

+ la lettre

les clés de

la presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

Les médias de proximité ont rendez-vous à Nantes dans deux semaines

+ La 4^{ème} édition du Fil, le festival de l'info locale, se déroulera à Nantes du 21 au 23 septembre. Pas moins de 75 intervenants sont attendus pour participer à 8 débats, 23 conférences et une dizaine d'ateliers autour de quatre thèmes : l'interaction avec le public, le développement éditorial, la monétisation et diversification, enfin le management et la conduite du changement. « *Un programme dense et varié* », estime son organisateur, Julien Kostrèche, qui espère franchir un palier cette année et en faire un événement incontournable en France sur les médias de proximité. Pour atteindre cet objectif, le festival est hybride (tous les débats et conférences seront disponibles en live et en replay, pas les ateliers) et de nombreuses nouveautés sont au programme, même si Julien Kostrèche ne veut pas perdre l'ADN de départ, centré autour du partage d'expériences, de bonnes pratiques et de solutions concrètes pour les médias.

Un débat d'ouverture

Nouveauté cette année, le festival s'ouvre le mercredi 21 septembre en soirée avec un débat, gratuit et ouvert au public, sur la défiance de plus en plus forte des Français dans les médias, et sur le rôle que l'information locale pourrait jouer pour améliorer les choses. « *La proximité est certainement un moyen de répondre à cette question* », estime Julien Kostrèche qui a réuni Delphine Ernotte (France télévisions), François-Xavier Lefranc (Ouest France), Emlyn Korengold (Edelman), Ludovic Blecher (Google news initiative) et la journaliste Anne-Sophie Novel pour en parler.

Un nouveau format

Autre nouveauté, le festival inaugure cette année le format des entretiens avec des personnalités du secteur pour évoquer la stratégie d'un média ou d'un groupe de presse, interrogés par des journalistes. Ce sera le cas de Soizic Bouju, directrice générale de Centre France-la Montagne, de Benoît Canto, éditeur d'Actu.fr, et de Philippe Carli, le Pdg du groupe Ebra, qui sera interviewé par Didier Falcand, l'éditeur des *Clés de la presse*, qui est partenaire de l'événement.

Une dizaine d'ateliers

Si le format d'atelier était déjà utilisé les éditions précédentes, il a été retravaillé pour être plus pratique. Les groupes ont été limités à 15, avec inscription obligatoire et la nécessité d'arriver avec un projet (de podcast, de newsletter, de nouveaux formats) pour qu'il soit décortiqué, revu et corrigé.

Le retour du prix Nouveau média local

Sur dix-huit candidatures reçues, un jury en a sélectionné quatre, qui viendront présenter leur média lors d'une table ronde. Il s'agit d'*Horyzon(s)* un magazine sur la question écologique au Pays basque ; de *l'Étincelle*, un journal militant de Seine Saint-Denis qui s'intéresse à la question des représentations et au traitement médiatique des quartiers populaires ; de *Splann*, un pure-player d'investigation breton ; et d'*Or périph*, un média qui promeut un journalisme de terrain et arpente la région parisienne à la rencontre de celles et ceux qui sont guidés par la solidarité et qui font bouger les lignes au niveau local. Le lauréat bénéficiera d'un trophée, d'un temps de parole sur scène et d'actions de visibilité du festival pour valoriser et mettre en avant son projet.

En savoir + www.festival-infocale.fr

Tendance

Les médias s'emparent des NFT

Le phénomène n'est pas nouveau, mais il s'accélère. Les médias se positionnent de plus en plus sur les NFT. Le groupe l'Equipe se lance ainsi dans le Web3 avec la création de la première collection les NFT Ballon d'or, qui seront remis lors de la cérémonie le 17 octobre. De son côté, *Elle décoration* a souhaité jeter un pont entre le design et les nouvelles formes d'art numérique en lançant D3sign capsule, 16 collections d'œuvres NFT à l'occasion de la Paris design week.

Talents

Roxane Centola, ex- directrice des opérations chez Adtraction France, est nommée rédactrice en chef de *Diverto*, le nouveau média d'information et de divertissement de la PQR, qui succèdera à *TV magazine* en janvier prochain. Elle a pour missions de diriger la rédaction et de conduire la production éditoriale de *Diverto* pour ses éditions physique et numérique.

Sophie Poncin, directrice d'Orange advertising, élargit son périmètre et se voit confier le pilotage des contenus médias du site internet d'Orange. Sa mission : nouer des partenariats stratégiques avec les éditeurs de contenus pour optimiser l'audience à des fins de valorisation publicitaire.

Françoise Hernaez, directrice du planning stratégique d'Ipsos, revient chez Kantar comme directrice conseil luxe de Kantar insights.

Alain Salles, chef du service international du Monde, prend en charge le service Idées et débats.

Laurent Capion, ancien de Starcom,