

PRESS CLUB

MAG'

Mai - Juillet 2025 - N°85

***Trump et les médias 100 jours plus tard,
une "horreur" américaine ?***
L'analyse des correspondants étrangers

LES JOURNALISTES SONT-ILS DEVENUS TROP MILITANTS ?

*On en débat avec Thomas Legrand de Libération, Patrice Romedenne de France Télévisions
et le sociologue des médias Jean-Marie Charon*



Golf d'Hardelot



Golf Bastide de la Salette



GOLF & EXPÉRIENCES 100 % LIFESTYLE

UNE COLLECTION DE 10 GOLFS D'EXCEPTION.

Véritables lieux de vie, nos golfs vous invitent à vivre des expériences uniques en famille ou entre amis, que vous soyez golfeurs ou non. Alliant plaisir du jeu, détente et convivialité, chaque moment vécu est l'occasion unique de se ressourcer et de créer des souvenirs mémorables.



AMPLIFIEZ VOS ÉMOTIONS.



resonance

GOLF COLLECTION



Golf de Roquebrune



Credits photos : somchai20162516, yuri arcus, stevecoleimages

05 ÉDITO

Jean-Marc Sylvestre - Atlantico, membre du Conseil d'Administration du Club

06 LES DÉBATS DU CLUB**07**

- Les journalistes sont-ils devenus trop militants ?
- L'IA peut elle aider à lutter contre la désinformation ou au contraire l'aggraver ?
- Trump et les médias... 100 jours plus tard
- Un café avec... Valérie Verduron - France Télévisions

08 PRIX PRESS CLUB, HUMOUR ET POLITIQUE

La soirée de remise des prix aura lieu en décembre

09 LES ÉCHOS DEVIENNENT UNE AGENCE D'INFORMATION ÉCONOMIQUE

Christophe Jakubyszyn, directeur des rédactions était l'invité des débats du Club

10 L'EXPRESS SE RÉINVENTE

Eric Chol, directeur de la rédaction était l'invité des débats du Club

11 FORUM INTERNATIONAL DE LA MÉTÉO ET DU CLIMAT

L'édition 2025 sous le thème de l'Océan

12 ÇA S'EST PASSÉ AVEC LE PRESS CLUB**13**

Les débats du Club

14

Le Festival de la photo culinaire

14

La 7^e édition de l'IMM France

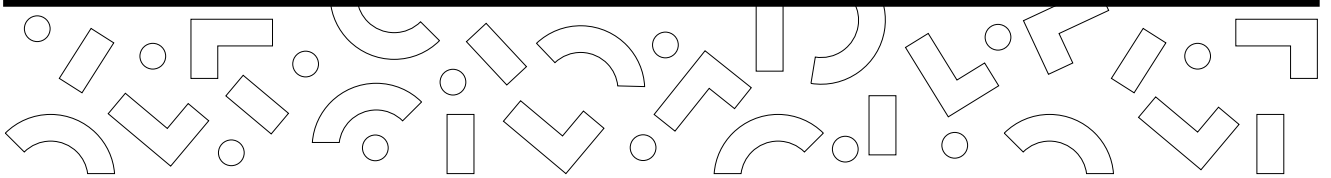
15 LE DINER DES JOURNALISTES DU CLUB



partenaire
du Press Club de France

**savoir
partager
les
savoirs**

**Pour que les contenus
de la presse
et du livre
soient accessibles
à chacun
et les droits
de leurs créateurs
respectés par tous**



**Le CFC est l'organisme qui gère collectivement
les droits d'auteur de la presse et du livre**
pour les rediffusions de leurs contenus
par tous les secteurs d'activité

**Il participe également
au financement d'actions culturelles**
qui accompagnent les auteurs et les éditeurs,
valorisent leurs œuvres
et forment les lecteurs de demain

COINCÉ ENTRE L'IA ET DONALD TRUMP, QUEL METIER !

ÉDITO

Jean-Marc Sylvestre -Éditorialiste à Atlantico
Membre du Conseil d'Administration du Press Club



Entre la guerre en Ukraine qui n'en finit pas et le bouleversement de l'ordre mondial qui s'ouvre sur mille incertitudes, tout va changer.

La profession de journaliste va bien être obligée de changer aussi...

Jusqu'alors, il a fallu s'adapter à l'emprise de la diffusion digitale, aux réseaux sociaux, puis à la concurrence de tous ceux qui, d'un clic de souris ou d'un iPhone, se découvrent une vocation de grand reporter avec l'aide de l'intelligence artificielle.

L'arrivée sur la scène de personnages hors normes comme Poutine et surtout Donald Trump, capables tous les deux de piétiner les coutumes, le droit et nos valeurs, convaincus qu'ils sont porteurs de la seule vérité vraie, bouleverse encore davantage le métier. Il ne peut plus être seulement témoin. Il doit aussi être expert.

La géopolitique, qui a envahi nos écrans, est faite de géographie, d'histoire, de démographie et d'économie. La compréhension des rapports de force nous oblige à la cohérence des faits et des gestes, sinon on tombe dans les fake news et le plotisme.

LE COMLOTISME FINIT TOUJOURS PAR DONNER RAISON AU PEUPLE

Le peuple a voté, le peuple doit décider, le peuple a raison, écoutons-le... Dans le Missouri comme dans la campagne anglaise ou la banlieue de Paris. Mais si le peuple n'a pas les vrais chiffres et les faits, le peuple n'a pas toujours raison.

Alors on nous dira que le peuple a un « ressenti », mot magique. Mais quel poison ce ressenti. S'il n'y a pas d'inflation, il y a un ressenti d'inflation. C'est pire, parce que le remède contre le ressenti est très différent. Il y a un ressenti d'inquiétude, un ressenti de colère, un ressenti de migraine sociale... que saise encore, et le journaliste se croit obligé de commenter le ressenti. Encouragé par les pouvoirs politiques qui ont découvert qu'on pouvait gouverner par la peur. Ils ne s'en privent pas.

Les événements qui inondent l'humanité donnent aux journalistes une responsabilité considérable : la responsabilité de dire le vrai, de distinguer le court terme du long terme. Le conjoncturel du structurel. La plupart des idéologies ont fait faillite, reste la vérité scientifique, le cercle de la raison... mais la science et la raison ne sont pas toujours bien « ressenties ». Balzac, disait : « *Pour le journaliste, tout ce qui est probable, c'est de l'information.* » Il se moquait, mais les choses se sont aggravées.

L'époque que nous traversons nous offre une formidable opportunité pour changer le métier, pour l'expertiser et le rendre plus fort et plus vrai. Moyennant quoi, quel que soit le support technique, il sera crédible. C'est surtout une question de courage, d'ambition et de morale.

On ne va quand même pas rester coincé entre Trump et l'IA.

Les rendez-vous du Club

Inscriptions : info@pressclub.fr

14 mai 2025 de 18h45 à 20h00



LES JOURNALISTES SONT-ILS DEVENUS TROP MILITANTS ?

Invités : Jean-Marie CHARON – Sociologue, spécialisé dans l'étude des médias, Thomas LEGRAND – Journaliste politique et éditorialiste en charge d'un billet quotidien à Libération, Patrice ROMEDENNE – Rédacteur en chef à France Télévisions

Animé par Bernard de La Villardière – Président du Press Club

Depuis quelque temps, une critique revient avec insistance : les journalistes seraient devenus trop militants. Selon elle, un journalisme engagé peut rapidement se transformer en un instrument d'influence, biaisant la perception des faits et alimentant la polarisation de la société. Cette évolution interroge autant qu'elle divise.

D'un côté, certains dénoncent un glissement vers un journalisme partisan, qui met en péril la crédibilité des médias et nourrit la défiance du public. D'un autre côté, certains pensent que face aux enjeux contemporains, prendre position ne serait plus un choix, mais une nécessité.

Dès lors, des questions demeurent :

Peut-on encore être un journaliste sans être perçu comme un acteur du débat public ?

L'engagement des journalistes est-il une menace pour l'impartialité ou un repart contre les dérives du pouvoir ?

L'éthique journalistique doit-elle être repensée pour répondre aux enjeux contemporains ?

Et comment préserver la confiance du public sans renoncer à la responsabilité qui incombe aux médias dans une société démocratique ?

20 mai 2025 de 8h45 à 10h00

DÉBAT ORGANISÉ DANS LE CADRE DU FESTIVAL #VIVAISSY



L'IA PEUT-ELLE AIDER À LUTTER CONTRE LA DÉSINFORMATION OU, AU CONTRAIRE, L'AGGRAVER ?

Invitées : Célia ZOLYNSKI – Co-directrice de l'Observatoire de l'IA de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Delphine SABATTIER - France Télévisions/Bsmart

Animé par Didier Testot - La Bourse et la Vie TV

L'IA est au cœur de nombreux débats, notamment en ce qui concerne son rôle dans la diffusion et la régulation de l'information. Si elle promet d'être un outil puissant pour détecter et combattre les fake news, elle est aussi accusée de faciliter leur création et leur diffusion. L'IA est-elle un remède ou pas dans la lutte contre la désinformation ? Alors, outil de vérité ou machine à illusion ? Le débat reste ouvert !

Les algorithmes de vérification des faits sont-ils impartiaux ou risquent-ils d'introduire des biais et de censurer certains contenus ?

Peut-on encadrer l'usage de l'IA pour garantir une information plus fiable ?

Quel rôle ont les gouvernements, les médias et les citoyens dans cette nouvelle ère de l'information ?

du Club Les rendez-vous

Inscriptions : info@pressclub.fr

27 mai 2025 de 8h45 à 10h00

TRUMP ET LES MÉDIAS 100 JOURS PLUS TARD, UNE "HORREUR" AMÉRICAINE ?

Invités : Roger COHEN - Le New York Times,
Philip GOLUB - Le Monde Diplomatique,
Kéthévane GORJESTANI - France 24, et Alain FRACHON - Le Monde

Animé par Richard Werly - Correspondant de Blick (Suisse)



Donald Trump n'a pas seulement déclaré la guerre aux médias traditionnels depuis son retour à la Maison Blanche. Il entend poursuivre et gagner cette guerre. En a-t-il les moyens ? Quelles conséquences ?

Rejoignez nous pour ce débat essentiel pour l'avenir du journalisme aux Etats-Unis et dans le monde.

Ce débat vous est proposé dans le cadre de la série des débats avec les correspondants étrangers.

18 juin 2025 de 8h45 à 10h00

UN CAFÉ AVEC... VALÉRIE VEDURON - FRANCE TÉLÉVISIONS

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.

Invitée : Valérie VERDURON - Responsable des éditions de l'émission *Dimanche en politique* sur France 3

Animé par Isabelle Bourdet - Press Club



Dans *Dimanche en politique*, Francis Letellier (membre du conseil d'administration du Club) propose 45 minutes avec deux personnalités politiques - interviews, reportages et « Carte blanche » de journalistes spécialistes de la vie politique - pour explorer leurs idées et prendre le temps de la contradiction. Notre invitée est responsable des éditions de cette émission.

Elle a choisi d'échanger avec vous sur ces thèmes :

Comment faire de l'information politique dans le respect de la déontologie ?

Faut-il réinventer la manière de parler politique à la télévision ?

Les émissions politiques sont-elles encore un vecteur d'influence ?

La nouvelle génération des journalistes a-t-elle un autre regard sur cette information ?

Faut-il privilégier le débat d'idées ou le clash pour attirer l'audience ?

PRIX PRESS CLUB, HUMOUR ET POLITIQUE 2025



LA SOIRÉE DE REMISE DES PRIX
AURA LIEU AU PRESS CLUB
EN DÉCEMBRE 2025

QUI SUCCÈDERA À ÉDOUARD PHILIPPE ET REMPORTE LE GRAND PRIX 2025 ?

Créé par Jean Miot, ce Prix récompense l'auteur de la phrase la plus hilarante de l'année, qu'il s'agisse indistinctement d'humour volontaire ou involontaire.

Les premiers sélectionnés sont :

**Elisabeth Borne, Geneviève Darrieussecq, Rachida Dati,
Sébastien Delogu et Pierre Hurmic.**

Le jury est composé de :

Christophe ALEVEQUE, Brigitte BOUCHER (Franceinfo.),
Isabelle BOURDET (Press Club), Hubert COUDURIER (Le Télégramme),
Pierre DOUGLAS, Florence DUPRAT (Acteurs Publics),
Laurent GERRA, Christine KELLY (CNews),

**Bernard de LA VILLARDIÈRE (M6)
et président du Press Club et du jury,**

Olivier de LAGARDE (Europe 1), Virginie Le GUAY (Franceinfo.),
Etienne OUVRIER (Groupe Ebra), Patrice ROMEDENNE (Franceinfo.),
Hervé ROUACH (AFP), Yves THREADARD (Le Figaro),
Henri VERNET (Le Parisien).

“
PRIX PRESS CLUB
HUMOUR
& POLITIQUE
”

“LES ÉCHOS DEVIENNENT UNE AGENCE D'INFORMATION ÉCONOMIQUE”

Compte-rendu réalisé par Isabelle Bourdet

Nous avons évoqué avec Christophe Jakubyszyn, directeur des rédactions du quotidien économique et de ses suppléments, Les Echos Week-End et Série Limitée, la transformation du média économique à l'horizon 2030 lors d'un débat animé par Bernard de La Villardière, Président du Press Club.



En introduction, Bernard de La Villardière a rappelé que Christophe Jakubyszyn, à son arrivée en mai 2024, a **“initiée une petite révolution aux Echos en privilégiant le web sur le print sans pour autant délaisser le papier, après s'être inspiré de ce qui se faisait au Washington Post et au New York Times.”**

Résultat, il a mis en place une rédaction qui doit se vendre aux différents médias, web, print, appli, qui mettent en avant ses contenus. S'il a été proposé par l'actionnaire Bernard Arnault, il dit avoir **“passé un grand oral devant les 250 journalistes de la rédaction pour défendre son projet.”** Et la rédaction l'a adoubé. Ce qui a été un **“défi car les journalistes sont plutôt conservateurs quand il s'agit de changer leur méthode de travail”** a commenté Bernard de La Villardière.

Et le 15 septembre, **“nous avons fait un big bang”** a précisé Christophe Jakubyszyn, **“c'est-à-dire qu'il n'y a plus qu'une rédaction avec des chefs de services qui lors de la conférence de rédaction vendent leurs sujets à ceux qui vont les éditer. Il y a trois news rooms en face : la plateforme qui est responsable de la home page et de la temporalité, la news room Audience-Engagement, ce sont les journalistes qui sont responsables de la titraillie notamment sur les médias digitaux et qui vont tout au long de la journée le modifier pour qu'il soit le plus lu, pour que Les Echos deviennent une agence d'information économique et plus simplement un journal.”**

Ils sont aussi responsables de la nouvelle version de l'application incluant le 18-20 qui est une sélection d'une quinzaine d'articles, ce n'est pas du contenu nouveau mais il est édité avec des cartes, photos, titres chocs pour conquérir un public de jeunes décideurs de 25/35 ans. La dernière news room appelée Journal est la déclinaison linéaire. **“C'est la version papier et digitale à 21h30 qui est un produit premium”** précise-t-il.

NOUS SOMMES DEVENUS UNE AGENCE D'INFORMATION ÉCONOMIQUE

Bernard de La Villardière s'est interrogé sur **“la nécessité de maintenir le print.”** **“Parce que 50 % de nos abonnés ont envie d'avoir une lecture linéaire print et pdf -”,** a répondu Christophe Jakubyszyn, **“que l'on vend 30 000 exemplaires papier et parce qu'on ne doit plus se poser la question de comment est lu le journal, nous devons être partout.”**

A la question de Bernard de La Villardière sur sa relation avec l'actionnaire Bernard Arnault alors **“qu'il est de coutume de dire que l'actionnaire ne doit pas intervenir sur la ligne éditoriale du journal”**, il a répondu que **“l'intérêt de l'actionnaire est que son journal lui rapporte et qu'il en soit fier.”** Et a expliqué qu'il a dit à Bernard Arnault **“nous n'allons pas nous autocensurer et vous n'allez pas nous censurer.”** **“Et votre rédaction, a poursuivi Bernard de La Villardière “vous la qualifieriez plutôt de gauche ou de droite ?” ; “c'est une rédaction extrêmement engagée pour son journal et son métier.”** a-t-il précisé.

Une question lui a été posée sur le développement de la rubrique “Idées débats”. **“Nous avons reconstruit ces pages ; la première, ce sont les contributions des journalistes de la rédaction et analyses des chroniqueurs, la 2^e, ce sont les contributeurs récurrents et la 3^e est une page plus ouverte de débats avec une question par jour et deux ou trois avis différents.”**

Quant à l'utilisation ou pas de l'IA, il a expliqué qu'**“elle a été développée sur tous les postes et qu'elle peut proposer des titres alternatifs, des chapeaux et pour chaque article faire des posts pour X, instagram, linkedIn. Les journalistes en font ce qu'ils veulent après les avoir vérifiés, ils en sont responsables.”**

REPLAY DU DEBAT SUR WWW.PRESSCLUB.FR

“ L'EXPRESS SE RÉINVENTE EN RESTANT DANS L'ESPRIT DE FRANÇOISE GIROUD ET JEAN-JACQUES SERVAN-SCHREIBER ”

Eric Chol, directeur de la rédaction de l'Express est venu au Club pour présenter la nouvelle stratégie du groupe pour faire face au profonde mutation de la presse. Il a répondu aux questions de Bernard de La Villardière, Président du Press Club.

Un journal qui ressemble à The Economist

Repris par Alain Weil en 2019, L'Express n'a cessé d'évoluer. Le pari, comme l'a souligné Bernard de La Villardière a été de dire que **“l'information était un produit non pas brut mais une denrée rare et qu'il fallait convaincre les lecteurs qu'il fallait payer un peu plus”**. Le prix a été augmenté d'un euro **“ce qui est une vraie stratégie pour la valorisation de l'information”** a confirmé Eric Chol. **“Le lecteur doit savoir que lorsqu'il paye 6€90 pour son hebdomadaire il y a quelque chose dedans. Dans un numéro de L'Express, d'un point de vue éditorial, il y a une centaine de personnes, c'est de l'information sourcée, authentifiée, et recoupée. C'est un accès pour nos lecteurs à des experts”**.

“C'est le pari de l'intelligence ?” a demandé Bernard de La Villardière. **“On reste dans l'esprit de Françoise Giroud et Jean Jacques Servan-Schreiber ; faire un journal grand public, libéral sérieux et un peu austère”** a assumé Eric Chol.

“L'Express est un journal libéral, universaliste, on croit à la laïcité, on défend la science, la rationalité et on est européen” - Eric Chol

“Aujourd'hui il diffuse à 150 000 exemplaires et le lectorat a rajeuni, la moyenne d'âge est de 51 ans et nous sommes le magazine qui a le plus d'actifs CSP++.”

“Vous avez voulu devenir un média global”, a poursuivi Bernard de La Villardière en rappelant qu'Alain Weil avait été candidat malheureux



Compte-rendu réalisé par Isabelle Bourdet

pour obtenir une chaîne de la TNT pour l'Express TV. **“Il n'a pas dit son dernier mot”** a rétorqué Eric Chol en ajoutant **“j'ai la chance d'avoir un actionnaire, Alain Weill, qui n'a jamais regardé un numéro avant qu'il sorte. Ma rédaction travaille de façon absolument libre. Notre liberté éditoriale est totale”**.

Une diversification du groupe indispensable

“J'ai fait toute ma carrière dans la presse écrite et j'ai passé mon temps à gérer la pénurie. Parce que les usages de l'information

changent, on est en concurrence avec les médias et tout ce qui peut attirer de l'attention. La rentabilité d'un journal est essentielle” a dit Eric Chol.

D'où la nécessité de se diversifier pour faire rentrer de nouvelles sources de revenus, même **“si la principale source est le journal”** a-t-il précisé. La diversification repose sur l'organisation de salons virtuels, dont l'éducation et la franchise, des cahiers thématiques dans le journal, des colloques auxquels participent tous les journalistes de la rédaction. Ils contribuent ainsi à la valorisation du métier de journaliste. Ce qui permet selon Bernard de La Villardière de ramener le lectorat qui se disperse sur les réseaux **“sous la bannière des grands journaux.”**

L'Express compte 70 cartes de presse et est tout juste à l'équilibre

“L'un des relais de croissance pour nous c'est l'Europe et notre capacité, grâce aux nouvelles technologies, à rencontrer de nouveaux lecteurs en développant L'Express Europe, un média numérique, qui sera fait à partir des 50 % de L'Express qui sont européens, en y ajoutant des contenus et en le développant dans les 27 pays de l'UE. L'idée est de se faire rencontrer les européens” a conclu Eric Chol.



22^e ÉDITION DU FORUM INTERNATIONAL DE LA MÉTÉO ET DU CLIMAT SOUS LE THÈME DE L'« OCÉAN »

Il débute en mai 2025 à Paris pour son volet grand public suivi d'une journée professionnelle avec un colloque sur le thème "Villes et changement climatique" pour finir à Nice du 6 au 8 juin avec le Media Workshop.

Accueillant plus de 100 journalistes météo et climat du monde entier, dont Evelyne Dhéliat TF1 & LCI (membre du Club), Myriam Seurat et Laurent Romejko France Télévisions, le Media Workshop explorera les dernières découvertes scientifiques, les stratégies de communication innovantes et le rôle des technologies spatiales dans la compréhension et l'atténuation de ces impacts. Les discussions porteront sur les récentes innovations de la communauté scientifique, les stratégies de communication et le rôle des technologies spatiales dans la compréhension des impacts du changement climatique sur les océans et les politiques d'atténuation.

LE FORUM REJOINT L'INITIATIVE "L'ANNÉE DE LA MER"



« Notre planète doit son climat stable en grande partie à l'océan, véritable thermostat naturel. Malheureusement, le réchauffement climatique, causé par l'augmentation des gaz à effet de serre issus des activités humaines, perturbe cet équilibre fragile »,
Jean Jouzel, Président de Météo et Climat.

www.forumeteoclimat.com
Presse : deborahzeitoun@dz-co.fr - 06 25 69 87 59

Où puis-je déposer mes déchets à recycler ?

Où et quand ont lieu les marchés ?

Une question ?
ISSY VOUS répond
GPT

Issy-les-Moulineaux

L'intelligence artificielle à votre service

ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB



JANVIER 2025

UN CAFÉ AVEC... BRIGITTE BOUCHER

Nous vous proposons régulièrement 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. Nous avons reçu **Brigitte BOUCHER** de **France Info TV** qui coanime avec Djamel Mazi, la matinale week-end de la chaîne d'information en continu et est aux commandes de "La politique s'éclaire", le rendez-vous politique diffusé chaque samedi et dimanche entre 9 h et 9 h 40. L'occasion d'analyser avec elle la situation politique quelque peu mouvementée de la France. Débat animé par **Isabelle BOURDET** - Directrice du Press Club.

FÉVRIER 2025

DÉBAT - RESTER OU PAS SUR X ?

Edouard FILLIAS - CEO de **Jin** a répondu que "si l'image de X est négative et politiquement marquée, la réalité est différente ; c'est un média populaire, le 5^e réseau le plus consulté au monde qui compte 100 millions d'utilisateurs..". C'est pour lui un lieu d'influence. "Les marques ne doivent pas claquer la porte." Il conseille de garder le compte mais de réduire l'activité car les entreprises ont besoin d'un canal réactif en cas de crise. "Le combat c'est la pertinence – moins mais mieux – a-t-il dit on revient à la culture du contenu et à la manière de gérer les crises en gardant une veille active pour comprendre qui sont les influenceurs et prescripteurs." Débat animé par **Florence DUPRAT** - Acteurs Publics.

MARS 2025

UN CAFÉ AVEC... YANNICK LETRANCHANT

Yannick LETRANCHANT - Directeur des opérations spéciales de **France Télévisions** était l'invité du Press Club pour un échange avec les membres du Club. Il est revenu sur les orientations du groupe France Télévisions, les arbitrages éditoriaux, sa vision de l'information et du service public. Il a été évoqué la création de son service "opérations spéciales" qui a permis au groupe de créer une véritable transversalité quant au traitement de l'information et des événements comme cela a été le cas pendant les JO de Paris. France Télévisions mise ainsi sur la force de l'événement pour impacter l'audience. Le débat a été animé par **Isabelle BOURDET** - Press Club.

MARS 2025

DÉBAT - COMMENT LES ENTREPRISES PEUVENT-ELLES MIEUX INFORMER LES MÉDIAS ?

Nouveau rendez-vous du Club, les « C tout Com' » vous permettent de partager sans langue de bois les meilleures pratiques et ressources en matière de communication avec des témoignages et recommandations d'experts. A chaque fois, un membre du club vous propose un sujet. **Quentin HACQUARD**, Chargé de Relations Presse et Médias de **Novaxia** a proposé d'échanger sur ce thème. Et pour ouvrir le débat, nous avons invité **Gaëtane MESLIN**, cheffe du service **Economique et Social** de **BFM TV**. Débat animé par **Isabelle BOURDET** - Press Club.

ÇA S'EST PASSÉ AVEC LE PRESS CLUB



FESTIVAL INTERNATIONAL DE LA PHOTO CULINAIRE GILLES AUEROCHE REÇOIT LE PRIX PRESS CLUB DE FRANCE

Dans le cadre du Festival, un Prix Press Club de France est décerné par le jury composé de Isabelle Bourdet, directrice du Press Club, Patrice Drevet, Florence Duprat d'Acteurs Publics, Nelson Monfort, Alain Roumestand de Radio Grand Ciel et Bernard Thomasson de France Info.

Celui-ci a choisi de primer Gilles Auteroche pour son travail sur le thème du « Sport & food ».

Sa passion pour la photographie s'est manifestée assez tardivement. Il débute en argentique, use ses boîtiers, gaspille de nombreuses pellicules puis fabrique son labo dans son garage pour « maîtriser la chaîne de A à Z ».

Dévorant les livres techniques, ses mains plongées dans les chimies, il étudie les oeuvres des célèbres photographes. C'est en 2013 qu'il décide de quitter son emploi dans l'Armée de l'Air pour se consacrer à la photographie. Enchaînant les expériences, il affine ses goûts et ses envies : reportage urbain, architecture, nature morte et bien sûr photographie culinaire. Ayant vécu toute son enfance en Aveyron, amateur de bonne chère, la nourriture a toujours eu une place essentielle dans sa famille. Aujourd'hui installé à Narbonne, il répond aux commandes des professionnels et continue en parallèle ses travaux artistiques. Avec ses clichés, il interprète ce qu'il ressent sur le moment, désirent déclencher une émotion ou susciter une interrogation.



Nage libre



Saut à la perche



Handball

*Bleu... confiance et sérénité,
le corps est prêt à conquérir les eaux ondulées
Violet... sagesse et spiritualité,
l'esprit se calme avant d'atteindre le pinacle
Rouge... amour et passion,
c'est la motivation, la révolte pour la victoire*

contact@gilles-photographe.com
www.gilles-photographe.com

ÇA S'EST PASSÉ AVEC LE PRESS CLUB

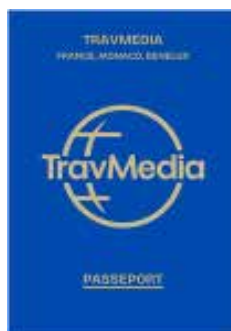
IMM France 2025

La 7^e édition parisienne de l'événement incontournable de networking du tourisme et des médias s'est tenue le 12 mars en partenariat avec le Press Club et l'Association des Journalistes du Tourisme et a réuni 124 marques touristiques françaises et internationales et quelque 200 journalistes et créateurs de contenu.

L'IMM France permet aux destinations, compagnies aériennes, offices de tourisme, hôtels et autres acteurs du voyage d'établir des connexions privilégiées avec les journalistes, photographes, blogueurs et influenceurs du secteur. Grâce à des rencontres programmées en face-à-face, l'événement favorise la création de contenus inspirants et d'opportunités de reportages, renforçant la visibilité des marques et destinations présentes.

« L'IMM France offre un cadre unique pour favoriser les échanges et stimuler la couverture médiatique du secteur touristique, » a déclaré Karine Foraud, directrice générale de TravMedia France, Monaco, Benelux.

TravMedia France, le réseau social du tourisme, a organisé la première édition des Passeports de TravMedia. Cette distinction a célébré les signatures les plus marquantes du voyage en France en 2024. La remise des prix s'est déroulée le 12 mars 2025 lors de l'International Media Marketplace (IMM) à Paris.



Parmi les lauréats, le Passeport du **Meilleur Photographe de Voyage** a été remis par l'Office National Israélien du Tourisme à **Gil Giuglio**, Le Monde du Plein Air (membre du Club), pour ses photos dans le cadre du reportage Déserts californiens en caravane Airstream.

La prochaine édition de l'IMM France aura lieu le 11 mars 2026.

Crédit Photo Maya Angelsen

ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB

LE DÎNER DES JOURNALISTES DU PRESS CLUB

Bernard de La Villardière et Isabelle Bourdet, respectivement président et directrice du Press Club, et les journalistes du Conseil d'Administration ont convié à leur table managers et communicants pour le traditionnel dîner du Club.

Les journalistes invités permanents ont endossé pour l'occasion le statut de puissance invitante !



1 - Jacques Pessis - Le Figaro, Isabelle Bourdet Directrice du Press Club, Philippe Candeloro Iceradio.com

2 - Patrice Drevet, Bernard de La Villardière - M6, Président du Press Club

3 - Jean Hingray - Sénateur, Line Crieloue - Accor, Francis Letellier - France 3

4 - Caroline Pigozzi - Journaliste auteure, Olivier de Lagarde - Europe 1

5 - Marie-Hélène Bonnot - Radio Millésime, Bertrand Gauthier - UICB, Carole Bellemare - Le Figaro, Bernard Cohen-Hadad - CPME Ile-de-France, Florian Bachelet - Clariane

6 - Patrice Romedenne - France Télévisions, Adeline Percept - RTBF, Laurent Petitguillaume - ICI

7 - Philippe Candeloro, Karine Foraud - TravMédia, Patrice Romedenne

8 - Christian Vannier - Forum International de la Météo et du Climat - Céline Valensi - Le Monde Diplomatique, Julien Gouesmat - La Tribune

9 - Patrice Drevet, Karine Foraud, Laurent Queige - Reworld Média

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

“ J’AI PAS
ENVIE
D’ALLER
CHEZ TONTON
LE SOIR ”

[Yasmine 12 ans]

Derrière les mots
de nos enfants,
il y a souvent
un appel au secours.
Soyons attentifs.

ENFANCE
majuscule
Bienveillance et défense des droits de l'enfant

EN CAS DE DOUTE CONTACTEZ LE 119