

TENDANCES CONTENUS 2017

Les killer contents d'aujourd'hui et de demain



Abondance, invasion, surconsommation d'images. Qu'elles soient amateurs ou professionnelles, toutes les images ont leur chance sur nos écrans et ont leur public. Toutefois, la TV reste reine des écrans. Elle inspire le mobile, attise les conversations sur le net, attire les talents du cinéma.

Au moment où se développent de nouveaux formats pour le numérique en mobilité et les nouveaux usages associés, comment la TV résiste-t-elle ? Plus que jamais, les contenus restent le nerf de la guerre.

Si le besoin d'information, d'émotion, d'imaginaire reste immuable chez le téléspectateur, les contenus TV, quel que soit le support, ne sont plus les mêmes qu'hier. Les mutations sociétales, les innovations technologiques, les événements économiques changent nos envies et notre regard sur la TV.

Et pourtant, toujours les mêmes visages ? Toujours les mêmes concepts ? L'impression de tourner en rond ? Les spectateurs sont devenus exigeants devant la profusion de chaînes et de programmes qui leur est proposée, réactifs sur les réseaux sociaux, pressés et impatient, dopés qu'ils sont au haut débit.

Dans cette course à l'innovation éditoriale et technologique, créateurs, producteurs, diffuseurs ont la nécessité d'identifier les tendances-clefs qui transforment leur rapport aux contenus.

Les destinataires de l'étude

Producteurs
Diffuseurs TV et Régies
Distributeurs audiovisuels

Dans son étude « Tendance Contenus 2017- *Les killer contents d'aujourd'hui et de demain* », NPA se propose de distinguer les phénomènes majeurs impactant la création TV, de broser un panorama de ces « killer contents » destinés à booster les audiences tout en les rajeunissant.

En France, dans les 6 derniers mois, ce sont 6 programmes nouveaux qui sont lancés chaque semaine. Au-delà des genres, des formats, NPA pointe les paradoxes de l'offre et de la consommation, confirme les valeurs sûres et repère les réelles innovations.

Sommaire

1. **Dans l'offre pléthorique actuelle de contenus, quelles sont les tendances de consommation ?**
 - La série maintient son leadership en termes d'audience mais d'autres genres émergent : quels sont-ils en France, en Europe et aux Etats-Unis ?
 - En termes de formats, le premium, le direct et l'exclusivité sont les piliers de la création de valeur
 - En termes de visibilité, le magazine et le cinéma sont les marqueurs de la presse
2. **Les tendances dans les contenus : thématiques récurrentes et émergentes, vers quoi s'oriente la TV de demain ?**
 - Fiction : rire ou partir, quand la fiction vous sort de la torpeur
 - Magazines et divertissements : le flux et le reflux
3. **Le renouvellement de la « marque-animateur » (flux)**
 - Cotes de popularité : des publics différents qui plébiscitent des animateurs différents
 - TV/Radio/Web : les animateurs sont-ils faits pour le multi médias ?
 - Les nouveaux animateurs

Contact : NPA Conseil - Chantal Giner-Dufour – 01 41 31 99 22 – 06 63 01 59 79

Livraison : le 15 février sous version électronique

Prix : 3 000 € HT - En option, la présentation orale de l'étude : 1 000€ HT