

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les actionnaires de De Vijver Media redéfinissent leur partenariat

- **Telenet devient propriétaire à part entière des chaînes commerciales VIER, VIJF, ZES et de la maison de production Woestijnvis.**
- **SBS Belgium et Mediahuis créent une régie publicitaire pour l'offre vidéo et cross-média en ligne.**

Anvers / Bruxelles / Vilvoorde, le 7 mars 2018 – Telenet Group Holding SA (Euronext : TNET) a conclu aujourd'hui un accord avec les deux autres actionnaires de De Vijver Media SA (ci-après dénommée De Vijver Media ou 'l'Entreprise') afin de reprendre la totalité de De Vijver Media. Les actionnaires Mediahuis SA ainsi que Wouter Vandenhoute et Erik Watté vendront leurs parts respectives de 30 et 20 % à Telenet, qui deviendra ainsi l'unique actionnaire. Le prix de l'acquisition n'a pas été divulgué. En tant que propriétaire de trois chaînes et d'une maison de production, Telenet pourra répondre encore mieux et plus rapidement aux innovations en termes d'expérience télévisuelle ou de publicité. Parallèlement à cette transaction, SBS Belgium et Mediahuis créent une régie publicitaire par le biais d'une joint-venture à parts égales qui proposera aux partenaires commerciaux des solutions de vidéo en ligne ainsi qu'une offre cross-média. Les transactions sont maintenant notifiées aux autorités compétentes en matière de concurrence pour approbation.

L'évolution rapide du paysage médiatique et les défis que cela implique ont contraint ces derniers mois tous les partenaires au sein de De Vijver Media à réexaminer et à réformer le partenariat existant. Le comportement des téléspectateurs change et les chaînes doivent concurrencer des fournisseurs de contenu mondiaux comme Netflix ou Amazon. Ces acteurs, investissant massivement dans de nouveaux films et séries ainsi que dans des plates-formes technologiques pour les rendre disponibles, placent la barre très haut pour la production et la diffusion de contenu à l'échelle internationale et nationale. En outre, les chaînes de télévision linéaires assistent à un glissement de la publicité télévisée vers la publicité en ligne, où des acteurs mondiaux tels que Google et Facebook règnent en maîtres.

Tous ces changements ont un impact sur le modèle d'affaires des fournisseurs de télévision traditionnels. L'ambition de Telenet est de continuer à renforcer l'écosystème local avec des partenaires afin que le téléspectateur puisse continuer à bénéficier de contenu local fort et d'innovations dans le domaine du divertissement.

Afin de pouvoir mettre en œuvre sa stratégie d'investissement et de répondre plus rapidement aux changements sur le marché télévisuel, Telenet souhaite acquérir toutes les parts de De Vijver Media. Cette transaction permettra à Telenet de travailler harmonieusement avec De Vijver Media à de

nouvelles façons de proposer davantage de programmes et de davantage de manières différentes aux utilisateurs finaux afin de rester un partenaire important des annonceurs.

John Porter, CEO de Telenet : « *Nous sommes heureux de pouvoir franchir cette nouvelle étape dans notre stratégie 'connected entertainment'. En tant que propriétaire d'une maison de production à fort ancrage local et d'un certain nombre de chaînes commerciales florissantes, Telenet peut accélérer la réalisation de nouvelles expériences de visionnage et répondre aux nouveaux modes de consommation des médias. En même temps, cela nous permettra de miser encore davantage et plus rapidement sur l'innovation. À cet égard, notre ambition reste de travailler avec tous les acteurs du secteur belge de la télévision et du divertissement et de veiller à ce que les téléspectateurs puissent continuer à bénéficier d'un contenu local de qualité. Je suis également heureux que Wouter Vandenhoute continue à assurer son rôle de Président du Conseil d'administration de De Vijver Media et puisse ainsi contribuer à assurer la continuité grâce à son expérience.* »

Gert Ysebaert, CEO de Mediahuis : « *Mediahuis a connu ces dernières années une croissance rapide et est devenu un groupe multimédia. En tant que premier éditeur en Belgique et deuxième aux Pays-Bas, nous avons de fortes ambitions pour le développement numérique de nos activités. La vente de la participation de 30 % dans De Vijver Media doit donc être considérée comme un choix clair de se concentrer dans les années à venir sur le renforcement de notre organisation belgo-néerlandaise, en combinaison avec la croissance numérique de nos médias et services. Dans le cadre de cette stratégie numérique, le partenariat renforcé avec SBS nous permettra de consolider encore davantage notre position sur le marché en pleine évolution de la vidéo en ligne et d'offrir aux annonceurs une offre cross-média percutante. En même temps, nous sommes convaincus que Telenet est la partie la plus appropriée pour donner à SBS une capacité d'action supplémentaire dans le paysage télévisuel exigeant et en évolution rapide.* »

Wouter Vandenhoute : « *Telenet devient propriétaire à part entière de De Vijver Media au moment précis où l'entreprise et le paysage médiatique flamand se trouvent à un carrefour. Cinq ans après le lancement de Vier, SBS a conquis sa place en tant que troisième acteur local aux côtés de la VRT et de MEDIALAAN. Woestijnvis a fortement rajeuni tout en restant, 20 ans plus tard, la référence au sein des maisons de production flamandes. La dynamique de ces dernières années entre le service public de radiotélévision et deux acteurs commerciaux locaux permet au téléspectateur flamand de bénéficier quotidiennement d'une télévision de pointe et offre de grandes opportunités aux créatifs. Dans le même temps, le secteur audiovisuel est confronté à des défis, notamment en raison de l'évolution rapide du comportement des téléspectateurs. La reprise intégrale de De Vijver Media par Telenet est la meilleure garantie d'un futur prospère. Telenet dispose des ressources et du savoir-faire nécessaires pour guider SBS et Woestijnvis dans ce paysage en mutation. Le contenu local constitue le moteur et la raison d'être de De Vijver Media, ce qui est justement la raison pour laquelle Telenet est entré dans ce processus il y a trois ans. Le fait que Telenet fasse maintenant passer sa participation à 100% est un signe d'appréciation et de reconnaissance pour les réalisations de ces dernières années. Pour moi personnellement, j'éprouve un sentiment partagé de devoir abandonner en tant qu'actionnaire le rêve avec lequel nous avons commencé début 1997. C'est un au revoir, mais pas un adieu, car j'entends aussi continuer à m'engager dans le nouveau processus.* »

Telenet souligne que la reprise de De Vijver Media n'entraînera pas de modification des accords conclus à ce jour avec d'autres fournisseurs de télévision. La transaction est soumise à l'autorité de la concurrence compétente.

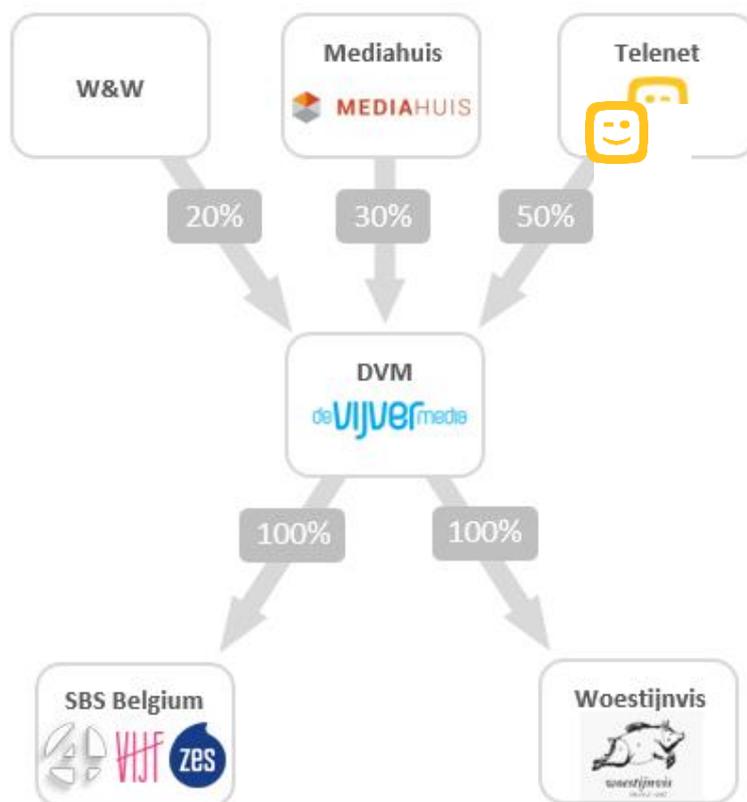
Mediahuis et SBS créent conjointement une joint-venture pour la vidéo en ligne et les offres cross-média.

Mediahuis et SBS Belgium ont ensuite décidé de renforcer leur collaboration existante dans le domaine de la publicité vidéo en ligne et des campagnes cross-média. Les deux partenaires unissent leurs forces et fondent ensemble une régie nationale de publicité par le biais d'une joint-venture à parts égales. D'une part, cette régie commune se concentrera sur la commercialisation des activités vidéo en ligne tant de Mediahuis que de SBS, et d'autre part, elle offrira aux annonceurs une réponse forte à leur demande de campagnes cross-média innovantes et percutantes.

Au départ, l'offre de la nouvelle régie sera constituée de propositions vidéo en ligne pour les marques de divertissement de SBS (VIER et VIJF) et les marques d'actualité de Mediahuis (De Standaard, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen et Het Belang van Limburg). En pleine conformité avec la vision des deux partenaires, la régie aura un caractère 'ouvert' et sera ouverte aux partenariats avec des tiers.

Sous réserve de l'approbation des autorités compétentes en matière de concurrence, la nouvelle régie sera initialement composée de dix collaborateurs de Mediahuis, SBS et The Pool. La direction de la régie sera assurée par un administrateur délégué qui rapportera au conseil d'administration de la nouvelle joint-venture.

Annexe - Structure actuelle de De Vijver Media. Après approbation par les autorités compétentes en matière de concurrence, Telenet acquerrait 100 % des parts.



Pour davantage d'informations, contactez :

Isabelle Geeraerts, porte-parole de Telenet
T: 015 33 55 44 - E: isabelle.geeraerts@stelenetgroup.be

An Steylemans, porte-parole de Mediahuis
T: 0473 55 71 48 - E: an.steylemans@mediahuis.be

Kristof Demasure, porte-parole de SBS Belgium
T: 0478 22 06 82 – E: kristof.demasure@SBSBelgium.be

À propos de Telenet – En tant que fournisseur belge de services de divertissement et de télécommunications, Telenet Group est constamment à la recherche de l'excellence pour ses clients au sein du monde numérique. Sous la marque Telenet, l'entreprise fournit des services de télévision numérique, d'Internet à haut débit et de téléphonies fixe et mobile, destinés au segment résidentiel en Flandre et à Bruxelles. Telenet Group offre également des services de téléphonie mobile sous la marque BASE à l'échelle de la Belgique.

Le département Telenet Business propose quant à lui des solutions de connectivité, d'hébergement et de sécurité aux marchés professionnels belge et luxembourgeois. Plus de 3.000 collaborateurs ont un objectif commun : rendre la vie et le travail plus facile et plus agréable.

Telenet Group fait partie de Telenet Group Holding SA et est coté sur Euronext Bruxelles sous le symbole boursier TNET. Pour plus d'informations, visitez www.telenet.be. 57 % des actions de Telenet sont détenues par Liberty Global, le plus grand leader mondial de la TV et le plus grand fournisseur d'Internet haut-débit, qui investit, innove et mobilise des personnes dans plus de 12 pays en Europe afin de tirer le meilleur parti de la révolution numérique.

À propos de Mediahuis - Mediahuis est un des leaders des sociétés de médias en Belgique et aux Pays-Bas. Plus de 3 200 collaborateurs réalisent un chiffre d'affaires annuel de 800 millions d'euros et un volume total de ventes quotidien de 1,4 million de journaux. Avec des marques d'actualité comme De Standaard, Het Nieuwsblad/De Gentenaar, Gazet van Antwerpen et Het Belang van Limburg, Mediahuis représente une vente quotidienne d'environ 516 000 journaux en Belgique. Aux Pays-Bas, le groupe est actif notamment avec les marques d'actualité De Limburger, NRC Handelsblad, nrc.next, De Telegraaf et Noordhollands Dagblad et réalise un volume de ventes quotidien de près de 900 000 journaux. De plus, Mediahuis exploite en Belgique et aux Pays-Bas un nombre important de plates-formes de petites annonces comme Jobat, Jellow, Hebbes, Zimmo, Vroom, Gaspedaal et GroupDeal. En tant qu'éditeur, Mediahuis croit inconditionnellement au journalisme indépendant et à des médias forts et pertinents, qui apportent une contribution positive à l'Homme et à la société. Sur la base de cette vision, l'entreprise investit en permanence dans ses puissantes marques d'actualité, au format papier comme au format numérique.

À propos de SBS Belgium - SBS Belgium est la maison-mère des chaînes de télévision VIER, VIJF et ZES. Plus que jamais, les trois chaînes occupent une position forte dans le paysage médiatique actuel. SBS Belgium fait également office de régie pour les chaînes Discovery, TLC, njam! et Play Sports. Ensemble, VIER, VIJF et ZES ont atteint en 2017 une part de marché de 19,2 %. C'est exactement ce qu'attendent les annonceurs des chaînes : une audience fiable et stable. SBS oblige ainsi Mediahuis et la VRT à rester constamment en alerte. C'est aussi une manière de permettre à la télévision, qu'elle soit analogique ou numérique, de demeurer un média passionnant.

En tant que plus grande chaîne féminine de Flandre, VIJF propose d'une manière originale et avec succès une TV feel good qui ne se prend pas trop au sérieux, destinée aux jeunes femmes actives. ZES régale le téléspectateur en diffusant 24 heures sur 24 les films et séries américaines les plus populaires : des grands classiques et superproductions hollywoodiennes aux meilleures top séries. VIER veut conclure de plus en plus de rendez-vous fixes avec les téléspectateurs. Avec Gert Late Night, par exemple, elle a créé le talk-show surprenant que la Flandre attendait en fin de soirée. Avec Sports Late Night, VIER est leader du marché en deuxième partie de soirée le vendredi, samedi et dimanche. À partir de cet automne, nous tablerons également sur l'audience en direct en prime time avec les matches de la Ligue des champions. VIER se concentrera aussi sur le week-end, notamment avec sa propre version de l'émission de compétition de danse qui remporte le plus de succès dans le monde, Dancing with the Stars, un show télévisé glamour et électrisant dans lequel des célébrités flamandes et des danseurs professionnels conjuguent leur énergie.