

Descriptif d'enseignement / *Course descriptions*

Cycle Master 1 (4ème année) / 4th year

Semestre 1

Titre du cours - *Course title*

Economie des médias

Economics of the media industry

Type de cours : Cours magistral

Langue du cours/Language of instruction : Français

Enseignant(s) – *Professor(s)*

Benjamin Sabbah

Responsable du Business Development France à l'Agence France-Presse

Contact : benjamin.sabbah@gmail.com

Résumé du cours – **Objectifs** - *Course description – Targets*

Les médias subissent un paradoxe qui semble insoluble à court terme. Alors que nous n'avons jamais consommé autant d'informations, au point d'en qualifier notre société post-industrielle de « société de l'information », les médias, ou pour être précis les producteurs d'informations n'ont jamais eu autant de mal à assurer leur financement.

Alors qu'Internet, d'abord perçu comme une formidable zone d'opportunités, est devenu le lieu de la mise en concurrence frontale de tous les acteurs historiques de média, la valeur publicitaire et la distribution de l'audience leurs échappent. La crise de 2007 et des années qui ont suivi a fini de bouleverser le marché publicitaire et, par voie de conséquence, les revenus des médias. Réorganisation, plans sociaux et restructurations, abandon de certaines opérations (parfois rien de moins que la production du support principal que constituait le journal), alliances, rachats, revue du système de subventions, les stratégies de survie ou de développement diffèrent mais mis à part quelques titres, année après année, la question de la rentabilité continue de se poser.

L'information, condition sine qua non de l'existence de nos démocraties, est-elle en danger ?

Il n'y aura pas de réponse univoque. La période actuelle est une période qui rebat les cartes, de nombreux médias risquent de continuer de disparaître. De nouveaux continueront d'apparaître. Probablement sous des formes nouvelles. L'information sans valeur ajoutée réelle continuera de se répliquer à l'infini sur le web. Et, en parallèle, nous ne pouvons douter que les citoyens continueront de réclamer de l'information de qualité.

Dans le cadre de ce cours d'économie des médias, nous reviendrons sur l'histoire des médias, leur formation, les contextes et l'évolution de leurs enjeux en termes d'éco-système et d'audience. Puis nous analyserons le ou plutôt les marchés des médias, les produits d'information, l'offre et les structures de coûts d'un côté et la demande et les structures de revenus de l'autre. Enfin, nous nous intéresserons aux enjeux de la transition digitale - évolution de la chronologie des médias, réseaux sociaux, mobilité, possibilités nouvelles de monétisation de l'audience et des contenus - pour tenter de cerner les modèles d'avenir.

Evaluation - Assessment

Projet : Création d'un média digital

Présentation du "business plan" - 15 min de 'pitch' pour chaque groupe

Support : format ouvert

Obligatoire :

Objectif du média / du produit / de la solution

Benchmark / Différentiation

Modèle d'affaires / Compte d'exploitation prévisionnel

Roadmap Produit - Plan Marketing / Communication de l'offre

Plan – Séances - Course outline

Cours 1 :

Introduction

I. Les médias & l'information : définitions, contexte, enjeux

1. Qu'est-ce qu'un média
2. Dates clés : évolution des techniques et naissance des médias
3. Chiffres clés
4. L'éco-système des médias

Cours 2 :

I. Les médias & l'information : définitions, contexte, enjeux

5. Qu'est-ce qu'une information ? Qu'est-ce que le journalisme ?

II. Secteur des médias

1. Secteur des médias et marché publicitaire
2. Caractéristiques des biens médiatiques

Cours 3 :

II. Secteur des médias

3. L'Offre de médias
4. La Demande de médias

Cours 4 :

Focus Economie des agences de Presse

Questions - Réponses Médias & Business plans

Cours 5 :

III. Internet, web 2.0, mobilité : les enjeux digitaux

1. L'indépendance du contenu vis-à-vis du support
2. Bouleversement du panorama concurrentiel
3. Les stratégies de développement des groupes

Cours 6 :

Présentation et notation des projets de médias digitaux

Bibliographie - *Bibliography* :

Les médias - Balle, Francis. Puf, collection Que Sais-Je, numéro 3694, 2014.

Sauver les médias, comment s'adapter à la révolution numérique - Cagé, Julia. Seuil, collection République Des Idées, 2015.

L'industrie des médias à l'ère numérique - Gabszewicz, Jean Jaskold. Sonnac, Nathalie. La découverte, collection Repères, numéro 439, 2013

Economie de la presse à l'ère numérique - Lefloch, Patrick. Sonnac, Nathalie. La découverte, collection Repères, numéro 283, 2013.

L'Economie des médias - Toussaint-Desmoulins, Nadine. Puf, collection Que Sais-Je, numéro 1701, 2015.

Comprendre les médias français - Thibault, Mireille. Ellipses, 2005.