

REPLAY

L'actu vue par... Bruno Jeudy (La Tribune)

ÉVÉNEMENT

LA POLICE PARLE-T-ELLE À L'OPINION ?

BUSINESS

TRAOU MAD, DU BEURRE À L'OUVRAGE

Diagnostic. Être ou ne pas être sur Twitter ?

Agences media. Toby Jenner (Wavemaker):

« Le marché a retrouvé une forme de stabilité »

Médias. Du bilan carbone aux scénarios verts

Streaming. Paramount mise sur Pluto TV

Digital. L'autorité rebat les cartes face à Meta

Start-up. Adriver prend l'autoroute

Audio. Pour une voix anonyme

DOSSIER

OOH-DOOH

INSPIRATIONS

PAVILLON FRANCE INDUIT EN HORREUR

Carte blanche. Charles Flamand (La Chose): « Pour un créatif, s'inspirer c'est respirer »

MANAGEMENT

LE CONSCIOUS QUITTING OU LA DÉMISSION POUR L'EXEMPLE

PORTRAIT

Florian Grill. Enraciné

OPINIONS

Jeux vidéo. Le gaming a changé notre façon de raconter des histoires, par Nicolas Duménil

Éclairer l'avenir. Une transition qui nous engage tous, par Patrice Bégay

Le billet de... Sorlin Chanel



STRATÉGIES EST IMPRIMÉ CHEZ UN IMPRIMEUR LABELLISÉ PRINT ETHIC



© Thomas Gozmy pour Stratégies

Médias, alerte aux faussaires !

Le 1^{er} mai, NewsGuard publie une étude recensant 49 sites d'actualité et d'information identifiés comme étant

presque entièrement écrits par un logiciel d'intelligence artificielle. « Ces sites en sept langues sont conçus pour imiter la communication humaine et ressembler à des sites d'information traditionnels mais sont en fait rédigés intégralement ou en partie par des « newsbots » », précise NewsGuard. Certains publient des centaines d'articles par jour sur des thèmes comme la politique, la santé, la finance et la technologie... Avec beaucoup de fausses infos et une foison de publicités en programmation.

Le 6 mai, Éric Fottorino, éditeur du *1 Hebdo*, de *Zadig* et de *Légende*, pousse un cri d'alarme sur Twitter, en publiant une photo d'un kiosque parisien où figurent côte à côte un numéro de *Légende* sur Simone Veil et un exemplaire d'*Eternel*, un titre qui reprend tous les codes de *Légende* (grand format, typo, aplat doré, photo en noir et blanc...). « On étudie avec nos avocats le lancement d'une procédure en référé pour parasitisme commercial », explique Éric Fottorino à *Stratégies*. Dans cette pâle copie de notre magazine, il n'y a pas de droits photos, pas de signatures de journalistes, moi je fais travailler 25 personnes et si cela dérive des milliers de ventes cela peut nous mettre en danger. » En 2017, Franck Annese (*So Foot*, *Society*) avait intenté une action en référé contre le titre *So France*. En mai 2017, la distribution du magazine avait été interdite pour parasitisme commercial « parce qu'elle avait repris le terme « So », signature éditoriale de la société *So Press* ». Un jugement confirmé en appel en 2018. Méfiez-vous des contrefaçons !

Gilles Wybo, directeur de la rédaction

P.4

P.6

P.10

P.12

P.13

P.14

P.15

P.16

P.18

P.19

P.20

P.28

P.30

P.32

P.34



10



13



28



34

© COUVERTURE : RAPHAEL KESSLER/HANS LUCAS