

+ la lettre

Les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

Jean-Marie Cavada présidera l'organisme de gestion collective des droits voisins de la presse

+ Jean-Marie Cavada présidera l'organisme de gestion collective (OGC) destiné à négocier les droits voisins de la presse avec les géants du numérique. Membre fondateur de l'institut IDFRights, qui défend les droits fondamentaux dans le numérique, l'ancien eurodéputé centriste et président de Radio France a été choisi par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM), la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS) et le Syndicat de la presse d'information indépendante en ligne (Spiil) pour assurer la présidence de leur futur OGC, selon un communiqué commun. Le SEPM avait annoncé début juin vouloir créer le tout premier organisme chargé de gérer collectivement la collecte et la répartition des sommes issues du droit voisin, en s'appuyant sur l'expertise de la Sacem (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) en matière de droits sur internet. Il a été rejoint dans la foulée par la FNPS et le Spiil.

Le droit voisin, qui oblige les plateformes numériques à rémunérer les éditeurs et agences de presse pour l'utilisation de leurs contenus, a été créé par une directive européenne en 2019, ardemment défendue par Jean-Marie Cavada au Parlement européen. La France a été le premier pays de l'Union européenne à le transposer, mais les éditeurs de presse peinent à le faire appliquer. Mi-juillet, l'Autorité de la concurrence a ainsi infligé une amende de 500 millions d'euros à Google, lui reprochant notamment de ne pas avoir négocié « de bonne foi » avec les éditeurs. Dans ce contexte, le rassemblement des ayants droit au sein d'un organisme collectif doit permettre « d'atténuer l'extraordinaire dissymétrie du rapport de force » avec les Gafam (Google, Apple, Amazon, Facebook, Microsoft) », assurent ses fondateurs. L'assemblée générale constitutive de l'organisme, dont le conseil d'administration « aura vocation à accueillir la diversité des familles de presse titulaires du droit voisin », est prévue le 15 septembre.

Ce qu'il faut retenir de l'actualité de l'été

Rustica prépare un magazine junior sur Ulule

+ Cambium média a lancé cet été une campagne de financement participatif sur Ulule pour soutenir le lancement de *Rustica junior*, magazine destiné aux jeunes de 7 à 12 ans, amoureux de la nature, des animaux et des plantes. « Cette nouvelle initiative éditoriale est en phase avec l'ADN de la marque Rustica qui transmet ses savoirs de génération en génération avec un succès incontesté, souligne-t-on en interne. En s'associant à la plateforme Ulule, Cambium média a choisi d'ouvrir au plus grand nombre la possibilité de prendre part à cette nouvelle déclinaison du titre, et propose dès aujourd'hui de soutenir ce projet attractif et ambitieux », dont la sortie est programmée pour le 28 septembre.

Vivendi sur le point de reprendre Télé Z

+ Vivendi est entré en négociations exclusives pour le rachat de 100 % du capital de Editions presse magazines 2000, l'éditeur de *Télé Z*. Créé en 2002, l'hebdo TV affiche une diffusion France payée en 2020 de 787 741 exemplaires, en baisse de 10,8 %. Avec ce rachat, Prisma média renforcerait son leadership en presse TV où il publie déjà *Télé loisirs*, *Télé 2 semaines*, *TV grandes chaînes*, ou 100 % programmes TV.

A nos lecteurs

Les Clés de la presse vous souhaite une bonne rentrée

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 au retour des vacances. L'occasion de vous souhaiter une belle rentrée.

Talents

Diane Lemoine quitte la direction générale du *Huffpost* pour devenir directrice générale adjointe du groupe *l'Express*, en charge du marketing et du digital. « Cette arrivée s'inscrit dans la stratégie de créer un pôle d'expertise dans l'abonnement numérique, pour ensuite créer de nouveaux médias ou racheter des journaux et achever leur transformation numérique », explique-t-on en interne.

Armelle Maiques, ex-Mediacom, a rejoint Starcom (Publicis média) au poste de directrice déléguée.

Constance Knight, ex-Instagram et Youtube, rejoint Twitch au poste de VP global creators. De son côté, **Christine Weber**, ex-Liberty latin America, est nommée chief technology officer.

Arnaud Delaunay, directeur des relations extérieures de Boiron, est nommé directeur des affaires publiques de Boehringer Ingelheim.

Isabelle Champigneulle, ex-Webedia, est nommée head of conversation générale chez BETC Fullsix Ekino.

Bruno Zabala, avocat d'affaires dans les cabinets Landwell (1997-2001), CMS avocats (2008-2018) et Fidal (2018-2021), rejoint le Medef en tant que directeur juridique, éthique et gouvernance des entreprises.

Régis le Sommier, ancien directeur

Une aide au pluralisme pour la presse écrite ultramarine

La ministre de la Culture, Roselyne Bachelot-Narquin, et le ministre des Outre-mer, Sébastien Lecornu, annoncent la création d'une aide au pluralisme des titres ultramarins de presse écrite. Cette aide au pluralisme, d'un montant total de 2 millions d'euros par an, s'adresse aux entreprises de presse écrite, imprimée ou bi-média, dans les outre-mer. Elle vise à apporter un soutien aux publications payantes traitant de l'actualité et d'information politique et générale (IPG). Ce dispositif, qui s'inscrit dans le cadre du plan de filière « presse », vise à faciliter l'accès des habitants d'outre-mer à la presse d'information politique et générale.

Le fonds pour la transition écologique de la presse officiellement lancé

Le ministère de la Culture a officiellement mis en place le fonds pour la transition écologique de la presse, un dispositif qui s'inscrit dans le cadre du plan de filière « presse », présenté par le président de la République le 27 août 2020. Doté de 8 millions d'euros par an en 2021 et en 2022, ce fonds, financé par les crédits du plan de relance, doit permettre au secteur de la presse de s'engager encore davantage dans sa transition écologique par la recherche et l'innovation. « Ce dispositif a vocation à financer des projets de recherche et développement, destinés à réduire l'empreinte carbone du secteur », explique le ministère dans un communiqué. Il s'adresse à l'ensemble des acteurs de la presse, papier comme numérique. L'appel à projets visant à sélectionner les dossiers qui bénéficieront d'un financement au titre de ce fonds en 2021 est accessible sur son site. La date limite de dépôt des dossiers est fixée au 1^{er} octobre 2021.

L'Arcep affine ses décisions sur la péréquation...

L'Arcep a lancé cet été une seconde consultation publique sur les modalités de calcul et de mise en œuvre de la péréquation entre entreprises de presse, un mécanisme qui « consiste à répartir les coûts spécifiques et ne pouvant être évités induits par la distribution des quotidiens entre tous les éditeurs, de quotidiens et de magazines », explique le régulateur. Après une première phase de consultation consacrée aux « fondements de la méthode de calcul de la péréquation et aux modalités d'organisation des flux de paiement », cette seconde consultation doit permettre aux acteurs du secteur de s'exprimer sur le projet de décision de l'Arcep. Celle-ci « envisage d'adopter au quatrième trimestre 2021 une décision arrêtant la méthode de calcul de la péréquation, précise-t-elle. Une décision distincte sera prise d'ici la fin de l'année 2021 pour déterminer le montant de la péréquation et des régularisations pour l'année 2020 ainsi que le nouveau taux unique d'acompte en vigueur pour l'année 2021 ». Les parties intéressées sont invitées à transmettre à l'Arcep leurs contributions avant le 30 septembre.

... et consulte sur l'accord interprofessionnel sur l'assortiment

L'Arcep met en consultation publique l'accord interprofessionnel « assortiment et plafonnement » relatif à la presse dite CPPAP hors IPG. Un texte transmis en juillet par les acteurs du marché et signé par l'Alliance de la presse d'information générale (Apig), Culture presse, la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS), le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM), France messagerie, MLP, le Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP), le Syndicat des kiosquiers et libraires de Paris Ile de France (SKLP), le Syndicat national de la librairie et de la presse (SNLP), Lagardère travel retail France et Médiakiosk-JCDecaux France. L'Arcep invite les acteurs qui le souhaitent à transmettre leurs commentaires et contributions d'ici le 30 septembre.

adjoint de la rédaction de *Paris match*, rejoint RT France, à compter du 30 août, en tant que grand reporter.

Bryan Coste, ex-agence Darewin, est nommé head of social chez Ogilvy Paris au sein des équipes de social lab.

Louise Mertzseisen, ex-Nestlé Waters Global, est nommée DRH de GroupM France et people lead de WPP France.

François Desnoyers, directeur du réseau régional de France 3, rejoint la présidence du groupe France télévisions, où il travaillera au développement de synergies au sein de l'audiovisuel public. C'est son adjoint, **Philippe Martinetti**, qui lui succède.

Justine Dubois est nommée directrice de clientèle branding chez Carré Basset.

Lore Chatillon devient directrice conseil associée chez Médiapilote Poitiers.

Matthieu Courtecuisse (SIA Partners) a été réélu à la présidence de Syntec conseil pour un nouveau mandat de trois ans.

Amaury Guibert, directeur adjoint de la rédaction nationale de France télévisions, va rejoindre le 23 août France médias monde, où il est nommé au poste d'adjoint à la directrice de France 24 en charge de la chaîne en français.

Johann Wrede, ex-SAP, rejoint Xactly au poste de directeur marketing monde.

En bref

Courrier international a publié le 22 juillet un numéro triple. Outre des articles de la presse mondiale traduits, le magazine du groupe le Monde a inauguré un cahier *Courrier ados* pour la toute première fois.

Reworld média annonce « une accélération stratégique dans l'évent » pour les marques média maison du groupe (*Maison & travaux*, *Mon jardin & ma maison*, *l'Ami des jardins*, *le Journal de la maison*, *Campagne décoration*).

Integral ad science (IAS), spécialiste de la publicité digitale, a annoncé l'acquisition de Publica, plateforme publicitaire de télévision connectée, dans le cadre d'une transaction en cash et en actions d'une valeur de 220 millions de dollars. Avec cette opération, IAS accélère sa stratégie

Les audiences TV de juillet dopées par le sport

+ Entre l'Euro, le tour de France et les Jeux olympiques, les Français ont largement consommé le sport à la télévision en juillet. Selon Médiamétrie, TF1, France 2 et France 3 ont ainsi vu leurs audiences progresser. TF1, par exemple, affiche à 19,8 % une hausse de 1,1 point par rapport à l'an dernier, grâce à l'Euro de football, notamment le dernier match des Bleus, France-Suisse, qui avait rassemblé 16,4 millions de téléspectateurs. « *En comptant la diffusion de la coupe du monde, il s'agit du meilleur mois de juillet de la première chaîne depuis 2018* », précise-t-on chez TF1. Codiffuseur de l'événement, M6 a bénéficié dans une moindre mesure de la compétition (+0,1 point) et se classe en quatrième position avec une part d'audience de 8,1 %. De son côté, France 2 signe la plus forte progression sur un an (+3,3 points à 17,1 %) et revient à une part d'audience quasiment similaire à celle de 2019 après avoir été pénalisée l'an dernier par le report du tour de France. Enfin, avec 10,8 % de part d'audience, France 3, en hausse de 0,8 point sur un an, est au plus haut pour un mois de juillet depuis 2009, ex-aequo avec 2012, souligne-t-on chez France télévisions.

France TV et Eurosport au plus haut grâce aux JO de Tokyo

+ Diffuseur en clair des Jeux olympiques de Tokyo, France télévisions a réalisé des records d'audiences, à la fois sur ses antennes, quasiment 24 heures sur 24, et sur son offre numérique avec les plateformes France.tv, Franceinfo.fr et l'application France tv sport. « *Au total, sur toute la durée de la compétition, plus de 50 millions de Français se sont passionnés pour ces Jeux olympiques, soit 87 % du public, et 6 millions de plus qu'à Rio 2016* », souligne le groupe dans un communiqué. Plus précisément, un Français a passé en moyenne 7h53 devant les JO. Sur le numérique, France télévisions revendique 62 millions de vidéos vues, 700 millions de minutes visionnées et 24 millions de visites et 57 millions de pages vues pour les contenus consacrés aux Jeux olympiques sur le site et l'application France info.

Même succès du côté du groupe Discovery et de ses chaînes Eurosport. « *La première semaine a généré des audiences et un engagement record sur les services numériques de Discovery et Eurosport, assure-t-on en interne. Le nombre de nouveaux abonnements numériques au cours de la première semaine a doublé par rapport à PyeongChang 2018, et le total de minutes consommé en streaming a été 18 fois supérieur à celui des premiers JO de Discovery en 2018* ».

Les conseils de RSF pour les journalistes victimes du projet Pegasus

+ Après la publication de l'enquête du projet Pegasus, qui a révélé comment près de 200 journalistes à travers le monde ont été espionnés par onze Etats, Reporters sans frontières liste un certain nombre de recommandations à destination des journalistes qui pourraient faire partie des cibles des acheteurs de ce logiciel de surveillance extrêmement performant. L'association suggère notamment de cesser d'utiliser son smartphone, ou d'en acheter un nouveau pour continuer de communiquer mais conserver (loin du journaliste et de son environnement de travail) l'appareil potentiellement infecté comme pièce à conviction ; déconnecter tous les comptes du smartphone et changer tous les mots de passe depuis un autre appareil ; et se rapprocher de Forbidden Stories ou d'experts en informatique, comme ceux du Security Lab d'Amnesty international pour vérifier si son numéro fait partie de la liste des 50 000 numéros qui ont fuité.

Les podcasts du groupe M6 accessibles sur Spotify

+ Les radios du groupe M6 et Spotify s'allient dans le cadre d'un nouvel accord pour rendre accessibles les podcasts de RTL, RTL2 et Fun radio aux utilisateurs de Spotify. « *Ce partenariat de distribution étoffe l'exposition de l'offre replay et native de nos trois radios, tout en garantissant l'intégrité des productions et des droits associés* », explique le groupe M6 dans un communiqué. L'accord prévoit l'accès aux utilisateurs de Spotify à l'ensemble de l'offre audio du groupe M6. « *Nous nous réjouissons de la mise à disposition*

en TV connectée pour aider les éditeurs à mieux monétiser leur programmation vidéo sur les appareils de télévision connectée.

L'écoute de podcasts est restée élevée en juillet. Selon la mesure eStat podcast de Médiamétrie, pas moins de 85 millions d'écoutes ont été recensées en un mois, mais le chiffre reste inférieur aux mois précédents (108 millions en juin).

Veir magazine lance un nouveau podcast dédié au jardinage, aux plantes et à la nature. Baptisé *la Voix veirte*, il s'adresse aux débutants, aux urbains, aux experts et à tous ceux/celles qui veulent mener une vie plus verte.

Hootsuite a procédé au rachat de Heyday, une plateforme d'intelligence artificielle basée à Montréal qui permet aux marques de livrer des expériences client personnalisées via les applications de messagerie.

Facebook renforce son engagement dans le cadre de la lutte contre la violation de la propriété intellectuelle et en faveur de la protection des œuvres sur ses plateformes, à travers un nouveau partenariat avec l'Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle (ALPA), sous l'égide du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

Taboola a annoncé l'acquisition, pour 800 millions de dollars, de Connexity, solution indépendante spécialiste dans l'acquisition de nouveaux clients pour les sites d'e-commerce, avec plus d'un million de transactions mensuelles. « *Les éditeurs disposent d'un nouveau moyen d'augmenter significativement leurs revenus en exploitant les recommandations du e-commerce* », précise Taboola dans un communiqué.

Les NRJ music awards retournent à Cannes. NRJ, TF1 et la mairie de Cannes ont annoncé le renouvellement de leur partenariat pour trois années supplémentaires, jusqu'en 2024. Cet événement réunit tous les ans les plus grandes stars françaises et internationales à l'occasion de la seule cérémonie de remise de prix où les gagnants sont désignés par le public. L'édition 2021 se déroulera le samedi 20 novembre à 21h05 en direct du palais des festivals et des congrès de Cannes.

Snapchat continue de parier sur la réalité augmentée avec le rachat de Vertebrae, start-up californienne créée en 2015, spécialisée dans la modélisation de produits en 3D.

Uni-médias s'associe à Goodeed, la

de nos podcasts natifs et replay sur la plateforme, explique Eva Respaut, directrice des activités audio digitales du groupe M6. Elle permet une accessibilité de nos contenus toujours plus forte, tout en répondant à nos exigences de qualité de diffusion et de sécurisation de nos flux audio. Cet accord souligne notre volonté de distribuer nos contenus audio dans un environnement maîtrisé, et de nourrir des relations équilibrées avec nos partenaires ».

Canal+ a commencé à payer la Ligue de football mais n'a pas dit son dernier mot

Le feuilleton de l'été sur les droits TV de la Ligue 1 n'est pas fini, mais la saison de football a pu débuter sans couac. Quelques jours avant la première journée, le tribunal de commerce de Nanterre a ordonné à Canal+ de payer et diffuser deux matches de Ligue 1 par journée, en vertu de son accord de sous-licence avec Bein sports. C'est donc bien Canal+ qui a diffusé Troyes-Paris SG le samedi et Metz-Lille le dimanche, et qui s'est acquitté de la facture de 68 millions d'euros attendue par la Ligue. La chaîne s'est exécutée, mais a immédiatement annoncé son intention de faire appel, en rappelant « que le groupe Canal+ devra s'acquitter de l'équivalent d'un montant de 332 millions par saison pour diffuser deux matches par journée, quand Amazon en diffusera huit, dont les dix plus belles affiches de la saison, pour 250 millions, un montant près de six fois inférieur par match ».

Vague de départs à Europe 1

Tout l'été a été marqué par l'annonce de départs de figures historiques, ou de piliers récents, d'Europe 1, notamment Laurent Cabrol, Julie Leclerc, Nicolas Canteloup, Patrick Cohen, Pascale Clark, Anne Roumanoff, Bertrand Chameroy, Matthieu Belliard, ou encore Wendy Bouchard... Une liste qui s'allonge de semaine en semaine, illustrant la crise historique traversée par la station du groupe Lagardère. Son rapprochement prévu avec CNews, la chaîne d'information du groupe Canal+, contrôlée par Vincent Bolloré, fait craindre aux salariés une forte droitisation de l'antenne.

Un festival du Monde relooké

Le festival du Monde aura lieu du 24 au 26 septembre, dans un format renouvelé. Il sera organisé à la fois au nouveau siège du groupe, à la BNF François-Mitterrand et au cinéma MK2-bibliothèque. L'événement ouvrira les portes du Monde aux lecteurs, qui pourront ainsi découvrir ce bâtiment-pont qui abrite la rédaction ainsi que les coulisses du travail quotidien des journalistes. Ce sera aussi l'occasion de revenir sur une année d'actualité, en partageant les débats qui l'ont animée et en se projetant sur les grands sujets à venir. Les participants pourront échanger et débattre avec les journalistes du quotidien, imaginer la « Une » du quotidien et la comparer avec celle réalisée simultanément par les journalistes, rencontrer les personnalités invitées par la rédaction, découvrir de nouveaux formats pour traiter de l'actualité, se prêter à une déambulation thématique à la découverte du street art dans le 13e arrondissement ou encore assister à une avant-première de cinéma ou à des pièces de théâtre tirées du travail de Florence Aubenas ou Annick Cojean.

Reporters d'espoirs met une plateforme à la disposition des journalistes

Reporters d'espoirs annonce la création d'une base de données, liée à un moteur de recherche, qui est mise à la disposition des journalistes et des professionnels des médias. Baptisée LaFrancedessolutions.fr, cette plateforme intègre un puissant moteur de recherche, qui permet d'identifier des initiatives selon leur localisation géographique et la problématique à laquelle elles répondent. Chaque initiative répertoriée fait l'objet d'une fiche descriptive, incluant des données d'impact et de contact. « Cette plateforme a été construite pour vous afin de faciliter vos recherches d'initiatives, ou que vous vous trouviez, quel que soit votre sujet », assure l'association. La base comporte actuellement 1500 contenus et vise 5000 contenus en 2022.

première formule de publicité solidaire, qui a permis plus de 3 millions d'euros de dons aux associations depuis ses débuts, pour proposer une nouvelle offre de brand content solidaire print et digitale. Cette offre s'articule principalement autour d'articles sponsorisés, permettant de mettre en valeur les engagements des marques dans un cadre éditorial brand safe.

14 nouvelles agences-conseils en communication ont été labélisées « RSE agences actives » par l'AACC et l'Afnor lors de la dernière commission de labélisation avant les vacances. Il s'agit d'Adrénaline, d'Agence limitée, Herezie, Indexel, Citizen press, la Netscouade, Native communications, Pamplemousse, Publicis activ France, Publicis luxe, Shortlinks, Steve, Wokine et YZ Paris.

La consommation digitale de la radio a progressé de 5,3 % en juin dernier par rapport à juin 2020, avec 158 millions d'écoutes en France, selon l'ACPM.

Walmart a confié à Publicis son budget média, qui concerne la stratégie mondiale, le planning, l'achat d'espace et les partenariats.

L'agence Monet + associés annonce le gain de d nouveaux comptes, les marques Capgemini et Devred.

Le groupe TF1 a signé avec la Sacem un accord pour l'exploitation des œuvres de la Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique sur ses services linéaires et non linéaires. Cet accord, d'une durée de cinq ans, prend effet, rétroactivement, au 1^{er} janvier 2021.

Le chiffre d'affaires d'Ipsos a progressé de 26 % au premier semestre 2021, à 993,3 millions d'euros.

Thema, filiale du groupe Canal+, a signé un partenariat avec Cheval TV pour accompagner l'éditeur de contenus VOD, spécialisé dans les sports équestres et le monde équin, dans la création de sa chaîne de télévision linéaire et sa distribution notamment en France, dans l'Union européenne, en Suisse ainsi qu'au Canada.

Le ministère de la Culture a prolongé de quatre mois l'année blanche, et donc l'indemnisation des intermittents au titre de l'assurance chômage jusqu'au 31 décembre 2021.

L'agenda

28 août-26 septembre

La 33^{ème} édition du festival international de photojournalisme, Visa pour l'image, se tiendra comme d'habitude à Perpignan. Les journées professionnelles auront lieu du 30 août au 4 septembre, et la partie réservée aux étudiants du 13 au 24 septembre.

En savoir +

www.visapourlimage.com

7 septembre

Les 15^{èmes} rencontres de l'Udecam retrouveront, le 7 septembre, un fonctionnement présentiel avec une édition organisée au parc floral de Paris, « un endroit qui permettra grâce à ses espaces extérieurs de réunir le plus grand nombre dans le respect des contraintes sanitaires qui seront en cours à cette date », explique-t-on en interne. Le thème retenu, Ensemble pour la relance, sera abordé à travers une conférence composée d'interventions de grandes personnalités françaises et internationales, provenant d'univers variés et offrant une réflexion large sur les enjeux du monde de demain, à construire ensemble. « Après une très belle édition 2020 complètement réinventée en distanciel, nous avons à cœur de revenir à l'esprit des Rencontres, en réunissant à nouveau physiquement toute notre communauté, explique Gautier Picquet, le président de l'Udecam. Cette nouvelle édition sera placée sous le signe du rassemblement le plus large possible de nos partenaires, médias et annonceurs, et de nos équipes ».

14 septembre

Après la qualité et la proximité, la nouvelle édition de Télé.visionnaire, organisée par France télévisions publicité le 14 septembre prochain au studio Gabriel, à Paris, sera consacrée à l'audace. Animée par Marie Drucker, cette matinée « inspirationnelle » réunira des

décideurs, des chefs d'entreprise, des professionnels de l'audiovisuel, des publicitaires et des experts.

23-24 septembre

Ouest média lab organise à Nantes la 3^{ème} édition du Festival de l'info locale. Un événement nourri toute l'année à travers la Fabrique de l'info locale, une newsletter qui recense des expériences inspirantes en matière de médias de proximité.

En savoir + www.festival-info-locale.fr

25 septembre

L'Uniic organise son congrès de la filière graphique 2021 à l'Atelier musée de l'imprimerie (AMI). L'événement réunira tous les acteurs du secteur : imprimeurs, fournisseurs, papetiers, partenaires institutionnels et sociaux, associations professionnelles, médias, pour partager leurs expériences après une année de pandémie.

En savoir + <https://uniic.org/evnement/congres-uniic-2020/>

29 septembre-2 octobre

Les Assises du journalisme de Tours auront lieu à l'automne. « La troisième vague de la pandémie ne nous permet pas de garantir ce climat d'échange qui fait la marque des Assises », explique l'organisation. La thématique envisagée, l'urgence climatique, du moins son impact dans les médias, la façon dont ils abordent la question, l'organisation des rédactions, est conservée, avec « des discussions passionnées qui brassent toutes les générations : des journalistes, des éditeurs, des chercheurs, des collégiens, des lycéens, des étudiants, des enseignants et tous les citoyens soucieux de débattre de leurs droits à une info de qualité ».

En savoir + www.journalisme.com

Le coin des études

Les 15-34 ans toujours plus accros à leur smartphone

79 % des millenials estiment que leur smartphone leur est « indispensable ». Dans une étude réalisée pour Celside assurance par l'institut Yougov, les 18-35 ans se disent fortement accros à leur smartphone, qu'ils considèrent comme « de véritables compagnons de vie ». Autre enseignement, la crise sanitaire a renforcé leur attachement à leurs objets multimédias, qui ont été d'une grande utilité pour garder le lien avec leurs proches, suivre les cours à distance ou pour le télétravail. Le smartphone arrive en tête de leurs préférences (à 79 %), devant l'ordinateur portable (51 %), la télévision (37 %), les casques audio (17 %), les consoles de jeux vidéo (13 %) et la tablette (8 %).

Le nombre de cartes Sim toujours en croissance, selon l'Arcep

Selon l'Arcep, le nombre de cartes Sim a progressé, au 2^{ème} trimestre, pour le quatrième trimestre consécutif. Au 30 juin, le nombre de cartes en service en France s'élève à 78,9 millions, en croissance de 520 000 en un trimestre et de 1,8 million en un an. Après un deuxième trimestre 2020 de léger recul, en raison de la crise sanitaire et du premier confinement, le nombre de cartes Sim ne cesse de progresser. Selon cette étude, la croissance provient majoritairement de celle du marché post-payé (+505 000 cartes), soit une augmentation légèrement supérieure à celle du deuxième trimestre 2020 (+475 000 cartes). Elle s'accompagne, ce trimestre, d'une évolution positive du nombre de cartes prépayées (+15 000 cartes prépayées contre -505 000 fin juin 2020).

Les échos du marché pub

Le Big concours lance sa deuxième édition

Devant le succès de sa première édition, le Big concours, créé à l'initiative de Big success et de l'Officiel de la franchise, lance sa saison 2. Pour l'occasion, 14 spécialistes de la publicité, du marketing et de la communication s'associent pour offrir leur expertise et favoriser la réussite d'une enseigne française du retail. Jusqu'au 15 octobre, toutes les candidatures peuvent tenter leur chance en s'inscrivant afin de remporter plus de 580 000 euros de campagne de communication.

...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 Chloé Fournier (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 2021.
Toute reproduction interdite et passible
de poursuites.

Retrouvez tout l'agenda sur www.lesclesdelapresse.fr