

## **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 <sup>ère</sup> Tranche	Valeur 2 <sup>ème</sup> Tranche	Valeur solde
Imprimerie	<b>Réduire les coûts d'impression</b>	<b>Coût moyen par page imprimée</b>					
	<b>Améliorer la qualité d'impression</b>	<b>Satisfaction lecteurs</b>					
	<b>Développer l'impression couleur</b>	<b>Nombre moyen d'illustrations couleur</b>					
		<b>Progression de recettes annonceurs</b>					
		<b>Satisfaction des lecteurs</b>					
	<b>Mutualiser l'impression</b>	<b>Part de l'impression mutualisée dans l'impression totale</b>					

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

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

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