

Satellifax

Le premier quotidien de l'audiovisuel

Vendredi 29 août 2008 - N° 2986

page 1 / 17

A LA UNE : page 1

■ FRANCE TELEVISIONS : nécessité d'une réforme « en profondeur » avec 2012 pour cap

CHAINES HERTZIENNES : page 2

■ FRANCE TELEVISIONS : dernière réunion sur le cahier des charges « normalement » aujourd'hui - Les premières décisions pour 2009 - Il faut « inventer une nouvelle économie de production »

ENTREPRISES ET MARCHES : page 3

■ ILIAD : « Free, un partenaire essentiel pour les détenteurs de contenus » - Avec Alice, objectif de 5 millions d'abonnés à fin 2011 - « Plus que jamais intéressé » par la 4ème licence mobile

TV SUR CABLE ... : page 6

■ CANALSAT : nouveautés de la rentrée et jusqu'à la fin 08

INTERNATIONAL : page 7

■ BELGIQUE : accord entre RTL Group et TéléSat

INTERNET : page 8

■ FTV : création du portail France Télévisions Info, future « chaîne d'info permanente » du groupe

■ FRANCE INFO : vers développement de la vidéo sur internet

PRODUCTION : page 8

■ LES FILMS DE L'ODYSEE : nouvelle structure créée par J-B. Gallot, C. Fonseca et H. Brèque

■ FRANCE 2 : la chaîne va « reprendre le travail » sur un feuilleton quotidien de journée

■ FRANCE TELEVISIONS : réflexion sur de nouveaux programmes éducatifs pour le samedi matin

PROGRAMMES, AUDIENCES : page 9

■ FRANCE TV : « Le choix de la différence », un slogan traduisant le « cœur de la stratégie éditoriale »

■ FRANCE 2 : renforcement de l'offre culturelle

■ FRANCE 3 : la chaîne accomplit le « virage de la modernité »

■ FRANCE INFO : une vingtaine de nouveaux rendez-vous et une volonté d'approfondissement

PLAN DE FINANCEMENT : page 16

■ DES FEMMES EN BLANC

Et les rubriques Institutionnel (p 7), Radio (p 7), Vidéo, vidéo à la demande (p 8), Droits sportifs (p 8), Dans les médias (p 11), Clin d'œil (p 14), Verbatim (p 14), Agenda (p 15), Baromètre hebdo des meilleurs écrans (p 17).



Disney Cinemagic N°1 DES CHAINES
Cinéma du Câble et du Satellite
après des 4-10 ans

OFFRES PARRAINAGE
www.tf1pub.fr

SOURCE MEDIAMETRIE - MEDIACABSAT - LUNDI-DIMANCHE - 3H-27H, UAGUE 15 - PDA OFFRE ELARGIE (X).

A la Une

■ FRANCE TELEVISIONS : nécessité d'une réforme « en profondeur » avec 2012 pour cap

Satellifax / résumé : La transformation du holding France Télévisions en entreprise unique est une réforme « inévitable » pour adapter le groupe au tout numérique en 2012, le cap fixé pour l'entreprise. France Télévisions, qui veut aussi « accélérer son développement » et mener à bien ses « ambitions éditoriales » est en attente des derniers arbitrages budgétaires.

« France Télévisions ne doit pas rester à l'écart du monde », ce « n'est pas un scaphandre étanche » : le groupe doit mener une « réforme en profondeur » afin de s'adapter à la mutation du secteur et « affronter le basculement au tout numérique en 2012 », a assuré hier Patrick de Carolis, président du groupe, lors de la conférence de presse de rentrée. « Oui, 2012 est bien le cap fixé pour le groupe, car c'est tout simplement le cap que la réalité nous fixe », a-t-il ajouté, indiquant avoir « demandé aux équipes de France Télévisions d'anticiper cette révolution culturelle ».

Le holding, dont les antennes seront privées de publicité après 20 h à partir du 1er janvier 2009, n'a, selon lui, « pas le choix » et doit se transformer en entreprise unique, qui lui permettra de « devenir plus efficace et plus rentable ». « A la

veille d'une réforme sans précédent, le service public est à la croisée des chemins », a déclaré Patrick de Carolis. « Son avenir se joue à l'Assemblée, au Sénat, au ministère de la Culture, à Bercy, à l'Elysée, il se joue ici aussi, au quotidien », a-t-il ajouté.

Utiliser la loi sur l'audiovisuel comme un « levier »

L'entreprise unique, qui sera rendue possible après adoption de la loi sur l'audiovisuel prévue pour l'automne, devra se traduire par de nouvelles règles de gestion, d'organisation, de nouvelles procédures de production et de nouvelles relations avec les différents partenaires du groupe, a-t-il prévenu. « Nous sommes arrivés au bout ■ ■ ■



Partez gagnant dans la course aux contenus

mipcom
The world's audiovisual content market

MIPCOM 2008 - Le marché international des contenus audiovisuels

MIPCOM: 13 - 17 octobre 2008, Palais des Festivals, Cannes, France • www.mipcom.com

■ ■ ■ **d'un système**, la réforme est inévitable. Soit elle est faite en interne par des professionnels, (...), soit d'autres la feront à notre place, et peut-être pas avec la même écoute », a insisté Patrick de Carolis, rappelant avoir lancé cette réforme avant l'annonce de la suppression de la publicité sur les antennes du groupe.

Il a d'ailleurs considéré que le **vote de la loi** devait être « **utilisé comme un levier pour accélérer la réforme**, en installant le groupe dans un nouvel univers juridique ». Rappelons que Patrick de Carolis a lancé fin 2007 « huit chantiers » devant mener à la mise en place de structures transversales dans le groupe. Les trois premiers – création de **directions communes pour les acquisitions, les programmes jeunesse et les études** – se mettent actuellement en place (notre confidentiel du 25 août). Seront ensuite concernés les **finances, les relations humaines, la technologie, la production et les moyens d'information**. Sur ces derniers, « est mis en place le processus de communication pour que chaque salarié sache ce qu'il devient dans le groupe » et qu'il puisse également « participer », a-t-il aussi indiqué.

En attente des derniers arbitrages budgétaires

Outre la constitution de l'entreprise unique, Patrick de Carolis a donné **deux autres « priorités »** à son groupe pour 2012 : **avoir réalisé ses « ambitions éditoriales »** et « **accélérer (son) développement** ». France Télévisions mise pour cela sur trois catégories de ressources : ses **recettes commerciales propres, les ressources publiques et les économies** liées à la **mise en place de synergies** qui, souhaite-t-il, devront être plus particulièrement consacrés au développement du groupe. « Les discussions avec l'actionnaire se poursuivent », a-t-il expliqué, indiquant être « dans l'attente des derniers arbitrages ». « Il est important que l'actionnaire comprenne que l'échéance, c'est 2012, et qu'il nous faut **définir ensemble la trajectoire budgétaire**, pas que sur 2008 et sur 2009 », a souligné Patrick de Carolis.

Il a précisé par ailleurs que le groupe était « prêt » à « **étudier tous les coûts de transformation** ». Et considéré

que le développement du groupe comprenait des « **investissements stratégiques**, au cœur de (son) métier » qu'il est prêt à financer et des « **investissements lourds** » pour lesquels il a **besoin d'un « coup de main de l'actionnaire »**. Le groupe n'a toutefois pas voulu avancer de chiffres sur le montant des économies réalisables en interne, estimant qu'il fallait pour cela « attendre le plan d'affaires ».

La **commission Copé** avait estimé à **140 M€ les économies** que devait réaliser France Télévisions, un chiffre (présenté comme venant de France Télévisions) que **contestent les dirigeants du groupe**. **Patrice Duhamel**, directeur général en charge de l'antenne, du développement et de la diversification, « **ne (sait) pas d'où il sort**, même s'il est dans le rapport (de la commission Copé) », tandis que **Damien Cuier**, directeur général en charge de la gestion, des finances et des ressources humaines, a expliqué que le groupe n'avait « **jamais eu la prétention d'économiser 140 M€ (dès 2009, ndlr)** ». Pour financer son développement, le groupe compte aussi « beaucoup » sur l'indexation de la redevance sur l'inflation, prévue dans le rapport Copé, mais n'a reçu aucune garantie sur le sujet, a indiqué Patrick de Carolis, en réponse à une question.

Interrogé sur l'existence d'un **plan B en cas de rejet des taxes** compensant la perte des ressources publicitaires (sur le CA publicitaires des chaînes privées et le CA des opérateurs de télécommunications) par Bruxelles, Damien Cuier a indiqué avoir eu des « **garanties sur la fiabilité et la sécurité juridique** (de ces) taxes. Si elles sont contestées, il faudra bien évidemment **chercher le plan B du côté du gouvernement** et non de France Télévisions ». « Le contrat d'objectifs et de moyens offre une garantie de ressources ; on espère que cette **garantie s'appliquera à l'ensemble de nos ressources** », a-t-il ajouté.

C'était la première fois que Patrick de Carolis s'exprimait publiquement depuis début juillet, quand il avait **menacé implicitement de démissionner** de son poste, affirmant que « **le compte n'y (était) pas** » concernant le financement de la suppression de la publicité dans l'audiovisuel public. « Je ne changerai rien par rapport à ce que j'ai dit avant l'été. **Je ne suis pas plus rassuré, pas plus inquiet** », a-t-il déclaré.

Chaînes hertziennes historiques

■ **FRANCE TELEVISIONS** : dernière réunion sur le cahier des charges « normalement » aujourd'hui

Ce matin se tient ce qui devrait être « **normalement** » la « **dernière réunion au niveau interministériel** » sur le **cahier des charges de France Télévisions**, a annoncé hier **Patrice Duhamel**, directeur général en charge de l'antenne, du développement et de la diversification du groupe public, lors de la conférence de presse de rentrée. Dans ce nouveau cahier des charges, **l'ensemble des obligations du groupe sont globalisées**, dans la perspective de **l'entreprise unique** ; c'est extrêmement important », a-t-il expliqué.

Il s'est par ailleurs félicité que « tout ce qui tourne autour de la différence entre le public et les chaînes commerciales est acté de manière incitative et non contraignante », comme le

souhaitait le groupe. « On peut considérer que **tous les soirs**, sur une des antennes du groupe, il y a un **prime time culturel** au sens large », a-t-il aussi commenté.

Patrice Duhamel a également annoncé que, dans le cadre de ce nouveau texte, le groupe était prêt à « **(marquer) sa différence** avec les chaînes commerciales » dans le **domaine des quotas de diffusion** : son obligation de diffusion passerait à **70 % d'œuvres européennes dont 50 % françaises** contre 60 % d'européennes dont 40 % de françaises auparavant.

Le projet de nouveau cahier des missions et des charges de France Télévisions devra toutefois encore faire **l'objet d'un arbitrage à l'Elysée**.

■ **FRANCE TELEVISIONS** : les premières décisions pour 2009

« **Deux arbitrages ont déjà été rendus** » pour les **grilles 2009 des chaînes de France Télévisions** qui n'auront alors **plus de publicité après 20 h**, a annoncé hier **Patrice**

Duhamel, directeur général en charge de l'antenne, du développement et de la diversification du groupe public, lors de la conférence de presse de rentrée du groupe. ■ ■ ■

Chaînes hertziennes

■ ■ ■ Le démarrage du prime time sur les antennes a été fixé « vers 20 h 35 » et « un habillage particulier, parce qu'il faut inventer un nouveau rythme pour ces grilles, sera à l'antenne début janvier », a-t-il indiqué. Il s'agira d'un « habillage très innovant, avec des jingles identitaires pour chaque antenne et avec des inter-programmes et des auto-promotions plus présents », a-t-il précisé. Ce « travail colossal », qui est coordonnée par Alain Vautier, directeur des antennes de France 3, sera « bouclé dans ses grandes lignes à la Toussaint et terminé début décembre », a expliqué Patrice Duhamel.

France Télévisions travaille par ailleurs, en matière de contenu des grilles, autour de « trois questions essentielles » qui « seront traitées avant fin septembre » : l'horaire et la durée de certains journaux comme le Soir 3, « la nature et le volume des programmes courts » et le « lancement de nouveaux rendez-vous en fonction des capacités financières qui seront (celles du groupe) en 2009 », a-t-il ajouté. L'avancée de l'heure du prime ayant un impact direct sur les horaires des tranches suivantes, France Télévisions fera un « effort particulier sur la 3ème partie de

soirée », a-t-il assuré : « (Elles) seront avancées le plus souvent vers 23 h 30, heure à laquelle 6 à 7 millions de téléspectateurs regardent la télévision. » « Sur 2009, beaucoup de choses sont engagées, notamment en fiction ; d'autres le seront dès lors que nous connaissons mieux notre courbe financière », a-t-il expliqué.

Il a par ailleurs jugé qu'il était « totalement impossible » que « les programmes démarrant 25 minutes, puis 50 minutes plus tôt », les 3èmes parties de soirées « ne puissent rien coûter ». « Si nous n'avons pas de moyens supplémentaires, il faudra faire des redéploiements », a-t-il prévenu. Rappelons que la compensation estimée par la commission Copé, soit 450 M€, ne prend pas cette dimension en compte, considérant qu'« il n'y a pas à financer la nuit » (nos informations du 22 mai).

Le groupe réfléchit également à la « souplesse » et la « réactivité » des grilles et prévoit de mieux exposer les ciné-clubs et les courts métrages. « Si nos moyens budgétaires le permettent, de nouveaux magazines pourront être lancés », a insisté Patrice Duhamel, indiquant que la décision sera prise à la Toussaint.

■ FRANCE TELEVISIONS : il faut « inventer une nouvelle économie de production »

« Il faut inventer une nouvelle économie de production », allant vers un allègement des coûts, a indiqué hier Patrice Duhamel, directeur général en charge de l'antenne, du développement et de la diversification de France Télévisions, lors de la conférence de presse de rentrée du groupe, évoquant des « discussions extrêmement serrées (sur les budgets) avec l'ensemble des producteurs ». Cette volonté de faire des économies concerne tous les genres de

programmes, flux comme stock. « Ils ont tous été observés, analysés, audités par nos soins », a-t-il expliqué. « Il ne s'agit pas de réduire la qualité, mais il faut être lucide, admettre que le modèle économique change », a assuré Patrice Duhamel. « La télévision telle que nous la connaissons aujourd'hui est souvent devenue trop chère », a aussi considéré Patrick de Carolis, président de France Télévisions.

■ FRANCE TELEVISIONS : vives inquiétudes du SNRT-CGT et du SNJ-CGT

Le SNRT-CGT et le SNJ-CGT ont estimé hier dans un communiqué que les propos tenus lors de la conférence de presse de France Télévisions (voir « A la Une ») par son président Patrick de Carolis étaient « loin de rassurer ». Les syndicats redoutent « un plan social de grande ampleur » après la suppression de la publicité sur les antennes. Lorsque Patrick de Carolis parle de « lever les verrous juridiques pour construire le groupe », cela signifie-t-il qu'il veut « casser les conventions collectives pour licencier à moindre coût ? », se sont interrogés les syndicats. « Bientôt 9 mois après le big-bang sarkozien du 8 janvier, les rencontres se poursuivent toujours entre France Télévisions et la tutelle pour tenter de résoudre l'impossible équation posée par la suppression de la publicité », remarquent le SNRT-CGT et le SNJ-CGT. « A noter que les syndicats n'ont

pas du tout été consultés durant tout ce temps, ni côté direction de FTV, ni côté tutelle, le rendez-vous avec la Ministre [Christine Albanel] étant fixé le... 5 septembre », ajoutent les syndicats. Ils soulignent également que « sauf coup de théâtre », il manquera « environ 200 millions pour construire un budget à l'équilibre 2009, sans même évoquer les besoins de financement des programmes de remplacement ». « En cause, la mauvaise foi du gouvernement qui sous-estime les besoins et surestime les ressources commerciales restantes », affirment-ils. « Si les choses devaient rester en l'état, le groupe se retrouverait en situation impossible, contraint de trouver en interne de quoi compenser le déséquilibre et donc de revoir le niveau de masse salariale : en clair, un plan social de grande ampleur. Inacceptable ! [...] », concluent le SNRT-CGT et le SNJ-CGT.

Entreprises et marchés

■ ILIAD : « Free, un partenaire essentiel pour les détenteurs de contenus »

Le groupe Iliad, maison mère de Free, a « réalisé un très bon semestre 2008 », s'est félicité hier son directeur général Maxime Lombardini, en introduction à la présentation à la presse des résultats financiers du groupe. A fin juin 2008, Free comptait 3,134 millions de clients (vs 2,6 millions à fin juin 2007, +19 %), affichant une part de marché en ADSL de près de 20 % (19,8 % contre 19,5 % fin juin 2007). Le taux

de dégroupage marque une forte hausse, s'établissant à 83,4 % (vs 72,3 % à la fin juin 2007), avec le raccordement de 350 nouveaux sites de l'opérateur historique. « 71 % de nos abonnés n'ont plus aucun lien avec l'opérateur historique (vs 57 % il y a un an, ndlr) », a souligné Maxime Lombardini, ajoutant que « l'Arpu est à un très haut niveau ». Il progresse de 3,7 % s'établissant à 36,3 € vs 35 € à la fin ■ ■ ■

Entreprises et marchés

■ ■ ■ juin 2007. Une hausse liée à la forte contribution **des services optionnels à valeur ajoutée** disponibles sur la Freebox (plus de 20 services exclusifs dans le package). **Le taux de churn** est sensiblement **inférieur à 1 %**. « Les tendances sont bonnes », a souligné Maxime Lombardini, ajoutant qu'avec 20 % de pdm, Free est le vrai challenger de l'opérateur historique (49,6 % de pdm) ».

Et de souligner : « **Free n'est plus seulement un fournisseur d'accès** en raison des **services optionnels à valeur ajoutée** qu'il propose (TV, VoD, SVoD, HD...). **Ces services représentent aujourd'hui près de 25 % du chiffre d'affaires** (contre moins de 22 % au 30 juin 2007), faisant de Free un fournisseur de services triple play. Au 30 juin 2008, le chiffre d'affaires lié à ces services s'est élevé à 168,9 M€

contre 120,1 M€ au 30 juin 2007, soit une **hausse de plus de 40 %**, précise le groupe. Selon Maxime Lombardini, « Free est un **partenaire essentiel pour les détenteurs de contenus qui veulent passer de la télévision d'hier à celle de demain** ».

Il s'est par ailleurs **félicité du partenariat avec Canal+**, rappelant que la promotion sur CanalSat continue (10 €/mois pendant la première année de l'abonnement). Il a également souligné que « **Canal+ à la demande est un grand succès** ». Evoquant les innovations significatives, il a rappelé que « Free est le seul opérateur à proposer le CPL, dans le forfait à **29,90 €**, les concurrents le facturant **100 €** ». Enfin, il a précisé que les abonnés en zones non dégroupées peuvent accéder à l'ADSL 2+.

■ GROUPE ILIAD : avec Alice, objectif de 5 millions d'abonnés à fin 2011

Le groupe Iliad, maison mère de Free, qui a annoncé hier, lors d'une conférence de presse, **des résultats** en croissance forte au **premier semestre 2008** (voir également ci-dessus) table désormais sur « **cinq millions d'abonnés à l'ADSL d'ici fin 2011** » avec l'intégration du FAI **Alice** qu'il vient de racheter. Avec cette acquisition, Iliad a conclu pour l'essentiel la consolidation du marché français dont il a repris la deuxième place, que lui avait ravi Neuf Cegetel en acquérant Club Internet l'été dernier.

Le groupe a indiqué avoir enregistré au premier semestre 2008 un **bénéfice net en hausse de 27,5 %, à 82,9 M€** « Le résultat net pris en compte pour le premier semestre 2007 (65 M€) exclut celui des activités cédées pour 13,9 M€ », explique le groupe dans un communiqué. Le **chiffre d'affaires** sur le premier semestre 2008 augmente pour sa part de 20,6 %, à 692,2 M€, pour un parc d'abonnés en hausse de 19 %, à **3,134 millions de clients**. L'excédent brut d'exploitation (Ebitda), indicateur de la rentabilité, progresse de 24,4 %, à **256,9 M€** soit une marge de 37,1 % (contre 36 % un an plus tôt). Cette marge Ebitda progresse à 37,1 % grâce à l'amélioration du taux de dégroupage du groupe et des services à valeur ajoutée, contre 36 % un an plus tôt. Le directeur financier **Thomas Reynaud** a confirmé l'objectif du groupe de stabiliser sa marge en 2008 et en 2009, avant une « rupture positive » en 2010 avec la montée en puissance des abonnés à la **fibres optique**.

Une activité ADSL qui génère du cash

Il a par ailleurs fait valoir trois faits majeurs : « **Une croissance organique supérieure à 20 % ; une marge d'Ebitda en progression (37,1 %)** et qui aurait pu être plus forte **sans la taxe Cosip** (qui sera de 10 M€ cette année pour Free, ndlr) et enfin, **une activité ADSL qui génère du cash, soit 75 M€ au premier semestre 2008 contre une perte de 50 M€ sur la même période en 2007** ». Il a indiqué que ce cash va permettre « l'autofinancement du plan de déploiement de la fibre optique, d'envisager le remboursement de la dette d'acquisition (après Alice, ndlr) et le financement dans le mobile ». Rappelons que Free a annoncé avoir effectué un **emprunt de 1,2 Md€** auprès d'un pôle bancaire pour l'acquisition d'Alice (nos informations du 3 juillet).

S'agissant des **perspectives**, Iliad réaffirme ses objectifs annuels : il vise **3,25 millions d'abonnés haut débit** et un **taux de dégroupage de 84 % à fin 2008** (hors acquisition d'Alice). Par ailleurs, avec le rachat d'Alice à l'opérateur italien

Telecom Italia, qui vient d'être finalisé, le groupe a « **l'ambition d'avoir 5 millions de foyers connectés à notre offre en 2011** », a indiqué Thomas Reynaud.

Grâce à **l'acquisition d'Alice** (885 000 abonnés actifs nets), d'un montant de 775 M€, le groupe redevient le **premier opérateur alternatif en France**, derrière **France Télécom** (7,84 millions de clients et 49,5 % de pdm). Il devance son principal concurrent **SFR-Neuf Cegetel** (3,767 millions d'abonnés), avec environ quatre millions d'abonnés et une part de marché estimée à 25,5 %. « Nous avons fait une bonne affaire avec cette acquisition qui aura des impacts positifs sur l'investissement dans la fibre optique et dans nos partenariats avec les éditeurs de contenus », a souligné Thomas Reynaud. « Nous prenons l'engagement de **ramener notre ratio d'endettement à une fois l'Ebitda en 2010 contre deux fois actuellement** », a-t-il indiqué, précisant qu'Alice devrait « **contribuer à hauteur de 90 M€ par an à l'Ebitda à partir du second semestre 2010** ».

« **La marque Alice est conservée** », a pour sa part indiqué Xavier Niel, président fondateur du groupe Iliad, ajoutant qu'« **une campagne de communication sera lancée le 9 septembre** ». « Alice est **une société à part entière et qui a vocation à recruter**, a-t-il ajouté. Il n'y a pas d'offre de migration. Le contrat avec l'abonné est respecté. Les offres Alice et Free vont aller **vers un rapprochement tout en conservant les spécificités d'Alice**. C'est la logique. » Il a souligné que les **points forts d'Alice** sont maintenus **notamment la hotline gratuite**. « Nous allons rapprocher l'économie d'Alice des standards de Free, a précisé Xavier Niel, soulignant que les priorités sont de « faire baisser le taux de churn, **faire passer l'Arpu au-dessus des 30 €** (il est de 27 €, ndlr) et **améliorer le taux de dégroupage**, a souligné Xavier Niel.

Enfin, s'agissant de la **fibres optique**, Iliad a confirmé son objectif d'investir un milliard d'euros dans son réseau d'ici 2012. Le groupe Iliad prévoit un free cash flow hors investissements « **significativement supérieur** » à 100 M€ cette année hors Alice.

Il prévoit d'investir au second semestre à peu près le même montant que les 32 M€ consentis au premier semestre dans la fibre, et plus de 100 M€ en 2009, avec une montée en puissance à partir du deuxième trimestre. A ce jour, Free compte des « **abonnés en petit nombre** », principalement à **Paris et Montpellier**, et s'est dit confiant dans sa capacité à couvrir « **horizontalement** » 70 % de la capitale d'ici le second semestre 2009.

Entreprises et marchés

■ **LIAD** : « Plus que jamais intéressé » par la 4^{ème} licence mobile

Le groupe Iliad a réaffirmé hier, lors d'une conférence de presse, son intérêt pour la quatrième licence de téléphonie mobile 3G, pour laquelle l'Arcep avait rejeté en octobre 2007 la candidature d'Iliad, la seule présentée. « Nous confirmons plus que jamais notre volonté d'être le quatrième opérateur mobile », a déclaré Maxime Lombardini, directeur général du groupe. Nous savons que nous pouvons déployer un réseau dans de bonnes conditions économiques et faire une offre réellement en rupture », a dit Maxime Lombardini.

« Dans le cadre de la consultation lancée par l'Arcep (en juin dernier, ndlr), nous avons indiqué que nous souhaitons recevoir 15 Mhz à prix réduit et qu'à défaut, nous pourrions faire un projet d'envergure avec 10 Mhz », a expliqué Maxime Lombardini, ajoutant qu'il était prêt à accepter une

durée de licence plus courte, sur 15 ans au lieu de 20 ans. Rappelons que trois scénarios sont envisagés par le régulateur (nos informations du 16 juin) : l'attribution des fréquences à un nouvel entrant avec les mêmes modalités que pour le 3^{ème} appel à candidatures pour la 4^{ème} licence 3G ; l'attribution des fréquences en plusieurs lots, dont certains seraient réservés en priorité aux nouveaux entrants, et d'autres aux nouveaux entrants et aux opérateurs existants. Enfin, un schéma d'attribution où tous les lots seraient ouverts à tout opérateur, sans priorité aucune pour un nouvel entrant. Le gouvernement devrait rendre d'ici l'automne un arbitrage sur les deux options désormais envisagées par le gouvernement : l'attribution de la licence à un seul candidat ou sa répartition en trois blocs de fréquences de 5 Mhz chacun.

■ **BERTELSMANN** : forte hausse du bénéfice semestriel, à 372 M€

Le groupe allemand Bertelsmann, qui possède notamment le groupe RTL, a publié hier un bénéfice en nette hausse au premier semestre malgré une baisse de son chiffre d'affaires, a-t-il indiqué hier. Le bénéfice net de janvier à fin juin ressort à 372 M€ contre 51 M€ un an plus tôt, en raison d'un effet de comparaison favorable. Le premier semestre 2007 avait souffert de charges exceptionnelles. Le chiffre d'affaires a quant à lui baissé de 1,2 % à 7,6 Md€ en raison de l'impact du dollar

faible sur les comptes, et de la dégradation conjoncturelle, a expliqué le groupe. Pour l'ensemble de l'exercice 2008, il vise une augmentation de son chiffre d'affaires, à périmètre comparable, et une hausse « importante » de son bénéfice net, mais un résultat opérationnel en légère baisse. Le groupe avait indiqué précédemment qu'il tablait sur une croissance modérée de son chiffre d'affaires 2008 et sur un résultat net au moins doublé par rapport à celui de 2007.

■ **TF1** : chiffre d'affaires publicitaire en recul de 32 % pour *L'île de la tentation*

Le chiffre d'affaires publicitaire des différents épisodes de *L'île de la tentation*, diffusés sur TF1 entre le 8 juillet et le 26 août en deuxième partie de soirée, est en recul de 32 % par rapport à 2007, selon les chiffres publiés hier par Yacast. Les écrans publicitaires entourant les différents épisodes de cette

saison ont généré un chiffre d'affaires de 5,6 M€ HT, avec 347 spots, contre 8,2 M€ HT en 2007, avec 447 spots. Cette évolution interrompt la croissance enregistrée ces dernières années. Selon Yacast, le CA publicitaire avait progressé de 23 % entre 2005 et 2006, et de 14 % entre 2006 et 2007.

■ **LAGARDERE** : +14,6 % du bénéfice net au premier semestre

Lagardère a affiché au premier semestre 2008 de son « exercice une progression de 14,6 % de son bénéfice net et a décidé de maintenir son objectif de croissance du résultat opérationnel pour l'ensemble de 2008 à périmètre constant », a indiqué lors d'une conférence de presse hier Dominique d'Hinnin, directeur financier de Lagardère SCA. Le bénéfice net du groupe s'est élevé à 572 M€ pour l'ensemble des activités (médiat, hautes technologies, défense) au premier semestre. Hors contribution de EADS, il a atteint 159 M€, soit une hausse de 10,4 %. Le groupe a profité d'une « importante contribution d'éléments non récurrents, non opérationnels » (+325 M€ à fin juin, contre +335 M€ un an plus tôt) composée de la plus-value réalisée sur la vente des titres EADS, pour 466 M€, diminuée, entre autres, de pertes de valeurs sur des magazines aux Etats-Unis. Le résultat opérationnel consolidé s'est établi à 255 M€, contre 270 M€ au premier semestre 2007.

Rentabilité des chaînes de la TNT autour de 2010

Le résultat opérationnel des activités médias s'est élevé à 260 M€ en progression de 3,5 %. L'activité de Lagardère Active baisse de 7 % pour s'élever à 1,018 Md€ sur le premier semestre 2008 en données brutes et le CA de la division Broadcast augmente pour sa part de 6,2 % en données comparables. Le résultat opérationnel TV progresse sensiblement à 12 M€

contre 1 M€ au premier semestre 2007, tandis que celui des activités radio est stable, grâce aux performances à l'international qui ont compensé l'évolution des résultats en France. « En radio, Virgin a bénéficié d'une croissance soutenue, Europe 1 et RFM présentent une activité étale, compensant intégralement un début d'année difficile », a indiqué Didier Quillot, président du directoire de Lagardère Active. « Nous cherchons à nous développer dans les pays émergents », a-t-il précisé.

Concernant les chaînes thématiques, le président du directoire de Lagardère Active s'est félicité de la bonne tenue des chaînes au premier semestre et en particulier de « Gulli, qui a réalisé un mois d'août exceptionnel ». Selon le business plan, la rentabilité pour les chaînes de la TNT (Virgin 17, Gulli en gratuit et Canal j en payant) « devrait voir le jour autour de 2010 et peut-être même avant », a avancé Didier Quillot. Par ailleurs, le président du directoire a annoncé que le contrat exclusif passé avec Orange pour Musiline (service d'écoute en mode streaming sécurisé de programmes musicaux sur internet, gratuit, éditorialisé et personnalisé), prenait fin le 31 août et ne serait pas renouvelé. Enfin, concernant les 20 % que Lagardère détient dans Canal+, Arnaud Lagardère, gérant-commandité de Lagardère SCA, a indiqué : « Rien de nouveau sous le soleil, on n'augmente pas, on n'abaisse pas et on ne part pas. »

Entreprises et marchés

■ GROUPE TFI : le résultat net part du groupe chute de 33 % au 1er semestre

Le groupe Bouygues a publié hier ses résultats et ceux de TF1 pour le 1er semestre. Le groupe audiovisuel voit son chiffre d'affaires reculer de 5 % sur la période, à 1,36 Md€. Le résultat net part du groupe chute de 33 %, passant de 186 M€ au premier semestre 2007 à 125 M€ au second semestre 2008. « Le premier semestre de TF1 est marqué

par un environnement difficile », commente Bouygues, ajoutant que « TF1 s'adapte à un contexte concurrentiel en mutation ». Le groupe Bouygues a quant à lui enregistré au premier semestre 2008 un bénéfice net de 701 M€, en progression de 6 % par rapport au semestre correspondant de 2007.

■ NRJ GROUP : chute de 94,7 % du résultat net part du groupe au 1er semestre

NRJ Group a publié hier un chiffre d'affaires au premier semestre en recul de 8,3 %, à 172,3 M€ pour un résultat net part du groupe en chute de 94,7 %, à 2,6 M€. Le chiffre d'affaires de la TV est en forte hausse, à 197,4 M€ mais la perte opérationnelle courante se creuse à 11,1 M€, contre 7,4 M€ il y a un an. Selon NRJ Group, « cette évolution reflète la forte hausse du chiffre d'affaires ainsi que l'augmentation des charges conformément au plan de marche ».

L'activité radio en France voit son chiffre d'affaires reculer de 4,9 %, à 114,1 M€ pour un résultat opérationnel courant en baisse de 40,2 %, à 22,5 M€. « Cette évolution intègre

l'augmentation des charges, notamment au niveau des programmes et de la promotion ainsi que des structures centrales dans le cadre du développement multimédia du groupe », explique NRJ Group. A l'international, l'activité radio enregistre une hausse de 7,4 % de son chiffre d'affaires, à 17,4 M€. Le résultat opérationnel courant, déficitaire de 0,5 M€ il y a un an, redevient positif de 1,1 M€. « les contributions des zones germanique et nordique étant respectivement à l'équilibre et positive ». La perte opérationnelle de NRJ Mobile atteint 9,4 M€, tandis que l'activité diffusion voit son résultat opérationnel courant progresser de 1,3 M€ à 3,2 M€.

■ DREAM ON : habillages d'émissions et jingles pour France TV, Equidia, Gulli

L'agence Dream On s'est vu confier le nouvel habillage des cases soirées de France 5 : « Histoire », « Découverte », « Art et culture » et « Société » qui seront à l'antenne en septembre. L'agence réalise également le générique de la nouvelle émission de Guillaume Durand, L'objet du

scandale, coproduite par Agi'Prod et GDproductions et qui sera à l'antenne sur France 2 à partir du dimanche 7 septembre. D'autre part, l'agence a aussi été chargée de renouveler les jingles pubs de la chaîne Equidia ; et d'en réaliser de nouveaux pour les soirées de la chaîne Gulli.

■ GLOBECAST : ouverture officielle du bureau de Hong Kong

GlobeCast, filiale de France Télécom, annonce l'ouverture officielle de son bureau de Hong Kong, après l'acquisition en juin de Pacific Century Matrix (nos informations du 6 juin). La

société devient officiellement GlobeCast Hong Kong. Le bureau local est le 18ème ouvert par GlobeCast dans le monde. Patrick Yeung en devient directeur général, et directeur des ventes.

TV sur câble, satellite, ADSL, mobiles

■ CANALSAT : les nouveautés de la rentrée et jusqu'à la fin de l'année

Télé Câble Sat hebdo révèle dans son numéro à paraître lundi l'ensemble des nouveautés de la rentrée de CanalSat. « L'heure est au renforcement des chaînes existantes, à la HD et aux nouveaux services sur le web » indique le magazine qui a interrogé en exclusivité le directeur de CanalSat, Maxime Saada. Voici quelles sont ces nouveautés :

1/ Nouvelles chaînes :

- Odyssée rejoint CanalSat le 4 novembre.
- Nat Geo Wild arrive le 9 septembre (voir Satellifax d'hier)
- Ma Chaîne Sport : l'annonce de son arrivée sur CanalSat a été « prématurée » mais un accord pourrait intervenir avant la fin de l'année, indique Maxime Saada

2/ Projets abandonnés :

- Ina TV et la chaîne des biographies de Vivolta « ne sont plus à l'ordre du jour »
- Le projet Planète Maman est abandonné : « Nous allons plutôt renforcer Planète, déclare à Télé Câble Sat Hebdo Maxime Saada qui ajoute : « Nous avons décidé de ne pas lancer des nouvelles chaînes qui n'auront pas les moyens de s'imposer face à la TNT gratuite. »

3/ La haute définition :

- Arrivée de Ushuaïa TV HD en exclu le 25 septembre
 - Arrivée en novembre de Sci Fi HD
 - Arrivée en novembre de MTV HD, une nouvelle chaîne internationale avec les grandes soirées de MTV, y compris les émissions phares de Nickelodeon en VO sous-titrée en français.
 - Arrivée dans la 1ère quinzaine de décembre d'Eurosport HD dont 30 % des programmes seront dès le début en HD native.
- « CanalSat sera à la fin de l'année résolument la plus belle offre HD du marché, 12 en tout », se réjouit Maxime Saada.

4/ Les nouveaux services :

- CanalSat à la demande : ce nouveau service, réservé aux abonnés, concernera les chaînes qui le souhaiteront dont, au début, Disney Channel, Play House Disney, Canal J et Ti Ji, Filles TV, Cartoon Network, Boomerang, TCM, Voyage, MTV, Nickelodeon, Planète, CinéCinemas et les chaînes de TF1 Digital. Une part seulement de leurs programmes sera concernée. Le service sera ouvert avant la fin de l'année et accessible via une connexion haut débit annonce le magazine.
- CanalSat sur PC/Mac : un test est en cours avec les premières chaînes qui l'ont accepté, celles d'AB, de MTV, i>télé, LCI et Jetix.

■ XAVIER NIEL (FREE) : l'offre foot d'Orange est « illégale »

Xavier Niel, président fondateur du groupe Iliad, a estimé hier que l'offre football lancée par Orange est « illégale ». Répondant à une question lors de la présentation des résultats semestriels du groupe, il a ajouté que « cette offre s'apparente à de la vente liée ». Selon Xavier Niel, Orange, qui a la puissance financière pour acquérir des droits audiovisuels, impose à l'abonné « l'obligation d'acheter tout Orange pour en bénéficier, a-t-il ajouté. Pourquoi ne pas

imaginer que, pour avoir cette chaîne, il faille aussi s'abonner à Orange Electricité par exemple ? ». « C'est illégal et moralement contestable mais je peux me tromper », a-t-il ajouté, parlant de « méthodes de voyous ». Xavier Niel a indiqué avoir assigné Orange en référé auprès du tribunal de commerce. « Nous avons perdu mais nous allons continuer dans cette direction », a-t-il précisé, laissant entendre qu'il allait saisir d'autres instances.

Institutionnel

■ PROJET DE LOI CREATION ET INTERNET : « Pas une bonne loi » selon Xavier Niel

Xavier Niel, président fondateur du groupe Iliad, a marqué hier, lors de la présentation à la presse des résultats semestriels, son désaccord sur le projet de loi Création et internet. « Ce n'est pas une bonne loi pour les Français », a-t-il estimé, considérant que certaines dispositions sont liberticides. « Il faut un juge mais pas l'Hadopi, a-t-il ajouté. On ne peut pas sacrifier la liberté individuelle pour répondre aux intérêts de certains ayants droit. Il faut réfléchir à d'autres solutions. »

Evouant les accords de l'Elysée (ou Olivennes) sur l'anti-piratage que Free a signés comme l'ensemble des FAI,

des acteurs de l'audiovisuel, de la musique et du cinéma, il a indiqué « avoir signé une page blanche » et n'avoir pris connaissance de la version finale qu'une fois le document signé par tous. En réalité, « chacun a signé un document différent », a-t-il indiqué.

Interrogé sur les tests de filtrage prévus dans les accords de l'Elysée, il a souligné que Free n'a procédé à aucun test et n'a « aucune volonté de filtrer le contenu de ses abonnés ». « Ce qui est demandé en France reviendrait à demander à La Poste d'ouvrir le courrier de ses usagers », a-t-il ajouté.

■ CSA : publication au JO de la délibération sur l'exposition des drogues illicites en radio et TV

La délibération du 17 juin du CSA relative à l'exposition du tabac, des boissons alcoolisées et des drogues illicites à la radio et à la TV a été publiée hier au Journal officiel. Cette délibération rappelle l'interdiction totale de

l'exposition des drogues illicites, à l'exception des programmes d'information, des documentaires et de la fiction (nos informations du 10 juillet).

International

■ BELGIQUE : accord entre RTL Group et TéléSat

RTL Group annonce la signature d'un accord avec la nouvelle plate-forme de TV par satellite belge francophone TéléSat. « Toutes les chaînes de radio et de télévision des deux groupes seront donc désormais disponibles via satellite », indiquent les deux partenaires. TéléSat reprendra donc les chaînes de télévision RTL TVI, Club RTL, Plug TV, et

les radios Bel RTL, Radio Contact et Mint. Il s'agit du deuxième accord de diffusion conclu par TéléSat après la RTBF en avril (nos informations du 29 avril). Détenue par la société Airfield Media, qui possède déjà la plate-forme de TV par satellite néerlandophone TV Vlaanderen, TéléSat ambitionne de se lancer en Belgique francophone d'ici la fin de l'année.

Radio

■ DAVID KESSLER : sa nouvelle mission à Radio France

Radio France a officialisé hier la nomination de David Kessler, jusqu'à présent directeur de France Culture, au poste nouvellement créé de directeur général délégué de Radio France, chargé de la stratégie et des contenus (nos informations d'hier et notre « Confidentiel » de mercredi). Le groupe public a précisé, à cette occasion, ses missions. David Kessler, qui prendra ses nouvelles fonctions lundi, est chargé de « proposer des éléments d'une stratégie de développement de Radio France, à l'heure de la

convergence numérique », et de « réfléchir à la place et la forme des développements multimédia, en tenant compte de l'évolution du comportement des auditeurs de la radio et des usagers de l'ensemble des médias ». En outre, il devra veiller à l'harmonisation des offres de programmes des antennes de la radio publique. David Kessler aura sous son autorité directe la direction des Affaires internationales, la direction des Produits nouveaux et du multimédia et la direction des Etudes.

Internet

■ **FTV** : création du portail France Télévisions Info, future « chaîne d'info permanente » du groupe

France Télévisions a lancé hier, au matin de sa conférence de presse de rentrée, son **portail d'information, France Télévisions info**, qui « a pour ambition de devenir la chaîne d'information permanente », a indiqué son président, **Patrick de Carolis**, lors de la conférence de rentrée du groupe. Accessible à l'adresse **info.francetv.fr**, il met « à la disposition de tous, à tout moment et gratuitement, les informations du monde en direct », a-t-il précisé, rappelant avoir annoncé il y a un an tout jute la volonté du groupe de se doter d'un tel portail (nos informations du 31 août 2007). Développé par la filiale **France**

Télévisions Interactive, le portail « sera alimenté en images et en commentaires par les **rédactions de France 2, France 3 et RFO** », a ajouté Patrick de Carolis. Le site actuellement en ligne propose la totalité des journaux des chaînes du groupe, France 2, France 3 (national, régional et local), France Ô et des antennes de RFO, ainsi qu'un flash permanent, et un accès thématique aux informations traitées par les chaînes (info, culture, sport). « Aujourd'hui, c'est tout le travail fourni par nos rédactions qui est disponible en même temps ; petit à petit, nous produisons pour ce portail », a conclu Patrick de Carolis.

■ **FRANCE INFO** : vers un développement de la vidéo sur internet

Le **site internet de France Info**, largement rénové en septembre 2007, va continuer sa mutation. « **Nous allons développer l'interactivité et l'offre vidéo** », a indiqué hier **Frédéric Wittner**, rédacteur en chef en charge du multimédia, lors de la conférence de presse de rentrée de la radio. Il a regretté qu'il n'y ait « pas assez de vidéo » sur France-info.com, notamment pour filmer les débats à l'antenne. La

rédaction multimédia, composée d'une dizaine de personnes, réfléchit aussi à une **nouvelle présentation de la page d'accueil et aux développements possibles sur le mobile**. Le nombre de programmes proposés en podcast devrait lui aussi être accru. France Info revendique 16 millions de visiteurs sur son site internet depuis un an, soit une augmentation de 147 % sur la période.

Vidéo, vidéo à la demande

■ **UNIVERSCINE** : accord avec VirginMega et Alice sur offre de films en VOD

Universciné, plate-forme VoD spécialisée dans le cinéma, a signé un accord avec **VirginMega** et le FAI **Alice** pour la **distribution de sa collection de films sur le portail virginmega.fr et dans le service « Mes vidéos à la carte »**

d'Alice, a-t-il indiqué hier. La collection de films d'Universciné comprend en particulier une offre de films indépendants, estimée à 500 par l'opérateur. Les films sont en location pour 48 h pour 4,99 € chez Virgin Mega, et pour 3,99 € chez Alice.

■ **FREE / VOD** : progression des actes d'achats

Le **nombre d'actes d'achats unique de produits vidéo** (VoD et SVoD) au 30 juin 2008 sur l'**offre de Free** a été de

2 883 000 contre 1 874 000 au 30 juin 2007, a indiqué hier le FAI.

■ **CANALPLAY** : les films de Gaumont en téléchargement définitif

Canalplay a annoncé hier, dans un communiqué, avoir signé un **accord pluriannuel** portant sur la commercialisation en **téléchargement définitif d'une large sélection de films récents et plus anciens du studio**. Les nouveautés

Gaumont et un vaste choix de films de catalogue sont dès aujourd'hui disponibles sur **canalplay.com** à la fois en VoD et en téléchargement définitif (14,99 € pour les nouveautés et 9,99 € pour les films de catalogue).

Droits sportifs

■ **FRANCE TELEVISIONS** : acquisition de la FA Cup (Grande-Bretagne) jusqu'en 2012

France Télévisions a **acquis les droits jusqu'en 2012** de la coupe d'Angleterre de football, la **FA Cup**. Les matches seront « **essentiellement** » **diffusés sur France 4** avec une

diffusion « probable » de la finale sur France 2 ou France 3, nous a précisé le groupe.

Production

■ **LES FILMS DE L'ODYSSEE** : nouvelle structure créée par J-B Gallot, C. Fonseca et H. Brèque

Avec le documentaire **Des femmes en blanc**, diffusé lundi en **prime time sur France 3** (voir son plan de financement à l'avant-dernière page), la société de production **Les Films de l'Odysée** signe son premier film. Animée par **trois**

réalisateurs rompus aux documentaires de long format, **Jean-Baptiste Gallot, Christophe Fonseca et Hervé Brèque**, la société indépendante a été **créée en juin 2007** et est **présidée par Christian Gallot**, le père de Jean-Baptiste Gallot. ■ ■ ■

Production

■ ■ ■ Elle s'est donné pour ambition de produire du **documentaire de société de prime time**, « en développant une écriture visuelle marquée par une **grande proximité avec les personnages filmés** et une qualité d'écoute qui fait émerger **les sentiments et les émotions** », explique Jean-Baptiste Gallot, principal associé. Ce dernier a notamment travaillé chez **Toni Comiti Productions** pendant sept ans, avant d'animer avec **Bernard Laine** la société **Actual Prod**.

Outre **Des femmes en blanc**, qui a suivi pendant plus de neuf mois **trois jeunes femmes internes en médecine**, Les Films de l'Odyssée travaillent sur deux films actuellement en

fabrication pour **Zone Interdite sur M6**. Le premier est consacré à **l'écologie**, le second dressera le **portrait d'un des grands corps d'élite de l'armée française**. Enfin, un nouveau **documentaire de société de 110'** pour le prime time du lundi vient d'être signé avec **France 3**. Les trois réalisateurs, qui travaillent ensemble depuis de longues années, veulent **élargir leur force de proposition dans les prochains mois**. « Nous voulons **développer des sujets avec d'autres réalisateurs de talent** et proposer aux chaînes des projets qui ne seront pas forcément signés de l'un de nous trois », souligne Jean-Baptiste Gallot.

■ **FRANCE 2** : la chaîne va « reprendre le travail » sur un feuilleton quotidien de journée

France 2 va « reprendre le travail sur un feuilleton quotidien de journée », a assuré hier son directeur de l'antenne et des programmes, **Eric Stemmelen**, interrogé sur un éventuel découragement de la chaîne après l'échec de sa propre tentative (*Cinq sœurs*, *Marathon*) et de celle de M6 (*Pas de secrets entre nous*, *Marathon*). « Nous sommes une des seules chaînes à développer des fictions en dehors du

prime », a-t-il indiqué, ajoutant que France 2 travaille également à des « **formats de 26 minutes, plutôt dans le genre sitcom quotidien** ». Par ailleurs, la chaîne va « reprendre le travail sur les **fictions de deuxième partie de soirée** » : « Trois sont en cours de production et neuf le seront dans les mois qui viennent », a rappelé Eric Stemmelen.

■ **FRANCE TELEVISIONS** : réflexion sur de nouveaux programmes éducatifs pour le samedi matin

Les **responsables du secteur jeunesse** de **France Télévisions** ont été chargés de « réfléchir à de nouveaux programmes à contenu éducatif et culturel pour le **samedi matin** », a annoncé hier **Patrice Duhamel**, directeur général en charge de l'antenne, du développement et de la

diversification, lors de la conférence de presse de rentrée du groupe. Cette recherche est liée à la **fermeture des écoles le samedi matin**. « Plus de 5 millions d'enfants de 5 à 10 ans sont concernés ; il s'agit donc d'un **enjeu essentiel** pour le service public », a-t-il ajouté.

Programmes, audiences

■ **FRANCE TV** : « Le choix de la différence », un slogan traduisant le « cœur de la stratégie éditoriale »

Le 1er septembre, jour de lancement des **nouvelles grilles des chaînes de France Télévisions**, se concrétisera la « **4ème étape**, l'étape la plus large, la plus complète, la plus cohérente, la plus visible » du **virage éditorial** amorcé par le groupe en 2005, a annoncé hier **Patrice Duhamel**, directeur général en charge de l'antenne, du développement et de la diversification, lors de la conférence de presse de rentrée du groupe. Cette année, France Télévisions s'est donné « **trois priorités** : davantage d'œuvres de création, de culture, d'information », a-t-il poursuivi. Ajoutant : « **La différence avec la télévision commerciale sera plus flagrante encore.** » France Télévisions, critiqué sur ce point par un certain nombre de responsables politiques, notamment le chef de l'Etat Nicolas Sarkozy, en a d'ailleurs fait son **image de marque**. France Télévisions, c'est dorénavant : « **Le choix de la différence.** »

Le groupe va ainsi faire un « **effort sans précédent** » en faveur des **œuvres** (fiction, documentaire, jeunesse, spectacle vivant), « un effort qui va **s'intensifier malgré les contraintes de gestion**, un effort continu qui fera de France Télévisions l'un

des grands modèles européens de télévision publique en matière de création », a insisté Patrice Duhamel. Il a par ailleurs rappelé que les 364,5 M€ d'investissements dans les œuvres de création prévus dans le Contrat d'objectifs et de moyens du groupe « seront réalisés » (nos informations du 17 juillet).

Les nouvelles grilles offrent une visibilité accrue à la culture, par de nouveaux rendez-vous, souvent mieux exposés. France Télévisions souhaite que la **culture** soit « **plus présente encore, plus diverse, plus accessible** » et assure qu'elle « **irriguera réellement les grilles** de toutes les chaînes du groupe ». Enfin, le développement de **l'information** se traduira à l'antenne avec de nouveaux rendez-vous et une « **une priorité permanente, systématique, stratégique** (donnée) aux **directs** sur les grands événements d'actualité », mais aussi hors antenne : le groupe vient de lancer son **portail dédié** (voir rubrique « Internet »).

Au total, les chaînes de France Télévisions proposent en cette rentrée « **près de 30 émissions nouvelles** », a conclu Patrice Duhamel.

■ **FRANCE 2** : renforcement de l'offre culturelle

La **nouvelle grille de France 2**, présentée hier lors de la conférence de presse de rentrée de France Télévisions, est marquée par une **présence accrue de magazines culturels**. Ainsi, outre **Café littéraire** de **Daniel Picouly** (*Tout sur l'écran*) le vendredi en 2ème partie de soirée en bimensuelle, la chaîne programmera tous les vendredis avant le journal **Vendredi si ça**

me dit (*Pitch TV*), rendez-vous au cours duquel **Christophe Hondelatte** et son équipe se transformeront en guide culturel. Le même animateur prendra également en charge **Tandem** (*Act 4 Productions et Pitch TV*), « série de divertissements musicaux pluriculturels » diffusée en prime le vendredi en alternance avec les séries et fictions françaises. ■ ■ ■

Programmes, audiences

■ ■ ■ Au programme également, **L'objet du scandale** (Guillaume Durand et Stéphane Simon), autour d'objets qui ont fait ou font « l'actualité sociétale et culturelle » animé par Guillaume Durand le dimanche. La culture sera également présente dans la nouvelle exposition du samedi matin de **Télématin**, assurée Patrice Duhamel, directeur général en charge de l'antenne, du développement et de la diversification, annonçant aussi, à partir de « début 2009, une programmation de théâtre en prime time chaque mois si possible ».

L'access pré-JT a également été profondément remanié, avec, du lundi au jeudi, l'émission de Julien Courbet, **Service maximum** (La Concepteria) et, le samedi, deux nouveaux rendez-vous : **Sciences X** (XD Productions) aux mains des frères Bogdanoff (18 h), suivi de **Panique dans l'oreillette** (Catherine Barma et Frédéric Lopez).

Les magazines d'actualité sont aussi renforcés notamment **Non**

élucidé (Phare Ouest), magazine d'Arnaud Poivre d'Arvor sur les homicides non résolus qui alternera, le mardi en 2ème partie de soirée, avec **Faites entrer l'accusé**. Par ailleurs, David Pujadas présentera **Les Infiltrés** (Capa), magazine d'investigation abordant des « enquêtes choc et inédites », promet France 2.

Côté fiction, la chaîne proposera un large éventail de thèmes et d'époque. La 2ème saison de **Clara Sheller** (Scarlett Production, Fontana) est enfin annoncée cette saison, aux côtés notamment de **Nicolas Le Floch** (La Compagnie des Phares et Balises, 4 x 52), **Coco Chanel** (Pampa, Lux Video, 2 x 90') ou **Sagan** (Alexandre Films, 2 x 90').

Outre la case **Infrarouge**, le documentaire sera également parfois programmé en prime avec notamment la collection de six docu-fictions produits par Boréales et Télécran : **Ce jour-là tout a changé** avec notamment (*L'assassinat d'Henri IV, La fuite de Louis XVI...*).

■ FRANCE 3 : la chaîne accomplit le « virage de la modernité »

« En cette rentrée, France 3 accomplit le virage de la modernité qui la transformera en un média global », annonce la chaîne dont la nouvelle grille a été présentée hier lors de la conférence de presse de rentrée de France Télévisions. Elle lance ainsi un rendez-vous interactif quotidien en direct, **@la carte** (Maximal Productions), animé en fin d'après-midi par Valérie Durier. L'interactivité est également au cœur du rendez-vous dominical du pédopsychiatre Marcel Rufo : **Rufo.TV** se déclinera à l'antenne mais aussi sur le site dédié, indique France 3. La chaîne lancera par ailleurs en octobre le lancement de **Culturebox**, portail dédiée à « toutes les cultures », telles que traitées sur toutes ses antennes (nationales, régionales, locales), et annonce pour la Toussaint une **webTV pour Toowam**, sa marque jeunesse.

Outre le passage au prime time de **Pièces à conviction**, la partie information est cette année renforcée par la création du magazine **Comme un vendredi**, au cours duquel Samuel Etienne reviendra chaque vendredi après **Soir 3** sur l'actualité de la semaine. En matière de documentaires, la chaîne proposera des films en prime time, comme la série **La meilleure façon de marcher** (4 x 52', Capa) ou l'unitaire **Cour**

d'assises : crimes et châtiments (Sunset Presse). Par ailleurs, une nouvelle case est créée ; diffusée le dimanche après **Soir 3**, **Haute tension** proposera aussi bien des séries **C'est quand le bonheur** (6 x 52', La Source Production) que des unitaires comme **Afghanistan, des femmes au combat** (Les Passeurs de Lumière, Les Films de la Passerelle). La collection interrégionale **Affaires classées** (Sunset Presse, Galaxie Presse) s'enrichit d'une 2ème saison avec huit nouveaux films qui, après une diffusion en régions, seront diffusés en national, le samedi en 2ème partie de soirée.

Côté fiction, la chaîne annonce un programme diversifié avec tout d'abord une série longue : **Disparitions**, en 12 épisodes de 52', produite par & Associés. Autres séries nouvelles sur lesquelles est intervenue la filière production de France 3 : **Duel en ville** (4 x 52', Son et Lumière), **Memento** (4 x 52', Cipango) et **Enquêtes réservées** (6 x 52', Barjac Productions). La chaîne programmera également des unitaires, dont **Marie-Octobre** (Pampa Production, Passion Films), remake par Josée Dayan du film de Julien Duvivier, et des mini-séries comme **Ce qui est écrit** (2 x 90', Nelka Films), réalisée par Malik Chibane.

■ FRANCE 4 : lancement de trois nouvelles émissions

France 4 lancera cette saison trois nouvelles émissions, a annoncé hier France Télévisions, lors de la conférence de presse de rentrée du groupe. Samuel Etienne investira tous les mois un lycée et donnera la parole à des lycéens sur l'actualité. La journaliste Daphné Hezard ira, dans **Gobal résistance**, à la

rencontre de militants. Enfin, le comédien Rachid Djaidani part explorer le Texas en mobylette dans **Rachid au Texas**.

Nous reviendrons de façon plus détaillée sur la nouvelle grille de France 4 la semaine prochaine, après sa conférence de presse.

■ FRANCE INFO : une vingtaine de nouveaux rendez-vous et une volonté d'approfondissement

Patrick Roger, directeur de France Info, a présenté hier, lors de la conférence de presse de rentrée de la station, une vingtaine de nouveaux rendez-vous dans la grille 2008-2009, lancée le 25 août. « Il y avait déjà eu beaucoup de changements l'année dernière, on aurait pu miser sur la stabilité, mais on a décidé de continuer » à innover, avec « une vingtaine de changements », a-t-il affirmé. La chaîne tout info de Radio France ambitionne cette année de mettre l'accent sur l'approfondissement de l'information. France Info « ne doit pas être seulement une radio d'alerte, mais aussi d'accompagnement. On va faire des efforts pour

expliquer », a promis Patrick Roger, qui a résumé ainsi le nouveau credo de la station : « L'info sur mesure et la mesure de l'info. » La matinale (7/9) est toujours animée en alternance par Marc Fauvelle et Raphaëlle Duchemin, avec cette saison un nouveau rendez-vous à 9 h 45, **L'invité culture et médias**. Des chroniqueurs s'entretiendront en direct pendant 6 minutes avec une « tête d'affiche » sur son actualité TV ou culturelle. A 9 h 10, Marie-Eve Malouines, chef du service politique, évoquera dans une chronique **Le fait politique du jour**. La tranche 17 h-20 h est co-animée par Bernard Thomasson et Catherine Pottier. ■ ■ ■

Programmes, audiences

■ ■ ■ Parmi les nouveaux rendez-vous destinés à mettre l'information en perspective : *On dit que*, à 17 h 21 (Bernard Thomasson), qui veut vérifier une information avec un expert ; *A première vue*, à 18 h 57 (Patrice Bertin), qui se propose de trouver les détails d'un sujet du jour ; le débat *Qu'en pensez-vous* à 19 h 15 (Bernard Thomasson et Catherine Pottier) ou encore *Tout s'explique* à 6 h 27 (Pascal Le Guern) qui répond, avec l'aide d'un expert, aux questions pratiques posées par les auditeurs sur internet. Des personnalités de la presse

écrite rejoignent la station, dont **Denis Olivennes**, président du directoire et directeur de la publication du *Nouvel observateur*, qui présentera une chronique le jeudi à 8 h 40.

La radio lancera dans les prochaines semaines une **campagne de publicité**, axée autour d'un nouveau slogan : « **La vie en continu.** » Un film de 20 secondes, réalisé par l'agence **View**, sera diffusé sur les chaînes de France Télévisions du 15 au 28 septembre, suivi par une campagne d'affichage du 8 au 22 octobre.

■ CANAL+ : lancement dimanche de *Canal Football Club*

Canal Football Club, la nouvelle émission de football présentée par **Hervé Mathoux et Isabelle Moreau**, sera lancée sur Canal+, ce dimanche à 19 h 40 **en direct, en clair et en public**. Après *Le grand match* (21 h) qui opposera

Saint-Etienne à Lyon, **Nathalie Iannetta** fera à 23 h ses débuts à la tête de *L'Equipe du dimanche*, l'émission sur les championnats de football européens, à l'antenne sur Canal+ depuis septembre 1990.

Dans les médias

Sélection d'articles de presse écrite, d'émissions radio ou TV, cette rubrique « Dans les médias » se veut un aperçu de notre secteur, vu par les autres médias et en complément de nos propres contenus. Ainsi qu'il est de tradition pour toute revue de presse, les opinions exprimées et les faits mentionnés ne doivent pas être considérés comme reflétant les vues de notre rédaction.

■ AUDIENCES TV : relativiser la chute des audiences sur les chaînes hertziennes

[...] Toutefois, l'impact de la chute d'audience des chaînes hertziennes est sérieusement à relativiser. D'abord, derrière la chute globale des investissements publicitaires se profile en arrière-plan la crise financière, la hausse des matières premières et la baisse du pouvoir d'achat. Avec, en tête de liste des secteurs ayant le plus sévèrement accusé le coup et multipliant les annulations de campagnes prévues pour la rentrée, les banques et assurances (-20 %), l'édition (vidéo, musique...) (-13 %), les produits d'entretien (-13 %), l'alimentaire (-8 %) et l'hygiène-beauté (-6 %). « Les annonceurs prennent des positions étonnantes en raisonnant sur le très court terme, en ne prenant en compte que le cours de Bourse et les résultats, juge Martine Hollinger, directrice générale de la régie publicitaire de TF1. Un grand nombre pensent qu'il faut dépenser en pub quand tout va bien et se

retirer quand tout va mal, alors que c'est exactement l'inverse qu'il faut faire. » Pour autant, et comme aux Etats-Unis, la prime au leader, à sa puissance instantanée, persiste. Et TF1, en perte de vitesse avec une part d'audience tombée en dix ans de 40 % à 27 % en moyenne, peut continuer à se targuer « d'une part de marché de 59 % sur les chaînes historiques et de 45 % sur l'ensemble des chaînes », souligne Martine Hollinger, « flinguant » au passage la fameuse TNT : « Quand il s'agit d'audience, nous sommes en mesure de mobiliser 6 à 7 millions de téléspectateurs en prime time, là où les chaînes de la TNT n'en rassembleront que 300 000. Nous restons le média de masse par excellence et demeurons ce qu'il y a de mieux aujourd'hui pour faire connaître un produit et une marque. » Difficile de la contredire. [...]

Véronique Richebois, **Les Echos**, jeudi 28 août

■ TFI : signature d'un *Secret Story 3*

Jamais deux sans trois ? En télé, l'adage ne vaut que si les audiences sont bonnes. C'est le cas de *Secret Story 2*. TF1 a

donc signé pour une troisième saison l'an prochain. [...]

Le Parisien, jeudi 28 août

■ CANAL+ : reine de la décoder

[...] Et là, figurez-vous que le thème était encore au rire [conférence de presse de rentrée de Canal+, mardi 26 août]. Installé sur la pelouse de la Cinémathèque, à Paris, un baby-foot géant accueille une bonne dizaine de joueurs en même temps et, à côté, un tout petit, pour deux personnes seulement. Rigolo. Rigolo encore, les tournois de tennis sur Wii. Et hilarante, la compète de basket, à laquelle s'adonnèrent même

certaines journalistes (on a les noms). Désopilante enfin, la séance photo « in bed with », où il s'agit de se faire mitrailler dans un lit avec son animateur de carton-pâte préféré. Pour finir de détendre l'atmosphère, des hectolitres de champagne, des jeunes gens bien habillés, des hamburgers en jupe mini mini et des jeunes filles au foie gras (ou l'inverse). [...]

Isabelle Roberts et Raphaël Garrigos, **Libération**, jeudi 28 août

■ TFI : de l'info le matin entre 9 heures et 11 heures

TF1 prépare, sur la tranche 9 h-11 h, un magazine d'informations et de services signé TAP, la filiale qui produit notamment *50 mn inside* et le nouveau *Enquêtes et révélations* avec Magali Lunel. Ni la date du premier numéro, ni son contenu, ni son titre ne sont arrêtés. Cette émission quotidienne sera présentée par Julien Arnaud,

comme l'a révélé le site jeanmarcmorandini.tele7.fr hier [mercredi]. Le joker de Claire Chazal quittera LCI où il anime chaque jour *Question d'actu*. Il présentera cette tranche matinale avec une animatrice. Un casting d'une dizaine de noms a été retenu.

Le Parisien, jeudi 28 août

■ TELEVISION : les conditions générales de ventes de 2009 perturbées par la loi sur l'AV public

Les conditions générales de ventes (CGV) de l'année 2009, que doivent publier le 7 octobre prochain les régies publicitaires des chaînes de télévision, pourraient être remaniées quelques semaines après parution. En effet, si les textes de la nouvelle

loi sur l'audiovisuel public, encadrant notamment la publicité sur France Télévisions, étaient promulgués après le 7 octobre, les régies proposeraient alors des avenants à leurs CGV.

Strategies.fr/Newsletter, jeudi 28 août

■ SALON DE BERLIN : télévision HD en vedette

L'Internationale Funkausstellung (IFA), le rendez-vous incontournable de l'électronique grand public de Berlin, qui s'ouvre demain [aujourd'hui] au grand public, sera placée cette année sous le double signe de la haute définition et de la mobilité. Engagés dans la course au gigantisme, avec des appareils de plus de 3,80 mètres de diagonale, les principaux fabricants de télévisions à écran plat mettent cependant de plus en plus l'accent sur la qualité des images et l'esthétique.

L'arrivée de programmes de plus en plus nombreux en haute définition continue de soutenir la croissance des ventes de téléviseurs à écran plat. Il devrait s'en écouler pas moins de 100 millions dans le monde cette année, soit 28 % de plus qu'en 2007, selon l'institut marketing GfK et la Consumer Electronics Association (CEA). [...]

Régis Marti, **Les Echos**, jeudi 28 août

■ JEAN-LOUIS MISSIKA : « On ne facilite pas la tâche de Patrick de Carolis »

[...] Q : Patrick de Carolis ne se voit-il pas confier une mission impossible ? – Jean-Louis Missika : On ne lui facilite pas la tâche. Alors qu'il doit absolument préparer France Télévisions à s'adapter à la révolution numérique en cours, à lui trouver une place dans le nouveau monde qui se dessine,

l'incertitude qui règne sur le futur financement du service public et le flou entretenu sur les objectifs éditoriaux ne sont pas de nature à l'aider.

Jean-Louis Missika, sociologue, adjoint au maire de Paris, interrogé par Laurent Larcher pour **La Croix**, vendredi 29 août

■ DEMOCRATIE ET COMMUNICATION : collectif reçu par Christine Albanel

Une délégation de Démocratie et Communication, collectif favorable à une réforme de la loi du 15 janvier 1990 sur la communication politique, a rencontré mercredi 27 août Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication. Au cours de cette entrevue, cette dernière a

pris note qu'il pourrait y avoir, dans le cadre du projet de loi sur l'audiovisuel dont le vote est prévu mi-octobre, un amendement relatif à un assouplissement du cadre actuel régissant les campagnes officielles lors des élections politiques.

Strategies.fr/Newsletter, jeudi 28 août

■ RODOLPHE BELMER : « Chez nous, c'est le président qui décide et le président, c'est Meheut »

Q : Oh la la, se lever tous les matins à 4 heures pour présenter *La Matinale*, bonjour l'angoisse... – Maïtena Biraben : Oui et moi, je suis une marmotte. En plus, je viens juste de m'acheter un surmatelas, le genre tu te couches dedans et tu regrettes déjà le moment où tu vas te lever tellement c'est bon. Il faut que je me couche à 22 h pour me lever à 4 h 30, et 4 h 30, pas de doute, c'est pas le matin, c'est la nuit.

Q : A quoi ça sert de faire une émission politique puisque c'est Sarkozy qui décide de tout à la télé ? – Anne-Sophie Lapix : Alors moi, je dis merci Sarkozy d'animer la vie politique à ce point-là. Comme il n'y a pas d'élection cette année, il nous faut Sarkozy ! – Rodolphe Belmer : Chez nous, c'est le président qui décide et le président, c'est Meheut.

[...] Q : 150 ans que vous êtes à Canal, c'est pas rasoir ? Michel Denisot : Non, sinon je n'y serais plus. Je ne suis pas le bon client pour la dépression. Ce que je fais, c'est un luxe de journaliste : on passe de François Hollande à une star du X...

Q : De toute façon, la case de midi que vous reprenez, elle est construite sur un cimetière indien... – Bruce Toussaint : Oui, il y a aussi la tombe d'Edith Piaf paraît-il... Je dois être fou mais moi, j'y crois. Et puis, c'est pas possible : entre Pernaut, *30 Millions d'amis* et *La petite maison dans la prairie*, je suis sûr qu'il y a de la place.

Q : Une fiction sur François Hollande et Ségolène Royal, ça y va la déconne, sur Canal+... – Rodolphe Belmer : Ouais, hein ? Ce n'est pas sur eux mais sur leur promotion à l'ENA. Bon, c'est pas comique, c'est pas hyper riant, mais c'est intéressant. [...]

[...] Q : Ça vous déprime pas d'être toujours la remplaçante de Laurence Ferrari ? – Anne-Sophie Lapix : Non, ça me fait plutôt rire. En plus, si elle me laisse à chaque fois des postes comme ça, ça me va. Franchement, j'ai l'impression que ma rentrée est beaucoup plus excitante que la sienne...

Maïtena Biraben, Bruce Toussaint, Anne-sophie Lapix, Michel Denisot, animateurs sur Canal+, **Rodolphe Belmer**, dga de Canal+, interrogés par Isabelle Roberts et Raphaël Garrigou pour **Libération**, jeudi 28 août

■ DU COTE DE CHEZ VOUS TV : 30 % de productions originales

Lancée en octobre 2006 sur CanalSat, Du côté de chez vous TV, première chaîne entièrement consacrée à la déco, prend ses marques. Elle propose désormais 30 % de productions originales. « Nos émissions *Du côté des pros* ont cartonné lors du salon Batimat, détaille Jean-Marc Frantz, président de la chaîne. Nous produisons aussi *Défi déco*, une

émission de télé-réalité un peu sur le modèle de *D&Co*. » Le modèle économique ? Les annonceurs sont partenaires et aident à produire les émissions. « Cela nous a permis de multiplier par cinq notre capacité de production », précise-t-il. [...]

Yoanna Sultan R'Bibo, **Stratégies**, jeudi 28 août

■ **MARKUS SCHÄCHTER** : « Je trouve la réforme de l'audiovisuel public précipitée »

Q : Est-il imaginable que la chancelière Angela Merkel vous nomme patron de la ZDF ? – Markus Schächter : Clairement, non. Le directeur de la chaîne est élu par une commission de 77 personnes qui représentent la société allemande. Elles viennent d'horizons très divers. On y trouve des journalistes, des médecins, des politiciens ou encore des représentants de l'église.

[...] Q : Nicolas Sarkozy ne voit pas de différence entre télévisions publiques et privées. Qu'en est-il en Allemagne ? – MS : La différence est énorme. L'information, notamment, constitue la moitié de nos programmes contre 20 % sur une chaîne privée comme RTL. La ZDF dépense par ailleurs 500 millions d'euros par an pour la production de films et de documentaires. Les privés préfèrent acheter leurs programmes sur le marché international. Le service public soutient donc la culture et la production allemande et européenne.

Q : Les télévisions privées allemandes réclament la suppression de la publicité sur le service public. La ZDF pourrait-elle se financer autrement ? – MS : Notre dépendance à la publicité est faible (NDLR : 7 % des revenus et 4 % pour les deux chaînes publiques allemandes). Nous devrions compenser par une augmentation de la redevance. Mais je reste défavorable à la suppression de la publicité, autorisée avant 20 heures en Allemagne. C'est une façon de garder le contact avec la réalité du marché audiovisuel. Un point qui nous différencie de la BBC.

[...] Q : Comment jugez-vous la situation en France ? – MS : Je trouve la réforme précipitée et problématique dans sa forme actuelle. On ne peut pas annoncer brutalement la suppression de plus de 40 % des revenus sans prévoir au moins sur trois ans la réorganisation du service public.

Markus Schächter, dg de la ZDF, interrogé par Christophe Bourdoiseau pour **Le Parisien**, jeudi 28 août

■ **ORANGE / FOOTBALL** : l'opérateur n'a pas encore convaincu les présidents de clubs de L1

Venu sauver les finances du football français en lui garantissant 203 millions d'euros par an jusqu'en 2012 (contre 465 millions payés par Canal+), Orange n'a pas encore convaincu les présidents de clubs. Pour tout dire, presque aucun d'entre eux n'est encore abonné. [...] Après à peine trois journées de Ligue 1, ces oublis sont pardonnables. Mais les présidents de clubs, comme de nombreux abonnés « triple play » d'Orange (internet, téléphonie, télévision), sont surpris de ne pas avoir été sollicités par les services commerciaux de l'opérateur pour se voir proposer l'offre foot (6 euros par mois). « Il n'y a pas eu une grosse communication jusqu'à maintenant, estime Jean-Michel Aulas (Lyon). Leur produit à l'antenne est très bon, mais il y a un problème d'explications et de mise à disposition de la Livebox. [...] Cette saison, ils [les

présidents de clubs] doivent se contenter de deux rencontres décalées autrement qu'en paiement à la séance, dont une sur Orange Foot, une antenne encore confidentielle (on parle de 14 000 abonnés pour la rencontre Rennes/Marseille lors de la première journée de L1, le 9 août, un chiffre contesté par l'opérateur). « Il est clair que cette nouvelle donne est assez perturbante, juge Pape Diouf [président de l'OM]. Il y a beaucoup de confusion et de frustration chez nos supporters, ils sont privés de nos matches. Une rencontre de l'OM sur Orange, c'est plus difficile à voir que Kiosque (le service de paiement à la séance de Canal+). Orange a mis en place un très bon dispositif de diffusion, il est dommage que les téléspectateurs n'en profitent pas. » [...]

Etienne Moatti, **L'Equipe**, jeudi 28 août

■ **ERIC HANNEZO** : « Une case de seconde partie de soirée sur TF1, ça se mérite »

Q : *Enquêtes et révélations*, c'est le nouveau titre du *Droit de savoir* ? – Eric Hannezo : C'est un magazine d'enquêtes diffusé dans la même case du mardi soir. Pour le reste, on a tout mis à plat et on s'est demandé ce qu'un magazine d'enquêtes doit apporter aux gens. On a aussi regardé ce qui existait. Le minimum c'est de créer et d'innover. On ne fera pas un show, il faut être crédible. Ce qui était important c'était de créer une vraie identité à *Enquêtes et révélations* et une autre à *Appel d'urgence*. Ce n'était pas forcément le cas avant. Les téléspectateurs pouvaient les confondre.

Q : Qu'est-ce qui va différencier les deux émissions ? – EH : *Enquêtes et révélations* abordera les grands thèmes de société, les documents et les coups d'actu comme le reportage en Afghanistan qu'on diffuse pour la première mardi prochain (une enquête sur le surendettement des Français a d'abord été annoncée : ndlr). Paul Comiti a passé deux mois sur place. Il était avec une patrouille qui a été prise dans une embuscade, c'est effrayant. Ils sont restés sous les feux

pendant une heure et demie. *Appels d'urgence*, c'est de l'immersion, avec la gendarmerie, les pompiers, la police.

[...] Q : Quelle est la part de reportages fait en interne par rapport à ceux qui sont achetés ? – EH : Pour *Le Droit de savoir*, 60 à 70 % des reportages étaient achetés. Aujourd'hui, l'ambition c'est de fabriquer le plus possible en interne. Nous avons la maîtrise de ses sujets, on n'a pas d'incohérence de forme d'un sujet à l'autre et c'est vachement plus valorisant pour les gens. Le message aux boîtes de production : une case de seconde partie de soirée sur TF1 ça se mérite.

[...] Q : *Enquêtes et révélations*, la promesse est forte ! EH : Sur la première la promesse est tenue. On a le porte-parole du mollah Omar, l'ambassadeur russe, les militaires français qui forment les Afghans... Il faut être ambitieux. On fait des enquêtes pour qu'il y ait des révélations. On veut tenir cette promesse.

Eric Hannezo, dga de TAP (filiale 100 % TF1), **Tele-2-semaines.fr**, jeudi 28 août

■ **ANGELIQUE SANSONETTI** : « Déménager la *Star Ac* à Paris était une décision difficile à prendre »

Q : La *Star Ac* change tout en arrivant à Paris ? – Angélique Sansonetti : Il faut un second souffle. On doit se mettre en danger. Déménager à Paris, c'était une décision dure à

prendre. On y avait déjà pensé l'an dernier, on a franchi le pas. Mais cet endroit [un hôtel particulier rue Charlot à Paris] est la fois dans l'esprit de la *Star Ac* et complètement ■ ■ ■

■ ■ ■ nouveau. C'est chic, tendance par excellence.
[...] Q : Comment reconquérir le public ? – AS : On est reparti sur les fondamentaux, le travail des élèves, les profs. On va bousculer la mécanique. Il faut qu'on muscle le prime time : ce sera le grand show, la finalité de tout le travail de la

semaine. C'est à ce moment que les profs jugent qui mérite de continuer l'aventure. [...]

Angélique Sansonetti, directrice artistique de *Star Academy*, interrogée par Renaud Saint-Cricq pour **Le Parisien**, 28 août

Clin d'œil

■ CLIN D'ŒIL / FIL ROUGE - STAR AC' : rien

Rappel : c'est rue Charlot, face à Satellifax que la *Star Ac' 8* a décidé de s'installer. L'occasion d'un fil rouge dont c'est le 7ème épisode.

Quand il ne se passe rien à la *Star Ac'* rue Charlot, il ne se passe rien et il est donc inutile d'en parler. C'était le cas hier et ne pas parler pour ne rien dire est le sens de la politique que nous souhaitons suivre ici dans cette rubrique clin d'œil et sur ce sujet. Une politique forte sur laquelle nous entendons persister et qui est un peu le sens du combat que nous menons à Satellifax pour une information pure et dure, sans concession, sans non-volontarisme, sans volonté de sensationnalisme mais ne mettant pas en avant les choses dont la moindre importance n'a pas été non calculée et en cherchant à faire des phrases dont chaque mot a été pensé et même longuement pesé pour que la compréhension de chacun des éléments constituant cette phrase fasse un tout qui soit favorable à l'assimilation de chacun des sous-ensembles qui la constitue, sans nuire bien entendu à la possibilité, dont nous usons parfois (l'avez-vous remarqué ?), d'évoquer de manière subtile des éléments de

contextualisation du sujet principal dont nous entendons parler sans être trop directs sur la question. Et donc, pour en venir au sujet du jour, qui en vérité n'en est pas un, mais qui pourrait en être s'il s'était passé quelque chose d'important, plutôt que d'écrire aujourd'hui un article long sur la *Star Ac'*, un article où nos lecteurs n'auraient pas d'informations, nous pensons mieux de nous abstenir. Totalement. En effet, vous imaginerez-vous lire dans Satellifax un article duquel vous ne retirerez rien ? Non, bien sûr. Dans Satellifax en effet, chaque mot est pesé et nous faisons tout - sauf parfois dans une rubrique plutôt classée dans les dernières pages - pour éviter tout bla-bla inutile. Car nous savons combien le temps de nos lecteurs est précieux. Et nous œuvrons en permanence pour que chacun des conseils que nous donnons vous permette de gagner du temps. Un exemple ? Facile ! Aujourd'hui nous vous conseillons fortement de ne pas lire cet article.

CQFD

Joël W

(article exceptionnellement signé à la demande unanime de la rédaction)

Verbatim

Verbatim ! Les déclarations sur l'audiovisuel que nous avons jugées les plus percutantes.

■ VERBATIM : Arlette Chabot, P. de Carolis, Georges Pernoud, Jean-Paul Cluzel, Laurent Joffrin

« Je crois m'entendre il y a un an. Mais je suis ravie de voir que TF1 regarde France 2. Cela fait un an que nous veillons à apporter beaucoup de valeur ajoutée, avec des dossiers, de l'enquête et plus de décryptages et d'explications. Moi, je déteste les empilements de sujets pour donner un maximum d'infos. »

Arlette Chabot, directrice de l'information de France 2, à propos de la nouvelle formule du JT de TF1, **Stratégies**, jeudi 28 août

« Le nouveau 20 h présenté par Laurence Ferrari est la copie conforme de la structure du journal de France 2 ; on a été pillés. Arlette Chabot ne peut le dire mais moi je le dis ; il faut continuer à faire la course en tête pour être pillés demain. »

Patrick de Carolis, président de France Télévisions, lors de la **conférence de presse** de rentrée du groupe, jeudi 28 août

« Nous sommes au pied du mur ; soit on y va, soit on est mal. »

Patrick de Carolis, président de France-Télévisions, évoquant la nécessité de mutation du groupe lors de la **conférence de presse** du groupe, jeudi 28 août

« Je ne changerai rien par rapport à ce que j'ai dit avant l'été. Je ne suis pas plus rassuré, pas plus inquiet. »

Patrick de Carolis, président de France-Télévisions, évoquant la nécessité de mutation du groupe lors de la **conférence de presse** du groupe, jeudi 28 août

« J'ai dit, il y a trois ans, que la constitution d'un bouquet de chaînes numériques était le seul moyen de résister à la concurrence des nouveaux entrants de la TNT et des nouveaux réseaux. Certains groupes privés, pour ne l'avoir pas compris à temps, sont aujourd'hui sanctionnés par le marché et cherchent désespérément la martingale miraculeuse. »

Patrick de Carolis, président de France-Télévisions, évoquant la nécessité de mutation du groupe lors de la **conférence de presse** du groupe, jeudi 28 août

« Le dialogue avec Christine Albanel a toujours été amical et sincère. Il nous est parfois arrivé d'essuyer les mêmes flèches empoisonnées et d'affronter les mêmes rumeurs, cela crée des liens ! »

Patrick de Carolis, président de France-Télévisions, évoquant la nécessité de mutation du groupe lors de la **conférence de presse** du groupe, jeudi 28 août ■ ■ ■

« La réforme était nécessaire et je suis content que Patrick de Carolis soit déterminé à la poursuivre. Cela va nous amener à réfléchir à nos méthodes de travail. Nous sommes actuellement 6 000 salariés à France 3, nous ne pouvons pas continuer comme ça. »

Georges Pernoud, présentateur de *Thalassa* sur France 3, **La Croix**, vendredi 29 août

« Généralement, je suis d'accord avec mes directeurs de chaînes. Ou alors, j'en change. »

Jean-Paul Cluzel, pdg de Radio France, répondant à **Patrick Roger**, directeur de France Info, qui lui demandait, après la **présentation de la nouvelle grille** de rentrée à la presse, s'il était d'accord avec son contenu, jeudi 28 août, à la maison de la Radio

« Dans tout France Info, il fallait trouver quelqu'un qui défende Nicolas Sarkozy. C'est tombé sur moi. »

Laurent Joffrin, directeur de Libération et animateur d'un débat tri-hebdomadaire sur France Info, jeudi 28 août, lors de la **conférence de presse** de rentrée de la station

Agenda

■ L'AGENDA DE SATELLIFAX : les événements et conférences de presse des prochaines semaines

- Aujourd'hui 08:45 : RMC, présentation de la grille 2008-2009. Contact : servicedepresse@rmc.fr
10:00 : NRJ Group, présentation des résultats semestriels. Contact : 01 40 71 43 22
- lundi 1er sept. 11:00 : Europe 1, conférence de presse de rentrée.
11:30 : Vivendi, présentation des résultats semestriels. Contact : 01 71 71 15 93
- mardi 2 sept. 11:00 : BFM TV, conférence de presse de rentrée. Contact : servicedepresse@bfmtv.fr
- mercredi 3 sept. 09:00 : France 4, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 56 22 68 55
11:00 : AB Groupe, conférence de presse de rentrée des chaînes. Contact : 01 49 17 23 53
11:30 : i>télé, conférence de presse de rentrée. Contact : carole.cordier-loustau@canal-plus.com
- jeudi 4 sept. 09:00 : Radio Classique, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 40 08 50 53
09:00 : TMC, conférence de presse de rentrée.
09:30 : Festival de la fiction TV de La Rochelle, conférence de presse. Contact : 01 40 13 98 09, florence.narozny@wanadoo.fr
13:00 : M6, déjeuner de présentation des programmes de rentrée. Contact : 01 41 92 66 61
- lundi 8 au jeudi 11 sept. Le Rendez-vous de TVFI (Biarritz). Contact : 01 40 53 23 00
- lundi 8 sept. 11:00 : NRJ Group, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 40 71 40 56
- mardi 9 sept. 09:00 : Cap 24, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 49 55 00 74
- mercredi 10 sept. 11:30 : France Bleu. Contact : 01 56 40 16 15
20:00 : Série Club, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 55 62 66 00
- jeudi 11 sept. 09:00 : Numericable/Completel, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 53 92 80 12
09:00 : TiJi, Canal j, Gulli, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 56 36 55 76
- vendredi 12 sept. 09:30 : Direct 8, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 46 96 48 93
- lundi 15 sept. Mouvement du 2 juin, « soirée militante pour que vive la télévision ». Contact : 01 55 50 22 20
11:30 : Jimmy, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 71 35 20 69
19:00 : Paris Première, conférence de presse de rentrée.
- mardi 16 sept. 09:30 : MSN, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 49 09 27 68 / 26 84
- mercredi 17 au dimanche 21 sept. Festival de la fiction TV de La Rochelle.
- mercredi 17 sept. 09:30 : LCP-Assemblée nationale, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 40 63 90 78
- jeudi 18 sept. Public Sénat, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 42 34 44 13
18:30 : W9, conférence de presse de rentrée.
- lundi 22 sept. 18:00 : Téva, conférence de rentrée.
- mardi 23 sept. soirée : TF6, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 55 62 66 00.
- mercredi 24 sept. 11:30 : Comédie !, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 71 35 20 69
- jeudi 25 sept. 09:00 : groupe Fox (Voyage, Nat Geo, Nat Geo HD et Fox Life). Contact : 01 58 05 59 24
18:00 : Vivolta, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 43 80 02 03
- lundi 29 sept. 19:00 : Fun Radio/RTL2, conférence de presse de rentrée.
- mardi 30 sept. et mercredi 1er à 19:00 : AIST (Association des anciens de Télécom Paris), Conférence-débat sur l'arrêt de la TV analogique
- lundi 6 oct. 12:00 : Odyssée, conférence de rentrée. Contact : 01 41 41 40 33
- mercredi 8 au dimanche 12 oct. Festival international du film scientifique - Museum national d'Histoire naturelle de Paris.
- jeudi 9 au samedi 11 oct. ARP : Rencontres cinématographiques de Dijon. Contact : 01 53 42 40 08
- jeudi 9 oct. 18:30 : Fip, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 56 40 16 15 / 01 56 40 23 89
- lundi 13 au vendredi 17 oct. MipCom.
- mardi 21 au jeudi 23 oct. Sportel Monaco.
- mercredi 19 nov. 20:08 Digiworld Summit Idate, jusqu'au 20 novembre à Montpellier. C. : 04 67 14 44 44

PRODUCTION : plan de financement

Nous vous proposons chaque semaine une **rubrique** qui détaille le **plan de financement de productions télévisuelles**. Le plan que nous publions aujourd'hui concerne **Des femmes en blanc**, documentaire produit par **Les Films de l'Odysée** pour **France 3**, qui sera diffusé sur **France 3 lundi 1^{er} septembre en prime time**.

Des femmes en blanc

Fiche technique

Mini-série de **2 x 52 minutes** - Production : **Les Films de l'Odysée** - Diffuseur : **France 3**.

Genre : Documentaire

Tournage : 70 jours à Paris, Poitiers et en République Dominicaine.

Format : 16/9ème (en XDCam HD).

Budget : 290 000 €

Producteur délégué : Jean-Baptiste Gallot (Les Films de l'Odysée).

Diffusé le lundi 1er septembre à 20 h 50 sur France 3.

Réalisateurs : Jean-Baptiste Gallot et Christophe Fonseca.

Voix off : Hervé Brèque.

Résumé : Aujourd'hui, 70 % des internes en médecine sont des femmes. En chirurgie, un domaine traditionnellement masculin, les femmes sont de plus en plus nombreuses. C'est l'histoire de cette féminisation que le film dévoile à travers le quotidien de trois jeunes internes en chirurgie.

Plan de financement (en euros)

France 3	180 000
dont 1ère diffusion	158 000
dont 2ème diffusion	17 000
dont 3ème diffusion	5 000
CNC Sélectif	40 000
Apport producteur (Les Films de l'Odysée)	70 000
Total	290 000

Répartition des dépenses par poste

	En euros	En pourcentage
Droits d'auteur	22 000	7,6 %
Personnel	83 500	28,8 %
Interprétation	1 500	0,5 %
Charges sociales	52 000	17,9 %
Moyens techniques	62 500	21,6 %
Pellicule/labo	3 500	1,2 %
Transports/défraiements/régie	20 000	6,9 %
Assurance, imprévus, FG	45 000	15,5 %
Total	290 000	100 %

Rubrique réalisée pour Satellifax par **CLAIR de LUNE**

Édité par Fréquences - Sarl au capital de 10 000 € - Siren 392 774 030 – Satellifax, Hôtel de Retz 9, rue Charlot 75003 Paris
www.satellifax.com **Administration/abonnement** : V. Olasz - Tél 01 40 29 47 48 - Fax 01 73 72 70 36 - office@satellifax.com

Publicité : REMICS Régie, R. Collard 06 09 77 37 22 remi@remicsetcompagnie.com ; Abonnement : 3 mois 595€HT ; 1 an : 2 190 €

Rédaction : Tél 01 44 78 04 78 - Fax 01 42 78 70 36 - redaction@satellifax.com – Dir. publication & rédaction : Joël Wirsztel
Rédactrice en chef : Yvane Dréant - Rédaction : Christophe Bottéon, Arnaud Grellier, Virginie Sengès, - Collab. : Pascale Paoli
Lebailly, Carole Villevet. Secrétaire de rédaction : Maxime Bomier **REPRODUCTION INTERDITE** 13ème année ©2008 Fréquences

Nouveau : en partenariat avec Yacast, nous publions désormais chaque vendredi un **baromètre axé sur les meilleurs écrans des chaînes hertziennes historiques en termes de recettes publicitaires**, accompagné du contexte éditorial lors de la diffusion. Ce baromètre recense l'ensemble des écrans publicitaires classiques diffusés par TF1, F2, F3, F5 analogique (3 h-19 h), Canal+ (en clair) et M6 chaque semaine 24/24 (du lundi 0 h au dimanche 23 h 59 m 59 s), puis les classe par ordre décroissant d'investissement par semaine. Il met ainsi en perspective les résultats d'audience, les bons ou les mauvais coups, les opportunités... - Faites-nous part de vos commentaires sur cette nouvelle rubrique : commentaires@satellifax.com

Top 10 des écrans publicitaires en terme de recettes par chaîne - **du lundi 18 au dimanche 24 août**

	Jour	Code écran pub	Investissement (en €uros) *	nb spots pub ds l'écran	Type d'écran	Emission avant l'écran	Emission après l'écran
TF1 (Hors écrans cristal)	22/08/2008	2130	1 116 207	23	- intra -	Koh-lanta	Koh-lanta
	22/08/2008	2050	963 800	15) inter (Euro millions	Koh-lanta
	21/08/2008	2110	907 140	15	- intra -	Dr House	Dr House
	21/08/2008	2160	879 684	15	- intra -	Dr House	Dr House
	21/08/2008	2180	729 488	15	- intra -	Dr House	Dr House
	18/08/2008	2060	647 890	13) inter (Météo	Un admirateur secret
	22/08/2008	2163	630 200	18	- intra -	Secret story	Secret story
	23/08/2008	2060	621 620	15) inter (Trafic info	Les experts, Miami
	23/08/2008	2170	600 450	17	- intra -	Les experts, Miami	Les experts, Miami
	18/08/2008	2130	480 957	10	- intra -	Un admirateur secret	Un admirateur secret
FR2	24/08/2008	2128	192 464	11) inter (Cold Case, affaires classées	Cold Case, affaires classées
	24/08/2008	2158	186 369	13) inter (Cold Case, affaires classées	Cold Case, affaires classées
	24/08/2008	2048	148 748	9) inter (Météo	Cold Case, affaires classées
	22/08/2008	2158	102 721	9) inter (Urgences	Urgences
	21/08/2008	2045	90 272	11) inter (Point route	Secrets d'histoire
	18/08/2008	2047	87 731	11) inter (Météo	Tuer n'est pas jouer
	20/08/2008	2047	85 207	10) inter (Tirage du Loto	Les enfants d Orion
	24/08/2008	2036	82 751	7) inter (L'Image du jour Pekin 2008	Météo
	23/08/2008	2047	76 756	13) inter (Tirage du Loto	Fort Boyard
	20/08/2008	2042	70 145	9) inter (Météo	Tirage du Loto
FR3	22/08/2008	2030	79 097	15) inter (Plus Belle la Vie	Faut pas rêver
	19/08/2008	2030	71 113	15) inter (Plus Belle la Vie	GIGN : au coeur de l'action
	21/08/2008	2031	63 054	13) inter (Plus Belle la Vie	Paris brûle-t-il ?
	20/08/2008	2030	60 559	14) inter (Plus Belle la Vie	La carte aux trésors
	18/08/2008	2056	56 991	10) inter (Plus Belle la Vie	Intervilles
	24/08/2008	2055	46 400	12) inter (Zorro	Inspecteur Barnaby
	18/08/2008	2030	43 681	7) inter (Plus Belle la Vie	Intervilles
	18/08/2008	1925	40 704	9) inter (Météo	19/20 : Journal national
	22/08/2008	1925	38 480	7) inter (Météo	19/20 : Journal national
	21/08/2008	1925	38 050	7) inter (Météo	19/20 : Journal national
C+	23/08/2008	2042	38 678	7	- intra -	Beijing soir, la suite	Beijing soir, la suite
	19/08/2008	2042	37 681	8	- intra -	Beijing soir, la suite	Beijing soir, la suite
	18/08/2008	2042	35 554	8	- intra -	Beijing soir, la suite	Beijing soir, la suite
	24/08/2008	2052	35 520	7) inter (Beijing 2008	Football
	21/08/2008	2042	35 170	8	- intra -	Beijing soir, la suite	Beijing soir, la suite
	20/08/2008	2042	34 943	8	- intra -	Beijing soir, la suite	Beijing soir, la suite
	22/08/2008	2050	34 085	6) inter (Beijing soir, la suite	Dangereuse séduction
	22/08/2008	2042	33 626	8	- intra -	Beijing soir, la suite	Beijing soir, la suite
	24/08/2008	1912	23 518	5) inter (Jour de foot 2 e edition	Beijing 2008
	23/08/2008	1332	20 833	8	- intra -	Beijing 2008	Beijing 2008
F5	18/08/2008	1857	5 435	13) inter (C dans l'air	
	24/08/2008	1857	5 364	10) inter (Fourchette et sac à dos	
	19/08/2008	1857	5 006	15) inter (C dans l'air	
	22/08/2008	1857	4 915	14) inter (C dans l'air	
	20/08/2008	1857	4 899	14) inter (C dans l'air	
	21/08/2008	1857	4 501	13) inter (C dans l'air	
	24/08/2008	1100	3 382	6) inter (Graffiti 60	Les escapades de Petitrenaud
	24/08/2008	1230	3 276	5) inter (Les escapades de Petitrenaud	Question maison
	18/08/2008	1502	2 767	4) inter (Des fleuves et des hommes	SOS maison
	22/08/2008	1502	2 758	4) inter (Fourchette et sac à dos	SOS maison
M6	18/08/2008	2140	434 100	20	- intra -	Stars et fortunes	Stars et fortunes
	22/08/2008	2160	423 900	20	- intra -	NCIS : enquêtes spéciales	NCIS : enquêtes spéciales
	22/08/2008	2180	419 700	18	- intra -	NCIS : enquêtes spéciales	NCIS : enquêtes spéciales
	22/08/2008	2130	381 640	17	- intra -	NCIS : enquêtes spéciales	NCIS : enquêtes spéciales
	21/08/2008	2140	368 680	19	- intra -	Le gendarme et les gendarmettes	Le gendarme et les gendarmettes
	24/08/2008	2140	367 675	16	- intra -	Capital, les inédits de l'été	Capital, les inédits de l'été
	20/08/2008	2140	365 750	14	- intra -	Zone interdite : Les inédits de l'été	Zone interdite : Les inédits de l'été
	18/08/2008	2160	263 700	11	- intra -	Stars et fortunes	Stars et fortunes
	19/08/2008	2130	249 900	10	- intra -	Numb3rs	Numb3rs
	22/08/2008	2340	221 220	17	- intra -	NCIS : enquêtes spéciales	NCIS : enquêtes spéciales

Ecrans publicitaires nationaux classiques. Hors sponsoring, auto-promotion et partenariat. Hors publicité régionale ou locale.

* Tarifs fournis en €uros brut H.T. selon CGV pour TF1, Canal + et M6. Tarifs fournis en €uros net selon CGV pour France 2, Fr 3 et Fr 5 analogique.

Copyright Yacast France - 2008. Tous droits réservés - Reproduction autorisée avec mention obligatoire : « Source Yacast France - Satellifax »