

Chaque jour, le SNPTV vous propose de retrouver sur son site [snptv.org] rubriques veille, toutes les études, analyses, données françaises et internationales qui éclairent le marché publicitaire d'aujourd'hui et de demain.

Les principales tendances 2012 du secteur des Technologies, Médias et Télécommunications
03/02/2012 – Deloitte

L'adoption des tablettes numérique est le fait marquant de l'édition 2012 du rapport TMT. 1,45 millions de tablettes tactiles se sont vendues en 2011 en France.

“ Il est crucial de comprendre la dynamique changeante de la consommation vidéo sur appareils multiples pour fournir aux consommateurs une expérience plus personnalisée tout en créant de nouvelles sources de revenus et la croissance des audiences. ”

Bismarck Lepe
Cofondateur et Président des produits chez Ooyala
BFM Business 15/02/2012

“ La TV et l'Internet sont deux médias très réactifs à l'actualité. Nous constatons néanmoins des disparités. Le web peut être en effet un média extrêmement mobile. Quant à la télévision, elle demeure très fédératrice notamment sur des événements particulièrement marquants comme Fukushima. La télévision dispose d'une dimension beaucoup plus fédératrice que le web. ”

Julien Rosanvallon
Directeur Télévision de Médiamétrie – Média +
23/02/2012

Junior Connect'
26/01/2012 – Ipsos MediaCT

66%

Pour les jeunes, la télévision est un média central, pour se détendre, s'évader, et mieux comprendre le monde. 66% des jeunes âgés de 1 à 19 ans positionnent la TV comme leur activité préférée (48% citent Internet).

“

Il va y avoir concomitamment un enrichissement des fonctions « ordinaires » de la télédiffusion, à travers une amélioration de la qualité de l'image, (notamment avec l'arrivée des écrans OLED, un perfectionnement des traitements numériques et surtout la 3D qui commence à trouver sa place dans la diversité des contenus), une ergonomie simplifiée (via des télécommandes d'une grande convivialité, ainsi que par l'arrivée de commandes vocales et gestuelles) et une ouverture vers une autre expérience, un autre « monde », par la généralisation des téléviseurs connectés et le déploiement de la convergence pluri-média. ”

Philippe Citroën
Président du SIMAVELEC
SIMAVELEC – 07/02/2012

Synthèse 5ème Assises de la Convergence des Médias
24/01/2012 – Auteur : Nicolas Brize

Quelle place pour la publicité dans l'économie des nouveaux services audiovisuels ? La télévision peut-elle perdre la bataille de la publicité sur le mobile ? Faudra-t-il choisir entre les services « gratuits » et le respect de la vie privée ?

Connected TV to Dominate Global TV Shipments by 2015
27/01/2012 – Futursource Consulting

Les TV connectées affichent des prévisions de ventes de plus de 80 % d'ici 2015 aux Etats-Unis.

Le Français et la Social TV
09/02/2012 – Iligo

Quelles interactions souhaitent-ils entre leurs équipements et leurs programmes télévisuels ? De quelles manières ? Depuis quels supports ? La Social TV est-elle appelée à ouvrir de nouvelles pratiques ? Comment est-elle perçue par les Français ? Quels (nouveaux) usages les Français souhaitent avoir avec leur téléviseur ?

“ 64% des internautes aimeraient que la télévision laisse plus de place aux téléspectateurs dans les interactions entre TV et Internet. Ils souhaiteraient également que les émissions soient plus participatives et plus interactives pour 59% d'entre eux. A ce jour, les internautes échangent énormément sur les programmes de télévision via les réseaux sociaux et plus généralement sur Internet. Cela devient une caisse de résonance sans précédent sur les échanges autour du média télévisé et ses contenus. Au-delà d'être un facteur de lien social, la TV est aussi un facteur de réseau social. ”

Olivier Goulet
Président d'Iligo
09/02/2012 – Le Parisien

Ipad owners offer a glimpse into future behavior

09/02/2012 – Discovery Research

61 millions

Les possesseurs d'Ipad seront 61 millions aux Etats-Unis, en 2014 (soit 19% de la population américaine). Leurs comportements sont-ils un présage de notre avenir ? A noter, 43% des possesseurs d'Ipad déclarent regarder la TV en allant souvent, voir systématiquement, sur Internet, (cette pratique ne concerne que 33% des Américains aujourd'hui).

La diffusion des technologies de l'information et de la communication

08/02/2012 – Crédoc

Analyse des questions relatives à la diffusion, à l'usage et à l'image des technologies de l'information et de la communication en France. Tendances, 18% de la population déclare avoir regardé la télévision par Internet sur leur ordinateur au cours des 12 derniers mois en 2011 ; la proportion n'était que de 5% en 2006.

Le marché des téléviseurs

07/02/2012 – SIMAVELEC

En 2011, 8,7 millions de téléviseurs ont été vendus grâce au passage au tout numérique et à la généralisation des écrans (vs 8,5 millions en 2010). En 2012, le marché devrait se stabiliser.

“ Les premiers bilans montrent que le phénomène tant redouté de « cannibalisation » des audiences, et donc des recettes publicitaires, n'a pas eu lieu. Au contraire, je suis certain que les deux univers se complètent et se renforcent mutuellement. En cela, la multiplication des écrans et l'évolution des pratiques représenteraient donc une opportunité, que souligne d'ailleurs dans ses constats la mission sur la TV connectée. ”

Frédéric Mitterrand

Ministre de la Culture et de la Communication
Assises de la Convergence des Médias - 24/01/2012

20 millions de foyers séduits par la télévision Haute Définition

15/02/2012 – Médiamétrie

20 millions

Montée en puissance de la HD, 20 millions de foyers équipés, grâce au développement de l'offre de programmes, une plus grande accessibilité économique des téléviseurs et la compatibilité désormais systématique des téléviseurs.

“ L'essor des ventes de tablettes et de smartphones va significativement accélérer les changements de mode de consommation des contenus en 2012. La vente généralisée du smartphone à bas prix témoigne d'ailleurs très bien de l'explosion de la demande sur ce segment de marché. ”

Ariane Bucaille

Associée et Responsable secteur TMT de Deloitte
Deloitte - 03/02/2012