



## Médias

# Programmation non linéaire des contenus

VOD, SVOD, TVOD, FreeVOD, AdVOD...

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La formation Programmation non linéaire des contenus permet de: Comprendre l'évolution des modes de consommation des contenus et les impacts sur le secteur. Appréhender les spécificités techniques et juridiques de la diffusion sur plusieurs supports. Développer une réflexion marketing Contenus: la marque/les valeurs/ la stratégie. Découvrir les formats qui fonctionnent et comment les exposer au mieux Construire des grilles de programmation linéaires et 'On demand' en synergie.

## Publics concernés

Responsables de la programmation. Responsables des achats et des coproductions, responsables marketing et communication.

## Pré-requis

Aucun.

## Points forts

- Une analyse des bonnes pratiques de programmation non linéaire en résonance avec les offres linéaires.
- Des intervenants qui innovent et expérimentent la programmation linéaire/non linéaire et ses impacts depuis plusieurs années.
- Une formation construite autour de retours d'expérience concrets.

## FORMATEURS

Spécialistes de la programmation TV. Spécialistes des nouveaux médias (Internet, téléphonie, jeux vidéo, musique, droits dérivés). Producteurs.

## CONTENU

Netflix, Prime Vidéo, Disney +, mais également Apple TV +, Discovery + et d'autres à venir ... Depuis quelques années, les plateformes de streaming ont bouleversé l'écosystème de la vidéo. Et d'autres services thématiques complètent cette offre tentaculaire, qui challenge la télévision linéaire traditionnelle.

Alors comment les chaînes de télévision, les studios de productions, les fabricants ont-ils répondu à cette concurrence et comment ont-ils fait évoluer leur offre de contenu pour s'adapter et être complémentaires ?

Des experts au cœur de cette révolution partagent leur expérience et vous aideront à mieux appréhender les nouvelles règles de la programmation de contenus et les enjeux à venir. Où comment la programmation va devenir la stratégie éditoriale !

Évolution du marché audiovisuel? :

- équipements, comportement des consommateurs et tendances;
- évolution technologique, nouveaux acteurs du marché ;
- lois et instances de régulation.
- la programmation et les enjeux éditoriaux, marketing, financiers, techniques et juridiques;
- recrutement, fidélisation et KPI;
- replay vs VOD, SVOD vs AVOD, les nouveaux antagonismes.
- par type de supports;
- par type de contenus;
- le transmédia et les nouvelles narrations.

Fondamentaux de la programmation? :

L'inflation du marché des droits:

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours théoriques illustrés, présentations, démonstrations et visionnages.
- Études de cas et travaux pratiques.

- Retour d'expérience d'un producteur.

## **MATÉRIELS UTILISÉS**

Salle multimédia.

## **POUR PROLONGER CETTE FORMATION**

Construire la programmation d'une chaîne de télévision (C00671)

Construire une grille radio (C01477)

Transformation numérique du secteur audiovisuel (C01762)

---

**Site web : [campus.ina.fr](http://campus.ina.fr)**

Réf: C00935

### **Catégorie**

Fondamentaux

### **Votre conseiller de formation**

Dominique Charlier 01 49 83 24 07 [dcharlier@ina.fr](mailto:dcharlier@ina.fr)

### **Durée**

2 jours (14 heures)

### **Prix**

1400 €

## **SESSIONS**

Du 12 nov. 2024 au 13 nov. 2024 à INA / ISSY-LES-MOULINEAUX ( 21-23 RUE CAMILLE DESMOULINS ISSY-LES-MOULINEAUX ) : 1400 € Du 27 mai 2024 au 28 mai 2024 à INA / ISSY-LES-MOULINEAUX ( 21-23 RUE CAMILLE DESMOULINS ISSY-LES-MOULINEAUX ) : 1400 €

---

### **Mes notes :**

-----

-----

-----

-----