

CFJM Événement & Ateliers
Le 29 octobre 2019 à Lausanne



Comment créer et gérer ses contenus pour faire la différence ?

Au programme

- 11h45 à 12h10 – Accueil à l'Auditoire de la Maison de la communication, à Lausanne
- 12h15 à 13h30 : Quatre experts issus de grands médias européens partagent leur expérience et donnent leurs recommandations pour “réinvestir le journalisme”
- 13h30 à 14h15: Cocktail et réseautage
- 14h30 : Début des ateliers d'approfondissement sous la conduite des quatre experts
- 16h30/17h00 : Fin des ateliers

Forfait pour la conférence, le cocktail ainsi que l'atelier de votre choix:

**Prix de lancement unique
CHF 50.- par personne**

Inscription [ici](#)

La conférence – 12h15 à 13h45

Réinvestir le journalisme



Comment investir dans le caractère distinctif ?

Par **George Brock**, professeur de journalisme, ancien directeur du département journalisme de l'Université de Londres.

Aucune entreprise de presse ne peut aujourd'hui espérer réussir si elle n'offre pas une valeur distinctive. Comment une rédaction doit-elle s'organiser autour de cet objectif ? Quelques réflexions sur les critères de réussite, la mesure de la valeur, les « metrics » - et pourquoi les journalistes doivent les connaître.

Le temps de l'hyperchoix pour être unique

Par **Philippe Laloux**, Journaliste, Rédacteur en chef adjoint (Le Soir), professeur de journalisme numérique (Ihecs).

En 2019, Le Soir a opéré des changements profonds dans son offre éditoriale, une étape cruciale d'un processus de transition amorcé il y a 10 ans. Retour sur les convictions fortes d'une référence des médias francophones





A quoi sert mon article ? Poser la question de l'utilité pour garantir la ligne et rétablir le lien

Par **Gaël Hurlimann**, Rédacteur en chef du numérique Le Temps

Développer une stratégie de contenus à granularité fine, s'assurer que chaque article, vidéo, podcast a sa place dans les objectifs d'une rédaction ? Comment faire en sorte que les équipes éditoriales, marketing et techniques soient sur la même longueur d'onde ? Autant de questions fondamentales à l'heure où les ressources issues de l'abonnement passent devant celles de la pub.

Le modèle Mediapart décrypté

Par **François Bonnet**, Co-fondateur de Mediapart et directeur éditorial de 2008 à 2018

Dès son lancement en 2008, Mediapart a installé un modèle payant par abonnement et sans publicité. Une première. Largement bénéficiaire depuis 2011, le modèle économique Mediapart exige un projet éditorial puissant, une rédaction expérimentée et de forts investissements marketing en lien avec les contenus produits.



Programmes des 4 Ateliers – 14h30 à 16h30/17h00

Passez à la pratique !

Atelier 1

Par George Brock

Reconstruire votre salle de rédaction : ce qui change et ce qui ne change pas

L'atelier reprendra les thèmes brièvement décrits dans durant la conférence et les développera dans des présentations, des discussions et des exercices de groupe.

Si la mission du journaliste - rendre compte avec exactitude de ce qui compte à sa société/communauté - ne change pas, pourquoi le passage aux abonnements et à l'adhésion implique-t-il autant de changements dans la salle de rédaction ?

Parce que la forme du modèle économique de la presse a toujours influencé la façon dont le journalisme est organisé. Maintenant que la publication de masse est plus difficile et parce que nous vivons dans un monde riche en information... la relation entre les journalistes et ceux qui consomment leur production est radicalement modifiée.

Nous réaliserons un examen minutieux et approfondi sur la façon de concevoir une salle de rédaction qui peut produire une valeur distinctive. Nous verrons aussi comment contrôler la qualité et le coût des expériences qu'il vous faudra pour atteindre cet objectif.

Atelier 2

Par François Bonnet

Le modèle Mediapart décrypté

Venez discuter dans le détail du modèle Mediapart qui veut transformer la quête de vérité en modèle d'abonnements numériques !

Atelier 3

Par Philippe Laloux

L'hyper-choix, comment ça marche ?

Pour être impactant, pas le choix : les journalistes doivent livrer la meilleure info, sur plusieurs formats, au meilleur moment, sur les meilleurs supports. Une question d'hyperchoix, d'organisation et de pratique.

A vous de jouer !

Cet atelier interactif suggère de réinventer nos processus en imaginant le plan de couverture d'une info le plus percutant et le plus réaliste possible.

A la clé : échanges de bonnes pratiques, outils et astuces. De quoi nourrir sa « checklist » de transition numérique dans sa rédaction.

Atelier 4

Par Gaël Hurlimann

Mais à quoi peut bien servir mon article ?

« Mon article? Ben, il sert à informer. On rend compte de l'actualité, c'est notre métier, non ? » C'est la réaction habituelle d'un journaliste de presse quotidienne quand on lui demande d'expliquer pourquoi il s'intéresse à un sujet ou à un autre. Insuffisant à l'ère de la surinformation et quand un lecteur peut se tourner vers une infinité de sources différentes en une fraction de seconde.

Depuis février, « Le Temps » pose, durant sa réunion éditoriale quotidienne, une question simple pour chaque article au menu du jour : quel objectif sert-il ? Aussi étonnant que cela puisse paraître, cette nouveauté peut changer la manière de concevoir notre travail.

Une conférence, des ateliers

Par **Marc-Henri Jobin**, Directeur du CFJM.

Capter son public est devenu l'enjeu vital. Dans la bataille de l'attention, **l'hyperchoix**, **l'investigation**, le travail de **l'angle**, **l'exclusivité**, la quête de **sens** et le **positionnement** permettent de faire la différence.

Encore faut-il, pour émerger du flot sans fin de l'information, maîtriser plusieurs **formats**, **narrations** et **techniques**... puis les combiner subtilement pour toucher le bon public, au bon moment.

C'est dans cette optique que le **CFJM** inaugure un nouveau cycle d'événements combinant **une conférence suivies d'ateliers**. Notre ambition ? Vous inspirer par la présentation, la discussion puis la mise en pratique de solutions concrètes. Et vous offrir aussi la possibilité, dans un second temps, d'approfondir la matière dans le cadre de **formations**.

Dès 2020, le CFJM intégrera ainsi des sessions de **Management des contenus** avec Philippe Laloux, et des séances de **coaching pour cadres de rédactions** avec Georges Brock, tout en renforçant ses formations à l'édition web, aux réseaux sociaux et à la gestion de communautés, au podcast et au data.

J'espère avoir le plaisir de vous accueillir le 29 octobre, dès midi et pour l'après-midi, pour **écouter** nos experts puis **travailler** avec eux en atelier. Et aussi, pour **échanger** sur la meilleure manière de conserver nos atouts et de nous **réinventer**. Pour faire la différence !

