

RTL change de têtes

Plan #evolve #suite, la chaîne privée modifie son organigramme et initie une nouvelle société avec un nouveau management. - Texte: Yannic Duchesne -

Il y a trois semaines, *Trends* avait annoncé le départ d'Éric Adélbrecht, directeur général des radios. L'info avait été sanctionnée par un communiqué indigné de RTL: "Il n'a été procédé à aucun licenciement/remerciement/remplacement". Cela n'a pas empêché les journalistes de hausser les épaules... et Éric Adélbrecht de vider son bureau. Il restera - au moins jusqu'à la fin de l'année - pour s'occuper de la "stratégie inhérente aux enjeux radiophoniques propres à RTL Belgium": le passage au DAB (futur "standard" digital) et le nouveau plan de fréquences. Mint, actuellement limitée au Web, est directement concernée par cette redistribution.

Ce changement managérial est clairement lié aux résultats d'audience des radios et de Bel en particulier. En février, dans le classement du CIM, Contact se retrouvait 3^e, derrière VivaCité et Nostalgie, et devant Bel RTL. Erwin Lapraille, dont la nomination a été officialisée après plusieurs jours d'atermoiements, arrivera-t-il à renverser la tendance? Il allie en tout cas une vision clairement centrée sur l'avenir à une belle expérience au sein de la boîte.

Il a été notamment directeur des acquisitions et de la programmation, directeur adjoint de la télévision, directeur marketing et, à défaut d'être un homme d'antenne, c'est un passionné de radio qui vise le résultat. La nomination de Lapraille introduit un effet domino. Le poste de directeur du marketing se transforme en trois pôles: research & data (Didier Lefèvre), communication corporate (Christopher Barzal), communication publicitaire et événementielle (pas encore attribué). Parallèlement, RTL continue à s'évoluer. Laurent Haulotte met en place une nouvelle méthode de travail pour la rédaction, axée sur la polyvalence - les journalistes doivent suivre des formations de montage, les cameramen devenir des JRI (journalistes reporters d'images) et mener leurs interviews.

Un autre départ possible agite les médias. Celui de Stéphane Rosenblatt. Là aussi RTL oppose un fervent démenti aux infos parues dans la presse. Il reste directeur général de la télévision. Mais il est actuellement absent, pour des raisons médicales semble-t-il, et le boss Philippe Delusinne et lui ne sont plus exactement sur la même

longueur d'ondes (litote). Si Stéphane Rosenblatt devait - un jour - quitter la chaîne qu'il a contribué à créer et dont il a largement construit le succès, qui pourrait lui succéder? Journaliste dans l'âme, il accumule une expérience qui remonte (au moins) à Duran Duran, une connaissance de toutes les facettes du métier, et l'image d'un homme bien. On cite Georges Huercano, directeur des magazines, dont

le professionnalisme est aussi reconnu, mais qui appartient à la même génération d'hommes de terrain et de fidélités. Pas très #evolve. Ou Fabrice Massin, un élément d'avenir, qui s'est occupé des nouveaux médias à la RTBF avant de devenir chez RTL, depuis quelques semaines, le maître de la transformation digitale. Heureusement, la question ne se pose pas puisque Rosenblatt reste... ✱

L'ANECDOTE

La phrase qui circule dans les couloirs? "On habille la mariée pour vendre RTL Belgique". Rumeur elle aussi virilement démentie par la direction.

Hakima a viré de bord

Depuis la fin du mois de mai, Hakima Darhmouch a officiellement intégré la RTBF, même si elle ne doit prendre qu'en septembre ses fonctions de directrice du pôle culture. Un virage de taille pour celle qui a toujours dit qu'elle ne se momifierait pas sur son siège du JT. Un sacré changement aussi pour les téléspectateurs de RTL-TVI et la rédaction, quelques semaines seulement après le départ d'une bonne partie de l'équipe, y compris des têtes de gondole. Certains s'interrogent sur la légitimité de la journaliste à ce poste - on ne lui connaît pas une grande action ou expertise dans le domaine culturel - alors que des personnalités RTBF très ancrées dans ce terrain s'étaient présentées. La direction insiste sur le fait que "la qualité éditoriale de son projet a convaincu le jury à l'unanimité". À voir.

Quid de Place royale?

On le sait, à la rentrée, l'émission des têtes couronnées et de l'aristocratie de la glamour va disparaître des grilles. Si elle revient, ce sera à titre événementiel. En cause, sans doute, une certaine usure des audiences (qui restent néanmoins très honorables) et une image qui cadre de moins en moins avec l'optique 2.0 de RTL. Comme pour conforter la direction dans sa décision, le public qui a suivi le mariage de Harry et Meghan a choisi majoritairement la RTBF (221.000 personnes), loin devant RTL-TVI (145.000) et TF1 (99.000).

RTL Play

La plate-forme de contenus lancée fin mars est le fer de lance de la nouvelle orientation digitale de la chaîne. En deux mois, elle totalise 1.120.000 programmes vus (soit 430.000 heures) et 155.000 visiteurs uniques par mois. Parmi les émissions et séries disponibles gratuitement, quelques exclusivités déjà, comme le concert donné pour le Télévie, le Gala de boxe au Spiroudôme et, il y a quelques jours, le showcase de Snow Patrol. Un joli début...