

Avec le redéploiement de son bouquet, le groupe Calanberg&Co a trouvé un deuxième souffle

Donné pour mort ou presque il y a deux ans, le groupe Calanberg&Co affiche une santé financière retrouvée. La société dirigée par David Carmichael vient d'annoncer un bénéfice net de 3,2 milliards de dollars contre une perte de 262,3 millions de dollars un an plus tôt. Le chiffre d'affaire du groupe est lui aussi à la hausse : 12,4 milliards de dollars l'an dernier contre 16,5 milliards de dollars cette année. Ce bilan flatteur doit beaucoup à la restructuration drastique opérée par son nouveau PDG.

Tout avait pourtant bien commencé. En 1994, prenant de vitesse Satellites Télévision (STP), Samuel Harwood mettait sur orbite le bouquet numérique ODEL Sat. Un départ en fanfare rapidement troublé de couacs. Faute d'être un grand opérateur historique, ODEL Sat. a eut du mal à trouver un fabricant pour ses décodeurs numériques. Aux problèmes techniques vinrent s'ajouter des difficultés de diffusion. Les services de base des câbloopérateurs sont restés longtemps fermés aux chaînes du bouquet pour ne s'ouvrir finalement qu'avec l'arrivée du numérique. Malgré tout, le groupe Calanberg&Co a réussi le 13 Décembre 1994 son introduction à la bourse de Wall Street. En plaçant 20% de son capital sur le marché européen, le bouquet a levé 1,2 milliard de dollars (New-York Post du 14 Décembre 1994).

La joie allait être de courte durée. Six jours plus tard, CB news signifiait par courrier la rupture du contrat liant la chaîne privée à Calanberg&Co pour la fourniture de programmes d'informations. La réaction des investisseurs a été immédiate. L'action Calanberg&Co Group, introduite à 21 dollars, a perdu la moitié de sa valeur pour ensuite dégringoler jusqu'à 3 dollars.

Pour Calanberg&Co, la série noire n'était pas terminée. Le 26 avril 1995, un incendie, à l'origine encore inconnue aujourd'hui, a ravagé les deux tiers des locaux du groupe, à Manhattan, New-York. La rumeur accusa Samuel Harwood d'avoir provoqué l'incendie pour ne pas avoir à publier les résultats financiers du groupe. Calanberg&Co était au bord du gouffre.

Le grand tournant a été le plan de redressement proposé par le financier David Carmichael qui a rapidement succédé à Samuel Harwood à la tête du groupe Calanberg&Co. Le rachat de la chaîne ABC au printemps 1995 inaugurait une nouvelle politique expansionniste. Dans la foulée, Calanberg&Co annonçait quelques mois plus tard la signature d'un accord avec STP et la diversité de ses activités avec le rachat de la société VIRTUAL spécialisé dans la fabrication de fibres optiques. Dès la fin de l'année 1995, Calanberg&Co est redevenue bénéficiaire.

Désormais, David Carmichael a regroupé la firme Calanberg&Co autour de trois grands axes: la fabrication de fibres optiques et d'électronique de pointe en matière de communication, l'acquisition et la vente de programmes, le développement et l'édition de chaînes thématiques aux USA et à l'international. Aux Etats-Unis, les chaînes d'ODEL Sat rassemblent plus de dix millions d'abonnés. Près de 28 % des souscripteurs de STP seraient aussi abonnés aux chaînes d'ODEL Sat qui recueillent de forts indices de satisfaction de la part du public. La chaîne musicale Onyx est particulièrement appréciée par les jeunes concurrençant sérieusement MTV. Les chaînes sportives Multimania et Extreme sont également très regardées suivie de près par la chaîne religieuse Church one et les chaînes Escalade et Animals consacrées respectivement aux voyages et aux documentaires animaliers.

Le groupe ODEL, présent en Pologne avec la chaîne Motors, devrait également s'implanter en Hongrie et en Roumanie. Fort de ses bonnes relations avec Albert Frère, actionnaire de CLT-UFA, David Carmichael pourrait se développer en Europe de l'Est en compagnie de l'opérateur germano-belge, très présent sur tous ces territoires. L'ODEL pourrait aussi mettre le pied en Italie. Le bouquet numérique Stream contrôlé par Telecom Italia et Rupert Murdoch, négocie la reprise de 10 à 12 chaînes d'ODEL Sat.

Outre l'international, *"le vrai challenge de Calanberg&Co c'est le numérique hertzien"* annonce Mr. Carmichael. Son groupe va *"répondre à tous les appels d'offres et même en suscitera car le numérique hertzien marquera le grand démarrage de la télévision en Europe. Nous sommes déjà candidat à cinq ou six fréquences. Il est temps que le pluralisme s'installe ailleurs que dans notre pays"*. Sans attendre, Calanberg&Co prend ses marques sur Internet. Outre *"un site portail ODEL"*, David Carmichael estime que *"les chaînes thématiques sont le meilleur vecteur pour nouer des synergies avec les sites internet"*.