

# RTL va supprimer plus de 100 emplois

L'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire et les bouleversements au sein du secteur audiovisuel sont à l'origine de l'opération.

NICOLAS KESZEI  
ET JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Depuis des semaines, les rumeurs vont bon train à la RTL House, siège de RTL Belgium. Et malgré les 30 ans que la chaîne privée s'appête à célébrer, l'heure n'est pas trop à la fête.

La semaine prochaine, mercredi au conseil d'administration et jeudi au personnel, la direction doit détailler son plan de transformation. Baptisé Evolve, il doit permettre à la branche belge du numéro un européen de la télévision de faire face aux défis qui se présentent à elle, que ce soit l'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire belge ou l'évolution de la consommation des médias

audiovisuels, de plus en plus impactée par l'essor du numérique.

Selon nos informations, ce sont 100 à 110 emplois que RTL a l'intention de supprimer. Soit environ un emploi sur huit. Suffisant pour déclencher la procédure Renault, soit une phase d'information, suivie d'une phase de négociations. Le groupe a provisionné à cette fin entre 10 et 15 millions d'euros. C'est surtout la télévision qui sera visée, la radio devant être épargnée.

Pour l'assister dans cette opération, RTL Belgium a fait appel au cabinet Stibbe dont un des associés, Herman Craeninckx, est spécialisé dans les restructurations d'entreprise. C'est lui qui avait piloté la re-

structuration de Carrefour Belgique en 2010. Contactée, la direction de RTL a dit vouloir réserver ses informations et ses commentaires prioritairement à son conseil d'administration et à son personnel.

Le plan ne se limite pas à ce volet social. Le CEO Philippe Delusinne a déjà indiqué que l'entreprise devait être réorganisée en profondeur, ceci tant dans son mode opérationnel qu'au niveau des ressources humaines. RTL Belgium entend ainsi inverser la pyramide des âges et rajeunir les cadres avec des «digital natives» plus à même de comprendre le futur des médias.

LIRE EN PAGE 3

## RTL va supprimer un emploi sur huit

NICOLAS KESZEI  
ET JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Les chiffres les plus divers ont circulé ces derniers jours: de 30 à 200 licenciements, 160, 80... Selon nos informations, ce seront finalement entre 100 et 110 collaborateurs qui vont devoir quitter RTL Belgium. C'est la face la plus visible de son plan de transformation, baptisé Evolve. Annoncé au personnel par le CEO Philippe Delusinne mi-mai (L'Echo du 16 mai), il doit permettre à la branche belge du groupe audiovisuel privé de faire face aux défis qui se présentent à lui, que ce soit l'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire belge ou l'évolution de la consommation des médias.

La direction de RTL n'a pas souhaité réagir. «Comme RTL s'est engagée à le faire au cours des derniers mois, elle réserve prioritairement ses informations et ses commentaires à son conseil d'administration et à son personnel», nous a-t-on dit avenue Georgan. Elle communiquera les détails du plan mercredi au conseil d'administration avant de s'adresser, le lendemain, au personnel. Comme le plan concerne 10% de la masse salariale d'une entreprise employant au moins 300 personnes (le personnel des différentes entités tourne autour des 800 collaborateurs), il s'agit d'un licenciement collectif.

### Procédure Renault

La procédure Renault va donc être enclenchée avec une phase d'information, suivie de négociations. «Nous ne savons rien à ce stade, nous disait en milieu de semaine un responsable syndical. Mais souvent dans ce genre d'opération, l'entreprise tape d'emblée très haut

pour ensuite baisser la facture durant la phase de négociations et ainsi redresser son image.» Dans un passé récent, Delhaize et Carrefour n'ont pas agi autrement. C'est le cabinet Stibbe qui est à la manœuvre chez RTL avec en tête de ligne un spécialiste des restructurations, Herman Craeninckx, l'avocat qui avait d'ailleurs piloté le plan social de Carrefour en 2010. Contacté, ce dernier n'a pas souhaité faire de commentaire.

Selon nos sources, RTL a provisionné entre 10 et 15 millions pour mener cette opération. Celle-ci ne touchera en principe que la télévision, dans tous les départements y compris la régie publicitaire IP. La radio (Bel RTL, Contact) sera en principe épargnée. Il est vrai qu'elle emploie relativement peu de personnel et continue de générer de jolis bénéfices, surtout Contact.

Globalement, RTL n'est d'ailleurs pas une entreprise en difficultés. En 2016, elle a affiché un chiffre d'affaires en légère hausse de 1% à 202 millions d'euros. Et si son résultat opérationnel a baissé de 4,4% à 43 millions, la filiale belge du n°1 européen de la télévision affichait une marge de 21%, la deuxième meilleure du groupe RTL. Celle-ci a toutefois tendance à s'effriter ces dernières années. Le premier semestre de 2017 a ainsi été plus compliqué. Le chiffre d'affaires a reculé de 7,7% et l'Ebitda de 24% suite à la diminution sensible du marché de la pub télé qui a chuté de 6,6%.

Car c'est bien la télévision qui cause problème. Non seulement, ses recettes publicitaires diminuent alors que la concurrence se renforce (TF1...), mais ses modes de consommation évoluent. «TF1, c'est un élément déclencheur d'une réflexion sur notre manière

de fonctionner», déclarait Philippe Delusinne le 10 juin dernier au Cercle Big. La télévision se consomme désormais différemment, sur d'autres outils que le téléviseur, sur plusieurs écrans à la fois, de plus en plus en différé et sur d'autres plateformes. De fait, comme le rappelle souvent le co-CEO du groupe, Guillaume de Posch, RTL n'est plus un groupe de télévision mais une entreprise «total vidéo». «Nous nous considérons à la fois comme un agrégateur, un producteur et un diffuseur de vidéos sur tous les supports - smartphone, tablette - et non plus seulement sur le téléviseur», indiquait-il en mars dans une interview à L'Echo.

### Place aux jeunes

Le problème, c'est que pour se différencier des géants de l'internet, qui broutent désormais dans le pré de ses recettes publicitaires, RTL doit de plus en plus investir dans la production locale, ce qui coûte cher. Bref, elle doit faire plus avec moins d'argent. Après avoir mené jusqu'ici une stratégie assez traditionnelle, axée sur les revenus générés par le spot publicitaire de 30 secondes, elle doit donc trouver d'autres sources de revenus, notamment dans le numérique et, par conséquent, se réinventer, transformer ses structures pour coller davantage à la stratégie du groupe.

Ces derniers mois, avec l'appui de McKinsey, la direction s'y est employée. Au Big, Philippe Delusinne n'avait pas caché qu'il s'agissait d'un défi de ressources humaines: «Il faut inverser la pyramide des âges, rajeunir les cadres avec des digital natives plus à même de comprendre le futur de nos médias. Je sais que cela fera mal, mais il faut avoir l'honnêteté de le dire.» Ce temps-là est donc arrivé.

### LE RÉSUMÉ

La semaine prochaine, RTL va présenter à son conseil d'administration et à son personnel son plan de transformation Evolve.

Selon nos informations, il prévoit la suppression de 100 à 110 emplois.

L'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire belge, conjuguée à l'évolution du marché audiovisuel, bousculé par le numérique, contraindrait RTL à se réinventer.

## **TF1 VS CSA**

### **UN BILAN MITIGÉ**

Le CSA tente toujours de conclure un accord «mutuellement satisfaisant» avec son homologue français afin que TF1, qui vient de commencer ses décrochages publicitaires en Belgique, respecte les règles en vigueur en Fédération Wallonie-Bruxelles. Mi-juillet, **TF1 s'est engagé à respecter les règles plus strictes de la FWB** en matière publicitaire, alors que le régime qui lui est applicable en France vient d'être assoupli. Elle peut dorénavant couper ses JT par de la pub, ce qui est interdit chez nous. Par contre, les négociations **butent sur l'investissement de TF1 dans la production audiovisuelle en FWB et les accords de primo-diffusion**. Si TF1 a bien formulé certains engagements, ceux-ci ne sont pas étendus, ni contraignants, note le CSA alors que théoriquement, **il devrait verser 2,2%** de ses recettes captées en Belgique à la production locale. Le CSA estime que le cadre législatif européen actuel appliqué est suffisant pour justifier le respect des règles appliquées en FWB. Fin août, sur les antennes de la RTBF, le président du CSA, Dominique Vosters, s'étonnait d'ailleurs que TF1 n'ait pas choisi la solution de facilité en payant 2,2% de ses recettes belges alors qu'en France, il doit verser 15% de celles-ci à la production locale. **J.-F. S.**