

N°
67

TRIMESTRIEL | JUIN - AOÛT 2019

PRESS CLUB *Mag'*



Le Premier ministre Edouard PHILIPPE
reçoit le Grand Prix
Press Club, Humour et Politique 2018-2019

Débat

Le JT à 70 ans... toute une histoire !
Invitée : Anne-Claire Coudray – TFI



Buzz Média

Pourquoi les journalistes sont-ils
autant détestés ?
Le débat était au Club



Débat

Pourquoi tout bascule en 2019 ?
Invité : François LENGLET – TFI, RTL



LE *un lieu
pour créer
des liens*
PRESS
CLUB .

Une institution qui, depuis 30 ans,
est au cœur du monde de l'information
et de la communication.

Un club privé qui est le rendez-vous de 435 journalistes
et 266 managers et communicants membres.

Un cercle médiatique qui vous place
au cœur de l'actualité pour savoir et faire savoir.
Chaque année, le Press Club organise 50 débats
et accueille plus de 60 événements.

Un lieu d'exception où échanger, travailler et recevoir.

5 **ÉDITO**



Françoise Laborde
Présidente d'honneur
de « Pour les femmes
dans les médias »



6 **LES DÉBATS**

Comment survivre à l'heure des infox ?



6 **LES DÉBATS**

Pourquoi tout bascule en 2019 ?



7 **LES DÉBATS**

Ya-il trop d'éditorialistes dans les médias ?



7 **LES DÉBATS**

Le JT à 70 ans... toute une histoire !



8-10 **BUZZ MÉDIA**

- Pourquoi les journalistes sont-ils autant détestés ?
- Le Press Club à l'école
- Succès de la 1^{ère} édition de l'IMM Paris
- Prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre



11-13 **BUZZ BUSINESS**

- illycaffè : le culte du café en héritage
- La place des dircoms dans l'entreprise



14 **AU VIF DU SUJET**

Le Press Club partenaire du Forum changer d'ère



15-18 **LA VIE DU CLUB**

- Le Prix Press Club, Humour et Politique
- Le dîner des journalistes



19 **PRIX PRESS CLUB, HUMOUR ET POLITIQUE**

Sortie du livre

Crédit photos :

AVANTAGES 2019 RÉSERVÉS AUX MEMBRES DU PRESS CLUB

PAR THALASSA SEA & SPA, LA MARQUE BIEN-ÊTRE DU GROUPE ACCORHOTELS



15% de réduction sur les séjours

à partir de 2 nuits en chambre et petit-déjeuner avec programme de soins *

Possibilité de séjours 3, 4, 5 et 6 nuits (de 4 à 6 nuits séjours en demi-pension)

**sous réserve de disponibilité au moment de la réservation, quota de chambres limité par hôtel.*

POUR PLUS D'INFORMATIONS ET POUR TOUTE RÉSERVATION, CONTACTEZ LE :

0825 33 77 77

ET PRÉCISEZ LE CODE PRESS CLUB.

Du lundi au vendredi de 9h00 à 19h30 et le samedi de 9h00 à 18h00.

Programmes concernés : **Forme et Vitalité**, avec deux orientations aux choix : Zen ou Vitalité.

11 destinations : Trouville – Dinard – Quiberon – Oléron – Biarritz – Hyères – Fréjus – Golfe d'Ajaccio - Maroc – Sardaigne - Bahreïn

WWW.THALASSA.COM



Par **Françoise Laborde**
Présidente d'honneur
de « Pour les femmes dans les médias »

Il fallait agir... avec humour et détermination !

« Les médias sont
le reflet de la société ;
ils ont un devoir
d'exemplarité »

Il y a maintenant 7 ans, avec quelques consœurs, j'ai voulu créer un lien bienveillant entre femmes de médias pour échanger, se soutenir, s'entraider, et aussi mettre en avant le travail de certaines et encourager les plus jeunes. C'est ainsi qu'est née l'association PFDM (Pour les Femmes Dans les Médias) pour qu'elles soient plus visibles, mieux reconnues, respectées, devant et derrière les caméras...

Depuis 2017, les Trophées PFDM ont couronné des initiatives personnelles et audacieuses, valorisant le travail des femmes. Cette année 2019, un après l'affaire Weinstein et le mouvement #MeToo nous avons pensé que cela ne suffisait pas.

Le monde des médias (comme celui de la politique) a deux particularités.

D'abord la pratique de l'entre-soi culturel et surtout masculin. Les femmes ne sont jamais complètement acceptées mais plutôt tolérées, elles occupent difficilement des postes de responsabilité mais sont très nombreuses à assurer les permanences dans les rédactions le week-end. Ensuite l'usage d'avoir un code de comportement très « virils ». Il est de bon ton de s'interpeller, s'invectiver, échanger des blagues sexistes, se moquer d'un physique ou pire encore, et toujours bien sûr, sous couvert d'humour.

Il fallait donc agir. Les dernières révélations des officines masculines la ligue du lol, le club de la bière, le foot de je-ne-sais-quoi et bien d'autres que nous découvrirons sans doute plus tard, montrent à quel point nous sommes dans le juste. Plutôt que la dénonciation publique, le lynchage des réseaux sociaux nous avons fait le choix d'élaborer un politique de prévention pour expliquer ce qui n'est pas acceptable et ne peut plus être toléré.

Le 13 mars dernier, sous le parrainage de Franck Riester, Ministre de la Culture et Marlène Schiappa Secrétaire d'État chargé(e) de l'Égalité entre les femmes et les hommes nous avons fait signer aux patrons des grands médias radios et télévisions, notre charte de bonne conduite, la Charte PFDM, avec des engagements très précis, à notre façon, avec humour et détermination.

La charte PFDM est un outil, avec des obligations pour toutes les entreprises signataires :

- Informer : rappeler la loi, et régulièrement, lors des entretiens annuels, lors des embauches...
- Agir : En mettant en place un dispositif d'écoute, de préférence une personne référente dans l'entreprise
- Partager : tenir au courant les collaborateurs réguliers ou non, mais aussi nous PFDM ainsi que les journalistes du secteur...

Rassembler les grands groupes Télé et Radio, Presse pour leur faire signer un engagement quasiment « féministe » était une gageure !

Aujourd'hui, les signataires mais surtout les collaboratrices et collaborateurs des entreprises savent que leurs responsables se sont engagés, collectivement et personnellement à appliquer ces principes. Il est bon de leur rappeler que cela les engage aux yeux de tous, surtout dans un monde où tout se sait tout s'observe, tout s'analyse et tout se critique.

Nous savons que le chemin est long, qu'il est compliqué de changer les mentalités et les habitudes mais nous croyons toutes collectivement à la prévention.

Nous savons aussi que les médias ne sont que le reflet d'une société et que de ce point de vue nous avons un devoir d'exemplarité.

Je crois plus que jamais à cet engagement moral. ●

Comment survivre à l'heure des infox, des bad buzz et de la désinformation ?

Invités : CHRISTOPHE ISRAËL, Directeur adjoint de la rédaction de Libération et JOËL DE ROSNAY, Conseiller de la Présidence d'Universcience, président exécutif de Biotics International

La guerre digitale est lancée :

Comment trouver une information fiable ?

L'audiovisuel et le print sont-ils plus crédibles que le net ?

A l'heure où les Français doutent des journalistes et où les manipulations de l'information sont de plus en plus fréquentes, comment s'y retrouver ?

La blockchain apportera-t-elle des solutions ?

Quid de l'éducation aux médias ?

Le fact checking est-il l'outil miracle ?

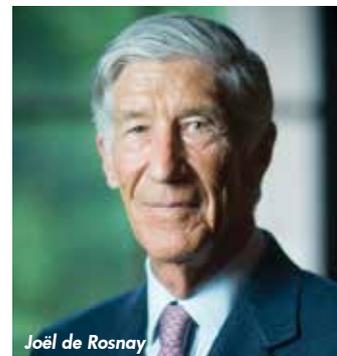
Joël de Rosnay et Christophe Israël échangeront sur ces questions et répondront à vos interrogations à l'occasion du lancement du 7ème Forum Changer d'Ere* dont le Press Club est partenaire.

*La septième édition du Forum, créé par Véronique Anger-de-Friberg, sous le haut patronage du Président de la République, abordera la conquête sous tous ses aspects y compris dans les domaines des médias et de la communication, le 12 juin prochain à la Cité des Sciences et de l'Industrie.

SOCIÉTÉ

LUNDI 03 JUIN 2019
DE 18H45 À 20H00

Animé par : Eric Angioletti — membre du conseil d'administration du Press Club



Joël de Rosnay

ÉCONOMIE

JEUDI 20 JUIN 2019
DE 8H45 À 10H00

Animé par : Eric Morillot — Sud Radio

Pourquoi tout bascule en 2019 ?

Invité : FRANÇOIS LENGLET, spécialiste économique du journal de 20h de TF1 et de la matinale de RTL. Auteur de "Tout va basculer !" Ed. Albin Michel.



François Lenglet

Crédit photos : Abacapress

François Lenglet a analysé les années en 9 : 1919, 1929, 1969, 2009. Selon lui, elles ont été synonymes de changements sur le plan politique et économique. Et 2019 alors ? Selon lui tout va basculer. En 2019 deux courbes vont se croiser : celle de la montée des populismes et celle de la crise financière et boursière. La situation est explosive ! Nous basculons dans un autre monde. François Lenglet va vous expliquer les raisons de cette mutation pour montrer l'émergence d'un nouveau cycle économique et politique : la fin du libéralisme et le retour de l'autoritarisme. Un autoritarisme cousin de celui de l'entre-deux-guerres, entre les traités de 1919, la crise de 1929 puis du début de la Seconde Guerre mondiale en 1939. Partant de ces leçons, François Lenglet nous dessinera le monde tel qu'il sera selon lui en 2029.

Y-a-t-il trop d'éditorialistes dans les médias ?

Invités : **ROMAIN DESARBRES** - Rédacteur en chef adjoint et co-présentateur de la matinale de CNews, **LAURENT JOFFRIN** - Directeur de la rédaction et de la publication de Libération, **GEOFFROY LEJEUNE** - Directeur de la rédaction de Valeurs Actuelles

On les aime ou on les déteste. Ils décryptent l'actualité et débattent sur tous les plateaux et dans tous les médias pour analyser et donner leur vision du monde. Les éditorialistes font l'opinion mais leur place prépondérante commence à être critiquée.

**La place laissée à l'opinion et au débat dans les médias est-elle trop importante ?
Les éditorialistes ont-ils pris le pas sur les journalistes ? L'opinion sur le fait ?
Que faire pour éviter le mélange des genres ?**

MÉDIAS

LUNDI 24 JUIN 2019
DE 18H45 À 20H00

Animé par : **Isabelle Bourdet** — Press Club

Romain Desarbres



MÉDIAS

JEUDI 27 JUIN 2019
DE 18H45 À 20H00

Animé par : **Nelson Monfort** — Press Club

Le JT à 70 ans... toute une histoire !

Invités : **ANNE-CLAIRE COUDRAY** - TF1, **JEAN-CLAUDE BOURRET** qui a officié sur la troisième chaîne, TF1 et La Cinq, **HERVÉ BRUSINI** — Responsable innovation de l'information à France Télévisions, **MARIE-LAURE AUGRY** — Co-présentatrice du journal de TF1 avec **YVES MOUROUSI**



Anne-Claire Coudray

Le 29 juin 1949 naissait le premier Journal Télévisé. Créé par Pierre Sabbagh, cet ancêtre du "20 Heures" avait été diffusé à 21 Heures sur la Radiodiffusion Télévision Française pour couvrir le Tour de France. On était bien loin des grosses machines rodées d'aujourd'hui. A l'ère du web et des réseaux sociaux ce vétéran des grilles fait de la résistance et est encore suivi par des millions de Français.

Nous verrons avec nos invités comment il a évolué depuis sa création et surtout comment il a résisté.

POURQUOI LES JOURNALISTES SONT-ILS AUTANT DÉTESTÉS ?

Le Press Club a organisé une rencontre, animée par Eric Revel, sur ce thème avec une poignée de responsables des rédactions des chaînes d'info, des chaînes publiques et des quotidiens.



Christophe Deloire (RSF), Philippe Duley (ESJ), Yannick Letranchant (France Télévisions), Nicolas Charbonneau (Le Parisien), Céline Pigalle (BFM TV)



BFM reste la chaîne au cœur des critiques alors qu'elle diffuse pratiquement en continu, chaque samedi les activités des Gilets jaunes avec au moins quatre positions de direct. Sa directrice de l'information, Céline Pigalle qui a eu « l'honneur » de voir les gilets jaunes manifester sous les fenêtres de l'immeuble de BFM explique : « **Ils trouvent qu'on ne va pas suffisamment dans leur sens qu'on ne relaie pas assez leurs opinions et leurs croyances. Le premier week-end, ils estimaient être un million sur les ronds-points alors que la police donnait le chiffre de 300 000. En citant ce dernier chiffre, ils ont pensé qu'on voulait masquer la réalité des faits... Ensuite ce sont les élites du pays qui nous ont attaqués. Ils pensaient qu'on en faisait trop sur les gilets jaunes et nous accusaient de vouloir faire de l'audience en montrant surtout des images de violence. En fait si nous n'avions pas montré certaines de ces images on nous en aurait fait le reproche. Je pense néanmoins que les violences ne doivent pas être montrées en direct. Elles nécessitent une mise en perspective et du recul pour être expliquées** ».

Les chaînes d'information mais aussi les

chaînes publiques se voient reprocher de privilégier les scènes de violence, discréditant ainsi le mouvement des Gilets jaunes. Elles sont accusées de « confisquer » l'événement à leur profit et au profit de leurs envoyés spéciaux. L'événement devient un moyen de mettre en avant les performances de la chaîne. L'actualité sert de faire valoir au journaliste et non pas aux acteurs de l'événement traité. La référence pour les Gilets jaunes devient alors la chaîne russe RT qui laisse parler les manifestants sans filtrage et sans contrôle : du direct pur et dur et un beau camouflet pour les médias français.

Yannick Letranchant, directeur de l'Information à France télévisions fait part de la surprise qui a été celle des rédactions face à la naissance inattendue du mouvement des Gilets jaunes : « **On s'est retrouvés face à un mouvement diffus. On a fait sans doute une couverture moins importante que BFM mais en décélérant on s'est rendu compte qu'on le payait en audience** ». La déception de Letranchant est grande de voir que les reporters sont contraints de s'équiper et de se protéger pour couvrir des événements dans leur propre pays : « **C'est la première fois**

que je vois des journalistes autant harcelés pour couvrir un événement en France. Et c'est regrettable. Les jeunes journalistes qui sortent des écoles n'ont pas choisi ce métier pour ça ».

Nicolas Charbonneau, directeur délégué des rédactions du Parisien est choqué par les résultats du sondage de La Croix révélant que 30% des personnes interrogées estiment « qu'il n'est pas illégitime de frapper les journalistes ». Et d'enchaîner sur les déclarations de Mélenchon qui feront date : « La haine des médias et de ceux qui les animent est juste et saine » ou encore les propos que le leader de « La France Insoumise » a tenus sur sa page Facebook (20 oct 2018) : « Il faut « pourrir » les journalistes de France Info, les « discréditer », prouver que ce sont des abrutis ».

On peut à présent envisager une trêve car les journalistes font leur auto-critique estime Nicolas Charbonneau reconnaissant par exemple ceci : « **On raconte le monde tel qu'on voudrait qu'il soit alors qu'il est tel qu'il est... On fréquente les mêmes réseaux, les mêmes bistrotts, les mêmes restos, on brasse les mêmes infos... Il faut en sortir** ». ●

LE PRESS CLUB IMPLIQUÉ DANS LA SEMAINE DE LA PRESSE A L'ÉCOLE

La 30^e édition de la Semaine de la presse et des médias dans l'école s'est déroulée du 18 au 23 mars 2019 sur le thème : « L'information sans frontières ? ».



Crédit photos : Ville d'Issy-les-Moulineaux

Elle permet chaque année aux jeunes de mieux connaître l'univers des médias et de comprendre ses enjeux culturels et démocratiques. Écoles, collèges et lycées inscrits participent aux différentes rencontres et animations avec les 1750 médias présents cette année. Pour cette 30^{ème} édition, le Press Club de France s'est rendu à l'école élémentaire Voltaire pour parler des réseaux sociaux avec des élèves d'une dizaine d'année en classe de CM2.

Isabelle Bourdet, Directrice du Press Club, était accompagnée par le journaliste Robert Kassous et ils ont, dans deux classes différentes, animé les échanges avec les enfants.

« Recréer du lien entre les journalistes, les médias et le grand public est aujourd'hui une nécessité. C'est pourquoi, j'ai proposé à André Santini, Maire d'Issy-les-Moulineaux d'aller, avec des journalistes du conseil d'administration du Press Club, à la rencontre d'enfants dans les écoles de la ville. Les échanges que nous avons eus avec les classes de CM2 de l'école Paul Bert et de l'école Voltaire ont été très enrichissants pour eux comme pour nous. Raison pour laquelle nous avons décidé avec l'inspectrice d'académie, Elsa Santamaria, d'instituer une rencontre mensuelle entre les journalistes et les enfants » précise Isabelle Bourdet.

Une étude a été proposée par les élèves de l'école Paul Bert suite à des expériences malheureuses vécues par trois enfants sur les réseaux sociaux. Des petites vidéos montrant les dangers des réseaux sociaux ont été projetées et un échange s'en est suivi.

Si les médias sociaux permettent aux jeunes de garder le contact avec des amis, ils les rendent en même temps extrêmement vulnérables. D'autant que la loi française donne l'âge de 13 ans pour pouvoir s'inscrire sur un réseau, hors près de la moitié de la classe d'enfant de 10 ans déclare être présente sur au moins un réseau via un compte direct ou parentale.



Crédit photos : Ville d'Issy-les-Moulineaux

Parmi les conseils donnés aux jeunes.

Ne pas donner d'informations personnelles, s'inscrire avec un pseudo, ne pas utiliser les réseaux pour se moquer d'un camarade et ne pas répondre à des personnes inconnues, pouvant être malintentionnées sont parmi les principaux enseignements des échanges. ●

Robert Kassous – L'Obs, Historia, Infotravel
Membre du Conseil d'administration du Press Club

Succès de la 1^{er} édition de l'IMM Paris

TravMedia France a organisé son premier événement International Media Marketplace (IMM) en mars au Pullman Paris Tour Eiffel. Un événement de networking au format innovant qui a rencontré un grand succès.



Près de 150 délégués étaient réunis pendant la journée et plus de 1 000 rendez-vous, sous forme de speed-dating, ont été organisés. La journée a été agrémentée par un déjeuner avec vue sur la Tour Eiffel, en présence du président du Press Club, Nelson Monfort, et du vice-président de l'AJT, Dominique de la Tour.

Les exposants, des destinations françaises, européennes ou lointaines, ainsi que des chaînes hôtelières, parcs de loisirs, centres de découverte et sites de ventes de produits

touristiques, ont pu présenter leurs actualités, événements et nouveautés auprès des journalistes de la presse professionnelle et grand public, tant écrite, en ligne, qu'audiovisuelle. Cette première édition était soutenue par Brand USA, Accor et l'Office de Tourisme de Toulouse, ainsi que par le Press Club de France et l'AJT (Association des Journalistes du Tourisme).

Lancé en 2013, l'IMM est aujourd'hui reconnu à l'international comme le principal événement de networking entre les acteurs de l'industrie du tourisme et les médias. TravMedia organise désormais sept événements par an dans les principales villes du monde - New York, Sydney, Berlin, Paris, Londres, Sao Paulo et Singapour.

L'IMM sera désormais organisé tous les ans à Paris. La date de l'édition 2020 sera annoncée prochainement. ●

Contact TravMedia en France :
Karine Foraud (membre du Club) -
Directrice Générale de TravMedia France
Email : Karine.Foraud@travmedia.com | Bureau :
01.44.55.34.03 | Portable : 06.33.58.57.54
<http://www.travmedia.com/imm>

Prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre

Le Press Club sera partenaire de la 26^e édition qui aura lieu du 7 au 13 octobre prochains.



Elle sera présidée par Gary Knight, l'un des photographes de guerre les plus aguerris de notre époque. Les photos de Gary Knight ont été publiées par Newsweek, Time, The Sunday Times, The New York Times, Paris Match, Stern et National Geographic. Son œuvre a été exposée dans le monde entier, et fait partie des collections de plusieurs musées. Gary Knight est aussi cofondateur et directeur de l'Agence VII. ●

Le visuel de l'affiche 2019 reprend une photo du reportage primé en 2018. Il s'agit d'un cliché de Mahmud Hams de l'Agence France-Presse (AFP) issu de son reportage réalisé à Gaza entre février et mai 2018.

ILLYCAFFÈ : LE CULTE DU CAFÉ EN HERITAGE



« Le café est cultivé dans le sud du monde, dans plus de 70 pays, par 25 millions d'habitants. La plupart d'entre eux sont pauvres ; ils vivent en dessous du seuil de pauvreté. Nous avons donc une responsabilité. » Andrea Illy

A l'occasion de son passage à Paris, nous avons rencontré Andrea Illy, le très charismatique président d'Illycaffè. Son grand-père Francesco avait un rêve, faire le meilleur café du monde. Le sien est de le perpétuer en contribuant au bien-être et aux moyens de subsistance de ceux qui le produisent.

Ce grand-père austro-hongrois a fondé la société en 1933 et ses choix stratégiques ont jeté les bases du succès d'Illycaffè. Avant-gardiste, il a mis au point la machine à expresso haute pression moderne et décidé d'utiliser les meilleurs Arabicas provenant de neuf origines pour faire un café d'exception. 86 ans

plus tard, illycaffè est une marque reconnue dans le monde entier, pour son café mais aussi pour ses valeurs éthiques. Depuis la fin des années 80, illycaffè achète son café Arabica non pas sur les marchés internationaux, mais directement aux producteurs d'Amérique latine, d'Afrique et d'Inde. « **La préservation de cet héritage nous a conduit à mettre l'accent sur le développement durable et à nouer des relations étroites avec les producteurs.** » explique Andrea Illy. Producteurs qui ont bénéficié d'une formation gratuite dans le cadre du programme de l'Université du café que la société a créé pour répondre au cahier des charges de la qualité illy.

Un commerce équitable qui assure à la marque une qualité irréprochable

Pour obtenir les meilleurs grains, illy travaille main dans la main avec les producteurs qu'elle paye en moyenne 30% plus cher que le prix du marché. « **Nous sommes responsables de la qualité de ce que nous achetons. Nous le de-**

mandons à l'anneau le plus faible qui est l'agriculteur, il est donc normal de le payer correctement. » ajoute-t-il. « **Nous achetons les meilleurs lots de café juste après la récolte, les stockons dans notre entrepôt de Trieste pendant douze mois, avant de les torréfier** » précise-t-il. Un processus qui permet de passer de la spécialité à l'excellence. Grâce à ces bonnes pratiques, illy estime avoir eu un impact dans les pays producteurs de café sur la qualité de vie des producteurs.

« **Si vous voulez vraiment changer les sociétés, vous devez commencer par changer les entreprises. Je pense que le principe fondamental de l'éthique veut que les entreprises soient citoyennes pour contribuer à l'amélioration de la situation mondiale** » affirme Andrea Illy. illycaffè est particulièrement fier de ses références en matière de durabilité et de responsabilité sociale. En 2011, elle est devenue la première entreprise à recevoir la certification de processus d'approvisionnement responsable de l'arbitre norvégien DNV GL. ●

Isabelle Bourdet

La place des dircoms dans l'entreprise :

La communication est prégnante dans notre société moderne. Pour autant les professionnels des métiers de la communication se sentent parfois peu entendus et insuffisamment écoutés au sein de leur propre organisation. Qu'en est-il ? Cision (membre du Club) a interrogé 343 d'entre eux. Voici les résultats de son étude.



FAITES-VOUS PARTIE DU CODIR DE VOTRE ENTREPRISE ? (TOUTES LES ENTREPRISES)

Oui Non



FAITES-VOUS PARTIE DU CODIR DE VOTRE ENTREPRISE ? (ENTREPRISES + de 500 employés)



CISION

COMMENT SE SENTENT LES DIRECTEURS COMMUNICATION AUJOURD'HUI ?

Toutes les entreprises Entreprises + 500



CISION

51%

des directeurs de la communication estiment que les problématiques liées à la communication ne sont pas suffisamment écoutées par la Direction Générale

CISION

CISION

QUELS SONT LES OBJECTIFS PRIORITAIRES ?

Directeur Communication Direction Générale





L'étude complète sur :
www.cision.fr/ressources/livres-blancs/place-de-la-communication-etude/

LE PRESS CLUB PARTENAIRE DU 7^e FORUM CHANGER D'ÈRE

Le Forum 2019 abordera la conquête de manière positive sous tous ses aspects et dans tous les sens du terme, pour avoir une meilleure vision de l'avenir.

Créé par Véronique Anger-de-Friberg (Les Di@logues Stratégiques), il invite les décideurs, médias et le grand public à renouer avec l'esprit de conquête. En cette période de scepticisme face à l'avenir, il est possible d'imaginer un nouveau récit porteur d'un projet commun pour l'avenir.

Une cinquantaine de personnalités issues de toutes les disciplines et générations se réuniront pour penser la conquête de manière positive dans tous les sens du terme, et pour imaginer une autre société digitale où le « nous » prend tout son sens :

Sébastien Bazin, Fabienne Billat, Jeanne Bordeau, Vincent Cespedes, Mariam Chammat, Emmanuel Davidenkoff, Caroline Faillet, Claudie Haignere, Aurélie Jean, Daniel Kurkdjian, Christophe Leblanc, Pascal Pica, Dominique Reynie, Joël de Rosnay, Jacques Rougerie, Emile Servan-Schreiber, François Taddei, Matthieu Tordeur...

L'ambition est de donner la parole à « ceux qui font », de faire se rencontrer les générations montantes et les générations au pouvoir, d'interroger, d'informer et de mobiliser le public pour penser le monde qui vient à l'aune des grandes ruptures technologiques, économiques et sociétales.

Toutes les informations sont sur :
www.forumchangerdere.fr



Parmi les thèmes qui seront abordés au cours de cette journée :
Comment lutter contre la conquête des esprits par le GAFAMA ?

À la conquête de l'être créatif pour réinventer la société
Comment repenser l'altérité, l'intérêt général, la fraternité ?
Quelle vision collective pour l'avenir ?

L'art de la guerre digitale : Comment survivre à l'ère des infox, des bad buzz et de la désinformation ?

À la conquête d'un nouveau « NOUS ». Vers une nouvelle alliance écologie/économie ?

À la conquête du dépassement de soi
Pour une vision humaniste de la conquête

*Mercredi 12 juin 2019 à la Cité des Sciences
et de l'Industrie*
**Sous le haut patronage
de Monsieur le Président de la
République Emmanuel MACRON**

XVI^{ème} Prix « Press Club, Humour et politique »

Les lauréats 2018-2019



Pour la seizième année, le jury du Prix « **PRESS CLUB, HUMOUR ET POLITIQUE** » créé par Jean Miot, s'est réuni sous la présidence de **Nelson MONFORT**, président du **Press Club**. Ce Prix récompense l'auteur de la phrase la plus hilarante de l'année, qu'il s'agisse indistinctement d'humour volontaire ou involontaire.

GRAND PRIX 2018-2019



Edouard PHILIPPE, Premier ministre pour sa réponse à l'interpellation d'un journaliste « *On dit que tout remonte à Matignon* ». Réponse : « *Non, seulement les emmerdes* »

PRIX DU JURY



Nelson Monfort, Patrice Romedenne - France Télévisions, Bruno Retailleau et Olivier Galzi

Bruno RETAILLEAU, Sénateur, Président du groupe LR au Sénat pour : « *Si Wauquiez ne parvient pas à se montrer aussi intelligent qu'il l'est, il n'y arrivera pas* »

PRIX DE L'ENCOURAGEMENT ex-aequo



Benjamin GRIVEAUX, à l'époque Secrétaire d'État auprès du Premier ministre, porte-parole du Gouvernement, après l'intrusion des gilets jaunes dans son ministère : « *On a eu un début d'année assez Rock'n'Roll ; moi j'ai eu une journée porte ouverte* ».

Emmanuel MAUREL, Député européen, à propos du 1er Secrétaire du PS : « *Pour savoir où est Olivier Faure, suivez les sifflets* ».



Olivier Galzi, Nelson Monfort, Camille Langlade - BFM TV et Emmanuel Maurel

PRIX SPECIAL DU JURY



■ **Gilles LE GENDRE**, Président du groupe LREM à l'Assemblée à propos des mesures sur le pouvoir d'achat :
 « *Nous avons probablement été trop intelligents, trop subtils.* »

PRIX DU LAPSUS



■ **Agnès BUZYN**, Ministre des solidarités et de la santé, prenant la parole à l'Assemblée lors des questions au gouvernement pour :
 « *Monsieur le Président, mesdames et messieurs les retraités...* ».

PRIX DU TWEET



■ **Gilles BOYER**, Conseiller auprès du Premier ministre pour le tweet :
 « *Pour exclure il faut le quorum. Pour avoir le quorum il faut arrêter d'exclure* »

PRIX DES INTERNAUTES



■ Monsieur le Président **François HOLLANDE** pour ses « *Hollanderies* » :
 « *Emmanuel Macron, j'aurais pu le battre mais je n'ai pas voulu.* »
 « *Il vaut mieux une cravate de travers et une pensée droite que le contraire.* »
 « *Vous dites, et vous n'avez pas tort, que les jeunes ne mont pas manifesté un soutien massif. Les autres non plus, d'ailleurs.* »
 A la question House of Cards vous avez regardé ?
 « *Bien sûr ! Que croyez-vous que j'ai fait pendant cinq ans ?* »

Retrouver les vidéos des lauréats sur www.pressclub.fr



André Santini - parrain du Prix



Emmanuel Maurel, Nicolas Démoulin, Eric Ciotti, Gérard Leclerc - CNews

Crédit photos : Guillaume Laroche

PRIX DU JEU DE « MIOT » (en hommage à Jean Miot, créateur du PRIX)



■ **Eric CIOTTI**, Député des Alpes-Maritimes, interpellant Edouard Philippe sur la démission refusée de Gérard Collomb : « *Nous avons un ministre de l'Intérieur qui est déjà à l'extérieur* »

PRIX DE L'AMOUR EN POLITIQUE

■ **Christophe CASTANER**, à l'époque Secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre, chargé des relations avec le Parlement parlant d'Emmanuel Macron : « *Tout en lui est fascinant, son parcours, son intelligence, sa vivacité et même sa puissance physique* »



Le jury 2018-2019 :

André BERCOFF (Sud Radio), Isabelle BOURDET (Press Club), Nicolas CHARBONNEAU (Le Parisien), Hubert COUDURIER (Le Télégramme), Pierre DOUGLAS, Olivier GALZI (LCI), Laurent GERRA, Olivier de LAGARDE (France Info), Camille LANGLADE (BFM TV), Gérard LECLERC (CNews), Nelson MONFORT (France Télévisions, Président du Press Club), Dominique de MONTVALON, Patrice ROMEDENNE (France 2), Anne ROSENCHER (L'Express), Frédéric SAYS (France Culture), Christophe SCHMIDT (AFP) et Yves THREAD (Le Figaro).

Le dîner des journalistes du Press Club !

Nelson Monfort et Isabelle Bourdet, respectivement président et directrice du Press Club, et les journalistes du Conseil d'Administration ont convié à leur table politiques, ambassadeurs, managers et communicants. Les journalistes invités permanents ont endossé pour l'occasion le statut de puissance invitante ! Et pour commencer cette année sous les meilleurs auspices, les vins de Château Leoube où la famille Bamford et Romain Ott produisent un vin bio de Provence ont été proposés à la dégustation.

(à consommer avec modération). www.leoube.com



Sont conviés à ces dîners les entreprises et institutions qui ont choisi l'option Espace VIP dans leur cotisation. Si vous souhaitez compléter votre adhésion par cette option, contactez : Guillaume Larbi - glarbi@pressclub.fr





06



07



08



09



10



11



12



13



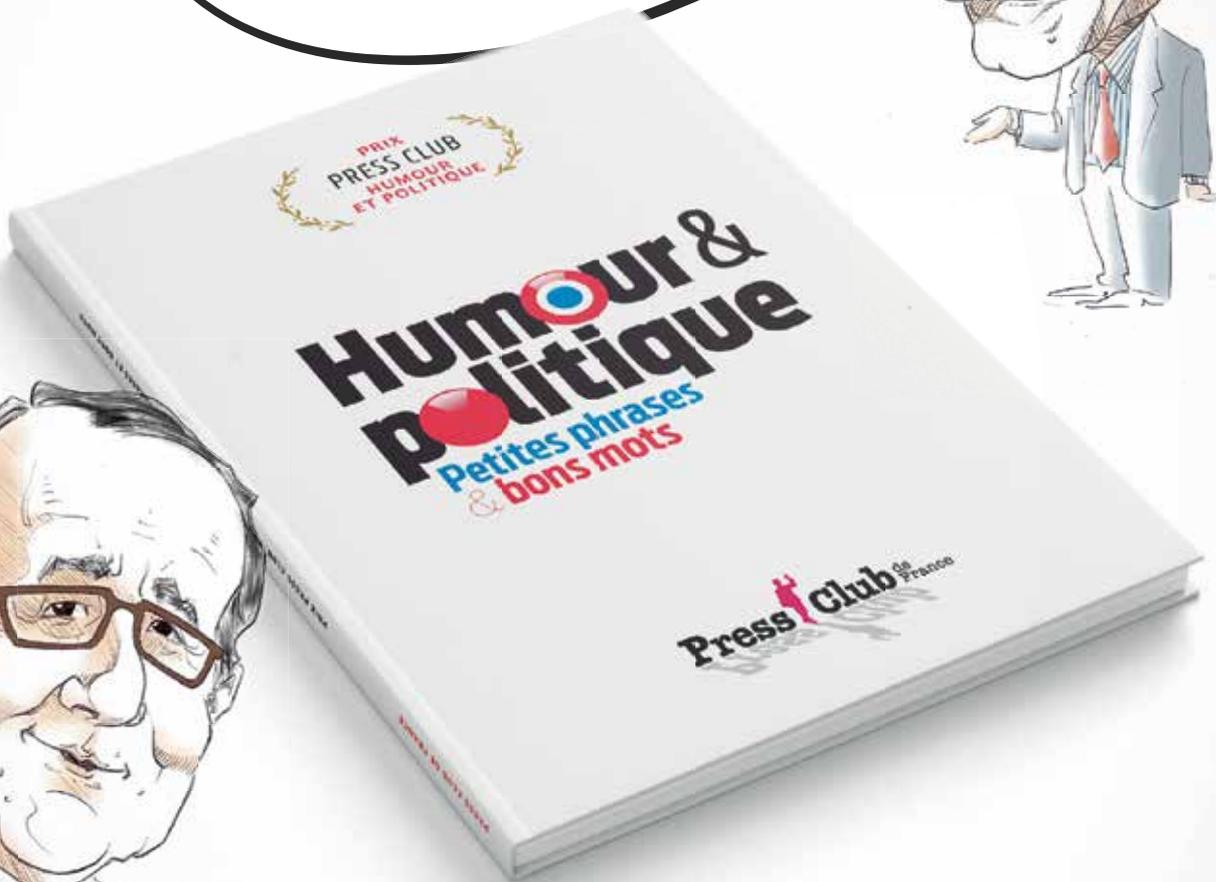
14



15

- 01 | Eric Piroux - Château Leoube, Nelson Monfort - France Télévisions et Virginie Dubille - Château Leoube
- 02 | Isabelle de Battisti - CCI de Paris, Vincent Thomazo - UNSA Douanes et Fabienne Amiach - France 3
- 03 | Benoit Lanciot - SNCF, Jean-Paul Chappoux - Stade Français et Sven Boinet - AccorHotels
- 04 | Bernard Thomasson - France Info, Isabelle Bourdet - Press Club, Adrien Bravo - Crédit Mutuel et Eric Morillot - Sud Radio
- 05 | Caroline Malet - Allianz Expertise & Conseil, Nathanaël de Rincquesen - France 2 et Anita Hausser - Atlantico
- 06 | Jacques Denavaut - Communications Smart, Jean-Philippe Doux - France 4 et Virginie Dubille - Château Leoube
- 07 | Jean-François Pecresse - Radio Classique et Carina Alfonso-Martin - AccorHotels
- 08 | Isabelle Bourdet - Press Club et Patrice Romedenne - France 2
- 09 | Sylvain Bonnet - NL International France et Damien Durand - France Soir
- 10 | Thierry Baumann - TFi et Isabelle Bourdet - Press Club
- 11 | Jean-Marie Favre - UNSA Douanes, Nathalie Carpentier - French Pulp Editions et Hervé Godechot - CSA
- 12 | Nathanaël de Rincquesen - France 2, Jean-Charles Trehan - LVMH, Olivier Galzi - LCI et Isabelle Bourdet - Press Club
- 13 | Nathalie Sainseaux - Remora Paris et Isabelle de Battisti - CCI de Paris
- 14 | Nicole Gesret - AIG, Nelson Monfort - France Télévisions et Jean-Charles Trehan - LVMH
- 15 | Pierre Bonnier - Canal 33 et Bertrand Jallerat - Le Grand Monarque

16 ANS
D'HUMOUR
POLITIQUE!



Découvrez dans un livre toutes les
petites phrases et les bons mots
compilés et leurs auteurs caricaturés.



18€ • À commander sur agence@spherepublique.com



keolis

DIJON - FRANCE - 26.04.2018

À Dijon, voyager sans ticket c'est bien vu.

3 jeunes femmes attrapent le tramway au vol, sans avoir le temps d'acheter de billet... pour tout le monde, c'est irrespectueux, risqué. Pas à Dijon, ici c'est malin ! On le comprend quand on les voit passer leurs cartes bancaires devant la borne sans contact. Bip ! Trajet validé. Ici les cartes de paiement sont des titres de transport, en offrant même un tarif optimisé à la journée.

C'est aussi ça une mobilité partagée plus accessible.

À suivre sur vosbelleshistoires.keolis.com #VosBellesHistoires



Pour nous, la mobilité est source de vitalité dans les territoires. C'est pourquoi, tous les jours, nos équipes imaginent et développent, avec les collectivités, des solutions et des services pour une mobilité + partagée, + agréable et + humaine.

more ways
more life*

