

Infos abonnés

Club On Air mind Satellifacts : session le 4 octobre sur la chrono des médias et la circulation des œuvres (invités Manuel Alduy/FTV, Yohann Bénard/Amazon et Marc Missonnier/Moana Films)

Confidentiel

EXCLU - France Télévisions : un DRH « par intérim » et une nouvelle directrice du dialogue social

À la Une

TNT Sat : la justice n'oblige pas Canal+ à rétablir le signal de TF1, qui fait appel

M6 : Bertelsmann teste le marché avant de décider de l'avenir de sa filiale

Industrie des programmes

Woody Allen : Valérie Lemerrier et Niels Schneider au casting de son prochain film, tourné à Paris

Lionsgate Television : accord pluriannuel avec Groundswell Productions (« Snowfall »)

Foliascope : projet de série éducative dérivée du film « The Inventor »

Canal+ : préachats des projets d'animation « Marcel, le père Noël » et « Kat & Cats »

Arte / Autour de Minuit : signature d'un pré-développement pour la série « Putain de chat »

Studio Hamburg Enterprises : le distributeur allemand rebaptisé OneGate Media

James Bond : le prochain agent 007 sera au service de Sa Majesté le roi

Entreprises et marchés

TF1 Pub : la régie défend ses positions dans un marché vidéo de plus en plus hybride

Radio France : la souscription par l'Etat à l'augmentation de capital publiée au « JO »

Télécoms

Arcep : la qualité de la fibre, au cœur des préoccupations

Festivals - Marchés

Scam : le festival Les Etoiles du documentaire devient « Vrai de vrai ! »

Chaînes TV

France Télévisions / RTBF : convention de partenariat sur Mons et les Hauts-de-France

Vidéo / vidéo à la demande

TV5 Monde Plus : la plateforme AVOD signe un accord de distribution avec Roku

Pluto TV (Paramount) : lancement le 1^{er} décembre au Canada avec Corus Entertainment

Droits sportifs

Ligue 1 : le prochain appel d'offres pour le cycle 2024-2028 sera lancé à l'automne 2023

Box-office

Box-office France, 1^{er} jour : retour gagnant sur les écrans pour « Avatar »

Box-office UK, Allemagne, Italie, Espagne : « Ticket to Paradise » séduit l'Allemagne

Distribution salles

Imax / Pathé Live : le concert d'Indochine projeté dans 450 cinémas ; des séances Imax rajoutées

Exploitation

Congrès de Deauville : 364 bandes-annonces présentées pendant la journée des éditeurs

Radio

RMC : campagne de communication de rentrée autour des « grandes voix » de l'antenne

Distinctions

Cartoon Forum : l'Espagne doublement primée aux Tributes 2022

France Télévisions : les 4 lauréats du 1^{er} projet Atom créé avec le CEEA et France Zobda

Programmes

Disney Junior : « Kiya » (Frogbox, Entertainment One) dans les nouveautés de la saison

Disney Channel : arrivée de « Ghost Force » (Zagtoon) et « Viking Skool » (Samka) cette saison

Arte : 7^e édition de son Festival du cinéma du 12 au 19 octobre à l'antenne et sur arte.tv

Technologies

France Télévisions : le transport du réseau ultramarin dorénavant assuré par Globecast

Au (nouveau) fil des tweets

Verbatim

Verbatim : Anne Holmes, Olivier Wotling, Rima Abdul Malak, Laurent Lafon, Aurore Bergé

A l'agenda

Infos abonnés

Club On Air mind Satellifacts : session le 4 octobre sur la chrono des médias et la circulation des œuvres (invités Manuel Alduy/FTV, Yohann Bénard/Amazon et Marc Missonnier/Moana Films)

Le Club On Air mind Satellifacts entame sa saison 2022-2023 et vous propose la session suivante le 4 octobre 17h30-19h en ligne :

“La chronologie des médias est-elle un obstacle à la circulation des œuvres ?”

Avec **Manuel Alduy**, directeur du cinéma et du développement international de **France Télévisions**, **Yohann Bénard**, directeur des affaires publiques **Amazon Europe**, Digital et **Marc Missonnier**, producteur de films et de séries, **Moana Films**.

Chaque événement **On Air** comprend :

• une **rencontre en « off »**, sans langue de bois, animée par un expert du secteur (**Pascal Lechevallier** pour cette série de sessions) autour d'invités exceptionnels ; une **note de synthèse thématique** en amont de la réunion pour récapituler les enjeux ; une **veille hebdomadaire de la presse française et internationale** pour aller plus loin sur les sujets abordés.

L'inscription se fait sur la base des six sessions de la saison 2022-2023, mais vous avez la possibilité de **résilier d'un simple mail votre engagement** à l'issue de la première à laquelle vous assistez (et donc de n'avoir rien à payer) si vous n'êtes pas satisfait. **Toutes les informations et adhésion** : [Infos / Adhésion](mailto:abonnement@satellifacts.com) ■

EXCLU - France Télévisions : un DRH « par intérim » et une nouvelle directrice du dialogue social

Selon nos informations, **France Télévisions** a annoncé, jeudi 22 septembre, la nomination de **Laurent Benhayoun** en tant que « **directeur, par intérim, des ressources humaines et de l'organisation** » du groupe « **en l'absence** » de la détentrice du poste, **Laurence Mayerfeld**, selon les termes du communiqué interne, dont *Satellifacts* a eu copie. Laurent Benhayoun, dont l'intérim est effectif **depuis le 7 juin**, était directeur adjoint en charge de la coordination, des RH et du pilotage social.

Le **départ** du groupe de Laurence Mayerfeld a été **annoncé « par oral »** au sein de l'entreprise, ont indiqué des sources syndicales concordantes à *Satellifacts*, ce que dément la direction de France

Télévisions, qui évoque une absence « pour raisons personnelles ».

Par ailleurs, **Jacques Denoyelle**, qui avait rejoint France Télévisions en octobre 2020 en tant que directeur du dialogue social, « a décidé de quitter » France Télévisions, selon le même communiqué. Il est **remplacé**, avec le nouveau titre de **directrice de la santé, du dialogue social et de la qualité de vie au travail**, par **Sandrine Misrahi-Bernard**. Celle-ci rejoindra l'entreprise le **lundi 3 octobre** après vingt ans passés chez Renault, en tant que directrice des relations sociales de Renault Retail Group pour son dernier poste.

■

À la Une

TNT Sat : la justice n'oblige pas Canal+ à rétablir le signal de TF1, qui fait appel

La justice a estimé que le groupe Canal+ n'était pas contraint de rétablir la diffusion des chaînes de TF1 sur son offre satellite gratuite **TNT Sat**, qui permet aux foyers non desservis par la TNT terrestre de recevoir la télévision, selon une ordonnance du **tribunal de commerce de Paris**, rendue jeudi 22 septembre.

Le groupe TF1 annonce qu'il va faire appel. « Pour ne pas laisser sans solution les foyers qui ne disposent que de TNT Sat pour recevoir ses chaînes de la TNT, le groupe **TF1 a décidé de porter l'affaire devant la cour d'appel de Paris** ; celle-ci devrait être tranchée très prochainement », selon un communiqué de la filiale de Bouygues.

Cette procédure en urgence (référé), au terme de laquelle TF1 a été débouté, n'est qu'**une partie du conflit** entre les deux groupes. Celui-ci a éclaté le 2 septembre lorsque Canal+ a cessé de diffuser les cinq chaînes TNT de TF1, faute d'accord financier sur le renouvellement de l'accord de distribution. La filiale de Vivendi dénonce des exigences commerciales excessives de la part du groupe TF1 et réclame la gratuité. La coupure du signal touche à la fois les 5,4 millions d'abonnés à Canal+ mais aussi les foyers qui reçoivent la télévision par l'intermédiaire de l'offre gratuite TNT Sat de Canal+, relayée par Astra.

« Ni trouble illicite, ni dommage imminent », selon le tribunal

Dans son ordonnance, le **tribunal de commerce de Paris** a débouté les chaînes du groupe TF1 « de leur demande d'injonction de rétablissement [de leur] diffusion sur TNT Sat ». Le tribunal a estimé que l'arrêt de la diffusion des cinq chaînes gratuites **TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI** sur TNT Sat n'entraînait ni « trouble illicite » ni « dommage imminent », deux conditions justifiant qu'un référé mette fin à une situation. Le tribunal a jugé que l'offre TNT Sat de Canal+ était **une partie indissociable du contrat global** sur lequel

les deux groupes s'opposent, et que TF1 ne pouvait donc pas invoquer une « rupture brutale des relations commerciales » portant uniquement sur ce point-là.

En outre, le tribunal a souligné que la loi n'impose pas à Canal+ de distribuer le signal de TF1 sur TNT Sat, comme l'avait rappelé l'**Arcom**, au début du conflit. Le groupe TF1 demandait une mesure provisoire de quatre mois pendant lesquels Canal+ rétablirait ses chaînes sur TNT Sat, le temps de trouver un accord global ou de permettre aux clients de ce service de basculer sur une autre offre satellite gratuite, Fransat (groupe Eutelsat).

Le tribunal de commerce de Paris a en outre condamné les six entités juridiques du groupe TF1 qui étaient allées en justice à verser chacune à Canal+ la somme de 3 000 euros au titre des frais de justice.

TNT Sat, un service autonome sans lien avec l'accord de distribution, plaide TF1

Dans son communiqué, le groupe TF1 précise que « **l'accord de distribution** [à l'origine du litige, ndlr] **ne concerne en aucun cas la distribution des chaînes via TNT Sat** ». « En effet, ce service est proposé par Groupe Canal+ aux consommateurs comme **une offre autonome**, indépendante des abonnements aux autres offres payantes du groupe », explique TF1 qui regrette que « le tribunal de commerce n'en ait pas tenu compte ».

« Canal+ est pleinement autorisé à poursuivre la diffusion des chaînes sur TNT Sat, ce service ne donnant lieu à **aucune rémunération au bénéfice de TF1**. De ce fait, le groupe TF1 avait assigné le groupe Canal+ en référé auprès du tribunal de commerce de Paris afin que le groupe Canal+ rétablisse au plus vite le service TNT Sat qui concerne près de 2 millions de foyers notamment situés dans des zones blanches ne disposant pas d'autres moyens d'accéder

■ ■ ■

■ ■ ■ à la télévision », poursuit TF1.

La gratuité ou rien, exige Canal+

De son côté, la filiale de Vivendi se félicite de la décision du tribunal, faisant valoir le fait que « le groupe TF1 souhaitait contraindre le groupe Canal+ à rétablir la diffusion de ses chaînes gratuites (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI) uniquement sur l'offre TNT Sat, sans que les abonnés Canal+ ne puissent en bénéficier ». « Le groupe Canal+ n'est en rien contraint de rétablir le signal de ces chaînes », affirme-t-il.

Rappelons que le groupe Canal+, interrogé le 2 septembre par *Satellifacts*, avait souligné ne pas être le distributeur de l'offre TNT Sat et assurer uniquement une prestation technique des chaînes de la TNT présentes.

Dans son communiqué, le groupe Canal+ rappelle également l'origine du conflit : une **hausse de 50 %** par rapport au précédent accord, un argument que conteste TF1. Lors de l'audience, le 13 septembre, l'avocat de TF1 avait glissé que le montant du contrat TF1 Premium (diffusion des chaînes en direct et services associés comme le replay) était de « 13 millions d'euros par an ».

La filiale de Vivendi ajoute « en [appeler] au sens des responsabilités du groupe TF1 pour assurer le respect de ses propres obligations de diffusion et de couverture du territoire », et **s'engage à reprendre la diffusion** de ses chaînes gratuites de la TNT pour l'ensemble de ses abonnés « **dès lors que ce dernier l'y autorisera gratuitement**, et permettre de ce fait la reprise de la diffusion des signaux pour l'offre **TNT Sat** ».

Nécessité de « compléter la loi » pour faire face à ce litige, selon le président de l'Arcom

Rappelons que la ministre de la Culture, **Rima Abdul Malak**, avait adressé dès le 2 septembre un courrier à **Maxime Saada**, président du directoire du groupe Canal+, l'appelant à rétablir la diffusion des chaînes de TF1 sur **TNT Sat**.

Auditionné mardi 20 septembre par la **commission des Affaires culturelles** de l'Assemblée nationale, le président de l'Arcom, **Roch-Olivier Maistre**, avait estimé que « les téléspectateurs n'ont pas vocation à être pris en otage des différends commerciaux entre les éditeurs et les distributeurs ». Il a ainsi fait valoir auprès des députés la nécessité de « **compléter la loi** » de 1986 **pour faire face à ce type de litiges** car « d'autres négociations sont à venir ». « Le précédent projet de loi Audiovisuel incluait une clause qui permettait au régulateur de prendre **des mesures conservatoires** et notamment d'empêcher la coupure du signal. Faut-il aller vers **une obligation de portage** pour les diffuseurs satellitaires des chaînes hertziennes ? Je pense que la question est aujourd'hui posée », a-t-il ajouté, rappelant être en médiation entre les deux groupes.

Afin d'accompagner les téléspectateurs à trouver des solutions alternatives pour recevoir ses chaînes, le groupe TF1 souligne avoir mis en place **une campagne d'envergure** dans l'ensemble de la presse régionale, sur les radios locales et les réseaux sociaux et en ouvrant une assistance téléphonique.

Rappelons que dans une procédure distincte, Canal+ a assigné TF1 devant le tribunal de commerce de Nanterre, pour abus de position dominante. ■

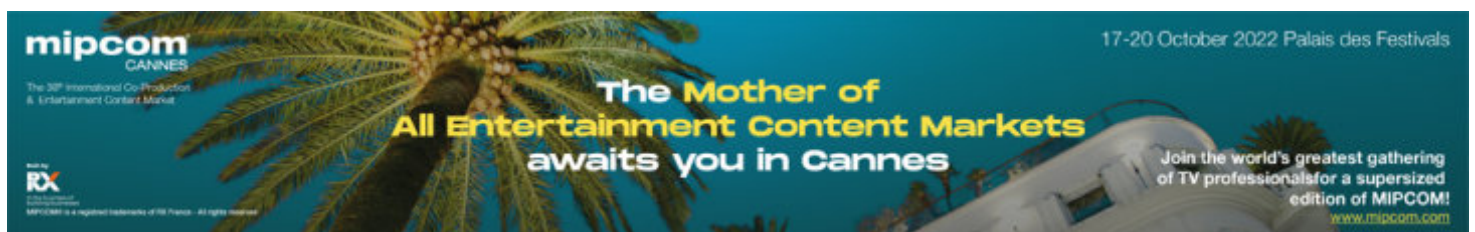
TV M6 : Bertelsmann teste le marché avant de décider de l'avenir de sa filiale

Après la décision du **groupe Bouygues**, maison mère de TF1, d'abandonner le projet de prise de contrôle exclusif du groupe M6 (*Satellifacts* du 16 septembre), **Bertelsmann** qui détient 48,3 % du capital de M6 via sa filiale RTL Group, a remis en vente le groupe. Selon *Capital*, le groupe demande aux acquéreurs potentiels de déposer leurs offres **au plus tard ce vendredi 23 septembre**.

Interrogé dans le *Financial Times (FT)*, le pdg de Bertelsmann et RTL Group, **Thomas Rabe**, précise avoir demandé « **des offres non contraignantes** », ajoutant avoir été « inondé de marques d'intérêt » pour M6 après l'annonce de l'échec de sa fusion avec TF1. « C'est la raison pour laquelle **nous testons le marché. Nous déciderons sur la base de ce test si nous vendons ou non** », a-t-il indiqué au *FT*.

« RTL Group n'est pas **pressé de vendre M6**. Nous pensons que la consolidation interviendra tôt ou tard sur le marché français, avec différentes options. **Nous sommes patients** et pouvons attendre », a indiqué un porte-parole de RTL Group, interrogé par l'AFP.

Pourtant l'opération s'inscrit dans un calendrier extrêmement serré. **L'autorisation de M6** d'émettre sur le hertzien expire **le 5 mai 2023** et une fois renouvelée, tout changement d'actionnaire sera impossible pendant cinq ans, jusqu'en **2028**. L'Arcom a fixé au **10 octobre** la date limite de remise des contributions à la consultation publique préalable à l'appel à candidatures. ■



Industrie des programmes

🎬 **Woody Allen : Valérie Lemerrier et Niels Schneider au casting de son prochain film, tourné à Paris**

Valérie Lemerrier et **Niels Schneider** incarneront les héros du prochain film de **Woody Allen**, qui sera **tourné à Paris cet automne**, a rapporté *Variety*, mercredi 21 septembre. A leurs côtés dans ce long métrage, dont ni le titre ni l'intrigue n'ont été dévoilés : **Elsa Zylberstein**, **Lou de Laâge** et **Melvil Poupaud**.

Selon nos informations, les comédiens **Guillaume de Tonquédec** et **Grégory Gadebois** feront également partie de la distribution de ce film entièrement tourné en français, que le réalisateur a décrit comme un « thriller romantique et venimeux ». ■

📺 **Lionsgate Television : accord pluriannuel avec Groundswell Productions (« Snowfall »)**

Lionsgate Television a conclu un **accord pluriannuel** avec **Groundswell Productions**, la société de **Michael London**, à l'origine notamment de la série *Snowfall*, dont la 6^e saison est en production pour FX, a annoncé le groupe américain, mercredi 21 septembre. Cet accord lui accorde un **droit de premier regard** sur les « séries premium » développées par l'entreprise.

Un premier projet est d'ores et déjà prévu : une minisérie sur **l'ascension et la chute du président de l'université Liberty**, Jerry Falwell Jr., au cœur d'un scandale sexuel. Elle sera adaptée d'un

article paru dans *Vanity Fair* dont Lionsgate a acquis les droits. Le journaliste **Gabriel Sherman** qui l'a signé est en charge de l'adaptation.

Lionsgate est la maison mère du groupe **Starz** (*American Gods*, *Black Sails*, *Outlander...*), opérateur de la plateforme **SVOD Starzplay**. ■

📺 **Foliascope : projet de série éducative dérivée du film « The Inventor »**

Le film en stop motion *The Inventor* sur Léonard de Vinci, actuellement en production, fait l'objet d'un **projet de déclinaison** sous la forme d'une **série éducative**. L'annonce a été faite lors du **Cartoon Forum** à Toulouse par la société de production **Foliascope** (Ilan Urroz, Nicolas Flory), le réalisateur **Jim Capobianco** (*Ratatouille*) et leurs partenaires sur ce long métrage familial, Curiosity Films (Irlande), SIE Films et le studio Aerial Contrivance Workshop (Etats-Unis).

L'équipe du film, dont la sortie en salles est prévue pour 2024, a présenté, mercredi 21 septembre au Cartoon Forum, le projet de **26 x**

13' pour les 6-9 ans *L'Atelier de Léonard* (titre anglais *Leo's Workshop*) qui mêlera art, histoire et inventions. Ce projet à **5,7 millions d'euros** sera réalisé en animation 2D et en volume et réutilisera certains personnages et décors du long métrage. Il se présente comme **un prequel du film** situé à la cour de François 1^{er}. L'histoire se passe avant que Léonard de Vinci ne rejoigne la France. Il est en Italie, au service d'un duc turinois pour lequel il va réaliser de nombreuses inventions avec le concours d'une petite duchesse et d'un gamin des rues. Le concept sera aussi développé dans **l'univers multimédia** autour de l'édition de livres, du jeu vidéo et de jouets. ■

📺 **Canal+ : préachats des projets d'animation « Marcel, le père Noël » et « Kat & Cats »**

Outre *Les Minus* (Miam! animation) et *Le Grand Voyage de Gouti* (Parmi Les Lucioles Films), **Canal+** a préacheté **deux autres projets**, ont indiqué leurs producteurs respectifs lors de leur pitch au **Cartoon Forum** de Toulouse (19-22 septembre).

Présenté par le studio toulousain **Xbo Films** (Studio Les Affranchis), dont c'est le premier format long, le spécial de 45' **Marcel, le père Noël (et le petit livreur de pizza)** sera diffusé en décembre 2023. Ce conte de Noël musical à l'univers drôle et poétique, narré par l'acteur Reda Kateb, est une adaptation en 2D numérique du livre-disque du même titre créé par le chanteur Merlot. Située en banlieue, l'histoire est incarnée par Marcel, un homme âgé et un jeune lycéen, livreur de pizza la nuit du 24 décembre.

Soutenu par la Région Occitanie, le projet affiche un budget de 850 000 euros. Les créateurs visent aussi une sortie en salles en septembre 2023.

Canal+ Kids s'est par ailleurs engagée sur **Kat & Cats**, comédie de 52 x 11' développée par **Normaal** d'après les BD *Chatons contre dinosaures* et *Chatons contre licornes* signées de l'acteur et scénariste **Davy Mourier** (éditions Jungle). Normaal a précisé avoir déjà sécurisé **5 millions d'euros sur les 8 M€ de budget global** et reçu le soutien du **Pôle Magelis**. La société anticipe une livraison partielle au printemps 2024 et de la série complète en 2025. La série sera distribuée par Festivaal Distribution, filiale commerciale de Normaal. ■

📺 **Arte / Autour de Minuit : signature d'un pré-développement pour la série « Putain de chat »**

Autour de Minuit (Nicolas Schmerkin) a signé un **accord de pré-développement** avec **Arte** pour la série **Putain de chat (30 x 3')**, a annoncé le producteur lors de son pitch au **Cartoon Forum**, organisé jusqu'au 22 septembre, à Toulouse ([Satellifacts du 9 juin 2022](#)), et sur la page **Facebook** de la société. Adapté des **bandes dessinées** du même titre de l'auteur belge **Stéphane Lapuss'** (édition Kennes), le dessin animé s'adresse aux **jeunes adultes** mais il sera accessible **dès 12 ans**. La série sera **réalisée** par **Christophe Gauty**, également scénariste avec **Lapuss'**, **Lionel Bonnal** (qui a cosigné certains tomes de la BD), et **Xavier Vairé**, ainsi que le précise le site du Cartoon Forum.

L'engagement sur un **pré-développement** est « **tout nouveau** », à Arte et a priori chez les autres diffuseurs, a indiqué **Nicolas Schmerkin** à *Satellifacts*. Il s'agit en quelque sorte des « **préliminaires du développement** », étape sur laquelle le diffuseur

met une « **plus petite somme** » permettant de financer l'**écriture d'un épisode**, son **storyboard**, son **animatique**... A l'issue de cet « **essai** », la chaîne confirmera, ou pas, le développement. Le **budget prévisionnel** de *Putain de chat* s'élève « à un **peu plus d'1 million d'euros** ». Le rétroplanning table sur une **livraison en 2024**.

Putain de chat déconstruit le capital de sympathie dont bénéficient les félins et dévoile ce qui se passe réellement dans la tête de l'animal le plus maléfique de la création. Les chats sont mignons, joueurs et leurs yeux sont pleins de malice lorsqu'ils vous demandent une caresse ou une croquette. En apparence seulement, car au plus profond de leur âme, ils fomentent un plan diabolique et ne s'intéressent qu'à votre malheur. ■

📺 **Studio Hamburg Enterprises : le distributeur allemand rebaptisé OneGate Media**

Studio Hamburg Enterprises, filiale de distribution de Studio Hamburg (appartenant au groupe public régional NRD/ARD), a été **renommée OneGate Media**, a annoncé sa maison mère, jeudi 22 septembre. Cette décision a été prise afin d'assurer à l'entreprise une « **plus grande visibilité** », explique le communiqué.

Créée il y a plus de soixante ans, **OneGate Media** comprend six équipes de ventes, dont l'une dédiée à la distribution internationale (**Pascale Begelinger** pour les territoires francophones), et

commercialise surtout des **séries policières** (*FD65*, *Baltic Crimes*, *Berlin Legal...*), des **documentaires** (*Africa's Lost World: Life In a Super Volcano*) et des **programmes pour enfants** (*Bella in the Belly*).

La société fera ses débuts à l'international sous sa nouvelle dénomination à l'occasion du **MipCom** (17-20 octobre à Cannes) où elle sera exposante. ■

📺 **James Bond : le prochain agent 007 sera au service de Sa Majesté le roi**

Hier au service de Sa Majesté la reine, **James Bond** servira désormais « **le roi et la patrie** », après le décès d'Elizabeth II, ont expliqué ses **producteurs historiques**, mercredi 21 septembre à Los Angeles, lors de la cérémonie où ils ont laissé leurs empreintes dans le ciment devant le Chinese Theater. Alors que le nom du **comédien** qui **succédera à Daniel Craig** n'a toujours **pas été dévoilé**, **Michael G. Wilson** et **Barbara Broccoli** (EON Productions) n'ont pas donné plus de détails sur le prochain opus. « Nous débutons tout juste notre relation avec **Amazon** », a déclaré Barbara Broccoli. « Nous n'avons **pas encore commencé à discuter** du prochain film. » Rappelons qu'Amazon a **acquis** au printemps dernier, pour 8,5 milliards de dollars, le studio hollywoodien **MGM** dont le **catalogue détient** notamment les *James Bond* ([Satellifacts du 17 mars](#)).

Depuis **Mourir peut attendre**, l'an dernier, et l'acte final de Daniel Craig, qui a considérablement **bousculé** le **personnage**, les **spéculations** vont bon train sur sa succession et tous les scénarios

semblent possibles. James Bond pourrait-il être **incarné** par le **premier acteur noir** de la franchise, comme le souhaitent certains fans ? Ou bien une **femme** pourrait-elle endosser son costume, comme l'a déjà laissé entendre Barbara Broccoli ? « Nous **n'allons pas nous reposer sur nos lauriers** et **garder la même formule** », a assuré cette dernière, ajoutant que si la saga contient « certains éléments **immuables** », l'agent 007 s'est de tout temps **adapté** à son époque, en soixante ans.

Pour mémoire, sitôt après l'acquisition de MGM, **Amazon Prime Video** a commandé un **jeu d'aventures** basé sur le personnage de **James Bond**, *007's Road to a Million* ([Satellifacts du 25 mars](#)). Ce programme en huit épisodes est produit par la société britannique 72 Films (David Glover), EON Productions et MGM Television. ■

TF1 Pub : la régie défend ses positions dans un marché vidéo de plus en plus hybride

C'est dans un contexte un peu plus mouvementé que d'ordinaire que **TF1 Pub** a tenu, jeudi 22 septembre, sa traditionnelle conférence de rentrée, après l'échec de la fusion TF1/M6 et la coupure du signal TF1 par le groupe Canal+ en raison d'un différend sur le renouvellement de l'accord de distribution. Des revers qui ont d'ailleurs été d'emblée évoqués par le président exécutif de la régie, **François Pellissier**, mais qui n'interfèrent pas sur la feuille de route de TF1 Pub, a-t-il assuré. « On est très déçus et on ne comprend pas l'analyse de l'Autorité de la concurrence sur le marché pertinent » retenu sur le dossier de **fusion TF1-M6** (*Satellifacts du 16 septembre*). Concernant la coupure du signal TNT Sat, « les téléspectateurs seront privés du match Danemark/France de Ligue des nations, diffusé en exclusivité sur TF1 ce dimanche », a-t-il déploré.

Une stratégie « full vidéo industrialisée »

La **feuille de route 2023** s'articule autour de différents axes qui visent à accompagner la convergence du marché publicitaire dans une stratégie « **total vidéo** » que la régie prône depuis plusieurs années et qu'elle a requalifiée cette année en « **full vidéo industrialisée** ». Dans un contexte de plateformisation accrue et du lancement d'offres avec pub par les plateformes **SVOD**, le modèle avec publicité occupe une place « essentielle » dans le modèle des offres TV linéaires, vidéo et à la demande. « **L'hybridation des modèles est devenue la règle du marché**. Le groupe TF1 est maintenant présent dans ces offres [et] **nos modèles sont solides** », a affirmé **Laurent Bliaut**, dga en charge du marketing et de la R&D.

Même si la vidéo gagne du terrain, la régie a rappelé la puissance de la TV, comparant les plus gros hits de TF1 et Netflix : **112 millions de vidéos vues avec HPI** sur 4 semaines et **36 millions pour Stranger Things sur Netflix** sur la même période. « *Manifest* a fait 3 millions de vues en une semaine. Quand la série passait sur TF1, elle en fait 5 millions », a-t-il ajouté, rappelant que les plateformes « communiquent sur des chiffres qui ne sont pas les standards de la télé ». Avec les plateformes SVOD, « **il y a beaucoup de millions, mais aussi beaucoup de questions** », a-t-il avancé.

Selon lui, « si les plateformes viennent sur le marché de la publicité, elles vont devoir entrer dans le cadre des standards et de transparence de la publicité [car] les clients ne vont plus pouvoir se contenter de l'auto-mesure ». Avant d'ajouter : « **J'espère que Netflix entrera dans le système de mesure et, comme ça, ce sera un combat à la loyale.** »

La régie se réjouit par ailleurs de la **refonte de la mesure cross-média**, engagée par **Médiamétrie** et avec l'interprofession (*Satellifacts du 18 juillet*). « La mesure cross-média permettra de calculer une couverture dédoublée. J'appelle tous les acteurs du digital à entrer dans le jeu », a indiqué **Sylvia Tassan Toffola**, dg de TF1 Pub et également présidente du **SRI**.

Jusqu'à 8 % des inventaires hybridés à partir de 2023

Le **média planning internalisé (MPI) hybride**, annoncé l'an dernier (*Satellifacts du 22 septembre 2021*) et lancé en avril, va monter en puissance en 2023. La mécanique permet de basculer sur **MYTF1** jusqu'à 5 % des **GRP** demandés par un client sur une campagne quand la **pression sur les inventaires linéaires** devient trop forte. « **240 campagnes ont été hybridées** depuis le lancement de l'offre. **En 2023, le seuil d'hybridation sera porté à 8 %** et nous lancerons de **nouvelles cibles publicitaires** », a détaillé Sylvia Tassan Toffola. « Ce produit est parfaitement accepté par le marché et parfaitement opérationnel. Il est **la pierre angulaire de notre stratégie 2023** », a-t-elle ajouté.

L'**offre data** commercialisée va aussi monter en puissance avec une progression de 33 % du **CA** sur un an. Elle sera portée par **plus de 1 000 segments data activables** et une combinaison de 1st party data (27 millions de profils loggués) et de partenariats stratégiques noués, à date, avec **Infinity advertising, Rakuten Advertising et La Redoute**. « D'autres sont en discussion », a glissé Sylvia Tassan Toffola.

D'autres nouveautés seront révélées lors de la publication des **conditions générales de vente (CGV) 2023**, dont la parution est programmée pour le mardi 18 octobre. « Nous allons annoncer **une belle opportunité sur l'achat classique** », a-t-elle ajouté.

Plus de 320 campagnes en TV segmentée au 1^{er} semestre 2022

La conférence de rentrée a été l'occasion de faire un point sur l'avancement et l'accueil du marché envers la **télévision segmentée**, qui monte progressivement en puissance et doit faire l'objet d'une nouvelle étude d'impact dans les 24 mois (*Satellifacts du 5 septembre*). « Entre le premier semestre 2021 et le premier semestre 2022, la capacité des inventaires a été multipliée par 10. Sur les 6 premiers mois de l'année, nous avons **diffusé 320 campagnes en télé segmentée**, représentant plus de 250 annonceurs actifs. **Plus de 70 campagnes ont été opérées avec leboncoin**. Notre **partenariat sera reconduit en 2023** », a noté la dg de la régie. Pour TF1 Pub comme pour les autres régies, les accords avec Free sont toujours en attente et devraient pouvoir être conclus « l'année prochaine ».

Le développement de l'achat en **programmétique**, qui représente « 15 % des campagnes », est un autre levier de croissance pour la régie. **Plus de 100 segments** sont déjà activables via ce mode de commercialisation.

Pour TF1, qui revendique la place de « première communauté française de divertissement » avec 55 millions de fans cumulés sur les réseaux sociaux, le **social** est un autre axe de développement. La régie a d'ailleurs noué un **accord avec Snapchat** pour activer la publicité

■ ■ ■ auprès des jeunes. Les premiers contenus développés par les deux groupes s'appuieront sur la **Star Academy**.

Succès des dispositifs de pub responsable

Les initiatives de publicité responsable, annoncées lors de la conférence de rentrée l'an dernier et lancées ces derniers mois, sont aussi un motif de satisfaction pour la régie. Ainsi, le fonds publicitaire à vocation environnementale **EcoFunding**, lancé début 2022, a bénéficié d'un abondement de **3,7 millions d'euros** et les premières campagnes de sensibilisation diffusées dans ce cadre ont atteint « plus de 255 millions de contacts ». En 2023, les campagnes de

parrainage deviendront éligibles au fonds.

Sur TF1, **36 écrans publicitaires au format EcoRespons'Ad** ont été diffusés en 2022, « soit un écran par semaine ». Le partenariat noué avec **Goodeed** pour une publicité plus solidaire a permis de collecter **584 837 € au profit de projets caritatifs**.

Selon le dernier baromètre **RSE** de TF1 Pub, 24 % des campagnes diffusées sur les antennes du groupe depuis le 1^{er} janvier 2022 comprenaient au moins un des critères RSE (labels recommandés par l'**Ademe**, Made in France, etc.), soit « une hausse de 11 points en un an ». A noter par ailleurs que **25 % des annonceurs** ont diffusé **au moins une campagne RSE** entre le 1^{er} janvier et le 31 août 2022, soit « une progression de 6 points en un an ». ■

Radio France : la souscription par l'Etat à l'augmentation de capital publiée au « JO »

La **souscription par l'Etat** à l'augmentation de capital réalisée par **Radio France** pour un montant de **15 558 036 euros**, correspondant à 398 924 actions ordinaires nouvelles de 39 € de valeur nominale chacune, a été décidée, selon un arrêté ministériel

publié au *Journal officiel* du 22 septembre. L'Etat conserve l'intégralité du capital du groupe radiophonique. ■

Télécoms

Arcep : la qualité de la fibre, au cœur des préoccupations

Le défi de la **qualité de la fibre optique**, régulièrement décriée par des usagers ou des élus locaux, a été jeudi 22 septembre au cœur des discussions de la **conférence annuelle « Territoires connectés »**, organisée par l'**Arcep**.

La France s'est lancée ces dernières années dans un grand effort d'accélération de l'installation de la fibre sur son territoire, avec **plus de 30 millions de Français éligibles au réseau**, dont la moitié est déjà raccordée. La fibre est même devenue début septembre le **moyen de connexion majoritaire en France** parmi l'ensemble des abonnements à l'internet haut et très haut débit, selon les données publiées par l'Autorité (*Satellifacts du 8 septembre*).

Mais certains problèmes de raccordements persistent et « **rien ne change sur le terrain** », a déploré le sénateur **Patrick Chaize**, président de l'**Avicca**, une association de collectivités, lors de cette conférence qui réunit aussi pouvoirs publics et opérateurs. Fin juillet, il a déposé **une proposition de loi « à visée coercitive »** afin notamment « de mieux protéger les consommateurs », sous peine de sanctions (*Satellifacts du 16 avril*). « Elle devrait être prochainement discutée en séance publique. Je ne doute pas que le gouvernement saura la défendre, l'accompagner pour que son vote aboutisse

rapidement tant la situation devient urgente », a-t-il insisté devant le ministre délégué au Numérique, **Jean-Noël Barrot**. Tout en rappelant que la France était le pays « le mieux fibré d'Europe », le ministre a admis qu'il y avait **des difficultés « certes limitées, mais très présentes »** sur une partie du réseau.

Sur ce sujet, le gouvernement, en concertation avec le régulateur et les représentants des opérateurs, prévoit de **présenter fin septembre un ensemble de mesures « concrètes et rapides »**. Parmi les pistes à l'étude, des « comptes rendus photo » après chaque intervention des techniciens ou encore la formation de ces derniers, accompagnée d'une certification et labellisation des compétences.

Début juin, les opérateurs réunis au sein de la **Fédération française des télécoms** avaient déjà présenté **plusieurs « propositions »** pour améliorer la qualité des raccordements. Sur les réseaux sociaux, des photos montrent régulièrement des armoires forcées ou abîmées, avec à l'intérieur des enchevêtrements de fibres témoignant de branchements anarchiques.

Le gouvernement affiche l'objectif d'une France entièrement fibrée d'ici 2025. ■

Festivals - Marchés

Scam : le festival Les Etoiles du documentaire devient « Vrai de vrai ! »

Pour sa **17^e édition**, le **festival Les Etoiles du documentaire** est rebaptisé « **Vrai de vrai !** », a annoncé la **Scam** qui l'organise, jeudi 22 septembre. « Le réel ramené à l'écran, modelé par l'œil d'un auteur ou d'une autrice avec son point de vue assumé, n'en devient que

plus vrai », explique le réalisateur **Rémi Lainé**, président de la société d'auteurs, dans le communiqué.

La prochaine édition de cette manifestation gratuite se déroulera **du 4 au 6 novembre** au **Forum des images** à Paris avec toujours

■ ■ ■

■ ■ ■ la volonté de permettre à tous d'« entrer dans une salle de cinéma pour y **découvrir d'autres points de vue** », grâce à une programmation qui se veut un « panorama de la diversité documentaire [ouvrant] une fenêtre sur le monde dans ce qu'il a de meilleur... et parfois de pire », souligne la Scam.

Rappelons que ce festival diffuse les **trente documentaires « étoilés »** sélectionnés par des auteurs de la Scam (*Satellifacts du 21 juin*). Le jury était cette année présidé par la réalisatrice et scénariste **Cécile Allegra**. ■

Chaînes TV

France Télévisions / RTBF : convention de partenariat sur Mons et les Hauts-de-France

France Télévisions et le groupe public belge RTBF ont signé une **convention de partenariat** « sur le **territoire frontalier de Mons et des Hauts-de-France** », a annoncé **France 3 Hauts-de-France**, jeudi 22 septembre. La **rédaction** de la station régionale et celle du **Bureau local d'information (BLI)** de la RTBF à Mons vont « [unir] leurs forces », après avoir expérimenté une première collaboration, avec l'accueil de deux journalistes de France 3 Nord Pas-de-Calais dans les locaux de leurs homologues belges durant six mois, indique le communiqué.

Les deux journalistes vont donc s'installer « plusieurs jours par semaine au sein de la rédaction montoise », ce qui **facilitera** la

réalisation de **reportages** sur des **thématiques communes**, avec la possibilité d'utiliser « de la matière recueillie de part et d'autre de la frontière » faisant ensuite l'objet de montages distincts. Par ailleurs, ce partenariat rendra **les « échanges de sujets plus réguliers »** entre les antennes, soulignent les deux groupes.

Ils soulignent aussi l'aspect « **inédit** [de cette convention] entre deux services publics européens sur un territoire transfrontalier » qui a été signée le 20 septembre. ■

Vidéo / vidéo à la demande

TV5 Monde Plus : la plateforme AVOD signe un accord de distribution avec Roku

TV5 Monde Plus a signé un **partenariat de distribution** avec **Roku Streaming Devices en France**, en **Allemagne**, au **Mexique**, au **Royaume-Uni** et aux **États-Unis**, a annoncé la plateforme gratuite (**AVOD**), jeudi 22 septembre. **TV5 Monde Plus** est accessible depuis cette date « sur les appareils de streaming Roku et sera rapidement commercialisée conjointement sur de nouveaux territoires ».

L'accord avec l'américain Roku, « première plateforme de streaming aux États-Unis, au Canada et au Mexique », souligne le communiqué, permettra à TV5 Monde Plus « **d'élargir** [son] **accessibilité** » et « **augmenter** [son] **audience** en **streaming** ».

Lancée en 2020, la plateforme francophone mondiale qui offre « des milliers de programmes sous-titrés en six langues » dans tous les genres (films, séries, documentaires...) est disponible sur ordinateur, mobile (Android et iOS), TV connectée (Amazon Fire TV, Android TV, Roku), et sur les téléviseurs intelligents (LG, Samsung). Elle revendique à ce jour un cumul de **37,6 millions de visites** en provenance de **212 pays et territoires** et **15,5 millions de vidéos vues** (*Satellifacts du 15 septembre*). ■

Pluto TV (Paramount) : lancement le 1^{er} décembre au Canada avec Corus Entertainment

C'est le **1^{er} décembre** que sera lancé **au Canada** le service **Pluto TV**, plateforme **FAST** opérée par le groupe **Paramount**. Rappelons qu'il fait son entrée sur ce marché en partenariat avec le canadien **Corus Entertainment** qui sera en charge de **la régie publicitaire** et fournira **plusieurs chaînes canadiennes** avec des contenus issus de

son catalogue d'originaux (*Satellifacts du 9 juin*).

Lancé en France en février 2021, le service Pluto TV est présent sur plus de 30 territoires et revendique près de 70 millions d'utilisateurs actifs par mois. ■

Droits sportifs

Ligue 1 : le prochain appel d'offres pour le cycle 2024-2028 sera lancé à l'automne 2023

Le lancement du **prochain appel d'offres** des droits de diffusion de **la Ligue 1** pour le cycle 2024-2028 se déroulera à **l'automne 2023**, a annoncé **Vincent Labrune**, le président de la Ligue de football professionnel (LFP), jeudi 22 septembre, à l'occasion du festival **Demain, le sport !**, organisé par L'Equipe, franceinfo et France Télévisions.

La LFP, qui vient de se doter d'une filiale commerciale, lancée avec le fonds CVC Capital, entend réévaluer le contrat actuel (2020-2024) de 624 millions d'euros par saison, versés par Amazon (80 % des matches), Canal+ (20 %) et Free (droits du quasi-direct), après la défaillance de ■ ■ ■

■ ■ ■ Mediapro au cours de la saison 2020-2021.

Cette annonce a été l'occasion pour le patron de la LFP d'évoquer les évolutions nécessaires selon lui, en matière de retransmission du championnat national, appelant à développer « une culture spectacle ». « On doit aller à **la conquête de nouvelles catégories de fans**, de consommateurs et de partenaires. On doit promouvoir un spectacle différent, un "sportainment", qui ne parlera pas seulement foot à une base historique mais qui ira vers **un métissage entre le sport et le divertissement**, en étant modernes et innovants dans son traitement », a fait valoir Vincent Labrune.

« Dépoussiérer et rebaptiser la Ligue 1 »

« On devra **monter en gamme au niveau de nos contenus**, au niveau de nos traitements éditoriaux comme nous devons renforcer

l'usage des data et de la technologie. On doit en fait orchestrer un "storytelling" plus large et plus captivant qui ne se limitera plus aux matches et aux comptes rendus », estime Vincent Labrune. Selon lui, « la Ligue 1 en 2022 et dans le futur doit être racontée et valorisée différemment. Il faut créer de **nouvelles expériences télévisuelles** et de nouveaux rapports dans la consommation des matches pour capter les fans qui ne sont pas supporteurs d'un club. C'est une dimension clé ».

« On doit développer une culture spectacle autour de notre marque phare, la Ligue 1. Une marque qu'il faudra sans doute **dépoussiérer et rebaptiser dans le cadre de ce projet**. On ouvre une réflexion », souligne-t-il. ■

Box-office

Box-office France, 1^{er} jour : retour gagnant sur les écrans pour « Avatar »

Joli coup pour Disney qui parvient à créer l'événement avec sa ressortie d'*Avatar*, treize ans après le phénomène signé James Cameron au box-office planétaire, devenu depuis le plus gros succès mondial de l'histoire du cinéma. Dès le **mercredi 21 septembre**, l'épopée de science-fiction attire **39 866 spectateurs** de France sur un panel de **344 copies**, soit une splendide moyenne de **116 spectateurs par écran**. *Avatar* permet aux blockbusters hollywoodiens de revenir peupler les écrans et donne une chance à une génération de jeunes spectateurs de découvrir ce grand spectacle au cinéma. Il offre aussi une piqure de rappel aux impatients qui reviendront au mois de décembre découvrir sa suite : *Avatar : La Voie de l'eau* (en salles le **14 décembre**).

Très attendu après son passage à la Mostra de Venise où il a beaucoup fait parler de lui, le deuxième long métrage d'Olivia Wilde, *Don't Worry Darling* (Warner Bros.), trouve **19 818 spectateurs**. Sa prestigieuse distribution, emmenée par Florence Pugh, Harry Styles, Chris Pine et la réalisatrice en personne n'y est probablement pas étrangère.

Le tandem Dany Boon/Line Renaud ne fait plus autant de merveilles qu'avec *Bienvenue chez les Ch'tis* ou *La Ch'tite Famille*. Cependant, *Une belle course* de Christian Carion (Pathé Films) parvient tout de même à se positionner sur la **3^e marche** du podium

avec **16 056 entrées** pour sa sortie, auxquelles s'ajoutent **9 759 places en avant-premières**, soit le deuxième meilleur cumul de nouveautés de la semaine : **25 815 spectateurs**. Sans compter la ressortie d'*Avatar*, on peut même dire qu'*Une belle course* est le long métrage le plus fédérateur du 21 septembre. Notons également la très belle performance des *Enfants des autres* (Ad Vitam), le dernier film de Rebecca Zlotowski avec Virginie Efira et Roschdy Zem, qui a déjà vendu **20 334 billets**, dont **5 235 avant sa sortie**.

Petite déception pour le documentaire sur David Bowie *Moonage Daydream*, distribué par Universal, qui compte déjà **6 334 billets vendus**, mais **4 006 en avant-premières**, soit seulement **2 328 spectateurs sur sa journée de sortie**. Mais c'est encore plus difficile pour Le Pacte qui n'attire que **1 650 spectateurs** pour la sortie du film d'animation *Les Secrets de mon père*, sur **228 copies**, soit une toute petite moyenne de **7 entrées par écran**. Fort heureusement, avec ses avant-premières, le long métrage de Vera Belmont compte tout de même **2 345 billets vendus**. ■

[Le tableau du box-office est disponible en cliquant sur le lien « **Version enrichie** ».] [Version enrichie](#)

Box-office UK, Allemagne, Italie, Espagne : « Ticket to Paradise » séduit l'Allemagne

Au **Royaume-Uni**, pendant le week-end du **16 au 18 septembre**, *Coup de théâtre* (Disney) conserve la première place, avec **984 779 livres sterling** (1,12 million d'euros) de plus et un total de **2,83 M€** (3,24 M€). Retour en force à la **2^e place** pour *Bullet Train* (Sony) : **325 252 £** (372 330 €) ce week-end, portant ses recettes à **10,35 M€** (11,84 M€). *Les Minions 2 : Il était une fois Gru* (Universal) est **3^e**, avec **321 746 £** (368 317 €). L'incroyable *Top Gun : Maverick* (Paramount) ne

s'arrête jamais. Il redevient **4^e** et ajoute **320 963 £** (367 420 €) à son étourdissante carrière de **82,88 M€** (94,88 M€), lui permettant de passer devant *Star Wars, épisode VIII : Les Derniers Jedi* (82,67 M€ en 2017) et de devenir le **7^e plus gros succès de tous les temps** sur le territoire. ■ ■ ■

...

En **Allemagne**, du **15 au 18 septembre**, *Ticket to Paradise* (Universal) démarre en tête, réunissant **189 359 spectateurs (1,79 M€)** sur le week-end et **227 334 entrées (2,13 M€)** depuis sa sortie. Le film d'animation de l'été *Les Minions 2 : Il était une fois Gru* est à sa suite, avec **75 281 spectateurs (586 581 €)** sur le week-end et **3,8 millions entrées (32,7 M€)** en tout. *Là où chantent les écrevisses* garde la dernière marche du podium sur son **5^e week-end**, avec **61 358 spectateurs (583 511 €)** supplémentaires. *Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu ?* (Neue Visionen Filmverleih) tombe de la 15^e à la 20^e place sur son **9^e week-end**, et trouve **12 991 entrées (114 936 €)**, soit un cumul de **675 164 billets vendus (5,94 M€)**.

Pour la semaine du **12 au 18 septembre** en **Italie**, *Les Minions 2 : Il était une fois Gru* reste en tête, avec **118 414 entrées (624 181 €)** et totalise désormais plus de **2 millions de billets vendus (13,56 M€)**. En 2^e position, une production locale : *Il signore delle formiche* (01 Distribution), le dernier drame de Gianni Amelio qui enregistre un **cumul de 217 715 entrées (1,14 M€)**, dont **88 506 (479 393 €)** la semaine passée. *Krypto et les Super-Animaux* (Warner Bros. Italia) est 3^e, avec **71 192 spectateurs (349 082 €)** cette semaine, et un **total de 304 862 spectateurs (1,75 M€)**. *Maigret* de Patrice Leconte, avec Gérard Depardieu (Adler Entertainment) démarre en 8^e position et

vend à ce jour **68 848 billets (309 476 €)**.

En **Espagne**, pendant le week-end du **16 au 18 septembre**, le film d'animation local *Tad l'explorateur et le secret de la Table d'émeraude* (Paramount) revient en tête en rassemblant **107 353 spectateurs (676 000 €)** pour un cumul de **1,38 million d'entrées (8,1 M€)**. La comédie romantique américaine *Ticket to Paradise* chute d'une place avec **81 407 entrées (594 589 €)**. La comédie d'action avec Brad Pitt *Bullet Train* (Sony) reste en 5^e position, vendant encore **27 100 billets (201 000 €)** pour un total loin au-dessus du million : **1,19 million de spectateurs (7,61 M€)**. *Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu ?* de Philippe de Chauveron perd six places et se retrouve 22^e (A Contracorriente, **2 590 entrées/19 246 €** et un cumul de **215 852 entrées/1,28 M€**). *Les Choses humaines* d'Yvan Attal se loge en 19^e position sur son **2^e week-end** (Karma, **4 546 entrées/31 272 €**), tandis que le documentaire *Lourdes* de Thierry Demaizière et Alban Teurlai apparaît à la 23^e place (Bosco Films, **2 460 entrées/17 106 €**). ■

[Les tableaux du box-office pour les 4 territoires sont disponibles en cliquant sur le lien « [Version enrichie](#) ».] [Version enrichie](#)

Distribution salles

Imax / Pathé Live : le concert d'Indochine projeté dans 450 cinémas ; des séances Imax rajoutées

Le concert **Central Tour du groupe Indochine**, capté au Groupama Stadium de Lyon en juin, sera projeté dans 450 salles, ont indiqué **Imax** et **Pathé Live**, jeudi 22 septembre. Le film est réalisé par Hans Pannecoucke, produit par KMS, Sony Music et JYL Productions.

Il est distribué par **Pathé Live**, exclusivement dans les **salles Imax** avec une avant-première le 23 novembre, en France et dans certains territoires. Dans les salles qui n'ont pas la technologie, une **projection unique** aura lieu le lendemain. Alors que les avant-

premières en Imax affichent complet, Pathé Live a **rajouté des séances** supplémentaires en Imax le 25 novembre.

C'est la première fois qu'un concert est capté dans le cadre du programme « **Filmed for Imax** » lancé en 2020, qui nécessite le recours à des **caméras numériques certifiées** et à la **technologie exclusive de postproduction** des films. ■

[[Voir le teaser du Central Tour d'Indochine en cliquant sur le lien « Version enrichie ».](#)] [Version enrichie](#)

Exploitation

Congrès de Deauville : 364 bandes-annonces présentées pendant la journée des éditeurs

364 bandes-annonces de **30 distributeurs** ont été présentées à l'occasion de la **27^e journée des éditeurs de films**, coorganisée avec la **Fnef**, lors du **congrès de la FNCF** à Deauville, jeudi 22 septembre. Une **nouvelle organisation** a été testée cette année afin de rendre la journée plus fluide : seuls les distributeurs accompagnés d'équipes de films étaient autorisés à monter sur scène (ils pouvaient toutefois enregistrer de courts messages vidéo s'ils le souhaitaient). Une

dizaine d'entre eux ont **fait venir des réalisateurs et/ou acteurs** afin de présenter leurs longs métrages. A noter cette année que la société **Tandem** était présente pour la première fois.

La liste des films présentés pour chaque éditeur sera **mise en ligne sur notre site vendredi** dans la journée, et paraîtra dans le pdf de *Satellifacts* de lundi. ■

RMC : campagne de communication de rentrée autour des « grandes voix » de l'antenne

RMC a lancé, jeudi 22 septembre, une **campagne de communication** qui « réunit pour la première fois, les **grandes voix** de son antenne », a annoncé la station le même jour. Elle se décline dès maintenant dans des **journaux nationaux et régionaux**, ainsi qu'en **digital**, avant de se déployer également, « **très prochainement** », en **télévision**.

La campagne print et les **quatre spots télévisés** mettent en

scène, sous le slogan « Qui a dit qu'on ne pouvait pas débattre en famille ? », les présentateurs des rendez-vous phares de RMC que sont **Charles Matin** (4h30-6 h30), **Apolline Matin** (6h30-9h), **Les Grandes Gueules** (9h-12h), **Estelle Midi** (12h-15h), **Super Moscato Show** (15h-18h), **Rothen s'enflamme** (18h-20h) et **After Foot** (20h-00h). ■

Distinctions

Cartoon Forum : l'Espagne doublement primée aux Tributes 2022

Le **Cartoon Forum** a, comme chaque année, désigné les **lauréats 2022 des Cartoon Tributes** au dernier jour de l'événement, jeudi 22 septembre, à Toulouse.

Ces prix, qui récompensent « le travail exceptionnel » des professionnels de l'animation européenne au cours de l'année précédente, ont été décernés pour **deux** d'entre eux à l'**Espagne**. Le trophée du **producteur** a ainsi été remis à la société **Peekaboo Animation** (*I, Elvis Riboldi, My Little Heroes, Mironins...*), et celui de l'**investisseur/distributeur** à **GoldBee** (*Ziggy and the Zootram,*

Henrietta, Cleo & Cuquin). Le prix du **diffuseur** revient à **KiKA**, chaîne publique pour enfants allemande, opérée par ARD et ZDF.

Les gagnants des Cartoon Tributes ont été élus, parmi 12 candidats, par les **1 075 participants** au Cartoon Forum. Lors de cette édition, 84 projets d'animation en provenance de 19 pays ont été pitchés (*Satellifacts du 9 juin*). ■

France Télévisions : les 4 lauréats du 1^{er} projet Atom créé avec le CEEA et France Zobda

Le pôle **Outre-mer** de **France Télévisions** a dévoilé, jeudi 22 septembre, les **quatre lauréats** de la **première édition** du **projet Atom** (Auteurs Talents Outre-mer), lancé par le Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle (CEEA) et la productrice **France Zobda** (Eloa Prod), auquel le diffuseur s'est associé (*Satellifacts du 2 décembre 2021*).

Il s'agit de **David Mars** (Guadeloupe), **Kim Tanic** (Martinique), **Klérya Gordien** (Guyane), et **Grégoire Jahan** (La Réunion). Ils ont

intégré le 14 septembre la **formation certifiante** de deux ans au métier de scénariste délivrée par le CEEA.

Pour rappel, le projet Atom a été lancé afin de permettre à de **jeunes Ultramarins** issus des régions et collectivités territoriales de la Martinique, la Guadeloupe, la Guyane et La Réunion de **participer au concours d'entrée du CEEA**. ■

Programmes

Disney Junior : « Kiya » (Frogbox, Entertainment One) dans les nouveautés de la saison

Kiya et les Héros de Kimoja, coproduite par **Frogbox** (Olivier Dumont) et **Entertainment One production**, sera l'une des nouveautés de la saison de **Disney Junior**, a annoncé la chaîne destinée aux 3-6 ans, mercredi 21 septembre. Inspirée par les paysages et la culture de l'Afrique australe, la série d'animation raconte les aventures de Kiya, une petite fille de sept ans passionnée par la danse et les arts martiaux, et de ses deux meilleures amies. Elles se transforment en superhéroïnes pour défendre leur communauté contre les méchants.

Frogbox sera aussi à l'affiche avec la **saison 1 des Pyjamasques et la Ronde des héros**, nouveau développement de la franchise qui a déjà fait l'objet de cinq saisons diffusées sur la chaîne et sur France

5 (*Satellifacts du 15 juin*). Les trois héros Greg/Gluglu, Amaya/Bibou et Sacha/Yoyo sont rejoints par de nouveaux coéquipiers pour lutter contre les méchants.

Les autres nouvelles séries sont toutes des productions du groupe Disney : **Eurêka !** (Disney Junior), **Rise Up, Sing Out** (Disney Branded Television), collection de courts métrages animés musicaux visant à « combattre le racisme et les idées reçues », **Firebuds** (Disney Branded Television) et **Super Kitties** (Disney Junior, Silvergate Media).

Disney Junior, distribuée en exclusivité dans les offres Canal+, proposera aussi de nouvelles saisons, dont la **3^e de Gigantosaurus** (Cyber Group Studios). ■

📺 **Disney Channel** : arrivée de « **Ghost Force** » (Zagtoon) et « **Viking Skool** » (Samka) cette saison

Disney Channel, qui a entamé la saison en endossant un **nouvel habillage**, proposera **plusieurs nouvelles séries**, dont deux productions françaises, a indiqué la chaîne, mercredi 21 septembre. Elle accueillera **Ghost Force** (52 x 11'), la nouvelle création de **Zagtoon** (Jeremy Zag), programmée **en deuxième fenêtre après TF1**, qui l'a proposée la saison dernière.

Cette série d'animation, qui suit les aventures de trois collégiens formant une équipe de super-héros pour combattre les fantômes de New York, est d'ailleurs exposée dans plusieurs autres territoires sur des antennes Disney, qui l'a acquise pour la zone **EMEA** et la **Russie**, ainsi que pour les **Etats-Unis**, le **Japon** et l'**Inde** (*Satellifacts* du 4 octobre 2021).

A noter que Zagtoon sera également à l'affiche de Disney Channel avec la **saison 4** de sa série phare **Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir**, également après la case Tfou de TF1. Pour accompagner cette diffusion, la **chaîne YouTube** de la chaîne propose depuis le 10 septembre à ses **2,97 millions d'abonnés** des « **bonus inédits** "Miraculous: les visites de Paris" », précise le communiqué. Ces cinq vidéos explorent les « secrets qui entourent la tour Eiffel, le Louvre, le Grand Palais, l'Hôtel de Ville et enfin le Musée

Grévin ».

Par ailleurs, Disney Channel diffusera **Viking Skool**, série coproduite par **Samka Productions** (Samuel Kaminka) et le studio irlandais **Cartoon Saloon**. La série sur trois adolescents étudiants dans une école de vikings arrive en deuxième fenêtre **après France 4**.

Les autres nouvelles séries de la grille sont américaines, avec les dessins animés **Hamster et Gretel** (Disney Branded Television) et **Marvel Moon Girl et Devil le dinosaure** (Disney Television Animation), ainsi que la série en prises de vues réelles **Ultra Violet et Black Scorpion** (Disney Channel). La dernière nouveauté annoncée est une acquisition: la chaîne diffusera les quatre saisons de **Carmen Sandiego** (HMH Productions, Wildbrain), adaptée de la franchise de jeu vidéo de même titre, déjà disponibles sur **Netflix**.

Disney Channel, distribuée en exclusivité dans les offres Canal+, proposera également de **nouvelles saisons**, dont la 2^e de **Boy, Girl, etc.** (WatchNext Media, Cloudco Entertainment et Kavaleer Productions), en 2^e fenêtre après **Gulli**, ainsi que de nouveaux épisodes de **Tara Duncan** (Princess Sam Pictures). ■

📺 **Arte** : 7^e édition de son Festival du cinéma du 12 au 19 octobre à l'antenne et sur arte.tv

Arte tiendra du **12 au 19 octobre** son **7^e Festival du cinéma à l'antenne et sur arte.tv**. La chaîne proposera le meilleur de ses coproductions récentes : **huit films** reflétant la diversité du cinéma d'auteur contemporain.

Sont annoncés : **Un divan à Tunis**, de Manele Labidi ; **Enfant terrible**, de Oskar Roehler ; **Ondine** (*Undine*) de Christian Petzold ; **Roubaix, une lumière**, de Arnaud Desplechin ; **Le Lac aux oies sauvages**, de Diao Yinan ; **Le Daim**, de Quentin Dupieux ; **Les**

Hirondelles de Kaboul, film d'animation de Zabou Breitman et Eléa Gobbé-Mévellec et **Equinoxe** de Lena Knauss. ■

[Voir le teaser du festival en cliquant sur le lien « **Version enrichie** ».] **Version enrichie**

Technologies

📺 **France Télévisions** : le transport du réseau ultramarin dorénavant assuré par Globecast

France Télévisions a adopté cet été une « **nouvelle architecture internationale de transport** » pour son **réseau ultramarin 1ère** qui est assurée par la société **Globecast** (Orange), a annoncé le groupe public le 20 septembre. Elle permet une « liaison optimisée » entre le site du pôle Outre-mer à Malakoff et les neuf territoires dans lesquels France Télévisions opère une chaîne, une radio et un site internet, ainsi que plusieurs améliorations techniques et « une réduction

importante des coûts par l'utilisation croissante du transport Broadcast par internet », selon le communiqué. Parallèlement, le même pôle a développé, en partenariat avec Globecast, un « **réseau maillé d'échanges radio-télévision-live multistations inédit** ». ■

mind & Satellifacts
vous invitent à la prochaine session
ON AIR ■

POUR COMPRENDRE
LES TRANSFORMATIONS
DU SECTEUR AUDIOVISUEL

La chronologie des médias est-elle un obstacle à la circulation des œuvres?

Mardi 4 octobre | En visioconférence | 17h30 - 19h

Je m'inscris !

Au (nouveau) fil des tweets

Une sélection, parfaitement arbitraire, de tweets qui nous ont amusés ou instruits. Ou pas. L'orthographe et la syntaxe d'origine sont conservées... sauf exception charitable ! Les opinions exprimées ne doivent pas être considérées comme reflétant les vues de notre rédaction.

Les Tweets : prix, feu rouge, série, défis, Woody, stagiaire, Luminor...

Arnaud Vialle @Arnovialle Heureusement que @Christophe_Co secoue un peu les idées reçues et amène une vraie réflexion [lors du débat au Congrès FNCF sur « la reconquête du public »]. Trop de personnes autour de cette table ronde sont dépassées... quand à l'échange avec la salle encore une fois raté ! Seulement 2 interventions... toujours pareil... #fnf #cinema #piratage

Le Box-Office des films en France et dans le Monde @boxofficefr 2 interventions dans la salle... dont 2 questions d'un journaliste presse pro et la position du président de l'Afcae...

Joël Wirsztel @joelwir Le journaliste de presse pro (moi en l'occurrence, pour Satellifacts) ne serait jamais intervenu dans ce cadre s'il n'avait été outré que ne soit pas évoquée la question du prix des places. Question d'ailleurs abordée l'après-midi dès le début du discours de @RimaAbdulMalak !

Rima Abdul Malak @RimaAbdulMalak Comment attirer les jeunes vers la magie du cinéma en salle ? Quels engagements pour la sobriété énergétique ? Comment favoriser la diversité de films sur les écrans ? Journée passionnante d'échanges avec les exploitants réunis à Deauville. Tant de beaux défis à relever ensemble !

France Inter @franceinter Christophe Dechavanne : à l'époque, « quand Jean-Marie Le Pen allait à la télé c'était un événement politico-médiatique ; aujourd'hui vous n'ouvrez pas une chaîne d'info ou une radio sans entendre quelqu'un d'extrême-droite » #le9h10inter

Madelen @madelen_ina cherche personne EXCEPTIONNELLE : un-e stagiaire qui aime et désire très fort le passé, qui a plein d'idées pour valoriser les contenus de <https://madelen.ina.fr> sur le digital. Curiosité, editing, programmation... C'est pour maintenant !

Vincent Leclercq @vinceleclercq #Série : avec la qualité et la diversité de l'offre de rentrée #TokyoVice sur @canalplus, #LesPapillonsNoirs sur @ARTEfr, #LOpera S2 sur @OCSTV, #ChairTendre sur @francetvslash (et j'en oublie), le #cinéma a intérêt à figoler sa programmation pour nous attirer en salle...

Damien Leblanc @damien_leblanc Valérie Lemerrier, Niels Schneider, Elsa Zylberstein, Lou de Laâge et Melvil Poupaud sont au casting du prochain Woody Allen, bientôt en tournage à Paris.

Th Barnaudt @tbarnaud Il y a, dans le marais à Paris, un ciné de qualité qui existe depuis 1912 [le Luminor]. Les efforts de programmation permettent de toucher un public à la fois très jeune et à la fois cinéphile Il est menacé de fermeture à cause de pressions immobilières Soutenez le <https://t.co/prGNpYsBnk>

St cycliste @St_Cycliste Bonjour @Parisjecoute c'est possible de changer la position des feux tricolores des pistes cyclables ? Merci car ils sont cachés la plupart par la présence de piétons sur le trottoir donc on ne peut pas anticiper le freinage

Paris j'écoute @Parisjecoute Bonjour, afin de transmettre votre suggestion au service territorial de voirie concerné, pouvez-vous nous préciser l'adresse concernée par votre propos ? Cordialement, l'équipe Paris j'écoute.

(Tweets relevés le jeudi 22 septembre)

■

Verbatim

Verbatim : Anne Holmes, Olivier Wotling, Rima Abdul Malak, Laurent Lafon, Aurore Bergé

« On a fait le constat qu'on manquait d'espaces de poilade dans le line-up de France Télévisions. »

Anne Holmes, directrice des programmes et directrice de la fiction française de France Télévisions, annonçant le lancement d'un « chantier » sur une sitcom de 26' d'après-midi, à l'occasion de la conférence de presse du groupe public au Festival de la fiction de La Rochelle, vendredi 16 septembre 2022

« Dans mon esprit, ce serait "poilade poilade poilade", mais je ne sais pas ce que cela veut dire pour vous. »

Anne Holmes, directrice des programmes et directrice de la fiction française de France Télévisions, répondant à la question « Ce serait poilade ? Poilade poilade ? Quel genre de poilade attendez-vous [pour votre projet de sitcom] ? », à l'occasion de la conférence de presse ■ ■ ■

■ ■ ■ du groupe public au Festival de la fiction de La Rochelle, vendredi 16 septembre 2022

« Ça fait un peu martial de montrer une carte d'Europe, mais nous n'allons envahir personne ! »

Olivier Wotling, directeur de la fiction d'Arte France, expliquant, carte à l'appui, que la chaîne avait déjà coproduit avec 19 pays européens, à l'occasion d'une conférence de presse au Festival de la fiction de La Rochelle, jeudi 15 septembre

« C'est une chaîne de plusieurs événements ces derniers temps... *Paris Match*, Europe 1... C'est quand même assez inquiétant sur la liberté d'expression dans notre pays. »

Rima Abdul Malak, ministre de la Culture, interrogée sur la suspension, par Editis (Vivendi), de la parution d'un livre de Guillaume Meurice, qui ironise notamment sur Vincent Bolloré, dans *Quotidien* sur TMC, jeudi 15 septembre 2022

« Difficile d'être ministre à la fin du "quoi qu'il en coûte"... »

Rima Abdul Malak, lors de son intervention à Deauville, durant le 77^e congrès de la FNCF, mercredi 21 septembre 2022

« La nouvelle était attendue, elle n'en reste pas moins préoccupante. [...] Car cela plonge le paysage audiovisuel français dans une zone d'incertitude. Il y avait une logique industrielle derrière le projet - peut-être critiquable - il faut maintenant en définir une autre. Pour l'instant, il n'y a pas de réponse qui se dessine aisément. »

Laurent Lafon, UC, président de la commission de la Culture du Sénat, au sujet de l'abandon du projet de fusion TF1-M6, à publicsenat.fr, lundi 19 septembre 2022

« De la couette au plaid, faisons revenir le public dans les salles »

Aurore Bergé, député Renaissance, incitant les professionnels à trouver des solutions pour le retour du public dans les salles et évoquant d'un sourire une pseudo-solution face au coût de l'énergie dans les salles, lors de son intervention à Deauville, durant le 77^e congrès de la FNCF, mercredi 21 septembre 2022 ■

A l'agenda

Agenda des prochaines semaines et des prochains mois : à partir du vendredi 23 septembre

Parmi les invités médias

Europe 1 - 9h : *Culture médias* : **Léa Salamé et Christophe Dechavanne**, présentateurs de *Quelle époque !* le samedi soir sur France 2, puis **Daphné Bürki**, présentatrice TV et actrice, et **Angèle Metzger**, actrice, pour la série *Chair tendre* sur France 5

France Inter - 9h10 : *L'Invité de Sonia Devillers* : **Jean-Noël Jeanneney**, historien, professeur, ancien président de Radio France et de la BNF, pour *Le Rocher de Süsten. Mémoires II, 1982-1991. De Radio France au Bicentenaire de la Révolution* (Le Seuil)

Sud Radio - 10h : *Média* : **Christophe Dechavanne**, producteur (Coyote Conseil) de *Dating dog : L'amour, mon chien et moi* pour TFX

Du 14 au 27 septembre : 8^e festival Play it Again !

Du 16 au 24 septembre : 70^e édition du Festival du film de San Sebastián

Du 21 au 23 septembre : 4^e Festival de l'info locale à Nantes

Du 22 au 28 septembre : 11^e festival De l'écrit à l'écran

Du 23 au 28 septembre : Festival 2 Cinéma de Valenciennes

Du 23 septembre au 2 octobre : 15^e Festival européen du film fantastique de Strasbourg

Lundi 26 septembre

ANNULE - 9h30 : **Association des journalistes médias** (AJM), petit déjeuner avec Christopher Baldelli, président de Public Sénat

13h30 : **Ministère de la Culture**, conférence de presse de présentation du budget 2023 prévu dans le projet de loi de finances. Contact : 01 40 15 83 31

Mardi 27 septembre

11h45 : **Fedcom Media**, conférence de presse de présentation de nouvelle plateforme de diffusion du basket européen. Contact : baptiste@bd-presse.com ■ ■ ■

■ ■ ■

12h : TF1, présentation de la feuille de route Climat du groupe. Contact : tf1rp@tf1.fr

Mercredi 28 septembre

9h30 : Sénat / Commission de la Culture, audition de Roch-Olivier Maistre, président de l'Arcom, sur le bilan du CSA en 2021

17h : Arte, rencontre presse pour la série documentaire de Cyril Dion *Un monde nouveau*. Contact : m-bangert@arteFrance.fr

Du 30 septembre au 2 octobre : 2^e Conscious Festival à Paris (Ground Control)

Du 3 au 9 octobre : 10^e édition de War on Screen à Châlons-en-Champagne

Mardi 4 octobre

17h30-19h : 3^e session Club On Air mind Satellifacts sur le thème : "La chronologie des médias est-elle un obstacle à la circulation des œuvres ?" (vidéoconférence). **Informations** et **adhésion** : [Infos / Adhésion](#)

Du 5 au 9 octobre : Festival Cinéroman à Nice

Les 5 et 6 octobre : Université du très haut débit à Toulouse

Du 5 au 16 octobre : 66^e BFI London Film Festival

Mercredi 5 octobre

9h : af2m, keynote de rentrée en ligne. Contact : 06 61 73 59 36

Jeudi 6 octobre

9h30 : M6 Publicité, visioconférence pour la 15^e édition de l'étude Tendances

Journée d'appel à la tenue des états généraux du cinéma français

14h30 : Newen Studios, conférence de presse sur le thème « Une histoire européenne » Contact : lsvaldi@newenstudios.com

Du 10 au 16 octobre : The American French Film Festival (ex-Colcoa)

Lundi 10 octobre

18h00 : ACCeS, conférence de presse à l'occasion de ses 25 ans. Contact : mam.agency.2015@gmail.com

Du 15 au 23 octobre : Festival Lumière

Du 18 au 21 octobre : Marché international du film classique

Les 15 et 16 octobre : MipJunior à Cannes

Du 17 au 20 octobre : MipCom à Cannes

Du 19 au 21 octobre : Rencontres de coproduction francophone à Marseille

Du 19 au 21 octobre : Forum de coproduction en Méditerranée à Marseille

Du 20 au 23 octobre : 5^e Paris Podcast Festival

Du 2 au 4 novembre : Rencontres cinématographiques de l'ARP

Du 4 au 6 novembre : Festival Vrai de vrai ! (ex-Les Etoiles du documentaire) de la Scam

Du 8 au 18 novembre : Festival CinéBanlieue

■ ■ ■

■ ■ ■ Les 9 et 10 novembre : Satis 2022

Du 11 au 19 novembre : 19^e Festival international du film de Marrakech

Du 13 au 16 novembre : Mip Cancún (Mexique)

Jeudi 17 novembre

WorldDABSummit, à Londres et en ligne

Du 17 au 20 novembre : Marseille Series Stories

Mardi 22 novembre : 5^e édition du Festival « Médias en Seine » sur le thème : Médias, quelles responsabilités, quelles réponses par temps de crise ? - Contact : mediasenseine@kbzcorporate.com

Du 18 au 27 novembre : Festival des 3 Continents à Nantes

Du 23 au 25 novembre : Rendez-vous franco-allemands du cinéma à Berlin

Du 28 novembre au 2 décembre : 14^e Ventana Sur à Buenos Aires

2023

Du 9 au 15 janvier : Festival Paris Courts Devant

Mardi 17 janvier

10h30 : France tv publicité, édition 2022 de Télé.visionnaire sur le thème « Le sport terrain d'avenir ». Contact : valerie.blondeau@francetvpub.fr

Du 20 au 28 janvier : Fipadoc à Biarritz

Du 25 au 29 janvier : PIDS Enghien

Du 8 au 28 février : 6^e Festival *Télérama* enfants

Du 27 février au 3 mars : London TV Screenings

Du 10 au 19 mars 2023 : Festival du film et forum international sur les droits humains (FIFDH) à Genève. Contact : f.lacroix@fifdh.org

Du 17 au 24 mars : Séries Mania à Lille

Du 21 au 23 mars : Séries Mania Forum à Lille

Du 17 au 19 avril : MipTV - MipDoc - Mip Formats à Cannes

Du 19 au 22 juin : Sunny Side of The Doc et PiXii ■

Satellifacts (anciennement *Satellifax*) : le satellite d'observation stratégique des professionnels de l'audiovisuel et du cinéma. Toute l'info, vérifiée, analysée, contextualisée et clarifiée. Factuellement. Edité par Fréquences, membre du Spiil - SAS au capital de 10 000 € - Commission paritaire : 1224W90061 - ISSN : 1776-3223 - *Satellifacts*, Hôtel de Retz, 9 rue Charlot, 75003 Paris - www.satellifacts.com - Twitter *Satellifacts* : @Satellifax - Directeur de la publication *Satellifacts* et suppléments *Satellifacts Magazine* et *Satellifacts Talents* : Joël Wirsztel jw@satellifacts.com - Twitter : @joelwir - Contact **abonnement** : Hugues Desmichelle (développement commercial) +33 6 80 630 700 hd@satellifacts.com. Administration : Véronique Olasz +33 1 40 29 47 48 office@satellifacts.com. Rédactions : +33 1 44 78 04 78 redaction@satellifacts.com. Directeur des rédactions : Joël Wirsztel - Rédactrice en chef *Satellifacts* : Yvane Dréant - Rédaction : Gauthier Jurgensen, Emmanuelle Miquet, Christine Monfort, Virginie Sengès, Julie Souvestre, Anastasia Svoboda. Collaborations régulières : Alain Grasset (quotidien), Florence Leroy (magazine), Pascale Paoli-Lebailly (quotidien et magazine), Carole Villevet (quotidien et magazine), François Viot (magazine). Rédactrice en chef *Satellifacts Magazine* et *Satellifacts Talents* : Anne-Sophie Filhoulaud (Narréa) as@satellifacts.com - Secrétariat de rédaction : Nathalie Grisoni, Nathalie Grille-Alix, Carole Coen sr@satellifacts.com - REPRODUCTION INTERDITE - 27^e année de publication - © Fréquences 2022.