

Chapitre 11

La communication éditoriale

A. Références bibliographiques complémentaires

Articles :

- « Assurer la cohérence des messages », interview de Jacques-Emmanuel Saulnier (directeur de la communication de Total), *Stratégies*, 12/11/2015.
- « Langage et *Content Factory* », Jeanne Bordeau, *Stratégies*, 01/06/2017.
- « Relation client : les *social rooms* changent la nature des conversations », Jeanne Bordeau, *Harvard Business Review*, 18/09/2017.
- « Votre attention s'il vous plaît », Lorraine Foucher, *Le Monde*, 24/09/2017.
- « L'attention : le Saint Graal du récit des marques », Luc Thabourey, *Stratégies*, 07/09/2017.

Afci (*Les Cahiers de la communication*) – L. Sabbah « Web 2.0 : un levier pour rendre l'organisation plus collaborative ? » (document pdf)

B. Question d'examen

Pourquoi les contenus infographiques se développent-ils ?

Pistes de réponse

Les techniques numériques facilitent la création et la diffusion des infographies. La mise en scène, à travers des images et des données quantitatives, permet de rendre accessibles au plus grand nombre des contenus complexes.

Le traitement visuel de ces informations est à la fois ludique, simple, attractif et engageant. Il peut très facilement être viralisé. Au bout du compte, cette forme graphique, lorsqu'elle est mise au service du fond, contribue à gagner la bataille de l'attention.