



Pour son projet de PSE supprimant 50 postes, la direction de *L'Equipe* a budgété une enveloppe allant jusqu'à 14 millions d'euros.

Les atours de M6 affolent ses prétendants

Obtenir le regroupement des chaînes d'infos, dont **LCl**, dans la numérotation des chaînes de la TNT est un dossier prioritaire pour Didier Casas, le nouveau secrétaire général de TF1. Un projet qui hérisse Altice (BFMTV). Le CSA vient d'achever sa consultation publique.

A partir du 11 février, **JCDecaux** teste à La Madeleine, près de Lille, Filtreo, sa nouvelle génération d'abribus dépolluant, avec toit végétalisé.

Banijay, holding commun de Stéphane Courbit et Vivendi, a annoncé en interne un plan social pour EndemolShine France. Issue du rachat en 2019 du géant mondial EndemolShine, l'entité passera de 75 à 30 salariés. Des directeurs d'unités et des salariés des fonctions support sont dans le viseur.

Kantar sort en avril un nouvel outil de mesure de publicité *display* intégrant les audiences sur téléphone mobile, ordinateur et vidéos – notamment sur YouTube.

Le CSA a prononcé une sanction à l'encontre de **RMC Découverte**, pour méconnaissance de son obligation de diffusion de documentaires, en 2015, 2016 et 2017. Montant dû : 80 000 euros.

Les as du secteur vont-ils jouer aux Reines du shopping, émission de M6 où les candidats s'arrachent les plus belles pièces pour se composer la panoplie parfaite? Une dépêche Reuters, le 29 janvier, dévoilant que Bertelsmann vendait ses 48% dans le groupe M6, a suffi pour affoler le marché. L'allemand en espère 3 milliards d'euros, et aurait



L. Marin/AFP

déjà sondé pléthore de prétendants : Vivendi, Altice, TF1, Daniel Kretinsky... Le groupe M6 a de beaux atours. Des chaînes rentables (W9, Gulli, Paris Première...), dont M6, deuxième chaîne commerciale, avec 32,5% de parts de marché publicitaire : « *Pas inutile dans un pays où la publicité télé pèse encore 28% des investissements* », pointe Hélène Coumes, experte à AlphaValue. Sa radio RTL, surtout, deuxième radio de France (12,7% de parts d'audience). Depuis son rachat en 2017, M6 en a fait une dynamo de synergies et de rentabilité, si chères à **Nicolas de Tavernost**, inoxy-

dable mais efficace patron, dont le mandat s'achève mi-2022. Il le rappelle encore ce week-end, en interne : les résultats 2020, publiés le 16 février, « *illustreront l'agilité du groupe pour traverser la crise sanitaire* ». Hélène Coumes cisele : « *Avant la pandémie, qui a impacté tous les diffuseurs, le groupe affichait sur 2015-2019 une rentabilité des capitaux investis de 21,5%, contre 14,4% pour le secteur.* » Beau bâton de maréchal que de vendre une maison en si bon ordre...

Malin, Tavernost le répète aussi depuis des mois : face aux Gafa, une consolidation tricolore s'impose. Pour l'heure, Vivendi semble le plus proactif. Il négocie déjà avec Bertelsmann le rachat de Prisma. Et dispose de 6 milliards d'euros de trésorerie. Pour Vincent Bolloré, son actionnaire majoritaire, qui rêve de s'offrir une radio, RTL est une aubaine alors que son offensive sur Lagardère et sa radio Europe 1, reste incertaine. L'affaire s'annonce rude. Pour Bolloré, comme les autres, la loi et l'Autorité de la concurrence imposeront un tri dans les actifs. Mais pour lui – peut-être plus que pour les autres –, l'Etat aura son mot à dire. ■

Re-Mind PHD, GroupM et Values, élues agences média de l'année

Courage, audace, confiance... Les lauréats du prix Agence Média de l'année d'Offremedia, dont *Challenges* est partenaire, voyaient décidément l'avenir en rose ce 28 janvier. « *Oui à l'optimisme*, a lâché Jean Muller, directeur général délégué de JCDecaux, lors de la remise des prix. *On peut espérer que 2021 soit l'année de la reprise.* » Re-Mind PHD (Omnicom) rafle en partie la mise : Agence média de l'année, prix de la Relation clients et des Contents/data. GroupM (WPP) reçoit pour la troisième année consécutive le prix

Groupe de l'année, et celui de la Stratégie. Côté trublions indépendants, Values.media et Goodangel Media se distinguent aussi. Enfin, Havas Group a reçu un prix spécial RSE.

Les agences montrent patte blanche, alors que la loi Climat menace de faire peser de nouvelles restrictions sur l'industrie. Entamées mi-janvier, les négociations s'accélérent entre ministères, annonceurs, médias et agences. Lors de la cérémonie, Magali Florens, vice-présidente de l'Udecam, a plaidé, sans surprise, pour l'autorégulation. ■

Renouvellement du **CSA** (suite). Gérard Larcher souhaitait nommer la sénatrice Catherine Morin-Desailly comme conseillère pour succéder à Nicolas Curien. Mais l'ex-présidente de la commission des Affaires culturelles aurait de facto été empêchée de voter sur les sujets liés à l'audiovisuel public.

Les nouvelles obligations de production pesant sur les plateformes n'étant toujours pas pleinement opérationnelles, la **SACD** s'impatiente, faisant remarquer que « *chaque trimestre qui passe, c'est 50 millions d'euros que la création ne perçoit pas* ».

Le **prix du Livre européen 2020** n'ayant pas été remis pour cause de confinement en Belgique au Slovaque Pavol Rankov, Jacques Delors, président d'honneur, et Pascal Lamy, qui préside le comité de parrainage, le remettront lors de l'édition suivante, le 8 décembre prochain.

Retrouvez la chronique économique de **Gilles Fontaine**

Le samedi à 7h10 dans LE 6/9 d'ERIC DELVAUX



Fréquence Paris : 87,8 MHz