

# MÉDIAS RESPONSABLES

**Stéphane DELAPORTE, directeur général de 366**  
**Journée Agences Ouvertes / Group M le 19.03.2024**



# 366 : l'émanation d'un collectif média issu des territoires : une fonction de mise en réseau.



## TOUTE LA PQR (55 TITRES)

211 MAGAZINES + DIVERTO,  
1<sup>er</sup> MAGAZINE EN EUROPE



## 59 SITES & APPS DE PQR

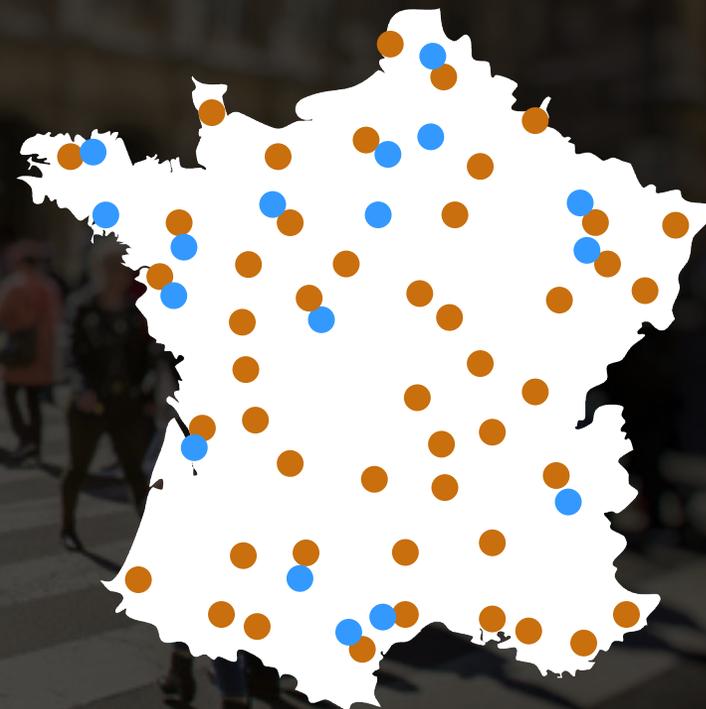
500 M DE STREAMS VIDEO/MOIS



## 17 CHAINES DE TV LOCALES



PODCASTS PQR & PURE PLAYERS  
3,5 MILLIONS DE STREAMS / MOIS



# MÉDIAS RESPONSABLES

De quelle responsabilité parle-t-on ? 6 éclairages.

**366**  
#COMMUNITIES



# responsable

Qui doit rendre compte devant une autorité de ses actes ou des actes de ceux dont il a la charge. Qui a la charge d'une fonction. Qui est réfléchi, sérieux, qui prend en considération les conséquences de ses actes.

Quelle signification transposée aux médias ?

**MÉDIAS RESPONSABLES**

**1\_RESPONSABLES  
DEVANT LA LOI ?**

**366**  
#COMMUNITIES

# The Flat Earth Society

Pourquoi la terre n'est pas plate ?

Jamy - Epicurieux  
1,3 M de vues · il y a 1 an



POURQUOI LA TERRE SERAIT PLATE ?

FabienOlicard ✓  
1 M de vues · il y a 4 ans



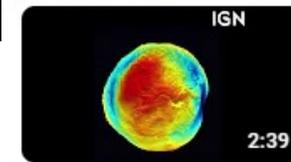
Apollo 11 : la rumeur de l'alunissage qui n'aurait jamais...

Brut ✓  
1,3 M de vues · il y a 4 ans



Michael Hughes meurt en voulant prouver que la Terre e...

TV5MONDE Info ✓  
122 k vues · il y a 4 ans



La Terre est-elle ronde ?

IGNcommunication  
41 k vues · il y a 4 ans

# INVESTIR

Parkings équipés  
de bornes électriques

Les avantages  
CAPITAL GARANTI  
LOYER FIXE ET GARANTI  
GESTION COMPLETE  
NET D'IMPÔT

## 5 bonnes raisons d'investir

- AUGMENTATION DU PARC AUTO
- LIMITATION DES BORNES PRIVÉES
- PASSAGE AU TOUT ELECTRIQUE
- REMPLACEMENT DES STATIONS
- +25 ANS EXPERIENCE DANS L'INVESTISSEMENT LOCATIF

## Comment ça marche ?

L'investisseur procède à l'acquisition d'un lot de bornes déjà opérationnelles et en activité

Les bornes sont confiées en location gérance à un exploitant, qui en assure la maintenance

La société de gestion veille au versement des loyers, à l'exécution du contrat et aux formalités administratives

## LES GARANTIES

GARANTIE CONTRACTUELLE  
GARANTIE DE REPRISE  
GARANTIE BANCAIRE  
POLICE D'ASSURANCE  
RENDEMENT ANNUEL  
6%-10% NET IMPOT



Pour vous inscrire  
en moins d'une  
minute scannez  
le QR code ci-dessous

Lien de notre inscription, le code  
partage REVENU70% sous permet de  
bénéficier d'un avantage sous forme de  
de 1% (première année uniquement)



Pour toute information,  
contactez-nous  
au 09.70.70.90.30

Publicité frauduleuse vantant des propositions d'investissement dans des « parkings équipés de bornes électriques » et usurpant l'identité de sociétés existantes.

Si un titre de presse insère cette publicité il peut se retrouver assigné devant les tribunaux par les personnes victimes de cette escroquerie.

Un éditeur de presse est **responsable pénalement** de l'ensemble des contenus qu'il publie, y compris la publicité.

Cette responsabilité du directeur de la publication vaut évidemment pour les contenus éditoriaux qui ne doivent pas être diffamants, faux, susceptibles de nuire à l'ordre public, offensants, etc.

Publicitairement, la presse est le seul média à porter cette responsabilité publicitaire. En télévision par exemple c'est l'ARPP qui certifie la légalité des spots de pub, pas la chaîne.

En ce qui concerne les plateformes internet, notamment les réseaux sociaux, à l'inverse, seul le contributeur est responsable pénalement de ce qu'il publie. Les plateformes ne sont **pas responsables des contenus publiés.**

**MÉDIAS RESPONSABLES**

**2\_RESPONSABLES DEVANT  
LA DÉMOCRATIE ?**

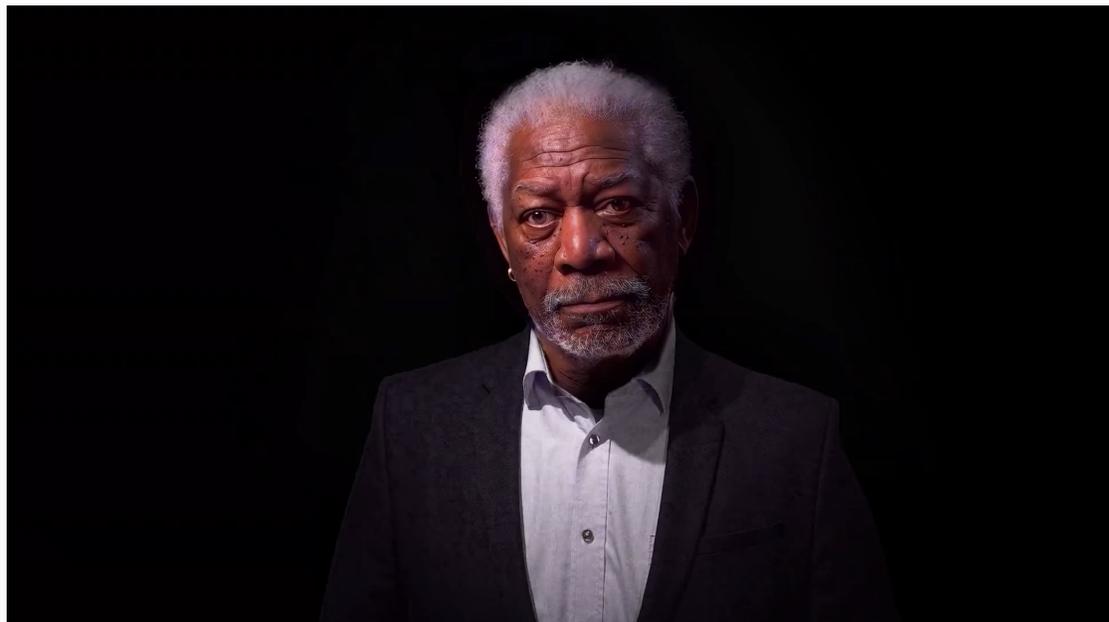
**366**  
#COMMUNITIES

---

**"Quand tout le monde vous ment en permanence, le résultat n'est pas que vous croyez ces mensonges, mais que plus personne ne croit plus rien."**

*Hannah Arendt*

---



# Vers une prolifération de «deepfakes»



# Industrialisation des faux sites et comptes sur les réseaux sociaux



# L'émergence de l'IA générative

90 %

du contenu en ligne pourrait être généré  
par l'IA d'ici 2026 - Europol

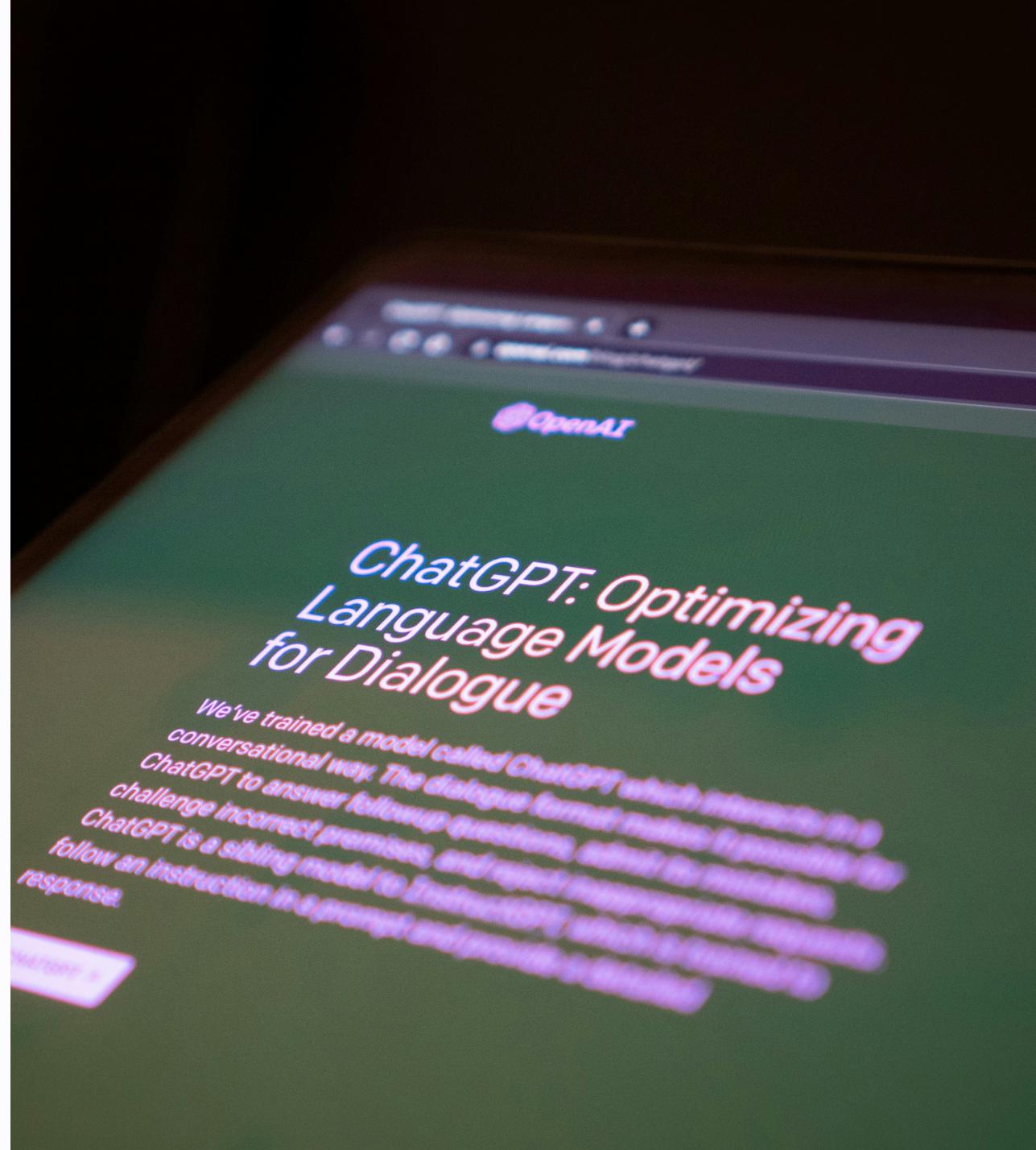
739  NewsGuard

Sites d'actualités non fiables générés par l'IA,  
identifiés par NewsGuard

x15 vs. avril 2023



**L'enjeu :**  
**S'appuyer sur la**  
**technologie tout**  
**en respectant**  
**l'intégrité**  
**de l'information**



# Pour entretenir cette confiance et la faire grandir, réfléchir au bon usage de l'IA

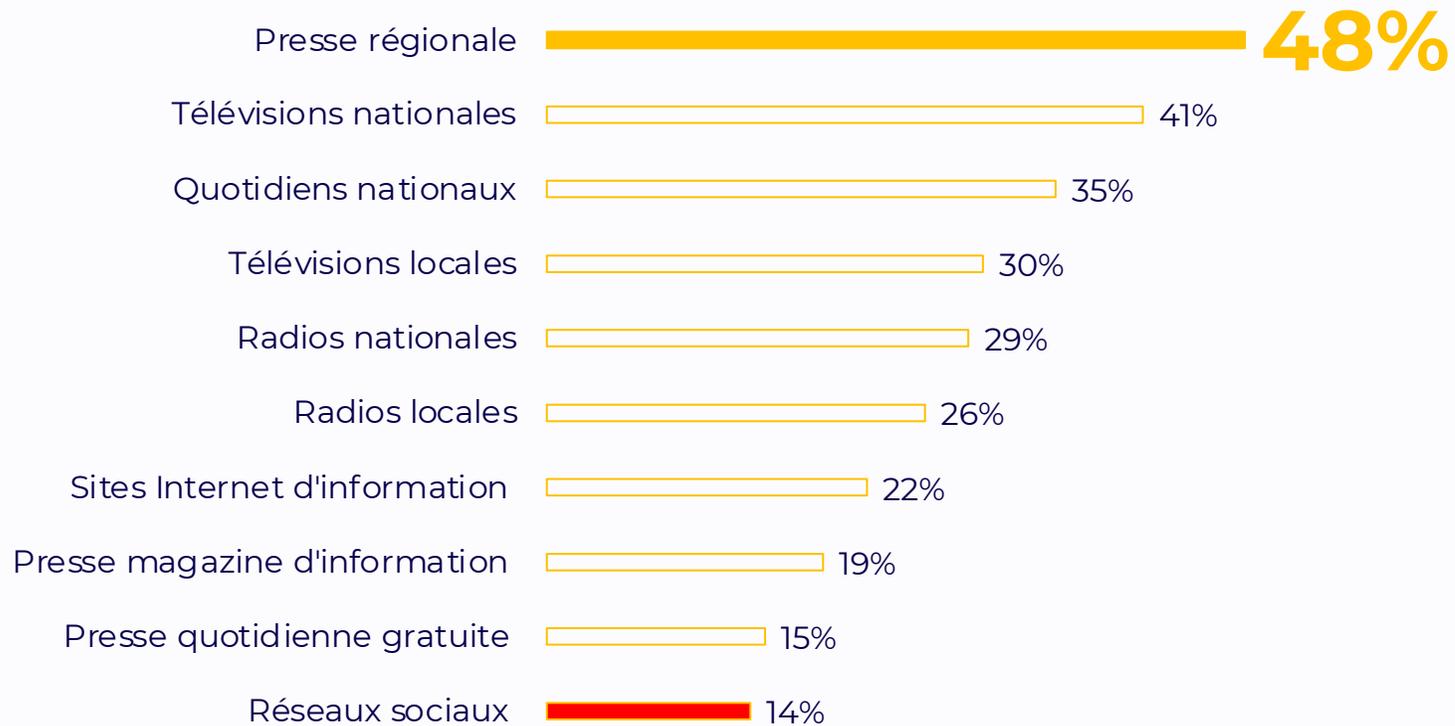


**“On pose un cadre, on se forme, puis on établit une charte”**

**Philippe Boissonnat , rédacteur en chef**

# Des exceptions à cette crise de confiance

Quels sont les médias dans lesquels vous avez le plus confiance ?



# Médias locaux : des repères au fort pouvoir de conviction

**PROXIMITÉ**



**CONFIANCE**



**INFLUENCE**

**34 %**

affirment que la publicité  
dans les médias locaux  
leur apporte des infos  
intéressantes.

**+2 pts vs 2023**

**1<sup>er</sup> média cité**

**MÉDIAS RESPONSABLES**

**3\_RESPONSABLES DE LA  
DÉFENSE DU JOURNALISME ?**

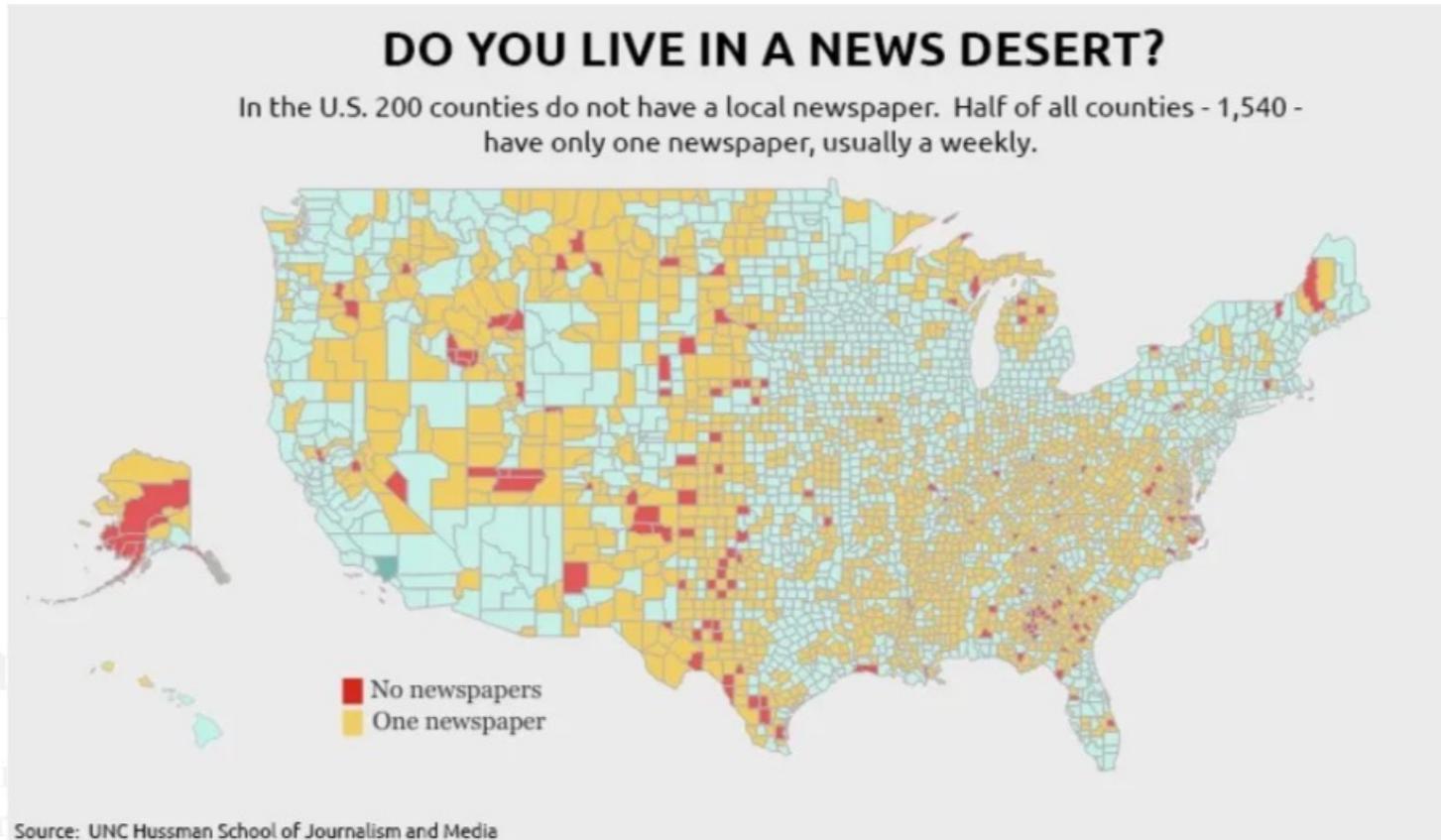
**366**  
#COMMUNITIES

# Les déserts médiatiques

Un phénomène apparu aux Etats-Unis dans la foulée de la crise des subprimes (2007)

La récession publicitaire entraîne la fermeture de 300 journaux et la diminution de 50% du nombre de journalistes.

Dans 200 comtés américains, la presse a totalement disparu.





# Les déserts médiatiques

De 2008 à 2016, au fur et à mesure de la disparition des journaux et des journalistes, les citoyens se reportent sur les réseaux sociaux.

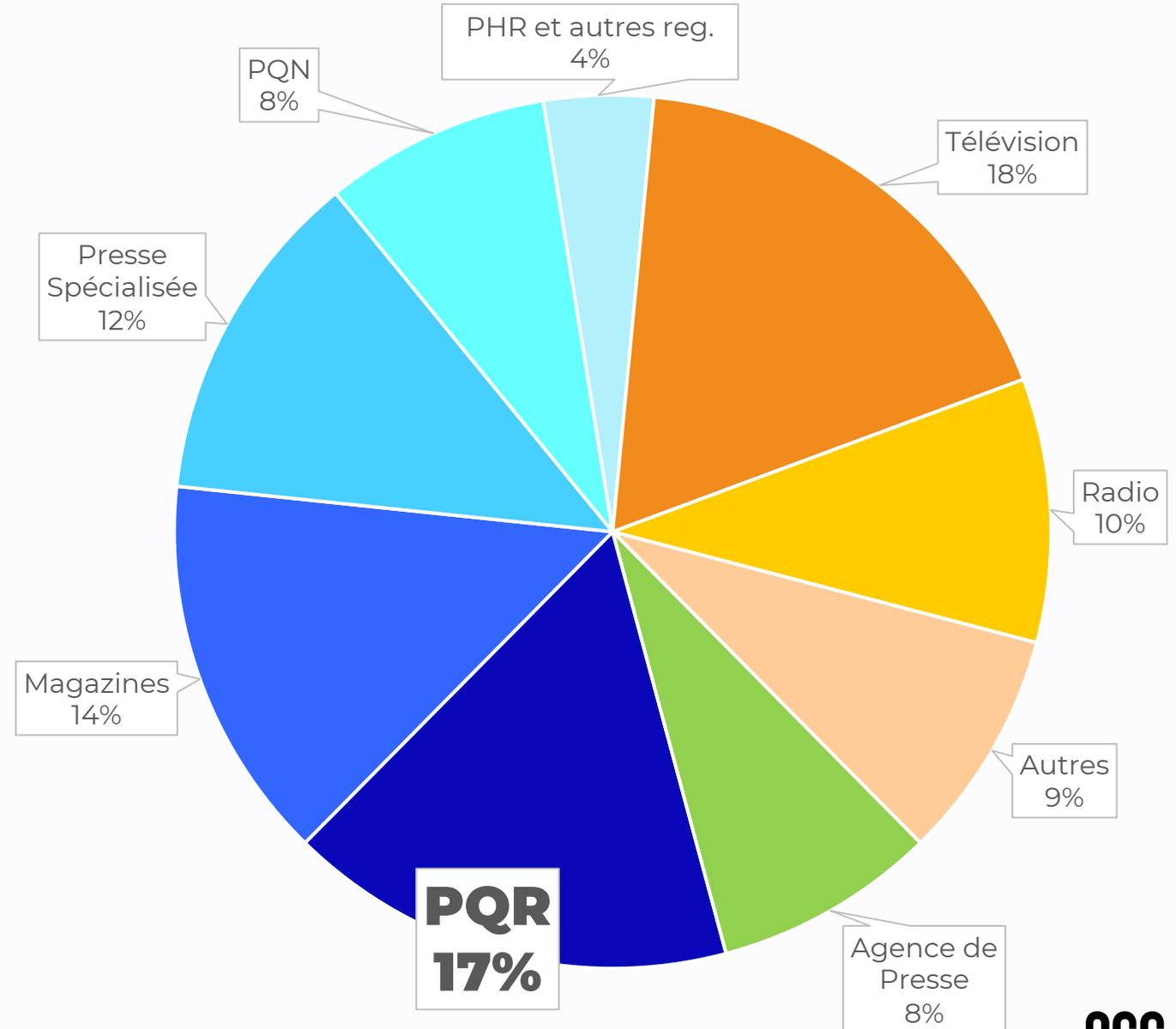
La vie politique US se polarise à l'extrême.

Donald TRUMP est élu avec des scores particulièrement élevés dans les comtés devenus des déserts médiatiques...

# La presse, 1<sup>er</sup> employeur de journalistes en France avec 56% des cartes de presse

La PQR : 17% des journalistes en France, mais un tiers des journalistes en région !

Source : statistiques de la CCIJP - 2023



**L'exemple de la PQR : une  
capacité forte d'information.**

**5 661 journalistes** et près de  
**25 000 correspondants**  
publiant **35 000 articles** par  
**jour en moyenne.**

**MÉDIAS RESPONSABLES**

# **4\_DES ENTREPRISES MÉDIA RESPONSABLES ?**

**366**  
#COMMUNITIES

# Des éditeurs acteurs & engagés au quotidien dans la transformation des territoires.

La Dépêche incite ses salariés à venir à vélo

**ALLONS À LA DÉPÊCHE À VÉLO!**

Du 29 mai au 9 juin, les collaborateurs de la Dépêche du Midi participent au challenge AYAV "Allons-Y A Vélo". En selle vers un avenir plus vert, sain et durable.

GRUPE LA DÉPÊCHE VERTE

Dans le cadre de son plan "Groupe Dépêche Verte" lié à ses engagements RSE et de son plan de mobilité... [Plus d'infos ici.](#)

Ouest-France recycle ses journaux



Après la Voix du Nord, Ouest-France lance un programme de recyclage de ses quotidiens. Initiées début 2023, ces tournées de... [Plus d'infos ici.](#)

Centre France face au changement climatique avec « Premiers Degrés »



Le groupe Centre France lance Premiers Degrés, sa feuille de route éditoriale pour expliquer le changement climatique sur laquelle ont... [Plus d'infos ici.](#)

Nord Littoral s'engage contre l'illettrisme



2,5 millions de Français sont touchés par l'illettrisme et ne peuvent donc remplir des actes simples de la... [Plus d'infos ici.](#)

EBRA récompensé pour ses actions RSE



Le Groupe Ebra obtient la médaille d'argent EcoVadis pour sa politique RSE. L'évaluation a porté sur 4 thèmes fondamentaux... [Plus d'infos ici.](#)

Initiatives positives à la une de la nouvelle formule du Dauphiné libéré



« Priorité à la proximité, défense du circuit court, valorisation et animation du territoire ainsi que mise en valeur des initiatives et des acteurs locaux ». C'est la nouvelle formule du

La PQR sensibilise ses lecteurs à la préservation de l'eau



"Qu'est-ce que l'eau représente pour vous ?" La PQR a sensibilisé ses lecteurs à la préservation des ressources en eau... [Plus d'infos ici.](#)

La NRCO forme ses journalistes à l'urgence écologique



La Nouvelle République du Centre-Ouest (NRCO) a entrepris de former ses journalistes aux problématiques du dérèglement climatique et de l'Îrquo... [Plus d'infos ici.](#)

Les salariés du Progrès s'engagent dans le World Cleanup Day



Plus de 50 collaborateurs du groupe EBRA ont participé au World Cleanup Day dans le cadre de la Semaine du... [Plus d'infos ici.](#)

La Voix du Nord court pour Octobre Rose



Le week-end dernier, une cinquantaine de collaborateurs de la Voix du Nord ont participé au Challenge du Ruban Rose, une... [Plus d'infos ici.](#)

Sud-Ouest s'associe à HelloAsso pour soutenir des projets environnementaux



Dans le cadre de son projet Délicé (qui vise à sensibiliser aux enjeux écologiques et

Les DNA sensibilisent leurs salariés au tri sélectif



Le Télégramme coache les femmes pour le Forum Économique



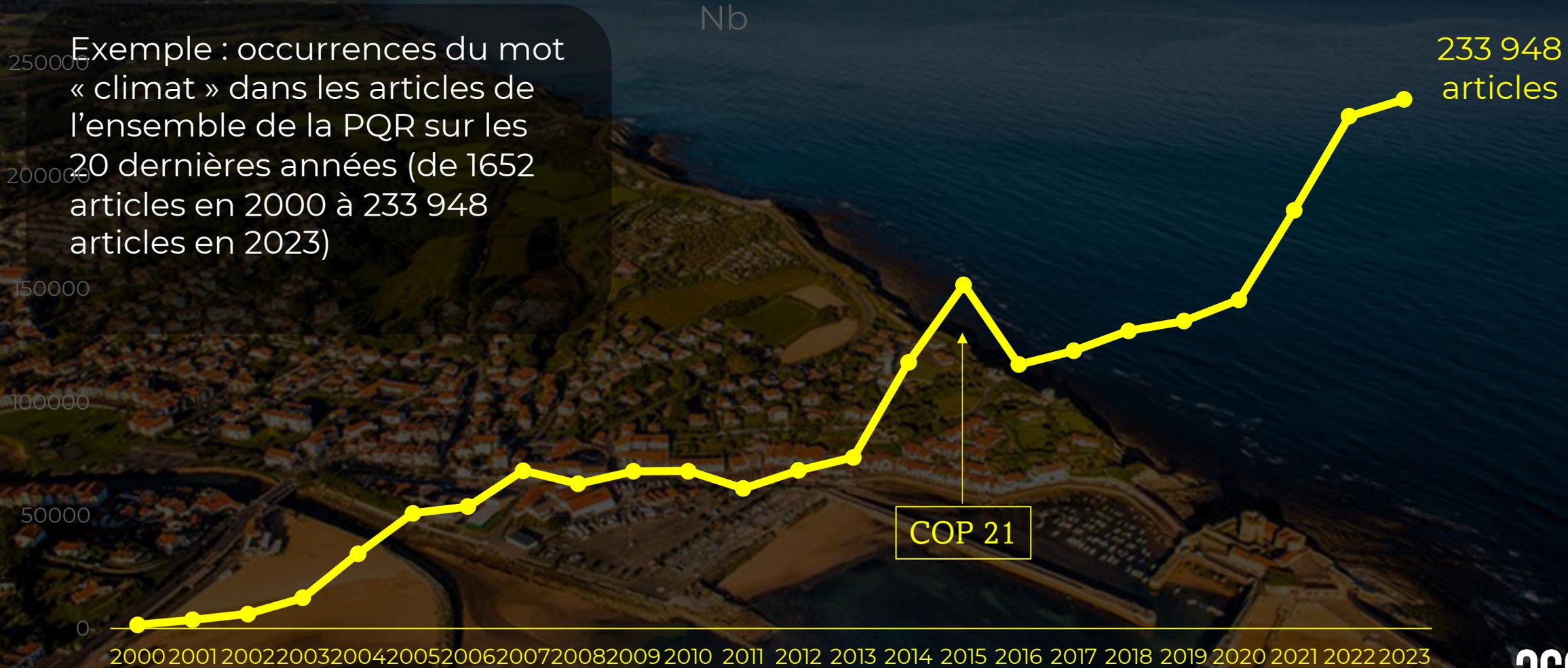
L'Alsace suit le niveau de la nappe phréatique



Sud-Ouest s'associe à Surfrider pour nettoyer les plages



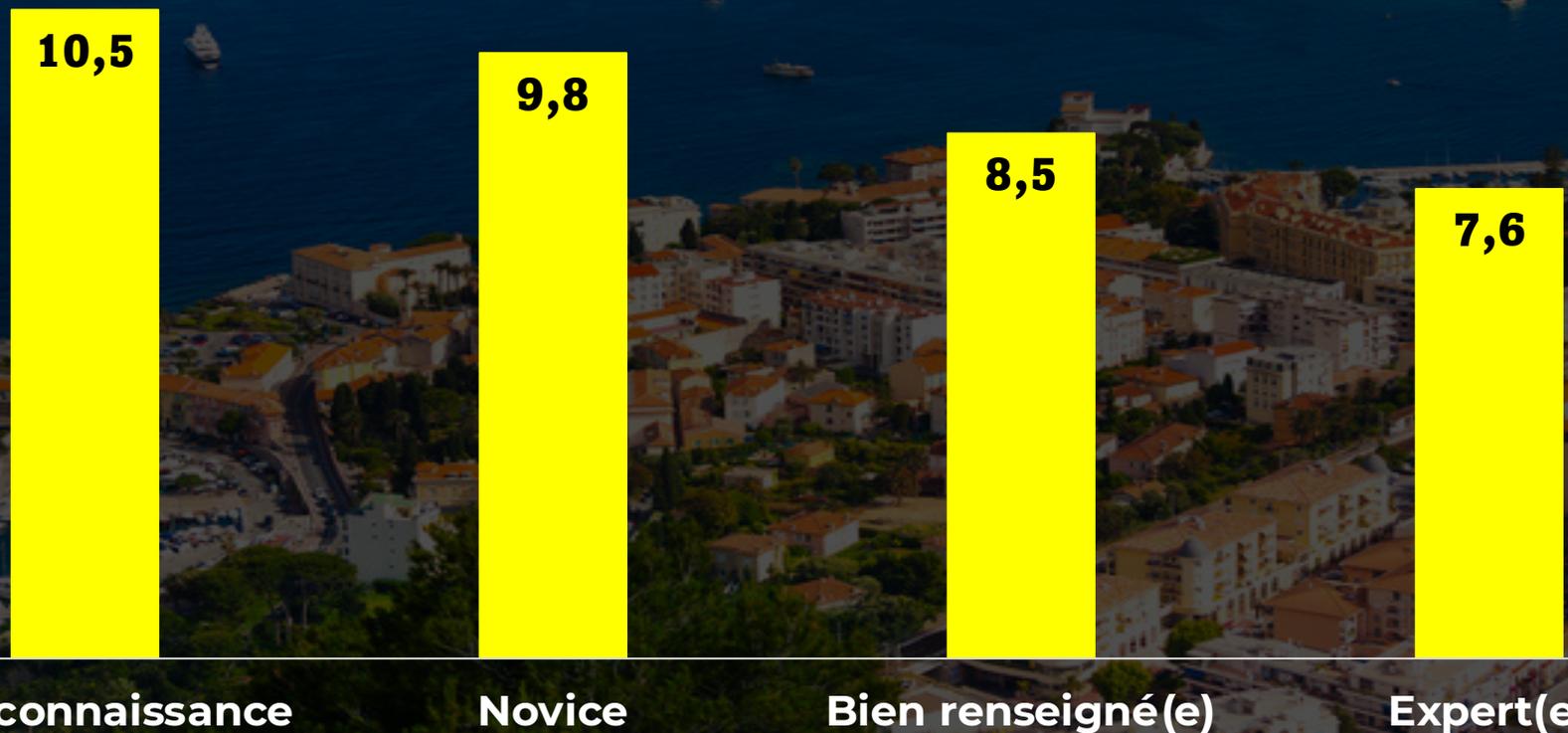
# Un investissement massif de la PQR sur la **connaissance** et la **compréhension** des enjeux par les Français.



Source : ADAY

# L'information, premier vecteur de la transformation.

Unité : tonnes de Co2 par an et par personne



**MÉDIAS RESPONSABLES**

**5\_DES RÉGIES**

**RESPONSABLES ?**

# Un **marché** publicitaire qui impulse le changement



## GroupM mesure l'impact carbone des campagnes médias de ses clients

Publié par Fiona Gentileau le 10 sept. 2020 - mis à jour à 14:41



Groupe M, le groupe d'investissement média de WPP, en partenariat avec CO2balance, cabinet de gestion carbone, développe un dispositif pour mesurer l'impact carbone des campagnes de publicité et le réduire en réajustant les plans de communication de ses clients.

# Des régies qui prennent leurs **responsabilités** à bras-le-corps

JCDecaux dévoile sa Stratégie Climat visant à atteindre le Net Zéro Carbone d'ici 2050

PARTAGER      IMPRIMER  TÉLÉCHARGER

**PM**  
PRISMA MEDIA

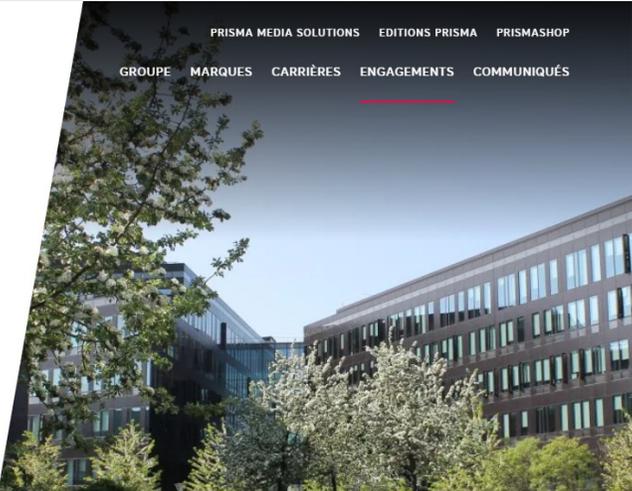
Accueil / Engagements

## PRISMA MEDIA, ACTEUR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE

Prisma Media place la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) au cœur de sa stratégie globale. Au travers de nombreuses initiatives et décisions, le groupe affirme son engagement en faveur de la responsabilité sociétale de l'entreprise et du respect de l'environnement dans une logique de performance économique.

PRISMA MEDIA SOLUTIONS EDITIONS PRISMA PRISMASHOP

GROUPE MARQUES CARRIÈRES ENGAGEMENTS COMMUNIQUÉS



LE GROUPE ENGAGEMENTS INNOVATION  LE GROUPE INVESTISSEURS TALENTS PRESSE FR/EN |

NOTRE POLITIQUE RSE NOS ACTIONS NOTRE FONDATION ETHIQUE ACHATS RESPONSABLES



### RÉDUIRE NOTRE IMPACT CARBONE

Prendre part à l'effort collectif en réduisant notre impact carbone avec des objectifs validés par la SBTi (Science Based Targets Initiative) depuis octobre 2023, visant les -30% d'émissions de CO2 d'ici 2030, et trois grandes priorités : l'écoproduction, la sobriété numérique et les achats responsables.

[VOIR PLUS](#)



### SENSIBILISER NOS PUBLICS À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Poursuivre la mobilisation du grand public sur les sujets de transition écologique à travers nos contenus, mais aussi celle de nos collaborateurs, notamment grâce à un programme de formation qui les rend acteurs de cette transition.

[VOIR PLUS](#)



### FAVORISER LA PUBLICITÉ RESPONSABLE

Depuis plus de 10 ans, s'engager avec TF1 Pub en faveur de la transition écologique : en mobilisant agences et annonceurs, et en impulsant des changements de comportements plus responsables.

[VOIR PLUS](#)



**366**  
#COMMUNITIES

# 366, une régie engagée

Première régie labellisée RSE ★★

Partie prenante de la première version  
du nouveau label *Sustainable Digital Ad  
Trust* du SRI (2024)

Bilan Carbone effectué 3 fois au cours  
des 4 dernières années

# 2021, engagement dans la **labélisation RSE** avec **Positive Workplace**.

## Description de l'entreprise en 1 mot

### Salariés + Annonceurs + Editeurs

	Mot	Récurrance
1	Engagée	9
2	Bienveillante	5
3	Professionnelle	5
4	Réactive	4
5	Partenaire	3
6	Confiance	3
7	Compétitive	3
8	Conviviale	3
9	Evolution	3
10	Innovante	3

Labellisé RSE  
★★★



1<sup>ère</sup> région de France labellisée en 2021

Entraînement du média PQR : EBRA, Ouest France, Sud Ouest, Rossel, Groupe Dépêche, le Télégramme, Centre France...

Reconduction de la labélisation en 2022 puis 2023 et progression chaque année de la note RSE de 366.

# 366, 1<sup>ère</sup> régie à automatiser et systématiser le bilan carbone de ses campagnes vidéo



## AUTOMATION

Optimisation et mesure systématique de l'empreinte carbone des campagnes vidéo



Suivis en cours de campagnes bilan

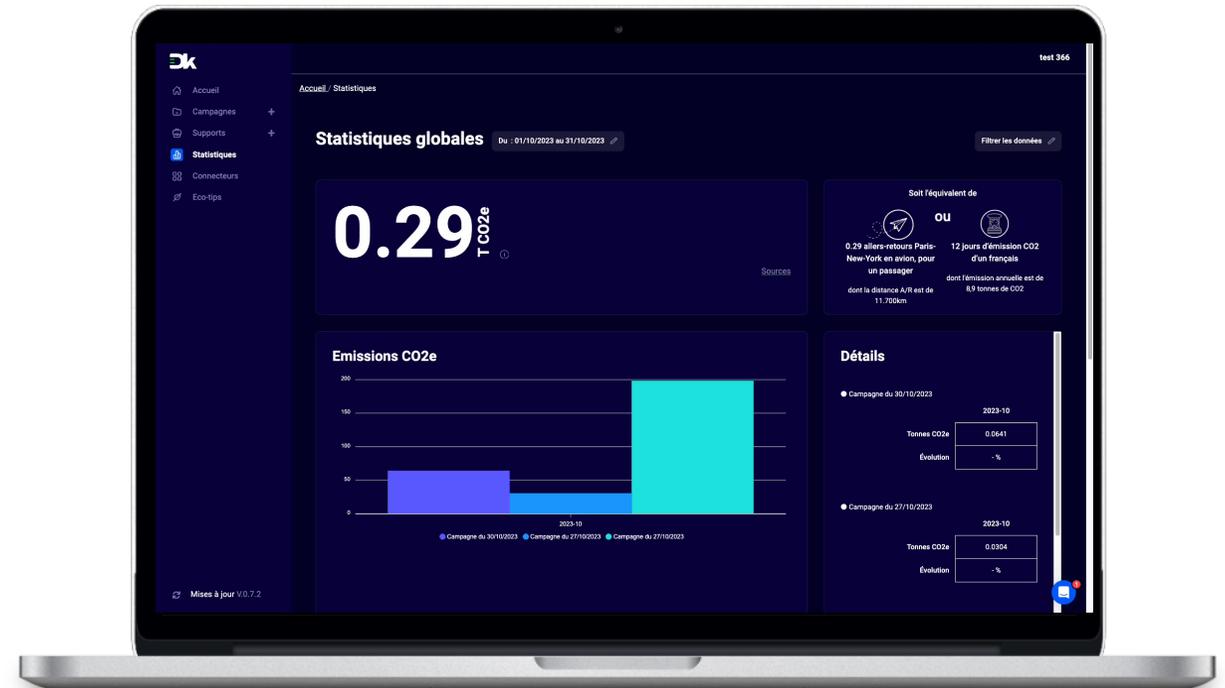


Bilan par spot post-diffusion



Recommandations d'éco-actions

Développement d'API branchées sur l'ensemble de notre stack publicitaire (GAM, XANDR, EQUATIV)



Référentiel SR LES RÉGIES INTERNET

alliance digitale MOBILE MARKETING ASSOCIATION FRANCE tab.

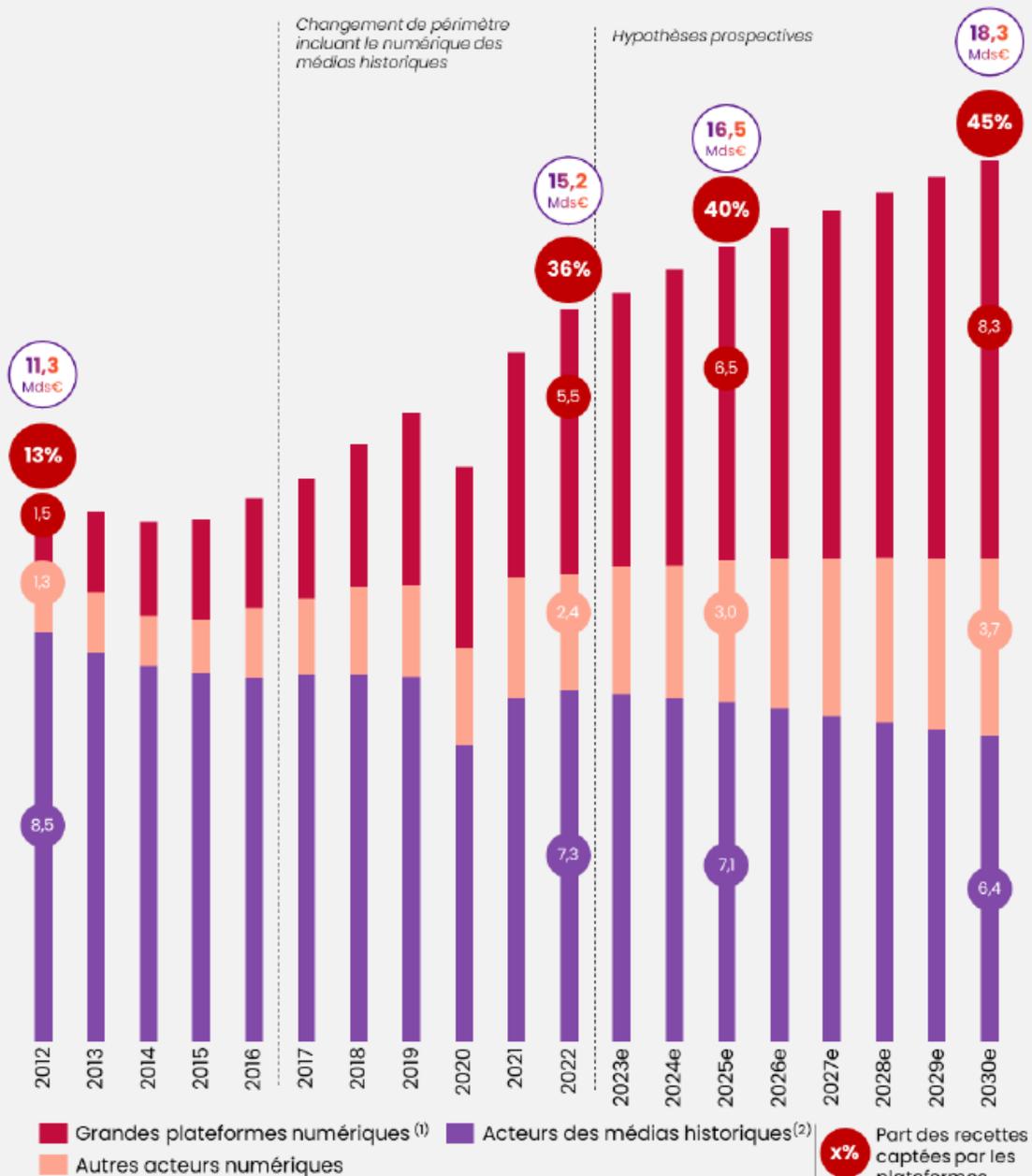
**MÉDIAS RESPONSABLES**

**6\_QUELLE RESPONSABILITÉ  
DES ANNONCEURS ?**

**366**  
#COMMUNITIES

Changement de périmètre incluant le numérique des médias historiques

Hypothèses prospectives



■ Grandes plateformes numériques<sup>(1)</sup> ■ Acteurs des médias historiques<sup>(2)</sup> ■ Autres acteurs numériques

**x%** Part des recettes captées par les plateformes numériques

Sources : IREP, rapports annuels, presse spécialisée, analyse PMP Strategy

<sup>(1)</sup>Alphabet (Google, YouTube), Meta (Facebook, Instagram, What's App), Amazon, ByteDance (TikTok)

<sup>(2)</sup>TV, radio, presse, cinéma, affichage extérieur

# Où vont les investissements des annonceurs ?

En 2030, presque la moitié du marché publicitaire (45%) ira vers quelques grandes plateformes numériques.

Les médias historiques, producteurs de contenus et garants de l'information n'en concentreront plus que 29%.

Le marché s'organise, notamment autour des 'Etats généraux de l'information', pour réfléchir à la nécessaire répartition de la publicité vers les médias utiles aux démocraties.

<https://www.arcom.fr/nos-ressources/etudes-et-donnees/mediatheque/evolution-du-marche-de-la-communication-et-impact-sur-le-financement-des-medias-par-la-publicite>

# MÉDIAS RESPONSABLES

Stéphane DELAPORTE, directeur général de 366  
Group M le 19.03.2024

