

REPLAY

L'ACTU VUE PAR... Francis Balle
(Médias & Sociétés)

GRAND PRIX STRATÉGIES DE L'INNOVATION MÉDIA 2019

SIMONE TISSE SA TOILE

PALMARÈS. Le choix de la rédaction

ÉTUDE. Des mass media aux leviers affinitaires

BUSINESS

MICROMANIA-ZING AGRANDIT SON TERRAIN DE JEU

VIE DES BUDGETS. D'Aucy change de boîte

ÉTUDE DE CAS. Comment Meliá Hotels booste son activité grâce aux influenceurs

FESTIVAL. Laurent Allias et Pascal Cübb (Les Chatons d'Or) : « L'industrie publicitaire doit se questionner sur ses actions »

TÉLÉVISION. Un Mondial à la hauteur

SOCIAL. France TV s'accorde avec la CGT

DIVERSIFICATION. France Info et Les Echos refont leur mise en Seine

VIDÉO. Le piratage baisse, merci Netflix

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE. Soundhound ridiculise Siri et Alexa

AUDIOVISUEL. Muzeek, thème et variations en AI majeur

DOSSIER

INNOVATION MÉDIA

INSPIRATIONS

JEAN-LAURENT CASSELY :
« LA COURSE À L'AUTHENTICITÉ EST DEVENUE ABSURDE »

CRÉATIONS. L'Institut national de jeunes sourds signe un album

INTERNATIONAL. Des abris pour tous

MANAGEMENT

L'INTERNET DES ACTIONS VA RÉVOLUTIONNER LES RH

MOUVEMENTS. Nominations et promotions

PORTRAIT

PATRICK GUEDJ. L'affranchi

OPINIONS

RSE. Sens interdit, sens giratoire et sens commun, par Thierry Wellhoff

DÉCODAGE. La dure réalité du ressenti, par Bernard Sananès

LE BILLET DE... Amaury de Rochegonde

P.4

P.8

P.10

P.12

P.14

P.16

P.18

P.20

P.22

P.24

P.26

P.28

P.32

P.33

P.35

P.42

P.46

P.48

P.50

P.51

P.52

P.54

P.56

P.58



© Thomas Gogny

L'innovation des médias couronnée

Innover ou périr ! Pour rester dans la course à la rentabilité, à l'audience, à l'information, les médias n'ont d'autre choix que de multiplier les innovations. Des investissements technologiques coûteux mais indispensables car ils permettent d'aller chercher des relais de croissance quand leur activité traditionnelle est en recul. C'est cette audace qui est récompensée par le Grand prix de l'innovation média 2019 (lire P.8). Le gagnant cette année est Simone, le média féministe pop, lancé par *Femme Actuelle* (Prisma Media). Le pari était osé : créer un nouveau média 100 % vidéo et féminin. Et le diffuser principalement sur les réseaux sociaux. Un an après le lancement, les résultats sont là : Simone compte 200 000 abonnés sur Facebook, 65 000 sur Instagram et comptabilise 90 millions de vues depuis l'origine. Innovants aussi, le média (France Inter), l'annonceur (BMW) et la régie de l'année (TF1 Publicité), récompensés par la rédaction (lire P.10). L'inventivité des médias est aussi au menu de notre dossier (lire P.35) : la presse en particulier a massivement investi dans la création de studios pour prendre le virage de la vidéo. Et s'engage maintenant sur la « voix » des podcasts à grande vitesse. Pour rester dans cette course à l'innovation, les médias sont aussi à la recherche d'inspiration : rendez-vous à Médias en Seine qui prépare sa deuxième édition le 8 octobre prochain (lire P.26). Après le succès de la première édition (4 500 personnes y ont assisté), les Echos et France Info rééditent l'événement !

GILLES WYBO, directeur de la rédaction [@GillesWybo](https://twitter.com/GillesWybo)



© COUVERTURE : CHRIS PIASCIC POUR STRATÉGIES