

# + la lettre

# \_les clés de\_

# La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

## L'événement

### Le ministère de la Culture se mobilise pour l'éducation aux médias

À deux semaines de l'édition 2018 de la Semaine de la presse et des médias dans l'école, qui se déroule du 19 au 24 mars, Françoise Nyssen, ministre de la Culture, a annoncé, le 4 mars, sur le site du *Figaro*, le doublement de l'enveloppe financière consacrée à l'éducation aux médias et sa volonté que les sociétés de l'audiovisuel public créent une plateforme commune de décryptage de l'information. « *Mon plan pour l'éducation aux médias a trois volets, explique-t-elle dans cette interview : une amplification sans précédent de l'action des associations et de l'engagement des journalistes qui font cette sensibilisation dans les écoles ; ce même déploiement au sein des bibliothèques-médiathèques ; et la création d'une plateforme commune des sociétés de l'audiovisuel public pour le décryptage de l'information et l'éducation aux médias. Les médiathèques ont un rôle à jouer en tant que référent numérique pour l'éducation aux médias* ». C'est dans ce but que le ministère de la Culture va doubler l'enveloppe financière qu'il consacre à l'éducation aux médias, qui passera de 3 à 6 millions d'euros.

Dans cet entretien, Françoise Nyssen annonce aussi avoir demandé aux six sociétés de l'audiovisuel public de concrétiser un projet de plateforme commune pour l'éducation aux médias et le décryptage de l'information. « *Ce sera l'un des thèmes de la prochaine réunion que j'organise avec les six dirigeants le 19 mars, précise-t-elle. L'information est l'une des missions fondamentales du service public. En rassemblant ses forces, l'audiovisuel public peut créer un outil qui pourra être mis à disposition de l'Éducation nationale, mais aussi des médiathèques, des associations* ».

## Coup de fil à... David Straus

### « Au CFJ, l'effet bachotage ne nous plaisait pas »

Le Centre de formation des journalistes (CFJ) change son mode de sélection pour la rentrée 2018 en remplaçant son épreuve d'admissibilité écrite, notamment constituée de QCM, par l'élaboration d'un épais dossier. L'objectif de l'école est de diversifier davantage ses effectifs, nous explique David Straus, directeur adjoint.

#### Les Clés de la presse. Quelles sont les raisons de changement ?

**David Straus.** Cela marchait bien. Mais nous avons constaté qu'aux oraux, sur les 130 à 150 personnes reçues, un tiers ne correspondait pas. Quand nous recevons à l'oral une personne qui n'est pas renseignée sur le métier, ne s'est pas informée avant, parce qu'elle pensait que nous ne posions pas de questions d'actualité, nous arrivons à la conclusion que l'écrit n'a pas joué son rôle. Ces candidats ont peut-être pris la place d'autres personnes qui avaient les qualités requises. L'effet bachotage ne nous plaisait pas. Nous voulons continuer à avoir les mêmes profils, mais le but est d'en faire émerger d'autres, curieux, rigoureux, prêts à faire des efforts pour arriver dans notre école. Des personnes qui réfléchissent aussi sur elles-mêmes, leur projet et leur position de journaliste.

#### Comment se déroule le concours ?

**D.S.** il comporte trois phases. Après validation de l'inscription, les candidats reçoivent un dossier qui fait office d'épreuve d'admissibilité. Ils le remplissent à la maison. Volontairement, nous n'avons pas défini de limite de temps parce qu'il y a des personnes qui sont à l'étranger, ont des examens à passer ou autres. Dans toute sélection, il y a un côté injuste, c'est indéniable, mais nous essayons de le réduire. Le dossier comporte une vingtaine de

## Distribution

### L'ARDP valide les mesures exceptionnelles du CSMP

Comme il fallait s'y attendre, l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP) a entériné, le 2 mars, les mesures qu'avait pris le conseil supérieur des messageries de presse (CSMP) pour redresser Presstalis, même si ces décisions avaient été accueillies fraîchement par de nombreux acteurs du marché. Les décisions relatives à la prolongation exceptionnelle de six mois des délais de préavis, à la création d'une contribution exceptionnelle des éditeurs pour le financement des mesures de redressement du système de distribution de la presse, et aux conditions de règlement, par Presstalis, des recettes de vente des journaux et magazines, sont donc rendues exécutoires.

## Talents

**Pierre Mathis** est promu rédacteur en chef de l'*Indépendant* (groupe *Dépêche du midi*).

**Thomas Methner**, ancien de Procter & Gamble, rejoint Harris interactive au poste de directeur innovation & solutions Europe.

**Pascale Tournier** est promue rédactrice en chef adjointe du pôle Actualité de *la Vie*.

**Delphine de Mallevoüe** est promue rédactrice en chef du service Société du *Figaro*.

**Cozinne Seguin** est promue directrice générale adjointe d'iProspect France, l'agence de performance digitale de Dentsu aegis network, en charge de la transformation des métiers du pay per click. **Thibault Duthuit** devient DGA en charge du pôle conseil sur les clients BtoC,


questions. D'abord un point sur la personnalité pour savoir comment la personne s'inscrit dans son environnement. Est-ce qu'elle est curieuse ? Par exemple, le candidat doit décrire un lieu exceptionnel à moins de dix kilomètres de chez lui. Nous ne souhaitons pas des journalistes avant d'avoir suivi le cursus de l'école, mais nous voulons essayer de voir si le candidat a des prédispositions. Ensuite, il y a des questions sur la motivation à devenir journaliste. Une épreuve d'actualité à faible coefficient. La dernière épreuve consiste à rédiger une anticipation. Par exemple, en se projetant dans l'entre-deux-tours des prochaines élections présidentielles. Ce travail demande de l'investissement. Nous sélectionnons 200 personnes pour les oraux.

#### Les épreuves d'admission et les oraux changent-ils ?


D.S. Au CFJ, il y a une épreuve reine, l'enquête reportage sur deux jours. Les candidats vont collecter de l'information le premier jour sur le terrain et expliquent leur démarche le deuxième jour à l'oral. L'important n'étant pas de réussir son article, mais d'expliquer sa démarche. Nous aimons beaucoup cette épreuve, très révélatrice. L'oral de motivation reprend ce principe. Nous allons nous appuyer sur le dossier pour aller plus loin dans la discussion. Avant, lors des oraux de motivation, nous devions revenir sur les questions d'actualité, comme l'écrit ne remplissait pas toujours son rôle. Ce ne sera plus le cas. Il y aura une épreuve d'actualité à préparer avec l'aide d'Internet, comme un vrai journaliste, et à présenter ensuite devant un jury. L'idée, c'est que nous puissions creuser ensemble le sujet. C'est l'anti-QCM. Avant les oraux, les candidats seront aussi testés sur leur connaissance du français. Les oraux ont lieu de mi-mai à fin juin. Nous serons vite fixés. Une sélection réussie serait celle qui permettrait d'avoir encore plus de diversité.

Propos recueillis par Iris Chartreau


## Presse magazine So press renforce son pôle musique

 Le groupe So press a annoncé, hier 5 mars, le rachat de Détroit média, l'éditeur du mensuel *Tsugi*, du site *Tsugi.fr* et de *Tsugi radio digitale*, et cogérant de la salle de concert du Trabendo (parc de la Villette, à Paris). Avec cette acquisition, le groupe dirigé par Franck Annesse renforce son pôle musique qui pourra s'appuyer sur l'un des magazines les plus en vue de la scène musicale, qui revendique une diffusion de 24 000 exemplaires, et son expérience en matière de production éditoriale et événementielle. Détroit média travaille en effet pour des médias (les pages musique de *Libération*, *Arte concert...*) et accompagne les marques dans leur prise de parole dans l'univers musical (Heineken, Agnès b., Absolut Compagny creation, Smart...).

## Canard PC allonge sa périodicité et lance une campagne de financement participatif

 *Canard PC* abandonne le rythme bimensuel pour devenir mensuel. Une nécessité économique, reconnaissent les dirigeants de ce magazine sur les jeux vidéo sur leur site Internet, qui lancent une campagne de financement participatif sur Ulule. « Nous n'avons pas les moyens de mener à bien cette transformation seuls, expliquent-ils. D'abord parce que les sommes qu'on nous prélève pour sauver *Presstalis* sont trop importantes : plus de 100 000 euros sur quatre ans, dont 40 000 rien que cette année. Ensuite parce que nous allons devoir convertir les abonnements existants en abonnements au mensuel. C'est pourquoi nous faisons appel à votre générosité et votre soutien. Il ne s'agit pas seulement de survie à ce coup dur : c'est aussi l'occasion de rebondir et de créer ensemble un *Canard PC* encore meilleur et plus ambitieux ». L'objectif : récolter 100 000 euros.

## Webedia relooke son magazine cinéma professionnel

 Oublié *Côté cinéma*, le magazine dédié aux professionnels du cinéma de Webedia s'appelle désormais *Boxoffice France*, du nom du magazine américain *Boxoffice* racheté par le groupe Webedia fin 2015. Le titre propose désormais une nouvelle identité visuelle et une nouvelle charte graphique. Disponible un mercredi sur deux, il est en outre accompagné d'une newsletter chaque jeudi. Au sommaire, l'actu du marché, des news, des témoignages et des dossiers. *Boxoffice France* sera également présent sur le Net avec une déclinaison de ses contenus en accès freemium.

## Audiovisuel

### Le différend Canal+-TF1 prend une ampleur considérable

Le communiqué de Canal+ est tombé le 1<sup>er</sup> mars à 23h02, et il a eu l'effet d'un tsunami dans le microcosme audiovisuel français. « Le groupe regrette l'impasse dans laquelle se trouvent les négociations avec le groupe TF1 après dix-huit mois de discussions, et se voit contraint d'interrompre la diffusion des chaînes TF1, TMC, TFX, TF1 séries films, LCI et leurs services associés ». En clair, les abonnés de Canal+ n'ont plus accès à la première chaîne d'Europe, sauf à revenir à une diffusion TNT. C'est la conséquence d'un dialogue de sourds entre une chaîne gratuite (TF1) qui souhaite désormais faire payer les opérateurs pour la diffusion de ses programmes, et un diffuseur qui dénonce des « exigences financières déraisonnables et infondées ». Résultat, avec une perte immédiate de 5 millions de foyers potentiels (le portefeuille d'abonnés de Canal+), les chaînes du groupe TF1 ont vu leurs audiences baisser fortement au cours du week-end.

**Pascal Diot** DGA en charge de l'efficacité

et de l'automatisation, **Rémy Angel** DGA en charge du développement commercial, et **Natasha Fhima** directrice du développement.


**Jacques Expert**, directeur des programmes de RTL, quittera ses fonctions le 1<sup>er</sup> avril pour se consacrer à son activité littéraire. Ses deux adjoints, **Gauthier Houcade** (en charge de l'éditorial) et **Ghislain Thomas** (en charge de l'antenne), sont directement rattachés à **Christopher Baldelli**, vice-président du directoire du groupe M6.

## En bref

**Fiscalité.** L'arrêté du ministère de l'Economie et des Finances est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> mars. Les kiosques

# Un événement passé au crible

## Les médias se mobilisent pour la journée de la femme

 La journée du 8 mars, consacrée aux droits des femmes, rappelle chaque année l'importance des inégalités entre les hommes et les femmes et met en lumière le chemin qui reste à parcourir. Cette année, ce combat a pris une autre ampleur avec les nombreux témoignages qui ont suivi l'affaire Weinstein. Les initiatives des médias et les rapports se multiplient en faveur de cette « grande cause nationale ». En voici quelques exemples.

### Reporters sans frontières révèle la difficulté d'enquêter sur le droit des femmes

Enquêter sur les droits des femmes peut s'avérer dangereux. C'est ce que révèle un rapport publié, hier 5 mars, par RSF. Intitulé « *Droits des femmes : enquêtes interdites* », ce texte révèle près de 90 cas graves de violations des droits des journalistes entre 2012 et 2017 dans une vingtaine de pays. 11 journalistes ont été assassinés, 12 emprisonnés et au moins 25 agressés pour avoir osé travailler sur la condition des femmes. RSF leur rend hommage et adresse des recommandations aux Etats, organisations internationales, plateformes et rédactions, pour que le droit des femmes ne soit plus un sujet tabou et pour que les journalistes puissent travailler librement.

### Marie-Claire lance l'opération #IndifférenceZero

100 % des utilisatrices des transports franciliens ont été victimes au moins une fois dans leur vie de harcèlement sexiste ou d'agression, selon le Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes. Marie-Claire appelle à une prise de conscience collective contre ces violences faites aux femmes dans l'espace public. Le magazine féminin lance une campagne d'affichage soutenue par une trentaine de personnalités via le hashtag *IndifferenceZero* et publie un dossier de dix pages dans son numéro de mars.

### RTL programme des émissions 100 % féminines

RTL donne la parole aux femmes de pouvoir toute la semaine. Le rendez-vous politique de 7h45 animé par Elizabeth Martichoux, chef du service politique de RTL, n'invite que des femmes d'influence qui ont gravi tous les échelons politiques : Christiane Lambert, Marine Le Pen, Christine Lagarde, Marlène Schiappa et Muriel Pénicaud. Elizabeth Martichoux leur demande « *quelle est leur conception du pouvoir* » et « *que font-elles pour les autres femmes ?* » L'émission hebdomadaire *Le Grand Jury* de Benjamin Sportouch programme également deux invitées de 12h à 13h : Elisabeth Borne, dimanche dernier, et Virginie Calmels le 11 mars.

### Le ministère de la Culture encourage les médias pour « Egalité 2022 »

Françoise Nyssen, ministre de la Culture, a présenté en ce début d'année une feuille de route « *Egalité 2022* » pour favoriser l'emploi des femmes dans les arts, la culture et la communication, des secteurs où elles sont encore sous-représentées. Cette feuille de route s'articule autour de trois axes forts : promouvoir une culture de l'égalité, parvenir à l'égalité professionnelle et lutter contre les violences sexistes et sexuelles. La ministre a notamment décidé de débloquer 500 000 euros pour rattraper les écarts salariaux au sein des établissements culturels publics. Mais le ministère entend rappeler que le changement ne dépend pas que de son travail. Il doit aussi venir des établissements scolaires, de la presse et des médias. « *Le stéréotype est rassurant car il permet, très vite, de classer, catégoriser : l'enjeu consiste à réintroduire de la réflexion, de la profondeur, pour rendre compte de la réalité dans toute sa complexité et sa richesse* », déclare ainsi Agnès Saal, chargée de mission pour les labels Egalité et Diversité au ministère de la Culture.

### Un débat sur la place de la femme dans la communication

L'association Sorbonne communication organise un débat, aujourd'hui 6 mars, sur la représentation des femmes dans la communication. Certaines marques font évoluer l'image de la femme par leur communication, tandis que d'autres sont accusées de mettre en scène et de catégoriser les femmes sans prendre compte les enjeux de représentation. Les intervenants se demandent donc comment élaborer une communication productrice d'effets réels sur l'égalité hommes/femmes et non une reproduction des stéréotypes ?

### Légère baisse des inégalités salariales hommes-femmes en 2018

L'égalité salariale n'est pas pour 2018. C'est en substance ce que révèle l'agence Qapa, qui a analysé les chiffres de l'emploi des femmes par rapport à celui des hommes. La différence de salaires entre les sexes est toujours de 18 % en moyenne en 2018. L'agence constate une amélioration, puisque l'écart salarial était de 21 % l'an passé. Mais ce chiffre reste encore très élevé et masque des écarts encore plus importants. L'Ile-de-France est la région la plus inégalitaire (26,4 %), suivie du Grand est et de l'Auvergne. Ces différences s'expliquent par des typologies d'emplois encore très genrées, avant de constater des inégalités salariales à profil égal.

Iris Chartreau

numériques ne peuvent désormais plus appliquer la TVA réduite de 2,1 % réservée à la presse sur une partie de l'abonnement facturé à leurs abonnés. Désormais, ce taux n'est appliqué qu'au prorata des sommes effectivement versées par ces kiosques aux éditeurs de presse, sur la base des exemplaires réellement consultés.

**Une dizaine de soutiens du Média**, dont Aurélie Filippetti et Patrick Pelloux, se sont désolidarisés, dans un texte publié le 2 mars par *Le Monde*, de l'équipe dirigeante près l'éviction de la présentatrice du JT et la démission de Noël Mamère.

**Presstalis**, après des tests réalisés fin 2017 sur la région ouest (Angers et Lorient) et sur Marseille, a entamé le déploiement de ses nouveaux rythmes de livraison, qui doivent permettre un allègement de la charge de travail le samedi.

## Imprimerie

**Pierre-Yves Barroso reprend l'imprimerie de Vitrolles auprès de Riccobono**

Ancien du groupe Maury, puis directeur industriel chez Sego, Pierre-Yves Barroso se lance dans un projet entrepreneurial avec la reprise de MOP, le centre d'impression du groupe Riccobono à Vitrolles. Venu pour mettre en place le plan de redressement présenté voici quelques mois au tribunal de commerce de Salon de Provence, Pierre-Yves Barroso a jugé que sa réussite passait par un changement d'actionnaire pour apaiser une situation tendue dans le passé. Ce qu'a accepté le groupe Riccobono, qui a même consenti à recapitaliser MOP à hauteur de plus de 3 millions d'euros. Rappelons que cette imprimerie de presse réalise un peu moins de 8 millions d'euros de chiffre d'affaires avec des clients comme *Aujourd'hui en France*, *le Turf*, *l'Humanité*, *la Marseillaise*, *The Daily mail*, *The Times*.

## L'agenda

### 15 mars

Les 11<sup>èmes</sup> Rencontres de l'Udecam seront axées sur le thème de la simplicité. La matinée sera découpée en trois séquences : la simplicité est la sophistication ultime, faire simple est plus difficile que faire compliqué, et agence média, les nouveaux ingénieurs de la complexité, avec un mélange de keynotes, business cases et autres débats.

**En savoir +**  
[www.udecam.fr/](http://www.udecam.fr/)

### 19-24 mars

L'édition 2018 de la Semaine de la presse et des médias dans l'école porte sur le thème *D'où vient l'info ?* Cet événement permettra aux élèves d'aborder la question de la provenance et de la diffusion des informations en s'interrogeant sur la vérification des sources et sur la propagation des fake news. Une occasion également, pour les élèves, d'appréhender le métier de journaliste et d'être sensibilisés à la responsabilité de publication.

**En savoir +** [www.clemi.fr](http://www.clemi.fr)

### 21-25 mars

Le festival international du grand reportage d'actualité et du documentaire de société (Figra) organisera à Saint-Omer la 25<sup>ème</sup> édition des Écrans de la réalité. Les inscriptions à la pré-sélection sont ouvertes jusqu'au 31 octobre.

**En savoir +**  
[www.figra.fr](http://www.figra.fr)

### 26-27 mars

Les 11<sup>èmes</sup> Rencontres nationales de la communication interne se déroulent à Paris pour permettre aux professionnels de découvrir de nouveaux outils, partager les bonnes pratiques et développer une

communication interne de proximité. Les ateliers porteront notamment sur l'accueil et l'intégration de nouveaux agents, les laboratoires d'innovation : la conception d'événements internes, etc.

**En savoir +**  
[www.cap-com.org](http://www.cap-com.org)

### 9-12 avril

Le Mip-TV, qui se tiendra à Cannes du 9 au 12 avril, lance la première édition du *Kid's live action pitch*, une nouvelle compétition de pitching pour les séries de fiction jeunesse (6-12 ans). Cinq finalistes seront sélectionnés par un jury tandis que l'appel à candidature des projets sera clos le 16 février.

**En savoir +** [www.miptv.com/](http://www.miptv.com/)

### 30 mai-1<sup>er</sup> juin

Le Web program festival, rendez-vous des professionnels de la vidéo, et Films & companies, festival du contenu corporate, s'allient pour devenir le Videoshare festival, le festival des créations vidéo à l'ère du digital. Un événement tourné vers l'innovation et la création.

**En savoir +**  
[www.videosharefestival.com/](http://www.videosharefestival.com/)

### 6-8 juin

Wan-Ifra organise son congrès annuel, le *World news media congress*, à Cascais, au Portugal, sur le thème « *Faire la différence* ».

Au programme, un focus sur la femme, une journée sur le leadership, la monétisation et le journalisme, et un autre journée sur les alliances stratégiques, la publicité digitale et la liberté de la presse.

**En savoir +**  
<https://events.wan-ifra.org/events/70th-world-news-media-congress-25th-world-editors-forum>

## Le coin des études

### France télévisions devient expert sur Snapchat

Deux ans après un premier partenariat noué pour les Jeux olympiques de Rio, qui avaient été suivis par plus de 4,5 millions de snapchatters, France télévisions et Snap inc ont fait encore mieux lors des Jeux de PyeongChang. Grâce à une story d'éditeur dans Discover exclusivement consacrée à l'événement et une collaboration avec l'équipe éditoriale de Snapchat France sur *Notre story*, France TV sport a touché plus de 7 millions de Snapchatters, dont 73 % de moins de 25 ans. « *Avec ce partenariat, France télévisions complète ses dispositifs télévisuels et numériques en offrant des contenus en motion design spécifiques à destination des millennials*, note Laurent-Eric Le Lay, le directeur des sports de France télévisions. *Cette nouvelle écriture nous permet d'innover et d'enrichir nos lignes éditoriales* ». Au cours de ce partenariat, France TV sport a pu expérimenter de nouveaux formats narratifs, à la tonalité différente et complémentaire de la télévision et des autres médias digitaux.

## Les échos du marché pub

### Bébé Cadum assure une communication virale sur Wemoms

Pour développer une nouvelle forme de communication auprès des mamans, Cadum (groupe l'Oréal) a choisi de déployer un dispositif 100 % social sur la page Facebook de Wemoms, la première communauté mobile de jeunes et futures mamans en France (420 000 membres actives). La campagne, qui a duré deux mois, a été déployée sous la forme d'un rendez-vous hebdomadaire sur la page Facebook. « *Elle a permis de mettre en avant les produits de la gamme Merveille de miel à travers du brand content inédit (illustrations et citations) intégrant la marque Bébé Cadum dans des scènes de la vie quotidienne des mamans*, explique Dino Jaegle, cofondateur de Wemoms. *Avec 3,6 millions de vues réalisées sur cette campagne, nous avons largement dépassé les objectifs* ».

## La presse

### Les Clés de la presse.

52 rue Carvès  
BP 5, 92 122 Montrouge Cedex  
Tél. 01 46 55 88 40  
[www.lesclesdelapresse.fr](http://www.lesclesdelapresse.fr)  
**Directeur de la publication**  
Didier Falcard  
**Rédaction** Arnaud Blanc,  
Iris Chartreau (01 46 55 88 42)  
et Marie-Christine Lipani.  
**Illustrations et infographies**  
Félicé  
**Conception graphique**  
Les Designers Anonymes.  
**Site Internet:** CVMH solutions  
**Publicité** En interne.  
Nous contacter au 01 46 55 88 40.  
Abonnement 290 euros TTC

(dont TVA à 2,10 %) par an pour  
4 magazines papier et 90 lettres  
électroniques.

**Impression** Magenta print, BP 9,  
17 380 Tonnay-Boutonne.  
Tél. : 09 65 34 27 34

**Les Clés de la presse** est édité par  
la société Jouillat Presse, Sarl au  
capital de 50 000 euros,  
immatriculée au RCS de Nanterre  
(n°479 276 396).

**Siège social**  
52 rue Carvès  
92 120 Montrouge  
Code Naf : 5813Z. ISSN : 1777-3059  
Numéro de commission paritaire :  
0314 I 87643.  
Dépôt légal : mars 2018.  
Toute reproduction interdite  
et passible de poursuites.

Retrouvez tout l'agenda sur [www.lesclesdelapresse.fr/](http://www.lesclesdelapresse.fr/)