

Communiqué de presse

30 Septembre 2025

MIPCOM 2025 : Glance révèle les formules gagnantes pour réussir sur le marché compétitif des contenus



Glance, leader de la connaissance du marché TV et vidéo, annonce le programme de sa prochaine conférence au **MIPCOM CANNES 2025** qui ouvrira ses portes en octobre. « **Unlocking Audience & Content Dynamics: Who is watching, What, How and Why?** » se penchera sur différents succès d'audience dans un paysage médiatique en pleine mutation.

Frédéric Vulpré, Directeur de Glance, et Maryam Ramassamy, Directrice Études et Marketing international, codirigeront la session en s'appuyant sur l'accès unique de Glance aux données d'audiences de plus de 120 territoires. Y seront scrutés les habitudes de visionnage, les tendances en matière de contenus et les nouveaux lancements réussis afin d'élaborer des stratégies concrètes.

La présentation traitera des questions les plus pressantes du secteur, telles que le déclin de la TV linéaire et l'intensification des guerres du streaming. Les participants auront aussi un aperçu des tendances internationales des audiences et des stratégies de programmation qui permettent aux marques-programmes de se démarquer sur un marché de plus en plus saturé, ainsi que des approches innovantes pour contrer la baisse des recettes dans cette période de transformation sans précédent du secteur.

Frédéric Vulpré et Maryam Ramassamy partageront également des études de cas et des données, notamment une analyse des stratégies des plateformes de BVOD telles que la croissance remarquable des revenus publicitaires numériques de TF1+ et les partenariats stratégiques et nécessaires de « co-concurrence » qui émergent entre les diffuseurs traditionnels et les plateformes de streaming mondiales.

Avec Netflix et YouTube dominant près de la moitié des heures de streaming aux États-Unis, et des annonceurs de plus en plus focalisés sur les 25-49 ans, comprendre les dynamiques d'audience n'a jamais été aussi essentiel. Alors que le secteur adopte ce que les experts appellent « l'hyperdistribution » et la « co-pétition », la nécessité de diffuser des contenus tous azimuts tout en collaborant avec ses concurrents crée souvent une stratégie gagnante.

Les participants apprendront comment exploiter les données d'audience propriétaires comme levier de négociation, comprendront l'évolution vers des modèles axés sur la publicité ciblant la tranche d'âge cruciale des 25-49 ans et découvriront des approches pratiques pour une hyperdistribution simultanée sur les chaînes AVOD, FAST, SVOD et linéaires.

“ Le paysage des médias est plus fragmenté que jamais, pourtant le besoin d'informations précises sur les audiences n'a jamais été aussi grand, notamment avec les nécessaires stratégies « d'hyperdistribution » des diffuseurs et des contenus et de « co-pétition » observées chez les grands acteurs du marché. Notre conférence au MIPCOM fournira aux participants les informations étayées dont ils ont besoin pour naviguer dans cette complexité et prendre des décisions stratégiques qui donnent des résultats tangibles. ”

Frédéric Vulpré, Directeur de Glance

Outre les franchises à succès, les contenus misent aussi sur les thématiques sociétales actuelles pour captiver le public. Glance mettra en avant les thrillers et la manière dont ils explorent le contexte géopolitique de plus en plus complexe, ainsi que les séries qui explorent l'évolution de la perception des normes de genre et de sexualité, sous l'impulsion d'une nouvelle génération. Glance explorera également les formats de divertissement et la manière dont ils misent sur la nostalgie du début des années 2000, ainsi que les nouvelles émissions adoptant des technologies innovantes, notamment l'IA.

“ Notre industrie tente de s'adapter à un changement fondamental dans la manière dont le public consomme la TV, tant sur le fond que sur la forme. Outre la modification du mode de diffusion des contenus, la narration doit également être plus proche de l'état d'esprit actuel du public, même si cela peut parfois sembler contradictoire de se plonger dans la nostalgie, tout en développant des histoires et des formats hautement conceptuels. ”

Maryam Ramassamy, Directrice Études et Marketing international de Glance

MIPCOM CANNES 2025, dont le thème cette année est « The Creator Economy: Powering MIPCOM 2025 », se tiendra du 13 au 16 octobre au Palais des Festivals et des Congrès de Cannes.

La conférence de Frédéric Vulpré et Maryam Ramassamy « **Unlocking Audience & Content Dynamics: Who is watching, What, How and Why?** » se déroulera le lundi 13 octobre à partir de 9 heures au Grand Auditorium.

Glance fournit les audiences officielles de plus de 7 000 chaînes dans 120 territoires. Elle collabore avec plus de 100 fournisseurs de données et 230 grands diffuseurs, services de streaming et studios de production à travers le monde afin de transformer des données d'audience complexes en informations exploitables. Son équipe d'experts analyse les données d'audience pour divers clients à travers le monde à l'aide de méthodologies robustes.

À propos de Glance

Entité de Médiamétrie, Glance est le leader mondial de la connaissance et de l'expertise des marchés TV et vidéo.

Avec des bureaux à Paris et Londres, Glance collabore avec plus d'une centaine de fournisseurs de données dans le monde pour fournir des classements d'audience TV et en ligne et une analyse des données d'audience à l'aide de méthodologies robustes.

Glance fournit les audiences TV officielles de plus de 7 000 chaînes dans plus de 120 territoires, y compris les audiences SVOD dans 28 pays, et suit les tendances de contenus dans 50 territoires. Glance délivre des conseils stratégiques sur le développement et la diffusion de contenus à plus de 230 clients de référence, à l'aide d'outils prédictifs pour indexer l'intérêt des audiences.

Plus d'informations : www.glance-mediаметrie.com  @Glance  Glance [Online store](#)

À propos de Médiamétrie, High trust data

Médiamétrie traite chaque jour plus d'1 milliard de données pour accompagner ses clients français et internationaux dans l'élaboration de leur stratégie. Au cœur de nos valeurs et de nos offres : une mesure transparente, juste, impartiale, inclusive, comparable et vérifiable. Médiamétrie met toute l'expertise de ses équipes au service de la conception et de la production de mesures d'audience de référence communes et souveraines pour les médias, les plateformes et le marché publicitaire, pour les univers audios et vidéos. Médiamétrie compte plus de 700 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 103,5 M€ en 2024.

Plus d'informations : www.mediаметrie.fr  @Mediаметrie  Mediаметrie.official  Médiamétrie

Contacts presse :

Isabelle Lellouche-Filliau
Tél : +33 (0)1 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediаметrie.fr

Stéphanie Haoun
Tel: +33(0)1 71 09 93 18
shaoun@mediаметrie.fr



Les Mots des Médias
Consultez + de 500 définitions