

Les femmes encore sous-représentées à la télévision et à la radio (CSA)

Les femmes sont encore sous-représentées à la télévision et à la radio, ne comptant que pour 38% des personnes à l'antenne, mais ce taux s'est amélioré ces dernières années, relève mardi le rapport annuel du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Comme l'année dernière, le CSA déplore la faible part d'expertes (30%) et d'invitées politiques (32%) à l'antenne. «Quand on a démarré il y a quelques années, le taux d'expertes tournait autour de 16/20%. Aujourd'hui on est à 30%, ce n'est toujours pas assez mais on peut se réjouir d'avoir avancé grâce aux efforts déployés», a commenté Sylvie Pierre-Brossolette, conseillère au CSA en charge du rapport.

La télévision (40% dont 32% d'expertes) est globalement meilleure élève que la radio (36% dont 29% d'expertes) mais la part de femmes à l'antenne diminue fortement aux heures de grande écoute: 25% sur la tranche 18-20H00. Les chaînes du service public se démarquent, avec entre 36 et 56% de femmes à l'antenne, notamment sur France 3 qui a invité 55% d'expertes l'an dernier. Le CSA, qui publie ce rapport pour la deuxième année consécutive, souligne aussi les progrès de l'émission «C dans l'air», passée de 26% d'expertes en 2014 à

29% en 2016. Bon point aussi pour les chaînes d'information en continu (40% de femmes) qui n'invitent toutefois pas assez d'expertes (23%). En revanche, Canal+ (30% de femmes dont 28% d'expertes) et TF1 (31% de femmes dont 20% d'expertes) sont à la traîne, note le rapport, tout comme M6 (43% de femmes mais seulement 17% d'expertes).

En termes de contenus, le CSA déplore que les programmes «contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes» ne représentent en moyenne que 3% des diffusions. En matière de droit des femmes, le CSA est intervenu à 8 reprises auprès des chaînes l'an dernier (2 lettres simples, 4 mises en garde, deux mises en demeure) et une procédure de sanction a été engagée contre C8 pour l'émission «Touche pas à mon poste».

Le CSA, qui préconise la mise en place d'objectifs de progression pour chaque chaîne, va s'atteler cette année à un meilleur accès des réalisatrices à la production audiovisuelle et réfléchir à la représentation des femmes dans les clips vidéos. Le Conseil va également veiller à l'image des femmes dans la publicité, une nouvelle mission légale.

INTERVIEWS

Aude ALBANO



Productrice -
CAPA Drama

Sylvie

PIERRE-BROSSOLETTE



Membre du CSA et
vice-présidente du
groupe de travail
«Cohésion Sociale»

SOMMAIRE

Actu des chaînes.....	4
France 2/ Interview de Fillon/ courrier d'enseignants: Michel Field prend la ...	
Portrait.....	5
L'actrice malienne Maimouna Hélène Diarra joue depuis qu'elle est jeune des rôles de dames âgées !	
Cinéma.....	6
«The House That Jack Built»: l'actrice américaine Uma Thurman à l'affiche du prochain Lars von Trier	
Réactions.....	7
Exclu du débat du 20 mars, Dupont-Aignan saisit le Conseil d'Etat contre TF1	
Technologies.....	8
Nintendo : bon démarrage en France pour la nouvelle console Switch	
Production.....	9
SF Studios et Nevision coproduisent «Alex», une nouvelle série originale ...	
Acquisition.....	10
L'Autorité de la concurrence autorise le rachat de la société Shine France par ...	
Aujourd'hui dans le monde.....	11
La plateforme de Moocs Coursera se diversifie, avec une offre de formation ...	
Audiences.....	12
Agenda.....	13

ESPACE PROD



CAPA Drama Entretien avec Aude ALBANO, Productrice

LES DIRIGEANTS
Claude CHELLI
DG

COORDONNEES
80 rue de la Croix
Nivert
75015 Paris

DATE DE CREATION
1996

PRODUCTIONS
«Versailles» (C+)
; «Braquo» (C+)
; «Après moi le
bonheur» (TF1) ;...

MEDIA +

Tournée en région parisienne, la saison 2 de la série «Versailles» débarque prochainement sur CANAL+. Comment avez-vous vécu cette production ?

Aude ALBANO

Avec beaucoup plus de sérénité. Fabriquer une série historique reste toujours très complexe à mettre en œuvre. Sur la 1^{ère} saison de «Versailles», nous avons essayé beaucoup de plâtres. Nous avons appris ce que cela représentait de produire une fiction à 2,8 M€ l'épisode en France. L'expérience et le savoir-faire accumulés ont été mis à profit sur la suite de la série. A ce titre, nous avons anticipé beaucoup plus de choses comme la gestion des décors. Nous nous sommes aperçus que nous devions agrandir nos studios. De nouveaux décors ont donc été construits pour nous faciliter la tâche. Côté écriture, en saison 2, nous maîtrisons beaucoup mieux les angles que nous voulions aborder. Après, cela reste une expérience intense avec des exigences artistiques importantes.

MEDIA +

Quelles difficultés avez-vous rencontrées lors de la 1^{ère} saison ?

Aude ALBANO

Le financement de «Versailles» a pris 4 ans. Il a fallu ensuite trouver l'angle d'écriture de la série. Nous avons travaillé avec différents showrunners que nous avons sélectionnés pour porter la vision du projet. Notre souhait était de livrer un regard hyper glamour et rock'n'roll tout en étant respectueux d'une époque sans aucun anachronisme. En saison 1, nous nous sommes aperçus qu'il nous manquait des entrées de décors. Nous en avons donc construit pour suivre nos personnages dans les couloirs. En production, tourner en décor naturel reste toujours un peu plus compliqué. Le Château de Vaux le Vicomte ou celui de Maison Lafitte sont des endroits précieux. Nous ne pouvions pas tout y faire. Nous nous sommes donc appuyés sur deux grands plateaux de 1.000m² à Bry-sur-Marne.

MEDIA +

Comment s'élabore le travail d'écriture sur une série internationale ?

Aude ALBANO

Avec «Versailles», nous ne sommes pas dans un modèle de «writers room» à l'américaine avec différents niveaux de hiérarchies et des dizaines de scénaristes. L'écriture a été recentrée autour de Simon Mirren et David Wolstencroft qui ont dessiné l'architecture de la saison 2 avec la présence d'Andrew Bampfield qui avait écrit sur la saison 1. Les 2 premiers épisodes ont été scénarisés par Simon et David

tandis que le reste a été pris en charge par Andrew et Tim Loane. Ces derniers dessinent à présent l'architecture globale de la saison 3. En recrutant de nouveaux auteurs en Angleterre, nous rendons les choses plus fluides et efficaces.

MEDIA +

Quelle cadence de production vous imposez-vous ?

Aude ALBANO

Douze jours de tournage sont nécessaires par épisode de 52'. Le montage commence 3 semaines après le début du tournage. La post-production prend 6 mois. Bref, il nous faut 1 an pour produire et post-produire la série «Versailles». La saison 3 sera tournée à partir de mai 2017 alors que la saison 2 sera diffusée fin mars sur CANAL+. Il y a vraiment une dynamique d'accélération pour recréer ce rendez-vous avec le public. Le 10X52' est le bon format pour faire voyager une fiction sur le marché international. Nous sommes la série française qui s'est la mieux vendue dans le monde.

MEDIA +

Comment se gère un budget de 28 M€ sur une série ?

Aude ALBANO

En France, 2,8 M€ par épisode est un budget important et rarissime. Nous avons conscience de l'ampleur des choses. Mais d'un point de vue international, ce n'est pas un budget si surréaliste. D'une saison à l'autre, nous amortissons un peu sur les décors et les costumes mais voulons toujours renouveler la surprise esthétique et visuelle. Sans un tournage en langue anglaise, nous n'aurions pas trouvé les financements nécessaires car ils reposent en partie sur les avances sur recettes à l'international.

MEDIA +

D'autres projets en vue avec CAPA Drama ?

Aude ALBANO

CAPA Drama est une société dirigée par Claude Chelli. Autour de lui, trois producteurs : Arnaud Figaret, Sarah Aknine et moi-même. Nous avons un certain nombre de projets en développement en France et à l'international. Nous nous répartissons les choses de manière très naturelle. Pour ma part, je peux vous confirmer que nous avons signé une coproduction franco-britannique en développement chez TF1 avec DNA Films. Baptisée provisoirement «The English Man», il s'agira d'une série de 6X52' créée par James Strong, le réalisateur de «Broadchurch». Inspirée de faits réels, l'histoire s'intéresse à un avocat anglais expatrié en France, qui se retrouve pris dans un engrenage judiciaire. Il devra élucider la disparition d'une jeune adolescente britannique en territoire français.

L'ACTU EN QUESTIONS



Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE

Membre du CSA et vice-présidente du groupe de travail «Cohésion Sociale»

Hier matin, le Conseil supérieur de l'audiovisuel dressait les grandes tendances de la représentation des femmes à la télévision et à la radio. Pour en savoir davantage, média+ s'est entretenu avec Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE, Membre du CSA et vice-présidente du groupe de travail «Cohésion Sociale».

media+

Quelle est la photographie de la place des femmes à la télévision et à la radio ?

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE

La photographie est en net progrès mais encore insuffisante. Pour la deuxième année consécutive, les chaînes de télévision et de radio ont remis au Conseil supérieur de l'audiovisuel, comme l'a demandé le législateur, des indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes. Je me réjouis que tous les efforts fournis aient pu porter leurs fruits. Sur les antennes, les femmes sont en moyenne toujours sous-représentées (38%). Le taux d'expertes (30%) et le taux d'invitées dans la catégorie «invité politique» (32%) restent particulièrement bas. Néanmoins, le rapport met également en évidence un taux de présence des femmes relativement satisfaisant sur les chaînes du service public (entre 36 et 56%) ainsi qu'un taux d'expertes en net progrès et un record pour France 3 qui atteint 55%. Il y a une présence encourageante sur les chaînes d'information en continu (40%), malgré de faibles taux d'expertes et d'invitées politiques. La mission du CSA est donc d'inciter les éditeurs à définir des objectifs de progression pour améliorer la présence des femmes sur leurs antennes et notamment des expertes.

media+

Percevez-vous une réelle différence entre la représentation des femmes à la TV et à la radio ?

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE

De manière générale, le Conseil constate que les radios semblent éprouver plus de difficultés à mettre des femmes à l'antenne. En effet, la présence des femmes, au global, s'élève à 40% pour la télévision alors qu'elle n'est que de 36% pour les radios. Par ailleurs, le Conseil observe une sous-représentation des femmes à la télévision aux heures de forte audience. Elle est très prononcée sur la tranche 18h-20h (25%), et reste plus proche de la moyenne sur la tranche 20h-23h (35%), en comparaison avec leur part au global (40%).

media+

Les clichés à la télévision autour des femmes ont-ils la vie dure ?

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE

Bien sûr, il existe des stéréotypes dans les fictions et quelques fois dans les émissions de plateau. D'ailleurs en 2016, le CSA est intervenu huit fois auprès des chaînes : 2 lettres simples, 4 mises en garde, 2 mises en demeure et une transmission par le directeur général au rapporteur indépendant d'un dossier susceptible de justifier l'engagement d'une éventuelle sanction. Fort heureusement, il y a aussi des points positifs. Les chaînes proposent des programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes. Elles déclarent aussi 9% de programmes dénués de stéréotype (programmes «jeunesse», fiction, télé-réalité). Ces contenus représentent en moyenne 3% des programmes diffusés.

media+

Le CSA est-il souvent saisi autour de la représentation des femmes ?

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE

De plus en plus ! Au début, personne ne savait que la loi existait et que l'on pouvait nous saisir. Depuis deux ans, nous recevons des milliers de signalements. Nous les examinons toutes. Les femmes et les associations en sont souvent à l'initiative.

media+

Quel est votre prochain cheval de bataille ? La publicité TV ?

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE

C'est exact ! La loi du 27 janvier 2017 a confié au CSA une nouvelle compétence. Le Conseil est chargé de veiller à l'image des femmes dans la publicité à la télévision. Nous nous organisons pour remplir cette nouvelle mission. De plus, nous allons ouvrir un dialogue pour améliorer la représentation des femmes dans les vidéomusiques.

Audiences

TF1 : leader du Prime avec le lancement du téléfilm «Louis(e)»

Lundi en Prime, TF1 diffusait le pilote en deux parties de son téléfilm «Louis(e)» avec Claire Nebout. Les deux épisodes ont séduit en moyenne 4.339.000 curieux, soit 19,5% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. De bons scores qui permettent à la chaîne d'être leader du Prime lundi devant M6 et «Indiana Jones». Le dernier pilote diffusé en octobre 2016, «Emma», avait réuni en moyenne sur les deux épisodes, 4,5 millions de téléspectateurs, soit 22% de pda.

M6 : «Indiana Jones et le royaume du crâne de cristal» à la deuxième place du Prime lundi

M6 diffusait lundi en Prime le 4^{ème} volet de la saga «Indiana Jones», «Indiana Jones et le royaume du crâne de cristal». Le long métrage de Steven Spielberg avec Harrison Ford a réuni 3.555.000 cinéphiles, soit 16,6% de pda et 23% auprès des Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans et 26% auprès des moins de 50 ans, selon Médiamétrie. Un score stable comparé à la semaine dernière où le film «Indiana Jones et la dernière croisade» avait séduit 3,4 millions de cinéphiles, soit 16% de pda, 21% auprès des FRDA de -50 ans et 22% auprès des -50 ans.

France 2 : «Castle» stable mardi en Prime

France 2 diffusait lundi en Prime les 2 derniers épisodes de «Castle». Les 2 premiers épisodes diffusés ont séduit 2.664.000 fidèles, soit 11,2% de pda, selon Médiamétrie. Un score stable comparé à la semaine dernière puisque les 2 épisodes diffusés avaient réuni en moyenne 2.661.500 fidèles, soit 11,5% de part d'audience.

Actu des chaînes

France 2/ Interview de Fillon/ courrier d'enseignants: Michel Field prend la défense de Laurent Delahousse

Le directeur de l'information de France 2 Michel Field a pris mardi la défense de Laurent Delahousse en réponse à un courrier d'enseignants reprochant au présentateur du JT d'avoir cautionné les «thèses complotistes» de François Fillon dans son interview dimanche soir. «Avez-vous une idée de qui a orchestré tout cela?», a demandé dimanche le présentateur des JT du week-end au candidat LR qui, en prise avec son affaire d'emplois présumés fictifs, avait dénoncé début février «un coup d'Etat institutionnel» venant «de la gauche». Dans une lettre ouverte, relayée notamment par Mediapart, dix enseignants ont protesté lundi contre la teneur de l'interview, dénonçant des «manquements à la déontologie» et leurs «conséquences» sur leur travail auprès des jeunes. «Le service public d'information a cautionné ce dimanche soir une vision conspirationniste de la justice, des médias et de la politique. Comment, dans ces conditions, exiger de nos

élèves qu'ils et elles adoptent un recul critique face aux théories du complot qui peuvent les séduire?», protestaient les enseignants, demandant un correctif dans une prochaine édition. Ils ont aussi reproché au journaliste de ne pas avoir relevé quand François Fillon avait affirmé, à tort, que «le suicide» de sa femme Penelope avait été annoncé à la télévision. Le directeur de l'information de France Télévisions a pris mardi la défense de Laurent Delahousse et de ses rédactions sur la page Facebook des JT, remerciant les enseignants pour leur «attention vigilante» mais dénonçant «un mauvais procès». Selon Michel Field, quand le journaliste «évoque le thème de la machination, il ne fait que reprendre des arguments inlassablement répétés par son interlocuteur pour lui demander d'en désigner les éventuels investigateurs. La non-réponse à sa question neutralise de fait cette hypothèse». «Sans doute aurait-il pu être plus explicite en soulignant qu'il reprenait là un thème récurrent du candidat et qu'en aucune façon il ne le reprenait à son compte», reconnaît Michel Field. «Mais de là à affirmer que cette séquence discrédite le travail d'éveil au sens civique mené par les enseignants, l'assertion me semble bien excessive et très injuste pour ce journaliste».

Mouvements

France Télévisions : David Djaoui quitte le groupe

Après douze années passées dans le groupe, David Djaoui quitte France Télévisions pour de nouveaux projets professionnels, annonce le groupe public dans un communiqué de presse.

Ancien Directeur des programmes

de la chaîne Comédie, David Djaoui avait rejoint le groupe France Télévisions en 2004 afin de participer au lancement de France 4, en tant que Directeur de l'antenne et des productions.

Nommé en 2009 Directeur des programmes puis Directeur délégué à l'antenne de France 3, il était depuis 2012 Directeur de l'harmonisation, de l'événementiel et de la coordination du flux de France Télévisions.

Audiences

France 2 : bon démarrage pour «Tout le monde a son mot à dire» lundi à 18h00

Lundi à 18h00, France 2 lançait son nouveau jeu «Tout le monde a son mot à dire», animé par Olivier Minne et Sidonie Bonnet (Banijay Productions) en remplacement de «AcTualiTy», présenté par Thomas Thouroude (Elephant & Cie). Le nouveau jeu a attiré 797.000 curieux, soit 6% de pda, contre 438.000 (4,2% de pda) pour le lancement de «AcTualiTy» en septembre dernier.

W9 : leader du Prime TNT avec le film «Démineurs» lundi en Prime

W9 diffusait lundi en Prime le film «Démineurs». Le long-métrage a réuni 1.085.000 cinéphiles, soit 5% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. De bons scores qui permettent à la chaîne du groupe M6 de se placer leader du Prime TNT. Suivent TMC et le film «Shooteur, tireur d'élite» avec 830.000 téléspectateurs, soit 3,9% de pda. Troisième place pour C8 et le film «Le dernier rempart» avec 790.000 téléspectateurs, soit 3,7% de pda.

M6 : 771.000 cinéphiles devant la rediffusion d'«Indiana Jones et la dernière croisade» lundi en Night

Lundi 6 mars à 23h15, M6 rediffusait «Indiana Jones et la dernière croisade». Le film a réuni 771.000 cinéphiles, soit 12,5% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. Pour info, le lundi 27 février, «Indiana Jones et la dernière croisade» diffusé en Prime avait attiré 3,4 millions de curieux, soit 16% de pda.

Portrait

L'actrice malienne Maimouna Hélène Diarra joue depuis qu'elle est jeune des rôles de dames âgées !

Douce ou mégère, gentille, méchante, malheureuse, heureuse, travailleuse, au foyer... mais toujours vieille. L'actrice malienne Maimouna Hélène Diarra, 62 ans, une des artistes récompensées par un prix pour l'ensemble de sa carrière lors du 25e Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (Fespaco), joue depuis qu'elle est jeune des rôles de dames âgées! «Ce n'est pas que je n'aurais pas eu envie de jouer des jeunes premières! Mais, simplement, on ne m'a jamais proposé de rôles. Je joue les vieilles depuis que je suis jeune», dit en riant cette grande dame du cinéma africain qui a tourné avec les plus grands réalisateurs du continent, du Sénégalais Ousmane Sembène (Mooladé) au malien Cheikh Oumar Cissoko (Genèse) ou au Mauritanien Abderrahmane Cissako (Bamako) tout en menant de front une carrière brillante dans le théâtre classique et des productions télévisées maliennes. «J'ai un don pour les vieilles!. Jeune, quand je sortais en ville avec mes talons, en pantalon, certains disaient: «Non! On ne comprend pas. C'est pas possible, tu te métamorphoses»». Née à Segou, fille de magistrat et orpheline de mère en bas âge, Hélène a été élevée par un oncle maternel instituteur. Elle a exercé ses talents très tôt: «En famille, on riait, on se chamaillait et moi je jouais la comédie!». «J'étais nulle en sciences, alors j'ai demandé un jour «Ça existe une école où il n'y pas de maths? On m'a répondu: «Il y a l'INA (Institut national des Arts) de Bamako. Je me destinai au dessin. J'étais douée». Une tournée théâtrale du Groupe dramatique du Mali qui joue «Les tribulations de Frère Jero» (du prix Nobel nigérian Wolé Soyinka) change sa vie. «Quand j'ai vu la pièce, je me suis dit «c'est ça que je veux faire. C'était le coup de foudre!». Elle intègre donc l'INA

vers 1975 dans la section théâtre. «Il y avait notamment des cours (de l'acteur français) Armand Dreyfus. Il m'a appris à travailler mon corps. Une vieille femme doit avoir les pas lourds, le dos cassé, une attitude. Ce n'est pas que du maquillage».

Elle se souvient avec nostalgie de son 1^{er} grand rôle dans la pièce haïtienne politique «Gouverneurs de la Rosée» de Jacques Roumain, où elle incarnait une... mère âgée qui accepte de taire la mort de son fils (le héros) pour le bien général. Hélène commence dans le cinéma avec de la figuration, avec Souleymane Cissé «mais c'est avec Cheikh Oumar Cissoko que j'ai vraiment débuté. Il m'avait vu au théâtre et cela lui avait plu». «J'ai ensuite joué dans tous ses films, Nyamanton (1986), Finzan (1989) jusqu'à Guimba (1995, Etalon d'or, où elle joue l'épouse du héros) et Génèse (1999)», dit-elle. «Au début on gagnait peu, mais ça nous plaisait», se souvient l'actrice qui enchaîne alors films, téléfilms et séries dont un rôle de «mégère» dans le célèbre «Les Concessions». Pour joindre les 2 bouts, elle travaille comme assistante de presse et de réalisation à la radio-télévision malienne (ORTM), qui lui donne des congés dès qu'elle a des tournages. Elle a ainsi pu vivre de son art «mais toujours la «maman», la femme africaine». «La méchante, j'aime ça! Surtout quand je menace là!», plaisante-t-elle, alors qu'elle est tout le contraire dans la vie. Elle regrette aujourd'hui le déclin du cinéma africain. «Il n'y a plus de financement. Avant, la coopération européenne et l'Etat donnaient de l'argent. L'Etat ne trouve plus ça important et l'Europe a baissé les bras. Le cinéma perd de sa qualité. L'âge d'or est terminé». «Aujourd'hui, ceux (les acteurs) qui acceptent les miettes on les prend. On prend beaucoup d'amateurs. On va prendre une fille, une vieille pour 50.000 F CFA (75 euros) alors que le rôle vaut 500.000 (750 euros)», assure-t-elle. «Tout n'est pas médiocre: il y a des jeunes réalisateurs de talent mais il n'y a plus d'argent», tempère-t-elle.

Audiences

France 2 : «Stupéfiant» en baisse lundi en Night

France 2 diffusait lundi 6 mars à 23h05 le magazine «Stupéfiant». Le programme a réuni 433.000 curieux, soit 5,3% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Un score en baisse comparé à la semaine dernière puisque le programme avait séduit 580.000 fidèles, soit 5,9% de part d'audience.

Paris Première : 235.000 fidèles devant «La Revue de Presse» lundi en Prime

Lundi soir à 20h45, Paris Première diffusait «La Revue de Presse» en direct. A cette occasion, Jérôme de Verdière et ses acolytes recevaient Jacques Cheminade et Bruno Roger-Petit. L'émission a fédéré en moyenne 235.000 téléspectateurs avec un pic d'audience à 320.000 fidèles, selon les chiffres de Médiamétrie.

BFMTV/ déclaration d'Alain Juppé : BFMTV, première chaîne TV de France

Lundi 6 mars, BFMTV a diffusé en direct et intégralité la déclaration d'Alain Juppé depuis Bordeaux, suivie d'une édition spéciale. La déclaration a été suivie sur BFMTV par 1.023.000 téléspectateurs en moyenne, soit 23,1% de part d'audience, avec un pic à 1.152.000 téléspectateurs à 10h36, selon les chiffres de Médiamétrie. Durant la retransmission de cette déclaration, BFMTV a été première chaîne TV de France, précise un communiqué de la chaîne d'info. BFMTV a été aussi première chaîne TV de France sur l'ensemble de l'édition spéciale, entre 10h00 et 11h00, avec 829.000 téléspectateurs en moyenne, soit 19,3% de part d'audience.

Cinéma

«The House That Jack Built»: Uma Thurman à l'affiche du prochain Lars von Trier

L'actrice américaine Uma Thurman sera à l'affiche du prochain Lars von Trier, «The House That Jack Built», l'histoire d'un tueur en série dont le tournage vient de débiter en Suède. Uma Thurman, actrice culte depuis son rôle de mariée vengeresse dans «Kill Bill» de Quentin Tarantino, jouera aux côtés de l'Américain Matt Dillon et de l'Allemand Bruno Ganz pour le retour au grand écran du cinéaste danois depuis «Nymphomaniac» (2013). Riley Keough, petite-fille d'Elvis Presley et actrice de Mad Max, sera également de la partie. Le long-métrage, dont la sortie est prévue en 2018, est tourné à Bengtsfors,

une localité proche de Trollhättan, la Mecque du cinéma suédois, ainsi qu'au Danemark. Le film suit le parcours de Jack (Matt Dillon), tueur en série extrêmement intelligent de l'Amérique des années 1970 qui considère chaque meurtre comme une oeuvre d'art. «En dépit de toute logique», Jack «prend des risques de plus en plus importants malgré l'imminence de son arrestation», précise le script fourni par la production. Connu pour son humour noir et son goût pour la provocation, Lars von Trier fuit les journalistes depuis 2011 quand il avait été déclaré «persona non grata» au Festival de Cannes après avoir dit «comprendre» Hitler. Il avait ensuite présenté ses excuses. Son dernier diptyque «Nymphomaniac» racontait, à grand renfort de scènes de sexe, le parcours érotique de Joe, incarnée par Charlotte Gainsbourg.

Cinéma

Russie: la Belle et la Bête interdit aux moins de 16 ans

La Russie a annoncé mardi avoir classé le nouveau film de Disney, «la Belle et la Bête», interdit aux moins de 16 ans, après l'appel d'un député ultra-conservateur à le bannir en raison d'un «moment gay». «Le film sortira avec interdiction aux moins de 16 ans», a indiqué un porte-parole du ministère russe de la Culture à l'agence de presse publique RIA Novosti. La compagnie Walt Disney en Russie et dans la Communauté des Etats indépendants (CEI, ex-républiques soviétiques moins la Géorgie et les pays Baltes) a confirmé que le film serait diffusé sur le territoire russe avec cette mention. Le réalisateur du film Bill Condon a révélé récemment que «la Belle et la Bête», dont la sortie en Russie est prévue pour le 16 mars, contenait «le 1^{er} moment exclusivement gay» dans l'histoire de Disney, même si des critiques qui l'ont vu en ont minimisé l'importance. Les producteurs ont classé le film dans la catégorie «interdit aux moins de 6 ans». «Dieu merci, le

ministère de la Culture a manifesté sa position civique», a réagi Vitali Milonov à la radio Govorit Moskva, en saluant la décision des autorités russes. Ce député russe connu pour ses propos homophobes avait appelé samedi le ministère de la Culture à interdire le film, s'il s'avère que ce film fait l'apologie de l'homosexualité. Dans une lettre au ministre de la Culture Vladimir Medinski, M. Milonov avait notamment estimé que ce film faisait une «propagande flagrante et éhontée du péché et des relations sexuelles perverses». Ce film vise à imposer «les nouveaux standards de la tolérance européenne aux enfants russes pour qu'ils croient que c'est la norme», a-t-il affirmé. Le député est à l'origine du vote d'une loi condamnant pénalement toute «propagande» homosexuelle devant mineurs, qui a soulevé de nombreuses critiques dans les pays occidentaux. Les rassemblements de soutien à la communauté homosexuelle sont systématiquement interdits en Russie, où l'homosexualité était considérée comme un crime jusqu'en 1993, comme une maladie mentale jusqu'en 1999, et où l'homophobie s'exprime souvent ouvertement.

En bref...

Eurosport : record pour la 2^{ème} étape du Paris-Nice

Ce lundi 6 mars, Eurosport 1 proposait à ses abonnés de suivre en direct la 2^{ème} étape du Paris-Nice qui a fédéré 99.000 téléspectateurs en moyenne. Une étape qui marque la meilleure performance historique pour Paris-Nice sur les chaînes Eurosport avec 6% de pda (4+ abonnés CANAL), selon les chiffres de Médiamétrie.

ITV Studios France : Matthieu Grelier nommé Directeur des Programmes

Franck Firmin-Guion, Président d'ITV Studios France annonce l'arrivée de Matthieu Grelier en qualité de Directeur des Programmes. À ce titre, il aura la responsabilité éditoriale et artistique de l'ensemble des programmes et contenus de la société. «Le portefeuille de programmes produits par ITV Studios France est appelé à rapidement s'étoffer avec le renouvellement des émissions actuellement à l'antenne, la production des formats TALPA dont les prochaines saisons de «The Voice» et «The Voice Kids», et différents projets actuellement en développement», précise ITV Studios France. Matthieu Grelier a commencé sa carrière comme Journaliste puis Rédacteur en Chef sur différentes émissions telles que «Fréquentstar», «Star Academy» ou «Top Model». Il est nommé Directeur de Casting et Programmateur Musical de «Nouvelle star» avant de rejoindre TF1 Production à la Direction des Variétés Jeux et Divertissements travaillant notamment sur les «NRJ Music Awards», «Sacrée soirée», ... Il devient par la suite Producteur de «X Factor» chez Fremantle Media, puis Producteur des 1^{ères} saisons de «The Voice» chez Shine France. Avant de rejoindre ITV Studios France, Matthieu Grelier était Directeur des Divertissements de TF1.

Réactions

Exclu du débat du 20 mars, Dupont-Aignan saisit le Conseil d'Etat contre TF1

Nicolas Dupont-Aignan, candidat à l'élection présidentielle (Debout la France), a annoncé qu'il comptait saisir le Conseil d'État mercredi pour contester la décision de TF1 de ne pas l'inclure dans son débat présidentiel du 20 mars. «Je vais attaquer TF1 en justice et notamment devant le Conseil d'État pour que TF1 renonce à ce débat tronqué», a déclaré devant la presse le candidat à l'Élysée, désormais qualifié dans la course avec 559 parrainages à ce stade. TF1 organise un débat présidentiel où les cinq principaux candidats confronteront leurs programmes, excluant le président de Debout la France, sixième dans les sondages. Le député de l'Essonne

entend bien déposer un recours auprès de la plus haute juridiction administrative, afin d'enjoindre le CSA à faire respecter à TF1 «le pluralisme» des candidatures. Il a notamment accusé de «manipulation de l'opinion» la chaîne qui lui a proposé dix minutes d'intervention au JT de 20 heures: «je n'ai pas besoin de charité», a rétorqué M. Dupont-Aignan. «Il n'est pas juste qu'en France (...) ce soit des oligarques qui décident qui doit parler aux Français ou non», a déploré le candidat à la présidentielle, qui soupçonne un choix «pris pour assurer la survie politique de M. Fillon et montrer qu'il n'y avait pas de voie alternative». Après avoir d'abord appelé à boycotter la chaîne privée, Nicolas Dupont-Aignan a ensuite saisi le gendarme de l'audiovisuel. Dans une délibération datée du 1er mars, le CSA avait demandé à la chaîne des garanties pour assurer l'équité du temps de parole avec les autres candidats.

Technologies

Google travaille pour régler des résultats de recherche «inappropriés»

Google a indiqué lundi qu'il travaillait pour régler un bug dans ses algorithmes de recherche conduisant à des résultats «inappropriés et trompeurs»: par exemple l'annonce que l'ex-président Barack Obama préparait un coup d'Etat. Ces fausses informations étaient mises en avant en haut des résultats de recherches faites en ligne sur le moteur de recherche de Google, ou répondaient à des questions posées à Google Home, assistant vocal intégré au haut-parleur connecté pour la maison. Elles avaient été dévoilées dans un article publié durant le week-end sur le blog spécialisé Search Engine Land. Son auteur relevait d'autres réponses «terriblement fausses», comme le fait que quatre autres anciens présidents américains étaient des membres «actifs et connus» du Ku Klux

Klan, sans évidence historique pour l'appuyer, ou une réponse positive de Google Home quand on lui demandait si les Républicains américains étaient comme les Nazis. L'auteur du blog, Danny Sullivan, soulignait que ces erreurs «ne semblent pas délibérées», mais plutôt «le résultat de mauvaises sélections faites par les algorithmes et l'intelligence artificielle de Google». Ce dernier a confirmé que ces résultats étaient bien mis en avant sur la base d'une formule algorithmique.

«Malheureusement, il y a des cas où nous montrons un site avec des contenus inappropriés ou trompeurs», a-t-il reconnu, assurant que quand il en était alerté, «nous travaillons rapidement pour les retirer, ce que nous avons fait dans ce cas-ci». L'incident intervient sur fond de polémiques depuis plusieurs mois quant aux fausses informations qui circulent en ligne par l'intermédiaire de Facebook et Google, et sur les efforts de ces derniers pour les filtrer.

En bref...

France TV : Championnats du monde de patinage artistique dès le 29 mars

A moins d'un an des Jeux Olympiques d'hiver 2018 de PyeongChang, qui seront à suivre en direct sur France Télévisions, l'élite mondiale du patinage artistique disputera, du 29 mars au 2 avril, les Championnats du monde 2017 à Helsinki, en Finlande. Au-delà des titres mondiaux convoités, ces Championnats permettront également de déterminer les premiers quotas de qualifications pour les Jeux Olympiques et de sélectionner les dix nations qui seront qualifiées pour la compétition olympique par équipes de 2018. Pour ne rien manquer de ces Championnats du monde, France Télévisions mobilise son offre numérique et ses chaînes du 29 mars au 2 avril. Rendez-vous en direct du mercredi 29 mars au vendredi 31 mars sur le site et l'application francetvsport, puis le samedi 1er avril sur France 2 et le dimanche 2 avril sur France 3. Ces Championnats du monde seront commentés sur le site et l'application francetvsport et sur les chaînes de France Télévisions par Nelson Monfort, Philippe Candeloro et Annick Dumont.

France 4 : «Dallas Buyers Club» le 26 mars à 23h00

A l'occasion du Sidaction, France 4 souhaite sensibiliser ses téléspectateurs en diffusant un film touchant, inspiré d'une histoire vraie, «Dallas Buyers Club» avec Matthew McConaughey, Jared Leto, et Jennifer Garner, dimanche 26 mars à 23h00. Ce film poignant relate le combat d'un homme qui va défier tout un système pour réussir à prolonger sa vie. Le film a remporté l'oscar du Meilleur acteur pour Matthew McConaughey et l'oscar du Meilleur acteur dans un second rôle pour Jared Leto.

Technologies

Nintendo : bon démarrage en France pour la nouvelle console Switch

La nouvelle machine de Nintendo, la Switch, a réalisé le meilleur démarrage pour une console en France, tous constructeurs confondus, a annoncé mardi le groupe japonais dans un communiqué. Au total, environ 105.000 unités de ce nouvel appareil hybride, qui peut être utilisé comme une console portable en extérieur et se branche aussi sur une télévision, ont été vendues dans le pays depuis son lancement vendredi. «Nintendo France annonce la vente de 105.000 exemplaires de Nintendo Switch lors de sa semaine de sortie, ce qui en fait, à ce jour, le plus gros lancement de console sur le marché du jeu

vidéo français, toutes plateformes confondues», s'est félicité Philippe Lavoué, directeur général de Nintendo France, cité dans le communiqué. Nintendo France avait avancé pour objectif un démarrage de la Switch au moins équivalent à celui de sa console Wii sortie en 2006, qui s'était vendue à quelque 95.000 exemplaires pour ses débuts. Plus largement, le géant du jeu vidéo japonais a affirmé que les ventes de la Switch en Europe avaient été «supérieures à celles de n'importe quelle autre console Nintendo lors de son week-end de lancement», sans donner de chiffres toutefois. Cette machine a pris le relais de la WiiU, qui n'avait pas réussi à convaincre les joueurs avec sa manette pourvue d'un écran tactile. Au Japon, où la console a aussi été lancée vendredi, les acheteurs ont également été au rendez-vous et certains magasins ont rapidement été en rupture de stock.

Médias

RTL Pôle Radio/ RTL Girls, RTL Futur, RTL Super : trois nouvelles offres à destination des millenials

Le pôle RTL annonce le développement de trois nouveaux labels : RTL Girls, RTL Futur et RTL Super. Dès mercredi 8 mars 2017, avec ces trois déclinaisons digitales de marque, «RTL répond aux attentes de la génération hyper connectée des 15-34 ans, et les réunit autour de centres d'intérêts spécifiques», précise le groupe dans un communiqué de presse. Ainsi, RTL Girls (rtlgirls.fr), nouveau media «ladies first» dresse les portraits de femmes inspirantes, livre leurs témoignages, propose des décryptages et dispense des conseils à sa communauté pour permettre à chacune de se réaliser pleinement.

Accessible et passionné, RTL Futur (rtlfutur.fr) est le média qui observe et décrypte les tendances qui animent le monde connecté pour mieux comprendre les enjeux et appréhender les usages de demain.

Enfin, destiné aux aficionados de la Pop Culture, RTL Super (rtlsuper.fr) leur propose de d'être à la pointe des dernières infos avec des portraits, critiques, bandes annonces, analyses et décryptages ...

A noter qu'à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes ce mercredi 8 mars, RTL Girls donne la parole aux Françaises et les invite à exprimer leurs aspirations pour le prochain quinquennat. Elles sont invitées à poster, via leur compte Twitter, le projet, l'initiative, la directive qu'elles souhaiteraient mettre en place si elles étaient élues présidente le 7 mai prochain.

En bref...

France 4 : documentaire inédit «Les années 2000 : la B.O. de notre vie» le 28 mars

Mardi 28 mars à 20h50, France 4 proposera le documentaire inédit «Les années 2000 : la B.O. de notre vie» (90' / Morgane Production) qui revient sur les plus grands tubes qui ont marqué ce début de millénaire. Ces hits sont souvent associés à un fait de société, une évolution des mœurs, un événement sportif ou un objet culturel marquant. De Rihanna à Indochine, de Justin Timberlake aux Bratisla Boys, ce documentaire retrace dix ans de culture populaire, avec les témoignages de ceux qui ont fait l'actualité de ces dix premières années... A l'issue du documentaire, Claire Barsacq rencontre l'auteur-compositeur Tété, actuellement en tournée avec son huitième album, pour une discussion-débat.

Planète+ : «HUMAINS 3.0», 3 documentaires inédits sur l'avenir de l'humanité à partir du 31 mars à 20h55

La chaîne Planète+ diffusera les 31 mars, 7 et 14 avril à 20h55, «HUMAINS 3.0» (3x52'), trois documentaires inédits sur l'avenir de l'humanité, réalisé par Philippe Lagnier, écrit par Elena Sender et produit par CAPA Presse. Cette série documentaire raconte comment l'Homo Sapiens, qui a transformé le monde à sa main, déploie désormais les moyens technologiques et scientifiques pour se façonner lui-même. Des outils qui vont lui permettre de s'affranchir de sa condition d'humain ordinaire. Demain, perdre un membre, devenir paralysé, être malade ou tout simplement vieillir ne seront plus une fatalité. Cette odyssée scientifique déclinée en trois volets («L'Homme réparé», «L'Homme connecté», «L'Homme immortel ?») raconte une aventure scientifique sans précédent dans l'histoire de l'humanité.

Production

SF Studios et Nevision coproduisent «Alex», une nouvelle série originale pour VIAPLAY

VIAPLAY vient de commissioner une nouvelle série à gros budget, «Alex», au poids lourd de la production suédoise SF STUDIOS. SF Studios, créateur de la trilogie «Easy Money» et le producteur indépendant Nevision coproduiront ce nouveau thriller de 6x44'. About Premium Content (APC) a orchestré cette coproduction et a été retenu comme distributeur monde de la série (hors Belgique et Benelux qui seront gérés par Lumière).

Le tournage démarre ce mois de mars à Göteborg et se terminera d'ici l'été. La diffusion est prévue sur Viaplay pour l'été 2018. C'est Niklas Wikstrom Nicastro (nommé aux Oscars pour «A man called Ove»), qui produit pour SF Studios. Les

scénaristes sont Niklas Rockstrom («Before we die») et Michael Hjorth («Sebastian Bergman»). «Alex» est basé sur un concept original développé par Dragomir Gago Mrsic - qui a connu plus jeune le monde qu'il décrit - et Mikael Cross. Dragomir Mrsic, acclamé dans «Easy Money», sera l'acteur principal dans le rôle éponyme du policier corrompu et borderline qui décide de régler son passé sombre pour devenir «clean». Ses tentatives de remettre sa vie sur les rails s'opposent aux forces troubles avec qui il a travaillé autrefois, mettant sa vie et celle de ses proches en danger. Au milieu de cette tourmente, Alex s'associe à Frida, sa nouvelle collègue, qui a en secret pour ordre de le faire tomber. L'action se déroule à Göteborg, ville sombre où le monde criminel a progressivement envahi la société suédoise. ««Alex» est le projet de rêve que nous travaillons depuis longtemps avec Gago. Les scripts sont extrêmement vifs et intenses, et nous sommes ravis de réaliser ce projet avec nos amis de Nevision et d'APC», déclare le producteur Nicklas Wikstrom Nicastro.

Programmes

France Médias Monde : programmation spéciale pour la Journée internationale des femmes le 8 mars

A l'occasion de la Journée internationale des femmes le 8 mars, les chaînes du groupe France Médias Monde proposent une programmation spéciale pour donner la parole à celles et ceux qui font bouger un monde encore largement dominé par les hommes. Pour marquer l'événement,

RFI accueille la comédienne Aïssa Maïga comme rédactrice en chef d'un jour. Monte Carlo Doualiya confie cette tâche à Sanaa El Aji, l'une des plus célèbres blogueuse du monde arabe.

Enfin, France 24 met les expertes à l'honneur et reçoit exclusivement des femmes tout au long du 8 mars.

Du Nord au Sud, sur les cinq continents, les trois chaînes dresseront ainsi le bilan des progrès réalisés et de ce qu'il reste encore à accomplir à travers des reportages, des entretiens et plus de 15 magazines dédiés.

En bref...

France Télévisions se mobilise autour de la Journée de la femme

A l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes ce mercredi 8 mars, France Télévisions et ses chaînes, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, 1ère et franceinfo, réaffirment leurs engagements. Durant la journée, un clip événement avec les femmes qui font France Télévisions sera diffusé. Toute la semaine, le groupe public proposera une programmation dédiée au travers de fictions, documentaires, magazines et spectacles vivants. A noter aussi que France Télévisions diffusera durant le mois la saison 2 inédite de «Elles ont toutes une histoire», collection de programmes courts réalisée par Olivier Lemaire et produite par Imagissime.

Groupe CANAL+ / FC Barcelone - PSG : spot pub inédit le 8 mars

A l'occasion de la rencontre FC Barcelone - PSG en Champions League, le Groupe CANAL+ innove avec un spot publicitaire d'un format inédit. Ce spot diffusé sur la chaîne C8, reprendra en live quelques instants de la rencontre invitant les téléspectateurs à suivre le reste du match sur CANAL+. «C'est la 1^{ère} fois qu'un spot de pub intègre des images en direct», précise le Groupe. D'une durée de 60", il sera diffusé mercredi 8 mars à 21h02. Les téléspectateurs de C8 seront alors invités à zapper sur CANAL+ pour voir le match en quelques clics. «Une façon innovante de montrer que les plus grands événements de sport sont sur CANAL+ en s'appuyant sur C8, nouvelle vitrine en clair de CANAL+ (...)), informe également le communiqué du Groupe CANAL+. Ce spot a été développé en collaboration avec La Canal Brand Factory by CANAL+ Régie, Havas et BETC.

Acquisition

L'Autorité de la concurrence autorise le rachat de la société Shine France par le groupe Endemol Shine

Le 2 février 2017, Endemol Shine a notifié à l'Autorité de la concurrence son projet de prise de contrôle exclusif de la société Shine France, qu'elle contrôlait, avant l'opération, conjointement avec la société Balestra. À l'issue d'un examen des effets de l'opération sur les marchés amont d'acquisition des droits de diffusion de programmes télévisuels, l'Autorité a autorisé cette opération. Le groupe Endemol Shine et la société Shine France sont toutes 2 actives sur les marchés amont des droits de diffusion de programmes télévisuels. Le groupe Endemol Shine est actif dans le secteur de la production et de la distribution de programmes audiovisuels sur différents types de plateformes et dans plus de 30 pays. En France, il est notamment actif, au travers de sa filiale Endemol France, dans la production et la distribution de programmes audiovisuels, tels que des fictions, séries, documentaires, émissions de jeux et de divertissement («Secret Story», «Money Drop», «Les 12 coups de Midi», «Miss France», etc.). La société Shine France est, pour sa part, active dans le secteur de la production et de la distribution de droits audiovisuels destinés principalement à la tv, tels que des émissions de jeux,

de divertissement ou de plateau, des fictions ou documentaires («The Voice», «Super Nanny» etc.). Par ailleurs, le groupe Twenty-First Century Fox, qui contrôle actuellement Endemol Shine, opère également sur ces marchés en tant qu'acheteur pour les besoins de son activité d'éditeur de chaînes de tv (National Geographic Channel, NatGeo Wild, Voyage, Fox News et Baby TV). Au terme de son analyse concurrentielle, l'Autorité a considéré que l'opération n'était pas de nature à porter atteinte à la concurrence. Le groupe Endemol Shine et la société Shine France détiennent des positions limitées sur les marchés amont des droits de diffusion de programmes télévisuels. La concentration ne remet donc pas en cause la structure de ces marchés caractérisés notamment par la présence de nombreux concurrents. L'Autorité a également considéré que tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux pouvait être écarté. En effet, la nouvelle entité, présente sur les marchés amont des droits et de l'édition de chaînes, ne sera pas, au vu des positions limitées des parties, en mesure de verrouiller l'accès aux programmes télévisuels pour ses concurrents, d'une part, et, d'autre part, en raison du fait que les chaînes éditées par Twenty-First Century Fox sont des chaînes thématiques proposant des programmes spécialisés ne correspondant pas aux programmes produits et commercialisés par Shine France.

Internet

Les youtubeurs Cyprien et Squeezie lancent une webTV consacrée aux jeux vidéo

Les deux principaux youtubeurs français, Cyprien et Squeezie, vont lancer mercredi après-midi une webTV consacrée aux jeux vidéo, avec pour animateurs des personnalités françaises du jeu en ligne. Cette webTV appelée «LeStream» sera visible tous

les jours de midi à 2 heures du matin, avec des émissions présentées par des joueurs et des youtubeurs, a indiqué Squeezie dans une vidéo publiée lundi. Une émission «LePrime» opposera deux équipes de joueurs, dont Gotaga, spécialiste du jeu «Call of duty», et Skykart. Membres du réseau de chaînes Mixicom, Cyprien (10,5 millions d'abonnés) et Squeezie (7,8 millions) produisaient déjà ensemble des vidéos sur les jeux diffusées sur leur chaîne YouTube commune.

En bref...

«Pour les Femmes Dans les Médias» ont décerné leurs prix et trophées lundi
6 mars

Lundi 6 mars, au Pavillon Dauphine à Paris, s'est tenu la cérémonie de remise de Prix de l'association «Pour les Femmes Dans les Médias», en collaboration avec l'association «Ateliers du Féminisme Populaire». Créé il y a 5 ans à l'initiative de Françoise Laborde, avec un groupe de pionnières (dont Simone Halberstadt Harari, Bibiane Godfroid, Laurence Bachman, Mercedes Erra, Marie-Christine Saragosse, Carole Bienaimé Besse, Laura Lemens Boy, Catherine Nayl...), l'association comptant aujourd'hui 50 membres se donne pour but de faire avancer la cause des femmes dans les médias, rendre les femmes visibles, et aider les plus jeunes. Le Prix Presse, marrainé par Michelle Cotta, a ainsi été décerné à Claire Alet et l'association «Prenons la une». Le Prix Documentaire, marrainé par Mercedes Erra, a été décerné à Bouchera Azzouz pour son documentaire «Nos Mères, Nos Daronnes». Et le Prix Fiction, marrainé par Audrey Azoulay, a été décerné à Fanny Herrero, showrunner et scénariste de la série «Dix pour Cent».

Eutelsat embarque à bord du lanceur New Glenn de la société Blue Origin

Eutelsat Communications a annoncé hier, à l'occasion du congrès Satellite 2017 qui se tient à Washington, D.C., la signature d'un contrat avec Blue Origin pour un lancement sur la fusée New Glenn, dont les 1^{ers} vols commenceront en 2020. L'accord prévoit le lancement d'un satellite géostationnaire à l'horizon 2021-2022. Le lanceur New Glenn est compatible avec la quasi-totalité des satellites d'Eutelsat. La mission qui lui sera attribuée pourra être déterminée jusqu'à 12 mois avant le lancement.

Aujourd'hui dans le monde

La plateforme de Moocs Coursera se diversifie, avec une offre de formation continue

La société américaine Coursera, une des principales plateformes de Moocs, ces cours universitaires gratuits en ligne très suivis, se diversifie avec une offre de formation continue à destination des entreprises et même des diplômés, a indiqué son PDG Rick Levin.

Coursera, créée en 2012, s'est lancée dans ce service aux entreprises à l'été 2016, notamment avec L'Oréal. Mardi, elle a annoncé dans un communiqué un accord avec six sociétés européennes pour fournir des cours en ligne à leurs salariés: la compagnie aérienne Air France KLM, le spécialiste du ciblage publicitaire sur internet Criteo, le site de réservations d'hôtels Booking.com, le spécialiste de la sécurité numérique Gemalto, la banque Unicredit ainsi que l'opérateur de télécoms Telenor. «La technologie a changé la nature du travail, qui évolue beaucoup plus vite que dans le passé», a déclaré M. Levin, ancien président de l'université américaine de Yale, de passage à Paris. «Les gens ont besoin d'acquérir de nouvelles compétences en permanence». «En quelques années, le chiffre d'affaires en provenance des entreprises a le potentiel pour dépasser celui des apprenants individuels», a-t-il estimé. «Ce que nous proposons, des cours d'université de grande qualité à un prix très bas» - de l'ordre de 75 euros par personne- «est très attractif», selon lui.

Un cours-type pour un salarié comporte douze à seize heures de contenu pendant quatre semaines.



«Certaines entreprises dégagent du temps» pour leurs salariés, «d'autres leurs disent: «trouvez vous-mêmes le temps»», a-t-il expliqué. Avec «97% de nos cours qui peuvent être suivis entièrement sur téléphone portable», il est possible de les visionner «dans le train en allant travailler», a-t-il fait valoir, y compris hors ligne en les téléchargeant.

Le modèle initial de Coursera est l'hébergement de cours gratuits en ligne. Elle affiche un catalogue d'environ 2.000 Moocs originaires de 150 établissements prestigieux de l'enseignement supérieur, dont des écoles françaises comme Polytechnique, Sciences Po, HEC...

Elle revendique 24 millions d'inscrits à travers le monde (5,5 millions aux Etats-Unis, 5 millions en Europe, 2 millions en Chine, 2 millions en Inde...). Si les Moocs sont gratuits, les personnes qui les suivent peuvent décrocher une certification payante (attestation de réussite à des tests). Coursera en a déjà délivré 4,5 millions.

Coursera s'est aussi lancée dans la délivrance de diplômes universitaires, avec deux titres de l'Université de l'Illinois. «Nous sommes en train d'en développer d'autres, nous devrions en annoncer plusieurs dans un ou deux mois», a indiqué M. Levin.

En bref...

BnF : Journée d'étude du dessin de presse le 15 mars

La BnF organise le 15 mars 2017 la Journée d'étude du dessin de presse sur le thème «Années 60 – Hara-kiri: regards sur un art corrosif». A l'issue de la journée, sera remis le Trophée Presse Citron/ BnF. Organisé par l'Ecole Estienne en partenariat avec la BnF et la mairie du 13^{ème} arrondissement à l'occasion de la Semaine de la Presse, ce double concours est ouvert aux étudiants et aux dessinateurs professionnels et a pour objectif de soutenir et développer le dessin de presse.

RSF inaugure le premier Centre pour la protection des journalistes

Mardi 7 mars, à la veille de la Journée internationale de la femme, Reporters sans frontières (RSF) a annoncé l'ouverture du premier Centre de médias destiné à la protection des journalistes afghanes (Centre for the Protection of Afghan Women Journalists - CPAWJ). L'ONG s'est rendue pour l'occasion à Kaboul en Afghanistan pour une cérémonie, en présence de personnalités politiques et de la société civile. Dirigée par la célèbre journaliste afghane Farideh Nekzad, ce Centre est la première organisation afghane créée par et pour des femmes journalistes. Il a pour vocation de soutenir et protéger ces journalistes, notamment celles qui exercent dans les provinces les plus reculées d'Afghanistan et qui sont, à ce titre, particulièrement vulnérables. Co-fondé par RSF, le CPAWJ entend lutter contre toutes les formes de pressions, sociales et matérielles, auxquelles sont confrontées les journalistes dans l'exercice de leur métier. «Nous sommes fiers d'annoncer la création de ce premier centre de protection des journalistes afghanes», déclare Christophe Deloire, secrétaire général de RSF.

ACCESS Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

TF1	THE WALL : FACE AU MUR JEU	4 296 000	21,50%
2	N'oubliez pas les paroles ! JEU	1 730 000	10,30%
3	19-20 JOURNAL REGIONAL JOURNAL REGIONAL	2 897 000	15,70%
CANAL+	GROLAND LE ZAPOI HUMOUR	85 000	0,30%
5	C A VOUS MAGAZINE	1 119 000	5,60%
6	CHASSEURS D'APPART JEU	1 986 000	10,80%
arte	EXPEDITION AUX SOURCES DE L'ESSEQUIBO DOCUMENTAIRE	416 000	2,10%
G 8	TPMP : C'EST QUE DU KIFF MAGAZINE	1 088 000	5,30%
W9	LES MARSEILLAIS SOUTH AMERICA DOCUMENTAIRE	479 000	2,30%
TMC	QUOTIDIEN 1ERE PARTIE MAGAZINE	733 000	3,60%
NT1	GREY'S ANATOMY \ A CHACUN SON DRAME SERIE	239 000	1,10%

M6	LAS VEGAS \ POUR UNE POIGNEE DE DIAMANTS SERIE	149 000	0,70%
4	IL ETAIT UNE FOIS LA VIE FILM	275 000	1,30%
G STAR	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	139 000	0,70%
Gulli	CHICA VAMPIRO : MORTEL D'ETRE UN VAMPIRE SERIE	235 000	1,20%
6	PASSION DECOUVERTE MAGAZINE	18 000	0,10%
HDI	URGENCES \ REVEIL SERIE	245 000	1,20%
6ter	MA FAMILLE D'ABORD \ VOISINS VOYEURS SERIE	129 000	0,70%
23	SUPER VETERINAIRE DOCUMENTAIRE	78 000	0,40%
RMC	BUSH ALASKA \ LE DEGEL - MONTEE DES EAUX DOCUMENTAIRE	251 000	1,20%
Chérie 25	TOUS POUR UN MAGAZINE	195 000	0,90%

PRIME Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

TF1	LOUIS(E) \ UNE FEMME A PART TELEFILM	4 576 000	18,80%
2	CASTLE \ TIRS CROISES SERIE	3 448 000	13,80%
3	LE DERNIER DIAMANT FILM	2 158 000	9,20%
5	STAVISKY, L'ESCROC DU SIECLE TELEFILM	497 000	2,10%
6	INDIANA JONES ET LE ROYAUME DU CRANE DE CRISTAL FILM	3 555 000	16,60%
arte	L'EFFRONTÉE FILM	949 000	3,90%
G 8	LE DERNIER REMPART FILM	790 000	3,70%
W9	DEMINEURS FILM	1 085 000	5,00%
TMC	SHOOTER TIREUR D'ELITE FILM	830 000	3,90%
NT1	SUPER NANNY DOCUMENTAIRE	540 000	2,30%

M6	CRIMES \ SPECIALE MAGAZINE	576 000	2,50%
4	UNE FOIS POUR TOUTES RIRE CONTRE LE SEXISME HUMOUR	439 000	1,90%
G STAR	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	238 000	0,90%
Gulli	L'INSTIT \ AURELIE SERIE	189 000	0,80%
6	BEIGNETS DE TOMATES VERTES FILM	257 000	1,10%
HDI	DR HOUSE \ DEMI PRODIGE SERIE	464 000	1,90%
6ter	VOUS AVEZ UN MESSAGE FILM	376 000	1,70%
23	REVELATIONS MAGAZINE	386 000	1,60%
RMC	CES VOITURES QUI ONT CHANGE LE MONDE DOCUMENTAIRE	272 000	1,10%
Chérie 25	MES MEILLEURES AMIES FILM	198 000	0,90%

NIGHT Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

TF1	LOUIS(E) \ COMING OUT TELEFILM	4 102 000	20,20%
2	CASTLE \ DES FLEURS POUR TA TOMBE SERIE	1 874 000	8,30%
3	GRAND SOIR 3 MAGAZINE	780 000	5,00%
5	C DANS L'AIR MAGAZINE	452 000	2,80%
6	INDIANA JONES ET LA DERNIERE CROISADE FILM	771 000	12,50%
arte	UN WEEK-END EN FAMILLE FILM	250 000	1,70%
G 8	HANNIBAL LECTER : LES ORIGINES DU MAL FILM	295 000	4,90%
W9	ETAT DE CHOC MAGAZINE	258 000	4,20%
TMC	2 GUNS FILM	356 000	6,20%
NT1	SUPER NANNY DOCUMENTAIRE	310 000	3,00%

M6	CRIMES \ DANS LE BERRY MAGAZINE	390 000	4,20%
4	LES ROIS DU BETISIER HUMOUR	154 000	2,00%
G STAR	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	179 000	0,70%
Gulli	L'INSTIT \ UNE SECONDE CHANCE SERIE	106 000	1,00%
6	ROSE ET LE SOLDAT TELEFILM	74 000	0,80%
HDI	DR HOUSE \ L'HOMME DE SES REVES SERIE	493 000	2,20%
6ter	RENOVATION IMPOSSIBLE DOCUMENTAIRE	170 000	1,80%
23	REVELATIONS ENQUETES MAGAZINE	173 000	1,60%
RMC	CES VOITURES QUI ONT CHANGE LE MONDE DOCUMENTAIRE	248 000	1,20%
Chérie 25	PARIS - MANHATTAN FILM	100 000	1,40%

AUTRES TV

En part d'audience

84,60%	15,40%
--------	--------

AGENDA DES MEDIAS

AUJOURD'HUI	09H30	M6 Projection de "Premier homme"	Neuilly-sur Seine - jgressani@m6.fr
JEUDI 9 MARS	08H00	Le collectif France Numérique La Présidentielle du numérique	Paris 5ème - contact@renaissancenumerique.org
	09H00	MIPTV Présentation des nouveautés du MIPTV	Paris 6ème - yassia.fekir@reedmidem.com
	09H45	M6 Présentation de la nouvelle émission déco "Redesign"	Paris 19ème - clemence.langlais@m6.fr
	10H00	Mediapart Conférence de presse annuelle	Paris 10ème - camille@lp-conseils.com
LUNDI 13 MARS	20H00	Prix du producteur français de télévision Edition 2017	Paris 18ème - christophe@bluehelium.com
MARDI 14 MARS	09H00	Econovia Lancement du Club des médias citoyens	Paris 17ème - presse@econovia.fr
MERCREDI 15 MARS	09H00	TF1 TF1 conso	Boulogne-Billancourt - lbaudrier@tf1.fr
DU 14 au 16 MARS	09H00	SPORTELAmerica The Sports Marketing & Media Convention	Miami - sportel@news.sportelmonaco.com
DU 21 AU 22 MARS	NC	The Media Faculty, Eurodata TV Worldw Masterclass Fiction Française 2017	NC - mcff2017@themediafaculty.com

BOURSE : SECTEUR DES MEDIAS

* Liste non exhaustive

Valeurs	Cours	Var. %	Ouv. ↑	↓	Valeurs	Cours	Var. %	Ouv. ↑	↓		
1000MERCIS	43.55 (c)	0.83%	43.19	43.55	43.19	NETBOOSTER	2.26 (c)	-3.00%	2.30	2.30	2.25
ADLPARTNER	17.74 (c)	1.31%	17.51	17.74	17.51	NEXTEDIA	1.41 (c)	-10.19%	1.56	1.59	1.40
ADTHINK MEDIA	2.71 (c)	-3.90%	2.81	2.81	2.70	NRJ GRP	10.75 (c)	0.47%	10.70	10.75	10.62
EUTELSAT COMMUNIC.	18.900 (c)	-0.05%	18.920	19.025	18.775	PRISMAFLEX INTERNA.	17.00 (c)	3.03%	16.51	17.02	16.51
HAVAS	8.109 (c)	0.16%	8.126	8.175	8.100	PUBLICIS GRP	62.40 (c)	-1.09%	63.16	63.18	62.25
HI MEDIA	9.20 (c)	0.55%	9.19	9.25	9.19	SES GLOBAL FDR	19.405 (c)	-0.05%	19.445	19.555	19.320
IPSOS	29.435 (c)	-1.04%	29.700	29.810	29.415	SFR GROUP	27.92 (c)	-0.50%	28.08	28.13	27.91
JCDECAUX SA.	32.515 (c)	2.18%	31.845	33.560	31.845	SPOREVER	1.21 (c)	-7.63%	1.31	1.31	1.18
LAGARDERE	24.270 (c)	0.41%	24.100	24.340	24.015	TECHNICOLOR	3.960 (c)	1.72%	3.868	3.983	3.868
LEADMEDIA GROUP	0.77 (c)	-2.53%	0.78	0.78	0.75	TF1	10.685 (c)	-0.84%	10.775	10.890	10.640
MADVERTISE	1.62 (c)	-2.41%	1.65	1.65	1.61	VIDELIO	1.63 (c)	-1.21%	1.64	1.65	1.63
MAKHEIA GROUP	1.89 (c)	0.00%	1.89	1.89	1.89	VIVENDI	16.565 (c)	0.12%	16.405	16.645	16.330
MEDIA 6	9.39 (c)	-5.15%	9.90	9.90	8.74	WEBORAMA	10.04 (c)	-3.28%	10.39	10.42	10.04
METROPOLE TELE.	19.800 (c)	0.41%	19.760	19.800	19.520	XILAM ANIMATION	13.53 (c)	2.89%	13.28	13.77	13.20

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 commercial (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

