

Rossel investit dans « 20 minutes »

MÉDIAS But : consolider le quotidien gratuit

Le premier quotidien français *20 Minutes* a confirmé lundi l'entrée à son capital du groupe de médias belge Rossel (*Le Soir*, *Sud Presse*...), qui vient d'obtenir l'autorisation de l'Autorité française de la concurrence pour racheter les 49,3 % détenus par le norvégien Schibsted.

« Suite à la réception de l'avis de l'Autorité de la concurrence, les groupes Rossel et Schibsted ont pu ce jeudi 7 janvier 2016, confirmer et officialiser leurs accords de cession, pour lesquels ils avaient déjà recueilli l'avis favorable des représentants du personnel de la société », explique le communiqué, daté de lundi.

Le montant de la transaction n'est pas divulgué.

Schibsted avait annoncé en mai être entré en négociations avec Rossel pour lui céder sa part de 49,3 % dans le quotidien gratuit. Les deux groupes avaient alors pour objectif de clore la transaction en octobre.

Le groupe norvégien, qui avait lancé *20 Minutes* en France en 2002 en association avec le groupe Sipa-Ouest France, se concentre de plus en plus sur son activité juteuse des petites annonces en ligne – avec notamment *leboncoin.fr* en France – aux dépens de son activité médias, qui souffre de la chute des recettes publicitaires.

Rossel, qui contrôle, entre autres, le journal *Le Soir* et *Sud-presse* et le journal régional français *La Voix du Nord*, est égale-

ment en Belgique l'éditeur de *Metro*, le seul quotidien gratuit du pays.

Le groupe belge a aussi acquis en 2013 les activités de presse quotidienne régionale du groupe Hersant Médias dans les régions Champagne-Ardenne et Picardie

(*L'Union-L'Ardennais*, *L'Est Éclair*, *Libération Champagne*).

« Ce partenariat de deux acteurs importants de la PQR (presse quotidienne régionale, NDLR) française a pour objectif de consolider encore le leadership de *20 Minutes* sur le marché de l'information », affirme le communiqué.

Le groupe Sipa-Ouest-France détient toujours 49,3 % de *20 Minutes*, le solde étant constitué notamment d'actions autodétenues.

Premier quotidien gratuit de France

Premier quotidien gratuit de France devant *Direct Matin* (groupe Bolloré) en termes de diffusion, *20 Minutes* est repassé dans le vert en 2014, en compensant ses dépenses pour compenser une baisse de ses recettes. Il a dégagé un résultat d'exploitation de 0,9 million d'euros, pour un chiffre d'affaires de 46,5 millions d'euros. Lu chaque jour par « 3,9 millions de jeunes actifs urbains », il est également très présent sur internet et téléphone mobile, avec « plus de 60 % » de son audience en numérique, a souligné *20 Minutes* dans un communiqué. (b, afp) ■