

Les killer contents d'aujourd'hui et de demain TENDANCES CONTENUS 2017

Dans sa nouvelle étude **TENDANCES CONTENUS 2017 - Les killer contents d'aujourd'hui et de demain**, disponible dès maintenant, NPA Conseil distingue les phénomènes majeurs impactant la création TV et brosse un panorama complet des contenus destinés à booster les audiences. Au-delà des genres et des formats, NPA pointe les paradoxes de l'offre et de la consommation, confirme les valeurs sûres et repère les réelles innovations.

En France, dans les 6 derniers mois, ce sont 6 programmes nouveaux qui se sont lancés chaque semaine.

NPA Conseil a identifié 4 indicateurs permettant de distinguer ces contenus qui transportent les audiences sur tous les écrans.



La consommation TV reste majoritairement trustée par 3 genres : la fiction, le divertissement et le magazine. Des audiences amplifiées par le différé qui représente 11% de la consommation totale pour le divertissement et la fiction. Une pratique qui s'est accentuée entre 2015 et 2016, respectivement + 4 points et +3 points (écran TV).

Malgré ces performances, si le rapport Offre/Consommation est à l'équilibre pour la fiction - les chaînes répondant parfaitement aux attentes des téléspectateurs -, le ratio est défavorable notamment pour le divertissement largement sous-consommé par rapport à sa présence dans les grilles des chaînes TNT.

Pour les contenus, générer du « **bruit** » médiatique devient une condition nécessaire pour exister sur les écrans, avant, pendant et après la diffusion TV, d'autant que la tendance au « bad buzz » s'intensifie.

L'analyse des supports print et web montre que l'intérêt de la presse pour les contenus tient à d'autres critères que l'audience. **C'est le genre Magazine marqué par son évolution vers l'infotainment qui demeure le champion toutes catégories de la visibilité** sur le print, le web et les réseaux sociaux.



Thématiques récurrentes, thématiques émergentes, vers quoi s'oriente la TV de demain ?



Après leurs succès au box-office, **les comédies « à la française »** et l'humour potache s'imposent sur toutes les fenêtres d'exploitation parvenant aux premières places des locations VoD. Ainsi, dans les chaînes, la nette tendance vers la comédie s'accroît, toutefois contrebalancée par la **banalisation du film noir**. La science-fiction accède désormais au rang de genre majeur en infiltrant le polar. **L'hybridation des genres** est à son comble quand le transgenre s'en mêle. Et les tabous tombent pour que la fiction se hisse à la hauteur de la réalité.

Comique ou dramatique, ancré dans le réel ou un monde imaginaire, le héros politique n'est plus le héraut des belles valeurs humanistes. Plus que jamais, encouragés par des élites décomplexées, les producteurs de fiction donneront à voir sans concession ce qui jusqu'alors se taisait. A l'inverse, le héros ordinaire se fait moins lisse et plus obscur pour rendre l'âme humaine plus transparente et le téléspectateur plus compassionnel. **La tendance est au réalisme exacerbé.**

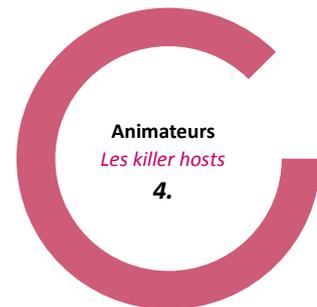
Sur ces 6 derniers mois, 37 magazines, 20 divertissements, 6 jeux de plateaux, 3 télé-réalités ont été créés sur les chaînes historiques. Entre nouveautés et déclinaisons de marques fortes, le **divertissement et le magazine sont toujours largement présents** dans le renouvellement des grilles de programmes. En revanche, le jeu, autrefois stratégique dans la guerre de l'Access, brille par son absence ces dernières saisons. On note également un **recul incontestable des nouvelles télé-réalités.**

Là-aussi, **hybridation des genres et réalisme caractérisent l'évolution du magazine et du divertissement** avec pour chacun une tendance particulière :

- Les nouvelles marques de magazines sociétaux vont vers un traitement résolument positif et un décryptage original avec une arrière-pensée de buzz.
- A la faveur de la création prolifique étrangère (de septembre 2016 à fin février 2017, 68 formats de jeux ont été lancés en Europe et aux Etats-Unis dont les trois quarts sont des créations originales), l'utilisation des formats va persister avec toujours plus de gains et une tendance vers le spectaculaire aidé en ceci par la technologie et vers le transgressif empruntant en cela aux codes du web.

Animateurs populaires et petits nouveaux du web : qui accompagne le mieux les succès TV ?

Le renouvellement du flux passe par un écosystème social complet, au centre duquel on trouve les animateurs. Avec le web, on pourrait penser que le vivier de nouveaux talents s'est élargi. S'il a contribué à la gloire de quelques-uns, l'humour est une condition nécessaire mais pas suffisante. Difficile en effet de détrôner les stars des médias traditionnels TV/Radio/Presse. Mais ce sont les artistes de stand up qui ont la préférence des producteurs, consacrant encore pour quelques années la supériorité de la réalité de la scène sur la virtualité numérique.



Pour cette étude, NPA s'est appuyé sur plusieurs de ses outils d'observation des marchés ainsi que sur ses indicateurs barométriques, Baro 360 [Presse print/web], Baro TV en ligne, Social TV Report, qui permettent de mesurer, suivre et analyser les évolutions du secteur ainsi que l'efficacité de ses acteurs.

65 pages d'analyses illustrées avec extraits vidéo



Fondé en 2001 par Philippe Bailly, le cabinet accompagne tous les acteurs du secteur des médias et des services numériques dans leurs problématiques opérationnelles et stratégiques.

Acteur de la transformation numérique dans l'univers des contenus et des services, NPA Conseil analyse l'évolution des offres et des usages, repère les dynamiques d'innovation, anticipe le développement de nouveaux modèles économiques.

Marketing des offres et de la relation avec les consommateurs (audience, abonnés...)-Offre et consommation sur les plateformes délinéarisées-Ecosystèmes numériques-Optimisation des stratégies digitales-Métriques des réseaux sociaux-Développement de services innovants- Veille législative et réglementaire- Formation

www.npaconseil.com   