

N°
66

TRIMESTRIEL | JANVIER - MARS 2019

PRESS CLUB *Mag'*

Débat

Pourquoi les journalistes sont-ils
autant détestés ?

Invitée : Céline Pigalle – Directrice de la rédaction
de BFM TV



Débat

Factuel AFP

Des journalistes qui traquent
les fake news



La vie du club

Le Press Club partenaire de l'International
Média Marketplace



Gilets jaunes, Emmanuel Macron,
avenir de la France, transition écologique,
les femmes en politique...

Débat avec Ségolène ROYAL, ancien ministre, ambassadrice
chargée de la négociation internationale pour les pôles

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

5 **ÉDITO**



Nelson Monfort,
Président du Press Club



6 **LA FORMATION**

Le lobbying après les gilets jaunes



6 **LES DÉBATS**

Rencontre avec Ségolène ROYAL, ancien ministre, ambassadrice chargée de la négociation internationale pour les pôles



7 **LES DÉBATS**

Pourquoi les journalistes sont-ils autant détestés ?



7 **LES DÉBATS**

Rencontre avec les journalistes de l'AFP factuel



8 **BUZZ MÉDIA**

Le Presstiv@ Info du pays de Château Gontier



9-11 **BUZZ MÉDIA**

25^e Prix Bayeux Calvados-Normandie des correspondants de guerre

Panorama des lois anti Fake News



12 **AU VIF DU SUJET**

Marketing d'influence : ce qu'en pensent vraiment les professionnels



13 **CE QU'IL FAUT SAVOIR SUR EUX**

Soirée de l'Excellence Française



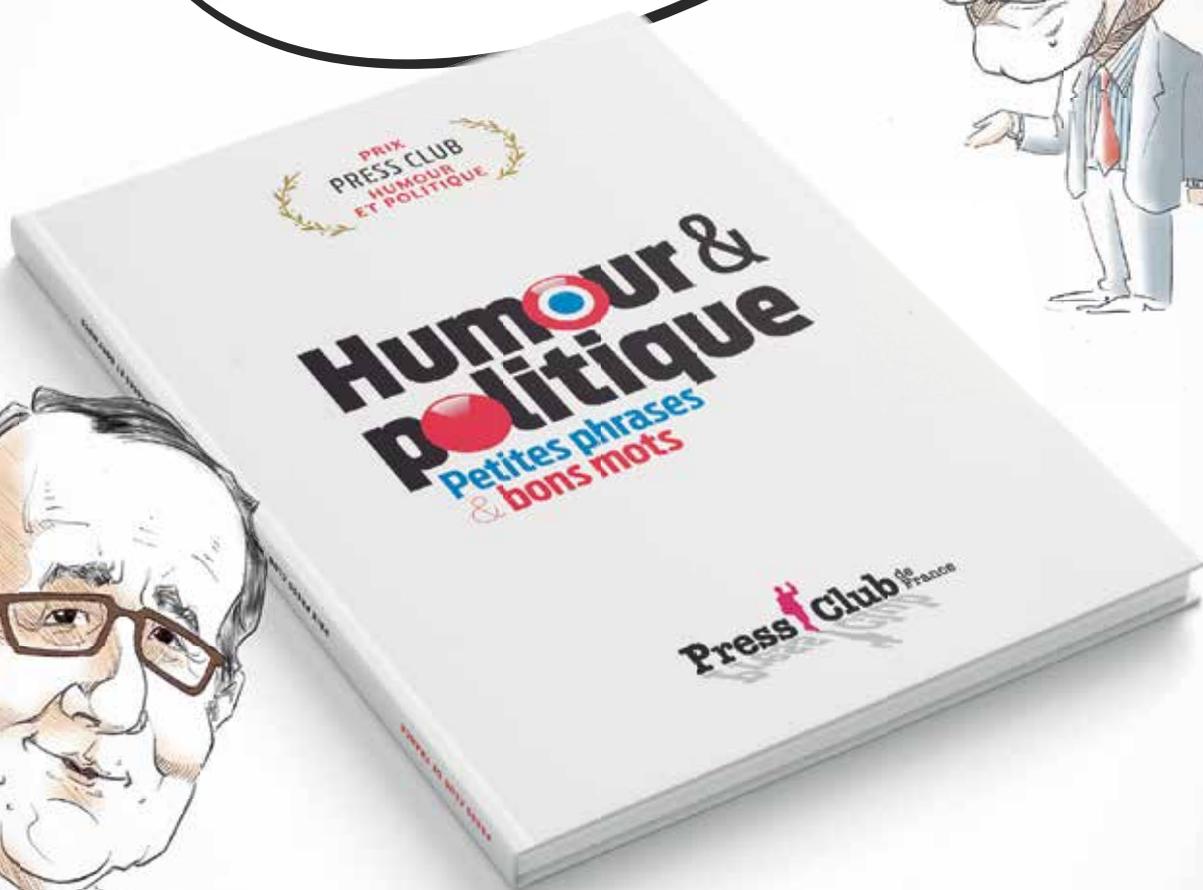
14-18 **LA VIE DU CLUB**

Le Press Club partenaire du Forum International de la Météo et du Climat et de l'International Media Marketplace

23^e Trophée de golf

Quand le Press Club fait l'actualité

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

Crédit photos : Gilles Gustine



Par **Nelson Monfort**
France Télévisions, président du Press Club

Bonne et heureuse année 2019 à tous les membres du Press Club

Au cours de l'année écoulée, nous avons essayé d'ouvrir le Club le plus possible à tout ce qui fait sa raison d'être : accueil, débats, visites, compétition sportive, et surtout de faire de notre nouvelle adresse un lieu de vie.

Un souhait pour 2019 : que vous veniez de plus en plus nombreux partager ces moments de professionnalisme, de confraternité et d'amitié.

« La soirée de remise des Prix Press Club, Humour et Politique 2019 aura lieu au printemps »

Certes l'année 2018 et notamment l'automne que nous venons de vivre n'ont pas été faciles pour la profession. De nombreux confrères ont été menacés, harcelés et même agressés physiquement lors des manifestations des « gilets jaunes ». On a eu tendance à mettre les médias et les politiques dans le même sac. Or sans média, pas de gilets jaunes !

Si nous n'avions pas été là pour relater ces deux mois de manifestations qui en aurait parlé ? Quel écho ces dernières auraient-elles eues ! Nous avons même été contraints, sous la pression des événements, de reporter l'un des rendez-vous qui vous tient le plus à cœur, le Prix Press Club, Humour et Politique !

J'ai d'ores et déjà le plaisir de vous annoncer que **nous ne renoncerons jamais à l'humour et que cette cérémonie qui allie convivialité et humour aura lieu au printemps prochain en présence de l'élite de la politique française** (président, premier ministre, ministres...).

Pour conclure il me reste à vous remercier de votre fidélité et de votre attachement à notre Club. Sans ce sentiment si réconfortant il n'existerait pas ! ●

Le Lobbying après les gilets jaunes : "nous ne reprendrons pas le cours normal de nos vies..."

La formation propose d'entrer dans les coulisses de la fabrication de la décision publique en considérant la nouvelle donne politique.

**Comment faire du lobbying à l'ère Macron après la crise des gilets jaunes ?
Comment travaillent les lobbyistes dans un mode politique sous le choc ?
Quel nouveau rôle pour les corps intermédiaires ?
Où se prendront les décisions demain ?**

Programme :

- Comment influencer les décideurs publics ?
- Quelles leçons tirer du mouvement des gilets jaunes ?
- Comment dialoguer avec les élus et les institutions ?
- Quels sont les nouvelles méthodes d'influence, les nouveaux réseaux à prendre en compte, ceux qui comptent, ceux qui ne compte-plus ?

Forfait pour les membres du Club : 400 € HT – 480 € TTC - Forfait pour les non-membres du Club : 600 € HT – 720 € TTC - Inscriptions : ibourdet@pressclub.fr

FORMATION

MARDI 15 JANVIER 2019
DE 9H30 À 12H30

Animé par : **Nicolas Corato** – Président fondateur de "La Fabrique des Décisions" (membre du Club), agence d'influence et d'affaires publiques



Nicolas Corato

POLITIQUE

MARDI 22 JANVIER 2019
DE 18H45 À 20H00

Animé par : **Bernard Thomasson** – France Info



Rencontre avec Ségolène ROYAL,

ancien ministre, ambassadrice chargée
de la négociation internationale
pour les pôles arctique et antarctique, auteure de
« Ce que je peux enfin vous dire » Ed. Fayard.

Gilets jaunes, Emmanuel Macron, l'avenir de la France, la transition écologique, les femmes en politique, MeToo... Autant de sujet que nous aborderons avec la ministre qui reviendra également sur ses trente ans de vie politique, ses combats écologiques et féministes.

- Pourquoi la présence de femmes sur les ronds-points aurait dû alerter ?
- Qu'aurait-elle fait à la place d'Emmanuel Macron ?
- Pourquoi soutient-elle l'idée du RIC (Référendum d'Initiative Citoyenne) ?
- Comment voit-elle l'avenir de la France ?
- Comment résister aux lobbies hostiles à la transition écologique ?
- Comment a-t-elle résisté au sexisme de la campagne présidentielle de 2007 ?

MÉDIAS

MARDI 29 JANVIER 2019
DE 18H45 À 20H00

Animé par : **Eric Revel** – Membre du Conseil d'Administration du Club

Pourquoi les journalistes sont-ils autant détestés ?

Invités : **NICOLAS CHARBONNEAU** - Directeur délégué des rédactions du Parisien,
Christophe DELOIRE - Directeur de Reporters Sans Frontières,
Philippe DULEY - Directeur de l'École Supérieure de Journalisme,
Yannick LETRANCHANT - Directeur de l'information de France Télévisions
Céline PIGALLE – Directrice de la rédaction de BFM TV

Sale temps pour les journalistes. Jamais ils n'auront été aussi critiqués, conspués. Certains ont même été pris à partie par les gilets jaunes.

La défiance du public vis-à-vis des journalistes associée aux attaques en règles proférées par les partis «anti-système» synthétisent un argument de plus en plus utilisé : c'est la faute aux médias !

Un argument déraisonné ou l'expression d'une réalité ?

Les journalistes ont-ils une responsabilité dans la défiance qu'ils peuvent inspirer ?

Et s'ils étaient déconnectés du monde ?

Les citoyens voient les journalistes du côté du pouvoir, alors que les journalistes se vivent comme un contre-pouvoir. Comment recréer du lien ?

Comment impulser une remise en question de la profession en analysant les griefs qui lui sont adressés ?



Céline Pigalle

Crédit photos : Yann Audic

MÉDIAS

MERCREDI 30 JANVIER 2019
DE 15H00 À 16H30

Rencontre avec les journalistes de l'AFP Factuel au siège de l'agence



Le blog AFP Factuel a été créé il y a un peu plus d'un an et connaît un succès grandissant. Une équipe de journalistes de l'agence passent leur journée à traquer les "fake news" sur les réseaux sociaux. Ils démontent toutes les rumeurs, photos et vidéos sorties de leur contexte pour qu'elles ne polluent pas le débat public.

Factuel compte plus de 54.000 abonnés sur Twitter et fait partie des initiatives mises en place à l'AFP dans la lutte contre la désinformation. Elles témoignent de son expertise et de sa crédibilité dans ce domaine, à l'heure où prolifèrent les fausses informations. Elles permettent aussi de développer la mission historique de l'AFP, avec le travail réalisé par ses 1.600 journalistes répartis dans 151 pays. Nous verrons avec eux comment ils travaillent au quotidien, sur quels critères ils choisissent de traiter, ou non, une histoire, quels sont les outils qu'ils utilisent.

LE « COUP DE CŒUR » 2018 DU PRESS'TIV@L DE CHATEAU-GONTIER ATTRIBUE A « FORBIDDEN STORIES » ET AU JOURNALISTE LAURENT RICHARD

Cette distinction a été décernée lors de la soirée de clôture de l'unique festival de journalisme de la Région des Pays de la Loire en novembre dernier à Château-Gontier (Mayenne).



De gauche à droite, Clémence Diligent, Laurent Richard, journaliste, lauréat du Coup de Coeur 2018 du Pressstival, Jean-Marie Mulon, directeur du festival, Elodie Pinguet et Anaïs Petit.

Rappelons que Laurent Richard avait expliqué sa démarche en venant au Press Club début novembre en ouverture du 7^{ème} Pressstival INFO (à retrouver sur la chaîne youtube du Press Club). Il répondait alors aux questions des jeunes journalistes et futures journalistes parrainées par le Pressstival : C. Diligent, E. Pinguet et A. Petit.

Le Pressstival INFO du Pays de Château-Gontier (partenaire du Press Club) a décidé de mettre en lumière la démarche de l'association « Forbidden Stories » qui vient de lancer un projet destiné à sécuriser le travail des journalistes. Le principe ? Recueillir leurs enquêtes, et, s'ils devaient disparaître, les reprendre, les actualiser et les diffuser. L'association insiste sur le fait qu'il est important de placer dans un « coffre-fort » des documents compromettants. « Mais c'est mieux si quelqu'un de confiance sait où sont ces documents, et peut s'en servir s'il vous arrive malheur » poursuit l'association. Les journalistes qui se sentent menacés, partout dans le monde,

peuvent désormais confier leurs enquêtes à une plate-forme internet sécurisée, une boîte à laquelle ils ont accès de façon anonyme. Ils savent ainsi que leurs investigations seront reprises, actualisées et donc publiées s'ils sont assassinés, enlevés ou jetés en prison. C'est pour saluer l'originalité et le courage de cette initiative que le Pressstival INFO du Pays de

Château-Gontier a tenu à récompenser l'association de Laurent Richard. Ce dernier sera invité à l'occasion d'une soirée spéciale du Pressstival en novembre 2019. D'ici là, probablement fin janvier 2019, le « Coup de Cœur » lui sera remis officiellement à Paris en présence de différents journalistes. ●

25^e PRIX BAYEUX CALVADOS-NORMANDIE DES CORRESPONDANTS DE GUERRE : LE PALMARÈS

Cinquante grands reporters étaient réunis à Bayeux en octobre, pour délibérer et décerner les prix 2018. Présidé par Christiane Amanpour de CNN, le jury international a rendu son verdict.

1^{er} prix

CATÉGORIE PHOTO

Jury international - Prix Nikon

Mahmud HAMS
AFP

Clashes on Gaza's border



Le Palestinien Saber al-Ashkar, 29 ans, lance des pierres durant des affrontements contre les forces israéliennes, le long de la frontière de la bande de Gaza à l'Est de la ville de Gaza, le 11 mars 2018. Les Palestiniens manifestent pour le droit au retour dans leur terre d'origine, désormais considérée comme territoire israélien

1^{er} prix

CATÉGORIE TV

Prix Amnesty International

Nima ELBAGIR, Alex PLATT
et Raja RAZEK
CNN

Une vente aux enchères d'esclaves en Libye

1^{er} prix

CATÉGORIE RADIO

Prix du comité du débarquement

Gwendoline DEBONO

Europe 1

Ni prisonnières, ni réfugiées : femmes djihadistes en Syrie

1^{er} prix

CATÉGORIE PRESSE ÉCRITE

Prix du département du Calvados

Kenneth R. ROSEN

*The atavist magazine
Mercenaires du diable en Irak*

1^{er} prix

CATÉGORIE PHOTO

Prix du public - parrainé par l'Agence Française de Développement

Paula BRONSTEIN

Getty images reportage

*The Rohingya crisis :
a harrowing journey*



Une Rohingya pleure, traumatisée après des jours de marche, avec peu de sommeil, alors que des milliers de personnes fuyant le Myanmar sont coincées sous un soleil brûlant sur une rizière boueuse attendant d'être admise dans les camps par les gardes-frontières du Bangladesh à Anjuman Para, Cox's. Bazar, Bangladesh le 16 octobre 2017

Dézoom

Panorama des lois anti X

Quelques pays ont adopté ou sont en passe d'adopter des législations pour lutter contre la propagation de fausses nouvelles sur les réseaux sociaux ou contre les tentatives de désinformation en période électorale.

 CE QUI EST/SERA PUNI

-  La diffusion de "fake news" sur les réseaux sociaux.
-  La "manipulation de l'information" en période électorale, afin de permettre à un candidat ou parti de saisir la justice pour faire cesser la diffusion de fake news durant les trois mois précédant un scrutin national.
-  Le pays ne dispose pas de législation spécifique sur les fake news, mais 14 projets de loi sont actuellement à l'étude sur le thème, relatifs à la santé, la sécurité, l'économie nationale, le processus électoral ou tout autre sujet d'intérêt public.
-  La propagation d'informations « partiellement ou totalement fausses ».
-  La propagation des fake news, « données fausses, trompeuses ou fictives ».



PEINES ENCOURUES

-  50 millions € (pour le réseau social)
5 millions € (pour le dirigeant du RS)
-  3 ans de prison
-  6 ans d'emprisonnement
et 130 000 \$ d'amende
-  50 000 \$ (42 000 €)
et/ou 2 ans de prison



fake news dans le monde

Les nouvelles dispositions sont généralement l'objet de fortes critiques au nom de la défense de la liberté d'expression.

ATTENTION POLÉMIQUE

Les détracteurs de la loi dénoncent un texte liberticide qui confie aux géants de l'internet le rôle de censeur.

Des députés de l'opposition et les principales organisations de journalistes se sont élevés contre le projet qu'ils jugent inutile ou dangereux pour la liberté d'expression.

Le nouveau Premier ministre, Mahathir Mohamad, a causé la stupeur en indiquant qu'il conserverait cette loi avant de faire marche arrière et d'assurer qu'elle serait supprimée.

Plusieurs dispositions de cette loi ont été suspendues fin mai par la Haute Cour du Kenya en attendant de statuer sur un recours déposé par l'association des blogueurs du Kenya.

Les défenseurs de la liberté d'expression énoncent un environnement de plus en plus hostile pour les journalistes depuis la dernière campagne électorale et la réélection en octobre 2017 de M. Kenyatta.



Où en est la France ?

Le 10 octobre 2018, l'Assemblée Nationale a voté par 45 voix contre 20 les deux propositions de loi relatives à la "lutte contre la manipulation de l'information".

Le but ? Cesser la diffusion de fausses informations dites "fake News" en saisissant le juge des référés trois mois avant scrutin national.

! La Commission d'enrichissement de la langue française a par ailleurs préconisé le terme "infx" à la place de "fake news".

D'après l'article *Panorama des lois anti-fake news dans le monde* du 13 juillet 2018 sur frenchweb.fr



Marketing d'influence : ce qu'en pensent vraiment les professionnels

Le marketing d'influence questionne plus que jamais les marketeurs et les communicants. Dans un marché en maturation, Cision (membre du Club), a voulu savoir ce que ces professionnels pensaient vraiment de l'influence, de son impact et de ses éventuelles dérives avec notamment les « fake influenceurs ».

Les points clés à retenir :

1. Les professionnels du marketing et de la communication considèrent à 84% le marketing d'influence comme une nouvelle forme de publicité et 64% estiment que la notion d'influence a été galvaudée avec l'arrivée des réseaux sociaux. Ils prévoient une lassitude des consommateurs face aux campagnes sponsorisées relayées pas les influenceurs. Pour autant, 74% souhaiteraient investir plus de budget dans l'influence de leur marque.

2. Engagement, confiance et visibilité sont les 3 objectifs principaux des campagnes de marketing d'influence. La génération de leads arrive loin derrière.

3. Le profil idéal de l'influenceur reste le journaliste pour 37,4% des répondants, devant les nouveaux influenceurs des réseaux sociaux à 31,6% (Instagram, Twitter, YouTube). Dans le BtoB, les professionnels sont 41,6% à positionner les journalistes comme meilleurs influenceurs pour leur marque.

4. L'engagement de sa communauté et l'expertise sur un sujet donné sont les principales qualités d'un influenceur recherchées par les marketeurs. La création de contenu n'arrive pas dans le Top 3.

5. L'influence se mesure principalement sur les réseaux sociaux, les indicateurs les plus utilisés étant le nombre de partage (93%), le reach (87%) et le nombre d'abonnés gagnés

(86%). Seul le trafic web (93%) dépasse le cadre des réseaux sociaux.

6. Pour la grande majorité des entreprises (72%), l'influence est gérée en interne. Mais l'agence de Relations Presse reste un interlocuteur privilégié pour les questions d'influence (33%). ●

Qui sont leurs influenceurs ?

Youtubeurs, Instagrameurs et Twittos concurrencent-ils vraiment les journalistes ?

Pourquoi les marketeurs continuent-ils à investir ?

Avec quels indicateurs mesurent-ils le succès d'une campagne d'influence ?

Le ROI est-il si important ?

BtoB et BtoC ont-ils les mêmes problématiques ?

La notion d'influence s'est-elle déplacée ?

Le Press Club a accueilli la soirée de l'Excellence Française

La dixième cérémonie de remise des prix de l'Excellence Française, créée par Maurice Tasler (membre du Club), et dont le Press Club est partenaire, a eu lieu au Club en décembre.



Maurice Tasler entouré des lauréats 2018

Jean-Michel Wilmotte, architecte-urbaniste-designer, invité d'honneur de la cérémonie a été présenté par Muriel Mayette Holtz, ex-administrateur de la Comédie Française et ex-directrice de la Villa Médicis.

Au palmarès 2018 : dans le secteur Environnement, **Veolia** représentée par son président, Antoine Frérot, dans le secteur Formation & Apprentissage, **Les Compagnons du Devoir et du Tour de France** représentés par son secrétaire général, Jean-Claude Bellanger, dans le secteur Recherche médicale **l'Institut du Cerveau et de la Moelle épinière (ICM)** représenté par le président des amis de l'ICM, Maurice LEVY et dans le secteur Santé **le Service de Santé des Armées (SSA)** représenté par sa directrice centrale, la Médecin général des armées Maryline Gygaux Généro.

Le Prix de la plus belle réalisation de l'année a été décerné à Jean d'Haussonville, directeur général de Chambord, pour la réhabilitation des **Jardins à la française** du château. Imaginés sous Louis XIV puis tombés peu à peu en désuétude, ces jardins ont retrouvé leur splendeur après 7 mois de travaux spectaculaires.

Un **palmarès spécial Intelligence Artificielle** a été dévoilé : il est composé de 10 jeunes pousses innovantes dans différents secteurs d'activité, élaboré avec la complicité de **Charles-Edouard Bouée**, Président-directeur général de Roland Berger et représenté par **Axelle Lemaire**, ancienne Secrétaire d'Etat en charge du Numérique et de l'Innovation.

+ d'infos : www.excellencefrancaise.com ●



LE PRESS CLUB PARTENAIRE DU FORUM INTERNATIONAL DE LA METEO ET DU CLIMAT

Créé en 2004, le Forum International de la Météo et du Climat (FIM) est devenu un rendez-vous incontournable d'éducation et de mobilisation sur les enjeux du climat et de la météo. Il facilite l'échange entre acteurs (grand public, scientifiques, entreprises, présentateurs météo, collectivités...) pour que chacun puisse agir !

Le FIM chiffres :

4 jours d'animations, d'échanges et de débats

7.000 visiteurs et scolaires

250 experts du climat et scientifiques

Plus de 60 présentateurs météo engagés pour le climat

La 16^{ème} édition du Forum se tiendra à Paris du 25 au 28 mai 2019. Il mettra l'accent sur l'urgence d'un changement collectif de nos comportements qui doit être entrepris, non seulement par les citoyens mais aussi par les gouvernements, les collectivités et les entreprises, sans exclure le système éducatif et les ONG, de façon à mieux appréhender les solutions et la dynamique de ces changements comportementaux face au climat.

Le FIM, un lieu pour communiquer, éduquer et agir

L'événement sera composé de :

- Journées réservées au grand public - du 25 au 28 mai sur le Parvis de l'Hôtel de Ville de Paris.
- Journées réservées aux professionnels les 27 et 28 mai dans les salons de l'Hôtel de Ville.

Le colloque international aura pour thème : « **Climat : les nécessaires changements des comportements, du citoyen... au collectif** ».

+ d'infos : www.forumeteoclimat.com/ ●



Le Press Club partenaire de l'International Media Marketplace

IMM (International Media Marketplace) est le plus gros événement de networking entre les journalistes (tourisme, art de vivre, culture, gastronomie, économie, ...) et les professionnels du tourisme, organisé par TravMedia depuis plusieurs années dans le monde entier.



Fort du succès rencontré chaque année à Londres, New York, Berlin, Singapour, Sao Paolo et Sydney, Travmedia lancera la première édition française d'IMM le 12 mars, qui se tiendra à l'hôtel Pullman Paris Tour Eiffel. L'événement se déroulera sur une journée sous forme de speed-da-

ting de 15 minutes planifiés à l'avance, qui permettront aux journalistes de rencontrer 22 professionnels du tourisme qu'ils auront sélectionnés au préalable. Un format très efficace qui permettra de discuter concrètement de leurs projets avec chaque professionnel, sans perte de temps inutile. ●

Accréditations : <https://travmedia.com/immfrance/media>

Contact en France :
Karine Foraud, Regional Director,
Karine.Foraud@travmedia.com
ou 01 44 55 34 03 / 06 33 58 57 54.



23^e TROPHÉE

Rendez-vous très attendu du Press Club, le Trophée de Golf a cette année encore rencontré un franc succès et comme à l'accoutumée été placé sous le signe de la sportivité et de la convivialité entre les journalistes et les managers.

Cette 23^e édition, organisée avec la complicité de notre président Nelson Monfort de France Télévisions, a réuni 40 participants. Elle s'est déroulée sur le magnifique parcours du Golf de Maintenon (www.golfdemaintenon.com) avec le concours précieux de son directeur Joseph Schemba.

Tout au long du parcours, nos amis golfeurs ont pu déguster les « douceurs » préparées par le Chef de l'hôtel Le Grand Monarque à Chartres dont le propriétaire Bertrand Jallerat nous a fait l'amitié d'être à nos côtés pour l'organisation de l'événement.

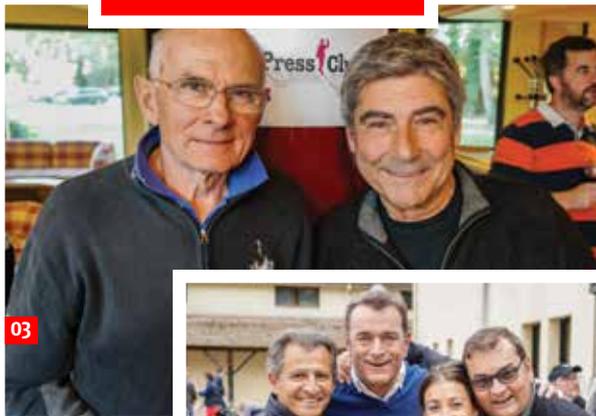


Le Trophée 2018 a été remporté par Jean-Michel Largenton de Média RH et Benoît Ruchenstain de Maison Mer

01



02



03



06



04



05



07

de GOLF du PRESS CLUB au château de Maintenon



08



09

Les Relais & Châteaux (www.relaischateaux.com) ont offert à l'occasion du trophée un dîner gastronomique et une nuit pour deux personnes dans l'un de leurs hôtels. Magnifique cadeau qui a été remporté au tirage au sort par Bernard THOMASSON de France Info.



10



13



11



12



14



15



16



17



18

- 01 | Benoît Ruchenstain - Maison Mer, Jean-Michel Largenton - Média RH
- 02 | Pascal Mélique - Consultant et Thierry Dassault - Groupe Dassault
- 03 | Bernard Berliet et Patrice Drevet
- 04 | Christophe Tortora - France 2 et Philippe Panis - France TV
- 05 | Charles Misrahi - Marina Sea Food, Franck de Caumette - Avigolf, Caroline Caen - Télévision & Co - Eric Sanchez
- 06 | Alexandre Scher - Courrier International
- 07 | Nelson et Dominique Monfort, Pascal Vignand - Golf de Royan
- 08 | Bernard Thomasson - France Info
- 09 | Isabelle Bourdet - Press Club, Bernard Thomasson - France Info et Nelson Monfort
- 10 | Christophe Tortora - France 2, Bertrand Gouillart - World Institut, Bernard Berliet, Philippe Candeloro, Eric de Saint Louven - Féd. Française de Golf et Mauricette Feuillas - La Poste
- 11 | Frédéric Dumas - Cision et Stéphane Guéillot - AFP
- 12 | Philippe Candeloro et Nelson Monfort
- 13 | Jacques Denavaut - Communications Smart, Nathanaël de Rincquesen - France 2, Guillaume Couston et Françoise Preyre - journaliste
- 14 | Jacques Deschoux - Entraîneur de Philippe Candeloro, Nelson Monfort - France TV
- 15 | Nathanaël de Rincquesen - France 2, Guillaume Couston
- 16 | Philippe Candeloro, Isabelle Bourdet - Press Club, Jacques Deschoux - Entraîneur de Philippe Candeloro et Nelson Monfort - France TV
- 17 | Mauricette Feuillas - La Poste et Françoise Dumas
- 18 | Sylvie Mélique, Mauricette Feuillas - La Poste, Françoise Preyre - Journaliste et Françoise Dumas

QUAND LE PRESS CLUB fait l'actualité

Le Press Club a fait le buzz ses débats.

Les Débats

Rencontre avec Thierry Marx, chef étoilé et engagé

A l'occasion de la sortie de leur livre *Chefs à la carte* (Ed. Seuil), nous avons organisé une discussion entre Bernard Thomasson de France Info (membre du Conseil d'Administration du Press Club) et Thierry Marx sur le thème : **Quelle alimentation pour 2050 ?**

A la question de la « mal bouffe », le chef a répondu qu'il fallait « **instruire le citoyen pour qu'il soit conscient de son impact social** ». Selon lui, l'enjeu politique que représente l'avenir de notre planète donc de l'humanité doit être mené par le citoyen pas par le politique.

« **Je ne crois pas au changement, je crois à l'engagement** » a-t-il précisé en rappelant la formule de Coluche « **il suffirait qu'on ne l'achète pas pour que cela ne se vende pas** ». En cela l'action du cuisinier est un engagement ; celui « **de protéger des filières vertueuses, qui préservent les sols vivants** ». Pour lui, la cuisine c'est « **la maîtrise du feu, du geste et du temps** ». En 2050, tout aura changé mais ce qu'il faudra garder a-t-il dit c'est « **le lien social, le partage que représente un bon repas** ».



Thierry Marx et Bernard Thomasson

Le rêve américain existe-t-il toujours ?

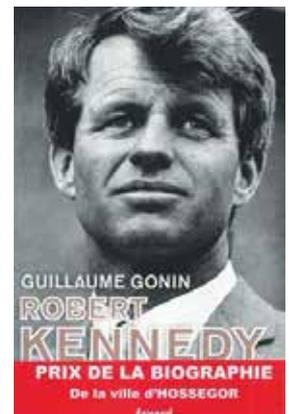
Nelson Monfort a reçu Guillaume GONIN, conseiller technique en charge des discours d'Alain Juppé, à l'occasion de la sortie de son livre *Robert Kennedy* (Fayard). L'occasion de lui demander ce qu'est devenu le "rêve américain" depuis l'élection de Donald Trump et de nous intéresser à l'une des familles les plus passionnantes du milieu politique américain : Les Kennedy. Et plus particulièrement à Robert qui fût derrière tous les grands moments de son frère John F. Kennedy en sa qualité de plus proche conseiller. Notre invité nous a raconté cette vie d'exception ; celle d'un homme politique atypique qui devait rester dans l'ombre mais que l'Histoire poussa sous la lumière.

L'islamisation du 9-3 : un fait ou une fake news ?



Gérard Davet, Fabrice Lhomme et Patrice Romedenne

Tel était le thème du Facebook Live animé par Patrice Romedenne de France 2 que nous avons organisé avec Gérard Davet et Fabrice Lhomme, grands reporters au Monde à l'occasion de la sortie de leur livre-enquête *Inch'Allah* (Fayard). Nos invités ont expliqué que leur enquête a mis en lumière « **la montée en puissance d'une religion, l'islam, qui veut s'imposer dans l'espace public** ». Ils ont donné pour exemples « **les lieux de prières clandestins installés dans le dépôt RATP de Pavillon-sous-Bois, les chauffeurs qui prennent des gants pour ne pas souiller leurs mains après qu'une femme ait conduit leur bus** ». « **Un communautarisme qui est en opposition avec nos principes républicains** » a souligné Patrice Romedenne. Selon Fabrice Lhomme, « **la montée en puissance d'un islam revendicatif est un fait** », « **des lobbyistes musulmans font pression sur les élus qui transigent, tous bords confondus, car ils ont à faire à des électeurs potentiels** ». L'occasion de rappeler « **que ceux qui se battent le plus contre l'islamisation sont des musulmans** ». La Seine-St-Denis compte 1,6 millions d'habitants dont 800 mille musulmans. « **La majorité veulent se fondre dans la République en vivant leur Islam modéré, mais l'idée de l'extension des normes de l'Islam dans la France est grandissante chez les jeunes** » précise Gérard Davet.



Le temps des journalistes est précieux !
 Pour qu'ils restent en contact avec votre actualité,

LE PRESS CLUB LANCE LES CONFÉRENCES DE PRESSE DIGITALES

filmées et diffusées en direct sur l'ensemble de vos réseaux sociaux



Un service adapté à l'usage des réseaux sociaux par les journalistes

Une audience journalistique démultipliée

Les journalistes peuvent suivre et réagir en direct ou revoir vos conférences en streaming

La conférence reste disponible sur tous vos réseaux

Les médias intéressés peuvent télécharger les images en HD sur une plateforme dédiée

Le Press Club peut relayer votre invitation auprès de son réseau

FORFAIT Tarif incluant un technicien et le dispositif de captation (hors location de salle)	Conférence de presse digitale 775€ TTC	Conférence de presse digitale premium 900€ TTC Tarif spécial réservé aux membres du club carte Sésame 775€ TTC	Conférence de presse digitale intégrale Tarif sur demande en fonction du choix du modérateur Tarif préférentiel pour les membres du Club carte Sésame
	Conférence filmée, diffusée en direct sur vos réseaux sociaux et enregistrée	✓	✓
Une plateforme dédiée pour stocker votre vidéo pendant un mois.	✓	✓	✓
Diffusion de l'invitation aux 710 membres du Club via notre newsletter* (sous réserve suivant le thème)	✗	✓	✓
Mise à disposition d'un fichier de journalistes ciblés	✗	Exclusivement pour les membres du Club Carte Sésame	
Un modérateur sélectionné et proposé par le Press Club pour votre conférence	✗	✗	✓
Diffusion de la conférence sur les réseaux sociaux et le site internet du Press Club (sous réserve suivant le thème)	✗	✗	✓



keolis

LONDRES - ROYAUME-UNI - 04.06.2018

Ticket Please?

Quand on parle d'être attentif aux passagers, on parle bien de tous les passagers !

Nos 500 agents de DLR à Londres aiment y mettre leur patte, avec humour, patience et bienveillance. À l'image de Jannet qui a pris sous son aile un chien esseulé dans une rame de métro, jusqu'à ce qu'il retrouve son maître. C'est tout l'esprit de notre démarche Keolis Thinking Like a Passenger.

C'est aussi ça une mobilité plus humaine.

À suivre sur 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

