

MERCREDI 28 & JEUDI 29 MAI 2008 ■ PARIS



L'INFORMATION MOBILE

*Nouveaux défis et nouvelles opportunités
pour les groupes de presse*



Intervenants

Olivier Daufresne
IPSOS

Jamila Yahia Messaoud
MÉDIAMÉTRIE

Frédéric Charret
FUTUR TELECOM

Thomas Husson
JUPITER RESEARCH

David Lacombed
ORANGE

Jean-Yves Chalm
SPQR

Philippe Jannet
LES ÉCHOS

Nicolas Guieysse
AFMM

Pascal Emond
LCI

Frédéric Olivennes
RADIO CLASSIQUE

Stanislas Leridon
FRANCE 24

Elisabeth Flüry-Hérard
CSA

CFPJ
G R O U P E



Les enjeux stratégiques de l'information mobile



MERCREDI 28 MAI 2008

GRUPE
CFPJ

Rendez-vous les 28 et 29 mai prochains pour bénéficier des dernières innovations du marché de l'information mobile,

et faire un point sur les modèles économiques envisageables et les stratégies éditoriales susceptibles d'être développées en terme de services ou de contenus

À qui s'adresse cette formation ?

- Directeurs de rédaction
- Rédacteurs en chef
- Journalistes
- Rédacteurs web/papier
- Responsables nouvelles technologies
- Responsables de développement
- Chefs de projet...

9h00 Accueil des participants

9h30 Introduction

Convergence Média : quelle consultation des médias traditionnels sur les nouveaux supports numériques ?

- Typologie du public et des usages
- Quel apport global pour la marque média ?
- Quels contenus : l'exemple des marques Radio et TV

Olivier Daufresne
Directeur pôle presse
IPSOS

10h00 Le nouveau marché de l'information mobile : perspectives et enjeux pour les marques de presse

- Les chiffres clés :
 - Le taux d'abonnement aux réseaux mobiles à haut débit
 - Quelle répartition de l'attention selon les médias ?
 - Quelle évolution du nombre de téléchargements de vidéos en ligne ?
- Quel profil de consommateurs pour l'internet mobile ?
- Quels sont les secteurs porteurs ?

Jamila Yahia Messaoud
Directeur de clientèle
MÉDIAMÉTRIE

10h30 Pause-café

10h45 Les technologies mobiles : mieux comprendre pour mieux choisir

- Lancez-vous dans l'aventure mobile : quelle technologie pour quels usages ?
- GSM, 3G/4G, MMS, SMS, WAP... : familiarisez-vous avec le langage technique
- Quelles perspectives en terme de traitement de l'information sur mobile ?

Frédéric Charret
Directeur régional
FUTUR TELECOM

11h30 Quels modèles économiques pour l'information mobile ?

- Bilan international comparé pour l'usage des services mobiles
- Après le tout gratuit numérique, comment monétiser l'offre d'information mobile ?
- Éditeurs de contenus et opérateurs de téléphonie : quels types de partenariats développer ?

- Abonnement, paiement à l'acte, publicité : quelle structure de revenus privilégier ?

Thomas Husson
Analyste
JUPITER RESEARCH

12h30 Déjeuner

14h00 Entre service et information : quel positionnement pour les éditeurs de contenus ?

- Presse, télévision, radio, et internet mobile : quelles articulations entre les supports, quelles implications en terme d'usages ?
- Quels types d'informations les mobinautes attendent-ils du support mobile ?
- Comment assurer une cohérence entre domaine d'expertise et services mobiles ?
- Quelles leçons tirer des modèles développés à l'étranger ?

David Lacombed
Directeur de l'antenne et des programmes des portails mobiles et web
ORANGE

15h00 Pause-café

15h15 Comment tirer parti de la marque sur le mobile ?

- Comment renforcer par ce biais ses relations avec le lecteur ?
- Comment profiter du support pour élargir sa cible ?
- Mesurez l'opportunité d'attirer les consommateurs mobiles sur les autres supports de la marque
- Jeux, promotions, sondages, annonces : quelle stratégie de services développer par ce biais ?

16h15 Un créneau porteur sur mobile : l'information de proximité

- Quel positionnement pour la Presse Quotidienne Régionale sur le support ?
- Démultipliez les services de proximité grâce aux atouts du mobile
- Quels types de partenariats envisager en local ?

Jean-Yves Chalm
Animateur du groupe de travail « Mobile »
SPQR (Syndicat de la Presse Quotidienne et Régionale)

17h15 Clôture de la journée



Les différents formats & contenus mobiles

➔ JEUDI 29 MAI 2008

9h00 *Accueil des participants*

9h30 Nouveau format, nouvelles exigences du lectorat... : quel traitement de l'information sur les supports mobiles ?

- Comment décliner sa stratégie éditoriale sur les supports ?
- Quels prolongements proposer au regard des contenus web ou papier ?
- Quels types d'information privilégier, comment les rubriquer ?
- Comment décliner sa pagination web au format mobile ?

Philippe Jannet

Directeur général des activités numériques
D.I GROUPE - LES ÉCHOS

10h30 *Pause-café*

10h45 *Étude de cas*

Quelles passerelles développer entre support papier et mobile ? Retour sur une démarche innovante : le code barre 2D

- Les technologies en présence, les perspectives en termes de prolongements multimédias
- Photos, vidéos, jeux concours, réductions : quels contenus complémentaires proposer par ce biais ?
- Commentaires, témoignages, votes : comment développer une interactivité avec un lecteur jusqu'à présent passif ?
- Comment profiter de cet outil pour un établir un profil de consommateur ?

Nicolas Guieysse

Délégué général

AFMM (Association Française du Multimédia Mobile)

11h45 Production d'information mobile : quelle organisation ou réorganisation des rédactions ?

- Pôle dédié ou polyvalence des services : comment alimenter concrètement l'offre d'information mobile ?
- Création de contenus ou transfert d'informations depuis le web : les implications en terme d'organisation des rédactions
- Les nouveautés technologiques, les perspectives dans le processus de production de l'information

Pascal Emond

Rédacteur en chef
LCI.FR

12h45 *Déjeuner*

14h15 Radios : quels développements mobiles pour quels enjeux stratégiques et éditoriaux ?

- Quelle stratégie mobile développer autour du son ?
- Quels types de programmes proposer sous format podcast ?
- Comment profiter de la flexibilité du support pour ajuster son offre à la demande ?

Frédéric Olivennes

Directeur général

RADIO CLASSIQUE

15h15 *Pause-café*

15h30 *Étude de cas*

Podcast et vidéo en ligne : quelle utilisation du rich média sur support mobile ?

- Quelle stratégie et quels objectifs mobiles pour une chaîne TV d'information internationale ?
- Interviews, sujets courts, ou flashes d'information : les genres adaptés au mobile
- Comment fidéliser le mobinaute autour de rendez-vous d'actu clairement identifiables ?
- Les axes de monétisation pour votre offre d'information mobile

Stanislas Leridon

Directeur internet et nouveaux médias

FRANCE 24

16h30 La télévision mobile personnelle : perspectives et enjeux

- Les acteurs en présence, leurs projets respectifs
- Redevance mensuelle ou surtaxe des récepteurs : quelle solution pour couvrir les coûts de diffusion ?
- Gratuit ou payant : la charte impose-t-elle un modèle économique pour les chaînes retenues ?

Elisabeth Flüry-Hérard

Présidente du groupe de travail « Autorisations des nouveaux services de télévision numérique »

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

17h15 *Clôture de la journée*

