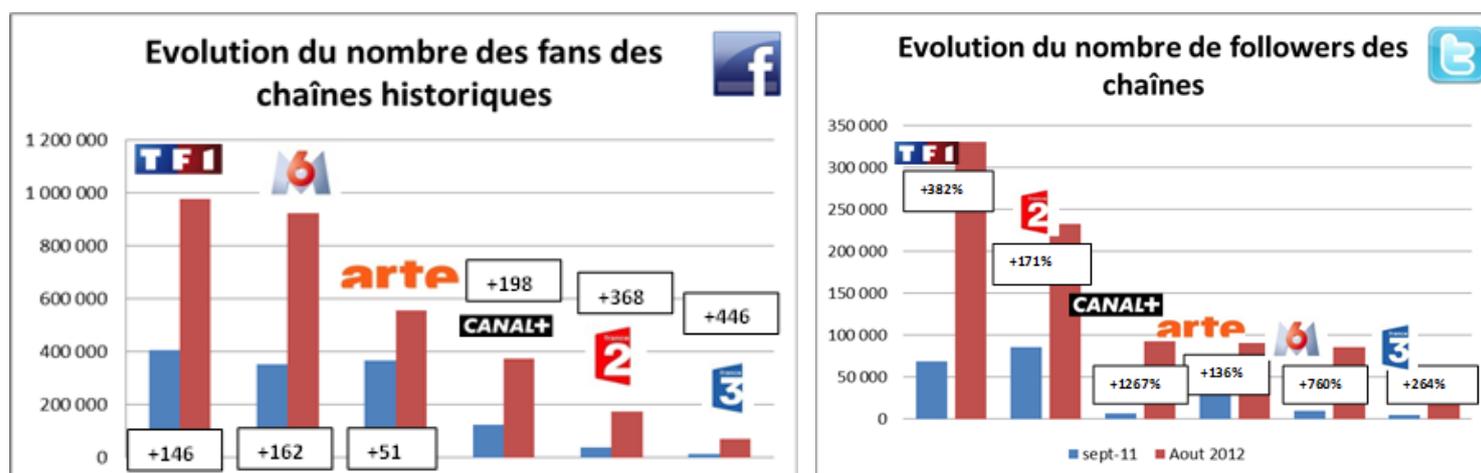


Social TV : des services à plus forte valeur ajoutée pour un marché très convoité

NPA Conseil publie un Dossier spécial consacré au phénomène de la Social TV, qui a connu un fort engouement en France lors de la saison 2011-2012. Les usages semblent désormais installés. La discussion autour des programmes TV se banalise sur les réseaux sociaux: les pages Facebook des chaînes historiques et de leurs programmes fédèrent plus de 35 millions de fans (non dupliqués) et 20 millions de tweets ont été émis autour de la TV ces 6 derniers mois.



Pour profiter de cette tendance, les dispositifs numériques liés aux antennes se multiplient, à l'initiative des diffuseurs et connaissent un succès croissant.

Les 10 programmes les plus Live-Tweetés de la saison 2011 / 20112

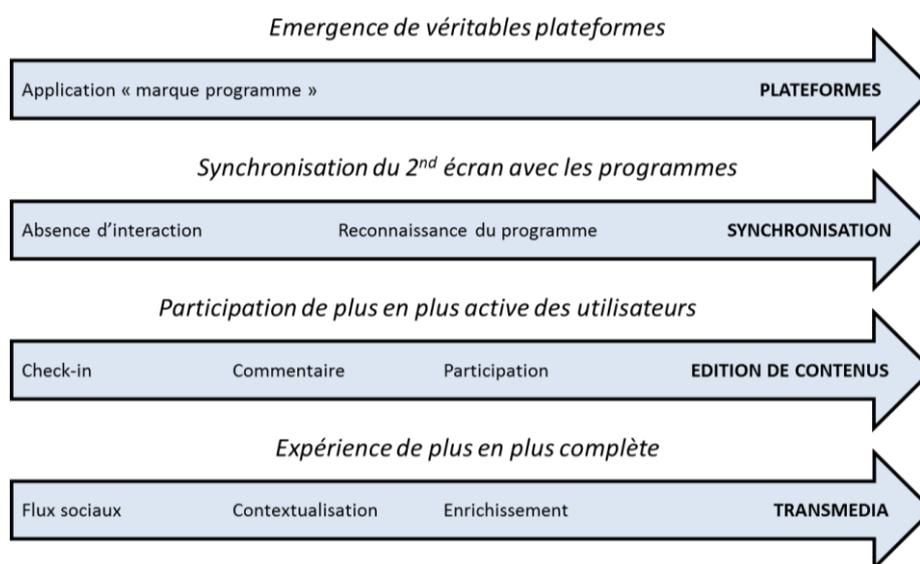
Chaîne	Date	Programme	Nbre de tweets	Nbre de Twittos
TFI	03/08/2012	Secret Story	257 341	49 608
TFI	25/05/2012	Secret Story	254 988	63 482
TFI	24/08/2012	Secret Story	199 348	44 025
TFI 2	12/05/2012	2012: Le débat	191 847	68 304
TFI	17/08/2012	Secret Story	158 944	37 346
TFI	10/08/2012	Secret Story	157 835	36 021
2	12/04/2012	Des Paroles et des Actes	124 664	22 576
TFI	27/07/2012	Cérémonie d'ouverture des J.O	121 422	41 818
2	15/04/2012	Titanic (film)	113 149	37 074
TFI	12/05/2012	The Voice	107 162	35 713

Source : NPA Conseil sur données Mesagraph

L'appropriation de l'audience générée par Twitter et Facebook voit s'affronter chaînes et producteurs, d'une part, opérateurs, pure players et autres acteurs tiers, de l'autre.

Ces derniers s'efforcent d'attirer les téléspectateurs et de les faire interagir au sein de leurs propres applications, et sont conduits, pour ce faire, à développer la valeur d'usage de leurs offres. Si la gestion de la conversation sociale reste le socle commun (identification, organisation, agrégation en temps réel des commentaires), les services sont enrichis par des outils d'analytiques permettant de mesurer le bruit social des programmes, par la valorisation de leur légitimité sur le terrain de la recommandation, par des contenus additionnels développés par les éditeurs ou présents sur le Web...

DES SERVICES DE SOCIAL TV DE PLUS EN PLUS RICHES



L'été 2012 a confirmé l'importance prise par les applications deuxième écran sur le terrain de la recommandation des programmes TV. Plusieurs annonces importantes se sont succédées tant sur le marché américain que sur le marché français qui illustrent le repositionnement en cours des différents acteurs du secteur. La saison TV vient juste de commencer et s'annonce donc déjà particulièrement animée sur le front de la Social TV. Avant de poursuivre l'analyse tout au long de l'année des différentes stratégies des chaînes et des positionnements des nouveaux acteurs, NPA Conseil propose un bilan de la saison écoulée et des principales tendances de la rentrée.

Contacts presse : **Matthieu Amelin** – mamelin@npaconseil.com – 01 74 71 43 80

DONNEES CLES

- **950 millions d'utilisateurs de Facebook**, 880 millions d'utilisateurs de YouTube et 170 millions d'utilisateurs de Twitter en août 2012, dans le monde.
- En septembre 2012, **TF1 et M6** fédèrent chacun **près d'un million de Fans sur Facebook**, soit 2 à 3 fois plus de membres qu'en septembre 2011.
- L'ensemble des **pages Facebook de Canal +** fédèrent **plus de 17 millions de fans**.
- **Plus de 4 millions de tweets émis** autour de **Secret Story : Saison 6** (265 000 participants)
- **The Voice** (TF1), **L'Eurovision** (France 3), **La nuits des césars** (Canal +) et **Top Chef** (M6) ont développé des animations numériques autour de leurs programmes
- Avec plus de 150 millions de tweets pour les Jeux Olympiques de Londres ; 16,5 millions de tweets pour la finale de l'Euro 2012 ou encore 12,6 millions de tweets autour du SuperBowl 2012, **le sport est le genre n°1 de la Social TV à l'échelle mondiale**.