

Bolloré Média n'a jamais caché qu'il préférerait disposer de deux petites chaînes de la TNT plutôt que d'une grande chaîne historique. Avec les chaînes Direct 8 et Virgin 17, le groupe de Vincent Bolloré participe au mouvement de consolidation de la TNT. Cinq ans après le lancement de la TNT, le mouvement de concentration s'accélère. C'est au tour du groupe Lagardère de se délester de l'une de ses deux chaînes TNT. Jeudi, le groupe a annoncé la cession de Virgin 17 au groupe Bolloré Média pour 70 millions d'euros, confirmant ainsi une information du site ElectronLibre.

Selon Didier Quillot, président du directoire de Lagardère Active, «le prix a été calculé en fonction de la part d'audience de la chaîne», qui ne dépasse pas les 0,9 %. Compte tenu des pertes de la chaîne, qui s'élèvent à environ 10 millions en 2009 et ont cumulé une trentaine de millions d'euros depuis 2005, le groupe Lagardère s'en sort bien mais sans réaliser le coup de poker espéré compte tenu de l'appétence des acteurs pour des fréquences qui valent de l'or. Claude Berda qui a su, face à TF1, valoriser ses chaînes TMC et NT1, respectivement à 400 et 150 millions d'euros, a fait une meilleure opération. Pour le groupe Bolloré, qui détient déjà Direct 8, l'opération l'installe durablement dans le paysage audiovisuel. Le rachat de Virgin 17 lui permet de recoller au peloton des grands groupes TF1 et M6 qui disposent respectivement de trois et deux fréquences de la TNT. À l'extinction de l'analogique fin 2011, ces derniers recevront en plus une chaîne «bonus». Conséquence, les indépendants comme Bolloré Média, NRJ Group ou NextRadioTV seront face au rouleau compresseur des «historiques». Stratégie publicitaire Bolloré Média n'a jamais caché qu'il préférerait disposer de deux petites chaînes de la TNT potentiellement fort rentables, plutôt que d'une grande chaîne historique qui nécessite plus de moyens. Aussi, même si la convention de Virgin 17 qui en fera toujours une chaîne «à dominante musicale» peut être un frein à son développement, l'achat reste un bon placement pour le groupe de Vincent Bolloré. Cela lui permettra également d'affiner sa stratégie commerciale en matière publicitaire. À Direct 8, désormais, la cible juteuse de la ménagère de moins de 50 ans avec une grille de programme généraliste tandis que Virgin 17 titillera les plus jeunes de ses concurrentes - NRJ12 ou NT1 - sur les 15-34 ans. Une stratégie qui rappelle celle du groupe M6 avec sa chaîne éponyme et W9. Si ce dernier a étudié le rachat de Virgin 17, il a estimé que le dossier était trop cher d'autant qu'il disposera bientôt d'une troisième fréquence. La question se pose sur l'avenir des actifs audiovisuels de Lagardère. Didier Quillot a rappelé que «le groupe Lagardère ne désinvestira que dans les actifs qui ne sont pas leaders sur leur marché». Ce dernier dispose de 66 % du capital de Gulli, la chaîne jeunesse de la TNT. Son accord avec France Télévisions (34 % de Gulli) stipule qu'il faut attendre la fin de l'exercice

Bolloré Média rachète Virgin 17 à Lagardère

Écrit par Jean-Christophe Perney
Dimanche, 21 Mars 2010 15:49

2010 pour faire évoluer le capital. Par ailleurs, Lagardère opère les chaînes payantes MCM et Mezzo. En interne, certains estiment que garder un pôle de chaînes payantes du câble et du satellite a peu de sens.

Source Figaro Par Paule Gonzales