

1.	Record Nr.	UNISOBSOBE00039782
	Autore	Plautus, Titus Maccius
	Titolo	7:Trinummus Truculentus Vidularia Fragmenta / Plaute ; texte établi et traduit par Alfred Ernout
	Pubbl/distr/stampa	Paris : Les belles lettres, 1940
	Descrizione fisica	203 p. (16-165 doppie) ; 20 cm
	Lingua di pubblicazione	Francese Latino
	Formato	Materiale a stampa
	Livello bibliografico	Monografia
	Note generali	Testo originale a fronte
2.	Record Nr.	UNINA9910131364603321
	Autore	Benghozi Pierre-Jean
	Titolo	La presse française en ligne en 2012 : Modèles d'affaires et pratiques de financement / / Pierre-Jean Benghozi, Inna Lyubareva
	Pubbl/distr/stampa	Paris, : Département des études, de la prospective et des statistiques, 2014
	ISBN	2-11-139910-8
	Descrizione fisica	1 online resource (12 p.)
	Altri autori (Persone)	LyubarevaInna
	Soggetti	Sociology Economics (General) TIC presse économie de la culture et de la communication numérique economics of culture and Communication press digital ICT
	Lingua di pubblicazione	Francese
	Formato	Materiale a stampa

Sous l'impact des nouvelles technologies d'information et de communication (TIC), on observe ces dernières années dans l'industrie de presse une multiplication des configurations des formes organisationnelles et des modèles d'affaires. La multiplication de ces modèles ou des manières de mettre les contenus à disposition ne constitue pas un simple effet conjoncturel. Il traduit des stratégies systématiques d'innovation et d'exploration de modèles d'affaires alternatifs, qui représentent aujourd'hui la source d'avantage concurrentiel privilégiée. L'analyse aborde la variété des nouveaux modèles d'affaires par un effort de catégorisation et de description permettant d'identifier et de comprendre les trajectoires d'évolution de l'économie de la presse. L'étude économétrique d'une base de données inédite de 149 titres de presse française a permis d'identifier trois classes distinctes de modèles d'affaires de la presse en ligne : numérique a minima, pure players et leaders explorateurs. In recent times the press industry has been reshaped by the influence of Information and Communication Technologies (ICT). Constant experimentation and innovation in the business model (BM) has become one of the key sources of actors' competitive advantage. As a result, dominant and stable traditional BMs have given rise to multiple disruptive BMs. The goal of this study is to provide typology and description of the new online BMs and to understand the current economic transformations in the press industry. The analysis relies on the empirical study of 149 French press websites accounting for the various configurations of digital output and technology in production processes. Three classes of online BMs were identified: the "minimally digital", "pure players" and "exploring leaders". We substantiate the features of the three classes of online BMs and put forward new relevant approaches to the "free" content funding.