

télévision

Olivier Laouchez enchaîne dans le sport

Le président de Trace TV lance le 15 juin Trace Sports, une chaîne sportive. Cet ex-dirigeant du label musical Secteur A s'est construit l'image d'un entrepreneur à la vision internationale.

Hasard ou destin? C'est dans l'ancienne usine des jouets Meccano, à Clichy-la-Garenne, aux portes de Paris, que s'est installée Trace TV. Justement, c'est comme un Meccano que le groupe s'est construit, patiemment et solidement. Son PDG, Olivier Laouchez, affirme qu'il pèse aujourd'hui 12 millions d'euros de chiffre d'affaires, 2,5 millions d'euros d'excédent brut d'exploitation et 1,4 million de résultat net.

À bientôt quarante-six ans, ce natif de L'Haÿ-les-Roses en banlieue parisienne, diplômé de l'École supérieure de commerce de Paris, est un entrepreneur dans l'âme. Il dirige une marque présente dans 150 pays grâce à une dizaine de chaînes musicales (musiques urbaines ou tropicales) déclinées sur plusieurs territoires, dans la téléphonie mobile et à la radio.

Une palette qui s'enrichira le 15 juin de Trace Sports, une nouvelle



Le patron de Trace, qui a fait entrer deux fonds d'investissements français dans le capital de son groupe, envisage d'ores et déjà des développements pour Trace Sports, notamment en Afrique.

chaîne consacrée aux vedettes de tous les spectacles sportifs (lire encadré).

Trois ans ont été nécessaires pour mûrir le projet. «Les programmes pour ce type de chaîne n'existaient pas. Il a fallu partir de zéro et tout produire, annonce-t-il avec fierté. Il s'agit du fruit d'une réflexion stratégique. Le problème d'une chaîne musicale, c'est qu'elle n'est pas propriétaire de ses contenus. Du coup, notre attractivité était facilement attaquable. Ce n'est pas le cas pour le sport.»

Bonnes fêtes

L'homme n'en est pas à son coup d'essai. En 1990, à vingt-cinq ans, il crée Antilles TV, première chaîne privée dans sa région d'origine. Huit ans plus tard, de retour en métropole, le voilà à Sarcelles (Val-d'Oise), où il prend la direction du label de musi-

que Secteur A, qui réunit, entre autres, Doc Gynéco et Stomy Bugsy. Olivier Laouchez y découvre la «culture urbaine» et tâte du micro sur Skyrock... où il se fâche avec Pierre Bellanger, le patron de la station. Au moment du désengagement d'Axa Private Equity, il avait d'ailleurs envisagé de prendre sa revanche en rachetant la radio.

Il est vrai que le groupe Trace ne manque pas de bonnes fées. En 2002, c'est un fonds d'investissement américain, Goldman Sachs, qui suit Olivier Laouchez dans son nouveau projet: une chaîne musicale sur le thème des cultures urbaines, avec une vision globale et planétaire. Trace naît sur les cendres de MCM Africa, rachetée à Lagardère. L'an passé, après une opération de LMBO, le jeune patron récupère 33% du capital de son groupe et fait entrer deux fonds d'investissements français: Entrepreneur Venture et Citizen capital (24,5% chacun).

Ce bol d'air permet le lancement de Trace Sports et d'envisager d'ores et déjà ses développements en commençant par Trace Africa en juillet et d'autres déclinaisons par la suite, des accords de licence en téléphonie, comme celui avec l'opérateur africain NTM, et la radio sur les territoires émergents, notamment au Cameroun. Bref, la suite du Meccano.

Bruno Fraioli

Trace Sports, le monde pour but

Sans infos, ni retransmissions d'événements, Trace Sports sera la chaîne des champions. Lancée le 15 juin en haute définition, elle sera disponible sur les réseaux ADSL, câble et satellite, avec une vocation internationale. Basée à Londres, Trace Sports diffusera ses programmes, des reportages de treize à vingt-six minutes rythmés par les flashes info, en français et anglais. Dans dix-huit mois, Olivier Laouchez espère bien avoir une chaîne rentable et toucher 100 millions de foyers. La publicité, confiée à France Télévisions Publicité, sera limitée au parrainage et aux contenus de marque.

investissements publicitaires

Télévision nationale

Investissements en milliers d'euros

Campagne	Du 16 au 27 mai 2011
1 Crédit mutuel	1429
2 Caisse d'épargne	1309
3 Numericable (mobile illimité)	1229
4 Peugeot (308 hybride DI)	1204
5 CIC (jeunes actifs)	1191
6 Cofinoga (prêts personnels)	1149
7 La Banque postale (jeunes)	1117
8 Canal+	1026
9 McDonald's (adultes)	1012
10 Citroën (C3 hybride DI)	953

Récapitulatif des dix premières marques en TV nationale. Tous secteurs confondus. Source: Kantar Media.

Radio

Investissements en milliers d'euros

Campagne	Du 16 au 27 mai 2011
1 Intermarché	2174
2 Groupe U	1760
3 Renault (Clio)	1466
4 Ikea	1390
5 Sarenza.com	1333
6 La Poste (services)	1313
7 Euromillions	1205
8 Citroën (services)	1161
9 Fnac	1119
10 Volvo (V50 BK Kinetic DI)	1099

Récapitulatif des dix premières marques en radio. Tous secteurs confondus. Source: Kantar Media.

affichage

Investissements en milliers d'euros

Campagne	Avril 2011
1 Leroy Merlin	5423
2 Leader Price	5133
3 Fanta	4387
4 Orange (Livebox star)	4382
5 SFR (multipacks mini)	3639
6 Renault (Master utilitaire)	3108
7 Castorama (anniversaire)	2928
8 Klabi	2908
9 Rio (film)	2748
10 Orange (Open)	2637

Récapitulatif des dix premières marques en affichage. Tous secteurs confondus. Source: Kantar Media.

internet

Investissements en milliers d'euros

Campagne	Avril 2011
1 Parionsweb.fr (FDJ)	5492
2 PMU.fr	3608
3 3suisses.fr	3189
4 Orange (Open)	2883
5 La Poste (Digiposte)	2768
6 Thor (film)	2692
7 Coca-Cola	2470
8 La Banque postale (prêt immo)	2458
9 Nissan (Juke)	2253
10 Bouygues Telecom (services)	2150

Récapitulatif des dix premières marques sur Internet. Tous secteurs confondus. Source: Kantar Media.