

Les grands thèmes éditoriaux en 2011

Chaque numéro de **WAN-IFRA Magazine** comprendra de 4 à 5 grands articles qui donneront une vision à multiples facettes, multinationale, multimédia et détaillée sur une vaste gamme de sujets portant à la fois sur les activités des éditeurs et celles des fournisseurs. La technique et les articles qui lui sont consacrés ont marqué l'histoire du magazine et nous avons réaffirmé cette vocation première en proposant en 2010 de nouveaux thèmes techniques couvrant tous les principaux secteurs de la production et des affaires. D'autres rubriques du magazine papier et en ligne jouent également un rôle majeur, entre autres ces trois rubriques qui comptent parmi les plus lues :

- **Nouvelles de l'industrie** : des nouvelles de la part des éditeurs et fournisseurs ainsi que des comptes rendus sur les dernières commandes, installations et mises en service. Ces articles renvoient à un plus grand nombre d'informations en ligne.
- **Développements** : des analyses actuelles sur les principaux secteurs commerciaux et techniques avec de courtes interviews et des commentaires sur les grandes lignes de l'actualité de notre industrie et sur les manifestations à venir.
- **Bulletin de la WAN-IFRA** : La WAN-IFRA souhaite informer ses lecteurs et ses membres de tout ce qu'elle a récemment entrepris pour eux et l'industrie.

JANVIER-FÉVRIER 2011

Dates limites de réception des ordres publicitaires : 22.11.2010, des documents : 26.11.2010

Guide des décideurs 2011

Le guide annuel permet aux éditeurs d'établir leur feuille de route. Notre veille stratégique de l'industrie nous permet d'analyser les priorités fixées dans les budgets 2011, puis de présenter ces thèmes avec des analyses approfondies sur la façon dont les entreprises de presse doivent les aborder, tant d'un point de vue stratégique que technique. Parmi les sujets couverts, citons :

- Monétiser le contenu
- Benchmark de votre salle de rédaction
- Conseils pour la réduction des coûts : externalisation de la maintenance et d'autres services, modernisation de rotatives, réservation d'annonces en self-service
- Conseils techniques pour les tablettes
- Rendre le journal imprimé plus attrayant
- Annonces classées

Les meilleures pratiques en production

C'est en 2010 que nous avons lancé cette rubrique qui met l'accent sur certaines des activités de production les plus innovantes de par le monde. Chaque article examine ce qui fait la spécificité de l'entreprise concernée sur le plan des innovations techniques, de la productivité, du flux de production et de la stratégie. Quelles techniques clés ces éditeurs et imprimeurs utilisent-ils ?

Rapport économique annuel

Une analyse financière sur la façon dont notre industrie s'en tire et ce que l'année à venir lui réserve. Elle met en exergue les grosses opérations effectuées sur tous les marchés clés de l'édition imprimée et numérique.

Liberté de la presse. Déclaration de la Montagne de la Table : Nous vous donnerons un aperçu des problèmes auxquels est confrontée la presse indépendante en Afrique. Cette

Déclaration marque le lancement d'une vaste campagne dont l'objectif est de s'attaquer aux principaux problèmes.

MARS-AVRIL 2011

Dates limites de réception des ordres publicitaires : 24.01.2011, des documents : 28.01.2011

Rédactions : Succès et technologies de l'hyperlocal

Il devient de plus en plus important d'entretenir d'étroites relations avec ses lecteurs et annonceurs locaux. Nous vous présentons de nombreux éditeurs qui ont lancé d'intéressants projets pour que leurs produits soient au centre de l'intérêt des communautés qu'ils desservent ainsi que les fournisseurs qui les ont aidés à concrétiser leurs projets.

Dossier technique : Contrôle automatique de la densité

Une série d'articles sera consacrée à l'automatisation et nous commencerons par les systèmes de contrôle de la densité et leur rôle en production. Nous analyserons les progrès effectués par ces systèmes aidant éditeurs et imprimeurs à réduire le taux de gâche imprimée tout en améliorant la qualité et en la rendant constante tout au long du processus d'impression.

Dossier technique : Traitement automatique des images

Jusque récemment, les sociétés proposant un traitement automatique des images dans les fichiers PDF étaient peu nombreuses. Mais les flux de production RVB et PDF se répandant, d'autres fournisseurs ont adapté leur logiciel de traitement automatique des images à ces flux de production. Nous examinerons quels sont les fournisseurs leaders du marché et nous appuierons sur des études de cas.

Les jeunes lecteurs dans le monde

Dans cette rubrique, nous parlerons d'un journal qui excelle dans ses rapports avec les jeunes lecteurs et nous apprendrons comment cette stratégie porte ses fruits non seulement au point de vue de l'image mais aussi au point de vue du portefeuille.

ÉDITION SPÉCIALE – Les tablettes, solutions et conseils

Dates limites de réception des ordres publicitaires : 21.02.2011, des documents : 25.02.2011

Pour en savoir plus, consultez la page « Éditions spéciales »

MAI-JUIN 2011

Dates limites de réception des ordres publicitaires 21.03.2011, des documents : 25.03.2011

La mutation des rédactions

Le sommet des rédactions de la WAN-IFRA a lieu juste avant cette édition. Nous couvrirons donc les points forts de cette conférence qui présentera les rédactions les plus tournées vers le cross-média au monde. Nous parlerons aussi aux nombreux fournisseurs de systèmes qui exposeront leurs produits à la conférence pour voir de quelle manière ils répondent aux besoins des éditeurs.

Annonces classées : stratégie et technologie

Il n'est pas faux de dire que les annonces classées sont le parfait exemple de l'inertie dans laquelle s'est complu notre industrie dans les premières années de l'Internet. Mais de récentes annonces en Europe telles que celles concernant Schibsted et Axel Springer montrent que les entreprises de presse se réveillent et s'échinent à récupérer de larges secteurs du marché. Nous parlerons de ces activités pionnières et des technologies essentielles à ce secteur.

Les meilleures pratiques en expédition/façonnage

Faire de sa salle d'expédition un centre de profit est tout à fait possible si les éditeurs et imprimeurs utilisent les dernières technologies en date et la flexibilité qui en découle pour que les produits soient adaptés à leur audience. Nous décrirons quelques entreprises dont la démarche va dans ce sens et analyseront quels flux de production, technologies et stratégies elles ont mis en place pour avoir du succès.

Parvenir à une impression couleur de qualité : les bases

Nos spécialistes indiqueront les principaux facteurs aidant les éditeurs et imprimeurs à parvenir à une impression couleur d'une grande qualité constante (équipements, consommables, personnel). Quels sont les questions d'ordre pratique, les formations nécessaires et les tests sur consommables à réaliser pour atteindre cet objectif ? Et chose capitale, comment mesurer et prouver cette qualité ?

Nos manifestations

Conférence mondiale sur la publicité : cette manifestation qui se déroulera fin février à Malte aidera les éditeurs à découvrir les meilleures stratégies et techniques pour élargir leur pool d'annonceurs et leurs bénéficiaires.

Sommet de l'impression : cette conférence de début avril nous révélera les dernières tendances dans l'industrie pour obtenir des produits imprimés de la plus grande qualité possible.

ÉDITION SPÉCIALE – Les semi-commerciaux et leur impact sur l'impression et le façonnage

Dates limites de réception des ordres publicitaires 26.04.2011, des documents : 29.04.2011

Pour en savoir plus, consultez la page « Éditions spéciales »

JUILLET-AOÛT 2011

Dates limites de réception des ordres publicitaires 23.05.2011, des documents : 27.05.2011

Tendances majeures à l'approche de l'IFRA Expo 2011

Les journalistes et spécialistes de la recherche de la WAN-IFRA amorceront déjà une analyse des tendances qui se dessinent à l'approche de l'Expo. Ces analyses porteront sur la rédaction et la publicité, le prépresse, l'impression et le façonnage et tout ce qui concerne le numérique.

Contenu payant : quelles démarches privilégier ?

Ce rapport détaillé sera consacré aux démarches entreprises par les éditeurs avec le soutien des fournisseurs pour créer des revenus. Nous commencerons par la monétisation du contenu. Certains journaux ont lancé des modèles payants en ligne et nous analyserons si ces efforts ont abouti.

Produits innovateurs

Nous avons lancé cette série d'articles l'année dernière avec une édition spéciale dédiée aux éditeurs et à leurs entreprises qui ont vraiment créé de nouveaux produits dynamiques pour leur audience. Ce rapport décrira où en sont certains éditeurs qui ont suivi cette démarche.

Optimisation de la consommation énergétique en production

Faire des économies étant le souci majeur des éditeurs et imprimeurs, nous examinerons comment les salles de presse et d'expédition peuvent parvenir à optimiser leur consommation énergétique pendant la production. Nous interviewerons plusieurs éditeurs qui ont initié des programmes d'économie d'énergie et les fournisseurs par l'entremise desquels ils sont parvenus à leur objectif.

Nos manifestations

Conférence européenne sur les médias numériques : cet événement qui se déroule mi-avril à Amsterdam nous permettra de jeter un œil sur les expériences des éditeurs dans ce secteur émergent.

Sommet des rédactions : Tout ce qui a rapport à la rédaction sera discuté et débattu lors de cette conférence en juin à Zurich en Suisse.

SEPTEMBRE-OCTOBRE 2011

Dates limites de réception des ordres publicitaires 08.08.2011, des documents: 12.08.2011

IFRA Expo 2011

Qu'il s'agisse des nouvelles tablettes et solutions mobiles, des systèmes de gestion du contenu, des solutions pour le flux prépresse, de nouveaux modules publicitaires, de nouvelles configurations de rotatives et d'équipements de salle d'expédition, notre équipe vous fournira toutes les indications nécessaires pour préparer votre visite au salon IFRA Expo 2011.

Les meilleures pratiques en production

Notre série d'articles mettant l'accent sur des activités de production innovantes se poursuit. Chaque article examine les techniques clés utilisées par des éditeurs et imprimeurs.

Publicités novatrices

Nous donnerons un aperçu des formats et exemples les plus novateurs ainsi que des technologies qui jouent un rôle essentiel.

Les jeunes lecteurs dans le monde

Nous poursuivons cette série d'articles en vous présentant un journal qui réussit à attirer les jeunes lecteurs.

NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2011

Dates limites de réception des ordres publicitaires 26.09.2011, des documents: 30.09.2011

Compte rendu de l'IFRA Expo 2011

Les journalistes et spécialistes de la recherche à la WAN-IFRA dresseront un bilan des tendances constatées à l'IFRA Expo 2011 à Vienne. Entre autres, dans les domaines suivants:

- Rédaction;
- Publicité;
- Solutions médias émergentes;
- Flux de production;
- Prépresse;
- Impression;
- Expédition, façonnage.

Compte rendu sur le Congrès mondial des journaux et le World Editors Forum de la WAN-IFRA

Tous les grands noms du monde de la presse seront présents à ce sommet annuel pour partager les succès et les défis économiques de cette industrie.

Le Congrès et le World Editors Forum sont aussi le rendez-vous mondial pour faire le point sur l'avenir du journalisme, de l'information et de la liberté de la presse.

Conférence internationale e-reading & tablette

Quelques-uns des éditeurs pionniers et parmi les plus innovateurs dans ce domaine seront à Vienne pour parler de leurs expériences en matière d'édition électronique.

ÉDITION SPÉCIALE – Étude des systèmes publicitaires cross-médias

Dates limites de réception des ordres publicitaires 24.10.2011, des documents: 28.10.2011

Pour en savoir plus, consultez la page « Éditions spéciales »

JANVIER-FÉVRIER 2012

Dates limites de réception des ordres publicitaires 21.11.2011, des documents: 25.11.2011

Le guide des décideurs 2012

Le guide annuel permet aux éditeurs d'établir leur feuille de route. Notre veille stratégique de l'industrie nous permet d'analyser les priorités fixées dans les budgets 2012, puis de présenter ces thèmes avec des analyses approfondies afin que les dirigeants, les rédacteurs en chef, les directeurs techniques, de la publicité, du marketing puissent avoir un aperçu de ce qui les attendent dans l'année à venir.

Les meilleures pratiques en production

Notre série d'articles mettant l'accent sur certaines des activités de production les plus innovantes de par le monde se poursuit. Chaque article examine ce qui fait la spécificité de l'entreprise concernée sur le plan des innovations techniques, de la productivité et du flux de production.

Rapport économique

Une analyse financière incisive sur la façon dont notre industrie s'en tire et ce que l'année à venir lui réserve. Elle mettra en exergue les grosses opérations effectuées sur tous les marchés clés de l'édition imprimée et numérique.



Éditions SPÉCIALES de WAN-IFRA Magazine

EN PLUS DU WAN-IFRA MAGAZINE, NOUS PUBLIONS TROIS ÉDITIONS SPÉCIALES CONSACRÉES À DIVERS SUJETS TECHNIQUES. CES NUMÉROS SPÉCIAUX SONT IMPRIMÉS DANS UN FORMAT TABLOÏD PLUS GRAND ACCORDANT UNE PLUS GRANDE PLACE À CES RAPPORTS APPROFONDIS ET CIBLÉS.

SUJETS :

Les tablettes, solutions et conseils

En 2010, les entreprises de presse ont commencé à développer et lancer des applications pour tablettes, évidemment aussi pour l'iPad d'Apple qui a déclenché cette acceptation et ce développement généralisés. Il est temps de comprendre ce qui marche bien et pourquoi. Nous nous pencherons sur les fournisseurs de systèmes qui aujourd'hui aident les éditeurs à lancer leurs produits de façon efficace et rentable sur cette plate-forme dynamique.

Les semi-commerciaux et leur impact sur l'impression et le façonnage

Lorsqu'une imprimerie de journaux recherche de nouvelles sources de revenus via des commandes externes, il faut qu'elle puisse proposer avec ses équipements une qualité supérieure à la qualité standard requise dans l'impression de journaux. Il existe différentes façons d'améliorer optiquement les produits. Il n'y a pas que l'impression, les salles d'expédition regorgent également de possibilités. Nous examinerons les équipements nécessaires afin de proposer des produits semi-commerciaux et présenteront des entreprises de presse et des imprimeurs qui se sont fait une place sur ce secteur de marché.

Étude des systèmes publicitaires cross-médias

Quelles sont les fonctions que les entreprises de presse modernes souhaitent et attendent des systèmes cross-médias? Les fournisseurs leur donnent-ils satisfaction de nos jours? À quels développements faut-il s'attendre dans ce domaine l'année prochaine? Les systèmes de réservation en self-service représentent-ils un avantage pour les éditeurs? Et dans le domaine du display aussi? Nous parlerons aux principaux acteurs dans ce domaine aussi bien du côté des fournisseurs que du côté des éditeurs et présenteront des études de cas avec leurs meilleures pratiques.