

RTL GROUP **portrait** **Gerhard Zeiler**

Président directeur général de RTL Group
Membre du directoire de Bertelsmann AG

Un architecte de la télévision

Découvrir, développer, produire et diffuser. Informer et divertir. Construire des familles de chaînes et créer des synergies. Le métier de la télévision, c'est tout cela à la fois. Mais le credo de Gerhard Zeiler, PDG de RTL Group depuis mars 2003, c'est l'émotion : « La télévision véhicule une gigantesque vague de sentiments. Si vous trouvez la note juste, non seulement vous atteignez le téléspectateur mais vous le touchez au plus profond de lui-même, vous le captivez. Votre contenu l'envahit. C'est pourquoi la télévision est, pour moi, le media le plus complet, le plus abouti. »

Une fois à la barre du groupe international RTL Group, Gerhard Zeiler s'est tout de suite révélé comme l'architecte du secteur télévision de Bertelsmann. Les chaînes du groupe ont lancé, les unes après les autres, des initiatives destinées à accroître les revenus non-publicitaires et, à l'heure actuelle, RTL Group est considéré comme un pionnier dans ce qu'il est convenu d'appeler les activités de diversification. Ainsi, le degré de dépendance du groupe vis-à-vis des marchés publicitaires a diminué, et la rentabilité a augmenté. Mais surtout, Gerhard Zeiler a franchi de nouvelles étapes importantes grâce à l'expansion à l'international des activités télévisuelles. Avril 2004 a vu le lancement en Croatie de la nouvelle chaîne prénommée RTL Televizija et qui a commencé à réaliser des bénéfices deux ans seulement après son inauguration. En juillet 2005, la prise d'une participation de 30 pour cent dans la chaîne Ren TV a permis à RTL Group de mettre un pied sur le marché télévisuel russe. Toujours à la mi-2005, le groupe a racheté la totalité de la chaîne anglaise Five, jetant ainsi les bases d'une famille de chaînes prospère sur un marché britannique particulièrement disputé. Une bonne année plus tard, un pas important a été à nouveau franchi lors du lancement des deux chaînes numériques thématiques Five USA et Fiver. Fin 2008, RTL Group a investi le marché de radio et de télédiffusion grec en acquérant une participation majoritaire dans le capital d'Alpha Media Group.

Aujourd'hui, RTL Group est devenu le premier groupe européen de divertissement et détient, dans onze pays, des participations dans 45 chaînes télévisées et 31 stations de radio tout en participant, dans le monde entier, à la production de programmes. En poursuivant sur cette lancée et sous la direction de Gerhard Zeiler, le groupe compte progressivement renforcer sa présence sur les marchés télévisuels internationaux. En août 2006, le conseil d'administration a renouvelé, jusqu'au mois de mai 2011, le contrat de Gerhard Zeiler en tant que PDG de RTL Group de façon à ce qu'il puisse continuer à se concentrer totalement sur deux priorités. D'une part, il lui faut étendre « l'architecture » internationale des chaînes du groupe et, d'autre part développer les activités de production. Comme il l'explique : « RTL Group est loin d'avoir fait le tour de ses potentiels d'expansion. Secondé par une équipe d'entrepreneurs passionnés dans nos centres de profit ainsi qu'au siège social à Luxembourg, mon devoir sera d'accélérer le fantastique succès de RTL Group. »

Gerhard Zeiler a une idée très précise de ce à quoi devra ressembler l'avenir du groupe, qui est aussi l'entité qui contribue le plus au chiffre d'affaires et aux bénéfices de Bertelsmann. La stratégie qu'il propose repose sur trois piliers. En premier lieu, il faut poursuivre le développement des familles de

chaînes en se calquant sur le modèle allemand et les chaînes de Mediengruppe RTL Deutschland (RTL Television, Vox, N-TV, RTL II, Super RTL ainsi que les trois chaînes numériques à péage RTL Crime, RTL Living et Passion). Ensuite, le deuxième pilier de la stratégie de RTL Group repose sur une diversification de ses métiers toujours plus grande et qui génère des revenus publicitaires, mais aussi sur un renforcement de ses activités de production. FremantleMedia, le pôle production du groupe doit s'agrandir sur tous les marchés significatifs. Alors que nous sommes entrés dans l'ère du numérique, des programmes attractifs présentent de très forts potentiels de croissance. Pour attirer un public, les nouvelles plateformes numériques, qu'elles soient en ligne, sur le téléphone portable ou à la demande, ont, en effet, grand besoin de contenu de qualité adapté aux spécificités propres de ces plateformes. Pour finir, le troisième pilier de la stratégie est celui de l'expansion géographique en Europe. Avec des participations dans l'industrie télévisuelle dans actuellement onze pays, RTL Group étudie des possibilités d'expansion, notamment sur les marchés d'Europe méridionale, centrale et orientale.

« Ces dernières années, nous avons fait de bons progrès dans ces trois directions, déclare Gerhard Zeiler. Et même d'un point de vue purement géographique, notre portefeuille est plus équilibré que jamais. C'est pour cela que nous pesons très soigneusement toute décision d'investissement. Mais si une occasion d'acquisition s'inscrivant dans la lignée de la stratégie de RTL Group venait à se présenter, nous poursuivrons cet objectif dans le but d'augmenter la valeur ajoutée du groupe. » Au vu de l'actuelle situation économique préoccupante, Gerhard Zeiler énonce clairement les priorités : « Nous nous concentrons sur nos marchés clefs et nous passons en revue partout nos coûts et nos structures. Cela vous mènera vers une réduction conséquente de nos coûts, dans tous nos centres de profit ».

Aîné de vrais jumeaux, Gerhard Zeiler est né le 20 juillet 1955 dans le quartier ouvrier de Ottakring, à Vienne (Autriche). Il n'a jamais caché, ni ses sympathies pour la social-démocratie, ni sa distance critique vis-à-vis « des puissants ». Il a fait des études de psychologie, de sociologie et de pédagogie. D'abord journaliste indépendant pendant quelques mois, il a été ensuite nommé porte-parole de Fred Sinowatz, ministre fédéral de l'Enseignement et de la culture, qu'il a finalement suivi en 1983 à la chancellerie. Plus tard, il a conservé ses fonctions auprès du chancelier fédéral Franz Vranitzky.

C'est en novembre 1986 que Gerhard Zeiler a commencé à travailler pour la télévision, en devenant secrétaire général de l'ORF (l'office de radiotélévision autrichienne). A 24 ans seulement, il faisait déjà partie du conseil de surveillance de la société et affirmait déjà clairement « la télévision fait partie de ma vie ».

Au début des années 90, il est parti à Munich et a créé, seul aux commandes, la chaîne télévisée Tele 5. Il est ensuite passé directeur général à RTL II de 1992 à 1994, avant de retourner à Vienne pour moderniser l'office public de radiotélévision ORF, jusque là plutôt empreint de tradition, et y être nommé directeur général.

En novembre 1998, il relève un nouveau défi en devenant le directeur général du groupe des chaînes autour de RTL Television à Cologne. Après une première phase dynamique de construction, la télévision privée avait besoin d'un nouvel élan face à des chaînes publiques qui émergeaient d'un long sommeil entretenu par leur position de monopole et qui se préparaient alors à concurrencer âprement leurs nouveaux rivaux commerciaux.

C'est alors que Gerhard Zeiler a libéré toutes les forces créatrices de son entreprise en dévoilant ses qualités de stratège et sa capacité à convaincre – en particulier quand il est question de chiffres et de coûts. Années après années, les parts de marché, le chiffre d'affaires et les profits de RTL Television ont connu une croissance à deux chiffres. Depuis lors, les chaînes de Mediengruppe RTL

Deutschland ont pu continuellement augmenter leurs parts d'audience et dominer, avec une bonne tête d'avance, leurs concurrentes, avec des parts d'audience auprès des groupes cibles de plus de 30 pour cent. La part de marché publicitaire nette de la famille des chaînes allemandes est même passée de 40,8 pour cent en 2000 à 46,4 pour cent en 2008.

Ensemble, la famille des chaînes françaises menée par le Groupe M6 et l'allemand Mediengruppe RTL Deutschland ont ainsi contribué de manière décisive à l'ascension de RTL Group vers les sommets avec, en 2008, un résultat opérationnel (EBITA) qui atteint le niveau record de 916 millions d'euros (à titre de comparaison, il s'élevait à 898 millions d'euros en 2007). Le chiffre d'affaires s'est établi à 5,8 milliards d'euros en 2008. C'est en faisant le choix de se concentrer sur ses activités clefs que le groupe a pu, pour la septième fois d'affilée, augmenter son résultat opérationnel et obtenir son plus haut niveau de rendement sur chiffre d'affaires.

Aujourd'hui, plus de 200 millions de téléspectateurs en Europe regardent chaque jour l'une des chaînes de RTL Group. FremantleMedia est l'une des plus importantes entreprises de production internationales en dehors des Etats-Unis. Celle-ci produit plus de 300 programmes diffusés dans 57 pays, y compris les Etats-Unis. Au total, elle crée 10 000 heures de programmes par an, que ce soit des films, des séries, des shows ou des documentaires.

Ce succès a valu à Gerhard Zeiler d'obtenir la reconnaissance de l'industrie audiovisuelle. En octobre 2004, il a été élu « Personnalité de l'année dans le secteur de l'audiovisuel » au Mipcom, le salon de l'audiovisuel à Cannes. Les juges ont mis l'accent sur le fait que RTL Group n'avait cessé d'établir des records malgré la crise qui frappe le secteur audiovisuel. Gerhard Zeiler lui-même, bien que mis personnellement à l'honneur, s'est gardé de trop d'autosatisfaction et son entourage sait qu'il est sincère quand il explique ses succès par les performances d'une équipe.

Gerhard Zeiler accepte le fait que sa carrière soit dépourvue de stabilité. La course à l'audimat dans le marché télévisuel international nécessite la présence de RTL Group sur tous les principaux marchés. Les programmes, les émissions et les droits s'acquièrent aux quatre coins du monde. Les idées ne viennent plus uniquement des Etats-Unis mais également d'Angleterre, de Scandinavie ou des Pays-Bas. En fait, l'Amérique du Nord adopte de plus en plus des productions européennes à succès.

En même temps, la numérisation est en train de complètement changer le visage du secteur télévisuel, car une plus grande fragmentation de l'audience nécessite une production extrêmement diversifiée. Pour renforcer les positions de ses familles de chaînes, RTL Group crée un nombre croissant de chaînes numériques qui ciblent des groupes très spécifiques. Mais au-delà de cela, la numérisation offre de multiples opportunités en renforçant les activités de diversification. Ainsi, dans les pays où l'Internet à haut débit a bien pénétré, le groupe gère des plateformes de services à la demande à l'image de *M6Replay.fr* ou bien encore *RTLnow.de*. Le groupe y est de plus actif dans les secteurs des communautés de vidéos, des réseaux sociaux et des jeux en ligne tout en développant, pas à pas, ses activités dans la télévision mobile. « Nos traditionnelles familles de chaînes deviennent des familles numériques présentes sur un bon nombre de plateformes. Nous allons répondre à la demande toujours plus forte en contenu de qualité en renforçant FremantleMedia, notre pôle de production grâce à de nouveaux talents, de nouveaux formats et de nouvelles activités, dans de nouveaux pays » a rajouté Gerhard Zeiler pour résumer ses objectifs.

En tant que PDG de RTL Group, société cotée en bourse, ce directeur expérimenté est toujours passionné par la programmation, ce qui fait de lui un partenaire idéal pour les équipes dirigeantes des nombreuses chaînes de RTL Group. Gerhard Zeiler pense sincèrement que « la télévision reste le média numéro un et RTL un label de qualité de la télévision privée européenne. Avec la

numérisation, le nombre de programmes explose littéralement. Dès lors, notre métier de base n'est pas prêt de changer. D'un côté, des programmes marqués du sceau de la qualité, de la créativité et de l'émotion. De l'autre, des chaînes avec une identité très forte qui rendent les téléspectateurs curieux de découvrir de nouveaux programmes, qui font aussi de leurs émissions des sujets de société qui permettent d'ouvrir le débat. En alliant la production de contenus à des chaînes à forte identité, RTL Group est en excellente position pour renforcer encore plus sa place de premier groupe de divertissement en Europe. »

Curriculum Vitae

Date de naissance 20 juillet 1955 à Vienne (Autriche)

Diplômé en Psychologie, sociologie, pédagogie

Carrière

- 1976 Assistant scientifique à l'Institut autrichien pour la recherche professionnelle
- 1979 Journaliste indépendant
- 1979 Porte-parole et attaché de presse du ministre fédéral de l'Enseignement et de la culture Fred Sinowatz, puis du Chancelier Franz Vranitzky
- 1986 Secrétaire général de la radio télévision autrichienne (ORF)
- 1991 Directeur général de la chaîne privée allemande Tele 5 à Munich
- 1992 Directeur général de RTL II, Cologne et Munich
- 1994 Directeur général de l'ORF
- 1998 – 2005 PDG de RTL Television, Cologne
- 2000 Membre de « l'Operations Management Committee » de RTL Group
- 2002 Membre du conseil de surveillance du Groupe M6
- 2002 – 2004 Membre du conseil d'administration de la Bertelsmann Stiftung
- Depuis 2003 PDG de RTL Group
- Depuis octobre 2005 Membre du directoire de Bertelsmann AG

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

Oliver Herrgesell

RTL Group

Executive Vice President Corporate Communications & Marketing

Tél. : +352 2486 5200

Fax : +352 2486 5139

oliver.herrgesell@rtlgroup.com

