

L'Entreprise de Presse Interactive

3 jours de formation pour connaître
et utiliser les nouveaux outils

L'offre éditoriale interactive (28 mars 2008)

Nouveaux contenus, nouveaux services, nouvelles cibles (juin 2008)

Quels business models pour le multimédia ? (septembre 2008)

Des organisateurs de référence

Les journées de l'entreprise de presse interactive sont une initiative de la **Fédération Nationale de la Presse Française (FNPF)** et de l'**Institut Pratique de Journalisme (IPJ Formation)**.

La **FNPF** a pour mission la défense et la promotion de la presse. Elle accompagne les éditeurs confrontés aux défis du numérique et ses conséquences.

Avec 3 sessions annuelles, Les journées de l'entreprise de presse interactive complètent un dispositif d'information et de formation qui comprend notamment Les Ateliers de la Presse (annuel) et le Congrès de la Presse française (biennal).

Parmi les grandes écoles de journalisme reconnues par la profession, l'**IPJ** est celle qui, la première, a mis le multimédia au cœur de ses enseignements, qu'il s'agisse de la formation initiale des futurs professionnels ou de la formation continue gérée par sa filiale IPJ Formation.

Une méthodologie tournée vers l'efficacité

La participation aux journées de l'entreprise interactive est limitée à **49 participants** : éditeurs, cadres et responsables éditoriaux de toutes formes de presse.

Chaque session se déroule à **Paris sur une unique journée** (9 h 00 – 18 h 00) de façon à prendre en compte les plannings des responsables concernés.

Après une conférence introductive commune, chaque professionnel participe successivement dans la même journée à **7 ateliers** pratiques et complémentaires de 45 minutes. Chaque atelier ne regroupe donc que 7 participants, ce qui garantit une importante interactivité et une parfaite prise en compte des attentes des professionnels et de leurs entreprises.

La journée de travail est coupée par un **déjeuner** qui réunit les participants, les formateurs et les organisateurs.

A l'issue de la formation, un **document de synthèse** est remis à chaque participant.

Vendredi 28 mars 2008 :
1^{ère} Journée de l'entreprise de presse interactive

L'OFFRE ÉDITORIALE INTERACTIVE

Programme de la formation

Conférence introductive commune

Initiatives et perspectives de l'entreprise de presse interactive

Atelier 1 - Culture Web et médias 2.0

Objectif : comprendre l'évolution actuelle du web, le passage du web de données au web de flux, l'émergence du web en tant que plateforme de services et d'applications et que « logiciel social ».

Moyens : présentation des nouveaux concepts et des pratiques (blogosphère, microblogging, réseaux sociaux, médias 2.0). Tour du monde des initiatives marquantes en matière de médias en ligne.

Atelier 2 - Diffuser de la vidéo avec un minimum de moyens

Objectif : mettre le format vidéo au cœur de sa production d'information. Une Web TV, à la demande ou en direct, avec un maximum d'efficacité et un minimum de moyens.

Moyens : découverte des outils de publication en ligne (CMS), des plate-formes de vidéos et de broadcast.

Atelier 3 - Blog éditorial & complémentarité avec l'imprimé

Objectif : découvrir la grande facilité d'utilisation de différents CMS (outils de publication en ligne) pour la création et la personnalisation d'un blog éditorial exploitant de la vidéo, du son, des cartes, des agendas, etc. Comprendre la complémentarité print/blog et les moyens de l'utiliser.

Moyens : systèmes de publication simplifiés (Blogger, WordPress, Jimdo, etc) et service Web 2.0 intégrables (Google Maps, Google Agenda, vidéos, etc.).

Atelier 4 - Le travail collaboratif du wiki projet et du wiki éditorial

Objectif : découvrir les wikis, outils de publication en ligne dont les pages sont modifiables par tous et comprendre comment les salariés et les lecteurs-internautes peuvent s'en servir efficacement dans le cadre d'un projet d'entreprise ou d'un projet éditorial.

Moyens : découverte pratique de différents wikis et de leurs utilisations.

Atelier 5 - La collaboration à distance en temps réel

Objectif : découvrir les fonctionnalités et utilisations des outils de communication et de visioconférence pour collaborer à distance, dans le cadre d'une formation, d'une publication ou d'un projet.

Moyens : découverte de Flashmeeting, Skype et des méthodologies de travail à distance.

Atelier 6 - Gérer vos flux d'informations pour gagner du temps et en efficacité !

Objectif : face à la surabondance d'informations, inciter les équipes rédactionnelles à organiser leur veille informationnelle et réexploiter les flux avec les nouveaux outils de gestion et de personnalisation.

Moyens : découverte de Netvibes, iGoogle et autres outils de gestion des flux d'informations.

Atelier 7 - Créer et développer des communautés autour des marques média

Objectif : utiliser ses marques médias et les relations avec les lecteurs pour créer, développer et animer des communautés dans l'objectif d'agrandir le territoire de marque, de renforcer la fidélité, de développer la notoriété et de faire évoluer l'image.

Moyens : découverte des outils de publication et de partage tels que WordPress, Facebook, Twitter...

Des formateurs reconnus

Luc Legay

Fondateur de RU3.com
et des Explorateurs du Web.

Franck Dumesnil

Formateur multimédia sur internet,
il anime le site Bloggerperformance.

Thomas Hubert

Journaliste plurimédia (France24.com)
et formateur.

Xavier de Mazenod

Consultant spécialisé dans
les contenus pour le Web et dans
la mise en œuvre du travail
collaboratif à distance.

Christophe Lagane

Journaliste spécialisé dans
les nouvelles technologies
et formateur plurimédia.

Sylvie Le Bars

Conseil et accompagnement
vers l'entreprise 2.0

Cédric Motte

Consultant en stratégie éditoriale
pour les sites médias et concepteur
de nouveaux produits autour
de l'information et de services
web innovants.

Bulletin d'inscription (dans la limite des places disponibles)

Intitulé de la formation : l'offre éditoriale interactive

Prix (€ HT) : 650,00

Date : 28 mars 2008

Lieu : Centre Etoile Saint-Honoré – 75008 Paris

Le stagiaire

Nom : _____ **Prénom :** _____

Fonction : _____

Société : _____

Adresse : _____

CP [] [] [] [] [] [] **Ville :** _____

Téléphone bureau : _____ **Mobile :** _____

Courriel : _____ @ _____

L'entreprise

Nom de l'entreprise : _____

Nom du responsable de formation : _____

Adresse : _____

CP [] [] [] [] [] [] **Ville :** _____

Téléphone bureau : _____ **Mobile :** _____

Courriel : _____ @ _____

Numéro de TVA intracommunautaire : _____

Le financement

Adresse de facturation (si différente de l'adresse de l'entreprise) :

CP [] [] [] [] [] [] **Ville :** _____

Nom et qualité du signataire :

Inscrit personnes (noms, fonctions et mails joints) pour la formation « L'offre éditoriale interactive »
du 28/03/2008 au tarif de 777 € TTC (650 € HT) par inscrit soit un total de TTC.

La convention de formation ne sera fournie par IPJ Formation qu'après règlement.

Par chèque à l'ordre de la SAS IPJ Formation

Par virement à l'ordre d'IPJ Formation

Banque Crédit Coopératif, compte n° RIB 42559/00003 21008128103/82 Crédit Coopératif Gare de l'Est.

Date et signature

Renvoyer ce formulaire accompagné de votre règlement à :
Géraldine Mas - IPJ Formation - 24, rue Saint Georges 75320 Paris CEDEX 09
Tél. : 01 72 74 80 40 – gmas@ipjformation.com

À noter
sur vos agendas

XVI^e CONGRES DE LA PRESSE FRANÇAISE

organisé par
la Fédération Nationale de la Presse Française
(FNPF)

LA PRESSE À L'OFFENSIVE

Lyon, 19, 20 et 21 novembre 2008



- Recruter de nouveaux lecteurs avec des techniques et des supports innovants.
- Développer le plurimédia pour accompagner le “conso-lecteur”.
- Faire du droit un atout pour protéger et commercialiser les concepts, les contenus et les marques.
- Mieux vendre la publicité grâce au plurimédia et aux nouveaux outils.

Demande d'information :
fnpf@portail-presse.com