

+ la lettre

les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

La rétrospective de l'été

La modernisation de la distribution de la presse enfin adoptée

+ L'Assemblée nationale a adopté, le 24 juillet, en première lecture, le projet de loi sur la modernisation de la distribution de la presse, présenté comme « *équilibré et protecteur* » par le ministre de la Culture, Franck Riester. Le texte entend relancer une filière secouée par les évolutions numériques, une chute de nombre de points de vente et les difficultés récurrentes de Presstalis. Si le gouvernement a tenu à préciser « *vouloir conserver les grands principes de la loi Bichet de 1947, parmi lesquels la liberté de diffusion et le principe coopératif obligatoire* », le texte prévoit bien d'ouvrir le marché à la concurrence au plus tard le 1^{er} janvier 2023.

Un amendement a tout de même limité à 20 % le nombre de parts pouvant être détenues par un actionnaire extra-communautaire, de type Amazon, dans une société de distribution de presse, pour se garantir contre une influence étrangère trop importante. Autre décision entérinée par les députés, l'Arcep, gendarme des télécoms, deviendra le seul régulateur à la place des deux organes actuels (CSMP et ARDP), y compris pour la partie numérique dont les kiosques. Le texte prévoit aussi de donner aux marchands de journaux une marge de manœuvre, négociée avec la filière, pour la vente des titres hors ceux de la presse d'information politique et générale (IPG).

Institutionnel

L'Assemblée nationale adapte la directive sur le droit voisin

+ Depuis le 23 juillet, la France est le premier pays européen à s'être doté d'un droit voisin pour la presse. L'Assemblée nationale a transposé la directive européenne réformant le droit d'auteur, et visant à contraindre les plateformes en ligne à rémunérer les éditeurs de presse pour pouvoir diffuser leurs contenus. Objectif de cet article : réinstaurer un équilibre juste entre les géants américains du Net, qui agrègent des millions de liens, et les médias français producteurs de contenus. Pour rappel, Google et Facebook représente 70 % des investissements publicitaires, sans produire un seul contenu original. En interne, les éditeurs devront négocier avec les salariés journalistes et leurs représentants du personnel pour que ceux-ci touchent leur part.

De nombreuses questions en suspens

Pour autant, la partie est loin d'être gagnée pour les acteurs français. De nombreuses questions subsistent quant à l'exécution concrète de cette directive : comment convaincre les Gafa de mettre la main à la poche, quels critères de redistribution entre les éditeurs, qui pour s'occuper de la collecte des sommes perçues ? Et ce ne sont pas les principaux concernés, parmi les plateformes en ligne, qui vont faciliter les échanges. Celles-ci ont freiné des quatre fers pour retarder ce projet, arguant que la liberté et la gratuité du Net devait primer. A titre d'exemple, Google a menacé de fermer Google news en Europe si ce texte était ratifié. En janvier dernier, le moteur de recherches avait été jusqu'à caviarder les résultats de recherches d'articles de presse, en supprimant titres et photos des aperçus. L'entreprise américaine s'était alors justifiée en indiquant qu'il s'agissait d'un test sur une petite partie du marché européen, pour démontrer les conséquences de cet article pour les internautes.

M.S.

A nos lecteurs

Les Clés de la presse reprend son rythme de parution la semaine prochaine

Après une pause estivale, la rédaction des *Clés de la presse* vous a concocté un petit digest de l'été pour vous remettre dans le bain pour la rentrée. Nos lettres électroniques reprendront leur rythme de parution bihebdomadaire (le mardi et le vendredi) à partir de la semaine prochaine, le mardi 27 août.

Talents

Pierre Moustrou quitte Vice France pour rejoindre la régie de CMI média au poste de directeur commercial digital. **Chantal-Marie de Renty**, pour sa part, est promue directrice commerciale des opérations spéciales de CMI média.

Romain Roux, cofondateur et ex-directeur du planning stratégique de l'agence Romance, rejoint Havas Paris en qualité de head of creative planning.

Pascale Azria, directrice générale de l'agence Kingcom, a été réélue à la présidence du Syndicat du conseil en relations publics pour un second mandat de trois ans.

Marie-Laurence Bouchon est nommée directrice de la communication d'Edenred.

Sophie Guillin est promue directrice de l'information régionale de France 3. De son côté, **Marie-Hélène Bartoli** devient directrice territoriale de France 3 Corse, **Michel Dumoret** directeur régional de France 3 Bretagne, et **Xavier Riboulet** directeur régional de France 3 Nouvelle Aquitaine.

Eric Scherer, directeur de l'innovation et de la prospective de France télévisions, est également nommé

Saga

Retour sur les enjeux du conflit entre BFM TV et Free

+ Les chaînes du groupe Altice, dont BFM TV, pourraient disparaître des box Free le 27 août. En cause : un désaccord entre les deux parties, qui s'écharpent sur les termes du contrat prévoyant une rémunération du groupe de Patrick Drahi par l'opérateur, en échange de la diffusion de ses antennes (gratuites).

Où le conflit en est-il ?

Dernier rebondissement en date : les clients de Free ont bien cru qu'ils ne pourraient désormais plus regarder les chaînes du groupe Altice à compter du 16 août dernier. En cause : l'opérateur fondé par Xavier Niel aurait indiqué dans un courrier adressé à Alain Weill, patron du groupe audiovisuel, son intention de suspendre la diffusion des chaînes dès vendredi dernier. Une information relayée par le directeur d'Altice le 14 août lors d'une conférence de presse et démentie par *le Journal du dimanche*, qui révèle dans ses colonnes l'incompréhension entre les deux parties. Cette missive, restée lettre morte d'après l'hebdomadaire, demandait en réalité de savoir, avant le 16 août, si Altice souhaitait continuer d'être diffusé sur le réseau Free. Si le FAI venait effectivement à cesser la diffusion des chaînes, Altice France se verrait privé de 6,5 millions de foyers.

Quelles sont les origines de ce bras de fer ?

La maison-mère de BFM TV souhaite percevoir de l'opérateur une rémunération pour la diffusion de ses chaînes et de ses services associés (replay, avant-première), ce que refuse Free. Depuis le 20 mars dernier, date d'échéance du précédent accord, les deux entreprises maintiennent un bras de fer portant notamment sur la légitimité d'une telle rémunération (environ 4 millions d'euros). En cause : les antennes du groupe de Patrick Drahi sont gratuites et le modèle de BFM TV se prête peu au rattrapage ou au différé. Le 26 juillet, le tribunal de grande instance a exigé du groupe de Xavier Niel de couper le signal des trois chaînes (BFM TV, RMC découvertes et RMC story) à compter du 27 août, sous astreinte de 100 000 euros par jour et par chaîne. En cause : le rétablissement par Free du signal coupé en mars dernier par Altice. L'opérateur, accusé d'avoir piraté le signal, arguait que la convention du CSA oblige le groupe à diffuser ses chaînes.

Mathilde Joris

Presse magazine

Les activités de Mondadori France définitivement reprises par Reworld média

+ Il aura fallu une année entière pour que Reworld média boucle le rachat des activités françaises de Mondadori. C'est chose faite depuis le 31 juillet dernier, malgré les actions de l'intersyndicale de Mondadori, opposée à ce rachat, qui espérait faire traîner les choses en longueur à coup de procédures judiciaires. Comme l'a demandé l'Autorité de la concurrence, Reworld média devra céder un titre de presse automobile, mais « *ce rapprochement donne naissance à l'un des principaux acteurs européens des médias et au premier groupe de presse magazine français avec plus de 50 marques média sur des thématiques phares (femme, auto/sport, décoration, nature, sciences/loisirs, info divertissement) dans l'édition magazine et digitale ; plus de 1 100 collaborateurs répartis dans 11 pays ; et un chiffre d'affaires annuel global de 483 millions d'euros et un Ebitda de 37,2 millions d'euros, compte non tenu des éléments non récurrents et en données pro forma établies sur la base des comptes clos au 31 décembre 2018 de chacune des sociétés* », précise le groupe dans un communiqué.

VSD en redressement judiciaire

+ Un an après son rachat par Georges Ghosn auprès de Prisma média, VSD a été placé début août en redressement judiciaire par le tribunal de commerce de Paris. L'ancien patron de *France soir*, qui avait reçu du vendeur près de 2 millions d'euros pour

directeur de l'innovation et de la prospective de l'information.

Valérie Miltgen, experte en communication de crise et corporate qui dispose de près de 20 ans d'expérience dans les relations presse et publiques, et **Valentine Dubois**, experte en médias sur la gastronomie, entrent au capital de l'agence Melchior, qui fête ses 10 ans.

Olivier Dulac, responsable des relations extérieures de BNP Paribas, a été réélu pour trois ans à la présidence de Sporsora, l'organisation interprofessionnelle des acteurs de l'économie du sport.

Nicolas Rieul, directeur de la stratégie et du marketing de S4M, est nommé directeur général de Criteo France.

Thomas Giraud-Castaing, directeur de l'agence Zoorit à la Réunion, a été réélu président de l'AACC Outre-Mer.

Faïza Garel-Younsi quitte France 3 pour la matinale de BFM business, où elle présentera les journaux d'informations aux côtés de Christophe Jakubyszyn.

Tanzil Bukhari, ancien de Double click, est nommé directeur général de Double verify, fournisseur global et indépendant de solutions de mesure de la qualité média digitale, pour la région EMEA.

Grégory Samak est promu directeur général de Molotov.

Anthony Capano est promu au poste récemment créé de managing director international de Rakuten marketing.

En bref

Le Parisien et Jockey disque invitent leur public du 27 au 29 septembre 2019 à l'hippodrome d'Auteuil pour la 2^{ème} édition de Paris Paradis. Au menu, des activités en plein air (brunch géant, tournoi de badminton, mur d'escalade, yoga parents-enfants, lecture de contes), une quinzaine de concerts et de spectacles d'humour gratuits (Eddy de Pretto, Clara Luciani, The Avenir).

La régie du groupe France télévisions a réalisé cet été une expérimentation grandeur nature de spots adressés en fonction des centres d'intérêt des téléspectateurs, en partenariat avec TDF et Havas. Concrètement, des spots différents ont été diffusés aux quatre catégories définies du panel de téléspecta-

éponger des dettes et financer le départ de salariés dans le cadre d'une clause de cession, n'a pas réussi à redresser la situation malgré un passage au rythme mensuel. Après un premier numéro vendu à plus de 100 000 exemplaires, la diffusion France payée est passée en-deçà des 80 000 exemplaires, selon l'ACPM.

Presse quotidienne

Iskandar Safa laisse le champ libre à Xavier Niel à Nice matin

+ Iskandar Safa, milliardaire franco-libanais propriétaire de *Valeurs actuelles*, renonce au rachat de *Nice matin*, a annoncé le syndicat de journalistes SNJ, citant une annonce faite en comité d'entreprise. Le Pdg du quotidien niçois, Jean-Marc Pastorino, a indiqué en interne, lors d'un comité d'entreprise, qu'il avait reçu un coup de téléphone d'Iskandar Safa lui annonçant qu'il retirait son offre. Il laisse donc le champ libre à Xavier Niel qui avait repris au début de l'été la participation minoritaire (34 %) jusque-là détenue par le groupe Nethys et s'apprête à devenir l'actionnaire majoritaire en 2020. « C'est une satisfaction après un mois et demi d'incertitude, et une décision assez logique parce qu'on ne voyait pas trop comment juridiquement il (Iskandar Safa) pouvait entrer dans *Nice matin*, a commenté auprès de l'AFP Denis Carreaux, directeur des rédactions. *Maintenant, il faut se mettre au travail pour construire le projet avec Xavier Niel et rebâtir la cohésion de l'entreprise après ce duel* ».

L'Equipe renforce son traitement de la Ligue 1

+ Depuis le 9 août, *L'Equipe* propose à ses abonnés des notes développées pour les 380 matchs de la saison 2019-2020 de Ligue 1. Ce dispositif concerne tous les joueurs du championnat et non plus uniquement ceux des clubs français les plus suivis ou les internationaux de l'équipe de France. « *Amiens, Metz, Brest, Toulouse auront désormais le même traitement que Paris, Marseille ou Lyon* », indique Jérôme Cazadiou, directeur de la rédaction de *L'Equipe*. Pour mener à bien cette entreprise, le quotidien sportif a dépêché un reporter supplémentaire pour suivre les dix rencontres de chaque journée, afin d'analyser en détail les matchs, les temps forts et les compositions d'équipe. Le principe des notes d'après-matchs, l'un des éléments fondateurs du journal, avait déjà été exploité en janvier dernier lors du lancement de l'espace en ligne *les Notes*. Cet espace réservé aux abonnés numériques permettait aux passionnés de ballon rond de filtrer, grâce à un moteur de recherches, les notes et les commentaires des matchs de la saison précédente, mais également toutes celles depuis l'exercice 1998-1999.

International

Naissance d'un géant américain de la presse locale

+ Le groupe Gannett, numéro un de la presse aux Etats-Unis, et son principal concurrent, Gatehouse, ont annoncé début août qu'ils allaient fusionner, via une transaction en actions et en espèces d'un montant d'environ 1,4 milliard de dollars. Cette alliance donnera naissance à un colosse de la presse locale, fort de 263 titres de presse quotidienne et 145 millions de lecteurs. « *En unissant nos talentueux salariés et nos portefeuilles complémentaires, nous serons en mesure d'étendre notre couverture ultra-locale pour nos clients, d'approfondir notre offre de produits pour les entreprises locales et d'accélérer notre transition de la presse papier au multimédia* », a indiqué Michael Reed, le Pdg du groupe New media investment.

Audiovisuel

Mezzo rejoint Radio classique au sein du groupe les Echos-le Parisien

+ Le groupe *Les Echos-le Parisien* s'associe à Canal+ pour l'acquisition de Mezzo auprès de Lagardère et France télévisions. Forte d'un portefeuille de droits de 700 programmes, la société édite deux chaînes de télévision payantes dédiées à la musique

teurs constitué pour l'occasion.

Les ministres des Finances des pays du G7 ont fait un pas « important » vers un accord mondial sur la taxation du numérique lors de leur réunion à Chantilly, le mois dernier. Au bout d'une nuit de négociations, ils ont finalement trouvé un consensus, présenté par la présidence française comme « une avancée », sur la taxation des activités des multinationales même quand elles n'ont pas de présence physique dans le pays concerné.

Le Parisien est devenu en juin, avec près de 20,7 millions de visiteurs uniques par mois, le 3^{ème} site d'actualité sur les trois écrans (ordinateur, smartphone et tablette) à dépasser la barre des 20 millions de visiteurs uniques selon les résultats de Médiamétrie-Netratings.

RTL lance sa nouvelle campagne publicitaire à la télévision, dans la presse, et sur le digital avec l'agence Rosapark, et la signature « *Ce qui nous rapproche est plus fort que ce qui nous éloigne* ».

Stade 2 prendra place, le 1^{er} septembre, sur France 3 le dimanche soir à 20h05, sur un nouveau plateau virtuel et en public, après des années de présence sur France 2.

L'UBM du tour de France s'est élevée, selon Kantar, entre le 6 et le 27 juillet dernier, à 6 823, en progression de 4 % par rapport à l'édition précédente. La presse a joué un rôle important, en particulier la PQR, puisqu'elle représente à elle seule près de 50 % du bruit médiatique (3 211). A l'inverse, entre l'affaire De Rugby et la canicule, les journaux télévisés ont relayé le tour de France à des brèves de fin de journaux.

Le groupe Aviv, filiale d'Axel Springer, a signé une promesse d'achat pour l'acquisition de Meilleurs-Agents en France.

National geographic & Element se sont associés pour créer une collection capsule invitant les gens à mieux comprendre le monde qui les entourent et repousser les limites de leurs connaissances.

L'agence italienne Ansa se réabonne aux services de l'AFP après cinq ans d'interruption. Dans le cadre de cet accord pluriannuel qui débutera au 1^{er} janvier 2020, Ansa souscrit en particulier au texte, à la vidéo, et à la photo AFP qu'elle distribuera sur les marchés des quotidiens et des médias numériques.

Le magazine Yoga a lancé, le 24 juillet, un hors-série à destination des

classique, au jazz et à la danse, dans 80 pays et 60 millions de foyers dans le monde. *Les Echos-le Parisien* auront la responsabilité des équipes de Mezzo, la programmation et le marketing, tandis que Canal+ sera en charge de la commercialisation auprès des opérateurs à l'international et la diffusion des chaînes et des prestations techniques. « Cette acquisition confirme notre volonté de développer une offre diversifiée de médias thématiques, en particulier dans l'univers de la culture, a réagi Pierre Louette, Pdg des *Echos-le Parisien*. Mezzo est l'opportunité de consolider un pôle média leader dans la musique classique aux côtés de Radio classique, propriété du groupe et première radio en France sur ce segment. » En 2018, Mezzo a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 10 millions d'euros.

L'Autorité de la concurrence approuve le lancement de Salto

La plateforme vidéo Salto, censée concurrencer le géant américain Netflix, est sur les rails. Le projet associant TF1, M6 et France télévisions, annoncé pour 2020, a reçu l'aval de l'Autorité de la concurrence le 12 août dernier. Certaines restrictions ont néanmoins été fixées : les trois groupes s'engagent à ne pas faire de publicité gratuite pour Salto sur leurs antennes, à se rémunérer à un tarif fixé par deux experts indépendants, ou encore à limiter les possibilités d'achats couplés. En l'état, cette alliance audiovisuelle vise à proposer, en ligne et sur abonnement, une offre de flux en direct, de programmes de replay et de services de vidéos à la demande. L'idée étant, pour les acteurs français, de proposer une alternative à Netflix, qui ne cesse de gagner des abonnés en France (plus de 5 millions en février). Le but est également de s'inscrire dans un marché de la SVOD en expansion, avec 5,5 millions d'utilisateurs quotidiens selon Médiamétrie. Les dirigeants des entreprises partenaires se sont naturellement réjouis de l'avancée du dossier : « Un signal très positif », a évoqué le patron de TF1, Gilles Pélisson. « Une très belle nouvelle », a écrit Delphine Ernotte, Pdg de France télévisions, sur Twitter.

Audio

Tootak lance un rendez-vous hebdo en podcast

Tootak, société spécialisée dans le podcast, lance un nouveau magazine d'infos hebdomadaire axé autour d'une même thématique déclinée en une sélection de podcasts. L'idée du *Mag*, similaire à l'hebdomadaire *Le 1*, est de confronter une question d'actualité à différents points de vue (À quoi ressemblera la société du futur ?, C'est quoi être un mec aujourd'hui ?, Le Bio, est-ce que c'est vraiment bon ?, L'été, le meilleur site de rencontre ?...). L'objectif de la plateforme est de démontrer ses compétences en éditorialisation et curation de contenus, pour « mieux guider la découverte dans la jungle des podcasts », explique Pierre Denis, président et fondateur de la start-up. *Toute la valeur ajoutée de notre plateforme réside dans ce travail d'éditorialisation et de mise en valeur des contenus. C'est un travail d'analyse et de décryptage réalisé par nos équipes qui dénichent les meilleurs podcasts traitant d'une thématique sociétale sous un angle journalistique ou plus décalé.* Pour poursuivre son développement, Tootak mise sur l'intégration des livres audio à sa plateforme. Les utilisateurs du *Mag* pourront, en plus des podcasts, découvrir des livres audio traitant du sujet de la semaine.

Numérique

Vice unifie ses verticales thématiques

Vice propose à ses internautes une nouvelle version de son site qui met fin à la multiplicité des noms de verticales. Les contenus de Vice news, Noisey, Vice sports, Munchies et Motherboard sont regroupés dans de nouvelles pages thématiques plus claires (société, musique, food, tech, culture, sport, environnement et drogues). Pour autant, les verticales Noisey, Munchies et Motherboard resteront des marques en tête de section. Objectif avec cette refonte mondiale du site : réunir tous les contenus digitaux sous une même ombrelle pour renforcer la visibilité de la marque Vice. Cette nouvelle vitrine se veut plus ergonomique, pour mieux s'y retrouver dans les différents sujets, plus immersive, avec une place prépondérante accordée à la photographie et la vidéo, et enfin plus accueillante pour les annonceurs, avec un nouveau cadre de publicité native.

enfants et des adolescents. L'objectif : donner des outils aux enfants pour qu'ils s'apaisent, apprennent à percevoir leurs émotions et à ne pas les laisser les submerger.

Le groupe TF1 a enregistré au premier semestre, un chiffre d'affaires consolidé de 1,145 milliard d'euros, en hausse de 6 % sur un an (+62 millions). Le résultat opérationnel courant s'établit à 163 millions d'euros, en progression de 61 millions d'euros sur un an. Le taux de marge opérationnelle courante est pour sa part supérieur à 14 %.

Le groupe Figaro a annoncé que EY allait devenir partenaire naming pour sa 47^{ème} édition du cross du Figaro qui aura lieu le dimanche 24 novembre, au sein du domaine national de Saint-Cloud.

CMI publishing, éditeur de *Public*, a obtenu du tribunal de commerce de Paris, via ordonnance en référé prononcée le 18 juillet, que le magazine *Public*, édité par la société FT magazines, soit retiré du réseau de vente au numéro, dans un délai de 24 heures, à compter de la signification de l'ordonnance, sous astreinte de 20 000 euros par jour de retard.

Le groupe Y (Canal+) annonce l'acquisition des activités de production, de distribution de contenus et d'édition de chaînes de la société Iroko partners, et renforce ainsi ses activités dans les contenus produits au Nigeria.

Le groupe Ipsos a réalisé au premier semestre un chiffre d'affaires de 903,4 millions d'euros, en croissance de 14,9 % par rapport à la même période en 2018. Les effets de périmètre, liés à l'acquisition de certaines activités de GfK et de Synthesio, comptent pour 10,2 % de la croissance.

Droits TV

France télévisions, diffuseur exclusif de Roland Garros jusqu'en 2023

Partenaire historique de Roland Garros depuis plus de 30 ans, France télévisions sera le diffuseur officiel du tournoi de tennis en exclusivité et en clair des trois prochaines éditions. Le groupe audiovisuel public proposera sur ses chaînes et ses offres numériques les principaux matchs en journée, des qualifications aux finales.

L'agenda

21 août-15 septembre

Le 31^e festival Visa pour l'image s'ancre dans l'actualité, avec deux reportages consacrés au mouvement des Gilets jaunes, aux prisons en Italie, ou encore à l'accès de plus en plus difficile à l'avortement. Les grands événements internationaux seront abordés, dont la crise au Yémen et la chute de Daesh. La liste des expositions met à l'honneur quinze photographes et sera complétée d'ici au mois de juillet avec dix autres expositions, nous indique Jean-François Leroy, le directeur du festival. « Visa pour l'image est très collé à l'actualité, nous avons un comité de rédaction qui se réunit, lors du festival, à 18 heures chaque jour pour chercher des photos d'actualité à projeter lors des soirées », nous dévoile-t-il, en mentionnant notamment les événements en cours au Vénézuéla. Nouveauté cette année, le prix Viva d'or de l'information numérique, récompensera le meilleur reportage de news sur le Web.

5 septembre

Les prochaines Rencontres de l'Udecam auront lieu le 5 septembre prochain sur la thématique du « new deal média », avec l'ambition « de s'interroger et s'engager fortement pour contribuer à la réinvention de l'environnement média, explique-t-on en interne. Dans un contexte bouleversé (concentration, désintermédiation, destruction de valeur, transformation profonde des modèles, mais aussi RGPD, fake news, protection des données personnelles, etc), l'Udecam interpelle et réunit tous les experts pour partager constats, solutions et prospectives ».

En savoir +

<https://www.weezevent.com/rencontres-udecam-septembre-2019>

18-20 septembre

La Wan-ifra organise un séminaire de trois jours à la rencontre

des acteurs incontournables de la presse et du commerce numérique à Amsterdam, Düsseldorf, Cologne et Berlin. Ce voyage d'études est placé sous le thème des abonnements numériques autour de quatre axes : l'acquisition, la monétisation, l'engagement et la rétention. Des éditeurs, entrepreneurs et experts du secteur partageront leurs retours sur expérience et présenteront leurs stratégies, leurs réussites et leurs échecs.

26-27 septembre

Les 11^e Rencontres nationales de la communication numérique seront l'occasion pour les professionnels de la communication du service public de comprendre les évolutions des usages et des outils numériques, d'anticiper leurs transformations et de réfléchir à une gestion du web conformes aux valeurs de service public.

En savoir +

<http://www.cap-com.org/evenement/rencontres-nationales-de-la-communication-numerique-0>

8 octobre

France info et les Echos organisent la deuxième édition de Médias en Seine, le festival de rencontres et d'expériences autour des médias innovants, du traitement de l'information et des nouvelles technologies. Ouvert à tous, ce grand rendez-vous ambitionne de proposer un débat « ouvert, libre et assumé » pour imaginer le futur des médias.

En savoir +

<https://mediasenseine.com/>

27-28 novembre

La 13^{ème} édition du salon la Presse au futur aura lieu comme chaque année à Paris pendant deux jours autour des thématiques des contenus (mieux produire), de la publicité (mieux vendre) et de la diffusion (mieux diffuser). Parmi les nouveautés, une journée Demain la presse, en partenariat avec l'ACPM.

Les échos du marché pub

France TV pub lance ses offres pour Tokyo 2020

France télévisions pub a annoncé le lancement d'offres dans le cadre des jeux Olympiques de Tokyo 2020 qui auront lieu l'été prochain, du 24 juillet au 9 août. Les différentes disciplines seront diffusées en clair sur les chaînes du groupe et via 49 flux de direct sur le site France.tv. La régie du service public propose trois dispositifs publicitaires : A chaque marque son histoire (des activations contextualisées au sein des directs TV), des collaborations avec des influenceurs (couilles de l'événement avec des youtubeurs sur le site de France TV sport), et du sponsoring de podcasts natifs créés autour des Jeux.

Le Point crée une nouvelle offre de vidéos sociales

Le Point lance Video stories, une offre de vidéos sociales en partenariat avec l'agence Wead, spécialisée dans le social média et le brand content. Cette proposition s'articule en trois formats : le format listicle (montage mêlant texte, illustration et rush web), le format Mag TV (montage vidéo anglé) et le format mini-reportage (tournage grand public). L'hebdomadaire entend ainsi accompagner les annonceurs du secteur de la culture et du cinéma dans leurs problématiques de production et de diffusion sur les plateformes sociales. Les contenus seront diffusés sur le site du Point, ses réseaux sociaux et ses newsletters.

Le coin des études

Les attentes des millenials en informations sportives

Les millenials de 15 à 34 ans sont de grands amateurs de sport, dans la pratique comme le suivi d'événements, décrypte Only sports & passions, l'agence dédiée au sport de Webedia, dans une étude avec Kantar. Près de la moitié des sondés (46 %) disent attendre des marques qu'elles leur proposent des contenus qui les motivent à pratiquer davantage une activité physique. Autre enseignement de l'étude, les sports émergents (futsal, urban) sont plébiscités par cette cible. Une tendance issue d'un besoin de pratiquer des activités simplifiées, plus libres et plus adaptées à leur mode de vie. Enfin, les millenials sont à la fois friands de contenus additionnels lors d'une expérience (applications mobiles) et de contacts directs avec des personnalités du sport, via les réseaux sociaux.

Les clés de la presse

Les Clés de la presse
52 rue Carvès
BP 5, 92122 Montrouge Cedex
Tél. : 01 46 55 88 40
www.lesclesdelapresse.fr
Directeur de la publication :
Didier Falcand
Rédaction : Arnaud Blanc
et Mathilde Joris (01 46 55 88 42)
Illustrations et infographies :
Félé
Conception graphique :
Les Designers Anonymes.
Lettre créée par la solution Paddix
Site Internet : CVMH solutions

Publicité : En interne.
Nous contacter au 01 46 55 88 40.
Abonnement 290 euros TTC
(dont TVA à 2,10%) par an pour 4 magazines papier et 90 lettres électroniques.
Impression : Magenta print, BP 9,
17380 Tonnay-Boutonne.
Tél. : 09 65 34 27 34
Les Clés de la presse
est édité par la société Jouillat Presse,
Sarl au capital de 50 000 euros, immatriculée
au RCS de Nanterre (n°479 276 396).
Siège social
52 rue Carvès, 92120 Montrouge
Code Naf: 5813Z. ISSN : 1777-3059
Numéro de commission paritaire :
0319 | 87643. Dépôt légal : août 2019.
Toute reproduction interdite et passible
de poursuites.