

« Une chaîne privée ne peut développer seule une fiction »

RTL-TVI Stéphane Rosenblatt fête ses dix ans à la tête de la chaîne

► En une décennie, le directeur de la Télévision chez RTL

a conforté le leadership de la chaîne privée.

► Pour l'avenir, il mise sur les productions propres et les adaptations de formats.

► Il annonce un nouveau magazine judiciaire.

ENTRETIEN

Entré il y a trente ans au sein de RTL en tant que reporter, Stéphane Rosenblatt tire désormais toutes les ficelles des chaînes belges du groupe RTL. Désigné Directeur de la Télévision il y a dix ans, il sort de son habituelle discrétion pour se livrer sur son parcours, ses aspirations, ses choix.

Trente ans de maison, dont dix en tant que directeur de la télévision : quelle est votre signature dans la grille de RTL-TVI ?

Il s'agit d'un travail d'équipe avant tout, mais je pense avoir participé à l'élargissement de l'assise de RTL. Nous sommes partis d'une chaîne commerciale centrée sur son public traditionnel pour en faire une chaîne sur laquelle tout est permis, et qui propose tous les types de programmes. Peu de chaînes privées auraient osé diffuser deux soirs de suite en prime time un docu-fiction consacré à la Shoah.

Vous n'avez jamais été bloqué ou arrêté sur un projet ?

Au sein de RTL, on ne m'a jamais dit que quelque chose serait impossible à réaliser même si des projets n'ont pas pu aboutir pour raisons budgétaires. La où ma frustration est peut-être la plus grande, c'est en matière de fictions. Une chaîne privée ne peut développer seule un projet de fiction. La RTBF reçoit une aide massive et exclusive des pouvoirs

publics. Cette position typiquement wallonne, très cloisonnée, est quelque chose que je regrette et que je trouve absurde. La dynamique autour de la production audiovisuelle n'existe que si elle est globale, que si elle émane à la fois du privé et du public.

Malgré tout, vous avez une pile de propositions de concepts posée sur votre bureau...

C'est vrai. Nous développons actuellement une nouvelle idée totalement innovante née en interne dans le domaine du magazine judiciaire. Le problème n'est donc pas d'avoir les idées, mais d'avoir les moyens de les réaliser.

Au cours de ces dix dernières années, c'est devenu financièrement parlant plus difficile de les réaliser ?

Les budgets ont augmenté. Mais les besoins et les exigences des téléspectateurs ont aussi augmenté. Les coûts des droits TV et de production aussi. C'est là que l'équation devient difficile.

Surtout que les audiences des séries, programme de base des soirées de RTL, s'essouffent...

Effectivement, il y a quinze ans, les séries étaient le produit par excellence en matière de rapport audience/prix. Aujourd'hui, il y a un essoufflement d'audiences autour des nouveautés. Nous l'avons anticipé en diversifiant notre offre et en proposant davantage de productions propres et d'adaptations locales.

Ça sera aussi votre stratégie dans le futur ?

Certainement, c'est quelque chose que nous allons encore renforcer. Pour raisons financières, on ne peut pas diffuser tous les jours une production propre. Mais l'étendard de la vitrine de la chaîne, tant dans

le domaine de l'info, que des magazines ou du divertissement, c'est de la production propre ou de l'adaptation locale.

Si on examine les grilles de RTL, c'est surtout l'adaptation de grands formats étrangers qui est proposée.

Peu importe. Ce qui compte pour le téléspectateur, ce

n'est pas que l'idée du concept soit née à Bruxelles mais que ce qu'on lui propose en termes de tournage, de casting, d'animation lui apparaisse comme étant adapté à ses envies, à ses désirs. On le voit avec le nouveau jeu Je le savais. Rien ne permet aux téléspectateurs de voir que c'est un programme venu de l'étranger puisqu'il est complètement adapté à la Belgique.

Dans quels domaines allez-vous privilégier les productions « made in RTL » ?

La production propre reste possible dans plein de domaines : l'information, le docu-fiction, ou encore les grandes soirées événements dédiées à des personnalités belges par exemple. La seule chose qui est devenue vraiment difficile voire impossible à réaliser sur fonds propres ce sont les grands formats de divertissement. Parce que l'investissement en termes de développement et de production est devenu tel que vous ne pouvez pas le faire si vous ne communautarisez pas les moyens d'une manière ou d'une autre.

Votre défi personnel pour les dix prochaines années ?

Ça va être d'assurer la pérennité de RTL pour les jeunes générations. Arriver à mettre en place les structures et les talents qui pourront assurer le RTL de demain.

A cet égard, vous avez trouvé le double de Jean-Michel Zecca ?

Il est vrai que nous manquons de personnalités masculines pour assurer la présentation de divertissement. Nous avons

certes Stéphane Pauwels ou Thomas Van Hamme, mais ils

sont spécialisés dans d'autres domaines que le divertissement. On doit trouver un nouvel animateur de divertissement. Et c'est un challenge qui est toujours ouvert. ■

Propos recueillis par
NOËLLE JORIS

REPÈRES

30 ans de maison

Juin 1985 Stéphane Rosenblatt fait ses débuts sur RTL-TVI en tant que reporter pour l'info. Il anime aussi *Contrepoint*, l'ancêtre de *Controverse*.

Janvier 88 Il est l'envoyé spécial permanent en France de la chaîne privée.

Juin 91 Il revient en Belgique comme rédacteur en chef de la nouvelle radio privée Bel-RTL.

Mai 1993 Il est nommé rédacteur en chef de RTL-TVI

et directeur de la rédaction aussi bien en télé qu'en radio.

Janvier 2004 Il accède à la direction des programmes.

Depuis septembre 2007 Stéphane Rosenblatt cumule le poste de directeur de la télévision et de l'information de RTL-TVI. (M.B.)

BILAN DE LA RENTRÉE

« RTL prend des risques »

Stéphane Rosenblatt analyse les résultats des nouveaux programmes de RTL.

Je le savais (RTL-TVI, le lundi à 20h20).

Le bilan est très positif. Les téléspectateurs sont au rendez-vous, notamment en matière d'interactivité. Environ

100.000 personnes ont téléchargé l'application du jeu et les audiences sont bonnes : 400.000 téléspectateurs en moyenne. Nous sommes toujours restés leaders malgré les films proposés par la concurrence.

Vu à la télé (RTL-TVI, le dimanche à 19h45). S'il doit être confirmé, le démarrage a été bon. Surtout pour un programme qui est un ovni. On a pris des risques en

choisissant de le diffuser. C'est tout de même atypique qu'une chaîne privée diffuse un programme où elle parle des programmes de ses concurrents. Le public est là (386.000 téléspectateurs pour le premier numéro diffusé dimanche dernier, NDLR). On est au-dessus de la moyenne de la case.

Rising Star (Plug RTL, le jeudi à 21h).

Niveau interactivité, le jeu a bien démarré. Le deuxième numéro est en baisse (162.100 téléspectateurs le jeudi 2 octobre, NDLR), mais les audiences sont supérieures à La Nouvelle Star. On a bien fait de ne pas le mettre sur TVI. Plug a besoin de programmes forts pour se renforcer et soutenir RTL face à une rude concurrence.

N.J.