

MERCREDI 28 MAI

18H30 A 20H30

UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE

SALLE RAYMOND ARON

COLLOQUE :

LA TELEVISION

– TELLE QUE NOUS LA CONNAISSONS –

EST-ELLE MORTE ?

Dans le cadre des **Soirées Numériques de Dauphine**, le Master 226 (télécoms – audiovisuel – Internet) de l'Université Paris Dauphine (www.master226.com) et l'association de ses anciens élèves (www.rezo226.com) organisent leur second colloque de l'année, suivi d'un cocktail, en partenariat avec le cabinet BearingPoint (www.bearingpoint.fr).

Partenaires médias

[20 minutes](#)

www.journaldunet.com

PRESENTATION :

La multiplication de nouveaux canaux de diffusion des contenus (internet, télévision mobile personnelle), la diffusion massive de terminaux chaque jour plus convergents, mais aussi la généralisation des accès à internet haut débit et très haut débit (de l'ADSL à la fibre optique en passant par la 3G et le WiMax) bouleversent la diffusion des contenus audiovisuels et permettent l'avènement d'une consommation délinéarisée, mobile ou encore à la demande. Autant d'innovations qui peuvent conduire les téléspectateurs à modifier leurs comportements de consommation des contenus audiovisuels.

Au même moment, une nouvelle génération d'éditeurs et de téléspectateurs s'engage dans l'aventure de la télévision 3.0 caractérisée par l'interactivité et le *user generated content*. En effet, à côté du modèle des *web tv*, les sites communautaires deviennent de nouvelles plateformes de distribution des médias traditionnels et un medium permettant aux téléspectateurs de composer leurs propres programmes.

D'analogique, la télévision est devenue numérique, permettant une diffusion en haute définition et l'émergence de nouvelles chaînes nationales comme locales venant multiplier l'offre de programmes tout en

libérant des fréquences, dont l'affectation future constitue un enjeu tant pour les opérateurs télécoms que pour les acteurs du monde des médias.

Les chaînes historiques sont confrontées à ce qui pourrait annoncer un émiettement de leur audience et le recul éventuel de leurs recettes publicitaires. Amenées à diversifier leur modèle économique, elles se retrouvent non seulement en concurrence avec les opérateurs issus du monde des télécommunications, qui se lancent à leur tour dans l'acquisition de contenus audiovisuels, mais également avec les acteurs du monde de l'Internet. Dans ce contexte, la question de l'accès aux contenus et de leur diffusion exclusive se pose avec une acuité nouvelle.

Se pose également la question de la mesure d'audience sur ces nouveaux canaux de diffusion et de la monétisation de cette nouvelle audience. Par ailleurs, les travaux de la Commission « pour la nouvelle télévision publique » qui font suite à l'annonce de la suppression de la publicité sur les chaînes du groupe France Télévision soulèvent la question de l'équilibre économique des chaînes traditionnelles. De nouveaux acteurs apparaissent, mais quelle est la capacité du marché publicitaire à financer nouveaux entrants et acteurs historiques ?

Jamais sans doute les interrogations sur la viabilité de la télévision telle que nous la connaissons n'ont été aussi fortes et nombreuses. Ce colloque a donc pour ambition de faire le point sur l'avenir de la télévision, en faisant dialoguer nouveaux entrants et acteurs historiques, professionnels et universitaires autour d'un état des lieux et d'une évocation des scénarios d'évolution.

Deux tables rondes permettront d'entendre des acteurs majeurs de ce débat.

Laurent Sorbier

Maître de conférences associé à l'université Paris Dauphine

PROGRAMME :

18H30 – 18H40

INTRODUCTION

Michel Boyon, Président du Conseil supérieur de l'Audiovisuel

18H40 – 18H50

LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION DE LA TELEVISION

Bruno Chetaille, Président de Médiamétrie

18H50 – 19H30

TABLE RONDE 1: QUELS SERONT LES MODES DE CONSOMMATIONS ET LES USAGES DE LA TELEVISION DE DEMAIN?

Intervenants:

François de la Brosse, Co-Président de l'agence de communication ZNZ Groupe

Maxime Lombardini, Directeur général d'Iliad

Bernard Spitz, maître des requêtes au Conseil d'Etat, maître de conférences en économie des médias à l'université de Paris-I, ancien directeur de la Stratégie de Vivendi Universal

Alain Weill, Président Directeur général du groupe NextRadio TV

Animation :

Henri Tcheng, Vice-Président Communication & Content EMEA de BearingPoint

19H30 –19H40

PAUSE

19H40 –20H20

TABLE RONDE 2: QUELS SERONT LES MODELES ECONOMIQUES DE LA TELEVISION DE DEMAIN ?

Intervenants:

François Mariet, Professeur à l'Université Paris-Dauphine, Président du Conseil Scientifique de l'IREP et directeur associé de Startup Avenue.

Marc Pallain, Président du Directoire du groupe NRJ et Président du groupement TNT

Jean-Christophe Thiery, Directeur Général de Direct 8

Thomas Valentin, Vice-président du Directoire et Directeur Général des antennes et des contenus du groupe M6

Animation :

Nicolas Reffait, Directeur associé Bearing Point

20H20 – 20H30

CONCLUSION

Bruno Retailleau, Sénateur de la Vendée, Président de la Commission du dividende numérique

Mot de clôture :

Laurent Sorbier, Maître de conférences associé à l'Université Paris Dauphine, Conseiller référendaire à la Cour des comptes

20H30

Cocktail

INFORMATIONS PRATIQUES

LIEU :

Salle Raymond Aron

Université Paris Dauphine

Place du Maréchal de Lattre de Tassigny
75775 PARIS Cedex 16

En transports en commun :

- Bus : ligne petite ceinture PC1, arrêt Porte Dauphine
- Métro : ligne 2 (Nation / Porte Dauphine), station Porte Dauphine, sortie Avenue Bugeaud
- RER : ligne C, station Avenue Foch

En voiture :

Rejoindre le périphérique puis emprunter la sortie Porte Dauphine. Rejoindre ensuite la Place du Maréchal de Lattre de Tassigny.

CONTACTS :

RSVP

Dominique Métivier
Secrétariat du Master 226
Dominique.Metivier@dauphine.fr
Tél : 01 44 05 42 70

Organisation / contacts presse

Laurent Sorbier
Maître de conférences associé

Master 226 – Paris Dauphine
www.master226.com

Tél : 01 44 05 42 70
laurent@sorbier.net

Bertrand Maccarini
Responsable Marketing & Communication

BearingPoint
www.bearingpoint.fr

Tél : 01 58 86 56 80
bertand.maccarini@bearingpoint.com