



Le personnel de RTL paie les désinvestissements dans le digital

On a connu anniversaire plus festif. Alors que la chaîne est censée célébrer ses 30 ans, le personnel de RTL Belgium a reçu «en cadeau»... un plan social. Comme prévu, plus de cent emplois vont disparaître, soit un salarié sur six. Essentiellement dans la télévision. La procédure Renault a été enclenchée. Mais les employés devront attendre encore plusieurs semaines avant de connaître leur sort, alors qu'ils savent depuis la mi-mai, lorsqu'a été annoncée la préparation d'un «plan de transformation», qu'une épée de Damoclès pese sur eux.

Pour justifier l'opération, alors que la société affiche encore de jolis bénéfices, la direction avance l'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire

belge – lequel est en recul –, l'évolution des modes de consommation de la télévision, la concurrence de nouveaux acteurs issus du digital, etc. Or, ces dernières années, RTL Belgium a désinvesti dans le numérique, faute de rentabilité. Aujourd'hui, le personnel en fait les frais. Mais, pressée par une concurrence qui vient de partout, RTL annonce parallèlement à ce plan social un redéploiement dans le digital tout en changeant ses structures et ses modes de fonctionnement.

Le plan social s'accompagne d'un redéploiement dans le digital.

RTL prend (enfin) le tournant digital, 105 emplois passent à la trappe

Baisse des recettes publicitaires, arrivée de TF1, nouveaux modes de consommation des médias. La direction a présenté ses arguments pour justifier son «plan de transformation» #Evolve

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Happy birthday to you. Happy birthday to you... Devant l'enseigne affichant les trois célèbres lettres rouges, affublée pour la circonstance d'un crêpe mortuaire, les employés de RTL Belgium ont réagi non sans ironie à l'annonce officielle du plan de transformation #Evolve du groupe audiovisuel privé alors que celui-ci «célèbre» ces jours-ci ses trente ans.

Comme L'Echo l'indiquait le week-end dernier, ce sont bien une bonne centaine d'emplois que RTL s'apprête à supprimer, 105 pour être précis, sur un total de 606 (sans compter les freelances). «Nous allons rester ce que nous sommes, une famille de trois chaînes qui fait de l'info, de la production propre, des débats. Mais pour y arriver, il faut changer nos structures et nos modes de fonctionnement», résume le CEO, Philippe Delusinne. Retour sur une annonce en cinq questions

1. Pourquoi RTL restructure?

L'entreprise est saine sur le plan financier. Depuis l'arrivée de Philippe Delusinne, il y a 15 ans, elle a dégagé 550 millions de résultat opérationnel, dont 43 en 2016 pour un chiffre d'affaires de 202 millions. Si la radio se porte bien, il n'en va pas de même de la télévision. 2017 est une année très compliquée avec un net recul du marché publicitaire (-6,6% au premier semestre). «Si on ne fait rien, cette activité sera en pertes l'an prochain, ce qui n'est pas acceptable», tranche Philippe Delusinne.

A cette contraction de la pub s'ajoute l'arrivée de TF1 sur le marché belge qui coûtera entre 15 et 20 millions au marché francophone. RTL justifie aussi son plan par «la multiplication des financements publics et l'assouplissement des règles dont bénéficie la RTBF». Mais c'est surtout l'évolution de la consommation des médias qui l'inquiète.

La télé se consomme de plus en plus en différé (13% aujourd'hui), ce qui permet de zapper la pub, sur d'autres outils (smartphone, tablette), sur d'autres plateformes (vidéo à la demande, Netflix, Amazon...). En outre, la manne des séries US bon marché, qui a fait les belles heures de la chaîne, commence à s'éteindre. Pour marquer sa différence et réaffirmer sa proximité avec le téléspectateur, RTL n'a d'autre choix que d'investir dans la production locale, ce qui coûte plus cher.

2. En quoi consiste le plan?

Les licenciements sont la face visible de l'iceberg. «C'est un plan de transformation porteur d'avenir pour l'entreprise», assure Philippe Delusinne. On va réformer nos structures et nos façons de travailler, essentiellement en télévision. Mais encore? Dans un mail adressé au personnel, la direction indique que le plan s'ar-

ticule sur cinq axes. Les différents départements de la **régie publicitaire** IP (TV, radio et digital) vont être fusionnés et l'accent va être mis sur le big data permettant de mieux connaître les attentes du consommateur. De son côté, la **rédaction** va être organisée selon le principe du «fast» et «slow news» (des infos en temps réel et des analyses). Elle va être dotée d'une nouvelle structure et d'un autre mode de fonctionnement. Plus concrètement, «il est question de fusionner les rédactions TV, radio et web mais ce n'est pas encore très clair», souffle un représentant du personnel. Par ailleurs, le plan prévoit la création d'une plateforme interne de **production** unique multitâche, multimarque et multimédia ainsi que l'organisation de la production en

projets. Au niveau du **digital**, RTL veut lancer une nouvelle plateforme de télévision de rat-trapage et une meilleure intégration des extensions digitales dans les processus de création de contenus. Enfin, en termes de **structures**, RTL veut «optimiser son organisation et son fonctionnement en vue de les rendre plus fluides et synergiques entre TV, radio et numérique».

3. Comment combler le retard dans le digital?

Le digital est le gros point faible de RTL. «Il y a quelques années, ils étaient plutôt en tête, puis ils se sont endormis», constate Frédéric Antoine, professeur à l'école de journalisme de l'UCL,

spécialisé dans l'audiovisuel. Philippe Delusinne assume: «Nous sommes un peu en retard sur le digital. Nous avons lancé un département comprenant 40 personnes. On l'a supprimé car on perdait beaucoup d'argent. Aujourd'hui, on doit s'adapter et on va relancer le digital avec l'apport du groupe RTL au niveau international.» Il est question de lancer, en collaboration avec d'autres pays où le groupe est présent, une plateforme de télévision de rattrapage gratuite financée par la publicité ciblée.

4. Qui est concerné par le plan?

Tous les départements seront touchés par le plan social, hormis la radio, très rentable et qui demande peu de ressources. La plus impactée sera la télévision: production, infos... Ce qui ne manque pas de surprendre Frédéric Antoine: «Alors que la concurrence vient à la fois de TF1 et des acteurs du net, la seule manière de faire la différence, c'est de miser sur le contenu local. Plutôt que de supprimer des postes, il aurait fallu au contraire renforcer le personnel. Ici, il va falloir faire plus avec moins.»

À ce stade, aucun nom ne circule. «Nous avons identifié des fonctions pas encore des personnes», explique Philippe Delusinne qui tient à préciser qu'il ne s'agit pas d'une «chasse aux plus anciens»: «Plein de gens de 58-60 ans resteront. J'ai moi-même 60 ans, je ne pars pas», a-t-il lancé...

Le personnel, lui, est accablé. «Les gens sont traumatisés, désespérés d'autant qu'ils ne savent pas encore qui va devoir partir», témoigne un syndicaliste. «Je travaille à la production d'une émission à succès, mais je vais peut-être devoir travailler sur plusieurs programmes à la fois», témoigne, inquiet, un quinquagénaire. Mercredi, les représentants du personnel avaient déjà dit tout le mal qu'ils pensaient de ce plan «destiné à enrichir les actionnaires». Le ton n'était évidemment pas différent hier. «Le plan #Evolvo, que certains chez nous appellent #Révolte, n'est pas un plan de sauvegarde de l'entreprise. On va sacrifier 105 familles pour maximiser le profit des actionnaires», confie un employé à Belga.

5. Et demain?

Comme il s'agit d'un licenciement collectif, la procédure Renault a été lancée. Avec d'abord une phase d'information avant la phase de négociation. Le processus pourrait durer plusieurs mois. À partir de la semaine prochaine, un conseil d'entreprise aura lieu chaque semaine. Le premier est prévu jeudi. Les syndicats y examineront des alternatives aux licenciements et la direction répondra aux questions, contre-propositions et arguments qu'ils formuleront. Des prévisions à 57 ans sur base volontaire sont ainsi possibles. Aucune action n'est prévue à ce stade. «Ce n'est pas dans la culture dans la maison», conclut, fataliste, un membre du personnel.

1 sur 6

RTL compte 606 collaborateurs salariés auxquels s'ajoutent des dizaines de freelances. Plus d'un sur six devrait perdre son emploi.

«Ce plan #Evolvo, que certains appellent le plan #Révolte, n'est pas un plan de sauvegarde de l'entreprise.»

Un employé de RTL

«Ce n'est pas une chasse aux plus anciens, plein de gens de 58-60 ans resteront. J'ai moi-même 60 ans, je ne pars pas.»

Philippe Delusinne
CEO DE RTL BELGIUM

«Ce n'est pas supprimer des emplois dans la télévision qu'il faudrait faire, mais en créer.»

Frédéric Antoine
PROFESSEUR À L'ECOLE DE
JOURNALISME DE L'UCL