Retrouvez-nous tous les jours sur
www.lemediaplus.com

média +
le quotidien des professionnels des médias

Vendredi 29 septembre 2017 - n°2 272

France 2 renforce ses soirées consacrées aux documentaires

France 2 renforce ses soirées consacrées aux documentaires en 1ère partie de soirée, créant une nouvelle case de diffusion et misant sur ses valeurs sûres que sont Frédéric Lopez, Marie Drucker, Laurent Delahousse et Stéphane Bern. La saison dernière, 3,2 millions de téléspectateurs en moyenne ont regardé les documentaires de France 2, soit 12,8% de pda, a indiqué mardi, lors d'une conférence de presse, Caroline Got, directrice exécutive de France 2. Elle a rappelé des «succès» d'audience tels que le film «Planète animale» qui a rassemblé en février 4,8 millions de téléspectateurs (400.000 de plus en replay). Pour la saison 2017/2018, la chaîne conserve ses valeurs sûres avec des programmes comme «Rendez en terre inconnue». Le voyage de Frédéric Lopez avec Mélanie Doutey avait séduit la saison dernière 5,4 millions de téléspectateurs (plus de 20% de pda). Le 21e épisode entraînera Frédéric Lopez et le comédien Kev Adams au sud de l'Éthiopie. En outre, le journaliste développera le concept cette année dans l'hexagone avec «Rendez-vous en France». Laurent Delahousse reprend aussi du service avec «Un Jour, Un destin», ses portraits qui seront consacrés à Jean-Paul Belmondo, Vincent Lindon, Bernard Blier, etc. Il présentera «20h55» avec des enquêtes de géopolitiques, dont une consacré à la Corée du Nord de Kim Jong-Un, ou encore «aux coulisses du pouvoir de Bachar al-Assad». En 2de partie de soirée, les films de société du magazine «Infrarouge» reviendront le mardi mais avec Marie Drucker, cette année, pour animer débats et discussions, de moins de 30', après certains films. A l'instar de «Harcèlement sexuel au travail» d'Andréa Rawlins-Gaston et Laurent Folleau, un «film manifeste» selon Catherine Alvaresse, directrice de l'unité documentaires et magazines culturels de France 2. «Infrarouge» sera suivi de «25 nuances de doc», nouvelle case documentaire de la chaîne où seront diffusés 25 films par an. «Nous sommes la seule chaîne historique à ouvrir une nouvelle case documentaire de cette rentrée», a souligné Caroline Got. Stéphane Bern ne sera pas en reste avec le retour de «Secrets d'Histoires» où il conte la vie de grands personnages historiques sur les lieux où ils ont vécu, avec des éclairages d'historiens et des reconstitutions. La chaîne diffusera également des documentaires d'histoire couvrant «toutes les périodes» et de «formes très différentes : archives colorisées ou non, ponctuées ou non d'entretiens, animation ou parfois fiction dialoguée», a précisé Catherine Alvaresse. «Jeunesses hitlériennes», documentaire de David Korn-Brzoza, ouvrira la saison. Raconté par Vincent Lindon, il retracera l'endoctrinement de toute l'Allemagne, grâce aux témoignages inédits de dix-sept Allemands enrôlés à l'adolescence et des images d'archives restaurées et colorisées. Parmi les «pépites» attendues, «Planète bleue» (2x90'), un film à grand spectacle de James Honeyborne pour la BBC explore les océans, des mers polaires glacées aux atolls coralliens. «Grandeurs Nature», les documentaires sur la nature sauvage à destination d'un public familial reviendront les samedis après-midi.

INTERVIEW

Florence DORE

Directrice Marketing de Kantar Media

SOMMAIRE

Télévision 3
Baisse des crédits : France Télévisions risque de revoir ses «engagements et obligations»
Institutionnel 4
Délais de sortie des films : nomination d'un médiateur
Internet 5
Les tweets en 280 caractères pourraient attirer un nouveau public
Programmes 6
LCP-AN : les «Questions au gouvernement» dès le 3 octobre dans une version rafraîchie
Disparition 7
Hugh Hefner : le fondateur de Playboy meurt à 91 ans
Cinéma 8
«Flatliners»: Hollywood se fascine pour l'au-delà
Technologies 9
Enquête russe/ Sénat américain : Google, Facebook, Twitter appelés à témoigner
Mouvements 10
AFP : de nouvelles personnalités au Conseil d'administration
Aujourd'hui dans le monde11
Le géant chinois du web Baidu va s'associer à la police pour combattre en ligne les «rumeurs» et «fausses nouvelles»
Audiences 12
Agenda 13

L'ACTU EN QUESTIONS

Florence DORE
Directrice Marketing de Kantar Media

Hier matin, dans le cadre d'une conférence de presse, Kantar Media, France Pub et l'Irep ont présenté l'état et la dynamique du marché publicitaire dans les médias au 1er semestre 2017. Tour d'horizon de ce qu'il fallait retenir avec Florence DORE, Directrice Marketing de Kantar Media.

media+

Au 1er semestre 2017, les recettes publicitaires nettes des médias enregistrent une très faible hausse de +0,1%, pour atteindre 5.908 M€. Comment l'analysez-vous ?

Florence DORE

Au 1er trimestre 2017, les élections présidentielle et législatives en France ont impacté à la baisse le marché publicitaire. Ce phénomène habituel, surtout en presse et en publicité extérieure, a été particulièrement renforcé par la longueur de la campagne et les incertitudes du scrutin. Le redressement au 2nd semestre s'effectuera en raison du raffermissement de la conjoncture. Les médias propriétaires, qui regroupent les nouveaux investissements digitaux de communication comme le brand content, progressent tellement (+22% sur 1 an) que cela devrait permettre à l'ensemble du marché de renouer avec une croissance significative de +1,6%. Le marché publicitaire cross médias référence 44.961 annonceurs, soit 2% de plus qu'au 1er semestre 2016 (+ 969 annonceurs).

media+

La tendance publicitaire des médias traditionnels (cinéma, radio, tv et presse) est tout de même baissière…

Florence DORE

Tout-à-fait ! On constate des disparités entre les vecteurs de communication ainsi qu'un arbitrage croissant en faveur du numérique. Les investissements publicitaires en cinéma, radio, tv et presse sont en baisse. Sans les médias propriétaires, le marché de la communication ne serait pas en croissance. La baisse des médias traditionnels est régulière. Pour autant, la presse capte encore près d'1 annonceur sur 2 (47%).

media+

Quelles sont les tendances sectorielles du marché publicitaire ?

Florence DORE

Les 10 premiers secteurs (distribution, automobile, alimentation, tourisme-restauration, culture-loisirs, banque-assurance, beauté, services, télécommunication et mode) représentent 86% du total des investissements publicitaires. La distribution investit par exemple la communication promotionnelle à travers la radio. Toutes les campagnes sont un peu corporate et travaillent sur l'image des enseignes en digital et TV.

media+

Le secteur de la télécommunication a renoué avec la croissance après 2 années significatives de repli. Que s'est-il passé ?

Florence DORE

Jusqu'en 2013, le secteur de la télécommunication était un tout petit marché. En 2014, il y a eu le lancement de la 4G avec Bouygues Telecom qui a vraiment poussé le secteur avec des campagnes pluri-médias. Après une baisse, 2016 renoue avec la croissance grâce à un annonceur SFR en téléphonie mobile (forfaits power, série limitée, offre avec Netflix, SFR Sport). A ce jour, il y a une vingtaine d'annonceurs sur ce secteur.

media+

Le redressement du marché publicitaire se confirme avec une croissance globale estimée à +1,6% ?

Florence DORE

Attendons la fin d'année ! Mais avec la reprise de l'activité économique, nous devrions en effet progresser de +1,6%, toujours en tenant compte des investissements en communication qui ne sont pas purement de la publicité.

Audiences

TF1 : «Esprits Criminels» leader du Prime mercredi

Mercredi en Prime, TF1 diffusait la suite de la saison 12 de la série «Esprits Criminels». Les deux épisodes ont réuni en moyenne 3.931.000 fidèles, soit 17,3% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. La chaîne se place ainsi leader du Prime. A noter que le premier épisode (21h00-21h50) a réuni 4,8 millions de fidèles (19,7% de pda). Des chiffres stables par rapport à la semaine dernière puisque les deux premiers épisodes avaient attiré en moyenne 3.929.000 téléspectateurs, soit 17,7% de part d'audience.

France 2 : 2ème place du Prime pour les rediffusions d'«Alex Hugo» mercredi

France 2 rediffusait mercredi en Prime le téléfilm «Alex Hugo». Ce dernier porté par Samuel Le Bihan et Lionnel Astier a réuni en moyenne sur les deux épisodes 3.403.000 téléspectateurs, soit 14,5% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. Pour info, la semaine dernière, le final de la saison 3 avait tenu en haleine 5,287 millions de téléspectateurs, soit 23% de pda.

France 3 : «Des racines et des ailes» en hausse mercredi en Prime

France 3 diffusait mercredi en Prime le magazine «Des racines et des ailes» présenté par Carole Gaessler. Le magazine intitulé «Gardiens des trésors du Gard» a séduit 2.419.000 curieux, soit 10,9% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. Le précédent numéro intitulé «Rois et bâtisseurs : depuis Versailles» et diffusé le 13 septembre dernier, avait attiré 1.901.000 personnes, soit 8,8% de part d'audience.

Télévision

Baisse des crédits : France Télévisions risque de revoir ses «engagements et obligations»

Le conseil d'administration de France Télévisions a prévenu jeudi que la baisse d'environ 50 millions d'euros des crédits du groupe public décidée par le gouvernement risquait de contraindre l'entreprise à revoir ses «engagements et obligations». «La confirmation de ces diminutions (de crédits, ndlr) à l'issue de la discussion de la loi de finances constituerait une remise en cause du contrat d'objectifs et de moyens signé en décembre 2016 et impliquerait le réexamen approfondi des engagements et obligations de France Télévisions», a prévenu le groupe public, dans un communiqué publié à l'issue d'un conseil d'administration extraordinaire.

«Le conseil d'administration de France Télévisions engage dès à présent une réflexion stratégique au travers de ses comités stratégique et d'audit pour instruire et anticiper les conséquences de cette situation sur le court et le moyen terme», a ajouté le groupe, sans préciser les pistes envisagées. Mercredi, la ministre de la Culture Françoise Nyssen avait confirmé une baisse globale des crédits de l'audiovisuel public. Et c'est France Télévisions qui doit supporter l'essentiel de ces coupes budgétaires, avec une baisse de 29,8 millions en 2018 par rapport à 2017, selon le ministère.

Mais la note est encore plus salée, autour de 50 millions d'euros, par rapport à la trajectoire prévue par le contrat d'objectif et de moyens (COM) signé par le groupe fin 2016 avec l'ancien gouvernement, qui aurait dû conduire à une hausse régulière de ses ressources. «Les annonces concernant France Télévisions se traduisent par une diminution de 47,8 millions d'euros par rapport à la prévision 2018 du contrat d'objectifs et de moyens, et de 55,6 millions d'euros par rapport au budget 2017», a précisé le groupe dans son communiqué.

En outre, la ministre de la Culture a fermé mercredi la porte à un retour de la publicité en soirée sur les chaînes de France Télévisions, une solution prônée par sa patronne Delphine Ernotte pour compenser la baisse des crédits publics. Face à cette situation, Mme Ernotte avait déjà prévenu en début de semaine qu'elle risquait d'être contrainte de tailler dans les programmes du groupe, contrairement aux engagements pris par France Télévisions. Dans le cadre de son COM, France Télévisions s'était notamment engagé à réduire ses coûts et à porter à 420 millions d'euros par an ses investissements dans la production de programmes originaux, le tout «dans le cadre d'une exploitation équilibrée».

De leur côté, les syndicats CGT, CFDT et FO de France Télévisions ont estimé que «la situation nécessite une réaction de grande ampleur» et appelé les salariés du groupe «à se préparer à la mobilisation dans l'unité la plus large», selon une déclaration commune publiée jeudi. Ces syndicats jugent que «compte tenu de l'obligation d'avoir des comptes à l'équilibre et en l'absence de ressources additionnelles, cette décision (de baisse des crédits, NDLR), si elle s'appliquait, aurait des conséquences dramatiques pour le financement, l'emploi et les missions du service public».

Les élus du personnel du groupe public avaient déjà protesté mercredi contre ces coupes budgétaires, en adoptant à l'unanimité le déclenchement d'une procédure d'alerte interne.

En Bref...

M6 : «Cauchemar en cuisine» en baisse mercredi en Prime

M6 a une nouvelle fois fait appel aux services du redoutable et redouté chef Philippe Etchebest mercredi en Prime, en programmant «Cauchemar en cuisine». L'émission, produite par Studio 89, a réuni 2.022.000 gourmands, soit 8,9% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Pour info, la semaine dernière, le programme avait fédéré 2,816 millions de téléspectateurs, soit 13,4% de part d'audience.

TNT : TMC leader du Prime mercredi avec «90' Enquêtes»

TMC diffusait mercredi en Prime un nouveau numéro de «90' Enquêtes». Ce dernier a réuni 762.000 fidèles, soit 4% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. La chaîne du groupe TF1 se place ainsi leader du Prime TNT. Suit «Enquêtes criminelles» sur W9 avec 734.000 curieux, soit 3,4% de part d'audience. Troisième pace pour le magazine «100 jours avec les gendarmes de l'autoroute des vacances» sur C8 avec 687.000 téléspectateurs, soit 3,5% de part d'audience.

M6 : «Cauchemar en cuisine, que sont-ils devenus ?» en baisse mercredi en Night

Mercredi à 22h50, M6 diffusait «Cauchemar en cuisine, que sont-ils devenus ?». Le programme a réuni 1.073.000 téléspectateurs, soit 10,3% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Des chiffres en baisse par rapport à la semaine dernière puisque le programme avait attiré 1.298.000 fans, soit 14,8% de pda.

Institutionnel

Délais de sortie des films : nomination d'un médiateur

La ministre de la Culture, Françoise Nyssen, a annoncé la prochaine nomination d'un médiateur pour débloquer les discussions autour des délais de diffusion des films suivant les différents médias, dans un entretien publié jeudi par le «Figaro». «Je nommerai un médiateur très prochainement sur ce dossier», a expliqué la ministre dans l'interview où elle explique être favorable à une refonte de la chronologie des médias. «Les discussions sont bloquées depuis trop longtemps. Il faut donc changer de méthode», ajoute-telle. «Si la concertation n'aboutit pas dans un délai maximum de six mois, nous passerons par la loi pour légiférer, a prévenu la ministre. Parallèlement, la lutte contre le piratage sera renforcée». S'exprimant ensuite au congrès de la Fédération nationale des cinémas français (FNCF) à Deauville, aux côtés de son président Richard Patry, Mme Nyssen s'est dite «absolument convaincue que la souplesse est d'abord à trouver dans la concertation entre professionnels», sans aborder spécifiquement la question du délai d'exclusivité des cinémas. «Nous ne céderons rien sur notre fenêtre de quatre mois», a martelé de son côté Richard Patry, qui représente les exploitants de salle. Le système français prévoit qu'un film sorte d'abord au cinéma, 4 mois après en DVD ou en vidéo à la demande à l'acte (VàD) et au bout de dix mois à la télévision. Il peut être diffusé sur une plateforme de vidéo à la demande par abonnement (SVOD) 36 mois après sa sortie. Mais certaines de ces plateformes, comme les américaines Netflix ou Amazon, viennent bousculer ces règles. Netflix a fait scandale au festival de Cannes en refusant de diffuser en salles le film «Okja» qu'il avait lui-même produit et voulait fournir sans délai à ses abonnés.

Internet

La commissaire européenne Vera Jourova ferme son compte Facebook

La commissaire européenne chargée de la Justice, Vera Jourova, a raconté jeudi avoir fermé son compte Facebook, devenu une «autoroute pour la haine», lors d'une conférence de presse consacrée à la lutte contre les contenus illicites sur internet. «Je reconnais que les plateformes en ligne sont riches en belles opportunités», a dit Mme Jourova, «mais internet a aussi son côté obscur», a-t-elle ajouté, lors d'une présentation d'initiatives de la Commission visant les acteurs d'internet. La Commission a engagé un dialogue en 2016 avec Facebook, Twitter, YouTube et Microsoft, les conduisant à signer un «code de conduite» où ils s'engagent à lutter contre les propos haineux illégaux diffusés en ligne. Elle a présenté jeudi de nouvelles initiatives pour inciter ces entreprises et tous les acteurs d'internet à mettre en place rapidement des outils plus efficaces contre les «contenus illicites». Parmi les mesures préconisées, la Commission demande aux plateformes en ligne (moteurs de recherche, réseaux sociaux) de désigner «des points de contact qui permettraient de pouvoir prendre rapidement contact avec elles pour supprimer des contenus illicites». Elle les encourage aussi à «investir dans des technologies de détection automatique» et à «publier des rapports de transparence précisant le nombre et le type de signalements reçus». La Commission a indiqué qu'elle suivrait «attentivement les progrès accomplis» dans les prochains mois. S'ils sont insuffisants, elle pourrait décider «au plus tard en mai 2018» de lancer «des mesures législatives» pour contraindre les acteurs d'internet à agir.

En Bref...

RMC : record historique sur les CSP+

L'Institut Médiamétrie a publié hier après-midi les résultats de la vague 2016-2017 de l'Etude Cadres Radio. Avec près de 1,6 million d'auditeurs CSP+ chaque jour, RMC enregistre un record historique et signe la plus forte progression des généralistes privées (+ 131.000 nouveaux auditeurs en un an), selon les chiffres de l'étude. A noter que RMC est la 2ème radio commerciale de France sur les CSP+ avec 8,3% de pda, devant Europe 1 sur les CSP+ en audience cumulée, en QHM et en Part d'Audience. RMC annonce également être la Matinale la plus CSP+ des généralistes privées (37% d'auditeurs CSP+ entre 6h et 10h, selon Médiamétrie 126 000 – Saison 2016-2017).

W9/ UEFA Europa League: «Everton-Olympique Lyonnais» le 19 octobre

La saison 2016-2017 de l'UEFA Europa League a réuni 1,5 million de téléspectateurs en moyenne sur W9, soit la meilleure saison historique pour la compétition sur la chaîne, en progression de 0,4 million vs la saison 2015-2016. W9 se classe en moyenne leader TNT, et 3ème chaîne nationale auprès des hommes de moins de 50 ans. Le record de la saison est de 2,2 millions de téléspectateurs avec le ¼ de finale BESIKTAS-LYON, il s'agit aussi d'un record historique pour un match d'EUROPA LEAGUE sur W9. Jeudi 19 octobre à 2&h00, pour cette 3ème journée de la phase de poules, l'Olympique Lyonnais affrontera le club anglais d'Everton à Goodison Park. Aux commentaires, Denis Balbir et Jean-Marc Ferreri. Cette année encore, la retransmission des matchs de l'Europa League diffusés en Prime Time sera suivie de «100% FOOT» magazine présenté par Carine Galli.

Internet

Les tweets en 280 caractères pourraient attirer un nouveau public

Les tweets en 280 caractères pourraient débrider une langue qui était jusqu'ici dans un carcan et attirer potentiellement un nouveau public, selon des spécialistes. «Les 140 caractères étaient suffisants pour une phrase mais pas pour un raisonnement», a souligné le lexicographe Alain Rey. «Le syllogisme (raisonnement logique) le plus articulé d'Aristote tient en 280 caractères, pas en 140», a souligné l'auteur du Dictionnaire historique de la langue française. La possibilité de tweeter en 280 caractères (une cinquantaine de mots), limitée pour l'instant à un petit club d'élus, «va permettre une expression plus correcte», a également souligné Alain Rey. «Twitter a en tête les tranches les plus âgées qui reculaient devant cette expression limitée à 140 signes». Le site veut élargir le nombre de ses abonnés, qui stagne, et devenir plus attractif pour les annonceurs. Twitter veut notamment attirer toujours plus de dirigeants d'entreprise, pour leur communication interne ou pour parler à leurs clients, avait déclaré mardi son directeur en France, Damien Viel, à la presse. L'allongement ne concerne cependant que les messages en alphabet latin, car c'est surtout en anglais, espagnol, portugais ou français que la limite de 140 caractères pose des problèmes aux utilisateurs, contrairement à ceux qui tweetent en japonais, coréen ou chinois. «Le décompte par caractère n'était inégalitaire que pour un type d'écriture, la plus répandue et la plus coûteuse en caractères: l'écriture alphabétique», a expliqué Alain Rey. «Les écritures idéographiques expriment en un signe l'équivalent de 5 à 10 lettres». Depuis les débuts de Twitter en 2006, la rumeur d'un allongement des tweets revenait régulièrement, et le site avait déjà fait évoluer cette limitation en ne comptabilisant plus les liens hypertexte dans le nombre de caractères. Les utilisateurs avaient aussi pris l'habitude de multiplier des abréviations et de saucissonner l'information en plusieurs tweets. Et si toutes les langues sont tiraillées «entre des besoins d'économie et de précision», a souligné Alain Rey, elles ne sont pas égales face au tweet. «Les Américains ont une grande habitude des abréviations, tandis que les Allemands sont encore plus pénalisés que les Français». En annonçant ce test mardi, Twitter («gazouilleur», en anglais) a relancé ce débat virulent: le royaume des infos urgentes, aphorismes, bourdes et réactions à l'emporte-pièce avait pour qualité première son extrême brièveté, selon de nombreux utilisateurs.

«La simplicité fait partie de l'âme de Twitter autant que de la Citroën 2CV», a souligne David Fayon, coauteur du livre «Facebook, Twitter et les autres». «Mais cette extension à 280 caractères peut calmer certaines frustrations». «Twitter veut aller au-delà de sa clientèle habituelle. Pour les communicants, les pros du marketing ou les journalistes, ça peut être un plus», a souligné David Fayon. D'autres utilisateurs attendaient cependant d'autres réformes de la part de Twitter. Certains désiraient plus de censure sur le réseau social, qui se voit fréquemment reprocher la violence des propos de certains de ses utilisateurs. «Très prochainement les utilisateurs du réseau social pourront s'insulter et se harceler en 280 caractères», a tweeté mercredi le site parodique Le Gorafi. D'autres exigeaient un bouton qui permette de retoucher les tweets déjà envoyés. Après avoir annoncé ce test mardi soir, le cofondateur du site Jack Dorsey a demandé dans un tweet qu'on laisse «un peu de temps» à ses équipes «pour apprendre et valider (ou transformer!) (leurs) idées». Pour Alain Rey, si «le carcan se desserre», il y a aussi avec cette inflation de caractères «un risque de ne lire que du bavardage creux».

En Bref...

beIN SPORTS : «REC» dès le 14 octobre

A partir du samedi 14 octobre à 22h00, beIN SPORTS lancera «REC», une nouvelle émission dédiée aux reportages et présentée chaque mois par Thibault Le Rol.

Le SIRTI renforce ses équipes

Le SIRTI (syndicat des radios indépendantes) renforce ses équipes et accueille Charlotte Gabarrot comme responsable des affaires juridiques et institutionnelles. Sous l'autorité de Kevin Moignoux, Secrétaire général du SIRTI, elle aura pour mission de suivre les dossiers réglementaires et juridiques portés par le syndicat et d'accompagner les adhérents en matière de réglementation audiovisuelle, d'accès aux fréquences, de gestion des droits musicaux ou encore de développement dans le digital. Elle sera également en charge de la mise en œuvre des actions de relations institutionnelles décidées par le Conseil d'administration et le Secrétaire général afin de porter et défendre les positions du Syndicat et de ses adhérents auprès des pouvoirs publics. «Nous sommes très heureux d'accueillir Charlotte Gabarrot. Son arrivée s'inscrit d'abord dans notre volonté de renforcer nos services auprès des 160 radios indépendantes adhérentes et de développer nos actions sur les différents sujets qui affectent leur écosystème», selon Alain Liberty, président du SIRTI. Charlotte Gabarrot a commencé sa carrière dans le secteur audiovisuel en 2011 au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, puis a travaillé comme juriste pour le Groupe NextRadioTV avant de rejoindre Lagardère Active en 2013 où elle était chargée de mission «Affaires Réglementaires et Relations Institutionnelles» au sein du Secrétariat Général du Pôle Radio/TV.

Programmes

LCP-AN : les «Questions au gouvernement» dès le 3 octobre dans une version rafraîchie

Les séances de questions au gouvernement vont être diffusées à partir du mardi 3 octobre dans une version rafraîchie et en exclusivité sur LCP-Assemblée Nationale, a indiqué la présidente de la chaîne, Marie-Eve Malouines. De 14h00 à 16h30, tous les mardis et mercredis, LCP-AN va devenir le diffuseur exclusif de ces instants riches en polémiques de la vie parlementaire, après la dernière retransmission cette semaine par France 3 de ce temps fort de la vie parlementaire, à l'occasion d'une session extraordinaire. Sur LCP-Assemblée Nationale, l'émission commencera une heure avant la séance, à 14h00, avec une mise en contexte des questions (QAG) posées par les députés au Premier ministre et aux autres membres du gouvernement. Elle va se poursuivre jusqu'à 16h30, notamment au cas où la séance de questions se prolongerait. «C'est un jeu de rôles, mais avec de vrais enjeux», a souligné Marie-Eve Malouines. «On ne va pas se limiter à la polémique du jour, mais traiter plusieurs sujets qui ont des conséquences directes sur la vie des gens». Pour toucher un autre public que celui du canal 13 de la TNT et des box, utilisé par LCP-AN, les QAG vont aussi être diffusées sur Periscope et sur Facebook Live. Des versions pour Instagram et Snapchat sont à l'étude, a précisé LCP-AN. L'émission sera présentée par Marion Becker, aux côtés de Valérie Brochard, Ludovic Fau et Danielle Sportiello. Cette dernière, journaliste politique à France Télévisions en charge de l'actualité parlementaire, est bien connue des téléspectateurs des questions au gouvernement qu'elle présentait jusqu'ici sur France 3. Elle reprendra sur LCP sa traditionnelle interview d'un député, diffusée juste avant le début de la séance des questions. France 3 diffusait depuis 1983 ces traditionnelles séances des mardis et mercredis, au cours desquelles les députés interrogent les membres du gouvernement, à partir de 15h00. Mais leur audience était en baisse. France 3 a attiré 254.000 téléspectateurs (3,5% de pda) sur la saison 2016-2017 contre 337.000 deux ans auparavant (4,7%). LCP-AN attirait parallèlement 120.000 mordus de politique en moyenne sur la saison 2016-2017, soit 0,5% de pda, selon la chaîne. La séance de questions sera toujours traduite en langue des signes et proposera des sous-titres pour les malentendants, a précisé LCP-AN.

Presse

«Paris Match» plébiscité par les moins de 25 ans sur Discover Snapchat

Depuis son lancement sur Discover il y a un an, les jeunes de moins de 25 ans plébiscitent les stories de «Paris Match» qui attirent 5 millions de visiteurs uniques chaque mois. 75% des Snapchatters du magazine ont entre 13 et 24 ans : une nouvelle audience séduite par l'écriture inédite et innovante de «Paris Match» sur Discover. Premier magazine d'actualité à avoir rejoint la version francophone de Discover, «Paris Match» connaît donc le succès auprès des jeunes utilisateurs de l'application qui ont adopté les contenus exclusifs et le format spécialement pensé pour eux par l'équipe dédiée de «Paris Match» sur Discover. Partenaire de Snapchat dès le lancement de Discover en France, «Paris Match» produit chaque jour une dizaine de stories originales et variées créant ainsi une expérience visuelle et rédactionnelle inédite.

En Bref...

France Ô : la collection documentaire «Iconiques vahinés» dès le 21 octobre

Samedi 21 octobre à 19h40, France Ô proposera sa nouvelle collection documentaire «Iconiques vahinés» écrite par Elisabeth Bonnet-Kotz et Marie Dault, réalisée par Elisabeth Bonnet-Kotz et produite par Wild Angle Productions, Bleu Lagon Productions, avec la participation de France Télévisions. En tahitien, «vahine» signifie femme. Mais cette terminologie a véhiculé de nombreux stéréotypes depuis l'arrivée des premiers navigateurs au XVIIIe siècle. Une imagerie populaire occidentale à laquelle la femme tahitienne a longtemps été associée. Désormais, elle tente de se détacher du fantasme de la nymphe envoûtante qui lui colle à la peau. Dans ce documentaire inédit, on explore la beauté polynésienne au-delà du mythe à travers quatre portraits de femme qui parlent de leur féminité et de leur image loin des clichés de la Polynésienne lovée sur une plage de sable blanc...

W9 : «Legends» saison 1 dès le dimanche 15 octobre à 21h00

Dimanche 15 octobre à 21h00, W9 lancera la première saison de la série américaine inédite «Legends» (10x42'). Produite par Howard Gordon et Alex Cary, producteurs de «24 heures chrono» et «Homeland», «Legends» est adaptée du livre éponyme de Robert Littell, récompensé par le Los Angeles Book Prize en 2005. Dans le rôle de Martin Odum, un agent du FBI qui travaille sous couverture, on retrouve Sean Bean (alias Ned Stark dans «Game of Thrones») qui réalise une vraie performance d'acteur en interprétant plusieurs personnages au fil de la série. Au casting également, Ali Larter, Morris Chestnut, Amber Valletta, Tina Majorino, ...

Disparition

Hugh Hefner : le fondateur de Playboy meurt à 91 ans

Le fondateur de «Playboy» Hugh Hefner, pionnier de la presse érotique grand public et célèbre pour sa vie d'excès et de fêtes, est décédé mercredi à l'âge de 91 ans, a annoncé le magazine américain. «La vie est trop courte pour vivre le rêve de quelqu'un d'autre»: c'est avec cette citation de son ancien patron et un portrait de celui-ci que Playboy a salué cette disparition sur son compte Twitter. Célèbre pour ses tenues d'intérieur en satin rouge, Hefner avait fondé en 1953 le magazine de charme qui allait apporter sa pierre à la révolution sexuelle aux Etats-Unis et au-delà. Il est mort de causes naturelles à son domicile de Beverly Hills, la Playboy Mansion, passée à la postérité pour ses fêtes symbolisant les excès de Hollywood avec son mélange de stars et d'hôtesses dévêtues, les célèbres «bunnies». Célèbre pour son magazine mais aussi pour sa vie d'excès et fêtes, entouré de ses nombreuses petites amies, le fondateur de Playboy continuait à sortir dans les discothèques et entretenait sa vie intime à coups de Viagra, dont il n'hésitait pas à faire la promotion. «Mon père a vécu une vie exceptionnelle, en tant que pionnier des médias et de la culture et comme porte-parole de certains des mouvements culturels et sociaux les plus significatifs de notre époque, en se faisant notamment le défenseur de la liberté d'expression, de la liberté sexuelle et des droits civiques», a déclaré son fils Cooper Hefner, directeur artistique de Playboy Enterprise's, la maison mère du groupe Playboy. Hugh Hefner a apporté sa pierre à la révolution sexuelle, qui a permis de rejeter les valeurs puritaines de l'Amérique afin d'appréhender la sexualité comme quelque chose de naturel et de joyeux. L'homme au franc-parler était né à Chicago le 9 avril 1926 dans une famille de protestants conservateurs. «Ma vie et le lancement de Playboy étaient la réponse à une éducation répressive et puritaine. Je n'y ai vu que douleur et hypocrisie», expliquait-il en 2003. Hugh Hefner s'était marié avec une étudiante de son université, Mildred Williams, en 1949. L'union avait duré dix ans et donné deux enfants. «J'ai essayé de vivre de façon traditionnelle, mais ce n'était vraiment pas mon truc», résumait Hefner, qui s'était marié trois fois et avait eu quatre enfants au total. Terrorisé à l'idée de vivre comme ses parents, Hugh Hefner, qui avait occupé plusieurs postes administratifs et créatifs au magazine «Esquire», avait décidé de prendre un grand virage et de lancer sa propre publication en 1953. «Quand j'ai vu les jupes s'allonger au lieu de raccourcir, et qu'au lieu de célébrer l'après-guerre, nous étions confrontés à la répression et au conservatisme, j'ai compris que nous n'étions pas sur la voie du progrès», expliquait-il. Parti à la retraite, Hugh Hefner avait continué pendant des années à participer aux décisions au sein du magazine, choisissant par exemple les couvertures et les «Playmates» du mois. Dans son entretien en 2003, il disait espérer «rester dans le souvenir des gens comme quelqu'un qui a eu un impact positif sur le changement des valeurs sexuelles de l'époque». Un an après avoir renoncé à la nudité, jugée «dépassée», «Playboy» y était revenu en février 2017. A la demande du fils, qui n'avait pas accepté la décision de son père. Le numéro daté de janvier/février 2016, avec la starlette américano-canadienne Pamela Anderson en couverture, avait alors été présenté comme le dernier à inclure des photos de femmes nues dans ses pages. Volontiers provocateur, le magazine «Playboy», longtemps connu pour ses «bunnies» et ses photos érotiques, a montré pour la 1ère fois dans ses pages une musulmane portant le voile, dans un article de septembre 2016 qui avait généré autant de louanges que de critiques. Le truculent nonagénaire à la vie personnelle débridée - outre 3 épouses, il a eu de multiples «bunnies» pour compagnes - a fait l'objet d'une série télévisée documentaire produite par le géant du commerce en ligne Amazon.

En Bref...

CSTAR/ match international de football féminin : «France-Angleterre» le 20 octobre

Vendredi 20 octobre à 20h50, la chaîne CSTAR diffusera en direct de Valenciennes le match international de football féminin «France-Angleterre» commenté par Alexandre Delperier et Sonia Haziraj.

France 3 : «1917 Il était une fois La Révolution» le 18 octobre à 20h55

Le mercredi 18 octobre à 20h55, France 3 diffusera le documentaire inédit «1917 Il était une fois La Révolution» (82'/ Cinétévé - Fabienne Servan Schreiber et Lucie Pastor), un film de Bernard George, raconté par Philippe Torreton. A noter qu'une version courte (52'), intitulée «1917 RévolutionS» sera diffusée le dimanche 29 octobre à 22h30 sur France 5. 1917. Dans le fracas de la Première Guerre mondiale, après trois siècles de pouvoir immuable, la Russie des Tsars, que l'on croyait éternelle, entre en révolution.

Orange distribue en exclusivité le Fairphone 2 en France

Depuis ce jeudi 28 septembre, Orange distribue en exclusivité le Fairphone 2, un smartphone modulaire conçu pour être plus durable et équitable. Au lancement, il sera disponible dans 85 boutiques Orange, sur Orange.fr et sur Sosh.fr, en exclusivité sur le marché français jusqu'au 31 décembre prochain. «Ce partenariat permet aux deux entreprises d'aller plus loin dans leur engagement, déjà fort dans le domaine de l'économie circulaire», précise Orange dans un communiqué.

Cinéma

«Flatliners»: Hollywood se fascine pour l'au-delà

Que vous imaginiez l'au-delà avec des anges ailés et des harpes, des sphères célestes, ou des retrouvailles avec des proches décédés, Hollywood a sûrement déjà représenté votre vision du royaume des cieux sur grand écran. De «Le ciel peut attendre» à «La vie est belle» de Frank Capra, en passant par «Sixième Sens», les studios ne manquent pas d'imagination quand il s'agit de représenter la vie après la mort. Le dernier film à s'attaquer à cette thématique est «L'Expérience interdite : Flatliners», remake du film de Joel Schumacher sorti en 1990. Le pitch est le même: des étudiants en médecine tentent une expérience de mort imminente pour provoquer une mort clinique, aller dans l'au-delà, et en revenir. «La mort est le dernier grand inconnu. C'est comme les profondeurs de l'océan ou de l'espace», a expliqué le réalisateur danois Niels Arden Oplev («Millenium») avant la sortie du film vendredi aux Etats-Unis. Une nouvelle génération d'acteurs interpréte les intrépides étudiants en médecine, joués en 1990 par Kevin Bacon, Julia Roberts et Kiefer Sutherland, qui fait une petite apparition dans le remake. Ellen Page («Juno»), Diego Luna («Rogue One: A Star Wars Story») seront ainsi à l'affiche de ce film produit par Michael Douglas, déjà producteur du film de Joel Schumacher en 1990. Mais pour Niels Arden Oplev ce remake, qui met plus l'accent sur les angoisses psychologiques des personnages, est une métaphore pour les solutions de facilité auxquels des jeunes pourraient être tentés d'avoir recours. «La concurrence est tellement rude de nos jours pour avoir un métier, c'est tellement plus dur qu'il y a 27 ans que les jeunes maintenant doivent prendre plein de trucs pour rester éveillés et étudier pendant 12 heures», explique-t-il. «Ils veulent tous prendre un raccourci et prendre une pilule magique qui rendra leur vie géniale. Et tout d'un coup vous réalisez que c'était super sympa, c'était génial, mais maintenant il y a un prix à payer pour ça, et vous ne l'aviez pas vu venir», ajoute-t-il. Dans son film, le prix à payer est le suivant: les étudiants doivent faire face à des phénomènes paranormaux qui l actes qu'ils regrettent profondément. es confrontent à leur passé et à des actes qu'ils regrettent profondément. Pour rendre «Flatliners» aussi réaliste que peut l'être une production hollywoodienne, Niels Arden Oplev s'est attaché les services d'experts médicaux, comme la consultante Lindsay Somers et son réseau d'infirmiers, de neurochirurgiens, et de radiologues.

Tous les diagnostiques portés à l'écran devaient être authentiques et les acteurs ont appris comment correctement administrer des injections, à la manière d'un vrai médecin. «Bien sûr, nous faisons un film hollywoodien et pas un documentaire, nous avons pris des petites libertés, mais globalement nous avons essayé de rester aussi fidèles que possible à la réalité», explique Lindsay Somers. Une autre différence entre les deux versions du film est l'intensité mise dans les scènes de tensions psychologiques, qui sont plus fortes pour mieux correspondre aux attentes d'une génération davantage habituée à être bousculée dans les salles de cinéma. «Le vocabulaire utilisé dans les films, notamment les films d'horreur, a beaucoup changé en 27 ans. Les spectateurs en attendent plus maintenant qu'en 1990», raconte Niels Arden Oplev. Le réalisateur de 56 ans, contacté en 2013 par Sony pour s'occuper du remake, explique également n'avoir regardé l'original que deux fois pendant la production de son film. «Le vieux film est une superbe inspiration, mais nous ne faisons pas un remake, nous faisons une réinterprétation», assure-t-il.

En Bref...

TV5Monde Etats-Unis élue «Entreprise francaise de l'année»

TV5Monde Etats-Unis a été élue ce jeudi 28 septembre, «Entreprise française de l'année» par la Fondation de la Chambre de Commerce franco-américaine lors du Gala Annuel de la Fondation à New-York. TV5Monde est présent aux Etats-Unis depuis 2001 à travers sa filiale TV5 USA Inc dont il est actionnaire à 100%. La chaîne est distribuée auprès des réseaux satellites et câbles à travers tous les grands opérateurs du pays: Comcast, Charter... L'offre TV5Monde varie selon les opérateurs et propose : une chaîne généraliste TV5Monde Etats-Unis, une chaîne thématique jeunesse Tivi5MONDE, une chaîne art de vivre à la française STYLE HD, une offre SVOD cinéma, une offre d'information continue (présente dans l'enceinte de l'ONU) et un site internet (www.tv5mondeusa.com). TV5Monde est également présente dans près de 400.000 chambres d'hôtels proposant un produit spécifique voyage et art de vivre «TV5Monde Voyage» et dans près d'un million de chambres via une offre VOD Cinéma. Le site «Apprendre et enseigner le français avec TV5Monde» soutient toute une série d'actions pour l'enseignement du français que ce soit auprès des Alliances françaises et des classes bilingues d'établissements scolaires américains. C'est donc pour l'ensemble de son activité aux Etats-Unis que TV5Monde vient d'être élue en 2017 Entreprise française de l'année. «Nous sommes très heureux d'honorer TV5Monde ainsi que son directeur Yves Bigot au gala annuel de la fondation de la Chambre de Commerce Franco-Américaine» a déclaré Elsa Berry, Présidente de la Fondation. «TV5Monde est la première chaîne mondiale en français au monde, elle propose des émissions Francophones à des millions de téléspectateurs dans le monde entier».

Technologies

Enquête russe/ Sénat américain : Google, Facebook, Twitter appelés à témoigner

Le Sénat américain et la Chambre des représentants ont officiellement demandé aux géants technologiques Google, Facebook et Twitter de témoigner dans le cadre des enquêtes sur une possible influence russe dans l'élection présidentielle de 2016. Des représentants de ces groupes sont attendus par la commission du Sénat sur le renseignement le 1er novembre pour une audition publique, a fait savoir l'institution mercredi. Il s'agit de déterminer si ces réseaux ont pu être utilisés par la Russie pour influer sur l'élection présidentielle remportée par Donald Trump l'an dernier. La commission de la Chambre des représentants sur le renseignement, qui enquête aussi sur une possible influence russe, a également indiqué mercredi avoir appelé ces groupes à témoigner. «Le Congrès et le peuple américain ont besoin d'entendre ces informations importantes directement de ces entreprises», ont indiqué les représentants Mike Conaway et Adam Schiff, membres de la commission d'enquête de la Chambre. Facebook avait accepté la semaine dernière, sous la pression, de fournir au Congrès le contenu de messages à caractère politique, financés par des intérêts russes via des achats d'espaces publicitaires sur le réseau social. Selon la presse américaine, ces messages cherchaient à créer des tensions politiques sur divers sujets chez les Américains, dans le but, in fine, de nuire à la candidate démocrate Hillary Clinton, alors en tête des intentions de vote. Le Kremlin nie toute implication dans l'élection.

Mouvements

Thierry Thuillier, DG de LCI, nommé directeur de l'information du groupe TF1

Le directeur général de LCI Thierry Thuillier a été nommé directeur de l'information du groupe TF1, succédant à Catherine Nayl, a annoncé jeudi l'entreprise dans un communiqué, confirmant une information de «Télérama». M. Thuillier, âgé de 54 ans, «aura pour mission de définir et de mettre en oeuvre la politique éditoriale de l'information de TF1 et de LCI sur les antennes et les supports digitaux : l'objectif étant de maintenir le leadership à haut niveau des JT et magazines et de poursuivre le développement de LCI et de l'offre digitale», a précisé TF1. En outre il devra piloter «Info 2020», un projet de réorganisation de l'information au sein du groupe, qui doit conduire à une «transformation majeure» et à des «synergies renforcées» entre les rédactions de TF1 et LCI.Thierry Thuillier, ancien directeur de l'information de France Télévisions et éphémère directeur des Sports de Canal+, avait rejoint le groupe TF1 l'été dernier, comme directeur général de LCI, peu après le passage de la chaîne d'info en continu sur la TNT gratuite.Depuis son arrivée au sein du groupe, des rumeurs le voyant succéder à Catherine Nayl revenaient régulièrement. TF1 s'était illustrée lors de l'élection présidentielle en organisant un débat inédit d'avant-premier tour entre 5 grands candidats, qui avait attiré plus de 10 millions de téléspectateurs. Catherine Nayl, journaliste pur produit de TF1, avait elle-même succédé à Jean-Claude Dassier en 2009 à la tête de l'information du groupe. Selon Télérama, elle s'est vu proposer un autre poste au sein de TF1 mais l'aurait refusé, et devrait donc quitter l'entreprise.

En Bref...

ARTE : cycle Steven Spielberg dès le 22 octobre

ARTE propose un cycle Steven Spielberg du dimanche 22 au lundi 30 octobre 2017. La chaîne revisite ainsi la carrière fleuve de Steven Spielberg en quatre films majeurs qui éclairent l'oeuvre du cinéaste virtuose : «Les dents de la mer», «A.I. Intelligence artificielle», «Empire du soleil» et «Duel».

TV5Monde Afrique: Saison 2 de «Parents Mode d'emploi» – Version gabonaise

TV5Monde, la chaîne culturelle francophone mondiale, diffusera en exclusivité à compter du lundi 2 octobre, la saison 2 de la série panafricaine «Parents, Mode d'emploi». TV5Monde Afrique, pré-acheteur de la série, diffusera cette nouvelle saison inédite tous les jours du lundi au dimanche à 20h50. L'adaptation gabonaise de la série française relate avec humour le quotidien d'un couple de quadragénaires Magloire et Edith Kumba et leurs 3 enfants agés de 8 à 16 ans. Cette famille représentative de la classe moyenne africaine en plein essor incarne l'image d'une Afrique moderne. Dans cette saison 2, la scénariste et réalisatrice Samantha Biffot continue son travail de réadaptation en tenant compte des différences culturelles créant ainsi des situations comiques. La direction artistique et la mise en scène restent fidèles à l'esprit de la série originale. Le célèbre humoriste gabonais Omar Defunzu incarne le rôle du père Magloire Kumba, Aisha Yamav celui de la mère Edith Kumba, Waren Marabi est Junior, Jardelle Angue est Gladys et Ben Marabi est Hypolite. La série est produite par la société On est Ensemble Productions d'après une idée originale imaginée par Eléphant Story pour France 2. Le format africain est distribué par France Télévision Distribution.

Mouvements

AFP : de nouvelles personnalités au Conseil d'administration

Le nouveau Conseil d'administration de l'Agence France-Presse, dont les membres sont désormais désignés pour cinq ans, a vu l'ensemble de ses administrateurs entamer un nouveau mandat lors de sa première séance tenue hier jeudi 28 septembre. En application de la réforme statutaire intervenue en 2015, la date de début ainsi que la durée du mandat des administrateurs de l'Agence sont désormais uniformisées. A cette occasion, plusieurs personnalités font leur entrée au Conseil d'administration: Ingrid Deltenre, précédemment directrice générale de l'Union européenne de Radio-Télévision et Roxanne Varza, directrice de Station F, sont désignées par le Conseil supérieur de l'AFP ; Agnès Romatet-Espagne, directrice de la Communication et de la Presse, porte-parole du ministère des Affaires étrangères, est quant à elle nommée par le ministre des Affaires étrangères. Elles rejoignent ainsi l'ensemble des administrateurs dont le mandat a été renouvelé au cours des dernières semaines : Martin Ajdari, directeur général à la Direction générale des Médias et des Industries Culturelles, Amélie Verdier, directrice du Budget au ministère de l'Economie et des Finances, Marie-Christine Saragosse, Présidente-Directrice Générale de France Médias Monde, Laurent Guimier, directeur délégué aux antennes et aux contenus de Radio France, Louis Dreyfus, président du directoire du Monde, Sofia Bengana, éditrice des publications du «Figaro», Laurent Couronne, directeur général adjoint du Groupe Centre France La Montagne, Soizic Bouju, éditrice – directrice de l'Innovation Editoriale & du Lab Centre France La Montagne, Jean-Luc Evin, anciennement directeur des rédactions et de l'information à Ouest-France, François Morinière, président du directoire du groupe Labruyère, Julia Cagé, professeur d'économie à Sciences Po Paris et Marie-Christine Levet, présidente d'Educapital. Les représentants du personnel de l'AFP sont Djilali Belaïd, Philippe Faye et Sylvie Maligorne.

CSA

Propos tenus dans l'émission «Quotidien» diffusée le 16 mars 2017 : réponse au plaignant

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a été saisi suite à des propos tenus dans l'émission «Quotidien» diffusée le 16 mars 2017, sur TMC, au sujet de l'affaire concernant Roman Polanski et Samantha Geimer. Le plaignant dénonçait des propos faisant l'apologie de la culture du viol et tendant à minimiser la responsabilité des auteurs de tels actes. Il déplorait également que l'animateur n'ait pas davantage maîtrisé son antenne en soulignant la gravité des propos tenus par l'invitée. Le Conseil a estimé que les propos tenus par l'invitée étaient déplacés et véhiculaient des préjugés rétrogrades concernant les auteurs de viol et leurs victimes ; pour autant, prenant en compte l'intervention de l'animateur, il a considéré que la chaîne n'avait pas manqué à ses obligations en matière de respect de l'image des femmes.

Le CSA a répondu en ce sens au plaignant, tout en l'assurant que le respect des droits des femmes dans les programmes télévisés est une préoccupation constante.

En Bref...

Public Sénat : journée spéciale à Strasbourg mercredi 4 octobre

Public Sénat, chaîne des territoires, initie une série de journée spéciale pour mettre en lumière l'énergie des territoires qui innovent et font preuve d'initiatives. La 1ère journée aura lieu à Strasbourg, le mercredi 4 octobre de 7h30 à 19h30, Place du Château. Au menu, des émissions spéciales, des débats, des animations ...

OCS : «The Walking Dead» saison 8 dès le 23 octobre

Dès le 23 octobre à 20h40 sur OCS choc en US+24 et dès 6h du matin sur OCS Go, les fans pourront découvrir la partie 1 inédite (8x42') de la nouvelle et huitième saison de la série «The Walking Dead». Créée par Frank Darabont (d'après le comics créé par Robert Kirkman, Tony Moore et Charlie Adlard), cette série fantastique réunit au casting Andrew Lincoln (Rick Grimes), Norman Reedus (Daryl Dixon), Chandler Riggs (Carl), Lauren Cohan (Maggie), ...

SYFY partenaire du Geek's Live 2017

La chaînbe SYFY annonce être partenaire du Geek's Live 2017. La 10ème édition du Geek's Live se tiendra le 14 octobre au Carreau du Temple à Paris. Geek's Live est un salon high-tech et geek pour le grand public en France, organisé par JDG Events. Cet événement permettra aux visiteurs d'expérimenter les nouvelles technologies, découvrir les innovations révolutionnaires des starts-up françaises et de pénétrer dans l'univers de la science-fiction ! Du high-tech au gaming en passant par le divertissement, cet évènement propose une vision complète des actualités de la culture geek.

Aujourd'hui dans le monde

Le géant chinois du web Baidu va s'associer à la police pour combattre en ligne les «rumeurs» et «fausses nouvelles»

Le géant chinois du web Baidu va s'associer à la police pour combattre en ligne les «rumeurs» et «fausses nouvelles», lui donnant accès à son moteur de recherche et à ses forums de discussion - et ce en plein durcissement de la censure sur l'internet local. Baidu, parfois surnommé le «Google chinois» et à la tête du principal moteur de recherche en mandarin, a dévoilé jeudi un système informatique perfectionné accessible à quelque 370 agences policières du pays, selon une présentation transmise par le groupe.

Cette plateforme utilisera les ressources de l'intelligence artificielle pour surveiller les contenus des différents services de Baidu - moteur de recherche, mais aussi blogs et forums de discussion - et repérer les «fausses nouvelles». Les contenus jugés suspects seront transmis aux forces de police pour être examinés, puis envoyés à des «organisations de référence»: ces dernières rédigeront des réponses argumentées réfutant les rumeurs et rectifiant la vérité, a expliqué de son côté l'agence officielle Chine nouvelle.

Selon Baidu, plus de 670 organisations - dont des administrations étatiques, des médias ou encore la prestigieuse Académie chinoise des Sciences sociales - ont été associées à l'initiative et pourront être sollicitées selon leurs spécialités. Les «rumeurs» seront alors étiquetées comme telles dans les résultats du moteur de recherche de Baidu ou sur les forums, et accompagnées d'article de réfutation argumentés. Dans un second temps, Baidu construira une base de données recensant les caractéristiques des rumeurs récurrentes.

Cette «collaboration» avec Baidu «encouragera le partage d'informations entre cyberpolice et firmes internet dans tout le pays, et améliorera la fiabilité des contenus en ligne», s'est réjoui un haut responsable du ministère de la Sécurité publique, cité par Baidu. Comme Facebook et Twitter - deux plateformes bloquées en Chine -, les réseaux sociaux chinois font face aux fléaux des désinformations en cascades, du complotisme et des détournements. Mais le régime communiste a fortement musclé ces dernières années son appareil de censure, durcissant drastiquement les sanctions infligées aux auteurs de rumeurs susceptibles de «perturber» la société et aux contenus jugés politiquement sensibles.

Une loi sur la cybersécurité adoptée en juin interdit et sanctionne tout contenu portant atteinte à «l'honneur national», «troublant l'ordre économique et social» ou destiné à «renverser le système socialiste». Le gouvernement a par ailleurs infligé cette semaine de lourdes amendes à plusieurs géants internet du pays, dont Baidu et la plateforme de microblogs Weibo, accusés d'avoir laisser se propager des contenus «obscènes» ou «promouvant la violence» sans exercer une censure suffisante.

Ce nouveau tour de vis sur le web intervient peu avant un important Congrès du Parti communiste au pouvoir, prévu mi-octobre.

En Bref...

L'AACC accueille l'agence «On prend un café»

L'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC) accueille «On prend un café» parmi ses agences membres. «On prend un café» est une agence de communication digitale spécialisée dans le social media content. Lionel Damm est le Co-fondateur et Directeur associé de l'agence. «On prend un café» compte parmi ses principaux clients: Athena, Catimini, Betclic, Cémoi, Crédit Agricole Assurances, GEMO, Hippopotamus, Intersport, Manpower, Palladium, etc.

Mondadori s'associe à Wishibam

Mondadori s'associe à Wishibam qui devient son partenaire pour les E-shops des marques «Grazia», «Closer» et «Biba», annonce le groupe de presse. Sur chacun des sites, un espace E-shop spécifique a été créé. «Grazia», «Closer» et «Biba» font ainsi bénéficier leurs communautés d'une «boutique» et des conseils et bons plans d'assistants shopping.

Vient de paraître

«100 ans à travers les Unes de la presse» P. Eveno

A travers plus de 100 unes, de «France-Soir», du «Canard enchaîné», du «Figaro», du «Monde», de «Libération», de «Ouest-France»… et d'analyses précises et détaillées, «100 ans à travers les Unes de la presse» de Patrick Eveno (en librairie le 3 octobre) chez Larousse, nous plonge, à l'heure des succès du numérique, dans des archives et une chronique uniques de la presse, de la France et du monde. Prix : 29,95€

AUDIENCES MERCREDI 27 SEPTEMBRE 2017

Source Médiamétrie

Mediametrie

ACCESS

Nombre de téléspectateurs | En part d'audience

Chaîne	Programme	Nombre de téléspectateurs	En part d'audience
TF1	DEMAIN NOUS APPARTIENT | SERIE	3 001 000	16,40%
France 2	N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES \ LES MASTERS | JEU	2 996 000	17,00%
France 3	19-20 JOURNAL NATIONAL \ CAROLE GAESSLER | JOURNAL NATIONAL	2 835 000	15,10%
CANAL+	L'INFO DU VRAI | MAGAZINE	134 000	0,80%
France 5	C A VOUS | MAGAZINE	884 000	5,30%
M6	LA MEILLEURE BOULANGERIE DE FRANCE | JEU	1 533 000	10,10%
arte	PACIFIQUE \ UN OCEAN PASSIONNE | DOCUMENTAIRE	426 000	2,60%
C8	TPMP 1ERE PARTIE | MAGAZINE	903 000	4,90%
W9	LES MARSEILLAIS VS LE RESTE DU MONDE | DOCUMENTAIRE	233 000	1,50%
TMC	QUOTIDIEN 1ERE PARTIE | MAGAZINE	614 000	3,60%
NT1	SECRET STORY LE DEBRIEF | MAGAZINE	276 000	1,40%
NRJ 12	LES VACANCES DES ANGES : BIENVENUE CHEZ LES GRECS | DOC	336 000	2,30%
France 4	IL ETAIT UNE FOIS LA VIE | DESSIN ANIME	254 000	1,70%
C STAR	PAWN STARS, LES ROIS DES ENCHERES | DOCUMENTAIRE	172 000	1,00%
gulli	FRANKY \ FRANKY ET LA PUCE DE LA MECHANCETE | SERIE	312 000	1,50%
France Ô	LES TEMOINS D'OUTRE-MER | MAGAZINE	5 000	0,00%
HD1	GREY'S ANATOMY \ CODE NOIR | SERIE	178 000	1,00%
6ter	CHARMED \ UN JOUR MON PRINCE VIENDRA | SERIE	200 000	1,10%
23	LA LOI DU TEXAS | DOCUMENTAIRE	147 000	0,80%
RMC Découverte	CONSTRUCTIONS HORS LIMITES | DOCUMENTAIRE	326 000	1,70%
Chérie 25	TOUS POUR UN | MAGAZINE	119 000	0,70%

PRIME

Nombre de téléspectateurs | En part d'audience

Chaîne	Programme	Nombre de téléspectateurs	En part d'audience
TF1	ESPRITS CRIMINELS \ MALHEUR CONJUGAL | SERIE	4 795 000	19,70%
France 2	ALEX HUGO SOLEIL NOIR | TELEFILM	3 403 000	14,50%
France 3	DES RACINES ET DES AILES | MAGAZINE	2 419 000	10,90%
France 5	AUTOPSIE D'UN SCANDALE POLITIQUE L'ECOTAXE | DOCUMENTAIRE	572 000	2,30%
M6	CAUCHEMAR EN CUISINE \ ORBEC | DOCUMENTAIRE	2 022 000	8,90%
arte	LE SOUPER | FILM	942 000	4,00%
C8	LA SOIREE DE L'INFO | MAGAZINE	677 000	2,90%
W9	ENQUETES CRIMINELLES, LE MAGAZINE DES FAITS DIVERS | MAGAZINE	734 000	3,40%
TMC	90' ENQUETES \ ACCIDENTS, FOUS DU VOLANT | MAGAZINE	762 000	4,00%
NT1	THE TOMORROW PEOPLE \ TUER OU ETRE TUE | SERIE	304 000	1,20%
NRJ 12	THE SPECIALIST | TELEFILM	296 000	1,30%
France 4	LE PREMIER JOUR DU RESTE DE TA VIE | FILM	631 000	2,80%
C STAR	INDESTRUCTIBLE | TELEFILM	272 000	1,20%
gulli	PERE ET MAIRE \ ASSOCIATION DE BIENFAITEURS | SERIE	225 000	1,00%
France Ô	SIMON REEVE AUX CARAIBES | DOCUMENTAIRE	130 000	0,50%
HD1	SECTION DE RECHERCHES \ BELLE A MOURIR | SERIE	457 000	1,90%
6ter	MOI ET SES EX | TELEFILM	372 000	1,60%
23	CALL THE MIDWIFE \ UN NOEL MODERNE - PARTIE 1 | SERIE	122 000	0,50%
RMC Découverte	SUPERCAR MEGABUILD \ JEEP WRANGLER | DOCUMENTAIRE	314 000	1,30%
Chérie 25	WWW. SOEUR THERESE. COM | SERIE	265 000	1,10%

NIGHT

Nombre de téléspectateurs | En part d'audience

Chaîne	Programme	Nombre de téléspectateurs	En part d'audience
TF1	ESPRITS CRIMINELS \ GABBY | SERIE	3 180 000	14,80%
France 2	ALEX HUGO, L'HOMME PERDU | TELEFILM	902 000	7,40%
France 3	GRAND SOIR 3 | MAGAZINE	826 000	6,90%
France 5	LE MONDE EN FACE LE DEBAT | MAGAZINE	489 000	2,10%
M6	CAUCHEMAR EN CUISINE, QUE SONT-ILS DEVENUS ? | DOCUMENTAIRE	1 073 000	10,30%
arte	LA FOLIE DE NIETZSCHE | DOCUMENTAIRE	300 000	1,90%
C8	LA SOIREE DE L'INFO | MAGAZINE	697 000	4,10%
W9	ENQUETES CRIMINELLES | MAGAZINE	502 000	7,70%
TMC	90' ENQUETES | MAGAZINE	219 000	6,00%
NT1	THE TOMORROW PEOPLE \ PRIS AU PIEGE | SERIE	335 000	1,50%
NRJ 12	PIEGES | TELEFILM	142 000	1,50%
France 4	WADJDA | FILM	172 000	1,70%
C STAR	PIEGE EN EAUX PROFONDES | TELEFILM	110 000	1,10%
gulli	PERE ET MAIRE \ CHIPPENDALES | SERIE	72 000	0,80%
France Ô	SIMON REEVE AUX CARAIBES | DOCUMENTAIRE	121 000	0,60%
HD1	SECTION DE RECHERCHES \ COMPTE A REBOURS | SERIE	377 000	1,90%
6ter	FAMILLE DECOMPOSEE | TELEFILM	82 000	0,90%
23	CALL THE MIDWIFE \ UN NOEL MODERNE - PARTIE 2 | SERIE	100 000	0,50%
RMC Découverte	SUPERCAR MEGABUILD \ CHEVROLET CAMARO | DOCUMENTAIRE	361 000	1,70%
Chérie 25	WWW. SOEUR THERESE. COM \ PARDON MA SOEUR | SERIE	182 000	1,90%

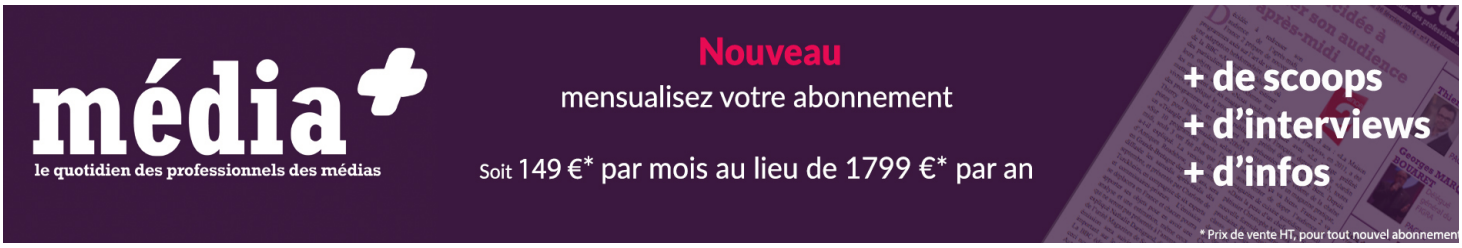
AUTRES TV

En part d'audience

85,20%	14,80%

AGENDA DES MEDIAS

LUNDI 2 OCTOBRE	*12H30*	**France 3** Présentation presse "Muriel Robin et Chanee sur la terre des éléphants"	*Paris 15ème - laurence.Guillope@francetv.fr*
	20H00	**Ina** Réseaux sociaux, communautés, messagerie : le minitel a tout inventé	*Paris 6ème - inatheque@ina.fr*
MARDI 3 OCTOBRE	*20H00*	**Cstar** Projection "Le morning"	*Paris 6ème - CSTARdirectioncommunication@canal-plus.com*
MERCREDI 4 OCTOBRE	*09H00*	**RMC** Conférence de presse hiver 2018	*NC - servicedepresse@rmc.fr*
	09H15	**France 4** Présentation "Défis cobayes"	*Paris 15ème - a.berenguer@francetv.fr*
JEUDI 5 OCTOBRE	*11H15*	**Sud Radio** Point presse rentrée 2017-2018	*Paris 17ème - sylvia.bonhomme@neuf.fr*
LUNDI 9 OCTOBRE	*09H00*	**Grand Paris Pôle Media** Conférence Labo #diffuseurs	*St Denis - contact@lepole.org*
	14H30	**France 3** Conférence de presse autour de "Qui prendra la suite ?"	*Paris 8ème - anne.reverberi@francetv.fr*
	20H00	**TV Magazine** Soirée anniversaire 30 ans	*Paris 8ème - szahar@media.figaro.fr*
	20H00	**RT** Lancement de la chaîne	*Cannes - daria.chernyshenko@mslgroup.com*
DU 14 A 15 OCTOBRE	*09H00*	**MIPJunior** Edition 2017	*Cannes - pressmipcom@mail.reedmidem.com*
DU 16 AU 19 OCTOBRE	*09H00*	**MIPCOM** Edition 2017	*Cannes - pressmipcom@mail.reedmidem.com*
LUNDI 16 OCTOBRE	*19H00*	**SPPF** 2ème cérémonie du Prix des Indés	*Paris 18ème - rsvp@leprixdesindes.com*



Les articles de ce journal sont protégés par le droit d'auteur

Avant d'en faire des copies dans le cadre de votre activité professionnelle, assurez-vous qu'un contrat d'autorisation a été signé avec le CFC

www.cfcopies.com

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 Ludovic Galtier - 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 :

Facebook Twitter Website LinkedIn

REPRODUCTION INTERDITE