

# + la lettre

# \_les clés de\_

# La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

## L'événement

### Les dossiers et chantiers de la rentrée

Après une saison très riche en actualité politique, portée par l'élection présidentielle, voici à quoi devrait ressembler la rentrée média 2017-2018. De nombreux chantiers sont déjà en cours, et certains devraient voir le jour dès septembre. En 2017, *Voici* fête ses 30 ans, *J'aime lire* ses 40 ans, l'Association des journalistes de l'information sociale ses 50 ans. Si le début de l'année a été riche enancements, ce n'est pas terminé. Des nouveautés sont déjà annoncées, en kiosque ou sur le web, sans oublier les nouvelles formules de certains titres historiques. Dans l'audiovisuel, le mercato est également important (cf. *Les Clés de la presse* du 22 août), en particulier au sein de France télévisions. Côté publicité, des alliances autour de la data devraient modifier le paysage, poursuivant toujours les mêmes objectifs : faire face aux Gafa, et redonner confiance aux annonceurs. On s'interroge aussi sur le calendrier du nouveau gouvernement concernant les médias. Etat des lieux.

#### Les nouveautés éditoriales

- Le groupe *Marie Claire* lance *Stylist hommes*, un nouveau rendez-vous semestriel, dont le premier numéro est prévu le 21 septembre. Sur le modèle de *Stylist*, un gratuit distribué en villes, il sera diffusé à 250 000 exemplaires. Un thème unique sera choisi tous les six mois. A sa tête, Hugo Lindenberg, actuel rédacteur en chef adjoint de *Stylist*.
- *Aime et fais ce que tu veux*, nouvel hebdomadaire chrétien féminin, paraîtra aussi pour la rentrée. L'ambition ? S'inscrire dans l'évolution des femmes dans la société. Une campagne de financement participatif a été conclue avec succès, plus de 30 000 euros ont été récoltés.
- Le pôle femme de Mondadori a aussi annoncé le lancement d'une nouvelle marque, le 7 septembre, en partenariat avec Michel Cymes. La ligne éditoriale sera tournée vers « *le bien-être et la santé, avec une approche bienveillante et proactive* ».
- Pressmaker, qui a multiplié les nouveaux titres en 2016, continue sur sa lancée : après *You girl* en mars, *You food*, *Doctissimo* et *Bahamontes* en juin, *Robocar poli*, *Le Loup* et *Fan 2* en juillet, trois ou quatre lancements surviendront à la rentrée. Le premier, dédié au jeu en ligne *Minecraft*, s'adressera aux 8-12 ans. Les deux ou trois suivants appartiennent à l'univers lifestyle et passion.
- Rolf Heinz avait annoncé en début d'année la préparation de deux lancements, par Prisma média, en 2017. Pour le moment, le groupe reste discret sur ces projets.
- *Médiacités*, pure-player d'investigation locale lancé à Lille en décembre 2016, verra le jour à Nantes courant septembre. Après Lyon et Toulouse en 2017, c'est dans les Pays de la Loire que les lecteurs trouveront des enquêtes et sujets exclusifs sur leur métropole. Un site indépendant et payant.
- *Boxsons*, pure-player de podcasts lancé par Candice Marchal et Pascale Clarke, offrira à ses abonnés une application à la rentrée.
- Chronos, « *Le temps de comprendre* », sera lancé le 4 septembre. A l'initiative d'une journaliste issue de l'Ecole publique de journalisme de Tours, ce pure-player payant et indépendant entend offrir un décryptage des sujets complexes et un débriefing quotidien de l'actualité.

#### Les nouvelles formules

- C'est annoncé : *les Inrocks* fera peau neuve le 30 août. Une nouvelle formule « *cross-canal* », qui concernera le magazine et ses supports digitaux. La culture, la société et la création seront à l'honneur pour un titre « *plus haut de gamme* » et axé sur la prescription.
- *20 minutes* planche aussi sur une nouvelle formule, en préparation avec ses lecteurs. A plusieurs reprises, ils ont été invités à donner leur avis sur une nouvelle maquette et à com-

#### A nos lecteurs

5 places gratuites à saisir pour le Médialab speed-training du 19 septembre

La 4<sup>ème</sup> édition du Médialab speed-training, une journée de formation en mode speed-training, destinée à permettre aux professionnels de l'information et de la communication de se former aux médias numériques, sera organisée à Nantes le 19 septembre. Le principe reste le même que les années précédentes : une quarantaine de tutoriaux, démonstrations et retours d'expériences seront présentés en 30 minutes par des communicants, journalistes, designers, community managers, ou encore vidéastes. Pour l'occasion, *les Clés de la presse*, partenaire de l'événement, vous propose de bénéficier de cinq places gratuites. Pour cela, veuillez nous contacter à [infos@lesclesdelapresse.fr](mailto:infos@lesclesdelapresse.fr).

#### Talents

**Pierre-Henry Brandet**, ancien journaliste de France télévisions puis porte-parole du ministère de l'Intérieur, est nommé directeur de la communication de la Fédération française de tennis.

**Emmanuel André**, président international de TBWA worldwide, est nommé au poste nouvellement créé de « *chief talent officer* » du groupe Publicis.

**Matthieu de Lesseux**, ancien fondateur de l'agence Duke, passé par DDB paris, est nommé CEO des activités créatives pour les agences Havas Paris, les Gaulois, Fullsix France et Havas digital factory.

muniquer leurs attentes auprès du quotidien gratuit. On ignore encore la date de cette nouvelle formule, et si elle ne concerne que le papier.

● *As you like*, mensuel féminin dédié aux millenials du groupe Prisma média, devrait aussi se refaire une beauté pour le numéro du 4 septembre.

### Un paysage parfois en recomposition

● Chez *Marianne*, la rentrée débute sous de bons auspices. La période d'observation qui courait depuis janvier s'est terminée. L'hebdomadaire, dont la courbe de diffusion s'est inversée, met alors en marche son projet « *Marianne 2020* ».

● Dans le groupe *La Provence*, le nouveau Pdg, Jean-Christophe Serfati, devrait indiquer à la rentrée la direction qu'il souhaite faire prendre à son journal. Le développement numérique devrait être en ligne de mire. Le journal s'est entouré d'un nouveau directeur éditorial, arrivé en juin : Franz-Olivier Giesbert.

● *La Voix du nord* lance son plan de réorganisation le 9 octobre. « *Demain La Voix* » prévoit le départ de 130 personnes environ, sur la base du volontariat, soit 19% du personnel. Des pôles régionaux d'édition sont mis en place, dans le but de faciliter la mutation vers le numérique.

● Le groupe de Patrick Drahi est, cette année encore, à suivre. SFR ne conservera que six marques parmi les vingt de son portefeuille actuel : *L'Express*, *Libération*, *Point de vue*, *01 net*, *A nous paris* et *My cuisine*. Un nouveau plan de développement devrait être détaillé prochainement pour *L'Express* et *Libération*. *Mieux vivre votre argent* devrait être cédé à Valmonde ; *La Lettre de l'Expansion* à Wansquare ; *Studio ciné live* pourrait être vendu à Première média ; les titres décoration à François Dieulesaint ; *Lire*, *Classica* et *Pianiste* aux éditions l'Opportun.

● Au sein du groupe Canal+, au-delà des changements de grilles (cf. *les Clés de la presse* du 22 août), la rentrée devrait être aussi être marquée, selon *les Jours*, par un rapprochement entre la chaîne d'information Cnews et le quotidien gratuit *Cnews matin* (ex-*Direct matin*, détenu majoritairement par Vincent Bollore), qui s'uniront au sein de la « *news factory* » : « *le site Cnews matin va disparaître, fusionné dans celui de Cnews* » pour construire une « *vitrine digitale unique* », selon la direction de Canal+ citée par le pure-player. Les régies publicitaires devraient aussi coopérer.

### Du mouvement du côté des régies

● Deux alliances autour de la data ont été annoncées à la fin de la saison. Gravity rassemble entre autres *les Echos*, Lagardère active, *l'Equipe*, les groupes Perdriel, *Marie Claire*, Condé nast, Prisma média, Nextradio TV, M6, des titres de PQR, l'opérateur télécom SFR ou encore Fnac-Darty. Il s'agit d'une plateforme technique d'achat publicitaire permettant aux annonceurs de bénéficier de segments de data précis, dans un environnement transparent. Skyline est le fruit de l'union entre *le Figaro* et *le Monde*, une alliance commerciale qui prévoit de vendre les inventaires digitaux des marques des deux groupes. Le lancement de ces offres est prévu dès la rentrée, avec une version bêta pour Gravity jusqu'en novembre. Pour Skyline, l'inventaire - display et vidéo dans un premier temps - du *Monde* et du *Figaro* sera disponible dès septembre, avec une montée en puissance rapide.

● Le label « *digital ad trust* » sur lequel planche l'interprofession devrait aussi voir le jour à l'automne. A l'initiative du SRI et de l'Udecam, il réunit également l'ACPM et le CESP qui en assurent la rédaction, l'Uda, le Geste et l'IAB. L'idée est de pouvoir donner des repères aux annonceurs pour leur garantir des sites qui font preuve de bonnes pratiques publicitaires et éditoriales, une manière de s'autoréguler, pour pousser à la qualité.

### Les dossiers institutionnels

● Une nouvelle ministre ayant été nommée, ainsi que de nouveaux députés élus, on peut s'attendre à voir poindre des innovations législatives pour le secteur. Le nouveau directeur du cabinet, Marc Schwartz, est à l'origine de la feuille de route d'En marche concernant la presse et les médias. Ancien directeur général de France télévisions, il préconise notamment une réforme de l'audiovisuel. Un nouveau statut des entreprises de presse est aussi envisagé. Reste à savoir si le travail sur ces dossiers commencera dès la première année du quinquennat.

● La rentrée s'annonce compliquée pour les deux messageries, qui sont toutes deux confrontées à une baisse d'activité sur leur métier de base et la nécessité de se réorganiser. Pour Presstalis, le défi est d'autant plus grand qu'un nouveau management va se mettre en place dans les semaines qui viennent avec le départ, fin juin, d'Anne-Marie Couderc de la présidence, et celui, imminent, de Vincent Rey, directeur général. Son successeur, dont le nom n'est pas encore connu, aura du pain sur la planche pour redresser une situation financière toujours tendue et résoudre l'épineux dossier du système d'information commun. Il devra aussi certainement se pencher sur l'hypothèse, qui a une nouvelle fois refait surface cet

**Fabien Namias** a quitté Europe 1 pour revenir sur LCI comme éditorialiste politique et intervieweur, dans la matinale présentée par Pascale de la Tour du Pin, et dans la nouvelle émission de David Pujadas.

**Jean-Claude Ghinozzi**, ex-Microsoft France, est nommé directeur commercial et marketing du moteur de recherche Qwant.

**Akhil Sahai**, ancien de HP, Dell et Cisco, rejoint LexisNexis en tant que chief product officer France et EMEA.

**Tobi de Graaff** est promu directeur exécutif monde des nouveaux programmes et des coproductions de BBC worldwide, et **Nick Percy** vice-président exécutif de l'Europe de l'ouest.

### En bref

**La Ligue de football professionnel (LFP)** a reconduit pour deux saisons (2017-2018 et 2018-2019) ses accords avec Orange, Bein sports et Webedia pour sa compétition de e-sport, l'Orange e-Ligue 1.

**Cauet** n'aura pas tardé à rebondir après son départ du groupe NRJ où il animait la tranche 19-22h.

L'animateur-producteur sera présent dès le 29 août sur Virgin radio, propriété du groupe Lagardère, avec une émission quotidienne de 18 à 21 heures intitulée « *Cauet / (Cauet s'lâche)* ».

**Nielsen** se lance sur le marché de l'e-sport avec la création de Nielsen Esports, une entité chargée de fournir des évaluations de sponsoring, des insights de fan, des études sur mesure et du consulting à destination des ayants-droit, médias et marques.

**Le groupe Havas** a annoncé, le 22 août, l'acquisition de Blink, l'une des principales agences israélienne de médias sociaux spécialisée dans le contenu et la gestion des conversations entre consommateurs et marques.

été, d'un rapprochement avec MLP, où plusieurs cadres, dont Aymeric Laurent, patron des dépôts Alliance, et Eric Desmarey, directeur commercial, ont profité d'un plan de départ pour quitter l'entreprise.

### Les rendez-vous de la rentrée

● Comme chaque année, les Rencontres de l'Udecam sont l'un des rendez-vous marquants de la rentrée pour le monde des médias et de la communication. Le 7 septembre, ce sera la 10<sup>e</sup> édition, sur le thème de « *l'influence au féminin* ».

● Le Médialab speed training, à Nantes, le 19 septembre, est aussi l'occasion de commencer une saison en écoutant et partageant des retours d'expériences de ses pairs. Cette année, la vidéo, la newsletter et les robots sont à l'honneur.


● Le Monde festival, du 22 au 25 septembre, est consacré cette année au « *rêve* ». Spectacles, concerts, débats et expositions auront lieu à Paris.

● Pour sa 11<sup>e</sup> édition, qui se tiendra cette année les 29 et 30 novembre à Paris, le salon la Presse au futur élargit l'éventail de ses sujets en s'ouvrant davantage à la presse professionnelle et la presse magazine. Le Syndicat de la presse professionnelle a en effet choisi d'intégrer une partie de son événement annuel au sein du salon, qui lui consacre une session dédiée. Autres nouveautés, la création d'une thématique Press'mag, consacrée à la presse magazine, ses mutations, ses best-practices et ses diversifications, et le lancement d'une formation sur le brand content destinée aux collaborateurs internes des éditeurs de presse.

Justine Cantrel

## Une grille passée au crible

### La rentrée 2017 de France télévisions chaîne par chaîne

 France télévisions procède à quelques adaptations pour sa grille de rentrée, qui débute le 28 août. Comme nous l'avons écrit dans *Les Clés de la presse* du 7 juillet, l'identité de chaque chaîne est mieux définie, pour répondre aux trois mots d'ordre de Xavier Couture, directeur général délégué en charge de la stratégie et des programmes : représenter la société française, la rassembler, et se renouveler.

#### Sur France 2, « nos différences nous rassemblent »

Le navire amiral de France télévisions, qui a perdu beaucoup d'audience la saison dernière (-1,3 point), souhaite donc « renforcer ses différences », comme l'affirme sa directrice exécutive, Caroline Got. Un nouveau décor est offert au « 20 heures », désormais confié à Anne-Sophie Lapix du lundi au jeudi. Un rendez-vous hebdomadaire, « 19 heures le dimanche », est proposé par Laurent Delahousse. Les jeudis de l'information sont renouvelés, toujours dirigés par Elise Lucet, ainsi que « l'Emission politique », mensuelle, présentée par Léa Salamé.

La fiction française est consolidée, avec 74 soirées inédites, soit 11% de plus que la saison précédente. Trois nouvelles séries arrivent avant fin 2017, avec une variété dans les genres et les formats : *L'art du crime*, série policière, *On va s'aimer* et *Le chalet*, un grand feuilleton. France 2 diffuse un documentaire en prime time chaque mois, et crée une nouvelle case : « 25 nuances de docs ». Des événements pour « fédérer toutes les générations » sont à l'honneur (sport, culture) et un télé-crochet accompagne les sélections à l'Eurovision. Des soirées dédiées à des verticales sont prévues, comme sur le harcèlement sexuel, ou sur la Syrie, avec « la volonté de proposer de la réflexion ». Les après-midis sont aussi fortement renouvelés, avec l'arrivée de Faustine Bollaert et de Daphné Bürki. Caroline Got rappelle l'importance de l'incarnation sur cette chaîne que Xavier Couture souhaite voir devenir la « future première chaîne nationale », en termes de création et d'ambition.

#### France 3 sera « audacieuse et positive »

Dana Hasier, sa directrice, souhaite donner aux 27 chaînes du réseau « de la cohérence et de la clarté », et une position « à hauteur d'hommes ». Sur France 3, le lundi est consacré à la découverte, avec notamment « Thalassa » dans une forme renouvelée ou « Le Monde de Jamy », sur le comportement animal. Le mardi, on retrouve une fiction sociétale, avec un film très fort tous les deux mois ; le mercredi, « Des racines et des ailes » ou un documentaire en lien avec l'Histoire ou le patrimoine ; le jeudi, du cinéma d'auteur ou de la fiction française ; le vendredi, du divertissement et le samedi, une soirée de polar. L'offre régionale s'intensifie, avec des matinées 100% régionales de 8h40 à 11h30 et de nouveaux magazines. Les opérations de prises d'antenne événementielles devraient être plus nombreuses.

**CNN**, partenaire de Snapchat discover depuis ses débuts, lance une nouvelle émission quotidienne conçue et adaptée au format Snapchat.

Tous les jours à minuit, la chaîne américaine proposera un résumé des actualités marquantes provenant du monde entier.

**Le groupe Canal+** annonce le lancement de Start by Canal, une offre d'entrée de gamme destinée aux clients de Bouygues télécom, avec des grandes chaînes thématiques accompagnées d'un accès illimité à la vidéo à la demande avec Canal play.

**Facebook** proposera aux éditeurs une offre qui limite la lecture gratuite des Instant articles à partir d'octobre.

Après la consultation de dix articles, l'internaute pourrait avoir à payer, si l'éditeur le souhaite.

**Infopro digital** relance le salon Top recrutement, rendez-vous de l'emploi qualifié. Le groupe a prévu de recruter 300 nouveaux collaborateurs via ce salon, qui se tiendra le 17 octobre à l'espace Grande arche de la Défense à partir de 9h30.

**L'Equipe** réitère ses Unes régionalisées avec un numéro spécial reprise du Top 14, en kiosque hier 24 août.

On y trouve 16 pages dédiées au ballon ovale, avec le calendrier, les enjeux et un focus sur les clubs. Pour l'occasion, 12 Unes locales, 4 Unes régionales et une Une nationale ont été imprimées.

**Sud ouest** met en kiosque une nouvelle version de son hors-série Top 14, avec une nouvelle maquette et 8 Unes différentes, aux couleurs des clubs préférés du Sud ouest.

**Le groupe Ipsos** a enregistré au premier semestre 2017 un chiffre d'affaires stable de 833,8 millions d'euros.

**Le Syndicat des régies Internet (SRI)** accueille trois nouveaux membres : Boursorama, SeJoger et Amaury média, la nouvelle régie de l'Equipe.

### France Ô et les chaînes Outre-mer 1<sup>ère</sup> vont célébrer la richesse culturelle

Elles se fixent l'objectif de « donner de la visibilité à la richesse culturelle et à la complexité des communautés ultra-marines », selon les dires du directeur du réseau, Walles Kotra. Pour ce faire, une émission d'actualité plonge, une fois par mois, les téléspectateurs dans les coulisses d'une fête d'outre-mer, lors d'une soirée animée par Sonia Chironi et Raphaël Yem.

« Histoire d'outre-mer » devient un rendez-vous événementiel pour célébrer et décrypter les événements des territoires, avec un documentaire de 90 minutes suivi d'un débat animé par Fabrice d'Almeida. L'émission citoyenne « *Flashtalk* » de France Ô change de formule et devient un format de 13 minutes, de manière à inciter au débat sur les sujets d'actualité. Enfin, une fiction made in Tahiti arrive sur France Ô, *Al Dorsey*.

### France 4, la chaîne des familles

Avec sa signature « rejoignez la smart family », France 4 renouvelle l'ambition de « créer du lien entre les générations », souligne Tiphaine De Ragueneil, sa directrice exécutive. « *Les Minikeums* » (diffusés sur France 3 de 1993 à 2002) reviennent chaque jour de 16h30 à 19h30. « *Une saison au zoo* » fait une pause d'un an au profit d'une série dédiée aux coulisses du Puy du fou. Un jeu d'immersion scientifique fait son apparition, ainsi qu'une émission de vulgarisation, « *Scientastik* », présentée par Alex Goude.

### France 5, chaîne de la connaissance

La 5, qui vient de terminer une saison record, prône « l'intelligence non artificielle », réaffirmée par sa directrice exécutive, Nathalie Darrigrand. La grille change peu, puisqu'on retrouve « *les Maternelles* », « *la Quotidienne* », « *le Magazine de la santé* », « *Silence ça pousse* », ou encore « *la Maison France 5* ». Les soirées sont partagées entre cinéma ou « *la Grande Librairie* » le lundi, de la science le mardi, des sujets société et documentaires le mercredi. Les magazines « *C à dire* », « *C 1 hebdo* » et « *C à vous* » continuent. De nombreuses animations sont programmées, destinées aux 3-12 ans.

### Le numérique toujours en ligne de mire

France info, qui fêtera son premier anniversaire le 1<sup>er</sup> septembre, verra arriver Samuel Etienne de 6h30 à 9h30 pour la matinale. La chaîne d'information en continu poursuit ses ambitions sur le Web.

Toujours en termes de numérique, une plateforme 100 % vidéo dédiée aux 18-30 ans devrait voir le jour d'ici la fin de l'année, avec l'ambition de rassembler, de se renouveler dans les formats. Le lancement de l'offre de SVOD sur abonnement devrait aussi voir le jour dans les semaines à venir.

Justine Cantrel

## Audiovisuel

### Une nouvelle grille dans la continuité pour Arte

La nouvelle grille de rentrée d'Arte s'appuie sur les « grands récits », « l'ouverture » et « les expériences », comme l'a présenté le directeur des programmes d'Arte France, Bruno Patino, lors d'une conférence de presse, hier 24 août. Trois tendances dans la continuité de la chaîne, qui réaffirme sa spécificité franco-allemande. On retrouvera à l'écran la deuxième saison de la série *Top of the Lake*, de nouvelles fictions comme *Aurore*, une nouvelle saison de la fameuse « *Le Dessous des cartes* », reprise par Emilie Aubry, et un nouveau rendez-vous, tous les après-midis, « *Invitation au voyage* ». Le cinéma sera aussi à l'honneur, avec plusieurs cycles, comme Steven Spielberg ou encore Jean-Pierre Melville. Du côté des sciences et de la découverte, un film sur Jacques Mayol sera prolongé par une expérience en réalité virtuelle. Du côté de la société et de l'investigation, on retrouvera une enquête sur le business des otages par Rémi Lainé, et toujours plus de concerts et spectacles, avec de nombreux opéras européens par exemple.

La grande nouveauté de cette rentrée, c'est surtout « une autre façon de regarder la télévision », comme le souligne le directeur des programmes d'Arte, Alain Le Diberder, grâce à la refonte du portail *Arte.tv*, en ligne depuis mai. Des fonctionnalités innovantes y ont vu le jour, comme « *le rattrapage anticipé* », c'est-à-dire la possibilité chaque jour à partir de 5 heures du matin, de regarder n'importe quel programme de la grille de la journée, même s'il n'est pas encore passé à l'antenne. Des playlists thématiques sont concoctées pour les internautes, qui peuvent aussi bookmarker les programmes qu'ils souhaitent visionner, et remonter jusqu'à trois semaines en replay. L'ambition de la chaîne, selon sa présidente Véronique Cayla, n'est pas tant d'augmenter l'audience en France, stable cette saison, mais de

Le CSA autorise NextradioTV à reprendre la chaîne Numéro 23 et son propriétaire PHO holding.

La régie mobile Madvertise s'est vue confier

la commercialisation des espaces publicitaires d'Upday, l'application d'actualités embarquée dans tous les smartphones Samsung Galaxy S7 et S8.

Le groupe Discovery

communications, éditeur des chaînes Eurosport, Discovery channel ou TLC, va devenir propriétaire, début 2018, de Scripps networks interactive, réseau majeur de chaînes thématiques (Food network, Travel, TVN, HGTV...), spécialisé dans l'univers du lifestyle, de la cuisine et des voyages. Les deux groupes américains se sont accordés sur une transaction de 14,6 milliards de dollars.

Le journaliste mexicain Candido Rios a été assassiné

mardi 22 août, portant à dix le nombre de reporters tués dans le pays depuis début 2017. Il travaillait pour le quotidien d'Acayucan.

### Palmarès

Un journaliste mexicain reçoit le prix Peter Mackler


Marcos Vizcarra s'est vu décerner le prix Peter Mackler qui récompense le courage et l'éthique journalistique par l'association Global media forum, Reporters sans frontières et l'AFP. Le prix lui sera remis lors d'une cérémonie au National press club le 26 octobre.

Il traite des sujets tels que la corruption, la violence, la justice et les droits de l'homme pour le journal *Noroeste*. Son travail se concentre particulièrement sur les disparitions de civils mexicains ainsi que sur l'échec du gouvernement à régler la question de façon efficace. En 2017, le Mexique est classé au 147<sup>e</sup> rang sur 180 pays par RSF dans son classement mondial de la liberté de la presse.




« L'amplifier à l'échelle du continent » et « d'être présent sur tous les supports de diffusion ». *Arte.tv* est disponible en cinq langues (bientôt six avec l'italien à partir de l'année prochaine) et 15% des vidéos vues le sont ailleurs qu'en France et en Allemagne. « *Arte* est en bonne voie d'europanisation », affirme-t-elle.


## C'est parti pour Altice studio

 Annoncée depuis plusieurs mois, la nouvelle chaîne de séries et de cinéma de SFR a été lancée le 22 août sur SFR play, la plateforme de vidéo de l'opérateur. Baptisée Altice studio, elle va permettre au groupe de diffuser les productions du studio du même nom, lancé l'an dernier et doté d'un budget de 160 millions d'euros. Le studio, qui a déjà cofinancé ou coproduit des séries comme *Medicis*, *Riviera* ou *Taken*, ambitionne de produire l'an prochain trois films et plusieurs séries françaises. Altice studio diffusera aussi des contenus issus des chaînes américaines Discovery et NBC universal, dont le groupe détient les accords de distribution en France.


## Numérique Canal+ et l'Equipe s'associent dans une offre d'abonnement sur le sport

 Canal+ et l'Equipe sont deux marques de référence sur le sport et Cyril Linette, le directeur général du groupe l'Equipe, est un ancien de Canal+. Le partenariat des deux dans une offre payante destinée aux passionnés de sport n'est donc pas une surprise, et son contenu est pour le moins séduisant, puisqu'il associe toutes les compétitions diffusées en live sur Canal+, Canal+ sport, Bein sport et Eurosport à l'intégralité des supports de l'Equipe en version numérique. Ce service sera inclus sans surcoût pour les abonnés à l'offre Intégrale de Canal et proposé en option, avec le premier mois gratuit, à tous les nouveaux abonnés au Pack sport.

## Facebook va permettre aux éditeurs d'afficher leurs logos

 « Aujourd'hui, dans le cadre de nos efforts continus visant à améliorer la reconnaissance par les utilisateurs des sources d'actualités distribuées sur notre plateforme, nous allons commencer à afficher les logos des éditeurs à côté des articles fournis dans les volets des recherches et des sujets populaires sur Facebook ». Comme l'explique Andrew Anker, chef de produit chez Facebook, les éditeurs seront désormais en mesure de charger plusieurs versions de leurs logos à travers une nouvelle bibliothèque de composants de marque, de manière à ce qu'ils puissent apparaître à côté du contenu qu'ils publient sur Facebook. Dans un premier temps, Facebook va mettre en place ces traitements de logo exclusivement pour les articles inclus dans les volets des recherches, « mais l'objectif final est d'étendre la fonction à toutes les sections de notre plateforme où les utilisateurs consultent des actualités », poursuit-il.

## Un nouveau site pédagogique sort le 4 septembre

 Son nom : *Chronos*, « le temps de comprendre ». Le site publiera chaque jour à 18h30 un débriefing de l'actualité, ainsi qu'un décryptage d'une information complexe. « L'idée est d'expliquer l'actualité de manière simple, accessible, nous décrit sa fondatrice, Jessica Lombardi. Avec *Chronos*, le lecteur n'est pas obligé d'aller consulter d'autres médias ». Une fois par mois, un long format sera aussi mis en ligne sur *Chronosmag.fr*.

*Chronos* entend s'adresser à tous, sans condition d'âge ou de métier. Si quelques articles sont déjà en ligne, le lancement officiel aura lieu le 4 septembre, date à laquelle il passera en payant, au prix de 4 à 6 euros par mois. « Je souhaite rester indépendante », affirme Jessica Lombardi. Et l'abonnement permet de créer une communauté autour de *Chronos*. Les lecteurs pourront proposer des sujets, participer à la vie du site. L'objectif est d'atteindre 400 abonnés en un an, pour que la micro-entreprise puisse être rentable. Un mois est offert pour tous les inscrits avant le lancement.

**Canal+** advertising conforte sa place de leader en Afrique subsaharienne francophone avec une part d'audience moyenne de 29 %, en progression d'un point par rapport à la vague 2016 de l'étude Africascope.

**Reporters sans frontières et la ville de Paris** se joignent au comité de soutien de Loup Bureau, journaliste nantais arrêté en Turquie cet été pour « participation à un groupe terroriste », lors d'un rassemblement, hier 24 août, pour exiger sa libération immédiate.

**BPV média** vient de faire paraître un nouveau magazine culinaire : *Mixx*, un bimestriel vendu 5,95 euros, dédié aux utilisateurs du robot multi-fonctions Thermomix.

**Twitter** a célébré le 23 août les dix ans du hashtag.

125 millions de hashtags sont échangés chaque jour en moyenne dans le monde.

**Le 1** publie ce matin son hors-série annuel des Libraires. Il est vendu 4,90 euros, et donne la parole aux libraires pour la troisième année consécutive.

### Technologie

**Des Britanniques planchent sur un logiciel de fact-checking**

Une équipe de chercheurs du réseau britannique Full fact, spécialisé dans le fact-checking, est en préparation d'un logiciel surnommé « détecteur de baratin », rapporte les Echos.

Financé par les milliardaires Georges Soros et Pierre Omidyar, fondateur d'Ebay, il détecte en temps réel les fausses informations, grâce à une base de données constituée suite au scan de sous-titres d'émissions d'actualité, de retransmissions de sessions parlementaires et d'articles de journaux. Le logiciel sera mis à la disposition des journalistes en version test en octobre.

## L'agenda

### 2-17 septembre

Le festival international du photojournalisme Visa pour l'image, revient pour sa 29<sup>ème</sup> édition, à Perpignan. La semaine professionnelle a lieu du 4 au 10 septembre ; la semaine scolaire du 18 au 22 septembre. **En savoir +** [visapourlimage.com](http://visapourlimage.com)

### 7 septembre

Les Rencontres de l'Udecam se tiennent salle Pleyel à Paris pour la 10<sup>ème</sup> édition. De 8h30 à 13h, la matinée est consacrée à « *l'intelligence au féminin* ». **En savoir +** [rencontres.udecam.fr](http://rencontres.udecam.fr)

### 19 septembre

La 4<sup>ème</sup> édition du Médialabspeed training a lieu à Nantes. Organisée par le cluster Ouest média lab, cette journée de tutos accueille 45 intervenants. **En savoir +** [medialabspeedtraining.fr](http://medialabspeedtraining.fr)

### 22-25 septembre

*Le Monde* festival revient pour sa 4<sup>ème</sup> édition, sur la thématique du « *rêve* ». Soirées, spectacles, conférences et débats d'idées sont proposés à Paris. **En savoir +** [www.lemonde.fr/festival](http://www.lemonde.fr/festival)

### 28 septembre

Le business forum, événement dédié à la transformation digitale, organisé par BFM business, se tient à Paris. Sa mission : apporter des solutions concrètes pour dessiner les nouveaux modèles de l'entreprise de demain. **En savoir +** [Bfmbusiness.bfmtv.com](http://Bfmbusiness.bfmtv.com)

### 2-8 octobre

Le Festival Bayeux Calvados des correspondants de guerre a lieu à Bayeux. Le programme sera dévoilé le 30 août. **En savoir +** [prixbayeux.org](http://prixbayeux.org)

### 4 octobre

Après Paris, le Sommet des start-up se déploie dans les métropoles de la French tech, en commençant par Lille, sur le thème « *un nouveau carrefour de l'innovation européenne* » et se tient à Euratechnologies.

### 10-12 octobre

La ville de Royat, près de Clermont-Ferrand, accueillera la 10<sup>e</sup> conférence XLDB (extremely large database), destinée aux acteurs du secteur du big data. C'est la première fois que la conférence quitte les Etats-Unis.

### 8-9 novembre

Le 360 film festival a lieu aux Docks de Paris lors du forum Screen4all. Il présente les expériences VR les plus abouties en termes de storytelling et stimule des rencontres professionnelles. **En savoir +** [screen4all.com](http://screen4all.com)

### 15-16 novembre

La 6<sup>ème</sup> édition des App days, deux jours dédiés au mobile, a lieu à Paris. Monétisation, UX ou encore business models sont au programme. Une centaine d'intervenants sont attendus. **En savoir +** [www.appdays.fr](http://www.appdays.fr)

### 14-16 novembre

Le digiworld summit a lieu à Montpellier, sur le thème « *Investing in our digital future* ». L'occasion de débattre sur des questions d'Iot, d'industrie 4.0, d'intelligence artificielle. **En savoir +** [fr.idate.org](http://fr.idate.org)

### 21 novembre

Le Dayclick revient pour sa 2<sup>ème</sup> édition à Paris. Un rendez-vous permettant aux nouvelles générations et aux professionnels d'interagir, de s'informer autour des métiers de demain. **En savoir +** [ledayclick.fr](http://ledayclick.fr)

## Les échos du marché pub

### 366 lance une nouvelle offre multilocale

A quelques jours de la rentrée, 366 propose aux agences et aux annonceurs son offre #Pod, qui permet un ciblage très précis par département ou par ville. Avec ce dispositif à la fois print, Web et mobile, il est possible de développer une même campagne dans un contexte départemental (sur 87 départements). La régie de la PQR propose notamment quatre offres packagées : #Pod cities propose un choix multivilles parmi 246 villes ; #Pod roadshow une offre itinérante en BtoB ; #Pod summertime des dispositifs sur le littoral ; et #Pod créative des formats de brand content régionalisés.

**En savoir +** [www.366.fr](http://www.366.fr)

## Le coin des études

### France info et Le Parisien en progression en juin

En juin, la marque France info a dépassé les 20 millions de visiteurs uniques dans l'audience Internet global, selon les derniers chiffres de Médiamétrie. Elle se hisse à la 10<sup>e</sup> place des marques en France, en progression de 600 000 visiteurs uniques en un mois. *Le Parisien* progresse également de 700 000 visiteurs uniques, atteignant 17,6 millions de visiteurs uniques. *Le Figaro*, à 18,9 millions, perd 700 000 visiteurs uniques, et *le Monde* 900 000, désormais à 18,7 millions de visiteurs uniques en juin.

### L'actualité politique dope la diffusion des quotidiens

Selon les déclarations déposées mensuelles de l'ACPM, tous les quotidiens nationaux ont vu leur diffusion progresser en mai 2017. *Libération* enregistre la plus forte progression (+13,93 % à 84 414 exemplaires). *Le Monde* affiche une hausse de 12,22 %, à 294 083 exemplaires. *Le Parisien-Aujourd'hui en France* progresse de 3,77 %, *la Croix* de 3,28 %, *les Echos* de 1,68 %, *l'Equipe* de 1,47 % et *le Figaro* de 0,45 %, restant leader en diffusion, à 305 031 exemplaires.



### Les Clés de la presse.

52 rue Carvès  
BP 5, 92 122 Montrouge Cedex  
Tél. 01 46 55 88 40  
[www.lesclesdelapresse.fr](http://www.lesclesdelapresse.fr)

### Directeur de la publication

Didier Falcand  
Rédaction Justine Cantrel  
(01 46 55 88 42),  
Marie-Christine Lipani.

### Illustrations et infographies

Féfé

### Conception graphique

Les Designers Anonymes.  
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,  
17 380 Tonnay-Boutonne.  
Tél. : 09 65 34 27 34

*Les Clés de la presse* est édité par  
la société Jouillat Presse, Sarl au  
capital de 16 000 euros,  
immatriculée au RCS de Nanterre  
(n°479 276 396).

### Siège social

52 rue Carvès  
92 120 Montrouge  
Code Naf : 5813Z. ISSN : 1777-3059  
Numéro de commission paritaire :  
0314 I 87643.

Dépôt légal : août 2017.

Toute reproduction interdite  
et passible de poursuites.

Retrouvez tout l'agenda sur [www.lesclesdelapresse.fr/](http://www.lesclesdelapresse.fr/)