



# SECOND ECRAN ET TRANSMEDIA

## LES NOUVELLES RECETTES DE LA TÉLÉ-RÉALITÉ

Muriel Hanot

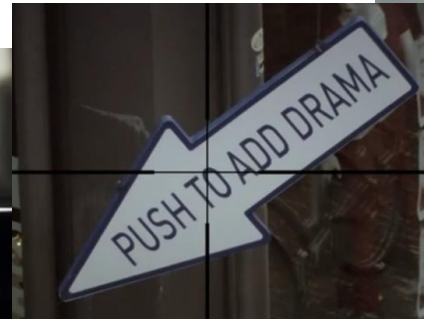
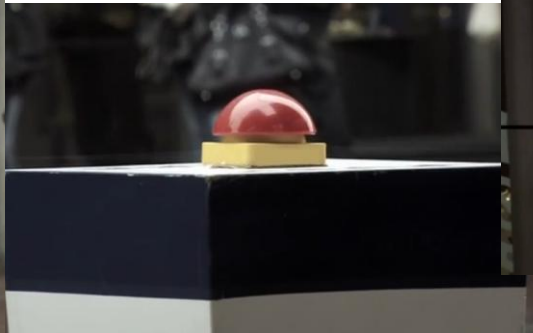
Etudes et recherches – CSA 2014

# PRESS THE RED BUTTON

Que se passe-t-il quand l'interactivité se mêle au quotidien?



<http://ick.li/H2M8NA>



# #TÉLÉRÉALITÉ – ORIGINES

- un **archétype**: *Big Brother / Loft Story*
- une inspiration à différents genres TV
- des déclinaisons

- télévision de l'exploit
- télévision réparatrice
- télévision de l'intimité
  
- télé-crochet



# #TÉLÉRÉALITÉ - CARACTÉRISTIQUES

- **quotidien**
- anonymes ou célébrités
- **enfermement**
- **élimination**
- coachs et experts
- privé = public
- feuilleton
- scénarisation



direct / enfermement  
scénarisation / enregistrement / trucages  
divertissement

# #INTERACTIVITÉ – LA MÉCANIQUE TÉLÉ-RÉALITÉ

- identification / projection / imitation / implication / voyeurisme (omniscience)
- choisir son personnage favori, s'accorder ou non avec le jury
- décider, modifier le déroulement de l'histoire et la nature des composantes



- **CO-CRÉATION DE L'HISTOIRE**
- **COMMUNAUTÉS DE FANS**

## #PUSHTOADDDRAMA – UN CLASSIQUE

- des votes ou des avis via connexion téléphonique et SMS
- avec l'internet via des sites associés, des emails, des webcams

**ENVOYEZ 1 OU 2 PAR SMS AU 72 500**  
0,65€ · PRIX SMS

## #PUSHTOADD DRAMA - ITV

- sites web / blogs / forum / chat
- réseaux sociaux : twitter – facebook – tumblr
- applications : devantlatele / tweetyourtv / mytf1 connect / snapchat / miso / getglue (tvtag)...
- voter , parier, jouer (en temps réel) / donner un avis / rechercher de l'info / recommander / partager / co-créer / devenir membre

**Le 5ème coach... c'est vous !**

THE VOICE BELGIQUE | Mis à jour le mercredi 15 janvier 2014 à 15h59

- **social tv**
- **second screen**
- **transmédia**
- **(deeptv)**



# #PUSHTOADDDRAMA - ITV

- la télévision génératrice de **lien social** (partage et conversations)
- capitaliser sur cet échange social (live tweet)
- **avant, pendant et après**
- dans des programmes **live** + large public





# #MAKEACHOICE – TV COLLABORATIVE

- interactivité ?

---

Sélection de contenus	vod, epg, moteurs de recherche, plateformes de vidéos virales
-----------------------	---

Utilisation du langage média	multicam, personnalisation de l'interface, widgets
------------------------------	--

Interaction sociale	vote, avis, discussion, partage, cogénération de contenus
---------------------	---

---

- spectateur prescripteur et acteur de la création  
=> la **télévision collaborative** comme promesse



# #MAKEACHOICE – PARTICIPATION

Echelle de la participation (source : [Jeunes et médias. Le guide des bonnes pratiques](#), CSA, 2013, p. 8)

10	est producteur ou réalisateur d'émission
9	évolue à sa guise face à la caméra et à micro ouvert
8	est questionné et mis en scène dans le cadre d'une émission
7	parle à l'antenne, hors image ou hors studio
6	son SMS ou courriel apparaît sur l'écran ou est lu au micro
5	figure physiquement ou réagit en audio, en étant reconnaissable
4	figure physiquement ou réagit en audio, en n'étant pas reconnaissable
3	s'exprime ou vote par SMS ou courriel
2	se trouve désigné ou interpellé en tant que public
1	est représenté par un personnage typique, censé le figurer
0	est simple spectateur



# #MAKEACHOICE – COCRÉATION

- interaction ?
  - peu de moments d'interactions
  - implications variables
- contrôlée (dans la norme/positive)
- limitée (un nombre limité d'options)
- inscrite dans scénario (format pré-arrangé), structure d'un texte donné)
- plus horizontale que verticale
- vrais processus de cocréation via les **narrations transmédiatiques**

**INTERACTIONS**  
Multidirectionnalité  
Simultanéité  
Contrôle  
Sens/compréhension



# #YOURDAILYDOSE – LOGIQUES EN JEU

- télévision enrichie/augmentée
- interactions limitées  
(nombre, genres TV, publics, capacité)
- un coût
- intérêt de la formule?



# #YOURDAILYDOSE – LOGIQUE SOCIALE

importance de l'interaction sociale / nouveau lieu de partage (participer, échanger, partager des infos, des émotions, des expériences)

**nouvelles communautés**

plaisir : attractivité / dynamique / immédiateté

**ludique (jouer, se divertir)**

une expérience enrichie

contribuer au contenu, obtenir des informations

**réalité augmentée**

**nouvelles compétences (spectateur)**

## Désirs d'interactivité

Utilitaire (personnalisation, recherche d'info)

Hédonique (participation, ludique)

Sociale (communication)

Ergonomique (immédiateté, moindre effort)

Économique (transaction, recherche commerciale)

# #YOURDAILYDOSE – LOGIQUE DE MARCHÉ 1

- le contexte : abondance des contenus, fragmentation de l'audience, nomadisme
- la cible : le téléspectateur
- l'objectif : **consommer plus de tv** (faire vivre plus longtemps les émissions)
- une réponse : l'interactivité comme outils de **programmation**



# #YOURDAILYDOSE – PROGRAMMATION

- buzz – recommandations – partenariats - événementialisation

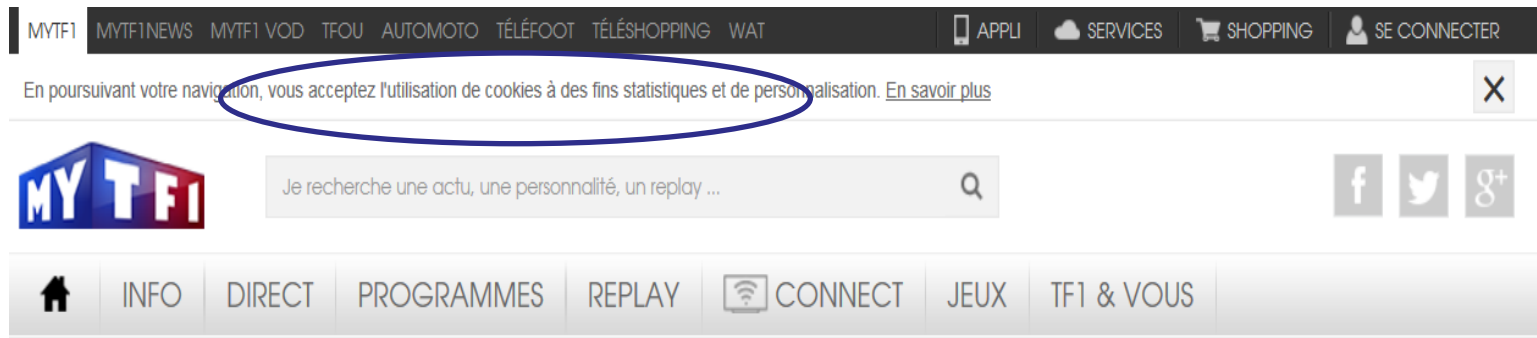
**drainer les publics /  
organiser des rendez-vous  
/satisfaire / fidéliser**

- écouter, aider à choisir un programme, personnaliser la consultation, créer des ambassadeurs de la marque, impliquer, fidéliser
- déployer la télévision en profondeur dans le temps et dans l'espace en usant de la complémentarité des réseaux
- tester et découvrir nouvelles tendances



# #YOURDAILYDOSE – LOGIQUE DE MARCHÉ 2

- le contexte : abondance des contenus, fragmentation de l'audience, nomadisme
- la cible : le téléspectateur




- l'objectif : **accroître l'engagement des spectateurs et monétiser l'audience sociale**
- une réponse : l'interactivité comme **moyen de financement**





# #YOURDAILYDOSE - REVENUS

- monétisation de nouveaux espaces publicitaires (pré-rolls de la tv de rattrapage, parrainage des tweets)
- connaissance fine des échanges, des audiences et des comportements (big data)
- rendre l'achat immédiatement possible



**VOTE LIVE WITH**  
**THE VOICE**  
**OFFICIAL APP**

Get closer to The Voice with the Official App! Only app users can vote live at the start of the show! Plus, use the app to Instant Save your favorite artists from elimination, suggest songs you want artists to perform and tweet directly to the coaches!

**Download and Learn More** ➔

POWERED BY **NISSAN**

## #WEKNOW

- un spectateur **au cœur** du processus mais pas comme acteur principal
- nouvelles interactivités modifient moins les contenus que les contextes d'usage et de réception
- côté médias = stimulation du spectateur à demander plus à sa télévision
- côté public = demande suit l'offre/  
faible interactivité

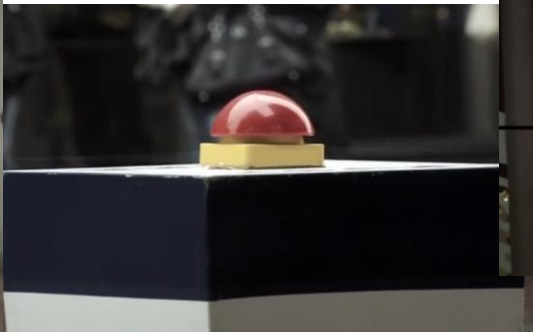
### Questions

appropriation?  
ouverture?  
contrôle?



## #ENJEUX

- **éducation** aux médias
- interactivité (participation) **citoyenne**
- contrôle des **données** utilisateurs





[muriel.hanot@csa.be](mailto:muriel.hanot@csa.be)

@MHanot\_CSA

novembre 2014