



JEAN-PAUL PHILIPPOT, ADMINISTRATEUR GÉNÉRAL DE LA RTBF

« L'endurance est une qualité nécessaire du manager »

A 58 ans, Jean-Paul Philippot a réussi le pari d'une RTBF désormais concurrentielle sur le terrain numérique. Mieux : l'entreprise est saine, ses audiences sont performantes et le «paquebot Reyers» sert aujourd'hui de modèle à l'étranger. FRÉDÉRIC BRÉBANT

Pour lui, c'est une réelle surprise car l'administrateur général de la RTBF ne s'attendait pas à cette nomination au titre de Manager de l'Année 2018: «Je suis étonné parce que nous sommes un opérateur public et qu'il y a une tendance, dans le monde qui nous entoure, à traiter public et privé de manière distincte. Or, j'ai fait Solvay et je ne me suis jamais senti autorisé, en matière de management, à avoir une attitude ou des règles qui seraient moins exigeantes que celles de mes collègues et amis qui travaillent dans le privé.»

A demi-mot, Jean-Paul Philippot vient de remettre les pendules à l'heure sur le terrain de la compétition. Privé-public, même combat: le sens du management ne se discute pas et l'homme met un point d'honneur à appliquer des principes de gestion équivalents à ceux que l'on retrouve dans n'importe quelle autre entreprise.

Résolument sportif, le patron de la RTBF pratique plusieurs disciplines – voile, jet-ski, vélo, etc. – et il insuffle volontiers cette énergie à son institution, tout comme ce goût du challenge qui lui est cher. «Un manager est quelqu'un qui s'investit pleinement et c'est mon style de leadership, confesse-t-il. Le sport me donne aussi de l'appétit pour l'endurance. Quand je fais de la voile, c'est pour des longues distances et non pas des 'parcours banane' en régate. Je pense que l'endurance est une qualité nécessaire du manager.»

Avec 16 années complètes passées à la tête de la radio-télévision de service public, Jean-Paul Philippot en connaît un rayon sur l'endurance et il a su négocier les virages avec flegme

et détermination. Déjà « challengé » par ses concurrents historiques, il a dû s'adapter, ces dernières années, à une profonde mutation du monde des médias où les notions de digitalisation et de « délinéarisation » ont émergé dans un univers désormais cadenassé par les Gafan (Google, Apple, Facebook, Amazon et Netflix), tant sur le plan des contenus qu'au niveau des revenus publicitaires.

Fin stratège, le patron de la RTBF ne s'est pas laissé impressionner et a pris le virage numérique à temps, en lançant déjà son service d'offre non linéaire Auvio en 2016, une plateforme digitale qui rassemble aujourd'hui plus de 2 millions d'utilisateurs. Habile et audacieux, le manager a également remis à plat toute la structure organisationnelle de son entreprise pour mieux répondre aux défis de la nouvelle consommation des médias. Un vaste chantier qui a bousculé – et qui bouscule toujours – les habitudes de travail des 2.000 salariés de l'entreprise, mais dont l'exécution s'avère indispensable pour imposer pleinement la RTBF dans le monde digital.

Beaucoup plus transversal, son nouvel organigramme a tapé dans l'œil d'autres services publics européens dont France Télévisions qui s'inspire aujourd'hui du modèle de la RTBF pour réfléchir à son propre avenir. «Débarassons-nous un peu de notre complexe belge francophone qui nous pousse à ne jamais savoir reconnaître que l'on peut aussi, dans certains domaines, être à l'avant-garde et facteur de succès, conclut Jean-Paul Philippot. En 2018, dans les secteurs des médias publics, la RTBF est considérée en Europe comme un acteur de référence.» ©

«La RTBF a accompli, ces dernières années, des transformations remarquables.»

Pourquoi le jury l'a choisi

Dans un environnement audiovisuel de plus en plus concurrentiel, Jean-Paul Philippot a réussi à redynamiser la RTBF et à embrasser le virage numérique avec, notamment, la mise en place d'une nouvelle structure organisationnelle. Les résultats financiers de l'entreprise sont aussi très solides, tout comme les performances de la radio-télévision de service public en termes d'audience.

Les fait marquants de 2018

«La RTBF quitte le monde historique d'une organisation centrée sur les médias pour s'adapter aux nouveaux usages de consommation des différents publics. Il s'agit d'une transformation profonde, stratégique et nécessaire pour ancrer nos missions de service public dans une société digitale en pleine mutation.»

La réalisation dont il est le plus fier

«Je suis fier d'avoir aujourd'hui plus de 2 millions d'abonnés sur Auvio. Cela dépasse tous nos objectifs de croissance et cela inscrit cette plateforme audiovisuelle digitale comme la plateforme de référence belge francophone avec des contenus originaux.»

Le défi qui l'attend en 2019

«La RTBF, pleinement digitale, doit continuer à créer et à innover dans tous les formats. Elle doit être l'acteur de référence dans la production et la promotion de la création locale pour le rayonnement de la Wallonie et de Bruxelles à l'étranger.»

Un bon Manager de l'Année, selon lui

«C'est quelqu'un qui stimule et fédère des initiatives et de la créativité. Un bon manager doit incarner la vision de l'entreprise et faire vivre cette vision de manière déterminée. Il doit aussi créer un climat de confiance et faire de l'entreprise une structure apprenante.»