Comment Bolloré et Vivendi vont (enfin) avaler Lagardère

16/09/2021 à 15h39



C'est une surprise pour personne. Sauf peut-être encore pour la proie, Arnaud Lagardère, qui ne pensait pas se retrouver aussi vite entre les serres de Vincent Bolloré. Alors qu'il avait obtenu cet été un mandant de président de son propre groupe pour une durée de 6 ans, l'héritier âgé aujourd'hui de 60 ans voit son avenir s'obscurcir. Mercredi soir, les principaux actionnaires de son groupe se sont entendus pour que Vivendi rachète à Amber Capital ses actions. Avec à la clé, une offre publique d'achat quasi automatique signifiant la fin d'un feuilleton capitalistique qui aura tenu en haleine le tout-Paris des affaires pendant plus de trois ans.

(…)

Sous réserve de questions réglementaires, Vivendi pourrait donc d'ici l'échéance qu'il a communiquée au marché, à savoir décembre 2022, avaler tout ce qu'il reste de l'empire Lagardère : son pilier dans l'édition (Hachette) qui pèse 54% du chiffre d'affaires du groupe, sa branche dite de "Travel Retail", un réseau de boutiques dans les gares et les aéroports (Relay), 40% du chiffre d'affaires, et ses médias donc (*Le Journal du Dimanche*, *Paris Match*, Europe1…), très peu pourvoyeurs de cash mais hautement sensibles.

Vivendi, déjà très présent dans l'édition et les médias, va devoir passer sous les fourches caudines de l'autorité de la

concurrence pour mener à bien l'opération. Le premier point de crispation risque de se situer sur l'édition où Vivendi est déjà un poids lourd du secteur avec Editis, qui détient notamment les maisons Nathan, Robert Laffont ou Plon.

Dans les médias, c'est le Conseil supérieur de l'audiovisuel qui va devoir également regarder le dossier, alors que la fusion TF1-M6 chamboule déjà le paysage audiovisuel français, rebattant les cartes des chaînes sur la TNT. Enfin, il faudra que Vivendi se positionne sur le dernier actif d'envergure de Lagardère, le "travel retail", qui n'entre pas vraiment dans le périmètre de Vivendi, recentré quasi exclusivement sur le divertissement (Gameloft), la communication (Havas) et les médias. Que viendront faire les magasins Relay dans cet ensemble ? Il y a fort à parier que Vincent Bolloré a déjà sa petite idée sur la question.

lexpansion.lexpress.fr