

« Eleven est là pour longtemps ! »

TÉLÉ Danny Menken, patron des chaînes Eleven et Eleven Sports, dévoile sa stratégie

- **Le modèle d'Eleven repose sur la non-exclusivité des droits sportifs.**
- **Les deux nouvelles chaînes doivent bousculer les habitudes des amateurs de sports qui en auront plus, pour le même prix.**

Dernière arrivée dans le monde du football à la télévision belge, la chaîne Eleven sort les crocs et compte bien faire son trou rapidement sur notre petit territoire. Elle devrait y parvenir facilement avec son offre alléchante, surtout au niveau du football. Chaque week-end, les meilleurs matchs des championnats français, italiens, espagnols mais aussi écossais et brésiliens sont proposés via deux nouveaux canaux Eleven, et Eleven Sports (disponible à partir du 22 août). Ils sont, pour l'instant, uniquement accessibles aux abonnés de Proximus ayant souscrit aux offres payantes « All Foot » ou « 11+ » mais Danny Menken, le patron d'Eleven, est toujours en discussion avec Telenet et VOO. Menken s'est fixé l'objectif d'être disponible pour tous les ménages belges le plus rapidement possible.

Comment jugez-vous l'accueil qui a été réservé à Eleven ?

C'était vraiment un bon départ. Quand on pense qu'on a réussi à mettre tout ça en place en moins de trois mois, je suis vraiment fier. Nous avons lancé Eleven dans quatre pays : la Belgique, la Pologne, Singapour et la Malaisie. Chaque fois, il y a une petite équipe locale qui doit tout gérer. On travaille sept jours sur sept et vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Le lancement est réussi. Les retours dans la presse sont positifs et surtout, les téléspectateurs sont satisfaits de notre offre ce qui est le plus important pour nous. Il reste en-

core beaucoup de travail mais nous sommes bien partis !

Pourquoi avoir choisi la Belgique qui est un petit marché ?

Notre stratégie et d'aller dans les pays où le marché du foot international n'est pas encore super-développé. En France, Italie ou Allemagne, les droits sont très chers. Ce n'est pas notre terrain. Les marchés comme la Belgique où la consolidation entre les opérateurs a déjà eu lieu nous intéressent. Pour nous, c'est fini de croire que des droits exclusifs vont attirer de nouveaux clients. Surtout que pour avoir des

droits exclusifs, il faut payer cher et donc faire payer le client plus cher. Nous, on achète les droits et on les rend accessibles à tout le monde à un prix meilleur marché pour le téléspectateur.

Quels sont vos objectifs d'audience pour cette saison ?

Nous voulons toucher le plus de ménages belges possible. Nous avons un accord avec Proximus et on discute toujours avec VOO et Telenet.

Il se dit que VOO aurait mis un terme aux discussions...

Pas du tout. On leur parle encore. J'espère vraiment qu'il y aura un accord. Si ce n'est pas le cas, on réfléchira à d'autres solutions. Il y a aussi des possibilités via internet.

Vous pourriez vous tourner vers les chaînes généralistes gratuites ?

C'est impossible de négocier avec des chaînes gratuites car notre « business model » n'est pas adapté à ça. Le coût des droits sportifs est tellement haut qu'il n'est pas envisageable d'être rentable uniquement avec la publicité.

Allez-vous continuer votre expansion à travers le monde ?

On va annoncer qu'on se lance dans un cinquième pays la semaine prochaine. J'espère qu'Eleven sera présent dans une dizaine de pays d'ici un an.

Vous lancez Eleven Sports ce

samedi, quelle est la différence entre les deux chaînes ?

Rien que pour le football, nous disposons d'une offre très importante. On en diffusera sur Eleven Sports mais nous avons plein d'autres sports comme les tournois ATP en tennis, le basket espagnol et italien, le volley-ball italien, le handball, le badminton et du cyclisme comme le Tour d'Angleterre. On va encore annoncer plusieurs acquisitions dans les prochaines semaines. Nous sommes très ambitieux.

Le fait que votre actionnaire principal soit Andrea Radrizzani, ancien CEO de MP & Silva (société qui détient les droits de la Pro League) vous donne-t-il un avantage pour diffuser la D1 belge ?

Andréa Idrialeni n'est plus actif chez MP&Silva. Il a décidé de se lancer un nouveau défi avec Eleven et fait partie de nos actionnaires. Nous sommes des clients de MP&Silva mais nous négocions des droits avec d'autres entreprises. Il y a d'autres actionnaires qu'Andrea Radrizzani chez MP & Silva et je peux vous dire qu'ils n'auraient aucun intérêt financier à ce que MP&Silva nous offre des faveurs.

Vous vous positionnez comme un concurrent direct d'Euro-sport ?

Non, car même si on diffuse aussi du sport toute la journée, nous nous focalisons sur le sport « premium ».

C'est la grosse différence. Nous avons aussi l'avantage de l'ancrage local. Les commentaires sont réalisés depuis la Belgique, dans les deux langues nationales, par des spécialistes locaux. Nous pensons que seuls des habitants du pays savent ce que les téléspectateurs du pays ont envie de regarder.

Prévoyez-vous de lancer des émissions en plateau avec des présentateurs ?

Oui. On prépare ça mais je ne peux pas encore dire quand ce sera à l'antenne, dans quelques

mois ou peut-être un an...

Allez-vous recruter des visages connus pour incarner la chaîne ?

Oui, c'est quelque chose qu'on voudrait faire. Nous sommes déjà très populaires. En quelques semaines nous avons été approchés par beaucoup de gens.

Y aura-t-il plus de deux canaux « Eleven » dans le futur ?

Ce n'est pas possible pour le moment mais il y en a déjà trois à Singapour par exemple. Nous pourrions l'envisager dans le futur, on peut aussi passer par internet.

Les droits du championnat anglais vous intéressent ?

On sait qu'en Belgique, le plus important c'est la Pro League, puis les championnats anglais et italiens. On a déjà l'italien, on va analyser la possibilité de prendre l'anglais mais les chiffres doivent être corrects. On ne va pas « surdépendre » non plus.

Et l'Allemagne ?

On ne l'a pas. Ça dépend aussi du prix. ■

Propos recueillis par
MAXIME BIERMÉ
et **CHRISTOPHE BERTI**

CONCURRENCE

Be tv réplique avec des matchs prestigieux

Actuellement, seuls les abonnés de Proximus ont accès aux chaînes Eleven et Eleven Sports. Be tv espère garder ses abonnés en proposant la Coupe d'Italie, la Supercoupe d'Italie, la finale de la Copa del Rey et la Supercoupe d'Espagne durant les trois prochaines années, comme annoncé jeudi dans un communiqué.

M.B.

COULISSES

Jeunes profils recherchés

Il règne une ambiance de start-up dynamique dans les locaux de la chaîne Eleven qui vient de s'établir à deux pas de la Commission européenne. Les bureaux sont blancs, la décoration se limite à une dizaine d'écrans plats diffusant un match de foot. Jan Mosselmans, ancien journaliste du quotidien flamand *Het Laatste Nieuws* a

été chargé de sélectionner les commentateurs et consultants qui prendront place dans les quatre cabines (chaque fois divisées en deux par un mur blanc qui isole les communautés linguistiques) pour commenter les rencontres, en néerlandais et en français. Ce jeudi après-midi, les cabines sont vides mais le week-end, ce sont près de vingt freelances qui se succèdent. « Nous avons trois critères pour sélectionner un

candidat. Il faut être passionné par le sport que l'on va commenter, que l'événement soit plus important que le commentateur et qu'il soit incollable dans le sport qu'il commente. » Déjà plus de 170 candidatures sont parvenues à la rédaction d'Eleven, mais la recherche de talents ne fait que commencer. Lors du lancement officiel d'Eleven Sports ce samedi, la chaîne devrait annoncer de nouveaux contrats.

M.B.