

# ETRE UN MEDIA, C'EST ÊTRE DANS LE BUSINESS DES BASES DE DONNÉES !

---

LE 3 JUIN 2009 MICHEL LÉVY PROVENCAL

---

1% des pages vues US est représenté par les quotidiens, pour ainsi dire: rien! La presse qui détenait une part de marché importante de la publicité est aujourd'hui complètement à terre. La crise dans ce secteur est finalement beaucoup plus profonde qu'on ne le pense. Au point, qu'aujourd'hui, l'industrie des medias ne mue pas, elle [...]

1% des pages vues US est représenté par les quotidiens, pour ainsi dire: rien! La presse qui détenait une part de marché importante de la publicité est aujourd'hui complètement à terre. La crise dans ce secteur est finalement beaucoup plus profonde qu'on ne le pense. Au point, qu'aujourd'hui, l'industrie des medias ne mue pas, elle ne se régénère pas. Elle mute! Son code génétique s'hybride! Au point qu'aujourd'hui "être un media, c'est être dans le business des bases de données!". Je vous invite à visionner cette interview de **Jeff Mignon** qui explique son point de vue sur la question.

PS: Du 2 au 8 juin a lieu l'Internet Week à New-York. Pour suivre ce qui s'y passe je vous conseille **la session de live blogging réalisée cette semaine sur [mikiane.com](http://mikiane.com)**

[mikiane.com](http://mikiane.com)