

# Euronews veut devenir un média influent en Europe

## TÉLÉ Une matinale et des talk-shows depuis Bruxelles sont annoncés

- Dès ce mercredi, 14 h, Euronews change de stratégie.
- Elle proposera des bulletins d'infos spécifiques selon la langue du téléspectateur.
- Une chaîne supplémentaire baptisée Euronews World, avec des émissions incarnées par des animateurs sera lancée avant la fin de l'année.

Lancée à l'automne 2015, la transformation d'Euronews franchit un cap ce mercredi. Dès 14 h, la chaîne d'information en continu change de formule. Jusqu'à présent, les douze bulletins d'information proposés chaque demi-heure ne se différenciaient que par les commentaires de la voix off. Désormais, chaque langue aura son propre journal.

Une base de sujets « obligatoires » sera traitée, des déclarations de Donald Trump à la guerre en Syrie. Pour le reste, les éditeurs qui fabriquent les JT (il y en a douze, un par langue de travail d'Euronews) pourront modifier l'ordre ou insérer d'autres images, selon leur public cible.

Michael Peters, CEO d'Euronews appelle ça faire du « Global ». Traduction : « Euronews est

*le premier média global qui s'adapte aux attentes de ses multiples audiences locales. Chaque langue devient autonome avec la possibilité d'avoir son propre contenu. »*

Pour se faire encore mieux comprendre, Peters prend l'exemple de la couverture des prochaines élections en Allemagne. Un téléspectateur parlant le turc n'a, selon lui, pas les mêmes attentes qu'un francophone ou un germanophone. « L'idée n'est pas de transformer Euronews en chaîne multilocale, précise le PDG. L'objectif est de rester purement international tout en proposant une information qui fait sens par rapport à chacune des audiences auxquelles nous nous adressons. »

Autre innovation, qui ne sera pas visible avant la fin de l'année : Euronews World. Une nouvelle chaîne d'information intégralement en langue anglaise. Grâce à l'accord qui doit encore être finalisé avec le géant

de la télévision américaine NBC (*Le Soir* du 16/02), Peters souhaite des émissions incarnées par des animateurs, ce qui manque cruellement aujourd'hui.

Sans pouvoir donner plus de précisions, il annonce une émission le matin et une autre le soir. L'atmosphère se voudra moins formelle que ce que proposent ses concurrents comme

CNN et la BBC. Des talk-shows devraient également être proposés. « Euronews est le média qui parle le plus de l'Europe. Il nous manque un peu le côté "influent". C'était difficile avec le format un peu post-produit (la majorité des images proviennent

actuellement d'agences de presse ou de partenaires publics, NDLR) qui existait depuis l'origine en 1993. En incarnant davantage, on espère faire plus de bruit. »

### Trente journalistes à Bruxelles

Pour y parvenir, il s'appuiera sur la trentaine de journalistes qui composent la rédaction bruxelloise d'Euronews (le quartier général est à Lyon).

Peters espère en profiter pour booster l'audience en Europe de l'ouest où il existe déjà une offre pléthorique de chaînes info. « Ce sont des pays clés pour nous et les annonceurs. On espère être plus proche de leurs attentes avec des contenus qui font plus de sens. Cela devrait aussi nous permettre de nous positionner sur le marché américain et en Asie, une région où Euronews est historiquement faible. » Cette réforme, qui s'applique au digital, doit aussi permettre à la marque de tripler son audience sur internet à l'horizon 2020. « On est actuellement à cinquante millions de pages vues par mois et on espère atteindre 150 millions dans les trois ans. » ■

MAXIME BIERMÉ

### CHIFFRES

## 400

millions de foyers à travers le monde reçoivent Euronews

## 40

millions de téléspectateurs la regardent chaque mois.

## 12

langues dont le français, l'anglais et l'espagnol sont disponibles. Faute de budget, l'ukrainien a été abandonné récemment. L'arabe et le farsi sont uniquement disponibles via internet