

# RTL GROUP Profil de l'entreprise

## **RTL Group – Le premier groupe européen de divertissement**

Possédant des participations dans 43 chaînes de télévision et 31 stations de radio dans dix pays, RTL Group est le premier groupe européen de divertissement. La multinationale, installée au Grand-Duché de Luxembourg, exploite des chaînes de télévision et des stations de radio en Allemagne, mais aussi en France, en Belgique, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni, à Luxembourg, en Espagne, en Russie, en Hongrie et en Croatie. RTL Group, c'est aussi l'un des plus gros producteurs mondiaux de programmes télévisés avec des jeux, des télé-crochets, des films, des feuilletons et des téléromans à l'instar de *Idols*, *Got Talent*, *The X Factor*, *Good Times – Bad Times*, *Family Feud* et *The Bill*.

Les prémises de l'entreprise remontent à l'année 1931, date à laquelle la Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion (CLR) est créée. En diffusant, à ses débuts, un programme en plusieurs langues sur une fréquence radio, l'entreprise est, en Europe, un véritable pionnier en la matière.

RTL Group en tant que tel a vu le jour au printemps 2000, suite à la fusion de la luxembourgeoise CLT-UFA et de la britannique Pearson TV, une société de production de contenus, propriété du groupe média Pearson plc. Quant à la CLT-UFA, elle existe depuis 1997, quand Bertelsmann AG (actionnaire d'UFA) et Audiofina (actionnaire de la CLT, Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion), ont pris la décision d'associer leurs activités TV, radio et production télévisuelle.

A l'occasion d'un échange d'actions avec la holding belgo-canadienne Groupe Bruxelles Lambert (GBL), Bertelsmann AG est devenue, en juillet 2001, actionnaire majoritaire de RTL Group. Suite à cet accord, GBL obtenait une participation à hauteur de 25 pour cent dans le capital de Bertelsmann AG qui recevait, en retour, 30 pour cent du capital de RTL Group. En décembre de la même année, Bertelsmann s'accordait avec Pearson plc pour racheter ses 22 pour cent du capital de RTL Group. Aujourd'hui, la part de Bertelsmann dans le capital de RTL Group s'élève à 90,3 pour cent et les 9,7 pour cent restants s'échangent sur les places boursières de Luxembourg et de Bruxelles.

## **Les activités**

Télévision : RTL Group est le diffuseur numéro 1 en Europe avec plus de 200 millions de téléspectateurs qui regardent, chaque jour, une de ses chaînes de télévision. Le public allemand a le choix entre l'une des chaînes de la grande famille fondée autour de l'emblématique RTL Television, les Français peuvent regarder M6, les Belges francophone RTL-TVI, les Hollandais RTL 4 et, les Britanniques, la toute jeune famille construite autour de Five. L'entreprise est aussi présente sur les marchés hongrois (RTL Klub), russe (Ren TV) et croate (RTL Televizija).

Contenu : Par l'intermédiaire de sa filiale FremantleMedia, RTL Group est l'une des plus importantes sociétés internationales de production, en dehors des Etats-Unis. Le groupe produit, chaque année, dans 55 pays, plus de 10.000 heures de programmes de prime time,

régulièrement primés. C'est aussi l'un des plus grands distributeurs indépendants au monde, hors USA, avec des droits sur 19.000 heures de programmes dans 150 pays.

Radio : Les stations de radio de RTL Group touchent à leur tour, chaque jour, des millions d'auditeurs. La station de radio phare du groupe est RTL en France. Aux côtés de ce leader, RTL Group possède en France les deux radios musicales RTL 2 et Fun Radio. A ces dernières viennent s'ajouter de nombreuses autres participations dans des stations d'autres pays européens.

## **La stratégie**

La stratégie de RTL Group repose sur trois piliers. En premier lieu, il s'agit de développer et de renforcer ses familles de chaînes car l'entreprise est d'avis que c'est la réponse adéquate à la fragmentation des audiences, conséquence inévitable de la multiplication des chaînes numériques. Ainsi, sur ses marchés d'Europe de l'Ouest, RTL Group a construit de solides familles qui, à l'exception du groupe Five en Grande-Bretagne, sont soit numéro un, soit numéro deux sur leur marché. Ensuite, pour compléter son offre, RTL Group a lancé ses propres chaînes numériques, pour des marchés-niches, à l'image de W9 en France, de Five US et de Fiver au Royaume-Uni mais aussi, en Allemagne, des trois chaînes Passion, RTL Crime and RTL Living. Le deuxième axe stratégique vise une augmentation sensible de la part du chiffre d'affaires non-publicitaire du groupe en s'appuyant, d'un côté, sur la diversification accrue des métiers du groupe et, d'un autre côté, sur le renforcement des activités de production.

Dans le contexte actuel, FremantleMedia a un rôle clef à jouer et le groupe souhaite augmenter ses activités de production sur tous les marchés importants. La production de contenus est, en effet, devenue une activité cruciale qui offre de très bonnes perspectives de croissance. Certains programmes sont devenus des hits au-delà des frontières et, à l'heure du numérique, leur valeur en est décuplée. Pour se développer et perdurer, les nouvelles plateformes de distributions, qu'elles soient en ligne, mobile ou encore à la demande, requièrent un contenu adapté et de valeur pour conquérir un nouveau public.

Pour une entreprise de l'envergure de RTL Group, l'ère du numérique est porteuse de nombreuses opportunités et permet d'élaborer de nouvelles stratégies de développement. A ce titre, RTL Group, forte de ses chaînes et des ses marques de programmes reconnues, est entrée de plein pied dans le segment des plateformes à la demande comme M6Replay.fr ou RTLnow.de et est active sur les marchés des sites communautaires de vidéos et des jeux en ligne - dans les pays où l'Internet à haut débit a bien pénétré le marché. Petit à petit, l'entreprise construit son offre de télévision mobile.

Pour finir, le troisième et dernier pilier de la stratégie du groupe est celui de l'expansion géographique en Europe. Avec, actuellement, des participations dans des chaînes de télévision dans dix pays, RTL Group étudie des opportunités d'intégrer de nouveaux marchés, notamment ceux très dynamiques d'Europe méridionale, centrale et orientale.