

# Proximus qui rit, Telenet qui pleure dans la TV digitale

## LE RÉSUMÉ

Proximus annonce un **chiffre d'affaires en légère hausse** au premier trimestre.

Les **résultats domestiques** ont permis à l'opérateur de **compenser** un léger recul à l'**international**.

Une performance qui s'explique par une **hausse** du nombre d'abonnés **mobiles, internet** et **TV**.

### SIMON SOURIS

«Les résultats sont tout tout bons», s'est félicitée vendredi Dominique Leroy, CEO de Proximus, à l'occasion de la publication des résultats trimestriels de l'opérateur. Avant d'ajouter: «Nous commençons bien l'année.»

Le recul des activités à l'international (au niveau de Bics qui a connu une baisse de son Ebitda et de sa marge directe) a pu être compensé par les bons résultats du groupe sur le marché domestique. Un élément qui a permis à Proximus d'aller jusqu'à enregistrer une légère hausse (+0,7%) de son chiffre d'affaires par rapport à la même période l'année précédente, le portant à près

d'un milliard et demi d'euros. Une augmentation qui trouve elle-même son origine dans une légère hausse du nombre d'abonnés mobiles et internet, ainsi que dans une hausse du nombre de ses clients TV.

### Vases communicants

Et concernant ce dernier point, la performance est notable. En effet, si Proximus a gagné près de 27.000 nouveaux clients TV au premier trimestre, son concurrent direct, Telenet, en a perdu quelque 21.000 sur la même période. Un bon point pour l'opérateur, certes, mais qui n'empêche pas son rival de conserver sa place de leader sur le marché de la télévision avec près de 2 millions de clients (contre un peu plus d'1,5 million pour Proximus), principalement situés en Flandre.

Un pied de nez qui pourrait toutefois être de courte durée pour Proximus, Telenet ayant remporté en début de semaine la bataille pour l'obtention non-exclusive des droits télévisuels de la Jupiler Pro League. En résulte que Proximus a dû entrer en discussion avec les intéressés en vue de pouvoir aussi diffuser les matchs de la ligue. Et pour qu'un accord soit trouvé, «c'est une question de semaines», indique Dominique Le-

roy, avant d'ajouter qu'il reste désormais à «se mettre d'accord sur le prix». Un enjeu de taille pour l'opérateur car l'objectif est de pouvoir ensuite proposer le foot au tarif le plus bas possible à ses clients. Mais, il est clair que cette fois «nous devons de toute façon payer un peu plus» que les fois précédentes, glisse la patronne.

Par ailleurs, concernant Orange Belgium qui a annoncé le mois passé avoir franchi le cap des 50.000 abonnés après un an de présence sur le marché de la TV et avoir pour objectif d'atteindre les 100.000 clients d'ici la fin d'année, Dominique Leroy relativise: «Orange est plutôt focalisé sur une offre bon marché», un positionnement pour lequel Proximus a de quoi se défendre avec sa marque «low cost» Scarlet. Restant tout de même prudente, la patronne ajoute «ne pas avoir constaté dans les chiffres un impact marqué lié à leur arrivée sur le marché».

# +27.000

**Proximus a gagné près de 27.000 nouveaux clients TV au premier trimestre, là où Telenet en a perdu quelque 21.000.**