



Le Groupe Hersant Media (GHM) - ex France Antilles : évolution depuis 2004

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



Date de mise en ligne : vendredi 1er février 2008

Description :

Au coeur des concentrations et du développement pluri-médias.

Copyright © Acrimed | Action Critique Médias - Tous droits réservés

En 1985, pour contourner la loi sur les concentrations, le groupe constitué par Robert Hersant (1920-1996) - dit « le papivore » - avait été scindé en deux entités juridiques distinctes : la Socpresse et France-Antilles. C'était « un empire à deux têtes », comme nous l'écrivions ici même en 2002 [1] En 2004, Dassault s'empare de la Socpresse. Conséquence ? [« Ce qu'il reste de l'empire Hersant : France Antilles »](#).

Depuis 2004, France Antilles, possédé à 100 % par la famille Hersant [2], n'a cessé de croître, sous le nom de « Groupe Hersant Media » (GHM), adopté en 2006...

Dans leur livre, *Citizen Hersant, De Pétain à Mitterrand, histoire d'un empereur de la presse* [3], Patrick et Philippe Chastenet rappelaient les déclarations du défunt " « papivore » " Robert Hersant, père de Philippe Hersant qui dirige le Groupe Hersant Média : « *Bien sûr, depuis le début, je ne fais pas un journal, je fais des journaux, et je continuerai à faire des journaux. C'est la même chose pour moi que n'importe quel chef d'entreprise : la finalité d'une entreprise au plan industriel, c'est son développement, et la stagnation c'est le commencement de la fin* » [4]. Philippe Hersant et GHM ont repris le flambeau...

... dans un contexte marqué par des rachats et concentrations dans la presse régionale. Le 28 janvier, à l'occasion du lancement de la nouvelle formule du *Télégramme*, Edouard Coudurier, président du groupe Le Télégramme, et Hubert Coudurier, administrateur et directeur de l'information du *Télégramme*, déclarent : « *Le déclin de la presse quotidienne régionale (PQR) doit être relativisé* » (*Le Monde*, 30 janvier 2008). Malgré une baisse régulière de sa diffusion, la presse quotidienne régionale, avec 18 millions de lecteurs quotidiens [5] possède encore une surface telle que de nombreux groupes de presse considèrent qu'elle a un avenir, à condition de se diversifier dans de multiples supports.

En quelques mois on a vu se succéder :

- ▶ Le rachat à la Socpresse de Dassault de son pôle Rhône-Alpes (comprenant *Le Dauphiné Libéré*, *Le Progrès*, le *Journal de Saône-et-Loire* et *Le Bien Public*), après l'autorisation donnée par le ministre de l'Economie et des Finances le 17 mai 2006, par la société Est Bourgogne Rhône Alpes (EBRA), nouvellement constituée par la SA « Le Journal L'Est Républicain » et la SA Banque fédérative du Crédit mutuel (BFCM) [6].
- ▶ le rachat en août 2007 à Hersant Média par le groupe SIPA/ Ouest France de ses 14 hebdomadaires régionaux [7], profitant aussi de l'occasion pour prendre dans son escarcelle *Le journal Vitré* (Ille-et-Vilaine) et *La Marne* (à Meaux en Seine-et-Marne), permettant à SIPA-Ouest France de renforcer la cohérence territoriale entre l'implantation de ses 56 hebdomadaires avec celle de son quotidien *Ouest France* en Région Bretagne, Normandie et Pays de Loire [8]. Frédéric Aurand, le patron du groupe Hersant en a expliqué la raison : « *Quinze hebdomadaires, ce n'était pas suffisant pour réaliser des synergies et attirer les annonceurs.* » [9]. Des synergies que réalisera sans problème Publihebdos (SIPA/Ouest-France), qui représente aujourd'hui un portefeuille de 56 titres pour un chiffre d'affaires de 80 MEuros, un tirage de 516.000 exemplaires représentant 29% de la presse hebdomadaire régionale en France.
- ▶ la finalisation le 31 décembre 2007 du rachat [10] pour 90 MEuros par le Groupe Sud Ouest (GSO) au groupe Le Monde des Journaux du Midi, comprenant *Centre Presse*, *L'Indépendant* et *Le Midi Libre*, avec constitution d'un groupement d'intérêt économique avec le groupe La Dépêche du Midi dénommé « Média Sud Europe » [11] Cette association sur un axe Bordeaux - Toulouse - Montpellier donnera naissance au troisième grand groupe de presse

régionale (avec une diffusion quotidienne de 850 000 exemplaires) après Ebra, SIPA/Ouest France et devant GHM.

- ▶ le rapprochement à travers la création d'une structure juridique commune (Grand Centre) via des échanges de participations, des groupes La Montagne, la Nouvelle République du Centre-Ouest (NRCO) et La République du Centre comptabilisant 600 000 exemplaires diffusés dans 17 départements [12].

GMH ne pouvait pas rester à l'écart de ces rachats en cascade et de ces concentrations accélérées [13]

Le 20 décembre 2007, le groupe rachète à Lagardère son pôle de presse quotidienne régionale dans le sud de la France pour 160MEuros, comprenant *La Provence*, *Corse Matin*, *Nice Matin*, *Var Matin* et *Marseille Plus*. *Le Canard Enchaîné* du 30 janvier 2008 révèle sous le titre « Gaudin joue déjà à la belote avec Hersant », que GHM vient de créer une filiale, la société GHM Sud, spécialement chargée de chapeauter les journaux rachetés à Lagardère.

GHM, début 2008

Aujourd'hui, le groupe Groupe Hersant Média possède 10 imprimeries, emploie 8 600 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 900 MEuros [14]. Il a été créé en 1985, d'une opération de division, en deux entités juridiques distinctes du groupe Hersant (la Socpresse et France-Antilles), menée afin de contourner la loi sur la concentration de la presse (loi Fillioud-Mauroy) [15]. Il s'agit d'un véritable groupe pluri-médias qui intervient :

- ▶ **Dans la presse écrite régionale :**

Le Groupe Hersant Média est présent :

- En Normandie, où il possède *Paris - Normandie*, *Le Havre - Presse*, *Le Havre - Libre*, *Le Progrès de Fécamp*, *Liberté Dimanche*. A quoi il faut ajouter l'édition de la région parisienne *Paris Mantes Poissy* et les éditions PTC ;
- en Champagne-Ardenne, où il contrôle *L'Union - L'Ardennais*, *L'Est Eclair*, *Libération Champagne*, *L'Union Amiens* ainsi que *l'Aisne Nouvelle* ;
- Outre-mer, avec *France Antilles Guadeloupe*, *France Antilles Martinique*, *La Dépêche et les Nouvelles de Tahiti*, *Le Journal de l'Île* (de la Réunion), *France Guyane et Les Nouvelles Calédoniennes* ;
- et enfin dans le Sud de la France, depuis son rachat au Groupe Lagardère de son pôle Sud composé de *La Provence*, *Marseille Plus*, *Corse Matin*, *Nice Matin* et *Var Matin*.

Le Groupe Hersant Média détenait également jusqu'en février 2006, 27 % du Groupe L'Est Républicain et 48 % des *Dernières Nouvelles d'Alsace*. Ces participations ont sérieusement diminué après le rachat par ce groupe, en association avec le Crédit Mutuel (qui en a entièrement supporté la charge financière) à la Socpresse de Dassault de son pôle Rhône-Alpes. Le Groupe Hersant Média était d'ailleurs hostile à ce rachat au point d'avoir introduit le 5 juillet 2006 devant le Conseil d'Etat un recours demandant la suspension de l'autorisation ministérielle donnée le 17 mai 2006 [16]. Cette requête en justice s'explique par le fait que l'association du Groupe Est Républicain avec le Crédit Mutuel vise en fait à rompre une alliance ancienne avec le groupe Hersant. Frédéric Aurand précise en effet dans *L'Humanité* du 14 septembre 2007 que « *les familles Hersant et Lignac (propriétaires de l'Est Républicain - NDLR) avaient des accords et ces derniers ont été mis à mal par le Crédit mutuel. Des procédures devant les tribunaux pour faire valoir nos droits sont donc en cours. Mais ça va prendre des années.* »

En Suisse, GHM détient une participation majoritaire dans la Société Filanosa SA (*La Côte, Nautisme romand*), ainsi que la Société Neuchâteloise de Presse (*L'Express, L'Impartial*).

► Dans la presse « gratuite »

GHM possède, via sa filiale Comareg [17] le plus gros tirage de la presse française avec son journal de petites annonces *Paru-Vendu* (19,2 millions d'exemplaires) [18], décliné en 280 éditions dans 260 villes, complété par son site électronique destiné à l'emploi, www.cARRIEREONLINE.COM. S'y ajoute *le Journal des plages* [19], distribué les dimanche de juillet et août sur les lieux de villégiature balnéaire. Et cette initiative ne doit rien à la philanthropie de GHM mais à des considérations sonnantes et réverbérantes.

Comme l'explique *Le Figaro* du 10 juillet 2007, « le numéro un de la presse gratuite des petites annonces **chasse les 50 millions de vacanciers** qui fréquentent le littoral français. **Traquer** les lecteurs jusque sur les plages. C'est ce que *ParuVendu*, numéro un de la presse gratuite des petites annonces en France, entreprend jusqu'à la fin août. " Les vacanciers pourront découvrir, à travers les 17 éditions hebdomadaires gratuites du journal, des informations directement liées à leur lieu de villégiature ", explique Michel Moulin, directeur général de *ParuVendu* [...] Car derrière les informations utiles apportées aux estivants (sorties, lieux d'animation, conseils sur le soleil...), ce qui intéresse le groupe *ParuVendu*, c'est la vente d'espaces aux annonceurs locaux ou nationaux, en quête des 50 millions de personnes qui fréquentent le littoral français durant l'été. De quoi conforter un peu l'assise du titre. » Renforcer la surface financière du groupe est un impératif si GHM veut pouvoir encore grossir (voir ci - dessous le paragraphe « Quelle stratégie pour GHM »).

► Dans l'audiovisuel local

GHM détient depuis novembre 2007 100 % d'Antennes Locales, filiale audiovisuelle du groupe, ce qui lui permet d'être un opérateur important dans la télévision locale. Il en possède, en partie ou en totalité, sept à ce jour : *ParisCap* (qui deviendra *Cap24* à l'occasion du démarrage de sa diffusion en télévision numérique terrestre sur l'ensemble de l'Île-de-France), *TéléAlsace*, *TéléGrenoble*, *OrléansTV*, *Canal 32* (Troyes), *TéléMiroir* (Nîmes) et *CityzenTV* (Caen). Cinq d'entre elles sont d'ores et déjà diffusées en numérique terrestre [20]. Notons que pour sa candidature retenue par le CSA sur le numérique terrestre, GHM s'était associé à la Caisse d'Épargne, au groupe Coriolis, à la Société financière de participations audiovisuelles et à... Lagardère active, avec qui GHM ne cesse d'être en affaires.

A ce petit « magot » hexagonal, il faut y ajouter, via Editions Suisses Holding SA (ESH), le groupe de presse de Philippe Hersant, la possession de deux télévisions locales en Suisse, *Léman Bleu* (à côté de Genève) et *TVM3* (musicale).

GHM est aussi présent dans les radios locales puisqu'il est opérateur de huit d'entre elles : *Trace FM* en Guadeloupe et en Martinique, *Nostalgie* en Guadeloupe, Guyane et Réunion, *NRJ* en Nouvelle - Calédonie et Polynésie Française et *Champagne FM* en Champagne - Ardennes [21].

Fort de ses multiples possessions, GHM a décidé de se donner les moyens d' « optimiser » sa stratégie publicitaire en créant, avec France Télévisions Publicité [22] et NRJ Group, une régie commune baptisée UNI TV. Cette régie doit permettre à leurs réseaux locaux de bénéficier d'une offre de publicité extra-locale avec pour objectif de la porter à 15 à 20 % du chiffre d'affaire publicitaire d'ici trois ans [23]. Cette stratégie s'inscrit dans la logique de celle mise en place par TF1 Publicité [24]. L'objectif est limpide et a été clairement défini par le futur président de cette structure : « Cette régie ne se substituera pas aux actions locales des télévisions, elle apportera son savoir faire pour attirer les annonceurs nationaux grâce à son excellente couverture nationale de proximité » [25]

Dans un contexte politique où la concentration est encouragée par le pouvoir en place, GHM se donne les moyens

de renforcer ses positions. Le groupe, à partir de son implantation multi-supports, peut assurer des « synergies » à la fois éditoriales et publicitaires et maximiser ainsi ses profits et son influence. Comme nous le relevions dans un autre article, « *Économie d'échelle, rationalisation de la collecte, rationalisation de la diffusion, rationalisation du personnel : cette conception de l'industrialisation de l'information renforcera un peu plus la mono couleur - [...] du discours journalistique* » [26]. Sans parler d'une nouvelle atteinte au pluralisme. Une atteinte qui rend furieux Frédéric Aurand, le patron du groupe Hersant, qui la dénonce, mais chez l'un de ses concurrents : « *Qu'il y ait des inquiétudes, c'est normal, dit-il. Mais les salariés ont compris qu'on était là pour développer la presse locale et le pluralisme*, contrairement à l'opération menée par l'Est républicain et le Crédit mutuel, une banque qui rachète des journaux couvrant exactement son territoire commercial. » (L'Humanité, 14.septembre 2007). On en pleurerait.

Quelle stratégie pour GHM ?

« *Tous les groupes de presse situés à la frontière de nos titres pourraient nous intéresser (La Voix du Nord, Le Dauphiné libéré) s'ils venaient à bouger dans les années à venir* » [27] indiquait encore Frédéric Aurand, dans Le Monde du 14 novembre 2007 Autant dire que nous n'en avons pas terminé avec l'expansion du groupe. Mais vers quel horizon ? Dans un premier temps, vraisemblablement, en direction de La Voix du Nord, anciennement détenue par le « Papivore », actuellement propriété du groupe belge Rossel, mais dont le président du Conseil de surveillance et actionnaire à 20 % au travers de son holding luxembourgeois AJR Participations n'est autre qu' Aude Ruettard, petite fille de Robert Hersant et seconde actionnaire de GHM ? L'avenir nous le dira.

Mais plus globalement, comme l'indiquait notre [article du 8 janvier 2008 [consacré aux télévisions locales](#)] le groupe a le choix entre deux « *deux stratégies financièrement peu compatibles* :

- soit le groupe poursuit sa consolidation sur le Sud Est en ajoutant à sa panoplie papier (La Provence, Marseille Plus, Nice-Matin, Var-Matin, Corse Matin), LCM (La Chaîne de Marseille), fleuron qui a échappé à GHM au moment de son attribution par le CSA ;
- soit, GHM construit un réseau de villes à partir des 7 télévisions qu'ils possèdent déjà maintenant avec le contrôle à 100% d'Antennes locales. Malgré l'apport de Paru-vendu, vache à lait du groupe (tiré à 15 millions d'exemplaires sur 260 villes), le groupe d'Hersant fils, devra, sans doute, effectuer des choix et des reconfigurations mettant en jeu d'autres titres de son portefeuille (L'Union de Reims, Le Havre Libre, Le Havre Presse notamment). La tendance d'une PQR féodale contrôlant son territoire (de Grenoble à Marseille, à Nice et en Corse) est une vieille recette qui convient encore aux tycoons de province. »

Quant à la fin annoncée de la publicité sur France Télévisions et ses éventuelles conséquences, notamment sur l'ouverture, démentie à ce jour par l'Elysée, à la presse quotidienne régionale des tranches méridiennes et 18 h 30/ 20 h 30 avec la publicité afférente de l'antenne de France 3, il est encore trop tôt, en l'absence de cadrage plus précis, pour en connaître les répercussions pour GHM et plus généralement l'ensemble des groupes potentiellement concernés. On peut simplement signaler qu'elle retient toute l'attention de la profession comme l'a rappelé avec pudeur Vincent de Bernardi ; directeur général du Syndicat de la PQR (SPQR) [28] : « *C'est une vieille idée et nous observerons avec attention ce que le gouvernement nous dira. Les éditeurs se réunissent tous les mois, il est probable que ce projet sera à l'ordre du jour de nos prochaines rencontres.* » [29]

Comme tous les autres groupes, GHM est lui aussi à l'affût de ce que le gouvernement dira sur ce sujet et plus généralement sur tout ce qui peut faciliter la course aux profits. Et nul doute que le gouvernement écoutera avec attention ce que demanderont des groupes en quête de nouvelles concentrations financiarisées.

Denis Perais

Annexe ?

- Le coeur toujours à droite

► Robert Hersant en 1978 :

« Un soir, les journalistes du service politique [du Figaro] sont conviés à une réception dans le saint des saints, au numéro 12 de la rue Presbourg, **afin de rencontrer les candidats** UDF et RPR de l'Ile-de-France. » [...] Robert Hersant prend alors la parole : « Mes amis, commence Robert Hersant à l'adresse des seuls candidats... Mes amis, je vous ai réunis ce soir pour vous dire qu'on va vous aider. Pendant la campagne, demandez-leur ce que vous voulez, ils le feront. Vous pouvez les appeler à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit. » [30].

► Philippe Hersant, trente ans après

« Dès l'automne après le rachat de Nice-Matin, il prend parti dans la campagne municipale qui oppose le sénateur-maire UMP Jacques Peyrat au ministre de l'outre-mer Christian Estrosi. Selon Le Canard enchaîné, " Philippe Hersant a déjà choisi le second ". Selon Le Canard Enchaîné, le 23 novembre dernier, un sondage de la Sofres est publié dans le quotidien Nice-Matin, qui titre en une : « Municipales à Nice : un seul tour pourrait suffire ». Le groupe Hersant, qui l'a fait réaliser l'a imposé. » [31]

Selon Le Canard Enchaîné du 30 janvier 2008 [32] « le groupe Hersant vient d'embaucher un lieutenant de [Jean - Claude] Gaudin[...] Bruno Genzana, chef de file de l'UMP au conseil général des Bouches-du-Rhône. Autrement dit, l'opposant direct de Guérini, patron [PS] du département. Depuis deux mois, ledit Genzana émarge à mi-temps à " ParuVendu ", filiale des journaux gratuits du groupe Hersant, pour développer des partenariats avec les collectivités de la Région. A commencer par la mairie de Marseille. »

Quant à la filiale, la société GHM Sud, spécialement dévolue à la gestion des journaux rachetées à Lagardère, le palmipède rajoute que l'heureux élu sera « Guy Philip [qui] a été pendant treize ans (1992-2005), le patron de la communication de...Jean-Claude Gaudin au conseil régional puis à la mairie ». L'hebdomadaire précise enfin : « au côté de son ami Estrosi, Gaudin avait beaucoup milité pour que Lagardère [...] ne vende pas ses journaux du Sud (Nice Matin, La Provence,, Corse Matin), à l'étranger Mecom [33], mais plutôt à Philippe Hersant. »

On imagine assez facilement la nature de la couverture par les journaux Hersant de la campagne pour les élections municipales et cantonales. Pour obtenir quelles contreparties ?

[1] « [Le Groupe Hersant : un empire à deux têtes \(2002\)](#) ». Sur son étendue d'alors, lire aussi « [Le groupe Hersant : l'étendue de l'empire en 2002](#) ».

[2] Dont 22 % pour le seul Philippe, premier actionnaire du groupe qui a pour particularité de ne pas s'exprimer dans les médias sur les opérations de presse

[3] Paru aux éditions du Seuil en 1998, p. 398

[4] Cité dans "[Le Groupe Hersant : un empire à deux têtes \(2002\)](#)".

[5] Selon [l'étude EPIQ](#) « Données générales sur l'audience de la Presse Quotidienne (Cumul de juillet 2006 à juin 2007) ». L'étude en fichier .pdf est [ici](#).

[6] Qui détiennent respectivement 51 et 49 % du capital.

[7] Pôle Normands et Atlantique comprenant *Le Pays d'Auge, La Renaissance du Bessin, Le Publicateur Libre, Les Nouvelles de Falaise, Le Courrier de l'Eure, La Dépêche d'Evreux, le Journal d'Elbeuf* ; *Marne Hebdo* dans l'Ouest (*L'Echo de la Presqu'île, Le Courrier de Paimboeuf, Le Courrier vendéen, l'Eclaireur de Châteaubriant*)

[8] Les hebdomadaires sont présents en Haute - Normandie et en région parisienne, ce qui n'est pas le cas de *Ouest France*.

[9] *L'Humanité*, 14 septembre 2007

[10] Pour lequel GHM s'était lui aussi un temps porté acquéreur

[11] Le groupe Toulousain étant pressenti pour prendre ultérieurement 50 % des actions de GSO.

[12] Cité par *Le Monde* du 14 novembre 2007.

[13] Au vu de ces concentrations, on peut légitimement s'interroger sur l'avenir du *Courrier Picard* (au « petit » chiffre d'affaires de 40, 5 MEuros), encore détenu à 55 % par ses salariés, pris en tenaille par les groupes Amaury, GHM et La Voix du Nord. Et même de celui du groupe Le Télégramme de la famille Coudurier qui affiche pourtant une relative bonne santé. Pourra-t-il longtemps résister à l'hégémonie de l'ogre SIPA/Ouest France.

[14] 977 MEuros selon la présentation figurant [sur le site de ParuVendu](#), le « gratuit » du groupe. Le résultat d'exploitation se situait à 41 MEuros en 2006, avant donc l'acquisition de la presse quotidienne Lagardère du Sud.

[15] Lire « [Le Groupe Hersant : un empire à deux têtes \(2002\)](#) ».

[16] Requête rejetée le 25 juillet 2006.

[17] Rachetée en 2003 et détenu auparavant par Havas, puis Vivendi Universal Publishing

[18] Financé à 82 % par des recettes publicitaires et à 18 % des petites annonces et véritable « vache à lait » du groupe avec un chiffre d'affaires de 377 MEuros (2006)

[19] GHM en détient 50,5 %.

[20] Voir : « [Municipales et cantonales de 2008 : les télévisions locales en ordre de marche](#) ».

[21] Voir le [site de ParuVendu](#).

[22] Vu les annonces du gouvernement sur la suppression de la publicité sur France Télévisions, cette association pourrait subir quelques changements.

[23] D'après CB News, « Publicité locale : NRJ, France Télévisions et Hersant Media lancent Uni TV » (lien périmé).

[24] Lire à ce sujet le paragraphe intitulé « La syndication publicitaire avec TF1 Publicité » dans l'article sur les télévision locales, [déjà cité](#).

[25] D'après [l'article de cbnews](#), déjà cité.

[26] Article sur les télévisions locales, [déjà cité](#).

[27] *Le Monde* du 14 novembre 2007

[28] *Le Monde* du 30 janvier 2008 rappelle que « Vincent de Bernardi, âgé de 39 ans, qui était directeur du service d'information du gouvernement (SIG), a été nommé en septembre 2007 directeur général du Syndicat de la PQR (SPQR) ». Nomination qui n'a, on s'en doute, que peu de chose à voir avec le hasard et nouvelle démonstration d'interdépendance entre les pouvoirs administratifs, politiques et économiques

[29] *Le Monde*, 29 janvier 2008

[30] Cité dans « [Quand Robert Hersant mobilisait " ses " journalistes au service de la droite](#) ». Les propos de Robert Hersant sont extraits de l'ouvrage d'Élizabeth Coquart et Philippe Huet, *Le Monde selon Hersant*, Ramsay, mars 1997. Cité par Daniel Junqua, *La presse, le citoyen et l'argent*, 1999, Edition remise à jour en 2001, Folio/Actuel, Gallimard, 2002, p. 299-300.

[31] Article déjà cité « [Les télévisions locales en ordre de marche](#) ».

[32] Article déjà cité : « Gaudin joue déjà à la belote avec Hersant ».

[33] Groupe britannique qui avait fait une offre supérieure à celle de GHM