
Le groupe Lagardère mise sur la convergence

Description

Valoriser tous les contenus sur tous les supports, adopter une stratégie de groupe véritablement plurimédia, telle semble être la logique qui préside au rapprochement annoncé le 13 septembre 2006 entre Hachette Filipacchi Médias (HFM), la branche presse du groupe Lagardère, et Lagardère Interactive qui regroupe les médias (radios Europe 1, Europe 2, RFM, chaînes thématiques MCM, Canal J, Gulli) et les activités numériques. Cette nouvelle stratégie du groupe Lagardère est présentée comme un moyen de générer des synergies de coûts liées au rapprochement de deux entités, mais également des synergies de revenus. Car c'est bien là l'essentiel : alors que la presse magazine connaît partout des difficultés relatives, le premier éditeur mondial semble vouloir relancer ses titres en diversifiant leurs sources de revenus, notamment en exploitant sur Internet, plus tard sur les téléphones mobiles, les contenus ainsi produits. C'est d'ailleurs Didier Quillot, auparavant président d'Orange France, qui prend la tête de cette nouvelle entité.

Cette stratégie de convergence risque toutefois de prendre du temps, les premières tentatives semblent tantôt être difficiles ou infructueuses : Match TV a été arrêté, les sites des magazines n'ont pas d'audience significative, enfin les kiosques numériques (relay.fr, virginmega.fr) sont encore en phase de démarrage. Quoi qu'il en soit, cette réorganisation du groupe Lagardère positionne désormais celui-ci parmi les groupes de communication à part entière, fort d'un pôle médias (presse, radio, télévision, Internet) et d'un pôle édition (numéro 3 mondial depuis le rachat en février 2006 de Time Warner Book Group).

Sources :

- « Lagardère accélère le mariage de la presse et de l'audiovisuel », Thiébault Dromard et Marie-Laëtitia Bonavita, *Le Figaro*, 14 septembre 2006.
- « Arnaud Lagardère impose la convergence à son groupe », Pascal Galinier et Pascale Santi, *Le Monde*, 15 septembre 2006.
- « Lagardère : la Bourse attend plus sur la stratégie », Grégoire Poussielgue, *Les Echos*, 15 septembre 2006.

Categorie

1. Les acteurs globaux
2. Repères & tendances

date créée

21 décembre 2006

Auteur

alexandrejoux