

Entreprendre dans la culture

Innover dans les médias : nouveaux formats, nouvelles écritures, nouveaux outils de financement

Les jours.fr lancé en février 2016 par 8 journalistes de Libération et un entrepreneur du numérique financier ayant entre 10 et 20 ans d'expérience. 5500 abonnés 3 mois après le lancement

Objectifs du projet : redonner de la mémoire, du contexte, de la qualité à l'information

Nouveau mode de narration appelé « l'obsession », sujet que l'on approfondit (exhaustivité), qu'on ne lâche plus.

« On a cassé les rubriques traditionnelles de la presse. On sort de la temporalité de l'actualité ».

Ergonomie : soignée, souplesse de l'utilisation

On est parti du mobile puis la tablette pour arriver au site internet. L'inspiration est venue de Netflix, Deezer, de certains journaux.

Financement : opération de crowdfunding d'une semaine qui a rapporté 80 000€ (objectif : 50 000€) grâce à la communauté de 14 000 abonnés à la newsletter

Multiplicité des actionnaires pour conserver notre indépendance

L'équilibre sera assuré au bout de 3 ans quand on atteindra les 25 000 abonnés

« Nous sommes à un tournant du journalisme. La nouvelle génération des pureplayers doit vraiment s'attacher à l'excellence du contenu, à l'innovation ». Isabelle Roberts, Co-fondatrice

Mytoc.fr, Mook initié en 2013 et projet de troc en région lyonnaise démarré en octobre 2015 : 60 acteurs partants

La revue a été la carte de visite pour parler aux acteurs de la culture. En 18 mois, rencontre de 200 personnes (chefs d'entreprise, associations, élus en Rhône-Alpes) et démarchage auprès des comités d'entreprise

Concept : utiliser le potentiel des billets invendus des spectacles
Création de zaptoc (49€ la carte de 6 places de spectacles dans n'importe quel domaine : danse, musique, cirque)
La plateforme culturelle réunit le mook et la carte de spectacles



@mytoc.fr

Droguistes.fr fondé par un ancien journaliste de Libération et un enseignant

L'équipe est composée d'artistes, d'enseignants, de journalistes afin de décloisonner les disciplines.

L'idée est de faire de la curation. "Ce que vous faites quand vous retweetez une info".

Ergonomie : 4 boutons qui renvoient vers 4 rubriques

Concept : l'actualité est traitée en mini dossier avec illustration et des chroniques en vidéo viennent la compléter

Chaque semaine : un contenu culturel exclusif



@droguistes

Entreprendre dans la culture

Innover dans les médias : nouveaux formats,
nouvelles écritures, nouveaux outils de financement

WeDoData.fr créé par une ancienne journaliste de Libération,

L'équipe est iconoclaste : éditrice, designer, motion designer, statisticien

Les institutions publiques se sont rendu compte qu'elles avaient besoin de personnes pour communiquer les données, les expliquer, les rendre intelligibles au citoyen.

Objectif : trouver un équilibre entre le temps médiatique et le temps public.

Difficultés : découverte de l'économie difficile du kiosque, du statut d'entrepreneur, de la gestion et production d'un bimédia (achat du papier, choix de l'encre, démarchage des kiosques)

Avec la data, il faut se remettre en cause en permanence car ça évolue sans cesse

"Il faut avoir l'esprit grand ouvert, faire de l'économie circulaire intellectuel". Karen Bastien, co-fondatrice

Innover dans les médias : nouveaux formats, nouvelles écritures, nouveaux outils de financement

ouestmedialab.fr cluster dédié aux nouveaux médias qui se posent la question de comment faire évoluer les médias, comment peuvent-ils relever les défis de demain ?

50 % de financement public

Partenaires : Fr3 Pays de la Loire, Armor TV, Université de Nantes, INA, Sciences Po Rennes

Concept décliné en plusieurs volets :

- Études qualitatives commandées par les médias
- Formations professionnelles, accompagnement de projets
- Veille collaborative et partage d'expériences entre professionnels
- Production de newsgame* autofinancés
- Événements : Hyblab datajournalisme et organisation d'un newsgame hackaton 2015 : concevoir 1 jeu sur l'actu en 48h (écoles pros, appui logistique, cadre stratégique)

*Newsgames : jeux vidéos avec un but documentaire, journalistique, pédagogie

Utiliser l'interactivité entre le jeu, le joueur pour transmettre de l'info

Clients principaux : France TV, Arte

L'économie du jeu vidéo vient chercher directement ses clients/créateurs

"Il faut envisager le jeu vidéo comme un média à part entière pour faire interroger l'utilisateur sur le monde qui l'entoure, lui faire changer son regard". Julien Kostrèche, Directeur