

«Reality Check» à «Content Summit 01»

Bilan critique et coup d'œil optimiste sur l'avenir de l'industrie du contenu

Des stratégies de haut niveau et des décideurs appartenant à l'industrie du contenu et venant de plus de 30 pays se rencontreront à Zurich du 7 au 9 novembre 2001 à l'occasion du «Content Summit 01». Après la récente fusion entre l'«Interactive Publishing Conference», une des plus importantes conférences dédiée à ce sujet, et le «Content Show» de Messe Basel, premier salon du genre organisé l'année dernière, le «Content Summit» va pouvoir offrir un programme encore plus vaste et plus informatif.

Grâce à la joint venture entre Messe Basel et Interactive Publishing GmbH, Zurich, organisateur de longue date de l'«Interactive Publishing Conference», le «Content Summit», un des plus importants événements dans le monde de l'industrie internationale du contenu, voit son avenir conforté. Cette manifestation est principalement consacrée aux défis que doit relever ce jeune marché émergent qui, selon des experts de la branche, est appelé à connaître un fort développement au cours des années à venir. Les contenus, autrement dit les informations numériques mises en forme par thème et de manière attractive pour répondre aux attentes des clients, sont en passe de devenir un domaine d'activité qui pèsera des milliards. Les contenus numériques sont la pièce maîtresse d'une économie basée sur l'information. Même si, selon Forrester Research, 20% des créateurs actuels des contenus estiment pouvoir tirer, en 2003, 20% de leurs recettes à partir de services en ligne, seule la moitié de ces entreprises a conclu des partenariats portant sur l'utilisation des droits numériques.

Le «Content Summit» ne se limite pas à offrir une plateforme à ce domaine d'activité. Des créateurs et des fournisseurs renommés des contenus interactifs pour les médias en ligne et les médias numériques hors ligne, comme les éditeurs de journaux et de magazines, des sociétés de radiodiffusion ainsi que d'autres créateurs et détenteurs de droits, mais aussi des fournisseurs de services Internet et des compagnies de télécommunication – tous utilisent le «Content Summit» pour présenter leurs nouvelles idées dans le cadre d'une réunion internationale. Le «Content Summit 01» a mis sur pied un programme varié, informatif et passionnant, qui comprend des conférences, un salon professionnel, des ateliers, des discussions, des présentations, un service d'entremise ainsi que l'attribution du «IP Top Award» au meilleur contenu interactif réalisé en Europe.

Remarque: un des domaines appelés à jouer un rôle essentiel dans le développement futur de l'internet englobe la création, le conditionnement et la vente des contenus, et l'Europe est un des marchés les plus exigeants mais aussi les plus lucratifs pour les contenus numériques de toutes sortes.

L'heure d'un examen critique est venue

Après la grande effervescence qui a agité le secteur de l'internet, il est maintenant temps de jeter à nouveau un coup d'œil plus attentif aux concepts de l'industrie du contenu. Ce sont les programmes et les stratégies visant à créer des contenus numériques lucratifs – théories anciennes et nouvelles, abandonnées et pas encore approuvées – qui feront l'objet de la plupart des présentations du «Content Summit». Même si, dans le domaine des médias, les services en ligne ne font pas vraiment recette chez nombre de sociétés, et même si les investisseurs sont devenus plus prudents – presque personne ne doute que la quête de l'application «choc», du Graal de l'industrie du contenu va

se poursuivre. D'anciennes questions sont toujours dans l'air et seront de nouveau débattues lors du «Content Summit». Quels sont les meilleurs canaux de distribution, les meilleurs formats pour distribuer mes contenus? Comment dois-je calculer mes prix et quelle stratégie de marketing dois-je adopter? Des réponses, des solutions et des idées seront fournies aux participants dans le cadre des nombreuses conférences organisées au «Content Summit».

Parmi les principales questions que l'on se pose à propos de l'avenir de la branche, il y a certainement celles-ci: Quels sont les nouveaux contenus et les nouvelles formes rédactionnelles qui utilisent les possibilités et testent les limites des différents médias et canaux – et enthousiasment les publics cibles? Quels sont les sources de revenus et les modes de paiement qui ouvrent aux maisons d'édition et aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux domaines d'activité et sont acceptés par les utilisateurs? Des informations sur ces questions passionnantes seront données dans le cadre des débats «Next Practice».

De plus en plus de gens sont extrêmement mobiles. Comment les fournisseurs des contenus peuvent-ils toucher ce marché? Comment réagit le monde publicitaire? D'une manière générale: Quels sont les moyens publicitaires qui succéderont aux bannières? Et quels sont ceux qui fonctionnent? Outre la publicité, les contenus changent eux aussi bien entendu – mais dans quelle direction? On trouve une foule des contenus attractifs, créés avec passion, dans tous les canaux de distribution – l'industrie cinématographique montre comment s'y prendre. Elle exploite rigoureusement la chaîne de création de valeur – domaine dans lequel de nombreux fournisseurs des contenus numériques ont encore besoin de s'améliorer. Les 'différentes vies' des contenus seront présentées au «Content Summit», et les méthodes ainsi que les stratégies de création de valeur y

seront passées au crible. Des études de cas et de situations commerciales seront effectuées dans le cadre du 'Reality Check'. Quant aux idées qui seront infusées durant chacune des trois journées de conférences, elles permettront de faire couler du sang neuf dans les esprits.

Présentation théorique et pratique d'une solution

Print-on-Demand novatrice

Outre les nombreux sujets liés à l'industrie du contenu, le modèle de travail d'une chaîne complète de création de valeur pour les contenus – transfert des contenus numériques depuis le Web sur des supports papier, réacheminement dans le Web des mises à jour et des informations issues de l'industrie du contenu et du «Content Summit» – sera démontré à travers la mise en pratique d'une solution Print-on-Demand novatrice. Dans le cadre du projet «Content Summit IN-print», le programme du «Content Summit» sera imprimé en direct, à la demande – et de manière personnalisée en fonction des besoins de communication spécifiques. Le fournisseur des contenus Factiva (Reuters/Dow Jones) élaborera chaque jour de nouveaux contenus à partir d'innombrables sources d'informations réparties dans le monde entier; Eurospider, spécialiste du traitement de l'information, filtrera les contenus en fonction des sujets traités au «Content Summit»; et The Document Company' Xerox transférera ces informations personnalisées sur papier depuis l'internet au moyen d'outils d'édition sophistiqués. Un catalogue d'exposition actualisé, comprenant une liste des participants et un bulletin d'information pour l'industrie du contenu et la manifestation, sera ainsi réalisé chaque jour.

Dans le cadre de l'atelier Content Summit «IN-print» mis en place au coeur de l'exposition, un module spécial sera consacré, le 9.11.2001, à la présentation des travaux effectués avec les solutions «IN-print». Il s'agira d'examiner de manière critique si «Content Summit IN-print» répond

aux exigences rédactionnelles et techniques d'une publication de ce genre.

Des informations détaillées sur l'ensemble du programme sont publiées à l'adresse www.contentsummit.com

Content Summit 01

Le Content Summit est la seule plate-forme européenne réservée aux acteurs influents de l'industrie des contenus de plus de 30 pays.

Le Content Summit relie des stratégies d'avant-garde et des présentations «Best Practice / Next Practice» qui seront traitées et évaluées dans le cadre d'une conférence ainsi que de Hands-on-Workshops, avec les services et les produits des fournisseurs de contenus et de technologies de soutien proposés dans la zone d'exposition.

Les jalons et le profil du marché des convergences ne seront pas seulement posés pendant les 3 jours que durera l'événement, mais ce contexte spécifique, propice aux discussions favorisera le suivi des relations entre participants au-delà de la manifestation.

Organisé par Interactive Publishing GmbH et la Foire de Bâle, le Content Summit 01 se déroulera du 7 au 9 novembre 2001 à Zurich et sera axé sur trois priorités: contenus porteurs participants de haut niveau et applications concrètes.

MM2f /août 2001

Contact pour les médias:

Messe Schweiz, Content Summit 01, Bernd Schuster
Responsable de la communication, case postale, CH-4021 Bâle
Tél. +41 61 686 22 73, fax +41 61 686 21 91
E-Mail: bschuster@messebasel.ch, www.contentsummit.com