

## Audiovisuel

### Mediapro tente la conciliation avec la Ligue professionnelle de foot

**+** La maison-mère de Téléfoot, principal diffuseur du foot français, s'est engagée dans un processus de discussions pouvant durer jusqu'à cinq mois avec la LFP, afin que celle-ci accepte de renégocier à la baisse les droits TV de la première saison, impactée par le Covid.

#### Le football français en péril

Paiera ? Paiera pas ? La question était sur toutes les lèvres lors de la conférence de presse de Mediapro, le 21 octobre, au sein du pavillon Dauphine à Paris. Le patron du groupe, Jaume Roures, a pris la parole pour rassurer le football français sur sa santé financière et son nombre d'abonnés. Principale annonce : le groupe sino-espagnol est entré dans un processus de conciliation avec la Ligue de football professionnel (LFP), après avoir refusé de payer la deuxième échéance du contrat, soit 172 millions d'euros en octobre, en raison du Covid-19. La procédure de conciliation peut durer jusqu'à quatre mois, sans garantie d'entente entre les parties, même si « le taux de succès de ces décisions est très élevé », a fait savoir l'avocat du groupe. « Maintenant, on ne peut pas affirmer qu'il y a une échéance au mois de décembre », a-t-il ajouté, en référence aux 150 millions d'euros attendus le 5 décembre. En clair : les clubs pourraient ne voir la couleur de cet argent qu'en 2021, alors même qu'ils tirent jusqu'à 60 % de leurs recettes des droits TV. Et si la procédure n'aboutissait pas ? « Je dois avoir confiance dans ce processus, on connaît le foot depuis beaucoup de temps, je ne vois pas pourquoi on ne trouverait pas une solution, a tenté de rassurer Jaume Roures. On n'a pas mis en cause le contrat, on veut des adaptations uniquement sur cette saison. C'est évident qu'on a des problèmes [vis-à-vis des téléspectateurs] mais j'espère que le lien de confiance n'est pas brisé. »

#### Seulement 113 millions d'euros dans les caisses

A plusieurs reprises, le directeur général a rappelé le maintien du projet Téléfoot, le principal diffuseur de la Ligue 1, de la Ligue 2 et de la Champions league. Au cœur des débats : la renégociation des droits TV à la baisse, pour la saison 2020-2021. La LFP, qui redistribue ces sommes aux clubs, a dû contracter un emprunt pour compenser ces retards de paiement. Elle a également mis en demeure Mediapro de payer : dans le cas contraire, elle menace de faire affaire avec d'autres diffuseurs. D'après Moody's, le groupe se situerait juste au-dessus du défaut de paiement et une nouvelle dégradation est envisagée, d'après Capital. L'agence de notation évoque le non paiement des 172 millions dûs à la LFP ainsi que « la difficulté à monétiser de manière rentable les droits avec la base d'abonnés actuelle ». Le groupe disposerait d'une trésorerie de 113 millions d'euros, un bas de laine bien insuffisant pour honorer le contrat avec la LFP.

Peu enclin à s'exprimer sur la teneur des discussions, la procédure étant confidentielle, Jaime Roures a fermement démenti les informations circulant dans la presse, faisant état d'un nombre d'abonnés s'élevant à 275 000, bien loin de l'objectif de 3,5 millions. Selon lui, Téléfoot a su attirer 600 000 abonnés, affirme-t-il.

Mathilde Joris

## Innovations

### L'Etudiant.fr fait peau neuve

**+** L'Etudiant fait évoluer son site pour une navigation « plus fluide et intuitive ». La refonte comprend une meilleure intégration des contenus sponsorisés, sous forme de displays, d'articles, de vidéos ou de podcasts. La présentation « content first » doit permettre de faciliter l'accès aux contenus, grâce à un design simplifié et des publicités moins invasives. La navigation reprend les codes des réseaux sociaux, avec des formats de story et des blocs swipables. Une nouvelle rubrique a vu le jour, Orientation, une nouvelle entrée qui rassemble les formats répondant à cette problématique. « Dans une ambition servicielle, nos différents formats et traitements journalistiques doivent permettre à tous de trouver des réponses et de s'inspirer, qu'ils soient au collège, au lycée, en études supérieures ou qu'ils entrent sur le marché du travail », explique Ariane Despierres Féry, directrice de la rédaction.

Gabriel Korkmaz rejoint Initiative France au poste de business partner. Agnès Salfray quitte la CCI France Japon pour prendre la direction des équipes marketing, business développement et communication d'Allen & Overy à Paris.

Alexis Nasard, ancien de Procter & Gamble, Heineken et Bata, est nommé CEO de Kantar monde.

Laëtitia Salvini, ex-DDB Paris, est nommée responsable trafic création de l'agence Service plan.

Michel Bernard est le lauréat du prix Vialatte 2020, pour son roman *Le Bon sens*, paru aux Editions la Table ronde.

## Mercato

### L'AACC à la recherche d'un second souffle

Le bureau de l'Association des agences conseil en communication (AACC) a nommé Bertille Toledano (présidente de BETC) et David Leclabart (président d'Australie) coprésidents par interim. Cette nomination fait suite à la démission de Laurent Habib après des accusations de harcèlement sexuel sur le compte Instagram #BalancetonAgency. « Une telle violence ne peut rester sans réponse. Elle est le reflet d'une parole qui n'a pu se libérer autrement, ont indiqué les deux coprésidents dans une lettre d'engagement approuvée à l'unanimité. Cela doit nous alerter sur le fait que les outils mis en place ne suffisent pas ou que nous n'avons pas réussi à les promouvoir assez efficacement au sein de nos agences. » La mission des deux porte-paroles sera de remettre à plat la gouvernance tout en œuvrant pour lutter contre le harcèlement, avant la tenue de la prochaine élection d'ici à la fin de l'année.

## En bref

*La Nouvelle République du centre-ouest* a porté plainte pour menaces après avoir reçu plusieurs messages haineux sur Facebook après la publication d'une caricature de Mahomet dans son édition du 18 octobre. *L'Equipe* lance Night session, un nouveau format quotidien. Chaque