

Le jeu du couperet

Dans une ambiance détestable, la semaine a été marquée par le licenciement de 88 personnes. Un choc sismique qui ne va pas bouleverser que les employés de la chaîne. - Texte: Yannic Duchesne -

Acculées par les nouveaux médias digitaux, radios et télévisions vivent un moment charnière. Et comme toutes les entreprises qui voient fondre leur trésorerie, RTL et la RTBF restructurent. Si la chaîne publique n'en est encore qu'à une phase discrète de sa transformation (voir encadré), RTL vit de plein fouet la pire période de son existence. Cette semaine, 88 personnes ont appris par un coup de fil l'arrêt de leur carrière. Au-delà du drame humain, le plan #evolve est l'aboutissement d'une métamorphose, celle d'une petite entreprise des années 80 cimentée par un véritable esprit de famille en une société du XXI^e siècle dont l'efficacité se mesure au bénéfice de ses actionnaires. Pour continuer à gagner de l'argent, et même en fabriquer davantage, RTL doit faire mieux, avec moins de gens.

Plusieurs facteurs ont érodé ces dix dernières années le leadership douillet de RTL-TVI. La chaîne pointe les causes de ce recul: la baisse de la pub en télévision, les nouveaux modes de consommation, les grands méchants GAFAN (Google, Apple, Facebook, Amazon, Netflix) qui ont inventé d'autres médias et TF1 qui vient dévorer le gâteau publicitaire belge. Autre cri d'alerte, classique, la multiplication des aides publiques qui déséquilibrent la concurrence avec la RTBF. Et ça ne va pas s'arranger au moment où se négocie le nouveau contrat de gestion de la chaîne publique,

puisqu'il pourrait notamment offrir à la RTBF une compensation financière pour l'arrivée de TF1, le lancement de nouvelles offres dont une 4^e chaîne télé, et une augmentation de sa dotation.

Mais si RTL doit aujourd'hui réagir dans l'urgence, c'est surtout parce que la chaîne n'a pas pris à temps le virage du digital. En face, la RTBF, la vieille reine mère, la télé des ancêtres, a su très vite jouer le jeu des réseaux sociaux, du tout digital, des webradios, des expériences à 360 degrés et, en lançant la plateforme Auvio, compléter son offre télé, toucher une nouvelle cible, et augmenter ses audiences différées.

Pas touche aux têtes d'affiche

Parmi ceux qui s'en vont, beaucoup ont 15, 20, 30 ans de boîte. À l'aube du plan #evolve, Philippe Delusinne avait nié viser les plus âgés, ajoutant - cyniquement?: *"Plein de gens de 58-60 ans resteront. J'ai moi-même 60 ans et je ne pars pas"*. Mais il a aussi déclaré vouloir assurer la transformation de RTL avec des "digital natives", ces jeunes professionnels nés avec un ordi sous les doigts. Or, remplacer l'expertise par la technologie ne résoudra pas tout. Les trois meilleurs ingénieurs du son sont partis. Les spécialistes des enregistrements en acoustique aussi. Comment fait-on alors pour assurer les émissions? On les supprime?

Des questions comme celle-là vont se multiplier. Beaucoup de ceux qui partent - et 37 le font volontairement, parce qu'ils ne se reconnaissent pas dans l'évolution de leur société - sont, au sens strict, irremplaçables. *"C'est tout un savoir-faire qui s'en va, souligne une personnalité radio. Ceux qui partent avaient tous de très bonnes compétences, un bon carnet d'adresses aussi. À la régie on perd des contacts. Un client, il faut le fidéliser. Une relation personnelle s'établit et cette relation disparaît puisque les délégués s'en vont."* La direction a préservé les stars. On perd des créateurs de l'ombre, et des

visages du JT ou des magazines. Comme Dominique Henrotte, pilier de *Place royale*, Fanny Rocher, Jimmy Meo, Éric Van Duyse, Christine Calmeau, Marie-France Muschang. Philippe Malherbe reste dans *Coûte que coûte*. Mais il perd son poste de rédacteur en chef adjoint. L'éviscération de RTL a ébranlé aussi la confiance dans l'équipe dirigeante et dans l'avenir. *"Ça va faire du travail en plus pour le même salaire, il va y avoir du retard dans le traitement de certaines choses. Il faut espérer que la direction a prévu le coup."* Et ceux qui partent tranchent: *"On nous rappellera dans trois mois parce que ça ne peut pas fonctionner comme ça"*.

Dans un premier temps, rien ne va changer à l'antenne. L'arrivée de la plateforme gratuite RTL Play, dans quelques jours, va même offrir des nouveautés, et attirer les plus jeunes avec des contenus dédiés, comme Check lancé en début d'année. Le défi va se jouer sur la durée. Deux secteurs vitaux ont été durement touchés. La production, qui fabrique la plupart des émissions maison. Et la rédaction. Même si certains, à RTL, considèrent leur société comme *"un gros cochon, qui avait trop de graisse"*, on y travaillait déjà avec des équipes très réduites. Les compresser encore va forcément coïncider. S'il est possible de confier des émissions à des producteurs extérieurs, comme cela se passe déjà pour *Mariés au premier regard* ou *Les orages de la vie*, l'info, en revanche, fait partie de l'ADN de la chaîne et le sacrifice de forces vives va sacrément compliquer le boulot.

C'est la rédaction qui cristallise le plus d'inquiétudes. D'abord, parce que la nouvelle méthode de travail est encore nébuleuse. *"Le plan prévu pour la rédaction a été mis au frigo, pour terminer les négociations, explique un journaliste. Ils vont le finaliser plus tard."* Une autre renchérit: *"Maintenant il va y avoir des shifts de 6 à 14 h, de 14 à 22 h, pour éviter les heures supplémentaires. Comment faire ça*

avec moins de gens?" Une des solutions: la polyvalence. Les cameramen ont dû apprendre le montage. Désormais ils devraient aussi réaliser des interviews. Parmi les nouveautés, le partage entre fast news et slow news. Le slow news → → développe l'information, pour faire d'une matière plusieurs sujets pour le JT du jour, du lendemain, voire pour un magazine. Le fast news touche à l'actu chaude, qu'il faut traiter très vite, et là, beaucoup parlent d'information low cost. *"En télé, on va favoriser le travail au smartphone, pour aller plus vite. On m'a toujours dit qu'il fallait recouper au moins deux fois l'info, mais on n'y est plus. RTL va être le Ryanair de l'info."*

Les équipes de la rédaction sont aussi assommées par le licenciement de Marie-France Muschang, rédactrice en chef adjointe. On parle d'injustice profonde, *"elle s'est donnée corps et âme, elle savait tout faire"*. Et même de règlements de compte. *"Laurent Haulotte, le directeur de l'info, s'est débarrassé des gens qui se trouvaient en travers de son chemin, qui lui tenaient tête, de tous ceux qui se battaient pour que ce métier reste un métier honorable: Marie-France Muschang, Christine Calmeau, Philippe Malherbe... Haulotte n'a pas de scrupules, c'est un mercenaire. Le bras armé de Delusinne. Il fait régner un régime de terreur sur cette rédaction."*

Dans ces conditions, il faudra sans doute des miracles quotidiens pour assurer le boulot. Mais même si la baisse de qualité semble inévitable, les équipes feront l'impossible pour y arriver. À RTL, les gens bossent souvent comme des fous parce qu'ils sont à la fois passionnés et solidaires. Un vétéran, qui a choisi de partir, en sourit: *"Fanny Rocher a dit en larmes au JT: 'Je souhaite à tous les jeunes qui vont arriver autant de bonheur que moi j'en ai reçu'. C'est dingue, on est endoctrinés?! On s'est fait jeter comme des merdes et on dit que RTL c'est formidable!"* ✖

À la RTBF, la “vision” plus que l’évolution

Le service public anticipe, lui aussi, la mutation vers le numérique.

En décembre, Jean-Paul Philippot, administrateur général, a tenu à rassurer les troupes: *“On a diminué nos effectifs de 30 % ces dernières années, l’effort a été fait. Il s’agit du temps de la transformation”*. Sans casse, le fameux plan stratégique Vision 2022? On observe des changements dans l’organigramme. Plus de cloisons télé, radio, web. Il y aura deux directeurs généraux. L’un responsable du contenu, l’autre des médias (la technique et l’opérationnel).

Le premier, jusqu’en décembre 2019, sera François Tron. Pour l’autre, il a fallu postuler.

Francis Goffin, directeur des radios et vétéran du transistor, a jeté l’éponge. Il sera remplacé par Xavier Huberland, expert du digital, du mobile, de la transition entre la consommation linéaire et à la demande. Son objectif: *“faire rayonner les contenus pour toucher un maximum de public, à travers tous les modes de consommation”*. Une soixantaine de postes de cadres sont dans la balance. Chacun a dû, comme dans le privé, poser sa candidature, même pour sa propre fonction. En off, on évoque le stress et les intrigues de palais qui se trament. En parallèle, peut-être pour remplir les nouveaux locaux quasi finis, la RTBF a relancé sa procédure de recrutement de journalistes, pour créer une réserve de 70 pros dans les différents médias... Une réorganisation tous azimuts, qui fait grincer les dents des uns et sourit à d’autres. - H.D.