

CONCOURS DE L'AGRÉGATION EXTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

SESSION 2013

ÉPREUVE DE CAS PRATIQUE

Spécialité : Système d'information

Cas Presse régionale

Durée de la préparation : quatre heures

Durée totale de l'épreuve : une heure

Vous disposez d'une durée maximale de quarante minutes pour présenter oralement la solution de l'étude qui vous est proposée. Votre exposé sera suivi d'un entretien avec le jury d'une durée maximale de vingt minutes.

Présentation générale

Le "Journal du Centre" est un quotidien à dimension régionale qui touche les lecteurs de la région Auvergne et Limousin et qui appartient à la société des Presses du Centre. Le siège social de cette entreprise est situé à Limoges. Elle dispose d'équipes locales implantées dans une dizaine des villes les plus importantes de la zone géographique qu'elle couvre. Face à la décline du nombre de ses lecteurs et à la révolution numérique qui s'impose à elle (annexe 1), cette société envisage de refondre son système d'information ainsi que ses modes de relations avec la clientèle.

Pour cela elle souhaite faire appel à deux SSII :

- Une première spécialisée dans les infrastructures informatiques, qui sera chargée de la mise en place de son nouveau réseau informatique. La société des Presses du Centre n'a pas encore contracté avec un prestataire, car elle est dans la phase d'élaboration de son cahier des charges.
- La seconde est une entreprise de développement web qui a remporté l'appel d'offre et avec laquelle un cahier des charges a été défini (annexe 4).

TRAVAIL À FAIRE	
1	Proposer une solution globale d'architecture du réseau pouvant servir de base à la rédaction d'un cahier des charges à partir des informations figurant dans l'annexe 2.
2	Analyser les transformations de l'information journalistique dues au passage au numérique, ainsi que les modèles économiques possibles pour le Journal du Centre. Commenter le choix réalisé.
3	Présenter rapidement les spécificités du développement de sites Internet à partir de Framework. Expliquer en quoi la réalisation diffère de ce qu'elle aurait pu être par un développement au moyen d'outils plus classiques. À partir du compte rendu d'entretien, fourni en annexe 3, concevoir la base de données qui permettra la gestion des articles de leur conception, à leur exploitation, une fois qu'ils ont été mis en ligne.

Les choix des journaux de références

Le *New York Times* a tenté pendant quelques années une première expérience du paiement des articles de presse en ligne. Il s'agissait de rendre payant l'accès aux articles des journalistes les plus prestigieux. L'expérience a été suspendue par crainte de perdre trop de visiteurs, ce qui risquait d'entraîner une diminution du nombre d'annonceurs publicitaires. Le quotidien a cherché ensuite à développer une solution payante à partir d'un certain nombre d'articles.

Les offres d'abonnements en ligne se multiplient. Ainsi, dans la presse économique et financière des journaux comme le *Wall Street Journal*, le *Financial Times*, Les Echos proposent des abonnements en ligne et le nombre d'abonnés tendrait à augmenter. Pour beaucoup de professionnels, il s'agit d'un outil de travail et les abonnements sont souvent payés par les entreprises (et non directement par les lecteurs individuels).

Le quotidien généraliste britannique, *The Times*, aurait perdu un nombre important de lecteurs lorsqu'il a rendu son site entièrement payant.

L'arrivée de *pure players*

Les « *pure players* », tels que Mediapart, Rue89, Slate.fr vendent des abonnements uniquement en ligne.

Mediapart, lancé en 2008, propose un abonnement à 9 euros par mois et fonctionne sans publicité. En 2010, le site comptait 1,35 million d'euros de pertes pour 3 millions de chiffre d'affaires. Le nombre d'abonnés serait en augmentation.

Rue89 et Slate.fr se financent notamment par la publicité.

Rue89 a misé sur la gratuité pour les lecteurs et se finance majoritairement par la publicité. Les activités de conseil et de formation au journalisme en ligne complètent le chiffre d'affaires.

Slate.fr est financé par la publicité à concurrence des deux tiers environ, le reste provenant de la vente de contenus à des clients.

En complément de la publicité, ces sites de presse en ligne cherchent à développer divers services de e-commerce ou de prestations de services et à trouver d'autres sources de financement.

Une plateforme de financements collectifs (« *crowdfunding* », c'est-à-dire, littéralement, « financement par les foules ») a été créée par un cofondateur de Rue89 et vise à rassembler des dons pour la presse en ligne.

Le positionnement de la presse régionale

Un quotidien régional est composé de plusieurs catégories distinctes d'informations : l'information locale en premier lieu mais aussi l'information nationale et internationale et les pages d'annonces. Dans le format papier le lecteur achète ce bouquet d'information et ne peut pas acheter indépendamment chacun des contenus.

Avec Internet, les choix qui s'offrent au consommateur tendent à faire disparaître cette obligation d'achat groupé. Les services locaux de la presse régionale sont en concurrence avec d'autres acteurs du web tels que eBay pour les petites annonces, Monster pour les pages emplois, Allociné pour les horaires de cinémas...

Annexe 2 - Présentation de la société des Presses du Centre et expression de ses besoins

La société des Presses du Centre souhaite refondre son architecture réseau pour que celle-ci réponde à ses nouveaux besoins.

L'équipe de rédaction se compose d'une trentaine de journalistes qui ont chacun la responsabilité d'une partie du journal et sont sous la direction d'un rédacteur en chef et de trois adjoints. Chacun de ces journalistes peut être épaulé par un photographe et faire appel à des pigistes. Le journaliste peut travailler sur site ou couvrir une zone géographique donnée pour accroître la proximité du quotidien. Ces personnes vont utiliser un nouvel outil permettant la rédaction et la mise en page d'articles qui seront intégrés dans les versions papier ou numérique.

Outre les journalistes, on trouve également des commerciaux qui ont également des zones géographiques à couvrir. Ces commerciaux ont des relations avec des points de ventes qui sont approvisionnés par des livreurs appartenant ou non à l'entreprise. En plus de ses missions traditionnelles de prospection et de suivi de clientèle, le rôle de la division commerciale est notamment d'approvisionner les points de distribution et d'y faire des animations de manière épisodique, par exemple lors de manifestations culturelles et sportives.

Le personnel administratif et de direction a la charge de la gestion courante et du management de l'entreprise.

Les objectifs de cette refonte sont de mettre en place un réseau informatique permettant :

- la communication entre journalistes via le logiciel de création et de mise en page ;
- de dynamiser la force de vente via des outils collaboratifs et de suivi d'activité ;
- de donner un accès au réseau au personnel administratif et de direction ;
- d'héberger le site internet, qui pourra être modifié par les personnes habilitées ;
- de garantir un maximum de sécurité.

Annexe 3 - Compte rendu d'entretien avec le directeur de la publication

Le site Internet de la société se limite actuellement à la présentation des Presses du Centre et à la publication de quelques articles qui reprennent partiellement ce qui se trouve dans les quotidiens. Ce site permet aux internautes de souscrire des formules d'abonnement traditionnelles afin de recevoir chez eux les versions papiers.

Nous envisageons de refondre complètement le site Internet de manière à dynamiser son aspect commercial et le contenu des publications.

Ce site doit proposer aux internautes des formules d'abonnement différentes :

- Une formule classique qui ne leur donnera accès qu'à la version papier ;
- Une formule virtuelle, qui leur donnera un code d'accès pour avoir le droit de consulter la version numérique du quotidien et de participer à l'espace communautaire ;
- Une formule complète, qui sera l'association de la formule classique et virtuelle.

Il nous faut réfléchir sur des formules complémentaires qui permettront à des structures regroupant plusieurs abonnés (des administrations, des entreprises), de disposer de plusieurs accès simultanés à la version numérique de leur quotidien. Le but est pour nous d'éviter qu'en souscrivant un seul abonnement une dizaine de personnes ou plus, puisse utiliser le même code d'accès pour se connecter à la version numérique.

La version numérique du journal sera actualisée au maximum afin de coller le plus possible à l'actualité, sans avoir le décalage de 24 heures que nous impose la version papier. Pour l'essentiel, elle reprendra le contenu des articles déjà publiés ou qui le seront le lendemain, en proposant des photos supplémentaires, retraçant les différentes manifestations couvertes par nos journalistes.

Pour chaque article, il y aura la possibilité pour les abonnés de rajouter les commentaires comme cela se fait sur tous les sites communautaires. L'objectif est clairement d'associer le lecteur au journal en lui permettant de donner un avis sur des événements qu'il a vécu ou qui le touche, et de faire en sorte qu'il soit certain de se retrouver sur l'un des clichés qui ont été pris par nos photographes à une manifestation où il était présent. Internet va nous autoriser pour un événement du type fête de la musique par exemple, à diffuser bien plus de photographies que nous n'aurions pu le faire dans un format papier.

Enfin chaque abonné aura la possibilité de gérer son compte, en modifiant son mot de passe, en suivant son abonnement et ses prélèvements.

Nous désirons ainsi moderniser l'image de notre quotidien en montrant qu'il a su s'adapter aux technologies numériques et qu'il est plus réactif et plus dynamique qu'auparavant. Nous envisageons de permettre très rapidement nos abonnés à disposer d'une version pour téléphone mobile, par le biais d'une application comme il en existe pour des journaux nationaux concurrents.

Évidemment la sécurité demeure une priorité pour nous. Il faut éviter que des articles soient publiés sans le consentement de l'équipe de rédaction, et empêcher que des propos choquants puissent être diffusés par les membres de la communauté dans les commentaires des articles.

Nous avons demandé à la société de services de réfléchir sur un moyen de nous permettre de voir quelles ont été les articles les plus consultés ou les photos les plus téléchargées, de manière à nous adapter aux besoins de nos futurs utilisateurs et de leur apporter un produit qui corresponde le mieux à leurs attentes. Notre site évoluera donc en fonction des utilisations qu'en feront les abonnés.

La société de services qui va réaliser notre nouveau site Internet a choisi la plate-forme Symfony 2 pour mener à bien le développement. L'objectif est de parvenir à proposer le plus rapidement possible une première version numérique de notre nouveau journal, en ajoutant des améliorations successives. Nous ne pouvons pas nous permettre d'attendre une année, que le projet ait entièrement été réalisé. Nous avons en effet pris énormément de retard par rapport à nos concurrents, et il apparaît clairement que nos lecteurs sont dans l'attente d'un journal numérique

de proximité. Nous ne pouvons pas nous permettre qu'une autre société que nous, occupe cet espace.

Annexe 4 - Extrait du cahier des charges

Contraintes relatives aux articles

Quand un journaliste écrira un article, il le fera à la fois pour la version papier et la version numérique. Pour ce qui est de la version numérique, l'article sera composé de six parties :

- **le titre** qui sera le même dans la version papier ou la version numérique ;
- **la partie d'accroche**, qui ne figurera que sur la page d'accueil du site et qui contiendra un lien hypertexte renvoyant au contenu se trouvant sur une autre page ;
- **le contenu** qui pourra être différent selon qu'il se trouve sur la version papier ou la version numérique ;
- **des liens hypertextes** vers des articles abordant le même sujet ;
- **les photos** qui seront associées à l'article. Là aussi, il n'y aura pas d'obligation de retrouver sur la version papier les mêmes photos que sur la version numérique ;
- **Les commentaires des internautes**, tous s'abonnés à la version numérique ou la version traditionnelle, qui viendront compléter le contenu des articles.

La version papier se limitera à quatre parties :

- le titre,
- la partie d'accroche pour les articles figurant à la une du journal,
- le contenu,
- et les photos.

Chaque article doit pouvoir évoluer dans son contenu, dans les photos qui lui sont associées et les commentaires des internautes. Il peut arriver que dans les quelques heures qui suivent la parution de l'article dans sa version numérique, et avant l'impression de l'édition papier qui y sera associée, le journaliste dispose de nouvelles informations ou de nouvelles photographies qu'il souhaite ajouter à la version numérique du journal. Il faut alors que ces informations puissent être intégrées à l'article se trouvant sur le site Web.

L'impression de la version papier va sceller la modification du contenu des articles. Une fois que l'impression aura été lancée, toute nouvelle information donnera lieu à la création d'un nouvel article. Cette option a été choisie afin de ne pas perdre le lecteur. Ce dernier doit pouvoir retrouver dans la version numérique l'article qu'il vient de lire. Les liens qui seront associés à l'article permettront de naviguer sur la version plus récente et de prendre connaissance des nouvelles informations dont dispose désormais le journal. Le but est de ne pas donner au lecteur l'impression que la version papier est déjà obsolète. Il faut des repères temporels, quitte à ce qu'un même événement soit couvert plusieurs jours d'affilée et que le lecteur puisse en suivre l'évolution sans être obligé de se connecter à chaque instant à la version numérique. Le Journal du Centre est un quotidien qui se doit de conserver chaque jour sa mémoire informationnelle : il n'est pas question d'effacer un article imprimé dans sa version numérique pour le remplacer par un autre plus récent.

Le contenu d'un article est découpé en paragraphes. Chacun d'eux figurera soit dans la version numérique soit dans la version papier soit les deux.

La publication de chaque article et de chaque photographie doit être validée par l'un des membres de la rédaction.

Pour chaque article et chaque photographie, on doit pouvoir savoir qui les a proposés à l'édition et qui les a validés. On doit pouvoir également disposer de statistiques permettant de connaître combien de fois un article a été consulté dans sa version numérique et combien de fois une photographie a été téléchargée.

La page d'accueil du journal contiendra des titres et accroches d'articles figurant à la une, ainsi que des rubriques, renvoyant vers des pages secondaires comprenant elles aussi des titres et accroches d'articles considérés comme secondaires. Dans le bas de la page d'accueil, il sera possible d'accéder aux « unes » des jours précédents, et ainsi pouvoir lire les articles antérieurs.

Les articles dans la version numérique ainsi que les photographies, disposeront d'une durée de vie qui leur sera allouée par le rédacteur en fonction de l'importance qui lui sera donnée : les articles considérés comme mineurs seront supprimés au bout d'un mois, ceux considérés comme majeurs, qui couvrent des événements très importants, seront supprimés au bout de trois mois.