

Le Reader's Digest en faillite

états-unis. Pour restructurer sa dette, Reader's Digest s'est placé sous la protection de la « Bankruptcy Court ». Une mesure qui ne concerne pas la filiale française.

L'édition américaine connaît des difficultés. Après Arcade (1), Reader's Digest Association s'est placé sous la protection du chapitre 11 de la loi américaine sur les faillites. Prise en accord avec les créanciers, cette mesure lui permet de se restructurer. Une partie de la dette, soit 1,6 milliard de dollars (1,13 milliard d'euros), est reconvertie en actions, ce qui la ramène de 2,2 milliards de dollars (1,56 milliard d'euros) à 550 millions de dollars (390 millions d'euros) et en allège les intérêts. « *Une flexibilité financière nécessaire à sa croissance et à sa transformation* », a estimé le P-DG du groupe Mary Berner. L'éditeur avait anticipé en licenciant 8 % de son personnel, soit 280 salariés sur les 3 500 qu'il compte dans le monde entier.

Créé en 1922, racheté en 2007 par un groupe d'investisseurs réunis sous la holding Ripplewood, l'éditeur installé à Pleasantville (Etat de New York) revendique la position de leader avec une diffusion de 10 millions d'exemplaires par mois pour le mensuel *Reader's Digest*, qui bénéficie de 50 éditions dans le monde entier, et un total de 94 magazines publiés. Mais celui-ci ne représente que 15 % du chiffre d'affaires : le groupe gère 65 sites (avec 22 millions de visiteurs uniques par mois) et vend chaque année 40 millions de livres, disques et vidéos. En 21^e position dans notre classement mondial (au lieu de 8^e en 2008), Reader's Digest possède des filiales dans 44 pays, qui ne sont pas affectées par cette restructuration, et réalise 83 % de son chiffre d'affaires hors du territoire américain.

« *L'édition française n'a pas de problèmes de liquidités et n'est en rien affectée par les changements opérés par la société mère aux Etats-Unis* », affirme dans le communiqué du 19 août Emmanuel Lecoq, P-DG de Sélection du Reader's Digest France. La filiale française souligne le succès de la nouvelle formule du magazine *Sélection* (300 000 exemplaires diffusés chaque mois) et de ses développements numériques (refonte du site Selectionclic.com, lancement de Allrecipes.fr, et création d'un fichier de plus d'un million d'adresses e-mail opt-in). Malgré un chiffre d'affaires en baisse : 78 millions d'euros en 2008, contre 86 millions d'euros en 2007, et des résultats négatifs en redressement par rapport à l'année précédente : - 2,5 millions d'euros en 2008 au lieu de - 6,6 millions en 2007 pour le résultat d'exploitation, et - 2 millions d'euros en 2008 au lieu de - 16,8 millions d'euros en 2007 pour le résultat net.

CLAUDE COMBET

(1) Voir LH 782, du 19.6.2009, p. 61.