

## Bolloré demande 50 millions d'euros à France Télévisions pour une enquête qui aurait porté atteinte à son image

Le groupe de Vincent Bolloré a demandé 50 millions d'euros à France Télévisions pour une enquête de France 2 qui aurait porté atteinte à son image, au cours d'une audience inhabituelle lundi devant le tribunal de commerce de Paris. Ce portrait-enquête sur Vincent Bolloré, diffusé en 2016 dans «Complément d'enquête» et qui traitait notamment de ses activités en Afrique, a «dénigré» le groupe pour une valeur de 25 millions d'euros, selon son avocat Didier Malka. A cela s'ajoute le préjudice moral causé selon lui par le reportage, notamment aux employés du groupe, chiffré lui aussi à 25 millions d'euros. L'avocat de Vincent Bolloré a dénoncé des «manquements déontologiques» de la part des journalistes, qui auraient manqué d'«impartialité». La plainte vise la rediffusion en 2016 d'un portrait-enquête de 72 minutes réalisé par Tristan Waleckx, Mathieu Rénier et Mikael Bozo. Ce reportage, intitulé «Vincent Bolloré, un ami qui vous veut du bien?» et couronné du prix Albert-Londres en 2017, retrace le parcours de l'industriel breton, de la reprise de la fabrique familiale de papier à cigarettes OCB en Bretagne, à la construction de son empire diversifié en passant par la reprise en main de Canal+ et sa présence en Afrique. La défense de France Télévisions a souligné de

son côté que ce reportage relevait du droit de la presse et «pas du tribunal de commerce», alors qu'un autre procès sur ce même reportage, cette fois pour diffamation, doit s'ouvrir mardi 3 avril devant le Tribunal de grande instance de Nanterre. Les avocats de France Télévisions, maîtres Jean Castelain et Juliette Félix, ont demandé 100.000 euros de dommages et intérêts pour «procédure abusive». Le groupe public regrette d'avoir été «traîné dans la boue» au cours d'une «procédure d'une parfaite mauvaise foi». Ils ont qualifié les procès intentés par le Groupe Bolloré de «procédures-baillons», visant à intimider les journalistes qui souhaiteraient enquêter sur ses activités.

Le reportage évoque notamment les activités de la Socapalm, société qui produit de l'huile de palme au Cameroun et dont Vincent Bolloré est actionnaire. Des sous-traitants, pour certains présentés comme mineurs, payés à la tâche, travaillant sans vêtements de protection et logeant dans des conditions insalubres, y témoignent face caméra. «Un reportage n'a pas à être jugé devant un juge commercial», a souligné le journaliste Tristan Waleckx à l'issue de l'audience. Le tribunal de commerce doit rendre sa décision le 12 juin.

### INTERVIEWS

#### Alain WEILL



PDG d'Altice  
France

#### Stéphanie BRO



SVP Marketing,  
Publicity TV  
Series chez  
STUDIOCANAL

### SOMMAIRE

Evénements.....	4
MIPTV 2018 : «Safe» d'Harlan Coben ...	
Evénements.....	5
La série transmédia «Carmilla» Brand ...	
Evénements.....	6
Sidaction 2018: 4,4 millions d'euros de ...	
Institutionnel .....	7
Cyberattaques: l'Assemblée donne son ...	
Institutionnel .....	8
Mieux taxer les géants du net: le plan ...	
Disparition .....	9
Décès de la chanteuse suisse Lys Assia, ...	
Télévision.....	10
«The Americans», la série d'espionnage...	
Télévision.....	11
National Geographic : Banderas donne ...	
Internet .....	12
Données personnelles: Facebook ne ...	
Internet .....	13
Cambridge Analytica: l'Union des ...	
Portrait.....	14
La double vie fascinante d'Hedy ...	
Récompenses.....	15
France tv distribution : le documentaire ...	
Aujourd'hui dans le monde.....	16
A 3 mois des élections, le Mexique ...	
ETC.	

# EN APARTE AVEC



## Alain WEILL PDG d'Altice France

*Altice organisait mardi dernier une conférence de presse dans ses locaux au cours de laquelle le PDG d'Altice France, Alain WEILL, a annoncé la fin de SFR Sport qui va opérer une mue et changer de nom. D'autres annonces ont été faites aussi en matière d'ambition dans les réseaux et la convergence. Focus.*

### MEDIA +

#### Quelle est la priorité d'Altice France aujourd'hui ?

##### ALAIN WEILL

La priorité a été donnée aux clients. A côté de cela, nous voulons être un acteur majeur dans l'innovation avec le déploiement de nos réseaux et de la 5G. SFR est leader en France du très haut débit. Le câble se modernise et nous déployons en parallèle la fibre avec plus de 11 millions de prises très haut débit en France. On continue à investir en région et auprès des collectivités. SFR est une entreprise qui a une situation financière solide avec près de 11 milliards € de chiffre d'affaires en France et un cash-flow positif qui nous permet d'investir.

### MEDIA +

#### Sur quoi porte votre nouvelle politique commerciale ?

##### ALAIN WEILL

Elle est tournée vers les clients et la convergence. Nous voulons ainsi proposer des offres plus simples à la fois sur le haut débit et le contenu. L'année dernière, nous avons tendance à proposer nos contenus à tous les clients. Aujourd'hui, nous raisonnons par option pour valoriser le contenu. C'est une façon pour l'entreprise de mieux satisfaire nos clients et de développer le revenu par abonné.

### MEDIA +

#### La convergence reste-t-elle une

### évidence ?

##### ALAIN WEILL

Évidemment ! Nous croyons plus que jamais à la convergence. Dans le cadre de cette stratégie, nous multiplions les plateformes de distribution de nos contenus. Un abonné SFR fixe peut très bien recevoir une plateforme de chaînes de télévision, acquérir des options, s'abonner à CANAL+, beIN SPORTS, Altice Studio, etc.

### MEDIA +

#### Quelle est votre logique sur le satellite ?

##### ALAIN WEILL

Notre offre de programmes de télévision sera disponible par satellite. Tous les Français isolés pourront acheter notre offre de base, mais aussi des options sports ou cinéma par satellite. Nous voulons miser également sur l'OTT. Tous les abonnés aux autres opérateurs, qui auront accès à la télévision connectée, pourront s'abonner à nos offres de programmes. On mise aussi beaucoup sur le mobile.

### MEDIA +

#### SFR Sport va devenir RMC Sport. Pourquoi ce choix ?

##### ALAIN WEILL

Parce que c'est une marque plus consensuelle. Notre chaîne RMC Sport sera proposée à tous les opérateurs. Quel que soit les résultats des négociations menées, nous ferons un effort redoutable

pour atteindre tous les Français. RMC Sport sera la plus grande chaîne de sport en France, c'est notre ambition.

### MEDIA +

#### Quelle est votre position sur la presse en ligne ?

##### ALAIN WEILL

SFR Presse, la plateforme de distribution de la presse digitale est un succès pour les clients qui ont plébiscité cette nouvelle formule. Nous continuons à investir et à mener des expérimentations pour inventer le modèle économique de demain dans la presse. Les nouveaux clients de SFR Presse se verront proposer, dans une logique de monétisation des contenus, une option à moins de 10€/mois. Nous voulons être les leaders du modèle 100% digital. Nous avons vu des modèles en Allemagne, en Scandinavie ou aux États-Unis qui fonctionnent très bien. L'avenir passe par les abonnements digitaux payants.

### MEDIA +

#### Quelle relance pour Numéro 23 ?

##### ALAIN WEILL

Comme BFMTV, BFM Business et RMC Découverte, nous espérons que Numéro 23, lors de sa future relance, rencontrera un grand succès. Elle mettra en avant la diversité de la population française et sera un modèle en termes de diversité pour l'ensemble du paysage audiovisuel.

# L'ACTU EN QUESTIONS



**Stéphanie BRO**  
SVP Marketing, Publicity TV Series  
chez STUDIOCANAL

*Dans le cadre de la soirée de remise du Prix du Producteur français de télévision de la PROCIREP, TV France International a décerné hier soir son Prix export Fiction 2018, à STUDIOCANAL pour «Jour Polair». Entretien avec Stéphanie BRO, SVP Marketing, Publicity TV Series chez STUDIOCANAL.*

media+

**Particulièrement bien accueilli par la critique, comment expliquez-vous le succès à l'export de «Jour Polaire» ?**

Stéphanie BRO

L'originalité de ce thriller nordique, tourné dans cinq langues différentes et dans des paysages exceptionnels, explique le succès international de cette série. Il ne faut pas oublier le travail remarquable des acteurs Leila Behkti et Gustaf Hammarsten qui ont contribué à la qualité de cette Création Originale CANAL+.

media+

**Le catalogue STUDIOCANAL constitue l'un des plus importants portefeuilles de droits dans le monde. Quelle est votre stratégie ?**

Stéphanie BRO

STUDIOCANAL dispose en effet d'un des plus beaux catalogues de films au monde. Notre stratégie est de l'enrichir d'année en année grâce notamment à nos séries françaises et européennes.

media+

**Une série coproduite par différents partenaires européens accélère-t-elle objectivement sa vente à l'international ?**

Stéphanie BRO

C'est avant tout la qualité narrative et de production qui explique le rayonnement d'une série à l'international. Il est donc toujours intéressant d'avoir des partenaires européens afin de travailler conjointement à l'atteinte de cet objectif de qualité.

media+

**Votre catalogue est constitué de 3.300 heures de programmes télévisés et de plus de 5.000 longs métrages. Vous êtes donc dans une logique de masse ?**

Stéphanie BRO

Non, l'ambition de STUDIOCANAL est avant tout d'offrir le meilleur des productions européennes à ses partenaires, et, ce, dans le monde entier.

media+

**A l'approche du MIPTV, quels seront vos programmes phares ?**

Stéphanie BRO

Nous sommes très heureux d'offrir au marché trois nouvelles séries. La première est une nouvelle Création Originale CANAL+, «NOX», produite par Gaumont Télévision et co-distribuée avec Gaumont. Ce thriller haletant, avec notamment Nathalie Baye, Malik Zidi, Maïwenn et Frédéric Pierrot, est réalisé par Mabrouk El Mechri. Nous nous occupons aussi de «Crime Time», un format de série digitale qui a déjà 3 saisons sur STUDIO +, et sera proposé en 4 épisodes de 52 minutes pour pouvoir toucher, en complément, un marché hors du digital. Et enfin «Come Home», la nouvelle mini-série de RED Production, écrit par le scénariste, multi-récompensé, Danny Brocklehurst, avec notamment Christopher Eccleston et Paula Malcomson.

## Audiences

TF1: «Le Nouveau Stagiaire» large leader en Prime dimanche

Le film américain «Le Nouveau Stagiaire» réalisé par Nancy Meyers avec Robert de Niro a réuni dimanche à 21h10 sur TF1, 6.326.000 curieux, soit 27,2% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. La chaîne privée se place ainsi leader du Prime. A noter que la diffusion du film «Seul sur Mars» dimanche dernier avait réuni 4.648.000 curieux, soit 21,7% de pda.

France 3 : «Les enquêtes de Morse» sur la deuxième marche du podium ce dimanche 25 mars en Prime Time

France 3 diffusait dimanche en Prime «Les enquêtes de Morse». La série britannique portée par Shaun Evans a réuni 3.138.000 fidèles, soit 12,4% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Un score en légère baisse comparé à la diffusion de la semaine dernière, puisque la série avait attiré 3.186.000 fidèles, soit 12,7% de pda.

M6 : 2.880.000 fans d'économie dimanche en Prime devant «Capital»

Dimanche, en Prime, M6 diffusait son magazine «Capital» présenté par Bastien Cadeac. L'émission consacrée au thème «Équiper sa maison : enquête sur les nouvelles enseignes à bas coût» a passionné 2.880.000 curieux, soit 12% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. La précédente diffusion du programme le dimanche 11 mars sur le thème «Alimentation, banque, énergie : enquête sur les nouveaux casseurs de prix» avait réuni 2.229.000 téléspectateurs, soit 9,1% de pda.

## Evénements

### MIPTV 2018 : «Safe» d'Harlan Coben en Keynote Showcase au MIPTV 2018

Créée par Harlan Coben, le showrunner et auteur de romans policiers mondialement connu, la nouvelle série «Safe» fera l'objet d'un Keynote Showcase exceptionnel au MIPTV 2018, en partenariat avec STUDIOCANAL.

Le MIPTV, le plus important marché international des contenus pour la télévision et le digital, aura lieu à Cannes du 9 au 12 avril 2018. Produite par Nicola Shindler (Happy Valley) de RED Production/STUDIOCANAL, et par FINAL TWIST PRODUCTIONS, la société de production de Harlan Coben et Nicola Shindler, la série «Safe» est écrite par le célèbre scénariste Danny Brocklehurst («Shameless»).

Les 8 épisodes de cette nouvelle série mettent en vedette Michael C. Hall («Dexter», «Six Feet Under»), Audrey Fleurot («Un village français», «Engrenages»), Amanda Abbington («Sherlock») et Emmett J. Scanlan («The Fall»). Le Keynote Showcase de «Safe» se tiendra le mardi 10 avril à 17h00 au Théâtre Debussy du Palais des Festivals de Cannes.

Rola Bauer, Managing Director de STUDIOCANAL TV, s'entretiendra avec Harlan Coben, Michael C. Hall, Nicola Shindler et Danny Brocklehurst, de la dynamique inhérente à cette nouvelle série, des différentes étapes de sa création à sa production et, plus largement, de «Pourquoi les séries réussissent-elles à traverser les frontières ?». Dans «Safe», Michael C. Hall incarne Tom, dont l'épouse est décédée il



il y a un an. Entouré d'amis proches, Tom et leurs deux filles sont à l'aube d'une nouvelle vie au sein d'une communauté privilégiée et protégée. Mais des secrets profondément enfouis vont venir bouleverser tout ce bel équilibre. Disparition mystérieuse, adultères, assassinat ... Quand Tom réalise qu'il ne connaît pas réellement ceux qui l'entourent. Parviendra-t-il à protéger ses proches contre les dangers qui les guettent ?

«Safe» sera présenté «hors compétition» en soirée de Clôture de CANNESERIES, le nouveau Festival international des séries de Cannes qui se déroule en parallèle du MIPTV du 4 au 11 avril.

La série sera diffusée en exclusivité en 2018 sur la chaîne C8 pour la France, et sur Netflix pour le reste du monde. Pour rappel, le MIPTV (9-12 avril 2018, Cannes) est le marché international phare et le forum dédiés à la création de contenus pour tous les écrans. Chaque année, au mois d'avril, plus de 10.000 professionnels de l'industrie de la télévision et du digital se rassemblent pour présenter et découvrir de nouveaux contenus, établir des partenariats, négocier des contrats de financement et de distribution, trouver des options de coproduction et explorer les dernières tendances.

## Audiences

France 2 au pied du podium avec «Capitaine Phillips» dimanche en Prime

Le long-métrage «Capitaine Phillips» porté par Tom Hanks sur France 2 s'est placé 4ème du Prime dimanche avec un score de 2.238.000 cinéphiles, soit 9,5% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Le film accuse une baisse de 2.714.000 téléspectateurs par rapport à sa diffusion sur TF1 le dimanche 25 septembre 2016. En effet, le film avait alors réuni 4.979.000 curieux, soit 23,7% de part d'audience.

France 5 : leader du Prime TNT dimanche avec «Mai 68, les coulisses de la révolte»

France 5 diffusait dimanche le documentaire «Mai 68, les coulisses de la révolte». Ce dernier a réuni 1.108.000 curieux, soit 4,4% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. La chaîne se place ainsi leader du Prime TNT. Suivent TF1 Séries Films et «L'Effaceur» avec 856.000 fidèles, soit 3,5% de part d'audience. Troisième place pour 6Ter et le film «X-Men : L'Affrontement final» avec 624.000 cinéphiles, soit 2,6% de part d'audience.

France 2 : 972.000 téléspectateurs devant «Faites entrer l'accusé» dimanche en Night

Dimanche 25 mars, à 23h10, France 2 diffusait le magazine «Faites entrer l'accusé» sur le thème «Steven Daubioul, le tueur du 20 juin». Ce dernier a réuni 972.000 curieux, soit 10,3% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie. Un score stable pour la case.

## Événements

### La série transmédia «Carmilla» Brand Content of the Year au MIPTV 2018

Pour son édition 2018, le MIPTV consacre la série digitale «Carmilla», produite pour le groupe Kimberley Clarke comme Brand Content of the Year. Série digitale à l'origine, «Carmilla» a été adaptée en film, livres et bientôt en séries de Prime Time, devenant ainsi une marque transmédia à part entière. Le MIPTV, marché international phare des contenus TV et digitaux, se déroulera à Cannes du 9 au 12 avril 2018.

La récompense Brand Content of the Year 2018 sera décernée lors de la présentation de la série «Carmilla», programmée à 12h00 le mercredi 11 avril. Le showcase de «Carmilla» présentera une nouvelle approche originale de la production de séries. Shaftesbury, production à l'origine de ce succès, est un créateur primé de séries pour la télévision, le cinéma et le digital, et est devenu un des leaders du Branded Entertainment. Christina Jennings, CEO de Shaftesbury, et Kaaren Whitney-Vernon, SVP of Branded Entertainment, aborderont leurs succès dans le partenariat avec des marques mondiales pour créer des séries digitales qui ont suscité à la fois un bon accueil de la critique et l'émergence d'une communauté de fans internationaux. Scott Usitalo de Kimberly-Clark acceptera le prix du Brand Content of the Year et offrira un aperçu de la façon dont «Carmilla» a stimulé l'engagement avec les consommateurs et les ventes internationales. Avec plus de 71 millions de vues, «Carmilla» a été visionné dans 193 pays et traduit dans plus de 20 langues, avec plus de la moitié des opinions provenant de l'extérieur de l'Amérique du Nord. L'audience de cette série digitale est

composée de 91% de femmes et 9% d'hommes, dont 48% ont entre 18 et 24 ans, selon YouTube Analytics. «Carmilla» a été récompensée par de nombreuses nominations et prix internationaux : Streamy Awards, Webby Awards, Shorty Awards et les Prix Écrans canadiens. C'est d'ailleurs lors des Prix Écrans canadiens de 2017 que Natasha Negovanlis a reçu le Fan's Choice Award. Créée et produite par Shaftesbury, société de production basée à Toronto, en association avec U by Kotex®, la série a été co-créée et co-écrite par le scénariste primé Jordan Hall, et réalisée par Spencer Maybee. Réinterprétation moderne du roman gothique culte de Joseph Sheridan Le Fanu, intégrant l'esthétique du blog vidéo dans une série traditionnelle, «Carmilla» suit les aventures de Laura (Elise Bauman), étudiante dont la vie est bouleversée par l'arrivée de sa nouvelle colocataire (Natasha Negovanlis), qui se révèle être un vampire. La diffusion de la première saison a débuté en août 2014, celle de la deuxième saison en juin 2015. La troisième et dernière saison a quant à elle été diffusée en septembre 2016, soit un total de 108 épisodes de 5 minutes. La série compte l'un des communautés de fans les plus engagés au monde, principalement auprès de la communauté LGBT, avec près de 500.000 abonnés à ses comptes officiels YouTube, Twitter, Tumblr, Instagram, Facebook et YouNow. Pour répondre à la demande de ses fans, Shaftesbury a annoncé en 2016 la production d'un long-métrage, «Carmilla: The Movie», sorti à l'automne 2017 le temps d'une soirée seulement dans 35 cinémas Cineplex du Canada, avant sa diffusion télévisée mondiale sur Hollywood Suite. Les droits de distribution mondiaux de la série et du film sont détenus par Shaftesbury Sales Company. PEPSI, MARRIOTT STUDIOS, MATTEL, THE COCA-COLA COMPANY et CHIPOTLE avaient fait partie des lauréats de cette récompense Brand of the Year lors de précédentes éditions.

## Audiences

M6 : 1.116.000  
télé spectateurs devant  
«Enquête exclusive»  
dimanche en Night

Dimanche, en Night, M6 proposait la diffusion de son magazine «Enquête exclusive», présenté par Bernard de La Villardière, et intitulé «Nationalisme et traditions: la Russie selon Poutine». Le programme a été suivi par 1.116.000 curieux, soit 11,2% de pda, selon les chiffres de Médiamétrie. La semaine dernière, le programme «Vladivostok : le nouveau Far West de la Russie» avait attiré 940.000 fidèles, soit 9% de pda.

C8 : meilleure semaine de  
la saison du 19 au 25 mars

La chaîne C8 a réalisé sa meilleure semaine de la saison, du lundi 19 au dimanche 25 mars, en fédérant 3,5% de part d'audience sur les 4 ans et plus, 4,5% sur les 25-49 ans (5ème chaîne nationale), 5,3% sur les 15-34 ans (5ème chaîne nationale) et 5,3% sur les Hommes de moins de 50 ans (5ème chaîne nationale), selon les chiffres de Médiamétrie.

L'Équipe : meilleure  
journée de l'année  
dimanche avec 2,1% de pda

La chaîne L'Équipe réalise sa meilleure journée de l'année avec 2,1% de pda ce dimanche 25 mars, selon les chiffres de Médiamétrie. En biathlon, la mass-start homme a réuni 1,1 million de télé spectateurs en moyenne avec un pic à plus de 1,2 million de télé spectateurs. En cyclisme, la classique Gand-Wevelgem a été suivie par 600.000 télé spectateurs en moyenne et 834.000 télé spectateurs lors de la victoire de Peter Sagan. Durant ces événements, la chaîne L'Équipe se classe respectivement 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> chaîne nationale.

## Événements

### Sidaction 2018: 4,4 millions d'euros de promesses de dons, en hausse par rapport à l'an dernier

L'édition 2018 du Sidaction, événement caritatif annuel relayé à la radio et la télévision, s'est achevée dimanche soir sur un bilan de 4,4 millions d'euros de promesses de dons, en hausse par rapport à l'an dernier, ont annoncé les organisateurs. «Nous sommes soulagés de voir que les donateurs sont encore mobilisés, malgré les craintes de banalisation de l'épidémie», a déclaré la directrice générale de l'association Sidaction, Florence Thune. Les promesses de dons se montaient à 4,07 millions d'euros l'an passé. Cette édition, qui avait débuté vendredi, «a été marquée par un don exceptionnel d'un grand donateur», a indiqué dans un communiqué l'association, qui n'en a pas précisé le montant. Le numéro de téléphone via lequel on peut faire un don, le 110, restera ouvert jusqu'au 14 avril. Les fonds seront «reversés à des programmes de recherche et de soins et à des programmes associatifs de prise en charge et d'aide aux malades, en France et à l'international».

L'association a été co-fondée en 1994 par Pierre Bergé et Line Renaud, qui est toujours vice-présidente. Cette édition était la première à se dérouler sans Pierre Bergé, décédé en septembre et remplacé à la présidence par Françoise Barré-Sinoussi, prix Nobel de médecine en 2008 avec Luc Montagnier pour la découverte du virus du sida en 1983. «Nous sommes d'autant plus émus et touchés de voir que ce combat est toujours dans le cœur des Français», a commenté Florence Thune. Avant le début du Sidaction, l'association s'était alarmée de la progression ces dernières années des «idées fausses» sur le sida. Elle a publié mercredi un sondage selon lequel 21% des 15-24 ans pensent à tort que le virus peut se transmettre en embrassant un séropositif, soit 6% de plus qu'en 2015. «Il y a eu un balancier, il y a eu une génération nourrie de la peur du sida dans les années 80, quand le sida est apparu, avec une angoisse autour de la sexualité et ça a été très dur pour cette jeunesse», a commenté la ministre de la Santé, Agnès Buzyn, dimanche à la mi-journée sur France Inter et franceinfo. «Puis, quand les nouveaux traitements sont arrivés, je pense qu'on a relâché la pression de l'information, le balancier a été trop loin: il n'y a pas suffisamment d'éducation aujourd'hui sur ce qu'est le sida», a-t-elle ajouté.

## Actu des chaînes

### TF1 recrute la Miss Univers 2016 Iris Mittenare

TF1 a recruté la Miss Univers 2016 Iris Mittenare pour coanimer cet été la 3<sup>ème</sup> saison de «Ninja Warrior». L'ex-Miss France et Miss Nord-pas-de-Calais 2016 sera aux côtés de Denis Brogniart et Christophe Beaugrand pour animer ce jeu dont le tournage débute à Cannes le 27 mars. «Nous sommes ravis d'accueillir Iris Mittenare en tant qu'animatrice au sein du Groupe TF1 et de démarrer notre collaboration avec elle autour de Ninja Warrior», s'est félicité Fabrice Bailly, directeur

des acquisitions et des programmes du groupe TF1. Elle remplace au bord du parcours de «ninjas» Sandrine Quétier, qui a expliqué mercredi sur RTL qu'elle se lançait dans la comédie. «Grâce à son parcours de Miss France et Miss Univers 2016», Iris Mittenare «a développé une relation de grande proximité avec le public, qui, associée à son dynamisme et à son aisance, constituent des atouts essentiels», souligne Fabrice Bailly. Agée de 25 ans, Iris Mittenare était en 5<sup>ème</sup> année de chirurgie dentaire avant de devenir Miss France puis d'être sacrée 65<sup>ème</sup> Miss Univers en janvier 2017. «Je me suis toujours dit que je pouvais tout faire, alors j'ai envie de tout essayer (...))», avait déclaré la jeune femme en 2017.

## En Bref...

Le marché de la publicité en ligne en hausse de 93% entre 2011 et 2016

L'Observatoire européen de l'audiovisuel a publié une analyse gratuite sur le marché de la publicité en ligne en Europe. Ce nouveau rapport est intitulé «The EU online advertising market - Update 2017». Il a été financé par la DG Connect de la Commission européenne. Et il ressort de cette étude que le marché global de la publicité a connu une croissance de 14% durant la période 2011 - 2016. La publicité en ligne a dépassé la publicité télévisée de 5,4 milliards d'euros. A noter enfin que la publicité vidéo a engendré 2,7 milliards d'euros en 2016.

Studio 100 : 2018, une année chargée pour «Maya l'abeille»

Fort du succès de sa série qui compte aujourd'hui deux saisons avec 130 épisodes de 13 minutes et des valeurs positives retranscrites à l'écran, la deuxième saison de la série d'animation «Maya l'abeille» arrive sur Gulli en mai 2018. Elle compte aujourd'hui 52 épisodes de 13 minutes et tiendra en haleine le jeune public avec de nouvelles aventures de Maya et ses meilleurs amis Willy et Flip. Les fans retrouveront cette bande d'amis dans une comptine disponible sur Youtube. Maya revient aussi sur le grand écran le 18 juillet 2018 avec le nouveau long-métrage «Maya l'abeille 2 : Les Jeux du Miel» produit par Studio 100 Media et Studio B Animation et distribué par TF1 Studio et Paramount. C'est aussi en édition avec Hachette que Maya montrera le bout de ses ailes dès juillet 2018 au travers de livres sous 5 formats différents tels qu'un roman grand album et un format cartonné dédiés au film, un petit format broché ainsi qu'un cahier d'activités et un cahier d'autocollants.

## Institutionnel

### Cyberattaques: l'Assemblée donne son feu vert aux opérateurs pour traquer les virus

Les opérateurs de télécommunications pourront jouer un rôle dans la détection des cyberattaques, l'Assemblée nationale ayant donné son feu vert jeudi soir dernier à cette disposition dans le cadre du projet de loi de programmation militaire (LPM).

Le texte, examiné en première lecture, prévoit que les opérateurs «pour les besoins de la sécurité et de la défense des systèmes d'information» pourront mettre en place des dispositifs de détection des attaques sur leurs réseaux. Après en avoir informé l'Autorité nationale de sécurité des systèmes d'information (ANSSI), ils le feront à partir de marqueurs techniques capables de repérer la «signature» d'une attaque informatique. L'ANSSI, si elle a connaissance d'une menace, pourra demander aux opérateurs d'exploiter ces dispositifs, en recourant, le cas échéant, à des marqueurs qu'elle leur fournira, comme l'adresse IP d'un serveur appartenant à l'attaquant ou un site internet piégé.

Les opérateurs devront informer l'Agence en cas de cyberattaque et, à la demande de l'ANSSI, avertir leurs abonnés de la vulnérabilité ou de l'atteinte de leurs systèmes d'information. Le texte prévoit aussi que les données recueillies dans le cadre de la mise en oeuvre des dispositifs de détection qui ne seraient pas directement utiles à la prévention des menaces visées soient immédiatement détruites. Sur cet article, qui a peu fait débat dans l'hémicycle, le rapporteur, Jean-Jacques Bridey (LREM) a souligné

que «tous ces dispositifs seront contrôlés par l'Arcep», l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes. Mettant en avant l'enjeu «primordial de la confidentialité des données personnelles», les Insoumis ont plaidé en vain pour que les opérateurs n'aient pas le droit d'ajouter des marqueurs autres que ceux demandés par l'ANSSI. En février, le directeur général de cette Agence, Guillaume Poupard, avait expliqué que jusqu'alors, les opérateurs n'avaient «pas le droit de fouiller dans leurs flux pour détecter des attaques». «Ils ont le droit de protéger leurs systèmes, mais dans les flux qu'ils transportent, ils n'ont pas le droit d'aller voir s'il y a des attaques ou pas. Ils transportent l'eau, qu'elle soit potable ou pas potable, pour prendre cette analogie», avait-il ajouté.

Toujours au chapitre de la cyberdéfense, les députés ont adopté dans la foulée un article qui permet aux cyber-combattants de bénéficier du régime protecteur dit «d'excuse pénale», dans le cadre de leur participation à des opérations extérieures. Cette mesure «renforce le bouclier juridique de nos soldats», a affirmé Fabien Gouttefarde (LREM), spécialiste du droit de la guerre. Le régime permet, sous certaines conditions, d'exonérer de leur responsabilité pénale les militaires exerçant des mesures de coercition, faisant usage de la force ou en donnant l'ordre.

Les députés communistes ont tenté en vain de faire supprimer l'article, se disant opposés aux «immunités pénales». Mais la ministre des Armées Florence Parly a rétorqué qu'il s'agissait de «donner des protections» aux soldats «à condition bien sûr que ceux-ci respectent les règles du droit international», et qu'il ne s'agissait «pas du tout d'immunité et de couvrir des comportements délictueux».

### En bref...

**HISTOIRE** : la série «The Hollow Crown» dès le 19 avril

Tous les jeudis du 19 avril au 14 juin à 20h40, la chaîne HISTOIRE proposera les saisons 1 et 2 de la série «The Hollow Crown», l'adaptation épique de 4 chefs d'oeuvre de William Shakespeare. Au programme, l'histoire de l'Angleterre, de la Cour de Westminster en 1399, jusqu'aux champs de bataille de France et d'Angleterre à travers le règne de trois rois, pendant 16 années. Famille, politique et pouvoir : «The Hollow Crown» raconte comment le destin de ces rois a façonné notre histoire.

**Canal J** : les héros de «Beyblade Burst» de retour dès le 7 avril

Tous les jours à 9h45 dès le 7 avril, les héros de «Beyblade Burst» (DRights) sont de retour sur la chaîne jeunesse Canal J dans une saison 2 inédite en France. Dans cette série d'animation de 52x26', le téméraire Valt Aoi entraîne les enfants dans ses tournois de toupies.

**France 4** : «Doctor who», «Il était deux fois» le 31 mars

«Doctor Who» crée l'événement dans un dernier épisode spécial, sur France 4 le samedi 31 mars à 19h15, «Il était deux fois» (BBC Studios/ 60'). Une page se tourne avec cet épisode inédit dans lequel nous retrouverons pour la dernière fois Peter Capaldi dans la peau du fameux Docteur et Steven Moffat aux manettes. A cette occasion, le comédien écossais formera un duo inédit avec le premier Docteur, incarné pour l'occasion par David Bradley (l'interprète original du personnage, William Hartnell, étant décédé en 1975).

## Institutionnel

### Mieux taxer les géants du net: le plan en deux volets de la Commission européenne

La Commission européenne a proposé mercredi dernier un plan en 2 volets pour mieux taxer les géants du numérique, pointés du doigt pour leurs pratiques d'optimisation fiscale agressive. Pourquoi est-il nécessaire, à ses yeux, et en quoi consiste-t-il ?

#### - Pourquoi ce plan ?

Les règles fiscales traditionnelles sont fondées sur le principe d'«établissement permanent»: ne peuvent être taxées que les entreprises qui ont une présence physique dans un pays, mesurée par le montant des actifs (usines, machines), le nombre d'employés et le montant des ventes. Or, les entreprises du numérique peuvent offrir leurs services via le net en étant juridiquement installées dans le pays de leur choix: concrètement dans un Etat qui leur offre des conditions fiscales avantageuses. C'est par exemple le cas pour l'Irlande, qui a réussi à attirer le siège européen de Facebook grâce à ses taux d'imposition avantageux, ou le Luxembourg, pays d'accueil d'Amazon. Selon la Commission européenne, le taux d'imposition effectif sur le bénéfice des colosses du numérique dans l'UE est en moyenne de seulement 9%, tandis que celui des entreprises traditionnelles dépasse les 20%. Alors que certains pays, comme la Hongrie, la Slovaquie et l'Italie, ont commencé à mettre en place des règles pour combattre cette situation, l'exécutif européen a décidé de proposer une solution qui pourrait être commune aux 28 de l'Union.

#### - Taxe provisoire

Dans un 1<sup>er</sup> temps, la Commission européenne préconise une taxe provisoire portant sur les revenus (et non les profits, comme le veut l'usage) générés par l'exploitation d'activités numériques. Si cet impôt est appliqué à un taux de 3%, il pourrait rapporter 5 milliards d'euros par an. Cette taxe

ne visera que les groupes dont le c.a. annuel mondial s'élève à plus de 750 millions d'euros et dont les revenus dans l'UE excèdent 50 millions d'euros. En clair, les petites start-ups européennes qui peinent déjà à rivaliser avec les mastodontes américains comme Google et Facebook ne seront pas concernées par cet impôt indirect. Dans le collimateur de la Commission: les recettes publicitaires des groupes tirées des données de leurs utilisateurs - le modèle de Facebook, Google ou Twitter - ou les revenus provenant de la mise en relation d'internautes pour un service donné - celui d'Airbnb ou Uber par exemple. En revanche, les entreprises, dont le «business model» repose sur les abonnements, telles Netflix, ne sont pas touchés, ni celles qui gagnent de l'argent grâce au commerce électronique, de type Amazon. Au total, entre 120 et 150 entreprises devraient être affectées par ce nouvel impôt: la moitié seront des compagnies américaines, un bon tiers européennes et le reste asiatiques, essentiellement chinoises.

#### - Réforme de long terme

Parallèlement à cette taxe provisoire, la Commission européenne propose une réforme des règles relatives à l'imposition des sociétés qui soit applicable aux activités numériques. Cette option constitue la solution à long terme privilégiée par la Commission européenne. Si elle est adoptée, elle se substituera à la taxe provisoire sur le c.a.. Cette proposition permettrait aux 28 de l'UE de taxer les bénéfices réalisés sur leur territoire, même si une entreprise n'y est pas présente physiquement. Pour définir une «présence numérique» imposable, l'exécutif européenne propose trois critères: Si l'entreprise génère plus de 7 millions d'euros de revenus annuels dans un État-membre. Si elle compte plus de 100.000 utilisateurs dans un État-membre, au cours d'un exercice fiscal. Si plus de 3.000 contrats commerciaux pour des services numériques sont créés entre l'entreprise et les utilisateurs actifs, au cours d'un exercice fiscal.

## En bref...

Public Sénat/ LCP-Assemblée nationale : édition spéciale Hommage national au lieutenant-colonel Arnaud Beltrame en direct des Invalides le mercredi 28 mars

Mercredi 28 mars à 11h30, les chaînes LCP-Assemblée nationale et Public Sénat proposeront une édition spéciale en direct des Invalides consacrée à l'hommage national au lieutenant-colonel Arnaud Beltrame, animée par Oriane Mancini (Public Sénat) avec Ludovic Fau (LCP-Assemblée nationale). Saveria Rojek sera en duplex des Invalides, Tâm Tran-Huy en duplex de la Salle des Conférences et Elsa Mondin-Gava en duplex de la Salle des Quatre Colonnes.

France 3 : la série documentaire inédite «Le triangle de Mai» à partir du lundi 16 avril

France 3 diffusera la série documentaire inédite «Le triangle de Mai» (3x52' / CinéTévé/ France 3 Paris Île-de-France) à partir du lundi 16 avril. Nanterre, la Sorbonne, les Beaux-Arts... 50 ans après, «Le Triangle de Mai» revient en trois films sur les lieux emblématiques des révoltes étudiantes de Mai 68.

Sénat : report de l'audition sur les fausses informations

La table ronde sur les fausses informations («fake news») organisée par la commission de la culture, de l'éducation et de la communication et la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale, initialement prévue le mercredi 28 mars 2018 à 11h00, est reportée à une date ultérieure en raison de l'hommage national rendu au lieutenant-colonel Arnaud Beltrame dans la matinée.

## Disparition

### Décès de la chanteuse suisse Lys Assia, 1<sup>ère</sup> gagnante de l'Eurovision

La chanteuse suisse Lys Assia, qui a remporté le premier Grand Prix Eurovision de la chanson en 1956, est décédée samedi à l'âge de 94 ans, indique le site officiel du concours international de chanson. Avec le titre «Refrain», Mme Assia reste la seule Suisse à avoir remporté cette compétition musicale, même

si la Suisse a de nouveau remporté le concours en 1988, mais cette fois grâce à la Canadienne Céline Dion et le titre «Ne partez pas sans moi». Lys Assia a également participé à l'Eurovision en 1957 et 1958, sans pouvoir l'emporter, terminant cependant 2<sup>ème</sup> de la compétition en 1958 avec la chanson «Giorgio», a précisé l'Eurovision sur son site internet. De son vrai nom Rosa Mina Schärer, la chanteuse originaire du canton d'Argovie (nord), est décédée à l'hôpital de Zollikerberg, non loin de Zürich.

## Edition

### Mehdi Meklat : l'ex-chroniqueur controversé va publier un livre

L'ex-chroniqueur controversé Mehdi Meklat, mis en cause pour avoir publié durant des années sur les réseaux sociaux des milliers de messages antisémites, homophobes, racistes et misogynes, va publier un livre à la rentrée d'automne pour tenter de s'expliquer, a annoncé «L'Express» dans son édition en ligne. L'éditeur Grasset a confirmé cette information. Âgé de 25 ans, Mehdi Meklat, ancien chroniqueur au Bondy Blog puis sur France Inter, aux Inrocks et sur Arte, a défrayé la chronique l'an dernier quand ont refait surface des milliers de tweets haineux qu'il avait rédigé au début des années 2010 sous le pseudonyme de «Marcelin Deschamps». Le jeune homme avait présenté ses excuses (sur Twitter) en expliquant que «jusqu'en 2015, sous le pseudo «Marcelin Deschamps», j'incarnais un personnage honteux raciste antisémite misogyne homophobe sur Twitter». «Les propos de ce personnage fictif ne représentent évidemment pas ma pensée et en sont tout l'inverse». «Je m'excuse si ces tweets ont pu choquer certains d'entre vous : ils sont obsolètes», avait-il ajouté avant de supprimer tous ses tweets

d'avant février 2017. Cette explication n'avait pas convaincu la Licra qui, dans un communiqué, estimait que «chacun jugera la crédibilité d'une telle défense au regard de la durée, de la violence et de la répétition des faits». Parmi les tweets incriminés on trouvait notamment: «Regrette que Ben Laden soit mort. Il aurait pu tout faire péter», «Vive les PD vive le sida avec Hollande», «Pourquoi les juifs ont le droit de prendre le métro aussi?». Le patron des éditions Grasset, Olivier Nora, a justifié dans un communiqué la publication d'un livre de Mehdi Meklat dans sa maison. «Si nous accueillons à l'automne prochain un texte de Mehdi Meklat, c'est parce que j'estime que cette contribution est de nature à ouvrir les yeux de tous sur le sens des mots dans la génération 2.0», a expliqué l'éditeur. «Que les procureurs trop pressés attendent la publication du livre pour juger sur pièce : le débat y gagnera en clarté et se montrera peut-être digne d'une démocratie dont les réseaux sociaux ne sauraient être l'ultima ratio», a ajouté l'éditeur notamment de Bernard-Henri Lévy et de Caroline Fourest. «Chacun connaît les publications des éditions Grasset. Nul ne peut les soupçonner de complaisance à l'égard du racisme, de l'antisémitisme, de l'homophobie, ou de quelque discrimination que ce soit», a encore affirmé l'éditeur.

## En bref...

**Le documentaire «Serge, condamné à mort» (Public Sénat) remporte le Grand Prix du FIGRA 2018**

Le documentaire «Serge, condamné à mort» de Christine Tournade (59' / Compagnie des Phares et Balises / France Télévisions / Public Sénat), diffusé le 20 janvier 2018 en deuxième diffusion après France 3 sur Public Sénat, a remporté le Grand Prix du FIGRA. Ce film sera prochainement rediffusé sur Public Sénat TNT13 et publicsénat.fr.

**téva : «Journal d'une FIV» récompensé au FIGRA**

Dimanche, le documentaire de Raphaëlle Catteau, «Journal d'une FIV» a reçu le Prix «Autrement VU» décerné par le public lors du 25<sup>ème</sup> FIGRA (Festival International du Grand Reportage d'Actualité et du documentaire de société) qui se tenait à Saint-Omer du 20 au 25 mars. Cette production ZED, pour téva, a été diffusée le 24 février dernier et sera rediffusée le samedi 7 avril à 22h35. Ce documentaire nous plonge dans l'intimité d'un couple qui se bat pour avoir un enfant. «Quand ZED est venu nous parler du projet de Raphaëlle Catteau, la réalisatrice, de raconter son histoire comme cela n'avait encore jamais été fait : au jour le jour, avec son téléphone portable, sans fard, on a décidé de la suivre dans cette aventure documentaire étonnante. Et le résultat est formidable !», déclare Catherine Schöfer, DG de téva.

**serieclub : «American Horror Story» saison 6 dès le 18 avril**

La chaîne serieclub propose à partir du 18 avril à 23h45 la diffusion de «American Horror Story : le cauchemar de Roanoke», la 6<sup>ème</sup> saison de la série «American Horror Story».

## Télévision

### «The Americans», la série d'espionnage qui paraît plus actuelle que jamais à l'ère de Trump et de Poutine

Rien de tel que l'effondrement de l'Union soviétique pour mettre sens dessus dessous la sixième et dernière saison de «The Americans», la série d'espionnage qui paraît plus actuelle que jamais à l'ère de Trump et de Poutine.

Joseph Weisberg, ancien officier de la CIA et créateur de la série qui revient mercredi aux Etats-Unis sur la chaîne câblée FX et en France sur Canal+ Séries en simultané, se souvient aujourd'hui avec amusement de la question posée lorsqu'il a présenté son idée, en 2012: «Qui s'intéresse encore aux relations entre Etats-Unis et Russie?».

Depuis, la guerre en Ukraine, la sécession de la Crimée, le conflit syrien et, surtout, l'ingérence russe lors de la campagne présidentielle américaine en 2016 ont fait de la période actuelle la plus tendue entre les deux pays depuis la Guerre froide. Elizabeth et Philip Jennings, les deux héros de «The Americans», vont vivre durant cette dernière saison l'un des ultimes épisodes de cette Guerre froide, à savoir les négociations du traité INF sur les armes nucléaires à portée intermédiaire, en 1987.

La tension qui n'a pas quitté la série depuis le premier épisode reste intacte, portée par le personnage d'Elizabeth (Keri Russell), toujours idéaliste, radicale et intransigeante, quand Philip (Matthew Rhys) a, lui, pris du champ. «C'est de loin mon rôle le plus amusant», a expliqué Keri Russell, dans le podcast «Remote Controlled»

du magazine Variety. «Etre une femme et jouer ce personnage, c'est vraiment cool». «Elle est tellement féroce et résolue», décrit-elle. «Ce ne sont pas les qualités typiques d'un personnage féminin, à part les super-héros». Manipulée, prisonnière d'un conflit entre la ligne réformatrice de Mikhaïl Gorbatchev et les durs de l'appareil communiste et du KGB, Elizabeth s'enfonce, sous les yeux de Philip.

«Tu es incroyable mais ça commence finalement à t'atteindre», lui lance, inquiet, celui qui est né Mischa Semenov. Cette dernière saison est ainsi une nouvelle occasion d'explorer la richesse de cette cellule familiale, d'une simplicité biblique en apparence mais d'une complexité folle en réalité. «Cet univers intense d'espions fait que tous les sentiments d'une relation de long terme (...) explosent comme un feu d'artifice», a résumé Keri Russell, qui vit avec Matthew Rhys. «Ce n'est pas une série d'espions», a estimé Joe Weisberg lors d'une projection à New York. «Ça parle de deux personnes mariées l'une à l'autre et qui se trouvent être des espions». C'est parce que rien n'est jamais anodin dans ce monde de l'espionnage, où tout se lit à deux ou trois niveaux, que les auteurs ont réussi à maintenir l'intérêt de cette série, tout en collant le plus fidèlement possible à la réalité historique.

Aucune autre série n'avait jamais osé ainsi proposer des scènes de plusieurs minutes tournées entièrement en langue étrangère, a fortiori le russe, pour ne pas transiger avec le réalisme. Pour tenir le téléspectateur en haleine, il fallait aussi une bonne dose d'action et, après plus de 60 épisodes, Elizabeth présente aujourd'hui un tableau de chasse qui n'a rien à envier à un James Bond. De ce point de vue, la sixième saison s'annonce aussi comme une apothéose. Nul n'a voulu divulguer quoi que ce soit de l'épilogue, mais Matthew Rhys a feint de craquer: «Tout le monde meurt».

### En bref...

#### FIGRA 2018 : 5 prix pour France Ô

Le Festival International du Grand Reportage d'Actualité et du Documentaire de Société (FIGRA) qui s'est déroulé du 20 au 25 mars au Touquet a décerné 2 prix : le Prix Reporter Sans Frontières et le Prix du Public pour le documentaire «Malaria Business» (70'/ Camera One Télévisions/ Zistoires/ la RTBF) réalisé par Bernard Crutzen. Dimanche 25 mars, le Jury du Festival International du Monde Marin – Galathea 2018 a quant à lui décerné le Prix Galathée d'Or pour le documentaire «Ile Maurice, l'homme qui parlait aux cachalots» (52'/ Le cinquième rêve/ Label Bleu Production/ France TV) réalisé par René Heuzey et Lucile Hochdoerffer. Enfin, la 11ème édition du FILMAR, Festival International du Film de la Mer qui s'est déroulé à Hendaye du 22 au 25 mars a décerné le Prix de la Meilleure Image et le Prix France 3 Aquitaine - Ville d'Hendaye pour le documentaire «Marion Dufresnes, navire des îles extrêmes» (52'/ Plan large Production/ France TV) réalisé par Cécile Clocheret et France Picart.

#### Paramount Channel : la saga «Scary Movie» en avril les mardis à 20h40

Après la saga culte «Scream», place aux parodies avec les 3 premiers volets de «Scary Movie» les mardis à 20h40 en avril sur la chaîne Paramount Channel. Réalisée entre 2000 et 2006 par les frères Wayans et David Zucker, la saga «Scary Movie», parodie des films d'horreur d'Hollywood, dont «Scream», «Sixième sens», «Souviens-toi l'été dernier», «Le projet Blair Witch», «Urban Legend»,... Avec au casting les stars de l'époque : Pamela Anderson, Carmen Electra Charlie Sheen, Leslie Nielsen, Jenny McCarthy, Denise Richards, ...

## Télévision

### National Geographic : Banderas donne chair à Picasso pour la série «Genius Picasso»

Dans les immenses studios de Budapest cernés de neige, Antonio Banderas, cheveux gris et plaqués, donne chair à un Pablo Picasso qui se retourne sur sa longue existence pour la série américaine «Genius Picasso». «Le vieux Picasso regarde sa vie dans le rétroviseur», explique le comédien, originaire de Malaga, comme le peintre espagnol. La série en 10 épisodes qui a donné lieu à une enquête fouillée va «donner une vision plus large de l'homme et de l'artiste», fait-il valoir, le temps d'une pause. Le rythme de travail est soutenu: «après 5 heures de maquillage», l'acteur tourne près de 7 scènes par jour. Entamé en octobre dernier, le tournage s'est déroulé à Paris, Barcelone, Malaga, Budapest et allait bientôt rejoindre Malte. Ken Biller, scénariste en chef de la série attendue le 23 avril en France et le 24 aux États-Unis sur National Geographic, a fait de la vie du maître une épopée du XXe siècle. «Notre boulot est de divertir et de raconter une bonne histoire», souligne-t-il en marge du tournage, en banlieue de Budapest. La gageure était de ne pas trahir la «vérité historique». «Nous nous sommes emparés de la véritable histoire de Pablo Picasso, mort à 92 ans, et en avons tiré du drame, de la tension, de l'émotion et créé du suspense», poursuit-il. «Nos dialogues sont nourris de propos dont on sait qu'ils ont été prononcés par les différents protagonistes», explique-t-il. Toute la série est fondée sur des événements qui ont eu lieu, affirme-t-il, admettant cependant «quelques entorses». «Nous avons pris par exemple la liberté de compresser la durée de certains événements», précise-t-il. Quelques instants plus tard, on tourne une scène censée se dérouler dans l'atelier parisien du 7, rue des Grands-Augustins, où le maître a vécu de 1936 à 1955. Il y a peint sa célèbre toile «Guernica» du nom de la ville basque bombardée par

les nazis en 1937. Dans ce décor planté en 1946, Picasso/Banderas se tient dans la pénombre, devant la fenêtre, regard sombre, plongé dans le vide. Sa jeune compagne, Françoise Gilot, incarnée par la Française Clémence Poésy («Harry Potter») pénètre dans la pièce. Enceinte de ce fils qui s'appellera Claude, elle l'approche et, avec tendresse, interroge son air songeur. Picasso réfléchit à «la création d'un symbole universel». «Tu devrais revisiter tes débuts, tes picadors et tes pigeons», murmure-t-elle. Le peintre donnera jour à sa célébrité colombe adoptée par le Mouvement de la paix en 1949. Françoise Gilot, peintre elle-même, «savait dès le début que sa relation avec Picasso serait une catastrophe (...) mais l'aventure de la catastrophe était plus excitante qu'une vie bien rangée», souligne la comédienne. «Et quand la situation n'a plus correspondu à la façon dont elle entendait vivre, elle a quitté Picasso». La ressemblance de Banderas est époustouflante. J'ai vraiment l'impression d'avoir vu rentrer Antonio à l'intérieur de Picasso (...) il a grandi avec cette figure-là, c'est très émouvant de le voir faire ce trajet», confie l'actrice. Anthony Hopkins l'avait incarné au cinéma dans «Surviving Picasso» de James Ivory en 1996. Le jeune Pablo est joué par un Alex Rich («True Detective») bluffant, sur un plateau voisin où, le mythique atelier du Bateau Lavoir à Montmartre, a été recréé, taché de peinture, envahi de pinceaux et de toiles de sa période rose comme «La famille des saltimbanques». L'action se situe en 1905, Pablo peint le portrait de son amie l'écrivaine américaine Gertrude Stein, jouée par Tracee Chimo («Orange is the new black»), très convaincante. Sa maîtresse de l'époque Fernande Olivier, incarnée par Aisling Franciosi («The Fall»), assiste à la naissance de l'oeuvre. Cette toile cubiste avait requis quatre-vingt-dix séances de pose pour un résultat qui ne satisfaisait pas l'artiste. Plus tard, à quelqu'un qui contestait la ressemblance du portrait, raconte Ken Biller, «Picasso avait répliqué cette fameuse phrase : «vous verrez elle finira par lui ressembler !»».

### En bref...

Spotify prévoit un ralentissement de son chiffre d'affaires pour 2018

Spotify, numéro un mondial de la musique en streaming, a annoncé lundi prévoir un ralentissement de son c.a. pour 2018, à quelques jours de son entrée à la bourse de New-York. Le groupe suédois s'attend à un c.a. en hausse de 20 à 30%, entre 4,9 et 5,3 milliards d'euros en 2018. Cette croissance est toutefois inférieure à celle de 2017 (+38%) et 2016 (+53%), freiné notamment par des effets de change défavorables. Spotify ne fournit pas de prévisions pour son résultat net mais il n'a jamais réussi à être rentable depuis sa création en 2008. Spotify prévoit néanmoins de ramener sa perte opérationnelle entre 230 et 330 millions, contre 378 en 2017. Sa priorité à court terme est son nombre d'abonnés que le diffuseur entend faire croître en 2018: elle escompte un nombre total d'abonnés compris entre 92 et 96 millions, soit une hausse de 30 à 36% par rapport à 2017. La plateforme musicale revendiquait fin 2017, 71 millions d'abonnés payants et de 159 millions d'utilisateurs actifs. Le service d'écoute de musique en ligne combine une offre payante, qui lui rapporte 90% de ses revenus, et une autre gratuite, qui oblige à écouter des publicités, mais qui est un bon moyen d'attirer de nouveaux utilisateurs. Le géant suédois fera son entrée à la cote de la Bourse de New York le 3 avril.

France 3 : «Meurtres à Omaha beach» en tournage

France 3 tourne du 26 mars au 19 avril 2018 à Caen et ses environs de la fiction policière de 90' «Meurtres à Omaha beach» (Fit Production) avec Claire Borotra, Michel Jonasz et Claire Chazal. La Capitaine Eloïse Gentil, de la section de recherches de Caen, et Robert Gentil, son père, historien, fâchés depuis 20 ans, sont réunis pour une enquête.

## Internet

### Données personnelles: Facebook ne parvient pas à enrayer sa chute

Accusé de ne pas protéger suffisamment les données de ses utilisateurs et malgré de nouvelles excuses, Facebook ne parvient pas à enrayer sa chute à Wall Street, relancée lundi par l'annonce d'une enquête aux Etats-Unis. Le régulateur américain du commerce (Federal Trade Commission, FTC) a en effet indiqué examiner les pratiques du groupe en matière de données privées, ce qui a immédiatement fait plonger le titre jusqu'à -5%. Vers 17h50 GMT, il reculait encore de 2,70% à 155,12 dollars. Depuis la révélation de l'utilisation par la firme britannique Cambridge Analytica (CA) des données privées de 50 millions d'utilisateurs du réseau social à des fins politiques, Facebook a perdu environ 90 milliards de dollars de capitalisation boursière. «La FTC est fermement et entièrement décidée à utiliser tous les outils dont elle dispose pour protéger la vie privée des consommateurs», a indiqué l'organisme. Le régulateur veut notamment savoir si Facebook a violé un accord amiable qu'ils ont signé en 2011, le réseau social étant alors accusé d'avoir «trompé» les consommateurs en leur disant à tort que leurs données étaient confidentielles alors qu'il les avait «partagées» de façon «répétée». «Les entreprises qui ont conclu un accord avec la FTC doivent aussi se conformer aux règles (de la FTC) sur la protection et la sécurité des données personnelles», a précisé lundi le régulateur en guise d'avertissement. Cet accord amiable contenait 8 points contre Facebook, qui s'était engagé à l'époque à changer ses pratiques notamment en recueillant l'accord explicite des utilisateurs concernant l'usage de leurs données et en ne faisant plus de déclarations trompeuses sur la confidentialité des données. Plus précisément, la FTC pointait le problème des applications tierces auxquelles on accède via son compte Facebook. C'est une application de ce type qui a permis à CA de mettre la main sur les données des utilisateurs. Alors que Facebook

prétendait que ces applications externes n'accédaient qu'à une quantité limitée de données, «en réalité, ces applis pouvaient accéder à toutes les données personnelles de l'utilisateur», accusait la FTC en 2011. La semaine dernière, le patron de Facebook Mark Zuckerberg a expliqué avoir - en 2014 - «modifié entièrement la plate-forme pour limiter de façon très importante la quantité de données auxquelles pouvaient accéder ces applications» tierces. Le réseau social aux plus de 2 milliards d'utilisateurs dans le monde s'exposerait à des amendes s'il était démontré qu'il a enfreint l'accord amiable de 2011. Il a aussi dû s'expliquer dimanche après l'affirmation par le magazine spécialisé «Ars Technica» que le groupe collectait aussi des informations sur les SMS et les appels d'utilisateurs de certains smartphones fonctionnant sous Android, le système mobile de Google. Sur son blog, Facebook a reconnu qu'une fonction optionnelle permettait en effet à certaines applications, comme son propre service de messagerie Messenger, d'accéder à la liste des contacts de l'utilisateur. Cette fonction «nous permet aussi d'utiliser des informations comme le moment où un appel ou un SMS a été passé ou reçu», a écrit Facebook, assurant qu'il «ne collecte pas le contenu des appels ni des SMS». «Vos informations sont conservées en toute sécurité et nous ne vendons pas ces informations à des tiers», a assuré le groupe. Facebook fait face depuis plus d'une semaine à des enquêtes et des critiques tous azimuts, essentiellement en Europe et aux Etats-Unis. Le très influent sénateur républicain Chuck Grassley a annoncé lundi une audition le 10 avril sur la protection des données, à laquelle il a convié non seulement Mark Zuckerberg mais aussi Sundar Pichai (Google) et Jack Dorsey (Twitter). Facebook s'est offert une pleine page de publicité dimanche dans la presse britannique et américaine pour présenter de nouveau des excuses. Le scandale pourrait coûter très cher au groupe, dont le modèle économique est basé sur les données personnelles qui permettent aux annonceurs de cibler au plus près leurs messages.

### En bref...

#### France TV: appel à la grève mercredi 4 avril contre un licenciement contesté

Les syndicats SNJ, CFDT, CGT et FO de France Télévisions ont déposé un préavis de grève pour le mercredi 4 avril, afin que le groupe revienne sur le licenciement d'un journaliste de France 3, ont-ils annoncé lundi. Ces quatre organisations appellent tous les salariés du groupe public à cesser le travail ce jour là, pour que «la direction annule le licenciement prononcé contre Jean-Marc Pitte» en février, selon un communiqué publié lundi. D'après ces syndicats, M. Pitte, ancien président de la Société des journalistes de la rédaction nationale de France 3 et qui était affecté à France 3 Rouen, a été licencié sans «motifs valables», les «ubuesques» raisons invoquées étant une «entorse supposée au Code de la route puisque sans contravention», accompagnée d'une «controverse avec son rédacteur en chef». Ces quatre organisations syndicales estiment en outre que ce licenciement a «mis au jour la soumission intolérable de la direction à des pressions politiques locales».

#### France 5 primée à la 30ème Fête Européenne de l'Image Sous-Marine et de l'Environnement 2018

La 30ème édition de la Fête Européenne de l'Image Sous-Marine et de l'Environnement (FEISME) qui s'est déroulée les 16-17-18 mars 2018 à Strasbourg a décerné à France 5 le prix du Trophée de bronze vidéo pour «Malawi - Une route pour Phirilongwe» (52' / Kwanza), l'un des épisodes de la collection «Celle qui va tout changer». Sans eau, un village se rassemble et construit la route qui permettra l'arrivée d'une foreuse de puits. Ce film réalisé par Jean-Michel Corillion sera diffusé sur France 5, le 23 avril en journée.

## Internet

### Cambridge Analytica: l'Union des annonceurs demande des explications à Facebook

L'Union des annonceurs, qui représente plus de 1.000 marques en France, a demandé des explications à Facebook, après une vaste polémique autour de l'utilisation de données privées issues du réseau social par la société Cambridge Analytica.

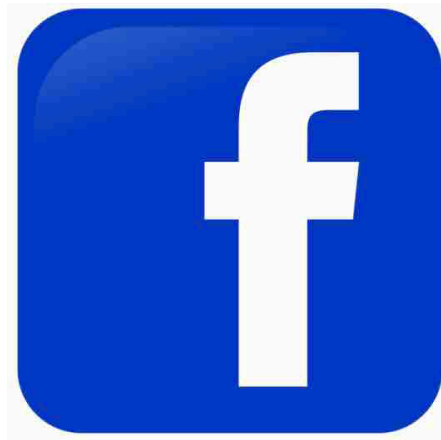
A la suite de ces révélations, certains annonceurs «ont décidé de suspendre, par précaution, leurs investissements publicitaires» destinés à Facebook, précise l'organisation dans un communiqué publié lundi.

L'Union des annonceurs a «sollicité une rencontre immédiate avec Facebook afin d'obtenir des explications sur les liens éventuels entre les données qui ont fait l'objet des fuites et celles collectées par la plateforme au travers de ses activités publicitaires».

Le responsable de Facebook pour l'Europe du Sud, Laurent Solly, a accepté une rencontre jeudi avec l'UDA et des annonceurs, ces derniers se montrant «très déçus et inquiets», selon les termes de l'organisation.

Le groupe californien est dans la tempête depuis les révélations il y a plus d'une semaine sur les pratiques de la société Cambridge Analytica (CA), accusée d'avoir récupéré à leur insu les données de 50 millions d'utilisateurs de Facebook et de les avoir utilisées pour peser dans la campagne présidentielle de Donald Trump en 2016.

Le régulateur américain du commerce



(FTC) a confirmé lundi qu'il avait ouvert une enquête sur la protection des données privées par Facebook faisant à nouveau plonger le titre du groupe fondé par Mark Zuckerberg.

Le consommateur «doit pouvoir choisir et contrôler l'utilisation de ses données à tout moment», insiste Etienne Lecomte, président de l'Union des annonceurs, cité dans le communiqué.

«L'UDA, en lien avec la Fédération mondiale des annonceurs (World Federation of Advertisers- WFA), travaille à la réalisation d'un écosystème qui place le consommateur au coeur des préoccupations de tous», dans le cadre de l'application de la nouvelle réglementation européenne sur les données personnelles, ajoutait-il.

Les marques «espèrent que les plateformes participeront à ce nouvel écosystème en prenant les responsabilités qui leur incombent compte tenu du volume important de données qu'ils traitent et de leurs positions fortes sur le marché publicitaire», conclut M. Lecomte

### En bref...

RMC/ football : match amical Russie/ France ce mardi 27 mars en direct

Mardi 27 mars, dès 17h30, RMC propose une soirée spéciale «Coupe du Monde 2018» à l'occasion des sept matchs amicaux dans le cadre de la préparation de ce mondial de football. Toute la Dream Team Foot (Christophe Dugarry, Jean-Michel Larqué, Jean-Louis Tourre, Gilbert Brisbois, Emmanuel Petit, Rolland Courbis ...) de RMC et les envoyés spéciaux en direct des stades sont mobilisés pour analyser, commenter et décrypter les différentes rencontres. A noter que la rencontre Russie / France sera commentée par Jean Resseguié. Pour rappel, la station RMC est la radio diffuseur de la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018.

NewImages/ Forum des images/ Ina : spectacle d'hologrammes en hommage à Nelson Mandela les 5 et 6 avril 2018

En cette année de célébration du centenaire de la naissance de Nelson Mandela, et dans le cadre de son festival NewImages (4 au 8 avril), le Forum des images a imaginé un hommage inédit du leader sud-africain en choisissant l'une des technologies les plus innovantes, l'hologramme. Cet événement, produit par l'Ina et en association avec TV5MONDE, va immerger le spectateur au coeur du procès historique de Rivonia, en recréant les temps forts de la plaidoirie de Nelson Mandela dans l'enceinte du tribunal de Pretoria. Le spectacle se déroule les 5 et 6 avril dans le décor séculaire de l'église Saint-Eustache que le Forum des images avait déjà choisi, en 2017, pour réaliser un premier spectacle d'hologrammes, dans le cadre de la 2ème édition de son festival dédié aux mondes virtuels.

## Portrait

### La double vie fascinante d'Hedy Lamarr en mai sur PBS

Jadis proclamée «plus belle femme du monde», Hedy Lamarr est surtout connue pour avoir fait scandale avec des scènes dénudées dans les années 1930, pour le célèbre film «Ekstase». La déesse du grand écran aux cheveux de jais, morte au tournant du millénaire à 86 ans, a écrit dans ses mémoires que «n'importe quelle fille peut être séduisante: il faut juste rester sans bouger et avoir l'air stupide». Un nouveau documentaire qui sera diffusé en mai sur la chaîne PBS, «Bombshell: The Hedy Lamarr Story» en anglais, révèle que la beauté sensuelle de l'actrice a éclipsé ses prouesses de scientifique dont une invention a aidé à révolutionner la communication moderne. Lamarr n'a jamais parlé publiquement de sa vie en dehors des films et sa famille pensait que son histoire était morte avec elle, jusqu'à la découverte en 2016 par l'ancien journaliste du magazine «Forbes» Fleming Meeks de plusieurs cassettes d'un entretien datant de 1990, où elle parle de sa vie. «Les gens se font l'idée que je suis une chose stupide. Je n'ai jamais su que j'étais jolie pour commencer, (...)», raconte-t-elle. «Mais, quoiqu'il en soit, les inventions c'est facile pour moi». Immigrée autrichienne juive ayant inventé un système de communication pour aider à vaincre les nazis, Lamarr a été ignorée pour ses découvertes et incitée à vendre des baisers pour acheter des emprunts obligataires afin de financer l'effort de guerre. Ce n'est qu'à la fin de sa vie que les pionniers de la technologie moderne ont découvert que son concept était toujours utilisé pour sécuriser le wifi, les GPS et la technologie Bluetooth. Née Hedwig Eva Maria Kiesler à Vienne en 1913, Lamarr s'intéresse toute jeune à la mécanique et bricole souvent. Remarquée par un réalisateur autrichien lorsqu'elle était adolescente, elle acquiert une renommée mondiale après avoir tourné dans le

film tchèque de 1933, «Ekstase», une des 1<sup>ères</sup> approches de l'érotisme au cinéma. On l'y voit seins nus et elle simule un orgasme, ce qui fit scandale. Le pape Pie XI critique le film, Hitler l'interdit et les scènes polémiques ont été expurgées de la plupart des versions européennes et américaines. Elle épouse le millionnaire de l'armement Fritz Mandl, se retrouvant à recevoir de grands dirigeants d'entreprise, des artistes ou des hommes politiques dont Hitler lui-même. Mais lassée de son rôle d'épouse décorative, elle s'enfuit pour Paris, Londres, puis Hollywood. Elle a du mal à obtenir des rôles importants - même si elle est célèbre pour avoir refusé celui d'Ingrid Bergman dans «Casablanca». Elle se retrouve alors abonnée aux rôles de tentatrice dans des films comme «Casbah» (1938), «La dame des tropiques» (1939) ou «Tortilla Flat» (1942). Lamarr continue en parallèle à s'intéresser aux sciences et, en 1941, elle dépose avec un compositeur d'avant-garde, George Antheil, un brevet de «saut de fréquence», par lequel un transmetteur radio et son receveur passent d'une fréquence à l'autre pour éviter au signal d'être intercepté. Leur trouvaille visait à permettre aux radios des navires de guerre américains de ne pas être brouillées par les bateaux allemands. Une idée tellement novatrice que la marine américaine n'en a pas immédiatement saisi l'importance. Aujourd'hui, le saut de fréquences est le fondement de communications sûres et rapides dans l'espionnage et l'armée, la téléphonie mobile et internet. «A une autre époque, elle aurait très bien pu devenir une scientifique. C'est une option qui a pâti de sa grande beauté», estime Jeanine Basinger, historienne du cinéma. Dans «Samson et Dalila» (1949) de Cecil B. DeMille, Hedy Lamarr joue la femme fatale la plus célèbre du monde et connaît son plus grand succès au box-office. Sa carrière plonge ensuite rapidement. Elle a finalement été honorée en 1997 comme inventeuse, recevant un prix de la Fondation américaine Electronic Frontier pour sa contribution à la société.

### En Bref...

ARTE : «Eugène Delacroix, d'Orient et d'Occident» le 1er avril

A l'occasion de la rétrospective consacrée à Eugène Delacroix au Musée du Louvre du 29 mars au 23 juillet, ARTE propose dimanche 1er avril à 16h20, un documentaire-fiction inédit retraçant notamment le voyage du peintre au Maroc: «Eugène Delacroix, D'Orient et D'Occident» (ARTE France, Illégitime Défense, 2M) d'Arnaud Xainte. Dans cette découverte éblouie de l'Orient, il puisa l'inspiration de ses tableaux les plus emblématiques, œuvres fondatrices d'une nouvelle tendance picturale : l'Orientalisme.

Le Club de la Presse de Grenoble récompense le webdocumentaire de France 24 «Si je reviens un jour»

«Si je reviens un jour» les lettres retrouvées de Louise Pikovsky, le webdocumentaire de France 24 signé Stephanie Trouillard, a reçu le Prix «Journalisme et Société : discriminations, inégalités, racisme et antisémitisme, Comment traiter ces enjeux sociétaux ?» remis par le Club de la Presse de Grenoble ce vendredi 23 mars. Cette première édition du Prix était organisée autour du thème «Mobilisés contre le racisme et l'antisémitisme». En 2010, lors d'un déménagement au sein du lycée Jean-de-La-Fontaine, à Paris, des lettres et des photographies ont été trouvées dans une vieille armoire. Enfouis là depuis des dizaines d'années, ces documents appartenaient à une ancienne élève, Louise Pikovsky. Plusieurs mois durant, cette jeune lycéenne a correspondu avec sa professeure de lettres. Informée de cette découverte, Stéphanie Trouillard, journaliste de France 24, a prêté main forte à Khalida Hatchy, une professeure de l'établissement qui souhaitait reconstituer le parcours de cette jeune fille.

## Récompenses

### France tv distribution : le documentaire «Malaria Business» primé au FIGRA 2018

Le FIGRA (Festival International du Grand Reportage d'Actualité et du Documentaire de Société), qui a pour objectif de défendre une télévision de qualité en mettant en lumière des films qui nous aident à mieux comprendre le monde qui nous entoure, a décerné deux prix au documentaire «Malaria Business» sélectionné en «compétition internationale (+ de 40')». Le dimanche 25 mars, le Jury du FIGRA, qui s'est déroulé du 20 au 25 mars à Saint-Omer, a en effet décidé d'attribuer le Prix Reporter sans frontières pour les droits humains en hommage à Olivier Quemener ainsi que le Prix du public au film «Malaria Business» (70'/ Caméra One Télévision/ Zistoires/ la RTBF-unité documentaire). France

tv distribution annonce dans un communiqué de presse d'être fier de compter ce documentaire dans son line-up et de l'accompagner dans la distribution à l'international. En 2017, la maladie continue de tuer un enfant toutes les deux minutes ; le parasite qui la provoque devient résistant à la plupart des médicaments, les moustiques développent des stratégies pour contourner les insecticides, et le vaccin promis pour 2018 ne serait finalement efficace que dans 30% des cas. Pendant ce temps-là, des chercheurs, en majorité africains, révèlent qu'une simple tisane d'Artemisia peut prévenir et soigner le paludisme avec une réelle efficacité. Utilisée en Chine depuis 2.000 ans, cette plante est pourtant déconseillée par l'OMS et interdite en France et en Belgique... Le documentaire poignant qui dénonce l'étonnant business de la lutte contre la malaria vient d'être lancé à la vente à l'international par France tv distribution. Il suscite d'ores et déjà un vif intérêt, précise France tv distribution dans son communiqué.

## Récompenses

### Nova Production récompensée au FIGRA 2018 pour le reportage «Rohingyas, l'exode»

Nova Production a remporté, ce weekend, lors de la 25ème édition du FIGRA, Festival international du grand reportage d'actualité et du documentaire de société - qui se tenait du 20 au 25 mars 2018 à Saint-Omer (Pas-de-Calais), le Grand Prix FIGRA 2018, dans la catégorie «moins de 40 minutes» pour «Rohingyas, l'exode» (24'/ Nova Production/ ARTE GEIE), un reportage de Gwenlaouen Le Gouil, diffusé dans «ARTE Reportage» le 7 octobre 2017. A l'été 2017, l'armée birmane attaque de nombreux villages rohingyas dans l'État du Rakhine,

à l'ouest du pays. Cette minorité musulmane, persécutée, est victime, selon l'ONU, «d'épuration ethnique». Des villages entiers sont brûlés, on compte des milliers de morts et 650.000 réfugiés qui fuient vers le Bangladesh voisin. C'est au plus fort de l'exode que Gwenlaouen Le Gouil a rencontré Noor Mohamed et sa famille qui venaient de traverser, sur une pirogue, la rivière Naf, frontière entre la Birmanie et le Bangladesh. Ils avaient tout laissé derrière eux et arrivaient dans un immense camp de réfugiés démunis. Lauréat du Prix Albert-Londres en 2007, Gwenlaouen Le Gouil est grand reporter et réalisateur. Début 2018, Gwenlaouen Le Gouil a réalisé la suite du premier reportage avec un deuxième volet intitulé «Bangladesh : enfants rohingyas, la double peine». Le film a été diffusé en février dernier dans «ARTE Reportage» (36').

## En bref...

### FranceTV Publicité génère 233.750 euros de CA Pub en faveur du Sidaction

FranceTV Publicité et ses partenaires annoncent dans un communiqué de presse être heureux d'accompagner le Sidaction. La commercialisation de 2 écrans publicitaires sur France 2 et France 3 a permis de récolter 233.750 euros nets HT, intégralement reversés au Sidaction. Un montant en progression de +70% par rapport à 2017. Voici les 9 annonceurs qui se sont associés à cette cause : Banque Populaire, Carrefour, E.LECLERC, GMF, La Poste, MAIF, Renault, Saupiquet, et Unilever. FranceTV Publicité est la régie publicitaire du groupe France Télévisions, qui totalise 28,3% de pda TV en France (soit 31 millions de téléspectateurs quotidiens en moyenne), une audience digitale de 25,9 millions de VU mensuels et 543 millions de vidéos vues par mois sur toutes ses plateformes numériques (france.tv, réseaux sociaux, partenaires).

### HSITOIRE : cycle «La guerre de 100 ans» dès le 16 avril

Tous les lundis du 16 au 30 avril à 20h40, la chaîne HISTOIRE proposera un cycle inédit «La guerre de 100 ans» (3x52'). Il y a 700 ans, nos classes dirigeantes anglaises et françaises étaient liées par des valeurs, une culture et une langue commune, enfermées dans un mariage qui aura duré 300 ans. Mais au milieu du XIVe siècle, ce mariage vole en éclat. S'ensuit le divorce le plus long et le plus sanglant de toute l'histoire avec en toile de fond, une révolution pleine de bruit et de fureur. L'historienne Janina Ramirez nous plonge dans les splendeurs du monde médiéval et nous raconte l'histoire d'une guerre qui aura duré plus de 100 ans, quand la modeste Angleterre osa défier la grande puissance française.

## Aujourd'hui dans le monde

### A 3 mois des élections, le Mexique redouble d'efforts contre les «fake news»

Un candidat accusé de liens avec le narcotrafic, la Russie soupçonnée de vouloir influencer le scrutin: à l'approche des élections générales du 1er juillet, le Mexique redouble d'efforts pour contrer l'afflux de fausses informations sur internet. «Nous voulons que ce soit la campagne avec le plus d'information et de transparence», assure Enrique Andrade, membre du conseil d'administration de l'Institut national électoral (INE). Le défi est énorme, après le précédent de l'élection américaine de 2016, entachée par la multiplication de «fake news» et les accusations d'ingérence russe. La campagne démarre le 30 mars mais le ton a été donné dès février lors de la visite au Mexique du secrétaire d'Etat américain Rex Tillerson, qui a lancé: «Nous savons que la Russie pose ses empreintes sur un certain nombre de pays dans le monde. (...) Le Mexique devrait faire attention». Ses déclarations faisaient écho aux informations de presse évoquant un trafic inhabituel depuis la Russie sur le site de l'INE pour l'enregistrement des votants à l'étranger, ce qui laissait craindre une ingérence dans les élections. Interrogé, M. Andrade affirme qu'il n'y a «aucune alerte» de trafic anormal depuis Moscou. Mais par précaution, l'organisme a renforcé son système informatique. Autre initiative de l'institution: une série d'alliances, inédites, avec Facebook, Twitter et Google, tout 3 critiqués pour leur laxisme face aux fausses informations. «Nous allons demander à tous les réseaux sociaux de nous laisser diffuser l'information officielle» sur leur plateforme, explique M. Andrade. Le premier accord signé avec Facebook prévoit d'y diffuser débats présidentiels et résultats officiels, mais n'évoque ni les fausses nouvelles ni les influences

étrangères. Contacté, Facebook ne souhaite pas commenter. En pleine polémique autour de la filtration de données personnelles par Facebook, l'INE a tenu à rassurer cette semaine: non, cet accord n'implique pas le partage d'«informations personnelles des Mexicains» avec le réseau social, a affirmé son président. M. Andrade est optimiste, pour ces géants de l'internet, «cette élection les intéresse beaucoup après ce qui s'est dit aux Etats-Unis», ils sont donc «très intéressés par l'idée de coopérer et respecter la loi». Facebook, Twitter et Google ont rejoint le projet #Verificado2018, alliance de 60 médias mexicains, universités et associations destinée à détecter le détournement ou la fabrication d'informations. Mais pour Ivan Silva, du cabinet de communication politique Heuristica, le risque est que tout discours officiel soit submergé par le torrent d'intox, particulièrement chez les jeunes, plus enclins à croire internet que le gouvernement. Selon Heuristica, 40% des électeurs ont 18 à 34 ans: «Il passent 3 heures (par jour) face à la tv et 8 heures face aux réseaux sociaux», souligne Ivan Silva. La principale cible des vidéos truquées, des messages mensongers ou des calomnies est le favori des sondages, Andrés Manuel Lopez Obrador, du parti Morena. C'est un travail «de professionnels, financé avec beaucoup d'argent et donc cela ne laisse pas de trace» permettant d'identifier les auteurs, note Jesus Ramirez, responsable des réseaux sociaux de Morena. Sur le site Pejeleaks.org, qui s'est donné pour mission de révéler au monde la «facette la plus sombre et inconnue» du candidat, 2 articles, accompagnés de vidéos à la mise en scène dramatique, accusent deux proches de M. Lopez Obrador, sans fournir ni preuves ni sources, de blanchiment d'argent. La page Facebook «Morenarcos» promet, elle, de démontrer les liens du politicien avec le narcotrafic. A l'INE, M. Andrade admet qu'«il est très compliqué» pour les autorités d'empêcher ces messages. Pour le communicant politique Roberto Morris, la législation mexicaine stimule le recours à internet et à l'anonymat.

### En bref...

**Group Vivendi Africa lance au Togo son offre internet Très Haut Débit en FTTH, CANALBOX**

Group Vivendi Africa (GVA), nouvel acteur sur le marché des télécommunications en Afrique, lançait vendredi au Togo son offre internet Très Haut Débit en FTTH, CANALBOX. GVA investit dans son propre réseau et en assure la construction et l'exploitation. Le Très Haut Débit à destination du grand public et des entreprises va révolutionner l'accès à internet en Afrique. Déjà disponible à Libreville et Lomé, le réseau FTTH CANALBOX sera déployé prochainement dans plusieurs autres métropoles d'Afrique. GVA bénéficie ainsi de l'expertise du groupe CANAL+ en Afrique. «Ce partenariat avec GVA constitue une très belle opportunité pour CANAL+ de pouvoir proposer une offre complète de produits et services intégrant désormais des offres internet Très Haut Débit avec CANALBOX», déclare David Mignot, Directeur Général de CANAL+AFRIQUE.

**HF Company : retour à l'équilibre dès le 2ème semestre**

L'année 2017 a été marquée par le retour à un niveau normatif après la très forte croissance de 2016 générée principalement par le lancement de la TNT Haute Définition en France, annonce un communiqué de presse du groupe HF Company, intégrateur de solutions technologiques dans l'univers de la maison connectée. Le chiffre d'affaires s'est établi à 42,6 Million d'euros contre 67,6 M€ en 2016, en retrait de 37%. L'activité Home Digital a enregistré un chiffre d'affaires de 24 M€ (56% du chiffre d'affaires du Groupe) et le pôle Digital Broadband de 18,6 M€ (44% du chiffre d'affaires total).

# AUDIENCES DIMANCHE 25 MARS 2018

Source Médiamétrie

## ACCESS

Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

<b>TF1</b>	SEPT A HUIT   MAGAZINE	3 723 000	22,70%
<b>2</b>	19H LE DIMANCHE   MAGAZINE	1 492 000	8,20%
<b>3</b>	19-20 JOURNAL REGIONAL   JOURNAL REGIONAL	1 834 000	10,80%
<b>CANAL+</b>	CANAL FOOTBALL : CLUB 1ERE PARTIE   MAGAZINE	666 000	3,70%
<b>5</b>	C POLITIQUE \ PHILIPPE CLAUDEL   MAGAZINE	698 000	4,00%
<b>6</b>	66 MINUTES GRAND FORMAT   MAGAZINE	2 142 000	12,80%
<b>arte</b>	CUISINES DES TERROIRS \ LA DALMATIE DU SUD   DOCUMENTAIRE	344 000	1,90%
<b>G 8</b>	LE WARM UP   MAGAZINE	455 000	2,80%
<b>W9</b>	KAAMELOTT : L'INTEGRAAL   HUMOUR	358 000	2,10%
<b>TMC</b>	LES MYSTERES DE L'AMOUR   SERIE	463 000	2,50%
<b>TFX</b>	SUPER NANNY   DOCUMENTAIRE	298 000	1,50%

<b>NRJ</b>	SOS : MA FAMILLE A BESOIN D'AIDE   MAGAZINE	195 000	0,90%
<b>4</b>	SKAM FRANCE   SERIE	40 000	0,20%
<b>G STAR</b>	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES   DOCUMENTAIRE	217 000	1,20%
<b>Gulli</b>	C'EST PAS SORCIER   MAGAZINE	260 000	1,20%
<b>TF1 SERIES FILMS</b>	NOS CHERS VOISINS   SERIE	287 000	1,40%
<b>6ter</b>	EN FAMILLE   SERIE	352 000	2,10%
<b>25</b>	LA LOI DES ROCHEUSES   DOCUMENTAIRE	217 000	1,10%
<b>RMC</b>	AUSTRALIE EXPRESS   DOCUMENTAIRE	190 000	1,00%
<b>Chérie 25</b>	CLOSE TO HOME - JUSTE CAUSE   SERIE	271 000	1,50%

## PRIME

Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

<b>TF1</b>	LE NOUVEAU STAGIAIRE   FILM	6 326 000	27,20%
<b>2</b>	CAPITAINE PHILLIPS   FILM	2 238 000	9,50%
<b>3</b>	LES ENQUETES DE MORSE   SERIE	3 138 000	12,40%
<b>5</b>	MAI 68 : LES COULISSES DE LA REVOLTE   DOCUMENTAIRE	1 108 000	4,40%
<b>6</b>	CAPITAL \ EQUIPER SA MAISON   MAGAZINE	2 880 000	12,00%
<b>arte</b>	LES QUATRE FILS DE KATIE ELDER   FILM	1 279 000	5,20%
<b>G 8</b>	LA DILETTANTE   FILM	622 000	2,80%
<b>W9</b>	PRET A TOUT   FILM	341 000	1,40%
<b>TMC</b>	LES EXPERTS MIAMI \ LA DERNIERE SEANCE   SERIE	596 000	2,30%
<b>TFX</b>	LARGO WINCH   FILM	461 000	1,90%

<b>NRJ</b>	LES GRANDES HISTOIRES   MAGAZINE	171 000	0,70%
<b>4</b>	OSCAR   FILM	506 000	2,00%
<b>G STAR</b>	CHICAGO FIRE \ ETRE LA L'UN POUR L AUTRE   SERIE	353 000	1,40%
<b>Gulli</b>	C'EST PAS SORCIER \ DE L'HYDRAVION AUX CANADAIS   MAGAZINE	179 000	0,70%
<b>TF1 SERIES FILMS</b>	L'EFFACEUR   FILM	856 000	3,50%
<b>6ter</b>	X-MEN : L'AFFRONTEMENT FINAL   FILM	624 000	2,60%
<b>25</b>	OMAR M'A TUER   FILM	195 000	0,80%
<b>RMC</b>	AUSCHWITZ : LES NAZIS ET LA SOLUTION FINAL   DOCUMENTAIRE	324 000	1,30%
<b>Chérie 25</b>	UNE FEMME D'HONNEUR \ LES LIENS DU SANG   SERIE	407 000	1,60%

## NIGHT

Nombre de téléspectateurs

En part d'audience

<b>TF1</b>	ESPRITS CRIMINELS \ LA FACE CACHEE DU DIABLE   SERIE	1 407 000	14,50%
<b>2</b>	FAITES ENTRER L'ACCUSE \ STEVEN DAUBIOL   MAGAZINE	972 000	10,30%
<b>3</b>	LES ENQUETES DE MORSE \ LES GARCONS PERDUS   SERIE	1 465 000	9,20%
<b>5</b>	ENTRE DEUX MAI 1968-1981 : LES ARTISTES ET LA POLITIQUE   DOC	532 000	2,90%
<b>6</b>	ENQUETE EXCLUSIVE \ NATIONALISME ET TRADITIONS   MAGAZINE	1 116 000	11,20%
<b>arte</b>	JAYNE MANSFIELD : LA TRAGEDIE D'UNE BLONDE   DOCUMENTAIRE	436 000	3,10%
<b>G 8</b>	HERITAGE DE JOHNNY : LA GUERRE DES CLANS   DOCUMENTAIRE	349 000	4,40%
<b>W9</b>	RELOOKING EXTREME   VARIETES	196 000	1,40%
<b>TMC</b>	LES EXPERTS MIAMI \ TOUS LES COUPS SONT PERMIS   SERIE	528 000	2,20%
<b>TFX</b>	CHRONIQUES CRIMINELLES   MAGAZINE	170 000	1,70%

<b>NRJ</b>	LES GRANDES HISTOIRES   MAGAZINE	127 000	1,00%
<b>4</b>	LE TATOUE   FILM	316 000	1,90%
<b>G STAR</b>	CHICAGO FIRE \ LES CENT ANS DU MOLLY'S   SERIE	372 000	1,50%
<b>Gulli</b>	C'EST PAS SORCIER \ POURQUOI LES REQUINS ATTAQUENT   MAG	141 000	0,50%
<b>TF1 SERIES FILMS</b>	MARINE 5   TELEFILM	431 000	4,50%
<b>6ter</b>	X-MEN   FILM	424 000	4,10%
<b>25</b>	BATTLE ROYALE   FILM	114 000	0,90%
<b>RMC</b>	AUSCHWITZ : LES NAZIS ET LA SOLUTION FINAL   DOC	328 000	1,40%
<b>Chérie 25</b>	UNE FEMME D'HONNEUR \ COMPLICITÉ DE VIOL   SERIE	245 000	2,20%

## AUTRES TV

En part d'audience

83,80%

16,20%

# PART D'AUDIENCE

## HEBDOMADAIRE EN PRIME

Source Médiamétrie

	M	L	M	M	J	V	S	D
					1	2	3	4
a	5	6	7	8	9	10	11	
r	12	13	14	15	16	17	18	
s	19	20	21	22	23	24	25	
	26	27	28	29	30	31		



**TF1**

Lun	CLEM \ NOUVEAU DEPART	20,00%
Mar	L'ARME FATALE \ FAUSSES NOTES EN COULISSES	19,60%
Mer	GREY'S ANATOMY \ APPARENCES TROMPEUSES	16,90%
Jeu	SECTION DE RECHERCHES	25,20%
Ven	LES AVENTURIERS DE KOH-LANTA	18,90%
Sam	THE VOICE, LA PLUS BELLE VOIX	26,30%
Dim	LE NOUVEAU STAGIAIRE	27,20%

**2**

RIZZOLI AND ISLES \ MOTARDS ET MITARD	13,70%
TOUT LE MONDE JOUE AVEC LA LANGUE FRANCAISE	11,20%
LE REVE FRANCAIS \ 1ERE PARTIE	7,80%
ENVOYE SPECIAL	8,70%
CAIN \ JARDIN SECRET	12,70%
TOUJOURS ENSEMBLE : "NOTRE RAISON D'ETRE"	6,30%
CAPITAINE PHILLIPS	9,50%

**3**

THALASSA	12,20%
LA STAGIAIRE \ LIBERTE PROVISOIRE	18,30%
PEDOPHILIE, UN SILENCE DE CATHEDRALE	6,00%
HAPPY VALLEY	7,20%
L'AGE D'OR DES VARIETES - LES CARPENTIER	12,70%
LES DISPARUS DE VALENCIENNES	20,80%
LES ENQUETES DE MORSE	12,40%

**5**

Lun	BIRDY	2,60%
Mar	SAINT LOUIS : LE ROI DISPERSE	4,10%
Mer	THYROIDE, L'EFFET PAPILLON	4,90%
Jeu	LA GRANDE LIBRAIRIE	2,00%
Ven	LA MAISON FRANCE 5	3,00%
Sam	ECHAPPEES BELLES	4,20%
Dim	MAI 68 : LES COULISSES DE LA REVOLTE	4,40%



RED 2	14,50%
LE MEILLEUR PATISSIER \ SPECIALE CELEBRITES	10,80%
TOP CHEF	12,10%
SCORPION \ HAKUNA MATATA	9,50%
MAC GYVER - 2016 - FAITES VOS JEUX	8,90%
HAWAII 5-0	11,00%
CAPITAL \ EQUIPER SA MAISON	12,00%

**arte**

FATALE	3,20%
INTERPOL : UNE POLICE SOUS INFLUENCE	1,70%
TALONS AIGUILLES	4,30%
J'AI 2 AMOURS \ EPISODE PILOTE	3,00%
NE ME DIS RIEN	2,30%
JOSEPHINE DE BEAUHARNAIS, ...	2,90%
LES QUATRE FILS DE KATIE ELDER	5,20%

**G8**

Lun	JOHN WICK	3,40%
Mar	OSS 117 : RIO NE REPOND PLUS	3,80%
Mer	HERITAGE DE JOHNNY : LA GUERRE DES CLANS	7,60%
Jeu	LE PRIME DE LA VERITE	5,60%
Ven	LA GRANDE SOIREE DES PARODIES	1,60%
Sam	SAMEDI SOIR A PIGALLE	2,70%
Dim	LA DILETTANTE	2,80%

**W9**

6 JOURS 7 NUITS	2,60%
AU COEUR DE L'ETRANGE	3,40%
ENQUETES CRIMINELLES	3,40%
AIR FORCE ONE	3,50%
ENQUETE D ACTION	2,60%
LES SIMPSON \ TOUT UN ROMAN !	2,70%
PRET A TOUT	1,40%

**TMC**

JOKER	3,70%
MADAME FORESTI	2,70%
90' ENQUETES	3,40%
PACIFIC RIM	5,00%
FOOTBALL - MATCH AMICAL \ FRANCE - COLOMBIE	19,70%
COLUMBO \ LA GRIFFE DU CRIME	3,50%
LES EXPERTS MIAMI \ LA DERNIERE SEANCE	2,30%

**TFX**

Lun	APPELS D'URGENCE	2,50%
Mar	THE HOLIDAY	2,90%
Mer	JOSEPHINE, PROFESSION ANGE GARDIEN	3,60%
Jeu	REGARDE MOI : UN SILENCE ...	0,80%
Ven	24H AUX URGENCES	1,30%
Sam	CHRONIQUES CRIMINELLES	2,30%
Dim	LARGO WINCH	1,90%

**nt1**

CRIMES \ SPECIALE - NORDAHL LELANDAIS	2,80%
LES CHEVALIERS DU CIEL	1,60%
PIEGES	1,90%
AVANT D'ALLER DORMIR	2,60%
WWW. SOEUR THERESE. COM \ GROS LOT	1,30%
THE BIG BANG THEORY	1,70%
LES GRANDES HISTOIRES	0,70%

**4**

21 JOURS \ A L'ECOLE	0,70%
CARTE BLANCHE A ARNAUD TSAMERE	1,40%
MISSION IMPOSSIBLE : PROTOCOLE FANTOME	6,50%
LES ENFANTS DE LA TELE	1,40%
MURIEL ROBIN ET CHANEE ...	1,00%
FORT BOYARD	1,00%
OSCAR	2,00%

**GSTAR**

Lun	LA STORY DE \ RAP FRANCAIS - 30 ANS DE SUCCES	0,50%
Mar	PETITS MEURTRES ENTRE RICHES \ COEUR EN FAILLITE	1,00%
Mer	JARHEAD 3 : THE SIEGE	2,10%
Jeu	DAREDEVIL	1,60%
Ven	LE ZAP	0,80%
Sam	SUPERGIRL	1,00%
Dim	CHICAGO FIRE \ ETRE LA L'UN POUR L AUTRE	1,40%

**Gulli**

LE DEMON DE MIDI	1,60%
TINTIN ET LE MYSTERE DE LA TOISON D'OR	1,60%
PERE ET MAIRE	1,20%
LA BICYCLETTE BLEUE \ 1ERE PARTIE	1,90%
LES DOUZE PRINCESSES	1,10%
UNE VIE REVEE	0,90%
C'EST PAS SORCIER \ DE L'HYDRAVION AUX CANADAIS	0,70%

**TF SERIES PLUS**

DR HOUSE \ FILS A PAPA	0,90%
ASSASSINS	2,10%
LEO MATTEI BRIGADE DES MINEURS	2,40%
L'ARME FATALE II	4,30%
GREY'S ANATOMY	0,90%
NOS CHERS VOISINS	1,30%
L'EFFACEUR	3,50%

**6ter**

Lun	KAAMELOTT L'INTEGRAAL	1,00%
Mar	ONCE UPON A TIME \ LA BATAILLE FINALE - 1RE PARTIE	1,40%
Mer	PETITS SECRETS ET GROS MENSONGES	1,50%
Jeu	LE GRAND MEAULNES	1,10%
Ven	LE RETOUR DE JAFAR	0,70%
Sam	RENOVATION IMPOSSIBLE	1,00%
Dim	X-MEN : L'AFFRONTMENT FINAL	2,60%

**25**

REVELATIONS \ POLICE PARISIENNE	0,70%
L'AFFAIRE BRUAY-EN-ARTOIS	1,80%
TAKEN \ EN SOLO	1,00%
1-10 INDICES	1,20%
LE TRIPORTEUR DE BELLEVILLE	1,30%
LA LEGION ETRANGERE	1,30%
OMAR M'A TUER	0,80%

**RMC**

LOCOMOTIVES	1,30%
PYRAMIDES MAYAS : LES SECRETS ENFOUIS	1,40%
VINTAGE MECANIC	2,30%
RUNGIS : AU COEUR DE LA MACHINE	2,20%
LE SUPER CANON D'HITLER	1,80%
YUKON GOLD : L'OR A TOUT PRIX	1,10%
AUSCHWITZ : LES NAZIS ET LA SOLUTION FINALE	1,30%

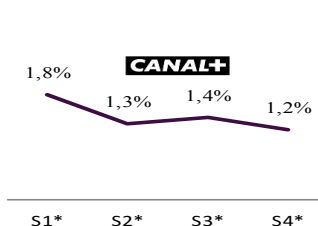
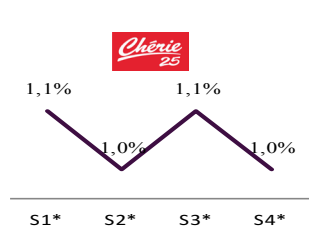
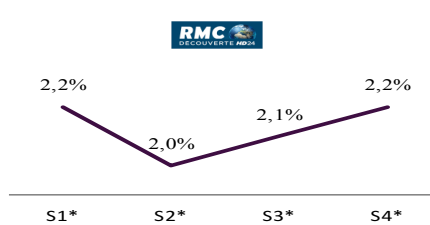
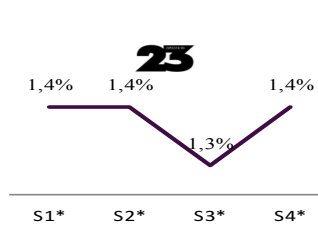
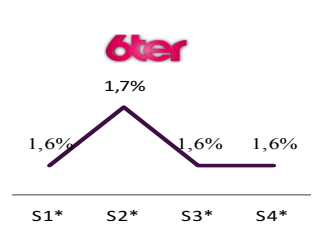
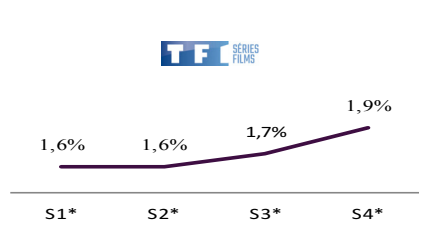
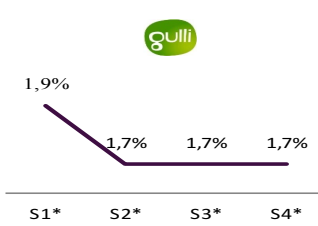
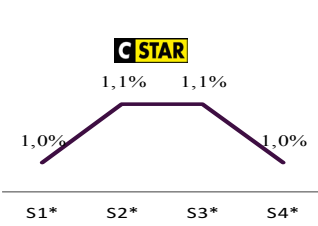
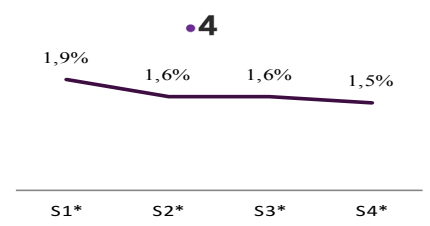
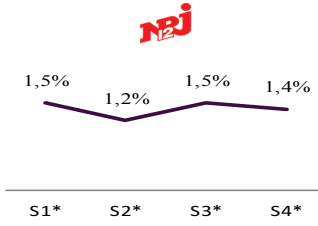
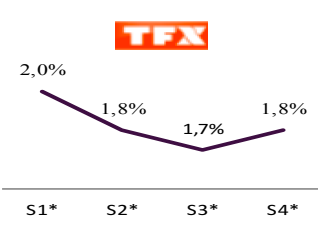
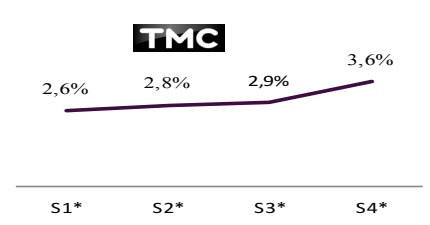
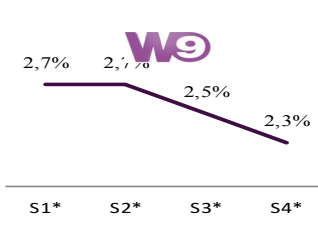
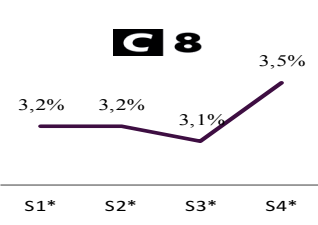
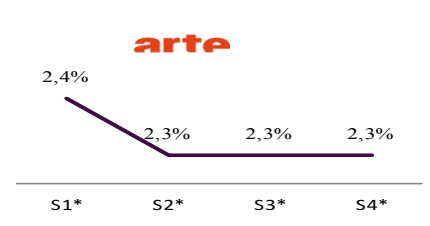
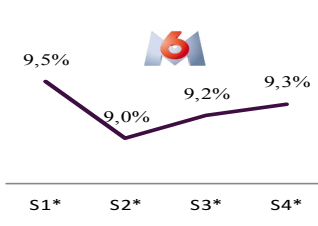
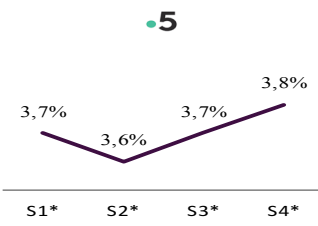
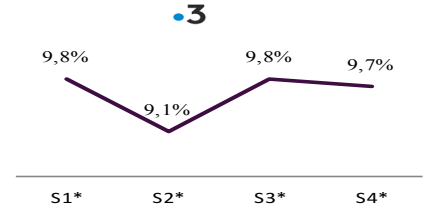
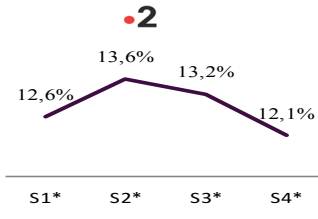
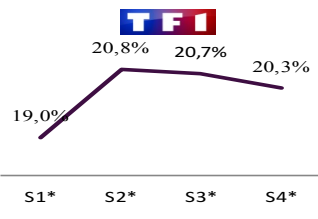
**Chérie 25**

Lun	LE SIFFLEUR	1,50%
Mar	FINDING NEVERLAND	0,40%
Mer	BLEU CATACOMBES	1,50%
Jeu	SOLEIL LEVANT	2,10%
Ven	FAMILLE DE COEUR	1,20%
Sam	LES TRAQUEES	0,70%
Dim	UNE FEMME D'HONNEUR \ LES LIENS DU SANG	1,60%

# PART D'AUDIENCE MOYENNE SUR 4 SEMAINES

Source Médiamétrie

	L	M	M	J	V	S	D
F				1	2	3	4
é	5	6	7	8	9	10	11
v	12	13	14	15	16	17	18
r	19	20	21	22	23	24	25
	26	27	28				
	L	M	M	J	V	S	D
M				1	2	3	4
a	5	6	7	8	9	10	11
r	12	13	14	15	16	17	18
s	19	20	21	22	23	24	25
	26	27	28	29	30	31	



\*S1: du 26 février au 4 mars 2018\*S2: du 5 au 11 mars 2018\*S3: du 12 au 18 mars 2018\*S4: du 19 au 25 mars 2018

## AGENDA DES MEDIAS

<b>AUJOURD'HUI</b>	<b>12H00</b>	<b>CNC</b> Observatoire de la production cinéma 2017	Paris 16ème - <a href="mailto:sophie.charbonnier@cnc.fr">sophie.charbonnier@cnc.fr</a>
<b>DU 28 AU 29 MARS</b>	<b>09H00</b>	<b>mediaClub</b> Master Class "La nouvelle fiction française"	Saint-Ouen - NC
<b>MERCREDI 28 MARS</b>	<b>09H00</b>	<b>Disney Channel</b> Avant-première de la série "Léna Rêve d'Etoile"	Paris 9ème - <a href="mailto:Helene.Wetzel@disney.com">Helene.Wetzel@disney.com</a>
	<b>18H00</b>	<b>Series Mania</b> Conférence de presse	Paris 16ème - <a href="mailto:morlon.michael@gmail.com">morlon.michael@gmail.com</a>
	<b>18H00</b>	<b>France ô</b> Avant-première "Tuluc, Humac, sur les traces d'un mythe guyanais"	Paris 9ème - <a href="mailto:sophie.desquesses@francetv.fr">sophie.desquesses@francetv.fr</a>
<b>JEUDI 29 MARS</b>	<b>09H15</b>	<b>Institut français</b> La présentation "La Fabrique Cinema"	Paris 15ème - <a href="mailto:florence@anyways.fr">florence@anyways.fr</a>
<b>DU 4 AU 5 AVRIL</b>	<b>09H00</b>	<b>Kazachock Licensing Forum</b> Edition 2018	Paris 19ème - <a href="mailto:nc@kazachok.com">nc@kazachok.com</a>
<b>MARDI 27 MARS</b>	<b>08H30</b>	<b>mediaClub</b> Petit-déjeuner personnalité avec Hélène Zemmour, Directrice du numérique TV5 Monde	NC - <a href="mailto:dj-tv5monde-2018@mediacub.fr">dj-tv5monde-2018@mediacub.fr</a>
<b>MERCREDI 4 AVRIL</b>	<b>11H30</b>	<b>France 2</b> Conférence de presse "30ème Cérémonie des Molières"	Paris 2ème - <a href="mailto:caroline.petit-brisson@francetv.fr">caroline.petit-brisson@francetv.fr</a>
	<b>19H30</b>	<b>France 5</b> Avant-première "Qui a tué Néandertal?"	Paris 16ème - <a href="mailto:sally.cisse@francetv.fr">sally.cisse@francetv.fr</a>
	<b>19H30</b>	<b>France Télévisions</b> Avant-première "Triangle de mai "	Paris 1er - <a href="mailto:sylviane.lesnard@francetv.fr">sylviane.lesnard@francetv.fr</a>
<b>JEUDI 5 AVRIL</b>	<b>09H30</b>	<b>Médiamétrie</b> L'année Cinéma 2017	NC - <a href="mailto:slyamouri@mediametrie.fr">slyamouri@mediametrie.fr</a>
	<b>11H00</b>	<b>My ZenTV</b> La chaîne fête ses 10 ans	Paris 8ème - <a href="mailto:mam.agency.2015@gmail.com">mam.agency.2015@gmail.com</a>

# média+

le quotidien des professionnels des médias

**Nouveau**

mensualisez votre abonnement

Soit 149 €\* par mois au lieu de 1799 €\* par an

**+ de scoops  
+ d'interviews  
+ d'infos**

\* Prix de vente HT, pour tout nouvel abonnement



**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](http://www.cfcopies.com)



Centre Français  
d'exploitation  
du droit de Copie

MÉDIA+ (@lemediaplus) 123, ruede laFaisanderie - 75116 Paris. Tél. 01 43 59 08 45 / Fax : 01 42 89 22 17 - E-mail : [redaction@lemediaplus.com](mailto:redaction@lemediaplus.com) - Site web : [www.lemediaplus.com](http://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 Hugo Couturier - Directrice commercial (Abonnement / Publicité) : Prisca Lartigue 06.82.90.63.72 - Graphisme : Julie Monod-Laporte & Valerie Provot.

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

Pour encore plus d'informations retrouvez nous sur :

REPRODUCTION INTERDITE



Facebook



Twitter



Website



LinkedIn