

Bruno Clément : « En principe, je reste à “Questions à la Une” »

RTBF Le magazine d'information fête ses 10 ans ce mercredi

► « Questions à la Une » continue d'attirer en moyenne 300.000 téléspectateurs.

► « Il va falloir anticiper les débats de société de demain », estime Bruno Clément, le présentateur et éditeur du magazine.

ENTRETIEN

Combien coûte votre mort ? » C'est avec cette question que Jean-Claude Defossé présentait le premier « Questions à la Une » de la RTBF, le 2 novembre 2005. A l'époque, le magazine d'information est lancé pour faire oublier un récent échec : « Actuel », lui-même né des cendres d'« Au nom de la loi » et de « Faits divers ». L'objectif est de proposer chaque semaine une émission d'investigation sur des sujets de société. Dix ans plus tard, Defossé a quitté le navire pour laisser sa place depuis six ans à Bruno Clément. Le reste a relativement peu changé. Ligne éditoriale, audiences, ton : « Questions à la Une » mise sur la continuité. Une continuité qui pourrait toutefois être bousculée à l'heure où la RTBF se cherche un nouveau chef de rédaction JT après l'éviction de Christian Dauriac. Bruno Clément, choisi pour assurer l'intérim, pourrait prolonger la mission.

En dix ans, « Questions à la Une » est devenue une marque de fabrique réputée pour poser des questions parfois dérangeantes. Une marque qui ouvre

ou qui ferme des portes ?

Dans la grande majorité des cas, cela nous en ouvre. Parce que ceux à qui on pose les questions, se disent qu'il est dans leur intérêt d'y répondre. Dans certains milieux, on a parfois un peu plus de difficulté et on se heurte aux responsables communication. C'est quelque chose qui s'est renforcé au cours de ces dix années. Mais si on se retrouve face à une barrière, on la contourne et on va chercher d'autres sources. C'est aussi stimulant, et souvent cela apporte des informations plus riches.

Vous avez régulièrement recours aux caméras cachées. Une nécessité ?

Pour contourner ces barrières de la communication, oui. Mais nous nous fixons une série de règles à respecter en la matière pour que ces techniques d'investigation restent légales et loyales. Toute utilisation de caméras cachées doit par exemple être avalisée par les responsables de l'émission et doit poursuivre un objectif noble.

En dix ans, la ligne éditoriale s'est tournée vers davantage de sujets liés à la consommation.

C'est vrai, et c'est parce que la consommation intéresse le téléspectateur. Je pense par exemple à l'alimentation : cela concerne directement les gens. Mais notre « core business » ça reste les thèmes de société qui font débat.

Les téléspectateurs nous regardent parce qu'ils savent qu'on va poser des questions qui dérangent. Et qu'on va y répondre, en y ajoutant de l'audace dans l'écriture.

L'investigation, ça demande des moyens. Vous souffrez des économies que doit réaliser la RTBF ?

Je ne me plains pas des moyens dont on dispose, même si on est toujours demandeurs d'en avoir plus. « Questions à la Une » représente une dizaine de personnes en permanence et autant de non-permanents. On travaille en moyenne sur six à huit enquêtes en parallèle.

Le défi pour le magazine pour les dix prochaines années ?

Trouver les prochains débats de société. Anticiper encore mieux les questions qui se posent dans notre société. Pour le reste, l'émission va aussi certainement évoluer sur le plan graphique et technique, parce que ce sont des domaines qui évoluent constamment. On va aussi renforcer notre développement 360 degrés, à savoir notre présence sur tous les médias de la RTBF, que ce soit le web, la télé ou la radio.

Et vous, vous restez à la présentation ou vous souhaitez prolonger votre intérim au poste de chef de rédaction du JT ?

Je n'ai pas encore tranché. Les candidatures pour le poste sont ouvertes jusqu'au 23 novembre. Et, à l'heure actuelle, je ne sais pas si je me porte candidat. J'ai accepté avec enthousiasme cet intérim, mais ce poste implique de nombreuses conséquences en termes d'organisation. Je dois encore y réfléchir mais ce qui est certain, c'est que je présente « Questions à la Une » au minimum jusqu'à la fin décembre. Et, en principe, j'y reste pour la suite. ■

Propos recueillis par
NOËLLE JORIS

LE PROGRAMME**Dans les coulisses de l'émission**

Comment choisit-on les thèmes ? Comment trouver de bons témoignages ? Et la

chance, comment la susciter pour obtenir un bon tuyau ? Jusqu'où peuvent aller nos équipes et avec quels moyens ? Pour ses dix ans, « Questions à la Une » propose une émission spéciale dans les coulisses de sa

fabrication. Le magazine reviendra aussi sur les émissions qui ont suscité le plus de réactions, mais aussi la controverse, voire des poursuites judiciaires.

N.J.

LES CHIFFRES**633.945**

C'est le nombre record de téléspectateurs que « Questions à la Une » a enregistré en une émission. Elle était consacrée au prince Laurent et à ses activités privées. D'autres enquêtes ont également attiré les foules, comme celles sur le Lotto ou sur les enfants pauvres (500.000 téléspectateurs). En moyenne, l'émission attire 300.000 téléspecta-

teurs et enregistre une part de marché de 19 %. Une moyenne relativement stable en termes de parts de marché depuis le début de l'émission. « *Ce qui est une belle performance, parce qu'aujourd'hui le marché de la télévision est beaucoup plus concurrentiel qu'il y a dix ans* », commente Bruno Clément.

586

C'est le nombre total de reportages diffusés par

« Questions à la Une » au long de la décennie. Parmi ceux-ci, plus de 450 sont des productions propres à la RTBF, le reste étant acheté à des productions extérieures. « *On essaye évidemment de favoriser au maximum les productions propres. Pour certains sujets, si les moyens manquent, on fait appel au Fonds pour le journalisme. C'était par exemple le cas pour une enquête sur les vêtements toxiques* », explique Bruno Clément.

N.J.