

MÉDIAS

Par Marc Baudriller

TÉLEX Le 11 mars, l'émission *Capital*, présentée par Thomas Sotto sur M6 recevra en direct le candidat PS à la présidentielle, François Hollande.

La Tribune bascule vers de nouveaux défis

Les auditeurs de **RMC** pourront bientôt suivre les émissions, en images, en direct des studios. La station met en effet la dernière main à l'installation de caméras. Les vidéos seront retransmises sur Internet, smartphones et tablettes.

Alain de Pouzilhac, le patron de l'AEF, considère que les obstacles juridiques à la fusion de **France 24** et **RFI** sont levés. Il a donc fixé le calendrier de déménagement des salariés de RFI à Issy-les-Moulineaux, étalé de début mars à fin juin.

La présence de François Lenglet pour interviewer le président de la République le 29 janvier est perçue comme une grande victoire au sein de **NextRadioTV**, qui a beaucoup bataillé en ce sens, son président Alain Weill en tête.

Rémy Pflimlin, président de **France Télévisions**, a demandé la préemption de deux canaux de la TNT dans l'appel d'offres en cours : le gouvernement n'a même pas répondu.

Malgré son développement dans la vidéo à la demande, **Video Futur** croit toujours à l'importance d'un réseau de boutiques : il veut s'implanter dans au moins une ville par mois.

« **LA TRIBUNE VOUS SALUE BIEN.** » Avec ce titre ironique sur fond noir enflammé, le journal clôt une nouvelle période de son histoire mouvementée. Sur 165 salariés, 115 quittent l'entreprise avec amertume. En moins de deux mois, ce sont deux titres nationaux, *France-Soir* et *La Tribune*, qui ont ainsi abandonné l'information quotidienne sur papier, au prix d'un plan social important. Désormais présidée par **Jean-Christophe Tortora**, *La Tribune*, qui n'a été rentable que sur un seul exercice (en 2000), s'engage sur une autre voie.



DR

A terme, Jean-Christophe Tortora et Cyril Zimmermann, de Hi-media, devraient détenir respectivement 65% et 25% des parts, et les salariés quelque 10%. Les repreneurs misent avant tout sur le Web. La nouvelle *Tribune* conjuguera une couverture de l'actualité chaude en ligne – le site entend passer de 2 à 3 millions de visiteurs uniques mensuels d'ici à 2013 –, une couverture

régionale appuyée sur les magazines économiques du GIE France Economie Régions et sur un tabloïd hebdomadaire national paraissant le vendredi, ouvert notamment sur l'international. « *Nous aurons un traitement privilégié des pays émergents, les BRIC et l'Algérie* », explique Cyril Zimmermann. La société vise l'équilibre en 2013.

Dans ce positionnement, *La Tribune*, qui a beaucoup souffert du leadership des *Echos*, trouvera d'autres concurrents. Elle ne manque pas d'atouts, mais devra batailler pour rétablir son image sur le terrain publicitaire comme auprès des lecteurs. Le titre devra en effet faire face au *Nouvel Economiste*, au quotidien financier en ligne L'Agefi ou au *Journal des entreprises*. Décliné en 19 éditions présentes dans 22 départements, ce réseau de magazines économiques régionaux génère 5 millions d'euros de chiffre d'affaires avec un effectif de 80 personnes, dont 40 journalistes, 20 commerciaux et une soixantaine de pigistes. Filiale en pleine croissance du quotidien régional *Le Télégramme*, le *Journal des entreprises* poursuit de grandes ambitions sur Internet. ■

Les Français sondés par **Médiamétrie** renâclent de plus en plus à répondre. Pour l'étude de référence sur l'audience des radios, il faut 39 appels pour obtenir un questionnaire complet, contre 23 en 2006.

Les équipes de France Télévisions ont été surprises de l'intensité des applaudissements lorsque François Hollande a annoncé au Bourget, vouloir revoir le mode de nomination des **présidents de l'audiovisuel public**.

« **Apple** m'a expliqué que, de tous les pays européens, c'est en France que la croissance de son chiffre d'affaires dans la musique est la plus forte », rapporte le député UMP Franck Riester.

Charles-Henri d'Avigny (OpinionWay) lance **BDSphère**, une plateforme numérique d'information et de loisirs dotée d'un magazine hebdomadaire en ligne réservé aux abonnés ou aux lecteurs des journaux partenaires.

Les maisons d'édition hésitent à recourir aux fonds du grand emprunt débloqués pour la **numérisation des livres**, ce qui désespère Frédéric Mitterrand. Préféreraient-elles signer avec Google, comme Hachette ?

Le retargeting ciblé par Bruxelles

Vous surfez sur le Net, vous êtes brusquement dénudé et vous l'ignorez. « *Sur Internet, vous vous dévoilez toujours plus que vous ne le pensez* », clame la vidéo de la Commission européenne depuis le 25 janvier, jour de la présentation de la directive sur la protection des données sur Internet.

Cette directive élargit les données personnelles aux cookies, ces marqueurs qui permettent aux sites de suivre « anonymement » l'internaute pour pratiquer un ciblage publicitaire (*retargeting*). Si vous vous êtes intéressé à un produit, il

réapparaîtra, lui ou un équivalent, comme par hasard sur votre écran. Selon Criteo, un leader du secteur, le *retargeting* accroît de 600% le taux de clics. « *Cette technique représente aujourd'hui 15% des publicités achetées sur les places de marchés Ad-Exchange* », souligne Hugo Lorient, directeur média de Fifty Five, spécialiste de l'analyse de données. La croissance du *retargeting* devrait donc exploser. Mais les consommateurs pourront, à plus ou moins long terme, choisir plus facilement de refuser ces cookies. **S. B.**