

ANNEXE

Grille d'évaluation des projets de modernisation

Dans la grille d'évaluation ci-dessous, à chaque type d'opération correspond un nombre limité d'objectifs, en rapport avec la finalité de l'investissement projeté. Ces objectifs sont déclinés en indicateurs chiffrés, ayant vocation à mesurer le degré de réalisation du projet financé par le fonds.

La définition de ces objectifs et indicateurs est réalisée en concertation avec les éditeurs et leurs représentants, afin de garantir une cohérence avec les objectifs qu'ils assignent eux-mêmes à leurs investissements, et avec les données quantifiées dont ils disposent pour le suivi de l'exécution de leurs projets.

La liste des objectifs et indicateurs figurent dans la grille d'évaluation n'est pas limitative et peut être complétée par l'éditeur en fonction de la spécificité de son projet et des moyens d'évaluation qui paraissent les plus appropriés à chaque entreprise. Néanmoins, pour chaque projet, devront figurer au minimum un objectif et un indicateur chiffré afin de contribuer à un meilleur suivi de la mise en œuvre du projet.

Type de projet	Objectifs	Indicateurs	Suivi des indicateurs				
			Valeur de départ	Valeur prévisionnel le d'arrivée	Valeur 1 ^{ère} Tranche	Valeur 2 ^{ème} Tranche	Valeur solde
Imprimerie	Réduire les coûts d'impression	Coût moyen par page imprimée					
	Améliorer la qualité d'impression	Satisfaction lecteurs					
	Développer l'impression couleur	Nombre moyen d'illustrations couleur					
		Progression de recettes annonceurs					
		Satisfaction des lecteurs					
	Mutualiser l'impression	Part de l'impression mutualisée dans l'impression totale					

Type de projet	Objectifs	Indicateurs	Suivi des indicateurs				
			Valeur de départ	Valeur prévisionnel le d'arrivée	Valeur 1 ^{ère} Tranche	Valeur 2 ^{ème} Tranche	Valeur solde
Distribution	Réduire les délais	Temps de conditionnement (entre la fin de l'impression et le départ des exemplaires)					
	Réduire les coûts	Coût de distribution par exemplaire					
	Possibilité d'encartage	Nombre de pages supplémentaires					
		Recette annonceurs					
		Satisfaction lectorat					
	Un meilleur service auprès des abonnés	Heure de livraison au domicile					
		Zone livrée					

Type de projet	Objectifs	Indicateurs	Suivi des indicateurs				
			Valeur de départ	Valeur prévisionnel le d'arrivée	Valeur 1 ^{ère} Tranche	Valeur 2 ^{ème} Tranche	Valeur solde
Edition / Rédaction Organisation interne	Réduction des circuits de transmission du flux d'information	Gain de productivité (délais, nombre de personnes impliquées dans la chaîne de traitement, étapes successives du processus...)					
		Gains de l'entreprise en efficience					
	Réduire les coûts de production et les délais de fabrication de la chaîne éditoriale	Réduction des déchets (plaques CTP, produits chimiques)					
		Heure moyenne du bouclage					
	Enrichir l'offre éditoriale (texte, encadré, photo, infographie,...)	Impact sur l'organisation du travail					
		Coût d'adaptation technique					
	Meilleure gestion des informations à destination du papier et du web	Niveau de complémentarité entre les deux supports					
		Dépenses internes ou externes de personnel de fonctionnement					
	Développement de bases de données associées en interne (à destination des journalistes) et en externe (à destination des clients)	Gains de temps, meilleure accessibilité au service					
		Valeur ajoutée apportée à l'utilisateur ou au destinataire					

Type de projet	Objectifs	Indicateurs	Suivi des indicateurs				
			Valeur de départ	Valeur prévisionnelle d'arrivée	Valeur 1 ^{ère} Tranche	Valeur 2 ^{ème} Tranche	Valeur solde
Marketing / Lectorat / Maquette / formule	Progression des ventes	Taux de progression global					
		Taux de progression sur les populations cibles (jeunes, expatriés, etc.)					
	Conquérir de nouveaux abonnés et fidéliser les abonnés	Taux de progression des abonnements					
		Taux de renouvellement des abonnements					
	Conquérir de nouveaux annonceurs	Progression du chiffre d'affaires annonceurs					
		Part de nouveaux annonceurs dans les recettes annonceurs					
	Renforcer la marque du journal	Evaluation de la notoriété de la marque en fonction du support (papier, web, téléphone portable..)					

Type de projet	Objectifs	Indicateurs	Suivi des indicateurs				
			Valeur de départ	Valeur prévisionnelle d'arrivée	Valeur 1 ^{ère} Tranche	Valeur 2 ^{ème} Tranche	Valeur solde
Numérisation Pour les agences de presse et les projets des éditeurs liés à la publication papier	Optimiser le fonds d'archives mis à la disposition de la rédaction	Gain de temps					
		Qualité des images					
	Valoriser un fonds mis à la disposition des abonnés	Part du fonds d'archives numérisé					
		Part du chiffre d'affaires réalisé par la commercialisation du fonds					
	Attirer de nouveaux lecteurs et clients	Taux de croissance du nombre de lecteurs ou de clients					
	Développer de nouveaux services	Avantage concurrentiel attendu					