

les clés de +lapresse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

Les chantiers et les dossiers de la rentrée

Après vous avoir présenté, le 19 août, toute l'actualité et les événements qui ont marqué l'été, les *Clés de la presse* vous propose aujourd'hui les principaux chantiers et dossiers de la rentrée. Au programme, en attendant une hypothétique reprise de l'activité publicitaire, une forte activité éditoriale avec son lot de lancements, nouvelles formules et projets numériques en tous genres. Les éditeurs planchent également sur la mise en place de nouvelles activités de diversification, comme l'académie du style de *GQ*, l'ouverture à Paris d'un *Elle café* ou le lancement du *Monde festival*. Le quotidien désormais dirigé par Gilles Van Kote et Jérôme Fenoglio devrait d'ailleurs faire l'actualité avec la mise en place d'une nouvelle direction et le lancement d'une nouvelle formule. C'est également cet automne que *Nice matin* devrait avoir un nouvel actionnaire de référence, et que *Valmonde* et *Motor presse* pourraient changer de main. De nombreux quotidiens, relancés après-guerre, fêteront aussi leur 70^e anniversaire. Quant à la réforme du système de distribution, elle doit, de l'avis de tous, connaître une forte accélération. Etat des lieux en sept points.

1. Quelques lancements attendus après un 1^{er} semestre très riche

Avec un premier semestre 2014 assez riche en lancements ambitieux (*Happinez*, *Harvard business review*, *Gala beauty*, *l'Echo du Roussillon*, *Cuisine d'ici*, *Ballroom*, *le 1*, *Beef*, *Bottin gourmand*, *Télérama enfants*, *So foot junior*, *Notre temps santé*, *Pep's*, *le Journal de Lucky Luke*, *Silex*, *Rétro...*), les mois qui viennent s'annoncent a priori un peu moins chargés, même si plusieurs magazines sont d'ores et déjà annoncés, comme *Gourmand kids*, *Coucier cab* ou la création d'une nouvelle marque chez Prisma média. De son côté, *So press*, éditeur de *So foot*, *So film* ou encore *Doolittle*, planche sur un magazine de société, un newsmagazine à la sauce *So foot* qui devrait être quinzomadaire. Parmi les projets en cours, citons également *Brief me*, un nouveau service d'information sur mobile sur lequel travaille Laurent Mauriac, ancien fondateur de Rue89.

2. De nombreuses nouvelles formules sont annoncées

Après une première salve, particulièrement fournie au premier semestre, allant du *Télégramme* au *Figaro magazine*, en passant par *Elle*, *l'Aisne nouvelle*, *Sud Ouest*, *Science & vie*, *Top santé*, ou encore *Marie France*, *VSD* et *Closer*, la rentrée devrait être marquée par son lot de nouvelles formules. Après *Jalouse* en début d'année, les Editions Jalou vont ainsi revoir l'offre éditoriale de *l'Optimum* et de *l'Officiel*. De même, après avoir lancé en juin la nouvelle formule de *Nord littoral*, la filiale de *la Voix du nord* s'apprête à faire de même, fin septembre, avec ses neuf journaux hebdomadaires, dont *la Semaine dans le Boulonnais*, *les Echos du Touquet*, *le Réveil de Beccy* ou *l'Avenir de l'Artois*. Dans un autre domaine, neuf ans après sa création, *Altermondes*, titre de référence en matière de solidarité internationale, se lancera en kiosque le 18 septembre avec une formule entièrement revue et corrigée, puisque la ligne éditoriale, la maquette, la charte graphique, le rubriquage, la pagination et le format vont évoluer. Autres exemples de cette innovation éditoriale permanente, *France culture papier* proposera le 28 août à ses lecteurs un sommaire largement remanié, tout en gardant sa spécificité de revue culturelle réalisée à partir d'émissions de radio, et *Studio ciné live* (groupe Express Roularta) met en place des nouvelles rubriques pour la rentrée, ainsi qu'une nouvelle maquette et davantage d'enquêtes.

3. Une série d'investissements numériques

Les investissements concernent aussi le digital. De nouveaux quotidiens numériques devraient ainsi voir le jour prochainement. Après les éditions du soir de *Ouest-France* et de *Midi Libre*, *Challenges* et *la Tribune* préparent chacun un quotidien électronique pour septembre. Côté

A nos lecteurs

A juste Titres recherche un consultant spécialisé en vente au numéro
Prestataire de service pour le compte d'éditeurs de presse, A juste Titres recherche un(e) consultant(e) pour gérer la logistique et les ventes au numéro d'un portefeuille de magazines.
Les missions : optimiser les ventes, proposer des tirages, effectuer les réglages diffuseurs et dépositaires, analyser les résultats de vente, mais aussi conseiller les éditeurs sur des actions de promotion en vue de développer leur vente au numéro. De formation Bac +3 vente/commerce,
le/la candidat(e) dispose d'une expérience, si possible dans la gestion des ventes au numéro en presse magazine. Il/elle maîtrise les outils bureautiques Excel et Powerpoint et, si possible, les outils professionnels (SP3, SDIP et Iris pass).
Le poste (un CDI) est basé à Marseille.
Le salaire proposé oscille entre 22 000 et 30 000 euros annuel brut selon l'expérience.
En savoir + CV et lettre de motivation (avec prétentions salariales) doivent être adressés à
emploi@lesclesdelapresse.fr

Il reste des places pour notre formation sur la presse
Confrontée à une baisse de ses ventes au numéro et de ses recettes publicitaires, chahutée par l'émergence du numérique, la presse bouge

Web, l'hebdomadaire *Télé Z* doit revoir tout son dispositif digital. On surveillera aussi la mise en service du paywall du *Point*, promis à la rentrée. Quant au lancement de la nouvelle version de *Sofoot.com*, il faudra patienter jusqu'en novembre finalement, l'équipe souhaitant proposer un site entièrement repensé plutôt qu'un simple lifting de la version actuelle. Sur les supports mobiles, l'application de *Stratégies* et la nouvelle version de l'appli pour tablette de 20 minutes sont annoncées. Il n'y a plus qu'à attendre que les tablettes intègrent les mesures d'audience de Médiamétrie, puis de One global.

4. Toujours plus de diversifications

Pour trouver de nouvelles sources de revenus, les groupes de presse vont continuer à faire preuve d'imagination. Chez Condé Nast, une édition exceptionnelle d'*AD intérieurs* ouvrira ses portes le 6 septembre, au Musée des arts décoratifs. Elle durera plus de deux mois, devrait accueillir entre 50 000 et 100 000 visiteurs, pour un budget de 800 000 euros. Le 10 septembre, c'est *GQ* qui sera à l'honneur en inaugurant son Académie du style et ses séances de coaching. Au programme également, une déclinaison de la marque *Elle* inédite en France, sous la forme d'un *Elle café*. Il en existe déjà un au Japon, un autre au Vietnam. De son côté, *L'Express* va profiter de l'expertise de *l'Etudiant* en matière de salon, pour lancer début 2015, un salon sur le travail et la mobilité professionnelle. Quant au magazine *Au fait*, il va lui aussi étendre sa marque dans l'édition de livres, des partenariats avec des galeries pour mettre en avant les illustrateurs du journal, et des rencontres avec les lecteurs, notamment en région.

5. Des changements au Monde

Les prochaines semaines s'annoncent riches pour *le Monde*. Alors qu'il fête ses 70 ans, un documentaire, *les Gens du Monde*, dévoilera le 10 septembre les coulisses de la rédaction pendant la campagne présidentielle de 2012. Le réalisateur Yves Jeuland donne à voir comment s'organise la vie du quotidien et y fait sentir les bouleversements qui secouent la presse au plus près de ceux qui la font. Dix jours plus tard, la marque *le Monde* ajoutera une corde à son arc en lançant la première édition du *Monde festival*, les 20 et 21 septembre. Au programme, une vingtaine de débats et un spectacle, « *le Monde en scène* », mis en scène par Robert Carsen. En bonus, un concert sera organisé le 23 septembre, à l'Olympia.

C'est aussi à la rentrée que devrait être lancé le processus de nomination de la nouvelle direction. Pour rappel, Natalie Nougarère a quitté ses fonctions de directrice mi-mai alors que plusieurs rédacteurs en chef avaient annoncé leur démission, dénonçant en même temps l'organisation du journal. C'est Gilles Van Kote qui assure l'intérim depuis, accompagné de Jérôme Fenoglio à la direction des rédactions.

Des changements sont aussi à venir sur le print. En effet, le quotidien papier devrait s'offrir un coup de jeune avec une nouvelle formule. Sur le plan social, enfin, des actions sont attendues après l'annonce, au début de l'été, de la fermeture du Monde imprimerie pour 2015. Alors même que le projet Newsprint, ce nouveau centre d'impression presse et labeur (qui aura pour opérateur le groupe Riccobono), poursuivra son chemin.

6. La poursuite de la réforme du système de distribution

La réforme du système de distribution de la presse doit s'accélérer. C'est ce qu'estimaient Francis Morel, Pdg du groupe *les Echos*, et Carmine Perna, le directeur général de Mondadori France, dans un rapport remis peu avant Noël dernier au Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP). « *Le contexte actuel impose qu'éditeurs et messageries ne repartent pas dans un long processus de négociation, mais nécessite des décisions et des actions rapides* », soulignaient-ils, en préconisant notamment un rapprochement entre les deux messageries, Presstalis et MLP. Si l'on en est encore loin, le CSMP a néanmoins avancé sérieusement ces derniers mois sur la mise en place du schéma directeur des dépositaires de presse, sur l'évolution de la rémunération des diffuseurs et, cet été, sur la définition d'un cahier des charges pour la création d'un système d'information commun aux messageries. Seul problème, la baisse des ventes au numéro et, plus globalement, les difficultés économiques de la presse, continuent de fragiliser des acteurs qui ont du mal à dégager des fonds pour accélérer la réforme du système de distribution. A tel point que les MLP, qui viennent de se doter d'une nouvelle gouvernance, demandaient encore en juin la signature d'un pacte stratégique de la distribution, associant tous les acteurs de la filière. « *Nous voulons continuer à être un acteur de la restructuration du secteur*, expliquait Véronique Faujour, nouvelle présidente des MLP, *mais nous voulons une juste répartition des aides et des contributions* ». C'est l'objet de ce pacte que les MLP souhaitent voir négocier et signer le plus vite possible.

7. Des anniversaires en cascade

La Libération de la France, en 1944, a permis la naissance de nombreux quotidiens sur tout le territoire national. Parmi ceux qui fêtent ainsi leurs 70 ans cette année, notons *Ouest-*

et il est souvent bien difficile de suivre toutes ces évolutions. Pour s'en sortir, les éditeurs doivent faire preuve d'imagination et d'innovations. Pour mieux vous aider à comprendre cette mutation, et dessiner des pistes de réflexion, les Clés de la presse relance, le 1^{er} octobre prochain, sa formation *Toute la presse en 9 leçons*. Un tour d'horizon des enjeux du secteur, à travers son nouvel environnement, ses acteurs, ses mutations, ses innovations (éditoriales, commerciales, marketing), ses nouveaux modèles économiques, la place du numérique, le potentiel de la marque... Une mise à niveau indispensable.

En savoir +
www.lesclesdelapresse.fr/nos-formations/liste-des-formations/

Coulisses

Les tarifs presse 2015 seront connus le 7 novembre
C'est le vendredi 7 novembre que les éditeurs et les régies de toutes les familles de presse (presse quotidienne nationale, régionale, payante et gratuite, presse magazine, presse hebdomadaire régionale, presse spécialisée) publieront les tarifs de publicité 2015 de près de 450 supports.

Talents

Annie Gomez, ex-Verso *femina*, rejoint Bauer média France en qualité de directrice de la rédaction de *Maxi*, à compter du 27 août.
Thierry Langlois, ex-France 3, rejoint Canal+ au poste de directeur des chaînes thématiques.
Julien Stricker est promu responsable développement de l'offre et marketing stratégique de Securitas direct France.
Anne Bianchi, directrice de la rédaction de *Be*, a profité de la clause

France, Sud Ouest, la Dépêche du midi, Nice matin, la Charente libre, Paris normandie, le Courrier de l'ouest, le Maine libre, Midi libre, la Nouvelle République du Centre-Ouest, ou encore le Dauphiné libéré côté quotidiens régionaux. Ajoutons le Parisien et le Monde pour la presse quotidienne parisienne. Et n'oublions pas l'AFP, qui livra sa première dépêche à vélo avant même que Paris ne soit libéré, le 20 août 1944, ou encore le magazine Point de vue. Tous ces journaux ou presque en profitent pour faire découvrir leur histoire à leurs lecteurs, dans leurs colonnes, sur leur site Internet ou dans des hors-séries.

Dans un tout autre style, le Journal de Mickey, lui, fête ses 80 ans. A cette occasion, un nouveau site Web et des applications mobiles devraient enrichir son offre. Quant au féminin Marie Claire, il souffle ses 60 bougies avec un numéro double, l'un sur « la femme aujourd'hui », l'autre sur « la femme demain ». Enfin, l'ESJ Lille célébrera ses 90 ans en octobre. Cette année 2014 aura été riche pour l'école dont les statuts ont été modifiés. En cette rentrée, elle lance aussi une formation post-bac en partenariat avec les universités lilloises, permettant d'initier au journalisme et de préparer les concours des écoles. [Une enquête de la rédaction](#)

Coup de fil à... Bertrand Beaudichon

« Avec les Rencontres de l'Udecam, nous voulons passer un message de pêche et d'espoir »



Le 4 septembre, les Rencontres de l'Udecam vont relancer l'année des agences médias. Réunissant tous les acteurs du secteur, elles vont être l'occasion d'aborder les problématiques actuelles au fil des interventions et tables rondes. Avec déjà 1 400 inscriptions enregistrées, elles devraient accueillir un peu plus d'annonceurs que d'habitude. Une satisfaction pour Bertrand Beaudichon, président de l'Udecam.

Les Clés de la presse. A quoi doit-on s'attendre pour ces 4^{mes} Rencontres de l'Udecam ?

B.B. L'objectif est de rassembler tout le marché et de passer un message de pêche et d'espoir à un secteur un peu déprimé. Avec le thème « Fast forward », nous voulons montrer l'accélération formidable que nous connaissons depuis quatre ou cinq années, due à l'avènement du digital. C'est une façon de célébrer tout ce que le digital permet de nouveau. D'autant que la France s'en sort bien dans le digital et a beaucoup d'atouts.

C'est-à-dire ?

B.B. La France a une capacité à s'adapter aux nouvelles technologies hors-normes par rapport au reste de l'Europe. Il faut voir la part du RTB et des adexchanges. Le RTB, c'est aujourd'hui 17 % du total display, ce sera 20 à 25 % à la fin de l'année. C'est autant qu'au Royaume-Uni, mais plus qu'aux Etats-Unis. Nous avons une capacité d'absorption forte.

Quel va être le temps fort de ces rencontres ?

B.B. On va avoir l'intervention de grands annonceurs, comme Serge Papin (Système U) ou Stéphane Richard (Orange), de Martin Sorrell (WPP), ou encore d'un psychologue spécialisé dans l'acquisition du langage et de la communication chez les jeunes enfants. Il nous parlera de la génération Z, qui a un écran dans les mains avant même de savoir parler, le public de demain...

Vous aviez organisé une matinée de rencontres en mars. Allez-vous renouveler cette expérience ?

B.B. Cette édition spéciale était centrée sur une thématique plus technique, l'achat programmatique. On peut imaginer une ou deux éditions par an comme celle-ci, sur une demi-journée, en plus des Rencontres du premier jeudi de septembre. Il faudrait en faire une sur la data d'ici à la fin de l'année.

De façon générale, comment s'annonce l'année à venir ?

B.B. On s'attendait à une année 2014 un peu meilleure et finalement, nous allons être flat, même flat moins. Internet et la télévision sont les deux médias qui s'en sortent le mieux. Ce n'est pas si mal pour la radio. En revanche, l'année a été très violente pour la presse, qui a plus souffert encore que d'habitude. J'espère que 2015 sera meilleure. [Propos recueillis par J.I.](#)

Institutionnel

Un nouvel interlocuteur au ministère de la Communication pour les éditeurs de presse

Un nouveau ministre de la Communication devrait être nommé le 26 août au sein du nouveau gouvernement Valls. La titulaire du poste, Aurélie Filippetti, annonce dans

de cession pour quitter ses fonctions.

Corentin Monot, ex-TBWA Paris, rejoint CLM/BBDO comme directeur du planning stratégique.

En bref

Le service de trading mondial d'achats programmatisques Affiperf de Havas devient partenaire mondial de l'offre One d'AOL platforms, solution d'entreprise destinée aux marques, aux agences et aux éditeurs, qui permet d'automatiser ses dépenses de display, mobile, vidéo et TV traditionnelle.

Condé Nast s'apprête à céder *Women's wear daily (WWD)*, considérée comme la bible des professionnels de la mode et de la beauté, au groupe Penske média corporation, propriétaire de *Variety*. Le groupe américain ne cède pour l'instant que les actifs américains de Fairchild, et conserve les deux sites Internet grand public, *Style.com* et *NowManifest*.

Le Monde interactif (MIA) et la Société éditrice du Monde (SEM) fusionneront juridiquement avant la fin de l'année. « Après plusieurs mois de discussions, un accord a été trouvé et cinq organisations syndicales de la SEM et du MIA ont signé l'accord d'harmonisation des statuts des rédactions du Monde », annoncent le directeur du Monde, Gilles van Kote, et le président du directoire, Louis Dreyfus, dans une lettre aux salariés du journal. Ce projet de fusion sera présenté aux représentants du personnel en septembre.

Le site de l'Express styles sera totalement modifié d'ici à la fin du mois d'août. La nouvelle maquette, inspirée de Pinterest, laissera une place prédominante

une lettre ouverte publiée par *le Monde*, les raisons pour lesquelles elle ne souhaite pas participer au prochain gouvernement. Pour elle, « le débat qui a été ouvert (par Arnaud Montebourg, NDLR) sur la politique économique est salutaire et nécessaire ». En rappelant avoir été loyale vis-à-vis du gouvernement à l'occasion de la fermeture des hauts fourneaux de Florange (contre laquelle elle avait lutté en tant qu'élue locale), puis lors des baisses de budgets de son ministère, Aurélie Filippetti préfère « la loyauté à mes idéaux » plus qu'à une politique économique qu'elle réprouve, et ne pas être « candidate à un nouveau poste ministériel »... qu'elle n'aurait peut-être pas obtenu. Les professionnels du secteur auront donc un nouvel interlocuteur au ministère de la Communication.

Presse quotidienne

Médiapart révèle le financement de *l'Opinion*

 *L'Opinion*, né en mai 2013, a été financé aux deux-tiers par Bernard Arnault et par la famille Bettencourt, propriétaire de L'Oréal, a révélé Médiapart le 22 août en publiant des documents déposés au tribunal de commerce. Sur les 16,8 millions d'euros réunis en deux ans par le fondateur du journal, Nicolas Beytout, 6 millions ont été apportés par la filiale de LVMH (5 millions en 2012 et 1 million cet été), et 5,2 millions par la famille Bettencourt (3,2 millions en 2012 et 2 millions cet été), via sa holding Thetys. Parmi les autres actionnaires figurent notamment Pierre Esnée (un spécialiste de l'immobilier), Jean-Pierre Savare (Oberthur) et Bruno Bich (propriétaire du groupe Bic)... sans oublier Nicolas Beytout lui-même, qui a investi personnellement 120 000 euros.

Audiovisuel

TF1 signe un accord avec Walt Disney pour les productions Marvel et Star Wars

 Les groupes TF1 et Disney ont conclu un accord portant sur les films inédits des studios Marvel, ainsi que sur les nouveaux longs métrages et les films de catalogue qui constituent la saga Star Wars. Cet accord, qui inclut la diffusion de ces œuvres via les nouveaux supports de diffusion mobiles, porte également sur les droits TV des prochaines séries « live action » signées Marvel. « Cet accord est une formidable opportunité pour le groupe TF1, qui offrira à nos chaînes un accès privilégié à d'immenses succès comme *Les gardiens de la galaxie* et les prochaines sorties de franchises mondialement connues comme *Star Wars* épisode VII ou *Avengers : age of Ultron* », estime Benoit Louvet, directeur général adjoint acquisition et négociation des droits audiovisuels du groupe TF1. Ces nouveaux films viennent enrichir un portefeuille de droits qui nous permet d'offrir à nos publics le meilleur de la production mondiale ».

Presse magazine

La restructuration des activités françaises de Roularta média group pèse sur ses comptes

 Roularta média group a réalisé au premier semestre 2014 un chiffre d'affaires combiné de 338 millions d'euros, en baisse de 3,1% par rapport au 1^{er} semestre 2013. Le chiffre d'affaires de la division Médias imprimés a diminué de 4,9%, à 254,7 millions d'euros. Une tendance qui s'explique notamment par la baisse de l'activité française, due à un recul des recettes publicitaires, mais aussi la cessation du mensuel *l'Entreprise* et la fusion des magazines *Maison magazine* et *Maison française*. Comme le rappelle la direction financière dans un communiqué, « plusieurs petites restructurations sont toujours en cours en France. La restructuration appliquée dans le cadre du plan social PSE (plan de sauvegarde de l'emploi) y est en cours d'exécution. L'ensemble de ses effets positifs n'apparaîtra que d'ici la fin 2015 ».

aux images, qui seront toutes en haute définition.

Selon l'Arcep, le parc français de cartes SIM a atteint au 2^{ème} trimestre 78,437 millions, en croissance de 886 000 en un trimestre.

Institutionnel

Le chiffre d'affaires de la presse écrite toujours en baisse selon la DGMIC

Selon l'enquête rapide de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC), la presse écrite a enregistré en 2013 un recul de 5,3% de son chiffre d'affaires, à 8,255 milliards d'euros.

« Ce sixième recul consécutif est le plus proche de celui observé en 2009 (-7,8%) », soulignent les auteurs de l'étude,

pour qui « il est clair que la presse s'installe de façon durable dans une phase négative ». La baisse est particulièrement forte sur le chiffre d'affaires publicitaire (-8,47%), et concerne autant la publicité commerciale que les recettes d'annonces.

Les ventes, elles, reculent de 3,46%, en particulier les ventes au numéro (-5,91%). Un chiffre qui correspond à peu près au bilan que vient de communiquer Presstalis, qui évoque une baisse de 10,5% en volume et de 6,5% en valeur (par rapport à 2012).

Pour la DGMIC, l'Internet reste encore « une source de revenus mineure pour la plupart des éditeurs de presse », puisque la barre des 5% est à peine franchie en 2013. Seules exceptions, la presse technique et professionnelle et la presse gratuite d'annonces sont bien plus avancées, avec 19,7% et 43,7% de leurs recettes en 2013.

Veille

Audiovisuel

Arte se penche sur les bouleversements de la presse

 Ce mardi 26 août, à 22 heures, Arte diffuse un documentaire intitulé « Presse : un monde sans papier ». Les enquêteurs, Marie-Eve Chamard et Philippe Kieffer, ex-journalistes à Libération, avaient envie de faire un film sur les changements générés par la révolution Internet dans la presse, comme nous l'explique Pierre-Olivier François, le réalisateur.

« C'est un sujet qui préoccupe énormément et suscite beaucoup de questions, estime le réalisateur du documentaire, car la presse est vue comme un élément qui nourrit le débat public. Entre la crise et les bouleversements numériques, cette problématique a tellement de facettes que nous avons voulu mettre les choses à plat, pour clarifier le débat ».

Comme le documentaire est produit pour Arte, ils ne devaient pas se focaliser sur le point de vue français. « D'autant que la presse en France est particulière et suit une évolution qui est déjà beaucoup plus avancée aux Etats-Unis, et qui se déroule différemment en Allemagne ou en Angleterre », poursuit-il. Il était aussi important de montrer un pays où la presse se porte bien. L'Inde s'est imposé car un quotidien acheté sur cinq aujourd'hui est indien.

Une révolution en direct

Le tournage s'est déroulé entre 2011 et 2013, les enquêteurs ont assisté à cette révolution en direct. En allant deux fois au Monde, à deux ans d'intervalle, ils ont vu les mentalités changer au sein de la rédaction par exemple. Malgré tout, ils ont constaté « un pessimisme assez fort en France. Aux Etats-Unis, les journaux ont déjà vécu ce qui arrive en France actuellement : des titres ont disparu, d'autres sont déjà dans le tout numérique. Ils sont dans une phase au-delà, selon Pierre-Olivier François. En Allemagne, les groupes de presse sont plus puissants. Les journaux sont en moins mauvaise santé financière car les Allemands sont mieux éduqués à payer. Ils ont plus de revenus publicitaires car ils ont évité de perdre les petites annonces. Mais ils ont tout de même des inquiétudes. En Angleterre, il faut voir l'exemple du Guardian, troisième site journalistique au monde, alors même qu'il a failli mettre la clef sous la porte ».

Au bout du compte, avec ces exemples ponctués de nombreux entretiens de journalistes, d'éditeurs, de philosophes, de personnes travaillant dans l'univers des jeux vidéos, de vendeurs de journaux... l'enquête montre que même si l'évolution technologique est rapide, si « personne n'a trouvé de solution miracle pour remplacer le business model de la presse », si la situation est complexe, beaucoup trouvent la période formidable pour l'information (moins pour les journaux). « Ce n'est pas la fin du monde. C'est une révolution intellectuelle, industrielle, technologique qui ouvre beaucoup de perspectives ». *Jessica Ibelaidene*

Salon

Les inscriptions pour la Presse au futur sont ouvertes

La 8^e édition de la Presse au futur propose une nouvelle fois « d'explorer pendant deux jours les solutions et les perspectives du monde de la presse et de ses évolutions », que ce soit en matière digitale, sur le plan de la diffusion ou en termes de développement commercial. Plus de 50 exposants et 900 visiteurs sont attendus cette année.

Parmi les nouveautés de l'année, citons « la presse, vue d'ailleurs », pour présenter un panorama européen de la presse et l'intervention de speakers américains « qui révéleront les facteurs clés de succès outre-Atlantique ».

Une journée entière sera par ailleurs consacrée à la diffusion avec petit-déjeuner, stands, conférences, et ateliers-solutions.

Enfin les trophées de l'innovation presse, qui récompenseront les meilleures innovations du secteur, auront lieu pour la première fois à l'Unesco.

Inscription gratuite.

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

www.lapresseaufutur.com

la pige de la presse



Rétro

Pacution 27 juillet

Famille Presse consacrée aux people

Péridicité Trimestriel

Prix 1,50 € Editeur Bauer

média, 7 rue Watt, 75013 Paris

Contact pub 01 40 22 75 00

Contact régie 01 47 70 55 66

Concept Magazine sur l'actualité des stars d'hier et d'aujourd'hui.

Directeur de la publication Nicolas Sauzay



Rire et chansons jeux

Pacution 30 juillet Famille Presse consacrée aux jeux

Péridicité Trimestriel

Prix 3,90 € Editeur CRB

publication, 142 rue Aristide-Briand, 92300 Levallois-Perret

Contact 01 55 46 89 52

Concept Magazine avec grilles de jeux et informations humoristiques.

Directeur de la publication Cyril Bonnan



Variation

Pacution 9 août Famille Presse féminine.

Péridicité Trimestriel

Prix 4,00 € Editeur Groupe Riccobono,

115 chemin des Valettes, 83 490 Le Muy

Contact 04 94 19 54 57

Concept Magazine généraliste haut de gamme proposant deux couvertures à chaque numéro.

Directeur de la publication Jean-Damien Riccobono

L'agenda

28 août

Presse pro organise son traditionnel petit-déjeuner *Focus presse*, autour du thème « Comment faire de la performance en BtoB ? Les différents modèles de campagnes marketing et communication ». En présence de Xavier de Cuverville (groupe Atlantic), Stéphane Dumont (Sage), Edmond Espanel (Editorialis) et Gérard Julien (groupe France Agricole).

4 septembre

Les 4^{èmes} rencontres de l'Udecam signent la rentrée du secteur. Avec pour thème la signature Fast forward, l'Udecam a souhaité souligner « le bouillonnement qui caractérise l'univers numérique, l'adaptation permanente qu'il impose [...], mais aussi les opportunités qu'il offre ». Toute la journée, interventions et tables rondes viendront illustrer ces bouleversements.

En savoir +
rencontres2014.udecam.fr/

4 septembre

Le 16^{ème} Grand prix des médias de *CB news*, en partenariat avec le Club des annonceurs, Kantar média, Médiamétrie, Solocal et l'Udecam, se déroulera au pavillon Champs-Elysées, à Paris, à partir de 19 h 30.

Inscription pixelexpe.com

7-11 septembre

Le Rendez-vous de TV France international fête sa 20^{ème} édition à Biarritz.
En savoir + www.tvfrance-intl.com/fr/evenements/presentation/fiche/251_le-rendez-vous-2014_.html

16 septembre

A l'occasion du lancement en kiosque et sur le Web

de la nouvelle formule d'*Altermondes*, la revue trimestrielle met en place une conférence-débat sur « Médias et citoyens : de nouvelles pratiques journalistiques en réponse à la crise ». Rendez-vous à 11h, à la Maison de métallos (Paris 11^{ème}).

17 septembre

Ouest médialab profite du Nantes digital week pour préparer une journée de formation un peu particulière. Au programme, 30 tutoriels présentés par 30 intervenants, d'une durée de 30 minutes, pour découvrir les outils pour créer, produire, gérer et diffuser des contenus numériques.
En savoir +
medialabspeedtraining.fr/

18 septembre

Le 21^{ème} CFPJ lab s'interrogera sur les « réseaux sociaux : liberté d'expression et droit à l'oubli », en présence d'Eric Scherer et de Benoît Thieulin.
En savoir +
<http://lab.cfpj.com>

19 septembre

Les Assises du marketing évoluent. Pour leur 11^{ème} édition, elles deviennent le Marketing trend day. Une journée au pavillon Gabriel aura pour fil rouge « Allez à l'essentiel, pensez clients ! ».
En savoir +
www.lesechos-events.fr

25 septembre

La 2^{ème} édition de l'Innovation day, organisée par la Wan-Ifra en partenariat avec les Clés de la presse, s'intéressera au mobile et au Web social. L'occasion de montrer des exemples de stratégies mobiles, notamment du *Figaro* et d'Euronews.

Retrouvez tout l'agenda sur www.lesclesdelapresse.fr/

Veille

Consultation sur les bandes de fréquences « libres »

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep) lance une consultation publique sur l'utilisation des bandes de fréquences libres, comme le Wifi par exemple. Cette initiative fait écho au rapport de Joëlle Toledo, sur la gestion dynamique du spectre pour l'innovation et la croissance, remis au gouvernement le 30 juin. Elle aidera à préparer un projet de décision de l'Arcep, sur les dispositifs à courte portée et permettra d'approfondir la vision sur les usages et les besoins à venir dans les bandes libres.

Appel à candidature pour le prix photo AFD

Le prix photo AFD, réservé aux professionnels de la photographie, a pour objectif de faire connaître les enjeux de développement des pays du Sud et de mettre en valeur le travail des photographes. Pour cette troisième édition, trois prix seront remis le 16 décembre à la Maison européenne de la photographie : pour le meilleur projet de reportage photo (avec Polka, financement de 15 000 euros pour un reportage et publication dans le magazine) ; pour le meilleur reportage photo (5 000 euros, avec Réponses photo) ; et pour le meilleur Web-documentaire (avec Nikon, un reflex numérique et un objectif d'une valeur de 3 600 euros). Les candidatures doivent être envoyées avant le 31 octobre.

En savoir + www.afd.fr/prix-photo-afd

Les échos du marché pub

La Fiac s'invite dans Beaux arts magazine

Beaux arts magazine consacrera un numéro spécial à l'occasion de la Fiac, avec un dossier important sur l'événement, ses coulisses... Il bénéficiera d'une mise en place exceptionnelle de 100 000 exemplaires, d'une diffusion au sein de la manifestation et d'une forte promotion (affichage points de vente, mise en avant caisse, partenariats médias...). Parution : 18 octobre (daté de novembre 2014). Bouclage commercial : 24 septembre. Tarif : 9 500 euros hors taxe page quadri recto cœur de dossier.



Abonnement 260 euros TTC

[dont TVA à 2,10 %] par an pour 6 magazines papier et 90 lettres électroniques.

Impression Magenta point, BP 9, 17 380 Tonnay-Boutonne.

Tél.: 09 65 34 27 34

Les Clés de la presse est édité par la société Jouillat Presse, Sarl au capital de 16 000 euros, immatriculée au RCS de Nanterre (n°479 276 396).

Siège social

8, rue Amaury-Duval, 92 120 Montcouy

Code Naf : 5813Z. ISSN : 1777-3059

Numéro de commission paritaire : 0314 I 87643.

Dépot légal: août 2014.

Toute reproduction interdite et passible de poursuites.

Les Clés de la presse.

12 rue Gabriel Pégi
BP 5, 92 122 Montrouge Cedex

Tél. 01 46 55 88 40

www.lesclesdelapresse.fr

Directeur de la publication

Didier Falcond

Rédaction Jessica Ibelaidene (01 46 55 88 42),

Marie-Christine Lipani et Christine Monfort.

Illustrations et infographies

Félé

Conception graphique

Les Designers Anonymes.

Site Internet: CVMH solutions

Publicité En interne.

Nous contacter au 01 46 55 88 40.