'objet d'une pondération afin de représenter la composition démographique de la population marocaine.

Averty est un institut d'enquêtes et de sondages d'opinions indépendant. Pionnier dans l'utilisation d'internet et des technologies d'information, il se veut un espace de libre expression pour les marocains, constituant ainsi un baromètre de l'opinion publique et un outil d'aide à la prise de décision pour les individus, organisations et entreprises.

Averty est déclaré auprès de l'ANRT et de la Commission Nationale de Protection des Données à Caractère Personnel (CNDP) et membre de l'Association Mondiale des Professionnels des Etudes de Marché (ESOMAR).

La Vie éco

[www.lavieeco.com](http://www.lavieeco.com)

2012-09-05