

Bataille des médias: Philippe Hersant sort du silence

LÉMAN BLEU Alors que la Ville de Genève préfère l'offre de l'éditeur romand Edipresse, le Français se lance enfin dans la bagarre à visage découvert.

Décodage et interview exclusive.

Par Roland Rossier.

Jusqu'à aujourd'hui, Philippe Hersant avait tout du sphinx. Héritier d'un groupe de presse, jadis le plus puissant de France, fondé par son père Robert disparu en 1996, il n'avait encore jamais donné une seule interview à la presse écrite. Même pas en France. Après avoir racheté des journaux dans trois cantons romands, il lorgne en direction de Léman Bleu, la TV locale genevoise majoritairement – mais indirectement – contrôlée par la Ville de Genève. Avec, comme allié d'occasion, le régisseur genevois Stéphane Barbier-Mueller, il entend être l'un des principaux actionnaires de la chaîne. Mais Edipresse lui barre la route: son objectif est de créer un réseau romand de TV locales.

Les deux éditeurs s'étripent. Chacun s'est déjà choisi une robe noire: M^e Dominique Warluzel pour Edipresse; M^e Christian Lüscher, de l'étude Poncet, pour le tandem Hersant/Barbier-Mueller. Deux brillants avocats du cru. Les couteaux sont donc sortis des fourreaux pour contrôler Léman Bleu. L'enjeu va bien au-delà de la domination commerciale d'un émetteur dont l'audience est certes honorable – 22 500 téléspectateurs par jour, selon ses propres affirmations – mais tout de même confidentielle en regard du potentiel: avec la couronne française et le district de Nyon, un bassin de population d'environ 800 000 habitants.

Si les éditeurs de presse écrite s'intéressent pareillement à la TV, c'est aus-

si parce qu'une partie de la publicité se transfère vers ce média. Et enfin, parce qu'à l'horizon de 2007, si tout se déroule comme prévu – les Chambres fédérales doivent encore se pencher sur cette question – une partie de la redevance de la SSR pourrait nourrir une douzaine de TV locales, dont trois ou quatre en Suisse romande. Genève est donc assurée d'en avoir une.

L'enjeu est aussi important sur un autre front, celui de la presse gratuite. Le groupe zurichois Tamedia, qui publie *20 Minuten* en Suisse alémanique, est en pourparlers avec Edipresse pour envisager un lancement en Suisse romande. Edipresse n'a jamais caché, précise son directeur général Tibère Adler, préparer un gratuit le jour où un concurrent voudrait chasser sur ses terres. Or, l'éditeur Hersant bénéficie déjà d'une forte expérience dans ce segment du marché...

De son côté, la bataille pour contrôler Léman Bleu s'annonce ardue. Le prochain épisode devrait se dérouler mardi 7 juin prochain, dans l'arène politique. Le Conseil municipal de la Ville de Genève doit discuter du sujet.

Edipresse a un avantage de taille: il est bien implanté, affiche la transparence en raison de sa cotation en Bourse. Mais sa puissance en Suisse romande, et dans l'arc lémanique en particulier, constitue aussi un handicap. Ses adversaires lui reprochent son appétit, sa position trop dominante à leur goût. Face à la

Comco (Commission de la concurrence), l'éditeur vaudois doit marcher comme un chat sur du velours, toutes griffes rentrées. En face, Philippe Hersant veut se faire un prénom en Suisse romande. Il réside à Genève, travaille à Nyon. Ses affaires helvétiques restent modestes en regard du groupe France-Antilles, dont il est actionnaire avec douze membres de sa famille.

Costume beige passe-muraille, air crispé: pour entrer dans le capital de Léman Bleu, il a été contraint à pratiquer un exercice qu'il semble abhorrer: parler avec un journaliste, en présence d'un photographe.

Pourquoi vous intéressez-vous à Léman Bleu?

Pour moi, c'est un prolongement naturel de mes activités d'éditeur suisse.

Mais c'est la première fois de votre vie que vous donnez une interview à la presse écrite. Pourquoi?

Nous devons répondre aux attaques malhonnêtes dont nous avons fait l'objet.

Vous détestez apparaître en public?

Pour trois raisons. L'expérience professionnelle que j'ai vécue aux côtés de mon père, était marquée par l'habitude de ne jamais répondre aux interviews et aux articles de presse quelles qu'en soient les provenances. Cela me convenait bien et cela correspond à mon tempérament. Enfin,



par souci de préserver ma vie privée, ce qui n'est malheureusement plus toujours le cas. Dans nos métiers, la limite entre vie professionnelle et vie privée est difficile à établir. En ce qui me concerne, elle existe et elle est réellement infranchissable.

Vous êtes aussi avare en chiffres...

Notre groupe n'étant pas coté en Bourse, nous n'avons aucune obligation formelle de publier nos résultats. Mais nos comptes sont largement bénéficiaires et sont certifiés conformes par de grands cabinets.

Mais pourquoi ne pas fournir au moins des documents sur l'organisation de votre groupe?

Je sais que l'absence de communication donne matière aux journalistes à broder sur «la nébuleuse Hersant». Je précise simplement qu'il s'agit dans le cas de Léman Bleu d'un investissement personnel, patrimonial, qui n'a strictement rien à voir avec mes activités d'actionnaire de référence du groupe France-Antilles. Ce sont deux choses différentes. Et mes activités d'éditeur, en Suisse, de presse de proximité, sont également distinctes du groupe France-Antilles. Je suis le seul actionnaire de mes sociétés en Suisse. En France, je ne suis qu'un des 13 actionnaires du groupe France-Antilles. Les 12 autres sont des membres de ma famille, au sens large.

Mais vous les représentez?

Je suis président du conseil de surveillance de France-Antilles, l'équivalent d'un président de conseil d'administration en Suisse. Je ne m'occupe pas de l'opérationnel, mais de la stratégie

C'est la première fois que vous vous intéressez à la télévision?

Non, nous sommes présents dans une TV locale en Martinique depuis de très nombreuses années, et nous sommes impliqués dans une TV locale (Canal 32) dans une ville de moyenne importance, Troyes (département de l'Aube).

Et les villes de taille comparable à Genève?

Nous nous y intéressons en France. Pendant longtemps, peu d'éditeurs français ont cru à la TV locale. Les investissements étaient importants, les déficits réguliers – de l'ordre de 2 à 3 millions d'euros par an. Sachant que la loi interdisait à la grande distribution – l'un des principaux annonceurs de la presse – de passer

des spots sur les TV locales, les éditeurs ne s'y sont pas intéressés. Mais la loi a changé et les éditeurs veulent désormais éviter que les TV locales viennent empiéter sur le marché de la publicité locale, qui représente en France environ 50% des revenus d'un éditeur.

Où êtes-vous en lice?

Nous étions candidats à Marseille, mais la concession ne nous a pas été accordée. Une fréquence nous a été récemment attribuée à Grenoble. Elle doit démarrer en octobre prochain.

Et Lyon?

Lyon fait partie des villes qui devraient faire l'objet d'un appel à candidatures en 2006.

Sur les 5000 salariés du groupe France-Antilles, 600 travaillent à Lyon. C'est votre plus important pôle?

Notre siège social reste à Paris. Mais, les cadres dirigeants du groupe France-Antilles se sont installés à Lyon, dans les locaux de la Comareg.

La Comareg est le numéro un de la presse gratuite en France. En Suisse, le gratuit «20 Minuten», édité par le groupe zurichois Tamedia, s'intéresse à la Suisse romande. Vous êtes sur les rangs?

Vous faites un parallèle audacieux. La Comareg regroupe une presse hebdomadaire de petites annonces sans contenu rédactionnel. Cela n'a rien à voir avec *20 Minuten* ou *Metro*, qui sont des quotidiens et qui ont un contenu rédactionnel.

Ajouter du contenu, c'est facilement réalisable, non?

Il est vrai que, sur l'agglomération parisienne où notre hebdomadaire *Paru Vendutire* à 600 000 exemplaires, nous avons introduit du contenu rédactionnel tourné vers les loisirs, les bonnes adresses, les bons plans...

Lyon, Grenoble, la Suisse romande. Vous réfléchissez en termes de région?

Des passerelles peuvent être établies entre Léman Bleu et d'autres chaînes. Certainement avec TV8 Mont-Blanc, dans laquelle nous ne sommes pas «capitalistiquement» impliqués, peut-être avec Grenoble. Les directeurs des programmes respectivement de TV8 Mont-Blanc et de Léman Bleu avaient établi une liste de sujets qui pouvaient intéresser le public de part et d'autre de la frontière.

Léman Bleu a perdu 50 000 francs en 2003 et près de 340 000 francs en 2004. Pourquoi investir dans une société déficitaire?

L'ALLIÉ GENEVOIS



Administrateur de Pilet & Renaud SA, le Genevois Stéphane Barbier-Mueller se risque, à 47 ans, dans le monde de la TV.

Pourquoi cet intérêt? Le régisseur genevois se définit comme un «partenaire d'occasion» de Philippe Hersant. «Nous ne sommes pas partis ensemble, nous sommes partis chacun de notre côté. Je suis sans doute l'un des seuls protagonistes de cette affaire à regarder régulièrement Léman Bleu. Jusque il y a deux ans, sa qualité laissait à désirer, mais l'équipe qui est en place, sous la direction de Michel Chevrolet, fait du bon travail. Les responsables de la chaîne ont des idées mais, pour les réaliser, il leur faut des moyens qu'ils n'ont pas car aujourd'hui ils travaillent avec des bouts de bois. Je me suis aperçu que les échos étaient donc de plus en plus positifs. A mon sens, cette TV locale a peut-être vécu ses dix plus mauvaises années et elle entre dans une phase très positive.» Le régisseur rencontre Philippe Hersant: «Dès l'instant où nous nous sommes vus, nous avons décidé de participer à un projet plus ambitieux».

Les deux investisseurs veulent injecter 1,2 million dans la chaîne. Stéphane Barbier-Mueller est-il motivé pour des raisons politiques? «Non. Je le fais à titre personnel. Par tradition familiale, je suis inscrit au Parti libéral genevois. Mais les dirigeants du parti seraient sans doute étonnés de l'apprendre car je ne me rends pratiquement jamais aux assemblées. Je m'intéresse à investir dans des sociétés en difficulté ou en création, qui ont un avenir. En 1989, j'avais soutenu aux côtés de l'entrepreneur Luc Perret un club de football alors en faillite, Etoile Carouge.» I

La TV locale est devenue moins chère. Nous prôtons un schéma de diffusion en boucle dont la production en propre est d'une durée limitée (sans commune mesure avec les télévisions généralistes). Avant 2003, Léman Bleu était rentable. La chaîne possède un réel potentiel publicitaire.

En Suisse, les TV locales pourraient aussi recevoir, dans un futur proche, une partie de la redevance reçue par la SSR. Combien pour Léman Bleu?

Cette question doit encore être traitée aux Chambres fédérales. Il semble que Genève puisse prétendre à être retenue parmi les douze promises. Léman Bleu peut être cette chaîne. Quant au montant, il pourrait se situer autour de 1 million par an. Mais nous ne misons pas sur cet apport de recettes. Nous misons sur la poursuite de la progression de son audience, le rétablissement de la confiance auprès des annonceurs et sur le développement d'une action commerciale à la hauteur de nos ambitions.

Vous éditez «L'Express» et «l'Impartial» à Neuchâtel, «La Côte» à Nyon. Aujourd'hui, vous vous intéressez à Léman Bleu

à Genève. Pourquoi cet intérêt pour la Suisse romande? Et comment s'y déroulent vos affaires?

Un jour, en discutant avec d'autres éditeurs, j'ai découvert que la spécificité de la presse locale suisse, c'est l'importance de sa diffusion par abonnements. *La Côte* est distribuée à domicile dans une proportion supérieure à 95%. Cette fidélité, pour ne pas dire cette captivité du lectorat, n'existe pas chez nous. En France, les journaux les plus performants arrivent à 40% ou 50% d'abonnements postal ou de portage. Le Français achète son quotidien au kiosque. Mais deux tiers des lecteurs n'achètent pas plus de trois fois par semaine leur journal. Le lectorat est donc très volatil sauf au nord et à l'est de la France, où le portage est très ancré dans les habitudes. J'ai aussi été frappé par le grand nombre de journaux en Suisse rapportés à la population et par leur taux élevé de pénétration ainsi que par une plus forte présence des annonceurs. Enfin, le niveau de rentabilité des journaux suisses – c'est moins vrai depuis

HERSANT EN CHIFFRES

En Suisse, Philippe Hersant contrôle: *La Côte* (Nyon). *L'Express* (Neuchâtel), *l'Impartial* (La Chaux-de-Fonds), *Arc-Hebdo* (Jura), le *Journal de Cossonay* (Vaud) et *l'Echo rollois et aubonnois* (Vaud).



Philippe Hersant et Stéphane Barbier-Mueller ont racheté la société **Force Promotion SA** (gestion publicitaire de Léman Bleu). France-Antilles participe au lancement en octobre d'une TV locale à Grenoble.

En France, Philippe Hersant préside le Conseil de Surveillance du groupe familial.

Chiffre d'affaires 2004: 605 millions d'euros (environ 900 millions).

Effectif: 5000 collaborateurs.

Chiffre d'affaires en Suisse: 35 millions d'euros (environ 52 millions).

Effectif en Suisse: 250 collaborateurs.

l'Hebdo

Un rendez-vous exceptionnel!

Mercredi 8 juin, dès 16 h 30
Auditoire CO2, EPFL, entrée libre

- **16 h 45** *Les machines de Jules Verne et le mythe de Dédale ou l'ingénieur, la machine et le sort des hommes.*
Conférence de Gérard Chazal, professeur à l'Université de Bourgogne.
- **17 h 30** *Einstein a-t-il assassiné Jules Verne?*
Conférence-spectacle de Daniel Raichvarg, professeur à l'Université de Bourgogne.
- **18 h 30** *La science-fiction a-t-elle une influence sur le développement de la société?*
Débat public animé par David Spring, journaliste à l'Hebdo.
- **19 h** Apéritif et présentation par la librairie La Fontaine d'une sélection de livres autour de Jules Verne ainsi que de quelques ouvrages des conférenciers.
- **20 h** *Les Très Extraordinaires Aventures de Saturnin Farandoul* de Marcel Fabre. Film à gags réalisé en 1914.

Programme détaillé en ligne: <http://library.epfl.ch>

JULES VERNE À L'EPFL

EDIPRESSE EN CHIFFRES

En Suisse, le groupe Edipresse contrôle notamment: **Le Matin** et **Le Matin Dimanche, 24 Heures** (Lausanne), **Tribune de Genève**, environ 40% du **Temps** (Genève), les bihebdomadaires **Journal de Morges** et **La Broye**, les gratuits **Lausanne-Cités**, **Genève Home Information** et **Presse Hebdo**.



Activités liées à la TV: dans le capital de **Point Prod SA**, **Ecran Pub & Prod SA**, **Thema Développement SAS** (Paris) et le projet de future chaîne cantonale vaudoise **Vaud TV**.

Chiffre d'affaires 2004: 862 millions.

Effectif: 3700 collaborateurs.

Chiffre d'affaires en Suisse: 480 millions.

Effectif en Suisse: 1700 collaborateurs.

deux à trois ans – est deux, voire trois fois plus important qu'en France, pour des produits de presse similaires.

Rentabilité? Par rapport à quels critères?

Je parle du rapport entre résultat d'exploitation et chiffre d'affaires. En France, les journaux qui réalisent 3 ou 4% s'estiment déjà contents, alors qu'en Suisse on arrive à réaliser 10 ou 12%, quand ce n'est pas davantage. C'est important, même si les journaux anglais arrivent à des taux de rentabilité de 14 à 16%. Le marché helvétique me semblait donc très attractif. J'ai regardé la carte de la Suisse...

De tout le pays?

Non, de la Suisse romande, pour l'heure, parce que je peine beaucoup avec la langue allemande. Je me suis ensuite rendu compte que les options de développement étaient très limitées, du fait de l'existence d'un quasi-monopole d'Edipresse.

Vous connaissiez la Suisse, sur le plan privé?

J'ai commencé à skier à Crans-Montana vers l'âge de cinq ans. Je m'y

suis ensuite rendu régulièrement en famille, aux vacances de Noël et de Pâques, jusqu'à l'âge de 12 à 13 ans.

Vous résidez à Genève. Vous êtes au bénéfice d'un forfait fiscal?

Je suis résident suisse depuis l'été 2003. J'y vis de manière permanente, avec ma femme et mes deux fils. Je suis au bénéfice d'un permis, donc je paie mes impôts en Suisse. Cela me semble largement suffisant en termes de vie privée.

Vous êtes très discret. J'ai aussi remarqué que, tout à l'heure, vous avez remis votre veste pour la photo. Pourquoi? Par souci de l'image?

Je ne l'aurais pas enlevée si le photographe était entré en même temps que vous. Je suis quelqu'un qui considère que la tenue a son importance, c'est tout.

Vous riez. Il est rare de vous voir rire...

Vous avez raison. Mais, de fait, les situations professionnelles dans lesquelles je ris et je souris sont finalement relativement rares. Et je note que «la presse du monopole» me préfère avec une mine triste. Cela doit sans doute servir leurs causes... |

5 par jour est un projet commun de Promotion Santé Suisse, de l'Office fédéral de la santé publique et de la Ligue suisse contre le cancer.



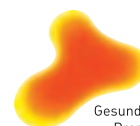
*Yves, 33 ans

Rosemarie, 75 ans*

5 par jour, ça conserve!

*Rosemarie et Yves respirent la fraîcheur, jour après jour. Grâce à Promotion Santé Suisse, ils profitent du projet «5 par jour», comme d'innombrables autres personnes. Les fruits et les légumes favorisent le poids sain.

Ensemble, pour le mieux-être. www.5parjour.ch et www.promotionsante.ch



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera