

Le géant américain CBS met la main sur CNET Networks pour se renforcer sur Internet

Description

En rachetant CNET Networks pour 1,8 milliard de dollars, CBS entre dans les dix premiers groupes de médias au monde en termes de fréquentation Internet et annonce des synergies avec ses propres sites.

Mi-mai 2008, le géant américain des médias CBS déposait une offre de rachat sur CNET Networks à 11,50 dollars par action, soit une prime de 44 % par rapport au cours du titre avant le dépôt de l'offre et une valorisation de l'éditeur de sites à 1,8 milliard de dollars (1,16 milliard d'euros). L'offre fut salvatrice pour la direction de CNET Networks, en butte au fonds Jana Partners, détenteur de 10 % du capital du groupe Internet et insatisfait de ses performances, exigeant « *un changement fondamental stratégique et opérationnel* ».

Le 31 juin, CBS prenait le contrôle effectif de CNET Networks avec une tout autre approche que celle défendue par les fonds, le PDG de CBS, Leslie Moonves, ayant présenté CNET comme « *rentable et bien gérée* ».

En effet, CNET n'a pas les mêmes ambitions ni la même stratégie que les sociétés de services en ligne, à l'instar de Google ou encore de Yahoo!. Le groupe est d'abord un éditeur de sites de contenus, qui se rémunère sur la vente de bannières, tout en « poussant » vers les annonceurs la connaissance de ses cibles grâce à la maîtrise éditoriale de son offre. Ayant refusé de céder à l'euphorie de la rémunération au *click*, CNET défend une politique d'affichage classique où la publicité en ligne est rémunérée à la page vue, ce qui lui permet de revendiquer 12 dollars de revenus pour 1 000 pages vues, une très bonne performance dans l'univers Internet. Une approche qu'un groupe de médias comme CBS maîtrise en outre parfaitement en tant qu'éditeur de chaînes, à tel point que le rachat de CNET par CBS devrait d'abord permettre des synergies entre leurs sites d'information et de divertissement respectifs, réunis aujourd'hui dans CBS Network : CBS.com, CBSNews.com ou encore CBSSports.com pour le géant américain, CNET, ZDNet, MP3.com, News.com pour CNET.

Classé dixième des réseaux de sites les plus importants au monde selon Comscore, avec 124 millions de visiteurs uniques par mois, CNET va propulser le groupe CBS parmi les premières sociétés mondiales de médias en termes de fréquentation Internet, avec 60 millions de visiteurs uniques par mois aux États-Unis et 200 millions dans le monde. Un relais de croissance idéal à l'heure où les programmes et les marques, cœur de métier de CBS, doivent suivre le consommateur sur tous les supports, radio, télévision et Internet, pour s'imposer dans son univers de référence.

Sources :

- « CBS met la main sur l'éditeur de sites spécialisés CNET », S.C., *La Tribune*, 16 mai 2008.
- « CBS accepte sur Internet en s'offrant CNET », Laetitia Mailhes, *Les Echos*, 16 mai 2008.

Categorie

1. Ailleurs
2. Repères & tendances

date créée

22 septembre 2008

Auteur

alexandrejoux