

CHAÎNES FAST IMMERSIVES · BROADCAST

La télévision devient une expérience

Par **Tatiana Glazova** · 6 novembre 2026 · netradio.fr

Des océans, des aurores boréales, des planètes géantes, du piano au clair de lune… Avec sa Collection Immersive, Netradio Network imagine des chaînes que l'on ne regarde plus seulement : on les vit. Après Sling TV aux États-Unis, elles ont fait leur entrée le 23 octobre dans l'offre de Vodafone TV au Royaume-Uni. Plongée dans une nouvelle façon de faire de la télévision.

L'ESSENTIEL

- La Collection Immersive de Netradio Network réunit douze chaînes FAST, plus FEAR, consacrée au dark ambient : des univers visuels et musicaux diffusés en continu.
- Depuis le 23 octobre 2026, elles font partie de l'offre Vodafone TV au Royaume-Uni.
- Aux États-Unis, Sling TV a étendu leur distribution à toute la collection après un premier test.
- Le marché mondial du FAST devrait passer de 6 à 11 milliards de dollars entre 2025 et 2030, selon Omdia.

« Comment ai-je envie de me sentir ? »

Allumer la télévision, c'est d'ordinaire choisir un programme. La Collection Immersive de Netradio Network part d'une autre envie : choisir une atmosphère. Ici, pas de présentateur, pas d'intrigue à suivre, pas d'épisode à rattraper. Chaque chaîne est un flux continu où des univers visuels cinématographiques et une programmation musicale se répondent pour accompagner un moment de la journée.

> *« La télévision traditionnelle demande : "Qu'ai-je envie de regarder ?" La Collection Immersive ajoute une autre question : "Comment ai-je envie de me sentir ?"*
>
> GROUPE NETRADIO, PRÉSENTATION DE LA COLLECTION IMMERSIVE

Cinq verbes résument la promesse : s'évader, se détendre, se concentrer, rêver, vibrer. Et trois façons de s'en servir. On peut regarder, comme on regarde un film, puisque chaque chaîne se veut « une expérience visuelle à part entière ». On peut se laisser accompagner pendant le travail, la lecture, un repas ou un moment de détente. On peut enfin transformer l'ambiance d'une pièce, quand « l'écran devient une fenêtre vers un autre univers ».

Voir en ligne :
youtube.com/watch?v=bdUaxuKOMUA

Douze univers et une petite dernière

La collection compte douze chaînes, rangées non pas par genre mais « autour des usages et des émotions ». Une treizième, FEAR, est venue s'y ajouter. Chacune possède sa signature visuelle et musicale, ses « univers », et une liste de moments pour lesquels elle a été pensée.

S'évader, contempler

Underwater Wonder « transforme l'écran en fenêtre ouverte sur les océans » : récifs coralliens, tortues marines, eaux cristallines et grands paysages sous-marins, sur une musique apaisante. Aurora Calm invite à « ralentir, respirer, se recentrer » sous les aurores boréales, entre glaces, montagnes et ciels étoilés. AWE:COSMOS, enfin, fait lever les yeux vers des planètes monumentales, des nébuleuses lumineuses et des horizons stellaires.

Rêver, se concentrer

Piano Dreams associe des mélodies de piano relaxantes à des visuels poétiques et surréalistes, comme « une parenthèse pour l'esprit ». LO-FI, elle, est « pensée pour accompagner le travail, les études, la lecture et les moments de décompression » : des beats doux, une esthétique urbaine apaisante, la pluie sur les vitres et une skyline dans la nuit.

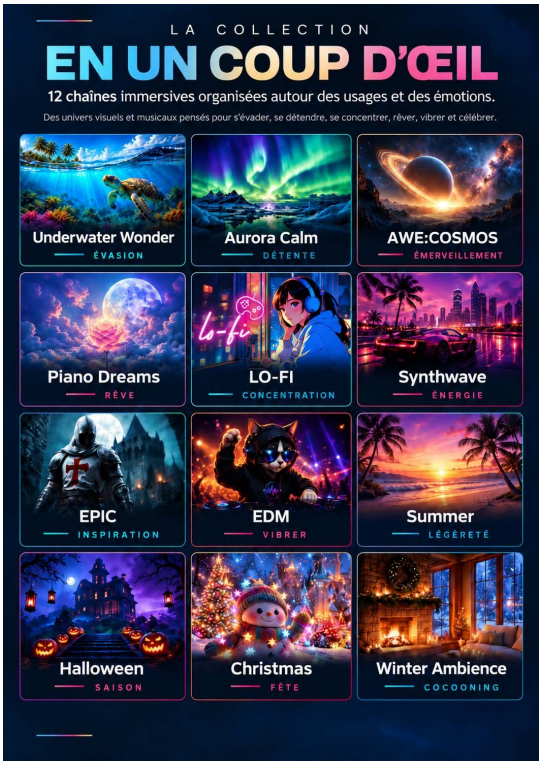
Vibrer

Changement de tempo avec Synthwave, qui mêle musique électronique, nuits néon et paysages rétro-futuristes. EPIC se présente comme « la bande-son des mondes grandioses » : chevaliers, citadelles, quêtes fantastiques et musiques cinématographiques. EDM promet « l'énergie électronique en continu », des plus grands festivals aux talents de demain, avec un credo : « EDM, c'est bien plus qu'une musique : c'est une expérience. »

Suivre les saisons… et frissonner

Quatre chaînes suivent le calendrier. Summer décline le triptyque soleil, légèreté, évasion. Halloween convoque manoirs hantés, forêts brumeuses et fêtes foraines inquiétantes. Christmas diffuse « la magie des fêtes en continu », quand Winter Ambience installe « le

cocon de l'hiver » : salons au coin du feu, chalets enneigés, neige qui tombe derrière la fenêtre. FEAR, « The Sound of Your Fears », vise les amateurs de tension et de mystère : villes désertes, lacs brumeux, navires fantômes et lieux abandonnés, sur fond de dark ambient.



La collection en un coup d'œil : douze chaînes organisées autour des usages et des émotions. © Netradio Network



Underwater Wonder, « révélation » du déploiement estival sur Sling TV aux États-Unis. © Netradio Network



LO-FI, la chaîne pensée pour le travail, les études et la lecture. © Netradio Network



Synthwave, ou le rétro-futurisme en musique et en images. © Netradio Network



FEAR, la petite dernière de la collection, consacrée au dark ambient. © Netradio Network

Une vieille idée, un format neuf

Faire de l'écran une ambiance n'est pas une idée nouvelle. Le soir du 24 décembre 1966, la chaîne new-yorkaise WPIX diffusait pendant trois heures un feu de cheminée : The Yule Log. Le programme a tenu l'antenne chaque année jusqu'en 1990, avant d'être arrêté faute de recettes publicitaires.

Il est revenu en 2001, à la demande du public, après les attentats du 11 septembre : la ville avait besoin, disait alors la direction de la chaîne, de « comfort-food television », rappelle The Ankler.

En Norvège, la télévision publique NRK a fait de la « slow TV » un phénomène national. En 2009, elle

diffusait les quelque sept heures du trajet en train entre Bergen et Oslo. En 2011, elle suivait en direct, pendant 134 heures, la croisière de l'Hurtigruten le long des côtes. Environ la moitié des Norvégiens l'ont regardée à un moment ou à un autre, selon les chiffres compilés par Wikipédia.

La génération streaming a adopté la même grammaire. Depuis février 2017, la chaîne YouTube Lofi Girl diffuse en continu ses « beats to relax/study to », devenus indissociables de sa célèbre étudiante dessinée. Elle comptait environ 15 millions d'abonnés fin 2025 et réunissait en moyenne 40 000 personnes connectées en même temps en 2023. Il manquait à ces programmes une place durable sur le grand écran du salon. Les chaînes FAST la leur offrent.

Le FAST, terrain de jeu naturel de la TV d'ambiance

Les chaînes FAST, pour « free ad-supported streaming television », sont des chaînes linéaires gratuites, financées par la publicité et diffusées sur les téléviseurs connectés, les box et les applications. Le modèle a trouvé son public. Selon Omdia, le chiffre d'affaires mondial du FAST atteindrait 6 milliards de dollars en 2025 et 11 milliards en 2030. Chaque mois, 26 % des adultes connectés regardent des chaînes FAST au Royaume-Uni, 25 % en Allemagne et 17 % en France. Aux États-Unis, eMarketer prévoit plus de 125 millions de téléspectateurs FAST en 2026.

> *« Il existe un appétit clair et croissant pour les contenus linéaires gratuits.*
> MARIA RUA AGUETE, DIRECTRICE MÉDIAS ET DIVERTISSEMENT D'OMDIA

Dans ce paysage, l'ambiance est devenue un segment à part entière. Début octobre, The Ankler consacrait une longue enquête à cette « zone-out TV » qui devient « un gros business ». Le média y cite une estimation du cabinet Market Intelo : plus de 4 milliards de dollars dans le monde aujourd'hui, plus du double d'il y a sept ans, et 12 milliards attendus en 2034. Certaines chaînes d'ambiance diffuseraient même plus de minutes de publicité par heure que les offres avec publicité de Netflix ou d'Amazon. Les annonceurs y verraient un public détendu, potentiellement plus réceptif.



AWE:COSMOS : « Contempler. Respirer. S'émerveiller. » © Netradio Network

Ces chaînes ont un autre atout : elles ne coûtent pas une fortune à opérer. Comme l'a montré le dernier SATIS, la diffusion devient du logiciel et le coût technique d'une chaîne ne cesse de baisser. Il devient possible de multiplier les univers de niche, à condition de savoir les programmer.

Aux États-Unis, l'épreuve du terrain avec Sling TV

Le concept a d'abord été testé outre-Atlantique, chez Sling TV. Le groupe raconte une trajectoire en quatre temps. La plateforme intègre d'abord une première sélection de chaînes, « afin d'observer la réponse du public et le potentiel du portefeuille ». Au vu des premiers résultats, elle

étend ensuite la distribution à l'ensemble des chaînes proposées par Netradio Network.

Le portefeuille élargi affiche alors, selon le groupe, « des performances d'audience et de monétisation supérieures aux attentes du distributeur ».

Quelques semaines plus tard, Sling TV sollicite déjà les prochains concepts de chaînes en vue de ses sélections 2026-2027. Parmi les nouveautés de l'été, Underwater Wonder s'est distinguée par les meilleures performances en audience comme en monétisation publicitaire.

> *« Du premier test à l'élargissement du portefeuille, puis à la demande de nouveaux concepts : une trajectoire qui confirme la capacité de ces chaînes à s'installer durablement dans l'offre d'un distributeur.*
> GROUPE NETRADIO

Derrière l'émotion, il y a de l'exigence technique. Pour durer dans l'offre d'un distributeur, une chaîne immersive doit cocher quatre cases : la qualité d'image, la cohérence visuelle, la fluidité des flux et la stabilité technique.



Piano Dreams associe des mélodies de piano relaxantes à des visuels poétiques. © Netradio Network

Vodafone TV, la porte d'entrée britannique

Au Royaume-Uni, la collection a trouvé un partenaire de poids. Lancée début octobre par VodafoneThree, Vodafone TV réunit dans une même interface Netflix, HBO Max, la plateforme Freely, plus de 150 chaînes en direct supplémentaires et plus de 300 jeux. L'offre démarre à 10 livres par mois pour les clients mobile ou box de l'opérateur. La formule Essential, avec Netflix et HBO Max inclus, coûte 17 livres par mois.

Le pari de l'opérateur est celui de la simplicité. « Les foyers doivent composer avec une installation TV devenue beaucoup trop compliquée », expliquait au lancement Rob Winterschladen, directeur grand public de VodafoneThree. Selon une étude de l'opérateur, 40 % des Britanniques ont le sentiment de payer pour des services qu'ils n'utilisent pas régulièrement.

Depuis le 23 octobre, les chaînes de la Collection Immersive font partie de cette offre. Pour Netradio Network, c'est une vitrine dans l'un des marchés les plus mûrs d'Europe pour le FAST. Pour l'opérateur, ce sont des univers prêts à l'emploi, financés par la publicité, qui enrichissent son offre.

Demain, une télévision qui se règle sur l'humeur

Que deviendra ce nouveau type d'offre ? Plusieurs tendances se dessinent déjà. La première concerne la manière de choisir. Avec ces chaînes, on ne cherche plus un titre mais un moment : travailler, lire, dîner, s'endormir, recevoir. Chaque chaîne de la collection est d'ailleurs présentée avec ses usages : salon, lecture, télétravail, soirée, fond musical. À mesure que les interfaces des téléviseurs se personnalisent, l'humeur pourrait devenir une porte d'entrée à part entière, au même titre que le genre ou la chaîne.

La deuxième tendance est saisonnière. Comme le commerce, l'antenne suit le calendrier : l'été, Halloween, Noël, l'hiver. Ces rendez-vous donnent aux distributeurs un calendrier de programmation clés en main et aux annonceurs des contextes tout trouvés.

La troisième dépasse le salon. Hôtels, halls d'accueil, bars et lounges, vitrines : la collection revendique aussi ces lieux, où l'écran sert de décor autant que de média. Enfin, l'expérience pourrait devenir interactive. Selon The Ankler, Samsung prépare ainsi un feu de cheminée interactif, Fireside Interactive. Le téléspectateur y choisira le décor, l'heure, la météo, la musique et même le volume du crépitement.

> *« Une chaîne FAST, c'est 8 760 heures d'antenne à programmer chaque année. Elle vit d'un catalogue profond et d'une identité forte.*
>
> CHRISTOPHE MARCY, CEO DU GROUPE NETRADIO

Sur ce terrain, les univers immersifs ont un avantage décisif : ils ne s'épuisent pas. Une aurore boréale ne se divulgâche pas, un récif corallien ne se « binge-watche » pas. The Ankler résume le paradoxe : moins on regarde attentivement, plus cette attention passive prend de la valeur. La télévision n'a pas fini de se réinventer, et elle le fait en se rapprochant de ce qu'elle a toujours été : une fenêtre ouverte, chez soi, sur le monde.



Winter Ambience, « le cocon de l'hiver en continu ». © Netradio Network

Netradio Network, des ondes aux univers

La Collection Immersive est éditée par Netradio Network, au sein du Groupe Netradio. Fondé et dirigé par deux pionniers des médias indépendants en France, le groupe exploite Netradio, la radio des youtubeurs et des influenceurs, diffusée en DAB+ et par satellite. Il édite aussi NETRADIO VISION, une chaîne FAST consacrée à la pop culture et à la creator economy, parmi une vingtaine de chaînes distribuées dans le monde entier. Ces chaînes se retrouvent également sur TACKENDO, la plateforme de télévision gratuite du groupe, accessible sans inscription ni abonnement sur le web, sur mobile, sur Roku et sur Fire TV.

Transparence : netradio.fr est édité par le Groupe Netradio, qui produit et distribue la Collection Immersive.

Collection Immersive : vos questions

Qu’est-ce qu’une chaîne FAST ?

FAST signifie « free ad-supported streaming television ». Ce sont des chaînes linéaires gratuites, financées par la publicité et diffusées en streaming sur les téléviseurs connectés, les box et les applications.

Qu’est-ce que la Collection Immersive de Netradio Network ?

C’est une collection de chaînes FAST en flux continu, qui associent univers visuels cinématographiques et programmation musicale. Elle compte douze chaînes, d’Underwater Wonder à Winter Ambience, et FEAR, consacrée au dark ambient. Les chaînes sont organisées autour des émotions : s’évader, se détendre, se concentrer, rêver et vibrer.

Où regarder les chaînes de la Collection Immersive ?

Au Royaume-Uni, elles font partie de l’offre Vodafone TV depuis le 23 octobre 2026. Aux États-Unis, elles sont distribuées par Sling TV. La plupart sont aussi accessibles gratuitement, sans inscription, sur TACKENDO, la plateforme de télévision gratuite de Netradio Network : sur le web, sur mobile, sur Roku et sur Fire TV.

Qu’est-ce que la TV d’ambiance ?

La TV d’ambiance regroupe des programmes conçus pour installer une atmosphère plutôt que pour raconter une histoire : feux de cheminée, fonds marins, paysages, musique. On peut les regarder pleinement ou les laisser en fond. Elle descend du célèbre Yule Log américain de 1966 et de la « slow TV » norvégienne.

netradio

Lire et partager l'article en ligne

Scannez le QR code avec votre téléphone pour retrouver cet article et toute l'actualité de netradio.fr.

netradio.fr/television-devient-une-experience

POUR ALLER PLUS LOIN

→ The Ankler
→ Wikipédia
→ Lofi Girl
→ Omdia
→ eMarketer

NETRADIO VISION

La chaîne FAST du groupe dédiée à la pop culture et à la creator economy, parmi une vingtaine de chaînes distribuées dans le monde entier.
Regarder NETRADIO VISION

La radio des youtubeurs et des influenceurs

En DAB+ et par satellite · netradio.fr

Article publié le 6 novembre 2026 sur netradio.fr, par Tatiana Glazova. Version PDF générée automatiquement.