

L'arrivée de TF1 pousse RTL Belgium à se transformer

■ Les futurs décrochages publicitaires de la chaîne française bousculent sa rivale belge.

Philippe Delusinne, administrateur délégué de RTL Belgium, l'avait laissé entendre, en mars dernier, lorsque le géant de l'audiovisuel français TF1 tentait de convaincre une régie publicitaire belge de commercialiser ses décrochages publicitaires en Belgique. En cas d'accord et d'arrivée de TF1 en Belgique francophone (où elle réalise une part d'audience proche des 20 %), RTL Belgium serait contrainte de réagir. En cause ? L'impact du manque à gagner potentiel consécutif à la ponction par TF1 – estimé entre 20 et 30 millions d'euros par an – sur la manne publicitaire belge.

Il n'aura pas fallu attendre longtemps pour que ce scénario se concrétise. Vendredi dernier, on apprenait que TF1 avait trouvé un accord avec la petite régie flamande Transfer pour commercialiser ses décrochages auprès des annonceurs belges (lire "La Libre" du 14/5). Quarante-huit heures plus tard, Philippe Delusinne s'adressait à ses troupes. Comme indiqué hier par "L'Echo", le patron de RTL Belgium a été droit au but : prenant appui sur le dossier TF1, mais également sur les transformations à l'œuvre dans le monde des médias, il a fait savoir que le moment était venu de "redéfinir ce que

nous sommes pour assurer la pérennité de notre groupe".

Un plan #Evolue pour l'été

RTL a fait appel au bureau de consultance McKinsey pour identifier les défis à relever sans tarder. "Sans remise en question fondamentale, explique M. Delusinne, RTL risque une érosion rapide de ses performances. [...] Il nous faut (donc) entreprendre sans délai un vaste plan de transformation." Il s'articulera autour de quatre axes : redéfinition de l'offre de produits et repositionnement concurrentiel; développement d'une offre non-linéaire pérenne; organisation plus efficace; et redéfinition des modes de travail de l'écosystème RTL en Belgique.

Sandrine Gobbesso, directrice des ressources humaines, a été chargée de piloter ce plan de transformation baptisé #Evolue. "L'objectif est d'aboutir avec un cadre général d'ici la fin juin, pour une mise en œuvre du plan à partir de la rentrée de septembre", nous précisait hier Christopher Barzal, porte-parole de RTL Belgium. Lequel ajoute ne pas pouvoir dire, à ce stade du processus, si le plan #Evolue aura un impact sur l'emploi (l'effectif de RTL s'élève à 720 personnes en Belgique). "On n'en sait encore rien. Les discussions vont seulement commencer. Avec un objectif prioritaire en tête: rendre les activités de RTL Belgium pérennes."

P.-F.L.