

La Belgique, nouvelle cible de LCI?

Télévision Première chaîne d'information française chez nous, LCI reprend son souffle.

Entretien Virginie Roussel
Correspondante à Paris

C'est en 2016 que le groupe TF1 recrute Thierry Thuillier pour relancer LCI. Récemment nommé directeur général adjoint du pôle information du groupe, cet ancien patron des rédactions de France Télévisions parie sur des identités fortes pour incarner la chaîne d'information. Parmi elles, David Pujadas, l'homme du JT de France 2 ou Pascale de La Tour du Pin, matinalière historique de BFM TV. Thierry Thuillier a choisi Eric Monier, son directeur de la rédaction chez France 2 pour diriger la rédaction de LCI, positionnée très loin devant France 24 et Euronews. Il nous confie la stratégie et les objectifs de LCI.

Prendrez-vous en compte le public belge différemment?

J'ignorai notre leadership ! On pourra être amené à faire appel à nos pigistes en Belgique ou à nos bureaux dans le Nord de la France.

Comment traiter l'information largement véhiculée par les réseaux sociaux?

On essaie de se positionner auprès d'une jeune génération qui bientôt ne va plus regarder la télé. C'est pourquoi nos deux rédacteurs en chef suivent autant Twitter que l'Agence France Presse. Et si on veut être meilleur que nos confrères de BFM, il faut déjà être là où ils sont. Il faut donner l'info. Mais on va un peu plus loin que le 20h de France 2 qui est mon modèle, parce que j'en suis issu, comme Thierry Thuillier. On décrypte, on analyse et on développe des débats d'idées. Ceci est aussi sous-tendu par des contraintes fortes du CSA. Nous n'avons pas le droit de faire un journal permanent.

Comment rendre l'information digeste?

Comme les gens arrivent et partent en permanence, sont apparus sur les chaînes anglo-saxonnes, et maintenant françaises, des pavés de trois ou quatre infos pour se repérer.

Construisez-vous vos émissions en fonction du format smartphone?

Nous sommes de plus en plus regardés dans les transports en commun, parfois sans le son. Avant de mettre quelque chose à l'antenne, on se demande si c'est compatible. Comment résumer un match de foot quand vous avez des captations dans des stades anciens où vous êtes éloignés de la pelouse ? Vous rédigez des pavés d'info.

La réaction de l'internaute oriente-t-elle vos choix?

Sur le site de lci.fr, je surveille qui est derrière les papiers les plus lus. Et je vérifie que ce n'est pas qu'une seule catégorie d'individus qui se parlent entre eux. Entre nous, on se demande souvent : ça va monter ou pas ? Notre information est évolutive. On va faire un titre qui va provoquer une réaction, une mise au point du gouvernement, une montée en puis-

sance d'un lobby qui va nourrir l'antenne. La qualité des réactions que l'info va provoquer va faire qu'elle perdure ou va faire 'pschitt'. Dans l'actu récente, c'est "balance ton porc".

Pour que LCI devienne gratuite, TF1 a dû accepter certaines contraintes imposées par le CSA et l'Autorité de la concurrence afin de ne pas déséquilibrer le marché publicitaire.

Je ne trouve pas normal que TF1 soit interdit de faire de la publicité pour LCI alors que France Télévisions parle de France Info. Comme il y a une clause de revoyure, je pense que Thierry Thuillier discutera avec le CSA début 2018 pour envisager d'assouplir cette règle.

En France, votre part d'audience est montée à 0,7%. Quels sont vos objectifs?

"Tangenter" le 0,8% à la fin de l'année prochaine. Contrairement aux chaînes d'info généralistes, vous n'avez pas d'accès. Il faut aller chercher le téléspectateur ! En ce moment, la matinale gagne environ 1 000 téléspectateurs par jour. C'est formidable !

Thuillier-Monier-Pujadas, c'est le triumvirat France 2 à la tête de l'information de TF1 !

Ce ne sont pas nos personnalités qui font la politique éditoriale d'une chaîne. TF1 a une identité extrêmement forte. Thierry Thuillier s'appuie sur les gens de la maison. Pour compléter son organisation, il est allé chercher deux ou trois personnes dont certains, comme moi, étaient sans emploi.