

L'INFO

L'Info prévoit des articles en lien avec l'actualité du monde, celle de la Belgique, l'économie, la culture et le sport. Il y a un " fil d'actualité " pour être **AU PLUS PROCHE DE L'INFO** immédiate mais des articles plus détaillés sont aussi visibles, particulièrement si on est **ABONNÉ**.

Le média est **SEMI-PAYANT** et **SEMI-GRATUIT**. Ce média est accessible en ligne mais un pendant " presse papier " existe. Le fil d'actualité et certains articles sont disponibles pour tout le monde. Les abonné-e-s ont, eux, accès à l'intégralité des articles du site. Cet aspect constitue une véritable plus-value car l'abonnement offre la possibilité de consulter davantage d'articles d'**ANALYSE**, d'**OPINIONS** et d'**AVIS D'EXPERTS** qui s'expriment sur des polémiques actuelles.

PEU DE PUB

Il n'est pas prévu que le lecteur puisse commenter directement les articles en ligne mais un e-mail de contact de la rédaction est indiqué si on souhaite les joindre. Les articles accessibles à tou-te-s peuvent être partagés sur les réseaux sociaux (mais pas ceux réservés aux abonné-e-s). Pour encourager les gens à s'abonner, on privilégie une formule du type " les premiers mois ne sont pas chers " (par exemple, 2 mois = 2 euros). Il y a de la **PUBLICITÉ** mais elle n'est pas massive, il faut scroller sur le site pour y être confronté. Elle est présente surtout quand on clique sur un article.

Le public visé devrait être intéressé par l'information fournie par des journalistes de métier, de confiance, avec un certain recul, une possibilité d'analyse et d'opinion.

50+6

Le comité de rédaction s'élève à **6 JOURNALISTES** professionnels uniquement pour la **VERSION EN LIGNE**. Ils collaborent avec **50 AUTRES JOURNALISTES** qui travaillent à la version papier, avec deux agences de presse pour recevoir des dépêches et avec des correspondants à l'étranger.

Exemples de médias qui lui ressemblent : Le Soir (en ligne), La Libre (en ligne)

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***



L'INFO

Il est 7h30 du matin et vous vous retrouvez en équipe de rédaction autour d'un bon café. C'est le moment de découvrir les dépêches fraîchement arrivées et de sélectionner les sujets que vous traiterez aujourd'hui.

MISSION

Créer 3 contenus pour "L'info" en ligne :

- un titre d'article pour la version payante de votre site (réservée aux abonné-e-s)
- un titre d'article pour la version gratuite de votre site (qui doit générer du clic)
- une info que vous traitez sous la forme d'un édito ou d'une caricature

POUR VOUS AIDER

Consultez les dépêches à votre disposition et sélectionnez trois sujets en accord avec votre ligne éditoriale.

Créez ensuite votre maquette : vous devez faire le choix de votre navigation (Scroll vertical ou horizontal.)

Retranscrivez sur votre maquette vos contenus tels que vous les imaginez sur votre site. N'hésitez pas à accompagner cela de croquis.

Si tout cela est fait, faites le choix d'un des 3 sujets et créez son visuel "numérique" avec une appli de votre choix (Snapchat, Insta, ...)

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***



24/7

Le média 24/7 se présente avant tout comme un site riche en informations. Il prévoit des **TITRES ACCROCHEURS** et **CHOCS** pour donner envie au lecteur de cliquer. Son fil d'actualité en temps réel permet d'être au plus proche de l'info.

Mondiale ou régionale, celle-ci doit en priorité attirer l'attention du lecteur et être au plus proche de ses intérêts. Le choc, le scandale, la peur, le people ont davantage leur place que des articles d'analyse.

Leur public-cible devrait être intéressé par l'**INFO RAPIDE**, sans avoir spécialement besoin de lire de longs articles. Un public entre 20 et 75 ans, parfois tellement pressé qu'il commente et partage l'article sans en avoir lu le contenu. Il est possible de commenter les articles et aussi de les partager sur les réseaux sociaux.

GRATUIT

Ce média est accessible à tou-te-s sur internet. Il n'y a pas de système d'abonnement. De la **PUBLICITÉ** est présente, en bannière sur la page de présentation du média et également quand on clique sur un article.

80 + 5

La rédaction est composée de **80** journalistes qui travaillent parallèlement pour d'autres branches du média 24/7 puisqu'il y a également une radio et une chaîne télé. Dans l'équipe, il n'y a que **5** personnes qui s'occupent de l'info en ligne.

Exemples de médias qui lui ressemblent : 7 sur 7, La DH (en ligne)

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***



24/7

Il est 7h30 du matin et vous vous retrouvez en équipe de rédaction autour d'un bon café. C'est le moment de découvrir les dépêches fraîchement arrivées et de sélectionner les sujets que vous traiterez aujourd'hui.

MISSION

Créer 3 contenus pour 24/7 en ligne :

- un titre sur une actualité de votre choix (attention votre titre doit attirer le chaland)
- un sondage pour faire réagir vos lecteurs/lectrices sur cet article
- un titre sur une actu people

POUR VOUS AIDER

Consultez les dépêches à votre disposition et sélectionnez trois sujets en accord avec votre ligne éditoriale.

Créez ensuite votre maquette : vous devez faire le choix de votre navigation (Scroll vertical ou horizontal.)

Retranscrivez sur votre maquette vos contenus tels que vous les imaginez sur votre site. N'hésitez pas à accompagner cela de croquis.

Si tout cela est fait, faites le choix d'un des 3 sujets et créez son visuel "numérique" avec une appli de votre choix (Snapchat, Insta, ...)

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***



VELCRO

Fraîchement débarqué, Velcro est un média d'**INFODIVERTISSEMENT** qui s'adresse aux "Thumbennials", comprenez "la génération de ceux et celles qui s'expriment avec leurs pouces". La ligne éditoriale est complètement **DÉCOMPLEXÉE**. Ses ingrédients : pop culture, sujets de société qui mobilisent les jeunes (écologie, féminisme, anti-racisme, etc.) et incarnation des propos grâce aux interviews face caméra d'invité-e-s de marque.

Pour susciter l'engagement et le partage, Velcro cherche avant tout à **SUSCITER L'ÉMOTION**. Pour se rapprocher de son public cible (les 15-25 ans), Velcro a fait le pari de se lancer **EXCLUSIVEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX** avec une recette "100% VIDÉO, 100% DIGITAL".

GRATUIT

Derrière ce média décalé et survitaminé se cache aussi la volonté de créer, de la part du média, une offre de " **BRAND CONTENT** " 100% social pour les annonceurs. 20% des vidéos diffusées sont des productions pour des marques. C'est la version moderne du bon vieux publiereportage. Concrètement, il s'agit d'articles ou de reportages conçus en collaboration avec une marque. Ce choix de modèle de diffusion est très lucide sur la manière dont les "thumbennials" consomment du contenu.

50

Velcro dispose de **PLUSIEURS ÉQUIPES À TRAVERS LE MONDE**. Pour Velcro antenne Belgique/France c'est une équipe de **50 PERSONNES** qui travaille en continu. Une bonne moitié de l'équipe travaille sur le marketing en contact direct avec les marques pour lesquelles Velcro conçoit son "Brand Content" (20% des contenus). Le reste de l'équipe travaille aux 80% de contenu restant. Seule une minorité de l'équipe a une formation en journalisme, la grande majorité étant issue du monde du marketing et de la publicité.

Exemples de médias qui lui ressemblent : Konbini, Brut, Loopsider

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***



VELCRO

Il est 7h30 du matin et vous vous retrouvez en équipe de rédaction autour d'un bon café. C'est le moment de découvrir les dépêches fraîchement arrivées et de sélectionner les sujets que vous traiterez aujourd'hui.

MISSION

Créer 3 contenus pour Velcro

- un pitch d'une vidéo d'actualité (pour la rubrique Velcro News)
- un pitch d'une vidéo qui traite d'une des actus sous la forme infotainment (quel-le invité-e vous filmez, quel format vous proposez)
- un brand content

POUR VOUS AIDER

Consultez les dépêches à votre disposition et sélectionnez les sujets en accord avec votre ligne éditoriale.

Créez ensuite votre maquette : vous devez faire le choix de votre navigation (Scroll vertical ou horizontal.)

Retranscrivez sur votre maquette vos contenus tels que vous les imaginez sur votre site. N'hésitez pas à accompagner cela de croquis.

Si tout cela est fait, faites le choix d'un des 3 sujets et créez son visuel "numérique" avec une appli de votre choix (Snapchat, Insta, ...)

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***



TOPAZE

Topaze est un journal d'information numérique, **INDÉPENDANT** et **PARTICIPATIF**. Journal en ligne, Topaze veut réinventer la presse en privilégiant la plus-value de ses articles, en refusant le flux de l'information rapide et en ne cédant pas au divertissement.

Journal participatif, Topaze propose des espaces conversationnels entre ses lecteurs et sa rédaction.

PAYANT

C'est un journal **PAYANT**, avec un système d'**ABONNEMENT MENSUEL**. Son indépendance lui est garantie par la fidélité de ses abonné-e-s. Topaze est persuadé qu'on ne peut proposer un contenu de qualité qu'en s'éloignant des illusions de la gratuité publicitaire qui entraîne une destruction de la valeur de l'information et une uniformisation des contenus.

Topaze n'est pas un journal militant. Il porte néanmoins un **REGARD CRITIQUE** et **PRÉOCCUPÉ SUR LE MONDE**.

30

Topaze se compose d'une équipe de **30 JOURNALISTES**.

En plus de ses articles écrits, Topaze propose régulièrement des **ÉMISSIONS** diffusées sur Youtube sur un **PLATEAU** dans sa rédaction : débats et analyses où journalistes et invité-e-s décryptent l'actualité.

Exemple de média qui lui ressemble : Mediapart

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***



ACTION
MÉDIAS
JEUNES

TOPAZE

Il est 7h30 du matin et vous vous retrouvez en équipe de rédaction autour d'un bon café. C'est le moment de découvrir les dépêches fraîchement arrivées et de sélectionner les sujets que vous traiterez aujourd'hui.

MISSION

Créer 3 contenus pour Topaze :

- un titre d'article d'analyse sur un des sujets
- un pitch d'un débat pour votre émission en plateau : choix de la question du débat + annonce des invité-e-s

POUR VOUS AIDER

Consultez les dépêches à votre disposition et sélectionnez trois sujets en accord avec votre ligne éditoriale.

Créez ensuite votre maquette : vous devez faire le choix de votre navigation (Scroll vertical ou horizontal.)

Retranscrivez sur votre maquette vos contenus tels que vous les imaginez sur votre site. N'hésitez pas à accompagner cela de croquis.

Si tout cela est fait, faites le choix d'un des 2 sujets et créez son visuel "numérique" avec une appli de votre choix (Snapchat, Insta, ...)

***CRITIQUE
DE L'INFO
L'OUTIL ULTIME***











