

COVID-19 : QUELS SONT LES ENJEUX DES TRANSFORMATIONS ET RESTRUCTURATIONS DES ENTREPRISES MÉDIATIQUES ?

*par Pierre-Alain Bouhenic, avocat associé, et Thibaut Lefort, avocat,
Brown Rudnick*



Pierre-Alain Bouhenic



Thibaut Lefort

Le secteur, ou plutôt les secteurs des médias, traversent depuis quelques années, pour certains en tous les cas, une phase de transition de leurs modèles économiques. Cette dernière a connu, au cours des derniers mois, un bouleversement sans précédent sous l'influence de l'épidémie de Covid-19 et de ses conséquences sur la conjoncture économique et les habitudes de consommation.

En effet, la période de la Covid a été un accélérateur de ces mutations et a révélé un besoin de transition de ces secteurs. Cette période a également précipité la fin de certains modèles et rendu nécessaire, pour une part significative des acteurs, le rapprochement avec les plateformes développant des technologies de pointe, mais qui ne parvenaient pas encore à s'imposer sur leur marché.

La presse écrite fortement affectée

D'un point de vue sectoriel, la première industrie affectée par cette mutation est probablement celle de la presse papier (magazines, PQR, PHR, PQD et surtout journaux gratuits) qui a initié, il y a maintenant de longues années, une phase de transition numérique rendue nécessaire par le fait que les lecteurs veulent une information plus « instantanée » et que les annonceurs recherchent plus d'acuité et un ciblage plus « efficace » pour les supports qu'ils utilisent.

Bien que beaucoup d'acteurs n'aient pas encore trouvé l'équation économique et technique qui permette un passage pertinent des titres vers le tout digital, la phase de confinement a accéléré l'augmentation des abonnements sur la toile et la diminution des ventes papier.

Il ne s'agit que de l'accélération d'une tendance déjà amorcée depuis plusieurs années (qui se manifestait par une diminution régulière des abonnements papier et des ventes en kiosque) et qui s'est concrètement traduite par le dépôt de bilan de Presstalis, premier distributeur français de la presse quotidienne et magazine, jusqu'alors détenue conjointement par les coopératives des presses magazines et des presses quotidiennes.

La défaillance de Presstalis (l'ouverture d'une procédure de redressement judiciaire à son encontre, la reprise très partielle de son activité en plan de cession par la seule coopérative des quotidiens puis sa liquidation judiciaire), a eu un impact sur l'ensemble de la filière de la distribution de la presse française.

Parallèlement, un certain nombre de titres de presse ont, avant et après la crise sanitaire, fait l'objet de procédures, pour certaines judiciaires et pour d'autres amiables, et sont passés par une restructuration profonde de leur activité, rendue complexe par les spécificités juridiques attachées à cette industrie.

Le monde de la presse reste encore dans une situation de grande fragilité économique et peine pour certains acteurs à trouver un modèle compatible avec leurs contraintes économiques.

La télévision en pleine mutation

Dans le même temps et paradoxalement, le secteur de la télévision – notamment des Pay-TV (dont les abonnements étaient en décroissance avant la crise sanitaire) – a bénéficié d'un coup de boost sous l'effet de cette crise, mais qui peut être perçu comme conjoncturel, en lien avec la période de confinement. Cette idée est renforcée par la montée en puissance de plateformes dédiées, clairement concurrentes du modèle Pay-TV.

Par ailleurs, ce regain d'intérêt ne doit pas dissimuler l'importance des réorganisations très profondes au sein de ces sociétés, ainsi que les besoins d'investissements importants qui doivent être mis en œuvre, et dont certains – même si ce n'est pas leur objet – ont pu être financés, partiellement en tous les cas, par des PGE.

Fortes inquiétudes de l'industrie cinématographique

Enfin, la distribution cinématographique (salles, distributeurs, industries techniques du cinéma) a également été directement affectée par la crise sanitaire. Au-delà de la fermeture des salles, les principaux points d'inquiétudes relèvent de l'accélération d'un mouvement vers une consommation différente de l'industrie cinématographique.

Cette dynamique de transformation des modes de consommation s'est traduite concrètement par les procédures collectives ouvertes notamment au profit des sociétés Ymagis, leader européen des industries techniques directement impacté par la fermeture des salles de cinéma, mais également par l'incertitude de la fréquentation à venir.

Dans un autre secteur également tributaire de la fréquentation des salles de cinéma, les sociétés de distribution cinématographiques ont également souffert et certaines d'entre elles, au titre desquelles la société Mars Distribution, ont été contraintes de passer par une procédure collective.

Certains acteurs en difficulté, dont Wild Bunch, ont fait preuve d'une agilité de réorganisation qui leur a permis d'obtenir un financement stratégique indispensable pour appréhender les prochaines étapes.

De nombreux défis à l'orée d'un renouvellement en profondeur du paysage médiatique

L'ensemble de ces médias partagent un point commun : l'augmentation des besoins en contenus et en innovations relatives aux modes de diffusion et de distribution.

En termes juridiques, ce constat implique pour les acteurs des réorganisations et restructurations nécessaires pour appréhender la mutation de leurs activités, des enjeux de financement (qui bien souvent se traduisent par le recours à des modes de financements alternatifs par des acteurs privés : EuroPP, prêts Mezzanine et obligataires, investissements en equity ou quasi-equity), ainsi que des acquisitions stratégiques ou le rapprochement avec de nouveaux acteurs développant des technologies innovantes.

Compte tenu du contexte et des incertitudes liées à la période et aux perspectives qui restent encore assez peu lisibles, ces opérations s'inscrivent pour l'essentiel dans le cadre sécurisé de procédures de prévention qui permet un contexte juridique de nature à donner à tous les acteurs une sécurité essentielle.

Malheureusement, il est indéniable que cette phase s'accompagne aussi de la disparition de certains acteurs qui n'ont pas initié leur transition assez tôt, qui n'ont pas la taille pertinente pour organiser la mutation, ou dont les métiers sont voués à disparaître sous l'effet des nouvelles attentes des publics et du manque d'innovations à leur portée.

Dans le même temps, cette évolution s'accompagne néanmoins de la naissance de nouveaux acteurs qui seuls, ou après avoir été intégrés dans des groupes plus solides, seront appelés à jouer un rôle essentiel dans les nouveaux modes de diffusion des médias.