

“On va faire rayonner la culture à la RTBF”

Rentrée Nommée responsable du pôle culture et musique, Hakima Darhmouch dévoile ses projets pour la rentrée et 2019.

Entretien Karin Tshidimba

L'annonce de son arrivée à la RTBF en mai dernier avait causé pas mal de remous. D'autant qu'Hakima Darhmouch intégrait un poste important dans le nouvel organigramme éternel encore en construction à l'époque. Au vu des revers récents connus par le groupe RTL, nombreux sont ceux qui pensent que l'ex-journaliste doit être soulagée d'avoir quitté son ancienne "maison". *"Je ne réfléchis pas en ces termes car je pense à ceux qui sont restés. Et puis ça faisait trois ans que je disais que je voulais changer de fonction."*

Après trois ans de réflexion sur son parcours professionnel, Hakima Darhmouch s'est posé "la" question : *"Est-ce que je veux rester dans l'observation des faits en tant que journaliste, ou plutôt endosser une autre responsabilité, en développant de nouvelles compétences ?"*

Ce nouveau poste de responsable du pôle culture et musique à la RTBF *"regroupe le management, les ressources humaines, la stratégie, le marketing et la transformation numérique que nous sommes en train de vivre dans tous les médias. J'ai appris qu'un poste s'était ouvert à la RTBF et, à 40 ans, je me suis dit que c'était le bon moment de franchir cette étape de carrière"*, dit-elle.

Plan et organisation RTBF 2022

"Dans le nouveau plan conçu par Jean-Paul Philipot et ses équipes, j'ai trouvé qu'il y avait de l'audace, de la stratégie, de la vision mais aussi de l'accompagnement de près de 2000 collaborateurs. On se dirige vers une nouvelle RTBF qui va vivre encore davantage avec son temps. C'est un gros défi sur le plan personnel et pour la RTBF."

Un poste nouvellement créé, la nécessité d'imaginer le futur des médias et l'intégration d'une nouvelle entreprise, un "trois en un" ambitieux...

"J'ai quitté officiellement RTL le 25 mai, un vendredi, et le lundi, je suis arrivée à Reyers. Cela fait tout juste trois mois que je suis à la RTBF. Trois mois d'une immersion qui m'a permis de découvrir les personnes et des modes de fonctionnement nouveaux. J'ai quitté le privé pour le service public. Cela a pris beaucoup de temps et d'énergie de s'imprégner de cette culture d'entreprise. Et de vivre cette transformation extrêmement riche, dense. L'accueil a été chaleureux, bienveillant mais on a aussi beaucoup bossé."

C'est votre formation à Solvay qui vous a conduit au poste que vous occupez aujourd'hui ?

Il y a plus de trois ans, j'ai découvert un univers des en-

treprises qui est celui du "management" à l'école de commerce et de gestion Solvay. J'ai découvert l'univers de la finance et des ressources humaines, qui me passionne particulièrement, ainsi que celui de la stratégie et du marketing. Ajoutez à cela la transformation digitale et cela donne une palette d'univers qui a suscité ma curiosité. Travailler dans l'ombre, c'est aussi extrêmement chouette. Je me suis dit que c'était le moment de passer un cap. J'ai découvert qu'un poste était ouvert à l'interne et à l'externe à la RTBF. J'ai donc déposé un dossier en me basant sur les informations dont je disposais au sujet de la transformation en cours, une stratégie basée avant tout sur les différents publics à toucher.

C'est le goût de la culture qui vous a attirée...

Oui, quel beau défi que de rappeler que la culture est accessible à tout le monde ! Elle n'est pas réservée à une élite, on y a tous droit. Quatre publics ont été identifiés par la RTBF et cela m'a inspiré pour ma candidature.

L'idée est de faire naître de nouvelles émissions ?

L'idée est d'être présents sur toutes les plateformes, de décliner les émissions existantes et les faire rayonner sur les réseaux sociaux et les plateformes. Il y a donc une mission de consolidation et de rayonnement.

Et côté nouveautés, en 2019 ?

Il y aura un nouveau rendez-vous culturel à 20h, incarné par une personnalité.

Un rendez-vous hebdomadaire ? En télévision et ailleurs ?

Oui, en télévision, sur La Trois puisque c'est la chaîne qui incarne, notamment, la culture et le documentaire, rendez-vous qui sera aussi disponible sur le digital. C'est l'un des beaux projets, en plus des émissions qui vont évoluer et qu'on va mettre en lumière : *D6Bels on stage, Retour aux sources, Tout le Baz'art...* Nous voulons notamment élargir l'offre philosophique à d'autres plateformes. Ce sera le cas avec *Les Sentinelles* en télévision ou *La Couleur des idées* avec Pascal Scys sur Musiq'3, ou avec les émissions de Pascal Claude sur La Première.

Pouvoir contribuer à partager les univers de tous ces artistes, c'est très enthousiasmant. J'étais en quête d'utilité davantage que de constats et d'observations. Avec cette nouvelle tâche, je me dis que je peux contribuer à ce partage de l'éducation, du savoir et de la réflexion sur le monde. Très modestement, j'ai l'impression d'être plus utile dans ce nouveau rôle. Dans tout ce que j'ai pu observer de dramatique dans notre quotidien, j'ai constaté que l'accès à l'éducation et à la culture est fonda-

mental et peut faire la différence. Le secteur culturel fait ce travail admirablement et si je peux contribuer à faire rayonner, réfléchir et m'adresser à tous les publics... En montrant aussi que la culture est partout (Namur, Liège, La Louvière...) et pas qu'à Bruxelles. Il me semble que c'est un beau challenge à 40 ans. Je suis d'autant plus tentée par cette aventure que je ne le fais pas seule.

“Il y aura un nouveau rendez-vous culturel à 20h, présenté par une personnalité, sur La Trois en 2019”

Quatre types de publics, un pôle thématique et trois chefs d'orchestre

Quels sont les quatre publics visés par la RTBF ?

Jean-Paul Philippot devrait encore le détailler dans les prochains jours mais ce sont : le **Nous**, un public large familial qui trouve son bonheur dans les programmes diffusés sur La Une et VivaCité, par exemple. Vous avez le **Public affinitaire** qui aime l'information et les programmes culturels, qui écoute Mehdi Khelfat et Jérôme Colin sur La Première, qui regarde La Trois, qui écoute Camille Derycke sur Musiq'3, qui aime le Concours Reine Élisabeth...

Le troisième public est celui des **Jeunes adultes** qui est curieux de musiques dans l'air du temps et de cinéma, il écoute les conseils d'Hugues Dayez et de Cathy Immelen, il regarde *Hep Taxi* avec Jérôme Colin, etc. Et puis, il y a le public des **Nouvelles générations** qui va écouter Tarmac, accessible sur le Net, qui aime l'e-sport et le lifestyle. Qui aime les séries même si certaines séries plaisent aussi aux jeunes adultes et au public "Nous". Personne n'est laissé de côté dans cette nouvelle approche. C'est cela qui me plaît. À la tête des différents publics, il y a des "éditeurs d'offres". Le chef d'orchestre du public "Nous", c'est Eric Gilson (VivaCité), celui des publics affinitaires, c'est Laetitia Huberti (Musiq'3), le chef d'orchestre du public "jeunes adultes", c'est Aurélie Berckmans, ex-adjointe de François Tron et celui des "nouvelles générations", c'est Sabine Van der Putten. Ces quatre personnes seront nos interlocuteurs directs pour parler contenus et façons de s'adresser à chaque public.

L'idée est de toucher ces publics à travers tous les médias de la RTBF. Comment cela s'organise-t-il ?

Aujourd'hui tous ceux qui contribuent à la production de contenus vont travailler par thématique et plus en fonction d'un média en particulier. L'un des gros challenges de cet été était de rassembler toutes les personnes qui traitent de la culture et de la musique à la RTBF, et cela fait du monde ! On retrouve l'équipe de Jérôme Colin pour *Entrez sans frapper* et *Hep taxi*, celle de Didier Mélon pour *Le monde est un village* (sur La Première), mais aussi les équipes de *Tellement Ciné* avec Cathy Immelen, de *Retour aux sources*, *Les tournois de l'Académie*, etc. Toutes ces

personnes travaillent désormais ensemble. Ils ont découvert ce nouveau fonctionnement par thématiques (arts de la scène, cinéma, danse, etc.) cet été et le basculement est en cours.

Vous dites "nous", qui trouve-t-on dans votre équipe ?

Deux adjoints m'ont rejointe pour s'occuper de l'offre culture et musique : Sylvestre Defontaine, grande voix de Pure FM, qui a plusieurs cordes à

son arc. Il va chapeauter les publics "jeunes adultes" et "nouvelles générations". Et Renaud Gilles, producteur qui a une grande expérience de la culture à la RTBF et de la télévision, prendra en charge le public affinitaire et le public "Nous".

Nous sommes un trio complémentaire parce qu'il y a de la radio, de la télévision et de la vision digitale et humaine. Ensemble, on est en train de créer une nouvelle stratégie, en interne et avec les dizaines d'indépendants qui collaborent à nos programmes. Cela représente plusieurs centaines de collaborateurs et plus d'une trentaine d'émissions. Sans oublier celles que l'on a commencé à imaginer...