

PQR : la concurrence revient en PACA

Description

Alors que La Provence déploie une politique de relance du titre et diversifie ses activités, La Marseillaise et Marsactu se donnent une seconde chance à Marseille, la première grâce à des élus communistes, le second grâce à ses salariés. De son côté, Nice Matin rencontre déjà de nouvelles difficultés, preuve qu'une reprise par les salariés est toujours très délicate si le titre ne dispose pas d'une importante trésorerie.

Après une année 2014 marquée par les mises en redressement judiciaire de *Nice Matin*, de *La Marseillaise* et du *Ravi* ([voir La REM n°33, p.26](#)), après encore la mise en cessation de paiement du *pure player* Marsactu le 5 mars 2015, *La Provence* seule semblait encore avoir les moyens de ses ambitions en région PACA, ce qu'elle a depuis confirmé avec la nomination d'un nouveau président-directeur général, Claude Perrier, le 20 février 2015.

Ce dernier s'est notamment engagé sur le redressement des comptes de *La Provence* et la relance de ses activités autour de trois axes, le papier, le web et l'événementiel. Concernant le redressement des comptes, *La Provence* a mis en place un plan de sauvegarde de l'emploi reposant sur 60 départs volontaires et des reclassements, pour un effectif de 950 salariés, ce qui devrait permettre au groupe d'être à l'équilibre dès 2015, quand *La Provence* affichait encore en 2014 un déficit de 3,5 millions d'euros. La rentabilité est attendue avec le développement des nouvelles activités. Parmi celles-ci, l'augmentation des ventes du quotidien est stratégique, le papier représentant encore 53 % des 100 millions d'euros du chiffre d'affaires du groupe. Pour y parvenir, *La Provence* a déployé dans les rues de Marseille des vendeurs à la criée durant l'été 2015, avant d'étendre l'opération à Avignon en septembre 2015. C'est en effet sur les ventes en kiosque que le titre est fragilisé. *La Provence* affiche une diffusion de 113 627 exemplaires en 2014 selon l'OJD, en recul de 3 %, dont 61 456 exemplaires vendus en kiosque, un chiffre en repli de 7 % par rapport à 2013. Pour relancer les ventes, *La Provence* compte également s'appuyer sur sa marque et en rajeunir l'image, en renforçant à la fois sa présence sur l'internet et dans l'événementiel. Sur l'internet, *La Provence* hérite des initiatives prises par Olivier Mazerolle quand il était directeur des rédactions, à savoir le lancement d'un JT en ligne, le 18:18, complété depuis octobre 2014 par une refonte du site web. Une application *premium*, réservée aux abonnés, devrait par ailleurs être lancée fin 2015. En effet, avec 2 millions de visiteurs uniques par mois et 20 millions de pages vues, le site de *La Provence* ne comptait que 3 000 abonnés web en juin 2015, un chiffre qui devrait augmenter avec la commercialisation d'abonnements en ligne dans les zones où *La Provence* ne peut pas développer le portage du quotidien papier. S'ajoutent à ce repositionnement numérique des services réservés aux internautes et abonnés de *La Provence* (cartes de réduction, partenariats avec des marques comme Figaro Classifieds ou L'Argus pour les petites annonces). Enfin, le pôle événementiel du groupe, qui représente 10 % du chiffre d'affaires en 2014, devrait se renforcer fortement. Le groupe, qui a relancé en 2013 le Salon de l'auto de Marseille, gère également le

Salon de la moto à Marseille et le Salon de l'immobilier à Aix-en-Provence. Il propose des croisières et va se lancer dans l'événementiel sportif avec la première course de cyclisme international de la région, Le Tour La Provence, la première édition étant prévue du 23 au 25 février 2016.

Mais *La Provence* devra affronter de nouveaux concurrents sur le territoire marseillais, *La Marseillaise* et Marsactu étant chacun relancé, même si cette concurrence est atypique et non frontale. *La Marseillaise* conservera sa ligne éditoriale, proche du Parti communiste, alors même qu'elle a été fragilisée par la perte de budgets publicitaires de la part des villes communistes ayant basculé aux dernières municipales. En effet, ce sont les éditions des Fédérés, une société créée de toutes pièces par des élus communistes le 23 décembre 2014, qui récupèrent le titre, à la suite de la décision du tribunal de commerce de Marseille rendue en avril 2015. L'offre du repreneur avait pourtant été jugée insuffisante, obligeant Les éditions des Fédérés à la revaloriser. Une offre concurrente avait par ailleurs été déposée en février 2015 par les Nouvelles Editions marseillaises (NEM), assortie d'un plan d'économies de 3,5 millions d'euros. Pour le justifier, les Nouvelles Editions marseillaises avaient rendu publiques des informations surprenantes sur le groupe, organe politique autant que véritable quotidien selon *Le Figaro*, qui cite Jean-Marc Adolphe, journaliste et candidat à la reprise pour NEM : « *En plus des économies sur la masse salariale, nous voulons tailler dans les dépenses de voyages (625 000 €), de téléphone (145 000 €), de location de voitures (90 000 €) ou de relations publiques (310 000 €), dont certaines des permanents du Parti communiste ou des cadres dirigeants.* » Mais l'offre de NEM ne l'a pas emporté, malgré son projet de transformation du titre en quotidien indépendant de gauche, les éditions des Fédérés sanctuarisant ainsi un positionnement marqué par la proximité avec le PCF pour *La Marseillaise*. Reste que le titre sera relancé, puisqu'il a été doté d'un nouveau directeur général, Robert Voisard, qui pourra mettre en application un plan d'économies : 90 des 208 salariés devraient quitter l'entreprise, dont 35 des 98 journalistes. Une nouvelle maquette du quotidien sera lancée avant la fin 2015 et le nombre d'éditions de *La Marseillaise* sera réduit, passant de six à trois éditions (Languedoc-Roussillon, Provence et Bouches-du-Rhône). Enfin, seules six agences sur quinze seront conservées (Toulon, Aubagne, Marseille, Martigues, Avignon et Montpellier). En ce qui concerne Marsactu, une relance est aussi prévue en octobre 2015. Le 3 avril 2015, l'administrateur judiciaire de l'entreprise placée en cessation de paiement a en effet autorisé la reprise de la marque et des actifs par cinq des sept journalistes salariés de l'entreprise. Le nouveau Marsactu devrait conserver la même ligne éditoriale et espère retrouver les 200 000 visiteurs uniques mensuels qu'il affichait encore en décembre 2014. Reste que les repreneurs ont peu de moyens, ce qui les oblige à trouver très rapidement des conditions de rentabilité pour le site spécialisé dans les enquêtes, les analyses et les reportages à Marseille et dans l'aire de la métropole Marseille-Provence.

A l'évidence, les projets de reprise par les salariés sont fragiles faute de fonds suffisants pour investir sur le long terme. C'est ce que constatent aujourd'hui les salariés de *Nice Matin* qui ont repris le titre le 7 novembre 2014 en se réunissant en société coopérative d'intérêt collectif (SCIC). Le groupe, disposant alors de 15 millions d'euros de trésorerie, a dû financer un plan de départ pour 159 salariés, ce qui lui a coûté 10 millions d'euros, et a prévu d'investir 5 millions d'euros en deux ans pour développer ses activités numériques. En cas de baisse des ventes, donc de baisse des recettes, *Nice Matin* sera aussitôt fragilisé. Or, selon Presse News, les recettes publicitaires de *Nice Matin* devraient baisser de 10 % en 2015, soit un

manque à gagner de 4 millions d'euros. Cet exercice financier délicat a conduit, le 28 août 2015, à la démission de Robert Namias de la présidence du directoire de *Nice Matin*, les salariés lui reprochant un manque de transparence sur les comptes du premier semestre 2015. Pourtant, Robert Namias était parvenu à éponger les dettes du groupe à l'égard de Bernard Tapie, qui avait, via son groupe, prêté 4 millions d'euros dans le cadre de l'offre de reprise par les salariés. *Nice Matin* s'est en effet séparé de ses actifs immobiliers à Cannes, Monaco et Saint-Tropez pour rembourser sa dette dès avril 2015, avant même que les intérêts ne commencent à courir. Mais cela n'aura pas suffi et c'est Jean-Marc Pastorino qui, le 10 septembre 2015, a repris à titre provisoire la présidence du directoire de *Nice Matin*. Après avoir fait le point sur ses comptes, le quotidien cherchera à attirer de nouveaux investisseurs pour se relancer, un exercice délicat quand les salariés contrôlent 95 % du capital d'une entreprise. Entre-temps, les ventes continuent de baisser, *Nice Matin* tirant à 114 946 exemplaires en 2006, à 101 699 exemplaires en 2011, et à 82 359 exemplaires pendant la période juillet 2014-juin 2015.

Sources :

- « Changement de direction à *La Provence* », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 21 février 2015.
- « Deux offres de reprise pour *La Marseillaise* », Alette de Broca, *Le Figaro*, 26 février 2015.
- « La fin du monopole de Bernard Tapie à Marseille ? », Presse News, 10 mars 2015.
- « La presse indépendante dans la tourmente à Marseille », Paul Molga, *Les Echos*, 19 mars 2015.
- « *La Marseillaise* fait table rase du passé », Presse News, 28 avril 2015.
- « *Nice Matin* solde sa dette envers *La Provence* », La Lettre A, 30 avril 2015.
- « Tapie a toujours respecté sa parole et ses engagements envers *La Provence* », interview de Claude Perrier, PDG du groupe *La Provence*, par Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 22 juin 2015.
- « *La Provence* bénéficiaire en 2015 ? », Presse News, 7 juillet 2015.
- « Robert Namias quitte la présidence de *Nice Matin* », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 2 septembre 2015.
- « *Nice Matin* en quête d'un gestionnaire », Presse News, 8 septembre 2015.
- « Les missions de Jean-Marc Pastorino, nouveau patron de *Nice Matin* », Les clés de la presse, 15 septembre 2015.
- « Les chantiers de Pastorino à *Nice Matin* », Presse News, 22 septembre 2015.

Categorie

1. Economie

date créée

16 février 2016

Auteur

alexandrejoux