

AUJOURD'HUI

- Vers de nouvelles chaînes HD sur la TNT ? (p.2)
- Radio France révisé son plan de départs (p.2)
- La SVOD poursuit son essor en France (p.4)

LA LETTRE

- DE L'AUDIOVISUEL -

Jeudi 10 septembre 2015

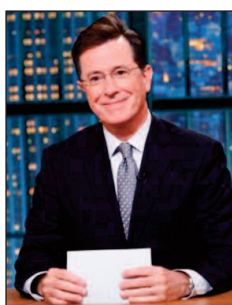
N°6028 / www.lettreaudiovisuel.com

Stephen Colbert fait ses débuts à la place de David Letterman

LA LETTRE AUX USA. Malgré les roulements de tambour et des autopromotions incessantes, Stephen Colbert, très attendu dans le "Late Show" à la place de David Letterman, a déçu.

Bridé ou intimidé par la puissance de CBS ? La prestation plutôt lisse de Stephen Colbert dans le "Late Show" sur CBS mardi 8 septembre a manqué de saveur. En termes de contenu, l'émission a démarré plutôt timidement. Après avoir présenté son décor, son orchestre, Stephen Colbert a discuté quelques secondes avec son principal concurrent Jimmy Fallon en duplex. Il a ensuite invité George Clooney et Jeb Bush. À la question : "Qu'est-ce qui vous différencie de votre frère ?", Jeb Bush, plutôt à l'aise au début de

l'émission, a répondu après un silence gêné : "Je suis plus jeune et plus beau que lui." L'animateur a brillamment fait usage du placement de produit en intégrant des paquets d'Oreo à ses sketches. Il a également longuement tourné en dérision Donald Trump, avalant un Oreo à chacune des bourdes du candidat et terminant sous une montagne de gâteaux. Globalement, l'humour corrosif du trublion a été moins offensif que sur la chaîne Comedy où il officiait auparavant et certains tweets ont accueilli avec froideur cette première. "Appa-



Stephen Colbert fêtait hier sa première sur CBS.

remment, je ne suis pas assez bourré pour trouver ça drôle", a assené sur Twitter un certain Monsieur Popular. Au vu de ses prouesses sur Comedy Club, et même de son excellente prestation sur l'autopromo annonçant son arrivée

sur CBS, gageons que cette première en demi-teinte laissera place dans les prochains shows à l'écllosion de son talent. Et que le stress a temporairement endormi son impertinence. Il peut déjà compter sur un fan : son concurrent Jimmy Fallon, qui l'a encouragé à sa façon sur Twitter au terme de cette première : "Bravo pour cette émission et je t'en souhaite des douzaines d'autres." Des encouragements un tantinet sarcastiques : David Letterman a tenu l'antenne pendant 22 ans.

SM à New York

Pub : la grogne des médias privés

ACTUALITÉ. Les patrons des médias privés ne veulent toujours pas du retour de la pub sur France TV.

Plusieurs patrons de médias privés ont écrit mardi à Manuel Valls pour protester contre l'éventuel retour de la publicité après 20h sur France Télévisions, dont NRJ, RTL, Les Echos, TF1 ou M6. Ils ont souhaité défendre leurs intérêts dans ce courrier paru mercredi sur le site du Figaro. "Nous vous avons fait part l'année dernière de nos inquiétudes relatives à toute ouverture d'écrans publicitaires sur le service

public audiovisuel, alors que l'ensemble du secteur privé français de la télévision, de la radio et de la presse restait fragilisé par plusieurs années de crise", expliquent les signataires. Selon eux, "France Télévisions a vu ses recettes augmenter de 5 % entre 2007 et 2014, malgré la suppression de la publicité commerciale en soirée. [...] En 2014, le groupe public a disposé de 2,830 milliards d'euros de ressources".

HD1 : nouvelle création originale

PROGRAMME. La chaîne HD1 lancera "Zadig et ta mère", un projet de comédie de 26 minutes.

Après 6ter et RMC Découverte, c'est autour de HD1 de se lancer dans le lancement de sa propre création originale, née d'un partenariat entre la société de Production PM et la Fondation d'entreprise TF1. Baptisée "Zadig et ta mère", cette comédie de 26 minutes sera en tournage à partir du 23 septembre. Il raconte "avec humour et de façon décalée le quotidien de deux familles de milieux dif-

férents, contraintes de vivre ensemble au coeur d'un quartier populaire de banlieue". Lancé en janvier 2015, ce projet a permis à quatre jeunes issus de quartiers sensibles d'être coachés aux techniques d'écriture par deux auteurs professionnels. Au casting, on retrouvera notamment Hélène de Fougerolles, Eric Berger, Marie Béraud et Tatiana Rojo. Il sera réalisé par Sophie Boudre.

LE CHIFFRE DU JOUR

18 septembre

C'est la date à laquelle Anne-Claire Coudray assurera la présentation des JT du week-end de TF1, en remplacement de Claire Chazal, qui présentera donc son dernier JT ce dimanche, selon un communiqué de la Une, mercredi. Nonce Paolini, PDG du groupe TF1, a confié dans le communiqué qu'il souhaitait "que l'avenir de Claire Chazal s'inscrive dans les projets du groupe TF1."

A LA UNE

21th Century Fox et National Geographic fusionnent

Pour 725 millions de dollars, le groupe 21th Century Fox a pris mercredi le contrôle du groupe National Geographic. Ensemble, ils forment désormais une nouvelle société de médias qui englobe les chaînes câblées National Geographic sur le câble, ses cartes, magazines, les cartes, ses studios de télévision, ainsi que l'ensemble des licences National Geographic. Fox sera propriétaire de 73 % du nouvel ensemble baptisé National Geographic Partner, tandis que la National Geographic Society détiendra le reste, soit 27 %. La nouvelle entité sera à but lucratif, mais la National Geographic Society continuera à fonctionner comme une société à but non lucratif.

INTERVIEW

"Le nouveau format de France Info a fonctionné"

Laurent Guimier, patron des antennes de France Info, en place depuis un an, croit au nouveau format de la station, recentrée sur le "breaking news" et enrichie sur le numérique. (page 3)

Vers de nouvelles chaînes HD sur la TNT ?

POLITIQUE AUDIOVISUELLE. Fiducial, NextRadioTV, TF1, M6... Tous ont répondu à l'appel lancé par le CSA pour la mise en place de nouvelles chaînes en HD sur la TNT.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a lancé le 29 juillet 2015 un appel aux candidatures pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusés par voie hertzienne terrestre en haute définition. Cet appel résulte du transfert de la bande des 700 MHz aux opérateurs de télécoms et à l'adoption de la norme de compression MPEG-4, qui pourrait libérer une fréquence. La date limite de réception des dossiers de candidatures était fixée à mardi dernier. Comme nous le révélions, mercredi, le groupe Fiducial, propriétaire de Sud Radio, a déposé projet au CSA. Ce dernier serait toujours très proche de celui imaginé pour D.Facto, sa chaîne de documentaires qu'il avait proposé lors de l'appel à candidatures des nouvelles chaînes de la TNT HD et que le CSA n'avait pas retenue. Mais Fi-



ducial n'est pas seul dans cette course. Le groupe NextRadioTV (BFMTV, RMC...) a également fait savoir dans un communiqué qu'il avait déposé trois dossiers au Conseil. Le premier concerne BFMTV, pour qui il est "essentiel" d'être "diffusée en TNT HD". NextRadioTV est également candidat à une fréquence de TNT HD pour sa chaîne d'informa-

tion économique BFM Business. "C'est la troisième fois que BFM Business est candidate devant le CSA à une fréquence nationale", stipule un communiqué. Le groupe d'Alain Weill s'est également "allié à Radio Classique pour monter le projet de la chaîne Classique HD". Cette chaîne a pour ambition "de démocratiser la musique classique à la télévision en s'appuyant sur les dernières évolutions technologiques pour retransmettre des concerts". Elle comportera des émissions pédagogiques, afin de rendre "accessible" l'univers de la musique classique. Enfin, les groupes TF1 et M6 se sont rapprochés pour proposer au CSA une chaîne de téléachat, comme l'a annoncé Le Figaro, mercredi. Après cinq tentatives chacun de leur côté, cette nouvelle tentative commune sera peut-être la bonne.

Radio France révisé son plan de départs

POLITIQUE AUDIOVISUELLE. Radio France a proposé mercredi un nouveau plan de 270 suppressions de postes d'ici à 2018, uniquement par "non-remplacement des départs" (retraites, démissions...).

Après la grève historique de 29 jours qui a frappé le groupe public la saison dernière, la direction de Radio France a joué la carte de l'apaisement. Au cours d'un comité central d'entreprise (CCE), mercredi, elle a décidé d'un non-remplacement des départs, comme le réclamaient les syndicats. Les suppressions de postes toucheraient 230 CDI et 40 CDD équivalent temps plein d'ici à 2018, sur un effectif d'environ 4 400 actuellement, avec un étalement sur trois ans. Cela abouti-

rait au remplacement d'un départ sur deux en 2016 et 2017 et d'un sur trois seulement en 2018, selon le SNJ. "De 350 à 270 suppressions de postes : la différence tient notamment à un retour à l'équilibre en 2018 au lieu de 2017", a commenté le SNJ. Finalement, l'idée d'un plan de départ volontaire, qui devait concerner près de 350 postes pour enrayer le déficit historique de 21 millions d'euros que connaît le groupe public cette année, n'a pas été retenue. Par ailleurs, a indiqué le

SNJ, la direction a proposé de créer 48 postes pour des emplois nouveaux, étalés sur quatre ans jusqu'en 2019. L'examen du projet de COM (Contrat d'objectifs et de moyens) a été repoussé à un CCE ultérieur, car la direction n'a fourni les documents aux élus du personnel que durant la réunion de mercredi matin. Trop tard pour que les élus puissent l'examiner au préalable. Selon le SNJ, Mathieu Gallet a expliqué que les documents "ont été finalisés cette nuit".

ILS ONT DIT. Le joker de David Pujadas aux JT de France 2, Julian Bugier, s'est exprimé sur l'éviction de Claire Chazal des JT du week-end sur TF1, mardi sur France 5 dans "C à vous".



"Dans notre époque, nous sommes de plus en plus interchangeables"

Martin Ajdari au conseil d'administration de France Télévisions

Par décret, mercredi, Martin Ajdari, directeur général des médias et des industries culturelles du ministère de la Culture et de la Communication depuis mai dernier, et Agnès Fontana, sous-directrice des affaires juridiques et institutionnelles à la direction générale des outre-mer du ministère de l'Intérieur et du ministère des Outre-mer, sont nommés, en qualité de représentants de l'Etat, membres du conseil d'administration de France Télévisions. Rappelons que Martin Ajdari avait été secrétaire général auprès de Remy Pflimlin PDG de France Télévisions de 2010 à 2014, avant de devenir directeur de cabinet d'Aurélien Filippetti, alors ministre de la Culture et de la Communication.

Drôle de reconversion pour Ara Aprikian



L'ancien patron des chaînes gratuites du groupe Canal+ (D8, D17 et iTELE) n'aura pas attendu longtemps pour retrouver du travail.

Limogé brutalement le 24 juillet dernier par Vincent Bolloré, Ara Aprikian semble s'être reconverti, à en croire un message posté mercredi sur son compte Twitter. L'ancien patron pose, toque sur la tête, en vitrine du café-boutique "Le Petit Larousse", situé à Malakoff (92). La photo est accolée au texte "Les affaires reprennent... La saison démarre. Reconversion".

France 4 et France 5 en HD sur Fransat

Depuis mercredi, les chaînes France 4 et France 5 de France Télévisions sont diffusées en haute définition sur Fransat, selon un communiqué. Les téléspectateurs, équipés de décodeurs compatibles en HD, peuvent désormais recevoir ceux de France 4 et de France 5, en plus des programmes de France 2. Cette évolution s'inscrit dans le cadre de la transition de la TNT au format MPEG-4 prévue en 2016, qui permettra notamment de généraliser la diffusion des chaînes du groupe France Télévisions en HD.

"Le nouveau format de France Info a fonctionné"

INTERVIEW. Laurent Guimier, patron des antennes de France Info, en place depuis un an, croit au nouveau format de la station, recentrée sur le "breaking news" et enrichie sur le numérique.

Cela fait un an que vous avez été nommé à la tête de France Info. Malgré les changements apportés, France Info a perdu 100 000 auditeurs. Pourquoi ?

Nous serions passés dans le vert s'il n'y avait pas eu la grève. Ce qu'on retient de la saison dernière, c'est que le nouveau format mis en place, recentré sur le breaking news, a fonctionné à plein régime jusqu'en mars. Après, nous avons vécu une tension sociale et nous n'avons pu passer que de la musique sur France Info pendant 29 jours. Il était donc quasiment impossible de retrouver un score d'audience normal à la fin de la saison. Mais ce nouveau format a surperformé en raison de la forte tension sur l'actualité du début de l'année. C'est pour cela que nous n'avons pas changé énormément de choses cette saison, nous croyons résolument à ce que nous avons mis en place l'année dernière.

Le pan digital est très important pour vous. Quels sont les projets qui vont être proposés cette saison ?

Notre projet digital est simple : distribuer l'antenne de France Info partout là où l'on peut consommer une chaîne d'information en continu. À la radio, c'est le cas, avec 4 millions d'auditeurs chaque jour en moyenne. Sur le digital, France Info se consomme aussi en direct. L'idée n'est pas de faire un site d'informations mais de se dire qu'avec l'évolution technologique, le streaming ou la 4G, le grand public aura envie de consommer une information en direct, en images, en texte et en son. Nous le développons avec le live lancé au mois de mars. Nous travaillons actuellement sur une seconde version, avec une antenne en direct qui se lit, qui s'écoute, qui se regarde, de meilleure qualité et que l'on peut distribuer sur tous les écrans. C'est la multiplication des canaux de diffusion de ce live, de cette antenne de France Info, qui constitue notre projet digital.



Vous considérez-vous comme une chaîne d'information à part entière ?

Nous sommes une chaîne d'information. Nous le faisons depuis 29 ans. À France Info, nous avons la capacité de donner de la bonne information à chaque seconde qui passe. La question de l'endroit où on la distribue, de la TNT, de l'écran, de l'image animée, de la photo... Je pense que c'est secondaire, notamment pour la nouvelle génération. Je pense que c'est en proposant quelque chose de sympathique à regarder, de simple, d'accessible, de gratuit et de bonne qualité que le projet France Info fonctionnera.

Les prochains mois vont être assez musclés au niveau de la politique. Est-ce que des projets digitaux ou second écran, des projets à l'antenne ou sur vos sites vont pouvoir être mis en place ?

Comme le dit très bien Yaël Goosz, nouveau chef du service politique : "En France, il y a beaucoup d'abstention, mais il y a encore beaucoup d'envies de politique." Nous devons donc, sans doute, en parler autrement. Une des clés que nous avons trouvée, et qui constitue ce que nous sommes à France Info, est d'aller sur le terrain, de passer du temps pour discuter avec des politiques, des citoyens. Essayer de faire comprendre la politique, c'est la décrypter. Chaque chose en son temps, mais la première brique, c'est un service politique

qui correspond exactement à ce que l'on veut faire. Il y a eu du changement dans ce service, : Marie-Eve Malouines a pris les rênes de LCP-AN et Yaël Goosz est arrivé. Avec cette lettre de mission très simple : changer la façon de faire de l'information politique sur France Info. Il prend ses marques et nous allons proposer des choses sur la politique autour des élections régionales, évidemment. C'est un tout petit peu tôt encore pour en parler, parce que nous avons besoin de sentir l'état du pays.

En fin d'année, la COP21 va être un rendez-vous majeur en matière d'actualité ? Qu'allez-vous mettre en place ?

Sur l'environnement, nous n'avons pas attendu la rentrée. Depuis janvier dernier, nous avons un label nommé #MaPlanète, qui fait qu'à chaque fois qu'un sujet raisonne dans l'actualité avec des propositions concrètes pour l'environnement, il est labellisé par un comité d'experts puis revendiqué comme tel sur toutes les antennes de France Info. Nous allons organiser un grand événement le 3 novembre à la Maison de la Radio. La COP21, c'est, en gros, construire le monde de 2050. Avant de décider à la place des jeunes, demandons-leur ce qu'ils veulent pour 2050. Avec l'Éducation nationale, nous avons monté un partenariat qui a démarré à la rentrée. Ainsi, le 3 novembre, à l'auditorium de Radio France, une classe par académie viendra apporter ses propositions avec un livre blanc, et viendra les transmettre aux adultes qui seront chargés de décider de leur avenir, et de leur réalité de 2050. Un millier de collégiens seront là pour discuter à bâtons rompus avec Ségolène Royal, Najat Vallaud-Belkacem, Nicolas Hulot, des chefs d'entreprise et d'autres responsables qui voudront se joindre à cette opération. C'est aussi cela France Info.

Propos recueillis par Julien Bouisset

ECHOS

Un livre à charge sur TF1 en préparation

Selon L'Express, la journaliste de Télérama Aude Dassonville prépare un ouvrage sur "la chute de TF1 depuis l'arrivée de Nonce Paolini à la présidence en 2007". D'après cet écho, le livre devrait paraître au début 2016 chez Flammarion, avant le départ de Nonce Paolini prévu en avril prochain. Il "analysera et mettra en perspective son bilan face à la montée de la TNT et à la concurrence d'Internet."

Clap de fin pour "Boom" et "MasterChef"

Fabrice Bailly, directeur d'antenne de TF1, a annoncé mardi matin sur Europe 1 que les deux programmes ne seront pas de retour sur la chaîne. Le jeu "Boom" avait connu de mauvaises audiences, séduisant 2,7 millions de téléspectateurs en moyenne. Quant à "MasterChef", la nouvelle saison avait été transférée sur NT1 suite à ses mauvais scores. Lors de sa première période de diffusion sur la Une, l'émission animée par Sandrine Quétier n'avait été suivie que par 2,7 millions de téléspectateurs. L'audience a sévèrement chuté après le transfert sur NT1 survenu en juillet : 590 000 personnes ont suivi le dernier épisode.

Le fin dosage politique de Mathieu Gallet

Dans son blog pour L'Express, Renaud Revel analyse le nouvel organigramme de Radio France mis en place par le PDG, Mathieu Gallet. "Ainsi a-t-il recruté un nouveau DRH en la personne de Jean-Claude Luchiani, un jospinien ancien conseiller social d'Emmanuel Macron, passé par les cabinets d'Alain Richard et d'Arnaud Montebourg." Il ajoute : "Autre arrivée notable, celle de Sibyle Veil à la direction générale de la Maison ronde : cette ancienne conseillère technique à l'Élysée, entre 2007 et 2012, n'est autre que la fille de l'avocat de Nicolas Sarkozy, Jean Veil. Un savant dosage qui s'accompagne de relations apaisées avec Fleur Pellerin." Notons que Renaud Revel rédacteur en chef en charge des médias, a demandé à partir, faisant jouer la clause de cession, après collaboration de l'Élysée.

La SVOD poursuit son essor en France

AUDIOVISUEL. La vidéo en ligne par abonnement (SVOD) fait de plus en plus d'adeptes sur le territoire français depuis le lancement de Netflix, il y a un an.

Le 15 septembre 2014, Netflix lançait son service sur le territoire français. Un an quasiment jour pour jour après, le marché de la vidéo en ligne par abonnement ne cesse de conquérir de nouveaux adeptes. Si le géant américain ne communique toujours pas sur ces chiffres officiels pays par pays, il semblerait que son nombre d'abonnés se hisse dans l'Hexagone à 900 000 dès la fin de l'année, pour atteindre 1,8 million en 2016 et 2,7 millions en 2018, selon le scénario le plus optimiste avancé par le

cabinet NPA. Pourtant, si la SVOD gagne un nombre considérable d'abonnés chaque année, sa part de marché reste encore faible par rapport au marché global de la TV payante. Comme le confirme Deloitte mercredi, en 2014, "le marché de la SVOD a généré environ 833 millions d'euros en Europe et a connu une croissance de 23 % par rapport à 2013. Pourtant, ces revenus ne représentent que 1,5 % des 55 milliards d'euros du marché global de la TV payante en Europe et 2,6 % au niveau mondial". Une chose

est certaine, le marché français de la vidéo par abonnement est en plein essor et devrait presque tripler, à 470 millions, en 2018, dont les deux tiers (290 millions) pour Netflix, renchérit NPA. Pour Deloitte, "les revenus générés par la SVOD, estimés à 4,6 milliards d'euros en 2013, vont augmenter durant les prochaines années et avec eux les budgets alloués à l'acquisition de contenus. Ces budgets pourraient atteindre 12,1 milliards d'euros à l'horizon 2018". Tout porte donc à croire que le marché

de la SVOD continuera de croître en Europe et dans le monde entier en complément de l'offre TV actuelle. "Sur certains marchés spécifiques, les offres SVOD pourraient même concurrencer les chaînes payantes traditionnelles", souligne Aymeric Guilhaumaud, senior manager chez Deloitte Digital, mais dans la globalité, la SVOD restera un complément à la TV payante, car ses contenus "sont plus adaptés aux rythmes de vie et aux modes de consommation actuels que ceux de la TV linéaire."

Le Canard enchaîné, vénérable centenaire

PRESSE. Tous les mercredis depuis un siècle, Le Canard enchaîné, toujours en noir et blanc, sans photos ni véritable site Internet, rencontre le même succès dans les kiosques.

Alliance de satire, d'investigation et d'humour, ce journal de huit pages, à la maquette surannée, dont les journalistes cultivent la discrétion, signant souvent sous des pseudonymes, fait aujourd'hui figure d'ovni dans la presse mondiale. À l'heure où les applications des journaux se battent pour séduire les utilisateurs et figurer sur tablettes et smartphones, l'hebdomadaire conserve son format "quotidien" (36 cm sur 56), peu commode dans le métro ou le bus. Sans publicité, Le Canard enchaîné a choisi de naviguer à contre-courant, malgré la concurrence de

nouveaux sites d'investigation comme Mediapart : sans application, ni compte Facebook et avec un compte Twitter au contenu limité. Dans les prochains mois, le "Palmipède célébrera deux anniversaires. La première version du journal, parue le 10 septembre 1915, n'avait connu que cinq numéros avant d'être "sabordée" par son fondateur Maurice Maréchal pour repartir l'année suivante avec une nouvelle formule. Le titre, qui parle dans son dernier éditorial de "faux-départ" en 1915, fêtera donc officiellement ses 100 ans le 5 juillet 2016. En 2014, le

journal a un peu mieux résisté que le reste de la presse, avec une baisse de ses ventes de 2,5 %, mais un résultat financier positif. Il a annoncé une diffusion payée de 389 567 exemplaires en moyenne l'an dernier. Ses abonnements ont baissé de 4,4 %, mais les ventes en kiosque se sont quasiment maintenues (-0,9 %). Le Canard reste bénéficiaire : ses recettes ont à peine baissé l'an dernier, à 24,4 millions d'euros contre 25,2 millions en 2013 et 30,1 millions en 2012, et son bénéfice a même augmenté, à 2,4 millions en 2014 contre 2 millions en 2013.

MCS se renforce en gymnastique

PROGRAMME. Ma Chaîne Santé (MCS) diffusera l'ensemble des grandes épreuves organisées par la Fédération internationale de gymnastique (FIG) en France, en Belgique et au Luxembourg.

Filiaire à 100 % du groupe Altice, dirigé par Patrick Drahi, Ma Chaîne Santé (MCS) vient de signer un accord de dix ans avec la Fédération internationale de gymnastique (FIG) en France, en Belgique, et au Luxembourg, an-

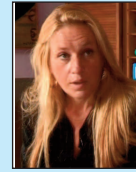
nonce un communiqué. Elle diffusera l'ensemble des grandes épreuves organisées par la FIG, dont les Championnats du monde de gymnastique artistique, jusqu'en 2024. En outre, les Championnats du monde de

gymnastique rythmique sont visibles à l'antenne de MCS depuis mardi, et les Championnats du monde de gymnastique à Glasgow seront disponibles du 23 octobre au 1er novembre prochain. "Nous sommes ravis de ce

partenariat de longue durée avec la FIG, qui permettra de placer un sport olympique très apprécié entre les mains des chaînes du groupe MCS TV", a expliqué dans un communiqué, mercredi, Nicolas Rotkoff, président de MCS.

ECHOS

Une communicante de choix pour Maitena Biraben à Canal+



La nouvelle direction de Canal+ a fait appel à la communicante politique Anne Hommel pour gérer la com de Maitena Biraben, en charge du nouveau "Grand journal", qui a débuté lundi dernier. Anne Hommel, amie de Dominique Strauss-Kahn et d'Anne Sinclair par le passé, dirige la société Majorelle PR & Events, qui s'est occupée de Jérôme Cahuzac et de Charlie Hebdo.

La Grosse Équipe et Ellen DeGeneres s'associent



La société de production de Jérémy Michalak et Thibault Vallès, La Grosse Équipe (notamment à l'origine des "Angeles de la télé-réalité" sur NRJ12), a conclu un accord avec Ellen DeGeneres, présentatrice-star d'un talk-show aux Etats-Unis. Selon jeanmarcmorandini.com, il devrait conduire à la production d'un divertissement, adapté d'une séquence du talk "Ellen" nommée "Repeat After Me", dans laquelle un animateur guide une célébrité via une oreillette afin de piéger des inconnus en caméra cachée. Aux Etats-Unis, les chanteurs Usher et Justin Bieber, entre autres, y ont déjà participé.

VSD fait peau neuve

Le magazine hebdomadaire VSD, sous le giron de Prisma Media, présentera dès ce jeudi en kiosque une nouvelle formule avec un nouveau logo et un format remanié. Deux nouvelles rubriques font leur apparition : "Le dossier de la semaine" et l'interview vérité "C'est dit", réalisée par le journaliste François Julien. Pour ce dernier rendez-vous, cette semaine, VSD présente Louis Bertignac qui livre son expérience de la vie. La couverture proposera toujours une variété de sujets politiques et de société. Notons que cette transformation intervient alors que VSD a vu ses ventes progresser de 5 % sur les 12 derniers mois, comme l'assure le magazine, mercredi.

Une émission politique commune aux médias d'Altice en projet

PROGRAMME. La chaîne israélienne d'information i24News, Libération et L'Express pourraient devenir partenaires dans le cadre de cette émission.

Paul Amar à la présentation, Christophe Barbier et Laurent Joffrin comme participants. Voilà le plateau que pourrait réunir l'émission politique que préparent les équipes de Patrick Drahi depuis plusieurs mois, selon une information de La Tribune. Le directeur de la rédaction de Libération et celui de L'Express, ainsi que Paul Amar, récemment nommé à la tête de la chaîne d'informations israélienne i24News, vont s'unir pour cette émission, qui serait diffusée en direct le dimanche matin, afin d'interroger des personnalités



Cette nouvelle émission devrait être présentée par Paul Amar et Laurent Joffrin.

tés politiques. L'objectif affiché semble être de faire monter en France la popularité de cette jeune chaîne, née en 2013, dis-

ponible sur Internet et chez certains opérateurs. "Ce n'est pas encore figé dans le marbre, mais d'une manière ou d'une autre, un projet de ce type aboutira", a expliqué une source proche à La Tribune. À noter que Christophe Barbier est déjà à la tête d'une chronique politique, diffusée quotidiennement sur iTÉLÉ. Libération, journal positionné politiquement à gauche, sort d'un plan social, tout comme L'Express, hebdomadaire de centre-droit, qui a vu partir volontairement une centaine de ses journalistes récemment.

Lancement d'un site contre la discrimination

INTERNET. La garde des Sceaux Christiane Taubira a lancé mercredi matin un site Internet destiné aux personnes victimes de discrimination ou témoins d'une situation discriminatoire.

Grâce à des infographies pédagogiques, des fiches pratiques, des vidéos et une carte interactive, ce site (stop-discrimination.gouv.fr) permettra aux victimes ou à leurs proches "de déterminer la discrimination dont elles sont victimes", "d'être informées sur les lois applicables et les actions à entrepren-

dre" mais aussi "s'orienter vers la structure de prise en charge la plus proche qui les aidera dans leurs démarches". Le site est accompagné d'une campagne préventive baptisée "Luttons contre les a priori pour vaincre la discrimination" (#Apriori) visant à sensibiliser les citoyens aux préjugés qui participent à

créer des comportements discriminatoires. Des spots vidéos illustrent les a priori sur la situation sociale, l'origine, l'âge... Par ailleurs, une "boîte à projets" est mise à disposition des internautes afin qu'ils puissent faire part de leurs bonnes idées et de leurs initiatives pour lutter contre les a priori.

Instagram accélère dans la publicité

PUBLICITÉ. L'application de partage de photos, filiale de Facebook, et ses 300 millions d'abonnés s'ouvre encore à la publicité, en permettant des campagnes avec un plus grand nombre d'annonceurs.

À partir de ce mois-ci, Instagram est prêt à faire des affaires et est ouvert pour tous les annonceurs, grands comme petits", avec des publicités "mondiales", annonce l'application sur son site Internet. Facebook avait racheté Instagram en 2012 et commencé l'année suivante à y diffuser des annonces publicitaires

sous forme de photos sponsorisées par une marque. Par crainte de faire fuir les utilisateurs de l'application, l'introduction de la publicité s'était toutefois faite très prudemment, avec un petit nombre d'annonceurs sélectionnés et une diffusion d'abord seulement aux Etats-Unis, puis dans une poignée d'autres pays. En

France, les premières publicités sont arrivées seulement cette année. "Les publicités sont maintenant disponibles dans 30 pays supplémentaires - dont l'Italie, l'Espagne, le Mexique, l'Inde et la Corée du Sud - et seront lancées sur les marchés du monde entier le 30 septembre", indique Instagram mercredi. L'ap-

plication dit avoir testé "avec des résultats positifs" durant l'été ses nouvelles offres publicitaires. Parmi les exemples, l'application française de rencontre en ligne Happn qui, en un mois de test, a touché "plus de 3 millions de 18-34 ans" avec 84 % des personnes ayant téléchargé l'application qui se sont inscrits.

ECHOS

"Education et médias" fait peau neuve

En cette rentrée 2015, le Conseil supérieur de l'audiovisuel fait évoluer son site "éducation et médias" afin d'apporter les clés de compréhension du fonctionnement des médias audiovisuel. Sous l'égide du groupe de travail Jeunesse et éducation présidé par Mémona Hintermann-Affejée, le site Internet désormais baptisé Les clés de l'audiovisuel apportera chaque mois des éléments de réponse à une question en lien avec l'actualité des médias et fera intervenir des experts du secteur qui viendront enrichir le contenu du site de leurs contributions.

Nomination à Sony Mobile Communication

Jean-Raoul de Gélis a été nommé mercredi au poste de directeur Général de Sony Mobile Communications en France. Son ambition ? "Renforcer la position de numéro 3 de la marque sur le marché français tout en continuant à accroître sa part de marché grâce à son offre de smartphones et tablettes Xperia, et à ses produits SmartWear novateurs", explique un communiqué. Par ailleurs, il accompagnera "le développement de la marque et le lancement de produits innovants sur le marché français". Il était employé au sein de Sony Mobile Europe depuis 2013.

Hürriyet de nouveau visé par des attaques

Le siège du quotidien Hürriyet a été visé mardi soir à Istanbul par une nouvelle attaque de partisans du Parti de la justice et du développement (AKP, au pouvoir) qui l'accusent d'être hostile au président islamo-conservateur Recep Tayyip Erdogan. Une centaine de personnes se sont rassemblées en début de soirée devant le siège d'Hürriyet en chantant le nom du chef de l'Etat et "Dieu est grand". Ils ont ensuite jeté des pierres sur l'immeuble du quotidien et tenté de forcer la porte du journal. Des policiers les ont ensuite repoussés à distance de l'entrée, où ils ont continué à chanter des slogans favorables au parti au pouvoir. Le journal avait déjà été attaqué dimanche soir, l'accusant d'avoir déformé des propos de du chef de l'Etat turc.

LA LETTRE
DE L'AUDIOVISUEL

Publication quotidienne du lundi au vendredi - Editée par Audiovisuel Business System Media SARL au capital de 300€ - 64 rue Regnault - 75013 Paris - France. Tél : 01 44 24 02 80
Twitter : @lettreaudio, E-mail : lettre.audio@noos.fr
Site : www.lettreaudiovisuel.com

directrice de la publication : Sandra Muller (lettre.audio@noos.fr). Rédaction : Pierre Bonneyrat, Julien Bouisset, Patrick Cabannes, Isabelle Hauw, Victor Le Grand et Sandra Muller. Service abonnement : abo@lettreaudiovisuel.com Publicité : com@lettreaudiovisuel.com. Tarifs : abonnements France 1 an : 1 920 euros TTC (TVA 20%).

Abonnement d'un an (220 numéros et un Hors Série en avril 1600€ HT) — ISSN : 1288-2593. REPRODUCTION INTERDITE.

"Mentalist" domine, France 2 et France 3 à égalité

AUDIENCES. Pour compléter nos tableaux des audiences (voir ci-dessous), nous vous détaillons les résultats des chaînes.

Mardi soir, sans surprise, MTF1 a pris largement la tête du classement avec la série américaine "Mentalist" dont les deux premiers épisodes sur les quatre diffusés ont été regardés par 6,1 millions de fans soit 26,9% de PDA selon Médiamétrie. Le premier inédit a séduit près de 7,5 millions de téléspectateurs. Suivent France 2 et France 3 avec plus de 3,1 millions de téléspectateurs pour "Secrets d'histoire" et le téléfilm "Au revoir... et à bien-



Arte frôle le million de téléspectateurs avec le documentaire "Les hommes du Raid".

tôt". Les chaînes publiques affichent 14% et 13,5% de PDA. M6 reste au pied du podium avec 2,5 millions de personnes de-

vant "La vérité si je mens 3" soit 12,0% de PDA. Du côté des autres chaînes, Arte s'impose avec 928.000 téléspectateurs pour le documentaire "Les hommes du Raid" (3,8% de PDA). Sur W9, ils étaient 661.000 attirés par le magazine "Enquête d'action" (3,0% de PDA. NT1 et TMC sont au coude à coude avec 577.000 et 575.000 téléspectateurs pour le film "SWAT Unité d'élite" (2,7% de PDA) et le magazine "90' Enquêtes" (2,4% de PDA).

AUDIENCES

Mardi 8 septembre 2015

	Heure	Durée	Programme	Genre	Taux moyen* (%)	Part d'audience (%)	nombre de téléspectateurs en milliers
TF1	19:06:56	00:43:27	MONEY DROP	JEU	6,2	20,7	3 589
Eurosport	18:49:35	00:27:32	N'OUBLIEZ PAS LES PAROLES	JEU	2,7	11,2	1 594
France 3	18:57:59	00:27:53	19-20 JOURNAL REGIONAL	JOURNAL REGIONAL	4,3	16,3	2 501
CANAL+	18:49:35	01:17:05	LE GRAND JOURNAL CANAL+ \ PIERRE SERVENT - HERVE MORIN - AYMERIC MERLAUD	MAGAZINE	1,3	4,5	769
France 5	18:59:52	00:55:31	C A VOUS	MAGAZINE	1,3	4,4	764
France 6	18:34:25	00:59:15	LA MEILLEURE BOULANGERIE DE FRANCE	JEU	2,0	7,9	1 148
arte	19:00:02	00:43:15	AUX PORTES DE LA MER \ HONG KONG	DOCUMENTAIRE	0,6	2,3	376
France 3	18:53:15	02:06:48	TOUCHE PAS A MON POSTE ! \ ANNICK LEJEUNE - MICHELE LAROQUE...	MAGAZINE	1,8	5,3	1 066
W9	18:51:06	00:41:28	LES CH'TIS VS LES MARSEILLAIS : LA REVANCHE	DOCUMENTAIRE	0,6	2,1	321
tmc	18:50:14	00:53:23	MONK \ MONK EST DANS L'IMPASSE	SERIE	0,8	2,9	464
NT1	19:17:02	00:45:00	SECRET STORY : LE DEBRIEF \ SPECIALE NOMINEES	MAGAZINE	0,9	2,8	518
France 4	18:57:31	00:49:39	L'ACADEMIE DES 9	JEU	0,2	0,8	137
France 7	19:07:49	00:29:21	UNE SAISON AU ZOO	DOCUMENTAIRE	0,4	1,3	223
France 9	19:00:55	00:27:22	PAWN STARS : LES ROIS DES ENCHERES	DOCUMENTAIRE	0,3	1,1	177
France 10	19:05:46	00:51:10	CHICA VAMPIRO MORTEL D'ETRE UN VAMPIRE \ PERSONNE NE VEUT CROIRE DAISY	SERIE	0,8	2,5	437
France 11	18:59:16	00:51:22	DUR A CUIRE OU POULE MOUILLEE ? \ DESTINATION 03 MEXIQUE	DOCUMENTAIRE	0,1	0,2	35
France 12	19:01:33	00:53:53	DR HOUSE \ DES MAUX D'AMOUR	SERIE	0,2	0,7	126
France 13	18:59:11	00:29:08	UNE NOUNOU D'ENFER \ ON N'A PAS TOUS LES JOURS 20 ANS	SERIE	0,1	0,5	80
France 14	18:59:16	00:26:50	CHASSEUR DE BOLIDES \ LE CHOIX DE CHUMLEE	DOCUMENTAIRE	0,1	0,5	78
RMC	18:51:33	00:17:57	GARAGE GOLD \ PIECES DETACHEES	DOCUMENTAIRE	0,3	1,1	149
France 15	18:51:55	00:58:59	POUR L'AMOUR DU RISQUE \ CHANTAGE AU MARIAGE	SERIE	0,1	0,3	45
PART D'AUDIENCE EN PRIME TIME							
TF1	21:03:52	00:48:21	MENTALIST \ DE L'EAU DANS LE GAZ	SERIE	12,8	30,6	7 464
France 2	20:56:23	01:46:51	SECRETS D'HISTOIRE \ SACRE CHARLEMAGNE	MAGAZINE	5,4	14,0	3 171
France 3	20:56:14	01:40:35	AU REVOIR... ET A BIENTOT	TELEFILM	5,3	13,5	3 115
France 5	20:50:59	01:09:39	LES HOMMES DU RAID	DOCUMENTAIRE	1,6	3,8	928
France 6	21:03:47	02:04:26	LA VERITE SI JE MENS 3	FILM	4,3	12,0	2 506
arte	20:56:16	00:51:39	LA PROPAGANDE SELON POUTINE	DOCUMENTAIRE	0,6	1,4	351
France 3	21:07:28	02:00:19	HELLBOY II : LES LEGIONS D'OR MAUDITES	FILM	0,8	2,4	491
W9	20:58:10	02:00:17	ENQUETE D'ACTION \ IMMERSION AVEC LA POLICE DE CHOC DU 93	MAGAZINE	1,1	3,0	661
tmc	20:55:10	01:07:19	90' ENQUETES \ POLICIERS ET POMPIERS SOUS TENSION : UN ÉTÉ CHAUD A PALAVAS	MAGAZINE	1,0	2,4	575
NT1	21:00:07	01:59:46	S.W.A.T. UNITE D'ELITE	FILM	1,0	2,7	577
France 4	20:54:15	01:49:48	DOUBLE DETENTE	FILM	0,7	1,9	424
France 7	20:47:53	01:56:51	VIVRE ET LAISSER MOURIR	FILM	0,7	1,9	436
France 9	21:02:23	01:51:21	FOOTBALL MATCH AMICAL ESPOIRS \ FRANCE - BRÉSIL	SPORT	0,6	1,7	377
France 10	20:52:37	00:49:52	MERLIN \ LE GOBELIN	SERIE	0,2	0,5	124
France 11	20:44:08	01:32:32	L'ESPRIT DE FAMILLE	TELEFILM	0,3	0,6	152
France 12	20:54:46	01:01:28	SECTION DE RECHERCHES \ ANTE MORTEM	SERIE	0,7	1,6	391
France 13	20:58:10	00:26:36	STORAGE WARS : TEXAS	DOCUMENTAIRE	0,2	0,4	109
France 14	20:47:43	01:55:55	MERE-FILLE, MODE D'EMPLOI	FILM	0,3	0,8	180
RMC	20:45:38	01:13:50	HIROSHIMA : LES TRACES CACHEES	DOCUMENTAIRE	0,3	0,6	152
France 15	20:52:15	01:55:52	LA 7EME CIBLE	FILM	0,3	0,8	178
PART D'AUDIENCE EN NIGHT TIME							
TF1	21:52:42	00:53:43	MENTALIST \ UN LOUP DANS LA BERGERIE	SERIE	8,2	23,2	4 766
France 2	22:46:35	01:00:20	21 JOURS \ A L'ECOLE	DOCUMENTAIRE	1,5	7,7	848
France 3	22:41:39	00:37:06	GRAND SOIR 3	MAGAZINE	1,7	7,2	964
France 5	22:00:38	00:24:31	LE MONDE EN FACE LE DEBAT \ RAID, GIGN : QUI PROTEGE LA FRANCE ?	MAGAZINE	1,0	2,7	581
France 6	23:15:50	01:40:34	MAISON A VENDRE	DOCUMENTAIRE	0,8	7,1	444
arte	21:48:54	00:50:49	EN POUTINE NOUS CROYONS LA RUSSIE ET SON PRESIDENT	DOCUMENTAIRE	0,4	1,2	256
France 3	23:14:56	01:42:58	LE BAISER MORTEL DU DRAGON	FILM	0,4	3,3	207
W9	23:07:05	01:51:59	ENQUETE D'ACTION \ QUAND LES TOURISTES DEBARQUENT EN CORSE	MAGAZINE	0,5	4,7	307
tmc	22:02:29	01:33:05	90' ENQUETES \ SAINT-DENIS : AU COEUR DES QUARTIERS CHAUD DU 93	MAGAZINE	0,7	2,4	382
NT1	23:07:38	02:08:36	SHOOTER TIREUR D'ELITE	FILM	0,5	4,7	284
France 4	22:44:50	01:41:24	NINJA ASSASSIN	FILM	0,5	3,0	276
France 7	22:46:09	02:05:40	PERMIS DE TUER	FILM	0,5	3,6	289
France 9	23:01:24	00:27:21	STORAGE WARS : NEW YORK	DOCUMENTAIRE	0,2	1,2	128
France 10	21:42:29	00:52:30	MERLIN \ LE CRISTAL MAGIQUE	SERIE	0,2	0,4	98
France 11	22:18:19	01:26:57	COMME CHEZ SOI	TELEFILM	0,2	0,9	120
France 12	21:57:02	01:02:44	SECTION DE RECHERCHES \ CONNEXION DANGEREUSE	SERIE	0,6	1,9	356
France 13	21:24:46	00:26:54	STORAGE WARS : TEXAS	DOCUMENTAIRE	0,2	0,6	144
France 14	22:51:15	00:55:10	LA MINUTE DE VERITE \ LA TRAGEDIE DE LA GARE DE LYON	DOCUMENTAIRE	0,1	0,7	75
RMC	21:59:38	01:27:51	KAMIKAZES (PETER NICHOLSON)	DOCUMENTAIRE	0,3	0,9	148
France 15	22:55:31	01:40:38	LES OISEAUX SE CACHENT POUR MOURIR	FEUILLETON	0,1	0,7	59