

SOCIAL TV

Concept, acteurs, technologies, valeur

Publication fin janvier 2012

Les éditeurs TV se saisissent rapidement de la social TV et des nouveaux usages conversationnels autour des programmes. Mais au-delà du partage et du commentaire des programmes sur les réseaux sociaux « traditionnels », la social TV promet de devenir un nouveau relais de l'engagement et de la conversation entre les programmes et les téléspectateurs.

Si l'offre de services « social TV » adresse tous les segments d'audience, du fan-collectionneur au téléspectateur indécis, le positionnement des acteurs traduit leur maîtrise de briques technologiques et des ambitions différentes.

Les enjeux techniques et stratégiques lourds impacteront nécessairement la création de valeur à tous les niveaux : annonceurs, éditeurs, réseaux sociaux, distributeurs/diffuseurs et spectateur.

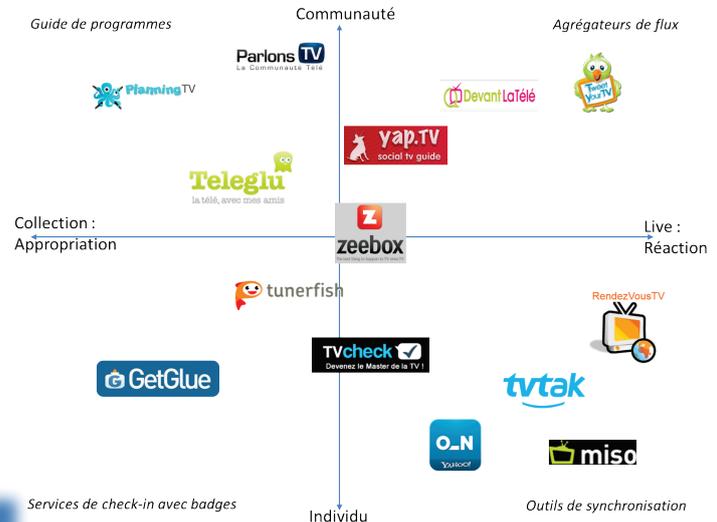
NPA propose une vision opérationnelle du positionnement des acteurs, de leurs enjeux technologiques et stratégiques, et de leur business-models afin d'identifier les leviers de développement et de création de valeur :

- Origines et concept de la Social TV
- La réinvention du marketing des programmes et de la recommandation sur internet
 - Blogs et sites TV traditionnels, Facebook, Twitter
 - L'intégration rapide de passerelles entre l'univers audiovisuel et les réseaux sociaux
- La « Social TV » : une affaire de spécialistes ?
 - Les « pure players » : positionnement stratégique, maîtrise technologique, valeur ajoutée
 - Multi-écrans, métadonnées : les stratégies de contournement des éditeurs
- Une évolution créatrice de valeur ?
 - Les enjeux organisationnels, techniques et économiques
 - Les leviers de développement des usages et de l'engagement
 - Presse TV, producteurs, annonceurs, distributeurs TV, éditeurs : les gagnants et les perdants de la social TV

40% des possesseurs de tablettes et smartphones les utilisent en regardant la TV

Sur les médias sociaux, 55% des femmes et 45% des hommes parlent des programmes TV

Nieslen oct 2011



PUBLICS : Diffuseurs, Editeurs, institutionnels, Producteurs, Industriels de l'électronique, Annonceurs, Agences media, Régies publicitaires.

LIVRABLE : Rapport d'environ **80 pages**
FORMAT : Electronique ou imprimé

TARIF : 2 000 € HT

CONTACTS : Estelle BOUTIERE
Manager Pôle Contenus
T : 01 41 31 99 22
@mail : eboutiere@npaconseil.com

Jean-Marie LE GUEN
Manager Pôle Economie des Médias Numériques
T : 01 41 31 99 25
@mail : jmleguen@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

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

Je commande l'étude « **SOCIAL TV - Concept, acteurs, technologies, valeur** » pour un montant de 2 000 euros HT

RAISON SOCIALE _____

ADRESSE DE FACTURATION _____

NOM _____ PRENOM _____

Tel _____

Mail _____

DATE & SIGNATURE «Bon pour accord»