

Dernière Minute

BFMTV/ «Libération» : le tireur présumé renvoyé aux assises

Un juge d'instruction a ordonné le renvoi aux assises d'Abdelhakim Dekhar pour son périple armé à BFMTV, Libération et à la Défense en novembre 2013, au cours duquel un assistant photographe avait été grièvement blessé, selon une source judiciaire. Il a fait appel.

La chaîne tv de Vice débarque en France à l'automne sur Canalsat

Viceland, la chaîne télé du groupe américain Vice Media, sera diffusée à l'automne en France en exclusivité par Canalsat, ont annoncé les deux groupes mercredi. Lancée aux Etats-Unis et au Canada, Viceland sera disponible sur le bouquet Sky au Royaume-Uni en septembre et devrait bientôt être disponible dans une dizaine d'autres pays d'Europe, dont l'Allemagne et l'Italie. La chaîne tournée vers les jeunes, qui fera partie de l'offre de base de Canalsat, proposera une moitié de contenus internationaux et une moitié de contenus français, produits par l'antenne parisienne du groupe. Le groupe a fait appel au réalisateur américain Spike Jonze pour superviser le développement de Viceland, de la création des programmes à l'identité de la chaîne, entre reportages primés et divertissement provocant. Parmi les programmes de la chaîne figurent notamment la série «Gaycation» avec l'actrice Ellen Page ou l'émission gastronomique «Fuck, That's Delicious», avec le rappeur Action Bronson. «Le storytelling et les programmes uniques de Viceland permettront à Canalsat de séduire un nouveau public, signe que la génération Y est tout aussi disposée

à regarder la télévision que les autres, à condition que nous leur proposons des contenus qu'elle apprécie», a souligné Jean-Marc Juramie, DG de Canalsat, dans un communiqué. Vice produit déjà depuis 2015 un magazine d'actualité internationale pour France 4, «Grand Central». Le lancement de Viceland en France se fait avec le soutien du banquier Matthieu Pigasse, qui via sa holding Les nouvelles éditions indépendantes (LNEI) détient déjà le magazine «Les Inrockuptibles» et Radio Nova, ainsi que le tiers du groupe Le Monde. Matthieu Pigasse avait annoncé en mars l'acquisition d'une part minoritaire de Vice France, et son souhait de multiplier les synergies entre Vice, «Les Inrocks» et Radio Nova qui ont, selon lui, «le même ADN». Né au Canada en 1994 comme un magazine alternatif, Vice est devenu un géant de l'audiovisuel, soutenu notamment par Disney, qui y a investi 200 millions de dollars, ainsi que le groupe Hearst. Vice France sera également un relais pour le développement du groupe en Afrique francophone, où l'on trouve «un public 100% mobile, et un marché qui évolue plus vite que tous les autres», avait expliqué le PDG Shane Smith en mars.

INTERVIEWS

Caroline SERVY



Managing
Director de
l'agence The
WIT

SOMMAIRE

Programmes.....	3
France 5 : Dominique Besnehard devient le «monsieur cinéma» avec une	
Télévision.....	4
France 2 : la journaliste Elise Lucet chargée de repenser «Envoyé Spécial»	
Droits TV	5
NFL : des matches de foot américain diffusés sur Twitter	
Institutionnel	6
Présidentielle: la réforme des parrainages et du temps de parole adoptée	
Réactions.....	7
Cinéma : Audrey Azoulay veillera à ce que Canal+ maintienne son financement	
Publicité	8
France Inter/ France Info/ France Bleu : ...	
Publicité	9
Pinterest s'ouvre à la publicité à sur ses ...	
Technologies.....	10
Facebook veut encourager la vidéo ...	
Technologies.....	11
WhatsApp va désormais chiffrer «de ...	
Cinéma	12
La Fabrique des Cinémas du Monde : ...	
Cinéma	13
Cinéma/ France: forte reprise de la ...	
Aujourd'hui dans le monde.....	14
Mali: «Taxi Tigui» veut bousculer les ...	
Audiences.....	15
Agenda.....	16

L'ACTU EN QUESTIONS



Caroline SERVY
Managing Director de l'agence The WIT

Moment incontournable du MIPTV à Cannes, la présentation de toutes les dernières tendances télévisuelles. L'innovation et la nouveauté étaient-elles présentes cette année sur le marché des formats ? Réponse avec Caroline SERVY, Managing Director de l'agence The WIT.

media+

Vous dressez les tendances télévisuelles en matière de formats. Quels sont les programmes particulièrement marquants cette année ?

Caroline SERVY

Il existe un fort intérêt sur le secteur du dating. Il s'agit d'un segment où il n'y a pas beaucoup de titres. Le phénomène de la rencontre virtuelle s'adapte à la télévision. Les producteurs réinventent le «blind date». A ce titre, nous avons présenté «Date my avatar», une émission espagnole où trois prétendants courtisent une même jeune femme qui ne rencontrera que leur «avatar» humain. Dans «Married by Mom & Dad», retour à la méthode traditionnelle. Aux Etats-Unis, des parents sélectionnent des prétendants après entretien et les proposent à leurs enfants trentenaires. D'ailleurs, M6 prépare une émission de ce genre. Dernier exemple, «Hear Me. Love Me. See Me» de FremantleMedia où des hommes s'installent avec une caméra dans l'intimité d'une jeune femme qu'ils ne connaissent pas.

media+

Comment le digital impacte-t-il les nouveaux formats TV dans leur mécanique ?

Caroline SERVY

Nous avons décelé une tendance que nous avons baptisée : «Être viral, c'est vital». C'est le cas de «Carpool karaoke», une pastille proposée dans «The Late Late Show with James Corden» sur CBS. Dans le concept, l'animateur chante les tubes d'une star en sa compagnie, dans une voiture. L'audience de l'émission TV est limitée à 1 million de téléspectateurs mais le nombre de vues de la pastille sur YouTube grimpe jusqu'à 94 millions de visionnages, uniquement pour la capsule avec la chanteuse Adele.

media+

Que peut-on conseiller aux producteurs pour viraliser aux mieux les programmes ?

Caroline SERVY

Les producteurs de divertissements doivent penser à créer des séquences virales qui soient «YouTubables». On ne peut plus construire un nouveau programme TV sans le rythmer de clips ou de séquences partageables. Ces pastilles peuvent largement faire le succès d'une émission. L'occasion aussi d'assurer une deuxième monétisation du programme.

media+

Quelles autres tendances TV avez-vous décelées ?

Caroline SERVY

Beaucoup de formats mettent en avant des animaux. Chats et chiens font une fois encore l'objet de contenus viraux. A Cannes, l'émission sur laquelle les gens ont le plus craqué était «Dogs might fly». Il s'agit d'un divertissement britannique de dressage, où 12 chiens secouristes passent des épreuves spectaculaires et pilotent un petit avion. Même si les audiences TV ne sont pas extraordinaires, ce contenu fait réagir.

media+

Percevez-vous de futurs «hit formats» ?

Caroline SERVY

Non, il n'y a pas de format star cette année. Nous sommes à une époque où «The Voice», «Idol» ou «X-Factor» font encore le job même si ça s'érode. En revanche, nous avons repéré un producteur au volontarisme hallucinant pour vendre son format «The Legend» (Global Agency). C'est un concours de chants où des candidats se remettent en jeu eux-mêmes, une sorte de quitte ou double musical. En France, ils sont partenaires de Hubert Production. Talpa a lancé «It Takes Too», une sorte de «Danse avec les stars» mais en chansons et «SOS Survival of the sexes», une émission néerlandaise qui met en concurrence femmes et hommes dans la jungle. Ces deux programmes semblent avoir du potentiel.

Audiences

France 2 : «Cash Investigation» surfe sur l'actualité et se place leader

Mardi soir en Prime, France 2 s'est hissée en tête des audiences avec un nouveau numéro de son magazine «Cash Investigation» (Premières Lignes) présenté par Elise Lucet. L'enquête sur les Panama papers a séduit 3,6 millions de personnes en moyenne jusqu'à 23h35, selon Médiamétrie. Les audiences atteignent 17,1% sur le public des 4+ et 12,3% sur les ménagères de moins de 50 ans. Le mardi 22 mars 2016, le précédent numéro du magazine diffusé en première partie de soirée, intitulé «Salariés à prix cassé : le grand scandale» avait été suivi par 2,57 millions de curieux (soit 12,1% de pda).

France 3 : un score

«Diabolique» pour Michèle Laroque

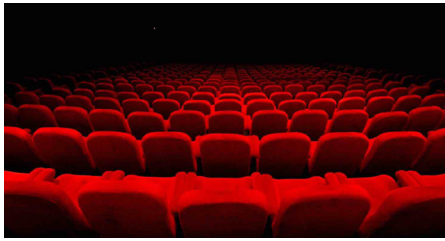
France 3 s'est placée mardi en Prime en 2^{ème} position avec le téléfilm inédit «Diabolique». Portée par Michèle Laroque, la fiction inspirée de l'affaire des reclus de Monflanquin, a rassemblé 3,4 millions de téléspectateurs en moyenne, soit 14% de pda, selon Médiamétrie. Le débat sur les manipulateurs qui a suivi, animé par Carole Gaessler, a été suivi par 2,03 millions de curieux, soit 11,9% de pda entre 22h30 et 23h25.

M6 : légère hausse en pda pour «The Island»

Mardi en Prime, M6 poursuivait la programmation de «The Island: seuls au monde» (Shine France). Les 2 épisodes ont réuni 2.037.000 fidèles, soit 9,7% de pda, selon Médiamétrie. L'émission de survie réunissait la semaine dernière 2,3 millions de téléspectateurs, soit 9,1% de pda.

Programmes

France 5 : Dominique Besnehard devient le «monsieur cinéma» avec une nouvelle émission vouée au 7^{ème} art



Le producteur Dominique Besnehard devient le «monsieur cinéma» de France 5 avec une nouvelle émission vouée au septième art chaque lundi en début de soirée à partir du mois de mai, a annoncé la chaîne mercredi.

Son émission «Place au cinéma» sera consacrée à «ces films qu'il faut avoir vus», a souligné Nathalie Darrigrand, la directrice de France 5, lors d'une conférence de presse. C'est avec la présentation et la diffusion du film «Le dernier métro» de François Truffaut (1980) que France 5 lancera la première série de six émissions au mois de mai, avant de reprendre à la rentrée.

Dominique Besnehard présentera dans une pastille de deux minutes ces «propositions populaires mais poétiques» issues de sa «cinémathèque idéale», a-t-il expliqué. Viendront ensuite «Mélodie en sous-sol», «Cinema Paradiso», «César et Rosalie» entre autres films des années 60 à 80.

Le choix de ce grand agent d'acteurs, comédien, producteur et fondateur du festival du film francophone d'Angoulême, «s'est imposé, il est dans notre univers», selon Nathalie Darrigrand, qui salue sa «générosité et sa capacité à savoir vulgariser». Il entre ainsi à l'académie des passeurs du septième art à la télévision, aux côtés de Pierre Tchernia, le «Monsieur

cinéma» de l'ORTF avec plus de 700 émissions, Eddy Mitchell et sa «Dernière séance» sur France 3, ou Isabelle Giordano et son «Journal du cinéma» sur Canal+.

Avec cette nouvelle émission, France Télévisions tente de répondre aux cinéastes qui s'étaient inquiétés en février de la place réduite du cinéma sur les chaînes publiques. Elle s'ajoute à la case de Patrick Brion le dimanche en toute fin de soirée sur France 3, «Le cinéma de minuit».

«Place au cinéma» aura aussi pour mission de «replacer le cinéma dans l'offre de France 5», selon Nathalie Darrigrand, à un moment où les séries se multiplient sur toutes les chaînes généralistes.

La dernière émission de France 5 sur ce thème, présentée par Serge Moati, a pris fin en 2011 après 2 saisons.

De son côté, Dominique Besnehard devrait débiter en septembre la production de la 2^{ème} saison de «Dix pour cent», qui a connu un beau succès d'audience sur France 2 et a participé à le faire connaître du grand public.

Le tournage d'une 3^{ème} saison de six épisodes est prévu pour le printemps 2017, a-t-il annoncé.

Audiences

TF1 : «Les Enfants de la télé» spécial «Visiteurs» au plus bas

Exceptionnellement programmée mardi soir sur TF1, la soirée spéciale des «Enfants de la télé» (Endemol), autour de l'équipe des «Visiteurs 3» n'a pas fédéré. L'émission présentée par Arthur a réuni près de 2,9 millions de téléspectateurs, selon Médiamétrie. Les pda ont atteint 13,7% sur les individus de 4 ans et plus, et 19,3% sur les ménagères de moins de 50 ans, cible sur laquelle la Une est leader. Ce mauvais score place la chaîne 3^{ème} de la soirée en nombre de téléspectateurs. Il s'agit du deuxième plus mauvais score de l'année en Prime Time pour TF1.

TMC, HD1 et France 5 : trio de tête du Prime TNT

Mardi en Prime, TMC est arrivée en tête des audiences TNT avec la série américaine «New York Section Criminelle» qui a réuni 858.000 fidèles soit 3,5% de pda, selon Médiamétrie. HD1 s'invite en 2^{ème} position avec la série française «Section de recherches» qui enregistre 839.000 fans, soit 3,4% de pda. Il s'agit du meilleur Prime de l'année pour la chaîne du groupe TF1. Enfin, France 5 programmait le documentaire «Amimentation, la loi du sans» qui a intéressé 819.000 curieux pour 3,4% de pda.

France 2 : score confidentiel pour «Infrarouge» en Night

Mardi à 23h35, France 2 rediffusait un documentaire dans le cadre de sa case «Infrarouge». «Parents criminels : l'omerta française» a réuni 752.000 téléspectateurs, soit 10,6 % de pda, selon Médiamétrie. Pour info, en 2014, ce même documentaire attirait 1.357.000 personnes et 12,8% de pda.

Télévision

France 2 : Elise Lucet chargée de repenser «Envoyé Spécial»

La journaliste Elise Lucet a été chargée par la direction de l'information de France Télévisions de repenser «Envoyé Spécial» et «Complément d'enquête», les 2 magazines d'information du jeudi soir, à la rentrée prochaine, a annoncé mercredi la chaîne. «La saison prochaine, en alternance avec un nouveau rendez-vous politique, la soirée du jeudi sur France 2 va être confiée à Elise Lucet», informe dans un communiqué France TV. Le groupe «réaffirme ainsi sa volonté de renforcer l'offre de grands reportages et d'enquêtes, marqueur essentiel du service public». La journaliste, qui garde par ailleurs son émission «Cash Investigation», quitterait la

présentation du journal de 13h00, selon des sources proches de la chaîne. Après le remplacement de «Des paroles et des actes» par une nouvelle émission politique, toujours animée par David Pujadas, le directeur de l'information de France TV, Michel Field poursuit sa réforme de la grille. Succédant à Françoise Joly et Guilaine Chenu, Elise Lucet, 52 ans, est «dès maintenant chargée de réfléchir, avec les équipes d'«Envoyé spécial» et de «Complément d'enquête», à la pérennité et au renouvellement» des 2 programmes. Les 2 journalistes se voient confier «la conception et l'animation de grandes soirées événementielles et d'un nouveau rendez-vous affichant la volonté de la chaîne de développer les magazines et documentaires de société». La chaîne les «félicite chaleureusement pour avoir, après Paul Nahon et Bernard Benyamin, si bien dirigé et incarné pendant 16 ans «Envoyé Spécial», rendez-vous emblématique de France 2».

Télécommunication

Nokia entame les consultations en vue de réduire ses effectifs

Nokia a annoncé mercredi l'ouverture de consultations avec les représentants du personnel dans une trentaine de pays en vue de réduire ses effectifs après sa fusion avec Alcatel-Lucent, une source syndicale affirmant de son côté que 400 suppressions de postes sont prévues en France. «Les réductions d'effectifs interviendront pour une large part dans des secteurs où existent des doublons, comme la recherche et le développement, les structures régionales et les services de vente de même que les fonctions d'encadrement», a écrit le géant finlandais des équipements pour les télécoms. Nokia prévoit de supprimer environ 1.300 emplois en Finlande, soit 20% du total de ses effectifs dans

ce pays, mais n'a pas précisé le nombre des réductions de postes envisagé dans le reste du monde. Selon une source syndicale française, Nokia en prévoit 400 en France sur les sites d'Alcatel-Lucent, des suppressions qui seraient partiellement compensées par la création de 337 postes dans la recherche et le développement. Nokia s'était engagé à créer quelque 500 postes dans la R&D en France au moment de l'achat d'Alcatel-Lucent. «Les postes seraient supprimés dans les fonctions siège en doublon», a expliqué cette source. «Pour nous, le compte n'y est pas», a-t-elle souligné tandis que les salariés issus d'Alcatel-Lucent ont déjà subi le plan de transformation Shift de leur précédente direction. Le groupe espère au total réaliser des économies de 900 millions d'euros par an à partir de 2018. «Ces réductions sont destinées à permettre à Nokia de rester un acteur puissant dans son secteur d'activité», a expliqué le PDG Rajeev Suri dans un communiqué.

En Bref...

France 4 : lancement record pour «Une saison au zoo» saison 5

Mardi à 18h45, France 4 lançait la 5^{ème} saison d'«Une saison au zoo». Les 2 premiers épisodes ont rassemblé 720.000 téléspectateurs (3,1% de pda), selon Médiamétrie. Les - de 35 ans, avec 4,5% de pda, ont particulièrement apprécié les aventures du zoo de la Flèche. Il s'agit de la meilleure performance historique en Prime pour «Une saison au zoo», précise la chaîne.

MFP : les radios et télévisions francophones publiques s'unissent

La Communauté des télévisions francophones et les Radios francophones publiques ont fusionné pour donner naissance aux Médias Francophones Publics (MFP), a annoncé mercredi la nouvelle organisation professionnelle. Les MFP rassemblent 9 grands groupes de médias des pays francophones occidentaux : la RTBF (Belgique), la RTS (Suisse), TV5 Monde, Radio-Canada, Télé-Québec, TV5 Québec Canada, France Médias Monde, Radio-France et France Télévisions. L'organisation a pour mission de «développer les échanges entre radios et télévisions francophones publiques» dans un environnement médiatique «plus bouleversé que jamais», précisent les MFP dans un communiqué. Les programmes produits par ses membres touchent chaque jour près de 290 millions de téléspectateurs et d'auditeurs dans le monde, selon les MFP. L'organisation est présidée par Gilles Marchand, directeur de la RTS, et a pour secrétaire général Eric Poivre, le directeur des programmes des chaînes de la RTBF. Chaque semaine, les MFP coproduisent notamment «La librairie francophone» et «L'Actualité francophone», deux émissions diffusées sur France Inter, ICI Radio-Canada Première, La 1ère de la RTS et La Première de la RTBF.

Droits TV

NFL : des matches de foot américain sur Twitter

Le réseau social Twitter va diffuser des matches du championnat professionnel de football américain en vertu d'un accord conclu avec la puissante ligue NFL, qui écorne encore un peu plus le monopole des grandes chaînes de télévision traditionnelles. Décidée à explorer de nouvelles voies pour augmenter son audience et ses revenus, la NFL avait choisi d'attribuer séparément les droits de diffusion sur internet de sa case du jeudi soir. Plusieurs géants de la toile - Facebook, Amazon et Twitter - s'étaient positionnés, ainsi que l'opérateur télécoms Verizon et la grande chaîne gratuite CBS. C'est finalement le réseau à l'oiseau bleu qui l'a emporté, selon un communiqué diffusé mardi par la NFL, dont le championnat est très populaire aux Etats-Unis mais qui souffre d'une faible visibilité hors de son territoire d'origine. Twitter diffusera dix matches de la saison 2016-17, qui seront accessibles à tous les internautes, qu'ils aient ou non un compte sur le réseau social. Le contrat prévoit également la diffusion de séquences d'avant-match sur Periscope, la plateforme de diffusion en direct sur internet acquise en janvier 2015 par Twitter. La ligue sportive la plus prospère au monde s'était déjà aventurée au-delà des frontières traditionnelles de la télévision en permettant à Yahoo! de diffuser, en accès libre, un match de championnat le 25 octobre, une 1^{ère} pour un grand championnat professionnel. Elle va beaucoup plus loin cette fois en faisant cohabiter Twitter et les 2 grandes chaînes gratuites américaines CBS et NBC, qui verseront chacune 225 millions de dollars par saison pour diffuser chacune 5 matches du jeudi soir. Les autres matches du jeudi seront diffusés en exclusivité sur la chaîne de la ligue, NFL Network. Le montant versé par Twitter n'a pas été officiellement communiqué. Selon le site spécialisé Re/Code, le réseau social aurait obtenu les droits de diffusion pour moins de dix millions de dollars. Le faible montant

peut s'expliquer, pour partie, par le fait que les spots publicitaires diffusés sur CBS et NBC le seront également sur Twitter et que les revenus générés iront exclusivement aux 2 grandes chaînes gratuites. Toujours selon Re/Code, Twitter l'aurait emporté alors que ses concurrents avaient proposé plus de 15 millions de dollars chacun. Le choix de Twitter est une surprise, d'autant qu'Amazon, candidat à l'acquisition de ces droits du jeudi soir, avait annoncé il y a 2 semaines avoir conclu un accord avec la NFL pour diffuser une série d'émissions exclusives sur le championnat. «Twitter est l'endroit où se déroulent les événements en direct et est donc le bon partenaire pour la NFL dans cette nouvelle initiative pour offrir du football NFL aux fans du monde entier», a commenté Roger Goodell, patron de la NFL. «Il y a une importante quantité de conversations liées à la NFL sur Twitter durant nos matches et aller chercher ce public, en plus des téléspectateurs des grandes chaînes gratuites et du câble, va faire en sorte que (les matches du jeudi soir) seront vus sur un nombre de plateformes sans précédent», a-t-il ajouté. Pour Twitter, l'opération doit permettre d'augmenter la fréquentation du réseau social, qui vient de fêter ses dix ans. Il a terminé l'année 2015 avec 320 millions d'abonnés actifs, soit exactement le même niveau que 3 mois plus tôt. «L'idée est de transformer la relation du fan avec le football» américain, a expliqué Jack Dorsey, DG de Twitter. «Aujourd'hui, les gens regardent les matches de NFL avec Twitter (en parallèle). Désormais, ils pourront le regarder directement» sur le réseau social, a-t-il ajouté. Evoluant à l'avant-garde, la NFL donne des idées au monde du sport qui voit dans la diffusion en ligne un potentiel d'audience sans commune mesure avec l'offre des chaînes traditionnelles, même si le modèle économique reste à définir. Début mars, la ligue professionnelle nord-américaine de hockey NHL a annoncé un accord avec Yahoo!, qui va diffuser jusqu'à 4 matches par semaine, en accès gratuit par internet.

En Bref...

France Ô/ Terence Films/ Adventure Line Productions : «Cut» saison 4 en tournage à La Réunion

France Ô annonce le tournage de la quatrième saison de la série «Cut» (70x24') du 6 avril au 12 juillet à La Réunion. Produite par Terence Films et Adventure Line Productions avec la participation de France Ô, Outre-mer 1ère et TV5 Monde, avec le soutien de la Région Réunion et en partenariat avec le CNC, cette fiction réunit à l'écran Ambroise Michel, Elodie Varlet, Edouard Montoute, Sabine Perraud ...

France 2 : la fiction «Nadia» en tournage à Paris

Murmures productions (Alain Degove) tourne pour France 2 du 5 avril au 3 mai 2016 à Paris «Nadia», un unitaire réalisé par Léa Fazer avec au casting Barbara Schulz, Thomas Doret, Arié Elmaleh ... Nadia a élevé, seule, son fils Noé en banlieue parisienne. Elle est fière quand il est accepté en seconde dans le prestigieux lycée Henri IV. Pour favoriser ses études, elle déménage dans Paris et s'endette pour lui offrir ce que les autres ont. Elle découvre le plaisir d'acheter, développant sans le savoir une addiction à la consommation ...

OCS/ MakingProd : «In America» saison 3 en tournage

La troisième saison de la série «In America» (10x26'/ MakingProd/ Stéphane Drouet) est actuellement en tournage pour OCS à Paris et en île-de-France depuis le 2 avril dernier et jusqu'au 10 mai 2016. Avec Vincent Primault, Hédi Tillet de Clermont-Tonnerre, Annabelle Lengronne, Zoé Duchesne, ...

Institutionnel

Présidentielle: la réforme des parrainages et du temps de parole adoptée

A 13 mois de la présidentielle, les députés ont adopté définitivement mardi une réforme des règles de l'élection suprême, principalement du système des parrainages et du temps de parole des candidats, vivement contestée par les «petits» partis. Si 266 députés PS ont voté pour, elle n'a pu être adoptée que grâce à l'appui de 22 députés LR, alors que la ligne de leur groupe était l'abstention. L'UDI, les radicaux de gauche, le Front de gauche et la majorité des écologistes ont voté contre ce texte qui n'avait pu faire l'objet d'un accord avec le Sénat. Leurs critiques se focalisent principalement sur la substitution du «principe d'équité» à l'actuelle «règle d'égalité» des temps de parole des candidats pendant la période dite «intermédiaire» (3 semaines en 2012), allant de la publication de la liste des candidats au démarrage

de la campagne officielle. Les deux semaines avant le 1er tour, l'égalité continuerait à s'appliquer. Les modifications proposées sont inspirées de recommandations du Conseil constitutionnel et du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). L'auteur du texte, devenu depuis ministre de la Justice, Jean-Jacques Urvoas, avait expliqué que le nombre important de candidats rendait difficile l'application d'une stricte égalité et dissuadait certaines chaînes d'organiser des débats. Il reviendra désormais au CSA de veiller à ce «traitement équitable» tenant compte notamment de la «représentativité» de chaque candidat (par les sondages et résultats aux précédentes élections) et de sa «contribution à l'animation du débat électoral». «Franchement, est-ce autre chose que verrouiller le débat présidentiel au profit de trois partis politiques dominants ?», s'est indigné le président de l'UDI Jean-Christophe Lagarde. «Nous n'avons pas à répondre aux diktats des chefs de chaîne de télévision», a renchéri le radical de gauche Alain Turret.

Internet

HelloAsso lance un Mooc à destination du secteur associatif

La plateforme de financement participatif dédiée aux associations HelloAsso a annoncé mercredi le lancement d'un Mooc, ou cours massifs ouverts en ligne, à destination du secteur associatif afin de mieux maîtriser les techniques permettant de réussir une collecte en ligne. La «HelloAsso Académie» se veut «le 1^{er} programme de formation en ligne gratuit sur la mobilisation en ligne, la collecte sur internet et le financement participatif», a expliqué la startup bordelaise dans un communiqué. La formation en ligne vise à donner aux associations «bonnes pratiques, conseils, stratégies, cadre juridique et tactiques pour tirer partie

du numérique afin de mobiliser les internautes au profit du financement de projets associatifs», a détaillé HelloAsso. «Nous constatons une vraie demande de la part des associations et des acteurs qui les fréquentent, collectivités ou autres, d'être accompagnés sur ces sujets», a précisé Léa Thomassin cofondatrice de HelloAsso. La plateforme, fondée en 2010, est totalement gratuite et ne se finance pas sur les contributions accordées aux projets associatifs, contrairement aux sites de financement participatif classiques, mais donne à chaque contributeur la possibilité de verser un don supplémentaire à HelloAsso pour assurer son fonctionnement. La startup, qui revendique l'accompagnement de près de 15.000 associations pour leur collecte en ligne, a permis la collecte de près de 20 millions d'euros, 5 ans après son lancement.

En bref...

GEDEON

PROGRAMMES: la série «Patrouilles» en tournage à Haïti

GEDEON Programmes annonce le tournage à Haïti de la série «Patrouilles» en compagnie de Franck Rossini et de la brigade spéciale de l'UDMO du département du Sud-Est d'Haïti.

France 2 confirme la mise en production du docu-fiction événement «Jésus, enquête sur une condamnation»

Dans le cadre de l'affirmation de sa politique documentaire, notamment en matière de 1^{ères} parties de soirée événementielles, France 2 annonce la mise en production du docu-fiction «Jésus : Enquête sur une condamnation», produit par Barthélémy Fougea (WINDS). Mené comme une enquête, ce film porte un regard inédit sur Jésus au moment de sa condamnation et sa crucifixion, dans une Judée occupée par Rome. Le MIP Doc et le MIP TV en cours à Cannes ont permis au producteur de présenter ce projet au marché international.

France 4 : «Seuls à la maison» dès le 28 avril

France 4 diffusera dès le jeudi 28 avril à 20h50 le divertissement inédit «Seuls à la maison» (4x45'/Med&Co). Durant 4 jours, 8 enfants de 8 à 12 ans vont vivre seuls dans une maison où ils devront se débrouiller sans l'aide des adultes. Ils seront confrontés aux tâches de la vie quotidienne. De leur côté, les parents regarderont quotidiennement les images de leurs enfants. Une psychologue les accompagnera et les aidera à comprendre les comportements de leur progéniture.

Réactions

Cinéma : Audrey Azoulay veillera à ce que Canal+ maintienne son financement

La ministre de la Culture, Audrey Azoulay a averti mercredi qu'elle veillerait à ce que Canal+ maintienne son financement au cinéma, même si la chaîne changeait ses offres après son accord avec beIN Sports. «Dès ma prise de fonction, j'ai rencontré Vincent Bolloré, qui a pris l'engagement devant moi de maintenir le niveau de contribution du groupe Canal+ au financement du cinéma. Et ce, même si le rapprochement de Canal+ et beIN Sports conduisait le groupe à proposer de nouvelles offres fondées uniquement sur le sport», a déclaré la ministre dans une interview au «Figaro». «Comme je n'ai pas pour habitude de signer des chèques en blanc, je me tiens prête à modifier le régime des obligations de Canal+, si la reconfiguration des offres commerciales le rendait nécessaire», a-t-elle ajouté. En février Vivendi a annoncé un projet d'alliance

entre Canal+ et la chaîne qatarie qui prévoit que beIN Sports en France serait distribuée en exclusivité par Canal+, accord actuellement étudié par l'Autorité de la concurrence. Le ministère ne voit pas d'inconvénients à ce rapprochement, sous réserve qu'il n'affaiblisse pas la contribution de Canal+ au cinéma, au cas où Canal+ serait découpée en abonnements thématiques - Canal+ pour le cinéma, et une offre de sport séparée, comme l'ont imaginé certains analystes. Car cela risquerait de réduire sa contribution obligatoire au cinéma, qui est calculée sous forme de pourcentage du c.a. de Canal+. En effet, Canal+ doit investir 12,5% de ses revenus dans l'acquisition de films européens dont 9,5% dans les films en français, ce qui en fait le principal bailleur de fonds du cinéma français. Mais si Canal+ ne diffusait plus de sport, elle perdrait des abonnés et verrait son c.a. baisser, et le financement du cinéma en serait mécaniquement réduit. Vincent Bolloré a de son côté rassuré la ministre en lui indiquant que ce découpage de Canal+ en lui enlevant le sport n'était pas dans ses intentions, selon une source proche du dossier.

Réactions

Amazon : Jeff Bezos défend la culture de l'entreprise

Le patron-fondateur d'Amazon, Jeff Bezos, défend la culture de l'entreprise et sa stratégie de paris parfois coûteux, dans une lettre adressée mardi aux actionnaires du géant de la distribution en ligne, et rendue public sur le site internet du gendarme boursier américain (SEC). «Un mot sur les cultures d'entreprise: elles sont tenaces, stables, difficiles à changer. Elles peuvent être une source d'avantage ou de désavantage», écrit-il. «Nous n'avons jamais prétendu que notre approche était la bonne - seulement que c'est la nôtre - et sur les deux dernières décennies, nous avons rassemblé un

groupe de personnes ayant la même mentalité. Des gens qui trouvent notre approche énergisante et sensée», ajoute-t-il. Amazon a beaucoup été critiqué au fil des années pour les conditions de travail qu'il impose à ses salariés, notamment dans ses centres de traitement des commandes. Un article du «New York Times» l'été dernier avait également décrit des conditions de travail «blessantes» pour les salariés dans les bureaux, dressés les uns contre les autres pour améliorer la productivité. Le groupe avait accusé le journal d'avoir ignoré ou omis certains éléments à décharge dans son enquête. Amazon était revenu dans le vert l'an dernier, avec un bénéfice net de 596 millions de dollars, et avait vu son c.a. dépasser pour la 1^{ère} fois la barre des 100 milliards de dollars.

En Bref...

France Télévisions/
Tennis : Fed Cup & Monte-Carlo les 16 et 17 avril sur France 4 et France Ô

Deux grands moments de tennis seront à suivre en direct sur les antennes de France Télévisions durant le week-end des 16 et 17 avril. France 4 proposera de suivre en direct, tout au long de ce week-end, la demi-finale de Fed Cup entre la France et les Pays-Bas. Aux commentaires, François Brabant et Arnaud Di Pasquale. France Ô diffusera pour sa part la meilleure demi-finale (samedi 16 avril) puis la Finale (dimanche 17 avril) du Masters 1000 de Monte-Carlo. Aux commentaires : Lionel Chamoulaud et Arnaud Clément avec Nelson Monfort pour les interviews en bord de court.

SyFy : «12 Monkeys»,
saison 2 à partir du 3 mai

La série «12 Monkeys» (13x42') revient sur la chaîne SyFy tous les mardis à 22h15 à partir du 3 mai. Avec Aaron Stanford, Amanda Schull, Madeleine Stowe, ... Créée par Terry Matalas et Travis Fickett et produite par Natalie Chaidez, l'adaptation en série du célèbre film «L'Armée des 12 singes» revient pour une 2^{ème} saison exclusive.

Canal J : «Mutant Busters»
en avant-première
mercredi 27 avril dès 13h00

Mercredi 27 avril sur Canal J, chaîne jeunesse de Lagardère Active, les jeunes téléspectateurs pourront découvrir dès 13h00 en avant-première, les 12 premiers épisodes de la série inédite en France «Mutant Busters» (52x11'/ Planeta junior/ Famosa/ Kotoc), avant son lancement officiel dès le 30 avril, les samedis à 14h45.

Publicité

France Inter/ France Info/ France Bleu: feu vert aux pubs commerciales

France Inter, France Info et France Bleu peuvent désormais, comme les radios privées, diffuser des publicités commerciales, mais sans dépasser 30 minutes par jour, selon un décret paru mercredi au JO. C'est une petite révolution pour les radios publiques qui n'avaient jamais été autorisées à accepter les spots de marques commerciales.

Depuis 1987, elles pouvaient uniquement accepter des «messages de publicité collective ou d'intérêt général», comme ceux des groupes publics, des mutuelles ou des administrations.

Mais cette autorisation, que réclamait Radio France pour accroître les ressources du groupe, est strictement limitée. Tout d'abord, toute publicité est officiellement bannie sur France Musique, France Culture et les radios musicales FIP et Mouv'. Seules France Inter, France Info et France Bleu et ses radios locales peuvent diffuser ces spots.

D'autre part, pour éviter de trop concurrencer les radios privées, ne sont pas autorisées les promotions occasionnelles, nationales ou locales qui constituent souvent la majorité des spots sur les radios privées. Sont interdits aussi les spots pour les boissons alcoolisées de plus de 1,2 degré (donc ni vin ni bière).

La durée des publicités sera limitée sur chaque antenne publique à 17 minutes par jour en moyenne par trimestre, ce qui signifie que la durée des spots peut varier d'un jour à l'autre. Les

spots ne pourront excéder 30 minutes cumulées pour une journée donnée. Dans la matinale (07h00-09h00), les spots ne peuvent dépasser trois minutes par jour en moyenne annuelle et huit minutes pour un jour donné, et chaque spot ne doit pas durer plus de 1 mn 30.

Ces limitations de durée ne concernent ni les messages publics ou caritatifs, ni les promotions dans le cadre d'échanges pour des événements culturels ou sportifs, par exemple pour un festival dont la radio est partenaire. Il faudra aussi désormais un jingle publicitaire, «un indicatif sonore aisément identifiable» avant chaque séquence de publicité.

Les parrainages d'émissions par des sponsors commerciaux sont autorisés, sauf pour les journaux, les émissions d'informations et les chroniques d'opinion. Pour éviter l'omniprésence d'une marque, Radio France ne pourra tirer ses recettes publicitaires à plus de 15% d'un même annonceur. Les recettes publicitaires ne représentent que 6% du budget de Radio France (soit 42 millions pour 2016), sur un budget total de plus de 690 millions, attendu avec un déficit de 16,5 millions cette année.

Les radios privées étaient fermement hostiles à la réforme, qui survient dans un contexte de crise : les investissements publicitaires en radio ont baissé de 2,4% en 2015. Dans un an, un rapport public fera le bilan des volumes horaires effectivement diffusés sur les stations publiques.

Conséquence de la réforme, pour la première fois France Télévisions et Radio France ont annoncé mercredi qu'ils proposeraient aux annonceurs de réaliser des campagnes publicitaires couplées, à la fois sur les radios et les chaînes de télé publiques.

En Bref...

Nat Geo Wild : «Extrême Animal Babies» tous les mardis à partir du 3 mai à 21h25

Tous les mardis à partir du 3 mai à 21h25, Nat Geo Wild proposera la série documentaire de 6x52' produite par Flame Media «Extrême Animal Babies» (titre non définitif). Les humains ne sont pas les seuls animaux dont la progéniture semble défier la logique de la survie. La nature est remplie de bébés casse-cou. Non seulement têtes brûlées, ils peuvent aussi être courageux, désordonnés, agressifs, difficiles, exigeants, de véritables divas ou des fauteurs de trouble. Dans «Extreme Animal Babies», les téléspectateurs partiront à la rencontre des différentes personnalités et comportements trouvés chez les bébés animaux du monde entier.

National Geographic Channel : «Genius avec Stephen Hawking» dès le 6 mai

National Geographic Channel proposera tous les vendredis à 21h30 à partir du 6 mai, la série documentaire «Genius avec Stephen Hawking» (6x52'/ Bigger Bang Communications Ltd). Avec le professeur Stephen Hawking, les téléspectateurs vont être amenés à réfléchir comme les brillants génies du passé dans le but de résoudre certaines des questions les plus importantes de l'humanité. Grâce à des expériences à grande échelle, le programme décrypte les mystères de la biologie de l'évolution, de l'astrophysique et de la mécanique quantique. Chaque épisode présente trois personnes à l'esprit curieux qui doivent utiliser leur propre intellect pour apprendre ce que certains des plus grands esprits de l'humanité ont découvert à propos des plus grands mystères scientifiques au cours des siècles.

Publicité

Pinterest s'ouvre à la publicité à sur ses marchés internationaux

Après les Etats-Unis, le service en ligne américain Pinterest, sur lequel les utilisateurs épinglent des photos («pins») liées à leurs centres d'intérêt, a annoncé mercredi qu'il s'ouvrirait à la publicité sur ses marchés internationaux, à commencer par le Royaume Uni. Pinterest avait commencé à montrer des publicités à ses utilisateurs américains il y a environ dix-huit mois, sous forme de «pins sponsorisés» par des marques ou des entreprises. «Nous avançons maintenant de manière énergique sur les marchés internationaux», indique Tim Kendall, président de Pinterest chargé notamment de superviser la monétisation du service et ses efforts dans la publicité. Pinterest démarre cette expansion par le Royaume-Uni, qu'il dit être un «marché prioritaire» avec une base d'utilisateurs importante y compris parmi les entreprises. «Durant le reste de l'année, nous continuerons à ajouter des pays anglophones, l'Australie, le Canada, l'Irlande», détaille Tim Kendall. «Puis ceux-ci seront suivi par des marchés non anglophones», selon un calendrier restant à préciser. Pinterest

se positionne à la croisée du réseau social et du moteur de recherche en ligne, et la plupart des utilisateurs du service ont «un degré très élevé d'intention commerciale», fait valoir Tim Kendall: ils ne viennent pas sur Pinterest pour voir des photos de leurs amis, mais chercher des biens et services qu'ils envisagent d'acheter, et «cela met Pinterest dans une position unique» pour montrer des publicités. De nombreuses marques et entreprises sont déjà présentes sur le service (les trois quarts des contenus épinglés sur Pinterest proviennent de sites internet de commerçants ou de blogs d'entreprises), mais payer pour des pins sponsorisés peut leur permettre d'apparaître plus souvent, ou de s'adresser à un public plus ciblé: par exemple en faisant voir les chaussures noires d'un commerçant à un utilisateur ayant fait une recherche sur le service pour ce produit particulier, relève-t-il. Pinterest dit compter déjà «des dizaines de milliers» d'annonceurs publicitaires aux Etats-Unis, dont beaucoup de petites et moyennes entreprises. Pinterest, fondée en 2010 en Californie, revendique aujourd'hui plus de 100 millions d'utilisateurs dont 45% à l'international. C'est l'une des startups les plus en vue de la Silicon Valley, avec une valorisation estimée à quelque 11 milliards de dollars lors de son dernier tour de table mi-mars 2015.

Technologies

Twitter ajoute un nouveau bouton

Le réseau social américain Twitter, qui cherche à séduire davantage d'utilisateurs, a annoncé mardi l'ajout d'un nouveau bouton à son service, permettant de transférer automatiquement un message vu sur le réseau par message privé. «Maintenant - en seulement quelques clics - on peut partager du contenu unique de Twitter directement depuis son fil d'actualité, dans une conversation privée» avec

un autre utilisateur, indique Somas Thyagaraja, gestionnaire de produit. Il met en avant le fort intérêt des utilisateurs de Twitter pour la fonction de messages directs, et donc privés contrairement à beaucoup de contenus publiés sur le réseau, avec des millions de tels envois chaque jour sur la plateforme. Twitter a déjà graduellement amélioré dans le passé sa fonction de messages directs privés, permettant par exemple aux gens d'y ajouter des images animées (GIFs) ou d'envoyer des missives plus longues que les publications autorisées sur le réseau lui-même.

En Bref...

téva : «Madame Secretary» à partir du 24 avril à 20h40

A partir du dimanche 24 avril à 20h40, la chaîne téva lancera la diffusion de la 2ème saison de la série politique «Madame Secretary» (22x42') créée par Barbara Hall et produite par Morgan Freeman, avec Téa Leoni, Tim Daly ... Les fans retrouveront Elizabeth McCord, ancienne agent de la CIA, devenue secrétaire d'Etat du Président des États.

Discovery Channel : «Forces Spéciales : Hell Week» dès le 6 mai à 21h35

Discovery Channel diffusera à partir du vendredi 6 mai à 21h35, «Forces Spéciales : Hell Week» (6x60'). Les téléspectateurs suivront les six meilleures forces spéciales des Etats-Unis, des Philippines, de la Russie, de la Grande-Bretagne, de l'Australie et d'Israël lors d'un entraînement militaire hors du commun. Durant 12 jours, 29 hommes et femmes vont traverser l'enfer en se confrontant aux exercices militaires réputés les plus difficiles au monde.

France 5 : «Tchernobyl, 30 ans après» le 26 avril

A l'occasion de l'anniversaire des 30 ans de Tchernobyl, France 5 propose le mardi 26 avril à 15h40 un film documentaire de 52', «Tchernobyl, 30 ans après». Le 26 avril 1986, la centrale nucléaire de Tchernobyl explosait, suite à un exercice de routine qui a tourné à la catastrophe et qui consistait à simuler une panne d'électricité. Ce documentaire revient 30 ans après sur cette catastrophe et retrace l'accident nucléaire le plus important de l'histoire de l'humanité.

Technologies

Facebook veut encourager la vidéo mobile en direct

Le réseau social américain Facebook veut encourager l'usage des vidéos filmées depuis un smartphone et diffusées en direct sur sa plateforme avec une série d'améliorations annoncées mercredi pour son service dédié «Live».

Il va notamment ajouter à ses applications mobiles un espace dédié pour Live: les utilisateurs pourront y voir les vidéos en direct les plus populaires, repérer plus facilement celles susceptibles de les intéresser grâce à un classement par thèmes, ou faire des recherches. Le spectateur d'une vidéo pourra aussi inviter ses amis à la regarder en même temps que lui.

Les créateurs des vidéos pourront de leur côté en limiter la diffusion aux membres d'un groupe spécifique sur Facebook, ou aux personnes invitées à un «événement» sur le réseau: cela pourrait servir par exemple pour donner un aperçu d'une fête aux invités qui n'ont pas pu venir ou organiser un concert privé. Les réactions des spectateurs («j'aime», «haha» et autres «Grrr») apparaîtront également désormais en direct sous forme de petits symboles sur la vidéo. «C'est comme entendre les applaudissements ou les encouragements de la foule», assure Fidji Simo, une des responsables du produit Live chez Facebook.

«Live» avait été lancé l'été dernier, au départ uniquement pour des célébrités, puis élargi en début d'année à un plus large public. Le service permet aujourd'hui de diffuser des vidéos mobiles en direct depuis une soixantaine de pays avec un



iPhone d'Apple, et il est en cours de déploiement international pour les appareils opérant sous Android, le système d'exploitation de Google.

Facebook met actuellement les bouchées doubles dans la vidéo, où il tente de s'imposer comme un rival pour YouTube (groupe Alphabet).

Comme les vidéos à 360 degrés, la diffusion en direct est «une évolution naturelle» de sa stratégie visant à offrir des contenus plus immersifs et interactifs aux utilisateurs, indique Fidji Simo. Selon elle, l'accueil a été bon pour tous les publics, avec beaucoup de moments de la vie quotidienne diffusés en direct, par exemple pour demander l'avis d'amis lors de visites d'appartements, mais aussi un usage important par les célébrités ou les médias.

«Les célébrités l'adoptent beaucoup, avec beaucoup d'entre eux qui font des questions-réponses, des athlètes qui montrent leur entraînement, des chefs qui font des démonstrations de cuisine?» détaille-t-elle. «Nous avons aussi beaucoup de médias qui annoncent des nouvelles de cette manière, ou vous emmènent dans les coulisses»: elle évoque des diffusions en marge du tapis rouge des Oscars, ou des présentateurs de télévision qui viennent ainsi continuer la discussion sur le réseau social après la diffusion de leur programme sur une chaîne. «C'est à la fois complémentaire (avec la télévision) et un moyen pour les gens d'avoir un angle différent», soutient-elle.

En Bref...

ARTE : «Inondations, une menace planétaire»
mardi 12 avril 2016 à 20h55

Mardi 12 avril à 20h55, les téléspectateurs pourront découvrir «Inondations, une menace planétaire» (ARTE France, Georama TV Productions, NHK, HLJBS, MAC GUFF, LUNA BLUE et RT BF), un documentaire de Marie Mandy. Les mégapoles côtières sont de plus en plus exposées aux inondations. Comment faire face? Une enquête ambitieuse fait le point de New York à Bangkok en passant par Tokyo.

France 5 : «Cap sur l'Atlantique» dès le 23 avril

France 5 proposera le samedi à 16h05 à partir du 23 avril, «Cap sur l'Atlantique» (3x50' / BBC / National Geographic Channels). Peuplé par une immense variété d'espèces, l'Atlantique s'étire sur plus de 15.000 km du Groenland au Cap Horn. De ses côtes tropicales à ses abysses, c'est l'océan de tous les extrêmes.

Groupe CANAL+ : «Time's Up ! Le show» lancé en exclusivité mondiale sur TELETOON+

TELETOON+, la chaîne jeunesse du Groupe CANAL+, lancera en 1^{ère} exclusivité mondiale «Time's Up ! Le show» (26x26'), une production Flab Prod d'après un format développé et distribué par Vivendi Entertainment. Le jeu familial «Time's Up!», édité par Repos Production, est en effet adapté pour la 1^{ère} fois à la télévision. «Time's Up ! Le show» sera à l'antenne à la rentrée pour une émission hebdomadaire de 26'. Le principe: 2 équipes de 3 enfants de 10-13 ans, accompagnées chacune d'une célébrité, vont s'affronter pour remporter un maximum de cadeaux.

Technologies

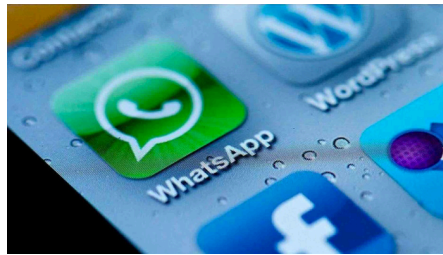
WhatsApp va désormais chiffrer «de bout en bout» les envois sur sa plateforme

Le service de messagerie WhatsApp, filiale de Facebook, a annoncé mardi qu'il allait désormais chiffrer «de bout en bout» les envois sur sa plateforme, une mesure qui protège davantage les données de ses utilisateurs mais pourrait alimenter des conflits avec les forces de l'ordre.

«Nous sommes fiers d'annoncer que nous avons fait une avancée technologique qui fait de WhatsApp un leader dans la protection de vos communications privées: le chiffrement total de bout en bout», indique le service sur son blog officiel. Cela signifie que, «quand vous envoyez un message, la seule personne qui peut le lire est la personne ou le groupe à qui vous envoyez ce message. Personne (d'autre) ne peut rentrer dans ce message. Pas les cybercriminels. Pas les pirates. Pas les régimes oppressifs. Même pas nous», ajoute WhatsApp.

Cette annonce intervient après plusieurs semaines de bras de fer entre Apple et le gouvernement américain, qui voulait forcer la marque à la pomme à aider le FBI à pirater un iPhone appartenant à l'un des auteurs de l'attentat de San Bernardino.

De manière générale, les mesures de protection toujours plus poussées sur les services et les appareils des groupes technologiques, qui souvent ne conservent même plus de clé de décryptage, sont critiquées par les forces de l'ordre. Ces dernières arguent que cela laisse des criminels



et des terroristes opérer librement. D'après des informations de presse, WhatsApp serait engagé dans des batailles judiciaires similaires à celle entre Apple et le FBI. Des médias ont aussi rapporté que le service et son concurrent Telegram avaient pu être utilisés dans les attaques terroristes du 13 novembre à Paris.

Les Etats-Unis pourraient légiférer pour obliger les groupes technologiques à conserver des «clés» permettant de récupérer les données en cas d'enquête criminelle, et avec un mandat judiciaire.

Des législations sont également discutées en France et au Royaume-Uni. Un grand nombre de groupes technologiques et de défenseurs des droits civils ont en revanche pris position contre l'octroi d'un «accès spécial» aux forces de l'ordre, estimant que cela créerait des failles pouvant également être exploitées par des pirates ou des dictatures.

«Nous vivons dans un monde où nos données sont numérisées plus que jamais auparavant», a souligné WhatsApp.

«Chaque jour, nous voyons des histoires d'accès inopportun ou de vol de données sensibles. Et si rien n'est fait, encore plus d'informations et de communications en ligne des gens seront vulnérables à des attaques dans les années à venir».

En Bref...

Sundance Channel : la nouvelle série «Hap and Leonard» dès le 2 juin à 21h00

La chaîne Sundance Channel a annoncé que sa nouvelle série événementielle «Hap and Leonard» serait diffusée en avant-première à partir du jeudi 2 juin, à 21 heures. Thriller à l'humour très noir, la série en 6 épisodes est adaptée des romans à succès de Joe R. Lansdale. Les deux premiers épisodes seront également projetés lors d'avant-premières exclusives, dans le cadre du Festival Série Mania, au Forum des Images, à Paris. Les projections auront lieu le samedi 16 avril à 17h45 au Forum des Images et le mercredi 20 avril à 14h00 au cinéma UGC Les Halles (Paris 1er arrondissement). Au fil d'une sombre et marécageuse intrigue dans le plus pur style du roman noir, l'histoire de «Hap and Leonard» suit les péripéties comico-tragiques de deux meilleurs amis, d'une femme fatale, d'une bande de révolutionnaires usés, d'une paire de tueurs psychotiques à la recherche d'un butin perdu et leurs démêlés avec la police. La série met en vedette James Purefoy («Rome», «The Following») dans le rôle de Hap, Michael Kenneth Williams («The Wire», «Boardwalk Empire») alias Leonard, et Christina Hendricks («Mad Men») qui incarne Trudy. Produit par AMC Studios, la série «Hap and Leonard» a été développée par le réalisateur et scénariste Jim Mickle et son acolyte, le scénariste Nick Damici. Jim Mickle, Nick Damici, Jeremy Platt et Nick Shumaker sont les producteurs exécutifs de la série. Ce projet marque la deuxième collaboration de Mickle et Damici avec l'auteur, Joe R. Lansdale. Le duo a notamment adapté le roman de Lansdale, *Cold in July* au cinéma. Intitulé «Juillet de Sang» en version française, le long-métrage a été sélectionné et projeté en avant-première lors de l'édition 2014 du Sundance Film Festival.

Cinéma

La Fabrique des Cinémas du Monde : le réalisateur chinois Jia Zhang-Ke parrain de la 8ème édition

Le réalisateur chinois Jia Zhang-Ke, prix du meilleur scénario à Cannes en 2013 et membre du jury de la sélection officielle en 2014, sera cette année le parrain de Fabrique des Cinémas du Monde qui, chaque année, soutient la jeune création cinématographique mondiale. «C'est un grand cinéaste qui a une histoire importante avec Cannes. Il a la passion de transmettre son savoir», a déclaré mercredi Valérie Mouroux, directrice du département Cinéma de l'Institut français, à l'initiative de La Fabrique des Cinémas.

Organisée dans le cadre du Festival de Cannes, la Fabrique, dont c'est la 8e édition, a sélectionné dix projets de longs métrages étrangers qui bénéficieront d'un accompagnement personnalisé, de rencontres avec des producteurs pour négocier des coproductions pendant le festival et des conseils de Jia Zhang-Ke lui-même. Jia Zhang-Ke «vient d'une petite ville et a monté sa propre entreprise, c'est un profil très intéressant pour les réalisateurs que nous invitons, des cinéastes qui connaissent des situations plus difficiles qu'en Europe pour produire leurs oeuvres», a expliqué Valérie Mouroux.

Les dix projets, tous des premiers ou des deuxièmes films, ont été sélectionnés sur des critères «de qualité et d'avancement» mais «il faut aussi avoir un producteur dans son pays», a précisé Émilie Essadi, du pôle «Cinéma du monde» de l'Institut. La sélection n'est pas une garantie de

coproduction ou de tournage.

Quatre pays ont été retenus pour la première fois: l'Angola, l'Azerbaïdjan, le Costa Rica et le Zimbabwe. «Parfois les films mettent beaucoup de temps à se faire, parfois certains réalisateurs ne réussissent pas à trouver de financements», a expliqué Émilie Essadi. Valérie Mouroux a cependant rappelé que «60 à 70% des projets de films présentés par la Fabrique» trouvaient des accords de coproduction.

Les dix lauréats:

- Angola: «Girlie», de Pocas Pascoal
- Azerbaïdjan: «Basket», de Imam Hasanov
- Brésil: «La Fièvre», de Maya Da-Rin
- Costa Rica: «Rivière Sale», de Gustavo Fallas
- Egypte: «Amal», de Mohamed Siam
- Georgie: «Citizen Saint», de Tinatin Kajrishvili
- Iran: «Yalda», de Massoud Bakshi
- Maroc: «Saint Inconnu», de Alaa Eddine Aljem
- Philippines: «Une Mauvaise Saison», de Carlo Francisco Manatad
- Zimbabwe: «The Other Half of the African Sky», de Tapiwa Chipfupa

En Bref...

Deux films signés GEDEONS primés au Festival du film d'archéologie d'Amiens

Diffusé sur la chaîne Histoire en 2015, le film «Marly, le château disparu du Roi Soleil» réalisé par Laurent Marmol et Frédéric Lossignol sur une idée originale de Bertrand Triboulot a reçu le Prix de la DRAC au Festival du film d'archéologie d'Amiens le 19 mars, révèle la dernière newsletter de GEDEON Programmes. Le film d'Olivier Horn «Angkor entre terre et ciel» coproduit avec l'INRAP et diffusé sur Toute l'Histoire et TV5 Monde a reçu le Prix Jules Verne Amiens Métropole.

Trophée des Objets Connectés 2016 : appel à candidatures

Le Trophée des Objets Connectés, lancé en juin 2014 en présence d'Axelle Lemaire, Secrétaire d'Etat en charge du Numérique, a lancé sa 3ème édition avec un appel à candidatures. Lancé à l'initiative de NPA Conseil, l'événement a pour vocation de distinguer les objets et services connectés les plus innovants, qu'ils soient déjà commercialisés ou encore à l'état de prototype. Pour cette 3ème édition, le Trophée des Objets Connectés distinguera les réalisations en fonction de leur caractère innovant, de leur valeur d'usage et de leur potentiel de développement économique, et ce dans 5 catégories (Bien-être et santé, Transport et mobilité, Jeux et Divertissement, Maison connectée et M2M). 18 prix dont 4 prix spéciaux seront remis au terme de la compétition. Les candidats peuvent postuler en ligne jusqu'au vendredi 29 avril. Un jury composé d'experts sélectionnera les lauréats 2016 du Trophée des Objets Connectés le mardi 17 mai. Ils seront présentés le 31 mai 2016 à la Maison des Travaux Publics.

Cinéma

Cinéma/ France: forte reprise de la production de longs métrages en 2015

Avec 300 films réalisés en France l'an dernier, contre 258 en 2014, la production de longs métrages a connu une forte reprise en 2015, année marquée aussi par une grande diversité des oeuvres, a indiqué mardi le Centre national du Cinéma (CNC). En 2014, la production de films avait régressé en France (-12 films à 258), après un fort recul des investissements étrangers qui ont repris depuis. L'an dernier, 234 films d'initiative française et 66 coproductions minoritaires françaises ont été tournées, tandis que les investissements dans la production cinématographique ont été en forte hausse, observe le CNC dans un communiqué. En 2015, les investissements dans la production des films d'initiative française ont progressé de 28 % pour atteindre plus d'1 million d'euros, grâce notamment

à une progression des investissements étrangers dans les films d'initiative française (près de 118 %) et par une forte augmentation des apports des chaînes de télévision (plus de 31 %), la plus élevée depuis 10 ans. Impliquant 41 pays différents, les coproductions internationales sont en nette hausse avec 142 films, soit 36 oeuvres de plus qu'en 2014. «Les financements alloués aux coproductions internationales progressent de 41,6% pour atteindre 560 millions d'euros, témoignant de l'ouverture au monde du cinéma français», souligne le CNC. En 2015, 75 premiers films ont été produits, contre 60 l'année précédente. Selon le CNC, le nombre de jours de tournage pour les films d'initiative française (6.850) a augmenté de 10% par rapport à 2014. Cependant, en 2015, les jours de tournage à l'étranger ont progressé de 50 %, en attendant un éventuel effet de l'élargissement du crédit d'impôt depuis le 1er janvier 2016, une mesure visant à inciter les producteurs à revenir tourner davantage en France.

Cinéma

«Panama Papers» : Almodovar annule la promotion de son film «Julieta»

Le cinéaste espagnol Pedro Almodovar a annoncé mardi qu'il annulait la promotion de son nouveau film, «Julieta», mercredi à Madrid, après la publication de son nom sur la liste des clients d'un cabinet d'avocats au Panama spécialisé notamment dans l'évasion fiscale. «Compte-tenu de la priorité donnée à des informations sur des sujets non liés à «Julieta», nous avons décidé (...) d'annuler le photocall et la présentation de presse prévus demain», mercredi, a annoncé la maison de production des frères Pedro et Agustin Almodovar. Peu après le frère du cinéaste, Agustin, a précisé sur Twitter à l'attention des journalistes:

«Nous avons annulé le photocall en raison de la pression mais maintenons les entretiens». Le scandale a éclaté dimanche avec la parution dans une centaine de médias dans le monde entier d'extraits de quelque 11 millions et demi de documents provenant du cabinet panaméen Mossack Fonseca, révélant l'existence de sociétés créées à des fins d'évasion fiscale pour le compte de dizaines de personnalités internationales. Parmi les noms cités figurent des amis du président russe Vladimir Poutine, le beau-frère du chinois Xi Jinping, le Premier ministre d'Islande Sigmundur David Gunnlaugsson, le footballeur argentin Lionel Messi ou les frères Almodovar. Le film «Julieta» doit sortir vendredi en Espagne. Avec les actrices Emma Suárez et Adriana Ugarte dans les rôles titre, il raconte l'histoire d'une femme dont la fille quitte la maison sans la moindre explication à 18 ans et disparaît pendant une décennie.

En Bref...

TV France International: un nouveau logo

TV France International, l'association des exportateurs de programmes audiovisuels, s'est doté d'un nouveau logo qui s'inscrit dans l'univers graphique de Screenopsis, la plateforme de VàD professionnelle lancée le 9 mars par TV France International.

ARTE Creative revient sur le parcours de Ronald Wayne dans le web documentaire «Apple, le troisième homme»

A l'occasion des 40 ans d'Apple, les internautes peuvent découvrir sur ARTE Creative le web documentaire de Jules Pochy et Jérôme Schmidt, «Apple, le troisième homme» (2x5'/ Sofilms/ Rififilms/ ARTE France). Le troisième homme d'Apple ? Ronald Wayne. Son erreur ? Avoir vendu pour une somme symbolique ses parts après le lancement de la compagnie avec Steve Jobs et Steve Wozniak. Un récit décalé de la saga Apple.

GEDEON Programmes: Patrick Zachmann à l'honneur à la Maison Européenne de la Photographie à Paris

A l'occasion de l'exposition consacrée à Patrick Zachmann du 6 avril au 5 juin 2016 à la Maison Européenne de la Photographie à Paris, So Long, China 1982-2015, le film «La mémoire de mon père» produit par GEDEON Programmes sera projeté en boucle dans l'une des salles de l'exposition. La MEP organise une rencontre-conférence avec le photographe le 27 avril de 18h00 à 20h00 dans l'auditorium, informe la dernière newsletter de GEDEON Programmes.

Aujourd'hui dans le monde

Mali: «Taxi Tigui» veut bousculer les omniprésentes telenovelas sud-américaines

Dans son taxi cabossé, «F-One» transporte commerçants, hommes politiques, stars, fonctionnaires, jeunes et vieux à travers les rues de Bamako. Il est le héros d'une nouvelle série télévisée malienne, «Taxi Tigui», qui veut bousculer les omniprésentes telenovelas sud-américaines. «Ce taxi n'est pas n'importe quel taxi», lance F-One, interprété par Koman Diabaté, à une passagère dans le premier épisode de «Taxi Tigui» - «chauffeur de taxi» en bambara, l'une des langues les plus parlées au Mali. Le chauffeur dit avoir échappé à des bombardements en Afghanistan, en Irak, à un tremblement de terre «au pied de la Tour Eiffel» et il assure être «le plus rapide de tout le Mali», d'où son surnom de «F-One», comme Formule 1, qui fait écho à la brièveté des épisodes - 3' chacun. «Taxi Tigui», c'est «avant tout une comédie de divertissement, une caricature de la société», explique le Franco-Malien Toumani Sangaré, réalisateur et producteur de cette série diffusée depuis mi-mars par la télévision publique ORTM. «Chaque client est prétexte à un sketch, à une aventure». La série crée des situations souvent loufoques auxquelles peut facilement s'identifier le public malien, estime la société de production de la série, BanKO, cofondée par Toumani Sangaré et Nicolas Frébault, un Français installé depuis une dizaine d'années dans ce pays de quelque 16 millions d'habitants. Le duo de BanKO ambitionne de créer du contenu audiovisuel «100% malien». Dans le taxi, «on retrouve le quotidien du Mali», affirme Koman Diabaté, colosse habitué à camper des personnages très divers. «Tout ce qui se passe chez nous - aux plans culturel, économique, politique... on parle de

tout». «Les thèmes sensibles, on les a souvent tournés en dérision pour que le côté tabou disparaisse derrière le rire», précise la scénariste Sirafily Django. Dans un épisode, le héros se trouve ainsi tiraillé entre l'appât du gain et son devoir religieux: il finira par accepter une course supplémentaire payée double et ratera l'heure de la grande prière. A voir la réaction initiale du public, la série, dans laquelle apparaîtront des célébrités comme le comédien Habib Dembélé dit «Guimba national» et la chanteuse Babani Koné, suscite déjà l'intérêt des spectateurs, dans des proportions cependant difficiles à quantifier, faute de mesures d'audience dans le pays. «Ça m'a beaucoup plu, c'est ce que nous vivons tous les jours au Mali», s'est réjouie Mariétou Togola, étudiante. Modibo Haïdara, réparateur de télévision, a regardé le 1^{er} épisode dans son quartier avec ses voisins. Il raconte avoir été plié de rire et compte regarder tous les numéros. «Ce sont les coutumes, la réalité du Mali, que Koman et les comédiens connaissent bien», dit-il.

Deux mois de préparation et 12 jours de tournage ont été nécessaires pour réaliser les deux 1^{ères} saisons, soit 44 épisodes. Trois épisodes inédits sont diffusés en soirée du lundi au mercredi, puis rediffusés en matinée les autres jours. Selon le réalisateur, il s'agit de la 1^{ère} série malienne intégralement tournée en incrustation: cette technique d'effets spéciaux consiste à intégrer dans une même image le jeu des acteurs tourné en studio sur un fond vert et le décor constitué par les images de circulation dans les rues de Bamako. Elle a permis de réduire considérablement les coûts et la durée de tournage. Les contraintes financières du cinéma et le déclin des salles - elles ont pratiquement toutes fermé au Mali - laissent un boulevard aux contenus pour la télévision, constate M. Ouane. «Il est désormais plus facile de produire des séries tv que des fictions pour le cinéma». Et les opportunités de diffusion se multiplient.

En Bref...

Le Festival Série Mania: 7^{ème} édition dès le 15 avril

Le Festival Série Mania fête cette année sa septième édition. Créé par le Forum des Images, Série Mania propose un tour d'horizon de la production audiovisuelle internationale, très en vogue actuellement. A partir du 15 avril 2016, le Festival proposera 10 jours de télévision, avec au programme, 50 avant-premières des meilleurs séries américaines, françaises et internationales. A noter que le Festival attend près de 23.000 spectateurs cette année.

AFP : Nicolas Gaudichet nommé directeur du bureau de Belgrade

Nicolas Gaudichet a été nommé directeur du bureau de Belgrade de l'Agence France-Presse. Agé de 43 ans, Nicolas Gaudichet occupait jusqu'alors les fonctions de journaliste aux Informations générales, au pool Justice, Instruction. Il est entré à l'Agence en 1997 et a débuté sa carrière sur le desk Afrique avant de partir pour Nicosie en mission.

TF1 Licences acquiert 2 nouvelles marques jeunesse: «Chica Vampiro» et «Yo-Kai Watch»

TF1 Licences, entité de TF1 Entertainment, acteur sur le marché de la licence, enrichit son portefeuille de marques grâce à l'arrivée de deux nouvelles propriétés plébiscitées auprès du jeune public : «Chica Vampiro» et «Yo-Kai Watch». Diffusé sur Gulli, «Chica Vampiro» s'adresse aux filles de 7-10 ans. De son côté, en 2 ans, la franchise «Yo-Kai Watch» est devenue l'une des plus populaires au Japon : la série est numéro 1 chez les enfants de 4-12 ans sur la chaîne TV Tokyo.

AUDIENCES MARDI 05 AVRIL 2016

Source Médiamétrie



ACCESS

En part d'audience

Logo	Programme	Nombre de téléspectateurs	Part d'audience (%)
TF1	MONEY DROP JEU	3 301 000	19,40%
2	N'oubliez pas les paroles JEU	1 608 000	11,00%
3	19-20 JOURNAL REGIONAL JOURNAL REGIONAL	2 557 000	16,60%
CANAL+	LE JT DU GRAND JOURNAL \ OLIVIER BESANCENOT MAGAZINE	367 000	2,60%
5	C A VOUS MAGAZINE	779 000	4,60%
6	CHASSEURS D'APPART JEU	1 527 000	10,50%
arte	DANEMARK DOCUMENTAIRE	356 000	2,20%
8	TOUCHE PAS A MON POSTE ! MAGAZINE	1 378 000	6,60%
W9	LES MARSEILLAIS : SOUTH AFRICA DOCUMENTAIRE	420 000	2,60%
tmc	LAS VEGAS \ BOIRE ET DEBOIRES SERIE	299 000	1,80%
NT1	GREY'S ANATOMY \ PHASE CRITIQUE SERIE	322 000	2,10%
M6	SMALLVILLE \ CODE ROUGE SERIE	204 000	1,20%
4	LES ANIMAUX DU ZOO DOCUMENTAIRE	179 000	1,20%
17	PAWN STARS, LES ROIS DES ENCHERES DOCUMENTAIRE	168 000	1,00%
Gulli	BIG TIME RUSH \ LA FETE DES MERES SERIE	274 000	1,60%
6	H \ NO CLOWNING SERIE	70 000	0,40%
HDI	GHOST WHISPERER \ SECRETS DE FAMILLE SERIE	265 000	1,60%
6ter	BUFFY CONTRE LES VAMPIRES \ SANS ESPOIR SERIE	130 000	0,90%
25	RIVER MONSTERS : MONSTRES D'EAU DOUCE DOCUMENTAIRE	91 000	0,50%
RMC	SEULS FACE A L'ALASKA \ LA FIN DU MONDE DOCUMENTAIRE	303 000	2,00%
Chérie 25	NEW-YORK POLICE JUDICIAIRE SERIE	38 000	0,20%

PRIME

En part d'audience

Logo	Programme	Nombre de téléspectateurs	Part d'audience (%)
TF1	LES ENFANTS DE LA TELE \ SPECIAL LES VISITEURS MAGAZINE	2 867 000	13,70%
2	CASH INVESTIGATION MAGAZINE	3 568 000	17,10%
3	DIABOLIQUE TELEFILM	3 377 000	14,00%
5	ALIMENTATION, LA LOI DU SANS DOCUMENTAIRE	819 000	3,40%
6	THE ISLAND, SEULS AU MONDE DOCUMENTAIRE	2 057 000	8,40%
arte	A DROITE TOUTE DOCUMENTAIRE	248 000	1,00%
8	NOUVELLE STAR \ EDITION 2015 JEU	670 000	3,50%
W9	MARVEL : LES AGENTS DU S.H.I.E.L.D. SERIE	716 000	2,90%
tmc	NEW-YORK SECTION CRIMINELLE SERIE	858 000	3,50%
NT1	REVENGE \ LEURRE SERIE	476 000	1,90%
M6	LA SOIF DE L'OR FILM	430 000	1,80%
4	UNE SAISON AU ZOO DOCUMENTAIRE	706 000	2,90%
17	INCONTROLABLE FILM	261 000	1,10%
Gulli	SNOWFLAKE : LE GORILLE BLANC FILM	303 000	1,30%
6	UN PARFUM DE CARAIBE TELEFILM	296 000	1,20%
HDI	SECTION DE RECHERCHES \ L'ENFANCE DE L'ART SERIE	839 000	3,40%
6ter	FAIS PAS CI, FAIS PAS CA \ PREMIER BULLETIN SERIE	212 000	0,90%
25	MARIE BESNARD L'EMPOISONNEUSE... TELEFILM	164 000	0,70%
RMC	ANCIENT MYSTERIES DOCUMENTAIRE	345 000	1,40%
Chérie 25	INTO THE WILD FILM	238 000	1,10%

NIGHT

En part d'audience

Logo	Programme	Nombre de téléspectateurs	Part d'audience (%)
TF1	LE GRAND BETISIER \ EDITION 2016 HUMOUR	1 057 000	16,80%
2	PARENTS CRIMINELS : L'OMERTA FRANCAISE DOCUMENTAIRE	748 000	10,60%
3	GRAND SOIR 3 MAGAZINE	782 000	8,30%
5	ENQUETE DE SANTE : LE DEBAT MAGAZINE	967 000	4,10%
6	THE ISLAND, SEULS AU MONDE \ HOMMES DOCUMENTAIRE	2 020 000	11,20%
arte	THEMA : DEBAT MAGAZINE	225 000	1,10%
8	NOUVELLE STAR \ EDITION 2015 JEU	115 000	2,80%
W9	MARVEL : LES AGENTS DU S.H.I.E.L.D. \ CICATRICES SERIE	665 000	2,90%
tmc	NEW-YORK SECTION CRIMINELLE \ TOUT UN POEME SERIE	767 000	3,30%
NT1	REVENGE \ ACHARNEMENT SERIE	474 000	2,00%
M6	MAMMA MIA FILM	121 000	0,90%
4	UNE SAISON AU ZOO DOCUMENTAIRE	743 000	3,20%
17	KILLER SHARK TELEFILM	222 000	1,70%
Gulli	MICKEY MATSON ET L'ORDRE SECRET TELEFILM	100 000	0,80%
6	LE ROMAN DE GEORGETTE TELEFILM	120 000	0,90%
HDI	SECTION DE RECHERCHES \ MEA CULPA SERIE	835 000	3,70%
6ter	FAIS PAS CI, FAIS PAS CA \ TOUSSAINT SERIE	249 000	1,10%
25	FACE AU CRIME \ LE ROUTARD DU VIOL DOCUMENTAIRE	116 000	0,80%
RMC	LES PROPHEITIES DE L'APOCALYPSE DOCUMENTAIRE	365 000	1,60%
Chérie 25	DOUBLE JEU (BRUCE BERESFORD) FILM	197 000	4,00%

AUTRES TV

En part d'audience

85,40%	14,60%
--------	--------

AGENDA DES MEDIAS

DU 4 AU 7 AVRIL	<i>09h00</i>	MIPTV Edition 2016	<i>Cannes - audrey.keita@reedmidem.com</i>
AUJOURD'HUI	<i>18h00</i>	CNC Table ronde: "Les jeunes: leurs loisirs, leurs usages numériques"	<i>Paris 6ème - rsvp@debat.cnc.fr</i>
VENDREDI 8 AVRIL	<i>10h00</i>	Talents en Court/ France Télévisions "Talent en Court et France Télévisions fêtent leur partenariat"	<i>Paris 10ème - talentsencourt@lesamisducomedyclub.fr</i>
LUNDI 11 AVRIL	<i>16h15</i>	France Télévisions Conférence de presse "Eurovision 2016"	<i>Paris 18ème - ludovic.hurel@francetv.fr</i>
MARDI 12 AVRIL	<i>08h30</i>	Havas Media Group Présentation résultats du baromètre Transformation digitale en 4 dimensions	<i>Puteaux - marie-sophie.simon@havasmg.com</i>
	<i>09h00</i>	Grand Paris Pôle Média Session inaugurale "Les productions multi-écrans, avec ou sans les diffuseurs TV?"	<i>Saint-Denis - johanne.llarden@lepole.org</i>
	<i>20h00</i>	France Télévisions Présentation de l'opération "Génération What?"	<i>Paris 15ème - margaux.morin@francetv.fr</i>
MERCREDI 13 AVRIL	<i>15h00</i>	TFOU Avant-première "Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir"	<i>Paris 1er - ckilejian@tf1.fr</i>
	<i>19h00</i>	médiaClub Invitation au Prix de l'Initiative Numérique	<i>Paris 8ème - emmanuelle.cocuaud@audiens.org</i>
JEUDI 14 AVRIL	<i>08h30</i>	Oxygen La matinale de l'innovation 2016	<i>Levallois-Perret - 01.84.02.20.95</i>

BOURSE : SECTEUR DES MEDIAS

* Liste non exhaustive

Valeurs	Cours	Var. %	Ouv.	↑	↓	Valeurs	Cours	Var. %	Ouv.	↑	↓
1000MERCIS	40.06	0.02%	40.06	40.06	40.05	MOBILE NETWORK	1.03	-3.74%	1.06	1.06	1.03
ADLPARTNER	12.50	-0.71%	12.61	12.61	12.43	NETBOOSTER	2.52	-3.08%	2.59	2.59	2.52
ADTHINK MEDIA	0.97	-3.96%	0.97	0.97	0.95	NEXTEDIA	0.60 (c)	0.00%	ND	ND	ND
EUROPACORP	4.30	-1.38%	4.36	4.36	4.30	NRJ GROUP	8.99	-0.11%	9.10	9.10	8.99
EUTELSAT COMMUNIC.	27.975	-0.62%	27.960	28.105	27.895	NUMERICABLE-SFR	29.445	-1.52%	29.995	30.155	28.650
GAUMONT	49.28	0.18%	49.19	49.28	49.01	PRISMAFLEX INTERNA.	10.95	-1.35%	11.00	11.00	10.80
GROUPE SFPI	3.10	0.00%	3.10	3.10	3.10	PUBLICIS GROUPE	61.68	-1.80%	62.26	62.37	61.43
HAVAS	7.040	-0.61%	7.157	7.157	7.000	SOLOCAL GROUP	4.220	-3.92%	4.343	4.354	4.200
JCDECAUX SA.	38.415	-1.89%	38.760	38.910	38.365	TF1	10.785	-2.84%	11.095	11.095	10.770
LAGARDERE SCA N	23.215	-1.88%	23.515	23.535	23.120	VIVENDI	18.150	-1.09%	18.150	18.225	18.055
MEDIA 6	7.10	0.00%	7.10	7.10	7.10	WEBORAMA	10.85	-7.66%	11.74	11.74	10.57
METROPOLE TV (M6)	16.000	-0.87%	16.085	16.145	15.980	XILAM ANIMATION	2.20	0.92%	2.20	2.20	2.20

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

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

Pour encore plus d'informations retrouvez nous sur :

REPRODUCTION INTERDITE

