

Les chaînes sportives d'Eleven proches de la rentabilité en Belgique

Le groupe a récemment reconduit ses partenariats avec la plupart des détenteurs de droits et les télédiffuseurs.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Débarqué chez nous voici trois ans, le groupe Eleven Sports Network, éditeur des trois chaînes sportives du même nom, est proche du break-even. «À l'issue de cet exercice, nous devrions dégager nos premiers bénéfices», indique Anouk Mertens, CEO d'Eleven pour la Belgique. Des performances qui lui ont valu une jolie promotion puisque la semaine dernière, elle a été nommée COO de ce groupe désormais actif dans onze pays à travers le monde.

Les derniers comptes disponibles portent sur l'exercice 2016-2017 (exercice clôturé fin juin). Ils font état d'un chiffre d'affaires de 13,4 millions d'euros et d'une perte nette de près de 4,3 millions. Les comptes 2017-2018 ne sont pas encore publiés et Anouk Mertens ne souhaite pas en dire davantage. Mais selon elle, le groupe est sur la bonne voie: «Nous avons dû beaucoup investir au début, mais à présent nous maîtrisons mieux nos coûts et nos rentrées ont augmenté de manière substantielle.»

De fait, Eleven fonctionne sur un mode léger. Le personnel (28 personnes et 50 free-lances) est jeune, les locaux plutôt exigus, les matchs (un millier par saison) sont commentés en cabine. Ce n'est que pour les grosses affiches que des commentateurs sont envoyés dans les stades. «Comme nous sommes présents dans 11 pays, nous développons des synergies», ajoute Anouk Mertens; par ailleurs, nos droits s'étoffent et notre audience augmente, nous pouvons donc mieux négocier tant avec les télédiffuseurs qu'avec les détenteurs de droits.»

Contrats renouvelés

Eleven a récemment résigné avec l'ensemble des télédiffuseurs (Telenet, VOO, Proximus, Orange) ainsi que les opérateurs par satellite (TV

Vlaanderen et Telesat), qui proposent les chaînes en supplément à leur offre de base. Eleven développe en outre une offre OTT (sur l'internet) au travers d'abonnements mensuel (8 euros) ou annuel (80 euros). «Cela marche très bien auprès des jeunes qui ne veulent pas prendre un abonnement à la télédistribution classique; ils prennent Netflix pour les fictions et Eleven pour le sport», relève Anouk Mertens. Par contre, le «daypass» a été abandonné, faute d'intérêt. D'après Anouk Mertens, l'offre d'Eleven touche aujourd'hui au total 650.000 personnes en Belgique.

Eleven a par ailleurs renouvelé la plupart de ses contrats foot pour une période de 3 à 5 ans – Liga espagnole, Serie A italienne, coupe d'Angleterre... – et a acquis la Bundesliga allemande, la Ligue des Nations et les qualifications pour l'Euro et la Coupe du monde (hors les matchs en direct des Diables Rouges). Elle diffuse aussi les prestigieuses NBA (basket américain) et NFL (football américain), la Ligue européenne de hockey, etc. Elle n'a par contre pas renouvelé le contrat avec la Ligue 1 française. Trop cher: «Nous avons fait une étude, le prix demandé est bien trop cher pour l'intérêt que les téléspectateurs portent à cette compétition.»

La désormais COO du groupe indique qu'elle aimerait étoffer son catalogue dans des disciplines déjà présentes sur ses chaînes comme des combats de MMA (mélange de boxe et d'arts martiaux), des fléchettes, etc., très populaires auprès des jeunes: «Les jeunes sont notre levier de croissance le plus important, 50% des abonnés de notre offre OTT, qui croît plus que la télédistribution, ont moins de 35 ans.»

Contenus sponsorisés

La télédistribution représente néanmoins la majorité des recettes d'Eleven devant l'OTT et le marketing. Ce dernier a été internalisé. Le groupe ne travaille plus avec la régie Transfer, qui vendait ses espaces pub, car il ne se focalise plus sur le spot de 30 secondes. Il est vrai que ses au-

diences ne sont pas contrôlées par le CIM. Il préfère travailler en direct avec les annonceurs et leur propose des formules de content marketing (des contenus sponsorisés), notamment via sa présence sur les réseaux sociaux. «Nous leur proposons une audience jeune et captive, nous comptons un million de visiteurs uniques sur notre page Facebook et 4,2 millions de vidéos vues par mois», affirme Anouk Mertens. Pour nous, c'est la stratégie du futur.»

650.000 personnes

D'après leur directrice, les chaînes d'Eleven touchent 650.000 téléspectateurs en Belgique.

FOOT ANGLAIS

LA PREMIER LEAGUE SUR TELENET. ET SUR BE TV?

Telenet vient de prolonger jusqu'en 2022 le contrat de diffusion en Belgique de la Premier League anglaise, le championnat le plus prisé. Un échec pour Eleven? Non, selon Anouk Mertens qui assure qu'Eleven n'a pas fait de la Premier League une priorité. «Nous estimons que le prix actuel de la Premier League est surévalué. À un moment donné il faut rester raisonnable. Nous sommes très contents avec notre offre actuelle.» Telenet diffusera les matchs sur le marché flamand et négocie à présent avec son traditionnel partenaire, VOO/Be TV, pour lui céder les droits pour la partie francophone du pays.

J.-F. S.