

Communiqué de presse

CNET TV fête ses un an Pari réussi pour la web TV du groupe CNET Networks

Paris le 25 juin 2008, Un an après son lancement, CNET TV, la Web TV du groupe CNET Networks, poursuit un développement dynamique et attire une audience nombreuse et diversifiée. Avec plus de 500 vidéos réalisées et près de 5 millions de visionnages, CNET TV répond à l'attente grandissante des internautes pour des contenus vidéos de qualité professionnelle.

Lancement réussi pour CNET TV



Depuis son lancement le 26 juin 2007, CNET TV a produit et réalisé plus de 80 heures de programmes diffusés sur le site www.cnettv.fr et sur l'ensemble des sites du groupe notamment ZDNet, CNETFrance, BusinessMobile, Gamekult, Goosto et Cartech. Chaque semaine, les internautes peuvent découvrir une dizaine de nouvelles émissions et accéder aux archives du site qui comptent plus de 500 vidéos accessibles gratuitement et dans leur intégralité.

<http://www.cnettv.fr/divers/production/cnettv-fete-ses-1-an-10001267.htm>

Pour satisfaire les attentes d'une audience passionnée et prendre en compte les spécificités de chaque thème, CNET TV propose des formats variés, avec des programmes d'une durée allant de 2 à 60 minutes. « Nous adaptons en permanence le format des émissions à la nature du sujet et aux attentes des internautes » précise Loïc Dufour, Directeur de CNET TV.

Après un lancement réussi, CNET TV poursuit sa progression « en un an, nos vidéos ont été visionnées par près de 1,5 millions d'internautes sur cnettv.fr et ce sont 5 millions de streams qui ont été réalisés sur l'ensemble de nos sites » se félicite Loïc Dufour.

Des émissions phares pour les sites du groupe CNET Networks

Les émissions telles que « Digital Report », « Cartech », « Gamekult l'émission », « Goostissimo », « Musikiosk », « First look », « On the Spot », « IT PLEX » et « Onlylady » s'inscrivent dans la ligne éditoriale des sites du groupe et sont devenues de véritables rendez-vous pour les internautes.

Outre le vif succès remporté sur les sites CNET Networks, les émissions ont été plébiscitées et exportées pour être diffusées sur des supports partenaires comme Mobibase, mageneration.com ou encore skynet.be.

CNET TV, société de production de contenus vidéos online

En plus de son activité de production et de diffusion pour le groupe CNET Networks, CNET TV est aujourd'hui reconnue par de grandes entreprises pour son savoir-faire et la qualité de ses programmes.

Samsung, Intel ou encore HP lui ont déjà fait confiance pour la production de leurs contenus vidéo : captations d'événements, témoignages clients ou encore démonstrations produits.

Le dynamisme de cette activité « offre à CNET TV des perspectives de croissance exceptionnelles », selon Nicolas Thorin Directeur du Pôle Lifestyle & Entertainment de CNET Networks, « Nous proposons une solution complète originale alliant compétences techniques et savoir-faire journalistique. De plus, cette activité nous permet d'envisager des projets ambitieux ».

A propos de CNET Networks France

Présent dans 15 pays, le groupe CNET NETWORKS possède des marques leaders telles que CNET, News.com ou ZDNet. C'est également un acteur majeur de l'entertainment online avec des marques comme TV.com, GameSpot, MP3.com, CNET TV .

CNET Networks est un des principaux groupes mondiaux de média et de contenus interactifs. Il fait partie du TOP 10 des sociétés Internet dans le monde (Source Comscore - février 2008 : 124 millions de visiteurs uniques mensuels - Source CNET interne Q4 2007 : 83 millions de pages vues par jour - 148 millions de visiteurs uniques par mois).

Filiale française de CNET Networks Inc., CNET Networks France comprend deux divisions qui englobent des activités de publications online (ZDNet.fr, Gamekult.com, CNETFrance.fr, Cartech.fr, BusinessMOBILE.fr, Goosto.fr, CNET TV, Musicspot.fr, Music360.fr), de marketing direct et bases de données (CNET Direct).

Contact Presse CNET Networks France

Joïakim Tuil

01 44 88 88 30

CNET@opinionvalley.com