

“La deux, notre prochain chantier”

Projets François Tron a entamé un deuxième mandat. Objectif? Mieux identifier La deux.

Entretien **Aurélié Moreau**

En juillet dernier, le conseil d'administration de la RTBF a confirmé François Tron à la tête des antennes TV, pour un nouveau mandat de six ans. Arrivé en Belgique en 2008, l'ancien directeur des programmes de France 2 évoque son projet éditorial, à court et moyen termes.

Cet été, le conseil d'administration de la RTBF vous a confirmé à la tête des antennes TV. Sur base de quel projet?

Sur base d'un bilan positif ainsi que sur la mise en œuvre de ce que nous avons initié, ces six dernières années. On parle d'un projet TV qui passe par le “globalmédia”: c'est-à-dire du transmédia ou du crossmédia. On va mettre l'accent sur “The Voice”, “1 001 Belges”, “On n'est pas des pigeons”, le jeu culinaire “Duels en cuisine” ou le nouveau magazine d'information “Sept à la une”. Notre objectif est de continuer à renouveler constamment nos émissions car il y a un phénomène d'usure des programmes parfois très rapide. Nous le ferons via la production locale pour faire vivre l'outil de production de la RTBF. Ça passe donc par la conception, la production et l'édition de formats originaux que l'on vend à l'étranger et pour lesquels on perçoit des droits. C'est une forme d'enrichissement pour la RTBF.

Qu'en est-il de la fiction?

C'est un chantier auquel je tiens beaucoup. Avec la Fédération Wallonie-Bruxelles, on a lancé un appel à projets pour stimuler la création de séries et pour diffuser une quarantaine d'épisodes par an. Elles seront entièrement produites

et financées en Belgique. Nous avons d'ores et déjà un acquéreur en France, le groupe TF1, et sur les projets en cours d'écriture, nous avons déjà des producteurs qui sont venus pour vendre les droits en France. Ça va faire travailler des techniciens, des producteurs indépendants, des auteurs,... Il y a donc un projet à la fois éditorial et économique.

Et le divertissement?

Dans tous les genres, notre but, c'est de se renouveler. Il y aura la saison 4 de

“The Voice”. On va lancer “Ça n'arrive pas qu'aux autres” et j'ai demandé aux équipes de se pencher sur le renouvellement d'anciennes émissions comme “La télé de A à Z” et sur les magazines. On ne peut encore rien annoncer mais il y aura des nouveaux magazines en janvier 2015. On va également mettre l'accent sur la partie participative et interactive, comme on l'a fait avec “What the fake” ou avec “Ma coupe du monde”. La RTBF a lancé, pour la première fois en télé, les documentaires participatifs. C'est une innovation, ça n'a jamais été fait ailleurs.

RTL a remanié sa grille l'après-midi avec succès. Le nouveau positionnement de La deux, lui, n'a pas séduit. “C à vous” d'Anne-Sophie Lapix a carrément déçu...

Oui, mais sur RTL, il n'y avait rien avant! Quand on part de rien et que l'on augmente sa part de marché, c'est logique. Mais nous avons réagi, on a déjà changé ça, mercredi dernier. On a mis “C à vous” un peu plus tard et on a mis un téléfilm à la place. C'est déjà en train de remonter.

Les journaux télévisés de 13 et 19h30 ont également progressé. En revanche, les audiences du journal télévisé sur La deux, à 19 heures, font pâle figure...

C'est lié aux événements. Notre objectif était d'avoir un JT en lien avec le positionnement de la chaîne. Et c'est le dernier chantier sur lequel on travaille. On veut

vraiment bien positionner nos chaînes pour que le public comprenne où il est. On l'a fait sur La une qui est devenue une chaîne populaire de qualité de service public, ayant pour modèle la BBC, et sur laquelle on est capable de faire des grands documentaires, du “Questions à la une”, une émission d'histoire et, en même temps, “The Voice”. Elle est devenue populaire et intelligente. La trois est également bien identifiée. A présent, on le fait pour La deux.

Auparavant, La deux était une chaîne “lifestyle”, plutôt féminine, mais ça n'a pas donné de résultats...

Oui, mais maintenant sur La deux, il y a un late-night show, des magazines impertinents comme “Tout ça”. C'est la chaîne où il y a du sport, dont l'offre est l'une des plus riches et des plus diversifiées en Europe. C'est également la chaîne des séries HBO et des films. Elle a une offre cinéma énorme. On a quasiment tous les plus gros films français et américains sortis cette année puisque nous avons un contrat avec Warner. La RTBF doit diffuser pas loin de 250 films par an là où les chaînes françaises en diffusent chacune 50, voire peut-être 60.

“J'ai demandé aux équipes de se pencher sur le renouvellement d'anciennes émissions comme “La télé de A à Z”.

“On ne peut encore rien annoncer, mais il y aura des nouveaux magazines en janvier 2015.”