



La perte des droits de la Premier League tombe mal pour Canal+, qui signe un gros tiers de ses abonnements de novembre à janvier.

## La vague des places de marché va déferler sur la presse

**Les Guignols**, qui ont repris l'antenne en crypté sur Canal+ le 14 décembre, séduiront-ils à l'étranger, comme le souhaite Bolloré ? Le producteur de Canteloup, Jean-Marc Dumontet, est sceptique : « *Le ressort de l'humour d'actualité est très payant, mais difficile à exporter. Chapeau s'ils y parviennent !* »

Quatre journalistes d'**Europe1.fr** sont partis en novembre à la suite d'un virage dans la stratégie éditoriale. Europe1.fr resserre le traitement de l'actualité sur les contenus de l'antenne, ce qui change le travail au quotidien de la rédaction en ligne.

Paolo Scarfoglio Ferrara, financier et industriel italien proche des milieux de gauche, président de la Société Financière de Suisse Fund (SFI), négocierait actuellement le rachat du magazine **Causeur**, fondé par Elisabeth Lévy. Un premier pas dans la presse française.

Le groupe allemand **Prisma** va finir l'année 2015 avec un bénéfice net équivalent à celui de 2014, soit 20 millions d'euros. En revanche, les salariés verront leur participation baisser de 30%, à 0,65 mois de salaire.

C'EST LA DERNIÈRE COQUELUCHE des groupes de presse : les places de marché, ou *marketplaces*, ces espaces en ligne qui mettent le consommateur en relation avec les marques sans stocker les produits, s'appêtent à fleurir sur la Toile. Confrontés à la baisse de leurs ressources de diffusion et de publicité, les éditeurs en attendent des revenus



Thomas Sanson/AFIP

additionnels et des rentabilités vite acquises. « *Nous avons des projets sur ce sujet pour 2016* », assure le groupe Prisma, qui édite *Femme actuelle*, *Prima*, *Geo* ou *Capital*. Le groupe Mondadori France (*Biba*, *Grazia*, *Science & Vie*, *Closer*, *Télé Star*) ou le groupe Condé Nast (*Vogue*, *Vanity Fair*...) préparent aussi des places de marché en ligne rattachées à un ou plusieurs de leurs titres.

Editeur de *L'Equipe*, Amaury semble le plus avancé. Il mettra en ligne mi-janvier un projet d'envergure, considéré par sa présidente, **Marie-Odile Amaury**, comme un puissant relais de crois-

sance. « *Nous voulons devenir la marketplace de référence des articles de sport outdoor* », explique Emmanuel Alix, le directeur du pôle numérique de *L'Equipe*. Pour monétiser davantage ses 12 millions de visiteurs uniques mensuels sur le Web ou le mobile, Lequipe.fr proposera ainsi, dans un univers rédactionnel « *contextualisé* », quelque 250 000 produits signés des clubs de football, des skis, des vélos ou des raquettes de tennis plus ou moins haut de gamme. *L'Equipe* reversera au fournisseur le prix du produit diminué d'une commission de 15 à 20%. De quoi poursuivre sur le même rythme (+10% par an) la croissance du Web de *L'Equipe*, qui affiche déjà une rentabilité à deux chiffres et pèsera 30 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015.

Mais pour Pascal Chevalier, le patron de Reworld Media (*Be*, *Marie France*, *Gourmand*...), très porté vers le numérique, cette activité ne génère que de « *tout petits volumes d'affaires* ». « *Il faut être le moins cher ou vendre des produits qu'on ne trouve pas ailleurs* », selon lui, pour éviter d'être écrasé par les grands de la distribution en ligne Amazon, Go Sport ou Decathlon. ■

Au printemps, alors qu'il dirigeait Canal+, Rodolphe Belmer avait prié Delphine Ernotte de « *ne pas lui piquer Céline Pigalle* ». L'ex-patronne d'i-Télé est aujourd'hui pressentie pour diriger les rédactions de **France Télévisions**, sous les ordres de Michel Field.

Après l'espagnol, l'allemand et le portugais en 2015, **Groupe Cerise**, éditeur du féminin Ohmymag.com et du masculin Gentside.com, lancera ses sites en italien et en anglais en 2016.

Le groupe **Humanoid**, qui a relancé le site dédié à l'univers du numérique Numerama, franchira le million d'euros de chiffre d'affaires annuel (800 000 actuellement) en récupérant sa régie confiée à l'américain Purch.

Le **Prix de l'agence média de l'année France by OffreMedia**, parrainé par *Challenges*, aura lieu le 21 janvier à la Maison de la chimie à Paris. Le jury s'est réuni le 27 novembre au siège de *Challenges*.

## Vice Media nourrit de grandes ambitions en France

VICE MEDIA, DANS LEQUEL DISNEY VIENT D'INVESTIR 200 MILLIONS DE DOLLARS, ne cesse de grossir, notamment en France. Le groupe américain d'information pour jeunes, orienté vers le journalisme subjectif et la provocation, a lancé Motherboard, son site d'information « *tech* » à visage humain, le 8 décembre. Au menu, le récit d'un journaliste alimenté pendant une semaine de Soy-lent, la nourriture en poudre de demain. Ou le portrait de John Titor, un personnage légendaire d'Internet qui affirmait venir du futur.

Le créneau de l'actualité de l'innovation était à prendre aux côtés de l'américain Wired et du français Numerama. Vice s'est engouffré dans la brèche. « *Nous avons aussi lancé Munchies sur l'alimentation, i-D.com sur la mode ou Vice Sport : nous sommes les seuls sur ces créneaux* », explique le groupe, qui produit un magazine d'information quotidien pour France 4. Installée dans le XIX<sup>e</sup> arrondissement de Paris, la rédaction française de 90 salariés est déjà à l'étroit. Or Vice étudie « *le lancement d'une chaîne de télé en France* ». L. L.

Retrouvez la vie des médias par **Marc Baudriller** à 7h40 dans

**LA MATINALE DE GUILLAUME DURAND**



Fréquence Paris:101.1 FM