



Octobre 2008 États généraux pour une presse en crise Baisse des recettes publicitaires, concurrence d'Internet et des journaux gratuits, problèmes de distribution : Nicolas Sarkozy lance les États généraux de la presse. L'occasion d'aller vers plus de diversité ? Hmff...



Sofiane Ouaddah, directeur adjoint (à g.), et quelques membres de Nouvelle Cour : Aurélie Hénaff, Marie Dia, Loïc Plesel, Joanna Letchimy, Jamila Monany.

Dans la (Nouvelle) Cour des grands

Le monde de la com n'est plus totalement chasse gardée des beaux quartiers. La Courneuve est dans la place!

● Au-delà de l'apparition, en juillet 2006, de Roselmack au JT de 20 heures, TF1 crée, en juin 2007, une fondation chargée de piloter des initiatives en directions des quartiers populaires. Objectif ? Redorer un blason, délavé, décoloré à coup d'infos trop souvent conjuguées au spectaculaire. Pour Samira Djouadi, déléguée générale de la fondation, «c'est aussi un moyen de chercher des talents différents». Février 2008, le groupe lance un appel à candidatures en partenariat avec *Respect Mag*. Profils recherchés ? Des juniors, journalistes, scénaristes, réalisateurs, cadresurs, preneurs de son... «Un minimum d'expérience est exigé», précise Samira, également présidente de Nouvelle Cour, une agence de publicité originale soutenue par TF1.

Nouvelle Cour : une initiative atypique par son statut, associatif, et sa localisation, La Courneuve (93), affichée comme un étendard. Née en 2007 sous l'impulsion de l'agence TBWA et de TF1 Publicité, elle est soutenue par quelques gros poissons à l'instar de BNP Paribas ou la SNCF. Pour Sofiane

Ouaddah, directeur adjoint, «l'agence a pour objectif d'offrir une première expérience aux diplômés du BTS Communication des entreprises du lycée Jacques Brel à La Courneuve. Cette fameuse première expérience si difficile à obtenir, surtout quand on vient du 9-3.» Et qu'on prétend travailler dans un secteur où le carnet d'adresses et les réseaux comptent tant. Fortes de ses puissants parrains, «Nouvelle Cour met le pied à l'étrier», souligne Sofiane Ouaddah, lui-même diplômé du BTS de La Courneuve et titulaire d'un master en communication des entreprises. «Le turn-over fonctionne bien puisque nos salariés libèrent leur poste au bout de deux ans, débauchés par des agences plus importantes». À l'instar de Joanna Letchimy, ancienne chef de projet, embauchée par la régie publicitaire de Skyrock. «Nos jeunes apportent une vision forcément nouvelle, de par leurs origines ethniques mais aussi leur ancrage terrain, conclut Sofiane. Une proximité de cœur avec les sujets citoyens.»

Jean-Marie Bagayoko

www.fondationtf1.fr
www.nouvellecour.com