

# A L'HEURE DE LA TV NUMERIQUE, LES CLES DU SUCCES, POUR LES CHAINES DE LA TNT

Publication le 15 NOVEMBRE 2011

## 2012 : 6 nouvelles chaînes TNT HD

Quel potentiel d'audience à l'horizon 2015, en fonction des choix du CSA ?  
Quels scénarios de croissance pour le marché publicitaire ?

Le 30 novembre prochain, la France aura totalement basculé dans le tout numérique, mettant fin à 50 ans de diffusion analogique.

La TNT se prépare à vivre une deuxième étape : montée en puissance de la TNT HD, lancement de nouveaux services à la demande, questionnements autour de la TNT payante, et arrivée de nouvelles chaînes.

Le CSA a lancé le 18 octobre, un appel à candidature pour la diffusion de 6 nouvelles chaînes nationales de TNT HD. Ces chaînes pourront être gratuites ou payantes, constituées de nouveaux programmes ou dupliquant le programme d'une chaîne existante en SD, thématiques ou généralistes.

Les candidats ont jusqu'au 10 janvier pour préparer leurs dossiers de candidatures.

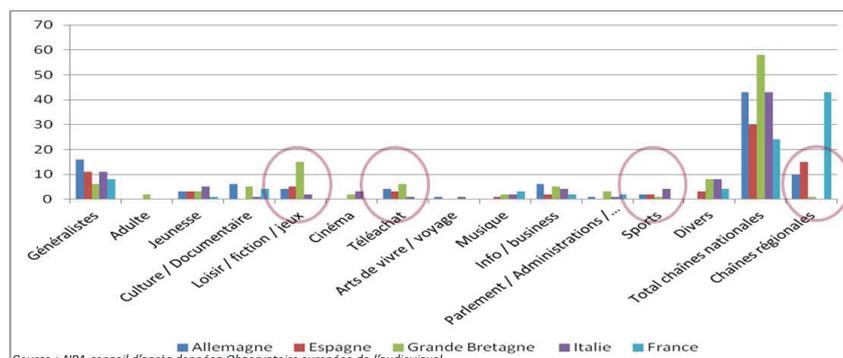
Si le succès de la TNT dans les foyers français est indéniable (près de 60% de foyers équipés, et une part d'audience proche de 25%), elle présente encore des déséquilibres en termes d'économie des chaînes et de contribution à la création.

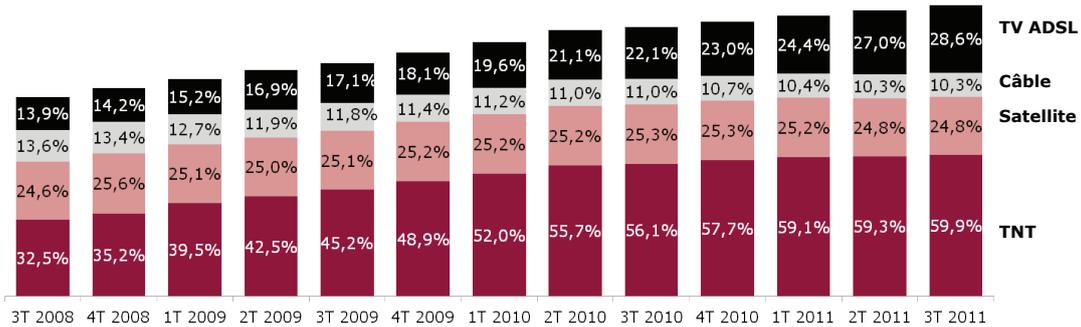
NPA Conseil et Havas Media vous proposent leur étude prospective, qui présente les clés du succès pour les chaînes de la TNT, les enjeux de positionnement pour les contenus éditoriaux des chaînes et le potentiel de développement du marché publicitaire :

- Quelle issue au débat sur les chaînes complémentaires et quelle place pour les nouveaux entrants ?
- Quelle identité éditoriale, quelle audience et quelle économie pour les chaînes qui diffusent déjà en TNT, et quel positionnement pour les nouveaux projets ?
- Quelles perspectives d'audience pour les nouvelles chaînes de la TNT, en fonction des choix du CSA ?
- Quelle dynamique pour le marché publicitaire, compte tenu des évolutions macro économiques, des changements éventuels du cadre réglementaire et de l'élasticité du marché publicitaire ?

CA en M€	2010
W9	97.9
NRJ 12	53.7
Direct 8	46.7
NT1	36.5
Gulli	33.9
BFM TV	31.6
Direct Star	23.7

Source : Havas Média-NPA  
selon données chaînes





Source : Médiamétrie REM foyers  
 Câble/satellite : réception avec ou sans abonnement  
 TNT : réception hertzienne TNT

**Cette étude prospective proposée par NPA Conseil et Havas Médias, offre une analyse complète des données de marché et de ses perspectives, du nouveau paysage TNT qui se dessine d'ici à 2012 :**

1. 2005/2011 : Montée en puissance de la TNT dans les foyers mais encore des déséquilibres.
2. La situation économique des chaînes TNT
3. La TNT à l'aube du passage au tout numérique
4. Un coup d'œil sur 4 grands marchés européens : Royaume Uni, Italie, Espagne, Allemagne
5. Demain 6 chaînes de plus... quelles perspectives, quels enjeux
6. Les projets de chaînes tels que nous les avons recensés à date



**PUBLICS :** Editeurs TV et Web, institutionnels, Producteurs, Industriels de l'électronique, Agences media, Régies publicitaires.

**LIVRABLE :** Rapport d'environ **50 pages**  
**FORMAT :** Electronique ou imprimé

**TARIF : 2 500 € HT**

**CONTACTS :** **Nathalie de BARDY**  
 Marketing et Développement  
 T : 01 41 31 99 23  
 @mail : ndebardy@npaconseil.com

À propos : NPA Conseil, partenaire des principaux acteurs de l'audiovisuel et des télécoms, intervient en conseil stratégique et opérationnel dans le domaine des media et des nouveaux services numériques. NPA Conseil produit des études de référence, organise des colloques et propose des formations sur mesure. [www.npaconseil.com](http://www.npaconseil.com)

**BON DE COMMANDE** - A RETOURNER PAR FAX AU 01 41 31 08 51

Je commande l'étude « **A L'HEURE DE LA TV NUMERIQUE, LES CLES DU SUCCES, POUR LES CHAINES DE LA TNT** » pour un montant de 2 500 euros HT

RAISON SOCIALE \_\_\_\_\_  
 ADRESSE DE FACTURATION \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 NOM \_\_\_\_\_ PRENOM \_\_\_\_\_  
 Tel \_\_\_\_\_  
 Mail \_\_\_\_\_

DATE & SIGNATURE «Bon pour accord»