

DEUX PROJETS DATA

Le SCARE, syndicat des Cinémas d'Art de Répertoire et d'Essai, rassemble 450 cinémas indépendants et Art & Essai dans toutes les régions de France, privés, publics et associatifs.

Il mène deux projets data.

- Le développement d'un portail opendata
- La collecte collaborative de data spectateurs pour mieux diriger les campagnes de communication digitale achetées par les sociétés de distribution.

SOMMAIRE

1 - PORTAIL OPENDATA	2
I/ Le constat	2
II/ Le portail à date	2
1. Son fonctionnement	3
2. Les jeux de données	4
III/ Les développements à réaliser	6
IV/ Les besoins	7
2 - COLLECTE COLLABORATIVE DE DATA SPECTATEURS	8
1. Les agences de marketing	8
2. Comment cela fonctionne ?	9
3. Le rôle du SCARE, tiers de confiance	9
4. Les objectifs	9
5. Les besoins du SCARE	10
6. Le fonctionnement à travers un exemple	10



Le SCARE a développé le premier portail opendata de la filière, grâce à l'appel d'offres 15/25 du CNC lancé en 2021.

Il est disponible à l'adresse suivante : Data-cines-indes.scare.fr

I - LE CONSTAT

- La transmission des informations est aujourd'hui automatisée. Ainsi, les agendas des agglomérations et des régions, les guides culturels, ne ressaisissent plus manuellement des informations reçues par mail par exemple mais publient les informations récupérées de manière digitale et automatisée par des APIs.

Afin que les cinémas, en particulier indépendants, soient visibles et repérables sur la sphère numérique, il est nécessaire de leur permettre de bénéficier d'un portail opendata et de ne pas passer ainsi sous les radars. Cette technologie leur est inaccessible à leur échelle, financièrement et techniquement.

Alors que notamment, de nombreux guides et outils nouvellement créés recensent les séances de certains films, qu'ils peuvent facilement « moissonner » sur les sites des circuits agrégeant toutes leurs salles, mais impossible à récupérer pour la multitude d'indépendants.

- Par ailleurs, les séances animées, accompagnées, les débats et rencontres, qui font toute la spécificité des salles Art & Essai, sont mal répertoriées et leur communication nécessite souvent de nombreuses ressaisies par les exploitants.
- A l'inverse, certains jeux de données existants, utiles dans les pratiques des salles mais qu'elles ne seraient pas allées chercher elles-mêmes, peuvent être intégrés au portail et fléchés.

II - LE PORTAIL A DATE

Il s'agit d'un portail, clé en mains, « sur étagère » et sur abonnement. La solution Koumoul a été retenue : <https://koumoul.com>

Les développements et fonctionnalités sont développés par Koumoul, pour l'ensemble de ses clients, qui en bénéficient. Ainsi, différentes formes de visualisations (cartographiques, graphiques etc.) sont disponibles utilisées pour chacun des jeux de données.

Il est possible de créer de nouveaux jeux de données ou d'en intégrer par l'API du portail.

1 – Son fonctionnement

Comme tous les portails opendata, il contient un catalogue de jeux de données ouverts.
De nouveaux jeux de données sont intégrables à tout moment.

The image shows four data game cards arranged in a 2x2 grid. Each card displays the title, volume of data, license type, and the date it was last updated.

- Lycées avec option audiovisuel**: 304 enregistrements - ... Licence: Licence Ouverte / Open... Mis à jour le 3 octobre 2023
- Contenu Art et Essai**: 1 enregistrements - 79... Licence: Licence Ouverte / Open... Mis à jour le 11 janvier 2024
- Agenda Ouvert - SCARE**: 113 enregistrements - ... Licence: Licence Ouverte / Open... Mis à jour le 11 janvier
- La quinzaine en salle**: 720 enregistrements - ... Licence: Licence Ouverte / Open... Mis à jour le 20 juin

Chaque jeu de données peut être :

1. Ouvert sous forme de tableau, sur lequel on peut choisir certaines colonnes et certaines lignes et que l'on peut télécharger sous excel ou .csv.

The screenshot shows the 'Lycées avec option audiovisuel' data game interface. On the left is a card with a table icon circled in red. A red arrow points from this icon to a table view of the data. In the top right corner of the table view, two red arrows point to a download icon (a grid with a downward arrow) and a plus icon.

ACADÉMIE	TYPE D'ETABLISSEMENT	NOM DE L'ETABLISSEMENT	ADRESSE	BP	CP	VILLE
LYON	LYCEE GENERAL ET TECHNOLOGIQUE	Lalande	16 rue du Lyôte		1011	Bo
LYON	LYCEE	plaine de l'ain	rue leon Blum		1500	AM
LYON	LYCEE GENERAL ET TECHNOLOGIQUE	DU VAL DE SAONE	220 CHEMIN D ARRAS	BP 617	1606	TR
CLERMONT-FERRAND	LYCEE GENERAL	MADAME DE STAEL	1 RUE MADAME DE STAEL		3100	MC
CLERMONT-FERRAND	LYCEE GENERAL ET TECHNOLOGIQUE	JEAN MONNET	39 PLACE JULES FERRY	BP 5	3401	YZ
AIX-MARSEILLE	LYCEE POLYVALENT	ALEXANDRA DAVID NEEL	17 AVENUE GENERAL LECLERC	BP 221	4000	DK
GRENOBLE	LYCEE POLYVALENT	BOISSY D ANGLAS	50 AVENUE JEAN JAURES	BP 127	7104	AN
GRENOBLE	LYCEE POLYVALENT	MARCEL GIMOND	BOULEVARD DE L EUROPE	BP 144	7205	AU
REIMS	LYCEE POLYVALENT PRIVE	SAINT PAUL	6 PLACE WINSTON CHURCHILL		8000	CH
REIMS	LYCEE GENERAL	CHANZY	13 RUE DELVINCOURT		8000	CH
REIMS	LYCEE GENERAL ET TECHNOLOGIQUE	SEVIGNE	14 RUE MADAME DE SEVIGNE		8013	CH

2. Importé en un clic sur un site internet


The screenshot shows the 'Lycées avec option audiovisuel' data game card. A red arrow points to a code icon (two arrows pointing left and right) in the bottom right corner of the card's toolbar.

Taille : 304 enregistrements - 29.1 ko
Données produites par : SCARE
Licence : Licence Ouverte / Open Licence
Mis à jour le 3 octobre 2023
Partager : [Twitter] [LinkedIn] [Reddit] [Facebook]

3. Toutes les API et portails peuvent se brancher très facilement sur un ou plusieurs jeux de données, et ainsi récupérer et afficher de manière automatisée ce jeu de données, mais aussi toutes les modifications qui y seront apportées par la suite.

Lycées avec option audiovisuel

Ce jeu de données recense tous les établissements du secondaire avec une option audiovisuelle.



Mis à jour le 03/10/2023

API publique du jeu de données : Lycées avec option audiovisuel

Cette documentation interactive à destination des développeurs permet de consommer les ressources du jeu de données "Lycées avec option audiovisuel".

Pour protéger l'infrastructure de publication de données, les appels sont limités par quelques règles simples :

- Un utilisateur anonyme ne peut pas effectuer plus de 100 requêtes par interval de 5 secondes. Sa vitesse de téléchargement totale sera limitée à 2 MB/s pour les contenus statiques (fichiers de données, pièces jointes, etc.) et à 500 kB/s pour les autres appels.
- Un utilisateur authentifié (session ou clé d'API) ne peut pas effectuer plus de 100 requêtes par interval de 1 seconde. Sa vitesse de téléchargement totale sera limitée à 4 MB/s pour les contenus statiques (fichiers de données, pièces jointes, etc.) et à 1 MB/s pour les autres appels.

Métadonnées



Select an entry on the left to see detailed information...

Données

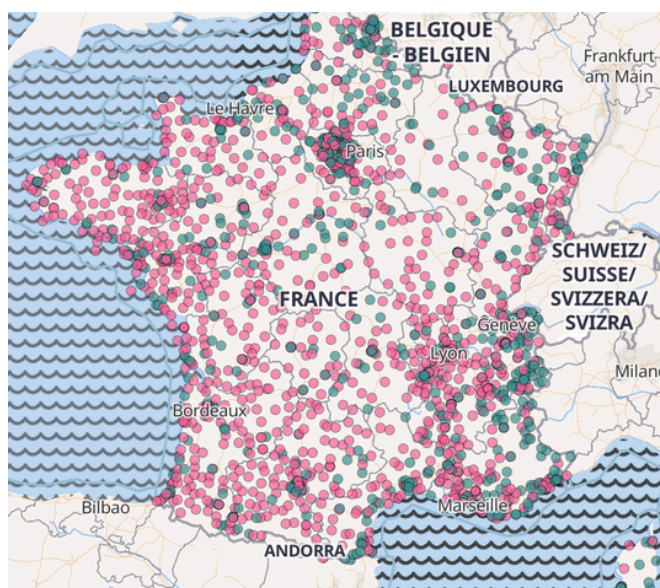


2 – Les jeux de données

A ce jour, une trentaine de jeux de données sont intégrées sur le portail, produites par le SCARE, importées et retraitées ou intégrées par des API. Parmi lesquelles :

Les cinémas actifs en France

Ces données sont importées des données CNC que nous avons retraitées pour obtenir un jeu opendata. Nous avons remplacé les données des populations des communes et des unités urbaines par des données issues de l'opendata INSEE, afin de bénéficier des mises à jour automatiques et des données le plus actualisées possible .



2 062 lignes

Rechercher

N° auto	Nom du Cinema	Région administrative	Adresse du Cinema	code INSEE	Commune	population de la commune	DEP	N°UU	unité urbaine
3321146	LA TOILE DE MER	PAYS DE LA LOIRE	2 Avenue Gambetta	44132	Pornichet	11828	44	44601	Saint-Nazaire
6720500	CINE FESTIVAL	AUVERGNE-RHONE-ALPES	3 Avenue De Verdun	01004	Ambérieu-en-Bugey	14662	01	01302	Ambérieu-en-B
6047950	VARIETES	AUVERGNE-RHONE-ALPES	42 Rue De La Republique	01033	Bellegarde-sur-Valserine	16770	01	00357	Bellegarde-sur'
6048503	ARLEQUIN	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Espace Baudin	01034	Belley	9550	01	01205	Belley
6067981	LA GRENETTE	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Cours De Verdun	01053	Bourg-en-Bresse	43363	01	01501	Bourg-en-Bress
6721100	AMPHI	AUVERGNE-RHONE-ALPES	1 Allée Des Brotteaux	01053	Bourg-en-Bresse	43363	01	01501	Bourg-en-Bress
6106072	L'Etoile	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Rue A Baudin	01093	Châtillon-sur-Chalaronne	5171	01	01124	Châtillon-sur-Ci
6139283	CINEMA DE DIVONNE	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Avenue Des Thermes	01143	Divonne-les-Bains	10239	01	01203	Divonne-les-Bai
6157971	VOLTAIRE	AUVERGNE-RHONE-ALPES	La Poterie	01160	Ferrey-Voltaire	10784	01	00652	Genève (SUI) - /
6176873	CINEMA LE PATIO	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Avenue De La Gare	01173	Gex	13467	01	01301	Gex
6192631	NOVELTY	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Rue De La Republique	01185	Hauteville-Lompnes	4981	01	01120	Hauteville-Lomp
6255421	SALLE COMMUNALE	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Salle Communale	01241	Mellonnas	1414	01	00000	Zone rurale
6261273	CINEMA L HORLOGE	AUVERGNE-RHONE-ALPES	1 Place Lieutenant Giraud	01244	Meximieux	8141	01	01206	Meximieux
6262461	SALLE DES FETES	AUVERGNE-RHONE-ALPES	Rue Dame Pernelle	01247	Mijoux	312	01	00000	Zone rurale

Les établissements scolaires et universitaires

Ces données sont intégrées par l'API du Ministère de l'Education Nationale et disponibles également sous forme de carte. Elles constituent une base de travail pour les exploitants, dans le développement de leurs relations avec les publics scolaires.

L'annuaire des sociétés de distribution

Il a été créé par le SCARE, avec l'accord des distributeur.ice.s concerné.e.s et il est disponible sur l'espace adhérent du Scare.

L'agenda ouvert

Il permet de mettre en valeur l'ensemble des événements créés par les salles de cinéma Art & Essai et leur d'être repris automatiquement par d'autres agendas culturels

Il fonctionne grâce à un formulaire de contribution, à remplir par les salles : [Contribuer.io](#)

Nous l'avons interfacé avec [Openagenda.com](#) (un portail qui recense 1,2 millions d'événements par le biais de 36 442 agendas). Il est déjà utilisé par de nombreuses collectivités territoriales et propose des outils divers d'interfaçage d'agendas culturels. Il est également utilisé par le Ministère de la culture, pour la Fête de la musique ou les Journées du patrimoine. Grâce au nombre très conséquent de collectivités et guides (Ouest France, Que faire à Paris...) utilisant déjà cet outil pour leurs agendas culturels, l'interfaçage permet une plus grande interopérabilité du jeu de données des événements des salles. La visibilité des événements des salles est ainsi décuplée de manière très significative.

L'agenda du Scare constitue également un outil pour les cinémas : un seul document, utilisable ensuite pour communiquer ses événements à l'ensemble de ses partenaires (presse, associations, ville...) en évitant les re-saisies. D'autre part, il permet de retrouver l'ensemble des événements organisés dans l'année (ou plus), répertoriés et classés, pour des dossiers de subventions. (Classement Art & Essai, Europa cinémas ...)

Il pourrait être repris directement par des API des institutions.

La remontée de la programmation et des séances des cinémas

Nous avons commencé à faire remonter la programmation hebdomadaire des cinémas nous ayant donné leur autorisation via leur logiciel de caisse, doté d'une API. Les prestataires de caisse nous ouvrent l'accès au fur à mesure des autorisations des salles.

Ces données appartiennent aux exploitants qui se les réapproprient ainsi afin de leur donner le plus de visibilité. En effet, certains guides et de nouveaux outils communiquent sur les séances d'un film ou d'un territoire. Ils parviennent à "scraper" les séances des cinémas de circuit, concentrées sur un seul site, mais pas celles des cinémas indépendants atomisées.

III - LES DEVELOPPEMENTS A REALISER

DEVELOPPEMENTS TECHNIQUES

La remontée des séances

Poursuivre l'automatisation des données de programmation avec chaque exploitant, agréger ces données dans un seul et même jeu, développer une interface ergonomique avec moteur de recherche.

Le Pass culture

Un partenariat a été établi avec le pass culture. Les équipes sont très intéressées pour améliorer l'éditorialisation des offres. Ainsi, ils souhaitent consacrer une rubrique spécifique aux séances événementielles des cinémas indépendants, en les interfaçant à notre agenda ouvert. Nous rencontrons à ce stade uniquement un problème technique d'identifiant unique des séances, nécessitant un développement.

L'open films

Les métadonnées sur les films (durée, nationalité, réalisateur.ice etc.) font l'objet de multiples envois de la part des distributeur.ice.s et de multiples re-saisies par les exploitants, les logiciels de caisse, les guides, la presse ... Rendre ces données ouvertes et interopérables est une nécessité.

Nous souhaitons développer un "open films", en collaboration avec Cinego, qui recense déjà ces informations, saisies directement avec les distributeurs, mais qui ne sont pas encore en opendata.

Une meilleure ontologie et catalogage des données est nécessaire avant la création d'une API, à partir de la base Cinego, pour une meilleure valorisation de ces données. Celles-ci alimenteraient en interne l'agenda du Scare pour pré-remplir les formulaires de contribution, mais aussi certains logiciels de caisse, les sites internet des cinémas, les gazettes et programmes édités et toute autre utilisation externe.

L'agenda ouvert

Il nécessite des développements techniques afin qu'il soit pleinement utilisé par les exploitants et afin de gagner en efficacité en supprimant les saisies multiples. Il est nécessaire de travailler avec les éditeurs de caisse et l'éditeur de formulaire pour "récupérer" une séance cochée comme événementielle et pouvoir la compléter en l'éditorialisant au mieux. Il est également nécessaire d'interfacer les rubriques "événements" des sites internet des cinémas, hétérogènes, avec l'agenda du Scare.

ENRICHISSEMENT DU CATALOGUE

Données d'accessibilité

Nous souhaitons favoriser le mieux possible la communication sur l'accessibilité des lieux et salles aux PMR mais aussi des séances aux handicaps sensoriels. Nous souhaitons créer un jeu de données issu de l'API Acceslibre mais nous travaillons aussi avec Inclusiv, afin de répertorier les séances accessibles, en indiquant la technologie utilisée.

Données de mobilité en faveur de la transition écologique

Nous souhaitons agréger les données des sociétés de transport locales (RATP, TCL, CTS, TBM ...) en opendata et travailler sur la mobilité des spectateurs (80% de l'empreinte carbone des cinémas).

Nous collaborons au projet "Le cinéma en mouvement" porté par l'ACAP dans le cadre de l'appel à projets Alternatives vertes 2.

L'open films

Outre des développements techniques pour ouvrir l'open films, un dialogue avec chacun des distributeurs sera nécessaire, afin de les amener à mieux remplir leurs fiches films, ainsi qu'une communication auprès de l'ensemble des interlocuteurs amenés à utiliser les données films.

IV - LES BESOINS

DEVELOPPEMENTS TECHNIQUES

Une phase 2 de déploiement et d'utilisation des outils par la filière nécessite un budget de développement sans quoi, les outils élaborés aujourd'hui risquent d'être vains. Notamment :

- L'agenda du Scare : lier la séance caisse au formulaire de saisie et/ou la rubrique événement des sites internet des salles, pour éviter une double saisie par les exploitants, faute de quoi, l'outil ne pourra être utilisé pleinement.
- Openfilms : meilleur catalogage des informations saisies par les distributeurs sur Cinego et création d'une API pour pouvoir la relier au portail du Scare. Création d'une interface designée et utilisable avec moteur de recherche sur les pages d'accueil du portail et liaison de l'open films à l'agenda du Scare, et à toute autre application (logiciels de caisse, extensions indesign etc ...)
- Pass culture : Isoler les séances accompagnées du reste des séances

CREATION D'UN POSTE EN INTERNE

La conduite du changement nécessite des leviers et surtout une pédagogie renforcée. Afin de déployer l'utilisation du portail, des rendez-vous sont nécessaires avec chacun des exploitants pour une acculturation générale à ces nouveaux outils et usages mais aussi des démonstrations pratiques.

Les distributeurs doivent également être formés, mais aussi de nombreux prestataires et interlocuteurs.

Une communication auprès de l'ensemble des collectivités territoriales et guides utilisant l'opendata doit être organisée pour faire remonter les données. Enfin, il est nécessaire de tenir à jour le portail.

2 LA COLLECTE COLLABORATIVE DE DATA SPECTATEURS

Partant du constat que les salles indépendantes n'ont pas d'outils ni de volume de trafic suffisant à leur échelle, le Scare a développé une collecte collaborative de data pour rassembler une audience spectateurs de salles Art & Essai pour être tiers de confiance auprès des salles et des agences de communication qui ne peuvent pas traiter avec une multitude de cinémas.

Cette collecte data permettra aux campagnes de marketing digital, commandées par les éditeurs /distributeurs de films, un meilleur ciblage sur les spectateurs des salles Art & Essai.

1 – Les agences de marketing

Trois agences de marketing digital spécialisées dans le cinéma ont sollicité le Scare pour que nous intervenions en tiers de confiance :

The logo for KLOX consists of the word "KLOX" in a bold, black, sans-serif font.

KLOX est spécialisée dans l'achat de campagne marketing digital sur les sites internet. L'agence achète des campagnes programmatiques sur des sites internet ciblés lors de sorties de films. Le film-annonce ou des bannières fixes apparaissent sur certaines pages lues. Il convient, de cibler de manière pertinente les lecteurs qui verront s'afficher les encarts pour limiter les coûts et s'adresser aux personnes les plus susceptibles de se rendre en salles d'aller voir le film.

Lucky Time est spécialisée dans l'achat d'espace sur les réseaux sociaux. L'agence achète des campagnes pour les sorties de films, pour le compte de distributeurs majoritairement indépendants sur Facebook et Instagram notamment. Les films-annonces ou teasers apparaissent sur le compte de personnes qu'il convient de cibler au mieux.

Ciné Society développe des solutions de ciblage de campagnes de sorties de films sur les réseaux et souhaite constituer une audience à partir des logiciels de caisse.

2 – Comment cela fonctionne ?

Les cinémas posent un pixel sur leur site internet :

- ils installent l'extension google tag manager sur leur site.
- Sur ce google tag manager, ils copient/collent une ligne de code fournie par chacune des agences

Quand les agences achèteront des campagnes pour le compte des distributeurs pour des sorties de films soit sur des sites internet, soit sur les réseaux, les spectateurs des salles de cinémas verront s'afficher en priorité les films-annonces de ces films, plutôt qu'une autre publicité pour des voyages ou des expositions par exemple. De même les visiteurs de ces sites ou utilisateurs réseaux n'ayant pas été ciblés comme ayant un intérêt cinéma ne recevront pas inutilement les publicités – coûteuses - pour les films en question.

3 – Le rôle du Scare, tiers de confiance

Le Scare signe un contrat rédigé par un cabinet d'avocat, avec chacune des agences de communication.

Il signe d'autre part des contrats avec chacune des salles de cinéma souhaitant participer à la collecte mutualisée.

Les rôles de chacun sont clairement définis et le respect des RGPD garanti.

Le distributeur commande une campagne à son agence. L'agence achète de l'espace sur des sites et des réseaux comprenant le ciblage et conserve une commission.

L'agence soumet à l'accord préalable du Scare l'utilisation de l'audience pour chaque film.

Après une phase test, un coût pour mille de rétribution de l'audience collectée est déterminé et versé au Scare qui le dispatche entre les salles participantes.

4 – Les objectifs

- Doter les exploitants indépendants d'une solution qui permette que leurs spectateurs soient ciblés par les campagnes des distributeurs de films. Le digital représente une part de plus en plus importante des frais marketings des sociétés de distribution. Aujourd'hui, les collectes de données spectateurs, afin de les informer des sorties de films à venir, par des techniques de ciblage, sont réservées aux circuits et grandes enseignes nationales de cinémas, qui disposent d'un volume élevé de données, agrégées de l'ensemble de leurs sites, à même de traiter directement avec les distributeurs et leurs agences. Aujourd'hui, il est vital que les salles indépendantes puissent avoir accès aux copies des films mais aussi que leurs spectateurs aient accès à l'information sur les sorties aussi bien que les spectateurs des grandes enseignes, et éviter une fracture numérique.

- Mieux collaborer avec les distributeurs et producteurs, en particulier indépendants.

- Acculturer les exploitants sur le marketing digital et leur permettre de se réapproprier leurs propres données pour qu'elles soient utilisées dans un cadre maîtrisé, valorisé et rémunéré. (En effet, certaines agences sont spécialisées dans la récupération de données via géolocalisation de mobiles, qu'elles revendent pour le ciblage de campagne, sans que les cinémas ne soient ni au courant, et encore moins rémunérés.)

5 – Les besoins du SCARE

Nous devons aujourd'hui constituer une audience et ainsi prendre des rendez-vous individuels avec les exploitants pour :

- Leur fournir les explications et informations sur des notions inconnues ou non maîtrisées
- Signer les contrats
- Les accompagner dans la pose de pixels
- Effectuer le suivi des tests

Nous avons besoin d'un poste à mi-temps et ceci surtout dans la phase d'installation des pixels.

Une fois les pixels posés sur les sites, l'emploi d'une salariée à quart-temps pourra être assuré par une commission sur les rémunérations de campagne.

CALENDRIER PREVISIONNEL

Juillet 2024 : Préparation des contrats avec les agences par un cabinet d'avocats spécialisé

Décembre 2024 : Signature d'une cinquantaine de cinémas

Janvier 2026 : Premières campagnes tests utilisant la data cinémas

Avril 2026 : Evaluation des premières campagnes et poursuite du déploiement auprès des salles.

Juin 2026 : Objectif d'une centaine de cinémas participants

Novembre 2026 : Evaluations à date

6 – Un Exemple

La société de distribution Le Pacte a commandé des campagnes programmatiques pour le film *Nos Frangins*, via l'agence Klox.



Les Cibles suivantes ont été déterminées

- Cinéphiles
- Intérêt Actualité / Sujets sociétaux
- Fans du casting

Le distributeur et son agence ont utilisé deux types de ciblage pour déployer la campagne

1. Le ciblage media :

Ils ont choisi de communiquer sur les sites suivants : Télérama, Allociné, Première, SensCritique, RTL, Yahoo!, 20Minutes, LeMonde, FrancelInter...

Des bannières et des films-annonces ont été achetés, pour qu'ils s'affichent sur les sites précédents, aux emplacements dédiés pour la publicité.

2. Le ciblage sémantique, par mots-clés :

Thème du film : *Bavure Policière, Manifestation, Malik Oussekin, Affaire Oussekin, Abdel Benyahia, Police Française, Mensonge d'Etat, Réforme de l'éducation, Liberté de Manifestation, Répression policière, Violence policière, Sujet sociétaux, Conflit social...*

Casting : *Rachid Bouchareb, Reda Kateb, Lyna Khoudri...*

Des bannières et des films-annonces ont été achetés sur les pages de sites internet mentionnant ces mots-clés, aux emplacements dédiés pour la publicité.

3. Le ciblage data adapté : une diffusion à partir des bases de données partenaires selon ses intérêts.

C'est là que le ciblage audience Scare interviendra : les spectateurs de salles de cinéma ayant visité le site internet de son cinéma indépendant ont plus de chance que s'affiche le film-annonce ou la bannière de Nos Frangins quand il lira des pages sur les sites de Telerama.fr, Allociné, Première, SensCritique, RTL, Yahoo !, 20Minutes, LeMonde, FrancelInter ...

