

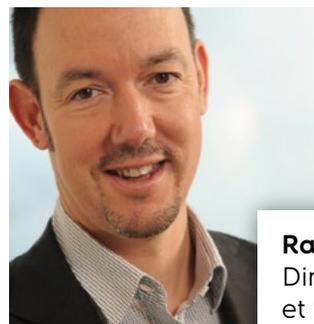
# B2C

## Nos principaux métiers

- Pilotage des activités et de la sous-traitance
- Conception, développement produits, services et contenus
- Marketing de l'offre/client
- Intelligence de la donnée
- Installation, mise en service et maintenance client
- Support technique au client
- Support opérationnel à la production

## Orientations stratégiques

- Retrouver la position d'opérateur télécoms premium au travers de réseaux performants, d'équipements de qualité permettant d'accéder à tous les contenus sur tous les écrans et d'une expérience client irréprochable.
- Refondre la proposition client pour retrouver la croissance du parc et mieux valoriser les contenus.
- Mettre en place un nouveau modèle de distribution plus efficient et omnicanal.



**Raphaël PORTE,**  
Directeur Paid TV  
et Services OTT

## Concrètement, en quoi consiste votre métier ?

Mon métier couvre la distribution des contenus audiovisuels, sur nos réseaux et en OTT. L'activité de distribution de contenus chez SFR est assez diversifiée ; on y traite des interfaces de consommation avec notamment les applications ou les Box, de l'éditorialisation, du marketing avec les partenariats médias et constructeurs et bien entendu de la commercialisation.

## Quels en sont les grands enjeux ?

Nos droits exclusifs comme la Champions League sur RMC Sport, ainsi que notre rôle de distributeur et d'agrégateur multicontenu nous permettent d'être reconnus par nos clients pour notre offre premium sur le marché de la TV. Aujourd'hui, notre enjeu clé est de transformer l'expérience TV de nos clients en une expérience unique de consommation de contenus. Nous sommes en effet passés d'une consommation linéaire de la TV à une consommation à la demande. Et nous faisons en sorte que l'expérience apportée par SFR à ses clients soit toujours fidélisante, innovante et différenciante.

## Comment voyez-vous l'évolution de ce métier pour les années à venir ?

La transformation radicale des usages va devenir de plus en plus rapide. Les habitudes et les lieux de consommation évoluent, vers toujours plus de mobilité. Au sein d'un même foyer, on observe une multiplicité croissante du nombre d'écrans (plus de 6 écrans par foyer en moyenne) ; on consomme désormais des contenus partout, tout le temps et sur de multiples écrans. Ces transformations auront un impact sur tous les métiers de la chaîne : les interfaces, les réseaux d'accès, les technologies, avec notamment la 5G qui permettra par exemple de consommer des films en 4K dans le métro !