

Canal+/ rentrée 2016: «Le Grand Journal» maintenu, arrêt du «Zapping» et de «Special Investigation»

Canal+ maintient «Le Grand Journal» à la rentrée, qui sera confié à Victor Robert, mais arrête «Le Zapping» et l'émission «Special Investigation», a annoncé lundi la direction de la chaîne, lors d'une conférence de presse. «Nous avons souhaité arrêter «Le Zapping»», a indiqué le directeur général des antennes Gerald-Brice Viret, sans autres explications. «Le Zapping», l'un des programmes les plus connus de la chaîne cryptée, proposait quotidiennement depuis 27 ans des extraits choisis de télévision, et rediffusait les passages les plus marquants du PAF d'un jour à l'autre. Connu pour son impertinence, ce programme de 6 minutes avait notamment consacré un épisode au patron de la chaîne Vincent Bolloré, en reprenant de nombreux passages du portrait peu flatteur que lui avait consacré l'émission de France 2 «Complément d'enquête» en avril. Le numéro deux de la chaîne Maxime Saada a quant à lui annoncé l'arrêt de «Special Investigation», le magazine dont le rédacteur en chef adjoint avait accusé Canal+ de censure après la déprogrammation d'une enquête sur le Crédit Mutuel. «L'investigation ne fait pas partie des piliers éditoriaux de la rentrée», a expliqué Maxime Saada. «Les Guignols» et «Le Grand Journal» sont maintenus, tout comme «Le Petit Journal», dont la présentation sera



confiée à Cyrille Eldin, mais la direction n'a pas précisé si ces programmes seraient diffusés en clair ou en crypté. «J'aurai un style très différent de Yann Barthès car je suis un comédien. Je continuerai à aller sur le terrain, car j'aime embêter les politiques», a commenté le futur animateur du «Petit Journal». La pastille de Catherine et Liliane sera de retour à la rentrée, mais dans un autre cadre, selon l'humoriste Alex Lutz (qui joue Catherine), avec un projet de Prime Time. Une nouvelle émission quotidienne, «Le Gros Journal», présenté par Mouloud Achour, devrait voir le jour. La répartition entre programmes en clair et programmes cryptés n'a pas encore été arrêtée, selon la direction. Certaines émissions pourraient commencer en clair et finir en crypté, et inversement.

INTERVIEWS

Maxime SAADA



Directeur
général du
Groupe CANAL+

Jean-François BOYER



Président de l'APA
et Producteur
pour Tetra Media
Studio

SOMMAIRE

Audiences.....	4
TF1/ Euro-2016: journée record dimanche avec le match France-Irlande	
Programmes.....	5
France 2/«Retour aux sources»: Marie Drucker invite une célébrité à enquêter ...	
Actu des chaînes.....	6
Vivendi : grille de rentrée des chaînes ...	
Actu des chaînes.....	7
Le nouveau groupe Canal+, version Bolloré, se dévoile pour la rentrée	
Télévision.....	8
BeIN s'est imposé en 4 ans comme le principal diffuseur de football en France	
Presse.....	9
SFR Presse va s'enrichir de 23 titres supplémentaires	
Social.....	10
iTÉLÉ en grève contre «un plan social déguisé» (syndicat)	
CSA	11
CSA/ «signalétique jeunesse : 14% ...	
Partenariat	12
L'Ina renforce sa contribution à l' ...	
Aujourd'hui dans le monde.....	13
M6: Michaël Youn a relevé le défi d'un ...	
Audiences.....	14
Mediamat Hebdo	15 - 16
Agenda.....	17

EN APARTE AVEC



Maxime SAADA Directeur général du Groupe CANAL+

CANAL+ remet les choses à plat. Hier midi, l'équipe dirigeante du Groupe CANAL+, réunie au siège de Vivendi à quelques pas des Champs-Élysées, a présenté à la presse les grandes lignes stratégiques du nouveau CANAL. Introduite par Vincent Bolloré, cette rencontre a redéfini, une à une, les étapes de transformation du groupe audiovisuel. Interrogé à l'issue de la conférence, Maxime SAADA, Directeur général du Groupe CANAL+, nous récapitule les points clés de ses annonces.

MEDIA +

Beaucoup de changements stratégiques en perspective sur CANAL+. Quelle est votre ambition ?

MAXIME SAADA

L'objectif pour CANAL+ est de retrouver une croissance de son parc d'abonnés qui représente l'essentiel de l'économie du groupe en France Métropolitaine et à l'international. Aujourd'hui, nous avons une formidable croissance à l'étranger et nous souhaitons la retrouver dans l'Hexagone. Il n'y a pas de raisons qu'on ne progresse pas en abonnés dans la mesure où le nombre de gens qui souscrivent à la télévision payante en France est encore assez faible. Avec 5,5 millions d'abonnés à CANAL+ ou CANALSAT sur un total de 28 millions de foyers français, nous pensons qu'il y a beaucoup de potentiel à recruter de nouvelles personnes grâce à des programmes plus excitants et de nouvelles offres que nous dévoilerons à la rentrée.

MEDIA +

Quelles sont les motivations d'abonnement à CANAL+ ?

MAXIME SAADA

Les 1^{ères} motivations d'abonnement à CANAL+ sont de loin le cinéma et le sport même si nos créations originales ont de plus en plus d'importance dans la fidélité de nos abonnés. Près de 60% d'entre eux citent la création originale comme un élément très fort de motivation à l'abonnement.

MEDIA +

Sur CANAL+, l'information, «Le Zapping», «Spécial Investigation» disparaissent...

MAXIME SAADA

Oui, c'est un changement de cap. On

souhaite revenir aux fondamentaux de CANAL+, à savoir, une chaîne définie sur un positionnement pop/culturel, plutôt que de proposer un énième JT - que le public voit sur toutes les chaînes - ou une énième émission politique. La force de CANAL+ est de couvrir l'ensemble des thématiques culturelles: sport, cinéma, e-sport, littérature que nous développerons avec Augustin Trapenard, ou encore les séries télévisées qui auront pour la première fois un rendez-vous hebdomadaire sur CANAL+.

MEDIA +

Ceux qui ont entamé un bras de fer avec la direction de CANAL+, comme l'équipe de «Spécial Investigation», le payent-ils aujourd'hui ?

MAXIME SAADA

A la limite, ce n'est pas le sujet. L'enjeu est de savoir ce qui est distinctif et ce qui fait la force de CANAL+ par rapport à d'autres chaînes. Sur l'investigation, j'ai considéré que nous n'étions pas suffisamment différents par rapport à d'autres chaînes. Nous voulons dorénavant nous porter sur des documentaires plus ambitieux qui ont vocation à s'exporter et dans lesquels nous mènerons aussi de grandes enquêtes.

MEDIA +

Le clair sur CANAL+ sera réduit à 2H maximum/jour. Pourquoi ce choix ?

MAXIME SAADA

Avec 6 heures de clair par jour, nous étions manifestement au bout du modèle sur CANAL+. Mais donner à voir quelques minutes de programmes forts (film, match de football ou divertissement), en échantillonnage, ça nous semble intéressant.

MEDIA +

Quid de C8 ?

MAXIME SAADA

D8 qui va devenir C8 a pris énormément d'importance cette année non seulement avec «Touche pas à mon poste !» qui est de loin le talk-show leader en France, y compris sur les CSP+, mais aussi avec des rendez-vous qui nous ont propulsés première chaîne de France, comme la finale de la Coupe des Champions avec 22% de pda. Avec des rendez-vous très événementiels comme «Hunger Games», nous pouvons reproduire, voire dépasser les scores des chaînes leaders hertziennes. C8 va encore se renforcer pour atteindre la force du clair de CANAL+ à son apogée. A noter que Daphné Bürki rejoint la chaîne pour «La Nouvelle Edition» et Thierry Ardisson avec «Salut les Terriens». La logique d'investissement a été renforcée. Nous avons les moyens de nos ambitions.

MEDIA +

Un mot sur iTELE, en grève hier, bientôt rebaptisée CNews ?

CATHERINE NAYL

Dans l'univers concurrentiel dans lequel évolue la chaîne, il faut prendre un certain nombre de mesures pour pérenniser son avenir. Elle doit retrouver une économie saine, alors qu'elle perd cette année 25 M€ sur un chiffre d'affaires inférieur à 40 M€. On ne peut pas rester dans une situation comme celle-là. L'idée est de nous appuyer sur l'ensemble des équipes du groupe CANAL+, comme la rédaction des sports. Par ailleurs, nous sommes en discussion actuellement avec les équipes de CNews pour déterminer comment fonctionner de manière sereine, avec un peu moins d'effectifs, afin de retrouver une économie raisonnable.

L'ACTU EN QUESTIONS



Jean-François BOYER

Président de l'Association pour la Promotion de l'Audiovisuel et Producteur pour Tetra Media Studio

La Journée de la Création TV revient pour sa 13^{ème} édition à Paris ce mardi 28 juin de 9h30 à 18h00, au Studio Gabriel à Paris. Les détails avec Jean-François BOYER, Président de l'Association pour la Promotion de l'Audiovisuel et Producteur pour Tetra Media Studio.

media+

La 13^{ème} Journée de la Création TV réunit l'ensemble des professionnels de l'audiovisuel autour de débats. Quid de cet événement ?

Jean-François BOYER

La Journée de la Création TV revient à Paris. Pendant quatre ans, nous avons fusionné avec le festival «Série Séries» à Fontainebleau. Nous avons jugé ensemble que le rendez-vous ayant pris suffisamment d'ampleur, la Journée de la Création TV pouvait revenir sur la Capitale. Monté en partenariat avec la Commission des Affaires Culturelles du Sénat, le colloque est aussi une émission de télévision retransmise sur Public Sénat, et pour la première fois sur TV5Monde. A l'heure où il y a moins d'argent mais aussi moins de désirs dans nos métiers de la création, ce genre d'événement me semble indispensable.

media+

Un des débats proposés sera intitulé «Où sont les jeunes à la télévision ?». Pouvez-vous nous en parler ?

Jean-François BOYER

La France a un vrai retard sur la représentation des jeunes à la TV, dans les contenus, ou même au cœur de nos métiers. Que ce soit chez les créateurs, les diffuseurs, ou chez les téléspectateurs, un constat : les jeunes sont absents. Comme en attestent les moyennes d'âges vieillissantes des téléspectateurs, la télévision ne semble plus capable de s'adresser à sa jeunesse. Par exemple, il n'y a plus de fiction jeunesse. Il y a encore 7 ans, France 2 en proposait. Comment voulez-vous pousser les jeunes téléspectateurs à avoir le goût des séries françaises s'ils ne voient pas de séries qui leur sont destinées ? La télévision semble également réticente à faire contribuer les jeunes à la fabrication de ses œuvres, et plus généralement à lui faire une vraie place dans une industrie pourtant vieillissante.

media+

Les jeunes ne sont-ils pas simplement consommateurs de contenus sur YouTube ?

Jean-François BOYER

Ils vont sur YouTube pour visionner des sketches - certes drôles - mais qui ne vont pas forcément créer de rendez-vous, contrairement à ce que nous faisons pour la télévision. Sur YouTube, il n'y a pas de modèle économique. A part quelques créateurs qui s'en sortent comme Norman, le modèle pérenne de création de contenus de qualité est inexistant. C'est un vrai problème pour nos créateurs français qui n'ont pas les moyens de produire dans la durée, des choses de qualité.

media+

Autre débat, l'hyper concentration dans les médias. Ce mouvement est-il un ennemi de la création ?

Jean-François BOYER

C'est un phénomène très français d'opposer les approches les unes aux autres. En revanche, nous pouvons trouver un moyen de réconcilier les points de vue et d'avoir des petites entreprises dynamiques. C'est une des richesses du système français de continuer à préserver de nombreuses sociétés de production. Cela a permis à Luc Besson de se retrouver en 20 ans à la tête d'un empire. Deuxièmement, il est bien aussi de constituer de grands groupes qui vont rivaliser avec la solidité des sociétés étrangères.

Audiences

TF1 : plus de 6 millions de foteux dimanche en Prime devant le match «Hongrie/Belgique»

TF1 diffusait dimanche en Prime Time le match «Hongrie/Belgique» dans le cadre de l'Euro 2016. La rencontre a réuni 6.109.000 téléspectateurs, soit 26,3% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. De bons scores qui permettant à la chaîne de dominer le Prime dominical.

France 3 : «L'inspecteur Barnaby» sur la 2^{ème} marche du Prime de dimanche

Dimanche 26 juin à 20h50, France 3 proposait la suite de la 18^{ème} saison inédite de la série «Inspecteur Barnaby». Ce deuxième épisode a rassemblé 3,1 millions de fidèles, soit 12,9% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Une performance qui permet à France 3 de se placer en deuxième position des chaînes du Prime de dimanche et qui confirme le bon niveau d'audience de la série depuis le lancement de la 18^{ème} saison. A noter que dimanche dernier, la série avait attiré 2.392.000 curieux soit 8,6% de part d'audience.

M6 : le magazine «Capital» en baisse ce dimanche en Prime Time

M6 diffusait dimanche en Prime Time le magazine «Capital» sur le thème «Snacking : petites faims, mais gros business». Ce dernier a réuni 2.409.000 fidèles, soit 10,4% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Pour info, le dimanche 5 juin, date de la dernière diffusion, le magazine sur le thème «Vacances gratuites : et si c'était possible ?» avait séduit 2,9 millions de fans soit 13% de part d'audience.

Audiences

TF1/ Euro-2016: journée record dimanche avec le match France-Irlande

TF1 a attiré dimanche après-midi un chiffre record de 66,3% de téléspectateurs avec le match France-Eire (2-1), soit près de 11,8 millions de téléspectateurs en moyenne, selon les chiffres de Médiamétrie. Ce premier match des Bleus en phase éliminatoire de l'Euro de football est le deuxième match en après-midi le plus regardé de l'histoire de TF1. Seule la finale de la coupe du monde 2002 opposant l'Allemagne au Brésil (0-2) avait été plus regardée avec 76% de part d'audience, soit 12,2 millions de téléspectateurs malgré une diffusion à 13h, selon TF1. Dimanche après-midi, à la fin de la rencontre vers 17h, près de 14,2 millions de téléspectateurs étaient devant le match. TF1 est ensuite resté leader tout l'après-midi et en soirée avec les matchs Allemagne-Slovaquie

(3-0, 5,2 millions de téléspectateurs pour 33,4% d'audience) et Hongrie-Belgique (0-4, 6,1 millions, 26,3%). Le match France-Roumanie (2-1), diffusé en ouverture de l'Euro le 10 juin, reste le match le plus regardé de la compétition jusqu'ici, avec 14,4 millions de téléspectateurs et 55% de part d'audience. Sur Twitter, près de 1,7 million de tweets ont été publiés à propos du match France-Eire entre H-1 et H+2, autant que pour France-Albanie, selon le réseau social. L'attaquant de l'équipe de France Antoine Griezmann et le buteur irlandais Robbie Brady ont été les joueurs les plus mentionnés sur Twitter. Le deuxième but d'Antoine Griezmann à la 61e minute de jeu est le moment le plus cité. Lundi à 21h sur M6 et beIN, le match Angleterre-Islande décide de l'adversaire de la France pour son quart de finale. Ce quart de finale se jouera le dimanche 3 juillet à 21h au Stade de France et sera retransmis sur M6 et beIN.

Programmes

Christophe Dugarry rejoint RMC et SFR SPORT

L'ancien champion du monde 98 et champion d'Europe 2000 de football, Christophe Dugarry rejoint le groupe SFR Média. Christophe Dugarry effectuera ses grands débuts sur la nouvelle chaîne SFR SPORT 1, diffuseur de la Premier League, dès le 21 août et à la radio sur RMC le lundi 22 août. Ainsi, sur SFR SPORT 1, aux côtés d'Eric di Méco et d'Emmanuel Petit, Christophe Dugarry interviendra dans différentes émissions consacrées à la Premier League, le championnat anglais de football, le dimanche en fin de journée et le lundi en 2^{ème} partie de soirée. Il sera également présent sur les grands débriefs football de BFMTV et, à travers des chroniques, sur la nouvelle chaîne d'information sportive BFM Sport. Christophe Dugarry intègre également la Dream

Team Foot de RMC. Il sera à la tête du nouveau show football de la station, de 18h00 à 20h00, du lundi au jeudi, succédant ainsi à Luis Fernandez et à son «Luis Attaque». Chaque soir, Christophe Dugarry prendra les commandes du rendez-vous consacré au football, avec des analyses, des partis pris, des rencontres et tous les acteurs de l'actualité du football. Luis Fernandez poursuit de son côté l'aventure «Luis Attaque» sur RMC, mais dans un nouveau concept et à un autre horaire. Chaque vendredi et dimanche soir, à l'occasion des grandes affiches de la Ligue 1, Luis Fernandez sera à l'antenne dès 20h00 dans «Luis Attaque le match», puis assurera le suivi de ces rencontres, du coup d'envoi jusqu'au coup de sifflet final, dans «L'oeil de Luis». Il restera également à l'affiche des «Grandes Gueules du Sport» le samedi à 10h00, puis des «Cours RMC», le samedi à 13h00.

Audiences

NT1 : leader du Prime TNT avec «Léon» dimanche

NT1 diffusait dimanche en Prime le film «Léon» avec Natalie Portman et Jean Reno. Ce dernier a réuni 1.102.000 cinéphiles, soit 4,8% de pda, 8,4% sur les Femmes Rda-50 ans et 6,8% sur les 15-34 ans (3ème chaîne nationale leader TNT), selon les chiffres de Médiamétrie. Suivent TMC et le film «Le Cerveau» avec 875.000 téléspectateurs, soit 3,9% de pda. Enfin, troisième place pour France 5 et la série documentaire «Les 100 lieux qu'il faut voir» avec 768.000 curieux, soit 3,3% de pda.

M6 : «Enquête exclusive» en hausse dimanche en Night

Dimanche en Night, le nouveau numéro du magazine «Enquête exclusive», présenté par Bernard de La Villardière, sur le thème «Gitans contre mairies : la tension permanente» a réuni en moyenne 1,6 million de fidèles, soit 15% de pda (leader auprès de l'ensemble du public), 24% de pda (net leader auprès des femmes RdA de - de 50 ans) et 22% de pda (leader auprès des téléspectateurs de moins de 50 ans), selon Médiamétrie. Pour info, il y a 2 semaines, date de la dernière diffusion du programme, ce dernier sur le thème «BRI : au coeur de la police d'élite» avait réuni 1,1 million curieux soit 9,6% de pda.

France 2 : près de 2,1 millions de fidèles devant «Vivement dimanche prochain» spéciale Jean-Pierre Foucault

Dimanche à 18h50, France 2 diffusait le dernier numéro de la saison de «Vivement dimanche prochain» autour de Jean-Pierre Foucault. Le magazine, présenté par Michel Drucker, a réuni 2.088.000 fidèles, soit 12,5% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie.

Programmes

France 2/»Retour aux sources»: Marie Drucker invite une célébrité à enquêter sur sa généalogie

Marie Drucker invite une célébrité à enquêter sur sa généalogie, dans le cadre de «Retour aux sources», nouveau magazine de France 2, dont le premier numéro mardi va permettre à François Berléand de révéler l'histoire secrète de ses grands-parents. Le comédien n'a pas hésité une seconde. «Je me suis engouffré tout de suite dans l'aventure et j'en reviens transformé !», déclare François Berléand. «Je pensais depuis longtemps faire cette recherche». Sa famille paternelle demeurait un mystère pour lui et son frère. «Il n'y avait pas eu de transmission», dit le comédien de 64 ans. Après s'être heurté plusieurs fois au silence de son père, enfant, il s'était fait à l'idée d'ignorer l'origine de sa part juive ashkénaze. Jusqu'au jour où, jeune adulte, il annonce à son père qu'il va être acteur. Ce dernier lui lance : «Ah tu reprends le flambeau !». Il presse son père d'expliquer cette étrange remarque. «Ton grand père était metteur en scène de théâtre et ta grand-mère comédienne...» Il n'en saura pas plus. S'il n'a pas connu l'aïeul Michel, il se souvient bien de son épouse qu'il appelait «babouchka», grand-mère en russe. Elle s'exprimait avec un fort accent slave mais elle ne lui a jamais raconté son histoire. Tous ceux qui auraient pu éclairer leurs origines ont disparu depuis longtemps. L'acteur s'est donc lancé dans l'enquête proposée par l'émission avec un enthousiasme émouvant qui le conduit sur les traces de son grand-père, en Ukraine et en Moldavie, en passant par la gare de triage des déportés de Drancy, avant sa disparition à Auschwitz. Au fil de l'enquête, il découvre «sidéré» une foule d'éléments y compris la véritable identité et pour la 1^{ère} fois le visage de Michel, personnage haut en couleurs nommé Moïse, dont il a hérité le caractère farceur. Le motto de

l'émission : «savoir d'où nous venons, pour savoir qui nous sommes». «On se sent comme des chercheurs d'or, on sait qu'il y a un filon et on s'escrime à trouver les pépites», confie le producteur, Arnaud Poivre d'Arvor, qui a acheté le concept à la chaîne publique britannique BBC1. Outre-Manche, le magazine «Who do you think you are ?» («Qui croyez-vous être ?») est diffusé en prime time chaque semaine, à raison d'une collection de dix numéros par an, depuis 2004. Son audience, encore à 5 millions de téléspectateurs en 2015, culminait à plus de 7 millions en 2010. Si le programme «s'installe» bien en France, il pourrait avoir un accès en prime time, confie le producteur, fils de Patrick Poivre d'Arvor, l'ex-présentateur vedette du JT de TF1. Contrairement aux Britanniques, la chaîne a choisi d'incarner le programme et fait appel à Marie Drucker pour l'animer. La journaliste, qui vient de quitter le JT de France 2, souhaitait s'investir davantage dans la production et la réalisation de magazines et de documentaires, a expliqué Vincent Meslet, le patron de la chaîne. Il s'agissait aussi d'augmenter le programme d'une «charge historique» pour en faire une «véritable adaptation française», souligne Arnaud Poivre d'Arvor. Il souhaite faire appel également à des personnalités politiques mais la période pré-électorale complique le jeu avec la comptabilisation du temps de parole. Sa société, Phare Ouest Productions, a signé pour trois autres numéros qui seront programmés à la rentrée. Le producteur se refuse à dévoiler le nom des prochaines stars invitées. Le magazine rappelle un peu le principe de «Rendez-vous en terre inconnue» de Frédéric Lopez qui emmène une célébrité découvrir un pays lointain. L'exploration de l'arbre généalogique démontre avec éloquence que les sociétés se sont bâties sur les échanges et les vagues d'émigration. «C'est comme ça qu'un pays s'oxygène», rappelle le producteur, en allusion à la crise des réfugiés, «l'histoire permet de mieux éclairer le présent».

En bref...

Twitter/ Brexit : près de 5 millions de tweets en quelques heures

Le séisme qui secoue l'Europe à l'annonce de la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne a largement fait réagir les réseaux sociaux et particulièrement Twitter. Visibrain, plateforme de veille des médias en ligne, a comparé les volumes de tweets à propos du référendum de sortie de l'Union Européenne. Rarement la twittosphère s'était autant agitée. Ainsi, sur le dernier mois c'est plus de 11 millions de mentions sur le hashtag #Brexit et plus de 5 millions pour le #EUReferendum. La majorité des tweets ont été enregistrés vendredi dernier entre minuit et 14h00 avec près de 5 millions de mentions pour le #Brexit et près de 2 millions pour le #EUReferendum. Le pic a été atteint samedi matin à 6h00, témoignant ainsi du séisme provoqué par l'annonce de la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne.

RFI en langue khmère atteint les 2 millions d'abonnés sur sa page Facebook

RFI vient de franchir la barre des deux millions d'abonnés sur sa page Facebook en langue khmère, doublant ainsi sa communauté en un an (Sources ComScore, Digital Analytix 2016 et Facebook Analytix, 23 juin 2016). Les 4 villes qui rassemblent le plus d'amis sont : Phnom Penh (Cambodge), Bangkok (Thaïlande), Siem Reap (Cambodge) et Battambang (Cambodge). Les 13 rédactions de RFI en langues étrangères (anglais, cambodgien, chinois, espagnol, haoussa, kiswahili, mandingue, persan, portugais, brésilien, roumain, russe et vietnamien) disposent de leurs pages dédiées. Sur l'ensemble de ses pages Facebook, RFI rassemble aujourd'hui plus de 10 millions d'abonnés.

Actu des chaînes

Vivendi : grille de rentrée des chaînes du Groupe

Le groupe Vivendi a annoncé lundi la grille de rentrée de ses chaînes, plus premium sur Canal, très ambitieuse sur la future Canal 8, qui remplacera D8.

Canal+ plus premium

- «J'aurai un style très différent de Yann Barthès car je suis un comédien», a promis Cyrille Eldin qui le remplace à la tête du «Petit Journal».

- L'ex-présentateur du JT du soir de Canal, Victor Robert, remplace Maïtena Biraben à la barre du «Grand Journal», après une année d'audiences catastrophiques.

- Mouloud Achour revient sur Canal+ pour «Le Gros Journal».

- «Les Guignols» continuent. La direction n'a pas précisé si ces 3 programmes seraient diffusés en clair ou en crypté.

- Cyril Hanouna arrive sur Canal+ avec l'ex-Nuls Dominique Farrugia pour une émission hebdomadaire en Prime.

- Arrêt du «Zapping», l'un des programmes les plus connus de la chaîne cryptée, qui proposait quotidiennement depuis 27 ans des extraits choisis de télévision, et rediffusait les passages les plus marquants du PAF d'un jour à l'autre.

- L'émission du lundi soir «Spécial investigation» disparaît, après une longue controverse autour d'accusations de censure. Il n'y aura plus non plus de JT sur Canal à la rentrée.

- L'actualité cinéma revient en force sur la chaîne, avec 3 rendez-vous hebdomadaires, dont un quotidien. Un magazine hebdomadaire sera également consacré aux séries.

- Le chroniqueur de France Inter Augustin Trapenard présentera une émission culturelle mensuelle, «21 cm».

- La pastille du «Petit Journal» Catherine et Liliane sera de retour à la rentrée, mais dans un autre cadre, selon l'humoriste Alex Lutz (qui joue Catherine), avec aussi des projets de Prime Time.

- L'actualité sportive aura son journal à midi, «Actu Sport» présenté par Aida Tuhiri.

- Isabelle Ithurburu continue à animer les soirées rugby mais reprend aussi «Le Tube», l'émission médias présentée pendant un an par Ophélie Meunier.

- La série politique «Baron noir» aura droit à une 2^{ème} saison.

- Le show d'humoristes du «Jamel Comedy Club» passe en version hebdomadaire à la rentrée, doublé d'un «Jamel Comedy kids» consacré aux enfants.

- L'émission satirique «Groland» reste aussi sur Canal+, mais pourrait avoir «une partie en clair, une partie en crypté».

- «L'émission d'Antoine», présentée par Antoine de Caunes, est renouvelée.

- Michel Denisot est en négociations pour maintenir son émission d'interviews, «Conversations secrètes», selon la chaîne.

Canal 8 se voit devant M6

- Benjamin Castaldi arrive dans «Touche pas à mon poste», l'émission de Cyril Hanouna, qui bénéficie d'un nouveau plateau et de «nouveaux visages». L'émission-locomotive de la chaîne a pour but de l'emmener au niveau de M6, soit 10% d'audience à terme, selon sa direction.

- Issu de la bande d'Hanouna, Camille Combal obtient sa propre émission quotidienne.

- Thierry Ardisson viendra présenter son hebdomadaire «Salut les terriens».

- Daphné Burki présentera une version «boostée» de «La Nouvelle Edition», l'émission de midi de Canal+.

- «Le Grand 8» s'arrête, mais Laurence Ferrari obtient un rendez-vous politique en direct chaque semaine.

- Audrey Pulvar passe à la tête d'un magazine culturel en 2e partie de soirée.

- Emilie Besse, qui présentait le JT de midi de Canal+, obtient un magazine économique.

Canal Star

- Une fiction quotidienne est prévue à la rentrée

- Un talk show de 2^{ème} partie de soirée

C News

- Jean-Marc Morandini animera une tranche d'info «avec un concept novateur»

En bref...

Médiamétrie : 16,4 millions d'internautes sur le site impots.gouv.fr au mois de mai 2016, un record

En mai 2016, 27,8 millions de visiteurs uniques âgés de 2 ans et plus se sont rendus au moins une fois sur un site de la sous-catégorie «Service public / Gouvernement» depuis leur ordinateur, soit près de 3 internautes sur 5, selon la dernière étude de l'Institut Médiamétrie sur l'Audience Internet Ordinateur en France en mai 2016. Chaque année depuis août 2012, le mois de mai affiche la meilleure audience annuelle de la sous-catégorie avec un nombre toujours croissant d'internautes. Ce record annuel est atteint grâce au site impots.gouv.fr, les Français étant sollicités sur cette période pour déclarer leurs revenus en ligne. En mai 2016, il arrive ainsi en tête des acteurs de la sous-catégorie avec plus de 16,4 millions de visiteurs uniques, son record d'audience depuis août 2012. Une audience également en hausse comparée à mai 2015 avec près de 2 millions d'internautes supplémentaires. Les CSP+ sont les plus nombreux à avoir visité le site : au mois de mai, ils sont 6,9 millions à s'être connectés au moins une fois sur impots.gouv.fr pour chercher des informations ou déclarer leurs revenus. Alors qu'ils composent 27,4% de l'ensemble des internautes, ils représentent plus de 2 internautes sur 5 (41,8%) de l'audience du site, toujours selon les derniers résultats de l'étude de Médiamétrie sur l'Audience Internet Ordinateur en France en mai 2016. Les Français se connectent également massivement sur d'autres sites administratifs tels que ceux du Service-Public.fr et de l'Assurance Maladie qui atteignent tous deux respectivement 7,7 et 7 millions de visiteurs uniques, des scores qui montrent qu'Internet est un canal d'information et de service incontournable pour la dématérialisation des services publics.

Actu des chaînes

Le nouveau groupe Canal+, version Bolloré, se dévoile pour la rentrée

Des programmes en clair réduits de moitié sur Canal+, un investissement massif dans la chaîne gratuite Canal 8 (ex-D8), mais aussi l'arrêt du «Zapping» et de «Spécial Investigation»: le nouveau groupe Canal+, version Bolloré, se dévoile pour la rentrée. Pour enrayer la chute des abonnés et des revenus, le groupe réorganise toute la «Galaxie Canal» autour de deux piliers, ont annoncé ses dirigeants réunis au grand complet au siège de Vivendi mardi. D'un côté, la chaîne payante Canal+, où le clair ne représentera plus que 2 heures par jour au lieu de 5 actuellement. De l'autre, les chaînes gratuites, en tête Canal 8, où seront transférées plusieurs émissions en clair de Canal+. Pour Vincent Bolloré et son équipe, la réduction des programmes en clair doit permettre de rendre de la valeur aux abonnés, qui récupéreront 150 heures de programmes cryptés en plus par mois. «Canal était la seule chaîne payante du monde à faire à la fois du clair et du crypté», a justifié Vincent Bolloré. «On a perdu 500.000 abonnés depuis 2012, on a besoin d'ouvrir une nouvelle histoire», a renchéri son numéro deux, Maxime Saada. «L'enjeu pour nous n'est pas l'audience. L'enjeu, ce sont les abonnés», a-t-il poursuivi, ajoutant que le clair n'était pas rentable. La chaîne payante, qui revendique 5,4 millions d'abonnés en France, espère retrouver une croissance du nombre de ses clients dès 2017, et «vise bien davantage», a assuré le directeur de la distribution Franck Cadoret. Pour sa nouvelle grille, encore à préciser, elle donnera «beaucoup de place au cinéma, aux séries, à la culture, à l'e-sport», a précisé Maxime Saada. Le groupe réfléchit aussi à de nouvelles formules d'abonnement, plus thématiques, et souhaite accélérer la diffusion des films récents. Pour la case très concurrentielle de l'access prime time (avant-soirée), «Le Grand Journal», longtemps vitrine de la chaîne, se renouvellera

sous la houlette du journaliste Victor Robert, jusqu'ici présentateur du JT de l'émission et parfois joker de Maïtena Biraben, qui en assurera l'animation. Restera aussi «Le Petit Journal», sans Yann Barthès parti pour le groupe TF1, et qui sera désormais confié à Cyrille Eldin, l'intervieweur politique poil-à-gratter du «GJ». S'y ajoutera «Le Gros Journal», une nouvelle émission quotidienne présentée par Mouloud Achour, et toujours les Guignols. Cette tranche d'access devrait être mi-cryptée, mi-claire, ont laissé entendre les dirigeants du groupe, sans donner de détails. Exit en revanche les émissions d'infos sur Canal+ et «Spécial Investigation», «pas dans les priorités éditoriales», ainsi que «La Nouvelle Edition» de Delphine Burki, déplacée sur Canal 8, tout comme «Salut les Terriens» de Thierry Ardisson.

Le groupe veut aussi se développer dans la production: le studio de production «Canal Factory» produira 35 émissions pour la chaîne et devra développer des formats d'émissions «à exporter partout dans le monde». «Le clair de Canal, ce sont nos 3 chaînes gratuites, regardées par 50 millions de Français chaque mois», a lancé le directeur général des antennes Gérard-Brice Vîret, qui veut que Canal 8 parvienne «au niveau de puissance de M6», et soit «complémentaire» de Canal+, en visant «toutes les générations». Parmi les autres nouveautés sur Canal 8, une émission quotidienne de Camille Combal et une autre d'Audrey Pulvar, qui sera en charge d'une émission culturelle en 2e partie de soirée. La chaîne musicale D17, qui sera renommée Canal Star, proposera une fiction quotidienne et un talk show de 2^{ème} partie de soirée. Quant à iTÉLÉ, rebaptisée Canal News, la priorité sera donnée «au décryptage plutôt qu'au sensationnalisme», et elle s'appuiera sur le sport et la culture. Jean-Marc Morandini y animera une tranche d'info, avec un «concept novateur». Les dirigeants du groupe ne se sont pas exprimés sur le mouvement de grève de la chaîne lundi matin, en protestation contre la suppression de 70 postes.

En bref...

Lagardère Studios : Eric Revel rejoint le label de production Tempora.prod

Takis Candilis, président de Lagardère Studios, annonce la nomination d'Eric Revel au poste de producteur au sein du label Tempora.prod, spécialisé dans les films corporate et digitaux. Il rejoint ainsi Rémy Dessarts également producteur et fondateur du label en septembre 2012. Eric Revel a démarré sa carrière au «Parisien» avant d'intégrer «La Tribune» et par la suite «les Echos». En 2003, après 15 ans de presse écrite, il change de média et prend la tête de la rédaction de la chaîne d'informations en continue, LCI (groupe TF1) avant d'en devenir DG. «Son expertise en matière de programmes et de fabrication de contenus audiovisuels seront un véritable atout au sein de cette activité stratégique pour Lagardère Studios», selon Takis Candilis, président de Lagardère Studios.

USA: les chauffeurs Uber auront un abonnement à la radio en ligne Pandora

Les chauffeurs du service de réservation mobile de véhicule Uber bénéficieront d'un abonnement au réseau de stations de radio en ligne Pandora, en vertu d'un accord dévoilé lundi par cette dernière. Le partenariat, qui permet aux chauffeurs de choisir leur musique sur Pandora directement depuis l'appli mobile d'Uber, est effectif immédiatement aux Etats-Unis, en Australie et en Nouvelle-Zélande, les 3 marchés d'implantation du service de radio en ligne. L'accord prévoit également que les passagers utilisateurs d'Uber pourront «bientôt», s'ils sont abonnés à Pandora, choisir leur station de radio lors de leur trajet. Pandora permet d'écouter des stations aux programmes pré-définis mais également de créer des chaînes personnalisées.

Télévision

BeIN s'est imposé en 4 ans comme le principal diffuseur de football en France

«J'ai confiance en Didier (Deschamps), mais je sais ce que j'aurais fait à sa place»: Marcel Desailly fulmine en loges à la première période du match France-Eire, dimanche à Lyon, où il joue le consultant de luxe pour beIN Sports, le groupe qui vit de l'Euro 24h/24 depuis deux semaines. Pendant les deux heures précédant le match, derrière un pupitre posé sur la pelouse, le champion du monde de France 98 a délivré ses analyses pour les caméras du groupe qatari qui s'est imposé en quatre ans comme le principal diffuseur de football en France à la place de Canal+. A ses côtés, en costume-cravate de rigueur, l'ex-champion du monde Robert Pirès et l'entraîneur réputé d'Arsenal, Arsène Wenger. Ces consultants négociés à prix d'or symbolisent la stratégie du groupe, qui met le football et les autres sports en scène comme un spectacle premium, pour rentabiliser à terme ses investissements faramineux. Depuis son arrivée en France en 2012, beIN a raflé à la chaîne cryptée la diffusion des principales compétitions sportives sur le marché, du football français à la NBA en passant par le tournoi de tennis de Wimbledon. Grâce à l'Euro, acheté 60 millions d'euros et qu'elle diffuse en intégralité pour la deuxième fois, le groupe a annoncé vendredi avoir dépassé les trois millions d'abonnés à 13 euros par mois, et atteindre régulièrement le million de téléspectateurs, selon la chaîne. «On a fait le plus dur», considère Florent Houzot, ancien de France Télévisions devenu directeur de la rédaction de beIN Sports en France. «Le plus important, c'est maintenant de satisfaire les abonnés qu'on a conquis», souligne-t-il, alors qu'un accord de distribution avec Canal+ a été rejeté début juin par l'Autorité de la concurrence. Le dirigeant compte

surtout exporter ces droits «premium». Sur la pelouse du Parc OL, à droite des experts, un journaliste présente le match en arabe pour les chaînes beIN du Moyen-Orient et du Maghreb. Le match est aussi commenté en anglais pour les Etats-Unis et l'Asie. La chaîne devrait faire jouer ces synergies lors des deux prochaines Coupes du Monde, dont elle détient les droits. En France, BeIN compte surtout sur une victoire en Ligue des champions du PSG, l'équipe de son propriétaire qatari, et l'éventuel exploit d'un ou deux autres clubs français qui mobiliseraient les fans de foot, assure son directeur.

La chaîne revendique aussi un ton positif pour raconter le football, comme dans l'émission à paillettes qui résume chaque soir en direct et en public la journée de compétition. Ce dimanche, le comédien Francis Huster donne son avis sur les matchs du jour dans l'«Euro-Show», entouré de l'ex-champion d'Europe français Luis Fernandez et de deux anciennes gloires, le néerlandais Ruud Gullit et l'Italien Christian Vieri. Ces recrues internationales apparaissent plusieurs dizaines de fois par an sur les antennes du groupe, dans le monde entier. Au programme de cette émission tournée dans les sous-sols de l'ancien siège de Canal+ à Paris: des échanges d'experts et un quizz. «J'essaie d'amener du sourire à l'analyse des matchs de foot», explique le présentateur Darren Tulett, l'ex-Monsieur foot anglais de Canal+. Lors du match des Bleus contre l'Albanie, la presse avait reproché à la chaîne de n'avoir pas diffusé des images du milieu Paul Pogba, le montrant sur le terrain en train de faire une sorte de bras d'honneur. «Il n'y a pas de censure, nous n'étions pas les seuls à avoir ces images», explique Florent Houzot. «On ne les a pas diffusées pour ne pas créer de polémique inutile à la fin d'une rencontre. Contrairement à d'autres, nous avons les images des matchs, nous n'avons pas besoin de créer de «buzz»».

En bref...

Fête du Cinéma : démarrage en douceur

Lundi 27 juin, pour sa 1ère journée, La Fête du cinéma 2016 a réuni près de 600.000 spectateurs, soit 15% de moins qu'en 2015.

Opéra : les places à 10 euros ont attiré 59% de nouveaux spectateurs

Les places à dix euros réservées aux jeunes de moins de 28 ans à l'Opéra de Paris ont attiré 59% de nouveaux spectateurs, qui n'étaient jamais venu à Bastille ou au Palais Garnier, a annoncé mardi le directeur Stéphane Lissner. Treize avant-premières à dix euros ont été inaugurées la saison dernière pour permettre à 25.000 jeunes de moins de 28 ans d'accéder à la danse ou à l'opéra. L'opération sera reconduite pour les 3 années qui viennent, grâce au mécénat de la Fondation BNP Paribas.

France 5 primée au 4ème Prix Média Enfance Majuscule

Lors de la 4ème édition du Prix Média Enfance Majuscule, qui s'est déroulée à l'Espace Landowski à Boulogne Billancourt le 23 juin 2016, France 5 s'est vu décerner deux Prix Média Enfance Majuscule. «Bolivie, l'enfance au travail» de Jean-Baptiste Jacquet (52'/ Baozi Production) a reçu la Mention Documentaire tourné à l'étranger. La série documentaire d'Emmanuel Guionet et Yann L'Hénoret, «Les Chemins de l'école» (3x52'/ Winds/Macha Prod), a été récompensée par la Mention Documentaire tourné à l'étranger. L'Association Enfance Majuscule récompense des émissions de télévision qui, par leur qualité et leur contenu, ont cherché à améliorer l'information et la sensibilisation du public sur la protection de l'enfance.

Presse

SFR Presse va s'enrichir de 23 titres supplémentaires

L'offre SFR Presse, qui permet aux abonnés SFR de consulter les titres de presse du groupe Altice (Libération, L'Express, L'Etudiant...), va s'enrichir de 23 titres supplémentaires, dont Le Parisien et Le Journal du Dimanche, selon un communiqué lundi. A partir du 29 juin, l'offre proposera au total 40 titres grâce à un accord avec l'exploitant du kiosque numérique ePresse. Parmi les nouveaux venus, des titres de la presse quotidienne régionale comme Midi Libre, La Montagne, Le Télégramme, et aussi des magazines comme Glamour, Marie-Claire, GQ, Public, Télé Star ou Society. Pour le groupe, cette application lancée fin avril s'inscrit dans la stratégie visant à faire de SFR «le leader incontesté de la convergence entre télécoms, médias et contenus». «Avec SFR Presse, nous réinventons la distribution de la presse pour bâtir un nouveau modèle économique

pérenne et porteur de croissance», commente Alain Weill, patron de la branche médias d'Altice, dans le communiqué. Le groupe indique qu'en deux mois, l'application qui est offerte aux abonnés sans supplément, a été installée sur les smartphones et tablettes de 3 millions de clients et que près de 50% d'entre eux l'ont déjà utilisée, téléchargeant plus d'un million de titres. «L'engouement de nos clients pour cette nouvelle manière de découvrir la presse nous conforte dans notre volonté de bâtir un acteur totalement intégré télécoms, contenus, médias et publicité qui réponde aux usages d'aujourd'hui», poursuit Alain Weill. La semaine dernière, l'OJD/ACPM a décidé de plafonner la diffusion des titres téléchargés via l'application, selon le Figaro, qui seront considérés comme de la «diffusion par tiers», catégorie utilisée par les grandes entreprises comme les hôtels ou compagnies aériennes qui offrent des journaux à leurs clients. Cette décision, qui devrait être entérinée en septembre, n'est toutefois pas gravée dans le marbre.

Social

France Bleu: plus de 90% des journalistes en grève contre la baisse des moyens alloués au réseau (SNJ)

Plus de 90% des journalistes de France Bleu étaient en grève lundi pour protester contre la baisse des moyens alloués au réseau, selon un communiqué du SNJ de Radio France. Il s'agit d'une «mobilisation dans les 44 radios locales du réseau France Bleu où l'ensemble des salariés a répondu à l'appel des sept syndicats de Radio France: CFDT, CFTC, CGT, SNFORT, SNJ, SUD et UNSA», précise le communiqué. «En plus des

suppressions de postes, France Bleu voit ses budgets de remplacement subir une baisse devenue insupportable: -40% en trois ans», dénonce le syndicat. «Au quotidien, les journées de travail s'allongent, l'avenir des salariés précaires s'assombrit.

La direction de France Bleu va supprimer des journaux, des émissions et réduire le nombre de reporters sur le terrain», déplore le SNJ. «La direction de France Bleu doit enfin tenir compte de ce qui remonte du terrain, de la mobilisation massive de ses rédactions. La voix de 44 radios locales ne doit pas rester sans réponse», exhorte le syndicat. L'appel à la grève court sur 24 heures lundi, jusqu'à minuit.

En bref...

M6 récompensée par le Prix Média Enfance Majuscule

Le jury du Prix Média Enfance Majuscule a attribué le prix du documentaire tourné en France au reportage de «Zone Interdite : Profs à Marseille : la réussite étonnante d'un collège difficile», réalisé par Florie Martin, produit par Upside Télévision et diffusé sur M6 le 13 septembre 2015 à 20h55. Ce prix a été remis lors d'une cérémonie le 23 juin à Boulogne-Billancourt. Ce reportage suit le quotidien du collège Jean-Moulin, un établissement réputé difficile du nord de Marseille, qui fait partie des Réseaux d'éducation ultra prioritaire. Il montre comment des enseignants motivés, partent à la conquête d'enfants et les amènent à changer de regard sur eux-mêmes et sur la société.

Orange France certifiée ISO 14001

Orange France s'est vue certifiée ISO 14001 pour son engagement environnemental sur la totalité de son périmètre en 2016. Délivrée à l'issue de 50 jours d'audits, cette certification d'Orange atteste de la mise en œuvre de nombreuses actions pour maîtriser l'impact environnemental de toutes ses activités.

France 2/ «Nuits d'été» : Concertos de Bach le 1er juillet

France 2, dans le magazine «Nuits d'été» du vendredi 1^{er} juillet à 00h20, diffusera les concertos pour claviers de Jean-Sébastien Bach joués par la pianiste Martha Argerich, enregistrés Salle Pleyel le 22 octobre 2013 avec l'orchestre de Chambre de Lausanne. Pour ces 14 concertos, la virtuose est également entourée des pianistes Frank Braley, Khatia Buniatishvili, Gvantsa Buniatishvili, Michel Dalberto ou Nelson Georner.

Social

iTÉLÉ en grève contre «un plan social déguisé» (syndicat)

Une partie de la rédaction d'iTÉLÉ a voté lundi une grève immédiate et reconductible qui perturbait l'antenne, pour protester contre «un plan social déguisé», selon un communiqué du syndicat maison PlusLibres. Selon ce syndicat, la grève a été votée «à la majorité des salariés», alors que la direction de Canal+ évoque un vote adopté par «une cinquantaine de salariés sur près de 220». PlusLibres dénonce «la suppression de 70 postes, dont plus de 50 CDDU (contrat à durée déterminée d'usage) établis en toute illégalité», «la présentation d'une grille de programme sans ligne éditoriale claire» et «l'absence de toute stratégie lisible». Alors qu'un comité d'entreprise se déroule ce lundi, les salariés réclament «des moyens financiers nécessaires» et le «maintien de tous les emplois nécessaires à la tenue de l'antenne, y compris les CDD et pigistes et intermittents». Cette

grève a été votée «sans attendre la réunion de conciliation acceptée par la majorité des partenaires sociaux, et alors que la chaîne d'informations avait décidé de ne procéder à aucun plan de licenciement», a indiqué la direction dans un communiqué. Pour la direction de Canal+, «la direction d'iTÉLÉ doit prendre les mesures nécessaires pour assurer l'équilibre et la pérennité de la chaîne». Peu après 13h00, le même JT tournait en boucle sur la chaîne d'info. Début juin, les journalistes de la chaîne avaient voté massivement pour une motion de défiance contre leur direction, après l'annonce d'importantes réductions d'effectifs et de projets de publi-reportages. Nommé fin mai par Vincent Bolloré pour redresser les comptes de la chaîne, qui a perdu 20 millions d'euros l'an dernier, son directeur, Serge Nedjar, avait annoncé que les quelque 50 CDD et contrat à durée déterminée d'usage (CDDU) - un quart de la rédaction - ne seraient pas renouvelés. Les projets de publi-reportages ont été démentis par Maxime Saada, le DG du groupe.

CSA

Canal+/ reportage «Ukraine, les masques de la révolution» dans «Spécial Investigation» du 1er février 2016 : réponse aux plaignants

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a été alerté au sujet du reportage «Ukraine, les masques de la révolution» de l'émission Spécial Investigation diffusée le 1er février dernier sur Canal+, et son potentiel caractère propagandiste en faveur de la cause pro-russe dans le conflit en Ukraine. L'article 8 de la convention de Canal+ prévoit que «les

journalistes, présentateurs, animateurs ou collaborateurs d'antenne veillent à respecter une présentation honnête des questions prêtant à controverse et à assurer l'expression des différents points de vue». Dans sa séance du 4 mai 2016, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a considéré que la diversité des points de vue était assurée, compte tenu du large choix d'intervenants dans ce reportage, et qu'en vertu du principe de liberté éditoriale, Canal+ pouvait aborder ce sujet sous l'angle de son choix. En conséquence, aucun manquement lié à ce reportage n'a été relevé. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a répondu en ce sens aux plaignants, révèle une décision du Conseil publiée sur son site internet.

En bref...

France TV/ Rio 2016 : Stéphane Diagana consultant athlétisme

Consultant chez France Télévisions depuis 2007, Stéphane Diagana apportera son expertise sur l'athlétisme à l'occasion des Jeux Olympiques de Rio 2016. Athlète spécialiste du 400 m haies, Stéphane Diagana a pris sa retraite en 2004 après s'être hissé sur le toit du monde en 1997 et avoir décroché le titre de champion d'Europe en 2002.

ARTE : les festivals européens à l'honneur cet été

Cet été, ARTE sera présente sur près de 50 festivals européens, à l'antenne, sur le web et hors écran. Les fans de pop, rock, électro et metal pourront grâce à ARTE et ARTE Concert assister au Hellfest, aux Eurockéennes de Belfort, à Rio Loco, ou encore à Wacken Open Air, Hurricane, Splash, Melt!, Paléo Festival,... Les amoureux du classique trouveront leur bonheur au Festival d'Aix-en-Provence, au Festival de Lucerne ou à Budapest avec le Armel Opera Festival. Les passionnés de théâtre découvriront l'adaptation des Frères Karamazov de Dostoïevski au Festival d'Avignon. Les amateurs de jazz régaleront quant à eux leurs oreilles avec Jazz à la Villette, Jazzopen Stuttgart et Marseille Jazz 5 continents.

Discovery Channel : les saveurs de l'Alaska dans «Vodkalaska» dès le 24 juillet

Dès le 24 juillet à 21h35 et 22h00, les téléspectateurs pourront suivre sur Discovery Channel la nouvelle série documentaire de 10x30', «Vodkalaska». Toby Foster a décidé de laisser derrière lui sa carrière de pilote pour créer l'Alaska Distillery. Son but est de partager les saveurs de l'Alaska à travers ses vodkas aux goûts originaux: saumon fumé, épilobe, miel, rhubarbe,...

CSA

CSA/ «signalétique jeunesse : 14% des programmes télévisés en 2015 étaient «déconseillés» aux mineurs

Environ 14% des programmes diffusés à la télévision en 2015 étaient «déconseillés» aux moins de 10, 12 ou 16 ans, et visibles surtout sur les chaînes du groupe TF1, a indiqué jeudi le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) dans son premier rapport annuel sur la «signalétique jeunesse».

Ces programmes sont surtout diffusés en soirée, à partir de 20h30, tandis qu'en journée, «moins de 10% des programmes sont signalisés toutes chaînes confondues», indique le CSA. «Les programmes diffusés en journée sont censés rassembler toute la famille», a souligné la conseillère du CSA Mémona Hintermann. Le nombre de programmes déconseillés aux moins de 12 ans a diminué ou s'est stabilisé en première partie de soirée depuis 2014, remarque également le CSA.

Le groupe TF1, avec ses quatre chaînes (TF1, NT1, TMC, HD1) diffuse près de 40% du volume total des programmes signalisés, tandis que le groupe France Télévisions, avec cinq chaînes, en diffuse moins de 10%. La chaîne Numéro 23 en diffuse à elle seule 16% (soit plus de 40% de sa programmation), note le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans ce premier état des lieux.

«Cela montre que les chaînes de la TNT ont parfois choisi une programmation un peu à la marge

de ce qui est souhaité», souligne Mémona Hintermann.

Parmi les chaînes de la TNT, D8 et D17 ont atteint la limite annuelle de 16 programmes déconseillés aux moins de 12 ans. Les fictions représentent une grande partie des programmes signalisés (27,3%).

Les programmes déconseillés aux moins de 10 et de 12 ans sont essentiellement produits aux Etats-Unis, mais la fiction déconseillée aux moins de 16 ans est composée à près de 80% d'oeuvres françaises, remarque le CSA.

«C'est l'un des sujets sur lequel il y a le plus de plaintes auprès du CSA», souligne Mémona Hintermann. Les téléspectateurs sont particulièrement gênés par leur contenu qui leur paraît «inapproprié au regard de l'heure de diffusion» et «par leur caractère imprévisible», note le rapport.

La signalétique apposée en bas à droite de l'écran est décidée par les chaînes elles-mêmes, à l'exception des films, qui reprennent la classification attribuée lors de leur sortie en salles.

Pour réaliser cette étude, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a analysé les programmes de toutes les chaînes nationales gratuites pendant l'année 2015, à l'exception des chaînes d'info et de Chérie 25.

Les journaux télévisés et les clips vidéo ne sont pas soumis à cette signalétique et les programmes déconseillés aux moins de 18 ans ne passent pas en clair à la télévision.

En bref...

Conseil supérieur de l'audiovisuel/ Jordanne FM : modification de la gérance

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a autorisé le changement de bureau de l'association Radio Jordanne, editrice du service Jordanne FM, révèle une décision du Conseil publiée le 22 juin dernier sur son site internet.

Le Groupe CANAL, Dolby et Euromédia annoncent la 1ère diffusion sportive mondiale en Ultra HD et Dolby Atmos

A l'occasion de la finale du Top14 qui s'est tenue à Barcelone entre le RC Toulon et le Racing 92 le vendredi 24 juin, le Groupe CANAL, Dolby et Euromédia se sont associés pour effectuer la première diffusion sportive live Ultra HD avec un son Dolby Atmos. Cette diffusion constitue une première mondiale. A l'origine conçu pour le cinéma, le son Dolby Atmos permet pour le sport, une expérience plus immersive avec des sons très réalistes de l'ambiance du stade, des commentaires de l'arbitre et des actions sur le terrain. Les abonnés CANAL disposant de la fibre d'Orange ont pu profiter de cette diffusion grâce à la dernière Livebox.

Lecture des conclusions sur le projet de loi relatif à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine le 29 juin

Mercredi 29 juin à 15h30, Audrey Azoulay assistera à la lecture au Sénat des conclusions de la Commission mixte parlementaire sur le projet de loi relatif à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, selon l'agenda prévisionnel de la ministre de la Culture et de la Communication.

Partenariat

L'Ina renforce sa contribution à l'exploitation suivie des oeuvres audiovisuelles

Après le lancement fin 2015 de son offre de SVOD, l'Institut national de l'audiovisuel (Ina) renforce sa contribution à l'exploitation suivie des oeuvres audiovisuelles en signant au Sunny Side of the Doc l'accord interprofessionnel «droits échus».

Les principales sources d'archives audiovisuelles - dont l'Ina - et les organisations professionnelles de producteurs (SPI, USPA, SATEV) ont effet signé mercredi 22 juin 2016 à La Rochelle un accord destiné à favoriser l'exploitation suivie des oeuvres audiovisuelles intégrant des images d'archives.

Dès l'été 2015, l'Ina, entreprise publique audiovisuelle et numérique, a signé avec ces trois organisations de producteurs un accord permettant, grâce à la mise en oeuvre d'un nouveau modèle de rémunération pour les archives dont les droits sont échus, de «redonner vie» à des oeuvres audiovisuelles utilisant des images issues des fonds Ina et dont la circulation patrimoniale ou commerciale était bloquée depuis de nombreuses années faute d'un cadre tarifaire adapté.

Aujourd'hui, les principaux détenteurs français d'archives - Gaumont-Pathé Archives, ECPAD, Forum des images, Centre audiovisuel Simone de Beauvoir, Ciclic, Cinémathèque de Bretagne, Film Images, Lobster films, Ciné-Archives, la Maison de la Publicité - ainsi que Framepool (Allemagne) et le Centre national de l'audiovisuel (Luxembourg) - adoptent, en l'enrichissant, la

démarche initiée en 2015 par l'Institut national de l'audiovisuel. L'accord interprofessionnel signé le 22 juin facilitera l'accès aux oeuvres audiovisuelles intégrant des images d'archives issues des fonds des sources signataires. Il permet en effet de prolonger d'au minimum 10 ans la durée des droits initialement acquis par les producteurs, que ces droits aient été acquis avant ou après la signature de l'accord, moyennant le versement d'une rémunération proportionnelle aux recettes nettes d'exploitation à répartir entre les différentes sources d'archives.

Ce nouveau modèle de rémunération, initié par l'Ina, offrira une deuxième vie à de très nombreuses oeuvres documentaires et patrimoniales en facilitant leur commercialisation auprès des chaînes de télévision ou des plateformes de distribution numériques, en France comme à l'international.

L'accord s'accompagne enfin d'un engagement accru de transparence des producteurs représentés par les organisations signataires, chaque oeuvre concernée faisant l'objet d'un relevé détaillé de ses exploitations. Une commission de suivi de l'application de l'accord sera mise en place.

«Dans un contexte de profonde mutation du secteur audiovisuel et de développement rapide des nouveaux usages numériques, l'Ina est fier de signer cet accord interprofessionnel historique dont il a, conformément à sa mission d'intérêt général, contribué à favoriser l'émergence, au service d'un accès élargi aux oeuvres audiovisuelles», souligne Laurent Vallet, Président Directeur Général de l'Ina, cité dans un communiqué de presse de l'Institut.

En bref...

Signature de l'accord de coopération culturelle entre la France et la Chine jeudi 30 juin

Jeudi 30 juin 2016 à 11h30, Audrey Azoulay signera l'accord de coopération culturelle entre la France et la Chine, au ministère des Affaires étrangères et du développement international, selon l'agenda prévisionnel de la ministre de la Culture et de la Communication.

CANAL+REGIE récompensée aux Cannes Lions pour l'opération «Holidays On Demand»

CANAL+REGIE a été récompensée aux Cannes Lions pour l'opération spéciale «Holidays On Demand» avec Transavia & Les Gaulois. L'opération a reçu 3 Lions de Bronze dans les catégories Promo&Activation, Cyber et Média. Le concept : créer la première plateforme vidéo qui vous fait voyager. Réalisé en janvier 2016, le dispositif éphémère avait pour but d'associer sur une plateforme digitale plus de 120 films du catalogue CANALPLAY aux destinations voyage de la compagnie Transavia. Pour médiatiser l'opération, les équipes de CRÉATION DIGITALE, l'entité de production Brand Content de STUDIO BAGEL, ont créé 2 vidéos faux trailers de films humoristiques incarnés par Alison Wheeler et Ludovik, membres du collectif STUDIO BAGEL, diffusés en digital et sur les réseaux sociaux.

M6 : «Tous les couples sont permis» déprogrammés

En raison d'une baisse d'audience, l'émission «Tous les couples sont permis» est remplacée par la série «Modern Family» du lundi au vendredi à partir de 10h00, annonce la chaîne M6 dans un communiqué de presse.

Aujourd'hui dans le monde

M6: Michaël Youn a relevé le défi d'un stage de survie dans le désert namibien avec Mike Horn



Le comédien et réalisateur Michaël Youn a relevé le défi d'un stage de survie dans le désert de Namibie que lui proposait l'explorateur sud-africain Mike Horn pour le premier numéro du nouveau magazine de la chaîne M6 «A l'état sauvage», diffusé mardi soir.

Il s'agit d'une adaptation de l'émission américaine «Running wild» avec Bear Grylls, dont les conditions ont été «imposées» par l'explorateur professionnel Mike Horn. Il était crucial pour lui d'être «le véritable patron d'une expédition susceptible d'être fatale», affirme-t-il.

Le coach du jeu d'aventures de «The Island - seuls au monde» (2,5 millions de téléspectateurs et 12,8 % de part d'audience), a embarqué Michaël Youn, dans le premier numéro du magazine, pour un stage de survie d'une semaine dans le désert de Namibie. C'est d'évidence «le défi physique et mental» promis par l'expédition qui a séduit Michaël Youn pour se lancer dans l'aventure. «Aller chercher ses limites, éventuellement les dépasser», déclare-t-il.

Cet «aventurier de la jungle parisienne» comme il se qualifie lui-même a eu envie de se frotter à la réalité du voyage dans «des conditions différentes, sans tour operator, sans palace, sans confort, sans technologie, sans moyen de locomotion, sans vivres, sans eau».

Il y avait aussi l'attrait de la découverte du désert de Namibie

qu'ils ont traversé à pied sur 150 km pour rejoindre la mer, et «se retrouver dans ce paysage magnifique», dit-il. Connaissant le nom de Mike Horn et son parcours, il «savait qu'il allait vivre quelque chose d'exceptionnel».

«J'avais envie d'échanger avec lui pour avancer d'un point de vue personnel», ajoute l'artiste qui n'a pas été déçu en dépit de la difficulté de l'épreuve. «Ce mec est profondément vivant, et si c'était avant tout un stage de survie, cela s'est révélé être un stage de vie».

S'il admet, avec l'humour qui le caractérise, qu'il n'est pas devenu le Dalai Lama en six jours d'expédition, «un petit stage comme ça de temps en temps est une bonne piqure de rappel pour se sentir profondément vivant».

Les conditions étaient pénibles, la soif, la faim, la marche dans une chaleur insupportable, et il s'est révélé être un coéquipier «à la hauteur», a assuré Mike Horn.

Dans un second numéro test qui sera diffusé à la rentrée, Mike Horn emmènera le chanteur M. Pokora, cette fois dans la jungle du Sri Lanka.

L'aventure pourrait ensuite se poursuivre, selon le co-réalisateur et producteur exécutif Jeremy Henriot.

En bref...

ARTE France Cinéma coproduit les prochains films de Philippe Faucon, Nadav Lapid, Andreï Zviaguintsev et Fellipe Barbosa

Le comité de sélection d'ARTE France Cinéma, qui s'est réuni le 17 juin, s'est engagé sur 4 nouveaux projets de longs métrages: «Amin» (Istiqlal Films/ France) de Philippe Faucon ; «Micro Robert» (Les Films des Tournelles (France), Pie films (Israël)) de Nadav Lapid; «Loveless» (Non Stop Production (Russie), Why Not Productions (France), Senator Film Produktion (Allemagne), Les Films du Fleuve (Belgique)) de Andreï Zviaguintsev; et «Gabriel et la montagne» (Damned Films (France), TVZERO (Brésil)) de Fellipe Barbosa. Le tournage de «Micro Robert» est prévu à Paris fin 2016. Celui de «Loveless» à Moscou d'août à octobre 2016, et celui de «Gabriel et la montagne» cet été au Kenya, en Tanzanie, en Zambie et au Malawi.

Orange expérimente la transition de la téléphonie fixe traditionnelle RTC vers la téléphonie fixe IP dans 14 communes du Finistère

Orange expérimente la transition de la téléphonie fixe traditionnelle RTC vers la téléphonie fixe IP dans 14 communes du Finistère. En effet, dans le cadre de la modernisation de ses réseaux, Orange lance une expérimentation afin de préparer la transition des services de téléphonie fixe traditionnelle et Numéris, s'appuyant aujourd'hui sur la technologie RTC (Réseau Téléphonique Commuté), vers la téléphonie fixe en tout IP. Devenue standard mondial, la technologie IP est la plus adaptée aux usages digitaux. Cette expérimentation commencera début 2017 dans 14 communes du Finistère dont Concarneau, Fouesnant et Ergué-Gabéric.

ACCESS

Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

TF1	FOOTBALL EURO 2016 \ ALLEMAGNE - SLOVAQUIE SPORT	5 248 000	33,40%	M21	ZOO LE BABY BOOM DOCUMENTAIRE	212 000	1,10%
2	VIVEMENT DIMANCHE PROCHAIN \ JEAN-PIERRE FOUCAULT TALK-SHOW	2 088 000	12,50%	4	UN GARS UNE FILLE (19 EPISODES) SERIE	274 000	1,50%
3	19-20 JOURNAL REGIONAL JOURNAL REGIONAL	1 868 000	11,30%	17	DE L'OMBRE A LA LUMIERE CONCERT MODERNE	149 000	0,80%
CANAL+	A PIED D'OEUVRE - RUDY FLOCHIN DOCUMENTAIRE	116 000	0,70%	Gulli	IN ZE BOITE JEU	91 000	0,60%
5	ON N'EST PAS QUE DES COBAYES MAGAZINE	168 000	1,00%	6	H \ UNE HISTOIRE DE FAMILLE SERIE	66 000	0,40%
6	66 MINUTES GRAND FORMAT MAGAZINE	1 698 000	10,70%	HD1	LES EXPERTS MANHATTAN \ SANS FAMILLE SERIE	321 000	1,90%
arte	CUISINES DES TERROIRS \ LA LYCIE DOCUMENTAIRE	272 000	1,60%	6ter	KAAMELOTT (20 EPISODES) SERIE	185 000	1,10%
8	PAWN STARS, LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	266 000	1,60%	23	CHASSEUR DE BOLIDES \ CADRE ET RECADRAGES DOCUMENTAIRE	123 000	0,70%
W9	SODA SERIE	298 000	1,90%	RMC	LES CONSTRUCTEURS DE L'EXTREME \ LA 1ERE FOIS DOCUMENTAIRE	184 000	1,00%
tmc	LES MYSTERES DE L'AMOUR SERIE	375 000	1,80%	Chérie 25	DIANE FEMME FLIC \ DEUXIEME VERITE - 1ERE PARTIE SERIE	151 000	0,90%
NTU	SUPER NANNY DOCUMENTAIRE	353 000	1,80%				

PRIME

Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

TF1	FOOTBALL EURO 2016 \ HONGRIE - BELGIQUE SPORT	6 109 000	26,30%	M21	SOS : MA FAMILLE A BESOIN D AIDE MAGAZINE	339 000	1,40%
2	RENOIR FILM	1 982 000	8,50%	4	JEU DE DAMES \ OU ELLES TOUCHENT LE FOND SERIE	207 000	0,90%
3	INSPECTEUR BARNABY \ L'INCIDENT DE COOPER HILL SERIE	3 064 000	12,90%	17	CHICAGO FIRE \ LA TAUPE SERIE	403 000	1,70%
5	LES 100 LIEUX QU'IL FAUT VOIR DOCUMENTAIRE	768 000	3,30%	Gulli	LA PLANETE DES SINGES \ L'ADIEU TELEFILM	254 000	1,10%
6	CAPITAL \ SNACKING PETITE FAIM MAIS GROS BUSINESS MAGAZINE	2 409 000	10,40%	6	RENDEZ-VOUS EN TERRE INCONNUE DOCUMENTAIRE	337 000	1,40%
arte	MONUMENTS ETERNELS \ PETRA CAPITALE DU DESERT DOCUMENTAIRE	462 000	1,90%	HD1	LES EXPERTS MANHATTAN \ REPOSE EN PAIX... SERIE	628 000	2,60%
8	NE NOUS FACHONS PAS FILM	724 000	3,10%	6ter	LE SAINT FILM	366 000	1,60%
W9	LE PACTE DES 7 GROSSESSES \ 1ERE PARTIE TELEFILM	489 000	2,10%	23	17 FILLES FILM	274 000	1,20%
tmc	LE CERVEAU FILM	875 000	3,90%	RMC	TRESORS A L ABANDON \ LIT A BALDAQUIN DOCUMENTAIRE	186 000	0,80%
NTU	LEON FILM	1 102 000	4,80%	Chérie 25	DIANE FEMME FLIC \ LE DERNIER VERRE SERIE	305 000	1,30%

NIGHT

Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

TF1	UEFA EURO 2016 LE MAG MAGAZINE	3 087 000	20,30%	M21	SOS MA FAMILLE A BESOIN D'AIDE MAGAZINE	373 000	2,50%
2	VOUS N'AVEZ ENCORE RIEN VU FILM	264 000	2,60%	4	JEU DE DAMES \ OU ELLES SE FONT DU MAUVAIS SANG SERIE	192 000	0,80%
3	INSPECTEUR BARNABY \ ECHOS DU PASSE SERIE	1 833 000	12,10%	17	CHICAGO FIRE \ DESUNION SERIE	422 000	1,80%
5	LA FRANCE DU BOUT DU MONDE \ LE LANGUEDOC DOCUMENTAIRE	668 000	2,80%	Gulli	LA PLANETE DES SINGES \ A LA RECHERCHE DE LA LIBERTE TELEFILM	115 000	1,00%
6	ENQUETE EXCLUSIVE MAGAZINE	1 627 000	15,10%	6	RENDEZ-VOUS EN TERRE INCONNUE DOCUMENTAIRE	273 000	2,20%
arte	MONUMENTS ETERNELS \ SAINTE SOPHIE DEVOILEE DOCUMENTAIRE	302 000	1,80%	HD1	LES EXPERTS MANHATTAN \ JOYEUX ANNIVERSAIRE JAMES SERIE	563 000	2,50%
8	SOLEIL ROUGE FILM	435 000	3,50%	6ter	STORAGE HUNTERS DOCUMENTAIRE	186 000	1,20%
W9	LE PACTE DES 7 GROSSESSES \ 2EME PARTIE TELEFILM	528 000	3,30%	23	DE BATTRE MON COEUR S'EST ARRETE FILM	59 000	0,50%
tmc	BELMONDO PAR BELMONDO DOCUMENTAIRE	227 000	2,80%	RMC	TRESORS A L'ABANDON \ EGLISE ABANDONNEE DOCUMENTAIRE	150 000	0,60%
NTU	DOOM FILM	333 000	3,70%	Chérie 25	DIANE FEMME FLIC \ SANS HAINE NI VENGEANCE SERIE	325 000	1,60%

AUTRES TV

En part d'audience

84,60%

15,40%

PART D'AUDIENCE HEBDOMADAIRE EN PRIME

Source Médiamétrie

	L	M	J	V	S	D
J			1	2	3	4
u	6	7	8	9	10	11
i	13	14	15	16	17	18
n	20	21	22	23	24	25
	27	28	29	30		



	TF1	
Lun	ESPRITS CRIMINELS \ LE CRI	19,00%
Mar	FOOTBALL EURO 2016 \ CROATIE - ESPAGNE	25,50%
Mer	NEW YORK, UNITE SPECIALE	14,90%
Jeu	ALICE NEVERS, LE JUGE EST UNE FEMME	21,80%
Ven	VENDREDI, TOUT EST PERMIS AVEC ARTHUR	14,60%
Sam	ESPRITS CRIMINELS \ LES LECTRICES	13,30%
Dim	FOOTBALL EURO 2016 \ HONGRIE - BELGIQUE	26,30%

	2	
Lun	DAME DE FEU	10,90%
Mar	TOUS A TOULOUSE : FETE DE LA MUSIQUE	16,20%
Mer	DUEL AU SOLEIL \ LE SENS DE LA FAMILLE	14,90%
Jeu	ENVOYE SPECIAL	10,40%
Ven	RUGBY - CHAMPIONNAT DE FRANCE \ FINALE	16,10%
Sam	LE GRAND SHOW FETE LE CINEMA	9,40%
Dim	RENOIR	8,50%

	3	
Lun	MUSIQUES EN FETE	7,20%
Mar	BROKENWOOD	10,80%
Mer	DES RACINES ET DES AILES \ AU PAYS BASQUE	8,70%
Jeu	LE GAMIN AU VELO	9,30%
Ven	LA LOI DE BARBARA	12,00%
Sam	UN PERE COUPABLE	13,00%
Dim	INSPECTEUR BARNABY \ L'INCIDENT DE COOPER HILL	12,90%

	5	
Lun	SEDUCTIONS ANIMALES	2,20%
Mar	POURQUOI TANT DE BRUIT ?	1,20%
Mer	NOTRE PART ANIMALE \ LE POISSON EN NOUS	1,70%
Jeu	SRI LANKA, L'ILE EMERAUDE	3,00%
Ven	LA MAISON FRANCE 5	3,70%
Sam	ECHAPPEES BELLES	3,00%
Dim	LES 100 LIEUX QU'IL FAUT VOIR	3,30%

	6	
Lun	MAISON A VENDRE	12,60%
Mar	MARIAGES	8,40%
Mer	FOOTBALL EURO 2016 \ SUEDE - BELGIQUE	26,50%
Jeu	SCORPION	12,10%
Ven	NCIS ENQUETES SPECIALES	14,20%
Sam	FOOTBALL EURO 2016 \ CROATIE - PORTUGAL	30,90%
Dim	CAPITAL \ SNACKING PETITE FAIM MAIS GROS BUSINESS	10,40%

	arte	
Lun	WINCHESTER 73	4,50%
Mar	PRINTEMPS 45	2,50%
Mer	LES SOEURS AIMEES	1,30%
Jeu	LES HERITIERS	3,10%
Ven	L'ASSASSIN IDEAL	2,90%
Sam	PAPOUASIE, EXPEDITION AU CŒUR ...	3,00%
Dim	MONUMENTS ETERNELS \ PETRA CAPITALE DU DESERT	1,90%

	8	
Lun	BRAQUAGE A L'ANGLAISE	3,80%
Mar	DR FOSTER	2,40%
Mer	DERRIERE LE POSTE	3,40%
Jeu	TPMP REFAIT L'ANNEE	9,00%
Ven	LE GRAND MATCH RECORDS	1,50%
Sam	BOX AUX ENCHERES	1,20%
Dim	NE NOUS FACHONS PAS	3,10%

	W9	
Lun	PLAN DE TABLE	4,10%
Mar	COYOTE GIRLS	3,90%
Mer	ENQUETES CRIMINELLES	2,20%
Jeu	CELINE POUR TOUJOURS	3,30%
Ven	ENQUETE D'ACTION	3,20%
Sam	LES 30 ANS DU TOP 50 \ VOLUME 2	3,20%
Dim	LE PACTE DES 7 GROSSESSES \ 1ERE PARTIE	2,10%

	tmc	
Lun	FOOTBALL EURO 2016 \ SLOVAQUIE - ANGLETERRE	15,20%
Mar	LES EXPERTS MIAMI	3,40%
Mer	DESTINS BRISES	2,30%
Jeu	CASE DEPART	3,80%
Ven	AGATHA CHRISTIE POIROT	1,90%
Sam	CELINE DION ET RENE : L'HISTOIRE D'UN ...	2,50%
Dim	LE CERVEAU	3,90%

	NT1	
Lun	LES 30 HISTOIRES \ EXTRAORDINAIRES	1,70%
Mar	BEBE MODE D'EMPLOI	3,10%
Mer	PASCAL LE GRAND FRERE	1,90%
Jeu	CONFESSIONS INTIMES	1,30%
Ven	SUPER NANNY - NT1 -	2,80%
Sam	CHRONIQUES CRIMINELLES	1,90%
Dim	LEON	4,80%

	n3	
Lun	CRIMES \ EN PROVENCE	2,30%
Mar	EFFROYABLES JARDINS	1,80%
Mer	BLACKOUT SUR LOS ANGELES \ 1ERE PARTIE	1,20%
Jeu	DRAGON BLADE	3,00%
Ven	FEMMES DE LOI \ AMOUR FOU	1,90%
Sam	MON ENFANT DU BOUT DU MONDE	0,80%
Dim	SOS : MA FAMILLE A BESOIN D AIDE	1,40%

	4	
Lun	ON N'EST PLUS DES PIGEONS	1,10%
Mar	CRIME D'AMOUR	1,70%
Mer	LA DELICATESSE	2,50%
Jeu	TEMOIN GENANT (DAVID BARRETT)	1,60%
Ven	HEARTLESS, LA MALEDICTION	1,30%
Sam	LE MYSTERE DES JUMEAUX	1,70%
Dim	JEU DE DAMES \ OU ELLES TOUCHENT LE FOND	0,90%

	17	
Lun	PAWN STARS, LES ROIS DES ENCHERES	0,90%
Mar	LE ZAP \ FETE LA MUSIQUE	0,70%
Mer	OPERATION MATCHBOX	1,60%
Jeu	JACQUOU LE CROQUANT	1,50%
Ven	AMERICAN PICKERS, CHASSEURS ...	1,20%
Sam	LE ZAP	0,90%
Dim	CHICAGO FIRE \ LA TAUP	1,70%

	gulli	
Lun	BAC + 70	0,90%
Mar	TOTAL WIPEOUT MADE IN USA	0,50%
Mer	L'INSTIT \ LE REVE DU TIGRE	0,90%
Jeu	LES TRIPLETTES DE BELLEVILLE	0,90%
Ven	BARBIE MARIPOSA ET ...	1,60%
Sam	CHICA VAMPIRO, MORTEL D'ETRE ...	0,90%
Dim	LA PLANETE DES SINGES \ L'ADIEU	1,10%

	6	
Lun	MICHAEL JACKSON'S : THIS IS IT	1,10%
Mar	FAIS DANSER LA POUSSIERE	1,00%
Mer	LA TRAQUE DE L'OISEAU BLANC	0,40%
Jeu	FAMILLE D'ACCUEIL \ NEE SOUS X	1,30%
Ven	MEURTRES AU PARADIS	2,00%
Sam	LES AMANTS DE L'OMBRE	1,00%
Dim	RENDEZ-VOUS EN TERRE INCONNUE	1,40%

	HDI	
Lun	A DIX MINUTES DES NATURISTES	2,90%
Mar	SECTION DE RECHERCHES	2,30%
Mer	COUP DE FOUDRE A HARVEST MOON	2,80%
Jeu	L'ATTAQUE DU METRO 123	2,50%
Ven	STEPHEN KING - LA MAISON SUR LE LAC	3,70%
Sam	DIRTY SEXY MONEY	0,60%
Dim	LES EXPERTS MANHATTAN \ REPOSE EN PAIX...	2,60%

	6ter	
Lun	KAAMELOTT L'INTEGRAAL	1,10%
Mar	WITNESS	2,40%
Mer	LE GENTLEMAN CELIBATAIRE	0,80%
Jeu	PERCY JACKSON, LE VOLEUR DE FOUDRE	2,50%
Ven	NORBERT, COMMIS D'OFFICE	1,10%
Sam	STORAGE HUNTERS	1,10%
Dim	LE SAINT	1,60%

	23	
Lun	REVELATIONS \ URGENCES AU SERVICE DE LA VIE	0,70%
Mar	PANIQUE	1,20%
Mer	ALIEN THEORY \ USA UNITED STATE OF ALIENS	0,80%
Jeu	CHASSEUR DE BOLIDES	0,30%
Ven	INK MASTER : LES RIVAUX	0,20%
Sam	NON ELUCIDE	0,80%
Dim	17 FILLES	1,20%

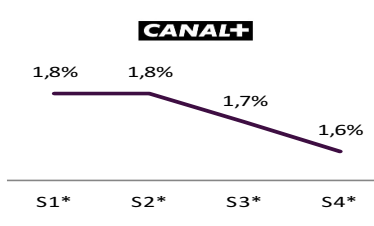
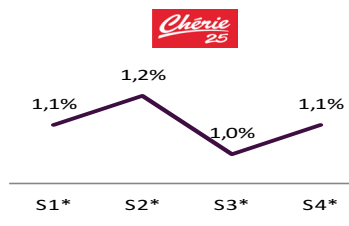
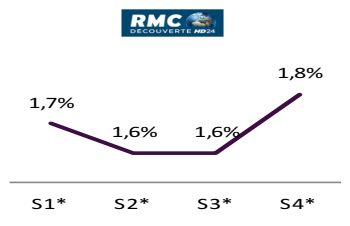
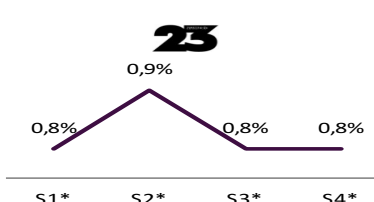
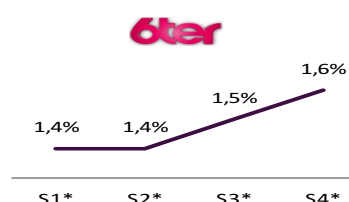
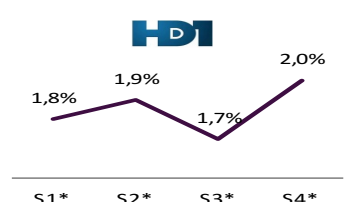
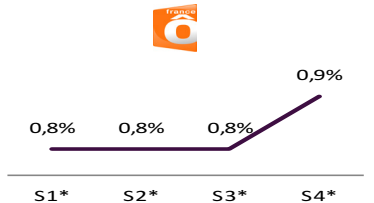
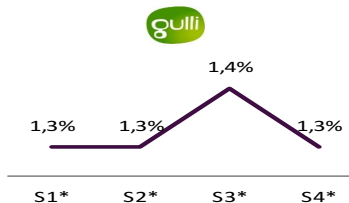
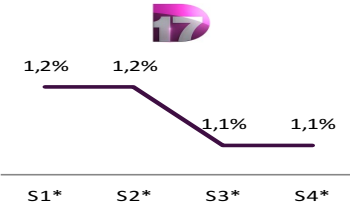
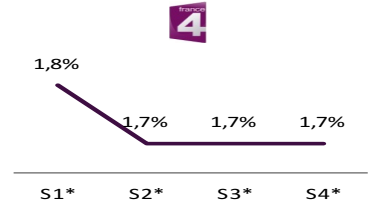
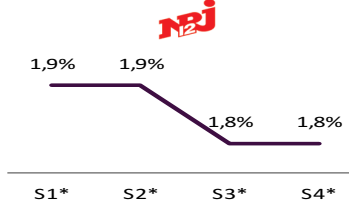
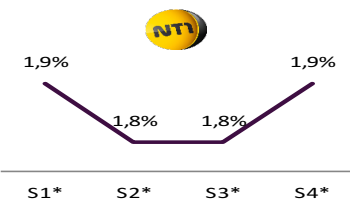
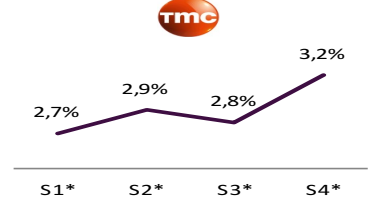
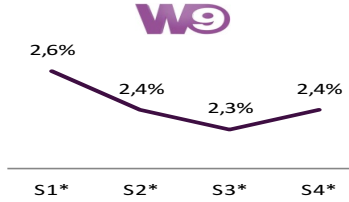
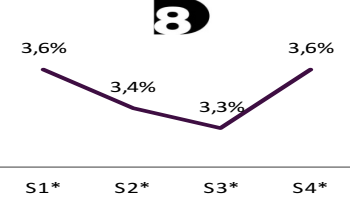
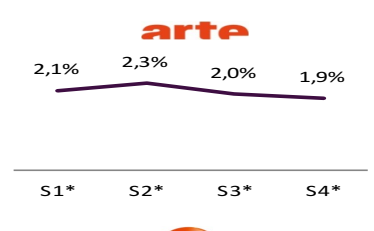
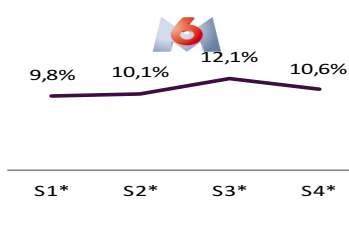
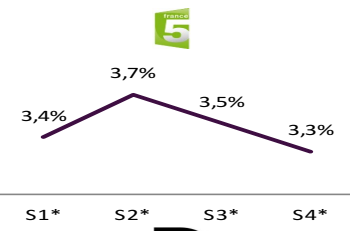
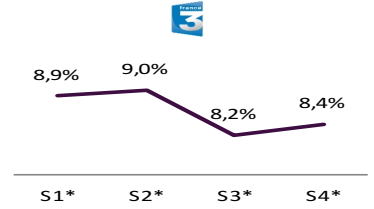
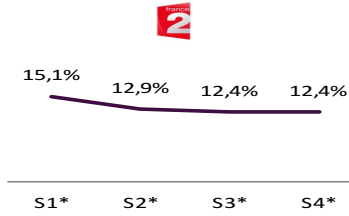
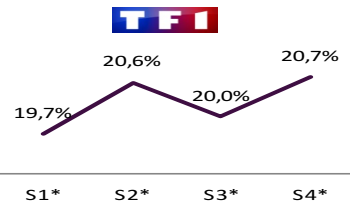
	RMC	
Lun	UN TRESOR SOUS LE CAPOT \ LA SURPRISE	0,70%
Mar	LES SOCIETES SECRETES	1,80%
Mer	TOP GEAR \ RIEN N'EST ASSEZ FOU	0,80%
Jeu	NAVIRES XXL	1,60%
Ven	1939-1945 : LA GUERRE DU PETROLE	2,30%
Sam	LES ROUTES DE L'ENFER : AUSTRALIE	1,40%
Dim	TRESORS A L'ABANDON \ LIT A BALDAQUIN	0,80%

	Chérie 25	
Lun	LA FEMME DE MON POTE	1,40%
Mar	UNE BOUTEILLE A LA MER	1,10%
Mer	WWW. SOEUR THERESE. COM \ SANG D'ENCRE	1,70%
Jeu	INSTINCTS MEURTRIERS	1,40%
Ven	DOLMEN \ SEME EPISODE	0,90%
Sam	LE SECRET DE HIDDEN LAKE	1,70%
Dim	DIANE FEMME FLIC \ LE DERNIER VERRE	1,30%

PART D'AUDIENCE MOYENNE SUR 4 SEMAINES

Source Médiamétrie

	L	M	M	J	V	S	D
M	2	3	4	5	6	7	8
a	9	10	11	12	13	14	15
i	16	17	18	19	20	21	22
	23	24	25	26	27	28	29
	30	31					
J			1	2	3	4	5
u	6	7	8	9	10	11	12
i	13	14	15	16	17	18	19
n	20	21	22	23	24	25	26
	27	28	29	30			



*S1: du 30 mai au 5 juin 2016*S2: du 6 au 12 juin 2016*S3: du 13 au 19 juin 2016*S4: du 20 au 26 juin 2016

AGENDA DES MEDIAS

AUJOURD'HUI	09h00	Association pour la Promotion de l'Audiovisuel La 13ème Journée de la Création TV	Paris - inscription@action-apa.com
JEUDI 30 JUIN	11h30	Lagardère Active Conférence de presse de rentrée des chaînes jeunesse	Paris - Emilie.LEBARBIER@Lagardere-Active.com
	18h00	ARCEP Présentation de l'offre de formation professionnelle 2016 aux métiers de l'audiovisuel et des nouveaux médias	Paris 10ème - hernandez@arcep.fr
VENDREDI 1er JUILLET	09h30	M6 Conférence de presse "Commissariat Central"	Paris 8ème - clemence.langlais@m6.fr
VENDREDI 1er JUILLET	12h30	Equidia Life Conférence à l'occasion des Jeux Olympiques	Paris 16ème - renaud.chazournes@equidia.fr
MARDI 5 JUILLET	08h30	Integral Ad Science Visibilité et qualité média, enjeux et opportunités pour les annonceurs	Paris 18ème - invite@eventbrite.com
	09h00	France 5 Présentation de "La maison des Maternelles à l'antenne à partir de septembre 2016"	Paris 18ème - sally.cisse@francetv.fr
	19h30	Grand Prix de l'Innovation Digitale Remise du Prix	Paris 9ème - rplanas@image7.fr
	19h30	Téva Soirée 20 ans	Paris 16ème - sophie.michard@m6.fr
MERCREDI 6 JUILLET	08h00	10èmes Assises du Très Haut Débit Vers un marché unique du très haut débit?	Paris 7ème - ltordjman@aromates.fr

BOURSE : SECTEUR DES MEDIAS

* Liste non exhaustive

Valeurs	Cours	Var. %	Ouv.	↑	↓	Valeurs	Cours	Var. %	Ouv.	↑	↓
1000MERCIS	37.81 (c)	0.13%	37.76	38.00	37.76	MOBILE NETWORK	0.88 (c)	0.00%	0.90	0.90	0.84
ADLPARTNER	16.10 (c)	1.26%	15.76	16.15	15.76	NETBOOSTER	2.28 (c)	0.00%	2.28	2.28	2.27
EUROPACORP	3.61 (c)	1.69%	3.59	3.68	3.59	NEXTEDIA	0.59 (c)	-1.67%	0.57	0.59	0.57
EUTELSAT COMMUNIC.	15.900 (c)	-0.19%	16.205	16.350	15.725	NRJ GROUP	9.52 (c)	0.00%	9.50	9.56	9.47
GAUMONT	46.29 (c)	0.61%	46.01	46.29	46.01	NUMERICABLE-SFR	25.200 (c)	3.07%	25.090	26.045	25.090
HAVAS	7.373 (c)	3.92%	7.280	7.475	7.275	PRISMAFLEX INTERNA.	8.09 (c)	1.25%	7.99	8.10	7.90
IPSOS	28.76 (c)	2.97%	27.86	28.95	27.86	PUBLICIS GROUPE	62.46 (c)	3.14%	61.64	62.75	61.54
JCDECAUX SA.	34.300 (c)	1.93%	34.435	34.805	34.085	SOLOCAL GROUP	2.949 (c)	0.37%	2.990	3.040	2.938
LAGARDERE SCA N	20.680 (c)	3.71%	20.400	20.760	20.315	SPIR COMMUNICATION	6.00 (c)	-1.48%	6.08	6.08	6.00
LEADMEDIA GROUP	1.05 (c)	1.94%	1.05	1.05	1.04	TF1	11.205 (c)	4.18%	10.980	11.320	10.930
MAKHEIA GROUP	2.37 (c)	0.00%	2.37	2.37	2.37	VIVENDI	16.070 (c)	3.15%	15.980	16.140	15.975
METROPOLE TV (M6)	15.990 (c)	3.03%	15.700	16.090	15.695	XILAM ANIMATION	3.70 (c)	0.27%	3.69	3.70	3.60

MÉDIA+ (@lemediaplus) 123, rue de la Faisanderie - 75116 Paris. Tél. 01 43 59 08 45 / Fax : 01 42 89 22 17 - E-mail : redaction@lemediaplus.com - Site web : www.lemediaplus.com - Média+ est édité par Nore&Press Editions - Direction de la publication : Prescilia Sitbon - Rédactrice en chef : Eléonore Eschemann - En collaboration avec Maxime Guény, Joseph Agostini et Céline Fornali - Directrice commerciale (Abonnement / Publicité) : Prisca Lartigue 06.82.90.63.72 - Graphisme : Julie Monod-Laporte & Valerie Provot

Abonnez-vous à Média+
Pour : 1799 € HT/ an ou 160 € /mois pendant 1 an

Pour encore plus d'informations retrouvez nous sur :

REPRODUCTION INTERDITE

