

# BERT HABETS

---

## Le fonceur

La première chose à savoir à propos de Bert Habets est qu'il a pleinement adopté l'esprit de la nouvelle mission d'entreprise que s'est donné RTL Group. Cette mission est la suivante : « Nous sommes des innovateurs qui façonnent le monde des médias à travers la diffusion, le contenu et le numérique. Nous construisons des environnements propices à l'inspiration et qui permettent aux esprits créatifs et pionniers de s'épanouir. »

« C'est ambitieux, certes, mais considérant la richesse de notre histoire marquée d'une belle réussite, nous pensons que c'est approprié. » « En fait, nous devons constamment nous réinventer en tant qu'entreprise qui investit, prend des risques et fait bouger les lignes. » explique-t-il au sujet de ses plans pour l'entreprise – qui n'impliquent pas le maintien.

« Vous connaissez l'expression "Chaque chose en son temps." Mais appliquer cette devise à la manière dont nous réagissons aux changements dans notre secteur serait une erreur fatale. Pour conserver notre place parmi les leaders mondiaux, nous devons aller de l'avant. Le public ne fait pas de distinction entre le linéaire et le non-linéaire – il veut juste voir le dernier épisode de son émission préférée. Ainsi, nous avons arrêté de considérer le non-linéaire comme une extension de nos chaînes classiques. »

D'où Bert Habets tire-t-il une telle détermination ? Né en 1971 à Hoensbroek, dans la province néerlandaise du Limbourg, il a très tôt hérité de l'esprit d'entreprise de son père, ainsi que de son sens de la compétitivité. Nageur passionné, Habets participe à l'âge de 18 ans à des compétitions tant régionales que nationales.

« Ma famille possédait une société internationale d'exportation de fruits et légumes dans le sud des Pays-Bas. Enfant, je mesurais la réussite d'une journée au nombre de camions qui venaient et repartaient. Bien sûr, l'entrepreneuriat ne se limite pas aux chiffres. Entreprendre, c'est explorer de nouveaux horizons, prendre des risques, inspirer et responsabiliser les autres, tirer des enseignements de ses erreurs et se concentrer sur l'avenir. »

Auparavant chez NIB Capital, Habets rejoint CLT-UFA, prédécesseur de RTL Group, en 1999. Jeune banquier, le rythme soutenu du monde des médias – avec son dosage équilibré de créativité et d'arguments commerciaux – avait toujours attisé sa curiosité. Il débute sa carrière RTL auprès de CLT-UFA, retournant dans son pays natal en 2001 où il est nommé CFO de Holland Media Groep, rebaptisé RTL Nederland en 2004.

Les talents de leadership de Habets se font rapidement remarquer. En février 2008, à tout juste 37 ans, il prend les rênes de RTL Nederland en tant que CEO, où son approche pionnière, novatrice, lui permet de transformer ce radiodiffuseur traditionnel en une société qui divertit son audience à travers toutes les plates-formes numériques.

Sous sa direction, RTL Nederland a défini une stratégie bien précise de renforcement de son activité principale, tout en adoptant une approche de diversification et d'innovation. Bert Habets a su développer de manière considérable les activités numériques de RTL Nederland par l'acquisition du service de vidéo à la demande Videoland, le lancement de RTL MCN et la coentreprise avec SpotX pour le Benelux et les pays nordiques.

En avril 2017, Bert Habets a été nommé Co-CEO de RTL Group pour diriger le groupe avec Guillaume de Posch, qui occupait la fonction de Co-CEO de RTL Group depuis 2012. Annonçant sa nomination en tant que Co-CEO, Thomas Rabe, président du Conseil d'administration de RTL Group, a dit de Bert Habets qu'il « a un véritable esprit entrepreneurial et incarne la stratégie 'Total Vidéo' de RTL Group. » Les objectifs de Habets pour l'avenir de RTL Group se concentrent sur deux C et deux T : la créativité, le consommateur, la technologie et le talent.

Bien connu pour sa fameuse déclaration lors du Management Congress 2014 de RTL Group : « Soyons une fois encore le groupe qui fait bouger les lignes. » comment résume-t-il ces objectifs ?

« Le premier C, pour **créativité**, est le point de départ de tout ce que nous faisons. Plus que jamais, la création du meilleur contenu est le moteur de tout ce que nous faisons. C'est notre « USP » (argument clé de vente) – et c'est pourquoi nous allons renforcer nos investissements dans les contenus locaux et exclusifs, à travers les genres majeurs: séries scénarisées, divertissement, factuel et actualités/informations.

Les **consommateurs** ne se soucient plus de l'endroit où ils regardent nos contenus – linéaire, non linéaire, hors ligne ou en ligne. Nous devons cesser de faire ces distinctions et nous concentrer à la place sur la manière de maximiser l'attention portée par les consommateurs à notre vaste éventail d'offres vidéo sur tous les appareils – c'est ce que nous appelons Total Video. En conséquence, nous allons étendre nos services à la demande dans les pays dans lesquels nous avons des familles de chaînes TV linéaires fortes. Dans ces marchés, nous adopterons pas à pas un modèle « hybride », soit la combinaison d'un service gratuit financé par la publicité avec un produit premium payant.

La **technologie** est un must dans notre industrie. Croître et nous diversifier en tant qu'entreprise n'est possible qu'avec une technologie de pointe en matière de publicité ciblée, de la collecte de données, de l'agrégation des contenus et de la recommandation. Nous travaillons par exemple sur un plan de croissance ambitieux pour nos activités de technologie publicitaire. Ce plan inclut le regroupement de SpotX et Smartclip en une société intégrée, permettant de déployer leurs solutions à travers nos opérations et d'intensifier nos activités avec de nouvelles acquisitions et partenariats.

Le **talent** est vital pour notre réussite, et la concurrence pour les meilleurs talents est plus rude que jamais. Pour inspirer et retenir les meilleurs, nous devons leur donner la liberté d'expérimenter. Ne pas avoir peur des échecs, mais apprendre de ceux-ci pour se remettre en selle avant le prochain obstacle. Après tout, notre valeur est celle de notre prochain succès. Je m'efforce encore aujourd'hui de transmettre cet état d'esprit aux autres. »

Habets admet que rien ne lui plaît davantage que de développer une entreprise, d'observer les résultats et d'explorer de nouvelles possibilités : « En travaillant dans les médias, une industrie où les choses sont constamment en pleine mutation, j'ai appris que la vision et l'agilité comptent davantage que les plans d'affaires détaillés. La stratégie, c'est bien, accomplir des choses, c'est encore mieux. » Sa vive curiosité et son enthousiasme pour les nouveautés se reflètent dans sa devise : « Pour chaque bonne idée, on trouvera le budget. »

En décembre 2017, Guillaume de Posch a pris la décision de quitter ses fonctions de Co-CEO de RTL Group. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2018, Bert Habets dirige RTL Group en tant que seul CEO. Il a la responsabilité de la stratégie du groupe et de sa gestion journalière.

Lors de cette annonce, Bert Habets a dit : « J'aimerais remercier personnellement Guillaume pour l'excellente collaboration au cours des derniers mois pendant lesquels nous avons co-dirigé RTL Group — cela a énormément facilité ma transition de RTL Nederland vers RTL Group et a été hautement apprécié ! Je me réjouis du fait que Guillaume restera 'on Board' au Conseil d'administration ce qui nous permettra de bénéficier de son savoir-faire, de son expérience ... et de son humour. Je lui souhaite le meilleur pour ses nouveaux et, connaissant Guillaume, passionnants projets futurs. Un merci spécial

également pour Elmar. Je suis très confiant qu'ensemble nous allons atteindre le niveau d'ambition exprimé lors du récent OMC off site — qui consiste à mener le groupe vers le niveau supérieur en accélérant notre stratégie Total Video.»

Des personnes qui ont travaillé plusieurs années avec Bert Habets le décrivent comme ayant une grande capacité d'écoute et reconnaissent en lui un entrepreneur dans l'âme qui apprécie les idées nouvelles et innovantes et respecte le savoir-faire des gens. Selon elles, cela fait de lui un chef agréable et motivant.

L'esprit d'entreprise de Habets est tellement connu qu'il est non seulement attesté par ses pairs et collègues – mais également reconnu par des récompenses prestigieuses. Au début de l'année 2014, il a été nommé « Personnalité audiovisuelle la plus influente de l'année 2013 » aux Pays-Bas. Et il a reçu le Prix Bertelsmann récompensant une réussite entrepreneuriale exceptionnelle, pour les années 2010, 2011 et 2013.

Le rôle de Habets en tant que CEO ne lui laisse pas beaucoup de loisirs, mais il aime passer le peu de temps libre dont il dispose avec sa famille ou s'adonner à ses passe-temps préférés – jogging, alpinisme, voile et surf. Il semblerait que son goût du risque s'étende au-delà de la salle de réunion.

# CURRICULUM VITAE

Né aux Pays-Bas, le 9 janvier 1971

Diplôme Titulaire d'un master en économie et en droit (fiscal) de l'université de Maastricht

## **Parcours professionnel :**

A compter du 1 <sup>er</sup> janvier 2018	CEO, RTL Group
D'avril à décembre 2017	Co-CEO, RTL Group
De février 2008 à juin 2017	CEO, RTL Nederland
De mars 2001 à février 2008	CFO, RTL Nederland
De mars 2000 à février 2001	Vice-président du Controlling, RTL Group
De décembre 1999 à mars 2000	Project Manager Business Development TV, RTL Group
De décembre 1995 à novembre 1999	Vice-président Media and Entertainment Finance, NIB Capital

Dernière mise à jour : janvier 2018