

## Lagarde?re se se?pare de sa presse magazine internationale

### Description

La mise en vente des activite?s de presse magazine *du* groupe Lagarde?re a? l'international confirme la strate?gie de recentrage du groupe sur ses actifs les plus rentables. La branche presse magazine internationale de Lagarde?re est en effet fragilise?e par la chute de la diffusion mondiale de la presse et le recul des recettes publicitaires, que seule une taille critique sur chaque marche? aurait permis de compenser.

En annon?ant, le 1<sup>er</sup> de?cembre 2010, avoir « *engage? une re?flexion sur la vente de la branche magazine internationale* », le groupe Lagarde?re a confirme? sa strate?gie de recentrage sur ses activite?s les plus rentables (voir le n?16 de *La revue europe?enne des me?dias*, automne 2010). Cette division, qui e?dite 212 titres dans 45 pays, repose d'abord sur les activite?s ame?ricaines de Lagarde?re, renforce?es en 1988 par l'achat de Diamandis pour 712 millions de dollars. La branche presse magazine internationale du groupe a re?alise? a? elle seule 710 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009, soit 40 % du chiffre d'affaires total de Lagarde?re Active. Elle inclut les e?ditions internationales de *Elle*, des fe?minins comme *Woman's Day* ou des magazines automobiles comme *Car and Driver* et *Road & Track* aux Etats-Unis.

Pour justifier son de?sengagement de la presse magazine a? l'international, secteur ou? Lagarde?re comptait parmi les leaders mondiaux, le groupe a communique? d'abord sur l'insuffisante rentabilite? de ses diffe?rents titres. En effet, le marche? de la presse magazine a e?te? fortement pe?nalise? en 2008 par la chute de ses recettes publicitaires et doit affronter la migration annonce?e d'une partie de ses lecteurs vers les e?ditions nume?riques sur tablette, adapte?es au format de la presse magazine (voir le n?14-15 de *La revue europe?enne des me?dias*, printemps-e?te? 2010), tandis que la diffusion de la presse magazine dans le monde de?croi?t de 2 a? 3 % chaque anne?e. En 2008 comme en 2009, les activite?s aux Etats-Unis auraient me?me e?te? de?ficitaires. Pour Arnaud Lagarde?re, interroge? par *Le Figaro*, l'alternative e?tait soit de se de?sengager, soit de se renforcer sur la presse magazine internationale pour be?ne?ficier de synergies entre les titres sur chaque marche? national en atteignant une taille critique, notamment vis-a?-vis des annonceurs auxquels il faut proposer une offre globale. Bien que leader en Espagne, fortement implante? en Russie, nume?ro 3 aux Etats-Unis sur les fe?minins haute de gamme face a? Hearst et Conde? Nast, le groupe a donc opte? pour une vente, dont il espe?re retirer jusqu'a? 700 millions d'euros, soit l'e?quivalent d'une anne?e de chiffre d'affaires de la branche internationale.

Parmi les pre?tendants au rachat, plusieurs noms ont tre?s vite circule?, parmi lesquels l'allemand Bauer, les ame?ricains Hearst et Meredith, trois acteurs concurrents du groupe franc?ais et dont l'inte?re?t pour les magazines de Lagarde?re traduit bien le besoin de concentration dans la presse magazine internationale. Le 31 de?cembre 2010, Lagarde?re est entre? en ne?gociation avec Hearst pour la cession de son po?le de presse internationale. Hearst s'est d'emble?e impose? comme l'interlocuteur le plus logique : il travaille

---

avec Lagarde?re depuis 1994, le groupe ge?rant la publication de l'e?dition ame?ricaine de Marie Claire, et il a une logique industrielle lui permettant de piloter a? l'e?chelle internationale les de?clinaisons des magazines de Lagarde?re, au premier rang desquelles les 42 e?ditions internationales de *Elle*. Hearst a en effet la me?me strate?gie avec son magazine *Cosmopolitan*, vendu dans plus de 100 pays avec 61 e?ditions diffe?rentes. Enfin, en s'emparant des actifs de Lagarde?re, Hearst pourra se renforcer sur les marche?s anglo-saxons face a? Conde? Nast, notamment sur le marche? des fe?minins haut de gamme ou? Conde? Nast dispose d'une offre diversifie?e avec *Vogue* et *Vanity Fair*. En ajoutant *Woman's Day* et *Elle* a? *Cosmopolitan* et *Harper's Bazaar* qu'il contro?le de?ja?, Hearst pourra ainsi proposer une gamme e?largie de contacts aux annonceurs ame?ricains. Les ne?gociations portent sur le prix, mais aussi sur le souhait de Lagarde?re de conserver un droit de regard e?ditorial sur les de?clinaisons de *Elle* a? l'international. La marque restera en effet la proprie?te? du groupe Lagarde?re qui continue de l'exploiter en France et de be?ne?ficier des accords de licence de?ja? passe?s pour certaines des e?ditions internationales de *Elle*.

En se retirant de la presse aux Etats-Unis, Lagarde?re ne conserve donc plus outre-Atlantique que ses activite?s dans l'e?dition, particulie?rement re?mune?ratrices. Enfin, avec la cession de ses parts dans *Le Monde* (voir *infra*), celles a? venir de ses participations dans le groupe Amaury ainsi que des 20 % de capital qu'il de?tient dans le groupe Canal+, Lagarde?re devrait re?cupe?rer au total pre?s de 2 milliards d'euros, de quoi re?mune?rer ses actionnaires et investir dans les secteurs identifie?s comme strate?giques, Lagarde?re Services, le sport, l'e?dition de livres et les services en ligne. Mais c'est surtout la vente des 20 % qu'il de?tient dans Canal+ qui permettront a? Lagarde?re de re?aliser de nouveaux investissements strate?giques, puisque Arnaud Lagarde?re en espe?re 1,5 milliard d'euros. Enfin, la cession, en re?duisant fortement le chiffre d'affaires de Lagarde?re Active, de?ja? ampute? de Virgin 17, semble te?moigner d'une recomposition du groupe au de?triment de sa branche me?dias.

Sources :

- « Lagarde?re met en vente ses magazines e?trangers, Hearst et Bauer favoris », Anne Feitz, *Les Echos*, 2 de?cembre 2010.
- « Hearst favori pour les titres internationaux de Lagarde?re », Pierre de Gasquet, *Les Echos*, 23 de?cembre 2010.
- « Hearst est entre? en ne?gociations exclusives pour la reprise de la presse e?trange?re de Lagarde?re », Pierre de Gasquet, *Les Echos*, 3 janvier 2011.
- « Lagarde?re restera proprie?taire de la marque Elle », interview d'Arnaud Lagarde?re par Paule Gonzale?s, Gae?tan de Cape?le, Philippe Larroque et Engue?rand Renault, *Le Figaro*, 6 janvier 2011.

## Categorie

1. Ailleurs
2. Repères & tendances

## date créée

21 décembre 2010

## Auteur

alexandrejoux