



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

**« Les écrans et les jeunes :
quelle place, quelle offre, quelles évolutions ? »**

Mardi 9 décembre 2014

**Université Paris-Sorbonne
Amphithéâtre Liard**



Programme de la journée

Matinée

9h45 : accueil

10 heures : introduction de la journée par **Olivier Schrameck**, Président du conseil supérieur de l'audiovisuel

10h10 : Présentation par la direction des études et de la prospective du CSA :
« *Quels écrans utilisent les 13-24 ans et pour quels usages ?* »

10h20 : Table ronde – *La place des médias dans les usages quotidiens des jeunes*

Introduction par **Olivier Houdé**, professeur de psychologie à l'université Paris Descartes, Sorbonne

Débat :

Thierry Cammas, président-gérant de MTV/Viacom France

Élisabeth Durand, directrice de l'antenne de TF1

Bouchra Réjani, directrice générale de Shine France

Christian Spitz, animateur sur Fun Radio et pédiatre

France Zobda, productrice et présidente de la société Eloa Prod

11h30 : Dialogue avec le public

12 heures : **Clôture de la matinée par Najat Vallaud-Belkacem**, Ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Après-midi

14 heures : Table ronde – *L'offre de contenus pour les jeunes et ses perspectives d'évolution*

Débat :

Rodolphe Belmer, directeur général de Canal +
Lorenzo Benedetti, président et fondateur de Studio Bagel
Carole Bienaimé-Besse, productrice et directrice générale de April Snow Films & Capital et vice-présidente de l'Association pour la promotion de l'audiovisuel
Nicolas Coppermann, président d'Endemol France
Bibiane Godfroid, directrice générale des programmes de M6
Yves Guillemot, président-directeur général d'Ubisoft
Rémy Pflimlin, président-directeur général de France Télévisions
Maryam Salehi, directrice déléguée du groupe NRJ

16 heures : Dialogue avec le public

16h15 : Clôture de la journée par les Conseillères **Françoise Laborde** et **Mémona Hintermann-Afféjee**

SOMMAIRE

Contexte et déroulé de la journée du 9 décembre 2014

- Contexte de la journée
- Présentation

Quels écrans utilisent les 13-24 ans et pour quels usages ?

- L'équipement
- Les comportements médias et multimédias

Biographies des intervenants

Contexte et déroulé de la journée du 9 décembre 2014

➤ Contexte de la journée

La Commission de réflexion sur l'évolution des programmes du CSA, présidée par Mesdames **Françoise Laborde** et **Francine Mariani-Ducray**, mène depuis 2011 une réflexion sur les programmes les plus populaires auprès des jeunes.

Afin de mieux cerner leurs pratiques des médias traditionnels et leur parcours entre les différents supports au cours d'une journée type, la commission a synthétisé et publié, en juin 2014, une étude sur la relation entre jeunes (adolescents et jeunes adultes) et les médias.

De cette étude, et avec l'aide et le soutien du groupe de travail « *audiovisuel et éducation* » présidé par **Mémona Hintermann-Afféjee**, est née l'idée d'organiser une journée de réflexion **sur l'offre de programmes pour les jeunes**, qui réunirait différents acteurs et publics concernés par ce sujet.

➤ Présentation de la journée du 9 décembre

L'objectif de cette journée est de s'interroger sur les contenus proposés aux jeunes lorsqu'ils sortent de l'univers des chaînes et des programmes pour enfants, c'est-à-dire à partir de 12-13 ans.

Y a-t-il des contenus adaptés aux pratiques et aux goûts des adolescents et des jeunes adultes, qui répondent à leurs attentes, dans lesquels ils peuvent se reconnaître et qui puissent susciter des vocations ?

Afin de répondre à ces questions, **deux tables rondes** ont été organisées. La première porte sur les **usages** : « *La place des écrans dans le quotidien des jeunes* » et la seconde sur les **contenus** : « *L'offre de programmes pour les jeunes, les évolutions et perspectives en la matière* ».

Par ailleurs, il a été décidé d'associer des jeunes à cette journée en proposant au **lycée de Monistrol-sur-Loire**, au **lycée Louis-Armand de Paris XV**, à **LISAA** (L'institut supérieur des arts appliqués), au **Bondy Blog** et à certains élèves d'école de journalisme de participer à ces journées en les sensibilisant sur les trois questions suivantes : *Quels contenus médiatiques aiment-ils ? Quels sont les programmes qu'ils n'aiment pas ? Que leur manquent-ils dans l'offre de contenus actuelle ?*

Problématiques et questionnements des tables rondes :

Première table ronde : La place des écrans dans le quotidien des jeunes

- Présentation par la Direction des études et de la prospective (DEP) du Conseil de l'étude sur les jeunes et les médias, « *Les écrans et les jeunes : quelle place, quelle offre, quelles évolutions ?* », publiée en juin 2014.
- Comment les jeunes consomment-ils les contenus audiovisuels ? Observe-t-on des pratiques qui leur sont spécifiques (multi-écrans, diversité des situations de visionnage, télévision sociale, radio, etc.) ?
- Quel est le parcours des jeunes entre les différents supports au cours d'une journée type ?

Deuxième table ronde : L'offre de contenus pour les jeunes, les évolutions et perspectives en la matière

- En quoi l'existence d'une offre de programmes pour les jeunes est-elle importante pour l'individu et pour la collectivité ?
- Que regardent les adolescents et les jeunes adultes ? Quels contenus plébiscitent-ils ? Quel est leur regard sur la télévision et l'offre de programmes ? Quelles sont leurs attentes ?
- Quelles stratégies éditoriales les producteurs d'émissions et les éditeurs de services de télévision mettent-ils en place pour séduire les adolescents et les jeunes adultes ? Quelle est la clé du succès d'un programme auprès de ces publics ? À l'inverse, a-t-on des exemples de programmes conçus pour les jeunes qui n'ont pas séduit, et quels enseignements peut-on en tirer ?
- Comment et jusqu'où le « cross médias » influence-t-il les stratégies éditoriales et la conception des programmes (modes de consommation, codes narratifs et visuels, etc.) ?
- La télévision sociale : état des lieux et perspectives.

Quels écrans utilisent les 13-24 ans et pour quels usages ?

La Commission de réflexion sur l'évolution des programmes, présidée par Mesdames Françoise Laborde et Francine Mariani-Ducray, a initié en 2013 une réflexion sur la relation entre les adolescents et jeunes adultes et les médias, afin de mieux cerner leurs pratiques des médias traditionnels et leur parcours entre les différents supports au cours d'une journée type.

Cette réflexion a été synthétisée dans une première étude réalisée et publiée par la Direction des études et de la prospective du CSA en juin 2014 et dont les chiffres ont été spécialement réactualisés pour cette journée du 9 décembre.



QUELS ÉCRANS UTILISENT LES 13-24 ANS ET POUR QUELS USAGES ?

Colloque « *Les écrans et les jeunes : quelle place,
quelle offre, quelles évolutions ?* »
9 décembre 2014

Direction des études et de la prospective du CSA
Danielle Sartori / Laurent Letailleur





L'ÉQUIPEMENT

2

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Un taux d'équipement favorisé par la présence d'un jeune au foyer



- **97 %** des 13-24 ans vivent dans un foyer équipé TV et **63 %** dans un foyer **multi équipé** (contre 55 % pour l'ensemble de la population).
- **Entre 95 % et 96 %** des 13-24 ans vivent dans un foyer **équipé d'un ordinateur et d'un accès à internet** (contre 87 % pour l'ensemble de la population). La moitié des foyers où vit un jeune de 13 à 24 ans possède une tablette (10 points de plus que l'ensemble de la population).
- **Les trois-quarts** des 13-24 ans sont équipés en smartphone (soit **23 points de plus** que l'ensemble des individus de 11 ans et plus) et vivent dans un foyer équipé de consoles de jeux actives (contre 51 % pour l'ensemble de la population).

Les foyers français disposent en moyenne de 9,6 équipements capables de recevoir la radio par foyer*

* Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers- 1^{er} semestre 2013

Source : Médiamétrie – Home devices – individus- 2^{ème} trimestre 2014

3

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



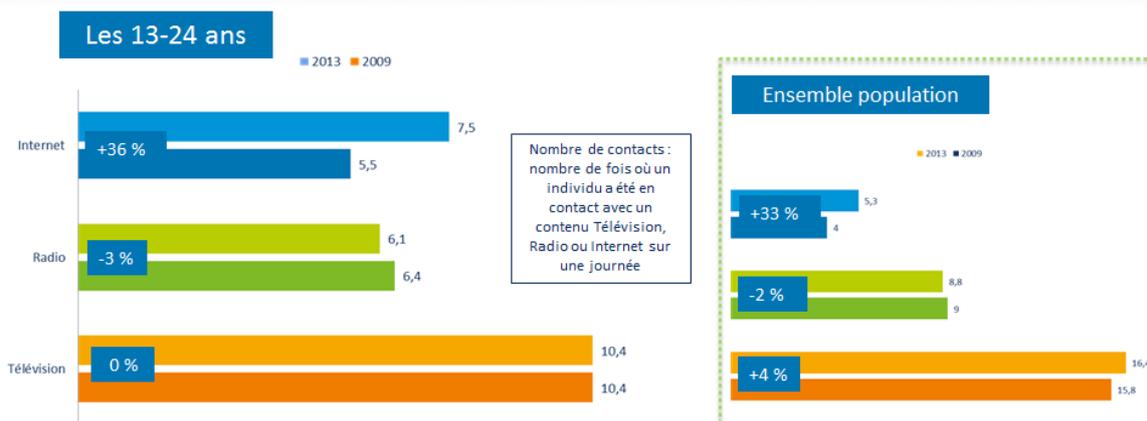
LES COMPORTEMENTS MÉDIAS ET MULTIMÉDIAS

4

CSA

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

L'évolution des contacts médias



- Les 13-24 ans ont moins de contacts avec la télévision et la radio sur une journée moyenne que l'ensemble des Français et plus de contacts avec internet.
- Entre 2009 et 2013, le nombre de leurs contacts avec la télévision reste stable, diminue légèrement pour la radio et progresse de 36 % avec internet.

Source : Médiamétrie – Media in life. Base lundi-dimanche cumulés 2009 et 2013-0h00-24h00, ensemble 13 ans et plus, 13-17 ans, 18-24 ans, ensemble 13-24 ans, nombre de contacts par jour et par personne.

5

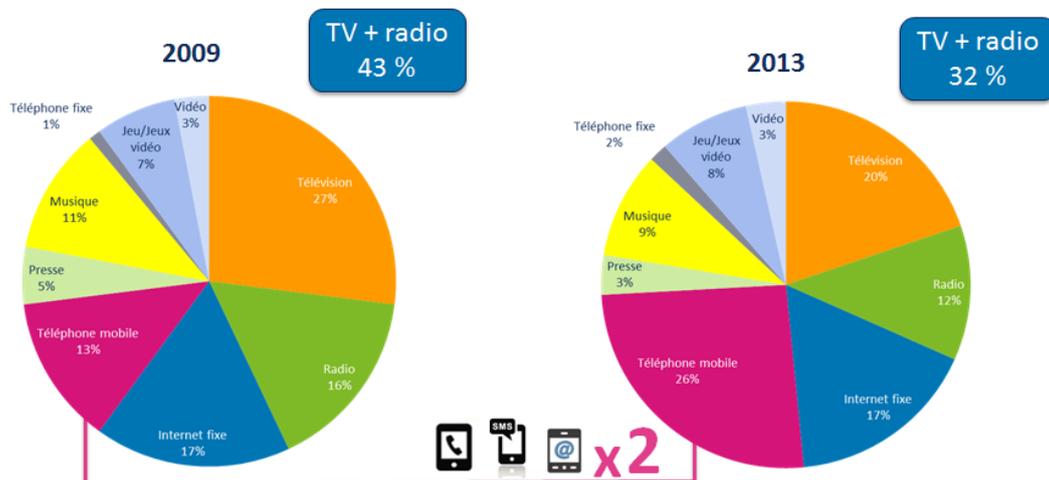
CSA

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Le poids des différentes activités médias et multimédias chez les 13-24 ans



- Le poids de la musique et des jeux vidéos est une spécificité de la consommation des 13-24 ans (le double par rapport aux 13 ans et plus).
- Entre 2009 et 2013, le poids du mobile dans l'ensemble des contacts a été multiplié par deux.



Source : Médiamétrie – Media in life. Base lundi-dimanche cumulés 2009 et 2013- 0h00-24h00, ensemble 13-24 ans, parts de présence.

Grille de lecture : En 2013, sur 100 contacts médias et multimédias, 20 sont dédiés au média télévision chez les 13-24 ans

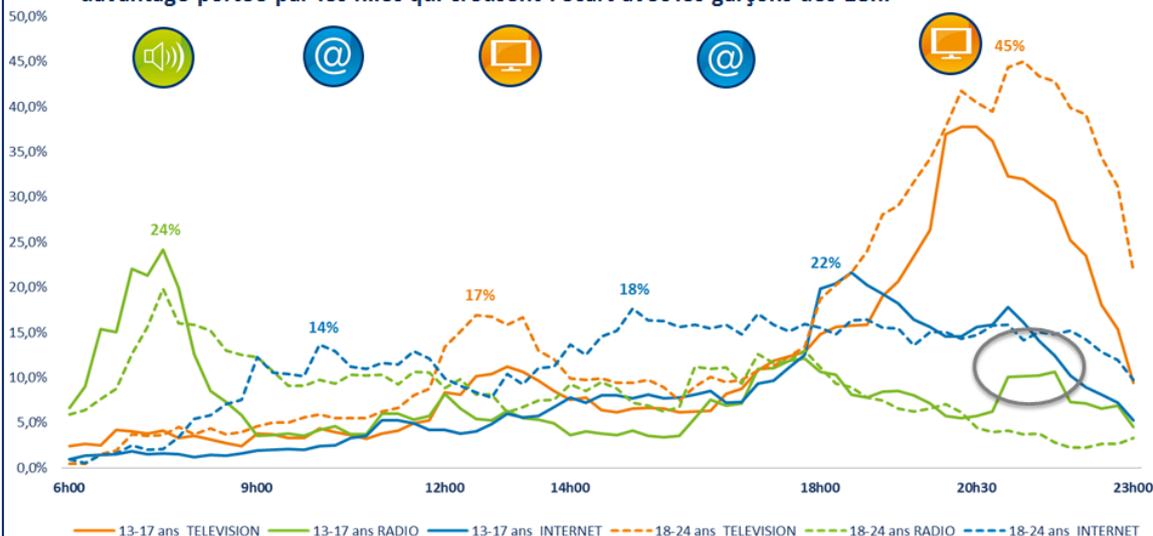


6

La journée médias des 13-24 ans



- La journée média des 13-24 ans présente deux pics : radio le matin (forte affinité des 13-17 ans et public plutôt plus masculin) ; TV le soir (18h-23h, forte affinité du public féminin et de la tranche 18-24 ans).
- La consommation d'internet fixe augmente progressivement tout au long de la journée ; elle est davantage portée par les filles qui creusent l'écart avec les garçons dès 18h.



Source : Médiamétrie – Media in life. Base lundi-dimanche cumulés 2013- 6h00-23h00, 13-17 ans, 18-24 ans, ensemble 13-24 ans, taux de couverture

Taux de couverture par quart d'heure : part des individus en contact au moins une fois sur le quart d'heure avec un contenu Radio ou Télévision ou Internet








LA TÉLÉVISION AUTREMENT



TVR





Direct / TVR

8

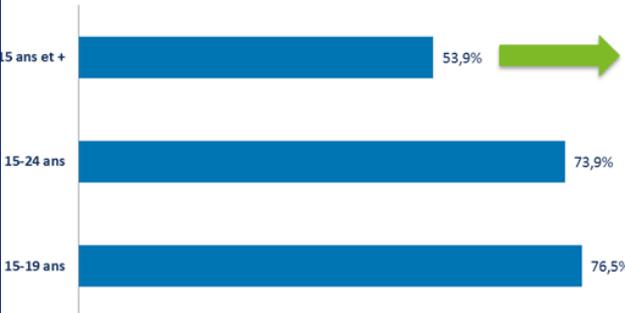

 CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL





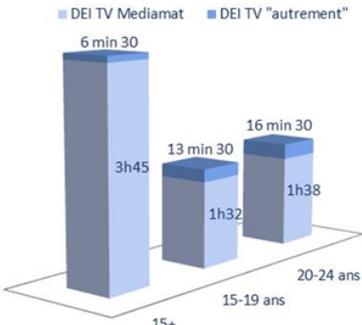

Une consommation qui s'affranchit du linéaire

Consommation des contenus TV sur les 12 derniers mois (hors téléviseur en direct/en rattrapage)



Tranche d'âge	Pourcentage
15 ans et +	53,9%
15-24 ans	73,9%
15-19 ans	76,5%

27,8 millions de 15 ans et +, dont 2,9 millions de 15-19 ans et 2,6 millions de 20-24 ans (soit 20% des adeptes de ces modes d'accès aux contenus TV)



Tranche d'âge	DEI TV Mediamat	DEI TV "autrement"
15+	6 min 30	3h45
15-19 ans	13 min 30	1h32
20-24 ans	16 min 30	1h38

Grille de lecture : « La Tv autrement » comprend la TVR sur le poste de télévision et la consommation en direct ou en rattrapage sur un autre écran.

Source : Médiamétrie- Global TV- Périodicité : Vague 13 (14 avril au 29 juin 2014) –

- Trois jeunes de 15-24 ans sur quatre ont consommé des programmes, au cours des 12 derniers mois, en rattrapage ou en direct sur un autre écran que le téléviseur (contre un sur deux pour l'ensemble de la population) ;
- Quotidiennement, les durées de consommation des contenus télévisuels par les 15-24 ans sont deux fois plus importantes que celles de l'ensemble de la population, même si elles restent encore limitées.

9


 CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Un usage significatif du rattrapage

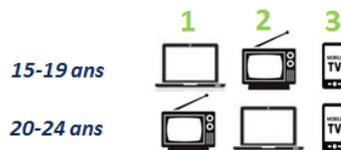


- Chaque jour, 8 % des 15-19 ans et 7,6 % des 20-24 ans consomment des programmes en télévision de rattrapage (TVR), quel que soit l'écran.
- Un quart des utilisateurs de la TVR sont des jeunes de 15-24 ans, qui représentent 14 % de la population de plus de 15 ans.

2,2 MILLIONS d'utilisateurs quotidiens de TVR de plus de 15 ans



dont 600 000 jeunes de 15-24 ans, via :



Source : Médiamétrie- Global TV-- Périodicité : Vague 13 (14 avril au 29 juin 2014) – Consommation Veille

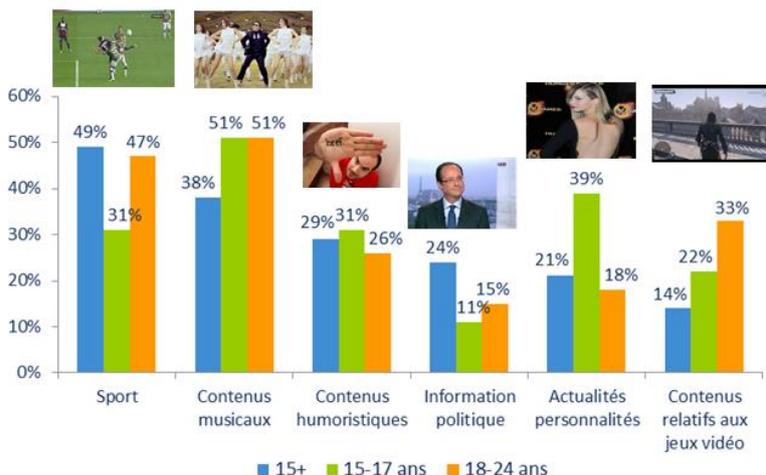
10

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Internet comme mode d'accès aux programmes en direct



- Plus des 2/3 des 15-24 ans ont déjà regardé un programme télévisé en direct sur internet, contre près de la moitié de l'ensemble de la population (25 % des 65 ans et +).



- Les programmes musicaux plébiscités devant le sport pour les jeunes adultes (18-24 ans), devant l'actualité des personnalités pour les 15-17 ans.

Source : Institut CSA – Enquête réalisée du 8 au 10 septembre 2014 Echantillon : 1060 personnes de 15 ans et + - Traitement Conseil supérieur de l'audiovisuel

11

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



LA RADIO

12

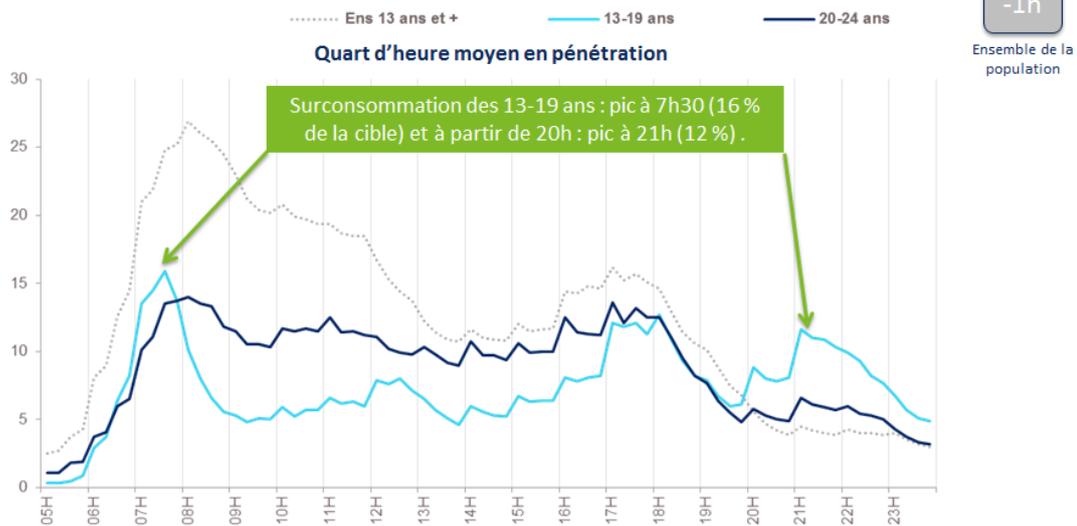
CSA

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Une consommation plus fragmentée



- Sur la saison 2013-2014, près de 8 jeunes sur 10 de 13 à 24 ans écoutent quotidiennement la radio entre 5h et 24h (semaine)
- Les auditeurs de 13-24 ans écoutent chaque jour la radio 1h56 en moyenne



Source : Médiamétrie – 126 000, Septembre 2013-juin 2014, Lundi-Vendredi, 5h-24h

13

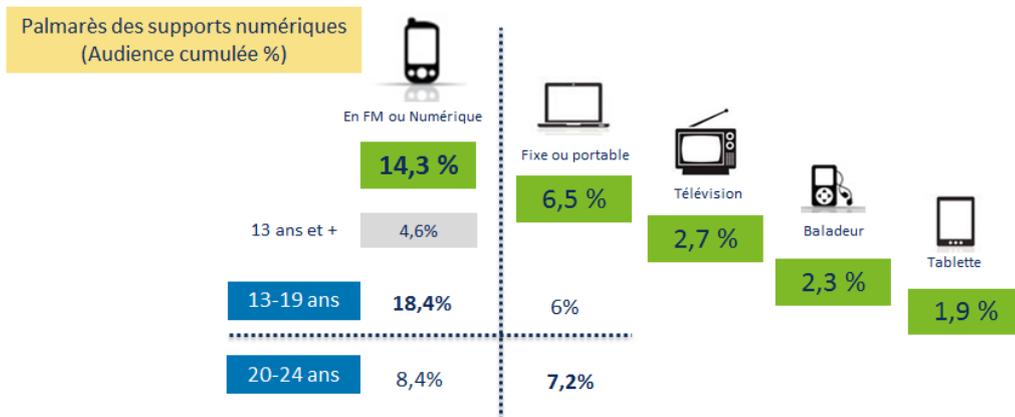
CSA

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Le mobile, 1^{er} support d'écoute en numérique



- Les supports multimédias représentent un tiers du volume d'écoute de la radio chez les 13-24 ans.



Plus d'un internaute de 15-24 ans sur cinq a regardé une émission de radio en vidéo au cours du DM**

**DM = dernier mois

14

Source : Médiamétrie Global radio 2013 volet 1 & volet 2 - 126 000 Radio 6 semaines entre septembre et octobre 2013, Lundi-Vendredi, 5h-24h - AC%

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

LES USAGES D'INTERNET ET DES RÉSEAUX SOCIAUX



CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

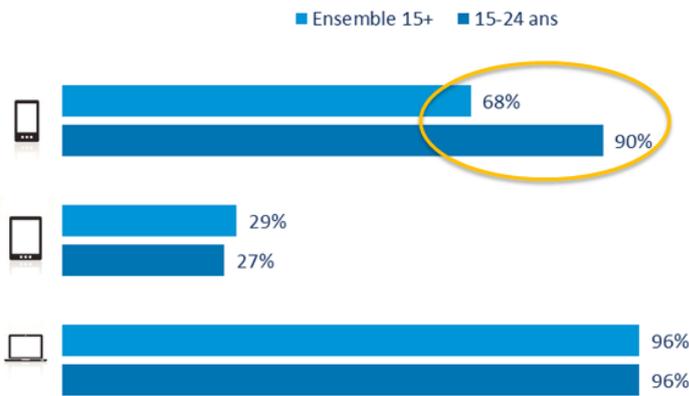
15

14

Le mobile marque aussi la différence pour la consommation d'internet



- 9 jeunes internautes sur 10 se sont connectés à internet au cours du dernier mois, via leur téléphone mobile, contre 7 sur 10 pour l'ensemble de la population.
- Les réseaux sociaux sont leur premier usage sur téléphone mobile en 2014.



Source : Médiamétrie- Web Observatoire – Périodicité: 2^{ème} trimestre 2014 – DM : Dernier mois

16

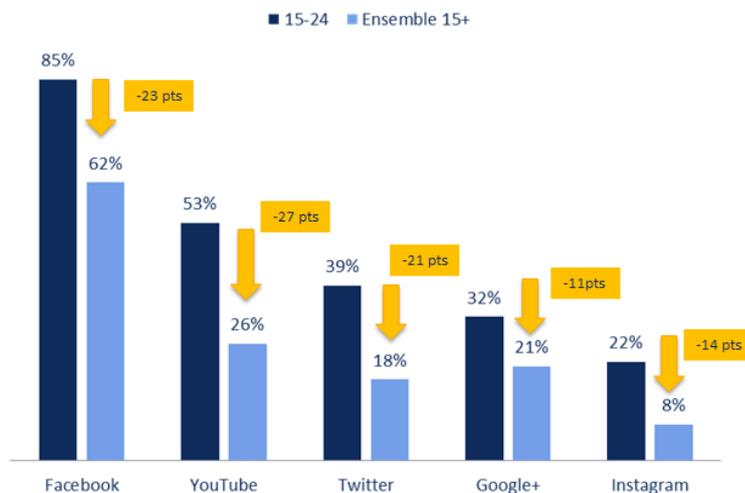
CSA

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

L'importance des réseaux sociaux



- 92 % des internautes de 15 à 24 ans sont inscrits sur un site communautaire en 2014 (contre 76 % pour les 15 ans et plus) :
 - Facebook enregistre la part la plus importante d'internautes de 15-24 ans ;
 - YouTube présente cependant un profil de population particulièrement jeune par rapport à l'ensemble de sa population d'inscrits.



Grille de lecture : Au T2 2014, 85% des internautes de 15-24 ans sont inscrits à Facebook, contre 62% de l'ensemble des internautes

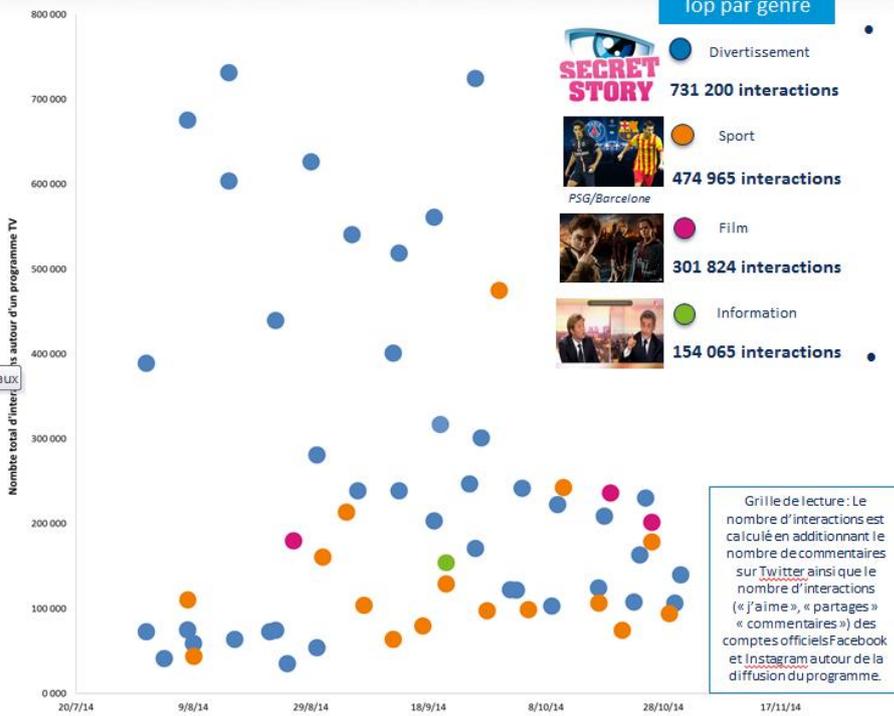
Source : Médiamétrie- Web Observatoire – Périodicité: 2^{ème} trimestre 2014

17

CSA

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Les 15-24 ans aiment commenter les programmes TV



• Près de 20% des 15-24 ans ont commenté un programme TV au cours des 12 derniers mois vs près de 8% pour l'ensemble des 15+ (Médiamétrie/vague 13 Global TV)

• Les émissions de divertissements dominent les « discussions sociales » devant le sport (nombre d'occurrences & performances de 8/2014 à 10/2014)

Source : NPA Conseil - Baromètre ISTV du 1^{er} août au 31/10/14 / Données Mesagraph/Facebook/Médiamétrie - Traitement CSA



LES JEUX VIDÉOS

19

Une population adepte du jeu vidéo



- Une pratique ancrée chez les plus jeunes et qui décroît avec l'âge.
- La hiérarchie des écrans de jeux ne distingue pas les 13-24 ans de l'ensemble de la population.

Source : Etude SELL et Médiamétrie Media in life – Janvier-février 2014 - Ensemble des 13+, 13-24 ans



- Les 13-17 ans sont ceux qui jouent le plus tout au long de la journée avec une consommation qui croît nettement à partir de 16h30 pour atteindre un pic entre 18h et 20h.
- Les 18-24 ans sont plus nombreux à compter de 22h30.



Source : Médiamétrie - Media in life – Janvier-février 2014 - Ensemble des 13+, 13-24 ans, 13-17 ans, 18-24 ans - taux de pénétration

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Biographies

Olivier HOUDÉ, professeur en psychologie



Olivier Houdé est né le 28 juin 1963 à Bruxelles.

Instituteur de formation initiale, il est professeur de psychologie expérimentale du développement de l'enfant à l'Université Paris Descartes – Sorbonne depuis 1995.

Depuis 1997, il est membre de l'Institut Universitaire de France. Il est directeur du laboratoire de psychologie du développement et de l'éducation de l'enfant (LaPsyDé) – unité de recherche UMR 8240 au CNRS depuis 2000.

Son domaine de recherche est la catégorisation, le nombre, le raisonnement de l'enfant à l'adulte.

Diplômes

Habilitation à diriger des Recherches, Université Paris-5 (1994).

Doctorat de Psychologie Université Paris-5 (1991).

Instituteur, École Normale Saint-Thomas/Haute École Galilée, Bruxelles (1983).

Bibliographie

A publié en 2014 *Apprendre à résister* (Le Pommier) et *Le raisonnement* (PUF), prix de l'Académie des sciences.

Bach J.-F ., Houdé O., Léna, P. & Tisseron, S. (2013). *L'enfant et les écrans. Un Avis de l'Académie des sciences*. Paris: Éditions Le Pommier et Institut de France - Académie des sciences.

Houdé, O. (2004). *Dictionary of Cognitive Science*. New York: Routledge/Taylor & Francis (Psychology Press) Taylor & Francis E-Book (2010).

Houdé, O. (2004/2011). *La psychologie de l'enfant* (Que sais-je ?), Paris, PUF (réédité en 2011: 5ème édition).

Thierry CAMMAS, directeur général de MTV Networks France



ESSEC, Licence de Philosophie à la Sorbonne.

Thierry CAMMAS débute sa carrière comme chargé d'affaires au sein du fonds d'investissement média / hors média CSA FINANCE, puis devient contrôleur marketing au sein du Groupe BIS.

Il rejoint la chaîne musicale MCM en 1993, d'abord comme directeur administratif et financier, puis comme directeur général à partir de 1998 des chaînes musicales MCM et MUZZIK. Jusqu'en septembre 2004, il construit, en tant que directeur général, le leadership du Groupe MCM (MCM, MCM TOP, MCM POP), filiale à 51 % de LAGARDERE THEMATIQUES (dont il est aussi Directeur Général Adjoint) et à 49 % de CANAL+.

Pendant cette période, il développe aussi la chaîne de musique classique européenne MEZZO (fusionnée avec MUZZIK en décembre 2001, codétenue à 60 % par MCM et à 40 % par FRANCE TELEVISIONS), dont il est le président-directeur général.

Depuis Janvier 2005, Thierry CAMMAS est gérant de VIACOM MEDIA NETWORKS FRANCE et président-directeur général de GAME ONE. L'ensemble représente l'intégralité des activités audiovisuelles de VIACOM en France (chaînes TV, ventes de programmes, activités digitales et produits dérivés) dans le domaine de la Jeunesse, de la Musique et du Divertissement autour des marques et des médias NICKELODEON, MTV, GAME ONE/J-ONE et PARAMOUNT CHANNEL.

VIACOM MEDIA NETWORKS FRANCE représente une offre incontournable en France dans la télévision thématique payante, N°2 sur la jeunesse et N°1 sur les cibles jeunes et jeunes adultes.

France ZOBDA, productrice (Eloa Prod)



Née au Lamentin, en Martinique, France Zobda grandit dans la douceur de son île jusqu'à l'âge de 17 ans au sein d'une famille composée en majorité d'artistes. Adolescente, elle s'oriente vers la danse classique et le modern' jazz ainsi que le piano, et a pratiqué différents sports, notamment l'athlétisme, le judo, le vélo, la voile et le trekking. Elle quitte ensuite son île pour aller faire des études supérieures à Orléans où elle obtient un Doctorat d'Anglais et DUT de Gestion et Administration des Entreprises.

Après avoir suivi une formation au Cours Florent, elle est repérée par Hollywood pour jouer dans *Sheena, Queen of the Jungle* de John Guillermin, puis continue au cinéma avec *Sauve-toi, Lola* de Michel Drach, *L'exil du Roi Béhanzin* de Guy Deslauriers et le dernier film de Bernard Giraudeau *Les Caprices d'un Fleuve*. Elle monte une troupe de théâtre et joue aussi bien les répertoires classique et contemporain. Elle enchaîne les rôles à la télévision : pour les USA, *The Baron*, une mini-série de Richard Heffron, le médecin Lucie Baptiste dans la série-culte canadienne *Lance et Compte*, un médecin sapeur-pompier dans la série *SOS 18*, puis dans la série *Léa Parker*. Très attachée aux Antilles et à son identité française et créole, elle estime que leur diversité mérite d'être davantage mise en valeur tant par leur spécificité que par leur universalité.

C'est ce manque de représentativité et de visibilité qui lui donne l'envie de créer en 2002 le Festival Cinamazonia, Festival de Cinémas des Mondes Métissés en Guyane puis de monter en 2005 la Société ELOA PROD avec Jean-Lou Monthieux. Aujourd'hui productrice, elle défend les mêmes valeurs et tente de mettre en lumière cette identité plurielle, multiculturelle, multiraciale et multicolore, car son rêve est de « mélanger les cultures à l'écran au reflet de notre monde et de notre société française ».

Elle tente aussi de tendre la main à de jeunes talents afin que la Jeunesse s'identifie et se sente concernée, elle aussi, par des programmes audiovisuels qui prennent en compte leurs réalités et leurs points de vue et se bat, par ailleurs, pour une meilleure visibilité et une vraie place des femmes dans les médias et dans la fiction audiovisuelle.

Leur société ELOA PROD a produit à ce jour 6 téléfilms dont les 5 diffusés ont réalisé de bons audimats : *Fais danser la poussière* (France 2), *Pas de toit sans moi* (France 2), *Les Amants de l'Ombre* (France 3), *Toussaint Louverture* (France 2), *Paradis Amers* (France 2) et tout récemment *Le Family Show* (France 2), pas encore diffusé.

C'est une femme engagée, respectueuse, perfectionniste, une Citoyenne du Monde qui tente de participer activement à des événements majeurs nationaux et internationaux permettant un mieux vivre ensemble.

Christian SPITZ, animateur sur Fun Radio et pédiatre



Père de six enfants âgés de 15 à 35 ans

Exerce en cabinet privé à Paris et dans une clinique depuis 1982 ;

Il est animateur d'une émission de radio de septembre 1992 à juin 1998 : *Lovinfun* sur Fun Radio ;

Participation à des émissions de télévision en 1993 et 1994 sur Tf1 : *Leçons d'amour* » puis *Coucou c'est nous* ;

Membre de la Consultation nationale des jeunes en 1994 ;

Membre du Conseil scientifique du fil santé jeune depuis sa création en 1995 ;

Organisation et animation de campagnes nationales de prévention contre le Sida et de campagne nationale de prévention MST et grossesse (1993 à 1997) ;

Participations à plusieurs colloques et réunion sur l'adolescence en France et en Belgique ;

Directeur général de la fondation d'entreprise Fun Radio en 1997 et 1998 ;

Soutien actif à de nombreuses associations en banlieue parisienne ;

Auteur en 1994 du livre *Question d'adolescents* publié chez Odile Jacob (traduit en Amérique du sud, Colombie, Argentine, Brésil, Mexique, également en Espagne, Portugal, et Asie) ;

Roman en 1996 *T'as un problème Max*. Roman adapté au cinéma en 1999 puis en téléfilm *tombé du nid* diffusé en 1999 ;

Participation aux trophées Fun radio du cinéma en 1995, 1996 et 1997 à Cannes durant le festival ;

Président du festival Cannes Juniors en 1998 (films primés hors sélection officielle par un jury de jeunes Français et Libanais) ;

Ouverture du site *ledoc.com* en septembre 2000 ;

Animation d'une émission quotidienne *Christian Spitz Médecin* sur RMC INFO de février 2001 à août 2004 ;

Rapport sur la violence et la pornographie dans les medias avec le ministère de la culture en 2008

Reprise de l'émission de radio *Lovinfun* sur Fun Radio en 2013.

Elisabeth DURAND, directrice de l'antenne de TF1



Elisabeth Durand a une maîtrise de Gestion de l'Université Paris-Dauphine, ainsi qu'un DESS en Droit et Administration de la Communication Audiovisuelle (Panthéon-Sorbonne).

Elle a débuté sa carrière à New York dans une agence de communication spécialisée dans la conception de programmes annuels de relations publiques pour de grandes marques.

Elle a passé 6 ans chez AB Production où elle arrive en tant que responsable des grilles de programmes et de l'autopromotion. Elle est ensuite responsable des émissions jeunesse et des programmes familiaux au sein d'AB puis devient adjointe au développement des nouvelles productions de sitcoms et séries auprès de Jean-Luc Azoulay.

Elisabeth Durand rejoint la direction de l'antenne de TF1 en 1998, elle est successivement directrice adjointe de la programmation puis directrice de la programmation

Elle est directrice de l'antenne depuis 2011 et présidente des chaînes Histoire, Stylia, TV Breizh et Ushuaïa TV.

Bouchra REJANI, directrice générale de Shine France



Née à Casablanca, Bouchra Réjani est franco-marocaine. Elle grandit près de Nantes.

Diplômée de l'École Supérieure de Commerce (*Audencia*, Nantes) et titulaire d'une maîtrise en Langues Etrangères Appliquées aux Affaires (Université de Nantes), Bouchra a démarré sa carrière en tant qu'auditeur financier au sein du cabinet international KPMG Audit et a notamment participé à des missions d'évaluations financières et de fusion-acquisitions dans le secteur industriel (*Sonatrach*, *BMW*, *Shell*...)

Elle décide de poursuivre sa passion pour le secteur média et la création de contenus pour rejoindre en 1999 le groupe de télévision pour enfants, *Fox Kids Europe*, basé à Londres en tant que chargée de mission auprès de la direction Générale Europe. Elle a pour mission la structuration du groupe et l'organisation de sa trentaine de filiales avant son entrée en Bourse d'Amsterdam. Ce groupe, propriété à 50/50 de *Murdoch (NewsCorp)* et de *Haïm Saban (Saban Group)* est éditeur de chaînes de télévision en Europe et gère l'ensemble des actifs (du studio de production, à la commercialisation par des agents de licence, aux opérateurs internet).

Trois ans après, à la fin de sa mission, Bouchra rejoint la filiale française à Paris en tant que directrice déléguée auprès de Gaspard de Chavagnac, président de la chaîne. Après le rachat du groupe *Fox Kids Europe* par *Disney* où elle gère la restructuration de la filiale française, elle décide de rejoindre le groupe *Fremantle Media France* en 2004, alors dirigé par Bibiane Godfroid. Elle accompagne le développement de la société de production française, propriété du groupe *Bertelsmann-RTL*, de 2004 à 2010 en tant que secrétaire générale avant d'en devenir directrice générale. *Fremantle Media France* produit notamment *Nouvelle Star* pour M6, *Questions Pour un Champion* pour France 3, *Supernanny* (M6), *Famille En Or* (TF1), *Le Juste Prix* (TF1)...

Après six ans passés chez *Fremantle Média France*, elle décide de se lancer de nouveaux défis et rejoint Thierry Lachkar pour l'accompagner dans le développement de *Shine France* en 2010.

Riche de sa double-culture, Bouchra œuvre pour le dialogue interculturel au travers d'actions médias. Elle cofonde le Club Ariès qui soutient de nombreux projets médias œuvrant pour la promotion du dialogue interculturel et notamment :

- « Citoyens Visibles », par la production d'une vingtaine de modules ayant été diffusés en 2008 sur toutes les chaînes de télévision. Ce projet explique aux Français comment la France a grandi de sa diversité, par le portrait, en 1 minute 40 des grandes figures contributrices telles que Marie Curie, André Citroën, Léopold Sédar SenghorCe projet a reçu le Trophée de la diversité en 2008.
- « El Gusto » premier film de documentaire au cinéma de Safinez Bousbia qui rassemble 50 ans après juifs et musulmans autour de la musique « Chaabi ». Le groupe s'est reconstitué et sillonne aujourd'hui le monde. (Suède, Europe, Etats-Unis)
- Afrik.tv, groupe d'agences de presse en Afrique lancé en 2009.
- (...)

Elle soutient également d'autres O.N.G comme le RAPEC (Réseau Africain des Promoteurs et Entrepreneurs Culturels) ou encore AMEWA (*Alliance of Mediterranean Women Abroad*).

Bouchra Réjani est également membre de l'Observatoire de la Diversité du CSA.

Maryam SALEHI, directrice déléguée du groupe NRJ



Maryam SALEHI, directrice déléguée à la direction générale et membre du conseil d'administration de NRJ GROUP, assure, de manière transversale, la coordination des directions des services administratifs dans l'organisation des activités et la gestion opérationnelle du groupe. Maryam SALEHI est également chargée de coordonner la mise en œuvre de la stratégie de développement et de diversification du groupe NRJ entre les différents services concernés.

Maryam SALEHI, anciennement directrice juridique du groupe NRJ, de septembre 1997 à février 2008, a été nommée membre du Directoire en 2001, puis promue vice-présidente du Directoire en décembre 2005, secrétaire générale en février 2008, et directrice déléguée à la direction générale de NRJ GROUP le 27 juin 2008.

Elle est également depuis le 27 juin 2008, membre du conseil d'administration de NRJ GROUP.

Maryam SALEHI a été avocate au Barreau de Paris de 1990 à 1997.

Rémy PFLIMLIN, président-directeur général de France Télévisions



Né le 17 février 1954 à Mulhouse (Haut-Rhin).

Etudes et diplômes : lycées Albert Schweitzer à Mulhouse et Kléber à Strasbourg, diplôme de l'Ecole des hautes études commerciales (HEC).

Carrière :

Directeur de la publicité de Jours de France (1979-85),
Directeur commercial des Dernières nouvelles d'Alsace (DNA) à Strasbourg (1985-91),
Directeur général adjoint (1991-92) puis président du directoire et directeur de la publication (1993-99) du journal l'Alsace à Mulhouse,
Directeur général de l'Alsace-le Pays (1993-99),
Membre du comité d'orientation (1998-99),
Directeur général (1999-2005) de France 3,
Vice-président de l'Assemblée générale du groupe Arte (2003-05),
Directeur général (2006-10) des Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) devenues (2009) Presstalis,
Président directeur général de France Télévisions (depuis 2010),
Président du conseil d'administration de TV5 Monde (depuis 2013),
Co-gérant de la Société alsacienne de presse et d'audiovisuel (1993-99),
Administrateur, Directeur général de la Société française d'édition de journaux et d'imprimés commerciaux (1993-99),
Président-directeur général de Bollwerk Communications (1994-99), du Groupe des journaux gratuits Pam-Pac (1995-99),
Président de l'association Régions presse enseignement jeunesse (1995-99), du GIE de la Banque d'échanges photographiques (1995-99), de la Communauté des télévisions francophones (CTF) (2000-05) et de l'Association du groupe HEC (2003-05),
Premier vice-président du Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR) (1997-99), Membre du conseil supérieur de l'Agence France Presse (AFP) (depuis 2005), Membre du conseil de surveillance d'Arte France,
Administrateur de France Espace Grand Est, de la Société professionnelle des papiers de presse (1994-99), de la Société d'investissement des éditeurs de presse (1993-99), Président du Syndicat des médias de service public (SMSP) (depuis 2013);
Président du festival international des musiques d'aujourd'hui Musica à Strasbourg (depuis 2001) et du conseil d'administration du Conservatoire national supérieur de musique et de danse (CNSMD) de Paris (depuis 2005).

Yves GUILLEMOT, président-directeur général d'Ubisoft



Nationalité française, 54 ans

Mû par une envie de pousser l'expérience du jeu vidéo au-delà des limites établies, il fonde la société Ubisoft avec ses quatre frères en 1986. A 26 ans et tout jeune diplômé, il est nommé président. Il prédit que les divertissements interactifs auront une place de plus en plus importante et deviendront plus populaires que les autres formes de loisirs. La société se développe rapidement en France et sur les principaux marchés étrangers. 28 ans après sa création, Yves Guillemot dirige toujours Ubisoft qu'il a porté au troisième rang des éditeurs indépendants de jeu vidéo. Il s'est entouré d'une équipe de passionnés et est toujours conseillé par ses frères qui siègent au conseil d'administration. Pour l'exercice 2013-14, le chiffre d'affaires du groupe s'est élevé à 1 007 millions d'euros.

Yves Guillemot a grandi dans une famille d'entrepreneurs et est diplômé de l'Institut de Petites et Moyennes Entreprises.

Mandats exercés en dehors du groupe Ubisoft :

- Administrateur du groupe Lagardère.
- Administrateur du groupe Rémy Cointreau.
- Membre et administrateur du CDEFQ (Cercle des Dirigeants d'Entreprises Franco-Québécois).
- Directeur Général Délégué et Administrateur de la société Gameloft.
- Directeur Général Délégué et Administrateur de la société Guillemot Corp.
- Directeur de la société AMA (Advanced Mobile Applications).

Quelques prix internationaux reçus par Yves Guillemot :

- Prix du Dirigeant d'Entreprise Franco-Québécois de l'année (France, 2012).
- European Games Awards, Personality Award (Allemagne, 2011).
- MCV Awards, Grand Prix (Royaume-Uni, 2011).
- Ernst & Young, Entrepreneur de l'année (France, 2009).

Carole Bienaimé-Besse, vice-présidente de l'Association pour la promotion de l'audiovisuel



Avec une expérience de plus de 15 ans dans les domaines de la production internationale, de la communication et de la levée de fonds, Carole Bienaimé-Besse a participé à plus d'une cinquantaine de productions - fictions, documentaires, vidéos clips - pour Arte, BBC, Canal +, Channel 4, Channel 5, France Télévisions, Groupe NRJ, Al Jazeera English, Studio Canal, Virgin et Universal.

Depuis 2011, Carole est Productrice et Directrice Générale de April Snow Films & Capital, société de production (« Apollo » de Lee Daniels, « Cannes 39 : le Festival de la liberté » de David Korn Brzoza, « Lincoln, sur les Chemins de la Liberté » de Carole Bienaimé-Besse...) et de conseil en investissement qu'elle a cofondée à Paris et à Londres.

En parallèle de ses fonctions de productrice, Carole a siégé de 2007 à 2012 à la commission sélective du COSIP – Compte de Soutien à l'Industrie de Programme – au CNC - Centre National du Cinéma et de l'Image Animée. De 2012 à 2014 elle était vice-présidente de l'USPA – Union Syndicale pour la Production Audiovisuelle. Depuis 2012, elle est vice-présidente de l'APA – Association pour la Promotion de l'Audiovisuel – créée et présidée par Jean-François Boyer. L'APA organise chaque année depuis douze ans *La Journée de la Création TV* en partenariat avec la Commission des affaires culturelles du Sénat et est retransmise sur Public Sénat. Carole siège également à la commission télévision de la PROCIREP – Société des Producteurs de Cinéma et de Télévision. Elle est aussi membre du Comité d'orientation du groupe de travail *Droit des Femmes* du CSA.

En sa qualité d'experte du secteur, elle est régulièrement invitée comme intervenante à des conférences en France comme à l'étranger : ex. « Business of Film Summit » organisé par le Financial Times.

Auparavant Carole devenait en 2007, directrice générale et productrice de Elemiah – groupe Fimalac, société de production fondée par Marc Ladreit de Lacharrière et Yamina Benguigui ("Aïcha", "93 Histoire d'un Territoire", etc.). Elle était également associée de B Bop LLP, la société de production de Malcolm MacLaren et Young Kim basée à Londres (« Fast Food Nation »/ Compétition au Festival de Cannes en 2006).

En 2004 Carole avait co-fondé avec Martin Meissonnier, Les Productions Campagne Première, une société de production de films documentaires internationaux. ("On God's Right", "Vraie Jeanne, Fausse Jeanne", etc.). Pour la fiction et le cinéma les Productions Campagne Première ont collaboré avec Louverture Films, la société de production new-yorkaise du comédien Danny Glover et de la productrice Joslyn Barnes.

En 2000, Carole est nommée, directrice de la communication et du fundraising, et membre du conseil d'administration de l'institution financière PlaNet Finance, par Jacques Attali son Président fondateur.

Carole a démarré sa carrière dans l'industrie de l'audiovisuel et du cinéma en 1998 en travaillant comme directrice de production pour la Compagnie Phares & Balises (Jean Labib et T. Celal) sur des coproductions internationales initiées par BBC et Arte ("Voyage au Bout de la Droite", "Mein Gott, Europa" etc.) ; et avec le producteur Marco Cherqui ("Un Prophète") au sein de sa société Panoptique.

Nommée Chevalier dans l'Ordre des Arts et des Lettres en juillet 2010 par le Ministre Frédéric Mitterrand. Cette distinction lui est remise en décembre 2013 par Michel Boyon, alors Président du CSA. Carole est titulaire d'une Maîtrise de droit et relations Internationales et d'un DESS en économie. Elle est mariée et mère de deux enfants.

Rodolphe BELMER, directeur général de Canal +



Né en août 1969 à Rennes, diplômé de HEC en 1992, Rodolphe Belmer commence sa carrière chez *Procter & Gamble France* puis rejoint *McKinsey* en 1998 et conduit en tant que manager des missions de conseil dans les domaines des medias, de la distribution et de la grande consommation.

Il arrive au sein du Groupe CANAL+ en octobre 2001, en tant que directeur de la stratégie et du développement de CANAL+ Distribution et de CANALSAT. A ce poste, il a notamment en charge la direction des programmes de CANALSAT et des chaînes éditées par CANALSAT. Il est nommé directeur Marketing et Stratégie du Groupe CANAL+ en janvier 2003.

Il devient directeur général délégué de la chaîne CANAL+ en novembre 2003 avant d'être nommé directeur général adjoint du Groupe CANAL+ en charge du pôle Edition en avril 2005. Il est nommé directeur général de CANAL+ en février 2007,

En octobre 2012, Rodolphe Belmer est nommé directeur général du Groupe CANAL+ et membre du Directoire. A ce titre, il a la responsabilité des activités de télévision payante et gratuite en France métropolitaine comprenant les pôles Edition, Distribution, Technique et la Régie publicitaire.

Nicolas COPPERMANN, président d'Endemol France



Crédit photo : Aurélie Blanc

Né le 18 janvier 1966

Diplômé de HEC, Nicolas Coppermann a débuté sa carrière dans le conseil stratégique chez *Bain & Co* puis *Braxton* pendant 7 ans. En 1994, il rejoint le groupe M6 en tant que directeur délégué de sa filiale *C Productions*. En 2000, il cofonde et dirige la société de production d'Emmanuel Chain (*Eléphant & Cie*), avant de repartir chez M6 jusqu'en 2006 en qualité de directeur adjoint des programmes.

De 2006 à 2008, il est le Président de la société *Télé Image Studio* et membre du comité exécutif du groupe *Marathon*. En 2009, Nicolas Coppermann devient directeur général de Robin & Co (*CALT, Calt Distribution, MonkeyPackFilms, Robin Productions, L'humour en Capitale*).

En juin 2012, il est nommé directeur général d'*Endemol France* par Virginie Calmels, présidente de la société *Endemol France* et directrice générale d'*Endemol Monde*. En juillet 2012, il est nommé directeur général d'*Endemol Fiction* puis président d'*Endemol France* en janvier 2013.

Bibiane GODEFROID, directrice générale des programmes de M6



Journaliste, rédactrice en chef et présentatrice du JT de 20 heures au début de sa carrière en Belgique, Bibiane Godfroid devient directrice des programmes et de la fiction de RTL TVI en 1987.

En 1991, elle prend la direction générale adjointe en charge des programmes de Canal J avant d'être appelée par Hervé Bourges comme directrice de la programmation de France 2. Elle occupera le même poste sous la présidence de Jean-Pierre Elkabbach.

En 1996, elle poursuit sa carrière au sein du groupe Canal+. Tout d'abord, directrice des programmes numériques de Canal Satellite puis directrice de l'antenne de Canal+ ; elle est ensuite nommée vice-présidente exécutive des chaînes et services du groupe Canal+ tout en assurant la présidence de Canal+ Belgique.

Après une collaboration avec *Air Productions*, la société de production de Nagui, elle prend en charge la présidence et la direction générale de la société de production audiovisuelle *Fremantlemedia* en juillet 2003. Bibiane Godfroid a contribué aux lancements et aux rajeunissements de nombreux concepts : *Nouvelle Star*, *l'Amour est dans le Pré*, *Incroyable Talent*, *Questions pour un champion*, *Super Nanny*, ou encore *Oui Chef !*

En février 2007, Bibiane Godfroid est nommée directrice générale des programmes de M6, présidente de Studio 89 et de CProd.

Lorenzo Benedetti, président et fondateur de Studio Bagel



Titulaire d'une Maîtrise de droit des affaires de l'université de Paris II, diplômé de Sciences-Po Paris et du DESS de Droit et Administration de la Communication Audiovisuelle de Paris I.

Entre 2004 et le début de l'année 2006, il est ainsi chargé de mission au sein de la direction des programmes de France 5 et décide de rejoindre en mars 2006 les équipes de développement de la société de Nagui, *Air Productions*, en tant que chef de projet pour les programmes de flux, de fiction et de divertissement. Après un an et demi chez *Air Productions*, la direction de *Telfrance* lui propose de lancer un nouveau label de divertissement *Prod 360*. Il occupe le poste de directeur général jusqu'en décembre 2011.

En janvier 2012, il crée *The Social Company*, une société de production spécialisée dans la production de contenus à destination du digital. Il est parallèlement producteur de flux pour la société de production *Black Dynamite Prod* (Grand Public - France 2).

En novembre 2012, il crée le *Studio Bagel*, chaîne de contenu original *YouTube*. *Studio Bagel* - qui atteint désormais 1.9 millions d'abonnés. La chaîne comptabilise plus de 180 millions de vidéos vues et enregistre une croissance record avec en moyenne plus de 5000 abonnés en plus chaque jour. A son actif des vidéos qui rassemblent les humoristes du web : La Ferme Jérôme, Mister V, Maxime Musqua, Bengui, Gael Mectoob, Kevin Razy, Natoo, Ludovik, Kemar, Mady.

La même année il crée un MCN (*multi channel network*) qui devient en quelques mois le premier network de chaîne *YouTube* de comédie en Europe totalisant 40 millions de vidéos vues par mois et plus de 7 millions d'abonnés. En mars 2014, Canal+ rachète 60 % de *Studio Bagel* pour en faire l'un de piliers de sa nouvelle stratégie OTT.



Contacts Presse :

Lucile Mahé des Portes / Clara Martin

service.communication@csa.fr

01 40 58 36 29