Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Concentration des médias, Quand LVMH étend son empire



Mardi 30 décembre, le groupe de Bernard Arnault a finalisé le rachat des magazines Challenges, Sciences et Avenir et La Recherche, cédés pour un euro symbolique par Claude Perdriel. Présentée comme une opération de sauvegarde et de relance, notamment numérique, cette reprise nourrit pourtant de fortes inquiétudes dans les rédactions, sur fond de concentration accrue des médias en France.

C'est une page qui se tourne dans l'histoire de la presse française. À 99 ans, Claude Perdriel a choisi de se retirer définitivement du secteur qu'il a marqué pendant plus de six décennies. Fondateur du Nouvel

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Observateur et du Matin de Paris, il a cédé les Éditions Croque Futur, maison-mère de Challenges, Sciences et Avenir et La Recherche, au groupe LVMH, pour l'euro symbolique.

Accélérer le virage numérique

Déjà présent depuis 2020 à hauteur de 40% au capital de l'éditeur, le géant du luxe contrôlé par Bernard Arnault parachève ainsi une stratégie d'expansion méthodique dans le champ médiatique. LVMH promet d'assurer la pérennité économique de titres fragilisés par l'érosion des ventes papier et d'en accélérer leur virage numérique, défendant 'une information de qualité' et contribuant à la diffusion de la culture scientifique.

Quelle indépendance éditoriale ?

Pour autant, les journalistes des trois titres, les syndicats et le comité social et économique, sont inquiets car Bernard Arnault à qui les professionnels de la presse ont demandé de signer les chartes d'indépendance existantes, n'a pas donné suite.



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Copyright MMH

Financement et stratégie
À la tête du nouvel ensemble, Maurice Szafran, proche de Claude Perdriel et désormais président des Éditions Croque Futur, évoque un 'redressement économique' rendu possible par l'appui financier et stratégique de LVMH d'un secteur fragile.

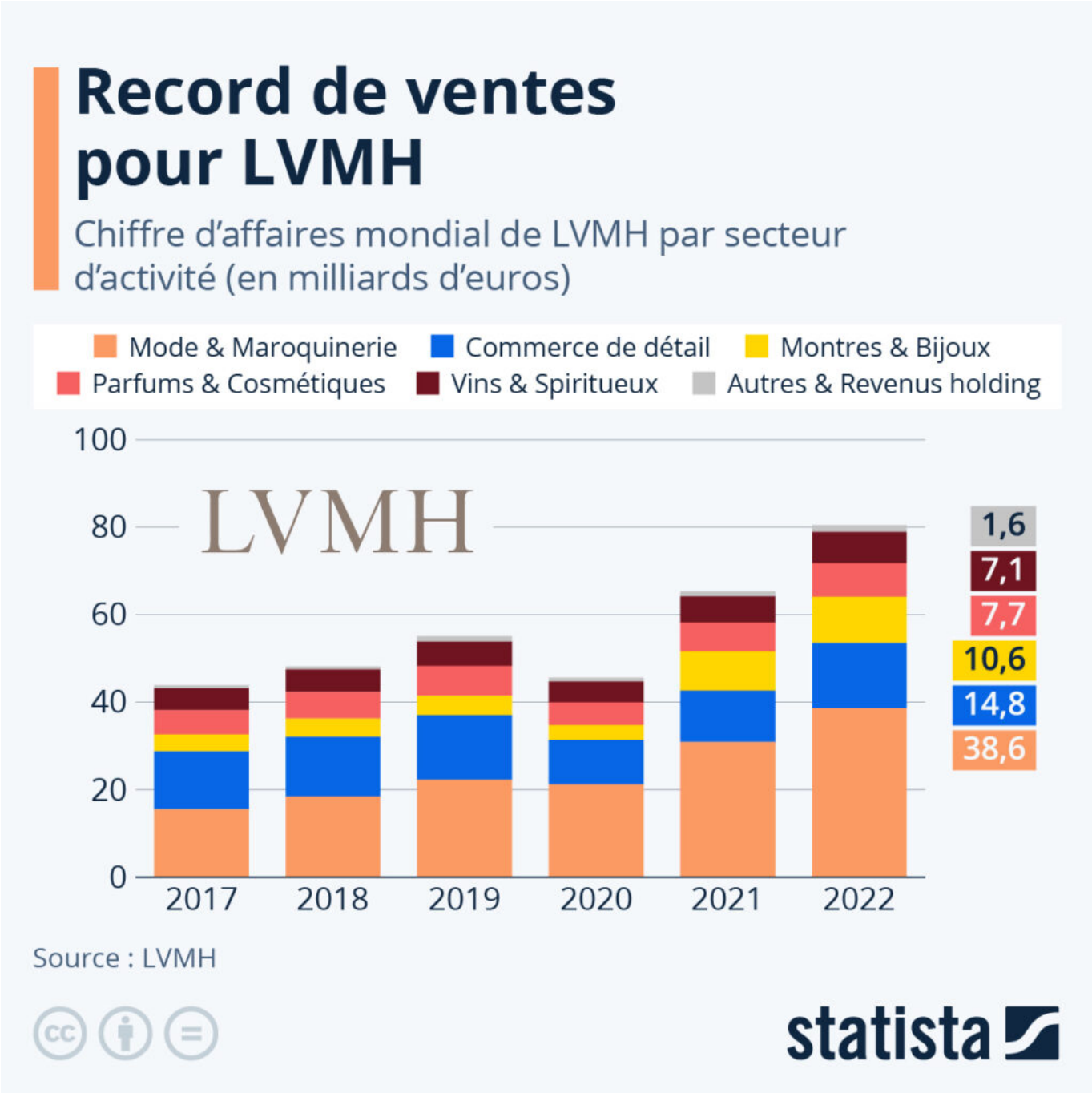
En cause ? La concentration des médias
Mais au-delà de ces publications, c'est la concentration croissante des médias qui interroge. LVMH détient déjà le groupe Les Échos–Le Parisien, Radio Classique, ainsi que L'Opinion et L'Agefi. Une accumulation qui alimente les craintes d'un paysage informationnel de plus en plus dominé par quelques grands groupes industriels. En décembre, Reporters sans frontières et plusieurs organisations syndicales ont saisi la justice administrative et l'Autorité de la concurrence afin d'examiner les implications de ce rachat.

Le print en déclin
La presse, tous titres confondus, a diffusé 2,6 milliards d'exemplaires en 2024, soit environ 7,1 millions d'exemplaires par jour. Le modèle privilégié reste l'abonnement (papier + numérique) qui représente 44% de la diffusion payée, soit environ 1,1 milliard d'exemplaires. Les sites et applications de presse ont enregistré 78 millions de visites par jour en 2024, dont 86% réalisées via mobiles, ce qui montre l'importance du numérique dans l'accès aux contenus. La diffusion globale de la presse (print + numérique) continue de baisser légèrement d'une année sur l'autre dans un marché déjà sous pression. Dans ce contexte, la part des versions numériques (abonnements ou ventes numériques) est en croissance significative, contribuant à stabiliser les diffusions payées même si le format papier garde la majorité des parts chez de nombreux magazines.
Source ACPM (Alliance pour les chiffres de la presse et des médias).
Mireille Hurlin

Record de ventes pour LVMH

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Le leader mondial du luxe LVMH, dirigé par l'une des personnes les plus riches du monde, Bernard Arnault, a réalisé un chiffre d'affaires record d'environ 79 milliards d'euros en 2022, soit une augmentation de 23 % par rapport à l'année précédente. Selon le rapport annuel du groupe, le bénéfice a également grimpé d'environ 4 milliards pour atteindre 21 milliards d'euros. LVMH possède plusieurs grandes marques connues de produits de luxe telles que Louis Vuitton, Christian Dior ou Givenchy.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

En outre, les données de l'entreprise montrent que ce sont surtout les articles de mode et de maroquinerie qui ont contribué à la hausse de ses revenus. Avec ses marques de mode, LVMH a réalisé l'année dernière un total de 38,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Le secteur de la vente au détail suit à une certaine distance avec 14,9 milliards d'euros. Parmi les autres segments d'activité, on trouve les montres et les bijoux, avec des marques comme Hublot et Tiffany, les parfums et les cosmétiques ainsi que les vins et les spiritueux. Concernant ce dernier, LVMH est surtout connu pour son champagne et son cognac. En 2022, l'entreprise française a vendu environ 70,9 millions de bouteilles de champagne et 94,3 millions de bouteilles de cognac – les principaux clients étant les États-Unis.

De Claire Villiers pour Statista