

La qualité des émissions mesurée

Étude "Télépro" a réalisé un "Qualimat TV". La RTBF et RTL contestent les résultats.

Pour la 1^{re} fois, une étude allait mesurer la qualité des émissions de télévision francophones. Et rendre les résultats publics. Historique! Le classement final, très attendu, a toutefois été contesté par la RTBF et RTL. Le sujet, en effet, est particulièrement sensible.

L'initiative émane du magazine "Télépro". Mené du 30 avril au 23 mai 2014 (en collaboration avec l'ULg, Dedicated Research et le CSA), le "Qualimat TV" de Télépro n'a pas vocation à distribuer "les bons et les mauvais points" indique Nadine Lejaer, rédactrice en chef de l'hebdomadaire. "Le but est de fournir, chaque année, une alternative à l'audience car audiences et qualité sont souvent opposées."

Une méthodologie restrictive

Seuls les programmes des chaînes dépassant les 4% de part d'audience en 2013 ont été évalués (RTL-TVI, TF1, La une, France 2, France 3, AB3, La deux et Club RTL). Or, les programmes jugés de qualité par les téléspectateurs sont aussi diffusés sur des chaînes à l'audience inférieure (Plug RTL, La trois, Arte).

Seules les émissions diffusées entre 18 et 23h durant les quatre premiers mois de l'année 2014 ont été prises en compte. Sept genres ont été passés au crible: les séries anglo-américaines, françaises, la télé-réalité, les jeux, le divertissement, les magazines d'information et de détente. Les émissions sportives, les journaux télévisés, le cinéma et les documentaires ont été écartés. Tout

comme les "one-shot" ("Les enfoirés", "Miss France", etc.).

Des résultats contestés

Parmi les séries anglo-américaines plébiscitées, "Game of Thrones" occupe la 1^{re} place. Côté magazines d'information, "Envoyé spécial" s'empare de la pole position, devant "Questions à la Une". Parmi les genres de programmes, l'info figure d'ailleurs en tête, devant les séries américaines, les divertissements et les magazines de détente.

"Notre contrat de gestion nous oblige déjà à évaluer la qualité de nos émissions en interne, en collaboration avec l'insti-

tut belge TNS, l'UCL et l'ULB, et nous n'avons pas les mêmes résultats, indique Laurence Lorie, responsable des études qualitatives à la RTBF. Nos enquêtes sont réalisées à travers des entretiens face à face et pas sur Internet. La fracture numérique s'est réduite mais tous les Belges n'ont pas Internet. Je m'interroge donc sur la représentativité de l'échantillon."

"Nous n'accordons pas d'importance à une étude extérieure, satellite et sortie de nulle part."

LAURENCE LORIE

Responsable du marketing stratégique à la RTBF.

La responsable épingle par ailleurs "l'opacité" des critères utilisés pour définir "la notion de qualité". "C'est une notion subjective. On peut difficilement juger de la fiabilité d'une étude sans connaître la façon dont on a défini et mesuré ce qu'était la qualité. Tous ces biais rendent les résultats inexploitable. Par conséquent, il est difficile d'accorder de l'importance à une étude extérieure, satellite et sortie de nulle part."

Même son de cloche à RTL. Ludovic Barrau, à la tête du marketing télé, était "impatience" de connaître les résultats. "Mais je suis resté sur ma faim. C'est un classement derrière lequel il n'y a rien. On ne sait même pas pourquoi un programme est jugé de qualité et surtout comment les améliorer."

Au.M.