

+ la lettre


les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

Le programme d'Emmanuel Macron pour la presse et les médias

 Dimanche, les Français ont élu Emmanuel Macron. Nous avons interrogé le responsable de son programme culture et médias, Marc Schwartz, ancien directeur général de France télévisions et auteur de plusieurs rapports sur la presse et les médias. Quelle direction la rue de Valois prendra-t-elle pendant les cinq prochaines années ?

La liberté de la presse au cœur de la philosophie

« La liberté de la presse, qui permet la libre communication des pensées et des opinions, est une condition de la démocratie ». C'est par ces mots que débute le volet consacré à la presse dans le programme d'Emmanuel Macron. Marc Schwartz, responsable de cette partie du programme d'En marche, tient à insister : « entre les deux tours, la question de la liberté de la presse a pris un relief particulier. L'Etat détient la responsabilité éminente, celle de garantir la liberté et l'indépendance des médias ». Il nous rappelle l'engagement « sans faille » d'Emmanuel Macron à l'égard de « ce principe absolument essentiel à la démocratie », que Richard Ferrand, secrétaire général d'En marche, a rappelé le 3 mai à l'occasion de la journée mondiale de la liberté de la presse, à la Maison des journalistes.

« Protéger l'indépendance éditoriale des médias »

C'est dans ce sens qu'une proposition sur un nouveau statut des entreprises de presse a été pensée, pour « protéger l'indépendance éditoriale des médias d'information ». A l'inverse de certains de ses adversaires à l'élection (cf. les Clés de la presse n°47), Emmanuel Macron « reconnaît les difficultés économiques de la presse et admet que la présence d'industriels dans le capital de certains titres peut permettre à ces derniers de survivre », poursuit Marc Schwartz. Néanmoins, le 8^{ème} président de la V^{ème} République souhaite « garantir l'indépendance éditoriale et journalistique » des rédactions. Pour ce faire, un nouveau statut des entreprises de presse, à l'image des fondations ou trusts anglo-saxons, sera mis en place. Il aura pour objectif de mieux séparer pouvoir actionnarial et gestion éditoriale. « Une concertation sera ouverte dès le début du quinquennat avec l'ensemble de la profession sur ces sujets », soutient Marc Schwartz, qui souligne tout de même les avancées du mandat de François Hollande avec, notamment, la loi dite Bloche du 14 novembre 2016, et l'obligation, pour toutes les rédactions, de rédiger des chartes déontologiques.

Un nouveau regard sur les aides à la presse

Autre point attendu au tournant par les professionnels de la presse : les aides de l'Etat. « Ce qui a été fait depuis dix ans va dans la bonne direction », selon Marc Schwartz. L'ambition d'Emmanuel Macron : aider les médias à accélérer leur transition numérique. Il affirme que si les aides ont été progressivement ciblées vers la presse d'information politique et générale, des discussions concernant la presse de la connaissance et du savoir ne seraient pas illégitimes. Pas impossible, donc, que des changements soient opérés pour certaines familles de presse dans les prochaines années.

L'audiovisuel public renforcé

Les premiers chantiers, concernant l'audiovisuel public, seront de « clarifier ses missions », avec un cahier des charges rénové, et de « remettre la gouvernance d'aplomb », nous indique l'ex-directeur général de France télévisions, auteur d'un rapport sur l'économie de l'audiovisuel public, remis en 2015 à Fleur Pellerin et... Emmanuel Macron, alors ministre de l'Economie. Un grand projet de réforme de l'audiovisuel sera mis sur la table. En marche souhaite rendre les conseils d'administration des groupes « plus ouverts, plus indépendants », en y faisant entrer par exemple de représentants de l'audiovisuel, du monde de l'entreprise ou des personnalités étrangères d'Europe. Le mode de nomination des présidents des

Coulisses

La PQR en bonne santé

Selon nos informations, la presse quotidienne nationale connaît une bonne année sur le plan publicitaire. Les recettes nettes des produits PQR66 auraient augmenté de 16 % sur les quatre premiers mois de l'année par rapport à la même période de 2016.

Talents

Valérie Blondeau, ex-directrice adjointe de la communication de Lagardère active, rejoint aujourd'hui 9 mai France TV publicité comme directrice de la communication. Membre du comité exécutif, elle est en charge de la mise en œuvre de la stratégie globale de la communication de la régie, à l'interne comme à l'externe.

Jean-Philippe Bergougnot, ancien d'Adrexo, rejoint Colis privé et succède à **Eric Paumier** au poste de directeur général. Ce dernier assurera désormais la coprésidence de la holding Hopps group, actionnaire de référence d'Adrexo.

Jean-Christophe Serfati, fondateur du site de petites annonces *Logic immo*, s'apprête à prendre la présidence de *La Provence*, suite au départ de Claude Perrier.

Julien Verley quitte le groupe Canal+ pour devenir directeur du développement commercial de France télévisions.

Vincent Thijssens, ex-Dentsu aegis network, rejoint OMD au poste de directeur général. **Christopher Thiery** et **Sébastien Deurdilly**, directeurs généraux de HRCLS et d'Upside, sont promus

groupes sera modifié : ce sera le conseil d'administration qui les choisira, « au moins pour Radio France, France télévisions et France médias monde ».

Le premier objectif du projet est de « renforcer et conforter » les médias de service public. Les moyens devront être mutualisés, à l'image de la chaîne d'information en continu France info, « un exemple que nous considérons comme positif », nous dit Marc Schwartz. Une question reste ouverte, celle du nombre de chaînes. « A l'heure du numérique, la question du nombre de canaux hertziens est importante, mais ce n'est pas la seule. Nous avons besoin de plateformes numériques pour atteindre un public diversifié, notamment les jeunes qui regardent de moins en moins la télévision en linéaire », ajoute-t-il. La question du financement, elle, sera traitée « le moment venu », puisqu'elle devra prendre en compte une meilleure organisation. Emmanuel Macron souhaite également simplifier la réglementation audiovisuelle en matière de publicité, de production et de financement, « pour lever les freins à la croissance du secteur ».

Les Gafa, un sujet européen

Sur le numérique, le président affirme sa volonté de « défendre un meilleur partage de la valeur au profit des créateurs ». Son programme comprend notamment la défense des droits d'auteur et des droits voisins, la lutte contre le piratage, la création d'une agence européenne pour la confiance numérique, la mise en place d'un fonds européen de financement en capital-risque (de 5 milliards d'euros) pour accompagner la croissance des start-up européennes du numérique, et la promotion de la neutralité du Web.

Concernant les Gafa, l'ambition est de ne plus rendre possible « le contournement des obligations fiscales par l'installation dans un pays tiers », de faire payer aux grands acteurs numériques l'impôt en France, de « contribuer au financement des charges communes », de soumettre les plateformes « aux mêmes règles que les autres diffuseurs » (notamment les obligations de financement de la création), et de « les faire contribuer à la politique d'accès à la culture ». Pour une stratégie efficace allant dans ce sens, Marc Schwartz est formel : « le combat doit être mené d'abord au niveau de l'Union européenne ».

Reste à savoir qui Emmanuel Macron et son premier ministre vont-ils choisir pour piloter ce programme. Qui sera le prochain résident de la rue de Valois ? Combien de temps y restera-t-il ? Y aura-t-il autant de ministres de la Culture et de la Communication (trois en cinq ans) que lors du précédent quinquennat ? Et surtout, le ministre suivra-t-il à la lettre ces quelques orientations ? Bilan dans cinq ans.

Justine Cantrel

Une stratégie passée au crible

Le groupe Revue fiduciaire se lance sur le marché de l'emploi et de la formation

Dix-huit mois après la reprise de *Courrier cadres*, le groupe *Revue fiduciaire* annonce le lancement d'une offre de services sur l'emploi et la formation, avec la création de quatre job-boards permettant d'adresser tout le marché du travail, et celle d'une régie publicitaire maison, ouverte à des médias extérieurs.

La réflexion de départ

C'est parce qu'ils avaient la même conviction de l'importance de la qualité des contenus et du potentiel d'une offre de services qu'Yves de la Villeguérin, Pdg du groupe *Revue fiduciaire*, et Laurent Minaud, Pdg du groupe *Courrier cadres*, ont scellé, en octobre 2015, le rachat du second (éditeur de *Courrier cadres*, de *Rebondir*, *L'Officiel de la franchise*, *Vente directe magazine* et du *Nouvel entrepreneur*) par le premier. Dix-huit mois plus tard, « nous ne nous sommes pas trompés, analyse Laurent Minaud, qui est devenu directeur général adjoint du groupe *Revue fiduciaire*, en charge du commercial, du marketing et des abonnements (tout en restant Pdg de *Courrier cadres*, dont il a conservé 15% du capital.). Nous avons même développé beaucoup plus de synergies que je ne l'avais envisagé au départ ».

De grosses ambitions sur l'emploi

Une étape supplémentaire sera franchie dans les semaines et les mois qui viennent avec le lancement d'une offre complète sur l'emploi et la formation. « Avec nos différents titres, nous touchons l'écosystème complet de l'entreprise », souligne-t-il. *Courrier cadres* s'adresse aux décideurs et cadres dirigeants ; *L'Officiel de la franchise* aux cadres en reconversion, aux candidats à la franchise et aux porteurs de projets ; *Rebondir* aux salariés et demandeurs d'emploi ; et *la Revue fiduciaire* aux experts et professionnels du juridique, du comptable, du social et du fiscal. D'où la création de quatre job-boards spécifiques autour de ces quatre marques, proposant à la fois des offres et demandes d'emploi,

à la tête d'Havas productions. Léa Krummenacker, ex-Mindshare et Zenith, a rejoint Repeat group au poste de directrice conseil.

En bref

Médiacités Lyon devrait être mis en ligne dès aujourd'hui, cinq mois après *Médiacités Lille*. Une soirée de lancement a lieu à Lyon ce soir. Le pure-player a réuni plus de 25 000 euros via une campagne de crowdfunding.

Binge audio lance, avec Audible, un nouveau podcast : *l'Air du son*. Un jeudi sur deux, cette coproduction, présentée par Andréane Meslard avec Salomé Kiner, fera le tour de l'actualité de l'audio parlé.

Gilles Freissinier, digital director d'Arte France, sera invité au rendez-vous du Zeens lab speakers series, organisé par Zeens et l'institut G9+, le 7 juin.

IP network, la régie publicitaire internationale de RTL group, change de nom pour devenir RTL Adconnect.

Canal+ conserve les droits de diffusion de la Formule 1, la Formule 2 et du GP3 pour les saisons 2018, 2019 et 2020.

L'Opinion poursuit sa stratégie de vente de contenus en ligne. Un mois après la mise en place d'une solution avec Gemalto permettant de payer sur facture opérateur l'achat d'articles sur mobile, il est désormais possible d'acheter les articles de *L'opinion.fr* à l'unité sur ordinateur, avec Smart wall, une solution de paiement à l'article conçue par la start-up Swisspay.

France culture confie la commercialisation de l'espace publicitaire de sa revue *Papiers* à Medianne à l'occasion de sa nouvelle formule qui sortira le 22 juin.

Opinion valley, ancienne filiale du groupe I&E, rejoint Confluence groupe. Cette acquisition conforte son positionnement autour de « l'influence corporate ».