

.. [Espace Formation] .. **e**marketing.fr

► **Veille**

Prospective

Les médias en pleine mutation

Marketing Magazine N°135 - 01/11/2009 - Aurelie CHARPENTIER

Les médias changent et sont même sur le point de vivre une véritable révolution... Guillaume Multrier, directeur général d'Aegis Media, confie son analyse prédictive à Marketing Magazine.



> S'abonner
> Les autres articles de ce numéro

«D'ici deux ans, une révolution va avoir lieu dans l'univers des médias.» C'est la conviction de Guillaume Multrier, directeur général d'Aegis Media, pour qui nous allons observer une mutation d'un média éditorial à un média plateforme, à l'instar de ce qui se produit dans le secteur musical. «La star n'est plus le média, mais le contenu», précise-t-il. De



fait, les radios musicales affichent une nette diminution de leur audience. La part d'audience des programmes musicaux des stations musicales nationales étant passée de 36,4% en avril-juin 2007 à 33% pour la même période en 2009, selon Médiamétrie. La mission des radios musicales se voit fortement concurrencée. D'autant que, maintenant, il est très facile d'écouter un titre sur son ordinateur ou sur son mobile. «Cela change profondément la manière de consommer ce média», explique le directeur général d'Aegis Media. Le caractère de recommandation et de conseil de la radio se voit en outre supplanter par les recommandations d'amis sur Facebook notamment, et par la découverte de nouveaux artistes sur des sites comme Deezer ou MySpace. Ce qui fait dire à Guillaume Multrier que nous sommes dans un monde «délinéarisé», à la fois social et convergent. Or, ce qui est à l'oeuvre dans l'univers des radios musicales, et de la musique en général, pourrait bien contaminer les autres médias. A l'instar de la vidéo notamment. Avec la télévision à la demande, la possibilité offerte aux téléspectateurs de suivre une émission quand ils le souhaitent et où ils le souhaitent, avec l'apparition d'offres comme M6 Replay sur le Web engrangeant plus de 1,2 million de visiteurs uniques (source: Médiamétrie/NetRatings-août 2009) et TF1 Player sur iPhone, la télévision est en pleine mue. Ainsi, 38% des internautes déclarent avoir vu une émission TV sur Internet après sa diffusion. Le téléspectateur, au lieu de sélectionner une chaîne, choisit une émission.

■ **DU CONTENU DE QUALITÉ À LA DEMANDE**

Il n'y aura donc bientôt plus une bataille entre chaînes, mais une bataille des contenus. Les chaînes ne joueront plus le rôle de programmeurs, mais de

Site de la semaine

Formation

Emploi

Nouveau site Emploi sur **e**marketing.fr

Spécialisé dans les offres d'emploi du marketing, cet espace permet aux candidats de déposer leur C.V. Les entreprises et cabinets bénéficient d'une offre spéciale pour insérer leurs annonces et entrer en contact avec les candidats.

Info-commerciale



> www.e-marketing.fr/Emploi

Avis des internautes

Vos réactions

Nuage de mots clés

Vidéos

Donnez-nous votre avis sur une question liée à votre activité professionnelle



• Selon vous, la communication vers les jeunes se jouera-t-elle avec des campagnes virales ?

- Oui
 Non

[Voir les résultats](#)

> [Tous les sondages](#)

Trophées Décision Achats

Conférence Mkg comportemental

Trophées Décision Achats 2010

Téléchargez vos dossiers de participation



Ces Trophées récompensent les entreprises ayant mis en oeuvre une politique d'achats exemplaire dans cinq catégories : achats durables, achats publics, professionnalisation de la fonction achats, promotion de la fonction achats en interne et gestion de la relation fournisseurs.

Clôture des inscriptions le 10 février 2010

> www.decision-achats.fr/TDA2010

- Marketing
- Management
- Commercial
- Finance
- Droit
- E-Commerce
- Informatique