

Problème

- 75% des lecteurs arrête de lire des articles de presse écrite à cause de leur longueur (selon une de nos études). Pourtant plusieurs articles continuent à être publiés (plus de 700 millions en 2023 dans le monde selon France Info)
- Une autre de nos études montre que les gens sont de plus en plus intéressés par les snack contents (format de contenu plus court et plus rapide) qui font rage sur les réseaux sociaux (41% des Français s’informent sur les réseaux sociaux en 2022 selon LADN.eu). Toutefois, les médias ayant toujours su perdurer en adaptant leur contenu aux évolutions de modèle de consommation (exemple : passage du journal papier à la radio, la télévision puis au web), aujourd’hui ils suscitent de moins en moins d’intérêts de la part des lecteurs

Problématique : Face à l’évolution de la consommation de l’information, comment booster l’attractivité de la presse écrite ?

Solution

- Un outils IA sur mesure conçue pour simplifier et adapter le contenu de presse écrite et ainsi favoriser sa consommation. Proposant :
- Des formats courts et simplifiés (avec des résumés d’articles)
 - Des formats diversifiés (texte, audio) pour les articles de presse écrite
 - Une fonctionnalité de playlist personnalisable
 - Un chatbot pour une meilleure interaction avec les contenus et tirer des connaissances plus précises

Modèle Économique

- Modèle économique B2B récurrent
- Tarification scalable selon le besoin/utilisation de l’outil
- Package Standard
- Package Premium (personnalisation de l’outil, accès à des analytics avancées)

Marché

- Environ 300 médias numériques en France
- 7,3 millions d’articles de presse générés par jour en moyenne en France en 2023 (clubic.com)
- 72,6 millions de visites par jour sur les sites et applications de presse
- La presse numérique prend 68% des ventes pour la presse quotidienne et 25% pour la presse professionnelle

Concurrence

- Concurrents indirects sur le marché français : Mistral.ai, Dust, LightOn
- Concurrents indirects internationaux : ChatGPT (OpenAI), Gemini (Google)

Stratégie de développement /Acquisition

Acquisition

- Collaborer avec des médias pour intégrer et promouvoir l’outil
- Adopter un modèle freemium pour attirer et convertir les médias

Marketing et communication

- Lancer des campagnes sur les réseaux sociaux
- Mettre en avant des cas pratiques pour professionnels et lecteurs pressés

Expansion

- Ajouter des langues et nouvelles fonctionnalités basées sur le feedback
- Explorer des intégrations avec assistants vocaux et plateformes internationales

Equipe

- 6 ingénieurs informatique spécialisés en Big Data & IA
- 1 ingénieur informatique spécialisé en Cybersécurité et Systèmes d’informations

Besoin

- Accroître le taux de fidélité/d’engagement des utilisateurs
- Rendre les articles de presse écrite plus attractif et digeste
- Proposer des formats adaptés aux préférences des utilisateurs