


La Lettre **+ 1** les clés de **la presse**

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

L'Autorité de la concurrence valide la cession des Journaux du midi et du groupe Express-Roularta

 En deux jours, cette semaine, les 3 et 4 juin, l'Autorité de la concurrence a validé, coup sur coup, deux des grandes opérations capitalistiques qui font l'actualité de la presse depuis plusieurs mois. Les ventes du groupe Express-Roularta et des Journaux du midi vont pouvoir être bouclées dans les jours qui viennent.

La vente du groupe Express-Roularta à Patrick Drahi conclue le 9 juin

L'Autorité de la concurrence a rendu, le 3 juin, un avis favorable à l'acquisition de *Libération* et du groupe Express-Roularta à Patrick Drahi. Elle a considéré, dans un communiqué, que « cette opération n'était pas susceptible de porter atteinte à la concurrence dans la mesure où elle ne crée pas de chevauchement d'activités sur les marchés de la presse ». D'autant que le nouveau groupe, Altice media group, aura face à lui « des concurrents importants, comme le Monde ou Lagardère active ». Selon nos informations, un comité d'entreprise extraordinaire doit avoir lieu au groupe Express-Roularta le 8 juin, afin de conclure la vente le lendemain, 9 juin. Altice media group va être constitué d'une trentaine de titres dans la presse quotidienne, magazine, grand public et professionnelle (*Libération*, la vingtaine de titres d'Express-Roularta, les sept magazines du groupe de Marc Laufer, Newsco), d'une télévision (i24 news), d'événements (les salons de *l'Etudiant*, les salons professionnels de Newsco group)... A date, le groupe pèse entre 270 et 300 millions d'euros et emploie 1 000 salariés. Bernard Mourad prendra en charge la présidence du groupe, Marc Laufer la direction générale. Par ailleurs, Bruno Ledoux devrait troquer ses 50% de *Libération* contre 10% du nouvel ensemble. « Je m'occuperai, avec Bernard Mourad, de la partie stratégie et acquisition », a-t-il expliqué aux *Echos*. Des acquisitions notamment envisagées à l'international.

La Dépêche devra respecter quelques conditions pour la reprise des Journaux du midi

Sur le dossier de vente, par le groupe Sud Ouest, des Journaux du midi (éditeur de *Midi libre*, de *l'Indépendant* et de *Centre presse Aveyron*) à *la Dépêche du midi*, l'Autorité de la concurrence a donné son autorisation sous conditions. Pour elle, « l'opération placera le groupe *la Dépêche du midi* en situation de monopole sur les marchés de la presse quotidienne régionale dans les départements de l'Aude et l'Aveyron ». Certes, « l'opération n'entraîne pas de risque d'augmentation des prix dans ces deux départements, mais elle risque de conduire à une homogénéisation du contenu des titres, au détriment des lecteurs qui subiraient une réduction de la qualité et de la diversité des journaux de presse quotidienne régionale ». Pour y remédier, *la Dépêche du midi*, également propriétaire de *la Nouvelle république des Pyrénées* et du *Petit bleu de Lot-et-Garonne*, s'est engagé « à ne pas procéder à l'harmonisation des contenus de ses titres, à maintenir des rédactions en chef distinctes et dédiées aux différents titres et à poursuivre la diffusion de l'ensemble de ses titres de presse quotidienne régionale dans l'Aude et l'Aveyron ». Un mandataire indépendant, agréé par l'Autorité de la concurrence, veillera au respect de ces engagements.

Une stratégie passée au crible

L'objectif et les lignes directrices de la réforme des aides à la presse

 A la lumière du rapport qu'il a remis ce 2 juin à la ministre de la Culture et de la Communication, le sociologue Jean-Marie Charon insiste sur l'importance d'accom-

Coulisses

Déjà 1 300 abonnés pour *Brief.me*
Moins de six mois après son lancement, *Brief.me* a séduit 1 300 abonnés. Ce qui satisfait Laurent Mauriac, directeur de la publication, qui nous disait en janvier : « Si l'on arrive à 3 000, voire 4 000 abonnés, nous serons contents ».

Nos offres d'emploi

Média obs recherche un(e) directeur (trice) de clientèle
Média obs, la régie publicitaire du groupe de Claude Perdrriel, à qui Sophia publications, l'éditeur d'*Historia*, de *l'Histoire*, du *Magazine littéraire* et de *la Recherche*, vient de confier la commercialisation publicitaire de ses titres, ainsi que ses partenariats print et digital, recherche un directeur ou une directrice de clientèle. Le/la candidat(e) doit posséder une expérience réussie dans la vente d'espace publicitaire en presse magazine, notamment dans les secteurs littéraire et de l'histoire. Sa mission : assurer les présentations en agences média, développer les secteurs captifs avec des contrats directs annonceurs, imaginer et mettre en place des opérations spéciales. **En savoir + CV et lettre de motivation (avec prétentions salariales) à adresser à emploi@lesclesdelapresse.fr**

Talents

Sven Froberg, journaliste sportif et producteur de télévision, va devenir au 1^{er} septembre le nouveau gérant et rédacteur en chef du Sid, filiale allemande d'informations sportives de l'AFP.

pagner l'innovation dans le « *nouvel écosystème* » de la presse et du numérique. A cela, la ministre, Fleur Pellerin, a répondu par l'annonce d'une réorientation des aides à la presse. **Décryptage et réactions.**

Une ambition : accompagner la mutation d'un nouvel écosystème

Dans son rapport intitulé « *Presse et numérique : l'invention d'un nouvel écosystème* », Jean-Marie Charon préconise d'abord de dépasser « *les critères qui avaient cours sur l'imprimé, notamment IPG (information politique et générale) ou périodicité* ». Mais il apporte aussi des pistes pour accompagner l'innovation et l'expérimentation, qui doit être une priorité de l'intervention de l'Etat.

1. Imaginer de nouvelles modalités d'aides financières mixtes. Jean-Marie Charon en appelle tout d'abord à une réflexion sur les potentielles sources de financement et leur combinaison : publiques, privées, citoyennes (via le crowdfunding). « *L'expérience du fonds Google devra être évaluée, sachant qu'il serait souhaitable de voir converger une pluralité de sources de financement vers un fonds ou des dispositifs d'aides à l'innovation* ».

2. Des aides tournées vers les jeunes entreprises et les start-up. Ces aides et fonds stratégiques doivent être plus ouverts, notamment en direction de jeunes entreprises, voire des start-up et agences contribuant à la production d'information. De même, Jean-Marie Charon préconise à l'Etat de favoriser l'accueil de start-up en résidence et surtout « *la création d'incubateurs accueillant les pure-players d'information, à la fois à Paris et en région, les labs des entreprises de presse, ainsi que les start-up contribuant à la production d'information* ».

3. Créer plus de moments d'échange et de valorisation. Jean-Marie Charon conseille de penser à des initiatives pour valoriser les réalisations, sous la forme de colloques, forums, séminaires, mais aussi concours, prix, bourses, etc. pour mesurer le degré d'innovation et voir émerger de nouveaux acteurs et projets.

4. Favoriser les relations entre les différents métiers. « *Nombre d'innovations éditoriales passent par la coopération de professionnels aux compétences différentes* », note le rapport. Jean-Marie Charon montre qu'il faut créer des « *passerelles* » entre les métiers et les formations de journalistes, de professionnels du visuel (graphisme, design...), de développeurs informatiques.

Une stratégie : vers une nouvelle réforme des aides à la presse

En réponse à ce rapport, la ministre, Fleur Pellerin, a annoncé une réorientation des aides à la presse.

1. Les aides directes à la presse, centrées sur la presse quotidienne, seront étendues rapidement aux hebdomadaires, aux mensuels, voire aux trimestriels, car « *la démocratie n'a pas de périodicité* ». Annoncé depuis plusieurs mois, le décret doit être publié ces prochaines semaines.

2. Sur le plan des aides indirectes, Fleur Pellerin a confirmé le maintien du taux de TVA réduit de 2,1% pour toute la presse, indifféremment. En revanche, les aides postales vont évoluer : elles se recentrent sur la presse IPG et sur celle du « *du savoir et de la connaissance* ». Cette appellation regroupe la presse professionnelle et technique, jeunesse, culturelle et scientifique. « *Les aides publiques n'ont pas vocation à s'étendre à la presse de loisirs et de divertissement, famille extrêmement dynamique* », a-t-elle affirmé. Par ailleurs, le 3 juin, sur l'antenne de France Inter, elle a estimé qu'avec le poids et les volumes que représentent leurs envois, ces acteurs étaient en position de négocier des tarifs préférentiels avec la Poste, pour justifier un peu plus cette mesure.

3. Cette réorientation va permettre de « réadapter les aides vers l'émergence et l'innovation ». En plus du fonds Google, qui finance en partie des projets de médias existants, Fleur Pellerin a annoncé l'ouverture d'un fonds d'aide à la création de médias, pour « *accompagner les besoins en investissement et le fonctionnement* » des nouveaux acteurs, pour les aider à trouver leur modèle économique, sur le moyen terme (trois ans). La ministre a aussi appelé à la création d'incubateurs dédiés à la presse.

4. Mais il ne peut y avoir d'aides « sans condition », a-t-elle ajouté, évoquant des engagements que pourraient prendre les éditeurs. Cet appel concerne la déontologie (adhésion à une charte, création de médiateur...), le respect de la parité et de la diversité, mais aussi les « *bonnes pratiques sociales, pour que tous les acteurs qui font la presse, du photographe au colporteur de presse, puissent vivre dignement de leur travail* ».

Des réactions contrastées

Le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM) a salué un projet de réforme des aides « *volontaire et cohérent d'accompagnement de la filière dans ses enjeux d'innovation et de construction de nouveaux modèles économiques* », notamment avec l'élargissement des titres

Bertrand Degruson est promu directeur général délégué du groupe SVP.

Emmanuel Chain succède à Mireille Faugère à la présidence de l'association des diplômés de HEC, Alumni. Ses priorités : le développement de l'esprit entrepreneurial, l'international et le digital.

Michel Gotlib, ex-Coca Cola, rejoint Havas sports & entertainment France au poste de directeur général délégué. Bruno Tallent, ex-groupe TBWA, est nommé président du groupe McCann France (groupe Interpublic) et de l'agence McCann Paris.

Isabelle Weill, ex-CCM benchmark, est nommée directrice générale adjointe de Mediapost publicité, en charge du commerce.

Pascal Golomer est promu directeur de l'information de France télévisions.

Pascal Laroche, ancien d'Omnicom, est nommé directeur général France d'Initiative (groupe Mediabrands).

Laetitia Recayte, directrice générale de Newen distribution,

Distribution

Avec ADthletic média, Presstalis renforce son expertise numérique

Décidé à accélérer ses développements numériques, Presstalis vient d'acquiescer ADthletic média, un expert de l'optimisation d'audience online, qui a développé des dispositifs d'analyse et d'optimisation d'audience qualifiée pour des sites Web qui monétisent leur trafic. Avec cette acquisition, Presstalis renforce son expertise digitale : les deux fondateurs d'ADthletic média, Jean-Charles Ferré et Matthieu Saint-Girons, rejoignent l'équipe Zeens. « *Presstalis poursuit sa transformation engagée depuis deux ans*, souligne Vincent Rey, le directeur général de Presstalis. *ADthletic média s'inscrit parfaitement dans notre volonté de devenir le partenaire de référence des groupes de presse dans l'accompagnement de leur transformation digitale* ».

pouvant prétendre aux aides directes. Il a cependant appelé à un « *débat ouvert et objectif* » concernant la création d'une catégorie de « *presse de la connaissance et du savoir* ».


Le **Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (Spil)** a lui aussi montré des signes de satisfaction, et a félicité le « *changement de vision perceptible dans la réforme* » avec l'ouverture des aides directes, et la réorientation de 50 à 70 millions d'euros vers la création et l'innovation. « *Pour la première fois, des aides publiques vont encourager l'entrepreneuriat de presse* », souligne-t-il. Mais il estime que ces aides resteront malgré tout « *largement déséquilibrées* ».

Stéphane Haïtaïan, éditeur des pôles Star, Auto et Nature de Mondadori France, a également réagi dans une tribune publiée par *l'Opinion*. Acteur de cette nouvelle catégorie de presse « *loisirs et divertissements* », il n'est pas du tout satisfait par la réforme et par les arguments de Fleur Pellerin. Il parle d'une « *vision élitiste (qui) se double d'une discrimination économique aux effets pervers multiples : à la « bonne » presse les aides directes et les tarifs préférentiels, à la « mauvaise » presse, les augmentations massives et le soutien « solidaire » de toute la filière* ». Il va même jusqu'à dire que la ministre stigmatise les magazines populaires.


Jessica Ibelaidene

Presse magazine

Politis sort un hors-série sur la presse pour imaginer une nouvelle formule


 *Politis* a publié, hier 4 juin, un hors-série intitulé « *Où va la presse ?* », avec l'ambition de définir à quoi elle pourrait ressembler à l'avenir. « *Le numérique est à la fois une chance et un risque* », estime ainsi son président, Denis Sieffert. En une cinquantaine de pages, ce numéro propose donc une lecture contrastée de la presse du futur, avec les contributions de sociologues, d'universitaires, et même de « *nouveaux lecteurs* » qui révèlent la façon dont ils s'informent. La rédaction s'interroge aussi sur l'évolution des métiers du journalisme, des modèles économiques... Un véritable état des lieux que l'équipe de *Politis* a utilisé comme support pour imaginer une nouvelle formule de l'hebdomadaire et du site Internet, annoncée pour la rentrée. « *Il est encore trop tôt pour en parler*, nous explique Denis Sieffert, *mais il est évident qu'il s'agit de développer une approche bimédia, avec une complémentarité entre le print et le Web* ». *Politis* devrait aussi profiter de cette nouvelle formule pour lancer un appel aux dons à ses lecteurs, « *pas pour combler nos déficits (même si le journal a perdu l'an dernier 84 000 euros, sur un chiffre d'affaires de 1,6 million, NDLR), mais pour accompagner nos développements* », tient-il à préciser.

Têtu en redressement judiciaire

 Alors qu'il vient tout juste de fêter ses 20 ans (cf. *les Clés de la presse* du 26 mai), le magazine *Têtu* a été placé en redressement judiciaire le 1^{er} juin. Son propriétaire, Jean-Jacques Augier, a expliqué à l'AFP qu'il disposait de quatre mois pour trouver un repreneur, « *assurer la sauvegarde des emplois et la pérennité du titre* », avant que le magazine soit liquidé. « *Têtu a fait de gros efforts de restructuration, mais ne peut pas trouver son équilibre seul*, a-t-il précisé. *Il est fondamental qu'il soit adossé à un groupe de presse* ». Pierre Bergé, actionnaire unique jusqu'en 2013, avait cédé le journal à son actuel propriétaire pour un euro symbolique. Une vingtaine de postes ont été supprimés depuis, pour porter les effectifs à 10 salariés (dont 5 journalistes). Après une perte de plus de 2 millions d'euros en 2013, il a ramené son déficit à 1,1 million en 2014, pour un chiffre d'affaires de 2,8 millions d'euros. « *Pour 2015, la perte devrait être d'environ 600 000 euros* », rapporte l'AFP. La diffusion de *Têtu* a baissé de 12,5% en cinq ans, pour tomber à 28 275 exemplaires en 2014.

Presse quotidienne nationale

A 30 ans, le Figaro économie s'offre une nouvelle formule 100% bimédia

 Trente ans après sa naissance sous la houlette de Robert Hersant, Philippe Villin et Philippe Vasseur, *le Figaro économie* s'est offert, hier 4 juin, une nouvelle for-

a été élue à la présidence de TV France international, association des exportateurs de programmes audiovisuels français.

En bref

Le groupe Ebra s'apprête à supprimer 96 emplois dans les services techniques et administratifs du *Bien public* et du *Journal de Saône-et-Loire*, dont 56 directement liés à la fermeture, d'ici février 2016, de l'imprimerie de Châtenoy-le-Royal (Saône-et-Loire). Selon la déléguée syndicale CGT-Filpac, Valérie Roure, citée par l'AFP, les 40 autres suppressions de postes se feront dans le cadre d'un plan de départs volontaires.

Mediakiosk poursuit ses investissements pour développer le réseau de distribution de la presse avec l'ouverture d'un nouveau point de vente à Saint-Tropez, pour compenser la fermeture du magasin de presse le plus important de la région Paca, sur le port de Saint-Tropez.

Le gouvernement a sollicité l'Autorité de régulation des télécoms (l'Arcep) pour qu'elle donne son avis sur la faisabilité technique de mesure de la bande passante Internet en vue d'appliquer, ou non, une taxe sur l'activité des Gafa en Europe.

Le groupe La Voix a finalisé l'acquisition de Happy FM, une radio à destination des 15/35 ans créée en 1993 par Marc Moine sur le département de la Marne.

Protecmedia annonce un partenariat avec Hebdom Québec, l'association qui regroupe une trentaine d'hebdomadaires indépendants au Canada. Ceux-ci vont pouvoir bénéficier des outils centralisés de Protec pour réduire les coûts de production et diffuser rapidement leurs contenus numériques sur le Web et sur tous les dispositifs mobiles (Apple, Android).

VSD a publié, le 4 juin, un hors-série spécial sur les 24 heures du Mans. Le magazine de Prisma média revisite en images les petites histoires, et les grandes, de cet événement. **L'agence Ogilvy public relations** lance un nouveau service de