

## A LA UNE 1

■ **Fiction française** : 46 % des Français l'ont déjà regardée en TV de rattrapage

## ENTREPRISES ET MARCHES 2

■ **Réservoir Prod / Lagardère** : le rachat finalisé ; vers un retour d'anciennes émissions ?

■ **NRJ Group** : chiffre d'affaires annuel en hausse de 4,1 %, à 409 M€.

■ **Time Warner** : bénéficie 2013 en hausse de 26% ; renforcement dans les contenus

■ **Red Arrow Entertainment** : prise de contrôle du producteur Sultan Sushi en Belgique et aux Pays-Bas

## INDUSTRIE DES PROGRAMMES 4

■ **France 5** : préachat de la série préscolaire britannique *Boj* (Pesky)

■ **Festival de Luchon** : réflexions sur un élargissement de la programmation au documentaire

■ **Zodiak Kids** : nouvelles ventes de la série *Sally Bollywood*, notamment aux Etats-Unis

■ **FremantleMedia International** : ouverture d'un bureau au Canada

■ **Studio 100** : ouverture d'un département Digital ; lancement d'une plate-forme virtuelle dans l'année

## INSTITUTIONNEL 5

■ **Droit d'auteur / Musique en ligne** :

« une directive utile dans un contexte troublé », selon la Scam

■ **Droit d'auteur** : la Commission européenne prolonge la consultation publique jusqu'au 5 mars

■ **Google** : Bruxelles accepte les engagements et privilégie un règlement amiable

## CHAINES HISTORIQUES 7

## TV SUR CABLE, ... 7

## PRODUCTION 7

■ **Arte** : Line Renaud tourne dans la fiction *La douce empoisonneuse*

## TECHNOLOGIES 7

■ **Le Bloc d'Orange** : disponible dès aujourd'hui au prix de 399 €, -200 € avec offre de remboursement

## RADIO 8

## INTERNET 9

■ **Gulli Replay** : 12,4 millions de vidéos vues en janvier, un « record historique »

## INTERNATIONAL 9

■ **Discovery** : Military Channel rebaptisée American Heroes Channel à compter du 3 mars

## INTERACTIVITE 9

■ **D8 / FremantleMedia** : les SMS et appels pour voter à *Nouvelle star* vont devenir gratuits

## ENTREPRISES : MOUVEMENTS 10

■ **Zodiak Media** : départ de David Michel, cofondateur et dg de Marathon Media

## NOMINATIONS 10

■ **Shine Group** : responsable des acquisitions de formats

## PROGRAMMES 10

■ **TMC** : Arnaud Tsamère aux commandes de *Canapé quiz* tous les jours en access

■ **France TV / Centenaire 1re**

**Guerre mondiale** : une programmation exceptionnelle tout au long de l'année

■ **Chérie 25 / Littlebigprod** : *Dans l'espoir de se retrouver...*, magazine hebdo mené par Patricia Fagué

■ **W9** : diffusion de la série *Body of Proof* à partir du 23 février en prime

## DISTINCTIONS 12

## CLIN D'ŒIL 12

## REVUE DE PRESSE 13

## AGENDA 13

## NOTA 14

*The Jump*

## A la Une

### Fiction française : 46 % des Français l'ont déjà regardée en TV de rattrapage

Au-delà de sa consommation télévisuelle, la **fiction française** (téléfilms et séries, formats courts compris) connaît « **une deuxième vie et une troisième vie** avec la montée en puissance de la télévision de rattrapage et la TV sociale », a expliqué hier **Jean-Pierre Panzani**, directeur marketing et développement du département Télévision de **Médiamétrie**. Il s'exprimait lors de la présentation à la presse des résultats de l'enquête dédiée, menée pour le **Festival des créations télévisuelles de Luchon** dont la société est partenaire. Près d'un Français sur deux (**46 %**) a ainsi déjà regardé une fiction française en catch-up, tous supports confondus. Et, si le **téléviseur** reste le premier écran, la pratique se développe sur **tablette**, utilisée au moins une fois par **3,6 %** des répondants, alors qu'ils étaient 2,7 % l'an passé.

La télévision de rattrapage est particulièrement appréciée des jeunes. Quelque **55 % des moins de 35 ans** l'ont utilisée pour voir des fictions françaises, de

préférence sur leur ordinateur alors que les plus de 35 ans privilégient le téléviseur. La deuxième vie de ces productions comprend aussi une consommation hors période de catch-up : **16 %** « thésaurisent » la fiction française en ayant acheté un **DVD** et **6 %** déclarent avoir acheté **au moins un épisode en VOD**, a précisé Jean-Pierre Panzani. Ce dernier usage progresse d'ailleurs fortement avec une **croissance de 66 % sur un an**, indique Médiamétrie.

### 10 % des Français ont émis un commentaire sur les réseaux sociaux

Quant à la troisième vie de la fiction hexagonale, elle se déroule sur les **réseaux sociaux** : si elle est moins moteur que le divertissement, en particulier la télé-réalité, dans la social TV, **10 % des Français**, et **20 % des 15-24 ans**, « ont émis un commentaire sur la fiction ■ ■ ■

# Satellifax

Avez-vous téléchargé  
l'application ?

AppleStore ou <http://m.satellifax.com/>

iPhone, iPad, BlackBerry, Android, Windows Phone, etc.



■ ■ ■ française » et ont exprimé leur « **satisfaction** », a ajouté Jean-Pierre Panzani. Ainsi, « 58 % des personnes qui se sont exprimées en ligne sur une série TV ou une fiction ont laissé des commentaires positifs sur le web ; cette proportion atteint 67 % pour les 35-49 ans », précise le communiqué.

Au-delà de ce focus mené cette année sur la vie hors téléviseur du genre, l'étude s'est attachée à analyser la perception du public de la fiction française, comme elle le fait chaque année. Au global, près de **61 % des Français** ont déclaré regarder des fictions françaises **au moins une fois par semaine**, soit un score moins élevé que l'an passé où ils étaient 68 %, mais équivalent à celui de 2012 (60 %). Et « **75 % des 15-24 ans** se déclarent

**télespectateurs réguliers** », a ajouté Jean-Pierre Panzani. Cette étude, qui intègre les séries du type *Scènes de ménages*, *Soda* ou *Nos chers voisins*, montre par ailleurs que ce **format court** est particulièrement apprécié des jeunes, même s'ils sont 42 % à aimer le format de **52'** (contre 51 % des téléspectateurs en général).

Interrogées sur leurs **genres préférés**, les personnes sondées déclarent aimer à **65 % les comédies** et à **59,3 %** le genre **policier**. Ces préférences sont plus particulièrement marquée, pour la première, chez les femmes (72,4 %) et les 15-49 ans et, pour le second, chez les hommes (60,7 %) et les plus de 50 ans (70,3 %).

L'étude a été réalisée du 16 au 19 janvier par internet auprès de 1 069 personnes âgées de 15 ans et plus. ■

## Entreprises et marchés

### Réservoir Prod / Lagardère : le rachat finalisé ; vers un retour d'anciennes émissions ?

**Lagardère Entertainment** a définitivement acquis hier la **majorité du groupe Réservoir**, qui détient la société de production **Réservoir Prod**, a-t-il annoncé hier dans un communiqué. « Lagardère Entertainment et l'équipe dirigeante de groupe Réservoir, emmenée par Jean-Baptiste Claverie et Guillaume Wanneroy, acquièrent ensemble l'intégralité du capital de groupe Réservoir », est-il indiqué, sans précisions sur la répartition du capital. Selon *Les Echos*, le montant de la transaction serait situé entre **10 et 15 millions d'euros** (nos informations du 3 décembre 2013).

Le catalogue de la société fondée par Jean-Luc Delarue en 1994, notamment doté de *Toute une histoire* (France 2) et *Recherche appartement ou maison* (M6) « renforcera la palette de programmes que nous proposons à nos partenaires diffuseurs au travers de l'ensemble de nos sociétés de production », s'est réjoui **Takis Candilis**, président de Lagardère Entertainment,

cité dans le communiqué. Le nouveau propriétaire n'exclut par ailleurs pas de **relancer des émissions disparues** : « Les marques que possède Réservoir Prod type *Vis ma vie*, *C'est mon choix*, *Stars à domicile* ou encore *Ça se discute* sont très fortes et très présentes dans l'esprit du public. **On envisage de les réveiller** », a expliqué Takis Candilis hier aux *echos.fr*.

Filiale de Lagardère Active, Lagardère Entertainment se revendique comme le premier groupe français de production audiovisuelle avec près de 20 sociétés actives dans la fiction et les séries (GMT Productions, Merlin Productions, Ango Productions, Image & Compagnie, DEMD Productions...), mais aussi les coproductions internationales (*Borgia* avec Atlantique Productions), les documentaires, les émissions de flux (Carson Prod, Angel Productions, 909 Productions, Maximal Productions...), ainsi que dans la vente de droits. ■

### NRJ Group : chiffre d'affaires annuel en hausse de 4,1 %, à 409 M€

**NRJ Group** a publié hier un **chiffre d'affaires annuel 2013** hors échanges dissimilaires de **409 millions d'euros**, contre 393 M€ en 2012, en **hausse de 4,1 %** sur un an. Les revenus du pôle **TV** ont **reculé de 3,5 %**, à **80,6 M€**, en raison d'un « marché publicitaire qui est resté difficile tout au long de l'année 2013 », explique le groupe. La baisse du CA est de 8,8 % hors Chérie 25, lancée en décembre 2012 sur la TNT HD.

Alors que le marché restera difficile au deuxième trimestre, le groupe maintient sa stratégie éditoriale et souligne sa volonté de **maîtriser les coûts de grille** de ses deux chaînes numériques terrestres **NRJ 12** et **Chérie 25**. La première a enregistré 2,2 % de pda (4 ans et plus) en 2013 (-0,2 pt sur un an), se classant quatrième des nouvelles chaînes TNT (Médiamat annuel). Le groupe revendique 2,7 % de pda sur les 25-49 ans. Quant à **Chérie 25**, qui cible une population féminine, son public est aujourd'hui composée de 66 % de femmes,

selon NRJ Group. A noter que Chérie 25, avec L'Equipe 21, sont les deux seules chaînes de la TNT HD à n'avoir pas intégré le Médiamat national quotidien.

Le pôle **Médias musicaux et événementiels**, qui comprend l'activité radio, a **augmenté de 2,9 %, à données comparables**, à **202,9 M€**, c'est-à-dire hors effet de la fin du contrat avec MFM en décembre 2012. En les prenant en compte, la hausse n'est que de 0,1 %. Le groupe attribue ces résultats aux bonnes audiences de NRJ, première radio de France en AC, qui a battu son record d'audience historique lors de la dernière étude 126 000 Radio de Médiamétrie (novembre-décembre 2013) avec 6,758 millions d'auditeurs quotidiens (nos informations du 15 janvier). Le groupe met aussi en avant la progression de l'écoute de ses stations sur internet et internet mobile. Il revendique **1,44 million d'auditeurs quotidiens sur terminaux numériques** (smartphones, tablettes, ordinateurs) et se positionne aussi ■ ■ ■

## Entreprises et marchés

■ ■ ■ comme première offre commerciale radio de France sur les 25-49 ans.

### Contexte incertain

Le CA du pôle **Activités internationales** a reculé de **4,2 %** sur un an, à **40,9 M€** en raison de la baisse du CA en Allemagne, en Suisse et en Finlande. NRJ Group estime que le repli des revenus enregistré au second semestre ne devrait pas affecter la rentabilité de l'Allemagne, ni la croissance du résultat opérationnel courant de l'ensemble du pôle.

Le pôle **Spectacles et autres productions** a vu ses revenus quasiment doubler (+91,4 %), à **29,1 M€**, grâce

à la comédie musicale *1789, les amants de la Bastille*, qui a généré un CA de 23,7 M€ en 2013, contre 11,4 M€ en 2012. Le label musical a vu son activité progresser de 38,9 %.

Enfin, le CA du pôle **Diffusion, towerCast**, a **augmenté de 13,5 %**, à **55,5 M€**, avec le déploiement des six nouvelles chaînes TNT HD, lancées en 2012.

« Malgré la persistance d'un environnement économique incertain et d'une visibilité faible », NRJ Group se dit confiant pour 2014. Il s'appuiera notamment sur « ses activités rentables à l'international et poursuivra le **développement rentable de sa filiale de diffusion** ». Il précise que le marché publicitaire français est resté difficile à ce stade. ■

### Time Warner : bénéfice 2013 en hausse de 26 % ; renforcement dans les contenus

Le groupe américain **Time Warner**, propriétaire de **HBO et Turner**, a annoncé hier un **bond de 26 %** de son **bénéfice net annuel pour 2013**, à **3,7 milliards de dollars (2,7 Md€)** pour un **chiffre d'affaires en progression de 4 %** à **29,8 Md\$ (22 Md€)**. C'est la cinquième année consécutive que le groupe new-yorkais enregistre une croissance « à deux chiffres » de son bénéfice ajusté par action, a-t-il fait valoir dans un communiqué publié hier.

Pour l'exercice en cours, Time Warner prévoit une nouvelle hausse de 10 à 15 % après prise en compte rétroactive de la séparation de la filiale Magazines Time Inc., qui devrait intervenir au deuxième trimestre. Sur le seul quatrième trimestre, le groupe a toutefois vu son bénéfice net s'établir en retrait de 12 %, à 983 millions de dollars (727 M€), notamment à la suite de hausses de coût.

L'année 2013 a été faste pour l'activité cinématographique, la meilleure de son histoire, assure Time Warner. Les studios **Warner Bros** ont augmenté leur CA de 2 % à 12,3 Md\$ (9 Md€) et décroché 21 nominations aux Oscars, où ses productions **Gravity** et **Her** sont en compétition pour l'Oscar du meilleur film.

#### « Investir agressivement dans les contenus »

L'**activité Télévision** résiste à l'essor des plates-formes SVOD. Le pdg **Jeff Bewkes** a rappelé lors d'une téléconférence avec des analystes que **Time Warner** avait pour philosophie d'**investir agressivement dans les meilleurs contenus** », tout en recherchant de nouveaux modèles d'activités et en se développant à l'international sur des marchés porteurs. Les chaînes TV de **Turner** (TNT, CNN) et **HBO**, qui fournissaient pour la première fois des résultats séparés, ont accru leurs coûts de programmes de 12 % au quatrième trimestre. **HBO** compte parmi ses séries originales *Game of Thrones*, *Girls* ou encore *True Detective*, et est régulièrement distinguée : elle a décroché l'an dernier 27 Emmy Awards.

Turner prévoit aussi d'importants investissements cette année dans les programmes originaux et le sport.

Le CA de Turner Broadcasting a augmenté de 5 %

à 9,5 Md\$ (7 Md€) en 2013, celui de HBO de 4 % à 4,7 Md\$ (3,5 Md€).

#### 43 millions d'abonnés HBO aux Etats-Unis

Les recettes issues des abonnements ont progressé de respectivement 5 % et 6 %. **HBO a gagné 2 millions d'abonnés l'an dernier aux Etats-Unis** pour atteindre **43 millions**, soit sa plus forte progression en 17 ans, s'est félicité Jeff Bewkes. A noter qu'en Europe, HBO est monté en 2013 à **100 % de l'offre HBO Nordic** lancée en OTT fin 2012 en Scandinavie, le groupe suédois Parsifal International (Peter Ekelund) s'étant désengagé.

Les progrès de l'activité TV semblent démentir les craintes d'une perte de vitesse des chaînes payantes sur fond de montée des services de vidéo en streaming sur internet comme Netflix, qui a annoncé il y a deux semaines avoir terminé 2013 avec 35,7 millions de clients américains. Jeff Bewkes a réaffirmé sa certitude que le streaming en ligne était un service « complémentaire » pour les téléspectateurs, permettant par exemple de monétiser davantage les anciennes saisons de séries toujours à l'écran. Il a aussi souligné l'importance pour les distributeurs de télévision d'accélérer le déploiement de leurs propres offres VOD (« TV Everywhere ») avec des interfaces et des mécanismes d'identification plus simples.

Time Warner va mettre les contenus vidéo encore plus au cœur de son activité avec la scission de sa filiale **Time Inc.** Celle-ci a encore vu ses revenus reculer de 5 % à 3,4 Md\$ (2,5 Md€) l'an dernier et devrait entrer en Bourse avec environ 1,3 Md\$ (0,9 Md€) de dette nette. Son patron Joseph Ripp a annoncé dans un mémo interne des licenciements pour simplifier la structure avant l'entrée en Bourse. Le *Wall Street Journal* a évoqué un peu moins de 500 salariés, soit 6 % des effectifs mondiaux.

Les bonnes performances du groupe lui ont permis d'augmenter de 10 % son dividende et de lancer un nouveau programme de rachat de ses propres actions de 5 Md\$ (3,6 Md€), après en avoir déjà acquis pour 3,7 Mds (2,7 Md€) sur le marché en 2013. ■

### Red Arrow Entertainment: prise de contrôle du producteur Sultan Sushi en Belgique et aux Pays-Bas

La société de production et distribution **Red Arrow Entertainment**, filiale du groupe allemand **ProSiebenSat.1**, est montée à 100 % dans la société **belgo-néerlandaise Sultan Sushi**, a-t-elle annoncé hier dans un communiqué. En mars 2010, elle avait acquis 51 % de cette société en Belgique qu'elle a déployée sur le marché néerlandais à partir de juin 2010. Créée en 2003, **Sultan Sushi** développe et produit des formats de télé-réalité internationaux, des fictions ainsi que des programmes jeunesse et art de vivre. **Steven Allcock**, actuellement chez **Studio 100 NV** en Belgique, et **Jan Keersmaekers**, COO de **Sultan Sushi** depuis 2003, ont été nommés **codirecteurs de la société**. **Johan Tuytaerts**, ex-CEO et

fondateur de **Sultan Sushi**, la quittera à la fin du mois.

Basée à Munich, Los Angeles et Hong Kong, **Red Arrow Entertainment**, lancée en 2010, compte **14 sociétés de production couvrant neuf pays**, dont **Fabrik Entertainment** (ex-Fuse Entertainment) aux Etats-Unis, productrice de la série *The Killing* (AMC), ou encore **Endor Productions** en Angleterre.

En décembre, elle a annoncé la création avec l'Américain **Mark Burnett** d'une coentreprise basée à Londres, **One Three Media UK**, qui devrait ouvrir début 2014. Elle travaillera avec **CPL Productions**, filiale britannique de **Red Arrow**, spécialisée dans le divertissement (nos informations du 19 décembre 2012). ■

### Technicolor : le groupe refinance sa dette repoussant l'échéance à 2020

Le groupe **Technicolor** a annoncé hier un **refinancement de sa dette de plus d'un milliard d'euros** qui **repousse** l'essentiel de ses remboursements à **2020**. La société « a refinancé 181 millions d'euros de sa dette senior à échéance 2016 et 2017 par un échange contre de la nouvelle dette à maturité 2020, aux mêmes termes que ceux de la dette bancaire émise en juillet 2013 », indique-t-elle dans un communiqué. « Cette opération génère une légère économie d'intérêts mais permet avant tout d'améliorer l'échéancier de la dette de Technicolor », précise-t-elle.

En complément, **Technicolor** annonce qu'il

**remboursera de façon anticipée 85 M€** de dette à échéance 2016 et 2017 **d'ici fin avril**. Cette opération lui permet « de simplifier la structure de sa dette et de renforcer sa flexibilité financière », souligne-t-il. La dette brute du groupe devrait ainsi passer d'1,092 Md€ à la fin décembre 2013 à 1,007 Md€ fin avril, dont 973 M€ à échéance 2020.

**Technicolor**, qui a subi une **importante restructuration** de ses activités pour se recentrer sur le numérique, avait réduit sa perte nette à 22 M€ et porté son résultat d'exploitation à 512 M€ en 2012. Il prévoit de publier ses résultats 2014 le 20 février. ■

## Industrie des programmes

### France 5 : préachat de la série préscolaire britannique *Boj* (Pesky)

**France Télévisions** a préacheté, pour la case **Zouzous de France 5**, la série préscolaire ***Boj*** (titre international) produite par la société britannique **Pesky**. Cette série (52 x 11') avait été présentée au **Cartoon Forum de 2011** avec le soutien de **CBeebies** (BBC), qui en est le diffuseur principal. Coproduite avec le studio irlandais **Kavaleer Productions** et **Cloth Cat** au pays de Galles, ***Boj*** a également été préachetée par **Sprout** (Etats-Unis),

**ABC** (Australie), **RTE** (Irlande), **S4C** (pays de Galles), **YLE** (Finlande) et **Yoopa** pour le Canada francophone. La vente française a été conclue avec **Happy Audience**.

***Boj*** est un marsupial australien qui emménage avec ses parents dans la communauté de **Giggly Park**. La série est attendue cette année sur **CBeebies** et interviendra dans le courant de l'année sur **France 5**. ■

### Festival de Luchon : réflexions sur un élargissement de la programmation au documentaire

L'équipe organisatrice du **Festival des créations télévisuelles de Luchon** réfléchit à **ouvrir sa compétition au documentaire**, a indiqué hier **Serge Moati**, président du festival, à l'occasion de la présentation à la presse de l'étude sur la fiction réalisée par **Médiamétrie** pour la manifestation. « C'est une **question d'organisation** ; cela demande des moyens humains, financiers et en termes de compétences », a ajouté **Claude Coret**, présidente de l'association organisatrice, **l'AFTVCP**.

Le festival, qui était jusque-là centré sur la fiction, va déjà franchir une première étape en **2015** avec **l'intégration de l'animation** dans sa compétition (nos informations du 16 janvier). En attendant, il en proposera au public un avant-goût durant sa prochaine édition, qui se déroule du 12 au 16 février, avec « Talents animés », une sélection non compétitive de dessins animés produits par des sociétés midi-pyrénéennes (**TAT Productions**, **XBO Films** et **Le-Lokal**). ■

## Industrie des programmes

### Zodiak Kids : nouvelles ventes de la série *Sally Bollywood*, notamment aux Etats-Unis

La série animée *Sally Bollywood*, produite par **Télé Images Productions** (groupe Zodiak Media) et **Three's A Company** pour **France Télévisions**, conforte son succès à l'international avec de nouvelles ventes, indique **Zodiak Kids** qui en détient les droits monde.

Les **deux saisons** (soit 104 x 13') de la série ont été vendues aux **Etats-Unis** à la chaîne jeunesse Qubo (Ion Media Networks) pour une diffusion quotidienne à partir du 3 mars. « C'est une grande satisfaction de voir débarquer notre chère détective Sally Bollywood aux Etats-Unis et d'avoir conclu notre **premier deal avec Qubo**. Sans aucun doute la plate-forme idéale pour propulser cette série pimentée, sympathique et multiculturelle vers le jeune public américain », a commenté **Karen Vermeulen**, directrice des ventes et coproductions de Zodiak Kids, citée dans le communiqué.

Les saisons 1 et 2 ont également été acquises au **Brésil** par **Globosat** pour sa chaîne **Gloob**, en **Turquie** par la chaîne jeunesse **Smart Çocuk** (Doğan Holding), ainsi

que par **Discovery India** pour ses chaînes kids en Inde, au Népal, au Bangladesh, au Bhoutan, aux Maldives, au Pakistan et au Sri Lanka.

Par ailleurs, les chaînes déjà engagées sur les 52 premiers épisodes ont signé pour la saison 2, précise le communiqué. Il s'agit notamment de Canal+ Pologne, de Gulli pour la Russie et autres territoires de la CEI dont l'Ukraine, la Lettonie et la Lituanie, et de TV5 Monde pour l'ensemble de ses chaînes en Afrique, Asie, zone Pacifique, Moyen Orient et Amérique latine.

Lancée sur **France 3** en 2009, *Sally Bollywood* est désormais la mascotte de la chaîne **France Ô**, qui a préacheté la saison 2 qu'elle diffuse actuellement (après avoir rediffusé la saison 1). Créée par **Pepper Sue et Elastic Jane**, cette comédie animée réalisée par **Eric Bastier** (*Casper, Tara Duncan*) met en scène les aventures de la célèbre agence de détectives privés pour enfants : le SBI (Sally Bollywood Investigation). ■

### FremantleMedia International : ouverture d'un bureau au Canada

**FremantleMedia International (FMI)**, filiale de distribution de FremantleMedia (RTL Group), a annoncé hier la création de **FremantleMedia Canada**, un bureau basé à **Toronto** destiné à ses **activités de distribution**. Il sera dirigé par **Susan Hummel**, ex-senior VP chez MGM, recrutée récemment comme directrice Distribution et ventes. Elle prendra ses fonctions début mars.

FMI, qui a toujours eu une forte présence au Canada,

entend renforcer son engagement sur ce marché hautement compétitif et bilingue. Susan Hummel rapportera à **Lisa Honig**, Senior Executive VP de FMI, basée à New York. A la tête du premier bureau de distribution FMI au Canada, elle aura notamment pour mission de développer et gérer des stratégies d'exploitation des contenus produits par FremantleMedia sur l'ensemble des plates-formes de diffusion (pay TV, nouveaux médias...). ■

### Studio 100 : ouverture d'un département Digital ; lancement d'une plate-forme virtuelle dans l'année

**Studio 100**, producteur et distributeur belge de programmes TV et cinéma pour la jeunesse et la famille, a ouvert un **département entièrement dédié au digital**. Baptisé **Studio 100 Digital**, ce nouveau département est dirigé par **Tom Reding**, anciennement responsable des divertissements et jeux numériques à BBC Worldwide. Il doit assurer l'exploitation commerciale et le marketing digital des programmes et séries produits par la société, sur les appareils connectés, les mobiles, les consoles, internet et les réseaux sociaux. Il devra aussi définir la stratégie à long terme de Studio 100 dans ce domaine.

A ce jour, le groupe a déjà développé **17 plates-formes en ligne multilingues** autour de ses marques,

notamment pour *Maya l'abeille*, dont la nouvelle série en 3D est diffusée sur TF1, mais aussi pour *Vic le Viking*, également sur Tfou, et la future série **K3** pour M6. Egalement partenaire de YouTube, la société édite une chaîne de contenus disponible sur les TV connectables, les consoles et les appareils mobiles.

Outre la création d'applications dédiées, Studio 100 développe une **plate-forme numérique virtuelle en 3D à destination des enfants**. Ils pourront y trouver des contenus interactifs et éducatifs (jeux, vidéos, livres), ainsi qu'un espace numérique garantissant leur sécurité. Le lancement de cette offre est prévu **courant 2014**, avec une déclinaison pour chaque pays. ■

## Institutionnel

### Droit d'auteur / Musique en ligne : « une directive utile dans un contexte troublé », selon la Scam

Pour la **Scam**, la **directive sur la gestion collective** du droit d'auteur et des droits voisins pour les **œuvres musicales exploitées en ligne**, adoptée mardi par le

**Parlement européen**, est « utile dans un contexte troublé », a-t-elle indiqué dans un communiqué. Comme la SACD, elle est « satisfaite » de la reconnaissance ■ ■ ■

■ ■ ■ implicite de la **spécificité du secteur audiovisuel**, tout en regrettant l'absence de consultation en amont des sociétés de gestion collective de l'audiovisuel.

La Scam se déclare également « très vigilante à l'encontre des **tentatives de tous bords** visant à **affaiblir le droit d'auteur** », citant en exemple la **consultation sur la révision des règles européennes** en la matière, lancée en décembre et close le 5 mars. « Cette consultation, curieusement transmise dans une **seule version anglaise**, propose en effet **80 questions souvent très orientées**, reflète de certains a priori, hostiles aux droits des auteurs », considère-t-elle. La société d'auteurs dénonce aussi le discours faisant du droit d'auteur « un obstacle à la libre circulation des œuvres ». « Rien n'est plus faux : les auteurs sont les premiers à désirer que leurs œuvres soient les plus vues et les plus exploitées », écrit-elle, rappelant que « le droit d'auteur [...] est un droit de propriété séculaire, reconnu par nos sociétés contemporaines et garanti en France au niveau constitutionnel ».

La directive adoptée mardi prévoit notamment une

simplification et une harmonisation de la gestion collective des droits d'auteurs dans le secteur musical via la création de **licences paneuropéennes**, pour une exploitation en ligne, sur des œuvres musicales, y compris celles « incorporées dans des œuvres audiovisuelles » (nos informations d'hier).

### Satisfaction de l'ARP

De leur côté, les **cinéastes de l'ARP** se sont dits « **heureux** » de l'adoption de la directive. « La contribution du Parlement au texte est d'importance, notamment en matière de prise en compte des spécificités du cinéma et de l'audiovisuel », selon l'organisation. Elle souligne que **la protection du droit d'auteur « est la base du soutien à la création**, en particulier au moment où la rédaction de la consultation publique en cours sur la révision des règles européennes en matière de droit d'auteur **semble indiquer une tendance de la Commission européenne à l'oublier** ». ■

## Droit d'auteur : la Commission européenne prolonge la consultation publique jusqu'au 5 mars

La **Commission européenne a prolongé d'un mois** le délai de réponse à la **consultation publique sur la révision des règles de l'Union européenne en matière de droit d'auteur** qu'elle a lancée en décembre avec une clôture initiale fixée à hier. Les parties intéressées ont dorénavant **jusqu'au 5 mars** pour répondre aux 80 questions de ce document **disponible uniquement en anglais**.

La **SACD** et la **Scam**, notamment, **s'inquiètent** de la teneur de la consultation que la première qualifie d'« alambiquée et technocratique avec des questions biaisées » (nos informations d'hier), tandis que la seconde dénonce « 80 questions souvent très orientées, reflète de certains a priori, hostiles aux droits des auteurs » (lire ci-dessus).

La **Sacem** profite quant à elle de cette prolongation pour

appeler ses adhérents à défendre leurs droits en participant à la **pétition en ligne Creators for Europe**, lancée par l'ECSA (European Composer and Songwriter Alliance) qui réunit 42 organisations européennes. Cette pétition **reprend, en français, les 80 questions de la consultation** : le répondant doit ensuite télécharger le document rempli, puis l'envoyer par e-mail à la Commission européenne. « Même si vous ne répondez qu'à une seule question, ça compte et vous contribuez à **influencer le futur du droit d'auteur européen** », soulignent les organisateurs sur le site. Cette nuit à 2h30 du matin, la pétition avait recueilli **6 375 signatures**, dont 3 941 en provenance de France, suivie par le Danemark (952).

Le texte de la consultation est accessible à l'adresse : <http://satfax.fr/BruxellesConsultation>. La pétition est accessible à : [www.creatorsforeurope.eu/fr](http://www.creatorsforeurope.eu/fr). ■

## Google : Bruxelles accepte les engagements et privilégie un règlement amiable

La **Commission européenne** juge que « la **nouvelle proposition de Google** est de nature à résoudre les problèmes de concurrence [sur le **marché de la recherche et de la publicité en ligne**] », a déclaré hier le commissaire chargé de la Concurrence, **Joaquín Almunia**, au cours d'un point de presse. Les 14 plaignants vont désormais pouvoir faire connaître leur propre position avant que la Commission ne prenne une **décision finale**, sans doute dans les **prochains mois**, pour décider si elle rend les engagements du groupe américain **légalement contraignants**.

Si c'est le cas, Google **évitera des sanctions** qui auraient pu se monter à **plusieurs milliards d'euros** (jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires global de l'entreprise, soit près de 4 milliards d'euros d'amende), et cela mettra fin à une enquête particulièrement longue, puisqu'elle a débuté en novembre 2010. Le groupe se voyait principalement reprocher de mettre en avant ses propres services au détriment des autres moteurs de recherche spécialisés, par exemple des comparateurs de prix tels que Kelkoo ou des sites spécialisés dans les voyages comme Expedia ou lastminute.com. ■

## Chaînes hertziennes historiques

### France Télévisions : la grève contre la nouvelle organisation du travail a été peu suivie

La **grève** contre la **nouvelle organisation du temps de travail** a été **peu suivie** hier à **France Télévisions**, alors que les salariés de **France 3 Paris Ile-de-France**, déjà en grève depuis le 17 janvier, entendent **poursuivre le mouvement**. « Au niveau national, le mouvement a été peu suivi, de l'ordre de **10 %**, mais suffisamment pour que les antennes soient bloquées ou perturbées », a déclaré **Laurence Barbry**, déléguée CFDT Médias. « Nous [à France 3 Paris Ile-de-France, ndlr] on continue », a-t-elle ajouté. Selon la direction, le **taux de gréviste** s'élevait à **8,13 %** pour l'ensemble de la journée. Syndicats et direction font état de **perturbations** sur certaines chaînes,

dont **France 2** et **France 3** (rediffusions, JT sans présentateurs ou supprimés).

L'**intersyndicale** (**CGT, FO, CFDT** et **SNJ**) du groupe public avait maintenu son appel à la grève pour protester contre la nouvelle organisation du temps de travail. Issue de l'accord collectif d'entreprise de mai dernier, elle a été mise en œuvre depuis le 1er janvier sans que la plupart des instances représentatives du personnel (IRP) aient été consultées et aient rendu leur avis (nos informations du 27 janvier). Elle prévoit notamment, pour certaines antennes (dont France 3 Paris Ile-de-France), des pauses journalières imposées allant de 1h30 à 2h30. ■

## TV sur câble, satellite, ADSL, mobiles

### Trace Urban : arrivée dans l'offre TV basique de SFR à la Réunion

Reprise début janvier sur Parabole **Réunion** (nos informations du 15 janvier), la chaîne **Trace Urban** étend sa présence sur l'île où elle est désormais disponible **dans l'offre TV basique de SFR**, a-t-elle indiqué hier

(nos informations du 15 janvier). La chaîne dédiée aux musiques urbaines est accessible sur le **canal 88**. Elle est également proposée sur Canalsat. Sa couverture du territoire doit d'étendre aux autres box courant 2014. ■

## Production

### Arte : Line Renaud tourne dans la fiction *La douce empoisonneuse*

**Line Renaud** tourne pour **Arte** le rôle principal de la fiction ***La douce empoisonneuse*** (90') adaptée de l'œuvre du Finlandais **Arto Paasilinna**, sous la direction de **Bernard Stora** (*Le grand Charles, Isabelle disparue, La dernière campagne*). La comédienne incarne Clémence, 78 ans, veuve de colonel, qui coulerait des jours tranquilles dans son petit village s'il n'y avait son neveu. La trentaine, buveur, glandeur et violent, celui-ci vient chaque mois rendre visite à sa tante pour lui voler sa maigre pension. Avec ses acolytes, ce dernier est bien décidé à se débarrasser de son encombrante parente

afin de toucher son héritage. Traumatisée, Clémence se découvre un nouveau passe-temps : la confection de poisons... Cette comédie noire réunit également **Pierre Vernier**, Nicolas Lumbreras, Pierre Yvon, Doudou Masta et Barbara Bolotner.

Il s'agit d'une coproduction **Mon Voisin Productions** (Dominique Besnehard et Michel Feller), **LM Productions** (*En cas de malheur* avec Line Renaud, *Le silence de l'épervier, La minute vieille...*) et **Saga Film** (Hubert Toint et Jean-Jacques Neira). Le tournage se déroule jusqu'au 20 février **en Belgique et en Ile-de-France**. ■

## Technologies

### Le Bloc d'Orange : disponible dès aujourd'hui au prix de 399 €, -200 € avec offre de remboursement

Annoncé en novembre dernier par **Stéphane Richard**, pdg d'Orange, lors du « Show Hello d'Orange » pour un lancement en février, le **Bloc d'Orange**, pico-projecteur doublé d'un système audio, est **disponible à partir d'aujourd'hui** (nos informations du 8 novembre 2013). L'opérateur en faisait **hier la démonstration « en situation »**, dans un showroom équipé comme un appartement. Nous aurons l'occasion de le tester complètement dans les prochains jours, mais ce que nous avons déjà pu en voir montre un produit original, plutôt convivial et en tout cas intéressant.

Le **son – spatialisé – est de qualité**, même si le fait qu'il ne provienne pas de l'écran peut gêner pour suivre

la télévision ou une vidéo. La **qualité des images** – qui ne sont pas HD mais 854 x 480 pixels – est **bonne** et Orange indique que le recul peut être de 25 cm à 3 m. A noter qu'il n'y a pas de correcteur d'axe : le projecteur doit donc être posé horizontalement, à la hauteur des images que l'on souhaite visionner, ce qui est une forte contrainte. L'absence de **télécommande** n'est pas un problème, l'appareil se commandant **à partir d'un smartphone ou d'une tablette iOS ou Android**, en téléchargeant l'application disponible sur le Store.

Les démonstrations montraient le Bloc en tant que récepteur TV complémentaire dans une cuisine, utilisé dans le salon pour regarder la TV ou ses photos à ■■■

■ ■ ■ partir d'une carte SD ou d'un smartphone, ou bien dans une autre pièce pour écouter la radio ou de la musique à partir de Deezer, ou encore pour projeter les contenus de son ordinateur (dont de la vidéo) – l'appareil est alors relié par la sortie HDMI de l'ordinateur.

Dans un **environnement Livebox Orange**, et dans ce cas seulement, le Bloc permet la réception d'une sélection de quelque **80 chaînes de la TV d'Orange**. Il est par ailleurs possible de l'utiliser pour **diffuser images et sons à partir de différentes sources, dont des consoles de jeux**. Tous les contenus ne sont pas éligibles, en particulier ceux protégés par des DRM.

Le **prix est de 399 euros**, un montant attractif pour un pico-projecteur, mais sans doute trop élevé en valeur

absolue pour en faire un achat d'impulsion destiné à un foyer qui n'en aurait pas le besoin. Les nouveaux abonnés internet Orange peuvent bénéficier d'une **offre de remboursement de 200 €** pour toute souscription à une offre Livebox Play ADSL ou fibre, Open Play 4G/H+ et Open Jet International 4G/H+ pour un an minimum (en cas de résiliation anticipée, les 200 € sont refacturés).

A suivre : notre essai dans les prochains jours... si Orange nous fait parvenir très vite, comme prévu, le Bloc.

**Photos** des démonstrations sur notre site satellifax.com. Accès direct : <http://satfax.fr/5fev2014>, ou onglet photos sur nos sites mobiles ■

## Radio

### France Bleu : les locales appelées à la grève aujourd'hui ; la direction relativise

Les journalistes du réseau **France Bleu** sont appelés à faire **grève** aujourd'hui par le **SNJ Radio France** et la **CGT Radio France**, afin de protester contre une **réforme** dont le déploiement a débuté en janvier et qui porte sur l'**organisation des matinales**. La direction « reste campée sur ses positions, persuadée que son plan reçoit l'adhésion de l'écrasante majorité des journalistes », a écrit le SNJ Radio France sur son site internet mardi. Le plan en question prévoit notamment plus d'**interactivité** avec les auditeurs, l'ajout d'un **second matinalier** et un **rappel des titres** toutes les 10 minutes (nos informations du 24 janvier). Or, si l'ajout d'un matinalier n'est pas obligatoire dans les rédactions de six journalistes, qui y perdraient de fait un reporter de terrain, les syndicats reprochent à la direction de ne pas répondre sur le cas des antennes de sept journalistes et plus.

#### Une stratégie à appliquer « quand c'est possible »

Interrogé par *Satellifax*, **Claude Perrier**, directeur du réseau France Bleu, a expliqué ne pas pouvoir « leur dire autre chose » car il s'agit de « **préconisations** » : « Chaque rédacteur en chef, directeur d'antenne, a la possibilité d'**agir en concertation avec ses équipes** », a-t-il déclaré, assurant qu'aucune locale n'était obligée à quoi que ce soit. Pour l'heure, sur un total de 44 antennes, « 24 ont un seul matinalier, 19 ont adopté la rythmique des titres toutes les 10 minutes et 38 ont mis en place l'interactivité », certaines avant sa prise de fonctions à l'été 2013, a-t-il précisé. C'est le cas de « Saint-Etienne, qui est à six journalistes, et a mis en place les titres et l'interactivité », a-t-il cité comme exemple, affirmant

### Urti : 66e assemblée générale le 10 février

La **66e assemblée générale** de l'**Urti** se déroulera le **10 février** dans le cadre du **Salon de la radio** (9-11 février) à Paris, indique l'organisation. Les **commissions radio et TV** se tiendront les **10 et 11 février**. Quelque 33 pays seront représentés par 113 professionnels de

respecter les choix de chacune. Sa stratégie « a donc vocation à **s'appliquer dans tout le réseau, mais quand c'est possible** », a-t-il garanti, ajoutant qu'il avait donné jusqu'à septembre aux équipes des locales ne l'ayant pas mise en place pour « discuter entre elles ».

Mais, selon le SNJ Radio France, bien que Claude Perrier insiste sur le caractère non obligatoire des mesures, « l'encadrement régional et local prend pour une obligation ses **soi-disant préconisations** ». Quant à la CGT, elle déplore que « la généralisation des **forums d'auditeurs** a ouvert la porte aux **questions les plus caricaturales** : "Nos élus cumulards s'accrochent-ils à leurs privilèges ? Faut-il diminuer les allocations-chômage pour équilibrer les comptes sociaux ?" ».

#### Une action « qui ne débouchera sur rien », selon FO

De son côté, **FO** a appelé les journalistes à **ne pas faire grève**, les mettant en garde contre une action qui « ne débouchera sur rien si ce n'est une **perte d'auditeurs** ». Tout en partageant les motifs de mécontentement avancés par les autres syndicats, FO propose de « **redéployer les moyens** dédiés à des chaînes devenues obsolètes sur France Bleu au lieu de les maintenir sous perfusion » et demande que « chaque journaliste de France Bleu [travaille] sur le modèle des confrères parisiens. »

Bien qu'il dise « respecter » le mouvement de grève, Claude Perrier relativise sa portée en rappelant que la nomination ou la reconduction du président de Radio France aura bientôt lieu et que ce 6 février est également jour de **mobilisation nationale de la CGT** contre la politique du gouvernement. ■

radio et télévision. En outre, 24 professionnels de six radios publiques africaines, du monde arabe et d'Europe de l'Est seront présents pour participer à des ateliers du projet Franco-Phonie 3.0, destiné à inventer de nouveaux modèles de production radiophonique. ■



### Radio Classique : lancement d'un nouveau compte Twitter, dédié aux œuvres diffusées à l'antenne

**Radio Classique** a lancé hier un **nouveau compte Twitter**, @classiquelive, destiné à « **suivre en direct les œuvres diffusées à l'antenne**, morceau par morceau », indique le communiqué. La radio conserve par ailleurs son compte @radioclassique, qui permet de retrouver les

déclarations des invités politiques de Guillaume Durand (8h15) et de Patrick Poivre d'Arvor (19h15), les podcasts des émissions, les coups de cœur musicaux des animateurs, les actus musique classique, rappelle la station. ■

### Gulli Replay : 12,4 millions de vidéos vues en janvier, un « record historique »

**Gulli Replay**, service de rattrapage lancé en juillet 2010, a cumulé **en janvier**, toutes plates-formes confondues, **12,4 millions de vidéos vues**, soit un « **record historique** », a annoncé hier la chaîne codétenue par Lagardère Active et France Télévisions, citant des sources

A&T, Free, SFR, Orange et Bouygues. La seule **application mobile**, « boostée » par les ventes de fin d'année et l'arrivée sur Windows 8, a atteint le chiffre de **2,7 millions de vues**, soit une hausse de 78 % par rapport à décembre 2013 et de 200 % depuis septembre, précise le communiqué. ■

### NBCU : les sites web de 13ème Rue, Syfy et E! désormais en régie chez HiMedia

Les chaînes **13ème Rue**, **Syfy** et **E!**, propriétés de NBCUniversal, ont conclu un **accord de régie pour commercialiser les espaces publicitaires de leurs sites internet** avec le groupe **HiMedia**, ont annoncé hier les partenaires. Les chaînes du groupe américain étaient, depuis le 1er janvier 2011, en régie chez **France**

**Télévisions Publicité** (nos informations du 27 octobre 2010). Le montant du contrat n'a pas été précisé. L'objectif est d'« optimiser les revenus des espaces publicitaires » des sites 13emerve.fr, syfy.fr et <http://fr.eonline.com>.

Le groupe HiMedia a dégagé un chiffre d'affaires de 185,5 millions d'euros l'an dernier, en baisse de 5 %. ■

## International

### Discovery : Military Channel rebaptisée American Heroes Channel à compter du 3 mars

La chaîne américaine **Military Channel** sera **rebaptisée American Heroes Channel (AHC)** à compter du **3 mars**, indique le groupe **Discovery Communications** dans un communiqué. Le changement de nom s'accompagne d'un élargissement de la programmation au-delà des seuls contenus dédiés à l'armée et aux exploits militaires, avec des émissions à caractère historique ou contemporain valorisant des individus autres que des soldats. « **L'héroïsme n'est pas réservé aux militaires** », fait valoir **Kevin Bennett**,

directeur de la chaîne, cité dans le communiqué. American Heroes Channel ciblera en priorité les **hommes de 25 à 54 ans**. Pour sa première année, elle diffusera 17 nouvelles séries documentaires, dont quatre lancées dès la semaine du 3 mars. La chaîne programmera notamment *Against the Odds*, produite par 43 Films, avec la voix off de l'acteur Rob Lowe, une série documentaire sur des actes de solidarité accomplis sur le champ de bataille et qui se veut, selon la chaîne, un *Band of Brothers* du réel. ■

## Interactivité

### D8 / FremantleMedia : les SMS et appels pour voter à Nouvelle star vont devenir gratuits

Les **SMS** et **appels** à passer pour défendre un candidat de **Nouvelle star** (FremantleMedia – D8) **ne seront plus surtaxés** dans la prochaine saison du télécrochet, a révélé hier RTL. Jusqu'à maintenant, et jusqu'à la fin de la saison en cours, il en coûtait **65 centimes** pour voter par SMS et **80 centimes** par téléphone. Le dispositif ne disparaîtra pas, mais il ne coûtera désormais que le tarif opérateur, ont décidé **FremantleMedia** et **D8**, constatant une « **baisse significative** » des votes, a indiqué le producteur interrogé par *Satellifax*. Corollaire : seront également pris en compte les **votes sur les réseaux sociaux**, où il sera possible de soutenir son candidat préféré, éventuellement avec des hashtags comme #NS1 pour le candidat N° 1. Cette saison, *Nouvelle star* a invité les téléspectateurs à indiquer sur Twitter s'ils apprécient ou non les prestations

des candidats afin de leur attribuer un « bleu » ou un « rouge », faisant du public un « cinquième jury » – une manière de tester la possibilité d'aller plus loin sur les réseaux sociaux, a expliqué le producteur.

#### La fin d'une époque ?

Le télécrochet est le premier à abandonner le système des votes par SMS et appels surtaxés, qui avait été mis en place en 2001 pour la première saison de *Loft Story* (Endemol) sur M6. L'appel pour éliminer un candidat coûtait alors **3,68 francs** (soit 56 centimes d'euro), ce qui avait permis à TF1 d'empocher 13,6 millions de francs (2 M€), selon des estimations de l'époque. La *Star Academy* (diffusée sur TF1 à partir de 2001) ■■■

■■■ puis *A la recherche de la nouvelle star* (lancée sur M6 en 2003) ont également adopté ce système. L'émission de FremantleMedia avait par exemple enregistré, lors de sa deuxième saison, jusqu'à **200 000 SMS** en une soirée (nos informations du 22 mars 2004).

Aujourd'hui, *The Voice, la plus belle voix* (Shine France – TF1) et *Secret Story* (Endemol – TF1) continuent d'utiliser ce système. Avec sa décision, FremantleMedia estime « mettre un **coup de pied dans la fourmilière** » et se dit curieux de voir si les autres émissions réagiront. ■

## Entreprises : mouvements

### Zodiak Media : départ de David Michel, cofondateur et dg de Marathon Media

Moins de trois mois après le départ de son président, **Vincent Chalvon-Demersay** (nos informations du 20 novembre 2013), la société de production d'animation **Marathon Media** perd aujourd'hui son **directeur général, David Michel**. Celui-ci quittera ses fonctions à compter du 31 mars, a annoncé hier la maison mère, **Zodiak Media** (groupe De Agostini).

Les deux producteurs avaient fondé ensemble en 2001 la société **Marathon Animation**, rebaptisée Marathon Media. En 2007, David Michel, ex-Fox Kids, avait pris la direction générale de la société et avait rejoint, en 2011, le comité exécutif de Zodiak Media en tant que Senior VP Marketing du groupe, en parallèle de ses responsabilités de dg de Marathon Media. David Michel est par ailleurs **le cocréateur et le coproducteur de 13 séries internationales**, dont le succès mondial *Totally Spies*. La dernière production en cours est *Get Blake* pour Nickelodeon (US et International) et Gulli.

Ce départ clôt définitivement une époque. « Le lancement de Marathon Media avec Vincent Chalvon-

Demersay a été une formidable aventure et la **décision de partir a été difficile à prendre** », a indiqué David Michel, cité dans le communiqué. « Je reste aux côtés des équipes jusqu'au 31 mars pour permettre une transition harmonieuse vis-à-vis de nos clients dans le monde et de nos équipes en interne », a-t-il précisé.

Cette annonce intervient également alors que le groupe Zodiak Media a connu d'importants bouleversements avec le départ de son dg **David Frank** en octobre dernier, remplacé par **Marc-Antoine d'Halluin**, ex-pdg de Canal+ Nordic, Showtime Arabia et Orbit Showtime Network (nos informations du 24 septembre 2013). « J'ai toute confiance en **Ambroise Delorme**, secrétaire général, **Eryk Casemiro**, directeur créatif de la société, et en l'ensemble de l'équipe de Marathon Media pour poursuivre les ambitieux développements en cours et créer les grands hits d'animation de demain », a souligné **Marc-Antoine d'Halluin**, CEO de Zodiak Media et président de Marathon Media, cité dans le communiqué. ■

## Nominations

### Shine Group : responsable des acquisitions de formats

**Dave Clarke**, précédemment directeur de la stratégie et responsable de l'acquisition de formats chez **Cineflix Productions** en Grande-Bretagne, a rejoint le groupe international de production et de distribution **Shine** au poste de **responsable des acquisitions de formats** (« head of global Format acquisitions »). Il s'agit d'une **création de poste**.

Il aura pour mission de chercher et acquérir des formats de flux pour le groupe. Il travaillera avec les équipes de **Shine International**, la division en charge de la

distribution, et de **Shine Network**, dédiée au format, et rapportera à leurs directrices respectives, **Nadine Nohr** et **Claudia Danser**.

Avant d'intégrer Cineflix en avril 2010, Dave Clarke exerçait la fonction de « contrôler » au sein des chaînes Bravo et Challenge (Virgin Media Television) ainsi que de responsable du développement de la coproduction internationale. Shine Group, fondé en 2001 par Elisabeth Murdoch, est à la tête de 26 sociétés de production dans 11 pays dont la France. ■

## Programmes

### TMC : Arnaud Tsamère aux commandes de *Canapé quiz* tous les jours en access

**TMC** (groupe TF1) fait évoluer son **access prime time** (lundi-vendredi) à compter du **24 février**. Le magazine **Sans aucun doute** (La Concepteria) de Julien Courbet est avancé de 10 minutes à 18h30 et sera désormais suivi à **19h45** d'un nouveau rendez-vous, **Canapé quiz**, adapté du format américain **Hollywood Game Night** présenté par Jane Lynch (*Glee*) sur NBC.

La chaîne a confié à l'humoriste **Arnaud Tsamère** les commandes de ce « game show » coproduit par

**Satisfaction** (Arthur) et **TF1 Production**. Pendant 50 minutes, deux équipes, composées chacune de trois personnalités et d'un candidat anonyme vont s'affronter au cours de cinq manches délirantes et de la finale, assure TMC. Chaque manche comporte un jeu dans lequel les deux équipes devront rivaliser d'originalité, de perspicacité, de rapidité et d'humour pour remporter un maximum de points et faire gagner son candidat.

L'objectif est de « proposer, après le magazine de ■■■

■■■ service de Julien Courbet, **un pur divertissement** », indique-t-on chez TMC, soulignant également la volonté de se doter d'« un **rendez-vous incarné** avant le prime time ». La chaîne diffusait jusqu'alors dans cette case la

série allemande *Alerte Cobra*.

Lancé le 16 septembre (18h40-19h50, du lundi au vendredi), *Sans aucun doute* affichait une moyenne de 600 000 téléspectateurs la semaine dernière. ■

### FTV / Centenaire Ire Guerre mondiale: une programmation exceptionnelle tout au long de l'année

France Télévisions proposera tout au long de cette année sur ses antennes une **programmation dédiée à la célébration du centenaire du début de la Première Guerre mondiale**, avec notamment **35 documentaires, quatre cérémonies en direct, deux concerts** ainsi que des **événements sportifs et des projets numériques**. Une « **mobilisation de cette ampleur-là** » est « **une première** », a souligné **Rémy Pflimlin**, pdg du groupe public, lors d'une soirée organisée mardi. L'ambition est « que chaque Français, à un moment ou à un autre, puisse être confronté aux questionnements que cette guerre pose », a-t-il déclaré.

Durant cette soirée, a été projeté, pour la première fois en public, un épisode de la série documentaire *Apocalypse, la Première Guerre mondiale* (5 x 52', CC&C, Ideacom International), emblématique de cette programmation événementielle. La projection s'est déroulée en présence des producteurs et réalisateurs **Daniel Costelle** et **Isabelle Clarke**, et du comédien **Mathieu Kassovitz**, qui assure les commentaires en voix off. La série documentaire – aux images parfois difficiles – a été conçue à partir de **plus de 500 heures d'archives**. Elle prend le parti de mettre en avant une vision mondiale du conflit, et pas seulement franco-française, grâce à la coopération de plusieurs pays sur le projet, en particulier de TV5 Québec Canada. « **On a été obligés d'être encore plus universels** » que pour les précédentes séries *Apocalypse*, a expliqué Isabelle Clarke. « En France, on ne connaît pas forcément la vision d'autres pays », a-t-elle estimé.

La date de diffusion d'*Apocalypse, la Première Guerre mondiale*, proposée **sur France 2 en prime time**, n'est pas connue pour l'instant. Elle est **prévue « au printemps », « entre mars et mai »**, a seulement indiqué le groupe, interrogé par *Satellifax*. La diffusion à l'antenne sera complétée par une **fiction documentaire interactive, Dix destins** (dix-destins-apocalypse-france2.fr), coproduite par FranceTV Nouvelles écritures, disponible en ligne et sur iPad. Elle présentera l'histoire de dix individus de profil et de nationalité différents durant le conflit. Pour l'ensemble de la programmation, un portail spécifique à caractère éducatif est mis en ligne à l'adresse <http://education.francetv.fr/premiere-guerre-mondiale>.

France 2, France 3 et France 5 proposeront dans les mois qui viennent plusieurs fictions et documentaires consacrés à la Grande Guerre. Parmi eux : *Qui a tué Jaurès ?* (52', Cinétévé – France 5), avec Philippe Torreton, *Marie Curie, une femme sur le front* (90', Capa Drama, Be-Films – France 2), *Les soldats du refus* (75', La Compagnie des Phares et Balises – France 3), *Ceux de 14* (6 x 52', Native – France 3), d'après l'œuvre de Maurice Genevoix, ou encore *Doomsday - World War 1* (3 x 52', ZDF, France 5).

Les chaînes publiques retransmettront également les cérémonies officielles prévues pour le centenaire avec, en point d'orgue, la **cérémonie du 11 Novembre**, sur **France 2**, mais aussi les **concerts de Sarajevo**, le 28 juin, **et de Paris**, en partenariat avec Radio France, le 14 juillet. ■

### Chérie 25 / Littlebigprod : Dans l'espoir de se retrouver..., magazine hebdo mené par Patricia Fagué

**Chérie 25** (NRJ Group) revisite un concept qui a fait les beaux jours de **TF1 dans les années 1990** : la **recherche de personnes disparues**. A partir du **26 février**, elle va programmer, **tous les mercredis à 20h45, Dans l'espoir de se retrouver...** (8 x 90', **Littlebigprod**, filiale de Tetra Media Studio), un magazine mené par **Patricia Fagué**, journaliste qui a débuté dans l'émission emblématique du genre, *Perdu*

*de vue*. Dans chaque numéro, elle enquête et « **accompagne** » **trois familles** dans leurs recherches (d'un fils, d'une mère, d'une sœur...), et donc « dans leurs espoirs, leurs envies, leurs doutes et parfois leurs déceptions mais aussi leurs joies ». Patricia Fagué, qui a travaillé pour l'émission de TF1 jusqu'à son arrêt en 1997, a lancé, trois ans après, le site [personnedisparue.com](http://personnedisparue.com). ■

### W9 : diffusion de la série Body of Proof à partir du 23 février en prime

**W9** diffusera à partir du **23 février**, le **dimanche à 20h50**, la série policière *Body of Proof* (13 x 42', ABC), indique la filiale du groupe M6. Déjà programmée sur **Canal+** et l'an dernier sur **M6**, elle suit les aventures de Megan Hunt (Dana Delany), neurochirurgienne reconvertie en médecin légiste, et dotée d'un tempérament volcanique, qui n'a pas son pareil pour faire parler les corps des victimes. Cette série, arrêtée

après sa troisième saison par ABC, a été appréciée en France par un public féminin de moins de 50 ans, avec une pda nettement supérieure sur cette cible (nos informations du 13 juin 2013).

La chaîne diffuse actuellement le dimanche soir la série *Beauty and the Beast* (22 x 40', The CW), inédite en France, version moderne de *La belle et la bête*, qui cible un public jeune. ■

### Prix du Livre Inter : Alain Mabanckou président

Le romancier franco-congolais **Alain Mabanckou** a été choisi comme **président du prix du Livre Inter**, qui fête cette année son 40<sup>e</sup> anniversaire, a indiqué hier la radio. Le prix sera **décerné le 2 juin** à l'issue du vote d'un jury de 12 auditrices et 12 auditeurs. Les dix romans sélectionnés et la composition du jury seront annoncés le 27 mars. Le jury est choisi sur lettre de motivation à adresser à France Inter.

Alain Mabanckou, romancier, poète et essayiste, est né au Congo-Brazzaville en 1966. Après avoir vécu en France pendant une quinzaine d'années, il réside aux Etats-Unis où il enseigne la littérature francophone à UCLA, l'université de Los Angeles. Il a reçu de nombreuses distinctions, notamment le prix Renaudot 2006 pour **Mémoires de porc-épic**. ■

## Clin d'œil

### Mercredi's tweets: Ambro, Guimier, Colombain, Perrault, Duschesne, Gueroult, Olivennes, Ambro...

*Une sélection, parfaitement arbitraire, de tweets qui nous ont amusés ou instruits. Ou pas. L'orthographe et la syntaxe d'origine sont conservées... sauf exception charitable !*

*Votre avis, vos suggestions : [commentaire@satellifax.com](mailto:commentaire@satellifax.com) ou @joelwir ou @satellifax.*

**@Olivennes** Bienvenue aux équipes de Réservoir Prod chez Lagardère Active. Bravo à Takis Candilis et ses équipes.

**@JeromeColombain** Je reçois une invitation pour un « off de presse ». Comment a-t-on laissé cette aberration journalistique se développer ?

**@cedric** @JeromeColombain C'est comme une conf sous NDA, non ?

**@JeromeColombain** @cedric NDA, c'est juste une question de date tandis que le off c'est plutôt le droit de dire sans dire qui a dit quoi...

**@GuilPerrault** La Société des journalistes du Figaro proteste contre l'attitude de Valls qui chercherait à identifier les sources d'un de ses journalistes.

**@PLechevallier** #Netflix : pourquoi je reçois des CV de candidature à Netflix ? Je suis ni chasseur de tête, ni DRH de Netflix. Juste un abonné....

**@afpfr** Patrick Cohen accuse Schneidermann d'avoir "nourri la haine antisémite" à son égard

**@sylvie\_duchesne** Pas de journaux locaux demain sur @bleuherault. Les journalistes en grève @snj\_rf

**@FGueroult** Pas d'invité demain sur @FBOrleans : la redac sera en grève contre un projet ôtant toute autonomie aux locales du réseau @francebleu @snj\_rf

**@melede17** #grève #Francebleu pour le maintien du reportage. Stop au telephone ! Nous devons conserver les moyens d'aller sur le terrain !

**@sbarbereau** @FBOrleans en grève ce jeudi. Flashs jusqu'à 10h puis plus de journaux. 75 % de grévistes. Revenons à l'essentiel : le reportage ! @snj\_rf

**@mathieuquetel** @lauredlr [députée UMP] vient de déposer une QE pour demander des explications sur le changement du mode de calcul anti-concentration en radio par le CSA

**@mathieuquetel** Merci à Mme de La Raudière @lauredlr pour sa QE sur le plafond de concentration en radio @Sirti\_medias

**@RomainAMBRO** Le Conseil d'Etat suspend le décret des 15 min pour les VTC. Les taxis vont faire la gueule... Ah ben c'était déjà le cas de toute façon !

**@laurentguimier** merci à tous pour vos photos de chats :) ! @Cyrilhanouna, @BenaimValerie, @camillecombal et Pierre Bellemare sont si heureux :) #PDLP

(Tweets relevés le mercredi 5 février 2014) ■

Notre revue de presse se veut un aperçu du secteur, vu par les autres médias (presse papier, presse en ligne, télévision, radio), 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.

### Télésonne : trois licenciements économiques en quelques jours

Selon *La Correspondance de la presse*, la chaîne francilienne Télésonne a procédé en quelques jours à trois licenciements économiques (journalistes et support de la station) sur un total de 14 salariés. Les difficultés de la chaîne

sont dues à une baisse des subventions du Conseil général de l'Essonne (de 1,2 million d'euros à 850 000 euros en trois ans) et au règlement d'un différend financier avec Numericable, par ailleurs l'un de ses actionnaires. ■

### Lagardère Active: Denis Olivennes pense avoir « un plus grand impact de civilisation » qu'un ministre (Anne Fulda, *Le Figaro*, mercredi 5 février)

[Alors que Denis Olivennes, qui dirige Lagardère Active, a connu avec Europe 1 des audiences en hausse ces derniers mois.]

[...] Installé dans son bureau de Levallois aux murs bleue dragée, celui qui voulait « un monde meilleur » assure ne pas avoir complètement abandonné ses rêves de jeunesse [quand il était proche de la LCR]. Diriger une entreprise de médias à l'heure de la révolution numérique est, selon

lui, une manière de continuer le combat. Cela, confie-t-il, « a un plus grand impact de civilisation que d'être ministre de la Culture ». Alors qu'importe si certains le voient comme l'incarnation d'une gauche caviar qui a jeté depuis longtemps ses idéaux par-dessus bord. Le révolutionnaire, devenu réformiste social-démocrate, assume. Mais reconnaît tout de même qu'il ne sait pas « si le Denis Olivennes qu'il était il y a trente ans serrerait la main de celui d'aujourd'hui ». ■

### Télé réalité : on ne peut pas dire qu'elle fait baisser les résultats scolaires (Nadia Daam, *Slate.fr*, mercredi 5 février)

[Alors que la presse a relayé ces derniers jours une étude concluant que le fait de regarder la télé réalité avait pour conséquences, chez les collégiens, de faire baisser leurs résultats scolaires.]

[...] Le visionnage de télé réalité tant rabâché dans les titres suscités n'apparaît en fait qu'en 6e position (42 %) [des loisirs déclarés par les jeunes ayant fait l'objet de l'étude]. Là aussi, l'intitulé de la question pose un vrai problème. Quelle est la définition donnée à la télé réalité ? Met-on sur le même plan des programmes aussi variés, tant dans la forme que dans le fond, que *Nouvelle Star*, *les Ch'tis à Mykonos* et *Cauchemar en cuisine* ? [...]

Dans un second temps, les résultats des élèves interrogés ont été analysés et mis en perspective avec les loisirs afin de déterminer quelles sont les activités « positives » et « négatives ». [...]

C'est donc le fait de regarder assidûment les programmes de télé réalité qui aurait l'impact le plus négatif : -11 % pour les maths et -16 % pour les connaissances. Ainsi, un élève qui lit beaucoup

obtiendrait une note de 14/20, tandis qu'un élève qui regarde beaucoup de télé réalité et de séries romantiques obtiendrait lui la note de 8,4/20. [...] Tout cela manque cruellement de finesse. De quels livres parle-t-on ? [...]

Ce sont les origines sociales et économiques qui pèsent sur la réussite scolaire. Concrètement, un enfant dont les parents ont des revenus confortables aura davantage de choix quand il s'agira de sélectionner des loisirs. Il pourra plus facilement aller au cinéma, acheter des livres, et des magazines... se cultiver et engranger de nouvelles connaissances. Un enfant issu d'une famille pauvre, lui, aura rarement d'autres sources de distraction que son téléphone ou la télévision. [...]

Or, à aucun moment, dans l'enquête menée par le DDEP, ces questions socio-économiques n'ont été abordées. [...] En résumé, l'attrait des adolescents en difficulté scolaire pour la télé réalité est un symptôme et non une cause. Cette étude a tout fait pour attester son postulat de départ. Cela revient à demander aux enfants s'ils préfèrent les pâtes ou les frites. Si les bons élèves préfèrent les frites, on pourra donc conclure que « manger des pâtes nuit à la scolarité ». ■

## Agenda

### Agenda médias : événements d'aujourd'hui et de demain

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Jusqu'à dimanche</b>  | (Papeete) Festival international du film documentaire océanien (Fifo).<br>Contact : <a href="mailto:organisation@fifotahiti.org">organisation@fifotahiti.org</a> |
| <b>Aujourd'hui</b> 10:15 | Ministère du Redressement productif et ministère délégué en charge de l'économie numérique, première Conférence annuelle du Plan France Très Haut Débit          |

### Agenda des programmes : événements d'aujourd'hui et de demain

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>Aujourd'hui</b> 09:30 | <a href="http://franceinfo.fr">franceinfo</a> / <a href="http://google.com">Google</a> , présentation d'un dispositif pour les municipales. Contact: 01 56 22 92 33 |
|--------------------------|---|



Deux fois par mois, retrouvez les formats qui font les succès des chaînes étrangères, et créent les tendances internationales.

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Titre original</b>     | <b>THE JUMP</b>  |
| <b>Titre local</b>        | The Jump   |
| <b>Pays de diffusion</b>  | Royaume-Uni  |
| <b>Genre</b>              | Divertissement / Reality show                              |
| <b>Pays d'origine</b>     | Royaume-Uni  |
| <b>Mots clés</b>          | Challenge – Sport - Cascades                               |
| <b>Pays de production</b> | Royaume- Uni   |
| <b>Production</b>         | Two Four Productions / Group M Productions                 |
| <b>Distribution</b>       | Two Four Rights  |
| <b>Producteur</b>         | Abigail Adams  |
| <b>Réalisateur</b>        | Melanie Leach  |
| <b>Casting</b>            | Davina McCall (présentatrice), Barry Davies (commentateur) |



| Chaîne    | Durée      | Diffusion   | Horaire |
|-----------|------------|-------------|---------|
| Channel 4 | 60 minutes | Quotidienne | 20:00   |

**Résumé** Reality show consacré aux sports d'hiver dans lequel douze personnalités connues participent à différentes épreuves sportives et s'affrontent dans le but de devenir le champion de « The Jump ».

**Description** Dans cette compétition, six hommes et six femmes venant de mondes différents (sport, cinéma, TV, musique, mode, etc.) s'affrontent dans des épreuves de sports d'hiver comme le bobsleigh, le patinage de vitesse, le slalom et le saut à ski. Les différentes personnalités se retrouvent en Autriche pour participer à ces épreuves sportives, et deux d'entre elles peuvent être éliminées chaque soir. Dans le premier épisode, six des candidats s'affrontent dans l'épreuve du skeleton, après avoir été entraînés par la médaillée olympique Amy Williams. Les deux candidats les moins rapides s'affronteront dans une épreuve de saut à ski, dans l'espoir de rester dans la compétition.

**Environnement** Ce programme est précédé par un film et est suivi par un film. Il est en compétition avec la série « Call The Midwife » sur BBC One, le documentaire « The Coffee Trail With Simon Reeve » sur BBC Two, le jeu « All Star Family Fortunes » sur ITV, un film sur Channel 5, la série animée « The Simpsons » sur Sky One, le talent show « The Voice UK » sur BBC Three.

**Première diffusion du programme**

| Jour     | Date       | Horaire | Durée      |
|----------|------------|---------|------------|
| Dimanche | 26/01/2014 | 20:00   | 60 minutes |

**Performance du programme**  
**Performance moyenne de la chaîne**  
**(Prime time)**

| 4+  |      | 16-44 |      | 16-34 |      |
|-----|------|-------|------|-------|------|
| TM% | PdA% | TM%   | PdA% | TM%   | PdA% |
| 3.9 | 8.4  | 4.8   | 13.3 | 3.9   | 12.1 |
|     | 6    |       | 7.7  |       | 7.9  |

Le programme a enregistré une PdA moyenne de 8,4 % auprès de l'ensemble des téléspectateurs, alors que la chaîne performe à 6,0 % auprès de cette cible en prime time.

**Source:** Eurodata TV Worldwide / BARB



Retrouvez les nouveaux programmes  
à l'origine des tendances TV internationales sur

[www.e-nota.com](http://www.e-nota.com)



Pour plus d'informations, contactez:

Alexandre Callay - Directeur Eurodata TV Worldwide / [acallay@eurodatatv.com](mailto:acallay@eurodatatv.com) / Tel: +33 (0) 1 47 58 36 24