

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

#LivreBlanc #Médias #Audiences #Bigdata

Publication du livre blanc *Valeurs de la presse : ses audiences, sa data* de François Mariet

**Les défis de la presse
à l'ère du digital et de la data**

Paris, le 27 avril 2017 – Ipsos et Weborama publient « Valeurs de la presse : ses audiences, sa data », un livre blanc signé François Mariet, professeur des Universités, sur les multiples bouleversements auxquels la presse fait face, et ses atouts pour les surmonter. Transformation numérique, envolée des formats mobiles, sociaux et vidéo, défis posés à la monétisation d'audiences pourtant élargies : l'auteur dresse un diagnostic lucide, mais optimiste.

De tous les médias, la presse est certainement celui qui a opéré la transformation numérique la plus précoce, la plus rapide et la plus complexe. Depuis plus de vingt ans, elle se démultiplie, accélère son rythme de production, développe ses contenus vidéo, adapte son offre à une quantité toujours plus vaste de plateformes et de terminaux. L'emprise de ses marques s'étend, son lectorat s'élargit, elle atteint de nouveaux publics, plus jeunes, sur les mobiles et les réseaux sociaux. Toutefois, ses revenus sont toujours sous pression. En particulier, ses ressources publicitaires sont aspirées par quelques géants technologiques dont les audiences colossales reposent pourtant, en partie, sur l'attractivité des contenus qu'elle leur fournit. La presse reste une source de contenus référente, mais éprouve des difficultés à rassembler ses audiences dispersées, et davantage encore à les monétiser.

En publiant ce livre blanc, Ipsos et Weborama, tous deux partenaires historiques de la presse, entendent apporter une contribution utile à la réflexion collective sur le futur de la presse, ses valeurs et les ressorts de sa réussite.

François Mariet, universitaire spécialiste des médias des deux côtés de l'Atlantique, effectue un travail de synthèse très documenté, illustré d'exemples concrets et de nombreuses initiatives récentes et inspirantes. Il souligne la place centrale des audiences et de la data pour mener à bien cette conquête de nouveaux territoires.

« La data renouvelle toute l'architecture du ciblage, du médiaplanning, de la vente d'espace et de temps publicitaires, mais aussi celle des contenus. Le travail de la presse est de mobiliser toutes ses données, plurimédia, multi-support, texte et vidéo, afin d'en tirer profit aussi bien pour une monétisation immédiate que pour une exploitation indirecte (gestion des ressources humaines, analyse de la concurrence, géo-marketing, image de marque, etc.) » conclut François Mariet.

A propos de Weborama

Spécialiste des solutions de data marketing, Weborama possède la plus importante base de données comportementale indépendante en Europe, édite différentes technologies parmi lesquelles une DMP et offre des services de data-science aux entreprises « consumer-centric ».

La donnée comportementale Weborama, qui compte 850 millions de profils, est exploitée pour la communication digitale de centaines de marques en Europe. La DMP Weborama Audience Manager, choisie par plusieurs dizaines de grandes entreprises, est également leader parmi les solutions européennes.



Valeurs de la presse : ses audiences, sa data, un livre de François Mariet publié par Ipsos et Weborama

Weborama est une entreprise française forte de 220 collaborateurs, cotée sur Alternext, active dans 20 pays à travers huit bureaux en Europe et en Amérique Latine.

Pour en savoir plus : www.weborama.com

À propos d'Ipsos

Leader des études en France et expert du comportement des consommateurs, des citoyens et des salariés, Ipsos intervient dans tous les secteurs d'activités. Nos experts accompagnent annonceurs, décideurs et institutions dans leurs stratégies marketing, leurs problématiques RH, leur positionnement de communication et leurs enjeux d'opinion depuis 1975.

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation. Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques. Nous sommes Game Changers.

Toute l'actualité Ipsos : www.ipsos.fr

Contacts presse :

Ariane Gateau / 01 58 65 10 72 / agateau@hopscotch.fr

Camille Cochet / 01 58 65 01 29 / ccochet@hopscotch.fr