

Les reportages long format ont la cote

MÉDIAS Face à l'info ultrarapide, les formats lents sont plébiscités

► Au vu de leur succès d'audience, les magazines sont de plus en plus présents en TV et en radio. À tel point qu'ils envahissent les JT.

► La RTBF compte investir encore davantage dans ces formats, et RTL sortira une nouvelle émission d'enquête à Pâques.

Transversales », « Questions à la Une », « Reporters » : les magazines en TV et en radio jouent un rôle de plus en plus important. Ils représentent un domaine dans lequel ces médias peuvent nous apporter une plus-value par rapport à l'actualité chaude. Celle-ci, le public l'aura déjà digérée via son ordinateur ou après avoir reçu une notification « push » sur son smartphone une fois l'heure du JT arrivée. « En télévision, l'avenir ce sont les formats longs où les gens en ont pour leur argent », confirme Franck Istasse, le rédacteur en chef de « Questions à la Une ». Si les temps sont durs à cause de la concurrence du web (on remarque notamment Viceland, dont chaque reportage fait plusieurs centaines de milliers de vues sur YouTube), ces formats sont une adaptation cohérente pour que le public continue à regarder la télévision. Une idée partagée par Georges Huercano, directeur des magazines de RTL : « Nous devons nous appuyer sur des personnages et une narration originale, raconter des modes de vie autrement. C'est comme ça que nous marquons une grande différence avec l'actualité des JT et cela fera que les

gens s'accrocheront toujours aux médias. »

Il est vrai que ces émissions rencontrent un succès certain. Notamment pour le seul format magazine radio de la RTBF, « Transversales ». « Nous avons régulièrement de très bons retours, cette émission répond à un souhait du public, explique Olivier Nederlandt, présentateur de l'émission. Il y a une réelle demande pour des longs formats passionnants et informatifs. » En tout cas, les chiffres lui donnent raison : « Transversales » a en moyenne 40.000 auditeurs. Et du côté de la TV, les résultats sont également bons : entre 300.000 et 320.000 téléspectateurs pour « Questions à la Une », diffusé pourtant le mercredi soir, et de 350.000 à 500.000 pour « Reporters ».

Même dans les JT, pourtant très codifiés et où les formats des reportages sont souvent limités par le temps, on sent une évolu-

« Nous investissons des millions d'euros dans l'investigation chaque année » JEAN-PIERRE JACQMIN

tion. Un exemple de cette adaptation est « Le Scan ». Tous les lundis depuis le mois d'octobre, Thomas Gadisseux nous invite, dans cette enquête de 6 minutes intégrée au journal de 19 h 30 sur la RTBF, à aborder une problématique plus en profondeur. Jean-Pierre Jacqmin, directeur de l'information à la RTBF, compte renforcer encore cette dynamique. « C'est quelque chose que nous voulons continuer à construire : intégrer des formats qui peuvent aller de 5-6 minutes à 20-25 minutes dans un JT. C'est ce qui avait été fait avec le Kazakhgate notamment : un sujet d'une dizaine de minutes sur ce sujet qui avait fait de très

bonnes audiences. Cela permet également à ces enquêtes d'être vues par un public plus large. »

Pour réaliser ces émissions, les moyens mis en œuvre sont importants. « Nous investissons plusieurs millions d'euros dans l'investigation chaque année », détaille Jean-Pierre Jacqmin. En plus de ce budget, le facteur de réussite d'une enquête est souvent le temps accordé à sa réalisation. « Un sujet de 26 minutes peut requérir jusqu'à trois mois de travail, explique George Huercano. Pour parvenir à être didactiques, cela prend du temps. Il faut fouiller, recontextualiser, recomposer. »

Si les enquêtes de la RTBF sont des productions propres, ce n'est pas le cas à RTL. « Il nous arrive souvent d'acheter du contenu fait par un média étranger, admet Georges Huercano. Dans ces cas-là, on l'adapte en le "belgicisant". On apporte à l'enquête une connotation belge, des informations belges et des témoins belges pour ramener le sujet à ce qui intéresse le public cible. »

Que ce soit à la RTBF ou à RTL, le format magazine a de beaux jours devant lui. « Nous aurons d'autres formats qui correspondent à des envies de travailler au niveau international, annonce Jean-Pierre Jacqmin. Nous avons déjà travaillé sur le terrorisme avec plusieurs rédactions de services publics francophones : canadiens, suisses, français. Cela a donné plusieurs enquêtes que nous avons diffusées. C'est comme ça que je vois l'avenir de l'investigation. » On pourra découvrir prochainement le fruit d'une collaboration entre la VRT et la RTBF sur les attentats du 22 mars à Bruxelles. Jean-Pierre Jacqmin annonce par ailleurs une augmentation des moyens financiers en ce domaine.

Du côté de RTL, Georges Huercano nous confie qu'une nouvelle émission d'enquête débutera aux alentours de Pâques. ■

SIMON BREEM (st.)