

> COMMUNIQUE DE PRESSE <

1^{er} Observatoire de la publication cross-média : WEDIA dévoile les grandes tendances de son étude

Paris, le 9 juin 2009 – [WEDIA](#), éditeur de solutions de gestion de contenu et de publication cross-média, présente, en partenariat avec le magazine **Stratégies**, les résultats du 1^{er} Observatoire de la publication cross-média. Basée sur une enquête réalisée de mi-mars à mi-avril 2009 auprès d'une centaine de dirigeants de grands comptes et de groupes de presse, cette étude vise à identifier leurs nouveaux enjeux en matière de publication de contenu cross-média, dans le contexte actuel de convergence des médias et de situation économique dégradée.

Quel est l'impact de la crise sur les stratégies de publication multicanal ? Comment valoriser et diffuser des contenus pour en démultiplier la visibilité et l'efficacité ? Vers quels médias s'orienter ? Avec quelles organisations ? Quelle importance est donnée au web ? Où en sont les entreprises et les groupes de presse dans la mise en place de stratégies de publication cross-média ? Autant de problématiques stratégiques identifiées par ce 1^{er} Observatoire de la publication cross-média.

Les grandes tendances de l'Observatoire de la publication cross-média pour l'entreprise :

- Malgré la prépondérance du web, souvent au cœur des stratégies de publication, les grandes entreprises conservent un réel attachement à leurs publications papier, considérées comme plus qualitatives. Un bon mix entre les différents canaux de publication est alors privilégié pour conquérir et fidéliser les clients.
- Les organisations au sein des entreprises ne sont pas encore cross-média, s'appuyant sur des organisations en silo et des processus alourdis non adaptés à une stratégie multicanal.
- Avec une réelle volonté d'optimiser les temps et les coûts de production de leurs publications, les grands comptes multiplient les initiatives pour mettre en œuvre des stratégies cross-média, et la plupart sont conscientes de l'importance de telles stratégies pour atteindre leurs objectifs business.

Les grandes tendances de l'Observatoire de la publication cross-média pour la presse :

- Dans un contexte de croissance du lectorat sur le web, la convergence entre médias devient le point d'ancrage d'une stratégie de marque.
- Cette stratégie est également soutenue par une réelle volonté d'innovation (offre mobile, nouveaux services,...), dans l'objectif de fidéliser ses lecteurs et d'élargir son audience.
- Cependant, et malgré des convergences naissantes entre les équipes dédiées aux différents supports (print vs web), on observe encore un cloisonnement entre les rédactions, pas encore prêtes pour un passage effectif au cross-média.
- Alors que le secteur de la presse est très largement fragilisé par la crise et la baisse des recettes publicitaires, la réflexion autour d'un nouveau modèle économique de la presse, notamment via la monétisation de nouveaux types de contenus, est souvent considérée comme la clé de la reprise.

Le document de synthèse de l'Observatoire de la Publication cross-média est disponible sur demande

A propos de WEDIA - www.wedia.fr

WEDIA fournit des solutions de gestion de contenu et de publication cross-média pour les métiers de la communication, du marketing et de la presse (systèmes éditoriaux print, gestion de contenu web et e-commerce).

Son offre complète de logiciels et de services repose sur une expérience de plus de 25 ans dans le domaine des systèmes éditoriaux papier pour la presse et de plus de 8 ans dans les domaines de la gestion de contenu web et du e-commerce.

La dernière née des solutions de WEDIA, la suite logicielle NOHETO Open4, est la première plateforme intégrée de gestion de contenu et de publication cross-média conçue pour gérer, décliner et valoriser des contenus print, web, e-paper ou mobile.

Les solutions WEDIA sont utilisées par les principaux acteurs de la presse française : Aujourd'hui en France, Les Échos, L'Équipe, L'Humanité, La Tribune, L'Alsace, Le Dauphiné Libéré, L'Est Républicain, Le Groupe Centre France, Midi Libre, La Nouvelle République du Centre Ouest, La Presse de la Manche, La Provence, Le Télégramme, L'Yonne Républicaine, L'Étudiant, Le Groupe France Agricole, Future France, Le Groupe Moniteur, Motor Presse, Groupe Revue Fiduciaire, Sport, TV Mag, L'Usine Nouvelle, GSI, ...

WEDIA accompagne également les entreprises dans leurs projets et compte parmi ses clients de nombreux grands comptes comme Accor, Air Liquide, Amaguiz, Banque Accord, Barclays Bank, Cofidis, Crédit Mutuel, Dexia Sofaxis, Général Electric, Groupama, Groupe BEL, La Française des Jeux, L'Oréal, Lucien Barrière, LVMH, MACSF, le Ministère de l'Économie et des Finances, Nouvelles Frontières, Pôle Emploi, Prévadies, SFR, Société Générale...

Avec 55 collaborateurs répartis entre Paris et Montpellier et une croissance soutenue depuis 5 ans, WEDIA se positionne comme le partenaire privilégié des groupes presse et des entreprises qui veulent optimiser leurs publications, qu'elles soient papier ou numériques, et faire de la convergence des médias une réalité.

WEDIA est soutenu par OSEO et a reçu le Prix 01 Informatique de la jeune entreprise High-Tech de l'année en 2001. L'offre NOHETO a également été lauréate du concours national des entreprises de technologies innovantes 2000 (Ministère de la Recherche).