

François Tron « La RTBF doit s'adresser d'abord au public »

François Tron, directeur de la télévision à la RTBF, réagit aux critiques.

Les réactions du secteur culturel et d'une partie du public n'ont pas toujours été tendres. Comment l'expliquez-vous ? Avez-vous trouvé la critique systématiquement trop dure ou malgré tout justifiée parfois aussi sur certains points ?

Il y a une erreur fondamentale de la part des « milieux culturels », celle de considérer ce programme comme une des émissions destinées à remplacer « Cinquante degrés Nord ». C'est plus le propos de « L'invitation » notamment, de « Tout le Bazar » ou d'autres émissions qui viendront dans les grilles de rentrée. Nous avons pris l'initiative de compléter un dispositif de couverture existant par une forme originale de programmation, liée au positionnement de la chaîne, dont l'intention finale est d'informer sur des événements ou des manifestations culturelles. C'est un agenda formellement présenté comme une fiction courte dans laquelle le public peut découvrir les spécificités d'une œuvre d'un artiste ou d'un créateur, d'une manifestation de manière drôle et décalée tout en gardant une partie informative.

Par ailleurs, le programme est servi par une animatrice ingénue et un comédien talentueux qui sont les meilleurs « passeurs » que l'on puisse trouver pour aller chercher un public peu

habitué aux fréquentations des musées ou des concerts... et le pari est réussi de ce point de vue. D'une part son audience est dans l'étiage de la chaîne à cette heure de diffusion, mais surtout elle enregistre de très bons résultats sur les réseaux sociaux, les portails vidéo de la RTBF, audience principalement sur des publics jeunes (65 % des fans de la page Facebook ont moins de 30 ans !).

On dit que le programme vise davantage le grand public que le monde culturel. N'est-il pas possible de concilier les deux ou en tout cas de trouver un meilleur équilibre ?

Mais toute émission de la RTBF doit s'adresser prioritairement au public, au citoyen, pas au monde culturel. Cette règle est inhérente à notre fonction de médiateur et de fédérateur social en tant que télévision publique. Notre rôle est de faire accéder le plus grand nombre aux productions culturelles en adaptant nos offres et nos propositions à chaque segment de public.

Le programme arrive à sa fin. Est-ce qu'il reviendra à la rentrée ?

Oui, il reviendra à la rentrée. On fait d'ailleurs confiance à toute l'équipe qui a créé, développé, produit et porté ce petit programme pour l'enrichir et le rendre encore plus attractif. Ce que nous constatons, c'est que les entités culturelles qui ont été valorisées dans l'émission re-

prennent à leur compte les capsules et enregistrent des très bons taux de vidéos vues. C'est un signe.

Tiendrez-vous compte de certaines critiques pour réaliser des aménagements ?

Il y aura certainement des aménagements, mais les fondamentaux ne changeront pas, notamment l'alchimie drolatique des deux protagonistes, car on apprend sur une œuvre ou une création, grâce à Joëlle et David dont la spontanéité des dialogues a une fonction utile : faire rire pour rendre plus curieux.

Dans son format actuel, quel a été le point fort du programme ?

Il fait parler de lui, ne laisse pas indifférent, déplaît à certains mais ce n'est pas grave, il y a d'autres émissions pour eux sur nos antennes car nos offres sont éclectiques, surtout il est apprécié des plus jeunes, ceux-là justement qui ne se sentent pas toujours concernés par la culture « académique »...

Enfin, le défaut du programme ne tient-il pas dans sa forme totalement décalée pour aborder la culture à la télévision ?

Si à chaque fois qu'il fallait parler de culture on devait être professoral, docte ou sérieux, quelle place laisserait-on au surréalisme ? ■

Propos recueillis par
LOÏC BUISSERET (st.)