

## Presse : nouvelles fonctions, nouvelles organisations

**Avec le développement du numérique, les entreprises de presse remodelent peu à peu leur organisation. Dans son dernier rapport, l'Observatoire des métiers de la presse analyse en détails ces mutations et les nouvelles fonctions qui émergent.**

### **Une évolution des modes de management**

Pour proposer de nouveaux services visant à fidéliser le lecteur, des métiers peu habitués à travailler ensemble sont amenés à coopérer. Dans cette optique, les modes de management tendent à évoluer. Ainsi, dans le domaine éditorial, le travail en "mode projet" se développe, ainsi qu'une veille permanente sur les nouveaux métiers.

### **Le marketing auprès de l'éditorial**

Les métiers du marketing, eux, doivent être présents auprès de l'éditorial, pour suivre au quotidien les audiences et les analyser, comprendre les usages et les pratiques de lecture et d'achat. En matière commerciale, la notion de "traçabilité" devient incontournable, qu'elle concerne les ventes du journal, les modes de consommation et les usages du lecteur.

### **Les ressources humaines : un pivot essentiel**

Dans ce cadre, les professionnels des ressources humaines ont un rôle important à jouer : ils peuvent favoriser le développement de nouvelles compétences comportementales et managériales. *"Le développement de nouvelles modalités de travail et de formes de coopération, dans un contexte où les statuts et les rôles sont divers et les techniques multiples et évolutives, repose dorénavant sur un pilotage exigeant"*, souligne l'Observatoire des métiers de la presse.

**Consultez le rapport « [Les nouvelles fonctions en presse et les actions d'accompagnement](#) » de [l'Observatoire des métiers de la presse](#).**

Contact presse : Diane Galbaud, [Afdas](#), 01 44 78 38 56

**Afdas.**

  
observatoire  
des métiers **de la presse**