

La

# Correspondance de la Presse

Quotidien d'Information et de Documentation Professionnelles

Mardi 30 mai 2017 – 71<sup>ème</sup> année – N° 17198

Le n° (HT) 16 €

Tarifs d'abonnement (HT) : 1 an : 2 995 € – 6 mois : 1 660 € – 3 mois : 920 €

## SOMMAIRE

CALENDRIER DE LA PROFESSION ..... 3

### PROBLEMES D'ACTUALITE DES MEDIAS

Temps d'antenne : le Conseil constitutionnel examinera cet après-midi la QPC d'En Marche ! sur la durée des émissions de campagne en vue des législatives ..... 5

8 % des foyers anglais considèrent les services de SVoD comme leur principal moyen de regarder la télévision (Ampere Analysis) ..... 6

La fraude publicitaire mondiale devrait baisser de 10 % en 2017 (Association of National Advertisers/White Ops) ..... 7

Aux Etats-Unis, seuls 11 % des électeurs républicains ont confiance dans l'information véhiculée par les médias (Pew Research Center) ..... 7

Audiences TV mai 2017 : TF1 et France 2 progressent, France 5 et TMC dépassent C8, CNews n'avance pas ..... 8

### LES MEDIAS ET LEURS DIRIGEANTS

M. Vincent GIRET va succéder à M. Laurent GUIMIER à la direction de franceinfo ..... 10

M. Ludovic MAHOUDEAUX, précédemment directeur des achats du groupe Canal+, est nommé secrétaire général de SFR Presse..... 10

Accord entre TF1 et la régie Transfer : le CSA belge plaide pour que la législation audiovisuelle belge s'applique au groupe français ..... 11

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE DE PRESSE



Fondateur : Georges BÉRARD-QUÉLIN

13 AV. DE L'OPÉRA 75039 PARIS CEDEX 01- TÉLÉPHONE : 01 40 15 17 89 - TÉLÉCOPIE : 01 40 15 17 15

Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse : 0208-I-82760 - ISSN : 1268 - 6921 - www.SGPresse.fr

M. Fabrice BAKHOUCHE, conseiller référendaire à la Cour des comptes, ancien directeur du cabinet de Mme Fleur PELLERIN au ministère de la Culture, ancien collaborateur de M. Jean-Marc AYRAULT à Matignon, va rejoindre Hachette Livre.....	12
France Culture supprime de sa grille L'Esprit public, émission produite et animée par M. Philippe MEYER .....	13
Le journal "20 Minutes" renforce le dialogue avec ses lecteurs pour travailler à la refonte de sa maquette print.....	13
L'opération de fusion-absorption de Sporever par le groupe Reworld Média a été définitivement approuvée par les assemblées générales des actionnaires des sociétés .....	14
M. Arnaud NGATCHA, directeur des études de la diversité de France Télévisions, devrait rejoindre le cabinet de Mme Laura FLESSEL, ministre des Sports comme conseiller communication .....	16
M. Emmanuel MACRON assume l'exclusion de son quartier général, lors de la campagne, des journalistes de Russia Today et Sputnik.....	16
Microsoft lance Mixer, sa plateforme de streaming de contenus vidéoludiques et marche sur les traces d'Amazon et de YouTube .....	17
M. Olivier DELETOMBE, ancien responsable des études programme au sein du groupe Canal +, est nommé directeur général de Vizeum France .....	18
La Cnil autorise la société Retency à déployer à titre expérimental une mesure universelle d'audience sur la voie publique .....	18
TVTY lance son propre trading desk pour automatiser la synchronisation des publicités vidéo on line avec la TV.....	19
INFORMATIONS DIVERSES.....	20
A VOIR – A ENTENDRE.....	21
EN LIBRAIRIE .....	21
CARNET.....	21
LE QUOTIDIEN DES MEDIAS : LES MEDIAS VUS A TRAVERS LA PRESSE.....	23

**CALENDRIER DE LA PROFESSION**Mardi 30 mai

- 8h30 **Groupe Les Echos** : conférence de presse "une nouvelle ère pour les Echos" sur le thème "Nouvelle stratégie, croissance externe, alliances, développement international", à Onepoint, 29, rue des Sablons, Paris 16<sup>ème</sup>. Tél. 06 65 85 85 65. Contact : stricot@kbzcorporate.com
- 9h **M. François COMMEINHES (sénateur-maire de Sète)** : conférence de presse de présentation de la saison culturelle de Sète, au Sénat, 15 ter, rue de Vaugirard, Paris 6<sup>ème</sup>. Tél. 01 44 61 70 26.
- 9h30 **Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (Arcep)** : présentation du rapport annuel sur l'état de l'internet en France, à la Paillasse, 226, rue Saint-Denis, Paris 2<sup>ème</sup>. Tél. 06 19 69 06 12. Contact : hernandez@arcep.fr
- 14h **Observatoire des inégalités** : conférence de présentation du "Rapport sur les inégalités", dans les locaux de la Fondation Charles Léopold Mayer, 38, rue Saint Sabin, Paris 11<sup>ème</sup>. Tél. 02 47 44 63 08.

Mercredi 31 mai

- 9h **LEVENEMENT** : rencontre, à l'occasion du Forum de la relation Agences/Annonceurs, dédié à la communication événementielle, pour échanger autour des bonnes pratiques liées à la rémunération et présenter le guide pratique "LESSENTIEL pour une relation Agences/Annonceurs à forte valeur ajoutée", à l'Imprimerie, 13, rue de la Grange-Batelière, Paris 9<sup>ème</sup>. Contact : schriston@levenement.org
- 9h **GRTgaz & TIGF** : Conférence de presse sur les "Perspectives pour l'hiver 2017/2018", au café, 12, rue de Poitiers, Paris 7<sup>ème</sup>. Tél. 01 55 66 46 76.
- 10h **Publicis groupe** : assemblée générale du groupe, au Publicis cinémas, 133, avenue des Champs-Élysées, Paris 8<sup>ème</sup>.
- 10h30 **Sénat** : audition de M. Didier MIGAUD, Premier président de la Cour des comptes, sur le rapport relatif aux résultats de l'exécution de l'exercice 2016 et sur la certification des comptes de l'État pour l'exercice 2016, au 15, rue de Vaugirard, Paris 6<sup>ème</sup>. Tél. 01 42 34 25 11.
- 11h **Publicis Conseil** : projection/débat à l'occasion de la semaine du Développement Durable, au 133, avenue des Champs-Élysées, Paris 8<sup>ème</sup>. Tél. 01 44 43 70 21.
- 11h45 **Lunchr** : déjeuner à l'occasion du lancement de Lunchr, à WeWork, 33, rue Lafayette, Paris 9<sup>ème</sup>. Tél. 06 25 79 27 95. Contact : patricia.attar@gen-g.com

Jeudi 1<sup>er</sup> juin

- 8h30 **Convertéo** : petit-déjeuner sur le thème "des enjeux organisationnels et RH liés aux métiers de la data", à l'Open Mind Kfé, 110, rue de La Boétie, Paris 8<sup>ème</sup>. Tél. 06 33 58 54 59.
- 8h30 **Hub'Sales** : table ronde sur le thème de la "Convergence multicanale et activation des données Digitales" avec la participation de Richemont (groupe historique de produits de luxe), à l'hôtel Sofitel, 15, rue Boissy d'Anglas, Paris 8<sup>ème</sup>. Tél. 06 83 23 25 10.

**Correspondance de la Presse** .....

- 9h **Etablissement français du Sang** : conférence de presse, à l'occasion de la journée mondiale des donneurs de sang, au Patio, 5, rue Meyerbeer, Paris 9<sup>ème</sup>. Tél. 01 45 64 43 13. Contact : [lola.terrassion.ext@efs.sante.fr](mailto:lola.terrassion.ext@efs.sante.fr)
- 9h **Mozilla** : table ronde sur le thème de "L'épidémie de Fake News et son impact sur la santé d'Internet", au centre de Paris. Tél. 01 43 12 55 62.
- 10h **M6** : conférence de Presse de "L'amour est dans le pré", à la Terrasse du jardin, 6, route du Mahatma Gandhi, Paris 16<sup>ème</sup>. Tél. 01 41 92 66 24.
- 11h30 **TV My Cuisine** : lancement de la nouvelle chaîne Cooking Lifestyle du Groupe Altice, au 6<sup>ème</sup> étage du Dôme des Champs-Élysées, 39, avenue des Champs-Élysées, Paris 8<sup>ème</sup>. Tél. 01 43 54 17 44. Contact : [n.cassagnes@agenceviepublique.com](mailto:n.cassagnes@agenceviepublique.com)
- 12h **Carrefour Media** : invitation à l'occasion des rencontres Carrefour Média 2017 "La transparence est à l'honneur", dans les Salons Network, 200, Port de Javel Haut, Paris 15<sup>ème</sup>. Tél. 01 73 79 50 93.
- 12h30 **Elle&Vire** : déjeuner et atelier Carré Frais "réalise ton Carré frais", 71, rue de La Fontaine au Roi, Paris 11<sup>ème</sup>. Tél. 01 41 49 06 10.
- 12h30 **Carrefour Media** : régie Day annuel (présentation de ses activités et réalisations mais aussi de ses projets et ambitions à venir), aux salons Network, Port de Javel, Paris 15<sup>ème</sup>. Tél. 01 73 79 50 93.
- 18h **TV5 monde/YouTube** : rencontre "Youtubeurs & Engagés", au YouTube Space Paris. Tél. 01 44 18 48 10.

Vendredi 2 juin

- 10h **ARTE** : petit-déjeuner de présentation de "La politique documentaire d'ARTE France", au 8, rue Marceau, Issy-les-Moulineaux. Tél. 01 55 00 70 41.

Samedi 3 juin

**Get beauty Paris 2017** : 2<sup>ème</sup> édition "get beauty Paris" le premier grand rassemblement des youtubeuses mode et beauté de France, au Parc Floral de Paris. Tél. 01 44 82 70 70.

Mardi 6 juin

- 8h **DigiWorld Future Paris** : conférence sur le thème " Numérique : quelles sont les tendances et les enjeux qui changent la donne à l'horizon 2025 ?", à la salle Wagram, 39-41, avenue de Wagram, Paris 17<sup>ème</sup>. Tél. 01 85 37 03 37. Contact : [emmanuelle.pionnier@connectbusiness.biz](mailto:emmanuelle.pionnier@connectbusiness.biz)
- 18h30 **ESCP Europe** : cocktail et networking à l'occasion de la 6<sup>ème</sup> saison de 100 jours pour entreprendre, 79, avenue de la République, Paris 11<sup>ème</sup>. Tél. 06 60 62 21 17.

Mercredi 7 juin

- 8h30 **Le Club** : petit-déjeuner débat sur le thème de "Infos, sondages, réseaux sociaux... les nouvelles technologies poison ou antidote à la crise de confiance ?", au Mandarin Oriental, 251, rue Saint-honoré, Paris 1<sup>er</sup>. Tél. 01 55 74 52 29.
- 9h **Audiens** : petit-déjeuner de présentation des résultats 2016 et sa stratégie 2017 suivi d'un point presse sur "La protection sociale professionnelle selon Audiens", au 74, rue Jean Bleuzen, Vanves. Tél. 06 30 10 76 90.
- 9h **Activis/ADLPartner** : présentation "des leviers publicitaires online", 34, boulevard Bonne Nouvelle, Paris 10<sup>ème</sup>. Tél. 06 33 58 54 59.

**PROBLEMES D'ACTUALITE DES MEDIAS****Temps d'antenne : le Conseil constitutionnel examinera cet après-midi la QPC d'En Marche ! sur la durée des émissions de campagne en vue des législatives**

Trois heures seulement après l'audience, le président de la section du contentieux du Conseil d'Etat, M. Bernard STIRN, a annoncé hier la transmission au Conseil constitutionnel de la question prioritaire de constitutionnalité (QPC) soulevée par l'association En Marche ! à l'occasion de son référé-liberté contre la décision du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) fixant la durée des émissions de la campagne en vue des législatives (cf. CP du 26/05/2017).

Rappelons que, conformément à l'article L. 167-1 du Code électoral, le CSA a attribué 7 minutes pour le premier tour et 5 minutes pour le second au mouvement du président de la République Emmanuel MACRON – qui ne bénéficie pas de groupe à l'Assemblée nationale – loin des 2 heures ou de l'heure et 44 minutes dont disposeront, respectivement et au total sur les deux tours, le Parti socialiste et Les Républicains. En Marche ! conteste le fond même de cette décision, contre laquelle il a déposé un référé-liberté, en posant une QPC sur la clé de répartition de la durée des émissions de la campagne en vue des législatives, définie par l'article L. 167-1 du Code électoral.

A l'audience, M. STIRN a demandé aux parties – En Marche !, le CSA et le groupe LR de l'Assemblée nationale – de se concentrer sur l'éventuelle transmission de cette QPC, eu égard à "l'évolution du cadre" apportée par le secrétaire général du Conseil constitutionnel. Face à un calendrier électoral contraint (la campagne électorale en vue du premier tour de scrutin s'est ouverte la nuit passée, à minuit), M. Laurent VALLEE a fait savoir au Conseil d'Etat qu'en cas de transmission, le Conseil resserrait son propre calendrier. En cela, le Conseil constitutionnel a "nettement" affirmé le caractère prioritaire de la QPC, a estimé M. STIRN.

Pour En Marche !, M<sup>e</sup> Emmanuel PIWNICA a d'abord souligné le caractère "infiniment sérieux" de la QPC, passant sur son caractère "évidemment applicable" et sa nouveauté qui tient aux circonstances mêmes. Sur ce dernier point, il a mis en exergue la "situation inédite" : la création en avril 2016 d'une association dont le président est arrivé, un an plus tard, en tête du premier tour de la présidentielle face à une candidate ne disposant pas plus que lui (et du candidat arrivé quatrième) d'un groupe de l'Assemblée nationale, tandis que les candidats des deux "partis historiques", pourtant élus aux termes de primaires, se retrouvaient exclus du second tour. Puis, M<sup>e</sup> PIWNICA a insisté sur la reconnaissance de "la constitution d'une majorité stable et cohérente" comme d'un "objectif constitutionnel", d'autant plus depuis l'inversion du calendrier électoral, ainsi que sur le respect du principe du pluralisme des courants d'idées et d'opinions. Or, dans ce contexte, il a estimé que l'article L.167-1 du code électoral donne une "prime considérable" aux partis représentés au Palais-Bourbon sans plus de considération sur la représentation réelle du pays, telle qu'elle peut ressortir des résultats des dernières élections nationales, ou de la possibilité de constituer une majorité stable et cohérente. L'objectif de cet article reste bon mais les "moyens ne sont plus justifiés", a insisté M<sup>e</sup> PIWNICA, en demandant s'"il est raisonnable aujourd'hui de dire qu'En Marche ! n'est pas capable de constituer une majorité stable et cohérente (...) alors que les partis historiques sont relégués dans les sondages à des places tierces voire quarts ?"

Dans une brève intervention, le directeur général du CSA, M. Guillaume BLANCHOT, n'a fait que deux remarques, soulignant d'une part qu'il "s'est contenté d'appliquer la loi", demandant d'autre part des "orientations claires dans l'hypothèse où la loi serait écartée".

Pouvaient ensuite intervenir les groupes de l'Assemblée nationale. Si tous, à l'exception du groupe Socialiste, écologiste et républicain (SER), ont demandé par écrit le rejet de la requête d'En Marche !, seul le groupe LR a choisi de se faire représenter à l'audience. Son avocat, M<sup>e</sup> Hervé HAZAN, s'est interrogé sur la compétence du Conseil d'Etat à juger une décision parlementaire, a rappelé la proposition "assez astucieuse" faite par le président du groupe RRDP, M. Roger-Gérard SCHWARTZENBERG, qui a proposé à En Marche ! de constituer un groupe avec les députés sortants qu'il a investis (cf. BQ du 29/05/2017), et a souligné que le ministère de l'Intérieur, lui-même, a conclu à la non-transmission de la QPC ne l'estimant pas nouvelle. Sur ce dernier point, il s'est appuyé sur la décision par laquelle le Conseil constitutionnel a, en 2000, rejeté la requête de Charles PASQUA qui contestait alors la répartition du temps de parole en vue du référendum sur le passage de 7 à 5 ans du mandat présidentiel. En réponse, M<sup>e</sup> PIWNICA a alors de nouveau souligné le changement de circonstances considérable, avant de laisser la parole à la nouvelle présidente d'En Marche !, M<sup>me</sup> Catherine BARBAROUX, qui a définitivement rejeté la solution mise en avant par M. SCHWARTZENBERG, la qualifiant de "jeu extrêmement malsain et contradictoire" avec l'idée de renouvellement que porte le mouvement et la "voie progressiste" revendiquée, et qui l'empêcherait de choisir entre majorité et opposition.

Dans sa décision, M. STIRN a d'abord reconnu la compétence du Conseil d'Etat à se prononcer sur cette une décision du CSA qui, quoiqu'issue d'un accord des présidents de groupes de l'Assemblée nationale, revêt un caractère administratif. Puis, il a estimé que les dispositions contestées étaient certes applicables au litige, mais aussi qu'elles n'avaient pas déjà fait l'objet d'une décision du Conseil constitutionnel et surtout admis son caractère sérieux, "compte tenu notamment des évolutions intervenues dans les circonstances de droit et de fait depuis la date de leur édicition", suivant ainsi M<sup>e</sup> PIWNICA.

Le Conseil constitutionnel examinera à 15h cette QPC, nouvelle preuve des propos tenus par son président lors de l'investiture de M. MACRON : M. FABIUS évoquait alors une présidentielle "chamboule-tout". Sa décision devrait intervenir dès mercredi ; entraînant éventuellement un rééquilibrage des temps d'antenne par le CSA en cas de non-conformité accompagnée de réserves d'interprétation transitoires. Enfin, le juge des référés du Conseil d'Etat pourra se prononcer au fond sur le référé-liberté avant la fin de semaine.

### **8 % des foyers anglais considèrent les services de SVoD comme leur principal moyen de regarder la télévision (Ampere Analysis)**

Selon des chiffres avancés en fin de semaine passée par le cabinet d'étude Ampere Analysis, 4 % des foyers anglais considèrent désormais Netflix comme le principal moyen de regarder la télévision. En faisant la somme des trois grandes plateformes de vidéo à la demande par abonnement outre-Manche (Netflix, Amazon Prime Video et SkyNow TV), le cabinet d'étude va même plus loin en indiquant qu'au total, ce sont un peu moins de 8 % des foyers anglais qui considèrent aujourd'hui les plateformes de SVoD comme leur principal service de télévision.

Les chiffres avancés par Ampere Analysis illustrent toutefois que la part des foyers qui considèrent leur offre de SVoD comme leur principal service de télévision demeure marginale. Ainsi pour 1,35 % des 2 millions d'abonnés que compte Amazon Prime en Angleterre, le service de SVoD proposé par la société américaine peut être considéré comme leur principal moyen d'accès à un service de télévision.

Une donne qui risque encore d'évoluer alors que le groupe, jusqu'alors spécialisé dans le commerce en ligne, prévoit de lancer dans les prochains mois une offre de service de télévision en linéaire, en s'appuyant notamment sur les droits détenus par ses partenaires, dont le groupe Discovery, propriétaire d'Eurosport (cf. CP du 29/05/2017).

Une situation que l'on retrouve chez les principaux concurrents d'Amazon Prime Video outre-Manche, à savoir Netflix et SkyNow, qui comptent respectivement 6 millions et 1 million d'abonnés à leurs services de vidéo à la demande par abonnement. En effet, pour 11 % des foyers abonnés à Netflix, la plateforme constitue le principal service de télévision. SkyNow, fort d'un certain nombre de contrats de partenariats (dont HBO), semble s'imposer plus naturellement chez ses abonnés, qui sont 13 % à le considérer comme leur principal service de télévision.

### **La fraude publicitaire mondiale devrait baisser de 10 % en 2017 (Association of National Advertisers/White Ops)**

Dans son troisième rapport annuel "Bot Baseline Report", présenté le 24 mai et mené en partenariat avec le spécialiste de la détection de fraude publicitaire White Ops, l'Association of National Advertisers (ANA), organisme représentatif du secteur du marketing aux Etats-Unis, a estimé que les pertes économiques liées à la fraude dans l'industrie de la publicité étaient désormais en déclin. Le marché global devrait ainsi perdre 6,5 milliards de dollars à cause de la fraude des impressions publicitaires en 2017, soit 10 % de moins que les 7,2 milliards de dollars perdus en 2016. Si le nombre reste toutefois plus élevé que les 6,3 milliards de dollars de pertes enregistrés en 2015, il s'agit de la première fois que cette étude prévoit un déclin.

L'étude de l'ANA et de White Ops a analysé l'activité publicitaire digitale, et notamment le trafic non-humain de 49 entreprises membres de l'association entre octobre 2016 et janvier 2017.

"Les marketeurs à travers le monde adoptent avec succès des stratégies et des tactiques dans leur combat contre la fraude dans la publicité digitale", a commenté dans un communiqué M. Bob LIODICE, chief executive officer de l'ANA. "Il s'agit d'un bon indicateur qu'il est possible de gagner la guerre contre la fraude publicitaire digitale pour ceux qui en établissent de vrais contrôles et protocoles. C'est une très bonne nouvelle pour les communautés publicitaires, du marketing et des médias dans le monde", a-t-il ajouté.

Le "Bot Baseline Report" a également noté que l'achat de trafic représente toujours le principal facteur de risque lié à la fraude. L'achat de trafic de sources non-organiques produirait ainsi 3,6 fois plus de fraude publicitaire que le trafic non-acheté.

Ensuite, l'étude indique également que 9 % du display desktop et 22 % des investissements vidéo étaient toujours frauduleux. Il s'agit toutefois de moins que l'année dernière, lorsque la fraude liée au display publicitaire équivalait à 11 % et que le taux de fraude pour la vidéo desktop atteignait 23 %.

La fraude mobile serait par ailleurs significativement inférieure aux attentes. Dans l'ensemble, les participants à l'étude ont connu moins de 2 % d'activité frauduleuse dans les achats liés aux applications et au web mobile. Ce taux n'inclut toutefois pas la vidéo mobile web et la fraude coût par clic, qui resteraient très problématiques.

Alors que les agences continuent d'améliorer leurs processus de filtration et leurs contrôles, le rapport note enfin que la fraude dans les achats programmatiques ne présente plus davantage de risques que les achats plus généraux.

### **Aux Etats-Unis, seuls 11 % des électeurs républicains ont confiance dans l'information véhiculée par les médias (Pew Research Center)**

Selon une étude publiée début mai par l'institut indépendant Pew Research Center, la vision du rôle de surveillance des médias américains vis-à-vis du pouvoir politique n'a jamais été aussi différente entre les sympathisants des partis démocrate et républicain. En effet, 89 % des

sympathisants démocrates estiment que la vision critique de la presse "empêche les dirigeants politiques de faire des choses qui ne devraient pas l'être", tandis que cette opinion n'est partagée que par seulement 42 % des républicains.

L'écart entre les deux camps (47 points selon l'enquête) n'avait jamais dépassé 28 points jusqu'ici, alors même que cette étude est menée par le Pew Research Center depuis 1985. A noter qu'en 2016, la proportion de républicains considérant que le rôle critique de la presse avait une influence vertueuse sur la conduite des dirigeants politiques était légèrement plus importante (77 %) que chez les démocrates (74 %).

Sur l'ensemble de la population américaine, ils sont aujourd'hui 70 % à faire un lien entre le travail des médias et le respect des règles par les dirigeants politiques. La division entre gauche et droite se retrouve aussi dans l'opinion générale que les sondés ont des médias. Ainsi, la proportion de sympathisants démocrates qui croient en l'information qui leur vient des médias nationaux est en hausse (+7 points à 34 %) et sensiblement supérieure (23 points de plus) à celle des républicains partageant cette vision (11 % seulement).

Enfin, concernant la source d'information, le taux de sondés qui utilisent une tablette ou un smartphone est en très nette augmentation, que ce soit chez les sympathisants démocrates (+11 points à 68 %) ou républicains (+10 points à 62 %).

→ L'étude a été réalisée en ligne du 13 au 27 mars auprès d'un échantillon de 4 151 personnes, redressé pour être représentatif de la population américaine.

### **Audiences TV mai 2017 : TF1 et France 2 progressent, France 5 et TMC dépassent C8, CNews n'avance pas**

Selon les résultats mensuels d'audience livrés hier par Médiamétrie, la part d'audience moyenne des chaînes historiques est remontée en mai à 90,5 % de part d'audience nationale, contre 89,8 % un mois auparavant.

Alors que la chaîne était retombée au mois d'avril sous la barre des 20 % (à 19,4 %) après avoir atteint une part d'audience nationale de 21 % au mois de mars, TF1 est remontée à 20,2 % au mois de mai. Elle conserve une large part d'avance sur ses concurrentes, et notamment France 2, qui a tout de même progressé au mois de mai, réalisant une part d'audience de 13,1 %, en hausse de 0,4 point sur un mois. Avec une part d'audience de 9 % au mois de mai, M6 réalise un mois en demi-teinte, enregistrant une baisse de 0,5 point sur un mois et d'un point sur un an.

En ce qui concerne les chaînes généralistes de la TNT, la compétition fait rage entre C8 et TMC. Au mois de mai, cette dernière qui a pris l'avantage, devançant la chaîne du groupe Canal+ de 0,1 point, avec une part d'audience de 3,5 %, en hausse de 0,4 point sur un mois. Suivent TMC (3,5 %, en hausse de 0,4 point), C8 (3,4 %, en baisse de 0,1 point sur un mois) et W9 (2,7 %, en baisse de 0,1 point).

Malgré les échéances politiques ayant rythmé le mois de mai, BFMTV enregistre une baisse mensuelle de 0,3 point de sa part d'audience, celle-ci s'élevant à 3,4 % en mai. La chaîne du groupe Altice devance toutefois largement ses concurrentes LCI (0,8 %, en hausse de 0,1 point) et CNews, qui reste stable à 0,7 %.

### **Durée d'écoute de la télévision par individu**

En heures et minutes - Jour moyen Lundi – Dimanche (3 h – 3 h)

Périodes	Individus ≥ 4 ans	Individus ≥ 15 ans	Individus 15-49 ans	Individus 15-34 ans	Enfants 4-14 ans	Femme RDA -50 ans	Individus ≥ 50 ans	Individus CSP +
Mai-17	3h42	4h02	2h59	2h13	1h43	3h41	5h09	3h07
Avril-17	3h40	3h59	2h53	2h10	1h49	3h34	5h09	3h00
Mars-17	3h49	4h10	2h58	2h12	1h44	3h45	5h28	3h11

Périodes	Individus ≥ 4 ans	Individus ≥ 15 ans	Individus 15-49 ans	Individus 15-34 ans	Enfants 4-14 ans	Femme RDA -50 ans	Individus ≥ 50 ans	Individus CSP +
Fév-17	3h58	4h19	3h05	2h19	2h00	3h48	5h37	3h15
Jan-17	4h04	4h27	3h11	2h22	1h53	3h57	5h47	3h24
Déc-16	3h57	4h16	3h08	2h20	2h05	3h45	5h28	3h14
Nov-16	3h59	4h20	3h12	2h22	1h55	3h59	5h32	3h22
Oct-16	3h42	4h00	2h59	2h15	1h57	3h44	5h05	3h04
Sept-16	3h29	3h47	2h51	2h09	1h42	3h33	4h46	2h57
Août-16	3h17	3h33	2h42	2h09	1h45	3h04	4h28	2h42
Juillet-16	3h22	3h38	2h43	2h09	1h49	3h09	4h37	2h44
Juin-16	3h39	3h58	3h03	2h24	1h46	3h34	4h57	3h03
Mai-16	3h36	3h55	2h58	2h16	1h45	3h36	4h56	2h59
Avril-16	3h41	3h58	3h01	2h20	1h59	3h40	5h01	3h01

### Part d'audience des agrégats et des chaînes et couverture nationale

En pourcentage - Jour moyen Lundi – Dimanche (3 h – 3 h) – individus âgés de 4 ans et plus

	Parts d'audience nationale En jour de vision			Couverture mensuelle En jour de vision
	Mai 2016	Avril 2017	Mai 2017	Avril 2017
TOTAL TV	100	100	100	-
CHAINES NATIONALES (1) dont	90,0	89,8	90,5	-
Chaînes de la TNT HD (2)	7,9	8,5	9,3	-
AUTRES TV : CHAINES THEMATIQUES, LOCALES ET ETRANGERES	10,0	10,2	9,5	-
TF1	20,3	19,4	20,2	53 716 000
FRANCE 2	13,4	12,7	13,1	51 410 000
FRANCE 3	8,7	8,9	8,2	48 734 000
CANAL + (3)	2,1	1,1	1,1	26 631 000
FRANCE 5	3,4	3,5	3,6	42 478 000
M6	10,0	9,5	9,0	50 329 000
ARTE	2,2	2,1	2,0	38 704 000
C8	3,8	3,5	3,4	42 176 000
W9	2,4	2,8	2,7	42 852 000
TMC	2,6	3,1	3,5	40 501 000
NT1	2,0	1,9	1,9	38 679 000
NRJ12	1,9	1,8	1,9	36 727 000
FRANCE 4	2,0	1,7	1,8	40 546 000
BFM TV	2,2	3,7	3,4	38 089 000
CNEWS (ex-i > TELE)	1,0	0,7	0,7	30 312 000
CSTAR	1,3	1,2	1,2	34 111 000
GULLI	1,4	1,7	1,5	29 414 000
FRANCE Ô	0,8	0,7	0,6	27 596 000
HD1	1,9	1,9	1,9	31 134 000
L'EQUIPE	1,0	0,9	1,7	25 792 000
6TER	1,4	1,5	1,4	32 471 000
NUMERO 23	0,8	1,0	1,1	28 423 000
RMC DECOUVERTE HD 24	1,8	2,0	2,1	28 929 000
CHERIE 25	1,1	1,1	1,1	28 633 000
LCI	0,2	0,7	0,8	21 934 000

- (1) Chaînes Nationales : chaînes historiques et chaînes de la TNT gratuite dont le seuil d'initialisation dépasse 95 % de la population française et chaînes de la TNT HD gratuite. La constitution de cet agrégat a évolué : il intègre l'audience de la chaîne franceinfo depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2016. (2) Cet agrégat est constitué de : HD1, L'Equipe 21, 6Ter, Numéro 23, RMC Découverte HD 24 et Chérie 25. (3) L'audience des chaînes Canal + Cinéma, Canal + Sport, Canal + Décalé et Canal + Family et Canal + Séries est intégrée au poste "Autres TV".

## Biographies de la presse et de l'audiovisuel

Société Générale de presse 13, avenue de l'Opéra, 75039 Paris CEDEX 01. Téléphone 01 40 15 17 89. Abonnements@SGPresse.fr

**LES MEDIAS ET LEURS DIRIGEANTS****M. Vincent GIRET va succéder à M. Laurent GUIMIER à la direction de franceinfo**

M. Vincent GIRET, rédacteur en chef du "Monde", va devenir directeur de la station franceinfo, a-t-on appris de sources concordantes confirmant une information de Pure Médias.

Il succédera ainsi à M. Laurent GUIMIER, récemment nommé directeur délégué aux antennes et aux programmes de Radio France (cf. CP du 18/05/2017).

Sa nomination doit être officialisée ce matin aux salariés de Radio France.

Né en août 1961, titulaire d'une licence d'histoire, diplômé du Centre de formation des journalistes (CFJ), M. Vincent GIRET commença sa carrière en 1984 comme correspondant au Caire puis devint en 1986 reporter au service étranger au "Matin de Paris". En 1988, il participa à la création de l'agence de presse Saga. Il rejoignit "L'Expansion" en 1994 en qualité de reporter au service Economie, chargé des affaires européennes et franco-allemandes (1994-1998). Il devint ensuite rédacteur en chef Economie (1998), puis, en 2000, directeur adjoint de la rédaction de "L'Expansion" (devenu mensuel en janvier 2002). De 2005 à 2007, il fut directeur adjoint de la rédaction chargé de la coordination des quotidiens "Le Parisien" et "Aujourd'hui en France", avant d'être nommé en 2007 adjoint au directeur général des rédactions presse magazine France de Lagardère Active, M. Christian de VILLENEUVE, puis parallèlement directeur éditorial multimédia (2008). Il devint ensuite en octobre 2008 directeur de la rédaction de France 24 avant d'être nommé administrateur et directeur délégué en charge de l'information, des programmes et du multimédia de France 24 en février 2009. M. GIRET fut par ailleurs animateur de l'émission de radio "Les grands débats du jeudi" sur BFM de 2004 à 2007. Il co-anima également en 2007-2008 un débat d'actualité hebdomadaire sur la chaîne Public Sénat. De décembre 2010 à mars 2013, il fut directeur délégué de la rédaction du quotidien "Libération". A compter de cette date et pendant un an, il fut directeur délégué des rédactions du groupe Le Monde. Depuis juin 2014, M. Vincent GIRET est rédacteur en chef du "Monde", en charge du développement éditorial. Depuis cette date, il intervient également tous les matins sur France Info où il tient une chronique économique. Il est aussi l'auteur de nombreux ouvrages parmi lesquels "Gauche vingt ans de pouvoir 1981-2001" (avec M. Bernard PELLEGRIN) (Seuil - 2001), "Les Vies cachées de DSK" (en collaboration avec Mme Véronique LE BILLON) (Seuil - 2000) ou "La vie en rouge", (avec M. Christian DUPLAN) (Seuil - 1994).

**M. Ludovic MAHOUDEAUX, précédemment directeur des achats du groupe Canal+, est nommé secrétaire général de SFR Presse**

M. Ludovic MAHOUDEAUX, précédemment directeur des achats du groupe Canal+, vient de rejoindre SFR Presse au poste de secrétaire général du groupe.

M. MAHOUDEAUX reprend ainsi les fonctions exercées jusqu'en mars 2016 par M. Richard KARACIAN au sein de SFR Presse. Détenu par la holding de M. Patrick DRAHI, SFR Presse détient notamment les titres "Libération" et "L'Express".

Diplômé de l'Ecole supérieure de commerce et de management (ESCEM) en 1995, M. Ludovic MAHOUDEAUX rejoignit le groupe TPS en 1997 en qualité de contrôleur de gestion technique et informatique. En 2000, il fut promu contrôleur de gestion avant d'être nommé responsable du contrôle budgétaire du groupe TPS en 2001, puis directeur de l'analyse et de la prospective commerciale en 2005. En 2007, il rejoignit le groupe Canal+ au poste de directeur administratif et financier d'I-Télé (devenue CNews), avant d'être nommé secrétaire général de la chaîne d'information en continu en 2010. En 2011, il fut nommé directeur des achats du groupe Canal+, un poste qu'il occupa jusqu'au mois d'avril 2016.

### **M. Richard KARACIAN quitte la direction générale de "Libération"**

En outre, selon des sources internes, M. Richard KARACIAN, jusqu'alors directeur général de "Libération" (groupe Altice Média) a quitté ses fonctions. L'ancien secrétaire général et directeur des ressources humaines du groupe Altice Média, qui avait été nommé directeur général en mars 2016 n'était plus présent depuis plusieurs mois.

A noter que l'ensemble des tâches jusque-là dévolues à M. KARACIAN sont aujourd'hui assurée par M. François DIEULESAINT, directeur général chargé des opérations et des finances de SFR Presse et directeur général délégué et administrateur de Groupe L'Express.

Né en 1969, titulaire d'un DESS en droit social et droit des affaires, M. Richard KARACIAN commença sa carrière au sein des sociétés de service Aviva puis Keyrus, avant de rejoindre la presse en 2003 en intégrant Yellow Média (ex Future France) en qualité de directeur des ressources humaines. Recruté en 2007 par Axel Springer France en tant que directeur des ressources humaines, il se vit parallèlement confier un an plus tard la direction juridique du groupe. Il fut également nommé, en mai 2012, rapporteur de la commission sociale du Syndicat des éditeurs de presse magazine (SEPM). En janvier 2014, il rejoignit le Groupe Express Roularta (devenu depuis Altice Média) au poste de directeur des ressources humaines. En juin de la même année, il fut également nommé secrétaire général du groupe Altice Média. En août 2015, il devint également vice-président de la commission Sociale du SEPM. En mars 2016, il fut nommé au poste de directeur général de "Libération", un poste qu'il occupait jusqu'à maintenant.

### **Accord entre TF1 et la régie Transfer : le CSA belge plaide pour que la législation audiovisuelle belge s'applique au groupe français**

L'accord intervenu mi-mai entre TF1 et la régie publicitaire Transfer n'est pas passé inaperçu outre-Quiévrain. En vertu de ce partenariat, le groupe audiovisuel français va monétiser ses espaces publicitaires en Belgique francophone à compter du 1<sup>er</sup> septembre prochain et, ainsi, valoriser l'audience qu'il réalise sur ce territoire (cf. CP du 15/05/2017). Ce qui n'est pas sans susciter une certaine inquiétude chez les acteurs de ce marché audiovisuel. Aussi, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) belge va solliciter son homologue français afin que ce dernier impose à TF1 le respect des règles plus strictes du décret services de médias audiovisuels (SMA) belge. Une procédure en ce sens devrait être enclenchée le 8 juin prochain.

La démarche qu'entreprend le CSA belge s'appuie sur l'article 4 de la directive services de médias audiovisuels (SMA) et la transposition qui en a été faite en droit belge. En ce sens, l'article 159 du décret SMA permet à l'autorité belge, lorsqu'elle "constate qu'un ou plusieurs services télévisuels linéaire d'un éditeur de services établi dans un Etat membre de l'Union

européenne (...) sont entièrement ou principalement destiné au public de la Communauté française", d'adresser "à l'autorité compétente de l'Etat dans lequel l'éditeur de services concerné est établi, une demande motivée par laquelle il invite cette autorité à enjoindre à l'éditeur de services concerné de se conformer" aux dispositions dudit décret. Celles-ci prévoient notamment que les éditeurs de services télévisuels présentent un rapport annuel concernant le respect des obligations découlant dudit décret ainsi qu'ils contribuent au financement de la production d'œuvres audiovisuelles.

En Belgique francophone, "TF1 réalise 15 % de part d'audience" non-monétisée jusqu'à présent, rappelle M. Dominique VAUTERS, président du CSA belge, interrogé par "La Correspondance de la Presse". Percevant "l'inquiétude du marché", il s'intéresse notamment à l'impact que l'arrivée de TF1 pourrait avoir en matière publicitaire. Alors que "le chiffre d'affaires du marché publicitaire francophone est de 200 millions d'euros", la part que TF1 capterait est estimée entre 10 et 20 millions par an, indique M. VAUTERS. De leur côté, la RTBF craint une perte de 15 millions d'euros et RTL de 12,5 millions d'euros, poursuit le président du CSA belge.

Les répercussions sur le marché publicitaire ne sont pas les seules préoccupations de l'autorité belge. L'objectif des discussions avec le CSA français est de voir comment faire en sorte que TF1 respecte les obligations applicables aux chaînes belges, explique M. VAUTERS. Il s'agit notamment de "faire respecter les dispositions plus strictes du droit belge en matière de publicité" et d'investissement dans la production audiovisuelle, ajoute le président du CSA belge. Dans un communiqué diffusé suite à l'annonce du partenariat, le Conseil rappelait être "particulièrement attentif à lutter contre toutes formes de contournement des règles applicables".

Les acteurs du secteur audiovisuel wallon se questionnent également sur l'attitude qu'aura TF1 vis-à-vis des chaînes francophones. Alors qu'une priorité de diffusion de certains programmes aux chaînes belges est acceptée, de facto, par TF1, M. VAUTERS s'interroge sur le devenir de cette pratique. La remise en cause de cet avantage fait courir, pour les chaînes concurrentes, le "risque d'une augmentation des coûts de grille", décrypte-il.

**M. Fabrice BAKHOUCHE, conseiller référendaire à la Cour des comptes, ancien directeur du cabinet de Mme Fleur PELLERIN au ministère de la Culture, ancien collaborateur de M. Jean-Marc AYRAULT à Matignon, va rejoindre Hachette Livre**

M. Fabrice BAKHOUCHE, conseiller référendaire à la Cour des comptes, ancien directeur du cabinet de Mme Fleur PELLERIN au ministère de la Culture et de la Communication, ancien collaborateur de M. Jean-Marc AYRAULT à Matignon, va rejoindre Hachette Livre où il devrait se voir confier la direction de la stratégie.

Né en 1974, diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris, M. Fabrice BAKHOUCHE fut admis au concours pour le recrutement de secrétaires adjoints des affaires étrangères en 1998. Affecté à la sous-direction d'Amérique du sud à la direction d'Amérique du ministère des Affaires étrangères, il y fut rédacteur de 2000 à 2001. Nommé auditeur à la Cour des comptes en 2003, à sa sortie de l'ENA (promotion "René Cassin") il fut promu conseiller référendaire en juin 2006. Adjoint au chef du bureau "transport ferroviaire, maritime et fluvial" (2007-2008), puis chef du bureau "La Poste et France Télécom" de l'Agence des participations de l'Etat d'octobre 2008 à février 2011, il fut directeur général adjoint de l'Agence France-Presse (AFP) de février 2011 à juin 2012. Conseiller technique

(communication et économie numérique) au cabinet de M. Jean-Marc AYRAULT à Matignon de juin 2012 à mars 2014, il fut nommé à cette date, conseiller au cabinet de M. Matteo RENZI, alors président du Conseil des ministres italien, dans le cadre de la présidence italienne du Conseil de l'Union européenne. M. Fabrice BAKHOUCHE fut ensuite directeur du cabinet de Mme Fleur PELLERIN au ministère de la Culture et de la Communication de novembre 2014 à février 2016, date à laquelle il réintégra la Cour des comptes. Il est l'époux de Mme Claudia FERRAZZI, ancienne secrétaire générale de l'académie de France à Rome, qui va rejoindre la présidence de la République comme conseillère "culture".

### **France Culture supprime de sa grille L'Esprit public, émission produite et animée par M. Philippe MEYER**

Le message annonçant la suppression de L'Esprit public figure, depuis hier, sur le site interne de France Culture. Sur la page dédiée à l'émission, la lettre adressée par la direction de la station à M. Philippe MEYER, producteur du programme depuis 1998, fait également part de la "cessation d'activité" du journaliste.

"La conception de la nouvelle grille de programme de France Culture nous conduit à modifier ou à renoncer à certaines émissions ou à en faire évoluer les contenus ou les formats", indique, en guise d'introduction, la lettre signée par la direction de Radio France. "Dans ce contexte", poursuit le texte, L'Esprit public "ne sera pas reconduit sur la grille de rentrée 2017/2018". Et dans la mesure où la direction de France Culture dit n'avoir pas d'autres émissions à proposer à M. MEYER, elle l'informe que sa "collaboration à Radio France cessera donc" le 31 août prochain.

A l'antenne, M. MEYER a précisé, dimanche, que la dernière émission aurait lieu le 25 juin prochain. Par ailleurs, une série d'émissions thématiques sera diffusée cet été, a-t-il ajouté.

Dans la foulée, Mme Sandrine TREINER, directrice de France Culture, a assuré sur twitter que l'esprit de l'émission, "débat d'idées argumenté et pluraliste, continue en septembre sur France Culture le dimanche à 11 heures". Et de considérer que "les antennes se renouvellent, c'est légitime et concerté".

"L'idée d'un débat, posé, pluraliste, c'est la marque de fabrique de France Culture", insiste-elle auprès de "La Correspondance de la Presse". La directrice de la station souligne que cette conception du débat qui "ne s'appuie pas sur le commentaire ou l'opinion mais sur l'analyse" n'est d'ailleurs pas l'apanage de L'Esprit public mais se retrouve dans divers autres programmes de l'antenne. Sans dévoiler le programme appelé à remplacer l'émission de M. MEYER, Mme TREINER indique travailler sur quelques hypothèses avec des "lignes de renouvellement et de continuité" et souligne que de nouveaux intervenants participeront aux échanges.

Rappelons qu'en mars dernier, M. Jean-Louis BOURLANGES avait mis un "terme définitif" à sa participation à l'émission hebdomadaire après que la direction de la station ait décidé de l'écarter de l'antenne pendant la période pré-électorale (cf. CP du 06/03/2017).

### **Le journal "20 Minutes" renforce le dialogue avec ses lecteurs pour travailler à la refonte de sa maquette print**

Pour ses quinze ans, "20 Minutes" vient d'annoncer que le journal gratuit allait procéder à une refonte de sa maquette, en adéquation avec les lecteurs.

La nouvelle formule intégrera "toute l'information, sans parti-pris", même si la recette restera globalement la même qu'avant, peut-on lire dans le quotidien. "Nous voulons introduire plus de participatif dans le journal papier, comme nous le faisons déjà sur le web", explique M. Acacio PEREIRA, directeur de la rédaction, à "La Correspondance de la Presse", en référence à l'initiative "Moi Jeune", introduite depuis mars 2016 par "20 Minutes", afin de mobiliser les publics âgés de 18 à 30 ans autour du titre.

### **Un groupe privé sur Facebook, animé avec les lecteurs, orchestrera ce chantier**

La rédaction souhaite "ouvrir un labo de tests de maquette sur Facebook". Les lecteurs motivés pour participer à l'élaboration de la maquette sont invités, dès à présent, à écrire à la rédaction, pour présenter leurs idées. Les propositions seront étudiées "dans les semaines à venir".

Les lecteurs "présélectionnés" feront partie, à terme, d'un groupe privé sur Facebook. Le "recrutement des lecteurs" se fait entièrement sur le modèle de la page Facebook créée pour "Moi Jeune", qui regroupe "près de 4 500 participants", qui donnent régulièrement leur avis sur le journal, et "proposent parfois des sujets à la rédaction".

"Nous n'excluons pas de faire converger ces groupes de lecteurs" ajoute M. PEREIRA. La direction espère ainsi toucher le maximum de lecteurs parmi les "4 millions de lecteurs quotidiens". Pour l'heure, "pas de nouvelles rubriques ne sont prévues". Ce bouleversement de la maquette n'aura, par ailleurs, pas d'incidence sur l'organisation de la rédaction, qui "reste la même depuis la fusion des rédactions web et print en 2013", assure M. Acacio PEREIRA.

Aucune date n'est encore fixée pour finaliser cette nouvelle maquette participative, mais celle-ci devrait se faire "dans les prochains mois".

Rappelons que le quotidien avait été diffusé à 901 873 exemplaires en avril 2017, en baisse de 5,97 % par rapport à avril 2016 (selon les chiffres de l'ACPM).

### **L'opération de fusion-absorption de Sporever par le groupe Reworld Média a été définitivement approuvée par les assemblées générales des actionnaires des sociétés**

Reworld Média vient d'annoncer la réalisation de la fusion-absorption de Sporever, à la suite de l'approbation de l'opération, ainsi que des termes et conditions du contrat, par les deux assemblées générales d'actionnaires du 24 mai dernier.

Sporever, société de production et éditeur de contenus, "qui réalise un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 10 millions d'euros", notamment en éditant les médias sportifs, "Sport365", "Foot365", "Mercat0365", "Rugby365", Sportshop.fr, Avenuedelaglisserie.com ou encore Tennis.fr, avait été créé en 2001 par M. Patrick CHENE et M. Jacques-Henri EYRAUD. Avant l'opération de fusion-absorption, la société Reworld Média détenait 660 132 actions de la société Sporever, lesquelles représentaient environ 11 % du capital et des droits de vote de Sporever.

Le projet de traité de fusion avait été examiné et approuvé par les conseils d'administration de Sporever et Reworld Média, "à l'unanimité des membres présents", lors de leurs réunions respectivement en date du 11 avril 2017.

La fusion a, d'un point de vue comptable et fiscal, un effet rétroactif au 1<sup>er</sup> janvier 2017, premier jour de l'exercice social de Reworld média. En conséquence, les résultats de toutes les opérations effectuées par Sporever à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017, et jusqu'à la date de réalisation de la fusion, sont considérées exclusivement, selon le cas, au profit ou à la charge de Reworld Média.

Le montant global de l'augmentation de capital de Reworld Média résultant de la fusion s'élève ainsi à 53 672,38 euros, le portant à 692 259,16 euros au total. La fusion-absorption est réalisée sur une parité d'échange de 0,50 action Reworld média pour 1 action Sporever.

### **M. Guillaume SAMPIC demeure directeur général de Média365, filiale de Reworld Média**

Avant la fusion, M. Pascal CHEVALIER était président-directeur général des sociétés Reworld Média et Sporever, et M. Gautier NORMAND, administrateur et directeur général délégué des deux sociétés. M. Pascal CHEVALIER demeurera le président-directeur général de l'entité post fusion, ainsi que M. Gautier NORMAND, directeur général rattaché à Reworld Média.

A l'issue de l'opération de fusion, le conseil d'administration de Reworld Média est composé comme suit : M. Pascal CHEVALIER, administrateur et président-directeur général, M. Gautier NORMAND, administrateur et directeur général délégué, M. Alexandre ICHAI, administrateur, M. Paul AMSELLEM, administrateur et M. Pablo NOWENSTEIN, administrateur.

L'assemblée générale a, ainsi, décidée de renouveler le mandat de M. Pascal CHEVALIER, en tant que membre du conseil d'administration pour une durée de trois ans. En revanche, M. Patrick CHENE, précédent président-directeur général de Sporever depuis 2000, et M. Guillaume SAMPIC, directeur général de Sporever, jusqu'à présent tous deux administrateurs chez Sporever, n'intégreront pas le conseil d'administration de Reworld Média, dont la composition reste la même. M. Guillaume SAMPIC, néanmoins, demeure directeur général de Média365, filiale de Reworld Média, auparavant gérée par Sporever.

### **Reworld Média absorbe la troisième audience du secteur du sport en France**

Sporever avait été marqué par une restructuration au cours de la moitié de l'année 2016. Le groupe a investi sur trois lignes de business à fort potentiel, le digital, avec la "refonte intégrale de la plateforme technologique et l'optimisation de la monétisation", la production audiovisuelle, "notamment à la demande accrue sur des projets corporate" et le custom publishing.

Sporever et "l'ensemble de ses équipes rejoignent le groupe Reworld Média" en lui apportant "des actifs et des expertises fortement complémentaires". "Nous avons déjà un partenariat avec Sporever", indique M. Pascal CHEVALIER, président de Reworld Média, "nos équipes ont l'habitude de travailler ensemble", rappelle-t-il.

Cette fusion a été envisagée, dès l'origine, afin de permettre de "regrouper des activités similaires au sein d'une même structure, ce qui rationalisera l'organisation du groupe et créera de la valeur grâce aux synergies possibles entre ces activités". Si les activités sont rassemblées au sein de Reworld Média, c'est parce que le groupe dispose "d'une plus grande notoriété". Principalement présent dans les univers "Woman", "Lifestyle et "Entertainment", Reworld Média "élargie désormais ses activités de Média Branding à l'univers du sport, en intégrant la troisième audience du secteur en France." "Le renforcement du groupe aux univers Sport et Homme est stratégique sur le marché des médias", souligne M. CHEVALIER.

Rappelons que Reworld Média édite une douzaine de marques média ("Marie-France", "Be", "Le Journal de la Maison", Maison&Travaux", "Gourmand", "Auto Moto", "Télé Magazine", etc.). Présent dans onze pays, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 201 millions d'euros en 2016.

**M. Arnaud NGATCHA, directeur des études de la diversité de France Télévisions, devrait rejoindre le cabinet de Mme Laura FLESSEL, ministre des Sports comme conseiller communication**

M. Arnaud NGATCHA, directeur des études de la diversité de France Télévisions, devrait être nommé conseiller communication au cabinet de Mme Laura FLESSEL, ministre des Sports.

Né en 1971, titulaire d'une licence de droit, diplômé en droit et de l'Institut pratique de journalisme, M. Arnaud NGATCHA fut jusqu'en 1999, journaliste au quotidien "Le Figaro" avant de rejoindre le service Jeunesse de France 2 (1999-2000). Journaliste au magazine "Alors heureux" sur France 2 (2000-2002) il fut ensuite rédacteur en chef adjoint du magazine "Culture et dépendances" sur France 3 (2002-2004) puis responsable des magazines et des documentaires chez A Prime Group (2004-2005). Fondateur et gérant de la société de production audiovisuelle Arno Production (2005-2013) il fut parallèlement rédacteur en chef des magazines et responsable des documentaires à la direction des Sports de Canal+ (2006-2009). Nommé en 2009, délégué général du Comité permanent de la diversité du groupe France Télévisions, il fut désigné cette même année membre de la commission Médias et diversité, présidée par M. Bernard SPITZ. Conseiller auprès du responsable du pôle Documentaires de France 5, chargé de la collection "Empreintes" (2009-2011), il fut directeur de l'unité de programmes des magazines culturels de France 2 (2011-2012). Producteur exécutif chez A Prime Group (2012-2016), M. Arnaud NGATCHA fut nommé en août 2016 directeur des études de la diversité de France Télévisions.

**M. Emmanuel MACRON assume l'exclusion de son quartier général, lors de la campagne, des journalistes de Russia Today et Sputnik**

Lors d'une conférence de presse au côté de son homologue russe, Vladimir POUTINE, M. Emmanuel MACRON a assumé hier l'exclusion des journalistes de Russia Today et Sputnik de son quartier général de la campagne présidentielle, accusant ces deux médias russes proches du Kremlin d'être des "organes d'influence".

"On va se dire les choses, en vérité Russia Today et Sputnik ne se sont pas comportés comme des organes de presse et des journalistes mais comme des organes d'influence, de propagande et de propagande mensongère, ni plus ni moins", a fustigé le chef de l'Etat français.

"J'ai toujours eu des relations exemplaires avec les journalistes étrangers, encore faut-il qu'ils soient journalistes", a-t-il martelé. "Quand des organes de presse répandent des contre-vérités infamantes, ce ne sont plus des journalistes, ce sont des organes d'influence", a insisté le président français, enchaînant : "Russia Today et Sputnik ont été des organes d'influence durant cette campagne qui, à plusieurs reprises, ont produit des contre-vérités."

M. MACRON a ainsi justifié que les rédactions de ces médias russes n'aient pas eu accès à son "quartier général" de campagne alors que "la totalité des journalistes étrangers, y compris russes" ont pu selon lui y accéder.

Le président français a jugé qu'il était "grave" que "des organes de presse étrangers, pour quelque raison que ce soit, aient interféré" dans le processus électoral français. "A cela, je ne céderai rien", a-t-il dit au côté de M. POUTINE qui a gardé le visage fermé pendant tout cet échange.

### **Microsoft lance Mixer, sa plateforme de streaming de contenus vidéoludiques et marche sur les traces d'Amazon et de YouTube**

Le groupe Microsoft a annoncé la semaine passée le lancement de Mixer, sa nouvelle plateforme de streaming de contenus vidéoludiques, qui ambitionne de rivaliser avec les deux acteurs phares du secteur, Twitch (détenu par Amazon) et YouTube (détenu par Google). Mixer remplace numériquement la défunte plateforme Beam dans l'écosystème de Microsoft, en proposant aux joueurs de jeux vidéo, qu'ils soient amateurs ou professionnels, de diffuser en direct leurs parties aux autres utilisateurs du service.

Parmi les nouveautés apportées par Mixer se trouvent notamment un renforcement de l'interaction entre les joueurs et les spectateurs, ces derniers pouvant influencer sur les choix des premiers par le biais de systèmes de sondages. Intégré directement aux autres services de Microsoft et de sa console de salon Xbox One, Mixer devrait également être prochainement adapté aux supports mobiles, mais également offrir la possibilité à plusieurs joueurs de diffuser une même partie, à la différence de ses concurrentes directes que sont YouTube et Twitch.

### **La France à la quatrième position des marchés de e-sport les plus dynamiques d'Europe**

Rappelons que le lancement de Mixer s'inscrit dans une tendance générale au développement du e-sport, qui permet aux meilleurs joueurs de jeux vidéo de s'affronter sous le regard d'un public de plus en plus nombreux, via notamment ces différentes plateformes de diffusion de contenus vidéoludiques que sont Twitch, YouTube et désormais Mixer.

Selon une étude réalisée par le SuperData Research et communiquée hier par eMarketer, les revenus générés dans 12 pays d'Europe par le e-sport ont atteint 301 millions de dollars en 2016 et devraient s'élever à 346 millions de dollars d'ici à 2018. Si la Suède représente en 2016 le premier marché européen de e-sport avec un chiffre d'affaires de 40,8 millions de dollars, devant la Russie (35,4 millions de dollars), la France arrive en troisième position avec un chiffre d'affaires total estimé à 22,5 millions de dollars, devant la Grande-Bretagne (16,8 millions de dollars).

### **Un public estimé à 30 millions de spectateurs en 2018**

Le développement de ce nouveau marché ne devrait toutefois pas s'arrêter là. Alors que le nombre de spectateurs de compétitions de e-sport s'élevait en 2016 à 22,6 millions de personnes, il devrait atteindre les 30 millions en 2018, selon les chiffres avancés par l'institut SuperData Research. Outre leur nombre, c'est aujourd'hui le profil de ces spectateurs qui attire annonceurs et diffuseurs dans leur quête de nouveaux publics. Avec une moyenne d'âge comprise entre 18 et 34 ans, les spectateurs des événements de e-sport font en effet partie d'une catégorie de population particulièrement prisée des annonceurs, et par extension des diffuseurs.

Ce nouveau public est constitué à 12 % de personnes âgées de 13 à 17 ans, 33 % sont âgées de 18 à 24 ans, 29 % de 25 à 34 ans, 16 % de 35 à 44 ans, 6 % de 45 à 54 ans, 3 % de 55 à 64 ans et 1 % de 65 ans et plus. Si 84 % des spectateurs d'événements de e-sport est aujourd'hui constitué d'hommes, cette population a toutefois tendance à se féminiser, notamment en France où 22 % des spectateurs de e-sport seront composés de femmes en 2017, contre 24 % en Suède, 22 % en Grande-Bretagne et 19 % en Pologne.

A noter que le cabinet d'étude a évalué le chiffre d'affaires mondial du secteur du e-sport à 1 milliard de dollars à l'horizon 2021. Rappelons que plusieurs groupes de médias français, parmi lesquels Meltygroup, Webedia ou encore TF1 se sont lancés sur le marché du e-sport, à l'instar d'équipes sportives "traditionnelles", à l'image du Paris-Saint Germain ou de l'AS Monaco.

**M. Olivier DELETOMBE, ancien responsable des études programme au sein du groupe Canal +, est nommé directeur général de Vizeum France**

M. Olivier DELETOMBE, jusqu'alors head of social, média & data chez Fred & Farid et ancien responsable des études programme au sein du groupe Canal +, a été nommé directeur général de Vizeum France, agence de conseil et achat média du groupe Dentsu Aegis Network.

Il succède à M. Laurent BROCA, nommé président de Vizeum France en novembre dernier. M. DELETOMBE aura notamment pour mission de le seconder dans la mise en œuvre de la réorganisation de l'agence autour de trois pôles "(R)etail", "Pulse" et "International".

Agé de 43 ans et diplômé en statistiques à l'Ecole nationale de la statistique et de l'analyse de l'information (ENSAI), M. Olivier DELETOMBE débuta en tant que chef de groupe chez Médiamétrie en 1997. Directeur des études Europe de la régie publicitaire chez Ad2One (groupe Vivendi Universal) à partir de 2000, puis directeur des études programmes du groupe Canal+ à compter de 2002, il prit les fonctions de directeur de l'expertise internet chez Carat – Isobar en 2005, puis de directeur associé en 2007. En 2009, il fut nommé directeur commercial chez ZenithMedia, en charge notamment des groupes Bouygues Telecom et PPR, avant d'intégrer ZenithOptimédia en 2009 en qualité de directeur commercial, Performics France en 2012 en tant que directeur général adjoint, et Fred & Farid en 2015 comme head of social, média & data.

**La Cnil autorise la société Retency à déployer à titre expérimental une mesure universelle d'audience sur la voie publique**

La société Retency, spécialisée dans la transformation digitale des grandes enseignes, annonce introduire un procédé de mesure universelle d'audience sur la voie publique garantissant l'anonymisation des données collectées. Le premier déploiement expérimental de cette nouvelle technologie a en effet été autorisé par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) dans sa délibération du 9 mai 2017, la mise en œuvre de ce procédé répondant à l'ensemble des exigences applicables à la protection de la vie privée.

**Un premier déploiement pour l'analyse de l'audience de 28 panneaux d'affichage du réseau Médiatransports**

Cette innovation apporte aux réseaux d'affichage publicitaire "une mesure d'audience et d'efficacité de la publicité aussi exhaustive et précise que les médias digitaux", selon les termes d'un communiqué. Le premier déploiement expérimental de ce procédé concerne l'analyse de l'audience des 28 panneaux d'affichage du réseau Médiatransports situés dans la gare de Dijon (Côte d'Or) et sur son parvis.

La mesure universelle de l'audience 24/7 sur la voie publique développée par Retency permet aux réseaux d'affichage, pour chacune des campagnes diffusées sur écran traditionnel ou digital et sur toute la totalité de leur réseau, d'accéder aux indicateurs suivants : taux de couverture, taux de répétition, taux d'engagement et efficacité drive-to-store. "Ces indicateurs essentiels à l'optimisation et au suivi de l'efficacité des campagnes vont permettre aux acteurs traditionnels de faire face à la concurrence des acteurs du web", souligne notamment Mme Isabelle BORDRY, cofondatrice de Retency

Par ailleurs, cette technologie permet d'accélérer le développement des projets de smart cities, en rendant possible l'analyse universelle des flux de population. A la clé, la mise en œuvre d'une large palette de nouveaux services innovants au sein des agglomérations : optimisation des services de transport, gestion intelligente des infrastructures de la ville...

### **Une méthodologie spécifique rendant impossible la reconstitution de parcours individuels**

Le procédé proposé se fonde sur une méthode qui permet une analyse très précise de l'audience rendant impossible la reconstitution de parcours individuels. Il comprend à la fois un hardware spécifique développé par la société, et plusieurs méthodes numériques innovantes de représentation et d'analyse de la donnée. Le procédé est capable de traiter tout type d'information individuelle (radiofréquences de mobiles, plaques d'immatriculation, reconnaissance faciale...).

Fondée fin 2014, rappelons que Retency a été créée par Mme Isabelle BORDRY et M. Xavier DARRIGOL afin d'accompagner les acteurs traditionnels dans leur transformation digitale, via notamment des outils d'analyse de leur audience et d'optimisation de leurs campagnes marketing. Retency a réalisé en septembre 2015 une levée de fonds auprès de Business Angels et de Truffle Capital, société de capital-risque présidée par M. Patrick KRON et fondée en 2001 par MM. Henri MOULARD, Philippe POULETTY et Bernard-Louis ROQUES.

Retency compte aujourd'hui parmi ses clients de grandes enseignes nationales dans les univers du bricolage, de la jardinerie, de l'alimentaire, des produits culturels et vestimentaires (Leroy Merlin, Orange, le groupe Etam, C&A, Marionnaud, Jardiland...) mais aussi des grandes foncières telles que Klépierre, Immochan et Carmila.

### **TVTY lance son propre trading desk pour automatiser la synchronisation des publicités vidéo on line avec la TV**

TVTY, société française spécialisée dans la synchronisation publicitaire, annonce le lancement de son propre trading desk. Cette technologie doit notamment permettre de gérer l'achat d'espace publicitaire et d'ajuster les campagnes vidéo des annonceurs en fonction du contexte, que ce soit la diffusion de publicités TV, la météo ou encore les tendances sur les réseaux sociaux (cf. CP du 20/03/2017).

Ce trading desk s'appuie sur la technologie de détection TV développée par TVTY ainsi que sur un bidder automatique propriétaire au sein du DSP d'AppNexus. Conçu au cours des 12 derniers mois par les data scientists de TVTY, ce bidder a vocation à optimiser les enchères en temps réel en fonction des paramètres des campagnes (chaîne TV, jour et heure de diffusion...).

Une offre TV + vidéo au CPV est déployée dans un premier temps, avec à la clé une garantie de 100 % de taux de complétion et d'au moins 70 % de visibilité. Les publicités vidéo synchronisées sont diffusées sur desktop et web mobile avec plusieurs régies publicitaires, à la fois sur des inventaires instream et outstream. Cette offre doit théoriquement être étendue prochainement à d'autres types d'emplacements publicitaires comme le display ou encore les habillages.

Rappelons par ailleurs que TVTY a récemment noué un partenariat avec Blis, spécialiste des données relatives à la localisation, afin de conjuguer leurs technologies respectives de moment marketing et de géolocalisation (cf. CP du 14/04/2017).

**INFORMATIONS DIVERSES**

♦ **"La Lettre A" / En Marche ! / justice** : "La Lettre A" (Indigo Publications) a annoncé hier être visée par une plainte déposée le 11 mai dernier par En Marche !, après la publication d'un article sur les donateurs ayant soutenu le parti de M. Emmanuel MACRON ("Qui étaient les premiers (grands) donateurs d'En Marche"). Cet article, explique "La Lettre A", était en partie fondé sur les informations contenues dans les messages des boîtes mails du mouvement, piratées et diffusées sur Internet à la veille du second tour. Et le site d'information d'expliquer que la plainte ne porte pas sur un éventuel délit de presse "mais sur un délit commun, le 'recel d'atteinte à un système automatisé de données'", qui incrimine le fait de publier des données obtenues après s'être introduit frauduleusement dans un système automatisé de données (STAD). "A ce jour, et bien que d'autres médias, dont Médiapart et Libération, aient aussi exploité les informations d'intérêt public contenues dans ces documents, La Lettre A est, à notre connaissance, la seule publication attaquée", indique le site, qui précise avoir "pris le soin de ne publier que les noms des donateurs (lui) ayant personnellement confirmé leurs contributions".

♦ **Canal+ / Comité d'entreprise** : Les dirigeants du groupe Canal+ ont convoqué un comité d'entreprise extraordinaire vendredi 2 juin. L'avenir des centres de relations-clients (CRC) internes sera au cœur de la réunion : l'ordre du jour prévoit en effet d'évoquer un "projet de réorganisation" de ces deux entités du groupe (cf. CP du 24/05/2017).

♦ **France 3 Limousin / grève** : Les salariés de France 3 Limousin ont voté, hier, une "grève illimitée" pour "dénoncer la suppression du traditionnel décrochage local de la soirée électorale des législatives", selon l'AFP. Les salariés de France 3 Limousin exigent de la direction "les trois tranches de la soirée électorale sur l'antenne premium de France 3 Limousin" et des "moyens techniques et humains nécessaires, dévolus habituellement à la couverture des élections législatives, et non pas des effectifs réduits, comme cela est pour le moment prévu". Les propositions de la direction paraissent "ni raisonnables, ni défendables pour les téléspectateurs du Limousin" pour les organisations syndicats CFDT, CGT et SNJ du groupe. Ce mouvement, "suivi par 38 % des salariés", selon la direction, fait suite à deux grèves, début mai.

♦ **Spir Communication / assemblée générale** : Les actionnaires de Spir Communication, contrôlé à 66 % par Sofiouest, filiale du groupe de médias SIPA/Ouest-France, sont convoqués en assemblée générale mixte le 15 juin prochain. A cette occasion, les mandats de MM. Louis ECHELARD, vice-président de Spir Communication, président du directoire de Ouest-France SA et directeur de la publication du quotidien "Ouest-France", et Philippe TOULEMONDE, directeur général délégué du groupe SIPA/Ouest-France, chargé du développement, seront proposés au renouvellement en qualité d'administrateurs. Pour rappel, le groupe, dont le périmètre s'est considérablement réduit ces derniers mois pour se concentrer sur l'activité de Concept Multimédia, la société editrice du site de petites annonces immobilières Logic-Immo, a enregistré une perte nette de 27,1 millions d'euros en 2016, contre 62,2 millions d'euros en 2015. Par ailleurs, le groupe de médias allemand Axel Springer avait annoncé, récemment, avoir offert 105 millions d'euros pour l'acquisition de Concept Multimédia (cf. CP du 26/04/2017).

♦ **Noel CURRAN / Union européenne de radio-télévision** : L'irlandais Noel CURRAN a été nommé hier directeur général de l'Union européenne de radio-télévision (UER). Il succèdera à partir du mois de septembre prochain à Ingrid DELTENRE, qui dirigeait l'UER depuis 2010 et avait annoncé en février dernier sa démission de l'organisation pour se concentrer sur ses activités dans les conseils d'administration de la Banque cantonale vaudoise, de Givaudan et de la Deutsche Post/DHL. Rappelons que M. CURRAN occupait jusque-là le poste de directeur général de la RTE (société nationale irlandaise de radio-télévision).

♦ **M. Mathieu GALLET / Sciences Po Bordeaux** : M. Mathieu GALLET, président-directeur général de Radio France, a été élu hier au conseil d'administration de l'Institut d'études politiques de Bordeaux au titre des personnalités qualifiées. Parmi les nouveaux membres du CA de Sciences Po Bordeaux, l'on trouve également M. Julien ROUSSET, journaliste à "Sud Ouest".

♦ **M. Pierluigi BERNASCONI / Mondadori Retail S.P.A.** : M. Pierluigi BERNASCONI devrait être prochainement nommé directeur général de Mondadori Retail S.P.A., une branche du groupe italien éponyme, maison mère du groupe de presse français. Sa prise de fonction sera rendue effective à partir du 5 juin prochain, selon un communiqué, après la confirmation définitive du prochain conseil d'administration de la société. Il succèdera à ce poste à M. Mario MAIOCCHI. Mondadori Retail gère un "vaste réseau de librairies" avec "plus de 600 points de vente" en Italie.

### A VOIR - A ENTENDRE

→ La plupart des émissions signalées peuvent être vues ou écoutées en différé sur les sites Internet des médias concernés.

#### Mardi 30 mai 2017

9h21 **France Info** : M. Antoine LANNUZEL, rédacteur en chef de la revue "We Demain" qui fête ses 5 ans ("Les Infos médias de Céline ASSELOT").

### EN LIBRAIRIE

#### **A signaler** ↵

**"Les derniers jours de la gauche", par M. Christophe BARBIER (Flammarion)** : Les cassures idéologiques sont irrémédiables, les différents clans sont irréconciliables et nul ne sait plus ce qu'est le "socialisme". Cette fois, c'est la fin : avec humour, M. Christophe BARBIER, éditorialiste et conseiller éditorial à "L'Express", dont il a dirigé la rédaction de 2006 à 2016, raconte les derniers jours de la gauche, la faillite des idées et la guerre des hommes. Comme un point final à quarante-cinq ans d'histoire politique française. Dans ce récit, paru avant les élections présidentielles, il dépeint également l'émergence de nouvelles gauches : celle qui développe une "utopie", avec M. Benoît HAMON ; celle qui espère la révolution, avec M. Jean-Luc MELENCHON ; celle qui construit le réformisme du XXI<sup>e</sup> siècle, avec M. Emmanuel MACRON. Vont-elles s'entretuer ? A moins que la social-démocratie ne renaisse de ses cendres, avec l'ancien Premier ministre Manuel VALLS...

### CARNET

#### Distinctions

– Dans le cadre de l'Atelier de la Cinéfondation, au festival de Cannes, le prix Arte International, d'un montant de 6 000 euros, a été décerné la semaine dernière au projet de long métrage "The translator", des réalisateurs syriens Rana KAZKAZ et Anas KHALAF. Le prix Arte

International est une aide au développement pour des projets de longs métrages, remise dans de nombreux festivals internationaux, notamment Cannes, Berlin, Locarno, Rotterdam, San Sebastian, Sarajevo et Pusan. Cette année, cinq films ayant bénéficié de ce prix faisaient partie de sélections à Cannes.

### Cérémonies

- Une messe sera célébrée le mardi 30 mai, à 18h45, en l'église Saint-Sulpice (Paris 6<sup>ème</sup>), à la mémoire de Philippe MESTRE, préfet de région honoraire, ancien ministre, ancien président-directeur général de "Presse-Océan", décédé le 25 avril dernier (cf. CP du 03/05/2017).

# La

## Correspondance de la Publicité

### Quotidien d'Information et de Documentation Professionnelles

- ♦ La réglementation
  - ♦ Les budgets, les agences
  - ♦ Les annonceurs, les campagnes
  - ♦ Les organisations professionnelles



Toute la profession, chaque matin sur votre bureau

Société Générale de presse 13, avenue de l'Opéra, 75039 Paris CEDEX 01. Téléphone 01 40 15 17 89. Télécopie 01 40 15 17 15.



**Une publication éditée par la Société Générale de Presse**

13, av. de l'Opéra, 75039 Paris Cedex 01. Téléphone 01 40 15 17 89. Abonnements@SGPresse.fr

*Ce journal est Imprimé par Dupli-Print, 95330 Domont, France*

Directeur de la publication :	<b>Marianne BÉRARD-QUÉLIN</b> Président-directeur général de la Société Générale de Presse
Directeur de la rédaction :	<b>Etienne LACOUR</b>
Adjoint au directeur de la rédaction :	<b>Jean-Michel PIGNOUX</b>
Rédaction <b>politique</b> : (redacpol@SGPresse.fr)	<b>Jean-Michel PIGNOUX</b> , rédacteur en chef <b>Marie BEZOU</b> , rédactrice en chef adjointe
Rédaction <b>communication</b> : (redacom@SGPresse.fr)	<b>Tanguy DEMANGE</b> , rédacteur en chef
Rédaction <b>économique</b> : (redaceco@SGPresse.fr)	<b>Claire AGENEAU</b> , rédactrice en chef



**Reproduction, même partielle, rigoureusement interdite sauf accords spéciaux**

Les communiqués publicitaires sont suivis d'un astérisque (\*)

**LE QUOTIDIEN DES MEDIAS : LES MEDIAS VUS A TRAVERS LA PRESSE**

Nous rappelons que les textes et citations contenus dans cette revue de presse ne sauraient être considérés comme reflétant les opinions de notre bulletin.

**Pour son directeur général, François PESENTI, SFR Sport ne fera pas "exploser le mercato des animateurs"**

" (...) Q. - Vous avez acheté la League anglaise pour 130 millions d'euros par an et les deux coupes européennes pour 350 millions. Est-ce la folie des grandeurs ?

R. - (...) C'est un investissement réfléchi et raisonnable. Comme l'a dit Michel COMBES, nous sommes dans les prix du marché. Les montants de la Champions League ont monté partout en Europe car il s'agit de la meilleure compétition. (...) En Grande-Bretagne, la Champions League est à 450 millions d'euros, quasiment le double de la situation précédente.

(...) Q. - Pourquoi n'avez-vous pas acheté les droits de la F1 ?

R. - Il y a deux types de droit. Les "nice to have" et les "must have". La F1 était un "nice to have" et nous avons offert un prix raisonnable. Notre priorité était vraiment la Ligue des champions qui est un véritable "game changer". C'est pour cela qu'Altice a misé massivement sur cette compétition.

(...) Q. - Orange, Bouygues Telecom et Free ne veulent pas distribuer SFR Sport. Cela va changer avec Altice Sport ?

R. - Les enjeux sont ailleurs que dans le changement de marque, qui lui-même dépasse ce cadre-là. Nous avons la volonté de distribuer massivement nos contenus et nous voulons donner à tous les Français la possibilité d'avoir accès à nos offres. Et ils pourront le faire quels que soient leurs opérateurs. (...) Tous les autres ont la possibilité de les acheter pour 10 euros par mois ou 6 euros avec un engagement d'un an.

Q. - Pour commenter la Ligue des champions, allez-vous recruter des animateurs et consultants chez Canal + et beIN Sports ?

R. - Ce n'est pas prévu comme cela. (...) Notre équipe est bien en place. Nous allons la compléter pour la Ligue des champions. Mais ce sera plutôt du renforcement. Il en sera de même pour l'équipe éditoriale. (...) N'attendez pas que nous fassions exploser le mercato des consultants et des animateurs."

→ Enguérand RENAULT – "Le Figaro" du 29 mai 2017

**Sans céder à l'urgence du "buzz" sur les réseaux sociaux, le Conseil supérieur de l'audiovisuel devrait pouvoir agir plus rapidement suite au canular diffusé sur C8**

"(...) Depuis la diffusion d'un canular homophobe réalisé par l'animateur Cyril Hanouna, le 18 mai sur C8, le Conseil supérieur de l'audiovisuel semble impuissant à réagir rapidement. Certes, l'autorité chargée de veiller sur la radio et la télévision françaises a fait savoir, sur les réseaux sociaux, qu'elle avait reçu des milliers de signalements de téléspectateurs (...). Mais le CSA n'a encore pu prononcer aucune réprimande envers la chaîne du groupe Canal+. Cinq jours après la diffusion, il a annoncé (...) avoir ouvert une procédure de sanction, mais celle-ci prendra plusieurs semaines.

Ironie du sort, c'est ce même 23 mai qu'ont été bouclées les instructions de deux autres procédures ouvertes il y a plusieurs mois, également à la suite d'émissions de M. Hanouna (...). Dans ces deux affaires, les auditions de la chaîne par le CSA ne devraient avoir lieu que le 7 juin. Ces délais d'instruction contrastent avec la rapidité des réactions sur les réseaux sociaux. Ainsi qu'avec celles des annonceurs, dont plus d'une trentaine ont fait savoir, à partir de dimanche, qu'ils n'achèteraient plus de publicité dans les émissions de M. Hanouna. (...)

Tout est-il en train de se jouer avant que le CSA n'intervienne ? Celui-ci ne fait qu'appliquer la loi. Dans son communiqué du 23 mai, il "déplore qu'on lui impute le délai de la procédure dont seul le rapporteur, en application de la loi, a la maîtrise". En effet, avant toute sanction, l'instruction est confiée à un rapporteur indépendant. Ce schéma est le fruit d'une réforme, glissée dans la loi sur l'audiovisuel de novembre 2013, visant à mettre l'autorité administrative française en conformité avec les principes européen et constitutionnel de séparation des pouvoirs d'instruction et de sanction.

On ne saurait attendre du Conseil supérieur de l'audiovisuel qu'il tranche les affaires à la vitesse des "buzz" sur Twitter ou Facebook. Mais on peut s'étonner d'une particularité : le rapporteur indépendant concerné, Régis FRAISSE, est d'abord le président de la cour administrative d'appel de Lyon. Son travail pour le CSA est donc loin d'être son activité principale.. (...)"

→ "[Lemonde.fr](http://Lemonde.fr)" du 27 mai 2017

### **Le nouveau modèle de Babblér, la start-up reliant communicants et journalistes**

"Est-ce parce qu'elle a passé trois mois à Austin, au Texas, dans l'accélérateur Techstars, que Sarah AZAN, la cofondatrice de Babblér, parle avec un débit aussi rapide tout en restant précise ? En tout cas, sa société, un réseau social spécialisé dans la mise en relation des journalistes et des communicants, et la première start-up française à intégrer ce célèbre accélérateur qui a ouvert un bureau frère à Paris en mars, revient de cette expérience avec un modèle économique transformé.

L'ambition de départ était de trouver un modèle économique aux Etats-Unis, où Babblér avait ouvert un bureau. Mais la centaine de mentors qu'ont rencontrés les deux fondatrices - Sarah et sa soeur Hannah OIKNINE - les ont aidées à aller plus loin. D'abord en changeant l'angle d'attaque de leur marché. "Notre focus était sur les gens qui payent, c'est-à-dire les communicants entreprises et marques, mais avec nos mentors nous nous sommes aperçus qu'on avait mis de côté les journalistes et qu'on n'avait pas travaillé assez sur leur expérience d'utilisateurs, explique Sarah AZAN. Même s'ils ne rapportent pas d'argent à court terme, ce sont eux qui sont susceptibles d'enclencher un cercle vertueux."

(...) Le profil de ces derniers sur Babblér a donc été amélioré, se transformant en portfolio pour promouvoir leur travail et communiquer avec leur communauté. Leur rédaction à partir des communiqués de presse est simplifiée et ils peuvent désormais affiner les types de contenus recherchés. C'est la clef du succès de cet outil, qui part du constat que les journalistes croulent sous une avalanche d'e-mails inutiles et que les attachés de presse ont de plus en plus de mal à repérer tous ceux qui – dans les journaux mais aussi les blogs, etc. – sont susceptibles d'écrire sur leurs marques.

(...) Suivi plus précisément dans un deuxième temps par cinq mentors, dont un responsable produit de la société de logiciels Atlassian, Babblér revient ensuite d'Austin avec des processus automatisés lui permettant de croître plus vite. (...) A l'issue des trois mois d'accélération, Babblér, dont la vingtaine d'employés réalise toujours l'essentiel de ses revenus en France avec des marques comme Leboncoin, PMU ou Uber, s'est présenté devant 200 investisseurs. "Nous avons désormais de bons contacts pour lever des fonds d'ici à 18 mois, en plus des 2 millions d'euros déjà récoltés", explique Sarah AZAN".

→ Nicolas MADELAINE – "[Les Echos](http://Les Echos)" du 29 mai 2017