



Extrait du Acrimed | Action Critique Médias

<http://www.acrimed.org/Ce-qu-il-reste-de-l-empire-Hersant-France-Antilles>

Ce qu'il reste de l'empire Hersant : France Antilles

- Les médias - Economie et publicité - Hersant et Dassault -



Date de mise en ligne : mercredi 8 septembre 2004

Date de parution : 23 août 2004

Description :

... Après le rachat de la Socpresse par Dassault

Copyright © Acrimed | Action Critique Médias - Tous droits réservés

La transaction qui, rapidement menée par Dassault, lui a permis de s'emparer de la Socpresse, propriété jusqu'alors du groupe Hersant ne concernait pas le groupe France-Antilles, l'autre tête de l'empire. Où en est ce groupe ?

L'empire de presse Hersant, né au début des années cinquante avec *L'Auto-Journal* et *Oise-Matin*, et développé au fil des ans par le *papivore* (décédé en 1996), a subi maintes réorganisations et restructurations, alliances et cessions. Il avait été structuré en deux groupes : la Socpresse, d'une part, France-Antilles d'autre part. Lire ici même : « [Le Groupe Hersant : un empire à deux têtes \(2002\)](#) » et « [Le groupe Hersant : l'étendue de l'empire en 2002](#) ».

On sait que, en 2004, la Socpresse s'est trouvée dans l'incapacité de rembourser le prêt important accordé par Dassault, qui s'était déjà introduit dans le capital. Ce dernier a pu reprendre l'essentiel des actions détenues par les héritiers Hersant, passant ainsi de 30 à 82 % du capital. Un seul membre de la famille, Aude Jacques-Ruettard, domiciliée aux Etats-Unis, a conservé ses parts, soit 13% ; elle est représentée au conseil d'administration réformé par Serge Dassault dès le début de juillet - nouveau président, Serge Dassault est dorénavant à la tête d'un empire d'environ 80 titres de presse.

France-Antilles, qui doit son nom aux journaux détenus dans les départements d'Outre-Mer, n'était pas concerné par la transaction si rapidement menée par Dassault. Dirigé par Philippe Hersant, il représente des enjeux considérables dans les DOM-TOM, en Champagne-Ardennes et en Normandie ; et il investit dans les journaux gratuits et la télévision hertzienne locale.

France-Antilles - 5000 collaborateurs et 565 millions d'euros de chiffre d'affaires - est devenu depuis 2002 le N°1 en France dans le secteur des gratuits - non les quotidiens gratuits qui se sont récemment développés dans nos plus grandes villes, mais les bulletins (souvent hebdomadaires) consultés principalement pour leurs petites annonces.

Au moment même où Vivendi cédait à la Socpresse *L'Express/L'Expansion* et *L'Etudiant*, France-Antilles lui rachetait la Comareg, qui était alors son principal concurrent avec 155 journaux gratuits. Fondée à Grenoble par Paul Dini, reprise par Havas en 1988, la Comareg était devenue - conséquence de la fusion de Havas avec Vivendi sous la houlette de Messier - filiale à 100% de Vivendi-Universal-Publishing, avec notamment le titre *Bonjour*. France-Antilles ayant fusionné les titres issus de la Comareg avec les siens.

Connus généralement sous le titre *Paru-Vendu*, les gratuits du groupe, présents dans 240 villes, totaliseraient 17 millions d'exemplaires chaque semaine. Le financement est assuré à 80% par la publicité, le reste par les petites annonces.

Pour mieux s'installer sur le vaste marché parisien, le groupe innove en cette rentrée 2004. Se retirant du titre *A nous Paris*, où il est minoritaire face à Metrobus (Publicis) et au *Parisien*, il lance un *Paru-Vendu* de 56 pages : 700 000 exemplaires sur Paris et la petite couronne, en 500 points de diffusion (d'après *Les Echos* du 25 août 2004).

Appuyé sur une solide logistique publicitaire nationale et locale, France-Antilles a posé candidature sur plusieurs projets de chaînes TV locales, et s'est associé dans ce but avec Antennes locales, la société de Jacques Rosselin [1]. En juillet 2004 France-Antilles a pris une participation de 34% dans Antennes Locales, avec - selon le communiqué officiel - la perspective de passer à 51%.

Daniel Sauvaget

Post-scriptum :

Version revue et corrigée de l'article initialement paru le 23 août 2004.

[1] Lire, ici même « [Alerte sur Marseille : les grosses peintures se lancent dans la télé locale !](#) », par Guy Pineau (23 juin 2004)