

AEF : Pierre Hanotaux rejoindrait la direction

Pierre Hanotaux, directeur de cabinet du ministre de la Culture et de la Communication Frédéric Mitterrand, **devrait rejoindre la direction de l'Audiovisuel extérieur de la France (AEF)**. Selon *lefigaro.fr*, Pierre Hanotaux a **reçu l'accord de la Commission de déontologie de la fonction publique** pour candidater au poste de « numéro deux » de l'AEF.

La nomination de Pierre Hanotaux, si elle est confirmée par l'AEF, fera suite au départ, au printemps dernier, de l'ancienne dg déléguée **Christine Ockrent**, au terme de plusieurs mois de conflit avec le pdg **Alain de Pouzilhac**.

Les futures fonctions de Pierre Hanotaux à l'AEF restent

à définir. Celles qu'occupaient Christine Ockrent pourraient en effet être dissociées, et **deux postes pourraient être créés** : l'un avec un profil de **gestionnaire**, qui reviendrait à Pierre Hanotaux, l'autre dédié aux **contenus**, pour lequel plusieurs noms ont été évoqués. Parmi eux : **Franck Melloul**, directeur de la stratégie et du développement de l'AEF, **Christian de Villeneuve**, ancien directeur général des rédactions de Lagardère Active, et **Hugues Durocher**, ancien directeur de l'information et des programmes de RFI dans les années 90 (nos informations du 7 septembre). ■

GROUPE AUDIENS : lancement de l'Assemblée pour la culture et la création à l'ère du numérique

L'**Assemblée pour la culture et la création à l'ère du numérique (ACCEN)** a été lancée lundi soir au Conseil économique, social et environnemental en présence de représentants des quelques **70 sociétés et organismes de la culture** au sens large (télévision, édition, presse, radio, cinéma, spectacle vivant, information) qui la soutiennent. « Plus de 300 participants » ont ainsi assisté au lancement de cette initiative du **groupe de prévoyance Audiens** visant à « mobiliser » les professionnels de la création face « aux nouveaux usages des biens et des services culturels, engendrés par la **généralisation d'internet**, remettant en cause les modèles économiques traditionnels », explique le communiqué.

L'objectif poursuivi par l'ACCEN est de remettre aux **candidats et aux partis politiques** en amont des **élections présidentielle et législatives** un « **livre ouvert** » qui recense, « sans prise de position ni censure », toutes les **propositions** émises lors d'une « **séquence de travail collectif** » qui sera close le 30 novembre. Avec l'idée de placer la problématique du numérique « au cœur de la prochaine législature ».

Pour cela, une « plate-forme de contribution » a été ouverte (www.plateforme-accen.fr) pour « rassembler toutes les réflexions, les propositions de tous ordres afin que des **solutions concrètes** puissent émerger : **modèles économiques repensés, systèmes de protection**

sociale adaptés, nouveaux cadres juridiques, législatifs et/ou fiscaux, processus industriels et techniques... ».

La plate-forme, ouverte à tous, est organisée en **sept domaines** (correspondant aux sept secteurs des métiers de la culture et de la création tels que définis) dans lesquels les internautes peuvent accéder aux contributions. La participation est gratuite, nécessitant simplement une inscription pour la mise en ligne de propositions et une identification pour les commentaires de contributions. L'ensemble des contributions feront ensuite l'objet d'une synthèse, établie par des étudiants de Sciences Po.

L'ACCEN est notamment soutenue par les **principaux groupes audiovisuels et radiophoniques** ainsi que par les **syndicats et organisations professionnelles** de ces secteurs. Son lancement a également été salué par **Catherine Morin-Desailly**, vice-présidente de la commission de la Culture, de l'Éducation et de la Communication au Sénat, et **Patrice Martin-Lalande**, rapporteur spécial sur le budget médias pour la commission des Finances de l'Assemblée nationale, qui ont pris la parole à cette occasion. La directrice générale des médias et des industries culturelles, **Laurence Franceschini**, s'est, elle, exprimée au nom du ministre de la Culture et de la Communication, Frédéric Mitterrand. ■

TNT

PARIS PREMIERE : le passage en TNT gratuite, une nécessité pour sa survie

Paris Première a fêté hier soir son 25e anniversaire au **Grand Palais**, s'offrant pour l'occasion une **nouvelle identité visuelle et sonore** ainsi qu'une nouvelle signature 3D, conçues par **Anne Caminade** (agence Sloo). Propriété du **groupe M6** depuis mai 2004, la chaîne revendique des audiences en hausse et une forte

attractivité dans un univers hautement concurrentiel. La saison 2011-12 marque cependant une **étape cruciale** dans son développement. Détentriche d'une fréquence sur la **TNT payante** (avec des plages en clair quotidiennes), Paris Première fait valoir la nécessité de **basculer vers le gratuit** afin d'assurer sa pérennité. ■■■