

Retrouvez-nous tous les jours sur  
[www.lemediaplus.com](http://www.lemediaplus.com)

# média+

le quotidien des professionnels des médias

Jeudi 5 mars 2009

## Ça reste entre nous

### TF1 développerait la suite des «Mystérieuses Cités d'or»

Selon nos informations, TF1 développerait actuellement la suite de la série d'animation «Les Mystérieuses Cités d'or» pour 3 séries de 26x26' produites par *Spirit Productions*. La chaîne travaillerait avec les auteurs, réalisateurs, et musiciens d'origine. A noter que la série pourrait être à l'antenne de TF1 dès 2011.

### «Babar» et «Maya L'abeille» de retour sur TF1 ?

TF1 serait en préparation de nouveaux épisodes de «Babar» en 3D coproduits par *Teamto* et *Nelvana* pour une diffusion prévue en 2010. La chaîne privée plancherait d'autre part sur le retour de «Maya L'abeille» en 3D pour sa case jeunesse.

## Au Sommaire (nos principaux titres)

### p.2 • Espace Prod :

Entretien avec ... Mehdi Harbaoui, P.-D.G. de *Little Big Prod*

### p.3 • Actu des chaînes :

Faute d'audience, «Brigade Navarro» sur TF1 n'aura pas de suite

### p.4 • Actu des chaînes (Suite) :

Chaînes payantes d'Orange: 300 000 abonnés fin février, selon Orange

### p.5 • Aujourd'hui dans le monde :

ITV : forte perte liée à des dépréciations, supprime 600 emplois

### p.6 • Droits TV :

Coupe de la Ligue - Droits TV - Vers un deuxième tour pour l'appel d'offres

### p.7 • Justice :

Télespectateurs gênés par des éoliennes: la justice ordonne une expertise

### p.8 • Audiences et Commentaires

## A la Une

### Martin Bouygues exclut de vendre TF1 malgré ses difficultés actuelles

Martin Bouygues, P.-D.G. du groupe Bouygues, a exclu mercredi de vendre TF1 malgré ses difficultés actuelles, se déclarant «très attaché» au groupe audiovisuel pour des raisons, entre autres, «sentimentales», lors de la présentation des résultats de Bouygues. Interrogé sur une vente éventuelle de TF1, dont Bouygues détient quelque 43%, M. Bouygues a déclaré: «Sûrement pas! (...) Cela servirait à quoi? Je suis très attaché à TF1, et pour plein de raisons, dont une qui est stupide car elle est sentimentale. Avec Francis (Bouygues, son père: ndlr), il y a maintenant presque 22 ans, TF1 a été une aventure que j'ai vécu de près et qui a été très formatrice pour moi». «Dieu sait que je suis tous les jours aux côtés de Nonce (Paolini, P.-D.G. de TF1: ndlr) pour le soutenir dans cette période un peu compliquée. TF1 a été privatisée il y a 22 ans dans quelques semaines, et en 22 ans, la France a connu quelques crises économiques, mais pas TF1. Et bien là ça y est, on y a droit. On va s'adapter et c'est ce qu'on fait», a déclaré Martin Bouygues. Mais loin d'être «un modèle foutu», TF1 reste «un modèle viable, qui a un réel avenir», malgré la crise qui pèse sur les recettes publicitaires et un univers concurrentiel qui a beaucoup changé avec le succès de la TNT, a ajouté le P.-D.G. Selon lui, TF1 reste pour les annonceurs «incontournable» en raison de sa part d'audience qui reste très supérieure à celle de ses concurrents, malgré l'effritement observé ces dernières années. Quant à l'absence de certains annonceurs des écrans de TF1 début 2009, comme Danone par exemple, Martin Bouygues a expliqué qu'il y avait «en permanence un rapport de force entre clients et fournisseurs». «On n'a pas de difficulté particulière avec Danone, qui était absent en janvier, qui est revenu (...). Il est normal que les annonceurs en cette période difficile remettent tout en cause, y compris leur budget d'investissement», a-t-il déclaré. Le groupe TF1 a dégagé en 2008 un bénéfice net de 164 millions d'euros, en chute de 28%, pour un chiffre d'affaires en repli de 5,3%. Ses dirigeants tablent sur un repli de 9% du chiffre d'affaires pour 2009. Depuis fin février, la capitalisation boursière de TF1 est passée sous celle de M6 (à 1,32 milliard d'euros mercredi à la mi-journée contre 1,327 milliard pour son rival).

### L'Association des chaînes privées contre les taxes sur la publicité

L'Association des chaînes privées (ACP) regrette la validation par le Conseil constitutionnel de la taxe sur la publicité télévisée et demande un moratoire sur les taxes créées par la loi relative à la communication audiovisuelle. Dans un communiqué publié mercredi, l'ACP qualifie d'«infondée» et «inopportune» cette taxe instituée dans le but de compenser une partie de la perte de recettes résultant de la suppression partielle des écrans publicitaires sur France Télévisions. L'Association relève «l'absence de «l'effet d'aubaine» ayant justifié la mise en place de cette nouvelle contribution». Citant Yacast, spécialiste de la mesure publicitaire, elle souligne que «TF1 et M6 ont vu leurs chiffres d'affaires publicitaires diminuer respectivement de 11% et 13% après 20h00 lors des six premières semaines de 2009». L'ACP assure que «cette taxe ne manquera pas de déséquilibrer l'ensemble du secteur audiovisuel» dont les chaînes privées financent «la majeure partie de la production». L'Association «appelle de ses vœux la mise en oeuvre d'un moratoire sur l'ensemble des taxes créées par la loi».

• **Les Dirigeants :**

- Mehdi Harbaoui
- Lionel Stan

• **Coordonnées:**

17 rue du Parchant  
92100 Boulogne Billancourt

• **Date de création :**

2004

• **Productions :**

«12 Cœurs», «Love Car Wash» «NRJ Studio Live» (NRJ 12); «RIP, Chasseurs de fantômes» (W9); «Made» (MTV); «Un candidat pour l'Eurovision» (France 3), «Ma Nounou est une Célébrité» (M6)...

**Entretien avec ... Mehdi Harbaoui, P.-D.G de *Little Big Prod***

**média+ :** *Adventure Line Production (ALP)* serait en préparation d'une émission de télé-réalité pour TF1 intitulée «Hôtel VIP». Or, *Little Big Prod* a déclaré avoir développé en mai 2005 «Celebrity Palace», le frère jumeau de l'émission. Quelle a été votre réaction ?

**Mehdi Harbaoui :** En effet, nous avons constaté qu'*Adventure Line* développait exactement le même concept que le nôtre. En juin 2005, nous avons vendu les droits de commercialisation pour 6 mois à *Freemantle* qui était à l'époque représenté par Bibiane Godfroid, elle avait adoré le concept. Elle avait démarché TF1 dont le directeur des programmes était Franck Firmin Guion, actuellement président d'ALP. Nous attendons d'avoir des explications !

**média+ :** Comment s'est passée votre collaboration avec la chaîne SciFi ?

**Mehdi Harbaoui :** Nous avons produit pour la chaîne SciFi «Destination Vérité» (45x19'), présentée par Clémence Castel, ancienne gagnante de «Koh Lanta». Le programme cartonne depuis deux ans aux Etats-Unis et nous l'avons adapté pour le public français. C'est une première collaboration avec SciFi qui donnera suite à des projets beaucoup plus ambitieux pour la chaîne.

**média+ :** La nouvelle saison de «12 Cœurs» sera-t-elle prochainement diffusée sur NRJ12 ?

**Mehdi Harbaoui :** Nous discutons très sérieusement au retour de «12 Cœurs» mais pour l'instant rien n'a encore été acté par NRJ12. Quand nous reviendrons pour une nouvelle saison, nous marquerons le coup ! Croyez-moi !

**média+ :** Deux épisodes de «RIP chasseur de fantômes» ont déjà été diffusés sur W9. Préparez-vous de nouveaux numéros ?

**Mehdi Harbaoui :** Le docu-soap «RIP chasseur de fantômes» est un programme très important pour la chaîne et nous sommes en discussions avec cette dernière concernant de nouveaux numéros. Rien n'est encore signé par W9 mais cela reste dans ses priorités de programmation pour la rentrée prochaine.

**média+ :** Gilles Daniel [Directeurs des Antennes de MTV] nous a confirmé l'arrivée de la 3<sup>ème</sup> saison de «Made». D'autres projets en cours ?

**Mehdi Harbaoui :** Le docu-réalité «Made» reviendra effectivement pour une 3<sup>ème</sup> saison sur MTV. Nous sommes d'autre part en réflexion pour proposer à la chaîne l'adaptation française d'une télé-réalité américaine qui s'intitule «Mon Incroyable Anniversaire».

**média+ :** Canal J va fêter la 100<sup>ème</sup> de son jeu «La Toile Infernale». C'est un beau succès !

**Mehdi Harbaoui :** Nous sommes d'autant plus fiers de ce succès que «La Toile Infernale» est un concept original produit en interne par *Little Big Prod*. Maintenant que Canal J nous a fait confiance avec le jeu, nous espérons développer l'émission à l'étranger, notamment avec Aljazeera Children à qui nous l'avons proposé.

**média+ :** Etes-vous toujours en contact avec Eurosport ?

**Mehdi Harbaoui :** Nous venons de signer la 2<sup>ème</sup> saison du docu-Fiction «The Factory» qui sera diffusé sur Eurosport courant avril. Dans ce programme, nous dévoilons les coulisses d'une prestigieuse écurie de Formule 1.

**média+ :** «Ma Nounou est une célébrité» pourrait-elle revenir un jour sur M6 ?

**Mehdi Harbaoui :** M6 nous a contactés il y a quelques semaines pour nous annoncer que les rediffusions de «Ma Nounou est une célébrité» continuaient à générer de l'audience, cinq ans après avoir produit les premiers épisodes. En effet, les dernières rediffusions ont réalisé près de 20% de pda sur la ménagère de moins de 50 ans. Il est donc très probable qu'une nouvelle version de «Ma Nounou est une Célébrité» puisse revenir à l'antenne. Nous avons réfléchi à une nouvelle tournure, au casting, aux rebondissements... C'est dans l'ère du temps d'aider les familles en difficulté !

## Actu des chaînes

### Faute d'audience, «Brigade Navarro» sur TF1 n'aura pas de suite

La série policière «Brigade Navarro» sur TF1, que Roger Hanin a récemment quittée, ne verra pas de suite en raison d'une audience décevante, a-t-on appris auprès de la chaîne, confirmant une information du «Parisien/Aujourd'hui en France». Depuis février, à raison de deux épisodes par soirée, TF1 avait diffusé six épisodes de «Brigade Navarro», la version «new look» de «Navarro», l'une de plus vieilles séries de la télévision. Roger Hanin, interprète emblématique du commissaire Navarro, avait quitté le nouveau feuilleton au bout de deux épisodes. L'acteur de 83 ans, qui a incarné pendant près de vingt ans le commissaire Navarro, avait annoncé en novembre 2008 qu'il mettait un terme à sa carrière. Depuis le premier épisode de «Navarro», en octobre 1989, des millions de téléspectateurs ont suivi les aventures de ce commissaire divisionnaire incorruptible, pendant plus d'une centaine d'épisodes. Roger Hanin avait obtenu le 7 d'Or du meilleur comédien en 1980 pour ce rôle. Usée, la série créée par Tito Topin avait voulu faire peau neuve avec «Brigade Navarro», visant un public plus jeune tout en voulant garder ses fidèles, avec un notamment un nouveau format (52' au lieu de 90). Deux premiers épisodes de «Brigade Navarro» avaient été déjà diffusés il y a deux ans. Rappelons également que mardi, la chaîne a annoncé que son feuilleton quotidien, «Seconde chance», n'aurait pas de deuxième saison.

### Nonce Paolini (TF1), destinataire d'une lettre de menace contenant une balle

Le P.-D.G. de TF1, Nonce Paolini, a été destinataire d'une lettre de menace contenant une balle, similaire à celles qu'ont reçu plusieurs membres du gouvernement, a indiqué le groupe audiovisuel mercredi. TF1 n'a pas donné d'autres détails sur le message reçu par Nonce Paolini. Selon une source proche du dossier, une enveloppe contenant une lettre accompagnée d'une balle était parvenue mercredi matin au siège de TF1 à Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine). De même source, on précise que cette enveloppe en kraft était adressée à Nonce Paolini mais que le contenu ne le visait pas directement.

### France Télévisions destinataire d'une lettre de menace avec une balle

France Télévisions a été destinataire d'une lettre de menace non nominative contenant une balle, correspondant à celles reçues par plusieurs membres du gouvernement et le P.-D.G. de TF1, a-t-on appris mercredi auprès du groupe public. Le courrier était adressé au service de l'information de France Télévisions, a-t-on précisé. Selon une source proche du dossier, l'enveloppe est arrivée ce mercredi matin au siège de France Télévisions et a été récupérée vers midi par la police. Il s'agit du deuxième groupe de médias destinataire de cette lettre de menace

## En bref...

### «Heroes» revient sur SciFi pour une 2<sup>ème</sup> saison

Dès le 29 mars, chaque dimanche à 20h45, la deuxième saison de «Heroes» débarque en haute Définition sur SciFi. Partout dans le monde, un certain nombre d'individus en apparence ordinaires se révèlent dotés de capacités «hors du commun». A noter que cette deuxième saison accueille de nouveaux personnages.

### Un nouveau rendez-vous sur RFM dès le 9 mars

Dès lundi 9 mars, RFM proposera un nouveau rendez-vous à ses auditeurs, le «Triple Hits RFM». La station donne ainsi aux auditeurs la possibilité de choisir l'artiste qu'ils préfèrent sur rfm.fr et de retrouver trois de ses meilleurs hits à 19h00 à l'antenne.

### SNJ: le Conseil Constitutionnel scelle la chape de plomb

Le SNJ (Syndicat national des journalistes) estimait hier dans un communiqué que, en validant mardi l'essentiel de la réforme de l'audiovisuel, le Conseil Constitutionnel «vient d'aggraver les pires dispositions de la loi portant réforme de l'Audiovisuel Public» et vont jusqu'à considérer que «les «sages» du Conseil Constitutionnel portent, eux, une très grave responsabilité devant l'histoire».

### La librairie électronique d'Amazon accessible sur l'iPod d'Apple

Le distributeur américain par Internet Amazon a annoncé mercredi que sa librairie de livres téléchargeables était désormais accessible sur les téléphones portables et les baladeurs numériques iPhone et iPod Touch d'Apple.

## Actu des chaînes (Suite)

### Chaînes payantes d'Orange: 300 000 abonnés fin février, selon Orange

Orange Sport et Orange Cinéma Séries, les chaînes payantes consacrées au sport et au cinéma, lancées en 2008 par Orange, comptaient 300 000 abonnés fin février, a indiqué mercredi le Directeur financier de France Télécom Gervais Pellissier, lors de la présentation des résultats annuels du groupe. «Nous avons 300 000 abonnés aux chaînes payantes, contre 180 000 à la fin décembre 2008», a-t-il déclaré. «Nous avons plutôt gagné des abonnés nouveaux qui n'avaient pas de télévision payante avant», selon lui. Orange Sport (bouquet de chaînes consacrées au sport, foot surtout mais aussi rugby, handball, basket-ball...) a été lancée en août 2008 et Orange Cinéma Séries en novembre de la même année. Avec ces chaînes, Orange s'était lancé sur le secteur de la télévision payante, domaine réservé jusqu'alors de Canal+.

## Publicité

### Publicité alcool/Internet : des associations pour un amendement de compromis

Un amendement à la loi Bachelot autorisant la publicité pour l'alcool sur Internet sur les seuls sites des producteurs et distributeurs d'alcool «constitue un bon compromis», estime un collectif réuni autour de l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie (Anpaa). La publicité pour l'alcool sur Internet n'est pas autorisée en France, la loi Evin de 1991 n'ayant pas prévu à cette époque ce support. L'amendement déposé notamment par Yves Bur (UMP) et Jean-Marie Le Guen (PS), qui doit être examiné par les députés dans les prochains jours, autoriserait les professionnels du secteur à faire de la publicité uniquement sur leur propre site. «Cet amendement constitue un bon compromis entre les intérêts économiques des producteurs et ceux de la santé publique», estime le collectif d'associations mercredi dans un communiqué. Elles «mettent en garde les députés contre tout autre choix», et notamment des amendements «qui autoriseraient tous les sites, excepté ceux principalement destinés à la jeunesse ou relatifs à des activités sportives».

## Production

### Moonscoop regroupe ses filiales sous le même label

Moonscoop annonce avoir ajusté sa stratégie opérationnelle pour marquer la synergie entre ses activités de production audiovisuelle, de distribution, de licencing, de merchandising et de nouveaux supports média à l'International. Taffy Entertainment, en charge de la distribution, du licencing et du merchandising, et Mike Young Productions, s'appellent ainsi désormais Moonscoop, indique le groupe dans un communiqué. A cet effet, Nicolas Atlan, CEO, sera désormais basé à Los Angeles aux Etats-Unis à partir de septembre 2009 et prendra la tête des opérations américaines en tant que Executive Chairman, où il travaillera conjointement avec Mike Young et Bill Schultz (Co CEO de la structure américaine) ainsi que Liz Young. Axel Dauchez, Directeur Général, reste quant à lui basé au siège parisien pour diriger les opérations monde du groupe, avec Christophe et Benoît di Sabatino, executive chairman et fondateur du groupe, Laurent Billion Directeur Général Adjoint Europe, et Lionel Marty, qui dirige le département distribution TV, restent aussi localisés à Paris.

## En bref...

### France 2/«Toute une histoire»: 23,2% de pda sur les ménagères de moins de 50 ans

Mardi 3 mars, le magazine quotidien «Toute une histoire» diffusé sur France 2 à 14h00 et présenté par Jean-Luc Delarue a été leader sur sa tranche horaire de diffusion sur les ménagères de moins de 50 ans avec 23,2% de part d'audience, selon les chiffres de Médiamétrie repris par la chaîne dans un communiqué. Le magazine a également fédéré les 15-24 ans avec 27,6% de part d'audience. Notons enfin que l'émission qui avait pour thème «Ils ne font pas leur âge, quel est leur secret?» a réuni ce mardi 3 mars, environ 1,7 million de téléspectateurs (3 points de pénétration) avec 18,9% de pda.

### M6 : 22,4% de pda mardi pour «Un dîner presque parfait»

«Un dîner presque parfait», diffusé mardi à 18h10 sur M6, a rassemblé en moyenne 3,1 millions de téléspectateurs pour une part d'audience de 22,4% auprès de l'ensemble du public, selon un communiqué de la chaîne reprenant les chiffres de Médiamétrie et précisant qu'il s'agit du record (ex æquo) de part d'audience 4 ans et plus pour le programme depuis son lancement. A noter que l'émission a également rassemblé 39,4% de part d'audience auprès des ménagères de moins de 50 ans. Pour rappel, cette semaine, «Un dîner presque parfait» s'invite dans la ville de Lyon tous les soirs à partir de 18h00.

### Audiences record en janvier pour RTL.fr

Le groupe RTL annonçait hier une audience record pour son site Internet RTL.fr avec 2 633 000 Visiteurs Uniques en janvier 2009, soit une progression de 24% par rapport à décembre 2008, selon la dernière étude Médiamétrie Nielsen Net Ratings de janvier 2009.

## Aujourd'hui dans le monde

### **ITV : forte perte liée à des dépréciations, supprime 600 emplois**

Le groupe de télévision britannique ITV a annoncé mercredi une perte nette de 2,554 milliards de livres (2,86 milliards d'euros) en 2008, liée à des dépréciations d'actifs, la suppression de 600 emplois et la cession de son site Internet de retrouvailles «Friends Reunited». Le groupe, actuellement frappé par des conditions du marché publicitaire jugées par son président Michael Grade dans le communiqué comme «les plus difficiles qu'il ait rencontrées en 30 ans dans l'audiovisuel britannique», a aussi «suspendu» son dividende final, après avoir déjà fortement réduit le dividende semestriel à 0,675 pence par action. Les actionnaires avaient perçu 3,15 pence par action en 2007. La dépréciation d'écarts d'acquisition (goodwill) annoncée mercredi est de 2,695 milliards de livres au total sur l'année, à raison de 1,6 milliard environ au premier semestre et 1,1 milliard au second. Le chiffre d'affaires a baissé de 2,55% à 2,029 milliards de livres. ITV annonce vouloir se lancer dans un programme de réductions de coûts qui lui permettra d'économiser 245 millions de livres en 2011, dont déjà 155 millions en 2009. Pour cela, il va en particulier supprimer 600 emplois. Il compte également céder son site «Friends Reunited», un équivalent de «Copains d'avant», acquis auprès du couple fondateur fin 2005 pour 120 millions de livres. Mais ITV reconnaît d'ores et déjà que, malgré ces mesures, «les objectifs de chiffre d'affaires pour 2012 établis en 2007 ne sont plus appropriés». Les objectifs de part de marché restent cependant inchangés.

### **Disney veut rentabiliser le numérique avec des «clubs Disney» sur Internet**

Le patron de Walt Disney Robert Iger a déclaré mardi qu'il était décidé à trouver des moyens de rentabiliser les possibilités numériques plutôt qu'à les combattre, envisageant de créer des «Clubs Disney» ou des formules d'abonnement permettant d'accéder à tous les produits de la marque. «Nous nous trompons quand nous essayons d'entraver le changement technologique, et nous travaillons dur à chercher des moyens que ça fonctionne pour nous», a déclaré M. Iger, directeur général du groupe, lors d'une conférence d'analystes, prenant l'industrie du disque comme contre-exemple. Dans cette optique, Disney envisage d'une part de rentabiliser les téléchargements de film, qui à l'unité rapportent moins que les ventes classiques «mais avec le volume peuvent être une très bonne affaire», et d'autre part «regarde de près la possibilité de d'avoir une activité par abonnement», a dit M. Iger. «Je voudrais voir le jour où nous aurons un club de films Disney très très solide, ou un abonnement Disney», qui donne la possibilité de télécharger des films, mais puisse aussi s'étendre à la télévision et «toutes sortes d'expériences Disney», a-t-il dit, soulignant que la particularité du «consommateur Disney» est qu'il est preneur généralement de «tous les produits Disney», y compris jouets, jeux, pyjamas, parcs d'attraction et autres formules vacances, ce qui positionne idéalement la marque dans ce contexte. En tout état de cause, M. Iger a souligné que l'ordinateur était considéré comme un moyen de divertissement plus important que la télévision par une large majorité d'adultes, ce qui signifie que «si (Disney) n'est pas présent sur cette plate-forme, d'autres occuperont l'espace et nous serons marginalisés», a-t-il dit.

## Nominations

### **Brigitte Legendre Benloulou rejoint Moonscoop en tant que Directeur du Consumer Products pour la France**

Moonscoop annonce l'arrivée de Brigitte Legendre Benloulou en tant que Directeur du Consumer Products pour la France. Anciennement chez TF1, Brigitte Legendre Benloulou développa des marques comme Ushuaia, Pokemon, Star Academy, Franklin et Barbapapa pendant 18 ans. Elle prendra la tête des marchés francophones en tant que Directeur du Licencing et Merchandising France. Elle reportera directement à Cynthia Money, Consumer Products and Marketing de Moonscoop, et aura pour collaborateur Sébastien Fillion, Manager Licencing France, sur les propriétés du groupe incluant en outre, Geronimo Stilton, Tara Duncan, Plouf Olly Plouf et Twisted Whiskers.

### **Groupe Canal+ : départ du journaliste Philippe Dana pour créer une société**

Philippe Dana, journaliste et membre du Conseil de surveillance, quitte le groupe Canal+ pour créer une société, dédiée à la production audiovisuelle, indiquait hier le groupe dans un communiqué. Pour rappel, Philippe Dana a rejoint la rédaction de Canal+ en octobre 1984 quelques semaines avant le lancement de la chaîne. Journaliste, il a multiplié les expériences au sein du groupe. Créateur de «La journée de la télé», «Voix off» de «Les Nuls, l'émission», mais aussi de la cérémonie des César et du Festival de Cannes. Il a également été présentateur de «Ça Cartoon» et de nombreux magazines sur CinéCinéma. Il a d'autre part été l'adjoint d'Alain de Greef à la direction des programmes de Canal+. Enfin, Chef du service «Culture» à i>Télé, il y a présenté de nombreuses sessions d'information et une série de magazines consacrée au septième art.

## Droits TV

### Coupe de la Ligue - Droits TV - Vers un deuxième tour pour l'appel d'offres

Seul le groupe France Télévisions a répondu à l'appel d'offres pour les droits TV de la Coupe de la Ligue, avec une proposition inférieure au prix de réserve, ce qui va conduire à un deuxième tour, a annoncé mercredi une source proche du dossier confirmant une information du journal «L'Equipe». France Télévisions a choisi le lot 1 (diffusion des matches en direct), pour les trois prochaines saisons (2009-10, 2010-11, 2011-12). Personne n'a répondu à l'appel d'offres pour le lot 2 (vidéo à la demande). France télévisions a fait une «offre à deux chiffres inférieure d'environ 13-15% à la somme actuelle», selon la source. Le journal «L'Equipe» parle d'environ 10 millions d'euros. Cette offre à la baisse de France télévisions est sans doute à lier à la baisse d'audience observée sur cette compétition, au contexte de crise économique et au chantier de réforme du groupe public, selon cette source. La LFP a encore quatre mois - durée de validité de l'offre de France Télévisions - pour effectuer un deuxième tour. L'offre à deux chiffres de la chaîne, dans un contexte difficile, et la volonté de la majorité des clubs de conserver la Coupe de la Ligue, à l'exception de trois ou quatre gros clubs préoccupés par la surcharge du calendrier, rendent la LFP optimiste pour la suite. Reste à connaître la position des sponsors de l'épreuve dans le contexte actuel.

## Résultats

### France Télécom : résultats annuels consolidés à 53,5 milliards d'euros

France Télécom annonce pour ses résultats annuels 2008 une progression de 2,9% du chiffre d'affaires consolidé en données à base comparable, à 53,5 milliards d'euros. Avec une hausse de 1,7% à base comparable, le 4<sup>ème</sup> trimestre 2008 confirme la résistance du Groupe à la détérioration de la conjoncture économique, précise ce dernier dans un communiqué. A noter une hausse de 7% sur un an du nombre total de clients, avec 182,3 millions de clients au 31 décembre 2008 dont 121,8 millions de clients mobiles en progression de 11%, et 12,7 millions de clients Haut Débit ADSL en progression de 9%.

### Hausse de 10% du chiffre d'affaires de Swisscom en 2008

En 2008, Swisscom, essentiellement grâce à Fastweb, a vu croître son chiffre d'affaires de 10,0% à CHF 12 198 millions et son résultat d'exploitation (EBITDA) de 6,4% à CHF 4789 millions, indique le groupe dans un communiqué qui précise que le bénéfice net a reculé de CHF 320 millions (-15,5%) à CHF 1751 millions, surtout en raison du bénéfice résultant de la vente d'Antenna Hungária en 2007 et des charges liées à la résiliation anticipée de contrats de leasing à long terme en 2008. Sans Fastweb, le chiffre d'affaires net comparable a progressé de CHF 40 millions (+0,4%) et l'EBITDA de CHF 31 millions (+0,8%).

## En Bref...

### Radio France : Jean-Paul Cluzel indigné des propos du «Canard enchaîné»

Le Président de Radio France, M Jean-Paul Cluzel, annonce avoir pris connaissance «avec stupéfaction» de l'article du «Canard Enchaîné» daté du 4 mars le concernant, et rapportant des propos qu'aurait tenu Nicolas Sarkozy à son égard, stipulant que ce dernier «n'en fait qu'à sa tête et se laisse manipuler par la gauche et les syndicats» rapporte le «Canard Enchaîné». Jean-Paul Cluzel précise en réaction dans un communiqué envoyé hier à la presse, ne pouvoir accorder «le moindre crédit à des affirmations prétendument rapportées qui porteraient si gravement atteinte à son intégrité, à son honneur et à ceux des personnels de Radio France».

### Discovery Networks EMA relocalise la Direction Générale d'Europe du Sud en Italie

Discovery Networks Europe, Moyen Orient et Afrique (EMEA), entité du groupe média Discovery Communications, annonçait hier que la Direction Europe du Sud va être déplacée de Paris à Milan. Cette relocalisation intervient afin de renforcer la présence de Discovery en Italie, le marché le plus porteur d'Europe du Sud. En conséquence, l'actuel Directeur Général Sebastien Meyssan, quittera le groupe Discovery Networks afin de poursuivre de nouvelles opportunités de carrière sur Paris. Les équipes françaises de Discovery resteront basées à Paris. A noter que Marinella Soldi, fondatrice et P.-D.G. de Soldi Coaching/Glitz srl, assumera la Direction Générale de la région Europe du Sud, basée à Milan et aura la responsabilité des activités du Groupe en Italie, en France, en Espagne ainsi qu'au Portugal.

## Justice

### Télespectateurs gênés par des éoliennes: la justice ordonne une expertise

Une expertise a été ordonnée mercredi par le juge des référés du tribunal de Bar-le-Duc dans le conflit qui oppose une association de télespectateurs de Sorcy-Saint-Martin (Meuse), à l'exploitant d'un parc d'éoliennes accusé de brouiller la réception de la télévision. Dans son ordonnance, le juge des référés a mandaté un ingénieur télécoms et informatique qui aura pour mission de déterminer les conséquences de la présence et du fonctionnement des cinq éoliennes implantées sur la commune voisine de Laneuville-au-Rupt (Meuse) par la société Perfect Wind.

## En tournage

### «Clandestin» en tournage pour France 2 jusqu'au 3 avril

Depuis mardi dernier et jusqu'au 3 avril prochain, *La Boîte à Images* (Mathilde Muffang) tourne pour France 2 à Paris, en région parisienne et au Maroc, «Clandestin», une fiction de 90' pour la collection «Identités». Au casting, Yann Ebonge (Salif), Nassim Boutelis (Idriss), Julie Gayet (Sophie), Pascal Nzonzi (Mohamed), et Aude Konan (Leïla).

## Rendez-Vous

### Du 5 au 15 mars

Festival International de Films Documentaires. Paris 4<sup>ème</sup>

### Aujourd'hui

09h00: GnResearch, petit déjeuner «La télé-réalité est -elle morte?». Paris 9<sup>ème</sup>

09h00: Conférence d'presse «Femme Actuelle» pour le lancement de la nouvelle formule du magazine. Paris 8<sup>ème</sup>

10h30: France 2, projection presse du docu-fiction «L'Odysée de l'Amour». Paris 15<sup>ème</sup>

### Vendredi 6 mars

10h15: UER, point presse sur la révision de la Directive européenne sur les aides d'Etat à l'audiovisuel public. A Bruxelles

14h00: Projection-débat «Chaîne du Patrimoine». A la Sacem

### Lundi 9 mars

17h00: Equidia, projection presse «Le Grand Trec».

18h30: Lancement du Sidaction 2009. Paris 1<sup>er</sup>

20h00: France 2, projection presse «Les temps des otages». Paris 1<sup>er</sup>

20h00: France 5/Planète, projection presse «Cyber Guérilla». Paris 5<sup>ème</sup>

20h00: Club Audiovisuel de Paris/Dîner-débat avec Pascal Joseph.

### Du 10 au 11 mars

Troisième édition du «Mobile 2.0». Paris 8<sup>ème</sup>

### Mardi 10 mars

17h00: TV Conseil, projection presse «Au-delà des cimes». Paris 8<sup>ème</sup>

17h15: Entretiens Friedland «Anciens et nouveaux médias économiques: quel avenir commun?». Paris 8<sup>ème</sup>

### Mercredi 11 mars

10h30: France 3, projection presse «Enquêtes réservées». Paris 15<sup>ème</sup>

### Du 19 au 21 mars

Forum Cinéma et Littérature de Monaco. A Monaco

### Du 25 au 29 mars

Festival International du Grand Reportage d'Actualité (FIGRA). Au Touquet

**média<sup>+</sup>** : 123 rue de la Faisanderie - 75116 Paris. Tel : 01.43.59.08.45 / Fax : 01.42.89.22.17 / Email : [redaction@lemediaplus.com](mailto:redaction@lemediaplus.com) /

Site : <http://www.lemediaplus.com>. média<sup>+</sup> est édité par Nore&Press Editions. **Direction de la publication** : Prescilia Sitbon - **Rédactrice en chef** : Eléonore Eschemann - **En collaboration** avec Joseph Agostini, Céline Fornali, Alix Thomas et Maxime Gueny. Abonnement par tél au 01 43 59 08 45.

REPRODUCTION INTERDITE

# Audiences du mardi 3 mars 2009

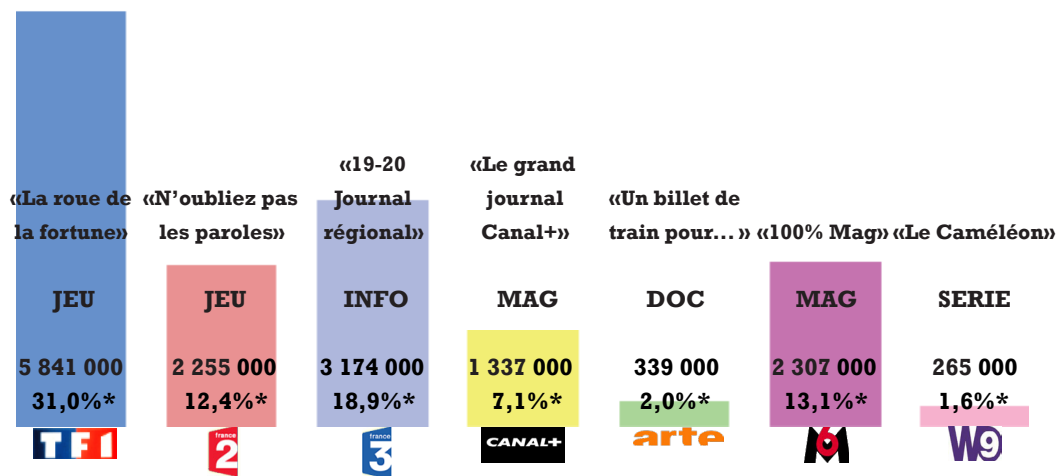
(Source : Médiamétrie)



## Le regard de media+ sur les audiences

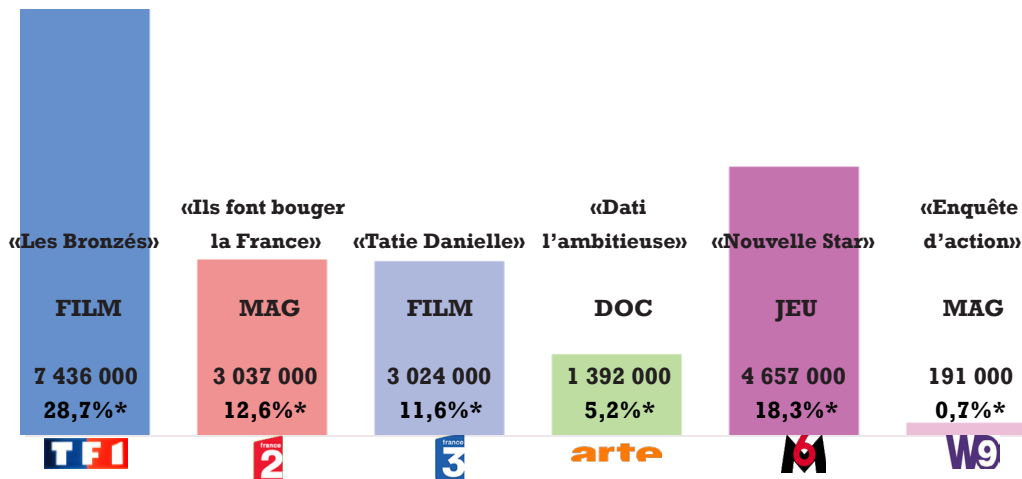
En nombre de téléspectateurs

### ACCESS



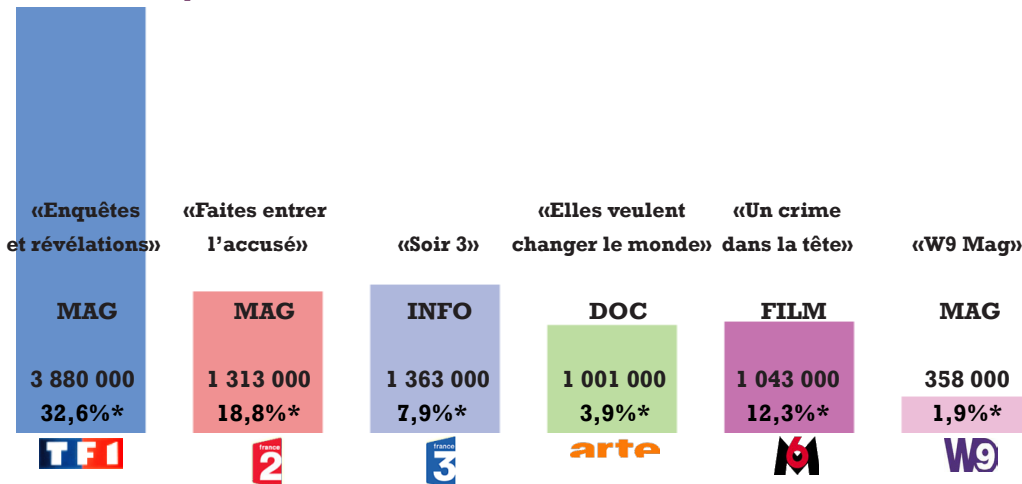
En nombre de téléspectateurs

### PRIME



En nombre de téléspectateurs

### NIGHT



### AUTRES TV

75,9%\*  
(TF1, FR2, FR3, Canal+, Fr5 avant 19h00, Arte après 19h00 & M6)

24,1%\*  
(Autres TV)

### Prime Time

#### TF1: «Les Bronzés» leader avec 28,7% de pda

Les années passent, et TF1 ne se lasse pas de diffuser «Les Bronzés» (20h45-22h30). La chaîne privée se place en tête des audiences de la soirée mais le résultat est bien en dessous des dernières diffusions du film sur la chaîne. La troupe du Splendid a séduit mardi soir 7,4 millions d'accros, soit 28,7% de pda contre 12,1 millions de fans, soit 47,6% de pda en mars 2006 pour la dernière diffusion de la comédie. «Nouvelle Star» (20h40-22h40) sur M6 atteint son objectif d'audience avec 4,6 millions d'irréductibles (18,3% de pda et 29,3% sur les ménagères de moins de 50 ans), en légère hausse par rapport au coup d'envoi de la 7<sup>ème</sup> saison la semaine passée, qui avait réuni 4,5 millions de fidèles (18,1% de pda). Score moyen pour France 2 avec le magazine «Ils font bouger la France» (20h35-22h45) sur le thème «En direct de l'hôpital», qui a séduit 3 millions de curieux, soit 12,6% de pda. La semaine dernière, le téléfilm historique «L'évasion de Louis XVI» avait attiré 2,6 millions de personnes, soit 10,3% de pda. Audience sans saveur pour la comédie satirique «Tatie Danielle» (20h35-23h15) sur France 3 qui a captivé 3 millions d'individus, (11,6% de pda), un score en dessous de la dernière diffusion datée de juillet 2007, qui avait rassemblé 3,4 millions d'adeptes (15,9% de pda).

### Night Time

#### TF1: «Enquêtes et révélations» leader avec 32,6% de pda

Carton plein pour TF1 avec le succès du magazine «Enquêtes et révélations» (22h30-23h50), qui a fédéré 3,8 millions de fidèles, soit 32,6% de pda et 40,3% auprès des ménagères de moins de 50 ans. Ce programme est plus une réussite que «Confessions intimes» qui, la semaine dernière, avait réuni 2,3 millions de curieux, soit 26,1% de pda. Légère baisse pour «Faites entrer l'accusé» (22h45-0h15) sur France 2, avec 1,3 million de fidèles (18,8% de pda), contre 2,8 millions de téléspectateurs (20,3% de pda) mardi dernier.

(\*) En part d'audience

Source -Médiamétrie- Médiamat-Tous droits réservés Médiamétrie .  
Base:ensemble individus 4 ans et plus.