

Springer lâche ses titres historiques et repense l'information en rachetant N24

Description

En cédant une grande partie de ses titres de presse, Springer confirme sa mue numérique. Mais le groupe s'empare également de la télévision, plus rentable que la presse, avec le rachat de N24. A cette occasion, Springer compte fusionner les rédactions de la chaîne d'information et du quotidien de référence Die Welt, franchissant ainsi ce que certains pourraient considérer comme une ligne Maginot.

« Notre entreprise n'est pas une entreprise de presse, mais une entreprise de contenus. Le numérique permet de croître plus rapidement. Je vois la transformation numérique comme une formidable opportunité. Le changement est structurel : il vaut donc mieux que nous nous cannibalisions nous-mêmes plutôt que nous le soyons par d'autres. » Cette citation de Mathias Döpfner, directeur général de Springer, date de 2011, dans une interview donnée au *Figaro* où il expliquait que son groupe, qui réalisait alors 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires, allait devoir passer en sept ans à 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 50 % réalisés dans le secteur numérique, se font aujourd'hui les bénéfices.

Mais par « numérique », Mathias Döpfner n'entendait pas alors les sites de presse en ligne : il parlait très précisément des sites de petites annonces, le groupe allemand étant parvenu à s'emparer du portail français d'annonces seloger.com, pour quelque 630 millions d'euros. Autant dire que la presse, l'activité historique du groupe, n'a plus pour vocation qu'à entretenir le rapport de confiance entre les marques du groupe et les consommateurs, qui seront proposés d'autres services, beaucoup plus rémunérateurs que la publicité en ligne ou toute forme de *paywall*, à savoir des services pratiques, qu'il s'agisse de petites annonces ou de comparateurs de prix.

Fort de cette stratégie, le groupe Springer a donc entrepris de se débarrasser de ses activités de presse, fragilisées par la chute du lectorat et la baisse des recettes publicitaires. Le 25 juillet 2013, il annonçait céder à Funke Mediengruppe (anciennement WAZ) une grande partie de ses journaux et magazines, dont le quotidien *Hamburger Abendblatt* et le magazine de télévision *Hörzu* sur lesquels le groupe Springer s'est historiquement construit. Pour 920 millions d'euros, Funke Mediengruppe s'empare de l'essentiel des activités allemandes de presse de Springer, l'équivalent en fait de 512 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2012. La cession, effective au 1er janvier 2014, permet à Funke Mediengruppe de devenir l'un des principaux éditeurs allemands avec 500 titres. En se débarrassant d'une grande partie de ses activités de presse, Springer a vu sa cotation boursière grimper de 20 % en une journée, les actionnaires validant ici sa stratégie d'optimisation de ses

actifs. Springer conserve toutefois encore des activités dans la presse écrite mais se concentre logiquement et exclusivement sur ses marques fortes : le quotidien populaire *Bild* et ses 4 millions de lecteurs quotidiens, enfin le journal de référence *Die Welt*.

Malgré pour ces deux titres, leur inscription dans un périmètre préservé qui serait celui de la seule presse écrite au sein du groupe Springer, et à côté d'une galaxie de services en ligne, n'est pas assuré. Le *Bild* comme *Die Welt* sont d'abord une machine à produire des contenus avec une forte valeur ajoutée, liée certes au travail des journalistes, autant qu'à la marque du journal. Dès lors, les rédactions peuvent s'inscrire dans une stratégie plus globale de déclinaison tout support des contenus, y compris vers des médias plus rentables que la presse, la télévision notamment. C'est la raison pour laquelle, outre son développement dans le numérique, Springer s'est toujours intéressé au marché audiovisuel allemand.

Après avoir cherché à racheter le groupe ProSiebenSat.1 en 2005, les autorités allemandes de concurrence ayant refusé l'opération en 2006 en considérant qu'une alliance avec *Bild* aurait créé une position dominante dans le paysage médiatique en Allemagne, Springer est finalement parvenu à mettre un pied à la télévision allemande avec le rachat, annoncé le 9 décembre 2013, de la chaîne d'information en continu N24. Springer devient ainsi un producteur de contenu d'information, dans la presse, sur internet et à la télévision ; la rédaction de N24, outre l'alimentation en continu de la chaîne, comparant également les journaux télévisés des chaînes Sat.1, Pro Sieben et Kabel Eins, toutes issues de l'ancien groupe Kirch.

A l'occasion du rachat de N24, Springer est encore distingué par sa stratégie atypique à l'endroit des médias historiques. En effet, la rédaction du très prestigieux *Die Welt* sera rapprochée de celle de N24, les journalistes de presse écrite comme de télévision devant tous contribuer à la production de contenus écrits pour le papier et internet. Ce rapprochement risque donc de peser sur la rédaction de *Die Welt*, la mutualisation devant logiquement permettre de supprimer certains postes. En revanche, la rédaction de N24, avec ses 300 salariés, devrait être épargnée, l'écriture vidéo étant un métier trop éloigné de la presse écrite pour que les journalistes de *Die Welt* s'y adaptent rapidement. Enfin, la vidéo augmentant la consommation des contenus sur internet, la rédaction de N24 sera doublement sollicitée puisqu'elle devra également produire des contenus d'information pour *Die Welt*. L'objectif pour Springer est de constituer « une société d'informations multimédia de premier plan en allemand ».

Sources :

- « Axel Springer accable sa mue numérique », Marie-Catherine Beuth et Enguerrand Renault, *Le Figaro*, 11 mai 2011.
- « Axel Springer accentue son virage vers le digital », Jean-Philippe Lacour, *Les Echos*, 26 juillet 2013.
- « Le géant de papier Springer s'invite à la télévision », Nathalie Versieux, liberation.fr/ecrans, 9 décembre 2013.

- « Springer achète une chaîne d'€™info », Thibaut Madelin, *Les Echos*, 11 décembre 2013.

Categorie

1. Economie

date créée

9 avril 2014

Auteur

alexandrejoux