

Message a nos salariés en France

aujourd'hui à 13:35

Cher(e)s collègues,

Nous traversons un bouleversement historique du secteur de l'audiovisuel et une transformation en profondeur de nos métiers qui nécessitent de réinventer le modèle de croissance du Groupe CANAL+.

Vous le constatez au quotidien : la concurrence a en quelques années radicalement changé de nature avec l'arrivée et la montée en puissance de nouveaux acteurs du numérique aux capacités d'investissement massives dans un marché désormais mondial. La création et l'acquisition de contenus originaux impliquent des coûts toujours plus élevés pour demeurer attractifs et différenciants. Enfin, les comportements de nos clients évoluent sans cesse. Délaissant progressivement les chaînes de télévision classiques au profit de services numériques à la demande, ils sont plus volatils, plus exigeants et attendent de nous davantage d'innovation et de proximité.

Face à cette rupture majeure dans l'histoire de l'audiovisuel, notre avenir réside dans notre capacité à faire évoluer le groupe de télévision traditionnel qui a fait le succès de CANAL+ à ses origines en un acteur mondial de production et de distribution de la culture française et européenne. C'est tout le sens de la bascule digitale et du développement ambitieux à l'international que nous menons actuellement.

Nous avons ainsi engagé un profond plan de transformation pour faire évoluer notre modèle, comme en témoignent la refonte totale de nos offres en France – avec pour la première fois CANAL+ accessible à moins de 20 euros et sans engagement –, le lancement d'offres innovantes (par exemple Canal+ Séries), le développement de nouveaux partenariats avec les opérateurs télécom, des investissements massifs dans les programmes (plus de 3 milliards d'euros annuels) et la technologie (myCanal, décodeurs), et enfin notre plan d'économies initié il y a plus de 3 ans.

Ces nombreux efforts s'avèrent indispensables et vont d'ailleurs se poursuivre. Malheureusement, ils restent insuffisants tant la transformation de notre secteur s'apparente à une véritable révolution. Car nos concurrents mondialisés sont des entreprises nativement digitales et internationales : c'est cette double caractéristique, inédite il y a encore quelques années, combinée à leur force de frappe financière et le fait qu'elles échappent à nos contraintes fiscales et réglementaires, qui leur permettent de prospérer aussi rapidement et avec une telle efficacité sur les marchés de CANAL+ et de Studiocanal.

C'est pourquoi nous devons entamer aujourd'hui une nouvelle phase de notre transformation, non seulement de notre modèle mais aussi de notre organisation. Nous devons nous adapter au mouvement mondial de « plateformes » en cours tout en conservant ce qui fait notre identité et notre singularité : notre modèle généraliste unique au monde, notre savoir-faire éditorial, notre exigence dans la production d'œuvres de grande qualité ancrées dans leurs géographies et notre capacité à les distribuer dans le monde entier.

Cette mutation décisive vers la digitalisation, une agilité accrue dans l'organisation et des coûts de structure moins élevés sont incontournables : elles seules nous permettront d'accomplir notre ambition d'exporter la culture française et européenne, et elles seules assureront la croissance et la pérennité de notre groupe. Mais cette évolution passe nécessairement par d'importants efforts de transformation interne.

Le plan que nous avons présenté, ce jour, au Comité Social et Économique (CSE) répond à cette ambition.

Il a pour but de nous amener à repenser l'ensemble de nos modes de fonctionnement et de nos métiers avec un objectif clair en tête : nous recentrer sur l'essentiel, c'est à dire sur ce qui apporte le plus de valeur à nos clients.

Il consisterait, d'une part, à simplifier notre organisation pour accélérer les processus de décision, décloisonner les logiques de silo et mutualiser les compétences. Il s'agirait, d'autre part, de redéfinir nos méthodes de travail en favorisant des approches transversales et le partage de bonnes pratiques, et en investissant dans de nouveaux outils pour gagner en efficacité. Enfin, pour favoriser la coopération entre équipes, nous pourrions être amenés à tous nous réunir dans un bâtiment unique, à proximité de nos locaux actuels, pour la première fois depuis bien longtemps.

Cette nouvelle organisation, qui serait mise en œuvre à l'issue de la procédure d'information-consultation, pourrait conduire au départ d'un maximum de 492 personnes, uniquement sur la base du volontariat.

Nous allons désormais engager une négociation avec les partenaires sociaux pour définir les modalités d'un plan de départ sur la base stricte du volontariat. Nous avons, en effet, souhaité proposer une démarche d'accompagnement individuelle et transparente – excluant toute logique de départ contraint.

Le choix que nous faisons aujourd'hui est difficile mais responsable. Il est essentiellement motivé par des enjeux de compétitivité et ne remet absolument pas en question la motivation et le professionnalisme dont chacun a su faire preuve. Nous continuerons à privilégier le dialogue social pour que les discussions avec les représentants du personnel soient menées dans les meilleures conditions possibles et pour trouver, en concertation, des solutions d'accompagnement adaptées.

Les 15 et 16 juillet prochains, nous présenterons aux partenaires sociaux le détail des organigrammes pour chaque direction. Vos managers ainsi que vos interlocuteurs des Ressources Humaines organiseront ensuite des réunions d'équipe pour répondre aux questions que vous pourriez vous poser, dans le respect des prérogatives des instances représentatives du personnel.

Pour conclure, sachez que je comprends et que je partage sincèrement l'émotion que peut susciter une telle annonce. Cette période de transition est difficile pour l'ensemble du Groupe, auquel nous sommes tous très attachés. Je suis, toutefois, profondément convaincu que cette nouvelle organisation de nos activités françaises constituera un socle sur lequel nous pourrions bâtir nos futurs succès et être définitivement au rendez-vous de la concurrence mondiale.

Maxime SAADA

Président du directoire du Groupe Canal +