

21.02.2006 - 10:58 Uhr

PWC Étude "Media Insights": La branche des médias ne cesse de fusionner et d'entreprendre

Zurich (ots) -

Les fusions et reprises dans la branche des médias ne cesseront de s'accroître dans le monde cette année aussi. C'est ce que rapporte la dernière édition de l'étude "Media Insights" de PricewaterhouseCoopers. Le nombre des transactions s'est élevé à 156 en 2005, soit une augmentation de 61 % par rapport à 2004 (97 transactions). Le montant total de ces transactions a lui aussi progressé, à savoir de 52 % pour passer à 24,7 milliards d'euros, contre 16,3 milliards en 2004. Le nombre de grandes transactions est resté pratiquement inchangé l'an dernier par rapport à 2004. En 2005, on a relevé 10 transactions pour un montant d'au moins 500 millions d'euros contre 8 en 2004.

En Europe continentale, le nombre des transactions a progressé de façon marquante l'an dernier pour s'établir à 89 (2004: 54 transactions). Par conséquent, le volume global des transactions s'est lui aussi accru pour atteindre 16,5 milliards d'euros (2004: 8 milliards d'euros). L'Australie, et non les États-Unis comme on s'y attendait, a pris la tête en Europe parmi les nations acquéreurs non européennes. Capital Alliance Group (MCAG) a repris Yellow Brick Road pour 1,8 milliard d'euros, l'entreprise danoise TDC Forlag pour 650 millions d'euros et BBC Broadcast pour 250 millions d'euros. En 2005, seules quinze avancées transatlantiques d'acheteurs américains en Europe ont eu lieu et seulement cinq de ces transactions ont dépassé les 100 millions d'euros.

Le nombre des transactions en Grande-Bretagne est remonté à 67 dans le courant de l'année 2005 (2004: 43), mais le volume total de ces transactions est resté modeste, à raison de 8,2 milliards d'euros. En 2005, la transaction la plus importante de la branche des médias dans laquelle une entreprise britannique a fait l'objet d'une acquisition a été le rachat par l'entreprise de médias T&F Informa de IIR Holdings Ltd, organisateur de séminaires et manifestations se trouvant en mains privées, pour un montant de 1,1 milliard d'euros.

Fusions animées dans le secteur radio-TV

Le secteur radio-TV a évincé la branche de l'édition comme segment le plus actif en matière de fusions et reprises au sein de la branche européenne des médias. Les transactions dans le domaine des nouveaux médias radio-télévision - télévision numérique, radio et téléphonie mobile 3G - ont reflété l'accroissement de la fragmentation du public traditionnel radio-TV. Les entreprises de radio et de télévision recherchent de plus en plus des acquisitions dans le segment "médias alternatifs" pour garantir l'approvisionnement de leur marché de masse et se prémunir contre des recettes publicitaires en régression. Un exemple en est la reprise de Friends Reunited par ITV. De même, les investisseurs en Private Equity sont actifs dans ce secteur comme en témoigne l'acquisition de SBS par Permira pour un montant de 1,9 milliard d'euros.

Le secteur de l'édition, tant traditionnel que B2B, se sent toujours menacé par le secteur on-line. Afin de lutter, au moins en partie, contre ce problème, les éditeurs traditionnels ont acheté des sites Internet, et ce dans l'intention de garantir les recettes des principales formes publicitaires (notamment les petites annonces).

Citons notamment l'achat de primelocation.com par Daily Mail General Trust ainsi que l'acquisition de Propertyfinder.com par News Corporation. Philipp Hofstetter, associé Audit chez PricewaterhouseCoopers Suisse, explique ceci: "Comme nous le supposions au départ, 2005 a été une année réussie pour les fusions et reprises dans la branche des médias. La croissance a été soutenue tout au long de l'année. Les investisseurs en Private Equity se sont de plus en plus sentis à leur aise dans l'environnement radio-TV et il semblerait que 2006 aille dans le même sens."

La rapide progression de la publicité on-line

L'explosion des dépenses de publicité on-line s'accompagne d'une croissance exponentielle de l'utilisation de la large bande en Europe. Cela contraint la branche des services de marketing à mettre de manière aussi avantageuse que possible au service de la clientèle les canaux online en plein développement. L'objectif ainsi que l'exigence d'offrir des prestations globales complètes ont entraîné toute une série d'acquisitions de niche. Aegis, qui vient récemment de reprendre Kirowski, première agence de Hongrie pour la communication numérique, est sur le point de réunir cette entreprise ainsi que d'autres acquisitions sous une même bannière pour construire un réseau mondial de prestations de service marketing numériques.

Prévisions pour l'année 2006:

- L'activité marquée du deuxième semestre 2005 a libéré la scène pour d'autres transactions dans le courant de cette année. Les agences de services de marketing, dans leur effort d'offrir des services numériques globaux, procéderont à d'autres acquisitions dans le domaine des agences Pure-Play numériques.
- La consolidation à laquelle on a assisté en 2005 sur le marché intérieur se poursuivra à l'échelle européenne dans le courant de 2006.
- Comme en 2004 déjà, les entreprises de Private Equity ont réalisé l'une des plus importantes transactions en 2005. Il en ira ainsi également en 2006, et pas seulement dans le secteur de l'édition mais également pour la radio et la télévision, les médias numériques et les modèles d'affaires créatifs.
- Du fait de la croissance du marché ininterrompue depuis trois ans et qui n'est pas encore prête de s'achever, PricewaterhouseCoopers prévoit pour 2006 un accroissement du nombre des transactions à environ 170 au total et à un volume global de l'ordre de 30 milliards d'euros.

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.ch)

S'appuyant sur le savoir-faire en réseau et l'expérience d'environ 130'000 collaborateurs dans 148 pays, PricewaterhouseCoopers (www.pwc.ch) offre à des entreprises qui sont des leaders internationaux ou locaux dans leur domaine, ainsi qu'à des entreprises du secteur public, une gamme complète de services d'audit et de conseil. Une connaissance spécialisée des secteurs d'industrie et des divers marchés permet à nos collaborateurs travaillant en Suisse d'adapter le conseil aux besoins individuels de nos clients et notamment des PME. L'éventail des prestations de service comprend l'audit, le conseil juridique et fiscal et le conseil économique.

Contact:

Philipp Hofstetter
Associé, Audit
E-Mail: philipp.hofstetter@ch.pwc.com

Claudia Steiger
PricewaterhouseCoopers
Public Relations
E-Mail: claudia.steiger@ch.pwc.com

L'étude "Media Insights" peut être obtenue sous forme de fichier pdf auprès de Claudia Steiger.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100504749> abgerufen werden.