

la Croix – Nouvelle Formule bi-médias **Jeudi 28 avril 2011**

Jeudi 28 avril, la Croix lance une nouvelle formule bi-médias (papier et numérique) : dans le contexte d'évolution des usages de l'information, le quotidien souhaite ainsi renouveler son projet éditorial, renforcer le lien avec son lectorat et s'adapter aux nouvelles pratiques des médias.

► Une nouvelle maquette papier plus séduisante qui renforce les atouts et les spécificités du journal

- Une offre papier dorénavant tout quadri.
- Des aménagements graphiques pour un journal plus audacieux et pour un meilleur confort de lecture.
- Et notamment pour les numéros de semaine, la création d'une page « Devous à nous » : un espace d'interactivité avec le lecteur, intégrant les rubriques « La Question du jour des lecteurs », « A chaud » (les réactions des lecteurs ou internautes à l'actualité), des liens avec le site *la-Croix.com* et les blogs de la rédaction.
- L'édition du week-end passe de 24 à 28 pages avec un nouveau format (plus carré pour mieux se distinguer des numéros de semaine). Cette édition change pour mieux accompagner ce temps particulier de la semaine : celui de l'actualité, toujours, mais aussi de la famille, de la spiritualité et des loisirs : création d'une page repères en forme d'explication pédagogique sur une actualité de la semaine à venir ; création de la page « Mon dimanche » (une personnalité raconte son dimanche et ce que représente pour lui cette journée particulière).

► Cette étape est également le coup d'envoi d'une expérimentation bi-médias au service d'un site renouvelé (avec une nouvelle maquette travaillée en profondeur), **et de nouveaux supports mobiles** (lancement d'applications iPhone et iPad dès le mois de mai). Tous les talents de la rédaction de *la Croix* sont dorénavant au service des supports papier et numérique. Cette nouvelle organisation vise à proposer des contenus abondants, actualisés en continu et dans des formats adaptés en fonction des supports... tout en conservant pour chacun d'eux la pertinence journalistique propre à *la Croix*.

► De nouvelles offres commerciales bi-médias

Dans un environnement économique de la presse mouvant et encore incertain, *la Croix* souhaite valoriser sa production éditoriale et arbitre clairement entre ses contenus payants et ce qui est mis en consultation gratuite.

Plusieurs types d'offres sont lancés afin de s'adapter à la diversité des usages de l'information d'aujourd'hui (**2 offres principales** : Intégralité des contenus sur tous les supports papier et numérique – *la Croix* « in extenso » - 28€ par mois / Intégralité des contenus web sur tous les supports numériques – *la Croix* « 100% digitale » - 15€ par mois // **3 offres expérimentales** et des **achats à l'acte**).