



Rencontre avec Benoît RUTTEN, Account Director Partner chez CIBLE !

Benoît RUTTEN, dirigeant de CIBLE, l'une des plus sociétés wallonnes de communication les plus importantes, a accepté de nous rencontrer et de nous parler de ses parcours et défis professionnels !

Q : Monsieur Rutten, pourriez-vous nous décrire votre parcours et ce qui vous a amené chez CIBLE ?

R : C'est grâce à un ami, qui est aussi mon véritable "*mentor*", que j'ai commencé ma carrière avec un contrat à durée déterminée de deux ans, comme responsable de la communication commerciale à Vieille Montagne.

Passionné par la politique, je me suis ensuite occupé de la campagne d'un homme politique socialiste qui deviendra ministre en 1992. C'est d'ailleurs au sein de son cabinet que j'ai effectué mon service militaire.

Puis un jour, en préparant la première conférence des bourgmestres et échevins de Wallonie, j'ai croisé la route de Jules Henry. Un an plus tard, nous sommes devenus des associés et rachetons Cible en 1994.

A l'époque, nous étions cinq, dans un bâtiment situé à Verviers et ne voulions pas grandir. Aujourd'hui, l'équipe compte 22 personnes et est installée dans un vaste plateau situé à Barchon.

Le hasard place sur notre route bien des portes. Disons que mon enthousiasme a fait que j'ai souvent franchi celles qui se présentaient à moi...

Q : Y a-t-il un défi, un point d'attention permanent dans la gestion d'une entreprise telle que CIBLE ?

R : La parfaite complémentarité de notre association. Au-delà de la qualité de tous les membres de l'équipe, c'est la complémentarité entre mon associé et moi qui a construit le succès de Cible.

Si ce n'est pas vraiment un défi à proprement parlé, c'est en tout cas un point fondamental que l'on a chacun toujours gardé à l'esprit, quels que soient les projets que nous avons développés.

Q : Quels sont les principaux challenges d'une société de communication à l'ère des réseaux sociaux ?

R : C'est de faire prendre conscience aux organisations la nécessité d'avoir une communication authentique.

En réalité, la plupart d'entre elles maîtrisent mal leur communication. Notamment en raison des réseaux sociaux qui, *in fine*, accordent la même audience à un prix Nobel et à un idiot.

En tant qu'agence, nous devons faire comprendre aux entreprises qu'il est indispensable de communiquer vrai, de communiquer juste, mais surtout d'être en phase avec leur véritable personnalité.

Comme pour tous les challenges, il y a un côté très excitant.

Q : Qu'est-ce qui rend CIBLE particulièrement performante et concurrentielle dans son domaine ?

R : Notre méthodologie de travail et la qualité de nos collaborateurs.

Nous avons mis en place un processus stratégique performant qui permet à nos clients de construire une communication authentique et cohérente.

Nous interprétons la réalité de nos clients et révélons leurs talents. Notre objectif est d'inspirer et harmoniser leur communication pour générer de la confiance.

Q : Pourriez-vous nous parler d'un événement de votre vie professionnel qui vous a rendu particulièrement fier, et d'un autre qui constituerait, au contraire, un regret ?

R : Je n'ai pas d'événement en particulier à mettre en avant. Ce dont je suis fier, c'est de contribuer à l'émergence des organisations pour lesquelles nous travaillons et de les aider à se donner du sens et à communiquer.

Quant à un événement qui constituerait un regret... Les regrets ne créent rien. Permettez-moi de les oublier.

Q : Quels sont les défis à venir pour cible ?

R : Nous avons défini notre propre ambition : éclairer les organisations et faire émerger leurs objectifs pour créer une communication utile et authentique.

Cela nécessite, d'une part, que l'on continue à former nos équipes pour être à la hauteur du projet, et, d'autre part, que l'on arrive à convaincre nos clients de cette nécessité.

Voudront-ils, demain, avoir une communication authentique et dotée de sens ? A nous de les en convaincre...

Si vous le voulez bien, nous allons terminer l'interview, selon l'usage, dans « act'écho » par le questionnaire de Bernard PIVOT.

- **Quel est le mot de la langue française que vous préférez ?**

R : « TENDRE », car employé comme verbe il exprime la force, la volonté. Et comme adjectif, il est douceur et sensibilité. Que la sensibilité soit une force est déjà une évidence, mais en plus j'aime bien l'idée de mettre son énergie au service de la douceur...

- **Quel est le mot de la langue française que vous détestez le plus ?**

R : « EGO », même s'il en faut un minimum ne fusse que pour exister, ce petit mot de 3 lettres est un des maux majeurs de notre société.

- **Quelle est votre drogue favorite ?**

R : Le golf.

- **Quel est le son ou le bruit que vous détestez ?**

R : Celui d'un enfant triste.

- **Quel est votre juron, gros mot ou blasphème favori ?**

R : « Crétin » comme injure ou « putain » comme « ponctuation ».

- **Quel est l'homme que vous choisiriez pour illustrer un nouveau billet de banque ?**

R : Ce serait plutôt une femme... Une Simone... de Beauvoir ou Veil... ?

- **Quel est le métier que vous n'auriez vraiment pas aimé faire ?**

R : Avocat 😊

- **Quelle est la plante, l'arbre ou l'animal dans lequel vous aimeriez être réincarné ?**

R : Le colibri... Celui de Pierre Rabhi qui « participe » !

- **Si Dieu existe, qu'aimeriez-vous l'entendre vous dire après votre mort ?**

R : Je ne crois pas en Dieu et j'espère, en général, faire ce que doit !

Q : Grand merci, Monsieur Rutten !

Propos recueillis par Aurore PALMISANO – Avocate au Barreau de Liège
actéo Cabinet d’avocats

