

Canal+/ dernière du «Petit Journal» de Yann Barthès : fin d'une tradition d'impertinence

«Le Petit Journal» de Yann Barthès, émission devenue culte pour toute une génération, sera diffusé pour la dernière fois jeudi soir, la fin d'une certaine tradition d'impertinence de Canal+, repris en main par Vincent Bolloré l'été dernier.



Faute d'assurance sur l'avenir de l'émission qu'il a créée en 2004, Yann Barthès a décidé de quitter la chaîne cryptée pour le groupe TF1, qui lui offrira une quotidienne sur TMC à la rentrée. «Le Petit Journal» a été créé par Yann Barthès sous la forme d'une chronique avec une voix off dans «Le Grand Journal» alors présenté par Michel Denisot.

Le premier numéro du «Petit Journal» a été diffusé dans le premier numéro du «Grand Journal», le 30 août 2004. Ce n'est que trois ans plus tard que Yann Barthès apparaît à l'écran et présente «Le Petit Journal» en plateau avec une veste et une cravate qui resteront sa signature vestimentaire. En 2011, «Le Petit Journal» devient une émission à part entière, produite par la société créée par Laurent Bon et Yann Barthès, Bangumi. Elle mixe des reportages sérieux, du décryptage politique et des sketches humoristiques. Une équipe de 40 personnes (décodeurs, programmeurs, humoristes,

researchers, documentalistes, production, reporters) travaille chaque jour pour l'émission, qui a lancé des humoristes comme Eric et Quentin et le duo Catherine et Liliane. «Le Petit Journal» s'est notamment fait une spécialité de décrypter les discours politiques, mettant au grand jour les éléments de langage et techniques de communication. Largement copiée, l'émission s'est attirée de nombreux ennemis, en particulier le Front de Gauche et le Front national. Ces dernières années, «Le Petit Journal» a dépassé «Le Grand Journal» pour devenir l'émission en clair la plus regardée de Canal+, sa vitrine très relayée sur les réseaux sociaux. Son audience de 1,8 million de téléspectateurs par jour en 2013-2014, puis 1,6 million en 2014-2015, a cependant chuté autour de 1,2-1,3 million cette année, en raison notamment d'un horaire avancé d'une demi-heure, désormais en même temps que les JT.

INTERVIEWS

Diego BUÑUEL



Directeur des Documentaires de Canal+

SOMMAIRE

Télécommunications.....	3
Altice va produire des séries françaises et lancer une version américaine d'i24 news	
Télécommunications.....	4
L'opérateur télécoms SFR «est en sureffectif» (Patrick Drahi)	
Télécommunications.....	5
Xavier Niel et Luc Besson investissent dans la vidéo pour mobile	
Portrait.....	6
Patrick Drahi : le magnat des médias se présente comme l'anti-Messier	
Télévision.....	7
Les médias français se disputent une poignée de têtes d'affiches	
Radio.....	8
L'Orient en vedette au Festival Radio France Montpellier	
Réactions.....	9
Canal+ : Vincent Bolloré nie toute censure ou projet de publi-reportages	
Justice.....	10
Eric Zemmour : la relaxe du polémiste confirmée en appel	
Aujourd'hui dans le monde.....	11
Séoul veut que ses piétons regardent autre chose que leurs smartphones	
Audiences.....	12
Agenda.....	13

L'ACTU EN QUESTIONS



Diego BUÑUEL Directeur des Documentaires de Canal+

Dans le cadre du «Sunny Side of The Doc», le marché documentaire qui se tient actuellement à La Rochelle, média+ s'est entretenu avec Diego BUÑUEL, Directeur des Documentaires de Canal+. Il nous explique la nouvelle vision mise en place autour du genre documentaire sur la chaîne cryptée.

media+

Comment déterminez-vous la politique documentaire de Canal+ ?

Diego BUÑUEL

Depuis un an, nous avons une vision stratégique pour investir davantage sur les documentaires de prestige en Prime Time pour nos abonnés. Sur la saison à venir, nous proposerons une dizaine de films de 90'. En parallèle, nous abandonnons dès janvier 2017 les documentaires de 52' en seconde partie de soirée. Ces films, aux budgets de 120.000 € environ, ne faisaient pas suffisamment d'audience. Nous allons donc réinjecter cet argent dans les premières parties de soirée. Tous les documentaires lancés en production à partir de 2017 seront tournés en 4K.

media+

Votre optique est-elle de commander des films «exportables» ?

Diego BUÑUEL

Nous avons surtout l'ambition de créer des documentaires qui auront une visibilité à l'international. Ce fut le cas l'année dernière pour «Daft Punk Unchained» vendu dans plusieurs pays. Le film «Relève» consacré au travail de Benjamin Millepied a été sélectionné au festival de Tribeca à New-York et à Sheffield. Sans oublier «Dans l'ombre de Teddy Riner», présenté récemment au Festival de Cannes.

media+

Quels sont les points forts à venir en matière de documentaires ?

Diego BUÑUEL

À venir, «Exode» (BBC-Keo Fils), un film tourné sur 12 mois, qui a pour but de marquer les esprits sur le destin bouleversant de migrants partis à l'assaut de l'Europe. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, ce film n'est pas anxiogène. Nous avons utilisé de plusieurs moyens de captation. Plus d'une centaine de téléphones portables équipés d'une application vidéo ont été distribués à des migrants. Une équipe de tournage a été dépêchée sur place. Et des interviews ont été réalisées en studio. La dimension humaine est très puissante sur ce film qui fera date. Autre documentaire à venir, «L'industrie du X» (Magneto Presse) écrit et réalisé par Ovidie qui explique pourquoi le milieu du X n'a jamais été aussi mal en point économiquement. Nous ferons une immersion avec «Game Fever» (ZED Productions) dans le monde de l'e-sport et du jeu vidéo. Enfin, retenez «Le Studio de la Terreur» (CapaTV) qui lève le voile sur la propagande audiovisuelle façonnée par les djihadistes, ou encore «Instincts Primaires» (BrotherFilms) axé sur la primaire de droite, raconté comme un polar, en noir et blanc.

media+

Quelles tendances aborderez-vous en 2017 ?

Diego BUÑUEL

Je ne recherche pas les tendances. Si une histoire est bonne, les gens seront présents. Je fonctionne au coup de cœur. Nous aborderons en 2017 des sujets liés au bitcoin, aux arnaqueurs mais aussi à la cuisine et au sport. Aucune étude n'a été faite depuis que j'ai repris les documentaires sur Canal+. Mais je sais que le documentaire fait partie des attentes de nos abonnés.

media+

Quelle est votre logique en matière d'acquisition de documentaires ?

Diego BUÑUEL

À l'époque, nous achetions de grands films que l'on diffusait à 22h30 parce que nous ne les avions pas produits. Aujourd'hui, il me semble important de les diffuser en Prime car nous disposons tout de même des meilleurs films du marché. Nous poursuivons dans cette voie puisque le public est au rendez-vous. Parmi nos dernières acquisitions, «Meru, l'ascension impossible» qui raconte l'aventure des trois meilleurs alpinistes au monde qui s'attaquent à la seule montagne jamais explorée.

Audiences

TF1 : 5,6 millions de footeux devant le match «Croatie-Espagne» mardi en Prime

Mardi 21 juin en Prime Time, TF1 diffusait le match de l'Euro 2016 «Croatie-Espagne». La rencontre a réuni 5.614.000 footeux, soit 25,5% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. De bons scores qui permettent à la chaîne de se placer leader du Prime Time. Pour information, la rencontre «Portugal/Autriche» diffusée samedi (dernier match diffusé sur TF1), avait réuni 5,6 millions de téléspectateurs soit 28% de part d'audience et 41% de part d'audience sur les Hommes de moins de 50 ans.

France 2 : 2,5 millions de fêtards devant «La Fête de la musique: Tous à Toulouse»

France 2 diffusait mardi en Prime «La Fête de la musique: Tous à Toulouse». Le divertissement en direct a attiré 2.571.000 téléspectateurs, soit 16,2% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. L'année dernière, le programme animé par Patrick Sébastien et Virginie Guillaume avait rassemblé 2.550.000 téléspectateurs, soit 17% de part d'audience.

France 3 : «Brokenwood» stable d'une semaine à l'autre

France 3 diffusait mercredi en Prime Time la série «Brokenwood». L'épisode intitulé «Mourir ou ne pas mourir» a réuni 2.444.000 fidèles, soit 10,8% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Pour rappel, la semaine dernière, la série avait réuni 2.667.000 fidèles, soit 10,60% de part d'audience.

Télécommunications

Altice va produire des séries françaises et lancer une version américaine d'i24 news

Altice, holding de Patrick Drahi, va produire des séries françaises et lancer une version américaine de sa chaîne d'informations en continu israélienne i24 news, a indiqué mardi soir le magnat des médias et télécoms.

«On va produire des séries originales pour la France à partir de l'année prochaine», a déclaré à des journalistes à New York M. Drahi, venu boucler l'acquisition pour 17,7 milliards de dollars du câblo-opérateur américain Cablevision Systems.

Ces projets seront calqués sur ce que fait déjà Altice en Israël où il produit de 5 à 10 séries par an qu'il vend également à des distributeurs internationaux. M. Drahi n'a pas donné de détails ni sur les lieux de production ni sur l'enveloppe consacrée à ces projets, qui vont démarrer en 2017.

Le géant des médias et des télécoms entend également proposer un bouquet francophone, comprenant la chaîne d'informations en continu BFM TV, aux abonnés de Cablevision, présent notamment à New York, où résident de nombreux francophones. «On va diffuser toutes les chaînes pour lesquelles on a les droits et certains documentaires qu'on produit nous-mêmes», a développé Patrick Drahi, qui va en outre implanter la chaîne i24 news aux Etats-Unis dans les douze prochains mois. «La version française (d'i24 news) aujourd'hui se focalise sur le Moyen-Orient et la France. La version anglaise sur le Moyen-Orient. Par contre la version américaine va être Moyen-Orient



et Etats-Unis», a expliqué l'homme d'affaires, ajoutant que cette chaîne a pour vocation d'être distribuée par les différents câblo-opérateurs locaux.

L'objectif d'i24 news est de reprendre la place laissée vacante par Al-Jazeera America, qui a cessé d'émettre en janvier trois ans après son lancement faute d'avoir trouvé son public malgré d'importants investissements initiaux.

«Je veux qu'on montre les deux côtés: aussi bien le mec qui est à Gaza que le mec qui est à Tel-Aviv. Je veux qu'on entende en France l'opinion des Américains. Je veux qu'on entende à New York l'opinion des Français et tout ça va permettre aux gens de discuter, d'avoir une autre vision que celle diffusée par d'autres personnes (Al-Jazeera) et qui d'ailleurs n'ont pas réussi puisqu'ils ont claqué des milliards», a développé l'homme d'affaires franco-israélien.

La chaîne d'informations i24 news, qui affirme employer 250 journalistes d'une trentaine de nationalités, a été lancée en fanfare en 2013 avec l'ambition de devenir une alternative à Al-Jazeera dans la couverture de l'actualité au Moyen-Orient. Ses détracteurs l'accusent d'être la voix d'Israël, ce qu'elle conteste. Elle prévoit de recruter des journalistes français et américains à New York.

Audiences

W9 : le film «Coyote girls» leader du Prime TNT mardi

Mardi 21 juin en Prime Time, la chaîne W9 diffusait le film «Coyote girls». Ce dernier a réuni 866.000 cinéphiles (pic à 1,1 million), soit 3,9% de part d'audience, 7,6% de part d'audience auprès des femmes Responsable des Achats de moins de 50 ans (meilleure performance de W9 dans la case depuis décembre 2014) et 6,6% de part d'audience auprès des moins de 50 ans, selon les chiffres de Médiamétrie. Suivent TMC et la série «Les experts Miami» avec 752.000 fidèles, soit 3,3% de part d'audience. Enfin, troisième place pour NT1 et le film «Bébé mode d'emploi» avec 675.000 téléspectateurs, soit 3,1% de part d'audience.

TF1 : près de 2,6 millions de footeux devant le magazine «UEFA Euro 2016, le mag» mardi en Night

Mardi, à 22h50, la chaîne TF1 diffusait le magazine «UEFA Euro 2016, le mag». Le programme présenté par Denis Brogniart a réuni 2.589.000 téléspectateurs, soit 18% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie.

TF1 : l'émission d'Arthur «Cinq à sept» a toujours beaucoup de mal à s'installer

Mardi 21 juin, de 17h00 à 19h00, TF1 diffusait un nouveau numéro de l'émission d'Arthur «Cinq à sept». Le programme a réuni en moyenne 920.000 téléspectateurs, soit 9,2% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Un score très moyen pour la case.

Télécommunications

L'opérateur télécoms SFR «est en sureffectif» (Patrick Drahi)

L'opérateur télécoms SFR, qui avait promis zéro licenciement dans les 3 ans suivant son rachat par Numericable, est en sureffectif, a indiqué lundi soir à New York son propriétaire Patrick Drahi. «On a donné une garantie sur l'emploi de trois ans donc il reste encore un an.

Aujourd'hui on est dans une situation où les gens savent que la garantie s'arrête dans un an. C'est un peu comme chez Darty quand vous avez une garantie de 3 ans. Au bout de trois ans la machine à laver tombe en panne on fait comment ? On paie. Ils savent qu'on est en sureffectifs», a déclaré à des journalistes à New York, le magnat français des télécoms et des médias.

Cette «garantie sur l'emploi a rendu les choses compliquées et créé des tensions», a ajouté M. Drahi qui la juge «inopportune». «On est quand même dans une situation en France où tous nos concurrents ont licencié à tour de bras et nous on a pris une garantie sur trois ans à un moment où on vend à 1 euro par mois des abonnements.

Ça n'a ni queue ni tête. Forcément ça crée des tensions parce qu'en fait les gens seraient plutôt d'accord (pour) organiser quelque chose maintenant plutôt que d'attendre encore un an sans savoir comment les choses vont s'organiser».

Venu boucler la finalisation du rachat à 17,7 milliards de dollars du câblo-opérateur américain Cablevision systems qui propulse Altice au

quatrième rang du secteur aux Etats-Unis, Patrick Drahi, qui traîne une réputation de «cost killer», n'a pas dit si SFR supprimerait des emplois à l'expiration dans un an des engagements pris auprès des autorités françaises. Les nombreuses mesures d'économies engagées par M. Drahi depuis sa prise de contrôle de SFR en 2014 pour 13 milliards d'euros ont été dénoncées par les syndicats qui affirment qu'elles ont entraîné une dégradation de l'ambiance aussi bien au sein de l'entreprise que chez les fournisseurs.

Interrogé sur ces critiques, ses méthodes jugées musclées et son «management hélicoptère», l'homme d'affaires a estimé que ses relations avec les syndicats à travers le monde et en France étaient «au beau fixe».

«Les gens ont horreur des chefs d'entreprise qui font de la politique, qui ne disent pas ce qu'ils vont faire, qui font semblant. Quand on parle à quelqu'un, si on lui dit les choses dès le début ça se passe très bien», a-t-il affirmé.

Aux Etats-Unis, une de ses sorties en septembre 2015 contre les gros salaires des cadres dirigeants était en revanche très mal passée. «Je ne suis pas d'accord pour que des gens gagnent des salaires de fous, ça ne sert à rien. Je préfère qu'ils aient des salaires raisonnables et qu'ils soient plus intéressés aux résultats à long terme de l'entreprise», a réitéré mardi le milliardaire franco-israélien.

Il explique être parvenu à convaincre les managers de ses deux prises américaines - Cablevision et Suddenlink - de réduire leurs salaires tout en augmentant en parallèle leur intérêt sur le long terme.

En Bref...

YouTube dévoile son «360° Ads Leaderboard» 2016

A l'occasion des Cannes Lions, YouTube dévoile son classement des publicités 360° les plus populaires sur YouTube : le «360° Ads Leaderboard» 2016. On retrouve en tête de ce classement, la marque BMW et sa vidéo «Eyes on Gigi Hadid», qui nous propose un jeu ludique au cœur d'une course de voiture en réalité virtuelle. La marque Mc Donald's arrive en 2ème position, avec sa vidéo «Angry Birds». Oreo vient compléter ce classement spécial Cannes Lions 2016 avec une vidéo surprenante qui nous fait découvrir un monde imaginaire merveilleux, qui a inspiré le remplissage de leurs biscuits. Au total, ces 10 vidéos représentent plus de 20 millions de vues. A noter qu'en France, Infiniti Europe, Séries CANAL + ou encore Swatch arrivent en tête dans le top 5 des marques ayant proposé en France des expériences en réalité virtuelle

France 3 : «Le bonheur est dans le béton» primé par Les étoiles de la Scam

Le 11^{ème} jury des Étoiles de la Scam présidé par Christian Rouaud et composé d'Amalia Escriva, Anne Gintzburger, Pauline Horovitz et Thierry de Lestrade ont récompensé le documentaire «Le Bonheur est dans le béton», un film de Lorenz Findeisen coproduit par France 3 Paris Ile-de-France et Les Films du tambour de soie. Ce documentaire retrace la vie d'une cité pilote, La Cité des Courtilières à Pantin. Cette cité était censée réaliser le rêve d'une vie nouvelle dans une France qui manquait, à la Libération cruellement de logements. Ce documentaire sera rediffusé à la rentrée dans la case «La France en Docs» dans le cadre «Octobre des Cités», saison II.

Télécommunications

Xavier Niel et Luc Besson investissent dans la vidéo pour mobile

Xavier Niel a investi 5 millions d'euros dans une nouvelle plateforme de vidéos pour mobiles, Blackpills, pour laquelle Luc Besson va réaliser une première série, selon BFM Business et le site américain «Variety». Selon des documents, la société Blackpills, créée en février, est détenue par le co-fondateur de Deezer Daniel Marhely, via sa holding Monster Capital, et par le co-fondateur d'Allocine et ancien directeur de Canalplay Patrick Holzman, via sa holding Nayo. Cette société a notamment pour objet, «tant en France qu'à l'étranger», «la production d'oeuvres et/ou contenus audiovisuels (...) destinés à tous supports de communication et diffusion audiovisuelle (télévision, cinéma, vidéo) et électronique (internet, réseaux

numériques, téléphonie mobile)» ainsi que l'exploitation de ces programmes. Blackpills viendra concurrencer le nouveau projet de Vivendi, Studio+, qui mise également sur les séries haut de gamme pour mobiles, en partenariat avec des opérateurs télécoms, tout comme Blackpills pourrait s'appuyer sur Free. Patrick Holzman, qui a dirigé Canalplay pendant 3 ans avant de devenir vice-président exécutif de Canal+ International, qu'il a quitté en début d'année, avait d'ailleurs piloté pour le groupe le lancement de séries courtes pour mobile. Patrick Holzman a par ailleurs été directeur de l'audiovisuel chez Free pendant 7 ans. Une 1^{ère} série composée de dix épisodes de 10' a été commandée au réalisateur Luc Besson, rapporte le site américain Variety. Le casting, composé d'acteurs américains et européens, est en cours, précise le site. Le tournage de cette nouvelle série en anglais spécialement conçue pour mobiles, inspirée des films «Nikita» et «Kick-Ass», démarrera cet été à Paris et en région parisienne, selon «Variety».

Evénements

Fête de la Musique : la place du Capitole à Toulouse noire de monde mardi soir

La place du Capitole à Toulouse était noire de monde mardi soir pour sans doute le plus grand concert de la Fête de la Musique de France, pour lequel 16.000 personnes avaient préalablement réservé sur internet pour raisons de sécurité. Sur la méga-scène érigée sur la place centrale de Toulouse, avec la majestueuse façade rose du Capitole comme décor, 36 chanteurs et 14 musiciens se sont succédés dans une ambiance festive pour une soirée gratuite retransmise dans 200 pays sur France 2 et TV5 Monde. Le concert, animé par le chanteur québécois Garou et l'animatrice Amanda Scott, a fait le plein de célébrités, de Jain à Christophe

Maé, en passant par Gérald de Palmas, Pascal Obispo ou encore Patricia Kaas, qui n'avait plus sorti d'album depuis 13 ans. A Toulouse, au lendemain du match de l'Euro Russie-pays de Galles, où les forces de l'ordre étaient déjà sur le qui-vive pour cause d'état d'urgence, seuls les spectateurs munis d'un bracelet vert «indétachable» retiré dimanche dernier après l'avoir réservé en ligne ont pu pénétrer sur la grande place. La soirée a commencé par l'interprétation par Garou du célèbre titre «Everybody needs somebody». Les Toulousains ont pu ensuite découvrir, mais sur vidéo en différé, Renaud qui a chanté «J'ai embrassé un flic» de son nouvel album. Garou, Patrick Fiori et Florent Pagny ont enfin interprété le «Toulouse» de Claude Nougaro. Le producteur de la soirée pour France Télévision Philippe Vilamitjana avait souligné le choix de la place du Capitole car «telle une araignée» elle rayonne sur la Ville rose.

En bref...

France 2/ Kelija : l'unitaire «On l'appelait Ruby» en tournage au Pays Basque

France 2 annonce le tournage du 16 juin au 13 juillet 2016 au Pays Basque de la fiction policière «On l'appelait Ruby» (90'/ Kelija) réalisée par Laurent Tuel. Au casting, Mélanie Doutey, Karole Rocher, Olivier Loustau, Lubna Azabal, Grégory Gadebois, Michel Vuillermoz, ...

James Cameron de retour sur National Geographic Channel avec «Search for Atlantis»

James Cameron s'associe à National Geographic Channel pour réaliser «Search for Atlantis», une nouvelle expédition cinématographique à la recherche de l'Atlantide. National Geographic Channel et la société de production Associated Producers viennent en effet d'annoncer que les prises de vue principales du documentaire ont déjà débuté. Les équipes ont commencé à filmer en Sicile, à Malte, en Crète, à Santorin (Grèce) et en Sardaigne, ainsi qu'en Espagne pour les prises de vue sous-marines. Produit par James Cameron et par la société Associate Producers, basée à Toronto, le film bénéficie également de l'expertise et des fonds de Simcha Jacobovici, un producteur récompensé à trois reprises aux Emmy Awards. Le documentaire sera diffusé début 2017 sur National Geographic Channel. «Search for Atlantis» est produite par Associated Producers, en association avec National Geographic Channel. Ses producteurs exécutifs sont James Cameron et Yaron Niski. Ses producteurs sont Simcha Jacobovici et Felix Golubev. Pour National Geographic, le Producteur exécutif est Matt Renner, et Tim Pastore est le Président de la programmation originale et de la production.

Portrait

Patrick Drahi : le magnat des médias se présente comme l'anti-Messier

Il bâtit un empire mondial des médias et des télécoms à coup d'acquisitions financées par l'emprunt, qui rappelle l'ascension fulgurante de Jean-Marie Messier, l'ex-patron déchu de Vivendi Universal, symbole du capitalisme décomplexé. Mais Patrick Drahi, 52 ans, se présente comme l'anti-Messier. Interrogé sur la comparaison souvent établie par certains observateurs entre ses ambitions et les projets visionnaires de M. Messier qui furent financés de manière hasardeuse, le milliardaire franco-israélien, propriétaire de SFR et des journaux «Libération» et «L'Express», ne mâche pas ses mots. «La différence entre Jean-Marie Messier et moi c'est que moi je n'ai jamais été un grand serviteur de l'Etat. Je n'ai pas été parachuté à la tête d'une grande compagnie publique et je tiens 65% de mon capital là où il détenait 0,0001% de son capital», déclare-t-il. Patrick Drahi veut se démarquer de la surexposition médiatique de celui qui fut surnommé «J6M» (Jean-Marie Messier moi-même maître du monde) et dont la chute brutale fut applaudie par les milieux d'affaires français. «Quand j'arrive à New York (l'important pour moi) ce n'est pas d'avoir un appartement aux frais de la société, c'est de savoir si j'achète un bien pour mes enfants à long terme. On n'a pas la même démarche patrimoniale», développe-t-il. S'il a comme Jean-Marie Messier le même amour de l'Amérique où il a réussi à lever les 1^{ers} fonds - 50 millions de dollars - pour lancer son entreprise, Patrick Drahi affirme que son aîné reconverti depuis banquier d'affaires «n'est pas forcément mon modèle». «Moi quand j'arrive aux Etats-Unis, l'argent c'est le mien que je mets, ce n'est pas celui des autres. Donc ce n'est pas la même prise de risque. Quand je décide de ne pas acheter Time Warner je le fais en pensant à mes enfants, je me dis «on n'est pas prêts» (...). Il y en a d'autres qui ont

racheté en disant c'est super, c'est beau, c'est grand. Donc on n'a pas du tout la même approche». Patrick Drahi affirme ne pas être inquiet du niveau de la dette de son groupe estimée à 50 milliards d'euros, en raison, dit-il, des taux quasiment nuls pratiqués actuellement et de la croissance prévue de l'activité notamment aux Etats-Unis où Altice vient de boucler l'acquisition pour 17,7 milliards de dollars du câblo-opérateur Cablevision qui le propulse au 4^{ème} rang du secteur. «A l'époque des taux d'intérêt à 4-5% dans les années 2000, on empruntait à 8-9%. Aujourd'hui les taux sont tellement bas que vous pouvez emprunter à beaucoup plus long terme. Quand on achète par exemple SFR on emprunte à 7 ans. Un an plus tard on a repoussé l'échéance à 10 ans en baissant le coût de la dette. Donc aujourd'hui on n'a aucune contrainte de financement sur les 7 prochaines années», avance-t-il.

Quid des conséquences d'une remontée inéluctable des taux d'intérêt qui pourrait gonfler sa dette ? «Est-ce que dans 7 ans le rééchelonnement de cette dette va être plus onéreux? C'est probable mais ce n'est pas gênant parce qu'on aura beaucoup amélioré nos résultats», répond-il. S'il a disparu depuis lundi des organigrammes exécutifs de son groupe, l'homme d'affaires n'entend pas pour autant rester en retrait et vise une part importante du marché des télécoms (mobile et câble) américain estimé à 500 milliards de dollars. «Ici, il y a beaucoup de possibilités. En France, il n'y a pas de possibilité. Ici il y a de quoi faire. Il y a plus d'avenir. La consolidation en Europe va attendre un peu», dit M. Drahi, qui ne prévoit pas de nouvelles acquisitions avant 2017. La croissance américaine passera en effet par de nouvelles acquisitions aussi bien dans le mobile que le câble - T-Mobile et Cox pour les analystes - des économies et la hausse des revenus suite à des centaines de millions d'investissements prévus dans la modernisation du réseau. En 2017, Altice entend lancer une Box unique aux Etats-Unis, 1^{ère} étape de la convergence entre tuyaux et contenus.

En Bref...

Euronews partenaire de l'exposition ACT Responsable

Euronews accompagne l'association ACT Responsable dans le cadre de la 15^{ème} édition de son exposition qui se déroule actuellement à Cannes, lors du Festival international de la créativité (Cannes Lion 2016). ACT Responsable est une association dont l'objectif est de sensibiliser et d'éduquer aux grandes causes par le biais de la promotion et de l'exposition maximale des meilleures campagnes de communication.

TRACE acquiert la plateforme VOD africaine Buni.tv

Le groupe TRACE a annoncé l'acquisition du service de vidéo à la demande panafricain Buni.tv, en prévision du lancement de sa plateforme SVOD TRACE Play cette année. Filiale du studio panafricain Restless Global, Buni.tv qui a été lancée en 2012, est l'une des 1^{ères} plateformes VOD du marché africain. C'est aujourd'hui l'un des trois leaders de la VOD sur le continent aux côtés d'iROKOTv et ShowMax (groupe Naspers). Suite à cet accord, TRACE obtient les droits TV et VOD des séries comiques «Ogas At The Top» (Nigeria) et «The XYZ Show» (Kenya) produites par Buni Media, la société sœur de Buni.tv. Dans un 1^{er} temps, Buni.tv passe sous la bannière TRACE Play bien qu'à terme il soit prévu que les 2 sociétés fusionnent. Les abonnés de Buni.tv auront accès au catalogue complet de TRACE Play qui proposera au lancement des milliers d'heures de contenu africain et international. Le rachat de Buni.tv prévoit également que sa PDG Marie Lora-Mungai rejoigne le groupe TRACE en tant que consultante. Elle accompagnera l'entreprise dans sa stratégie de développement des contenus en Afrique.

Télévision

Les médias français se disputent une poignée de têtes d'affiches

Comme Jean-Marc Morandini qui, outre le matin sur Europe 1 sera à la rentrée de 18h à 19h sur iTELE, les médias français se disputent une poignée de têtes d'affiches, comme Hanouna, Nagui, Calvi ou Ruquier, capables d'enchaîner quotidiennement radios et télévisions.

Cyril Hanouna, recordman horaire :
Cyril Hanouna a non seulement animé cette année tous les jours de la semaine sur D8 «Touche pas à Mon poste», émission d'environ 2h15 produite par sa société H2O Productions, de 18h45 à 21h00, mais présenté aussi sur Europe 1 tous les jours de 16h à 18h30 «Les Pieds dans le plat», émission enregistrée le matin en public, dont il vient de diffuser la dernière. Il a donc réalisé cette année près de 5 heures d'antenne chaque jour de la semaine, qu'il cumulait avec son rôle de producteur.

Nagui, showman :
Nagui, 2e animateur préféré des Français selon TV Magazine, anime le matin sur France Inter en direct «La Bande Originale» de 11h à 12h30, et sur France 2 tous les midis le jeu «Tout le monde veut prendre sa place», diffusé de 12h à 13h00 et enregistré l'après-midi par salve. Et chaque soir de la semaine, de 18h45 à 20h00, il présente, toujours sur France 2, le jeu «N'oubliez pas les paroles», produit par sa société Air Productions et enregistrée aussi l'après-midi. Soit près de 4 heures d'antenne par jour. Toujours pour France 2, il produit et anime en outre une fois par mois l'émission musicale «Taratata». En juin Nagui avait déclaré que son salaire sur France Inter était «du bénévolat».

Yves Calvi, tout info :
Le journaliste Yves Calvi anime en direct la matinale de RTL, de 7h à 9h30 et le soir, de 17h50 à 19h00, animait jusqu'à

cette année «C dans l'air» sur France 5. Ce multicartes de l'info abandonnera France 5 à la rentrée prochaine mais pour aller animer la tranche du soir de LCI, de 18h00 à 20h00.

Ruquier, infatigable :
Désormais aux commandes des «Grosses Têtes» tous les soirs sur RTL de 16h00 à 18h00, Laurent Ruquier anime aussi sur France 2 chaque samedi soir «On n'est pas couché», en 2^{ème} partie de soirée, émission qu'il coproduit avec Catherine Barma.

Michel Cymès, médecin des médias :
Le médecin-animateur Michel Cymes, désormais animateur préféré des Français, ne se contente pas de son émission quotidienne sur France 5, le «Magazine de la Santé», vers 13h40, ni des émissions événementielles sur France 2 comme «Les Pouvoirs extraordinaires du corps humain», coprésentée avec Adriana Karembeu. A la rentrée, il retournera à la radio présenter aussi une chronique «santé» dans la matinale d'Yves Calvi sur RTL.

Stéphane Bern, valeur sûre :
Stéphane Bern, 5e animateur préféré des Français, pilote du lundi au vendredi sur RTL la tranche de 11h à 12h30 en direct et en public, puis s'installe sur France 2 tous les après-midis pour le talk-show «Comment ça va bien» de 16h25 à 17h20, soit 2h30 d'antenne chaque jour de la semaine. Mais il anime aussi environ une fois par mois «Secrets d'histoire» sur France 2. «Comment ça va bien» devrait être remplacée par une autre quotidienne sur France 2 à la rentrée qu'il continuera à animer.

D'autres touche-à-tout cumulent également les médias, comme Patrick Cohen, présentateur de la matinale de France Inter et chroniqueur le soir dans «C à Vous», du lundi au vendredi à 19h, ou encore Léa Salamé qui outre l'interview du matin sur France Inter présentera à la rentrée sa propre émission sur France 2, «Stupéfiant!», un magazine culturel, ainsi qu'une émission politique coprésentée avec David Pujadas.

En Bref...

ARTE lance le «Summer of Scandals» du 16 juillet au 21 août

ARTE lance le «Summer of Scandals» présenté par Iggy Pop, tous les week-ends du 16 juillet au 21 août. Pour la 10^{ème} édition de son «Summer of», ARTE propose une plongée au coeur des scandales artistiques dans les domaines du cinéma, de la musique et de la pop culture. Au programme, des films qui ont osé l'audace : «Eyes wide shut» et «Lolita» de Stanley Kubrick, «Borat» de Sacha Baron Cohen ou encore «La grande bouffe» de Marco Ferreri. Des documentaires qui revisitent les grands scandales de la pop : de la Cicciolina à Miley Cyrus, de Lady Gaga à Milli Vanilli, en passant par les outrances de la mode racontées par Loïc Prigent. Et aussi des portraits de Mick Jagger, Marlon Brando ou Dennis Hopper, et des concerts.

YouTube : 12 chaînes gérées par francetv distribution dépassent les 100.000 abonnés

Vendredi dernier, les équipes de YouTube et de francetv distribution ont remis 12 trophées aux comptes officiels ayant dépassé les 100.000 abonnés. Les marques ayant reçu le silver Button sont : «Les Lapins Crétins» (production Ubisoft), «Petit Ours Brun» (production Bayard), «T'choupi» (production Les Armateurs), «On n'est pas couché» (production Tout Sur L'Ecran), «Cam Clash» (production 2P2L), «C'est pas sorcier» (production Riff International Production), «Data Gueule» (coproduction PremièreLigne/Story Circus), «On n'demande qu'à en rire» (production Tout sur l'écran), «On n'est pas que des cobayes» (production 2P2L), «On n'est plus des pigeons» (production Téléparis), «Samantha Oups» (production Big Nose), «Visiteur du futur» (production Ankama).

Radio

L'Orient en vedette au Festival Radio France Montpellier

L'Orient de Shéhérazade et de Marco Polo est en vedette au Festival Radio France Montpellier, qui déroule un copieux programme de plus de 50 concerts dans la nouvelle région Languedoc Roussillon Midi Pyrénées du 11 au 26 juillet. «Nous avons programmé bien avant le 13 novembre une chinoiserie d'Offenbach, «Ba-Ta-Clan», qui a inspiré le nom et le décor de la salle de spectacle cible des attentats», a expliqué lors de la présentation à Paris le directeur du festival Jean-Jacques Rousseau. «La tragique actualité a donné un sens nouveau à la programmation» (12 juillet 18h00 Salle Pasteur).

Une soirée autour des «Mille et une nuits» ouvre le festival à 21h00 le 11 juillet autour des «Shéhérazade» de Ravel et Rimski-Korsakov, avec Lambert Wilson en récitant et la mezzo Karine Deshayes.

Le festival donnera aussi «Marco Polo et la Princesse de Chine» (opéra pour enfant d'Isabelle Aboulker), «Pagodes» de Debussy, «Zoroastre» de Rameau ou encore le concerto «L'Égyptien» de Saint-Saëns (avec Bertrand Chamayou).

Le 26, il terminera au Japon avec «Iris» de Mascagni (1898), opéra antérieur de quelques années à «Madame Butterfly», qui l'a largement éclipsé. C'est la nouvelle star Sonya Yoncheva qui chantera à l'Opéra Berlioz en clôture, sous la baguette du jeune chef vénézuélien Domingo Hindoyan, qui n'est autre que son mari à la ville et qui avait ouvert l'édition 2015 du festival.

Le pianiste et compositeur turc Fazil Say, habitué du festival depuis 1995, a concocté un programme «alla turca», donné lors d'une journée autour des «Routes du thé» le 18 juillet.

Le 19 juillet, ce sera la journée «Aimez-vous Brahms», avec des concerts autour de Brahms et de ses contemporains, composée avec le pianiste Michel Dalberto.

Le Choeur de Radio France donnera en plein air au Domaine d'O «Carmina Burana» le 24 juillet. Toutes les formations de Radio France sont à la fête, le Choeur, la Maîtrise, le Philharmonique de Radio France et le National.

Mais le festival accueille aussi l'Orchestre national Montpellier Languedoc Roussillon, l'Orchestre national du Capitole (dirigé par Tugan Sokhiev avec le pianiste Lucas Debargue pour «La Symphonie fantastique» de Berlioz), le USA National Youth Orchestra avec le chef russe Valery Gergiev et l'Ensemble Pygmalion.

Le festival Radio France Montpellier, fondé en 1985 autour de la musique classique s'ouvre également au jazz et aux musiques électroniques (11,12 et 13 juillet, «Tohu-Bohu»).

90% des concerts sont gratuits: le festival a accueilli l'an dernier 127.000 spectateurs, dont 25.000 payants.

Il s'étend aussi chaque année un peu plus loin, comme dans la série de concerts donnés dans des villes étapes du chemin de Compostelle.

En Bref...

Le SPI félicite ses producteurs pour les Prix obtenus à l'occasion du Festival du film d'animation d'Annecy

Le SPI (Syndicat des Producteurs Indépendants) félicite chaleureusement dans un communiqué de presse ses producteurs pour les Prix obtenus à l'occasion du Festival du film d'animation d'Annecy : «La jeune fille sans mains» de Sébastien Laudenbach (Les Films Sauvages – Les Films Pelléas) a reçu la Mention de jury, catégorie Longs métrages ; «Une Tête Disparaît» (Papy 3D Productions) de Franck Dion a été récompensé du Cristal du court métrage ; et «The Reflexion of Power» (Bathysphere Productions) de Mihai Grecu a reçu la Mention du jury, catégorie Courts métrages.

TV5MONDE : accord de partenariat avec SONIFI Solutions Inc.

A l'occasion de son récent accord avec SONIFI Solutions Inc, acteur des technologies numériques innovantes destinées au secteur hôtelier, TV5MONDE a annoncé hier le lancement de «TV5MONDE Voyage», une offre culturelle thématique dédiée aux globe-trotteurs et qui outre des programmes de découvertes et art de vivre comprend, une offre spécifique de vidéo à la demande «TV5MONDE Cinéma». Cette offre francophone distribuée dans les chambres en HD, sous-titrée en anglais, est désormais disponible dans des hôtels 4 et 5 étoiles aux États-Unis. Disponible dans les chambres au sein de l'offre «Free-to-Guest», TV5MONDE Voyage réunit certains programmes diffusés sur la chaîne TV5MONDE États-Unis consacrés à la mode, à la culture, à la gastronomie et aux voyages.

Réactions

Canal+ : Vincent Bolloré nie toute censure ou projet de publi-reportages

Vincent Bolloré, patron de Vivendi et de Canal+, auditionné mercredi par des sénateurs, a nié toute censure ou projet de publi-reportages sur Canal+, «des blagues», a-t-il dit, affirmant en outre que «Canal+ est redressé». Interrogé sur la déprogrammation l'an dernier d'une enquête sur l'évasion fiscale au Crédit mutuel, il a répliqué: «Ce documentaire, je ne l'ai jamais vu. Les histoires de publi-reportages, je ne sais pas de quoi il s'agit. Je n'ai pas le pouvoir de supprimer quoi que ce soit». «Tout cela a été mis en avant pour éviter la diète» mise en oeuvre dans le groupe, a-t-il jugé. La diffusion du documentaire «ne nous intéressait plus» car «les informations étaient sorties dans Mediapart», a soutenu son n°2 Maxime Saada, assurant qu'il n'y avait «jamais eu la moindre intervention de Vincent Bolloré sur un programme de la galaxie Canal+». Quant au passage du documentaire sur France 3, «France Télévisions a diffusé le documentaire parce que nous l'y avons autorisé», a-t-il remarqué. Cette déprogrammation avait notamment été critiquée par Reporters sans frontières (RSF) et le collectif «Informer n'est

pas un délit». A propos des projets de publi-reportages sur iTELE, rapportés par des journalistes de la chaîne, Maxime Saada a déclaré qu'il n'y avait eu «aucune consigne» là-dessus et que «les journalistes de Cnews (futur nom d'iTELE) disent eux-mêmes qu'ils sont libres, parfois trop libres». M. Bolloré a aussi contesté une enquête de France 2 sur des plantations, dont le groupe Bolloré est actionnaire minoritaire en Afrique, qui met en cause l'emploi de mineurs, en évoquant un procès des actionnaires majoritaires sur cette affaire. «Cette plantation ne nous appartient pas, aucun cadre de Bolloré n'y travaille. Nous sommes minoritaires», a-t-il dit. Les actionnaires majoritaires «ont envoyé un huissier qui a constaté que la personne qui dit avoir 14 ans (citée dans l'enquête, NDLR) en a 20». «Le procès dira ce qu'il en est». Il a par ailleurs défendu sa stratégie pour Vivendi et Canal+, qui commence selon lui à porter ses fruits. «La diète à Canal+ était nécessaire. En réalité, Canal est redressé», a-t-il affirmé. «Les résultats seront assez visibles rapidement, j'espère». «Le nombre d'abonnés augmente beaucoup en juin par rapport à juin de l'an dernier, pour la première fois», a-t-il précisé. «Les problèmes de Canal+ ont commencé bien avant (mon arrivée)», «je ne suis pas la cause des problèmes, je suis la conséquence et peut être la solution», a-t-il ajouté.

Acquisition

Orange conclut l'acquisition de l'opérateur mobile Airtel au Burkina Faso

Orange annonçait hier avoir réalisé conjointement avec sa filiale Orange Côte d'Ivoire, l'acquisition de 100% de l'opérateur mobile Airtel au Burkina Faso auprès de Bharti Airtel International (Netherlands) BV («Airtel»). Depuis la signature en janvier 2016, Orange a obtenu les

accords nécessaires des autorités pour conclure cette acquisition. Airtel est le 2ème opérateur mobile burkinabè avec près de 4,6 millions de clients (sur une base des clients actifs sur les 30 derniers jours). Sur le marché des services financiers sur mobile, Airtel dispose déjà d'une interconnexion avec Orange Money dans les pays avoisinants permettant les transferts internationaux. A noter aussi qu'avec le déploiement de la 3.75G dans plus de 100 localités, Airtel se positionne comme le premier fournisseur d'accès à Internet, précise Orange dans un communiqué de presse.

En Bref...

France 2/ Rugby : Finale du TOP 14 en direct le vendredi 24 juin à partir de 20h35

Diffuseur historique en clair de la Finale du TOP 14, France 2 propose de suivre, ce vendredi 24 juin à partir de 20h35, en direct du Camp Nou à Barcelone, l'épilogue de cette saison 2015/2016 entre le RC Toulon et le Racing 92. Cette Finale sera le premier match de rugby disputé dans l'enceinte mythique du Camp Nou, plus grand stade d'Europe avec plus de 98.000 places. Les commentaires de cette Finale seront assurés par Matthieu Lartot et Fabien Galthié, accompagnés de Raphaël Ibanez, Clémentine Sarlat et Cédric Beaudou pour les analyses et interviews en bord de terrain.

France 4 : «Les derniers jours des dinosaures» samedi 9 juillet à 20h50

Samedi 9 juillet à 20h50, France 4 diffusera le documentaire de 69' «Les derniers jours des dinosaures» réalisé par Richard Dale. Heure par heure, minute par minute, les téléspectateurs revivront les derniers instants de la vie des dinosaures avec ce documentaire aux effets spéciaux époustouflants.

France 2/ Fête nationale : programmation spéciale le 14 juillet

France 2 annonce dans un communiqué de presse mobiliser son antenne le 14 juillet prochain. Au programme, tout au long de cette journée de fête nationale, des directs et programmes dédiés dont le Défilé du 14 Juillet - présenté par Marie Drucker, Pierre Servent, Stéphane Bern, avec les équipes de la rédaction de France 2 -, le Concert de Paris suivi du feu d'artifice.

Justice

Eric Zemmour : la relaxe du polémiste confirmée en appel

La cour d'appel de Paris a confirmé mercredi la relaxe du polémiste Eric Zemmour, qui était poursuivi pour provocation à la haine raciale en raison d'une chronique dans laquelle il avait évoqué des «bandes» d'étrangers «qui dévalisent, violentent ou dépouillent». Le 6 mai 2014, M. Zemmour, également poursuivi pour «diffamation raciale», avait déclaré: «Les Normands, les Huns, les Arabes, les grandes invasions d'après la chute

de Rome sont désormais remplacés par les bandes de Tchétchènes, de Roms, de Kosovars, de Maghrébins, d'Africains qui dévalisent, violentent ou dépouillent». Le tribunal correctionnel de Paris avait relaxé en septembre Eric Zemmour, estimant que les communautés visées par M. Zemmour ne l'étaient pas dans leur ensemble. Cette chronique avait valu à RTL une ferme mise en garde du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). M. Zemmour avait été condamné en 2011 pour avoir déclaré à la télévision que «la plupart des trafiquants sont noirs et arabes, c'est comme ça, c'est un fait».

Internet

Twitter étend la durée des vidéos sur son réseau

Twitter a annoncé mardi qu'il étendait la durée des vidéos postées sur le réseau social américain jusqu'à 140 secondes, comptant sur les contenus visuels pour doper une base d'utilisateurs qui stagne. «A partir d'aujourd'hui, vous aurez plus d'espace pour libérer votre créativité sur Twitter», a écrit le responsable du développement des produits Twitter, Jeremy Rishel, sur le blog du groupe. «Alors qu'auparavant les vidéos téléchargées étaient limitées à 30 secondes, maintenant tout le monde peut créer des tweets en vidéo de jusqu'à, - et oui, vous l'avez deviné -, 140 secondes». La durée des vidéos renvoie ainsi à la longueur des tweets, qui ne peuvent dépasser 140 caractères. Cette nouvelle durée s'applique aux vidéos intégrées dans un tweet. Twitter va d'autre part également étendre progressivement la limite pour son application Vine, célèbre pour ses vidéos de six secondes tournant en boucle. Les nouvelles règles profiteront dans ce cas d'abord à un groupe limité d'utilisateurs. Twitter peine à élargir une audience largement

constituée d'élus, journalistes et célébrités, qui stagne à quelque 300 millions d'utilisateurs depuis plusieurs trimestres. Pour certains analystes, la limite stricte de 140 caractères pour les messages écrits représente un frein au développement du réseau, dépassé par des services plus axés sur l'image.

L'application de partage de photos Instagram, filiale de Facebook, a ainsi annoncé mardi avoir passé la barre des 500 millions d'utilisateurs. L'image se fait donc de plus en plus présente sur Twitter, notamment à travers les vidéos intégrées aux tweets par l'intermédiaire de l'application Vine. «La vidéo se trouve de plus en plus au coeur des conversations en temps réel sur Twitter, (le nombre de) tweets vidéos sur Twitter a ainsi augmenté de 50% depuis début 2016», assure Jeremy Rishel. Twitter autorisait déjà certains partenaires à poster des vidéos bien plus longues, de jusqu'à 10', grâce à des outils destinés aux seuls professionnels. Le réseau social américain avait annoncé lundi le rachat d'une start-up londonienne, Magic Pony, spécialisée dans le traitement des images par intelligence artificielle, afin de renforcer sa capacité d'analyse des contenus visuels.

En Bref...

France 5 : «J'irai dormir chez vous» saison inédite dès le 30 juin en Prime

France 5 annonce la diffusion de la nouvelle saison inédite de la série documentaire de 8x52' «J'irai dormir chez vous» (Bonne Pioche Télévision). En effet, chaque semaine, à partir du 30 juin, la soirée du jeudi est consacrée à «J'irai dormir chez vous» avec deux numéros diffusés à 20h50 et 21h40. Antoine de Maximy est de retour pour partager ses rencontres et ses aventures de globe-trotter.

D8 : le jeu «Guess My Age» dès le 11 juillet

Du lundi au vendredi à 17h15 dès le 11 juillet prochain, la chaîne D8 proposera le nouveau jeu présenté par Jean-Luc Lemoine, «Guess My Age». Un format conçu par Vivendi Entertainment en association avec Tooco et produit par Flab. Présenté au MIPTV en avril 2016, «Guess My Age», une création française, rencontre déjà le succès à l'international, Vivendi Entertainment ayant vendu les droits du programme dans 18 territoires dont les Etats-Unis, l'Angleterre, l'Allemagne ou l'Italie. Des pilotes ont été tournés et les premières adaptations étrangères seront lancées à partir de septembre. Un duo de candidats fait face à six inconnus. Leur mission: deviner leur âge exact. 100.000 euros sont en jeu.

France 2 : «Vogue la vie» le 13 juillet 2016 à 20h55

Mercredi 13 juillet à 20h55, France 2 diffusera «Vogue la vie» (Mima Production/ Docside Production), une comédie romantique, sur la vie... après un cancer du sein, réalisée par Claire de La Rochefoucauld.

Aujourd'hui dans le monde

Séoul veut que ses piétons regardent autre chose que leurs smartphones

Les piétons au nez collé sur leurs smartphones ont quelque chose d'autre à regarder depuis peu à Séoul, où les autorités ont lancé une campagne pour les empêcher de rentrer en collision avec une voiture ou un autobus. Les rencontres entre piétons et véhicules provoquées par l'usage intempestif des smartphones en Corée du Sud ont plus que doublé en 5 ans, à un millier d'incidents signalés en 2014, selon l'Autorité de sécurité des transports. Le problème est d'autant plus aigu que le taux de pénétration des smartphones atteint les 80% dans ce pays qui semble vouloir à toute force maîtriser l'art de la marche et du texto simultanés. Afin de tenter d'éviter que les gens ne marchent au devant des autobus ou ne se rentrent dedans les uns les autres, les autorités de Séoul, l'une des villes

les plus connectées au monde, ont commencé à installer des panneaux d'avertissement en 5 sites de la capitale. «Nous avons choisi les sites où les piétons jeunes sont les plus nombreux, puisque la majorité des utilisateurs de smartphones vont de l'adolescence à la trentaine», a expliqué mercredi Kim Ooc-Kyeong, cadre municipal chargé du projet. Certains panneaux sont fixés aux feux rouges et dépeignent un piéton le regard rivé sur son téléphone au moment où il va être renversé par une voiture. Puisque les cibles visées sont susceptibles de ne pas voir les panneaux en question, des avertissements ont été peints sur le trottoir lui-même. En moyenne, les utilisateurs sud-coréens passent 4 heures par jour à chatter, tweeter ou à jouer, et 15% d'entre eux présentent des symptômes d'addiction. Séoul va évaluer les effets de la campagne jusqu'à la fin de l'année avant de l'élargir le cas échéant. Des villes européennes, comme Anvers en Belgique ou Augsburg, ont mis en oeuvre des campagnes à visées similaires.

Aujourd'hui dans le monde

Des soldats israéliens déployés en l'honneur d'un dirigeant de Google

L'armée israélienne a indiqué mercredi qu'elle allait se pencher sur les circonstances dans lesquelles une centaine de soldats israéliens avaient reçu l'ordre de se déployer de manière à former le mot Google en l'honneur d'un des dirigeants du géant d'internet. Ce mélange des genres impliquant une institution aussi incontournable que l'armée a fait jaser en Israël. Eric Schmidt, ancien directeur exécutif de Google et actuellement président d'Alphabet, la maison mère de Google, s'est rendu la semaine passée sur la base aérienne de Hatzerim, une des plus importantes d'Israël. A l'arrivée de M. Schmidt, la

disposition des soldats sur le tarmac restituait le nom de Google. L'affaire a été rapportée par la correspondante militaire de la radio publique, Carmela Menashe, qui dévoile fréquemment des scandales au sein de l'armée. Le père d'un des soldats qui ont participé à l'événement a expliqué que les soldats avaient dû se tenir en formation durant une heure et demie à une des heures les plus chaudes de la journée pendant la prise de photos aériennes. «L'idée est née à l'occasion d'une visite de représentants de Google sur une base aérienne d'Israël», a dit une porte-parole de l'armée. «Nous ne savons rien sur le sujet. Vous voyez, parfois même Google n'a pas toutes les réponses», a réagi le porte-parole de Google Israël. Eric Schmidt était la semaine dernière en Israël pour célébrer notamment le 10^{ème} anniversaire des centres de recherches de Google dans ce pays.

En Bref...

10% des annonceurs display ont investi dans des campagnes d'habillage publicitaire au 1T 2016

Les campagnes habillage représentent à elles seules 6% de l'investissement display au 1T 2016 et 1,1% du volume d'impressions total, selon le 1^{er} baromètre consacré à l'habillage publicitaire réalisé par Kantar Media en partenariat avec Sublime Skinz, la plateforme technologique spécialisée dans l'habillage. L'habillage est donc un format largement utilisé dans les plans média des annonceurs; il crée également de la valeur pour les éditeurs grâce à des revenus publicitaires (CPM) plus élevés que les formats classiques. Contrairement au display global, une très forte croissance mensuelle est constatée sur le format habillage, le mois de mars représentant presque la moitié des investissements du trimestre (46%), le mois de janvier 24% et le mois de février 31%, contre respectivement 34%, 35% et 31% pour le Display. Au 1T, 1112 annonceurs, soit 10% des annonceurs display, ont investi dans des campagnes habillage. Ce chiffre représente également 80% du nombre d'annonceurs ayant communiqué en Télévision au 1T.

SES atteint 2,81 millions de foyers TV sur le marché nigérian

SES S.A., opérateur mondial de satellites, a annoncé mardi les résultats de sa 1^{ère} étude «Satellite Monitor» sur le marché nigérian. L'étude souligne que SES atteint 2,81 millions de foyers TV sur l'ensemble du pays, avec une couverture directe de 1,69 million de foyers TV par satellite. SES a augmenté sa couverture en Afrique, passant d'un million de foyers TV en 2013 à 8 millions de foyers TV en fin 2015. La couverture de 1,69 million de foyers TV au Nigéria contribue à cette augmentation.

ACCESS

En part d'audience

TF1	MONEY DROP JEU	2 681 000	16,30%
2	N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES JEU	1 588 000	11,30%
3	19-20 JOURNAL REGIONAL JOURNAL REGIONAL	2 260 000	15,10%
CANAL+	LE JT DU GRAND JOURNAL \ GERARD LARCHER MAGAZINE	306 000	2,30%
5	C A VOUS MAGAZINE	730 000	4,50%
6	CHASSEURS D'APPART JEU	1 821 000	12,70%
arte	LES ILES BALEARES \ IBIZA ET FORMENTERA DOCUMENTAIRE	383 000	2,40%
8	TOUCHE PAS A MON POSTE ! MAGAZINE	1 363 000	6,60%
W9	MOUNDIR ET LES APPRENTIS AVENTURIERS DOCUMENTAIRE	309 000	2,00%
tmc	ALERTE COBRA \ CRUELLE DESILLUSION SERIE	316 000	2,10%
NT1	GREY'S ANATOMY \ S'ADAPTER OU MOURIR SERIE	287 000	1,70%

N21	MAD MAG LA SUITE MAGAZINE	309 000	2,10%
4	UNE SAISON AU ZOO DOCUMENTAIRE	182 000	1,10%
17	PAWN STARS, LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	128 000	0,80%
Gulli	BIG TIME RUSH SERIE	287 000	1,70%
6	H \ UNE HISTOIRE DE VRP SERIE	42 000	0,30%
HDI	GHOST WHISPERER \ L'OMBRE DE L'AUTRE SERIE	205 000	1,20%
6ter	LE CAMELEON \ DONOTERASE PARTIE 1 SERIE	304 000	1,80%
23	PITBULLS ET PRISONNIERS DOCUMENTAIRE	143 000	0,80%
RMC	LES CONSTRUCTEURS DE L'EXTREME DOCUMENTAIRE	200 000	1,50%
Chérie 25	NEW-YORK, POLICE JUDICIAIRE SERIE	81 000	0,50%

PRIME

En part d'audience

TF1	FOOTBALL EURO 2016 \ CROATIE - ESPAGNE SPORT	5 614 000	25,50%
2	TOUS A TOULOUSE : FETE DE LA MUSIQUE VARIETES	2 571 000	16,20%
3	BROKENWOOD SERIE	2 441 000	10,80%
5	POURQUOI TANT DE BRUIT ? DOCUMENTAIRE	276 000	1,20%
6	MARIAGES FILM	1 855 000	8,40%
arte	PRINTEMPS 45 DOCUMENTAIRE	554 000	2,50%
8	DR FOSTER SERIE	550 000	2,40%
W9	COYOTE GIRLS FILM	866 000	3,90%
tmc	LES EXPERTS MIAMI SERIE	783 000	3,40%
NT1	BEBE MODE D'EMPLOI FILM	675 000	3,10%

N21	EFFROYABLES JARDINS FILM	398 000	1,80%
4	CRIME D'AMOUR FILM	378 000	1,70%
17	LE ZAP \ FETE LA MUSIQUE AUTRES	146 000	0,70%
Gulli	TOTAL WIPEOUT MADE IN USA JEU	106 000	0,50%
6	FAIS DANSER LA POUSSIERE TELEFILM	218 000	1,00%
HDI	SECTION DE RECHERCHES SERIE	533 000	2,30%
6ter	WITNESS FILM	523 000	2,40%
23	PANIQUE TELEFILM	264 000	1,20%
RMC	LES SOCIETES SECRETES DOCUMENTAIRE	402 000	1,80%
Chérie 25	UNE BOUTEILLE A LA MER FILM	240 000	1,10%

NIGHT

En part d'audience

TF1	UEFA EURO 2016 : LE MAG MAGAZINE	2 589 000	18,00%
2	ALCALINE LE MAG \ BEST OF MAGAZINE	114 000	5,20%
3	BROKENWOOD \ LES RAISINS DE LA COLERE SERIE	1 157 000	8,00%
5	SOLDES, TOUT DOIT DISPARAITRE DOCUMENTAIRE	429 000	2,00%
6	LES DOCUMENTS DE L'INFO \ MARIAGE MAGAZINE	522 000	5,70%
arte	BIENVENUE AU REFUGISTAN DOCUMENTAIRE	207 000	1,40%
8	DR FOSTER SERIE	473 000	2,60%
W9	RELOOKING EXTREME \ SPECIAL OBESITE VARIETES	341 000	2,60%
tmc	LES EXPERTS MIAMI \ HORS COURSE SERIE	721 000	3,30%
NT1	DANS LA PEAU DE MA MERE FILM	310 000	3,40%

N21	LA FOLIE MIAMI : LE REVE NO LIMIT DOCUMENTAIRE	201 000	1,90%
4	POUPOUIDOU FILM	133 000	1,10%
17	GRAMMY AWARDS \ 58EME EDITION - 2016 VARIETES	44 000	0,50%
Gulli	TOTAL WIPEOUT MADE IN USA JEU	97 000	0,40%
6	JE VOUS PRESENTE MA FEMME TELEFILM	211 000	1,50%
HDI	SECTION DE RECHERCHES \ ROMAN NOIR SERIE	620 000	2,90%
6ter	STORAGE HUNTERS DOCUMENTAIRE	229 000	1,60%
23	DOSSIERS CRIMINELS DOCUMENTAIRE	131 000	0,90%
RMC	SOCIETES SECRETES DOCUMENTAIRE	373 000	1,70%
Chérie 25	KEVIN COSTNER DOCUMENTAIRE	107 000	1,30%

AUTRES TV

En part d'audience

84,70%	15,30%
--------	--------

AGENDA DES MEDIAS

DU 20 AU 23 JUIN	09h00	Sunny Side of the Doc Edition 2016	<i>La Rochelle - welcome@sunnysideofthedoc.com</i>
DU 21 AU 24 JUIN	09h00	The media Faculty Les journées "DIGITAL"	<i>NC - 01.43.55.00.40</i>
AUJOURD'HUI	09h00	Arte Présentation de la politique documentaire	<i>La Rochelle - r-matta@arte-france.fr</i>
	12h00	Piwi et Teletoon Présentation des nouveaux programmes de ses chaînes jeunesse	<i>Boulogne-Billancourt - dieynaba.kebe@fhcom.net</i>
LUNDI 27 JUIN	09h30	Tfou Rentrée 2016-2017	<i>Boulogne-Billancourt - cgerard@tf1.fr</i>
	09h30	France Télévisions Projection documentaires en avant-première - Antoine Blondin la Légende du Tour & Soleil de juillet	<i>Boulogne-Billancourt - fanta.traore@francetv.fr</i>
	14h00	Netineo Après le Display et la vidéo online, le programmatique connaîtra-t-il le même succès à la télévision ?	<i>Paris 15ème - pbornstein@netineo.com</i>
MARDI 28 JUIN	09h00	Association pour la Promotion de l'Audio La 13ème Journée de la Création TV	<i>Paris - inscription@action-apa.com</i>
JEUDI 30 JUIN	11h30	Lagardère Active Conférence de presse de rentrée des chaînes jeunesse	<i>Paris - Emilie.LEBARBIER@Lagardere-Active.com</i>
	18h00	ARCEP Présentation de l'offre de formation professionnelle 2016 aux métiers de l'audiovisuel et des nouveaux médias	<i>Paris 10ème - hernandez@arcep.fr</i>

BOURSE : SECTEUR DES MEDIAS

* Liste non exhaustive

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

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

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

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

