

**PRESS CLUB**

# MAG'

Septembre - Novembre 2024 - N°83



## **MARINE JACQUEMIN GRAND REPORTER SUR TOUS LES FRONTS**

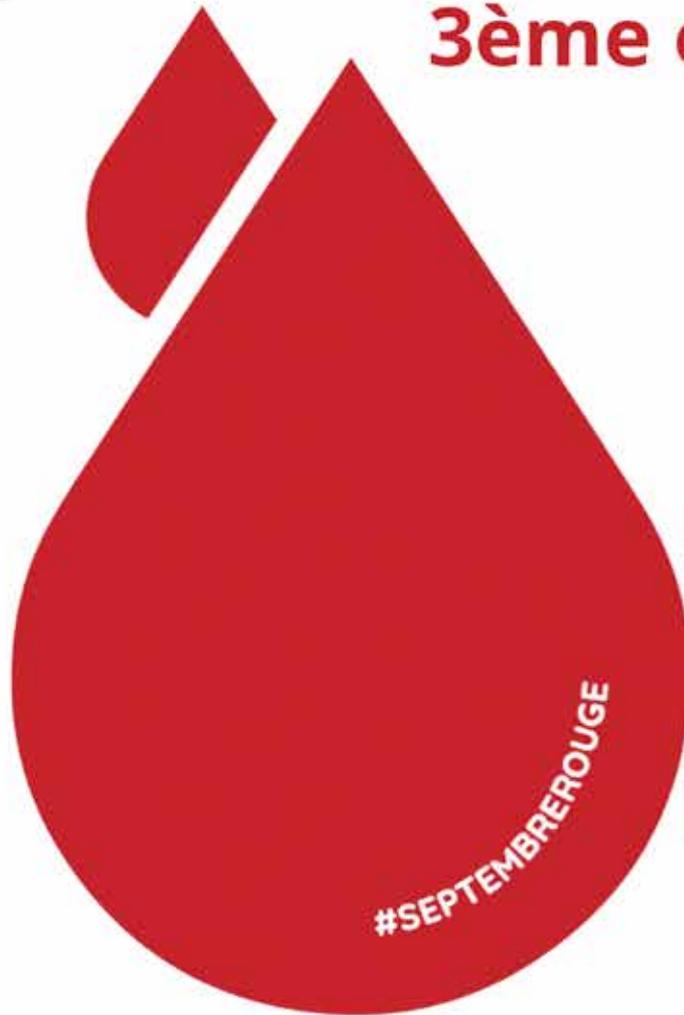
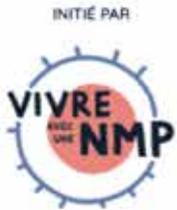
**L'intelligence artificielle,  
un défi pour les journalistes ?**

[www.pressclub.fr](http://www.pressclub.fr)

# SEPTEMBRE ROUGE

Mois de sensibilisation  
aux cancers du sang

## 3ème édition



AVEC LE SOUTIEN DE



Chaque heure,  
5 nouveaux cas de cancers du sang  
sont diagnostiqués en France.



**05 ÉDITO**

Arnaud Delomel  
Réal Média

---

**06 LES DÉBATS DU CLUB**

- 07** - Rencontre avec **Marine Jacquemin**, grand reporter  
- Kamala Harris Vs Donald Trump : **Deux visions de l'Amérique**  
- Un café avec... **Olivier de Lagarde** - Europe 1  
- Atelier : **Faire évoluer ses compétences grâce à l'IA**
- 

**08 LA LIBERTÉ DE LA PRESSE EN 2024**

- 09** Le classement mondial de Reporters sans Frontières
- 

**10 INTERVIEW D'AUDREY MALIBERT - BFM BUSINESS**

Réalisée par Cynthia Illouz - Fondatrice de The Women's Voices

---

**11 JOURNALISTES : L'EXCEPTION FRANÇAISE**

- 12** Rapport State Of The Media 2024 de Cision
- 

**13 L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, UN DÉFI POUR LES JOURNALISTES ?**

---

**14**  
**15** **ÇA S'EST PASSÉ AU CLUB**

# 25<sup>E</sup> TROPHÉE DE GOLF DU PRESS CLUB DE FRANCE

MARDI 1<sup>er</sup> OCTOBRE 2024



**GOLF DES YVELINES - RESONANCE GOLF COLLECTION  
CHÂTEAU DE LA COUHARDE - 78940 LA QUEUE LEZ YVELINES**

À partir de 07:30

**Accueil autour d'un Café Thé Croissants au Château de la Couharde**

Echauffement sur les zones d'entraînement, practice, putting greens et chipping zone

08:40

**Briefing par Nelson Monfort & Isabelle Bourdet**

Remise des cartes de score

09:00

**Parcours 18 trous « Les Chênes »**

**Lancement du Shotgun au son de la corne de brume**

Formule de jeu en scramble par équipe de 2.

14:00

**Déjeuner en terrasse du Château de la Couharde,**

*si la météo le permet offert par Cision*

**Proclamation des résultats pendant le déjeuner -  
Remise des Prix, Give & Take**

Chaque participant apporte un lot même modeste !

Index maximum : 36

Licence à jour demandée

Pré-inscriptions : Isabelle Bourdet – [ibourdet@pressclub.fr](mailto:ibourdet@pressclub.fr)



# POUR UNE INFORMATION OPTIMISTE DANS LES MÉDIAS

## ÉDITO

**Arnaud Delomel**  
**Réel Média**

*Membre du Conseil d'Administration du Press Club*



**E**n ces temps où l'actualité est largement dominée par une succession d'informations négatives et anxiogènes, après une période de crise politique, cette saturation de mauvaises nouvelles alimente un sentiment de désespoir et de frustration. Cela se ressent particulièrement chez les jeunes dont l'avenir s'assombrit et la santé mentale se dégrade.

Les chiffres sont éloquentes : selon le Baromètre de confiance des Français dans les médias 2023, réalisé par Kantar Public pour La Croix, 1 Français sur 2 ressent souvent du rejet ou de la fatigue par rapport à l'actualité.

Malgré tout, selon un sondage ViaVoice, 85 % des Français estiment que le journalisme est utile.

**Les Français expriment un besoin pressant de découvrir des histoires qui redonnent espoir !**

Dans ce contexte difficile, des citoyens, des entreprises, des organisations œuvrent chaque jour pour apporter des solutions concrètes et innovantes pour relever les nombreux défis que notre société rencontre.

**L'information optimiste peut avoir un pouvoir transformateur.**

Elle inspire, motive et donne aux gens les outils pour agir. En mettant en avant ces récits, nous pouvons changer la perception collective et inciter chacun à devenir acteur du changement.

**En tant que journaliste, il est de notre devoir de rééquilibrer la balance.**

Cela ne signifie pas ignorer les réalités difficiles, mais plutôt compléter le tableau en soulignant également les progrès et les réussites. Chaque histoire valorisant une solution est une bouffée d'air frais dans un climat médiatique souvent asphyxiant.

Les médias sur les réseaux sociaux qui s'adressent essentiellement aux jeunes contribuent à cet effort. C'est ce qui explique notamment le succès de réel média lancé il y a 18 mois et qui compte d'ores et déjà près d'un million de followers.

Soyons les relais de ces récits qui font du bien et contribuons ainsi à construire une société plus résiliente et optimiste.

# Les rendez-vous du Club

Inscriptions : [info@pressclub.fr](mailto:info@pressclub.fr)

10 septembre de 18h45 à 20h00



## RENCONTRE AVEC MARINE JACQUEMIN, GRAND REPORTER SUR TOUS LES FRONTS

Animée par Isabelle Bourdet - Press Club

Elle vient de publier **Mes guerres** aux Editions de l'Observatoire

Voilà une femme que l'on a regardée derrière nos écrans de télévision pendant trente ans en nous disant : elle a du cran. Son visage, sa voix si familière, ses reportages en zone de guerre (Afghanistan, Golfe, Tchétchénie, Rwanda...), son style bien à elle ont marqué nos esprits.

Mais malgré l'amour du métier de grand reporter qu'elle a exercé à TF1, elle a dû endurer la misogynie et les stéréotypes dont on l'affublait, mais elle a tenu

bon au nom d'un idéal : porter la parole des femmes et des hommes victimes de l'horreur de la guerre. Elle va lever le voile pour nous faire découvrir les coulisses d'un monde aussi passionnant qu'impitoyable dans lequel elle a su se frayer un chemin. Rencontrez avec une femme qui a évolué dans un monde d'hommes, décidée à s'accomplir en tant que journaliste.

19 septembre de 8h45 à 10h00



© Richard Werly

## KAMALA HARRIS VS DONALD TRUMP : DEUX VISIONS DE L'AMÉRIQUE, DEUX VISIONS DU MONDE ET DE L'EUROPE

Animé par Harold Hyman - Cnews

Nouveau rendez-vous de notre série de débats avec les correspondants étrangers.

L'élection présidentielle américaine du 5 novembre sera une échéance scrutée par le monde entier, et en particulier par les Européens. Une échéance qui opposera deux visions de l'Amérique et du monde.

Mais justement : **à quoi ressemble aujourd'hui le pays de Kamala Harris ? Et que pense l'actuelle vice-présidente, d'origine indienne et jamaïcaine, de ce qui se passe de ce côté-ci de l'Atlantique ?**

L'Amérique de 2024 en version originale. Retrouvez au Press Club, pour en parler et en débattre, un panel de correspondants spécialistes des Etats-Unis autour de Richard Werly, correspondant de Blick (suisse) et François d'Alañon, grand reporter, spécialiste des questions internationales.

Compte tenu des contraintes d'actualité, nous annoncerons les noms des autres intervenants début septembre sur notre site et dans l'Édition Spéciale.

# Les rendez-vous du Club

Inscriptions : [info@pressclub.fr](mailto:info@pressclub.fr)

24 septembre de 9h30 à 10h45

## UN CAFÉ AVEC... OLIVIER DE LAGARDE - EUROPE 1

*Nous vous proposons de venir échanger avec un ou une journaliste membre du Conseil d'Administration du Club, sur son actualité, son média, mais également sur des sujets d'actualité.*

Animé par Isabelle Bourdet - Press Club



Après avoir été l'une des voix historiques de France Info, où il a passé 32 ans, il a quitté la station de service public pour rejoindre Europe 1 il y a un an. Il y anime la revue de presse de la matinale. Chaque matin, il fait un tour des sujets qui font la Une de la presse française.

Un exercice qu'il a déjà pratiqué sur France Info dans les années 1990. Avant de présenter le week-end « Ça nous marque », une interview d'un chef d'entreprise, ainsi que « Les Informés », une émission de

débat également diffusée sur le canal 27 de la TNT. Dans le milieu des journalistes, la revue de presse est un genre à part.

Il nous expliquera comment il scrute et analyse la presse du jour pour présenter toute la variété des points de vue à propos d'un thème ou d'un événement de l'actualité.

Et si d'autres sujets vous tiennent à cœur, nous les évoquerons avec lui.

7 octobre de 9h30 à 12h30

## ATELIER : FAIRE ÉVOLUER SES COMPÉTENCES GRÂCE À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

*Cet atelier vise à fournir aux journalistes et aux communicants une compréhension concrète des concepts clés de l'intelligence artificielle (IA) et de ses applications pratiques. Leur permettant d'utiliser ces outils de manière créative afin d'appréhender l'impact de l'IA sur leurs métiers et de développer une compréhension de son potentiel dans le quotidien professionnel.*

Animé par Robert Kassous - Journaliste



### Objectifs de l'atelier

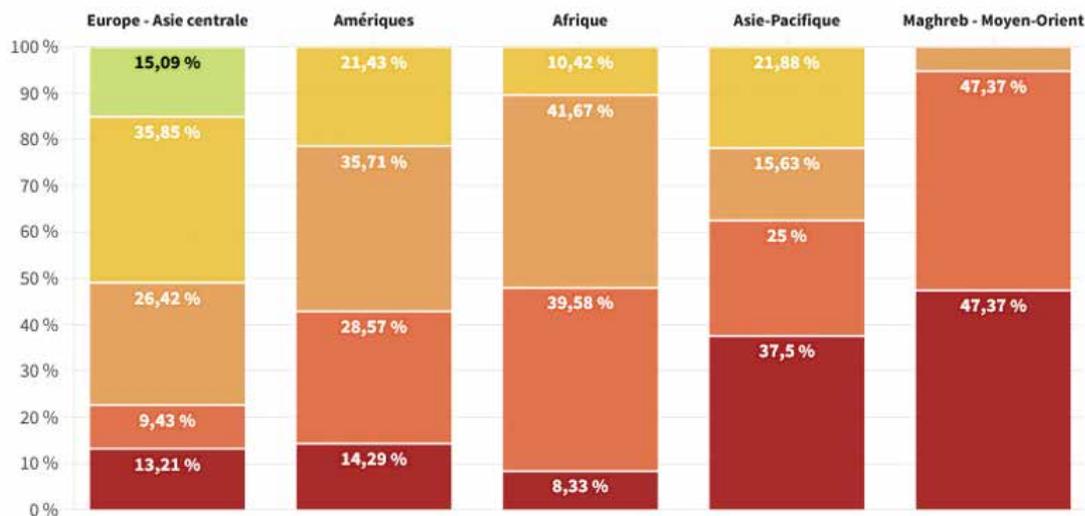
- IA au quotidien : ateliers pratiques et thématiques
- Comprendre les concepts clés de l'intelligence artificielle (IA) et ses applications pratiques.
- Explorer et expérimenter les fonctionnalités des outils d'IA tels que ChatGPT, Midjourney, Gemini, Adobe Firefly et Gamma.
- Utiliser de manière créative les outils d'IA afin de générer des idées, des citations pour enrichir des articles, des images libres de droits...
- Évaluer les questions éthiques et les limites actuelles de l'IA dans les contextes réels.

Forfait de participation : 160 € TTC



# LA LIBERTÉ DE LA PRESSE DANS CINQ RÉGIONS DU MONDE EN 2024

Situation : ■ Bonne ■ Plutôt bonne ■ Problématique ■ Difficile ■ Très grave



Source : [Classement mondial de la liberté de la presse](#), [Lien pour partager ce graphique](#)

©Reporters sans frontières



**Les pouvoirs en place sont nombreux à opérer un contrôle accru sur les réseaux sociaux et Internet : ils en restreignent l'accès, bloquent des comptes ou suppriment des messages d'information.**

Les journalistes qui s'expriment sur les réseaux sociaux au Vietnam (174<sup>e</sup>) sont quasi systématiquement enfermés. En Chine (172<sup>e</sup>), en plus d'emprisonner le plus grand nombre de journalistes au monde, le gouvernement continue d'exercer un contrôle strict sur les canaux d'information, en mettant en place des politiques de censure et de surveillance, pour réguler le contenu en ligne et limiter la dissémination d'informations jugées sensibles ou contraires à la ligne du parti.

**Les forces politiques jouent régulièrement le rôle de courroies de diffusion, voire même, sont les instigateurs de campagnes de désinformation.**

Dans plus des trois quarts des pays du monde évalués par le Classement (138 pays), la majorité des répondants au questionnaire signalent une implication régulière des acteurs politiques de leur pays dans les campagnes de propagande ou de désinformation. Une implication qualifiée de "systématique" dans 31 pays. La baisse générale de l'indicateur politique affecte aussi le trio de tête du classement. La Norvège, qui garde la première place, voit son score en la matière diminuer, et l'Irlande (8<sup>e</sup>), où des intimidations judiciaires de la part des formations poli-

tiques visent des médias, cède sa place de leader dans l'Union européenne au Danemark (2<sup>e</sup>), suivi de la Suède (3<sup>e</sup>). En fin de classement, les pays asiatiques comme la Chine, le Vietnam et la Corée du Nord cèdent leur place à trois pays qui ont vu leur indicateur politique dégringoler : l'Afghanistan (- 44 places au niveau politique) qui ne cesse de réprimer le journalisme depuis le retour au pouvoir des talibans, la Syrie (- 8 places politique) et l'Érythrée (dernier rang global et dernier rang politique, - 9 places) – deux pays qui sont devenus des zones de non-droit pour les médias, avec un nombre record de journalistes détenus, disparus ou otages.

**La région Maghreb - Moyen-Orient est celle où la situation est la plus grave**

Vient ensuite la région Asie-pacifique où le journalisme étouffe sous le poids des régimes autoritaires. En Afrique, même si moins de 10 % de la zone est en situation "très grave", près de la moitié des pays est en situation "difficile". Les pays où la liberté de la presse est au beau fixe restent tous situés en Europe, et plus précisément au sein de l'Union européenne (UE) – qui s'est dotée de la première législation sur la liberté des médias (EMFA).

Classement complet : [www.rsf.org](http://www.rsf.org)

## “IL FAUT QU’ON ENTENDE DAVANTAGE LES FEMMES DANS LE MONDE ÉCONOMIQUE”

AUDREY MAUBERT

**Directrice de la rédaction de BFM Business, Audrey Maubert se livre à The Women’s Voices sur son parcours en tant que femme qui a évolué professionnellement dans un milieu considéré comme masculin. Journaliste puis directrice adjointe de la chaîne, elle anime aussi l’émission « Iconic business ».**

Entretien réalisé par Cynthia Illouz, fondatrice de The Women’s Voices



Audrey Maubert et Cynthia Illouz

— THE —  
**WOMEN'S** www.thewomensvoices.fr  
VOICES

**Est-ce que cela a été difficile d’arriver à ce poste de direction à BFM Business ? Est-ce encore une épopée pour les femmes, d’arriver à ces postes là ?**

Je pense qu’il faut saisir les rencontres et les opportunités. Le chemin n’était pas tout tracé quand j’ai commencé. J’ai fait à peu près tous les postes à BFM Business : du desk à l’édition, en passant par rédactrice en chef de la matinale. C’est petit à petit, qu’il faut apprendre à se faire confiance.

Il faut faire confiance aux équipes. On arrive ensuite par des biais détournés et par le biais des rencontres, à se dire que c’est possible. Donc, finalement on ne rentre pas dans l’entreprise en se disant : « c’est comme ça que ça va se terminer ». Mais c’est au fur et à mesure, où on se dit qu’il y a des possibilités.

**Avez-vous déjà subi une forme de sexisme ou de discrimination au cours de de votre carrière ?**

On peut parler de sexisme ou d’une autocensure. Cela fait écho aussi à ce que l’on peut voir du côté de nos experts : Est-ce que l’on prend moins la parole ?

Est-ce que l’on se positionne moins ? Est-ce qu’on laisse un peu plus de côté nos convictions par rapport à un milieu qui est quand même très masculin ? Est-ce qu’il y a eu des petites phrases ou des petites réflexions ? Dans d’autres entreprises, ça fait partie du schéma.

Il faut parfois se faire violence et s’écouter davantage. Il faut se positionner davantage parce qu’encore une fois, il y a une part aussi d’autocensure dans le parcours des femmes.

**Comment faites vous pour promouvoir la diversité et la place des femmes chez BFM Business ?**

Il faut que cela devienne une vraie stratégie pour l’entreprise de se dire « il faut plus de femmes ». Il faut qu’on entende davantage les femmes dans le monde économique et dans le milieu des affaires. Et il y en a de plus en plus. L’enjeu, c’est qu’elles prennent la parole.

Ça doit devenir une vraie stratégie, un vrai positionnement. Il faut se dire “sur le casting de mes invités, je dois entendre parler les femmes et adapter ma programmation”. Dans ma recherche d’invités, je dois aller chercher des profils un peu différents et qu’on entend moins. Mais il faut faire cet effort aussi dans la stratégie de l’entreprise, et dans la programmation d’aller chercher d’autres voies.

*Cynthia Illouz, (membre du Club) fondatrice de The Women’s Voices, médias d’information politique et général, vient d’être nommée parmi les 40 femmes Forbes 2024. Elle a aussi été élue Vice Présidente en charge du plaidoyer, ONU Femmes France. Experte en RSE et égalité, sa double casquette académique et médiatique lui permet de fonder le média caritatif CHARIT, il y a 14 ans. Titulaire d’un doctorat en Sciences de gestion à la Sorbonne l’entrepreneure activiste a créé des formations dans plusieurs business schools et universités autour de la RSE et de l’égalité femmes-hommes.*

**C’est encore un challenge de trouver des expertes. A-t-on les ressources nécessaires pour les trouver ?**

Elles ont encore un peu de mal à venir. Il y a des programmeurs qui font tout à fait attention à la parité, mais ça vient petit à petit. Mais finalement, il n’y a pas tant de femmes que ça. Nous avons aussi souvent des binômes de cofondateurs et co-fondatrices, et souvent c’est le cofondateur qui vient prendre la parole.

Tout à l’heure, on parlait d’autocensure. Les femmes passent plus de temps à exercer leur expertise dans leur domaine d’activité plutôt que d’aller la transmettre sur les plateaux. Mais petit à petit, ça évolue. Ça demande plus de temps et plus de force de persuasion pour justement leur dire qu’on veut les entendre : “votre voix compte et il faut venir partager cette expertise au même titre qu’un homme”. Mais ça reste un vrai sujet et quelque chose sur lequel on doit encore évoluer.

# JOURNALISTES : L'EXCEPTION FRANÇAISE ?



RAPPORT STATE OF THE MEDIA 2024  
DE CISION

## Focus sur leurs différences avec leurs confrères européens, américains, asiatiques

\*Enquête réalisée entre janvier et février 2024. 3 016 répondants répartis sur 19 marchés à travers le monde : les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, la Finlande, la Suède, le Danemark, la Norvège, l'Italie, l'Espagne, le Portugal, la Chine, l'Australie, Singapour, la Malaisie, l'Indonésie, Taïwan et Hong Kong

*Le journalisme français, plus attaché à la crédibilité de l'information mais moins inquiet par le changement de mode de consommation de l'information que par les audiences.*

Il présente comme premier défi le maintien de la crédibilité de son média en tant que source d'information fiable et la lutte contre les « fake news » (58 % France, 44 % Europe). En Amérique du Nord et en Asie, le premier défi est de s'adapter à l'évolution des comportements de l'audience en matière de consommation de l'information (43 % et 40 %). Ce pourcentage tombe à 34 % pour les Français qui semblent moins inquiétés par ce changement de paradigme essentiel.

Les Français mentionnent moins que l'ensemble des Européens le manque de personnel et de ressources comme un défi (23 % vs 37 %) qui est le plus durement ressenti par les Américains (41 %).

En revanche, les journalistes français tout comme leurs confrères d'Asie, regardent l'émergence de l'IA dans leur métier avec un œil plus vigilant que les journalistes des autres pays européens ou que les américains.



## *Une adoption plus lente de l'IA par les journalistes français*

Les journalistes français utilisent moins l'IA pour construire leurs articles que leurs homologues, que ce soit pour créer les grandes lignes de leurs sujets ou faire une ébauche de contenu (17 % vs 19 % monde) ou pour construire les questions de leurs interviews (3 % vs 11 %). En revanche, ils s'appuient nettement plus sur l'IA pour effectuer des recherches sur un sujet (33 % vs 23 % monde) ou créer des supports multimédias (19 % vs 8 %).

## *Les Français sous-utilisent la data*

25 % des journalistes français utilisent davantage la data d'engagement (nombre de vues, taux de clics, audiences, partages sur les réseaux, commentaires...) pour choisir leurs sujets vs 32 % en Europe, 35 % en Amérique du Nord, 58 % en Asie.

## *Journalistes et multimédias*

Les images font l'unanimité dans toutes les zones géographiques et les Français culminent à 81 %. Ils dépassent légèrement l'Asie pour les infographies/data-visualisation (48 % vs 47 %).

Mais pour la vidéo, la tendance s'inverse et l'Asie prend la tête à 53 % vs 47 % pour la France quand l'Amérique n'affiche que 26 %.

Les Français sont également en tête de l'utilisation des posts des réseaux sociaux : 31 % quand l'ensemble des Européens et Américains ne sont qu'à 22 %.

Le livestream est jusqu'à trois fois plus apprécié en Asie (17 % vs 6 % pour la France et 5 % pour l'Amérique).



## *Journalistes et réseaux sociaux : Les Français accélèrent sur LinkedIn, les autres Européens et Américains sur Instagram*

Les Américains, déjà très consommateurs de réseaux sociaux, affichent 4 plus forts pourcentages d'accélération de leur utilisation sur les 8 proposés dans l'année à venir.

Les Français vont accentuer fortement leur présence sur LinkedIn (71 % vs 46 % pour les autres Européens) et dans une moindre mesure sur X – (29 % contre 24 % pour les autres Européens) et WhatsApp (27 % contre 18 % pour les autres Européens).

S'ils sont 42 % à déclarer vouloir surfer davantage sur Instagram dans les mois à venir, c'est 5 points de moins que leurs confrères européens et américains (47 %).



Dans toutes les zones géographiques, la première utilisation des réseaux sociaux est la publication / la mise en avant du contenu (69 % en France et Europe vs 79 % en Amérique du Nord). Le seul usage des réseaux sociaux pour lequel les journalistes Français sont les plus nombreux est pour se connecter avec des experts ou demander des interviews (50 % vs 45 % pour l'Asie).

À l'inverse les Français sont ceux qui s'appuient le moins les réseaux sociaux pour vérifier l'information (47 % vs 56 % en Asie).

**Rapport complet : [www.cision.fr](http://www.cision.fr)**

# L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, UN DÉFI POUR LES JOURNALISTES ?

Par **Robert Kassous** - Diplômé d'un Master 2 Management des Médias et du Numérique Sciences PO Paris

## L'IA, UN DÉFI POUR LES JOURNALISTES ?

Si l'intelligence artificielle représente un nouveau défi pour les journalistes, elle peut néanmoins les aider à rendre leur travail plus précis et plus pertinent.

De la collecte, la vérification, la traduction intelligible ainsi que la hiérarchisation de l'information, les journalistes ont, plus que jamais, un rôle précieux face à la déferlante de données brutes venant de toutes parts, réseaux sociaux, sites, etc., leur rôle demeure primordial pour décrypter la bonne information.

L'IA peut pour exemple, faciliter la vérification par des modèles qui croisent les données afin de mesurer leur niveau de pertinence, elle peut détecter des signaux faibles et forts propres à leur véracité, ou encore tracer la justesse et l'efficacité des sources. Le journaliste d'aujourd'hui et demain doit se distinguer dans chacune de ces tâches qui peuvent être assistées, facilitées ou tout simplement rendues possibles grâce à l'IA.

En opposition à la hiérarchisation orientée par les algorithmes de recomman-

datations sur les réseaux sociaux dont la viralité en est l'unique levier, le journaliste met en relief l'information **en fonction de son importance et non de sa potentielle 'viralité'**.

Finalement, bien utilisée, l'IA challenge les professionnels des médias pour les obliger à rendre leurs papiers encore plus précis, plus vrais et plus pertinents. Mais si l'intelligence artificielle fournit des données instantanées brutes et non de l'information validée, c'est justement là que le journaliste se doit de valoriser davantage son travail et son rôle de 'messager' dans la société. L'IA, ne se résume donc pas à des machines qui écrivent des articles à la place d'humains, il y a de nombreuses manières différentes de l'appliquer dans les activités journalistiques : résumer le contenu de documents souvent très lourds, faire remonter des sujets, trouver l'inspiration, répondre aux demandes et sujets des utilisateurs sans que ce soit chronophage ou encore faire de la traduction multilingue de qualité.

## UN DÉFI PAS SI NOUVEAU

Comme avec l'arrivée d'Internet, dans les trois dernières décennies, le journalisme a connu d'énormes changements dus à l'influence des nouvelles technologies numériques et du nouvel environnement médiatique. Pourtant, la profession a su progressivement s'adapter à mesure que les lecteurs se tournaient vers la lecture d'actualités en ligne ou sur les réseaux.

Dans le monde, le New York Times et le Washington Post utilisent déjà l'IA afin d'améliorer la gestion des commentaires lecteurs. USA Today produit avec l'IA de courtes vidéos et des images à partir de

reportages plus longs. La BBC et d'autres grands groupes comme le Monde l'utilise afin de synthétiser et extraire des millions d'informations du net.

L'intelligence artificielle (IA) sera progressivement présente partout dans les rédactions, numérique, télévisés, radios et presse écrite. C'est pourquoi la formation est plus que jamais d'actualité car l'intelligence artificielle va révolutionner les manières de faire, d'enseigner et d'apprendre le journalisme. Comment faire de l'IA un inépuisable allié plutôt qu'une menace ? Les ateliers du Press Club sont là pour y répondre.

Prochains ateliers IA  
7 octobre ou 5 novembre  
de 9h30 à 12h30  
Inscription : [info@pressclub.fr](mailto:info@pressclub.fr)

# ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB



MAI 2024

## DÉBAT - IA : MENACE OU PROGRÈS ?

dans le cadre du Festival #Viva Issy

Nous avons posé la question à **Jean-François CAULIER**, vice-président délégué chargé de la Stratégie et des Innovations numériques à l'Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne, **Frédéric FAIVRE** – Consultant et formateur en "IA et Créativité" et **Camille SALINESI**, vice-président chargé des Relations internationales et professeur en informatique à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Débat animé par **Nicolas ARPAGIAN** – Prospective Stratégique, membre du Conseil d'Administration du Press Club.

MAI 2024

## UN CAFÉ AVEC... JEAN-MARC SYLVESTRE

Nous vous proposons régulièrement d'échanger avec un ou une journaliste membre du Conseil d'Administration du Club, sur son actualité, son média et sur des sujets d'actualité. **Jean-Marc SYLVESTRE**, chroniqueur sur les sujets économiques et sociaux à BFM Business et le site Atlantico, avait choisi d'échanger sur le thème : *Est-ce que la France est désespérément perdue pour le libéralisme ?* Débat animé par **Isabelle BOURDET** – Directrice du Press Club.

MAI 2024

## DÉBAT - QUI EST MBS, LE NOUVEAU MAÎTRE DU MOYEN-ORIENT ?

**Georges MALBRUNOT** – Grand reporter au Figaro, spécialiste du Moyen-Orient était l'invité du Club à l'occasion de la sortie de son livre enquête *MBS confidentiel* (Michel Lafon) co-écrit avec Christian Chesnot de France Inter. Un débat animé par **Isabelle BOURDET** – Directrice du Press Club qui a permis de mieux connaître le futur roi de la puissante Arabie saoudite, Mohamed ben Salmane (MBS) qui tient le destin du Moyen-Orient entre ses mains.

JUIN 2024

## DÉBAT - NATACHA POLONY, MARIANNE

Connue pour ses analyses incisives et ses prises de positions marquantes, **Natasha POLONY** a abordé l'avenir de l'hebdomadaire en passe d'être racheté par Pierre-Edouard Stérin, propriétaire du groupe Otium. L'occasion d'annoncer qu'elle avait décidé de rester directrice de la rédaction du journal pour garantir le respect de son indépendance et de la charte. Le débat a été animé par **Didier TESTOT** – La Bourse et la Vie Tv, membre du Conseil d'Administration du Press Club.

# ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB



5

6



7



8

JUIN 2024

## ATELIER - FAIRE ÉVOLUER SES COMPÉTENCES GRÂCE À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Cet atelier a fourni aux journalistes et aux communicants une compréhension concrète des concepts clés de l'intelligence artificielle (IA) et de ses applications pratiques. Leur permettant d'utiliser ces outils de manière créative afin d'appréhender l'impact de l'IA sur leurs métiers et de développer une compréhension de son potentiel dans le quotidien professionnel. Il a été animé par **Robert KASSOUS** - Infotravel et membre du Conseil d'Administration du Press Club.

JUIN 2024

## EN IMMERSION - VISITE DE FRANCE MÉDIAS MONDE

Régulièrement, le Club vous propose d'aller à la rencontre des journalistes dans leurs médias. Lors de cette "immersion" nous avons pu découvrir la rédaction, les studios et les régies de **FRANCE 24**, les studios et les rédactions Afrique, Monde, Hispanophone et Brésilienne de **RFI**, la rédaction et les studios de **MONTE CARLO DOUALIYA**. Les participants ont pu échanger avec les journalistes et les chefs de services.

JUIN 2024

## DÉBAT - AVANT LES EUROPÉENNES : LA FRANCE EST-ELLE ENCORE CHAMPIONNE EN EUROPE ?

Dans la série des débats avec les correspondants étrangers sur différents thèmes d'actualité et à l'occasion des élections européennes nous avons reçu **François d'ALANÇON** et **Richard WERLY** - Coauteurs du livre « Ce que la France croit, ce que le monde voit », **Eva MORLETTO** - Grazia et **Marc BASSETS** - Correspondant de El Pais. Le débat a été animé par **Didier TESTOT** - La Bourse et la Vie Tv, membre du Conseil d'Administration du Press Club.

JUIN 2024

## DÉBAT - ERIC NAULLEAU, INVITÉ DES "OFF" DU CLUB

Nous vous proposons régulièrement des rencontres garanties 100 % Off. Dans cette société où tout peut se retrouver sur les réseaux sociaux, les Off du Club vous permettent de venir à la rencontre de personnalités dont la parole est beaucoup plus libre. **Eric NAULLEAU** a joué le jeu et accepté de répondre à la question : Eric Naulleau est-il toujours de gauche ? Le débat a été animé par **Olivier de LAGARDE** - Europe 1, vice-président du Press Club.

**"BACK TO ZE LOIRE"**

**LE COMBAT DE GUILLAUME BRACHET  
CONTRE LA MALADIE DE PARKINSON**

LA NOUVELLE  
EXPOSITION  
PHOTOS DU CLUB

360 KM D'ODYSSÉE  
À LA PAGAIE  
AVEC PARKINSON