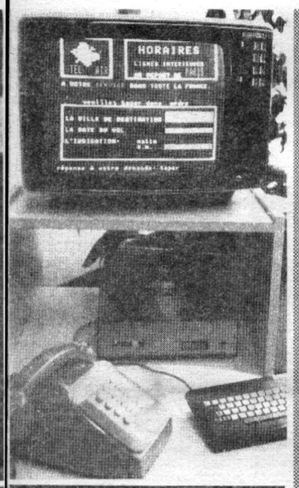
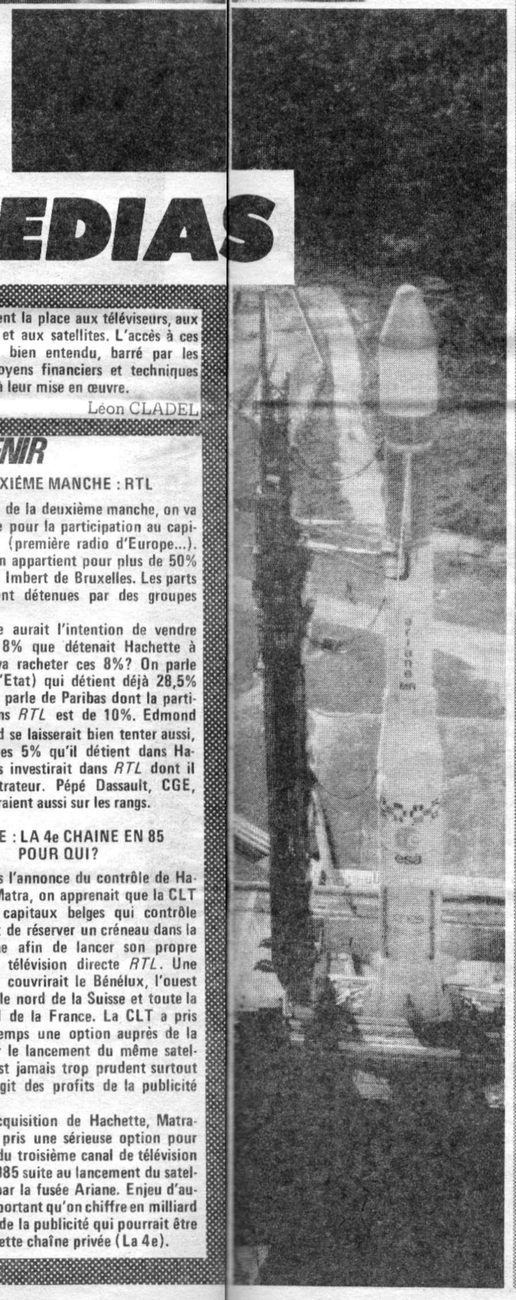
Matra-Hachette : des journaux, la distribution de presse, le télétexte, les satellites de télévision, Europe N°1 et la 4e chaine TV.





DU RIFIFI DANS LES MEDIAS

Il ne s'appelle pas Hersant mais il vient de concentrer entre ses mains un groupe d'information d'une toute autre importance que celui constitué par la concentration d'une trentaine de titres dans les années 70 par Hersant. Cet homme, c'est Jean-Luc Lagardère.

L'affaire Matra-Hachette toute récente est venue nous rappeler que l'information ne se limitait pas à la presse, que c'était d'abord et de plus en plus une industrie. Actuellement, se livre une bataille pour la constitution de grands groupes de communications incluant la publicité, la radio, le cinéma. Ces groupes dont les instruments vont du satellite au journal régional, doivent être capables de concurrencer les géants américains et d'exercer un leadership européen. Des restructurations qui ne peuvent s'effectuer sans la bienveillance du gouvernement.

Cette bataille est à situer dans le cadre du redéploiement des grands monopoles industriels. Déjà dans d'autres secteurs, se sont produits des regroupements autour de deux pôles concurrents : dans le téléphone, l'automobile avec Renault et Peugeot, ce afin de maintenir une certaine concurrence sur le plan intérieur, tout en constituant des groupes de taille européenne. Hachette, premier groupe de presse français constituait un morceau de choix à faire tomber en priorité. C'est Gendry, PDG de la Banque privée de gestion française, disposant de solides appuis dans les milieux giscardiens qui va mener l'opération de rachat en bourse des actions Hachette. Avec l'aide semble-t-il du PDG de Félix Potin et de celui de Carrefour qui avaient déjà contribué au rachat, en servant de prête nom et de bailleurs de fond, de *L'Aurore*. Le plus gros actionnaire de Hachette était alors la Banque de Paris et des Pays-Bas —un des deux plus grands groupes financiers français— avec 5% du capital de Hachette. Mieux que quiconque, ils auraient pu augmenter leur part de capital, mais Paribas n'avait, semble-til, pas la possibilité de s'opposer à un rachat parrainé en haut lieu. En effet, traditionnellement de sensibilité radicale puis gaulliste, la Banque de Paris et des Pays-Bas n'a pas la même cote à l'Elysée que son concurrent direct : la Banque d'Indochine et de Suez.

MATRA OU HAVAS? L'ELYSÉE MENE LE JEU

Gendry ramasseur des actions Hachette, aurait-il eu —dit-on— l'intention de céder les actions rachetées, à l'Agence Havas, premier groupe publicitaire français, contrôlé à 51% par l'Etat et actionnaire de *RTL*. Cela revenait à étatiser Hachette. C'est alors que l'Elysée serait intervenu : «*Pas question de donner des armes à ceux qui crieraient à l'étatisation de Hachette et des NMPP —qui distribuent la presse. Trouvez quelqu'un d'autre, M. Goldsmith* (propriétaire de *L'Express*, NDLR) *ou plutôt Matra.*» Le tour est joué, «Coucou, c'est moi!». Lagardère arrive et Matra acquiert plus de 30% des actions s'assurant ainsi la direction d'un groupe jusqu'alors détenu par Paribas.

Outre la constitution d'un groupe multi-média de taille internationale, l'ambition de l'Elysée et du pouvoir giscardien était de rassembler un groupe homogène dont il ait le contrôle politique. Hachette au capital dispersé chez les petits porteurs —excepté les 5% de Paribas— ne donnait pas les garanties nécessaires sous ce rapport.

Quant au choix giscardien en faveur de Lagardère, il a été motivé par le dynamisme du PDG, par les activités complémentaires de Matra (satellites, informatique, télématique et radio avec *Europe 1*), mais il tient aussi au fait que Lagardère ne peut rien refuser à l'Elysée. En effet, pour l'essentiel le chiffre d'affaires de Matra se réalise dans les ventes d'armes. Secteur étroitement dépendant de l'Etat. On dit par exemple qu'un important marché concernant la construction d'un missile a été récemment retiré à la SNIAS au profit de Matra.

Il ne s'agit pas de la première intervention de l'Elysée dans les affaires de Hachette. On se souvient que les prix des «*Livres de poche*» (détenus par Hachette) s'étaient vus bloqués peu après que *Le Point* (titre contrôlé par Hachette) ait critiqué P. Messmer alors premier ministre de Georges Pompidou. Et l'Elysée serait intervenu dit-on tout récemment pour s'opposer à la vente par Hachette du *Journal du Dimanche* à Jean-Charles Lignel (proche du PS), propriétaire du *Progrès de Lyon*.

Avec l'opération Matra-Hachette, vient de se constituer un groupe multimédia dont les activités vont du satellite de télévision au journal traditionnel en passant par la radio diffusion, les banques de données et la télématique. Non, l'information, ce n'est plus seulement du papier et de l'encre, c'est de moins en moins la presse écrite. Les rotatives laissent la place aux téléviseurs, aux ordinateurs et aux satellites. L'accès à ces média sera, bien entendu, barré par les énormes moyens financiers et techniques nécessaires à leur mise en œuvre.

Léon CLADEL

LES ENJEUX A VENIR

PREMIÈRE MANCHE : PUBLICIS

Mais la partie est loin d'être terminée, plusieurs manches vont se jouer très prochainement. Au cours de la première, se jouera le contrôle de «Publicis», en lice Havas et Matra, favori : Matra soutenu, dit-on, par l'Elysée.

La deuxième manche aura lieu autour de *RTL*. Quel est le groupe français qui renforcera sa position dans la *Radio Télévision luxembourgeoise?*

L'enjeu de la finale, disputée entre *Europe 1* et *RTL* sera la 4e chaîne de télévision qui verra la jour en 84 à la faveur du lancement du satellite franco-allemand *TDF 1*.

Publicis dont le principal actionnaire est Bleustein-Blanchet, se trouve lié à *Europe 1* (Matra) dans le cadre de leur filiale commune de publicité *Régie N° 1*. Mais Publicis travaille aussi avec Havas dont l'Etat est l'actionnaire majoritaire. *Europe 1* et Havas aimeraient bien s'offrir Publicis, d'autant plus que le PDG Bleustein-Blanchet n'est plus tout jeune et devra tôt ou tard passer la main. Havas avait racheté sans prévenir personne 10% des actions de Publicis en Bourse. Le PDG de Publicis a dû s'adresse à l'Elysée pour faire annuler cette vente. En contrepartie, «on» a conseillé à Publicis d'être plus conciliant avec Matra. Faites vos jeux.

Matra-Europe 1- Hachette d'un côté, Havas de l'autre vont régner sur le marché de l'audiovisuel et des nouvelles techniques de communication. Matra fabrique les terminaux d'ordinateurs, les visiophones, les annuaires électroniques et disposera désormais de la matière grise de Hachette (banques de données) films et expérience de journaux sur écran. Havas de son côté tient le monopole des annonces qui seront diffusées à l'occasion des expériences sur l'annuaire électronique.

DEUXIÈME MANCHE : RTL

Au cours de la deuxième manche, on va en découdre pour la participation au capital de *RTL* (première radio d'Europe...). Cette station appartient pour plus de 50% à la Banque Imbert de Bruxelles. Les parts restantes sont détenues par des groupes français.

Lagardère aurait l'intention de vendre la part de 8% que détenait Hachette à *RTL*. Qui va racheter ces 8%? On parle de Havas (l'Etat) qui détient déjà 28,5% de *RTL*, on parle de Paribas dont la participation dans *RTL* est de 10%. Edmond de Rothchild se laisserait bien tenter aussi, il vendrait les 5% qu'il détient dans Hachette et les investirait dans *RTL* dont il est administrateur. Pépé Dassault, CGE, Thomson seraient aussi sur les rangs.

FINALE : LA 4e CHAINE EN 85 POUR QUI?

Peu après l'annonce du contrôle de Hachette par Matra, on apprenait que la CLT (Société à capitaux belges qui contrôle *RTL*) venait de réserver un créneau dans la fusée Ariane afin de lancer son propre Satellite de télévision directe *RTL*. Une telle chaîne couvrirait le Bénélux, l'ouest de la RFA, le nord de la Suisse et toute la moitié nord de la France. La CLT a pris en même temps une option auprès de la NASA pour le lancement du même satellite. On n'est jamais trop prudent surtout quant il s'agit des profits de la publicité télévisée.

Avec l'acquisition de Hachette, Matra-Europe 1 a pris une sérieuse option pour la location du troisième canal de télévision ouvert en 1985 suite au lancement du satellite *TDF 1* par la fusée Ariane. Enjeu d'autant plus important qu'on chiffre en milliard le montant de la publicité qui pourrait être dégagé sur cette chaîne privée (La 4e).

Lagardère : un gagneur

Il construit un métro ultra moderne à Lille, se prépare à installer le même à Los-Angelès. En 1973, il gagne les 24 heures du Mans avec ses voitures de course. Venu de chez Dassault, il s'est spécialisé dans les missiles et s'est engouffré dans le marché ouvert par les Mirages.

Son groupe : 15 filiales, 11 branches. La branche militaire tient toujours la première place, vien ensuite l'espace avec la fabrication de satellites, l'automobile (aujourd'hui avec Peugeot), l'électronique auto avec Jaeger, Solex, les transports (métro de Lille), les télécommunications, les composants électroniques, le secteur contrôle et automatisme, l'informatique, les média : 16% en Europe, Quillet (Edition) et les *Dernières nouvelles d'Alsace*, plus Hachette. Le secteur communication fait 30% du groupe Hachette.

Les hommes du président

Xavier Gouyou-Beauchamps. Ancien porte-parole de l'Elysée; préside aux destinées de la Sofirad (société financière de radio) au moyen de laquelle le pouvoir règne d'une main de fer sur les radios de France.

Yves Cannac. Ancien secrétaire général de l'Elysée, il est PDG du groupe Havas (publicité) qui détient 28,5% du holding Audio-Fina qui dirige *RTL*.

Yves Sabouret. Le *M. Média* de Matra. Il dirigera le secteur presse de Hachette. Enarque, c'est l'ancien directeur de cabinet de Fontanet. Il fut

conseiller de Messmer (alors Premier ministre) et directeur de cabinet de Françoise Giroud. Candidat aux législatives de 73 comme suppléant de Pleven, il est conseiller général des Côtes-du-Nord. Il préside la Société de développement régional de la Bretagne.

Hachette aux pieds d'argile

Un empire qui va de l'édition à la télévision en passant par la distribution.

L'édition Hachette c'est Grasset, Fayard, Stock, Pauvert, Jullian, le Chêne, Historia (1 livre sur 5, 1,5 milliard de chiffre d'affaires). C'est la distribution des livres : 28% du marché et le contrôle des bibliothèques de gare. Dans la presse : c'est 13% des périodiques, *Elle, France Dimanche, Télé Sept jours, Moto Journal, Tennis Magazine, Parents, Le Journal de Mickey, Confidences*, etc. (1,4 milliard de chiffre d'affaires). Le contrôle de la distribution de la presse par le biais des Messageries (NMPP). Dans l'audiovisuel, Hachette s'est spécialisé dans le matériel scolaire, cassettes, films, diapos. Elle édite aussi un magazine d'information mensuel sur vidéo-cassette pour les Français de l'étranger. Une filiale TV dirigée par F. Rossif : Télé Hachette et Channel 80. A l'étranger Hachette dispose d'un réseau très dense de distribution et de 22 filiales.

Qui contrôle qui ?

Pierre Moussa. PDG de la Banque de Paris et des Pays-Bas, il est administrateur de Hachette dont il détient 10%. Il est aussi administrateur du Club Méditerranée, des Chargeurs réunis, de PUK et du holding qui contrôle *RTL*. Il est lié aussi à Thomson, atout majeur dans l'audiovisuel.

Jérome Seydoux. Le frère de Nicolas (Gaumont). PDG de Pricel et des Chargeurs réunis. Possède plus de 20% des actions du *Matin*.

Hersant. Ce monsieur qu'on appelle aussi *Herr Sang* à cause des activités auxquelles il se serait livré durant l'occupation, s'est taillé, notamment depuis 75, un véritable empire dans la presse écrite (avec la bénédiction de l'Elysée). Il contrôle 30 titres dont : *Le Figaro, l'Aurore, France-soir, l'Auto Journal, la pêche et les poissons; 10* autres magazines et 15 quotidiens de province.

Révillon. Parti de la fourrure, ce groupe s'est diversifié dans l'électronique (banques de données, Sonovision, ascenceurs OTIS). En rachetant les Editions mondiales de Delduca, il est devenu le N° 1 de la presse de cœur en France, avec *Télé Poche, Nous Deux, Intimité, Modes de Paris.*

Le groupe Amaury. Comprend le *Parisien libéré, l'Equipe.*

Filipacchi. Associé avec Matra dans le CA de Hachette : *Paris-Match, Lui, Play-boy, Salut, Pariscope, Photo, OK.*

L'empire Sofirad

Elle fut créée sous Vichy pour imposer une radio pro-allemande. Premier fleuron de la Société financière de radio, *Radio Monte-Carlo* émet sur le sud de la France mais couvre aussi l'Italie et le Maghreb. La Sofirad contrôle *Télé Monte-Carlo*, chaîne de TV en direction de l'Italie. Avec la Somera qu'elle détient à 55%, la Sofirad grâce à son émetteur de Chypre diffuse des émissions françaises vers le Moyen-Orient. 53,16% des actions de la Compagnie libanaise de télévision appartiennent à la Sofirad. Technisonor, qui produit des feuilletons et séries télévisées appartient aussi à cette pieuvre. Télé France-USA, chaîne de TV par cable en Amérique, c'est aussi la Sofirad. Cette société de radio détient même une participation dans la Gaumont. *Europe 1*, bien sûr, est contrôlé par la Sofirad qui détient 36% des actions. *Sud Radio* est propriété à 99% de la Sofirad et *RMC* à 80%.

Vidéotexte et Télétel

A Vélizy dans les Yvelines, sous le nom de *Télétel*, 2500 foyers seront équipés de vidéo-texte. Des experts étudieront l'impact de cette technique qui permet sur simple pression d'un clavier d'obtenir une foule de renseignements (météo, SNCF, etc) grâce à l'association ordinateur-téléphone-écran. Matra est associé à l'expérience pour la fourniture des terminaux...

C'est en Ille-et-Vilaine que Matra, associé à la DGT (Direction générale des télécommunications) va tester l'annuaire électronique sur 250 000 familles. Au moyen d'un petit écran posé à côté du téléphone, chacun pourra obtenir des renseignements téléphoniques n'importe où en France. Ce premier pas vers le vidéo texte est aussi un premier empiétement sur le fief de *Ouest-France* (Bretagne), dont le PDG s'inquiète de l'impact des télétextes sur la presse régionale.

Lagardère s'est payé les *Dernières nouvelles d'Alsace* pour y tester son matériel de télétexte. C'est dans l'Est que seront ultérieurement étendues les expériences *Télétel*. Les petites annonces et informations-services qui constituent 10 à 15% des recettes des quotidiens régionaux seraient raflées par le vidéo texte. Leur existence serait gravement menacée.