

# RTL cède sa régie IP Press au duo Rossel-L'Avenir

La consolidation se poursuit dans le secteur des médias belges. RTL Belgium va céder aux groupes Rossel (Le Soir, Sudpresse...) et EDA (Éditions de l'Avenir, éditeur du quotidien L'Avenir et filiale de Nethys) IP Press.

Ce pôle presse de sa régie publicitaire IP est constitué de magazines bien connus comme Ciné Télé Revue, Télépro, Top Santé, Touring, etc. Soit 14 titres au total. Ceux-ci seront intégrés avec les magazines d'EDA (Moustique) et de Rossel (Soir Magazine) au sein de la société NecNet, une joint-venture entre EDA et Rossel, initialement dédiée à la vente d'annonces nécrologiques. L'ensemble du personnel d'IP Press (8 personnes) sera repris.

Cette opération paraît assez logique. Alors qu'il s'apprête à se restructurer en profondeur face à l'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire belge, cette activité de régie de presse ne rentrait plus vraiment dans le core business de RTL. Quant à Rossel et aux Editions de l'Avenir, cette opération doit leur permettre, dans un secteur de la presse magazine en recul, de faire face aux assauts des géants de l'internet sur le marché publicitaire.

Dans ce même esprit, les deux groupes ont par ailleurs conclu deux autres alliances sur le front de la publicité nationale, régionale et locale.

**LIRE EN PAGE 16**

# Rossel et L'Avenir rachètent la régie IP Press à RTL

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

La rumeur était dans l'air et l'annonce officielle prévue plus tard. Mais l'information nous a été confirmée. RTL Belgium va céder IP Press, le pôle presse de sa régie publicitaire IP. Ce portefeuille ne comprend que des magazines, dont des marques connues comme Ciné Télé Revue, Télépro et Téléstar (presse télé) et des magazines thématiques comme la santé (Top Santé, Vital), les sciences (EOS), l'automobile (le magazine du Touring Club), le sport, la cuisine, etc. Soit 14 titres au total.

Les repreneurs sont les groupes Rossel (Le Soir, Sudpresse,...) et Les Editions de l'Avenir (EDA), éditeur du quotidien éponyme.

Ensemble, ils vont commercialiser les espaces publicitaires de tous ces magazines, ce qui devrait en faire un leader sur le marché, concurrencé essentiellement par Roularta (Le Vif/L'Express, Trends Tendances, Sport Foot Magazine...). Cette activité sera logée dans la société NecNet, une joint-venture entre EDA (51%) et Rossel (49%) qui commercialise déjà les annonces nécrologiques de leurs différents titres. L'équipe d'IP Press (8 personnes) sera intégralement re-

prise et sera localisée chez Rossel, ce qui permettra des synergies en termes de back-office, de recherche...

RTL ne commente pas le deal. Mais alors qu'il s'apprête à lancer son plan de transformation visant à contrer l'arrivée de TF1 et à réorganiser l'entreprise dans un marché de plus en plus digital, il est clair que la régie publicitaire de presse ne constitue plus une priorité pour le groupe. Cela confirme une nouvelle fois que la consolidation est en cours dans le paysage des médias. *«Cette consolidation est logique car il faut pouvoir posséder une taille suffisante dans un marché publicitaire où les géants de l'internet pèsent de plus en plus lourd, indique Bernard Marchant CEO du groupe Rossel, en outre le papier est dans notre ADN, contrairement à RTL.»*

Et puis, il y a la réalité du marché. La presse magazine est en déclin sensible, tant sur le marché des lecteurs que sur celui des annonceurs. Selon la pige publicitaire MDB/Nielsen, les investissements publicitaires bruts en presse magazine reculent de 4 à 5% par an depuis quelques années. Durant le premier semestre 2017, ils ont encore diminué de 3,6%.

Ce n'est pas la seule opération

bouclée. Rossel et EDA ont aussi mis en commun leurs forces pour vendre leurs titres respectifs – papier et digital – auprès des annonceurs régionaux et locaux. *«Il est indispensable de se regrouper, estime Eric Schonbrodt, patron des EDA, nos concurrents ne sont plus les autres journaux belges, mais les Gafa (Google, Amazon, Facebook, Apple).»* Les commerciaux d'EDA vendront à Namur, au Luxembourg et en Brabant wallon, bastions du groupe, les titres maisons et ceux de Rossel, tandis que ceux de ce dernier feront de même à Bruxelles, Liège et dans le Hainaut là où le groupe de la rue Royale est le mieux implanté.

Enfin ils ont conclu un accord au niveau national. EDA quitte sa régie, Mediahuis, pour rejoindre celle de Rossel. L'opération n'inclut cependant pas l'offre nationale NP permettant aux annonceurs d'acheter l'ensemble des quotidiens belges (sauf L'Echo et de Tijd) et qui représente 80% du chiffre d'affaires publicitaire national d'EDA.

Reste à voir si opération augure un flirt poussé (capitalistique) entre les deux groupes, comme la rumeur l'a évoqué. Selon Eric Schonbrodt, ce n'est pas à l'ordre du jour.

**«Face aux géants de l'internet, cette consolidation est logique.»**

**BERNARD MARCHANT**  
CEO DU GROUPE ROSSEL