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

média +
le quotidien des professionnels des médias

Mercredi 30 mai 2018 - n°2 418

La télévision doit encore faire beaucoup de progrès dans son ouverture aux personnes handicapées, selon le CSA

Peu de programmes sous-titrés accessibles en ligne, une représentation du handicap restée «marginale» en 2017 : la télévision doit encore faire beaucoup de progrès dans son ouverture aux personnes handicapées, selon le rapport annuel du CSA publié mardi. «Aujourd'hui, le handicap est devenu un vrai sujet», a lancé lors d'une conférence de presse Mémona Hintermann-Afféjee, membre du CSA qui a supervisé le rapport. «Il faut montrer les personnes handicapées!» Le Conseil entend rédiger avant la fin 2018 «une charte relative à la représentation du handicap». Cette charte serait l'occasion d'élaborer, avec les associations et des journalistes, «un lexique des bons termes à employer face au handicap, pour éviter les propos ou expressions blessantes sans tomber pour autant systématiquement dans le compassionnel», explique le CSA. Sophie Cluzel, la secrétaire d'Etat chargée des Personnes handicapées, compte notamment sur la préparation des Jeux paralympiques parisiens de 2024 pour faire évoluer les mentalités. «Il y a beaucoup trop d'abus dans le langage quotidien qui risquent de nuire à la représentation des personnes handicapées», a-t-elle regretté. Les grandes chaînes ont globalement respecté l'obligation qu'elles ont de sous-titrer 100% de leurs programmes (avec quelques dérogations) et beaucoup d'entre elles ont également diffusé davantage de programmes audio-décrits à destination des aveugles et malvoyants, notamment M6, Canal+ et France Télévisions. Cependant, il reste difficile de trouver des programmes sous-titrés dans les services de rattrapage en ligne, note le CSA. Actuellement, seuls France Télévisions (France.tv) et le groupe M6 (6play) proposent sur internet de nombreux contenus sous-titrés ou audio-décrits. Les groupes qui ne proposent aucun de ces contenus ont expliqué au Conseil qu'ils «rencontraient des difficultés financières et techniques»: certains players vidéo ne leur permettent toujours pas, par exemple, d'intégrer une 2de piste audio pour diffuser l'audiodescription, selon le CSA. En 2017, la représentation du handicap est restée «marginale», regrette le Conseil: seulement 0,6% du total des personnes indexées dans les programmes sont perçues comme handicapées (contre 0,4% en 2015 et 0,8% en 2016 grâce aux Jeux paralympiques), alors que la France compte 12 millions de personnes handicapées. Pour le CSA, «le constat est chaque fois le même, le handicap ne semble pas être considéré comme télégénique, ou difficile à appréhender médiatiquement». Les médias font par ailleurs «régulièrement état de leurs difficultés à recruter des personnes handicapées formées aux métiers de l'audiovisuel et de la communication», et les écoles et centres de formation à ces métiers doivent «trouver des solutions pour accueillir tous les élèves en situation de handicap», souligne le CSA.

INTERVIEWS

François PELLISSIER

Directeur des Sports du Groupe TF1

Florence DORÉ

Directrice marketing et communication de Kantar Média

SOMMAIRE

Droits TV 4
Droits TV L1 : objectif milliard atteint ...
Droits TV 5
Mondial-2018: les retransmission des ...
Droits TV 6
Football/ droits TV : la Ligue italienne ...
Télécommunications..... 7
La justice refuse de se prononcer sur la ...
Télécommunications..... 8
Iliad lance son activité commerciale ...
Marchés - Entreprises..... 9
Le rachat de Media Capital par Altice ...
Justice..... 10
La justice confirme le redressement ...
Institutionnel 11
L'interdiction du portable à l'école et ...
Institutionnel 12
Alerte attentat: le gouvernement a ...
Mouvements..... 13
France Télévisions : Désignation d'un ...
Technologies..... 14
La dématérialisation laisse sur le bord ...
Récompenses..... 15
France 2 : les principaux prix décernés ...
Etude..... 16
Le digital prend sa place aux côtés de ...
Aujourd'hui dans le monde..... 17
Moscou demande à Apple de cesser la ...
Audiences..... 18
Agenda..... 19

EN APARTE AVEC

François PELLISSIER
Directeur des Sports du Groupe TF1

Dans une stratégie multichaînes toujours plus assumée, le Groupe TF1 prépare la Coupe du Monde de Football qui se tiendra cette année en Russie à partir du 14 juin 2018. Les 28 plus beaux matchs de la compétition, avec toutes les rencontres de l'Equipe de France seront diffusés en exclusivité en clair. Cela comprend notamment 5 huitièmes de finale, 3 quarts de finale, les demi-finales, la petite finale ainsi que la Finale de la compétition. Rencontre avec François PELLISSIER, Directeur des Sports du Groupe TF1.

MEDIA +

Le Groupe TF1 souhaite une «résonance particulière» pour un «dispositif exceptionnel» autour de la Coupe du Monde de Football. Quelle est l'ambition initiale ?

FRANÇOIS PELLISSIER

L'ambition de départ a été d'effectuer une sélection des 28 plus belles affiches de la compétition. Il s'agissait d'ailleurs du même nombre de matchs que nous avions lors de la Coupe du Monde au Brésil en 2014. En parallèle, notre volonté était aussi d'acquérir les droits de la compétition pour le Groupe TF1, ce qui n'était pas le cas lors des deux dernières éditions (en 2010 et 2014).

MEDIA +

Qu'est-ce que cela signifie concrètement ?

FRANÇOIS PELLISSIER

Dorénavant, nous avons la faculté de diffuser des images de la compétition sur l'ensemble de nos chaînes et supports, comme bon nous semble. Nous pouvons ainsi exploiter les 28 matchs sélectionnés par TF1 pour une durée illimitée sur nos antennes. En revanche, nous sommes limités à une certaine durée sur les autres matchs diffusés en exclusivité sur beIN SPORTS. On aura ainsi 8 minutes par magazine et 2 minutes maximum d'extraits par match. En conséquence, nous aurons beaucoup de matière pour nourrir nos émissions dédiées.

MEDIA +

Le profil de votre téléspectateur sur le football a-t-il évolué depuis l'arrivée de beIN SPORTS sur le marché ?

FRANÇOIS PELLISSIER

Comme nous proposons exclusivement des événements très fédérateurs, ils continuent à réunir tous les publics. En termes d'audience sur la Coupe du Monde en 2014, les 28 matchs au Brésil réunissaient en moyenne 9 millions de téléspectateurs. On ne peut pas dire qu'il y ait eu des conséquences avec l'arrivée de beIN SPORTS. D'ailleurs, je le répète assez souvent, je crois beaucoup à la complémentarité entre le payant et le gratuit. Ça a fonctionné sur l'Euro 2012, l'Euro 2016, la Coupe du Monde 2014 et cela fonctionnera en 2018. beIN SPORTS détient toute la compétition, nous avons les 28 plus belles affiches en clair. Cela permet à l'ensemble des Français et à tous ceux qui consomment le football de manière un peu plus irrégulière d'être présents sur ces grandes compétitions. La force d'une Coupe du Monde de Football, c'est sa rareté. C'est pourquoi nous parvenons à réaliser des scores d'audiences aussi élevés. Les 5 matchs de l'Equipe de France en 2014 avaient réuni 15 millions de téléspectateurs en moyenne.

MEDIA +

Le décalage horaire avec la Russie, est-ce un souci pour TF1 ?

FRANÇOIS PELLISSIER

La diffusion de matchs avec L'Equipe de France le samedi à midi fera inévitablement venir du monde. Je me souviens d'une finale de Coupe du Monde de Rugby en Nouvelle Zélande à 9h00 qui avait réuni 18 millions de personnes. Je ne suis pas inquiet sur la capacité du public à se mobiliser pour venir regarder un match à des horaires un peu inhabituels. Pour le reste, nous aurons des matchs à 20 heures, ce qui nous permettra ensuite de traiter les rencontres de la journée et revenir sur l'actualité des Bleus dans «Le Mag» en Prime Time. Sur le premier tour, nous aurons 11 matchs à 20 heures. De ce fait, les JT commenceront à 19h15.

MEDIA +

Programmer «Le Mag de la Coupe du Monde» présenté par Denis Brogniart en Prime Time, est-ce un risque limité ?

FRANÇOIS PELLISSIER

Quand on voit les scores d'audience que nous avons pu enregistrer sur nos magazines pendant l'Euro ou la Coupe du Monde 2014, ils étaient très performants. Ce n'est donc pas un risque et nous avons construit un magazine encore plus ambitieux. On s'est donné les moyens pour toucher tous les publics à la fois à travers les fans de foot qui s'y retrouveront mais aussi l'ensemble des téléspectateurs. On va traiter les à-côtés. Nous aurons un people invité à chaque magazine qui viendra partager sa passion. Nous proposerons également des séquences en réalité virtuelle et en réalité augmentée tout à fait nouvelles. Nous aurons des magazines très rythmés et pleins de belles histoires à raconter.

MEDIA +

Combien de personnes dépêchez-vous en Russie ?

FRANÇOIS PELLISSIER

Entre la technique, la production, les journalistes, il y aura une cinquantaine de personnes qui seront sur place pendant la Coupe du Monde.

MEDIA +

Avez-vous des caméras supplémentaires pour les matchs des Bleus ?

FRANÇOIS PELLISSIER

Oui, nous aurons une caméra supplémentaire, ainsi qu'un studio dans les stades pour réaliser les interviews d'après matchs.

MEDIA +

TMC et TFX auront leur part du gâteau sur cet événement. Est-ce une logique que vous allez intensifier sur d'autres sports ?

FRANÇOIS PELLISSIER

Cela fait partie de la stratégie multichaînes. Sur TMC, nous l'avions testé sur le handball, le rugby, l'Euro 2016 ainsi que deux rencontres avec l'Equipe de France. Le 24 juin prochain, nous aurons les essais du Grand Prix de France sur TMC. A la rentrée, nous partagerons également le premier choix des matchs de qualification sur la TNT.

MEDIA +

La quotidienne de «Téléfoot» sur TFX, est-ce un test en vue d'être prolongée ?

FRANÇOIS PELLISSIER

Ce n'est pas à l'ordre du jour. Installer une quotidienne de «Téléfoot» présentée par Thomas Mekhiche à 20h50 nous paraissait cohérent par rapport au positionnement de la chaîne et durant la Coupe du Monde.

L'ACTU EN QUESTIONS

Florence DORÉ

Directrice marketing et communication de Kantar Média

Kantar Média, France Pub et l'IREP, ont dévoilé vendredi 25 mai les résultats du marché publicitaire au 1er trimestre 2018. L'occasion pour media+ de rencontrer Florence Doré, Directrice marketing et communication de Kantar média.

media+

Comment se porte le marché publicitaire des médias ?

Florence Doré

Au 1er trimestre 2018, sur le périmètre observé par l'IREP (télévision, cinéma, radio, presse, publicité extérieure, courrier publicitaire, isa), les recettes publicitaires nettes des médias s'établissent à 1920 millions €, en diminution de -2,0% par rapport au 1er trimestre 2017. Pour rappel au 1er trimestre 2017, l'évolution était proche, à -2,5% vs le 1er trimestre 2016. Sur le périmètre des 5 médias (télévision, cinéma, radio, presse, publicité extérieure), les recettes publicitaires sont en baisse de -2,1% vs 1er trimestre 2017. Les résultats sont totalement différents selon les médias. Alors que la TV progresse de +1,8%, la radio voit ses recettes publicitaires baisser de -3,6%. Autre phénomène impressionnant : le cinéma. Alors qu'il était en baisse de -14% au 1er trimestre 2017, il progresse de +14% au 1er trimestre 2018.

media+

D'après le bilan que vous avez établi, quel secteur est en forte progression ?

Florence Doré

Le bilan trimestriel du marché publicitaire est le résultat du rapprochement des données de pression publicitaire brute de Kantar Media avec les dépenses en net des annonceurs déclarés à France Pub et des recettes publicitaires des régies recueillies par l'IREP. Nous avons alors remarqué que les secteurs de l'automobile et du tourisme sont en très forte progression avec respectivement une hausse de 19,8% et de 14,5% par rapport au 1er trimestre 2017. Le secteur de l'automobile permet au média TV d'augmenter de 1,8% ses recettes. A l'inverse, les replis les plus importants émanent des secteurs services, santé (-15,4%) et culture loisirs (-6%).

media+

Les revenus publicitaires de la presse quotidienne nationale et régionale sont quant à eux en déclin… comment analysez-vous le phénomène ?

Florence Doré

En effet, les revenus publicitaires de la presse quotidienne nationale sont en baisse de -14,5% et en recul de -7,3% pour la presse quotidienne régionale. Mais il y a une explication. De nombreux éditeurs de presse s'inscrivent dans une logique de digitalisation. Aujourd'hui, les quotidiens ont une édition en ligne et donc perçoivent des revenus publicitaires issus du web.

media+

Peut-on imaginer à l'avenir une méthode de catégorisation des médias à cause de la digitalisation ?

Florence Doré

Nous y réfléchissons déjà. Nous pensons à prendre en compte les marques et non les médias. Par exemple, pour TF1, ne plus dire TV et/ou digital mais juste garder la marque TF1.

media+

Comment se positionnent les annonceurs face aux consommateurs ?

Florence Doré

Les annonceurs suivent les tendances de la consommation et du consommateur. L'été, on remarque que les jeux en ligne augmentent, ce qui va augmenter les recettes publicitaires du secteur des Cultures/Loisirs. Enfin, certains annonceurs ne sont présents qu'à une certaine période. C'est ce que Kantar Média a remarqué.

Audiences

TF1 : «France/Irlande» grand leader lundi du Prime

Lundi en Prime, TF1 diffusait le match de préparation à la coupe du monde 2018, opposant la «France à l'Irlande». L'évènement sportif a attiré 6.884.000 fans, soit 29,7% de pda, 46% des Hommes de - 50 ans et 28% des FRDA - 50 ans, selon les chiffres de Médiamétrie. La semaine dernière, le téléfilm «Coup de foudre à Bora Bora» avec Laeticia Milot et Philippe Bas avait convaincu en moyenne sur les deux parties, 5.398.000 curieux, soit 24,1% de pda et 30% de pda des FRDA - 50ans.

France 2 : «La garçonnière» proche des 3.000.000 de curieux lundi en Prime

France 2 diffusait lundi en Prime, la pièce de théâtre «La garçonnière» avec Guillaume de Tonquédec et Claire Keim. Retransmise en direct, la représentation a attiré 2.915.000 curieux, soit 12,3% de pda, selon Médiamétrie. L'audience de France 2 est stable par rapport à la semaine dernière. En effet, le final de la série américaine «Rizzoli & Isles» avait attiré en moyenne 2.811.000 fidèles, soit 11,65% de pda.

M6 : «Le meilleur pâtissier : les professionnels» stable lundi en Prime

M6 proposait lundi en Prime le 2ème numéro de son jeu culinaire «Le meilleur pâtissier : les professionnels» avec Julia Vignali, Cyril Lignac, Philippe Conticini, Pierre Hermé et Audrey Gellet. Le programme a réuni 1.942.000 gourmands, soit 9,3% de pda, selon Médiamétrie. L'émission se stabilise par rapport à la semaine dernière. En effet, le lancement de la saison diffusé en Prime le lundi 21 mai avait conquis 1.945.000 curieux, soit 9,5% de pda.

Droits TV

Droits TV L1 : objectif milliard atteint pour 2020-24, Mediapro, le grand gagnant

Plus de 1,153 milliard d'euros par an: voilà la manne des droits TV de la Ligue 1 pour la période 2020-2024, a annoncé une Ligue de football professionnel (LFP) radieuse. Le grand gagnant de l'appel d'offres mardi est le groupe espagnol Mediapro, le grand perdant Canal+. Un «tournant» qui «confirme la dimension internationale du football français et la dimension globale de l'attractivité de notre sport»: la LFP a atteint et dépassé son objectif, celui de dépasser le milliard d'euros annuel de droits TV, pour la période 2020-2024. C'est plus de 60% de plus que pour la période précédente (726,5 pour la L1 seule sur 2016-2020): «une augmentation significative, qui va permettre d'accélérer le cercle vertueux que nous avons commencé à créer», s'est félicité le DG de l'instance, Didier Quillot. «Il y a eu de nouveaux investisseurs, de nouveaux investissements, de nouveaux revenus et cela va continuer à accélérer ce cercle vertueux». Cette journée «longue, riche en suspense et en émotion», dixit la présidente de la LFP, Nathalie Boy de la Tour, a fait un heureux, le groupe espagnol Mediapro qui a raflé les lots principaux, et un grand perdant, Canal+. Partenaire du football français depuis 1984, «Canal aurait pu remporter des lots, ils ont manqué d'ambition sur cet appel d'offres», a taclé l'influent président de l'OL Jean-Michel Aulas à l'issue de la conférence de presse. «Il y a une certitude, c'est que Canal ne mourra pas d'avoir payé trop cher des droits sportifs comme la plupart des ses concurrents», s'est défendu de son côté le président du directoire de la chaîne cryptée Maxime Saada. Mediapro est lui le grand gagnant de cet appel d'offres. Il s'est offert le lot N.1, qui comprend notamment les 10 plus belles affiches de la saison et l'affiche du dimanche à 21h00, et le lot N.2, qui comprend le vendredi 21h00 et le samedi 17h00. Ainsi que le lot N.4, qui compte le multiplex du dimanche après-midi (actuellement diffusé le samedi à 20h00, mais dont l'horaire va changer à partir de 2020), et l'affiche du dimanche 13h00. Le lot N.3, qui compte le samedi à 21h00 et le dimanche à 17h00, a été attribué à BeIN Sports. Free s'est octroyé un lot digital. Deux lots de moindre importance, les N.5 et N.7, n'ont pas été attribués car «le prix de réserve» fixé par la LFP n'a pas été atteint, et seront remis en vente «avant la fin de l'année 2018», a indiqué la LFP. De nombreuses interrogations ont toutefois été soulevées en conférence de presse, concernant Mediapro et les garanties que le groupe espagnol avait présenté. Début mai, la justice italienne a, en effet, suspendu l'offre que le groupe avait formulée sur les droits TV de la Serie A, le championnat italien, en estimant que la proposition du groupe espagnol avait été faite en violation des lois italiennes. Didier Quillot et la LFP se sont montrés rassurants en assurant que le cahier des charges de l'appel d'offres n'était «pas complètement clair» en Italie, contrairement à celui concocté par l'instance française. Canal+ paraît plus sceptique: Maxime Saada se demande dans quelle mesure Mediapro est capable «d'aller au bout de sa démarche financièrement» et «d'obtenir la valeur nécessaire pour justifier des montants comme ça». De source proche du dossier, certains diffuseurs traditionnels envisagent des accords de sous-licences avec les détenteurs majoritaires des droits pour récupérer au moins en partie certains lots. «On va discuter», reconnaît ainsi le patron de Canal. A la Ligue, Didier Quillot a précisé mardi que «Mediapro peut sous-licencier ou pas, c'est à sa discrétion car c'était prévu dans l'appel d'offres». Cependant, «ce qui nous a été remis de la part de Mediapro, c'est le projet d'une chaîne éditoriale avec de nombreux matches et c'est pourquoi ils ont fait des offres sur de nombreux lots». L'un des responsables de la LFP, Mathieu Ficot, a précisé que «si un attributaire des droits souhaite sous-licencier, il ne peut le faire qu'à un seul sous-licencié, pour 2 saisons minimum et sous-licencier le lot dans son entièreté». Suffisant, selon la LFP, pour éviter les turpitudes du championnat italien.

Audiences

France 3 : «Safe house», petit score pour le démarrage de la série lundi en Prime

Lundi en Prime, France 3 proposait les 2 premiers épisodes de la série dramatique «Safe House». Venue de Grande-Bretagne, la série a attiré en moyenne 1.497.000 curieux, soit 6,2% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. Une baisse par rapport à la semaine dernière. En effet, le lundi 21 mai, le film policier «La défense de Lincoln» avait réuni 1.994.000 cinéphiles, soit 8,7% de pda.

France 5 : «Monsieur Léon» leader du Prime TNT lundi

Lundi en Prime, France 5 proposait le film «Monsieur Léon» avec Michel Serrault et Clémentine Célarié qui ont réuni 1.192.000 cinéphiles, soit 4,9% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. La chaîne du service public se place ainsi en tête des audiences du Prime TNT de lundi. Suit W9 avec le film «58 minutes pour vivre» avec Bruce Willis et Bonnie Bedalia. Le thriller américain a séduit 1.013.000 téléspectateurs, soit 4,5% de pda. TMC se place troisième avec le film à succès «Cinquante nuances de Grey» qui a attiré 993.000 fans, soit 4,7% de pda.

TF1 : «New-York, Unité spéciale» petit leader lundi en Night

Lundi soir, dès 23h20. TF1 proposait une rediffusion de la série américaine «New-York, Unité spéciale» avec Mariska Hargitay et Christopher Meloni. L'épisode intitulé «Pique au vif» a attiré 1.181.000 fidèles, soit 12,1% de pda, selon Médiamétrie. La semaine dernière, le documentaire «Devenir maman : notre combat contre l'endométriose» écrit par Laëticia Milot avait réuni 1.780.000 curieux, soit 18,8% de pda.

Droits TV

Mondial-2018: les retransmission des matchs sur écran géant strictement encadrées

Les retransmissions sur écran géant des matchs du prochain Mondial de football en Russie seront strictement encadrées et ne seront pas autorisées dans l'espace public sans mesures de sécurité draconiennes, en raison de la menace terroriste, a annoncé le ministre de l'Intérieur mardi.

«Je vous demande d'appeler l'attention des élus sur le fait que les zones «grands écrans» ne pourront en aucun cas être organisées sur l'espace public ouvert», a indiqué Gérard Collomb aux préfets et aux patrons de la police et de la gendarmerie nationales, dans un télégramme adressé mardi.

«Dans le contexte de menace terroriste actuel, les prescriptions qui avaient prévalu lors du championnat d'Europe de football devront à nouveau trouver à s'appliquer avec le même degré d'exigence», souligne le ministre dans ce texte signé par son directeur de cabinet.

Alors que ce genre de retransmissions organisées par les municipalités drainent les foules, le ministre a tenu à préciser dans un tweet qu'«aucune interdiction stricte des retransmissions des rencontres du Mondial 2018 n'a été actée: elles seront simplement encadrées et sécurisées sous l'autorité des préfets et en lien étroit avec les collectivités locales, comme ce fut le cas lors de l'Euro 2016».

En 2016, la retransmission de matches dans des espaces publics non sécurisés avait été interdite et seules les 10 fan-zones des villes hôtes en France avaient canalisé les supporters en «extérieur». Selon le télégramme de Beauvau, les retransmissions, organisées sous la responsabilité des municipalités, «ne pourraient éventuellement être envisagées que dans des espaces clos ou strictement délimités (stades, salles omnisports, salles de spectacles ou de congrès, centres d'exposition, etc.)».

L'accès à ces lieux clos devra être «strictement contrôlé» par un dispositif de sécurité «à la charge de l'organisateur» et devra faire l'objet d'un dispositif préventif de secours. Selon l'entourage du ministre, «depuis la sortie de l'état d'urgence, la mesure de la loi renforçant la sécurité intérieure et la lutte contre le terrorisme (votée à l'automne, ndlr) sur les périmètres de protection permet, notamment, la sécurisation des manifestations sur l'espace public».

Le ministère de l'Intérieur a demandé aux préfets de recenser toutes les retransmissions envisagées par les municipalités mais il reviendra aux représentants de l'Etat d'y donner ou non leur aval, «au regard de l'état de la menace, des impératifs d'ordre public, du dispositif qu'ils mettent en oeuvre et des moyens mobilisables». La prochaine Coupe du monde de football se déroulera du 14 juin au 15 juillet en Russie.

Le 12 mai, Khamzat Azimov, un Français d'origine tchétchène suivi pour radicalisation, a tué avec un couteau un passant de 29 ans et blessé cinq autres personnes dans le quartier de l'Opéra, en plein coeur de Paris.

Cette attaque a porté à 246 le nombre de personnes tuées dans la vague d'attentats jihadistes qui touche la France depuis 2015.

Audiences

France 2 : «La nuit des Molières» attire 1.062.000 téléspectateurs lundi en Night Time

Lundi, dès 22h50, France 2 diffusait la la 30ème cérémonie des Molières, présentée par Zabou Breitman. Le programme a captivé 1.062.000 intéressés, soit 11,2% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. La cérémonie atteint une audience stable par rapport à la précédente édition diffusée le 29 mai 2017. La 29ème cérémonie, présentée par Nicolas Bedos, avait alors réuni 1.094.000 téléspectateurs, soit 10,9% de part d'audience.

M6 : petits scores pour «Le meilleur pâtissier, les secrets des professionnels» lundi 28 mai en Night

M6 proposait lundi dès 23h35, le magazine «Le meilleur pâtissier, les secrets des professionnels». Le programme a attiré seulement 557.000 curieux, soit 7,4% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Un petit score stable par rapport au numéro de la semaine dernière qui avait réuni 521.000 gourmands, soit 7% de pda.

TF1 : «Demain nous appartient» toujours au-dessus des 3.000.000 de curieux lundi en Access

Lundi en Access, TF1 proposait un numéro inédit de son feuilleton «Demain nous appartient» avec Ingrid Chauvin. L'épisode a été suivi par 3.140.000 fans, soit 17% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Des audiences légèrement en hausse pour le feuilleton de TF1. En effet, l'épisode de la semaine dernière avait réuni 3.065.000 fidèles, soit 16,6% de pda.

Droits TV

Football/ droits TV : la Ligue italienne de football annule le contrat passé avec le groupe espagnol Mediapro

La Ligue italienne de football a annulé le contrat passé avec le groupe espagnol Mediapro pour les droits TV de la Serie A de 2018 à 2021, plongeant les téléspectateurs dans l'incertitude à moins de trois mois de la reprise, rapportent mardi les médias sportifs italiens. Les clubs de Serie A représentés à la Ligue ont voté à l'unanimité l'annulation du contrat, écrivent la Gazzetta dello Sport et le Corriere dello Sport. En février, Mediapro avait obtenu les droits de la Serie A grâce à une offre de 1,05 milliard d'euros par saison. Mais son projet de revente des droits a été retoqué le 9 mai par un tribunal de Milan, saisi par Sky, l'un des diffuseurs actuels du football en Italie. Avant cette décision de justice, Mediapro avait annoncé qu'il ne verserait pas la garantie bancaire prévue d'un milliard d'euros tant qu'il ne pourrait pas disposer de ces droits. C'est l'absence du versement de cette garantie qui a entraîné la décision de la Lega Serie A. Selon la «Gazzetta dello Sport», Mediapro a désormais sept jours pour verser la somme prévue. Sinon, la Ligue pourra lancer des discussions de gré à gré avec les diffuseurs intéressés, parmi lesquels Sky. Les médias italiens évoquent également une possible action en justice du groupe espagnol. Selon la «Gazzetta», la Serie «pourrait restituer les 64 millions d'euros versés par Mediapro au titre d'acompte en échange de la renonciation à une action contentieuse». En attendant, on ne sait pas où et comment seront diffusés les matches de la prochaine saison de Serie A, qui débute le 18 août. Jusqu'à la fin de la saison terminée il y a huit jours, les groupes Sky et Mediaset se partageaient les droits télé domestiques de la Serie A, qui s'élevaient à 945 millions d'euros par an sur la période 2015-2018.

Mouvements

Salwa Toko nommée présidente du Conseil national du numérique

Salwa Toko, fondatrice de l'association Becomtech de sensibilisation des jeunes femmes au numérique, a été nommée mardi présidente du Conseil national du numérique (CNNum), après plusieurs mois de vacance à la tête de cette instance dont les membres avaient démissionné en décembre. «Pour un @CNNum en mode #plateforme : ouverture à tous les écosystèmes ! Très heureux de nommer Salwa Toko (...) comme Présidente et de recevoir demain les 30 nouveaux membres» a écrit le secrétaire d'Etat au numérique Mounir Mahjoubi sur Twitter mardi matin peu avant l'annonce officielle. La précédente présidente, Marie Ekeland, avait démissionné en décembre suivie des membres du Conseil, après une polémique suscitée par la présence de l'essayiste Rokhaya Diallo et du rappeur Axiom en son sein. Mme Ekeland, cofondatrice du fonds de capital risque Daphni, avait défendu l'indépendance du CNNum et le fait d'élargir le Conseil à des personnalités extérieures au monde du numérique, voire dissonantes, avant de jeter l'éponge. Le CNNum, une instance chargée de conseiller le gouvernement sur les questions du numérique «doit être proche du gouvernement» pour pouvoir l'orienter, avait indiqué dans une interview au Figaro Mounir Mahjoubi. M. Mahjoubi a présidé le CNNum jusqu'en janvier 2017, date à laquelle il a démissionné pour s'investir dans la campagne d'Emmanuel Macron. Ses membres sont nommés par le Premier ministre, sur proposition du secrétaire d'État chargé du Numérique.

Audiences

France 2 : «N'oubliez pas les paroles» chute lundi en Access Prime Time

Lundi 28 mai en Access Prime Time, France 2 diffusait un numéro de son jeu musicale «N'oubliez pas les paroles» animé par Nagui. Celui-ci n'a séduit que 1.564.000 fidèles, soit 10,8% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Une chute pour le jeu musicale du service public. En effet, le numéro du lundi 21 mai avait réuni 2.000.000 de mélomanes, soit 14% de part d'audience.

M6 : «Chasseurs d'appart» en légère hausse lundi en Access Prime Time

Lundi 28 mai en Access Prime Time, M6 proposait un nouveau numéro de son jeu «Chasseurs d'appart», présenté par Stéphane Plaza. L'animateur a séduit 1.547.000 fidèles, soit 9,9% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Une légère hausse dans les audiences pour l'émission de Stéphane Plaza. En effet, l'épisode de lundi dernier avait réuni 1.489.000 téléspectateurs, soit 9,7% de part d'audience.

NRJ12 : record d'audience de saison pour «Les Anges 10» en Acces Prime Time lundi

Ce lundi 28 mai sur la chaîne NRJ12, la télé-réalité «Les Anges 10» a réalisé son record d'audience de la saison en Access Prime Time avec 523.000 téléspectateurs pour l'épisode inédit diffusé à 19h00 avec un pic d'audience à 601.000 individus, selon les chiffres de Médiamétrie. A noter que l'émission a réalisé 6,0% de part d'audience sur les Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans, et 8,5% de part d'audience sur les 15-24 ans.

Télécommunications

La justice refuse de se prononcer sur la vente, contestée par les syndicats, d'un centre d'appel Free

Le tribunal de grande instance de Nanterre a refusé lundi de se prononcer en référé (procédure d'urgence) sur la vente, contestée par les syndicats, d'un centre d'appel Free et a invité les parties à se pourvoir sur le fond.

Les salariés de Mobipel, créé par le groupe Illiad en 2011 pour accompagner son développement dans la téléphonie mobile, s'opposent à la cession de leur entreprise au groupe Comdata, prévue pour le 8 juin.

Ce centre d'appel, basé à Colombes (Hauts-de-Seine) et dont les salariés assistent par téléphone les abonnés Free, avait été au centre d'un reportage de «Cash Investigation» diffusé en septembre 2017 et vu par 3,8 millions de téléspectateurs.

On y apprenait notamment que 266 salariés avaient été licenciés pour faute grave en trois ans, soit une «compression d'effectifs massive» de 57%, juste après un débrayage de quelques heures de salariés s'opposant à un accord modifiant leur rythme de travail.

«La réelle intention c'est de se débarrasser de Mobipel», dans le but notamment de «baisser la représentativité de certaines organisations syndicales» dans le groupe, avait dénoncé à l'audience l'avocat du syndicat Sud Telecom Ile-de-France, Me Abdel Kechit.

«Il ne faut pas se contenter d'un sophisme, des rumeurs ou des faits journalistiquement retransmis, mais il faut aller sur la réalité du projet», lui avait répliqué Me Erwan Jaglin, avocat de Mobipel et MCRA, brocardant «l'absence de sérieux» de l'émission de «Cash Investigation».

Le tribunal a estimé qu'il n'appartenait pas «aux juges des référés de suspendre un projet de cession», renvoyant ainsi à la juridiction du fond qui doit se prononcer en septembre.

En revanche, le tribunal a estimé que le Comité d'entreprise devait être consulté sur les orientations stratégiques 2018 avant d'organiser la consultation sur le projet de cession de Mobipel.

En conséquence, le juge a ordonné «la suspension de la procédure de consultation sur le projet de cession de la société Mobipel».

Une décision qui «satisfait» les salariés d'après Adam Dosso, secrétaire du Comité d'entreprise.

«Ça va ralentir le processus de cession», a-t-il ajouté, en attendant que la justice se prononce en septembre.

En bref...

Succès d'audience du nouvel Equidia

Lancé le 8 janvier dernier, le nouvel EQUIDIA, média sportif au service des parieurs et des fans de courses de chevaux, rencontre un franc succès au cours des 4 premiers mois 2018 avec une nette progression des audiences TV et digitales, annonce la chaîne du cheval dans un communiqué de presse. Ainsi, Equidia enregistre une progression (+38%) avec une audience moyenne de plus de 8.000 téléspectateurs/quart d'heure (TME) sur les 4 premiers mois 2018 vs 2017, selon les chiffres de Médiamétrie. La chaîne touche près de 1,6M de passionnés chaque mois, avec une couverture progressant de 21% vs 2017. A noter que «L'Avant Courses» (10h00 – 12h00) est l'émission qui progresse le plus au cours des 4 premiers mois 2018 avec une hausse de 83% de son audience moyenne. L'émission phare d'Equidia, «Le Grand Direct», diffusée de 12h00 à 21h30 tous les jours, rencontre également le succès avec une audience moyenne en progression de 36% au cours des 4 premiers mois 2018. D'autre part, Equidia Racing, l'offre 100% digitale de la chaîne a également été lancée le 8 janvier dernier. Ce service offre la possibilité au parieur de suivre la réunion de son choix en intégralité parmi 8 canaux. Le nombre d'abonnés est en constante évolution depuis son lancement. Après une offre de gratuité d'un mois, Equidia Racing enregistre en avril 2018 près de 2.500 abonnés. A noter enfin que le nouveau site web de la chaîne compte actuellement 2,7 M de pages vues/mois et 230K visiteurs / mois. La communauté d'Equidia sur les réseaux sociaux rassemble quant à elle 455K fans sur Facebook, 42K followers sur Twitter et 60K fans sur Instagram. Pour rappel, Equidia a d'ailleurs reçu la médaille d'argent pour le meilleur site de marque et une médaille de bronze pour le meilleur site CRM récompensant le programme de fidélité «Equidia Club» lors du Grand Prix du Digital de Stratégies en avril dernier.

Télécommunications

Iliad lance son activité commerciale en Italie

L'opérateur Iliad, en pleine difficulté en France, débarque ce mardi en Italie avec une offre mobile qu'il présente comme «révolutionnaire», à 5,99 euros par mois, incluant SMS, appels illimités en Europe, internet de 30 gb, ainsi que des appels illimités vers 65 pays. Lors d'une conférence de presse, le directeur général d'Iliad en Italie, Benedetto Levi, a souligné qu'il était temps de dire «ça suffit» aux pratiques en cours dans la péninsule et de proposer une «offre complètement différente». «Préparez-vous à la révolution», a-t-il lancé avant de présenter le forfait, nettement plus avantageux que les offres de ses concurrents. L'offre la moins chère dans le même style - mais moins généreuse - s'affiche à 12 euros chez Wind, 15 chez Tre, 18 chez Telecom Italia (Tim) et 30 chez Vodafone, selon un tableau fourni par Iliad. M. Levi a précisé que son offre était valable «pour toujours», mais seulement pour le «premier million de clients», qui devront également débourser 9,99 euros pour obtenir la carte Sim. A titre de comparaison, 84 millions de Sim sont actuellement utilisées en Italie. Aucun détail n'a été communiqué sur les offres dont les clients suivants pourront bénéficier. Le forfait mensuel, qui ne présente pas d'obligation d'engagement, inclut 30 gb d'internet avec une couverture en 4G+ en Italie, et 2 gb en Europe. M. Levi a dénoncé les coûts cachés et les surcoûts en Italie, comme le fait de facturer parfois 1,5 euro l'appel au répondeur pour écouter ses messages. Il a rappelé que l'an passé, 120.000 saisines avaient été faites auprès de l'autorité de régulation des télécoms, l'Agcom, pour se plaindre des pratiques des opérateurs. Selon M. Levi, ce sont 4 milliards d'euros que ces derniers ont pris l'an passé dans la poche des consommateurs via «des petits stratagèmes comme la facture sur 28 jours au lieu de 30». «Les gens en ont marre de payer trop et ils ont raison», a-t-il martelé. A la peine en France, où il subit une chute du nombre de ses abonnés au fixe, Iliad - qui arrive dans la péninsule avec plusieurs mois de retard par rapport à son plan initial - entend y conquérir une part de marché «substantielle», selon M. Levi, qui s'est néanmoins refusé à donner d'objectifs chiffrés. Selon des déclarations de ses dirigeants français datant d'il y a quelques mois, Iliad entendrait s'emparer d'au moins 15%, voire à terme de 25%, du marché mobile. Les autres opérateurs ont «peur de nous et ils ont raison», a affirmé M.Levi. Wind Tre, Tim et Vodafone sont actuellement au coude à coude, avec chacun environ 30% du marché, le reste étant aux mains de Poste Mobile (autour de 4%) et d'autres MVNO (opérateurs virtuels). Etonnamment, ce sont les opérateurs italiens eux-mêmes qui ont laissé entrer le loup dans la bergerie, puisque la fusion entre Wind et 3 (Tre) n'a pu être validée par la Commission européenne qu'à la condition qu'ils cèdent une partie de leurs fréquences à un tiers. La maison mère de Free, alors présent dans le fixe, avait révolutionné le marché mobile en France en 2012 en lançant un forfait à deux euros.Mais Iliad est quasi inconnu en Italie, et les prix dans la péninsule sont déjà plus bas qu'ils ne l'étaient dans l'Hexagone à l'époque. Beaucoup d'analystes doutent ainsi qu'Iliad puisse «révolutionner» le marché italien comme il l'avait fait en France, même s'ils estiment qu'il y a un espace important pour un nouvel opérateur.Le marché italien est très spécifique culturellement: il est dominé à 85% par le prépayé et l'Italie a un «modèle d'acquisition très traditionnel, avec une grande importance des magasins et peu de ventes sur internet», a expliqué Carlo Alberto Carnevale Maffè, professeur de stratégie à l'université Bocconi de Milan. M. Levi a précisé que le groupe de Xavier Niel, qui pourrait entrer dans le fixe dans un 2ème temps, atteindrait l'équilibre en termes d'Ebitda avec une part de marché inférieure à 10%. Iliad, qui dépend pour le moment essentiellement des autres opérateurs, entend développer son propre réseau «rapidement». Ses investissements en Italie devraient s'élever à plus d'un milliard d'euros à moyen terme.

En bref...

Droits L1: Canal+ examine «toutes les options», dont des sous-licences (Maxime Saada)

Canal+, qui a perdu les droits de la Ligue 1 pour 2020-2024, va «examiner absolument toutes les options» et notamment des accords de sous-licence, a déclaré mardi le président du directoire Maxime Saada. Il existe «pour la première fois la possibilité de sous-licences, donc, on va discuter», a-t-il déclaré lors d'une conférence de presse téléphonique organisée après la perte de ce produit, l'un de ses piliers avec le cinéma. «Je me garderai bien de porter des jugements à deux ans de la mise en place effective du résultat de cet appel d'offre», a-t-il ajouté. «Il y a une certitude, c'est que Canal ne mourra pas d'avoir payé trop cher des droits sportifs comme la plupart des ses concurrents, a-t-il ajouté. Je suis serein face à ce résultat, parce qu'on sait combien valent ces droits, on ne voit pas comment il est possible d'extraire 1,150 milliard de valeur, ça nous intéresse de voir la suite et comment ça va se passer». Les droits pour la période 2020-2024 ont été attribués contre un montant annuel de 1,153 milliard d'euros, selon la LFP. Le groupe espagnol Mediapro a remporté les principaux lots mis aux enchères mardi. Le patron de Canal+ s'est demandé dans quelle mesure Mediapro était en mesure «d'aller au bout de sa démarche financièrement» et «d'obtenir la valeur nécessaire pour justifier des montants comme ça». «Nous, on a un objectif, d'assurer la pérennité du groupe Canal+, on revient de loin. Mettre un milliard, c'est être certain qu'on meurt, le reste est incertain», a-t-il ajouté. «On n'a pas dépensé un montant excessif, déraisonnable», s'est-il félicité. En Italie, Mediapro s'est vu contester avec succès par la chaîne Sky les droits TV de la Série A de 2018 à 2021. «Je ne sais pas si on va faire la même chose, mais ça nous interpelle en tout cas, a déclaré M. Saada. On examinera absolument toutes les options et celle-là en fait partie».

Marches - Entreprises

Le rachat de Media Capital par Altice compromis après les réserves du régulateur portugais

Le projet de rachat par Altice du groupe portugais Media Capital, propriétaire de la chaîne de télévision la plus regardée au Portugal, semblait sérieusement compromis mardi après les réserves émises par l'Autorité de la concurrence portugaise. Le régulateur portugais «a rejeté les engagements présentés par Altice en vue de l'acquisition de Media Capital car ils ne protègent pas les intérêts des consommateurs et ne garantissent pas la concurrence» dans le secteur, a expliqué, par écrit, une porte-parole de l'autorité.

La concentration au sein du même groupe de l'opérateur Meo et de la chaîne généraliste TVI, leader d'audiences dont les contenus pourraient devenir payants pour les opérateurs concurrents, «risquerait d'avoir des répercussions sur la facture des consommateurs», a-t-elle précisé.

Les réserves émises par le régulateur portugais ne constituent pas une décision finale dans la mesure où Altice aurait pu ajuster son offre afin d'en tenir compte. Mais la filiale portugaise d'Altice a annoncé mardi qu'elle n'était «pas disponible pour faire d'autres propositions», exprimant dans un communiqué son désaccord avec les arguments mis en avant par le régulateur.

Altice a toutefois réitéré «tout son intérêt» dans le rachat du groupe de médias portugais et s'est dit prêt «à apporter de nouvelles clarifications aux autorités compétentes». Le groupe de l'homme d'affaires franco-israélien Patrick Drahi, qui a repris l'ancien opérateur historique Portugal Telecom en 2015, avait annoncé en juillet dernier son intention d'acquérir Media Capital, également propriétaire du portail internet IOL et plusieurs stations radio, auprès de l'espagnol Prisa pour la somme de 440 millions d'euros.

L'Autorité de la concurrence avait alors ouvert une enquête approfondie sur cette opération et demandé à Altice d'apporter certaines modifications à son projet de rachat pour éviter qu'il n'engendre des obstacles majeurs à une concurrence.

Les régulateurs des secteurs des télécoms et des médias avaient déjà exprimé leurs propres réserves concernant un éventuel rachat de Media Capital, mais le dernier mot appartient à l'Autorité de la concurrence.

«Plus personne ne croit que cette acquisition se fera. L'affaire est morte. Il ne manque plus que l'acte de décès», ironisait toutefois l'éditorialiste Antonio Costa sur le site d'informations économiques Eco.

En bref...

Les internautes qui regardent des vidéos de jeux en ligne sur ordinateur y passent plus d'une heure et demie par mois

En mars 2018, 30,3 millions de personnes ont visionné au moins une vidéo sur ordinateur, soit près de la moitié (48,4%) de la population française de 2 ans et plus. Les vidéos de la catégorie «Jeux en ligne» ont attiré 1,7 million de visiteurs uniques sur ordinateur au cours du mois, selon la dernière étude de Médiamétrie sur l'Audience Vidéo Ordinateur en France en mars 2018. Ils y ont consacré 1h33 en moyenne. Alors qu'ils représentent 52% des vidéonautes ordinateur, les hommes constituent 77% des vidéonautes ayant consulté des vidéos de jeux en ligne. Ils y passent chacun en moyenne 1h49 par mois et totalisent dans le même temps près de 14 millions de vidéos vues. Les vidéonautes ordinateur de 15-34 ans sont aussi très présents sur cette catégorie des vidéos de jeux en ligne : ils représentent 38% de ses visiteurs (alors qu'ils constituent 23% de l'ensemble des vidéonautes ordinateur) et y passent chacun en moyenne 1h39 par mois pour plus de 6 millions de vidéos vues.

ABC arrête sa très populaire série «Roseanne»

La chaîne ABC (groupe Disney) a arrêté mardi «Roseanne», la série la plus populaire des grandes chaînes américaines, après un tweet raciste de la star du programme, Roseanne Barr, malgré ses excuses et le retrait du message. Dans un message posté sur Twitter, la présidente du divertissement chez ABC, qui est noire, a qualifié d'«odieux» et de «répugnant» le message de Roseanne Barr, connue pour son soutien à Donald Trump. Roseanne y comparait une ancienne conseillère de Barack Obama à un singe.

Justice

La justice confirme le redressement fiscal de Mediapart mais reconnait sa «bonne foi»

Mediapart a vu son redressement fiscal confirmé par la justice mais le site va échapper à la pénalité d'1,3 million d'euros qu'il devait régler, selon un arrêt du tribunal administratif de Paris publié lundi par le site d'information.

Le site s'était appliqué à ses débuts un taux de TVA réduit (2,1% contre 19,6% puis 20%), réservé à la presse papier jusqu'en 2014, et son redressement de 3,3 millions d'euros a été confirmé par cet arrêt rendu le 22 mai par le tribunal administratif de Paris.

Cependant, Mediapart s'est auto-appliqué ce taux réduit «en toute transparence avec l'administration fiscale», et «l'intention d'éluder l'impôt», «n'est pas établie», a ajouté le juge administratif. «L'absence de bonne foi du contribuable» ne pouvant être prouvée, Mediapart a donc été déchargé d'une majoration de 40% de son redressement fiscal.

L'État, qui peut faire appel, a été condamné à verser 1.000 euros à la société éditrice de Mediapart au titre des frais de justice.

Selon le tribunal, le fisc aurait dû «remettre en cause les déclarations de TVA» dès 2008, et ne pas laisser traîner la situation jusqu'au contrôle fiscal de 2013, à l'origine du redressement.

Mediapart (140.000 abonnés début 2018 pour un chiffre d'affaires de 13,7 M EUR en 2017) a indiqué avoir déjà réglé en 2015 et 2016 le différentiel de TVA, faisant notamment appel à ses lecteurs pour le soutenir. La somme équivalant à la pénalité, elle, avait seulement été provisionnée et reste dans les caisses du journal. «L'État n'était pas en droit de nous sanctionner en nous traitant comme des fraudeurs fiscaux que nous ne sommes évidemment pas», a lancé lundi sur son site le directeur de Mediapart, Edwy Plenel.

Le journaliste dénonce dans ce texte une «attitude vengeresse» de la part de l'État, «mêlant déni de justice et abus de pouvoir», quelques mois après l'affaire Cahuzac, où le ministre du Budget avait démissionné suite aux révélations du journal.

Le site Arrêt sur images (ASI) avait également dû régler un lourd redressement fiscal, sans pénalités, pour s'être auto-appliqué le taux réduit de TVA.

Suite à la campagne menée par plusieurs médias en ligne dont Mediapart et ASI, le gouvernement avait accepté de leur appliquer le taux de la presse, mais une amnistie fiscale avait été retoquée au Parlement.

En bref...

Pierre Bellemare : hommage religieux à l'animateur et conteur jeudi matin à Paris

Un hommage religieux sera rendu jeudi matin à Paris à l'animateur et conteur Pierre Bellemare, mort samedi à l'âge de 88 ans, a-t-on appris mardi auprès de sa famille. Aux côtés des proches, le grand public est également convié à venir dire adieu à cette personnalité très populaire de la radio et de la télévision, pionnier de l'audiovisuel en France, à l'occasion d'une cérémonie organisée à partir de 10h30 jeudi en l'église Saint Roch, la paroisse parisienne des artistes, a indiqué sa famille. Les cendres de Pierre Bellemare seront déposées quelques jours plus tard dans la chapelle familiale au cimetière du Père Lachaise à Paris, dans la stricte intimité familiale, a-t-on précisé de même source. La disparition du père du télé-achat, connu pour sa voix enveloppante et son art du récit, a suscité de très nombreux hommages, de Michel Drucker à Cyril Hanouna en passant par Stéphane Bern ou Jean-Pierre Foucault. «Pierre Bellemare aura marqué de son empreinte unique l'histoire de la radio et de la télévision françaises et accompagné plusieurs générations de Français avec ce timbre, ce débit, ce visage devenus familiers et que les imitateurs croquaient avec affection», avait pour sa part salué le président Macron.

SFR : huit nouvelles villes ouvertes en 4G+ jusqu'à 300 Mbit/s

SFR poursuit ses investissements pour apporter à ses clients la 4G+ jusqu'à 300 Mbit/s qui offre un débit maximum théorique 3 fois supérieur à celui de la 4G. Déjà ouverte dans plus de 900 villes (de plus de 2.000 habitants), cette technologie est désormais disponible à Orvault (44) et Woippy (57), annonce SFR dans un communiqué de presse.

Institutionnel

L'interdiction du portable à l'école et au collège précisée par les députés en commission

Les députés ont approuvé mardi en commission la proposition de loi LREM sur l'interdiction du téléphone portable à l'école et au collège, promis par le ministre de l'Education, mais en en précisant le champ et les exceptions.

A l'initiative de la rapporteure LREM Cathy Racon-Bouzon, la nouvelle rédaction stipule que tout objet connecté est interdit - et pas seulement le téléphone portable - afin d'éviter tout effet de substitution et prévoit des exceptions pour un enfant handicapé ou nécessité pédagogique.

L'interdiction s'appliquera également aux activités liées à l'enseignement qui se déroulent hors de l'enceinte des établissements, «ce qui permet de couvrir les cours d'éducation physique et sportive ayant lieu dans un gymnase ou un stade, par exemple, ainsi que les sorties scolaires» selon la rapporteure.

Dans la discussion générale, les groupes d'opposition de droite et de gauche se sont interrogés sur l'utilité de la proposition de loi, qui sera discutée en séance le 7 juin, dans la mesure où l'interdiction a été inscrite dans le code de l'éducation en 2010.

La rapporteure a répondu qu'à l'heure actuelle, la moitié des collèges avaient posé un interdit dans leur règlement intérieur et qu'avec l'adoption de la PPL, l'interdiction sera effective par défaut et confortera juridiquement les chefs d'établissement.

L'article discuté en commission respecte l'autonomie des établissements puisque ce sera à chacun d'entre eux de décider des modalités d'interdiction (lieux, conditions).

Il concerne l'école (maternelle et élémentaire) et le collège, mais pas le lycée.

Les députés ont également adopté des amendements de la majorité pour renforcer la formation des élèves à un «usage responsable» des outils et ressources numériques, en insérant une référence «au respect de la liberté d'opinion et de la dignité de la personne humaine».

Cette formation devra aussi «contribuer au développement de l'esprit critique» - savoir décrypter les informations, vérifier leurs sources, démonter les rouages des théories du complot... - et «à l'apprentissage de la citoyenneté numérique».

En bref...

France Médias Monde partenaire de la Semaine de l'Amérique latine et des Caraïbes

France Médias Monde est partenaire de la Semaine de l'Amérique latine et des Caraïbes qui, à travers plus de 180 événements culturels et académiques, ainsi que des rencontres politiques et économiques, célèbre et renforce les liens entre les pays de cette région et la France. À cette occasion, RFI et France 24, et tout particulièrement les rédactions en espagnol des deux chaînes, proposent une couverture mondiale et multilingue des différents événements organisés avec notamment des émissions dédiées, des reportages et entretiens diffusés dans les éditions d'information.

Radio France : nomination de Xavier Domino

Xavier Domino, nommé Secrétaire général de Radio France, prendra ses fonctions à compter du lundi 4 juin 2018. Il aura pour missions le suivi des relations institutionnelles, des dossiers transversaux et de la gouvernance interne. Lui seront rattachés à ce titre les directions et services en charge des relations institutionnelles et internationales, des affaires juridiques, des achats, de l'audit et du contrôle internes, de la défense, des données personnelles, des archives écrites et du Musée de Radio France. Xavier Domino succède à Maïa Wirgin qui va s'engager dans un nouveau projet professionnel après quatre années au service de Radio France dédiées au pilotage des chantiers stratégiques et à la modernisation de la gouvernance de l'entreprise. La Présidente Sibyle Veil tient à remercier dans un communiqué de presse Maïa Wirgin «pour son engagement dans la marche de l'entreprise durant toutes ces années, ainsi que pour son investissement pendant la période de transition de la présidence depuis mars 2018».

Institutionnel

Alerte attentat: le gouvernement a décidé de mettre fin au système SAIP et mise sur les réseaux sociaux

Le gouvernement a décidé de mettre fin à l'application d'alerte attentat SAIP pour smartphone, mise en place après les attaques de 2015 et victime d'une série de bugs, pour informer la population via les réseaux sociaux, a affirmé mardi Gérard Collomb.

Lancée en mai 2016 avant l'Euro de football, l'application était destinée «à doter le ministère d'un outil qui permettrait de donner à la population une information rapide et fiable en cas d'évènement majeur» mais elle «n'a en fait jamais marché», a déclaré le ministre de l'Intérieur devant l'Assemblée nationale.

«Le contrat qui lie le ministère de l'Intérieur au prestataire se termine le 31 mai et ne sera pas renouvelé», avait affirmé plus tôt une source proche du dossier, confirmant une information de RTL. L'application SAIP a été affectée par une série de bugs comme le retard ou l'absence de déclenchement des alertes, comme le 23 mars lors de la prise d'otages à Trèbes (Aude).

Pour la remplacer, le ministère de l'Intérieur prévoit dès le 1er juin, de miser sur les réseaux sociaux via des partenariats gratuits avec Facebook, Google ou Twitter. «Plutôt que de nous acharner à créer une nouvelle application propre au ministère, nous avons décidé d'utiliser les technologies modernes», a résumé M. Collomb.

«Les messages du ministère de l'Intérieur seront mis en avant en cas d'attaques terroristes ou de

catastrophes naturelles», a souligné la source proche du dossier qui souligne: «L'important est de sauver des vies». Les autorités vont ainsi pouvoir utiliser l'application «Safety Check» de Facebook pour diffuser des messages. Sur Twitter, un bandeau délivrera des informations en haut des lignes de tweets. Quant à Google, des messages du ministère de l'Intérieur seront mis en avant lorsque l'internaute tapera des mots-clés en lien avec l'événement.

«De la même manière, Radio France, France Télévisions, la RATP, Vinci Autoroutes ont accepté de relayer en priorité nos messages», a complété le ministre. «Nous aurons recours aux grands réseaux sociaux, aux grandes chaînes de télévision, aux grands réseaux autoroutiers pour informer en temps réel la population des risques qui peuvent la menacer», a-t-il complété. Un compte Twitter @Beauvau_Alerte sera par ailleurs activé, grâce auquel les futurs abonnés pourront recevoir les alertes.

SAIP avait été téléchargée quelque 900.000 fois par des utilisateurs. Dans un rapport en août 2017, le sénateur LR Jean-Pierre Vogel avait souligné «des défaillances nuisant à la fiabilité et à l'ergonomie de l'application».

L'application SAIP avait «été conçue dans l'urgence» à la suite des attentats du 13 novembre 2015 et mise en place avant l'Euro de foot en juin 2016, «ce qui a nui à la qualité du produit final», avait jugé le parlementaire.

En bref...

Droits TV : les différents lots

Détail des différents lots des droits TV domestiques de la période 2020-24 de la Ligue 1, le championnat de France de football, qui ont été attribués mardi contre un montant annuel de 1,153 milliard d'euros (source LFP): le lot 1 comprenant le match du dimanche à 21h00 et 28 matches de choix 3 a été attribué à Mediapro ; le lot 2 comprenant le match du vendredi à 21h00 et le match du samedi à 17h00 a été attribué à Mediapro ; le lot 3 comprenant le match du samedi à 21h00 et le match du dimanche à 17h00 a été attribué à beIN Sports; le lot 4 comprenant un match le dimanche à 13h00 et 4 matches le dimanche à 15h00 a été attribué à Mediapro ; le lot 5 comprenant les 3 Multiplex (J19, J37 et J38), les matches de barrage et le trophée des champions n'a pas été attribué ; le lot 6 comprenant les droits de diffusion d'extraits en quasi-direct sur tous les matches et les droits magazines en vidéo à la demande a été attribué à Iliad, maison-mère de Free, pour «moins de 50 millions d'euros par saison», selon le groupe. Le lot 7 comprenant les magazines de la semaine n'a pas été attribué.

Nat Geo Wild : la Russie à l'honneur en juin

A l'occasion de la coupe du monde de football qui se déroulera en Russie du 14 juin au 15 juillet 2018, la chaîne Nat Geo Wild nous fait découvrir les trésors naturels de ce pays au travers de la série documentaire «Destination Wild: Russie» (4x52'/ Off The Fence) tous les samedis à 20h45 du 16 juin au 7 juillet 2018. La série nous propose de voyager du Kamtchatka, véritable paradis isolé pour les espèces sauvages, aux terres désolées et glaciales de Sibérie, en passant par le mythique Lac Baïkal et le delta de la mer Caspienne, véritables trésors pour la biodiversité où se cachent les secrets les mieux gardés de la Russie.

Mouvements

France Télévisions: désignation d'un délégué à la protection des données personnelles

Le règlement général sur la protection des données personnelles (RGPD) est entré en application vendredi dernier. Dans ce cadre, Delphine Ernotte Cunci, Présidente-directrice générale de France Télévisions, a désigné Bertrand Scirpo délégué à la protection des données personnelles de France Télévisions. A ce titre, il sera directement rattaché à Francis Donnat, Secrétaire général de France Télévisions. Ses missions seront d'informer et conseiller sur les obligations qui découlent du RGPD et du droit national en matière de protection des données personnelles ; de superviser la mise en conformité des traitements de données personnelles traitées par France Télévisions et veiller au maintien de cette conformité ; de veiller au respect des droits des personnes concernées par les traitements et au respect des obligations qui incombent à France Télévisions ; d'être l'interlocuteur privilégié de la Commission nationale de l'informatique et des libertés, ainsi que celui des filiales du groupe, dont il coordonnera l'action dans ce domaine.

Bertrand Scirpo conserve ses fonctions actuelles de responsable du pôle droit public (droit de l'audiovisuel). Il poursuit ses missions en matière d'affaires européennes. Pour ces fonctions, il est rattaché à la Direction juridique et des affaires européennes. Bertrand Scirpo rejoint la direction des relations institutionnelles de France Télévisions en 2002, dont il devient directeur adjoint en 2007. Il est nommé directeur de cabinet du directeur général de RFO en 2009. Il occupe le poste de secrétaire général du Réseau France 3 à partir de 2010. Il rejoint la direction juridique et des affaires européennes en décembre 2015 en tant que responsable du pôle droit public.

Technologies

Roland-Garros 2018 : la quinzaine du tournoi en Ultra Haute Définition

A l'occasion de l'anniversaire des 30 ans de la couverture du tournoi de Roland-Garros par France Télévisions, le groupe public souhaite permettre uax téléspectateurs d'accéder gratuitement à une chaîne événementielle 100% UHD diffusée 24/24 sur la TNT et le Satellite.

France Télévisions et la Fédération Française de Tennis, en collaboration avec TDF et FRANSAT, filiale d'Eutelsat, assureront la retransmission du court Philippe-Chatrier en 4K pendant la quinzaine du tournoi 2018. La captation de ces matches sera réalisée par la filière de production de France Télévisions.Retransmis en direct du 27 mai au 10 juin, les matches seront accessibles partout en France sur la chaîne 444 du bouquet satellite gratuit FRANSAT, à Paris et en Île-de-France, ainsi qu'à Nantes et Toulouse sur les chaînes 81 ou 82 de la TNT (respectivement canaux 26, 35 ou 29), et ce pour tous les foyers équipés d'un téléviseur compatible 4K/UHD.

A cette édition 2018, la société Ateme a été retenue pour assurer la compression numérique de l'ensemble de l'offre et la société Zayo pour son savoir-faire de transport technique par fibre du signal.

En bref...

SFR : en avril, 688 communes supplémentaires sont ouvertes en 4G et 552 en 4G+

Au mois d'avril 2018, SFR a poursuivi l'extension de son réseau 4G/4G+ et reste selon l'ANFR, l'opérateur disposant du plus grand nombre d'antennes 4G en service en France (29.523 antennes). Plus précisément, ce mois-ci, ce sont 688 communes dont Embrun (05) ou La Brède (33) qui ont bénéficié de l'arrivée de la 4G dont 684 communes de moins de 3.500 habitants et 552 de la 4G+, dont Sens (89) ou Perthuis (84). L'extension rapide de la couverture Très Haut Débit mobile permet à SFR de couvrir 96% de la population en 4G depuis le 31 mars 2018.

Science & Vie TV : Jérôme Bonaldi présente le jeudi 7 juin le Prix de L'inventeur Européen 2018

En juin, les inventeurs sont à l'honneur sur la la chaîne Science & Vie TV qui s'associe à l'EPO (European Patent Office) pour le Prix de L'inventeur Européen 2018. En effet, Jérôme Bonaldi présentera en direct de Saint-Germain-En-Lay, la 13ème cérémonie du Prix de L'inventeur Européen le jeudi 7 juin dès 10h30.

Viceland/ «It's Suppertime» : le chef canadien Matty Matheson nous fait cours dès le 19 juin !

A partir du mardi 19 juin à 22h00, la chaîne Viceland proposera la saison 1 de la série «It's Suppertime» (12x25') qui revisite l'émission culinaire en lui donnant une bonne dose d'humour. À travers des intemporels de la cuisine, le chef canadien Matty Matheson se donne comme objectif de transmettre son savoir-faire et de réconcilier les gens avec la cuisine.

Technologies

La dématérialisation laisse sur le bord de la route des cohortes de seniors

Assurance-maladie, retraites, impôts, carte grise... la dématérialisation laisse sur le bord de la route des cohortes de seniors, peu ou jamais informatisés. En Aquitaine, un «bus numérique» pionnier tente de ramasser ces oubliés, éperdus entre peurs irrationnelles, méconnaissance de l'outil, ou simple solitude. Villandraut, son château du XIVe siècle, son millier d'habitants et comme ailleurs, ses retraités à la peine, voire «en panique» à l'heure des impôts par internet. Une dizaine s'est enhardie à grimper dans le «bus numérique» lancé par la CARSAT (Caisse d'assurance retraite et de la santé au travail), annoncé pour la journée sur la place du village girondin. «S'il vous plaît, on l'allume comment ?» Un rire gêné fuse d'un des 12 postes informatiques, aménagés dans le confortable car climatisé, relooké en vert: bienveillance et réassurance seront les touches les plus activées de la journée. «C'est que je suis mal dégrossie, un peu nounouille...». Pendant des heures, Sandrine la formatrice va naviguer avec doigté entre les questions, candides ou affolées: «Hou, qu'est-ce que j'ai fait, là ?». Pousser la jeune septuagénaire qui «a une adresse mail, sait aller sur internet» mais pas transférer des photos. Encourager celle sans connexion mais «qui veut en acheter un (ordi) d'ici la fin de l'année... Bien obligée.». Ou amadouer telle autre, plus raide, que l'informatique «n'intéresse pas» et qui quittera le car à la pause. «Il y en a qui ne dorment pas la nuit d'avant venir ici», assure Corinne Hébert, coordinatrice du car, fourni par le prestataire privé SAS SVP (Solutions vie pratique). «Il y a ceux qui ont peur, ceux qui se sentent nuls ou rejetés, parce qu'ils n'ont pas appris. Il y a des curieux, interessés. Et puis les réfractaires. Une question revient tout le temps: Qui va nous aider?». Des pré-retraités jusqu'au grand âge (85 ans ou plus), les «passagers» du car, «à 45% environ, n'ont pas d'adresse électronique. Et la grande majorité de ceux-ci n'ont pas outil du tout», diagnostique Corinne Hébert. «Et puis il y a la peur sur les données personnelles, le besoin de conseil à l'achat. Et pour les petits retraites, juste l'impossibilité de se payer le matériel..». Lancé fin 2016, le «bus numérique» est dans sa deuxième saison: environ 200 villages-étapes, 2.500 bénéficiaires. Et un émule déjà, qui sillonne le Centre-Val-de-Loire. «Quand il y a 2-3 ans a été annoncée la dématérialisation totale de la déclaration fiscale, la suppression du papier, on a eu une remontée de terrain, des phénomènes de quasi-panique chez certains de nos assurés retraités», se souvient Pierrick Chaussée, directeur-adjoint de la CARSAT Aquitaine. En jargon social, on appelle cela «déprise sociale de compétence», autrement dit des dizaines de milliers de derniers de cordée de l'informatique. Une «fracture numérique» connue mais ici décuplée par l'informatisation de l'offre sociale, et par l'isolement souvent propre aux seniors.

«Le problème, c'est l'accélération, insiste M. Chaussée. Ca va très, très vite. Des évolutions technologiques, on en a toujours connu mais un certain nombre de personnes sont perdues par rapport à ce rythme». Cruel paradoxe: «institutionnellement, on créé de nouvelles fractures sociales» avec les orientations prises, aussi légitimes soient-elles. «Car le virage numérique, il n'est pas à prendre, il est pris. Le problème, c'est sortir du virage: soit on maîtrise la trajectoire, soit on s'envoie dans le décor». C'est là qu'intervient le car, dépêché dans les territoires pour «dédramatiser, démystifier, rassurer» et diriger ce public fragilisé vers un accompagnement durable. Si les collectivités et associations ont les moyens: car à 2.700 euros TTC la journée, les CARSAT n'ont pas vocation à financer des flottes de «bus numériques».

En bref...

Eurochannel en clair sur Bouygues (94), Free (119) et Orange (66) pour le lancement de «Chapeau melon et bottes de cuir»

A l'occasion du lancement de la série culte «Chapeau melon et bottes de cuir» présenté par Alain Carrazé ce dimanche 3 juin à 20h50, Eurochannel est disponible gratuitement à l'ensemble des abonnés des offres de Orange, Bouygues et Free : sur la chaîne 94 en clair du mardi 29 mai jusqu'au 17 juillet pour Bouygues, sur la chaîne 119 en clair du 1er juin au 2 juillet pour Free, et sur la chaîne 66 en clair du 2 juin au 13 juin pour Orange. Eurochannel est aussi disponible sur les offres de SFR.

Paris Première : soirée spéciale pour les 40 ans de «Grease» jeudi 21 juin dès 20h50

A l'occasion des 40 ans du film culte «Grease», Paris Première propose une soirée spéciale jeudi 21 juin à partir de 20h50 avec la diffusion de «Grease» réalisé par Randal Kleiser (1978), avec John Travolta et Olivia Newton-John… Suivi de «Grease 2» réalisé par Patricia Birch (1982) avec Maxwell Caulfield, Michelle Pfeiffer, Andy Tennant ...

FranceTV Publicité lance son nouvel événement Télé. visionnaire mercredi 13 juin

Mercredi 13 juin matin, au Studio Gabriel, FranceTV Publicité lancera Télé.visionnaire, son nouvel événement qui réunira chaque année les acteurs du marché publicitaire. La 1ère édition de ce nouveau rendez-vous sera dédiée à LA QUALITÉ et aura pour Maîtresse de cérémonie, la journaliste et productrice, Marie Drucker. Au programme, tables rondes, entretiens, keynotes ...

Récompenses

France 2 : les principaux prix décernés lundi soir lors de la 30ème cérémonie des Molières

Voici les principaux prix décernés lundi soir lors de la 30ème cérémonie des Molières, diffusée sur France 2 en deuxième partie de soirée depuis la salle Pleyel:

- Molière du théâtre public: «Une chambre en Inde», d'Ariane Mnouchkine

- Molière du théâtre privé: «Adieu monsieur Haffman», de Jean-Philippe Daguerre

- Révélation féminine: Julie Cavanna, dans «Adieu monsieur Haffman»

- Révélation masculine: Rod Paradot dans «Le fils»

- Molière de la comédie: «Le gros diamant du prince Ludwig», mise en scène de Gwen Aduh

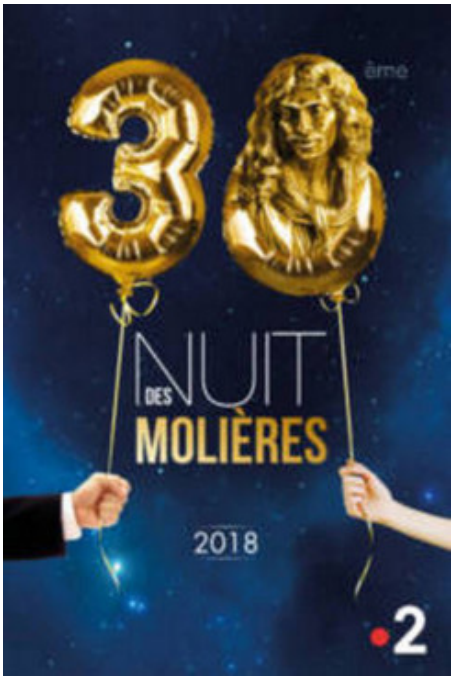
- Molière de la comédienne d'un spectacle de théâtre public: Marina Hands dans «Actrice»

- Molière du comédien d'un spectacle de théâtre public: Jacques Gamblin dans «1 heure 23'14'' et 7 centièmes»

- Molière de la comédienne d'un spectacle privé: Laure Calamy dans «Le jeu de l'amour et du hasard»

- Molière du comédien d'un spectacle privé: Jean-Pierre Darroussin dans «Art»

- Molière de l'auteur francophone vivant: Jean-Philippe Daguerre, pour



«Adieu Monsieur Haffman»

- Molière du metteur en scène d'un spectacle de théâtre public: Ariane Mnouchkine, pour «Une chambre en Inde»

- Molière du metteur en scène d'un spectacle de théâtre privé: Joël Pommerat pour «Cendrillon»

- Molière de la création visuelle: «Cendrillon» de Joël Pommerat

- Molières du spectacle musical: «Histoire du soldat», mise en scène de Stéphan Druet

- Molière du jeune public: «Le Petit Chaperon rouge», de Joël Pommerat

- Molière de l'humour: Blanche Gardin dans «Je parle toute seule»

- Molière «Seul en scène»: «Vous n'aurez pas ma haine», mise en scène de Benjamin Guillard

En bref...

Hausse de fréquentation de 47% pour l'édition 2018 du salon Vivatech

L'édition 2018 du salon international des start-up Vivatech, à Paris, a enregistré une hausse de fréquentation de 47% par rapport à l'an dernier, avec plus de 100.000 visiteurs du monde entier accueillis en trois jours. Outre le président Emmanuel Macron et une grande partie du gouvernement français, ce rendez-vous mondial de l'innovation a attiré de nombreux patrons internationaux, dont le fondateur et PDG de Facebook Mark Zuckerberg, le PDG d'IBM, Ginni Rometty, le patron de Microsoft, Satya Nadella, ou encore celui d'Uber, Dara Khosrowshahi. Quelque 1.800 start-up ont exposé du 24 au 26 mai pour cette troisième édition de Vivatech qui a mis l'accent sur l'Afrique. L'événement a également attiré 1.900 investisseurs et le même nombre de journalistes du monde entier. Inspiré du CES, le grand rendez-vous mondial de la technologie à Las Vegas (Etats-Unis), le salon parisien, créé en 2016, est co-organisé par Publicis Groupe et le Groupe Les Echos. Il avait accueilli l'an dernier 68.000 visiteurs, soit 50% de plus que lors de sa première édition, quand il avait revendiqué 45.000 entrées.

France 3/ «8 chances de tout gagner !» : record d'audience mensuel

Le jeu hebdomadire «8 chances de tout gagner !» diffusé chaque semaine à 17h15 sur France 3, produit par Effervescence Label (Simone Harari Baulieu et Laurent Robert Thibierge) et présenté par Carinne Teyssandier, enregistre en mai un record d'audience mensuel depuis son lancement en novembre 2016, avec 10,4% de pda chez les 4 ans et +. L'émission bat ainsi son précédent record mensuel enregistré le mois dernier : 9,9% en avril.

Etude

Le digital prend sa place aux côtés de la TV et de la radio, toujours au cœur de la consommation média à l'Outremer

Si les habitants d'Outremer sont de vrais adeptes de télévision et de radio, deux médias qui les accompagnent et rythment leur quotidien, Internet prend une place de plus en plus prépondérante ces dernières années. «(...) la place des médias traditionnels reste très forte et ancrée dans les habitudes des habitants d'Outremer. Cependant, avec l'évolution des taux d'équipement informatique et le développement de smartphones plus perfectionnés, Internet s'impose rapidement dans les foyers à la fois comme relais des médias et comme média à part entière offrant une multitude d'usages», commente Caroline Petit, Responsable d'Etudes et de Clientèle chez Médiamétrie. En moyenne, plus de 80% des Ultramarins regardent la télévision chaque jour, soit 1,7 million de 13 ans et plus sur les zones Caraïbes, Océan Indien et Pacifique. Les habitants des Antilles et de Mayotte sont particulièrement nombreux à suivre les programmes quotidiennement (respectivement 87,4% en Martinique, 86,7% en Guadeloupe et 91,4% à Mayotte). Un attachement au média TV qui ne se dément pas avec les années, puisque les programmes fédèrent chacun de ces téléspectateurs généralement bien plus de 4h par jour, et parfois même près de 5h comme en Martinique et en Guadeloupe. Un chiffre légèrement supérieur à celui de la Métropole qui affiche une durée d'écoute quotidienne par téléspectateur de 4h45. Et comme ailleurs, l'usage de la TV se délinéarise, notamment grâce au replay qui permet de rattraper ses programmes favoris après leur diffusion initiale. Aux Antilles, en Guyane et à la Réunion, plus de 6 internautes sur 10 ont déjà regardé au moins une fois un programme de télévision au cours du dernier mois après sa diffusion, et ce quel que soit l'écran. La radio est également très présente dans le quotidien des habitants d'Outremer avec 1,5 million d'auditeurs quotidiens. Si elle est écoutée plus longtemps qu'en Métropole - plus de 3h versus 2h50 - il existe des disparités selon les territoires. La radio accompagne par exemple les auditeurs guadeloupéens pendant 4h23 chaque jour, les polynésiens 3h10 ou encore les guyanais pendant 3h25. A noter l'émergence des supports multimédias pour écouter la radio, puisqu'entre 63% et 75% des Ultramarins selon les territoires déclarent avoir déjà écouté la radio sur un ordinateur, un smartphone, une tablette ou encore un téléviseur. Si télévision et radio fédèrent largement les habitants de l'Outremer, il existe des spécificités de consommation intimement liées au rythme de la vie quotidienne. Aussi les pics d'audience, que ce soit pour l'un ou l'autre des deux médias, sont décalés par rapport à ceux de la Métropole. Pour la TV, il se situe au moment du JT du soir, rendez-vous incontournable diffusé entre 19h et 20h, quand en Métropole les téléspectateurs sont les plus nombreux au moment du Prime Time qui débute un peu avant 21h. Internet et les usages digitaux font aujourd'hui pleinement partie de la vie des Ultramarins, comme le démontre l'Observatoire des Usages Digitaux. Ainsi, si 85% des habitants des Antilles, de la Guyane ou encore de la Réunion se sont déjà connectés à Internet, ils sont aujourd'hui 3 sur 4 à surfer sur la toile tous les mois, que ce soit via un ordinateur, un smartphone ou une tablette. Un chiffre en constante progression ; par exemple, à la Réunion si près de 420 000 personnes se connectaient à internet chaque mois en 2013, elles sont 520 000 en 2017. Sans surprise, les plus jeunes (13-34 ans), souvent précurseurs et prescripteurs de nouvelles tendances, sont sur-représentés au sein de la population internaute de ces territoires. A l'instar de la plupart des internautes dans le monde, les Antillais, Guyanais et Réunionnais utilisent Internet pour toutes les activités qu'il propose : effectuer des recherches, communiquer par email, s'informer sur l'actualité, acheter en ligne ou encore surfer sur les réseaux sociaux.

En bref...

Discovery Channel : «Goblin Garage, avec Jimmy de Ville» à partir du 9 juin à 20h45

A partir du 9 juin, tous les samedis à 20h45 sur Discovery Channel, les téléspectateurs pourront découvrir la nouvelle série inédite «Goblin Garage, avec Jimmy de Ville» (6x60'/ Shine North). Jimmy de Ville, Ant Partridge et Helen Stanley tiennent le Goblin Works Garage. Ensemble, ils créent d'incroyables voitures et motos sur mesure. Leur mission : rendre au garage sa grandeur d'antan. Grâce à leur savoir-faire et à des designs modernes, ils remettent de grands classiques automobiles au goût du jour.

«Prix RFI Talents du rire»/ 4ème édition : Appel à candidatures

La 4ème édition du «Prix RFI talents du rire» est lancée. Les candidats sont invités à s'inscrire sur le site dédié jusqu'au 15 septembre. Le Prix sera remis à Abidjan lors du Festival Abidjan Capitale du rire qui se déroulera du 6 au 9 décembre 2018. Initié par l'humoriste Mamane, chroniqueur sur les antennes de la radio mondiale, en collaboration avec RFI, ce prix révèle les nouveaux talents de l'humour et récompense un(e) jeune artiste francophone d'Afrique, et de l'Océan Indien et des Caraïbes. Le lauréat, sélectionné par un jury de professionnels, bénéficiera d'un prix de 4.000 euros destiné au développement de sa carrière, et sera invité à se produire lors du festival Abidjan capitale du rire en décembre 2018. La 3ème édition a récompensé Ronsia, jeune humoriste congolais parti des cabarets de Kinshasa pour devenir aujourd'hui l'une des étoiles montantes de l'humour en Afrique. Tout au long de l'année, RFI organise et accompagne des événements et des concours (Prix Découvertes RFI, Bourse Charles Lescaut…) poursuivant sa mission d'aide et de découvertes de nouveaux talents.

Aujourd'hui dans le monde

Moscou demande à Apple de cesser la distribution en Russie de la messagerie Telegram

L'agence russe de régulation des télécoms Roskomnadzor a annoncé lundi avoir demandé à Apple de cesser la distribution en Russie de la messagerie Telegram, lui donnant un mois pour s'exécuter sous peine de «possibles» mesures de rétorsion. Dans un communiqué, Roskomnadzor a indiqué avoir demandé à Apple de cesser de proposer Telegram aux utilisateurs russes du magasin d'applications App Store et de bloquer les notifications envoyées par Telegram, ce qui signifie que les utilisateurs ne pourraient plus recevoir d'alerte en cas de nouveau message. «Pour éviter de possibles mesures de Roskomnadzor visant le fonctionnement des services Apple, nous vous demandons de nous informer dans les plus brefs délais des actions futures de l'entreprise (Apple) pour régler cette question problématique», indique Roskomnadzor dans un courrier adressé à Apple et cité dans le communiqué. Le patron de Roskomnadzor, Alexandre Jarov, a précisé à l'agence de presse Interfax qu'Apple dispose d'un mois pour s'exécuter. «Comme c'est une entreprise transnationale, avec un haut degré de bureaucratie, nous attendons une réponse dans un délai d'un mois», a-t-il déclaré. M. Jarov a refusé d'indiquer quelles mesures Roskomnadzor envisage contre Apple si l'entreprise américaine ne se conformait pas à ses injonctions, disant ne pas vouloir «faire de pronostics» sur la réaction d'Apple. «Quand la réponse arrivera, nous saurons quoi faire», a-t-il ajouté. La justice russe a ordonné mi-avril le blocage de Telegram tant que l'application ne fournira pas aux services de sécurité les moyens de lire les messages des utilisateurs, ce qu'elle a refusé. Telegram a toutefois réussi à contourner ce blocage et reste généralement accessible en Russie. Fondé en 2013 par les frères Pavel et Nikolaï Dourov, créateurs auparavant du très populaire réseau social russe VKontakte, Telegram compte aujourd'hui 200 millions d'utilisateurs dans le monde, dont 7% en Russie.

Distribution

France tv distribution confie la distribution de son catalogue DVD et Blu-Ray à Match Point

France tv distribution a décidé de confier la distribution de son catalogue DVD et Blu-Ray à la société Match Point. France tv distribution cherche ainsi à optimiser la visibilité de ses programmes dans les différents circuits de ventes. En juin, le catalogue de France tv distribution s'étoffe. Le cinéma sera à l'honneur avec des films internationaux comme «Moi, Tonya de Craig Gillespie», qui a reçu l'Oscar du meilleur 2nd rôle cette année grâce à l'interprétation d'Allison Janney. Le film retrace le parcours de la sportive controversée Tonya Harding. Il y aura aussi des films français comme le thriller, «L'apparition» de Xavier Giannoli avec Vincent Lindon. Côté fiction, on retrouvera la série de France 2, «Maman a tort», première adaptation d'un ouvrage de Michel Bussi, un des auteurs français les plus lus en 2017. Autre événement en juin, le documentaire, «Johnny Hallyday, la France Rock'n Roll», dans lequel Johnny raconte soixante années de chansons et de succès dans sa dernière interview filmée. Jusqu'à la fin de l'année, le line-up de France tv distribution continue de s'enrichir avec, notamment, le film «Everybody knows» d'Asghar Farhadi, en compétition officielle au dernier Festival de Cannes qui réunit Penélope Cruz et Javier Bardem, mais aussi avec le retour de la collection «Apocalypse».

En bref...

«WALLAY», film soutenu par TV5MONDE élu Meilleur Film Européen de la Jeunesse 2018

Après un tour du Monde exceptionnel depuis sa première mondiale à la Berlinale 2017, une centaine de sélections en festivals et 15 prix gagnés, «WALLAY» remporte le prestigieux Prix du Meilleur Film Européen de la Jeunesse de la European Film Academy EFA. Près de 3.000 jeunes de 12 à 14 ans dans 43 villes sur 36 pays ont voté pour le film de Berni Goldblat «WALLA». TV5MONDE a soutenu la production de ce film burkinabé produit par Bathysphere (France) et Les Films du Djabadjah (Burkina Faso). Chaque année, TV5MONDE pré-achète une douzaine de films, avec une attention particulière apportée aux productions du sud et aux coproductions francophones. «Cette stratégie de la part de la chaîne culturelle francophone mondiale vise à exporter le cinéma africain et à le faire connaître du grand nombre», précise la chaîne dans un communiqué de presse.

L'innovation au cœur des trente ans de partenariat entre la Fédération Française de Tennis et France Télévisions

A l'occasion des trente ans de couverture du tournoi de Roland-Garros, une rétrospective des principales mutations technologiques que l'univers des médias a connues depuis 1988 est installée dans un stand dédié au centre du stade. Il s'agit également de se projeter dans un exercice de prospective sur les ruptures et évolutions technologiques attendues des trente prochaines années. France Télévisions, accompagné de partenaires internationaux, expose ce que sera peut-être la télé de demain, avec notamment la télévision en 8K à découvrir pour la première fois !

AUDIENCES LUNDI 28 MAI 2018 Source Médiamétrie

ACCESS

Nombre de téléspectateurs | En part d'audience

		Nombre de téléspectateurs	En part d'audience
TF1	DEMAIN NOUS APPARTIENT | SERIE	3 140 000	17,00%
2	N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES ! | JEU	1 564 000	10,80%
3	19-20 JOURNAL REGIONAL | JOURNAL REGIONAL	2 224 000	14,00%
CANAL+	L'INFO DU VRAI | MAGAZINE	139 000	0,90%
5	C A VOUS | MAGAZINE	1 116 000	6,40%
M6	CHASSEURS D'APPART | JEU	1 547 000	9,90%
arte	LE LOUP ARCTIQUE | DOCUMENTAIRE	433 000	2,60%
C8	TPMP : LE BEFORE | MAGAZINE	732 000	4,40%
W9	MOUNDIR ET LES APPRENTIS AVENTURIERS | DOCUMENTAIRE	343 000	2,00%
TMC	QUOTIDIEN : 1ERE PARTIE | MAGAZINE	563 000	3,10%
TFX	GREY'S ANATOMY | SERIE	210 000	1,10%
NRJ12	LES ANGES 10 : LET'S CELEBRATE | DOCUMENTAIRE	523 000	3,00%
4	TENNIS INTERNAT.A ROLAND GARROS \ EDITION 2018 | SPORT	848 000	5,30%
C STAR	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES | DOCUMENTAIRE	185 000	1,30%
gulli	FRANKY | SERIE	245 000	1,10%
TF1 Séries Films	URGENCES | SERIE	158 000	0,90%
6ter	ONCE UPON A TIME | SERIE	163 000	0,90%
23	LA CLINIQUE DES ANIMAUX EXOTIQUES | DOCUMENTAIRE	96 000	0,50%
RMC Découverte	CONSTRUCTIONS HORS LIMITES | DOCUMENTAIRE	316 000	1,70%
Chérie 25	TOUS POUR UN | MAGAZINE	111 000	0,60%

PRIME

Nombre de téléspectateurs | En part d'audience

		Nombre de téléspectateurs	En part d'audience
TF1	FOOTBALL MATCH AMICAL \ FRANCE - IRLANDE | SPORT	6 884 000	29,70%
2	LA GARCONNIERE \ EN DIRECT | THEATRE	2 915 000	12,30%
3	SAFE HOUSE : PROTECTION DE TEMOINS | SERIE	1 615 000	6,50%
5	MONSIEUR LEON | TELEFILM	1 192 000	4,90%
M6	LE MEILLEUR PATISSIER \ LES PROFESSIONNELS | JEU	1 942 000	9,30%
arte	LE LIMIER | FILM	923 000	4,00%
C8	HUNGER GAMES LA REVOLTE : PARTIE 1 | FILM	817 000	3,80%
W9	58 MINUTES POUR VIVRE | FILM	1 013 000	4,50%
TMC	CINQUANTE NUANCES DE GREY | FILM	993 000	4,70%
TFX	APPELS D URGENCE | MAGAZINE	497 000	2,00%
NRJ12	CRIMES | MAGAZINE	655 000	2,70%
4	LE MYSTERE DES JUMEAUX | DOCUMENTAIRE	401 000	1,70%
C STAR	BON ANNIVERSAIRE CELINE : LES 50 ANS D'UNE ICONE | DOCUMENTAIRE	295 000	1,30%
gulli	4 PATTES POUR UNE FAMILLE | MAGAZINE	97 000	0,40%
TF1 Séries Films	ON SE QUITTE PLUS | TELEFILM	360 000	1,50%
6ter	KAAMELOTT : L'INTEGRAAL | HUMOUR	351 000	1,50%
23	REVELATIONS | MAGAZINE	168 000	0,70%
RMC Découverte	FLIPPING BANGERS VOITURES A TOUT PRIX | DOCUMENTAIRE	312 000	1,20%
Chérie 25	HOTEL NORMANDY | FILM	292 000	1,20%

NIGHT

Nombre de téléspectateurs | En part d'audience

		Nombre de téléspectateurs	En part d'audience
TF1	NEW YORK UNITE SPECIALE | SERIE	1 181 000	12,10%
2	LA NUIT DES MOLIERES \ 30EME EDITION - 2018 | MAGAZINE	1 062 000	11,20%
3	SAFE HOUSE : PROTECTION DE TEMOINS | SERIE	1 379 000	5,90%
5	C DANS L'AIR | MAGAZINE	287 000	1,80%
M6	LE MEILLEUR PATISSIER : LES SECRETS | MAGAZINE	557 000	7,40%
arte	LE VOLEUR DE BICYCLETTES | FILM	215 000	2,30%
C8	JUDGE DREDD | FILM	249 000	3,90%
W9	PIEGE DE CRISTAL | FILM	433 000	6,30%
TMC	90'ENQUETES | MAGAZINE	292 000	4,10%
TFX	APPELS D URGENCE | MAGAZINE	456 000	2,20%
NRJ12	CRIMES | MAGAZINE	542 000	5,10%
4	ET SI ON FAISAIT UN BEBE... | DOCUMENTAIRE	175 000	1,30%
C STAR	LA STORY DE | DOCUMENTAIRE	153 000	1,50%
gulli	CACHE-TOI SI TU PEUX... SUR GULLI | JEU	56 000	0,40%
TF1 Séries Films	LE MONSIEUR D'EN FACE | TELEFILM	184 000	1,70%
6ter	KAAMELOTT : L'INTEGRAAL | HUMOUR	205 000	2,70%
23	REVELATIONS | MAGAZINE	101 000	0,80%
RMC Découverte	FLIPPING BANGERS : VOITURES A TOUT PRIX | DOCUMENTAIRE	255 000	1,10%
Chérie 25	QUI MANGE QUI ? | TELEFILM	85 000	0,70%

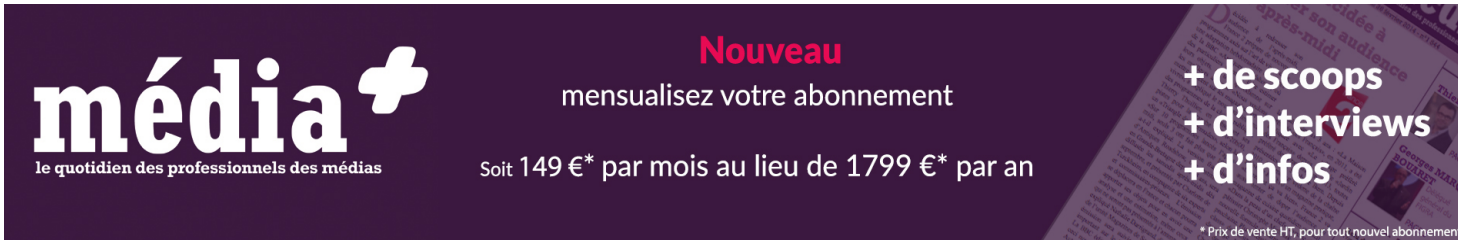
AUTRES TV

En part d'audience

85,50%	14,50%

AGENDA DES MEDIAS

AUJOURD'HUI	08H30	**mediaClub'Elles** Petit-déjeuner personnalité avec Pascale Lucian-Boyer, Vice-présidente du Medef, PDG de NeoXpective Agency	*NC - pdj-pascaleluciani@mediaclubelles.fr.*
	10H15	**RMC Sport** Conférence de presse de lancement	*Paris 8ème - sdelobelle@rmc.fr*
	19H30	**TF1** Avant-première du film "98 - secrets d'une victoire"	*Paris 8ème - adavid@tf1.fr*
JEUDI 31 MAI	09H30	**SPI** Le métier de producteur à l'ère de la création numérique"	*NC - as.zaidi@uspa.fr*
	10H00	**Sunny Side of the Doc** Conférence de presse 29ème édition	*Paris 8ème - smalagnac@prop-ose.fr*
	19H30	**RFI** Lancement de la websérie "L'Europe et moi" - Saison 2	*Paris 11ème - NC*
LUNDI 1er JUIN	11H00	**Série Series** 7ème édition	*Paris 7ème - presse@serieseries.fr*
MARDI 5 JUIN	09H00	**France Musique** Présentation été 2018	*Paris 16ème - Solange.DESORMIERE@radiofrance.com*
	09H30	**ARCEP** Présentation du 2ème rapport sur l'état de l'internet en France	*Paris 15ème - Jean-Francois.HERNANDEZ@arcep.fr*
	10H00	**M6** Conférence de presse "Pékin Express"	*Paris 11ème - kloryne.ho@m6.fr*
	13H30	**Observatoire européen de l'audiovisuel** Plateformes de partage de vidéos : partage de revenus, partage des responsabilités ?	*Paris 7ème - Alison.HINDHAUGH@coe.int*
MERCREDI 6 JUIN	09H30	**Arte** La politique documentaire	*Issy-les-Moulineaux - r-matta@artefrance.fr*
	12H00	**RMC Découverte** Conférence de presse de rentrée 2018-2019	*Paris 16ème - zero.virgule@zerovirgule.fr*



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 Kévin Lhéritier - 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