

Le CLEMI lance sa semaine de la presse et des médias 2018 et veut éduquer dès la primaire

actu@nextinpact.com

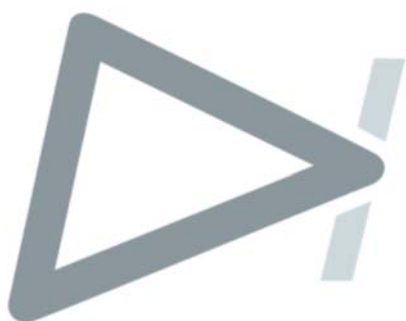


Alors que le débat sur les fake news fait rage, et que des initiatives se préparent aux niveaux [français](#) et [européen](#), le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information évoque le thème de cette année : « D'où vient l'info ? ». Il annonce que 17 500 établissements participent à son programme, qui concerne 220 000 enseignants et 3,8 millions d'élèves. Son événement annuel est organisé du 19 au 24 mars.

« Les élèves apprennent à décrypter l'information et à découvrir la diversité des médias. Partout en France, et au sein du réseau des établissements français à l'étranger, de nombreuses actions sont organisées : ateliers, débats, interventions de professionnels dans des classes, visites des rédactions... » précise le CLEMI qui met à disposition des enseignants des coordinateurs, notamment pour nouer des liens avec les médias locaux.

Cette année, une brochure spécifique à l'école primaire sera proposée au mois d'avril. Le tout doit accompagner les ateliers « Déclic' Critique » pour voir comment les élèves réagissent à des sujets tels que l'intox, les sources, le fact-checking ou la protection des données.

Le dossier pédagogique de cette édition 2017 est accessible [par ici](#).



Chargement des commentaires...

À découvrir dans #LeBrief

Lors de [l'annonce de ce boîtier](#), le groupe avait prévenu : ses fonctionnalités étaient incomplètes, avec une activation progressive prévue. Aujourd'hui, c'est au tour de l'enregistrement de programmes de faire son apparition, quatre pouvant être effectués en simultané (uniquement pour la réception par satellite).

La société met à disposition gratuitement et [sur demande](#), comme annoncé, un disque dur de 320 Go bridé à 80 Go ([copie privée](#) oblige). Elle proposera à terme un « débridage » et un modèle de 1 To, les tarifs n'ayant pas été dévoilés. Autre bonne nouvelle : l'utilisateur peut utiliser un disque dur lui appartenant à travers le port USB ou eSATA. Les fichiers ne seront par contre lisibles que par le décodeur les ayant créés.

Le déploiement de la fonctionnalité a commencé, visant les décodeurs en version 0.25.3.126 WBP 2.41.4. Si ce n'est pas le cas, Canal vous incite à redémarrer le décodeur. L'équipe précise que quelques problèmes peuvent être rencontrés, notamment l'impossibilité d'enregistrer un programme prévu dans plus de huit jours (et donc les prochains épisodes d'une série par exemple). La liste complète est disponible [par ici](#).

Notez que cette mise à jour [améliore](#) également quelques fonctionnalités comme l'ajout en favoris, la réception de la radio via l'offre satellite, la grille TV, la recherche par nom d'acteur et de réalisateur, l'affichage des sous-titres sur les programmes à la demande (en streaming). Enfin, la chaîne 0 accueille désormais le service de VOD maison.

Il y a quelques jours, le gendarme de la concurrence publiait une enquête sur la publicité en ligne (voir [notre analyse](#)). Elle concluait à la domination du marché par Facebook et Google, captant l'essentiel de la croissance du secteur.

Incontournables, les deux mastodontes pourraient ainsi dicter la marche à suivre aux autres acteurs, notamment la masse d'intermédiaires apparus ces dernières années. Pour l'autorité, il faut rétablir l'équilibre, en premier lieu via des mesures de transparence à destination des annonceurs et des éditeurs.

L'Association des services Internet communautaires (ASIC), qui représente notamment Facebook et Google en France, n'est pas de cet avis. [Elle déclare](#) que le marché « *crée de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes* » et que la dynamique concurrentielle est « *saine* ». « *Les barrières à l'entrée et à l'expansion demeurent très faibles* » précise-t-elle.

Mieux, les données au cœur du ciblage (donc de la valeur) de la publicité en ligne sont « *réplicables* ». Il n'y a donc pas de position privilégiée pour Facebook ou Google. Cet argument était déjà celui de Google dans l'enquête de l'autorité, qui devrait donc rester en terrain connu ici.

La société [vient d'annoncer](#) l'acquisition de Texture, un kiosque numérique pour la presse papier par abonnement. Il propose un accès à son catalogue pour 9,99 dollars par mois. Une approche déjà connue chez nous à travers des services comme [SFR Presse](#) ou encore [Clevr](#).

La rémunération se fait en général sur le nombre de contenus effectivement lus, ce qui pose le même souci de concentration que dans les services de streaming musical, avec des effets parfois délétères puisqu'il est question de médias d'information.

En effet, la plupart des revenus aura tendance à aller aux plus gros éditeurs, qui seront aussi sans doute les plus mis en avant par la plateforme. Comment assurer l'égalité de traitement et la pluralité de l'information de tels dispositifs, surtout lorsqu'ils seront accessibles au niveau mondial ?

Alors que [la loi Bichet](#) sur la diffusion en kiosque devrait être retouchée en France dans le courant de l'année, on voit que l'absence de mécanique équivalente dans le monde numérique va poser de lourdes questions, [comme elle le fait déjà](#) d'une certaine manière à travers les réseaux sociaux ou des services comme Google News.

L'opération prouve qu'Apple continue de s'intéresser à la presse comme contenu à proposer au sein de ses offres, quelques années après la promesse d'une révolution (ratée) à travers l'iPad. Mais si des abonnements à 9,99 euros par mois se

généralisent, avec une part importante accordée aux plateformes, quelle sera celle restante aux journaux ? Surtout, pourront-ils continuer à afficher un coût au numéro de 2 à 10 euros ?

Apple News est désormais vu comme une source de trafic importante pour les médias, même français, bien que le dispositif ne soit pas tout à fait lancé chez nous. Combien de temps faudra-t-il attendre avant que la marque à la pomme se lance dans l'abonnement unique et généralisé aux journaux du monde entier ? Sans doute plus très longtemps.

Au risque de voir les éditeurs devenir de simples agences de presse visant à remplir les tuyaux du géant américain. Ce alors que Facebook et Google continuent de se poser en intermédiaires techniques de choix, à coups [de fonds](#) et autres [subventions](#) accordées aux médias.

Après une descente durant cinq mois, le trublion reprend un peu de couleur [en février](#) en passant de 1,39 Mb/s à 1,92 Mb/s. Les autres opérateurs sont stables, à l'exception de SFR THD (fibre et câble) qui augmente de 0,21 Mb/s.

Free est désormais à l'[antépénultième](#) place du classement EMEA, juste devant le Koweït et l'Afrique du Sud, qui ont respectivement 1,89 et 1,72 Mb/s.

Pour rappel, le fournisseur d'accès a attaqué en justice Netflix [en juin 2017](#) à cause de cet indice des performances. Le FAI demande à en être retiré, mais rien n'a changé pour le moment.

Les développeurs et testeurs du programme Beta public peuvent récupérer depuis hier soir de nouvelles préversions pour les [futurs mises à jour](#). Pour ce qui est des bêtas en elles-mêmes, il n'y a rien de spécial à noter, ne corrigeant a priori que des bugs.

Rappelons que ces versions apporteront bon nombre de nouveautés, surtout sur iOS, avec par exemple des renseignements plus poussés sur l'état de la batterie et la possibilité de désactiver la limitation de performances. Messages sur iCloud fera enfin son entrée, permettant une synchronisation complète des conversations.

Les utilisateurs souhaitent tester le système pourront s'inscrire au [programme Apple Beta](#), s'ils acceptent le risque que leur appareil puisse rencontrer des bugs.