

# Un jeu de connaissance et un magazine "pop"

**Rentrée Nouveau jeu, documentaires, nouveau décor du JT, nouveau magazine pop-culture : la RTBF fait sa mue.**

**A**nnoncer les nouveautés de sa grille en direct sur Vivacité (et en parallèle à la télévision sur La Une), c'était une première pour la RTBF qui a néanmoins convié les journalistes, comme chaque année, pour une conférence de presse de rentrée. Pendant une heure et demie, différentes figures du groupe public francophone se sont succédé sur le plateau de Cyril Detaeye pour annoncer les nouvelles émissions, les changements d'horaires et les basculements sur une autre chaîne.

## Un jeu quotidien pour Sara De Paduwa

Sur La Une, Sara De Paduwa débarque tous les jours de la semaine à 17h30 pour un nouveau jeu de culture générale (**"Les Associés"**) qui verra s'affronter quatre candidats. Ces derniers participeront à différentes épreuves mêlant notamment histoire et vocabulaire. Un concept qui a déjà été programmé à l'étranger et qui sera diffusé tous les jours de la semaine avant **"Les Pigeons"**. L'émission conso se vaudra à ce propos *"plus talk-show"* selon les mots de Benjamin Maréchal qui remplace Sébastien Nollevaux à la présentation.

## Nouveau plateau pour le JT

Du côté de l'info, le JT proposera une nouvelle formule *"avec plus de décryptages"* dès le 3 septembre, le tout dans un nouveau décor.

Pour les élections communales, la rédaction

propose **"Moï, Bourgmestre"**, une opération pour laquelle les journalistes ont demandé à plus d'un millier d'électeurs ce qu'ils feraient s'ils étaient à la tête de leur commune.

Les amateurs de séries attendront avec impatience la saison 2 de **"La Trêve"**, le polar noir belge tourné dans les forêts ardennaises. Enfin, il y aura plusieurs documentaires qui vaudront sans doute le coup d'y jeter un œil. **"Apocalypse, la paix impossible"** sur la Première Guerre mondiale et un 70 minutes plus léger consacré au dessinateur Philippe Geluck qui fête ses 40 ans de carrière.

Sur La Deux, la principale annonce concerne Cathy Immelen qui présentera **"M!"** un magazine hebdomadaire **"100 % pop-culture"** et qui parlera, entre autres, de télévision, de séries ou des réseaux sociaux.

Et puis, il y aura du nouveau en football. Non seulement parce que la RTBF, après dix ans d'absence, va diffuser des rencontres de l'Europa League, mais aussi parce que Christine Schreder devient la première femme à prendre les commandes d'une émission sportive de la RTBF. Foot oblige, **"69 minutes sans chichis"** change de case pour être programmé le mercredi au lieu du jeudi. Joëlle Scoriels partagera d'ailleurs l'antenne une semaine sur deux avec **"Burger Quiz"**. Pablo Andres (l'agent Verhaegen) tiendra, de son côté, une chronique dans **"Le Grand Cactus"**. Autre changement : le passage de l'émission culturelle **"Livrés à domicile"** sur La Trois.

## Un documentaire de Safia Kessas

De nombreux documentaires seront diffusés sur La Deux. Vous pouvez d'ores et déjà noter dans vos agendas, **"Daech dans le cerveau du**

**monstre**” (18/09) qui évoque l’histoire de Kamal Redouani. Ce grand reporter s’est fait remettre un disque dur contenant des milliers de fichiers informatiques par un combattant de l’Etat islamique. Dans **“Section professionnelle”** (21/09), Safia Kessas et Joël Franka ont suivi le quotidien des jeunes élèves d’une école professionnelle de Laeken. L’occasion de parler de leur famille, de harcèlement, de la violence mais aussi d’humour et d’amour. Autre série documentaire qui s’annonce prometteuse : **“Ma rue couche-toi là”** qui propose plusieurs récits intimistes de “gens normaux”, à la manière de “Strip-Tease”, en se focalisant sur les habitants d’une rue.

La Deux fait, encore, le choix des séries avec la saison 2 du **“Bureau des légendes”**, la saison 7 de **“Game of Thrones”**, la saison 3 de **“The Last Kingdom”**, la saison 5 de **“Vikings”** ou encore la saison 3 de **“Versailles”**. Il y aura aussi un **“cycle Stanley Kubrick”** avec, évidemment que des classiques : “Full Metal Jacket”, “Orange Mécanique”, “Shining” ou encore “2001 : L’odyssée de l’espace”.

J.Besn.

## Le credo de Jean-Paul Philippot pour la RTBF 2022 : “Un avenir local, original et digital”

**A**u-delà de la réforme de son JT, de la préparation de la couverture des communales (14/10) et du lancement de ses nouvelles émissions – comme “M !” le magazine, présenté par Cathy Immelen, également attendu à la mi-octobre – ou de ses nouvelles séries (“La Trêve” et “Ennemi Public” saison 2), le grand dossier de cet automne, à Reyers, sera la réorganisation de la RTBF en différents pôles.

Qu’il s’agisse du pôle Culture et Musique confié à Hakima Darhmouch (ex-RTL), du pôle Médias chapeauté par Xavier Huberland (ex-RTL) ou du management de l’Info 360 récemment endossé par Johanne Montay, entre autres exemples. Ou qu’il s’agisse des prises de poste et des nominations qui vont entraîner des jeux de chaises musicales durant les prochaines semaines.

“Nous sommes curieux de culture et d’innovation, et notre mission est d’accompagner la mutation numérique en cours tout autour de nous, confiait mer-

credi matin, Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF lors de la conférence de presse de rentrée. *Grâce à notre approche globale, nous avons intensifié notre relation avec nos auditeurs (1,3 million) et nos téléspectateurs (1,6 million).*” Mais aussi avec quelque 300 000 internautes en moyenne. Cette politique volontariste, la RTBF va la poursuivre à travers pas moins de douze projets numériques dans les prochains mois.

C’est le cas du projet “Moi, bourgmestre” et des dossiers sur les communes (cf. ci-dessus), de la possibilité de revivre des moments clés de la guerre 14-18 en immersion, du documentaire interactif “Inside Risk” (attendu

sur La Deux), des nouvelles web-séries, de l'Actu 4.0, mais aussi de la façon dont Auvio va s'ouvrir progressivement aux riches contenus culturels d'Arte Creative.

Dans sa volonté de toucher des publics plus jeunes et plus morcelés, la RTBF va s'intéresser aux compétitions d'"e-gaming" mises en avant sur Tarmac et La Deux, les Niouzz vont s'installer sur Instagram afin de séduire un public adolescent et l'appli "Coach 21" va permettre de revisiter les chansons mythiques. On pourra bientôt tester Alexa, assistant vocal personnel ou la DAB+ dès le mois

de novembre. Autant de projets qui devraient permettre à la RTBF de tisser des liens toujours plus solides avec son public par-delà les écrans.

*"Nous diffusons 12 h de productions originales par jour", souligne Jean-Paul Philippot et, à la fin août, "tous les records d'audience étaient à nouveau dépassés (par la chaîne publique) qui a enregistré les meilleurs résultats de ces 20 dernières années".* Un résultat dopé par les excellentes audiences enregistrées durant le Mondial, mais pas seulement. *"La saison 2018 tient aisément la comparaison avec l'année 2014",* également placée sous l'emprise du roi football.

Il faut dire qu'avec 2 millions d'abonnés (dont 200 000 Belges hors territoire national) et 40 000 heures de programmes disponibles sur Auvio, la RTBF a de quoi faire des envieux...

**Karin Tshidimba**