

Antena 3 et M6, des chaînes très rentables pour RTL Group

Description

En 2003, Telefonica, l'opérateur espagnol de télécommunications, a cédé au groupe catalan Planeta et à l'éditeur italien De Agostini ses parts dans Antena 3, la deuxième chaîne privée espagnole derrière Telecinco, contrôlée à 50,1 % par le groupe Mediaset de Silvio Berlusconi. Planeta et De Agostini possèdent ensemble 39,4 % des parts d'Antena 3 qu'ils contrôlent avec RTL Group (17,6 % des parts) et la Banque de Santander (10 % des parts), les quatre actionnaires ayant conclu un accord de gouvernance.

RTL Group a confié à Nicolas de Tavernost, le président du directoire de M6, la gestion des intérêts du groupe dans Antena 3, afin notamment de développer la complémentarité avec M6. En effet, les deux chaînes contribuent significativement aux bénéfices du premier groupe audiovisuel européen, M6 affichant un taux de marge de 12,3 % et Antena 3 de 24 %, tout en offrant chacune des possibilités de synergies.

Alors que M6 s'oriente progressivement vers une grille généraliste à destination des moins de 50 ans, abandonnant ainsi sa dimension « jeune », Antena 3 peut servir d'exemple. La chaîne espagnole ressemble en effet beaucoup à TF1. Elle fait alterner en première partie de soirée des films, des fictions, des émissions de talk-show, des séries américaines. En revanche, Antena 3 ne diffuse plus d'émissions de télé-réalité, Telecinco trustant ce créneau en s'offrant les programmes les plus chers et les plus efficaces. Antena 3 brille également par sa rédaction. Avec 250 journalistes, 8 heures d'information par jour, deux journaux télévisés, la chaîne espagnole est devenue le leader de l'information dans la péninsule, dépassant depuis 2004 la télévision publique TVE.

En ce qui concerne les chaînes thématiques, M6 et Antena 3 ont également une même stratégie de diversification : alors que M6 a créé W9, Teva ou Paris Première, Antena 3 dispose de deux chaînes sur la TNT espagnole, Nova (chaîne « jeune ») et Neox (chaîne « féminine »). Un réseau européen au sein de RTL Group, avec des partenariats entre chaînes, devrait ainsi donner naissance à des productions et des formats communs.

Enfin, M6 peut apporter son expérience à Antena 3 en matière de diversification, la chaîne espagnole s'étant pour l'instant peu développée en dehors de son métier de base. Toutefois, la rentabilité des activités dérivées – même pour M6 – reste moins élevée que celle offerte par la publicité.

Source :

- « La réussite d'Antena 3, modèle espagnol de M6 », Guy Dutheil, *Le Monde*, 5 octobre 2006.

Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

date créée

1 février 2007

Auteur

alexandrejoux