

“Le grand cactus” tient la forme

Humour Jérôme de Warzée et son équipe sont bien partis pour une 2^e saison. La Deux, 20h20.

L'humour en télévision relève souvent de l'exercice d'équilibre. La RTBF l'a appris à ses dépens avec le très éphémère “Belge comme Eddy Show” déprogrammé après quelques émissions en 2010. “Le grand cactus”, le talk-show satirique de La deux, diffusé le jeudi en alternance avec “69 minutes sans chichis”, semble pourtant avoir trouvé son public. Avec plus de 213 000 téléspectateurs et presque 12 % de parts de marché, le dixième numéro a réalisé sa meilleure audience de la saison le 3 mars dernier. Un bon score étant donné la concurrence emmenée ce soir-là par le film “Monuments Men” sur RTL-TVI.

“La mayonnaise a pris”, se réjouit Jérôme de Warzée, le meneur de ce “grand cactus” qui officie aussi le matin en radio sur Vivacité. “La direction m’a permis de développer le projet comme je l’entendais. L’émission est essentiellement centrée sur l’actualité, ce qui n’était pas trop le cas jusqu’ici en termes d’humour sur la RTBF. Sans doute que ce produit manquait au service public.”

Une bande très complice

L’humoriste associe volontiers les comédiens qui l’entourent à ce succès qu’il juge “relatif”. Parmi eux, on trouve notamment son complice Kody, Martin Charlier alias “Kiki l’Innocent” et James Deano. “Je pense avoir mis chacun dans le rôle qui lui convenait le mieux”, souligne-t-il.

Son coanimateur Adrien Devyver estime, lui, que le timing a joué en leur faveur. “C’était le bon moment pour faire

ça. Le public a envie de rigoler et de prendre du recul dans la période dans laquelle on vit.”

L’émission fait le choix d’alterner les rythmes et les types d’humour. Le tout porté par l’énergie d’une “joyeuse bande” selon les termes de Marie Iker, la productrice du programme.

“On essaye de trouver ce qui préoccupe le plus les gens actuellement, précise-t-elle. Souvent l’émission s’ouvre sur un sujet en apparence sérieux, politique ou international. Le thème central est vraiment belge et concerne à peu près tout le monde : les embouteillages, la SNCB... Le troisième volet est un peu plus glamour ou léger.”

“On va quand même loin”

Cette volonté de parler au plus grand nombre a ses limites. “Même si on ne nous a pas imposé de ciblage précis, mon public est plutôt composé de gens âgés de 35 à 50 ans. Il y a tellement de références

à l’actualité qu’il faut vraiment être au courant de celle-ci pour saisir tout ce qu’on fait. Donc je ne suis pas certain que “Le grand cactus” parle beaucoup aux jeunes de 16 ans. Je suis même sûr que non”, sourit Jérôme de Warzée.

Celui qui signe la plupart des textes ajoute qu’il a eu carte blanche de la part de la RTBF. “On n’est jamais venu me brider. Pour nous, la limite, c’est la loi. Mais on va quand même loin. Comme

quand on a mis en scène un djihadiste qui prend saint Nicolas en otage et offre une kalachnikov à un enfant. Mais notre but n’est absolument pas de provoquer. On est dans la pantalonnade.”

Dans ce contexte, “Le grand cactus” semble bien parti pour revenir à la rentrée de septembre. Si rien n’a encore été annoncé officiellement, de nombreux indicateurs vont dans ce sens. Jérôme de Warzée est d’ailleurs partant. “Tant que je m’amuse, c’est le principal.”

Ambroise Carton

213 188

TÉLÉSPECTATEURS

ont regardé le dixième numéro du “Grand cactus” le 3 mars. C’est la meilleure audience de la saison.