

CISION®



Toutes les news annoncées dans la veille font l'objet d'une surveillance par nos équipes.

Les mouvements en base sont conditionnés par une procédure de vérification, ils peuvent donc être différés ou différents de ceux annoncés dans cette newsletter.



Newsletter Médias & Contacts

- 01 Mars 2021 -



1. Infos générales : médias et réseaux sociaux

RAS



2. Presse - Webzine - Blog - Agence de presse

« TV MAGAZINE » : DEPART

Le supplément télévision du *Figaro* et de la presse quotidienne régionale, *TV Magazine*, se sépare de son rédacteur en chef technique, Manuel Baudéz. Ce dernier quitte ses fonctions dans le cadre du plan d'économie annoncé en octobre 2020 et prévoyant 60 départs volontaires.

Source : *La Lettre de L'Expansion* – 01.03.2021

GROUPE JEUNE AFRIQUE : PSE

Le désormais mensuel *Jeune Afrique*, qui évalue sa perte d'exploitation autour de 8 millions d'euros pour l'année 2020, souhaite conquérir 100 000 abonnés à l'horizon 2025, a indiqué un porte-parole du média à *La Correspondance de la Presse*.

L'année 2020 a été néanmoins synonyme de forte croissance d'abonnés numériques. *Jeune Afrique*, qui souhaite donner à l'abonnement une part plus grande dans son business model, a dépassé les 20 000 abonnés numériques à l'automne, et enregistre une croissance comprise entre 1 000 et 1 500 abonnés chaque mois depuis 2020. Le groupe prévoit d'être à nouveau bénéficiaire au cours de l'année 2022.

Rappelons que l'ancien hebdomadaire panafricain publié par Jeune Afrique Média Group, avait présenté en octobre dernier un projet de plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) visant une vingtaine de postes. Les postes visés concernent des métiers liés à l'activité print du média, comme des rédacteurs graphistes, un poste de documentaliste ou encore des rédacteurs en chef. Le nombre de journalistes impacté par le PSE est d'environ cinq personnes. La rédaction est composée au total d'une cinquantaine de journalistes et correspondants.

L'équipe dirigeante s'est lancée dans un chantier de modernisation et de digitalisation du groupe. *Jeune Afrique* souhaite répondre à une logique « digital first », trois éditions quotidiennes sont désormais publiées sur *jeuneafrique.com*. Les médias sociaux doivent également faire l'objet d'une rédaction dédiée, pilotée actuellement par M. Pierre-François NAUDE, responsable stratégie et développement éditorial.

Parallèlement, une nouvelle formule de l'édition mensuelle du magazine a été travaillée et doit paraître au mois d'avril, promettant une plus grande place au temps long, à l'enquête et à l'analyse.

Enfin, l'offre dédiée aux sujets économiques et aux professionnels du secteur, *Jeune Afrique Business +*, doit changer de nom pour devenir *Africa Business +* au cours de l'année 2021.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 01.03.2021

« CHALLENGES » : NICOLAS BAZIRE AU CONSEIL D'ADMINISTRATION ?

L'entrée de LVMH, le groupe de luxe de Bernard Arnault, à hauteur de 40% dans le capital de Croque Futur (*Challenges*, etc.) devrait intervenir d'ici le 15 mars, selon une source interne. Nicolas Bazire, DG de LVMH en charge des médias, devrait occuper l'un des deux sièges qui serait réservé au groupe Arnault au sein du futur conseil d'administration.

Source : *La Lettre de L'Expansion* – 01.03.2021

« MAGICMAMAN »

Rédactrice adjointe de *Magickmaman* depuis 2015, le site parental du groupe Marie Claire (GMC), Claire Schneider vient d'en être nommée directrice de la rédaction. Assistée de Marine Chassang, promue rédactrice en chef adjointe, elle succède à Olivia Strigari.

Source : *La Lettre de L'Expansion* – 01.03.2021

UNE NOUVELLE FORMULE DE « MAXI CUISINE »

Le changement d'année n'a pas coupé l'appétit insatiable de Bauer Media France. Le groupe compte bien faire saliver ses lecteurs avec une nouvelle formule pour son magazine *Maxi Cuisine*, dont le prochain numéro sera disponible ce lundi 1er mars.

« Pour les beaux jours, Maxi Cuisine se refait une beauté pour offrir à ces lectrices/teurs toujours plus d'idées savoureuses, plus d'astuces anti-gaspi, plus de découvertes (escapade gourmande, petits producteurs ...) », présente notamment l'éditeur. « Sans oublier des recettes faciles, irrésistibles et tellement gourmandes » qui sauront ravir les cordons bleus en quête d'idées pour le retour du printemps.

Source : *Union presse* – 01.03.2021

« MX MAGAZINE » CHANGE DE CARROSSERIE

Pour cette année 2021, *MX Magazine* (Editions Larivière) passe la seconde. La parution, qui fait la part belle aux motocross, a choisi de renouveler sa formule. Des changements à découvrir dans le dernier numéro du magazine (n°277), disponible depuis mercredi 26 février. A noter que le titre sera désormais distribué de façon bimestrielle, et non plus mensuelle. « On ne change pas une formule qui gagne... Ce qui n'empêche pas de l'améliorer, de la peaufiner, de la rénover par petites touches. Après Moto Verte, voilà qu'*MX Magazine* change de panoplie » indique l'éditeur sur le site du magazine.

Source : *Union presse* – 01.03.2021

LE MAGAZINE FÉMININ « GOLDA » LANCÉ EN FRANCE

L'agence et régie WPP France Communication a annoncé le lancement en France le 30 mars de *Golda*, un magazine féminin lifestyle, créé en Israël par l'influenceuse Léa Tov. Depuis sa création, *Golda Magazine*, se positionne au Moyen-Orient comme le « leader des magazines féminins, glamour, haut de gamme, chic et tendance », à destination de la communauté francophone. « *Golda Magazine* est un lifestyle 100% glamour destiné aux aventurières des temps modernes. C'est le point de vue culturel à la fois fun & fashion porté par des femmes d'ambition à travers le monde. *Golda* aborde l'actualité et l'insolite, avec passion et élégance », revendique le média. Partenaire de *i24 News*, le magazine trimestriel vise la cible CSP+, comporte 116 pages et est vendu au prix de 4,90€.

Source : *CB News* – 28.02.2021

« PARIS MATCH » : MOUVEMENTS

=> Régis Le Sommier, directeur adjoint de la rédaction de *Paris Match*, est nommé conseiller de la direction, affaires internationales.

=> Caroline Mangez, rédactrice en chef Actualités, et Guillaume Clavières, rédacteur en chef Photos, sont promus directeurs adjoints de la rédaction de l'hebdomadaire *Paris Match*.

Source : *lefigaro.fr* – 26.02.2021

« NRCO » : MOUVEMENTS

L'organisation de la direction départementale de *La Nouvelle République* est sensiblement modifiée à partir d'aujourd'hui dans les Deux-Sèvres. Bien connu des acteurs du département, apprécié pour ses qualités professionnelles et humaines, Jean Rouziès tourne la page de sa vie professionnelle après une carrière bien remplie, dont près de dix-huit ans passés comme directeur départemental adjoint de l'édition deux-sévrienne.

Florence Vergne lui succède pour animer et coordonner l'activité des journalistes du département. Curieuse et rigoureuse, elle arrive après un parcours complet de journaliste et une expérience professionnelle qu'elle saura mettre à profit pour répondre au mieux aux attentes des lecteurs sur tous nos supports, papier et numérique.

À partir de ce 1er mars, l'équipe d'encadrement de la rédaction de *La Nouvelle République des Deux-Sèvres* comprend donc Florence Vergne qui rejoint Jean-François Minot, directeur départemental, et Yves Revert, responsable départemental de rédaction.

Source : *lanouvellerepublique.fr* – 01.03.2021



3. TV - Radio - Web TV - Web Radio

FRANCE 3 : PROJET DE REGIONALISATION

Nouvel habillage, réflexions sur les matinales, rediffusion de documentaires... Le processus de régionalisation de *France 3* se précise. Il passera par un accord de méthode qui sera dévoilé fin mars par la direction de la chaîne aux représentants du personnel.

Première réunion du comité social et économique (CSE) du Réseau *France 3* la semaine dernière depuis la fin des quatorze jours de grève dans les stations régionales. Les salariés protestaient contre le manque de moyens humains et financiers pour la nouvelle tranche d'information régionale du « 18.30 ». « Le directeur du réseau François DESNOYERS nous a annoncé qu'une véritable co-construction sur la question de la régionalisation sera mise en place », commente M. Jean-Manuel BERTRAND, élu du syndicat national des journalistes (SNJ), à *La Correspondance de la Presse*.

Pour ce faire, le nouveau directeur des ressources humaines Samuel BIGNON a annoncé la présentation fin mars aux élus syndicaux d'un « accord de méthode ». Celui-ci comprendra deux niveaux : un comité de pilotage dirigé par le directeur de la transformation régionale Germain DAGOGNET avec des experts et des salariés et un comité de suivi paritaire associant direction et élus des salariés pour suivre les différentes phases du projet.

Un séquençage de la régionalisation est venu préciser l'ébauche du projet présenté lors du précédent CSE. Ainsi, pour la grille de rentrée de septembre 2021, *France 3* bénéficiera d'un nouvel habillage pour marquer le lancement du projet. Le document présenté en janvier évoquait un tronc commun avec un enrichissement « de références locales ».

=> L'émission *Ensemble c'est mieux !* déclinée dans les treize régions en semaine à 10h45 aura le droit à une remise à plat éditoriale. « La direction estime que l'audience n'est pas au rendez-vous », indique M. BERTRAND.

=> Une nouvelle case matinale est également en cours de réflexion.

=> Enfin, les 250 documentaires produits par an par le réseau régional seront rediffusés dans de nouvelles cases.

Au cours de la saison 2021/2022, une montée en puissance des programmes régionaux est espérée qui dépendra des propositions des directions des antennes régionales. Un bilan est prévu pour la saison 2022/2023. « Nous ce qu'on demande c'est un état des lieux des potentiels dans le réseau, c'est-à-dire qui fait quoi dans le domaine de l'information que ce soit en termes de techniciens ou de journalistes, combien y a-t-il d'équipes par jour. Un chiffre que nous n'avons pas », se désole l'élu SNJ. La direction ne souhaiterait pas dépasser les 3 091 équivalents temps plein (ETP) pour les treize régions mais consentirait à ce que certains départs dans le cadre de la rupture conventionnelle collective soient remplacés à la vue de certaines inégalités selon les stations.

Comme annoncé par la présidente Delphine ERNOTTE-CUNCI et le directeur des antennes et des programmes Stéphane SITBON-GOMEZ, des gains de productivité et des redéploiements sont attendus. Des postes techniques basculeraient vers l'éditorial à la faveur, notamment, de l'automatisation des régies régionales, tandis que des salariés parisiens pourraient demander leur mutation en région.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 01.03.2021

FRANCE 2 : MICHEL DRUCKER DE RETOUR

Absent des plateaux TV depuis six mois pour des raisons de santé, Michel Drucker va être de retour sur *France 2* dans un mois. Selon *Le Parisien*, l'animateur présentera le dimanche 28 mars prochain, en début d'après-midi, un *Vivement dimanche* où il recevra de nombreuses personnalités.

Source : *Jeanmarcmorandini.com* – 26.02.2021

DIRECTION DES SPORTS DE FRANCE TÉLÉVISIONS : NOMINATIONS

Après une année 2020 marquée par des révélations de sexisme au sein du service des sports de France Télévisions, deux nouveaux rédacteurs en chef sont nommés à la direction est-il indiqué dans un communiqué interne.

=> Rattachée au directeur de la rédaction des sports Pascal GOLOMER, Mme Hélène LECOMTE devient rédactrice en chef en charge de la rédaction des sports. Elle était jusqu'alors rédactrice en chef à *France 3 Bourgogne*.

=> Rattaché au rédacteur en chef de la rédaction numérique de *France TV Sport*, M. Stéphane ROBERT a été nommé rédacteur en chef en charge de l'offre vidéo sur le numérique.

Leurs prises de fonction interviendront entre la mi-mars et le début avril.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 01.03.2021

CISION®



Toutes les news annoncées dans la veille font l'objet d'une surveillance par nos équipes.

Les mouvements en base sont conditionnés par une procédure de vérification, ils peuvent donc être différés ou différents de ceux annoncés dans cette newsletter.



Newsletter Médias & Contacts

- 02 Mars 2021 -



1. Infos générales : médias et réseaux sociaux

RAS



2. Presse - Webzine - Blog - Agence de presse

SORTIES KIOSQUE DU JOUR

- [Journal de France Senior](#) – Trimestriel

- [CycloSPORT](#) - 1HS Vélo Pro

Source: Direct Editeurs – 02.03.2021

« TÉLÉ 2 SEMAINES » ET « TV GRANDES CHAÎNES » CHANGENT DE JOUR DE PARUTION

Les quinzomadaires *Télé 2 Semaines* et *TV Grandes Chaînes* édités par Prisma Média, sortent désormais le samedi au lieu du lundi. « L'usage d'un magazine télé est un usage quotidien mais aussi un usage d'anticipation, de planification. Encore plus pour des quinzomadaires. Sortir ces magazines deux jours plus tôt renforce cette promesse de manière forte », a justifié le groupe à *La Correspondance de la Presse*. « Nous avons déjà fait ce choix quand nous avons lancé nos nouveaux quinzomadaires en novembre dernier et observons depuis un transfert de plus en plus fort d'achat vers le samedi », a ajouté PM.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 02.03.2021

LE MAGAZINE FÉMININ ISRAËLIEN « GOLDA » SE LANCE EN FRANCE

Un nouveau magazine féminin généraliste, à la fois mode, lifestyle, culture et tourisme, débarquera sur le marché français le 30 mars.

Golda magazine existe déjà au Moyen-Orient, notamment en Israël, mais son éditeur veut étendre sa diffusion en France et à Dubaï. Son contenu, jusque-là centré sur le Moyen-Orient, « va donc devenir plus généraliste pour attirer une audience CSP+ plus franco-française », nous explique Serge Bénichou, le Pdg de WPP France communication, la régie publicitaire en charge du magazine sur le marché français.

Golda magazine sera mis en place à 40 000 exemplaires, essentiellement dans les grandes villes (Paris, Lyon et Marseille) et soutenu par des partenariats médias (comme *i24*), avec un objectif de 20 000 ventes. En cas de succès, la périodicité trimestrielle pourrait évoluer vers un bimestriel, voire un mensuel.

Source : *Les Clés de la Presse* – 02.03.2021

« FEMME ACTUELLE » S'ENGAGE EN FAVEUR DU PLAISIR FÉMININ

Femme actuelle a lancé, hier 1er mars, « Jouir », un engagement éditorial destiné à « lutter contre les tabous autour du plaisir féminin », explique son rédacteur en chef, Julien Lamury. Le dispositif, bâti autour de conseils d'experts et de témoignages de femmes, se décline sur tous les supports (print, digital et réseaux sociaux), avec une nouvelle rubrique « Questions sexo » dans le magazine, des témoignages en vidéo ou des conseils en vidéo de la sexologue Alexandra Hubin.

Simone, le média féminin 100% social, portera aussi le dispositif auprès d'une cible jeune. « Femme actuelle s'inscrit dans la continuité des mouvements #MeToo et #BalanceTonPorc, et souhaite aider à libérer la parole des femmes sur leur sexualité, leur désir et leur recherche du plaisir, pour une vie plus épanouie, ajoute Julien Lamury. Une thématique très empruntée par les millenials mais encore discrète, voire taboue pour les femmes d'autres générations ».

Source : *Les Clés de la Presse* – 02.03.2021

« LE MESSENGER » PASSE AU DIGITAL FIRST

Le Messenger (groupe Rossel-la Voix) a choisi Upgrade média pour accompagner ses équipes rédactionnelles dans le basculement en mode digital-first. L'objectif confié à David Sallinen, le fondateur d'Upgrade média, est « de développer la qualité des contenus, l'offre premium, de continuer à enrichir les contenus de vidéos, podcasts ou encore de favoriser un journalisme plus participatif », explique l'éditeur du *Messenger*, de *l'Essor savoyard*, de la *Savoie*, du *Pays gessien* et de la *Tribune républicaine* dans un communiqué. Pour réussir ce défi, le groupe va se doter d'une nouvelle organisation digitale-first, « afin d'imaginer différemment ses contenus et coller toujours au plus près des préoccupations des lecteurs ».

Source : *Les Clés de la Presse* – 02.03.2021

UN NOUVEAU MAGAZINE POUR PROMOUVOIR L'ÉDUCATION POSITIVE

Petit à petit, Julien Peron creuse son sillon dans le monde de l'éducation positive. Après un festival, puis un congrès et des films, ce patron d'une agence de communication dédiée aux professionnels du bien-être lance cette semaine « le premier magazine 100% éco-responsable et zéro pub qui veut changer le monde grâce à l'éducation ».

De périodicité bimestrielle et vendu exclusivement sous forme d'abonnement, *Innovation en éducation* ambitionne d'accompagner parents, futurs parents, grands-parents, professionnels et enseignants sur le chemin de l'éducation, en mettant en avant des expérimentations, de nouvelles approches, des recherches récentes, des conseils, etc. « Avec notre réseau, nous rencontrons en permanence beaucoup d'acteurs du secteur qui ont besoin d'échanger sur ces questions, nous explique-t-il. Ce magazine doit permettre de remplir cette fonction avant, peut-être plus tard, une radio ou une chaîne de télévision ».

En moins d'un mois avant le lancement, *Innovation en éducation* a déjà séduit 3500 abonnés (à 15 euros le magazine). « Si l'on arrive à 10 000, ce serait bien », ajoute-t-il, sans vouloir se fixer davantage d'objectif, « mais nous avons vocation de continuer à semer des graines ».

Source : *Les Clés de la Presse* – 02.03.2021

« ACTUALITÉ »

ActuaLitté dote sa lettre quotidienne d'une nouvelle maquette et propose désormais un accès à ses archives.

Source : *Les Clés de la Presse* – 02.03.2021

LE SITE DE « L'OPINION » CHEZ ADVERLINE RÉGIE

Depuis février, Adverline Régie (groupe La Poste) commercialise l'audience du site *l'opinion.fr* en gré à gré. Un contrat qui comprend les formats classiques IAB (bannière, pavé, grand angle) sur desktop et mobile, et le format Habillage One Skin sur desktop uniquement. Le site de l'Opinion revendique 900 000 visiteurs uniques sur 3 écrans en moyenne par mois (source Médiamétrie//Netratings Mesure Globale France).

Source : *CB News* – 01.03.2021.



3. TV - Radio - Web TV - Web Radio

M6 : « INCROYABLES TRANSFORMATIONS » DE RETOUR

Dès le 1er mars et du lundi au vendredi à 17h25, le programme *Incroyables transformations* fera son retour avec une nouvelle saison inédite sur M6.

Trois experts de la mode ont créé une agence pas comme les autres pour venir en aide à des clients qui se plaignent du look de... l'un de leurs proches ! Ces 3 experts mettent leur talent au service de tous leurs clients et font aussi appel à un chirurgien plasticien, Frédéric Lange, pour connaître toutes les dernières techniques en matière de médecine esthétique. Le coiffeur visagiste Nicolas Waldorf, la styliste Charla Carter et la nouvelle experte beauté Ludivine Aubourg voient chaque jour un défilé improbable et particulièrement drôle de clients qui se plaignent du look de l'un de leurs proches qu'il est urgent de changer.

Source : *Le Zapping du PAF* – 01.03.2021

INFOSPORT+ : LES CANDIDATS À L'ÉLECTION DE LA FFF EN DIRECT

À l'occasion de l'élection du nouveau président de la Fédération Française de Football, qui aura lieu le samedi 13 mars 2021, les 3 candidats Michel Moulin, Frédéric Thiriez et le président sortant Noël Le Graët, viendront débattre et répondre aux questions de Geoffroy Garétier sur le plateau d'INFOSPORT+. Ils disposeront chacun de 30 minutes pour présenter leur programme et répondre aux questions, la semaine précédant l'élection.

- Lundi 1er mars 18H00 : Michel Moulin sur INFOSPORT+ | 19H15 : Rediffusion
- Vendredi 5 mars 18H00 : Frédéric Thiriez sur INFOSPORT+ | 19H15 : Rediffusion
- Lundi 8 mars 18H00 : Noël Le Graët sur INFOSPORT+ | 19H15 : Rediffusion

Source : Le Zapping du PAF – 01.03.2021

NOUVELLE SAISON POUR LA CHAÎNE ÉPHÉMÈRE « PARIS FASHION »

Le groupe Canal+ a lancé, lundi 1 er mars sur *myCanal*, la 4 e saison de la chaîne éphémère *Paris Fashion*. Née d'un partenariat avec la Fédération de la haute couture et de la mode, *Paris Fashion* couvrira les événements de la Fashion Week de mode féminine qui se déroule à Paris du 1 er au 10 mars. La « chaîne de la Fashion Week à Paris », selon le communiqué, propose des contenus inédits dont les nouvelles collections de maisons de couture dévoilées sous forme digitale, et des interviews de personnalités du secteur de la mode.

Source : Satellifax – 02.03.2021

LCI : LANCEMENT DE 6 NOUVEAUX « PODCASTS ANTENNE »

LCI a lancé six nouveaux « podcasts antenne », a annoncé la chaîne, lundi 1 er mars. Ces nouveaux formats sont adaptés d'émissions phares de LCI et incarnés par des personnalités de la chaîne. Ils sont disponibles gratuitement sur l'ensemble des plateformes de diffusion et sur le site lci.fr.

Ces nouveaux podcasts sont des déclinaisons de plusieurs rendez-vous quotidiens : *L'Interview politique* de Jean-Michel Apathie, *Le Débat* mené par Arlette Chabot, *Perri Scope* de l'expert en économie Pascal Perri, *Brunet Direct*, le talk d'actualité d'Eric Brunet et « Les Partis pris » des éditorialistes de *24h Pujadas* avec David Pujadas. Cela concerne également l'hebdomadaire de décryptage économique de François Lenglet, *Lenglet déchiffre*.

Source : Satellifax – 02.03.2021

C8 : CASTALDI DANS UN NOUVEAU DIVERTISSEMENT

C8 lance *Le 6 à 7 avec Casta*, un nouveau divertissement présenté par Benjamin Castaldi, a annoncé la chaîne du groupe Canal+, lundi 1 er mars, jour du lancement de cette émission diffusée à 18h10 à la place du jeu *A prendre ou à laisser*, animé par Cyril Hanouna.

Elle est suivie à 19h10 de *Touche pas à mon poste ! Le Before*, nouvelle déclinaison du talk-show de l'animateur. Ces émissions sont produites par H2O Productions (Cyril Hanouna), filiale de Banijay.

C8 a modifié la programmation de son access « en raison du contexte sanitaire actuel en France et plus particulièrement en Ile-de-France », précise le communiqué. Le 26 février, la chaîne avait annoncé qu'« afin de protéger les candidats et l'ensemble des équipes techniques », la direction avait choisi de reporter la reprise du jeu *A prendre ou à laisser*, prévue le 1 er mars, à une date ultérieure « et ce dans un souci de préserver au maximum la santé de chacun »/

Source : Satellifax – 02.03.2021

FRANCE INFO : CONFÉRENCE DES ECOLES DE JOURNALISME

France Info se mobilise et s'associe à la Conférence des Ecoles de Journalisme (CEJ) pour lancer « le club des jeunes reporters ». La radio publique leur donne la parole pour raconter ce qu'ils vivent. Tout au long du mois de mars, des étudiants journalistes se feront les porte-voix de cette « génération covid », en racontant, depuis le terrain, le quotidien des 18-24 ans et en livrant leur vision du monde.

Deux reportages d'1min30 à retrouver du lundi au vendredi à 12h50, 15h20 et 19h50. « Leurs regards sur la société actuelle est d'autant plus important qu'ils seront les voix de demain, les témoins de l'après COVID. Il était normal pour une radio de service public comme France Info, toujours connectée à la réalité du terrain, d'écouter cette parole et de donner ce coup de pouce à ces jeunes talents », souligne M. Jean-Philippe BAILLE, directeur de *France Info*. « Répartis sur tout le territoire, les étudiants et étudiantes des 14 formations reconnues par la profession permettront, par la diversité de leurs regards, de mieux comprendre la période que nous traversons », ajoute M. Pascal GUENEE, président de la CEJ.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 02.03.2021

6PLAY : NOUVEAUX PROGRAMMES EN EXCLUSIVITÉ

Dans le cadre d'un dispositif sur le thème du sexe, deux nouveaux programmes seront mis en ligne sur *6play*, sous la marque « W9 Extended ». Les utilisateurs pourront découvrir la docu-série « Toi-même tu sexes », ainsi que le divertissement « Naked Attraction », uniquement entre 22h30 et 5h du matin.

Source : *La Lettre de l'audiovisuel* – 01.03.2021



Toutes les news annoncées dans la veille font l'objet d'une surveillance par nos équipes.

Les mouvements en base sont conditionnés par une procédure de vérification, ils peuvent donc être différés ou différents de ceux annoncés dans cette newsletter.



Newsletter Médias & Contacts

- 03 Mars 2021 -



1. Infos générales : médias et réseaux sociaux

INSTAGRAM LANCE LIVE ROOMS

Instagram a lancé une nouvelle fonctionnalité, Live Rooms, permettant de réunir jusqu'à quatre participants simultanément durant un live, qui permet de se filmer et de diffuser les échanges avec d'autres personnes. La possibilité est offerte d'ajouter trois invités de manière simultanée dès le début du Live ou progressivement au cours de la diffusion. Jusqu'à présent, il était seulement possible d'organiser des « sessions lives » en duo.

Le recours au direct a pris son envol sur les différentes plates-formes, pour remplacer les conférences, les salles de spectacle ou de sport. Mais ces formats ont l'inconvénient de susciter une certaine fatigue chez des usagers déjà face à leur écran, et même face à leur caméra, toute la journée, estime l'AFP.

Ce type de fonctionnalités permet aussi de rémunérer les influenceurs, au-delà du modèle économique dominant en ligne : services gratuits contre publicité ciblée.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 03.03.2021

L'ANNUAIRE DE LA RADIO FAIT PEAU NEUVE

L'Annuaire de la radio, né en 1998, a annoncé une refonte de son site internet. L'annuaire propose plus de 2500 radios et webradios francophones à travers le monde en écoute live, des centaines de sites radiophoniques, des archives, des radios disparues, des blogs de passionnés, etc.

L'annuaire offre également un répertoire des professionnels de la radio : hébergement de stream, sociétés de production, banques de programmes, groupements, syndicats, équipements, services, formation, presse radiophonique, etc. Et plus de 3000 pages d'infos et de liens, classées géographiquement ou par thèmes.

Source : CB News – 02.03.2021



2. Presse - Webzine - Blog - Agence de presse

BURDA BLEU LANCE LE MAGAZINE « SILENCE, ÇA POUSSE ! »

Après *Dr. Good !* avec le médecin et présentateur Michel CYMES chez Reworld Média, ou *S, le magazine de Sophie Davant* avec l'animatrice d'*Affaire Conclue* chez CMI Publishing, Burda Bleu se lance également dans le magazine consacré à une personnalité de la télévision avec M. Stéphane MARIE et son émission *Silence, ça pousse !*

A compter de ce vendredi, le magazine de jardin et d'art de vivre proposera tous les deux mois des conseils de jardinage, des rencontres, partira à la découverte de jardins à travers la France, consacrera un dossier sur les fleurs, arbres et arbustes de chaque saison ou encore dédiera une rubrique au potager et ses recettes associées.

Publié en partenariat avec *France 5*, *Silence, ça pousse !* est tiré à 100 000 exemplaires et est distribué par les Messageries Lyonnaises de presse (MLP). Comportant 132 pages, son prix est de 4,95 €.

Source : La Correspondance de la Presse – 03.03.2021

A PARAITRE EN KIOSQUE

- [Cours d'anglais facile](#) – Trimestriel – 12/03/2021
- [Féminin Tonic](#) – Trimestriel – 11/03/2021
- [Psycho et Connaissance de soi](#) – Trimestriel – 10/03/2021
- [SC Croisés Muet Niveau ¾](#) - Bimestriel – 05/03/2021
- [Top Femme](#) – Trimestriel – 06/03/2021

Source : MLP – 03.03.2021

SORTIES KIOSQUE DU JOUR

- [Esotérisme et Divination](#) - Trimestriel
- [La Musculation](#) – 1HS
- [Psycho et Développement Personnel](#) – 1HS
- [Livre Geo Histoire](#) – 1HS

Source : Direct Editeurs – 03.03.2021

« ÇA M'INTÉRESSE SANTÉ » CHANGE DE TITRE

Ça M'Intéresse Santé (Prisma Media) évolue et devient Ça M'Intéresse Santé & Bien-Être. Un changement effectif à partir du prochain numéro, en vente ce mercredi 3 mars.

Au-delà d'un simple changement de nom, la parution trimestrielle de 100 pages a souhaité développer de nouvelles thématiques. Avec notamment un « Carnet de santé », axé sur l'actualité santé et désormais bien-être. L'éditeur indique qu'il aura plus de sujets psycho et détente également. Pour le reste, les lecteurs retrouveront toujours toutes les informations médicales que le magazine relayait déjà, documentées par la parole d'experts.

« Dans l'écriture, les sujets sont plus 'racontés', 'mis en scène' dans des maquettes plus variées, un peu allégées en texte » précise l'éditeur.

Source : Union Presse – 02.03.2021

« FRAICHES » : UN NOUVEAU POSITIONNEMENT ET UNE CHARTE GRAPHIQUE

Fraiches souhaite répondre aux enjeux d'une inclusivité plus forte et plus visible. Ce relancement s'accompagne de la création d'une nouvelle grille de contenus qui célèbrent toutes les différences et toutes les diversités.

Créé en 2017, FRAICHES, le média féminin 100% social, 100% vidéo fédère aujourd'hui une puissante communauté de 3 millions de personnes, dont 70% de femmes sur les plateformes sociales (Instagram, Facebook, TikTok et Twitter). FRAICHES souhaite répondre aux nouveaux enjeux sociaux et à un besoin croissant de se sentir accepté avec nos différences, le media dévoile une nouvelle identité qui amplifie son engagement pour l'inclusivité. Visuellement, elle se traduit par un nouveau graphisme déstructuré, plus authentique.

Source : verticalstation.com – 03.03.2021



3. TV - Radio - Web TV - Web Radio

BFM DICI SERA LANCÉE LE 9 MARS

La chaîne locale d'information en continu *BFM DICI*, dernière-née du réseau « BFM Régions » dans les Alpes du Sud et les Alpes-de-Haute-Provence, sera lancée le 9 mars à 17h, a annoncé mardi 2 mars le groupe Altice/NextRadioTV à l'occasion d'un point presse virtuel effectué depuis l'un des plateaux de son campus parisien.

Succédant à *DICI TV*, *BFM DICI* s'adressera aux 300 000 habitants de ces deux départements. La chaîne sera disponible sur le canal 31 de la TNT, les box des opérateurs, sur le satellite via Fransat et sur le web, avec un site internet et une application.

Rappelons que *BFM TV* a affiché son ambition dans l'information locale en lançant *BFM Paris* en 2016, puis *BFM Lyon* en 2019, suivies de *BFM Grand Lille* et *BFM Grand littoral* en 2020. La couverture de *BFM* dans le Sud-Est sera complète avec la prise de contrôle d'Azur TV (qui comprend trois chaînes à Marseille, Toulon et Nice) dont le rachat, annoncé par Altice en février, reste soumis à autorisation du CSA.

« Nous n'avons pas de rythme prédéterminé » dans le lancement de nouvelles chaînes locales, « les choses se font au gré des opportunités » et « l'objectif c'est d'avoir un maillage [territorial] le plus complet », a expliqué Hervé Beroud, dg délégué d'Altice Media. « On

propose un modèle unique, c'est le modèle BFM décliné au niveau régional, local et même ultra-local », a-t-il poursuivi.

Un nouveau studio a été mis sur pied à Chorges, à une quinzaine de kilomètres de Gap. Un plateau depuis lequel Marianne Rey, chef du bureau de *BFM DICI*, a insisté sur la dimension servicielle de l'information qui sera proposée, avec notamment l'info-traffic et la météo. La journée de la chaîne commencera à 6h30 avec *Bonjour DICI* (d'abord des rendez-vous d'info toutes les 15 minutes puis une présentation en plateau avec un invité à partir de 12h30), et se conclura avec *Bonsoir DICI*, programmé chaque jour à partir de 17h, a précisé la journaliste. Des tranches incarnées par Valentin Doyen, bien connu des téléspectateurs de *D !CI TV*, prédécesseur de *BFM DICI*. A noter que deux dérochages locaux seront proposés, l'un pour les Alpes du Sud et l'autre pour les Alpes-de-Haute-Provence.

« Notre objectif est de réussir à faire de l'audience, mais également de faire un fabuleux résultat économique », a de son côté souligné Philippe Benayoun, le nouveau directeur des chaînes BFM Régions. Ce dernier a également insisté sur le fait que ce lancement, qui profite de la notoriété de la « pépite » qu'était *D !CI TV*, s'accompagne de la création de 13 CDI de journalistes. « Pour que notre modèle soit viable et efficace, nous faisons appel à des moyens innovants », a souligné Hervé Beroud. Comme le « présentateur autonome », qui, au moyen d'un discret tableau de bord installé devant lui en plateau, gère seul sa tranche d'information sans techniciens sur place. Les moyens économisés sont injectés dans l'embauche de journalistes, explique le groupe. Ces derniers, équipés de smartphones, sont ultra-mobiles. Au cœur du modèle également, la mutualisation des moyens : les supports numériques (applications, sites internet, bandeaux d'informations, bulletins météo) sont réalisés à Paris et les contenus circulent selon les besoins des chaînes. Les reportages sportifs alimentent ainsi les antennes locales qui nourrissent aussi leurs consœurs.

Source : *Satellifax* – 03.03.2021

CISION®



Toutes les news annoncées dans la veille font l'objet d'une surveillance par nos équipes.

Les mouvements en base sont conditionnés par une procédure de vérification, ils peuvent donc être différés ou différents de ceux annoncés dans cette newsletter.



Newsletter Médias & Contacts

- 04 Mars 2021 -



1. Infos générales : médias et réseaux sociaux

RAS



2. Presse - Webzine - Blog - Agence de presse

SÉBASTIEN MITTELBERGER LANCE « LA QUINZAINE » À GRENOBLE

Sébastien Mittelberger lance un bimensuel baptisé *La Quinzaine*. Son fondateur cible l'actualité économique et politique du bassin grenoblois sur « un ton plutôt parlé avec de la pertinence » et un zeste d'impertinence. Il s'ajoute au trimestriel *Le MAP* créé en 2019

Source : ourscom.fr – 04.03.2021

LANCEMENT DU TRIMESTRIEL FÉMININ « LA DÉFERLANTE »

Mi-revue, mi-livre, le trimestriel *La Déferlante* débarque jeudi avec l'ambition d'élargir l'offre féministe dans la presse papier, très limitée par rapport à l'effervescence dans l'édition, les réseaux sociaux et les podcasts.

Poings levés et collages de regards féminins en Une, *La Déferlante*, cofondée et dirigée par quatre femmes (Marie Barbier, Lucie Geffroy, Emmanuelle Josse et Marion Pillas) se présente comme « la revue des révolutions féministes ». Son but : « donner la parole aux femmes et visibiliser leurs vécus et leurs combats » en prenant parti, écrivent les directrices de la revue dans un manifeste publié dans le premier numéro de 158 pages. « Nous ne pensons pas que tous les points de vue se valent. Les personnes qui s'en prennent aux femmes, parce qu'elles sont voilées ou trans, par exemple, n'ont pas leur place dans ces pages », tranchent-elles.

La revue joue sur les formats de récits entre BD, chroniques dont l'une est dédiée à des détenues, portfolio, « carte blanche » à une personnalité, entretiens, enquêtes et portraits. Le tout s'articule autour d'un dossier central à thème qui « décrypte les questions de genre s'y logent », indique Lucie Geffroy, citant le premier intitulé « Naître : aux origines du genre ». *La Déferlante* entend « proposer des clés pour comprendre la société » à un public intéressé par les questions de genre et féministes. Disponible par abonnement, en vente directe, notamment sur son site, et en librairie du fait de son format « mook », *La Déferlante*, dépourvue de publicité, compte se financer uniquement par ses ventes.

Ses débuts sont prometteurs : la campagne de financement participatif a dépassé les attentes des fondatrices avec 6.000 numéros prévus, soit plus du double de leurs projections, dont 2.600 abonnements. Quelque 6.000 exemplaires seront distribués dès jeudi en librairie. Ce bon accueil illustre aussi le manque de publications féministes dans la presse papier, uniquement représentées par les magazines bimestriels *Femmes, ici et ailleurs*, *Clara magazine* et le mensuel *Causette*, seul à bénéficier d'une notoriété grand public. En revanche, sur le web, les formats féministes fleurissent entre sites d'information (50/50 Magazine, Les nouvelles news), lettres d'informations, publications d'associations et collectifs militants, comptes féministes sur les réseaux sociaux.

Source : CB News – 03.04.2021

A PARAÎTRE EN KIOSQUE

-[Télé Star Jeux Cuisine](#)- 1HS – 12/03/2021

Source : MLP – 04.03.2021

RACHAT DE PRISMA MEDIA

Les négociations exclusives ouvertes en décembre pour la cession de Prisma média par Bertelsmann à Vivendi devraient aboutir dans les prochaines semaines. Les dernières discussions portent notamment sur le paiement de la clause de cession des journalistes, le remboursement de la dette et l'avenir du président du groupe, Rolf Heinz.

Pour l'instant, Arnaud de Puyfontaine n'a laissé transparaître en interne aucun indice sur la manière dont Prisma sera intégré au sein du groupe Vivendi. De cette stratégie dépendra pourtant le remplacement, ou non, de Rolf Heinz, le président de Prisma média depuis 2009.

L'un des points en discussions avec Bertelsmann concerne la prise en charge des clauses de cession dont bénéficient les journalistes des titres de Prisma (*Capital*, *Voici*, *Géo*, etc.) en cas de changement de propriétaire. Comme cela arrive souvent dans des transactions de presse, le vendeur pourrait prendre en charge au moins une partie du coût de ces démissions volontaires. La pyramide des âges des rédactions montre qu'une cinquantaine de collaborateurs embauchés avec de confortables salaires à l'époque glorieuse d'Axel Ganz, le fondateur de Prisma, bénéficient aujourd'hui d'une ancienneté qui les inciterait à faire jouer de très avantageuses clauses de départ. Pour Vivendi, cette opération serait tout bénéfique, car l'économie de salaires serait alors d'une quinzaine de millions d'euros par an.

En revanche, les passerelles avec le Groupe Canal+ suscitent de fortes réserves chez les journalistes des titres de Prisma, qui critiquent l'image et les pratiques de sa filiale, *CNews*. Surtout, l'importante presse TV de Prisma (*Télé-loisirs* \ *Télé 2 semaines*, etc.) se refuse à devenir le canal de promotion des productions de *Canal+*. Et pour cause, les rédactions se souviennent que *Direct matin*, le quotidien gratuit du groupe Bolloré (devenu *CNews*), avait été dans l'obligation de promouvoir les programmes des premières chaînes de télévision lancées par Vincent Bolloré.

Source : *La Lettre A* – 04.03.2021



3. TV - Radio - Web TV - Web Radio

RTL GROUP : ACQUISITION À 100% DE SUPER RTL

RTL Group qui détient 50% de la chaîne enfants *Super RTL* en coentreprise avec BVI Television Investments, filiale de The Walt Disney Company, va en prendre le contrôle à 100%, a annoncé la maison mère du groupe M6, mercredi 3 mars.

Sa principale division, Mediengruppe RTL Deutschland, a signé un accord contraignant avec BVI pour acquérir ses 50%. La transaction est soumise à l'approbation de l'Office fédéral des cartels et de l'Autorité fédérale de la concurrence autrichienne, précise le communiqué. La transaction devrait être conclue courant 2021.

Super RTL a été créée en 1995 sous forme de joint-venture à 50/50 entre RTL Group et la Walt Disney Company. Le directeur général, Claude Schmit, conservera la responsabilité opérationnelle de la chaîne. Outre la diffusion en linéaire, *Super RTL* distribue également ses contenus (dont les marques phares Toggo et Toggolino), via des plateformes telles que TVNow, le service de streaming de Mediengruppe RTL Deutschland, et d'autres applications, sites web et à la radio. De plus, *Super RTL* octroie des licences et opère une activité de merchandising en forte croissance.

L'acquisition à 100% de *Super RTL* va contribuer à la croissance du service de streaming TVNow. Cette transaction marque une nouvelle étape dans la stratégie de RTL de consolider sa présence sur le marché européen, souligne le communiqué, rappelant l'acquisition en 2019 des chaînes TV de Lagardère, dont *Gulli*, par la filiale groupe M6, et plus récemment la montée de RTL Group à 100% dans RTL.

Source : *Satellifax* – 04.03.2021

C8 ET CSTAR : NOMINATION

Séverine Ray est nommée directrice de la communication des chaînes *C8* et *CStar*, a annoncé le groupe Canal+ mercredi 3 mars. Elle conserve, en parallèle, son poste actuel de directrice de la communication et des partenariats sport du groupe qu'elle occupe depuis janvier 2010. Elle reste sous la direction d'Emilie Pietrini, directrice de la communication et de la marque du groupe.

Virginie Grandclaude, directrice de la communication des chaînes gratuites (*C8*, *CStar*, *CNews*) depuis 2017, se consacrera désormais pleinement à *CNews*.

Source : *Satellifax* – 04.03.2021

RTL : UN NOUVEAU CHRONIQUEUR

Considéré comme l'un des plus grands violonistes du monde, Renaud Capuçon va s'essayer à un nouvel exercice puisqu'il deviendra chroniqueur dans l'émission *Laissez-vous tenter* (9h-9h30) à partir du 16 mars sur RTL. Le violoniste interviendra à l'antenne deux fois par mois pour une chronique qui durera de 3 à 4 minutes.

Source : *La Lettre de l'audiovisuel* – 04.03.2021

CANAL+ : ASTRID BARD À LA PRÉSENTATION DU « CANAL SPORTS CLUB »

A compter du 13 mars, Astrid Bard assurera la présentation du *Canal Sports Club*, l'émission multisport en clair chaque samedi à 18h55 sur Canal+, en remplacement de Marie Portolano, qui a quitté la chaîne pour rejoindre M6.

Astrid Bard continuera de coprésenter le *Late Rugby Club* avec Jean-Baptiste Esculié chaque jeudi.

Source : *Satellifax* – 04.03.2021

BFM TV / TWITCH

BFM TV a annoncé se lancer sur la plate-forme de streaming en direct Twitch. De « nombreux contenus interactifs pour décrypter l'actualité, aller plus loin et échanger avec les utilisateurs » seront postés.

La journaliste cheffe du service santé de la chaîne du groupe Altice, Margaux de FROUVILLE, répondra notamment à des questions sur le Covid-19 ; le 11 mars prochain, l'éditorialiste Matthieu CROISSANDEAU et le journaliste Fabien RANDRIANARISOA commenteront en live sur la plate-forme, l'émission *Face à BFM* avec Mme Marine LE PEN, députée (NI) du Pas-de-Calais et présidente du Rassemblement national (RN).

Source : *La Correspondance de la Presse* – 04.03.2021

QUATRE OFFRES ONT ÉTÉ DÉPOSÉES POUR LA REPRISE DE VIAGRANDBARIS

Quatre offres ont été finalement déposées pour la reprise de la chaîne *ViaGrandParis*, dont l'une émanant du groupe Reworld Media, a appris *La Correspondance de la Presse* de sources concordantes.

Une audience doit se tenir ce vendredi 5 février devant le Tribunal de Commerce de Pontoise, pour la chaîne actuellement éditée par la SAS Franciliennes TV.

Rappelons que *ViaGrand Paris* a été placée en redressement judiciaire en novembre dernier.

Quatre offres ont été déposées le 23 février dernier

=> L'une émanant de la société Media de l'Ouest Parisien (MOP), et dirigée par M. Laurent MAZAURY, également Maire adjoint d'Elancourt, délégué à la Culture et aux loisirs. MOP édite la chaîne locale TV78, dont les locaux sont situés à Guyancourt (78 280). La chaîne produit de l'information locale et est conventionnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Elle est aussi membre du syndicat Locales.tv.

=> Une offre émise par le groupe SA Reworld Media. Après avoir racheté le groupe audiovisuel Sporever (Média365) en 2015 et lancé la chaîne *Sport en France* pour le compte du Comité national olympique et sportif français (CNOSF), le groupe a créé l'année dernière Reworld Média TV. Reworld Média TV a été conçu comme le Pôle de production et d'édition de chaînes TV linéaires et en vidéo à la demande par abonnement (VàDA) du groupe. M. Anatole BEGOUEN a été nommé directeur des télévisions payantes multi-thématiques et des offres VàDA. Les offres *Guerres & Histoire TV*, *Nous Deux TV* et *Télé Star Play* ont été notamment lancées.

– Une offre déposée par la société Secom, établie dans le Nord et dirigée par M. Bruno LECLUSE, qui édite *Melody*, *The Museum Channel*, *MyZen TV*. Lors d'une conférence de rentrée en 2018, M. LECLUSE avait exprimé son aspiration à maintenir une diffusion linéaire

de ses chaînes et souhaiter se développer dans la production de contenus. Notons que le groupe Secom, qui possédait également les deux chaînes d'info de proximité *Grand Lille TV* et *Grand Littoral TV* les a depuis cédées au groupe Altice.

– La dernière offre émane de la société Financière Arsenal, holding familiale de M. Michel LAMARQUE, qui s'était déjà initialement manifestée pour la reprise de *ViaGrandParis* à la fin du mois de janvier. M. LAMARQUE a fondé Financière Arsenal en 1998, et dirigeait jusqu'à il y a quelques mois, la chaîne locale *TVPI*, diffusée au Pays basque, dans les Landes et au Béarn.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 04.03.2021

RACHAT DE M6

Vivendi a confirmé mercredi soir son intérêt pour le rachat de la participation de contrôle du groupe Bertelsmann dans *M6*.

Source : *boursier.com* – 03.03.2021

CISION®



Toutes les news annoncées dans la veille font l'objet d'une surveillance par nos équipes.

Les mouvements en base sont conditionnés par une procédure de vérification, ils peuvent donc être différés ou différents de ceux annoncés dans cette newsletter.



Newsletter Médias & Contacts

- 05 Mars 2021 -



1. Infos générales : médias et réseaux sociaux

RAS



2. Presse - Webzine - Blog - Agence de presse

SORTIE KIOSQUE DU JOUR

- [Silence ça pousse!](#) – Bimestriel

Source : Direct Editeurs – 05.03.2021

RAPPROCHEMENT ENTRE LE GROUPE CROQUE FUTUR ET LVMH

Le rapprochement entre le groupe Croque Futur et LVMH se dessine. Attendue depuis plusieurs mois, la participation à l'augmentation de capital du groupe de médias par l'entreprise de luxe devrait se réaliser dans les prochaines semaines, selon des informations de presse confirmées par *La Correspondance de la Presse*.

A la suite de cette augmentation de capital de l'ordre de 8 millions d'euros du groupe possédé par M. Claude PERDRIEL, le groupe LVMH, devrait ainsi détenir 40% des parts du groupe Croque Futur.

Pour LVMH, l'objectif est notamment de diversifier son secteur média, où il est déjà présent dans la presse économique avec les *Echos* et *Investir* et dans la presse culturelle avec le magazine d'art *Connaissance des Arts*. Mais alors que cette arrivée approche à grands pas, la rédaction s'interroge, notamment sur le profil de la ou des futures personnes pressenties pour représenter le groupe LVMH au sein de Croque Futur. Certains noms ont circulé au sein de la rédaction de *Challenges*, comme celui de M. Pierre LOUETTE, président-directeur général du groupe Les Echos ou de M. Nicolas BAZIRE, membre du comité exécutif du groupe LVMH en charge du développement et des acquisitions. Néanmoins, plusieurs sources proches du dossier ont indiqué à *La Correspondance de la Presse* que les deux parties n'auraient pas encore abordé cette question.

Nouvellement consolidé, le groupe Croque Futur, une SAS, ne possède pour le moment plus de conseil d'administration. D'où la proposition de Claude PERDRIEL de créer « un comité de direction de trois personnes », « plutôt qu'un conseil d'administration ». Ce comité serait composé de lui-même, de quelqu'un qu'il nommera, « qui serait soit Vincent BEAUFILS (ancien directeur de la rédaction de *Challenges* et directeur de la publication), soit Philippe MENAT (directeur général) ». Le président du groupe Croque Futur a indiqué que LVMH « aurait un siège », tout en expliquant qu'aucun nom n'avait été encore mis sur la table de la part du groupe de luxe.

La rédaction demeure « inquiète quant au futur » du groupe, redoutant à terme une prise de contrôle du groupe par LVMH. De son côté, la direction du groupe de presse a indiqué à *La Correspondance de la Presse* n'avoir prévu « aucun rapprochement rédactionnel » avec d'autres titres du groupe LVMH.

Source : *La Correspondance de la Presse* – 05.03.2021

CMI FRANCE SOUHAITE LANCER UN NOUVEAU MAGAZINE D'ACTUALITÉ

Un nouveau pari en presse écrite. Selon une information du *Point*, le groupe CMI France, détenu par Daniel Kretinsky, se prépare à lancer un nouvel hebdomadaire d'information. Il s'agirait d'une revue d'opinion « centriste » dans sa ligne éditorialiste et « punchy » dans son ton, avec une équipe d'éditorialistes. Ni le format, ni le nom du journal n'ont pour le moment été actés. Toutefois, il pourrait se nommer « Antidote », comme l'indique le journal d'Etienne Gernelle.

D'après *Le Point*, l'essayiste Caroline Fourest était pressentie pour diriger ce nouveau magazine. Sur Twitter, la réalisatrice a confirmé avoir été contactée pour un poste à la direction de ce journal, mais a annoncé qu'elle avait refusé. « Diriger un journal 'centriste' ? Pas pour moi. Diriger un journal antidote aux extrémistes, la proposition m'a été faite. Elle est belle. Mais je souhaite consacrer plus de temps à l'écriture et au cinéma », a-t-elle déclaré.

Si CMI France parvient à composer son équipe de journalistes et d'éditorialistes pour cette nouvelle revue, dont un premier numéro pourrait être testé afin d'évaluer un marché potentiel de lecteur, le groupe ajoutera une nouvelle marque à son escarcelle de journaux. Contacté par puremedias.com, CMI France ne souhaite pas faire de commentaires « à ce stade ».

Source : *Pure médias* – 04.03.2021



3. TV – Radio – Web TV – Web Radio

M6 : CRÉATION D'UN SECRÉTARIAT GÉNÉRAL DES PROGRAMMES

Le groupe M6 a annoncé jeudi 4 mars le regroupement de ses pôles Direction des productions et Gestion des programmes sous un seul et même pôle intitulé « Secrétariat général des programmes ».

L'objectif est d'accélérer le projet de transformation, engagé depuis plusieurs mois, en vue de mutualiser ses activités de télévision linéaire et non linéaire, précise l'entreprise dans un communiqué.

Cette nouvelle direction est placée sous la responsabilité de Laurence Souveton-Vieille, jusqu'alors directrice des productions du groupe et nommée à cette occasion secrétaire générale des programmes du groupe M6 et rattachée à Thomas Valentin, vice-président du directoire en charge des antennes et des contenus.

Concernant la gestion des programmes, Anne Clerc administratrice des programmes, élargit son périmètre au non linéaire et à l'administration des droits et données. A ce titre, elle est promue directrice de la gestion et du pilotage économique des programmes, rattachée au secrétariat général des programmes. Pour l'accompagner dans ses nouvelles fonctions, Mylène Coisnard, administratrice des programmes, rejoint son équipe en tant que responsable de l'administration des programmes.

Source : *Satellifax* – 05.03.2021

RTBF : NOMINATION

Mme Sandrine ROUSTAN, ancienne directrice du développement international de Shanghai Média Group, ancienne directrice de *France 4*, et candidate à la présidence de France Télévisions en juillet dernier, a été nommée directrice générale du Pôle contenus de la RTBF.

Mme ROUSTAN, qui prendra ses fonctions le 29 mars prochain, poursuivra trois objectifs : « participer au déploiement du plan stratégique dans le respect des valeurs et missions de service public et des obligations du contrat de gestion » ; « impulser la stratégie de transition digitale de la RTBF au niveau des contenus du linéaire vers le délinéaire sans amoindrir la qualité de l'offre en TV et en radio » et « faire rayonner la RTBF, la spécificité culturelle belge et la francophonie à travers le monde ».

Source : *La Correspondance de la Presse* – 05.03.2021

OFFRE DE REPRISE POUR LES CHAÎNES DE VIA GROUPE SAS

Seul le groupe La Dépêche a déposé cette semaine au greffe du Tribunal de Commerce de Nîmes, une offre de reprise pour les chaînes de Via Groupe SAS, placé en redressement judiciaire au début du mois de février, a-t-on appris de sources concordantes.

Une audience s'est également déroulée ce mardi devant l'instance à Nîmes. Une nouvelle audience devrait être prévue le 30 mars pour examen de l'offre suite à l'avis rendu par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA).

Source : *La Correspondance de la Presse* – 05.03.2021