

LA “DOUCE RÉVOLUTION” DU GROUPE LE FIGARO

LE 11 SEPTEMBRE 2009 ADMIN

(par Tyffanie Assouline) Le titre de cet article se réfère à la métaphore filée par Bertrand Gié lors de la conférence d’hier soir au Press Club, sur le thème : Le Figaro.fr/Le Figaro, l’union sacrée du web et du print. Illustrant l’évolution de l’intégration du support web au sein du groupe Le Figaro, il est parti [...]

(par Tyffanie Assouline) Le titre de cet article se réfère à la métaphore filée par Bertrand Gié lors de la conférence d’hier soir au Press Club, sur le thème : Le Figaro.fr/Le Figaro, l’union sacrée du web et du print.

Illustrant l’évolution de l’intégration du support web au sein du groupe Le Figaro, il est parti de l’image de la FIV (fécondation in vitro) effectuée par une équipe, à l’extérieur même des locaux et dont l’embryon s’est ensuite implanté dans le ventre de la mère pour se développer... Même si la volonté hiérarchique devait être forte pour réussir la transition, elle s’est appuyée sur les ressources en interne et les personnes motivées pour instaurer le changement. Car on ne devient pas n°1 (classement de Juin 2009 avec 6,7 millions de visiteurs uniques) aussi facilement...

> lire l’article sur le blog de Tyffanie : [ici](#)