

Le groupe Prisma presse s'offre programme.tv

Assurer une présence sur la Toile est devenu plus que jamais essentiel pour les géants de la presse écrite. Après les investissements massifs de Lagardère (Hachette) c'est au tour de Prisma Presse d'étoffer son offre en ligne. L'éditeur du célèbre magazine 'Géo' et de 'Voici' s'est ainsi offert le site programme.tv, spécialisé dans... les programmes de télévision. Le montant du rachat n'a pas été communiqué.

En revanche, les raisons qui expliquent cette acquisition sont claires. Avec **735.000 visiteurs uniques et 17 millions de pages vues par mois**, programme.tv, créé en 2005, dispose d'attributs pour le moins intéressants.

Pour Olivier Jacobs, directeur du développement et des diversifications du groupe, l'achat de programme.tv « permet de (...) conforter la position de leader de sites de programmes TV avec près de 2,5 millions de visiteurs uniques ».

En effet, la dernière prise du groupe ne constitue pas son seul point d'entrée. Prisma rêve d'associer sa récente acquisition au site de Télé Loisirs.

Le magazine Géo devrait lui aussi disposer de renforts. Le site monvoyageur.com, acheté au mois de décembre, permettra lui aussi d'approfondir l'encrage sur le Net du magazine des amoureux du voyage.

Cette dernière acquisition de Prisma démontre l'importance stratégique obtenue par le Web. Interrogé par *Le Figaro*, David Targuy, directeur d'étude du cabinet Precepta, minimise néanmoins l'influence d'un tel rachat. Pour ce dernier, l'audience glanée à travers de type d'opération est difficilement vérifiable.

Prisma de son côté revendique **une audience multipliée par 3,5, à 4,5 millions de visiteurs et 100 millions de pages vues par mois**.

Rappelons que Le groupe Figaro a opéré lui aussi des rachats sur la Toile (evene.fr, sport24, ticketac) pour s'assurer un positionnement efficace sur le web. Et croquer une part conséquente de l'énorme gâteau publicitaire d'Internet.