

# Malgré le Mondial, RTL maintient ses bénéfices

**Malgré un recul sensible de ses revenus, la filiale belge du numéro un européen de la télévision continue de générer de confortables profits.**

## JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Chaque année, avec une régularité de métronome, le CEO de RTL Belgique, Philippe Delusinne, présente un beau bulletin à son état-major luxembourgeois. Il en va de même pour 2014, qui fut pourtant une année difficile. Alors que le chiffre d'affaires a de nouveau reculé, passant sous la barre des 200 millions d'euros (-4,8%), il a maintenu son bénéfice opérationnel (ebita) au même niveau que l'année précédente, soit 46 millions d'euros.

Côté recettes, refrain connu, la Coupe du Monde de football a coûté cher à RTL Belgique. Les audiences de RTL-TVI, son navire amiral, ont à nouveau baissé sur la cible stratégique des 18-54 ans, passant de 26,6% à 25,5%. Par contre, Philippe Delusinne ne voit aucun lien de cause à effet entre l'arrivée de Netflix et ce coup de mou des audiences. «Netflix doit avoir 30.000 abonnés dont 13.000 côté francophone, ce n'est pas cela qui va nous impacter.»

Cette érosion audimétrique s'est traduite pas une baisse des revenus publicitaires durant le Mondial et, plus étrangement, en novembre, mois pourtant réputé solide. Au point que la Belgique est le seul pays de la galaxie RTL à avoir vu ses recettes pub baisser en télévision en 2014 (-2,8%). La radio, par contre, a à nouveau progressé, de 15%.

Côté résultats, le bénéfice d'exploitation est stable grâce à un serrage de boulons à tous les niveaux, notamment dans les programmes. Exit des shows coûteux comme «Got Talent», par exemple. «Par

contre, nous avons investi plusieurs millions d'euros dans la réforme de notre journal, affirme Philippe Delusinne. Grâce à cela, nous avons recréé l'écart avec la RTBF. Or, qui gagne la bataille de l'info, gagne celle de la soirée.» Pour le CEO de RTL Belgique, la maîtrise des coûts est aussi le résultat de l'autonomie accrue des différents responsables de départements: Stéphane Rosenblatt pour la télé, Eric Adelbrecht pour la radio et Denis Masquelier pour la régie publicitaire, qui se sont vus attribuer le titre de directeur général, titre qui n'existait plus depuis le départ fin 2011 de Freddy Tacheney.

Quant à l'année 2015, elle a démarré en mode mineur. «Janvier et février sont en recul, mais le début de l'année 2014 avait été exceptionnellement bon. Mars s'annonce plus stable», commente Philippe Delusinne, qui observe un recul des investissements des annonceurs issus des produits de grande consommation, ses premiers clients, alors que les secteurs automobile et bancaire performant plutôt bien.

## Vidéo en ligne

Au niveau du groupe, RTL affiche une légère croissance de son chiffre d'affaires (+ 1,1%). Dans celui-ci, la vidéo en ligne a bondi de près de 27% à 295 millions d'euros et pèse plus de 5% des revenus du groupe.

L'Ebita est stable, alors que RTL s'attendait à le voir baisser. Par contre, le bénéfice net dégringole de 25% suite à des éléments exceptionnels, comme 77 millions de dépréciation en raison de la taxe sur les médias en Hongrie et des effets de change. Un an plus tôt, il avait bénéficié d'un élément non récurrent avec la reprise de la perte de valeur de 72 millions d'euros enregistrée sur son investissement dans l'Espagnol Atresmedia.

Pour le reste, la filiale de production FremantleMedia, a vu son bénéfice d'exploitation diminuer après l'annulation du programme «X Factor US» et la perte de vitesse d'«American Idol». RTL cherche visiblement «le» nouveau format novateur capable d'être décliné partout dans le monde.

## RTL

Résultats annuels, en millions d'euros		
	2014	Évolution
<b>GROUPE</b>		
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>5.668</b>	+1,2% ▲
<b>Ebita</b>	<b>1.145</b>	-0,2% ▼
<b>Résultat net</b>	<b>734</b>	-25,0% ▼
<b>BELGIQUE</b>		
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>199</b>	-4,8% ▼
<b>Ebita</b>	<b>46</b>	0,0%