

L'OTT, LA NOUVELLE DONNE DU SECTEUR AUDIOVISUEL

1 jour en présentiel (7 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet d'identifier les impacts profonds de la diffusion vidéo sur Internet en Live ou en VoD, et les opportunités stratégiques qui en découlent.

Population visée

Toute personne travaillant dans le secteur télé, audiovisuel, cinéma, communication, publicité.

Pré-requis

Connaître l'écosystème audiovisuel traditionnel.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un support de cours est remis pendant le stage. Exposé illustré par des captures d'écran et de nombreux exemples. Analyse des chiffres de référence du marché. Questionnement pour favoriser la réflexion collective et individuelle et faciliter les échanges. Études de cas emblématiques.

Formateur

Formateur consultant expert dans les nouveaux médias, l'économie et le marketing du numérique à l'usage du secteur culturel.

Modalités de validation des acquis

Évaluation des acquis via un questionnaire.
Attestation de fin de stage.

Contenu

Définir le contexte

- Définition technique et économique de l'OTT
- Contexte d'émergence : consommation vidéo en ligne, multi-écrans, non linéaire

Énoncer les avantages et inconvénients de l'OTT vidéo

Repérer les différents écrans de réception de l'OTT vidéo

- Ordinateurs, streamers et boxes OTT, TV connectées, smartphones et tablettes

Répertorier les différents acteurs du secteur audiovisuel impactés par l'OTT

- Cartographie du nouvel écosystème audiovisuel

Comparer les stratégies OTT des anciens et des nouveaux acteurs

- Les offres des constructeurs : Sony, Roku, Videofutur
- Les stratégies des ayants-droit : fédérations sportives (NFL, NBA), studios de cinéma (Warner, Disney, Lionsgate)
- Les « Pure Players » OTT : YouTube, Facebook, Twitter, Snapchat, Netflix, Amazon, Hulu
- Les chaînes de télévision et l'OTT : BBC, CBS, HBO, AMC, Showtime, Canal +, M6
- Les distributeurs et l'OTT : principe de neutralité du Net, opérateurs télécom (Orange, SFR, Verizon), câblo-opérateurs (Virgin Média, Comcast), opérateurs satellite (BSkyB, Dish, DirecTV)

Déterminer les modèles dont s'inspirer ou à écarter

Identifier les facteurs clés de succès en OTT vidéo