

iTELE : reconduction de la grève pour un 23e jour d'affilée

Les salariés d'iTELE ont voté mardi la reconduction de leur grève jusqu'à mercredi midi pour un 23e jour d'affilée par 80% des voix (98 favorables, 5 contre, 19 abstentions), ont annoncé les grévistes. Ce vote est intervenu au lendemain d'une proposition de la direction d'amélioration des conditions de départ des salariés qui souhaitent quitter la chaîne.

Après l'annonce de cette proposition, le groupe Canal+ a assuré qu'il n'y avait «quasiment plus de points de blocage» dans les discussions. Mais cette offre ne répond pas aux revendications des grévistes : «les principaux points de blocage restent le départ de Jean-Marc Morandini et l'obtention de garanties d'indépendance pour la rédaction», a déclaré mardi un journaliste de la chaîne. «La direction veut nous briser le moral», a-t-il estimé. «Quand bien même la direction serait hyper généreuse, aucun salarié ne souhaitait partir de cette chaîne à la base», a protesté une autre salariée. A l'arrêt depuis plus de trois semaines, la chaîne d'information en continu ne couvrira pas les élections américaines, la direction ayant décidé d'annuler la «nuit américaine», une décision dont s'est émue sur Twitter la correspondante historique du groupe Canal+ aux Etats-Unis, Laurence Haïm. «On espère tous que ça va se terminer très vite.

Economiquement, financièrement aussi», confiait lundi soir le journaliste d'iTélé Florent Peiffer à Yann Barthès, ancien du groupe Canal+ passé sur TMC. Une cagnotte mise en place pour soutenir les grévistes avait reçu plus de 800 dons mardi en début d'après-midi. Le journaliste Florent Peiffer a également dépeint l'atmosphère pesante de la chaîne: «il y a beaucoup de douleur, il y a des pleurs des fois. On est assez traumatisés». La ministre du Travail Myriam El Khomri, qui a reçu lundi les syndicats d'iTÉLÉ (+Libres, CGT et CFDT), a indiqué que le ministère «pèserait de tout son poids pour inciter les parties à renouer le dialogue social sur des bases sereines» et a convié la direction d'iTELE dans l'optique d'une médiation. Interrogé mardi sur le conflit en cours dans la chaîne d'information de Canal+, Nicolas Sarkozy s'est refusé à donner son opinion sur la grève à iTELE, mais a déclaré souhaiter à la France «beaucoup de chefs d'entreprise de la qualité» de Vincent Bolloré, principal actionnaire de la chaîne. «Vous croyez que je suis un homme qui renie ses amis ?», a lancé l'ancien chef de l'État, interrogé sur Sud Radio et Public Sénat. «Et je souhaite à la France beaucoup de chefs d'entreprise de la qualité de celui-ci (Vincent Bolloré, ndlr), mais je ne donnerai pas mon opinion, ce n'est pas ma responsabilité», a poursuivi le candidat à la primaire de la droite.

INTERVIEWS

Antoine HENRIQUET



Fondateur
et DG d'Ah !
Production

Philippe BAILLY



Président de
NPA Conseil

SOMMAIRE

Etude.....	4
Plus de 4 Français sur 10 veulent désormais pouvoir regarder la tv à la demande, en replay, à l'heure de leur choix	
Actu des chaînes.....	5
BFM Paris : BFMTV lance sa chaîne locale	
Editions	6
La Cnil et le CSA rappellent les règles de pluralisme et protection des données	
Social.....	7
Audiovisuel : les grandes grèves	
Résultats	8
Mediaset enregistre une perte de 88,8 millions d'euros au troisième trimestre	
Résultats	9
M6: recul du c.a. au 3T	
Technologies	10
L'application mobile Tinder lance «Swipe les primaires»	
Aujourd'hui dans le monde.....	11
USA/ Robert Durst : le sulfureux et riche Américain plaide non coupable de meurtre	
Audiences.....	12
Agenda.....	13

ESPACE PROD



Ah ! Production

Entretien avec

Antoine HENRIQUET, Fondateur et Directeur Général

LES DIRIGEANTS
Antoine Henriquet
Fondateur et DG

COORDONNEES
305 Avenue le Jour Se
Lève
Boulogne-Billancourt

DATE DE CREATION
2009

PRODUCTIONS
«Tahiti Quest» (Gulli)
: «La Villa des Cœurs
Brisés» (NT1) ; «La
Folle Histoire de...»

MEDIA +

Nouveau magazine pour France 4 en Prime dès le 1^{er} décembre avec «Le Plein de Sensations». Quelle est votre logistique de production ?

Antoine HENRIQUET

«Le Plein de Sensations» se positionne comme un magazine de divertissement dans lequel trois explorateurs (Carole Tolila, Laurent Maistret et Artus) partent à la découverte de lieux exceptionnels que l'on rêve de visiter en famille. On a fourni à la chaîne 4 émissions de 90'. Dans chacune d'elles, trois destinations différentes par émission aux quatre coins de la planète. C'est assez ambitieux en termes de production pour une émission dédiée à la TNT. Par lieu, cela représente 3 à 4 jours sur place avec 5 ou 6 personnes. Il s'agit d'une logistique importante à mettre en place. Chez Ah! Production, on détient ce savoir-faire sur la TNT. Le secret ultime, c'est la préparation. Notre équipe de casting et de repérage est importante.

MEDIA +

«La Villa des Cœurs Brisés» revient quotidiennement le 21 novembre à 18h35 sur NT1. Qu'en est-il?

Antoine HENRIQUET

Il s'agit d'un gros enjeu pour nous. En production, c'est une équipe de 50 personnes, 2 mois de tournage dans une destination à l'étranger. Sur la 1^{ère} saison, nous étions à 280.000 téléspectateurs en moyenne pour une programmation à 17h30. Nous étions très bons sur les cibles : leader TNT et 3^{ème} chaîne nationale sur les femmes de moins de 50 ans (6,7% de pda). [9,4% sur les 15-25 ans et 8,2% sur les 15-34]. Nouveauté cette année, après la quotidienne, on enchaîne avec «La Villa, le débrief» présenté par Christophe Beaugrand avec Elsa Fayer.

MEDIA +

S'agit-il de votre 1^{ère} télé-réalité en tant que producteur ?

Antoine HENRIQUET

Non, nous avons déjà produit «Giuseppe Ristorante» et «Les Anges Gardiens» pour NRJ12 ainsi qu'«Adam et Eve» pour D8. Cela fait plusieurs années que j'entends dire que la télé-réalité, c'est fini. Mais c'est faux ! Il suffit juste d'en faire un peu différemment. En revanche, les émissions un peu trash ne fonctionnent plus.

MEDIA +

En même temps, vous aviez osé «Adam et Eve» avec des

candidats nus...

Antoine HENRIQUET

C'est un autre genre ! Pour moi il s'agissait davantage d'une expérience autour des sentiments. La nudité dans «Adam et Eve» n'était pas gratuite. Elle permettait aux candidats de se découvrir différemment. C8 ne nous a pas recommandé de numéros même si la moyenne de l'émission était bonne, aux alentours de 800.000 téléspectateurs.

MEDIA +

Et la fiction ?

Antoine HENRIQUET

Nous avons un projet de fiction pour Canal+ avec Jean-Claude Van Damme. Nous devrions repartir avec lui dès qu'il aura terminé son engagement aux Etats-Unis avec Amazon. Notre série s'appelle «J-C 1^{er}» (12X26'). Les épisodes sont écrits. Et dans la série, il devient le premier ministre de la Belgique.

MEDIA +

Parmi les formats créés, parvenez-vous à en vendre ?

Antoine HENRIQUET

Deux pays portent un intérêt très important à «La Villa des Cœurs Brisés». Newen en est le distributeur. «Tahiti Quest» plaît aussi en ready-made.

MEDIA +

L'audience de «Tahiti Quest» saison 3 sur Gulli est en baisse. Avez-vous une explication ?

Antoine HENRIQUET

Cette année, nous n'avons pas été programmés durant les vacances scolaires. Et comme les enfants sont prescripteurs sur ce type de programmes, ça peut avoir un impact sur les audiences. Durant les congés, nous étions montés à 600.000 téléspectateurs.

MEDIA +

Et la production de documentaires ?

Antoine HENRIQUET

Nous fournissons régulièrement à C8 des films de 90' en Prime avec la collection «La Folle Histoire de...». On en a déjà fabriqué une dizaine et on en prépare d'autres. Avec RMC Découverte, nous développons 3 autres films après avoir produit un documentaire de 90' sur la Gare du Nord.

L'ACTU EN QUESTIONS



Philippe BAILLY
Président de NPA Conseil

Le 15 novembre, la 24^{ème} journée NPA Conseil/ Le Figaro coïncidera avec le 15^{ème} anniversaire de NPA Conseil. L'occasion pour le cabinet de publier une nouvelle étude, «Les Français et leur télévision», conduite en collaboration avec l'institut CSA. Les détails avec Philippe BAILLY, Président de NPA Conseil

media+

Quelles nouvelles attentes avez-vous identifiées auprès des téléspectateurs ?

Philippe BAILLY

La télévision est un support autour duquel on continue de se rassembler. Les attentes vis-à-vis du petit écran sont assez similaires par rapport aux années précédentes, à savoir se divertir, s'informer et, dans une moindre mesure, se cultiver. 59% des interviewés estiment que «la télévision permet de passer de bons moments en famille ou entre amis». Le public a une idée assez précise du temps qu'il passe devant l'écran : 3h31' en moyenne selon leurs déclarations, pour une durée réelle de 3h51'. D'autre part, la télévision est un support que l'on aime regarder en linéaire. Les nouveaux services qu'apportent le numérique permettent à la télévision d'être amplifiée et démultipliée. En revanche, le nombre important de rediffusions de films (41% des films proposés en 2014 par les chaînes nationales gratuites avaient déjà été diffusés en 2013) n'est certainement pas indifférent au sentiment de «déjà vu» exprimé par 86% des interviewés. Finalité, le public veut toujours de la télévision, mais avec davantage de confort et de services annexes. Face à l'abondance de programmes, ils ont un regard plus critique. 55% des Français ne sont pas satisfaits de la qualité des programmes.

media+

Les nouveaux programmes ne parvenant pas à s'installer en TV sont-ils victimes d'un public de plus en plus sévère ?

Philippe BAILLY

Prenons l'exemple des après-midis de France 2. Sur cette tranche, le profil du téléspectateur est plutôt âgé, disponible, et ancré dans ses habitudes et repères. A partir du moment où vous changez, dans un même mouvement, 4 émissions avec des incarnants comme Amanda Scott ou Thomas Thouroude qui ne sont pas connus du public de la chaîne, vous créez une double difficulté. Ne valait-il pas mieux les faire apparaître dans d'autres programmes comme co-animateurs pour faire en sorte de les identifier auprès du public ?

media+

Trois Français sur cinq privilégient la diffusion linéaire au replay. Cette tendance peut-elle basculer en faveur du tout replay dans quelques années ?

Philippe BAILLY

L'attachement au flux linéaire reste assez fort. C'est la référence chaque soir lors de la sélection d'un programme, avant de se tourner éventuellement vers d'autres services (replay, SVOD ou autres). Typiquement, les programmes du soir sont ceux que l'on regarde le plus ensemble. Demain, la diffusion linéaire conservera une forte valeur sur certains programmes comme l'info, le sport ou les grands divertissements dans des carrefours tels que l'Access, le Prime et la 2^{ème} partie de soirée. En revanche, la consommation individuelle continuera de progresser en mobilité pendant la journée.

media+

La SVOD a-t-elle tué ou stimulé la TV traditionnelle ?

Philippe BAILLY

Ni l'un ni l'autre. S'il y a une forme de télévision à laquelle la SVOD fait concurrence, ce sont les chaînes thématiques de programmes de stock. Typiquement, une chaîne de documentaires se retrouve avec une promesse assez proche des grands services de SVOD. Au global, on reste sur une consommation de complément par rapport à la télévision, et non pas sur un substitut.

Audiences

TF1 leader lundi en Prime Time avec la nouvelle fiction «La main du mal»

Avec 5.439.000 téléspectateurs pour 22,6% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie, la nouvelle fiction de TF1 «La main du mal» portée par JoeyStarr s'est adjugée la tête du Prime Time lundi 7 novembre. Il s'agit là d'une belle progression comparée au Prime du lundi 31 octobre dernier où l'épisode inédit de «Camping Paradis» avait réuni 4.460.000 fidèles (20,6% de part d'audience), soit presque 1 million d'individus en plus en une semaine.

France 2 se classe deuxième du Prime lundi grâce à la série «Castle»

La série policière «Castle» a permis à la chaîne France 2 de monter sur la deuxième marche du podium lundi 7 novembre en Prime Time. Les deux premiers épisodes diffusés ont rassemblé en moyenne 3.063.000 fidèles, soit 12,1% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie.

M6 : lancement réussi pour «Mariés au premier regard» lundi en Prime

La nouvelle émission de M6 «Mariés au premier regard» a obtenu de bons scores pour son lancement puisque la chaîne a terminé troisième du Prime lundi 7 novembre. Le programme a convaincu 3.027.000 curieux, soit 12,5% de part d'audience, selon Médiamétrie. M6 a également réalisé de bonnes audiences sur les cibles avec 21% de part d'audience sur l'ensemble du public âgé de moins de 50 ans ainsi que 23% de part d'audience sur les femmes de moins de 50 ans responsables des achats.

Etude

Plus de 4 Français sur 10 veulent désormais pouvoir regarder la tv à la demande, en replay, à l'heure de leur choix

Plus de 4 Français sur 10 veulent désormais pouvoir regarder la télévision à la demande, en replay, à l'heure de leur choix, plutôt que dépendre du direct, conclut une étude publiée mardi par le cabinet spécialisé NPA Conseil.

Si plus de la moitié des Français (57%) affirment ne pas avoir modifié leurs habitudes et continuent à regarder la télévision majoritairement en direct, ils sont 35% à la regarder «de moins en moins, au profit de la télévision de rattrapage» et 8% à la regarder de moins en moins au profit des services de vidéo à la demande illimitée, type Netflix.

Chez les jeunes, l'évolution est bien plus marquée: 89% des 15-24 ans apprécient de pouvoir regarder des programmes en replay, 84% sont utilisateurs du multi-écran et 92% des moins de 35 ans surfent parfois sur internet tout en regardant la télé, dont 55% qui en profitent pour commenter les programmes sur les réseaux sociaux.

Les nouveaux services les plus attendus sont le «start over» (la possibilité de voir un programme depuis le début quand il a déjà commencé) (pour 45%), juste devant l'accès à une grande quantité de programmes à la demande (42%). Un quart (25%) souhaite pouvoir voir des contenus dès leur sortie au niveau



mondial. Seuls 9% veulent pouvoir regarder un programme en passant d'un écran à l'autre. Les trois quarts des Français (76%) estiment que la télé a «encore de l'avenir» mais un quart (23%) estime que «c'est plutôt de l'histoire ancienne».

Globalement les deux-tiers se disent attachés à la télévision: 59% jugent qu'elle permet de «passer de bons moments en famille ou entre amis», une opinion partagée par 74% des 15-24 ans.

Cependant, 86% des Français éprouvent un sentiment de «déjà vu» en allumant leur poste, souligne cette étude réalisée auprès de 1.004 personnes en octobre. Un jugement qui reflète le fait que 41% des films diffusés en 2014 par les chaînes nationales gratuites l'avaient déjà été en 2013, note le cabinet NPA, qui fête cette année ses 15 ans.

Parmi les programmes qui intéressent le plus viennent en tête les films (pour 88%), suivis des JT (79%) et des reportages et magazines d'actualité (78%), puis des séries (69%). Loin derrière sont citées les émissions comiques (45%), le sport (43%), les émissions politiques (41%), les jeux TV (36%), les talk-shows (27%) et la télé-réalité 17%.

Audiences

TMC en tête du Prime TNT lundi avec le film «Anges et démons»

Pari gagnant lundi en Prime pour TMC qui misait sur le long-métrage «Anges et démons» porté par Tom Hanks. La chaîne du groupe TF1 a réuni 1.385.000 cinéphiles pour 6,4% de part d'audience, selon Médiamétrie. W9 s'est octroyé la 2ème place grâce au film «Taken» en rassemblant 1.220.000 individus (4,9% de pda). La 3ème et dernière marche du podium revient quant à elle à France 5. La chaîne du service public avait également programmé un film. Le long-métrage intitulé «Le crime était presque parfait» a fédéré 1.216.000 téléspectateurs (4,9% de pda).

TF1 : la rediffusion de «New York, unité spéciale» leader du Night lundi

Diffusé à partir de 22h55 lundi, l'épisode de la série «New York, unité spéciale» intitulé «La même histoire» a été suivi par 1.826.000 fidèles, soit 15,1% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. La fiction policière américaine a ainsi offert la 1ère marche du podium à TF1.

France 5 : nouveau record d'audience pour «C à vous» lundi en Access

Belle performance pour Anne-Sophie Lapix et son équipe puisque «C à vous» a réalisé sa meilleure performance de la saison lundi en Access sur France 5. Diffusée à partir de 19h, l'émission qui recevait comme invités Dominique de Villepin, Jérôme Commandeur, Thierry Lhermitte et Marie-Anne Chazel a convaincu 1.162.000 téléspectateurs soit 5,9% de pda, selon Médiamétrie.

Actu des chaînes

BFM Paris : BFMTV lance sa chaîne locale

BFMTV a lancé lundi soir sa 1^{ère} chaîne d'information locale BFM Paris, qui s'appuiera sur une rédaction très mobile et une matinale tournée vers les services, avec pour 1^{ère} invitée la maire de la capitale, Anne Hidalgo. Le top départ de cette chaîne diffusée sur le canal 30 de la TNT en Ile-de-France a été donné à 18h58 par Aurélie Blonde et Maxime Cogny, les 2 présentateurs de la future matinale, «Bonjour Paris», venus de BFMTV et BFM Business. «Ce lancement est très important car depuis longtemps nous pensions qu'il y avait un manque. On a besoin d'un outil pour promouvoir le dynamisme de notre ville est aussi parler de ses problèmes», a salué Anne Hidalgo, 1^{ère} invitée de la nouvelle chaîne locale. «C'est aussi un atout dans la compétition entre les grandes métropoles mondiales, comme par exemple pour la candidature aux Jeux Olympiques. Nous ne soutenons pas cette chaîne financièrement mais nous lui ouvrirons tous nos lieux», a-t-elle précisé. «Paris a enfin sa chaîne», s'est félicité de son côté le directeur général de SFR Média (propriétaire de BFMTV), Alain Weill, aux côtés de Patrick Drahi lors de la cérémonie de lancement de la chaîne.

Le groupe a voulu créer une chaîne d'info à l'américaine, s'inspirant de News 12, le réseau de télévision new-yorkais récemment racheté par le groupe Altice de Patrick Drahi, propriétaire de SFR Média. M. Drahi a de nouveau confirmé sa stratégie de convergence entre télécoms et médias. Premiers sujets évoqués sur cette chaîne hyperlocale, axée sur les services: la neige qui est tombée sur Paris lundi matin, les 544 km de bouchons autour de la capitale, la météo du lendemain et des précisions sur les commémorations des attentats du 13 novembre. Lundi soir, le lancement a connu quelques petits ratés : un son qui part sans l'image, un duplex interrompu,

et quelques difficultés de communication entre les présentateurs et la régie. BFM Paris avait préparé 1 heure d'émission spéciale pour son lancement. Elle devrait prendre son rythme de croisière dès 6h mardi avec sa 1^{ère} matinale, sur laquelle le groupe mise beaucoup. La matinale «Bonjour Paris» devrait être la principale porte d'entrée vers la chaîne, du lundi au vendredi de 6h00 à 9h00. Un journal tout en images occupe l'écran le reste du temps, en semaine et le week-end. BFM Paris promet d'informer les Franciliens sur l'actualité locale mais aussi sur les conditions météo heure par heure, le trafic, les transports en commun, les résultats sportifs et les sorties culturelles en IDF. Les 37 journalistes de la rédaction, venus en partie des autres médias du groupe, utiliseront principalement un iPhone, placé sur un support et accompagné d'un micro et d'une lampe, pour réaliser leurs reportages et les envoyer par le réseau 4G. BFM Paris est aussi dotée d'un hélicoptère, d'un réseau de caméras dans Paris, et ses journalistes sautent sur un scooter pour arriver au plus vite sur les lieux de reportage. On ne verra toutefois pas d'hélicoptère au-dessus de la tour Eiffel : le survol de Paris et d'une partie de la région reste interdit et l'appareil aux couleurs de la chaîne servira surtout à donner en direct des images du trafic et de la météo en IDF. La chaîne est visible sur internet, sur une application dédiée, et en HD sur le canal 30 de la TNT en IdF, où elle remplace l'autre chaîne du groupe BFM Business Paris, ainsi que sur le canal 49 ou 63 des box SFR et Numericable. Le budget annuel de la chaîne devrait vite passer de 6 à 10 millions d'euros, selon sa direction et ses moyens sont mutualisés avec sa grande soeur BFMTV. BFM Paris affiche l'objectif de devenir avant la fin de l'année la 1^{ère} chaîne locale de France, avec un bassin de population plus large et un budget supérieur aux autres chaînes. Le groupe SFR sera également présent à Toulouse, où il a investi dans la future chaîne locale éditée par TV Sud.

Audiences

France 3 : records pour le «19/20»

Lundi 7 novembre sur France 3, ce sont 3,3 millions de téléspectateurs, soit 18,1% de pda, qui ont suivi les éditions régionales du journal télévisé «Le 19/20», selon les chiffres de Médiamétrie. Il s'agit du meilleur score en nombre de téléspectateurs depuis la rentrée, précise la chaîne dans un communiqué de presse. Avec 3,5 millions de téléspectateurs et 16,4% de pda, l'édition nationale présentée par Carole Gaessler a quant à elle enregistré ses meilleures scores, en nombre de téléspectateurs et en part d'audience, depuis la rentrée.

M6 : «Scènes de Ménages», programme le plus regardé par les téléspectateurs de moins de 50 ans à 20H

Lundi à 20h25 sur M6, la série «Scènes de Ménages» a réuni en moyenne 4,2 millions de téléspectateurs pour une pda de 16% auprès de l'ensemble du public, selon Médiamétrie. «Scènes de Ménages» était lundi le programme le plus regardé dans la case de 20H par les téléspectateurs de moins de 50 ans, avec une pda de 21%, mais aussi par les femmes RdA de moins de 50 ans, avec une pda de 23%.

Paris Première : record d'audience pour «La revue de presse»

Lundi à 20h45, Paris Première diffusait «La revue de presse» en direct. A cette occasion, Jérôme de Verdière et ses acolytes recevaient Hervé Mariton, François Durpaire et Danielle Simonnet. «La revue de presse» a alors réalisé sa meilleure audience depuis 2012 avec en moyenne 308.000 téléspectateurs, selon les chiffres de Médiamétrie.

Editions

La Cnil et le CSA rappellent les règles de pluralisme et protection des données

La Cnil et le CSA rappellent dans un guide commun les règles en matière de pluralisme audiovisuel et de protection des données personnelles, notamment de celles issues des réseaux sociaux, en vue des élections de 2017. Selon la Commission nationale informatique et liberté (Cnil), l'organisation d'élections primaires en amont de la présidentielle «suscite des questions particulières en termes de protection des données». Les formations politiques doivent notamment «assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité» lors de la constitution de fichiers, souligne-t-elle dans le document diffusé mardi. La commission relève par ailleurs le recours désormais massif «aux données à caractère personnel» lors des opérations de prospection politique. Les responsables de traitement doivent «faciliter l'exercice du droit d'opposition des personnes, qui peut s'exercer à tout moment» sans frais

ni motifs particuliers, note-t-elle. En 2015 et 2016, la commission a reçu 154 plaintes dirigées «à l'encontre de partis politiques ou de candidats», dont 112 concernaient la prospection politique. La Cnil rappelle les règles applicables aux logiciels de stratégie électorale utilisés par les partis. Au regard du volume de données disponibles sur les réseaux sociaux, les partis et candidats «doivent porter une vigilance particulière à la protection des données traitées par l'intermédiaire de ces logiciels», souligne-t-elle. La commission rappelle que «la collecte massive de données issues des réseaux sociaux n'est pas légale en l'absence d'information des personnes concernées». Le Conseil supérieur de l'audiovisuel rappelle pour sa part que «le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensées» doit être respecté dans les médias audiovisuels. Pour la présidentielle à venir, «la période au cours de laquelle doit être respecté le principe d'équité entre candidats commence dès le 1er février 2017, et non pas simplement six semaines avant le 1^{er} tour», souligne-t-elle.

Réactions

iTELE: Sarkozy souhaite à la France «beaucoup de chefs d'entreprise de la qualité» de Bolloré

Nicolas Sarkozy s'est refusé mardi à donner son opinion sur la grève à iTELE, mais a déclaré souhaiter à la France «beaucoup de chefs d'entreprise de la qualité» de Vincent Bolloré, principal actionnaire de la chaîne. «Vous croyez que je suis un homme qui renie ses amis ?», a lancé l'ancien chef de l'État, interrogé sur Sud Radio et Public Sénat à propos du conflit entre les salariés et la direction d'iTELE, entré dans sa 4^{ème} semaine. «Et je souhaite à la France beaucoup de chefs d'entreprise de la qualité de celui-ci (Vincent Bolloré, ndlr), mais je

ne donnerai pas mon opinion, ce n'est pas ma responsabilité», a poursuivi le candidat à la primaire de la droite. Il a aussi souligné, à propos de Jean-Marc Morandini, dont les grévistes d'iTELE demandent le départ, qu'«il faut respecter les gens». «Quand j'étais plus jeune, il m'est arrivé de participer à la curée médiatique. (...) Je n'en suis pas fier. Depuis que moi-même j'ai été dans la position du gibier, avant d'être innocenté, d'avoir des non lieux, je me suis juré que plus jamais je ne ferai la même chose», a-t-il développé. «Il faut respecter les autres. Je ne connais pas M. Morandini, je ne sais pas ce qu'il a fait, mais une chose est sûre, c'est qu'avec l'expérience qu'est la mienne de l'injustice de la curée médiatique, plus jamais vous ne me verrez ajouter mon nom à la longue lignée de tous ceux qui donnent leur avis sans savoir».

En bref...

Fip : «La Nuit de la consolation» du dimanche 13 au lundi 14 novembre

Dans la nuit du dimanche 13 au lundi 14 novembre, Fip propose une «Nuit de la consolation» en mémoire des attentats du 13 novembre 2015. De 20h00 à 7h00 du matin, une programmation musicale spéciale sera dédiée à ces événements. L'émission «Club Jazz à Fip» du dimanche 13 novembre sera également consacrée à Paris, avec en invité Frédéric Goaty, directeur de la rédaction de «Jazz Magazine».

TURNER : création d'une nouvelle division «Digital ventures et innovation» pour l'international

TURNER, groupe média d'envergure mondiale, annonce la création d'une nouvelle division en charge de l'innovation digitale au niveau international comprenant EMEA, LATAM et APAC. Aksel van der Wal, actuel Senior Vice President et CFO est promu au poste nouvellement créé d'Executive Vice President, Digital Ventures et Innovation, pour les opérations internationales de Turner à compter du 1er janvier 2017. C'est Trey Turner qui lui succédera au poste de directeur financier pour TURNER International. Trey Turner est actuellement Senior Vice President pour la finance d'entreprise et les fusions acquisitions pour TURNER, il prendra ses nouvelles fonctions à compter du 1er janvier 2017. Basé à Atlanta, Trey Turner reportera à Pascal Desroches, Executive Vice President et Directeur Financier de TURNER, tout en travaillant en étroite collaboration avec Gerhard Zeiler. Il sera responsable de toutes les opérations financières internationales et sera un contributeur actif dans l'élaboration et la mise en œuvre du business et de la stratégie de l'entreprise.

Social

Audiovisuel : les grandes grèves

La grève à iTÉLÉ, qui entrera lundi dans sa quatrième semaine, constitue pour le moment le deuxième plus long conflit dans l'audiovisuel depuis mai 1968, après celui de Radio France, en mars-avril 2015. Mais ces conflits avaient tous concerné des chaînes publiques, contrairement à la grève au sein d'iTÉLÉ, chaîne privée.

- Radio France: 29 jours en 2015 -

Du 19 mars au 16 avril 2015, les syndicats de Radio France, sauf le SNJ et FO, lancent une grève illimitée, craignant un sévère plan d'économies et des réductions d'emplois. C'est la plus longue grève de l'histoire du groupe.

- Médias publics: 22 jours en 1979 -

TF1 (alors publique), Antenne 2 (qui s'appellera plus tard France 2), FR3 (devenue France 3) et Radio France sont en grève de solidarité du 7 au 28 février 1979 après l'annonce de 424 licenciements à la Société française de production (SFP). Les perturbations se poursuivront à la SFP jusqu'au 30 mars.

- Radio France: 19 jours en 2005 -

Du 4 au 22 avril 2005, ouvriers et agents administratifs de Radio France observent une grève pour obtenir des augmentations de salaires, perturbant les programmes des différentes antennes.

- Radio France: 18 jours en 2004 -

Du 27 janvier au 13 février 2004,

les journalistes de Radio France sont en grève pour obtenir un alignement de leurs salaires sur ceux du groupe public France Télévisions.

- Radio France: 16 jours en 1994 -

Du 12 au 27 octobre 1994, les salariés de Radio France observent un arrêt de travail contre les disparités de salaires avec France 2 et France 3.

- France 3: 12 jours en 1997 -

Du 2 au 13 décembre 1997, les salariés de France 3 observent une grève de douze jours contre la stratégie générale de la chaîne et les disparités salariales avec le personnel de France 2.

- Antenne 2: 11 jours en 1975 -

Du 12 au 22 décembre 1975, les journalistes d'Antenne 2 sont en grève pour des revendications de promotions et salaires.

- 1968: record de 57 jours -

Tous ces conflits, par leur durée, se situent cependant loin derrière des sept semaines de grève à l'ORTF, du 17 mai au 12 juillet 1968, dans le cadre du mouvement de contestation générale en France. Parmi les multiples revendications figuraient l'abrogation de la loi du 27 juin 1964 créant l'Office de la radiodiffusion-télévision française (ORTF), la préparation d'un nouveau statut lui donnant une large autonomie et la création d'un «Comité des sages», dont les membres doivent veiller à l'objectivité de l'information. A la suite de la grève, dans le cadre d'une restructuration, une centaine de journalistes seront mutés ou licenciés.

En bref...

France 3 : le commissaire Magellan reprend du service dès le 26 novembre à 20h55

Le commissaire Magellan fait son retour sur France 3 avec de nouveaux épisodes de la série «Magellan» à partir du samedi 26 novembre à 20h55. Au casting, Jacques Spiesser, Selma Kouchy, Bernard Alane, Nathalie Besançon et Carole Richert, Elodie Varlet.

France TV : Europa-Park à l'honneur sur France 4 et France 3 en décembre

En cette fin d'année 2016, Europa-Park est à l'honneur sur France 4 et France 3 dans deux émissions familiales. Le 1er décembre à 20h55, le nouveau magazine de France 4 «Le plein de sensations» invite les téléspectateurs à découvrir Europa-Park. Huit à dix jours avant Noël sur France 3, Jamy Gourmaud et Myriam Bounafaa invitent les téléspectateurs à Europa-Park à percer les secrets des grands huit dans l'émission «Le monde de Jamy». Comment sont conçues ces attractions à sensations fortes? Quels effets ont-elles sur notre corps ? Les 2 animateurs jouent les cobayes et testent les grands huit emblématiques du parc de loisirs.

Planete+ : Christian Karembeu dans «Tribu XXI» dès le 30 novembre en Prime

L'ancien footballeur Christian Karembeu partira à la découverte de différentes tribus vivant loin du monde moderne dans l'émission «Tribu XXI» dès le 30 novembre à 20h55 sur Planete+. Le champion du Monde 98 entrera en immersion parmi diverses communautés au Kenya, en Ethiopie ou encore en Indonésie afin de découvrir leur quotidien ainsi que les particularités de leurs cultures.

Résultats

Mediaset enregistre une perte de 88,8 millions d'euros au troisième trimestre

Le groupe italien de télévision Mediaset, propriété de la famille du magnat Silvio Berlusconi, a annoncé mardi avoir enregistré une perte de 88,8 millions d'euros au troisième trimestre, soit 28,6 millions de plus qu'un an plus tôt. Cette perte est globalement en ligne avec les attentes des analystes, qui prévoyaient -90 millions d'euros selon le consensus Factset Estimates.

Pour l'Ebit, la perte s'est aussi creusée, à -64,6 millions d'euros, contre -54,6 millions au troisième trimestre 2015. La dette du groupe s'est également aggravée, à 1,123 milliard d'euros contre 859,4 millions fin 2015. Le chiffre d'affaires consolidé est en revanche stable à 693,3 millions d'euros.

Le groupe est actuellement engagé dans un contentieux avec Vivendi, qui a dénoncé le contrat signé le 8 avril au sujet de la chaîne de télévision payante Mediaset Premium. L'accord stratégique prévoyait la prise de contrôle par Vivendi de 100% de Mediaset Premium et un échange de participations de 3,5% entre les groupes français et italien. Mais le 25 juillet, Vivendi a annoncé renoncer au rachat de 100% de Premium, émettant des doutes concernant ses résultats futurs: il a proposé à la place de racheter 20% du bouquet et de prendre une participation de 15% dans Mediaset, une proposition rejetée par le groupe de Silvio Berlusconi.

Le ton est depuis vivement monté,

Mediaset engageant plusieurs actions en justice pour obtenir la mise en oeuvre du contrat qu'il juge «liant». Le groupe italien a engagé une première procédure en août, réclamant à Vivendi 50 millions d'euros pour chaque mois de retard dans l'application du contrat.

La première audience dans ce dossier est fixée au 21 mars 2017. Et le 12 octobre, Mediaset a encore durci le bras de fer en demandant la mise sous séquestre de 3,5% du capital de Vivendi, soit la part qui devait lui revenir en vertu de l'accord. La première audience est prévue le 23 novembre à Milan.

Dans son communiqué mardi, Mediaset a indiqué avoir subi 50 millions d'euros de dépenses extraordinaires entre le 8 avril et le 30 septembre en raison du différend. Il a souligné qu'alors qu'«à la fin du premier semestre les résultats de (Mediaset Premium) montraient une performance opérationnelle en ligne avec le budget de cette période, le troisième trimestre a été lourdement affecté par le fait que Vivendi ne respecte pas le contrat signé».

Selon le groupe italien, Premium a vu son chiffre d'affaires progresser de seulement 5% au troisième trimestre, contre 16% durant les six premiers mois de l'année.

Selon Mediaset, cela s'explique d'une part par l'incapacité à agir durant la période de «management intérimaire» qui prévoyait que les décisions soient prises conjointement entre Vivendi et Mediaset, et d'autre part par les décisions éditoriales qui avaient été conseillées par le groupe français et ont eu un impact sur les coûts.

En bref...

E! : «Chirurgie à tout prix : l'espoir à domicile» dès le 2 décembre

Chaque vendredi dès le 2 décembre à 21h40, la chaîne E! diffusera la nouvelle émission «Chirurgie à tout prix: l'espoir à domicile» (8x45', Evolution Media Production). Ce programme, spin-off de «Chirurgie à tout prix», suivra les chirurgiens esthétiques Terry Dubrow et Paul Nassif qui vont parcourir les Etats-Unis à la rencontre de personnes défigurées de naissances ou victimes d'accidents traumatiques afin de les libérer de leur mal-être.

Discovery Science s'intéresse aux mystères de l'espace dès le 14 novembre avec «Phénomènes vus de l'espace»

A partir du lundi 14 novembre à 20h45, la chaîne Discovery Science proposera le nouveau programme inédit «Phénomènes vus de l'espace» (6x60'). A près de 30.000 km/h, nombreux sont les satellites qui gravissent autour de la Terre enregistrant nombres de données. Ils capturent notamment des clichés de notre chère planète révélant son extraordinaire beauté ou ses nouveaux secrets : une base secrète en Chine, la localisation du jardin d'Eden, des anneaux de sables dans le désert namibien, une cité perdue dans la jungle amazonienne... En utilisant une technologie de pointe et une perspective inédite, les satellites sont en mesure de révéler l'insoupçonné !

CSA/ Radio France : modifications techniques

Le CSA a autorisé des modifications techniques pour les stations de de Radio France diffusées à Prayssac (Lot), Ispagnac (Lozère), Saint-Jean-Pied-de-Port (Pyrénées-Atlantiques) et Pontrioux (Côtes-d'Armor).

Résultats

M6: recul du c.a. au 3T

Le groupe de télévision M6 a vu son c.a. reculer de 1,3% au 3T à 261,7 millions d'euros, plombé par ses diversifications. Les recettes publicitaires des chaînes gratuites continuent à progresser légèrement de 0,7% «dans un marché incertain et caractérisé par une grande prudence des annonceurs après un premier semestre dynamisé par le contexte de l'Euro 2016», selon un communiqué du groupe. La pda de la chaîne M6 a progressé sur ce trimestre à 10,6% (+0,6 point), tandis que sur le segment convoité des femmes de moins de 50 ans, elle gagne 0,9 point à 16,9%. Le c.a. non publicitaire du groupe baisse de 6,8% à 90,8 millions d'euros entraîné par le recul de la contribution de l'opérateur télécoms M6 Mobile et une diminution des recettes du club de football des Girondins de Bordeaux de 2,8 millions d'euros. Conformément à un accord passé avec Orange, qui doit reprendre les abonnés M6 Mobile à l'horizon juin 2019, la contribution de l'opérateur diminue de 5 millions

d'euros à 4,6 millions sur le trimestre. Le c.a. de M6 Web, hors M6 Mobile, progresse de 12,4% à 16,2 millions d'euros, tandis que celui du pôle vente à distance (Ventadis) progresse de 0,9%. Le groupe affiche une progression de son résultat opérationnel courant (Ebita) de 2% à 31,1 millions d'euros de juin à septembre. Au-delà de l'effet de l'Euro 2016 qui a contribué de façon marginale aux performances du 3T avec 3 matchs, «la performance d'audience se renforce et on la transforme en performance financière», a souligné le directeur financier du groupe Jérôme Lefébure. Sur 9 mois, M6 affiche une progression de son c.a. de 1,3% à 907,2 millions d'euros, tandis que son résultat opérationnel courant progresse de 34 millions d'euros à 167,1 millions. Le responsable s'est dit satisfait de l'évolution en Bourse de M6, dont la capitalisation surpasse désormais celle de TF1. «M6 est l'une des seules valeurs de la télévision restées stable en Bourse. Cela signifie que l'actionnariat a confiance dans notre stratégie», a souligné M. Lefébure.

Résultats

NRJ Group: c.a. en recul au 3T

Le groupe français de médias NRJ Group a vu son c.a. reculer de 5,8% au 3T entraîné par une chute des revenus de son pôle TV qu'il peine à redresser, mais aussi des revenus des radios. Le groupe propriétaire des radios NRJ, Chérie FM, Nostalgie et des chaînes de télévision NRJ 12, Chérie 25 et NRJ Hits a publié mardi un c.a. de 83,3 millions d'euros au 3T, contre 88,4 millions un an plus tôt, selon un communiqué. Le pôle Média musicaux et événementiel a affiché des revenus en baisse de 4,2% à 44,8 millions d'euros. NRJ Group souligne que cette baisse est «principalement liée à l'activité radio, celle-ci enregistrant un recul de plus de 6% des revenus publicitaires nationaux, du fait des mesures d'audience

inexactes» liées aux pratiques de Fun Radio (RTL/Bertelsmann) dénoncées par ses concurrents. «Le comportement fautif de Fun Radio pénalise significativement les recettes publicitaires de l'activité radio de NRJ Group, depuis le début de l'année 2016, notamment au cours du 3^{ème} trimestre 2016», insiste le groupe. Le pôle TV, en difficulté, voit ses revenus reculer de 4,2% à 18,4 millions d'euros. Les revenus pub TV ont été marqués «par un fort recul en septembre, tendance qui ne se poursuit pas sur le mois d'octobre», nuance le groupe. Les activités internationales ont dégagé un c.a. en hausse de 2,5% à 8,2 millions d'euros, porté par l'Allemagne, principal pays contributeur. Le pôle diffusion affiche un c.a. en recul de 13 millions d'euros «en retrait, comme attendu, de 16,7% suite à l'arrêt de la diffusion par towerCast» de 2 multiplexes.

En bref...

Fun Radio : nouvelle campagne de communication

Fun Radio lance une nouvelle campagne de communication massive, TV et Digitale, à partir du samedi 12 novembre. Le nouveau spot TV (20'') sera diffusé sur les principales chaînes hertziennes et TNT (M6 – TF1 - W9 et câble) ainsi que sur les principales plateformes digitales (YouTube, Facebook, ...) et sur les sites web en adéquation avec l'univers de Marque Fun Radio. Ce spot met en scène les auditeurs de Fun Radio ayant participé à une opération mise en place sur l'antenne et le digital Fun Radio. Elle consistait à inviter les auditeurs à partager leurs photos les plus «Fun» sous le #AmbassadeurFunRadio. Cette campagne met également en avant des artistes emblématiques de la station : David Guetta, Black M ...

Orange Cash disponible sur l'iPhone

Depuis le 8 novembre, les clients d'Orange Cash en France métropolitaine peuvent payer leurs achats du quotidien avec leur iPhone (compatible avec l'ensemble des modèles d'iPhone à partir de l'iPhone 6) ou avec leur Apple Watch. En effet, Orange confirme son engagement dans le paiement mobile en intégrant la plateforme de paiement mobile Apple Pay dans son application Orange Cash.

téva : «Devious Maids» saison 4 inédite dès le 20 novembre

Chaque dimanche à 20h45 dès le 20 novembre, téva proposera la saison 4 inédite de la série «Devious Maids». Inspirée d'une telenovela mexicaine et produite par Eva Longoria, «Devious Maids» raconte le quotidien de domestiques hispaniques au service des nantis de Beverly Hills.

Technologies

L'application mobile Tinder lance «Swipe les primaires»

L'application mobile Tinder, qui permet de se chercher un partenaire amoureux d'un simple glissement de doigt, ou «swipe», lance mardi en France l'opération «Swipe les primaires», espérant ainsi rapprocher les jeunes de la politique. Tinder propose lors d'une 1^{ère} phase à ses utilisateurs de trouver le candidat de la droite et du centre qui leur correspond le mieux et prévoit de réitérer l'opération avec les primaires de gauche et avant l'élection présidentielle en 2017. Les utilisateurs de Tinder, souvent des «millennials» (nés dans les années 2000) se voient proposer de répondre à une série de questions d'actualité en lien avec les programmes et propositions des sept candidats à la primaire, comme: est-ce que tout le monde doit payer des impôts ? ou : faut-il interdire les signes religieux dans les lieux publics ? En fonction de leurs réponses les utilisateurs voient apparaître le candidat dont ils seraient le plus proche. A la fin de l'opération, ils sont redirigés vers une

vidéo pédagogique de l'association Voxe.org qui explique comment voter, les enjeux du scrutin et fournit un comparateur de programme. «Nous voulons encourager nos utilisateurs, les millenials, à aller voter», a expliqué Matt David, vice-président pour les affaires publiques du groupe Match.com, maison-mère de Tinder. «Nous avons crû de 85% en 2015 en France et nous avons le sentiment que c'est important en tant que compagnie d'être responsable en mobilisant et éduquant notre base d'utilisateurs», a-t-il noté dans une interview par téléphone. Tinder assure ne pas espérer de retombées commerciales de l'opération mais il devrait bénéficier d'une hausse de l'«engagement» ou de l'activité de ses utilisateurs lors de cette opération, et pourrait bénéficier aussi de sa publicité, notamment sur les réseaux sociaux. Tinder avait lancé une opération «Swipe the vote» pour les élections américaines à laquelle 150.000 personnes avaient participé dans 15 pays, puis au Royaume-Uni avant le référendum sur le Brexit. La France est le 2^{ème} marché de Tinder en Europe, après le Royaume-Uni. L'application revendique 45 millions de «swipes» par jour dans l'Hexagone.

CSA

CSA/ émission «On n'est pas couché» du 16 avril 2016 : réponse au plaignant

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a été saisi au sujet de propos tenus par un des chroniqueurs de l'émission «On n'est pas couché» diffusée le 16 avril 2016 sur France 2. Le plaignant condamnait notamment l'usage inapproprié du mot «nègre». Après examen de la séquence, le CSA a estimé que le terme avait été employé par le chroniqueur dans le cadre d'une

démonstration du caractère choquant, selon lui, d'une décision récente d'un conseil des prud'hommes. L'utilisation, volontaire, de ce terme outrancier s'inscrivait dans cette démonstration et n'avait manifestement pas de caractère discriminatoire. Le groupe France Télévisions n'a donc pas manqué à ses obligations en matière de respect de droits et libertés. Le CSA a répondu en ce sens au plaignant, tout en l'assurant de la constante implication du Conseil en matière de promotion de la diversité et de lutte contre les discriminations sur l'ensemble des chaînes de télévision ou de radio.

En bref...

CSA/ RNT : expérimentation de diffusion depuis l'Est parisien

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a autorisé la société Towercast à procéder à une expérimentation de diffusion de radio numérique terrestre de sept stations de Radio France depuis le site des Mercuriales, situé à proximité de la Porte de Bagnolet à Paris, du 29 juin 2016 au 28 mars 2017. Il a informé la société Radio France, ainsi que le ministère de la Culture et de la Communication, de cette décision.

Marché publicitaire : activité négative dans le secteur de la presse

Le marché publicitaire en presse accuse une baisse de - 3,5% dont la moitié est engendrée par le repli simultané de la mode et de l'alimentation, selon le baromètre mensuel «AdTrends, Septembre 2016» de Kantar Media. Les enseignes généralistes renforcent leur présence sur le média sans pouvoir inverser la tendance.

13^{ème} RUE partenaire du Film Noir Festival

La chaîne 13^{ème} RUE est partenaire de la 4^{ème} édition du Film Noir Festival qui se déroulera les 9 et 10 novembre 2016 au cinéma Le Casino à Albert. Depuis 2013, l'association «Les Alibis» organise ce festival sur le thème du Film Noir, genre cinématographique largement inspiré par les auteurs de roman noir Dashiell Hammett ou encore Raymond Chandler. Dans le cadre de la compétition internationale de courts métrages, plus de 30 films de jeunes réalisateurs seront présentés. Pour cette nouvelle édition, 13^{ème} RUE s'associe au Jury des Professionnels pour décerner le Grand Prix Film Noir Festival 2016.

Télévision

USA/ Robert Durst : le sulfureux et richissime Américain plaide non coupable de meurtre

Le sulfureux et richissime Américain Robert Durst a été inculpé lundi pour le meurtre en 2000 de son amie Susan Berman, qu'il nie avoir commis, une affaire rappelée aux souvenirs du grand public par une série d'HBO.

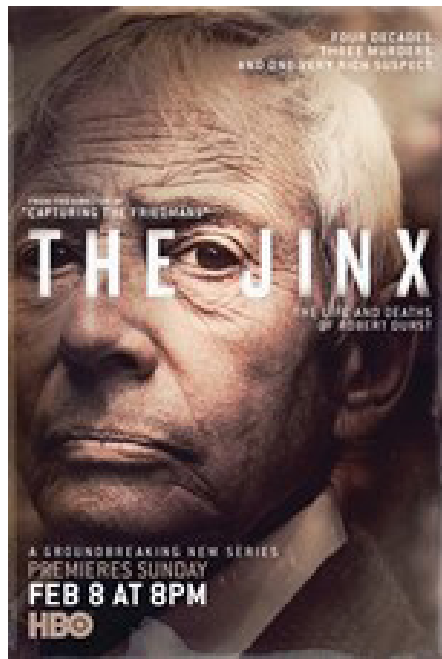
L'héritier d'une fortune acquise dans l'immobilier new-yorkais, estimée à 4,4 milliards de dollars, a plaidé non coupable lors d'une audience dans un tribunal de Los Angeles. «Je n'ai pas tué Susan Berman», a-t-il affirmé d'une voix rauque, après être arrivé au tribunal en chaise roulante, une minerve autour du cou.

Les procureurs ne prévoient pas de requérir la peine de mort même si les chefs d'accusation d'assassinat et meurtre d'un témoin formellement présentés lundi auraient pu le permettre.

Robert Durst avait été transféré à Los Angeles la semaine dernière en provenance de Louisiane, où il avait été condamné à sept ans de prison en avril pour possession illégale d'arme.

Susan Berman, grande amie de l'accusé et fille d'un mafieux, avait été tuée d'une balle à l'arrière de la tête dans sa maison de Beverly Hills en 2000 juste avant Noël, à la veille de témoigner dans le cadre de la disparition de Kathleen Durst, première femme de Robert Durst.

Ce dernier est également un suspect dans cette disparition non élucidée survenue en 1982, même s'il n'a jamais fait l'objet de poursuites. Le



multi-millionnaire de 73 ans a en revanche admis avoir tué et découpé le corps d'un voisin lorsqu'il vivait à Galveston, au Texas. Il avait été acquitté après avoir plaidé la légitime défense. Il avait été arrêté en mars 2015 à la veille de la diffusion du dernier épisode d'un documentaire biographique qui en comptait six, diffusé par la chaîne HBO.

Dans «The Jinx: The Life and Deaths of Robert Durst», il semblait faire un aveu involontaire, se murmurant à lui-même alors qu'il était aux toilettes et que son micro sans fil était toujours allumé: «Qu'est-ce que j'ai fait ? Je les ai tous tués, évidemment».

Dans le dernier épisode de «The Jinx», M. Durst était aussi confronté à la similitude entre deux écritures, l'une sur l'enveloppe d'une lettre qu'il avait envoyée à Susan Berman en 1999 et l'autre sur une lettre anonyme envoyée à la police de Beverly Hills en décembre 2000 indiquant où se trouvait le corps de Mme Berman. Les deux enveloppes comportent la même faute d'orthographe, «Beverley» au lieu de «Beverly».

En bref...

MYTF1 leader sur l'IPTV en octobre 2016

En octobre, selon Médiamétrie, 10,2 millions de visiteurs uniques ont consulté MYTF1 sur l'IPTV. MYTF1 conserve ainsi sa place de leader sur le marché de la vidéo en replay. En moyenne, la plateforme compte ce mois-ci 1,1 million de VU par jour. Sur les 20 millions d'adeptes de l'IPTV, plus de la moitié se retrouvent chez TF1. Le profil de ces utilisateurs est plutôt féminin. Il se compose à 66% de femmes, plus de 50% sont âgés de 25 à 49 ans, les 2/3 sont des actifs et à plus de 50 des CSP+.

AFP : nomination de Pedro Ugarte

Pedro Ugarte est nommé responsable Photo de l'AFP pour la région Amérique Latine. Ce Chilien a couvert l'Amérique centrale et latine pour l'AFP à partir de 1991. En 2001, il devient chef de la Photo à Nairobi. En 2003, il devient Responsable Photo pour Israël et les Territoires Palestiniens à Jérusalem. En 2007, il rejoint New Delhi pour occuper le poste de responsable Photo pour l'Asie du sud jusqu'à l'été 2011 où il devient responsable Photo pour toute la région Asie-Pacifique, basé à Hong Kong.

Les chaînes dédiées aux films et aux séries représentent 61 % de tous les services à la demande payants en Europe

Les films et les fictions télévisées sont indiscutablement le principal moteur des services à la demande. Les services à la demande payants dédiés aux films et aux séries télévisées représentent les 2/3 de l'ensemble des services à la demande payants en Europe, contre seulement 14% des chaînes de télévision, selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel.

ACCESS

En part d'audience

TF1	BIENVENUE A L'HOTEL DOCUMENTAIRE	3 097 000	16,10%
2	N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES JEU	1 944 000	11,40%
3	19-20 JOURNAL REGIONAL JOURNAL	3 348 000	18,10%
CANAL+	LE GRAND JOURNAL CANAL+ MAGAZINE	150 000	0,70%
5	C A VOUS MAGAZINE	1 162 000	5,90%
6	OBJECTIF TOP CHEF JEU	1 809 000	10,20%
arte	LA COTE EST DES ETATS-UNIS DOCUMENTAIRE	623 000	3,20%
G 8	IL EN PENSE QUOI CAMILLE MAGAZINE	466 000	2,90%
W9	LES MARSEILLAIS ET LES CH'TIS VS LE REST DOCUMENTAIRE	442 000	2,30%
TMC	QUOTIDIEN 1ERE PARTIE MAGAZINE	805 000	4,00%
NT1	SECRET STORY \ LA DEMI FINALE JEU	606 000	3,30%

M6	INDISCRETIONS MAGAZINE	82 000	0,40%
4	UNE SAISON AU ZOO DOCUMENTAIRE	265 000	1,30%
G STAR	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	247 000	1,30%
Gulli	FRANKY \ LA NAISSANCE DE FRANKY SERIE	333 000	1,70%
6	PASSION DECOUVERTE MAGAZINE	43 000	0,20%
HD	URGENCES \ DANS LA MELEE SERIE	305 000	1,50%
6ter	MODERN FAMILY \ TANTE MAMAN SERIE	122 000	0,70%
23	SUPER VETERINAIRE DOCUMENTAIRE	229 000	1,10%
RMC	SEULS FACE A L'ALASKA DOCUMENTAIRE	338 000	1,70%
Chérie 25	TOUS POUR UN MAGAZINE	245 000	1,20%

PRIME

En part d'audience

TF1	LA MAIN DU MAL \ 1ERE PARTIE TELEFILM	5 439 000	22,60%
2	CASTLE \ UN HOMME A FEMMES SERIE	3 467 000	13,20%
3	EN MER CONTRE DAECH DOCUMENTAIRE	2 021 000	8,00%
5	LE CRIME ETAIT PRESQUE PARFAIT FILM	1 216 000	4,90%
6	MARIES AU PREMIER REGARD DOCUMENTAIRE	3 027 000	12,50%
arte	MONSIEUR SMITH AU SENAT FILM	661 000	2,80%
G 8	TPMP CA CONTINUE MAGAZINE	1 478 000	5,60%
W9	TAKEN FILM	1 220 000	4,90%
TMC	ANGES ET DEMONS FILM	1 385 000	6,40%
NT1	APPELS D'URGENCE MAGAZINE	424 000	1,60%

M6	CRIMES \ SPECIALE - UN MEURTRIER DANS LA FAMILLE MAGAZINE	513 000	2,00%
4	MONTREUX COMEDY FESTIVAL 2015 HUMOUR	384 000	1,60%
G STAR	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	227 000	0,90%
Gulli	LE PRINCE ET MOI A LA RECHERCHE DE L'ELEPHANT SACRE TELEFILM	144 000	0,60%
6	SUSPICION FILM	312 000	1,30%
HD	DR HOUSE \ L'ERREUR EST HUMAINE SERIE	365 000	1,40%
6ter	EN FAMILLE SERIE	247 000	1,00%
23	REVELATIONS \ MEDECINS DU CIEL MAGAZINE	183 000	0,70%
RMC	WHEELER DEALERS FRANCE DOCUMENTAIRE	309 000	1,20%
Chérie 25	NE NOUS FACHONS PAS FILM	647 000	2,70%

NIGHT

En part d'audience

TF1	NEW YORK UNITE SPECIALE \ LA MEME HISTOIRE SERIE	1 826 000	15,10%
2	CASTLE \ UN BUZZ FOUROYANT SERIE	2 652 000	10,80%
3	DES FRANCAIS FACE A LA RADICALISATION DOCUMENTAIRE	1 011 000	5,70%
5	C DANS L'AIR MAGAZINE	515 000	3,70%
6	MARIAGES MIXTES QUAND L'AMOUR TRIOMPHE D DOCUMENTAIRE	1 229 000	12,80%
arte	QUI ETES-VOUS ELEANOR ROOSEVELT DOCUMENTAIRE	304 000	2,80%
G 8	HUGO CABRET FILM	796 000	3,90%
W9	THOR LE MONDE DES TENEBRES FILM	532 000	4,40%
TMC	LEON FILM	297 000	5,30%
NT1	APPELS D'URGENCE MAGAZINE	381 000	1,80%

M6	CRIMES \ DANS LE PAS-DE-CALAIS MAGAZINE	495 000	4,50%
4	GRAND GALA D'HUMOUR FRANCE 4 HUMOUR	229 000	2,60%
G STAR	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	199 000	0,80%
Gulli	PRINCE ET MOI 3 LUNE DE MIEL A LA MONTAGNE TELEFILM	65 000	0,60%
6	JACKIE BROWN FILM	163 000	1,70%
HD	DR HOUSE \ UNE MERE A CHARGE SERIE	358 000	1,50%
6ter	EN FAMILLE SERIE	190 000	1,50%
23	REVELATIONS \ POLICE PARISIENNE MAGAZINE	123 000	1,10%
RMC	WHEELER DEALERS FRANCE DOCUMENTAIRE	311 000	1,30%
Chérie 25	THE QUEEN FILM	57 000	0,70%

AUTRES TV

En part d'audience

87,10%	12,90%
--------	--------

AGENDA DES MEDIAS

AUJOURD'HUI	08H30	HUB Institut Conférence "HUB future of work"	Paris 7ème - cpalorey@hopscotch.fr
	15H30	France 2 Projection "Rendez-vous en Terre inconnue" avec Mélanie Doutey	Boulogne-Billancourt - sophie.tonelli@francetv.fr
JEUDI 10 NOVEMBRE	10H00	Canal + Projection de presse "Workinggirls à l'Hopital"	Boulogne-Billancourt - maryline.guillard@canal-plus.com
	12H00	AJM Déjeuner en compagnie de Michel Field	lieu inconnu - contact@ajmedias.fr
MARDI 15 NOVEMBRE	9H00	Le Figaro Colloque NPA-Le Figaro	Paris 8ème - mamelin@npaconseil.com
	18H30	VICE Conférence de presse lancement chaine "Viceland"	Paris 16ème - zero.virgule@zerovirgule.fr
MERCREDI 16 NOVEMBRE	12H00	AJM Déjeuner en présence de Maxime Saada	lieu inconnu - contact@ajmedias.fr
DU 21 au 22 NOVEMBRE	09H00	Média Club/The Media Faculty 5ème édition de la Masterclass "TV3.0 : comprendre les mutations de l'audiovisuel"	Lille - tv3.2016@themediafaculty.com
MARDI 22 NOVEMBRE	09H00	CFI Petit déjeuner de presse "Citoyenneté numérique : ce que l'Afrique prépare"	Paris 17ème - annabel@oxygen-rp.com
MERDREDI 30 NOVEMBRE	12H00	AJM Déjeuner en compagnie de Matthieu Pigasse	lieu inconnu - contact@ajmedias.fr

BOURSE : SECTEUR DES MEDIAS

* Liste non exhaustive

Valeurs	Cours	Var. %	Ouv.	↑	↓	Valeurs	Cours	Var. %	Ouv.	↑	↓
1000MERCIS	39.80	-0.13%	39.86	39.86	39.80	NEXTEDIA	0.78	6.85%	0.72	0.80	0.69
ADLPARTNER	16.00	2.37%	16.00	16.00	16.00	NRJ GROUP	9.11	-0.55%	9.17	9.20	9.11
EUROPACORP P/N	4.04	0.00%	4.04	4.06	4.01	PASSAT	4.84	0.00%	4.84	4.84	4.84
EUTELSAT COMMUNIC.	18.370	-0.16%	18.385	18.500	18.285	PRISMAFLEX INTERNA.	8.09	-4.82%	8.50	8.50	8.09
GAUMONT	54.70	1.86%	53.70	54.70	53.41	PUBLICIS GROUPE	60.28	-0.72%	60.69	60.97	60.26
HAVAS	7.173	0.73%	7.160	7.225	7.150	SES GLOBAL FDR	20.850	-0.33%	20.940	20.950	20.805
IPSOS	27.90	-0.25%	28.08	28.17	27.82	SFR GROUP	23.19	0.56%	23.16	23.28	23.02
JCDECAUX SA.	24.855	-0.68%	24.975	25.150	24.800	SOLOCAL GROUP	3.358	-0.36%	3.370	3.430	3.264
LAGARDERE SCA N	22.780	-0.52%	22.985	23.000	22.780	TF1	8.563	1.49%	8.448	8.600	8.438
MEDIA 6	8.37	-0.12%	8.37	8.37	8.37	VIVENDI	17.910	-1.27%	18.100	18.190	17.875
METROPOLE TV (M6)	15.435	-0.06%	15.455	15.575	15.430	XILAM ANIMATION	4.35	-1.14%	4.41	4.45	4.35

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 et Sabine Eschemann - Directrice commerciale (Abonnement / Publicité) : Prisca Lartigue 06.82.90.63.72 - Graphisme : Julie Monod-Laporte & Valerie Provot. Bienvenue à Camille Alexandre né le 11/10/16

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

Pour encore plus d'informations retrouvez nous sur :
REPRODUCTION INTERDITE

