

NOUVEAU LE FORUM DES TÉLÉSPECTATEURS ACTIFS



Colette Braeckman parlera, le 29 octobre prochain, des télévisions et du génocide au Rwanda.

Chaque mois, la FNAC Bruxelles propose dans son auditorium (City2, rue Neuve) un débat-rencontre mensuel axé sur l'évolution des programmes de la télévision, le samedi à 15H. L'accès est gratuit.

Ce cycle, "Le Forum des Téléspectateurs Actifs", est programmé et animé par l'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.). Les animateurs de l'A.T.A. interrogeront, pendant une heure, l'invité-ressource. Ensuite, le dialogue se prolongera avec le public.

POUR LE MOIS D'OCTOBRE 94 :

- Le samedi 1er octobre à 15H : A la veille des élections communales, une brochette de candidats sera mise sur le grill des nouvelles grilles de nos chaînes. **Les télés et la culture font-elles bon ménage ? Que penser de Télé-Bruxelles ? Les émissions politiques du petit écran satisfont-elles nos élus ?**

Nous ont déjà confirmé leur présence : Yves De Jonghe d'Ardoye (PRL), Georges Désir (FDF), Henri Simons (ECOLO), Freddy Thielemans (PS). Nous attendons encore plusieurs confirmations parmi lesquelles celle de Paul Vanden Boeynants (PSC).

- Le samedi 29 octobre à 15H : Colette Braeckman, journaliste au quotidien "LE SOIR", **analyse la médiatisation par les télévisions du génocide au Rwanda.**

POUR LES MOIS SUIVANTS :

René Thierry, l'ancien présentateur du JT de la RTBF

s'interrogera sur les conséquences de la course à l'audimat sur le Service Public. Son témoignage intitulé " Pour une information dirigée vers un téléspectateur responsable" est annoncée pour le samedi 26 novembre à 15H.

Plusieurs rencontres seront liées à l'actualité.

Ainsi, Jean-Jacques Jaspers nous donne rendez-vous, le samedi 29 avril à 15H, pour fêter le premier anniversaire de sa nomination de Directeur du Centre de la RTBF Charleroi et dresser un premier bilan de cette nouvelle tâche.

Pour préparer la Semaine des JTA (Jeunes Téléspectateurs Actifs), la FNAC proposera une "foire aux livres" sur cette thématique, le samedi 25 mars 1995. Jeunes, parents, enseignants ou responsables de mouvements de jeunesse pourront s'y procurer des publications, des livres et des cassettes vidéo qui leur permettront de mieux décoder les émissions de télévision. Dans l'auditorium, plusieurs auteurs de publication présenteront les résultats de leur investigation : **Aline Dhavré**, coordinatrice de deux guides pour l'éducation aux médias audiovisuels de la Médiathèque de la Communauté Française (15H); **Patrick Verniers**, co-auteur de "MédiActeurs : Tout savoir sur la télé" diffusé par Média Animation (16H); **Marcel Frydman**, professeur à l'Université de Mons et auteur du livre "Télévision et violence" (17H).

Ce programme sera complété par d'autres rencontres programmées en fonction de l'actualité TV : les responsables des télévisions et les auteurs de livres qui traitent du petit écran y seront les bienvenus.

TREIZE JOURS "SANS"

Dans notre pays, on estime que 5% de la population sont sourds ou malentendants. Si la RTBF n'était pas simplement à la recherche d'un public massifiant pour plaire aux annonceurs, elle considérerait comme une aubaine pareil sous-groupe social pour développer le nombre de ses téléspectateurs (voir éditorial du présent numéro)...

Pour conserver la traduction en langue des signes du JT de 19H30, les sourds et les malentendants, par centaines, manifestèrent devant les grilles de Reyers, le 21 novembre 92. Leur revendication fut acceptée, mais comment est-elle appliquée ?

Pendant la Coupe du Monde de football, le JT de 19H30 ne fut pas diffusé sur RTBF 21, les 19, 21, 24, 25, 26, 28 et 29 juin ainsi que les 2, 3, 4, 5, 9 et 10 juillet. Ces soir-là, un JT réduit était diffusé entre deux matchs et il ne fut pas interprété en langue des signes : pourquoi ?

PASSIONNANT

Le 21 mars dernier, lorsque les 10.000 pétitions demandant le rétablissement d'un magazine régulier sur l'écologie à la RTBF furent remises à ses représentants, les initiateurs de cette action ont enregistré le long dialogue qui s'est déroulé. Objectif Dire en publie un compte-rendu intégral de 17 pages dans son dossier n°4. C'est très intéressant de découvrir, pour une fois, noir sur blanc, pareille échange d'arguments.

Les représentants de la RTBF n'ont pas accepté la revendication et ont marqué néanmoins leur accord pour participer à des réunions informelles régulières avec Objectif Dire pour réfléchir à la médiatisation de la pro-

blématique écologique.

Décider la date de la première de ces réunions n'est pas évident. Le 29 juin, le Directeur de la Télévision, Gérard Lovérius, écrivait aux représentants d'Objectif Dire qu'il valait mieux attendre pour fixer un rendez-vous qu'ils aient eu une rencontre préalable avec Jean-Jacques Jaspers, Directeur du Centre de la RTBF Charleroi qui produisait naguère feu le magazine écologique "Objectif Terre"...

Objectif Dire, Rue Le Lorrain, 96 - 1210 Bruxelles
Tél. : 02/426 91 91

LES DEVOIRS DE VACANCES

(Suite de la page une)

L'A.T.A. considère qu'il est temps de plancher sur cette réflexion. A ce sujet, Philippe Mahoux, le Ministre de l'Éducation et de l'Audiovisuel nous écrit, le 23 août 1994 : "Votre association souhaite participer à une réflexion sereine sur les pistes qui pourraient mener à la suppression de la publicité et du sponsoring à la RTBF en souhaitant que le secteur audiovisuel finance cette étude..

Dans le domaine budgétaire, mon premier souci est de subvenir aux besoins de la production audiovisuelle -et vous n'ignorez pas que dans ce domaine fondamental les ressources de la Communauté Française sont inscrites dans des cadres contraignants- il m'est donc impossible de répondre favorablement à votre demande de financement. Il me semble qu'en tant qu'association des consommateurs et en fonction de votre représentativité, le Conseil de la Consommation devrait pouvoir vous aider à mener votre réflexion. Je pense qu'il s'agit là d'une piste et je vous y encourage vivement".

Vous l'aurez deviné : la suite au prochain numéro.

COMMENT TÉLEZ-VOUS ?

Editeur responsable : Patrick Senéclart



15 SEPTEMBRE 1994

Bureau de dépôt

Bruxelles 5 à 1050-Bruxelles

Périodique mensuel de l'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.)

A.T.A. a.s.b.l. • Rue Américaine, 106 - 1050 BRUXELLES • Tél et FAX : (02) 539 19 79



CULTURE A LA RTBF : ÇA VA CHARGER ?

Comment le service public traite-t-il la culture, les cultures ? Telle est la question de la rentrée télévisuelle.

La direction de la RTBF affirme qu'elle respectera, sur ce point, son cahier des charges. L'Association des Téléspectateurs Actifs considère légitime qu'une chaîne de télévision arrête des émissions, même si celles-ci sont estimées par le public. Le droit au changement, à l'évolution, peut être créatif. Donc, nous ne crions pas encore au loup. Nous allons être attentif aux évolutions de la nouvelle grille. Nous tirerons ensuite nos conclusions.

DIVERSITÉS...

Nous tenons à ce que les principes de base suivants y soient respectés :

- 1 : la présence de la diversité culturelle à des heures de programmation qui ne marginalisent ni leur contenu, ni ceux qui les regardent;
- 2 : une émission promotionnelle n'est pas une émission;
- 3 : l'équivalence des efforts humains et financiers ainsi que du temps consacré entre les disciplines sportives et culturelles ;
- 4 : la définition démocratique et non populiste de la culture qui ne se résume pas à un fourre-tout des loisirs et de la consommation.

Pour nous, ce qui devrait différencier la RTBF de RTL-TVI, ce n'est pas le nombre de téléspectateurs qui les regardent, mais la façon dont ils sont comptabilisés.

Il est logique que RTL-TVI offre à ses annonceurs publicitaires le public le plus massifiant possible, ce qui nécessite une programmation du plus grand dénominateur commun où l'on retrouve, en début de soirée, essentiellement de la fiction, des films, des jeux, des émissions d'humour, etc.

...ET MULTIPLICITÉ

Nous pensons que le Service Public doit s'adresser au même nombre de personnes, mais d'une façon différente. Avec ses 2 chaînes, il est au service des multiples publics minoritaires que RTL-TVI ne satisfera jamais, publics qui paient leur redevance pour allumer leur télévision et non pour la ranger dans un coin, l'écran contre le mur. Ainsi, la RTBF se doit d'accueillir et de satisfaire les aspirations des multiples publics qui s'intéressent aux mille et un aspects de la culture.

Nous verrons si la RTBF relève ce défi. Pour nourrir notre réflexion, nous avons interrogé longuement Jacques Mercier qui, en quelques mois, s'est vu retirer deux émissions de télévision qu'il avait conçues et animées. Ses propos nous éclairent sur le fonctionnement du service public. Bonne lecture.

Benoit Goossens,
Président de l'A.T.A.

INTERVIEW DE JACQUES MERCIER EN PAGE 2

LES DEVOIRS DE VACANCES DE PHILIPPE MAHOUX ET DE JEAN-LOUIS STALPORT

Dans le n° précédent de "Télé sur écoutes", nous avons publié les lettres que nous avons adressées à Jean-Louis Stalport, Administrateur Général de la RTBF, ainsi qu'à Philippe Mahoux, Ministre de l'Éducation et de l'Audiovisuel. Voici leurs réponses.

GRILLE ET MÉTÉO

Notre courrier adressé à Jean-Louis Stalport lui détaillait les résultats d'une enquête approfondie que nous avons menée pour demander à la RTBF de restituer aux téléspectateurs sourds et malentendants la traduction en langue des signes de la séquence météo sur la chaîne RTBF 21. Cette demande est appuyée par 3.358 signatures. L'Administrateur Général, dans un courrier

daté du 7 septembre, nous confirme que notre proposition est toujours à l'étude: "Une nouvelle grille de 21 est mise sur pied et de nouvelles dispositions pourraient être prises, le cas échéant, après évaluation des performances et audiences de cette grille... Nous vous tiendrons bien entendu au courant de la suite qui sera donnée à votre demande."

RTBF SANS PUB : POSSIBLE ?

Supprimer la publicité et le sponsoring à la RTBF, est-ce possible ? Si c'était le cas, comment le Service Public pourrait-il survivre et se développer ? Quelle serait l'évolution de sa programmation ? Comment la financer ? (suite en dernière page)

MERCIER SANS TÉLÉ

En juin dernier, Jacques Mercier, animateur et producteur à la RTBF, nous a fait le plaisir de nous recevoir dans son bureau du Boulevard Reyers. Il savait déjà que ses deux émissions ne seraient pas reprogrammées dans la grille 94/95 de la RTBF. "Scoubidou", émission de variété hebdomadaire et "L'Empire des Médias", successeur quotidien du "Jeu du Dictionnaire" : c'est fini. Il poursuivra heureusement ses activités sur Radio Une : le "Jeu du Dictionnaire" (quotidien) et "la Semaine Infernale" (hebdomadaire) sont maintenus.

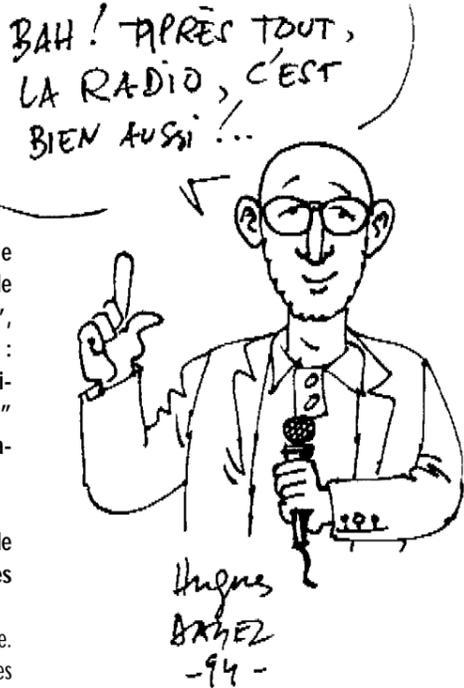
• **ATA** : Jacques Mercier, parlez-nous d'abord de la formule de "Scoubidou", de sa place parmi les émissions de variétés télévisées...

• **Jacques Mercier** : Prenons ce qui se passe en France. Les artistes eux-mêmes se sont rendu compte que les émissions de variétés à très forte audience attirent un public passif qui attend la fin des chansons pour savoir s'il a gagné à l'un des jeux de l'émission, et qui ne s'intéresse pas à la musique elle-même. "Taratata" attire au contraire un public beaucoup moins nombreux mais qui achètera ou ira voir en concert ce qu'il a apprécié à la TV. Il manquait en Belgique une émission dont l'essentiel était la variété et la chanson. Au départ, "Scoubidou" ne devait être qu'une émission d'été, axée sur l'histoire des artistes invités, en douze numéros. Avec le côté convivial, proche du public. On essayé de faire un maximum de direct, dans la mesure des contraintes techniques. Pour comparaison, un "Scoubidou" coûtait 600.000 FB. Un numéro de Tour de Chance revient à 3,5 millions. Pour la France, il faut multiplier ces chiffres par dix. Par un concours de circonstances, l'émission a été déplacée en automne, et de 12 numéros, on est passé à 36, en gardant la formule "légère" prévue pour un été !

• **ATA** : Le direct, c'est important pour vous ?

• **Jacques Mercier** : Bien sûr, c'est important. Lors de la suppression de Scoubidou, j'ai encore entendu des arguments selon lesquels la variété, l'émission de variété, cela n'existe plus. Au début, j'avais même entendu : "vous ne trouverez jamais assez de chanteurs"... On doit recommencer sans cesse ce combat que nous menons depuis trente ans. Quant à la désaffection du public vis-à-vis des émissions en play-back complet, où plus aucune sensibilité ne passe, c'est tout à fait compréhensible.

• **ATA** : Comment juge-t-on l'impact public ?



• **J.M.** : Il n'y a que l'audimat. Mais il y a aussi le courrier et des réactions dans la presse... après la suppression. Le problème rencontré par Scoubidou, c'est cette ambiguïté qui existe depuis l'introduction de la publicité à la RTBF : faire de l'écoute, tout en étant "service public". La démarche normale serait de tenter d'atteindre et de mesurer le public visé par chaque type d'émission, et de la placer dans la grille en fonction de cet objectif. On prétend que ces mesures sont trop chères.

POUR LA PUB OU POUR LE PUBLIC ?

• **ATA** : Les réactions du public ont-elles une influence ?

• **J.M.** : Oui. Soutenir une émission, cela peut engager dans un rapport de force. Mais ce n'est pas toujours pris en compte, comme dans le cas des 10.000 signatures récoltées pour "Objectif Terre". Une demi-heure par mois, cela ne devait pas coûter très cher. Je ne comprends pas qu'on ne la remette pas.

L'écrit garde malgré tout son importance : une lettre, à fortiori un article. Les chiffres de l'audimat ne concernent en fait que les vendeurs de poudre à lessiver : eux seuls, parmi tous les annonceurs, recherchent le plus gros public, toutes distinctions confondues. Dans cette logique, le public qui est intéressé par une émission de variété à 22H n'est pas pris en compte. D'où l'expression "émission ghetto", pour dire simplement qu'elle ne concerne

(suite en avant-dernière page)

TÉLÉS SUR ÉCOUTES

ÉCOUTEZ-NOUS !

Chaque semaine, l'A.T.A. produit et anime "Téles sur écoutes", une émission de radio d'une heure durant laquelle un invité est confronté à l'actualité télé. Ces invités sont créateurs, représentent des courants associatifs ou travaillent dans le monde médiatique.

- **A Arlon**, le vendredi à 20H, le dimanche à 16H et le lundi à 6H, sur ARA (105.3 FM).
- **A Bruxelles**, le mardi à 21H, sur RADIO CAMPUS (107.2 FM).
- **A Charleroi et environs**, le vendredi à 11H, sur RADIO TAN QUE VIVE (87.7 FM).
- **NOUVEAU** : **A Frasnes et dans la Région des Collines**, le samedi à 14 H, sur RADIO TCHEUW BEUZIE (107.8 FM).
- **A Namur**, le jeudi à 15H30 et le mardi à 15H sur RUN (106.4 FM).
- **A Soignies**, le samedi à 16H sur OSR (101.6 FM).

Notre émission n'est pas diffusée dans votre ville ? A vous de convaincre les responsables de la radio locale la plus proche...

Pendant la première quinzaine du mois d'octobre, les invités "fil-rouge" de notre émission de radio seront des "connaisseurs" de la RTBF :

• **Jacques Mercier** qui vient de voir s'arrêter toutes ses collaborations à la télé;

• **Arlette Vincent**, l'ancienne présentatrice et productrice du "Jardin Extraordinaire" et de "Plein Jeu". La speakerine qui est restée chère à nombre de téléspectateurs exposera ses peintures, du 8 octobre au 6 novembre à la Galerie Trièdre, rue du Try Bara à Ohain.

La seconde quinzaine d'octobre nous permettra d'aborder l'importance de la place accordée à la culture sur nos chaînes de télévision avec :

• **Nicolas Donato**, acteur que vous avez pu voir dans nombre de séries : "Les Brigades du Tigre", "Arsène Lupin", etc. Militant syndical, il est également le secrétaire national de la section des travailleurs culturels du syndicat CGSP;

• **Marian Handwerker**, réalisateur belge dont le dernier long-métrage, "Marie", avec Marie Gillain, est programmé cet automne sur RTL-TVI.

Pour le mois de novembre, nous pouvons déjà vous annoncer :

• **Dominique Vosters** qui assure le secrétariat du Conseil du CSA de la Communauté Française ainsi que celui de la Commission d'Éthique de la Publicité;

• **Olivier Deleuze**, Directeur de Greenpeace Belgique;

• **René Thierry**, ancien présentateur du Journal Télévisé de la RTBF.

(suite de la page 2)

pas tous les publics.

Lorsque "Le jeu du dictionnaire" a été supprimé, on venait justement de faire une étude plus poussée, plus affinée. On touchait surtout les étudiants, les ouvriers et les personnes âgées. Tous les 15-25 ans "disponibles" suivraient l'émission. Cherche-t-on alors à contacter les annonceurs qui visent ce public-là ? Non, on ne pense pas dans la logique "service public" (pour des publics) mais en terme d'audimat global : sur l'ensemble de la population, le résultat frappant de l'émission est ramené à un chiffre peu significatif.

Pour en revenir à "Scoubidou", le motif officiel de la suppression était le besoin d'argent pour investir dans le sport. C'est bien d'investir 100 millions dans le foot-ball, argent qui devrait revenir via la pub à la RTBF. Il faudrait aussi le faire ailleurs. On n'a pas fait le même effort il y a 3 ans pour garder la Foire du Livre par exemple, qui est l'exclusivité de RTL-TVI.

• **ATA** : La volonté de programmer 40% de production belge dans Scoubidou vous a-t-elle valu des encouragements du public, de la Sabam, de la direction de la RTBF ?

• **Jacques Mercier** : Encouragé ?... (silence-rires). Par un directeur de la Sabam... après la suppression. Dans la maison ? Non. Par des organismes professionnels (éditeurs, auteurs-compositeurs) : oui. Encouragé également par la plupart des maisons de disques et les artistes eux-mêmes. La presse quotidienne et hebdomadaire fut globalement "pour". C'est aussi un argument qui revient dans les lettres de téléspectateurs.

• **ATA** : "Scoubidou" et "Le Jeu du Dictionnaire" étaient-ils programmés dans un environnement favorable ?

• **J.M.** : Concernant l'audience de Scoubidou, je prends l'exemple de l'émission avec Patrick Juvet. Elle était annoncée à 22H15, ou plutôt "prévue", en l'absence de réelle promotion dans le reste des programmes ! A 22H15, l'émission précédente se termine. L'audimat chiffre 7,5% d'audience. On se garde bien d'annoncer Scoubidou; mais on passe des pubs jusque 22H25. L'audience tombe à 3,5%. Logique. Puis "Cote d'Amour". En une minute, on perd encore 1%. A 22H32, au terme d'un "tunnel" de 17 minutes, Scoubidou démarre avec 2,5% d'audience. Et les conserve jusqu'à la fin de l'émission. Alors que d'autres fois, on a grimpé à 6%. Un pour-cent représente +/- 30.000 personnes.

Il faut aussi ajouter qu'en plus d'être très mal utilisé et interprété, l'audimat est faux. Au départ, l'éventail des personnes sondées en permanence par l'audimat avait été établi afin d'être représentatif du "grand public". Je tiens ces informations de quelqu'un qui travaillait à la Sobemap. Un échantillonnage avait été sélectionné pour IP, axé sur le public "populaire" visé par RTL-TVI. Lorsque la RTBF rentre dans le jeu, dans le cadre de l'accord RMB, elle réclame que l'échantillonnage soit adapté à ses desiderata, à ses objectifs de service public. On y apporte donc des modifications. Tandis que la RTBF s'en désintéresse, on m'a affirmé que depuis deux ou trois ans, on ne se souciait plus de la répartition de l'échantillonnage. Les boîtiers sont installés au hasard, à la demande (moyennant des contreparties). Et il est évident que la moyenne obtenue rend encore moins compte des pratiques de publics bien spécifiques. De plus, ce ne sont pas les gens les plus favorisés culturellement qui vont faire cette demande. Quand je parle de cela à la direction, on minimise l'influence des chiffres, tout en réclamant des objectifs "grand public" en décalage avec notre vocation initiale, et avec les moyens de promotion consentis. A partir de janvier, on va en venir à l'audiométrie, nettement plus affinée.

NE PAS IRONISER SUR LA RTBF

Pour "Le Jeu du dictionnaire", on m'a d'abord félicité pour la qualité de l'émission, avant de m'expliquer que 18H est une mauvaise heure. On me propose de retomber à une fréquence hebdomadaire, le mercredi à 16H. Rester à l'antenne dans de mauvaises conditions, ça veut dire s'écrouler dans 6 mois, sous prétexte que l'écoute n'a pas suivi... Cela ne m'intéresse pas d'être à l'antenne pour être à l'antenne.

• **ATA** : "Le jeu du dictionnaire" donnait pourtant une bonne image de marque à toute une série de "personnalités de la maison" : Soda, Hugues Dayez, Marc Moulin...

• **J.M.** : Evidemment, c'est même pour cela que l'émission avait été acceptée au départ. A la longue, la direction a dû être dérangée par notre liberté de parole, surtout dans la "Semaine infernale" (radio) et "L'Empire des médias" (télé). Cela parvient souvent indirectement et déformé à leurs oreilles. Quels sont les limites du divertissement ? J'ai été convoqué deux fois sur base de plaintes du Conseil d'Administration, sur cette question des limites. Les tabous ont reculé à cause de nous, des Snuls, et de Coluche qui en a été le plus grand destructeur... Le pape, le roi... c'est très délicat. On a avancé doucement. On a évolué en 7 ans, et le public a suivi. Ce n'est pas du poujadisme, car on parle de tout. La limite la plus délicate pour nous, c'est d'être accusés de "cracher dans la soupe", à savoir lorsqu'on parle de la RTBF. Tant qu'on dit qu'Hervé Meillon (RTL-TVI) est un con, ça passe, évidemment. Quand on ironise sur la RTBF, on nous dit : "laissez les autres taper sur nous, c'est nous qui vous payons". C'est faux, ils ne nous payent pas, c'est l'ensemble de la population qui nous paye. La devise ici, c'est "lavons notre linge sale en famille".

• **ATA** : Que conseiller au téléspectateur qui veut devenir actif ?

• **J.M.** : Je viens d'apprendre qu'un médiateur va être nommé, afin de recevoir les avis du public. Il fera des propositions au Conseil d'Administration en vue d'améliorer la qualité du service public audiovisuel. On peut espérer qu'un suivi plus sérieux sera donné aux lettres de téléspectateurs. Je suis évidemment incapable de dire ce qui va bouger. Concernant "L'Empire des Médias", la suppression a été communiquée en dernière minute, ce qui hypothèque bien des possibilités de réaction du public, de même que nos propres possibilités de défense. Leurs arguments -objectifs et subjectifs- sont affûtés, nos solutions peu écoutées. "Il est trop tard". Cela vient aussi de la structure complexe de la RTBF, à la fois politique, publique, régionalisée, hiérarchisée, etc. Si la raison invoquée pour une suppression est financière, que peut-on rétorquer ?

TOUS LES PUBLICS

• **ATA** : On en revient à l'incompatibilité entre le service public et la logique strictement commerciale. En 30 ans de carrière dans le service public, que sentez-vous comme évolution ?

• **J.M.** : On est passé par des époques très différentes. Il y a une crise d'identité à la RTBF, mais il y a bien sûr la crise financière dans tous les secteurs de la société. Il est logique de faire des économies, mais cela s'est fait brutalement. Depuis la pub, on a évidemment perdu une partie de notre âme. Au plus on affirmera notre spécificité par rapport à la télé commerciale, au plus nous serons regardés. C'est le mélange des genres que les gens n'acceptent pas. Le service public, c'est viser tous les publics, y compris le "grand public" éventuellement. Ne pas descendre en dessous d'un seuil de qualité. Mais ça, je pense que cela ne se passe pas.

• **ATA** : Quel est le plus grand danger à dénoncer : la publicité ou la politisation ?

• **J.M.** : Il faut rester vigilants quant aux dérives possibles de la pub, en quantité, en contenu et en influence sur les programmes. Bien sûr, s'il y avait une stabilité de financement, cela ne se poserait pas. Qui ne veut pas débloquer ces 100 millions qui manquent ?

La politisation agit surtout sur la régionalisation de l'information. Là, je ne suis pas compétent pour savoir comment cela se passe. Il me semble que la pluralité de mise actuellement est la moins mauvaise solution. Mais cela ne veut rien dire. On nous a tous mis une étiquette : est-ce qu'on la suit ? Bien d'autres lobbies encore plus forts peuvent intervenir. J'ai toujours été optimiste, cela dépend des individus. Lorsque l'on programme des chanteurs, on est régulièrement invité au resto par les maisons de disques... Le tout est une question d'honnêteté.

Propos recueillis par Bernard Hennebert, Jean-Christophe Pirnay et Pierre Ravach.

"COMMENT TÉLÉZ-VOUS ?" Rue Américaine, 106 - 1050 Bruxelles • Tél. et FAX : 02/539 19 79

Rédaction : Benoit Goossens, Bernard Hennebert, Jean-Christophe Pirnay et Pierre Ravach.

Illustrations : Esdè et Hugues Dayez. Photos : Michelle Tassin. Mise en page : Benoit Goossens. Impression : Copytoul

L'équipe de l'A.T.A. se compose de : Paula Bouchez, Colette Godot, Benoit Goossens, Linda Goossens, Bernard Hennebert, Branislav Milic, Mireille Parent, Jean-Christophe Pirnay, Pierre Ravach, Thierry Riechelmann, Tom Rijdsams, Aviva Salama, Patrick Sénéart.

DEVENEZ MEMBRE DU JURY POUR LES PROCHAINS ATA D'OR

ATA
d'OR
1995

SOYEZ VIGILANTS ET GAGNEZ UN BON D'ACHAT DE LA FNAC

Durant toute cette saison 94-95, Les Fnac de Bruxelles et de Liège proposent au public d'étranges urnes qui ont la forme d'un poste de télévision.

Les téléspectateurs sont invités à y déposer régulièrement leur bulletin de participation aux ATA d'Or 1995, le Grand Prix des Téléspectateurs Actifs désormais organisé annuellement en fin de saison par l'A.T.A.

Vous pouvez également faire parvenir vos bulletins de participation aux deux adresses mentionnées ci-après.

Il s'agit de couronner des "pratiques" exemplaires ou contestables apparues sur le "petit écran" durant cette saison télévisée.

A chaque nouvelle saison (les 21 décembre 94, 21 mars 95 et 21 juin 95) un jury récompensera les propositions les plus pertinentes.

Les lauréats gagneront un bon d'achat à la Fnac et seront invités à participer au jury composé de journalistes, de représentants du secteur associatif et de créateurs qui décernera les "ATA d'Or 1995".

Ceux-ci seront remis aux représentants des chaînes de télévision dans l'Auditorium de la FNAC Bruxelles, le 29 juin 1995 à 17 H30.

Régulièrement, l'émission de radio ("Téles sur écoutes") et le mensuel ("Comment Téléz-vous?") de l'A.T.A. diffuseront vos réflexions les plus significatives.

CONTACTS :

• Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.)
Rue Américaine, 106 - 1050 Bruxelles.
Tél. et FAX : (02) 539.19.79

• FNAC Bruxelles, Anne-Sophie Van Neste,
City 2, Rue Neuve, 1000 Bruxelles.
Tél. : (02) 209.22.11 - FAX : (02) 218.13.66



Jean-Paul Delcomminette, Directeur de la programmation de RTL-TVI (à gauche) est interrogé par Benoit Goossens, Président de l'A.T.A. (au centre) tandis que Tom Rijdsams, membre de l'A.T.A. (à droite) présente au public le dessin original d'Esde qui couronne la meilleure pratique télévisuelle de la saison 93-94 (voir ci-dessous).

ATA
d'OR
1994

TOUS LES RÉSULTATS & LES DÉCLARATIONS DES LAURÉATS

Le Grand Prix Annuel des Téléspectateurs Actifs, "L'ATA d'Or", a été organisé par l'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.). Quelques jours avant les grandes vacances, celui-ci décerne ses trophées, non pas à des émissions, des présentateurs, des journalistes ou des chaînes, mais bien à des "PRATIQUES" exemplaires ou contestables apparues sur le petit écran durant la saison télévisuelle 93-94.

Sont distinguées, des pratiques exemplaires et contestables pour :

- d'une part, les chaînes de notre Communauté (RTBF, RTL-TVI, Canal+ CFB et les Télévisions Communautaires)
- et, d'autre part, les autres chaînes captées dans notre Communauté (chaînes thématiques ou généralistes de Flandres, de France, de Grande-Bretagne...)

La proclamation des résultats s'est déroulée à l'Auditorium de la FNAC de Bruxelles, le 29 juin 1994 en présence de :

- Monsieur Robert Lombaerts, Directeur de Cabinet Adjoint, représentant Monsieur Philippe Mahoux, Ministre de l'Éducation et de l'Audiovisuel,
- Monsieur Gérard Lovérius, Directeur de la Télévision (RTBF),
- Monsieur Jean-Paul Delcomminette, Directeur de la Programmation et des Achats Fiction (RTL-TVI),
- Monsieur Jean-Frédéric Laignoux, Responsable de la programmation de la RTBF pour TV5,
- Monsieur Patrick Blocry, Directeur de la Communication et Marie-Pierre Dinsart, Attaché de Presse de Canal + CFB,
- Monsieur Jacques Raket, Directeur de Production (Télé-Bruxelles).



LE JURY :

Les membres du jury de l'ATA d'Or sont les personnes qui ont été les invités, semaine après semaine, durant l'année qui précède l'attribution du Prix, de l'émission de radio "Téles sur écoutes" produite et animée par l'A.T.A. : des journalistes spécialisés dans le secteur de l'audiovisuel, des représentants du secteur associatif, des créateurs et des enseignants.

L'ORGANISATEUR :

L'objectif de l'A.T.A. (Association des Téléspectateurs Actifs) : la promotion d'une évolution humaniste du paysage audio-visuel.

Sa maxime : informer pour agir.

Par quels moyens, informer les téléspectateurs ?

- 1 : "Téles sur écoutes" est une émission de radio animée en direct sur Radio Campus à Bruxelles, chaque mardi de 21 à 22H sur 107.2 FM. Cette émission est rediffusée durant la semaine qui suit sur des radios d'Arlon, Charleroi, Namur, Frasnes et Soignies.

- 2 : un mensuel "Comment Téléz-Vous?"

• 3 : des "Forum TV" : vous réunissez une quinzaine d'ami(e)s et nous venons gratuitement animer à votre domicile ou dans le local de votre association une rencontre TV au cours de laquelle nous projeterons des extraits de bavures et de prouesses récentes des télé.

- 4 : L'A.T.A. anime chaque mois, un samedi à 15 H, une rencontre avec un invité prestigieux qui parle de la télé, dans l'Auditorium de la FNAC à Bruxelles. L'entrée est gratuite.

Ces moyens permettent à l'A.T.A. d'agir :

- 1 : Régulièrement, elle coordonne des "pressions".
- 2 : Remise annuelle des ATA d'Or.

Pour recevoir le prochain numéro du mensuel "Comment Téléz-Vous?", envoyez vos coordonnées et deux timbres à 16 francs à :

A.T.A., Rue Américaine, 106 - 1050 Bruxelles.
Tél. et FAX : (02) 539.19.79

VOUS DÉSIREZ DEVENIR MEMBRE DU JURY POUR LES PROCHAINS ATA D'OR ?
FONCEZ DONC À LA PAGE H...

TÉLÉVISIONS DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

(RTBF, RTL-TVI, Canal + CFB, Télévisions Communautaires)

ATA D'OR

L'ATA d'Or 1994 qui récompense la "pratique" la plus exemplaire proposée par une télévision de la Communauté française est attribué à la suppression des programmes violents en journée sur RTL-TVI.

Cette décision s'est concrétisée en ce qui concerne les programmes proprement dits mais pas en ce qui concerne les bandes annonces diffusées en journée. Un feuilleton violent (Miami Vice) avait été "oublié", le dimanche à 16h.

Suite à la pression d'une association de téléspectateurs, il fut remplacé par un autre feuilleton non violent.

Même le Service Public ne s'est pas lancé dans pareille suppression.

Ont été également remarquées par le jury :

Diffusion simultanée de films par la RTBF en version française sur la Une et en version originale sous-titrée sur 21. Cette option respecte la diversité des goûts du public et est utile aux sourds et malentendants.

Importance de la culture dans la grille des programmes, respect de la déontologie davantage marqué et résultats performants à l'écran pour les télévisions communautaires alors que leurs moyens financiers et en personnel sont fort limités).

ATA D'M...

En ce qui concerne la "pratique" la plus contestable, le jury à l'unanimité a tenu à regretter les multiples dérives de la RTBF, ce qui ne veut pas dire que les autres chaînes de télévision soient parfaites. Le jugement est d'autant plus sévère que la RTBF est un Service Public dont les missions sont clairement définies. Cette motion a pour but de signifier le désappointement de nombre de téléspectateurs envers une RTBF dont ils se sentent les alliés trompés et leur exhortation aux responsables du Service Public de redresser la barre.

Pour illustrer cette prise de position, le jury a épinglé les exemples suivants :

- Certaines émissions des "Pieds dans le plat" sont en différé, puis remontées "comme du direct". Bien que certains extraits soient présentés dans les "bandes annonces" ou dans le J.T., ce qui permet aux téléspectateurs les plus attentifs de deviner qu'il ne s'agit pas d'une émission en direct, le jury affirme que l'illusion du "direct" demeure pour nombre de téléspectateurs. Le montage de ce type d'émissions favorise l'aspect spectaculaire du débat social et empêche toute parole "dissidente" de s'exprimer.

Le jury souhaite que tous les débats télévisés se déroulent en direct et que les débats en différés proposent au cours de leur diffusion une incrustation à l'écran qui rappelle à tout moment aux téléspectateurs qu'ils regardent une émission montée.

- Création de brèves émissions (Dico-Trottoir,...) destinées à multiplier le sponsoring.

La RTBF doit ristourner une partie des bénéfices de ses publicités à RTL-TVI, ce qui n'est pas le cas pour le sponsoring. Voilà ce qui explique la volonté de la RTBF de créer de brèves "émissions" de type "Dico-Trottoir" pour multiplier le sponsoring. Cette pratique est inacceptable car elle prouve que le sponsoring influence directement le contenu de la programmation du service public.

- Dialogue difficile entre le Service Public RTBF et le monde associatif :

- a : réponses écrites contradictoires avec les décisions prises par la RTBF,
- b : réponses en langue de bois,
- c : non réponse à du courrier affranchi normalement,
- d : non réponse à du courrier envoyé en recommandé depuis plusieurs mois.

Plusieurs associations qui rapportent ces faits avaient pourtant ouvert le dialogue avec le service public après plusieurs mois d'enquête et de réflexion. Leurs revendications étaient soutenues par nombre de personnalités et par plusieurs milliers de téléspectateurs.

ILS L'ONT DIT...

• Jean Paul Delcomminette

Directeur de la Programmation
et des Achats Fiction de RTL-TVI.



A propos de l'ATA d'Or pour la suppression des programmes violents en journée (voir page B) :

"...Je dirai que c'est assez inhabituel de recevoir un prix pour une déprogrammation ! Je ne suis pas convaincu que l'année prochaine, on aura une autre idée de déprogrammation... J'espère que ce n'est pas un piège... parce qu'on finirait par ne plus exister..."

A propos de la dérive des changements de programmation en dernière minute (voir page F) :

"...Je voulais rappeler qu'en Belgique francophone, on est confronté à une concurrence importante en matière de programmation. Une chaîne qui est leader sur le marché doit s'efforcer de le rester... On ne demanderait pas mieux que les chaînes françaises ne soient pas diffusées dans notre pays..."

• Gérard Lovérius,

Directeur de la Télévision à la RTBF.



A propos de la diffusion simultanée du même film sur la Une, en version française, et sur 21 en version originale sous-titrée (voir page B) :

"Je vais être très franc ! Voici les deux raisons qui nous ont poussé à agir ainsi.

- 1 : Nous n'avions plus assez d'argent sur 21 pour faire une programmation tout-à-fait originale, il fallait donc trouver quelque chose...

- 2 : J'aime beaucoup les V.O. et beaucoup de cinéphiles aiment les V.O. C'est donc de façon très égoïste et en demandant quand même l'avis d'un certain nombre d'amis que je me suis dit : Au fond, c'est tout simple, pour un prix quasi équivalent, nous offrons un double service et ainsi on satisfait tout le monde."

A propos des multiples dérives de la RTBF (voir page B) :

"...Je vois que je vous pose un peu de soucis et, peut-être, que votre association nous en pose aussi. Je vois aussi que les émissions que vous avez remarquées sont celles de la RTBF... J'en conclus que votre association tient beaucoup à la RTBF et à ses émissions. Nous en avons beaucoup. Elles ne sont pas toutes parfaites. On peut discuter sur un certain nombre de choses que vous venez de dire, notamment sur le fait d'indiquer si une émission est en différé ou en direct. Je ne crois pas que c'est ici que l'on va trancher cela... Il faut savoir quand même que pratiquement toutes les émissions de toutes les chaînes de télévision sont enregistrées. Le direct est devenu l'exception..."

(Le Président de l'A.T.A. propose alors à Mr Lovérius de prévoir une incrustation sur le bord de l'écran qui permette aux téléspectateurs de savoir que l'émission qu'ils regardent est en différé). "Alors, je proposerais peut-être l'inverse : mettre "en direct" lorsqu'on est vraiment en direct. Cela nous coûtera moins cher car on consommerait moins de logos..."

(Monsieur Lovérius ne commentera pas l'opposition de notre jury concernant la création de brèves émissions telles que le Dico-Trottoir qui servent à multiplier le sponsoring. Quant à la stigmatisation du dialogue difficile entre la RTBF et le monde associatif, il affirmera que "...la RTBF est toujours prête à discuter de ce qui va et de ce qui ne va pas.")

• Robert Lombaerts,

Directeur de Cabinet Adjoint
du Ministre de l'Audiovisuel Philippe Mahoux



(Monsieur Lombaerts occupait une fonction analogue dans le cabinet du Ministre Elio Di Rupo qui organisa les Carrefours de l'audiovisuel).

A propos de la déception du public qui n'a pas vu concrétisées ses demandes exprimées dans le cadre des Carrefours du Public de l'Audiovisuel organisé par le Ministre Elio Di Rupo (voir page F) :

"...On a dit dans la presse : les Carrefours, c'est de la poudre aux yeux. Effectivement, on pouvait croire cela... Il y a cependant des résultats. Je peux comprendre l'insatisfaction parce qu'on veut tout, tout de suite... et, effectivement, l'on se rend compte que les choses ne se font pas aussi facilement. Je peux vous annoncer un scoop : dans le nouveau statut de la RTBF, est prévu un médiateur qui sera un interface entre les associations de consommateurs et la RTBF. Il veillera à la conformité de ce que veulent les téléspectateurs par rapport à ce que fait la RTBF et à ses missions de service public... D'autre part, le Jury d'Éthique Publicitaire a été mis en place... "(NDRL : avec cinq ans de retard... Il était prévu comme contre-poison, lors de l'arrivée de la publicité à la RTBF). Récemment, il a décidé d'intervenir sur la coupure publicitaire illégale, après l'hymne national, dans le Mondial. Effectivement, ce n'est pas une coupure naturelle, comme on l'a dit... et donc le Ministre intervient".



AUTRES CHAINES CAPTABLES EN COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

ATA D'OR

L'ATA d'Or 1994 récompense une séquence quotidienne diffusée depuis le 1er octobre 1993 sur TV5. En ouverture du journal de 18h30, est proposé aux téléspectateurs un spot de 15 secondes donnant la parole à un réfugié bosniaque réalisé par la télévision des réfugiés de Ljubljana. TV5 que l'on peut considérer comme un service public de dimension mondiale ouvre ainsi son antenne à des réalisateurs non professionnels qui utilisent du matériel amateur. Ce sont des personnes anonymes qui sont interviewées. Il s'agit de relayer une télévision faite par les victimes.

Deux autres "pratiques" ont été également remarquées par le jury :

Arte et TV5 sont deux chaînes qui vivent sans ou avec peu de recettes publicitaires. C'est donc possible et la qualité de leur programmation s'en ressent positivement.

Un concours lancé en France avait pour but de faire écrire par des jeunes un scénario sur le SIDA. 3.000 ont été sélectionnés et tournés par des réalisateurs de la télévision ou du cinéma. Leur diffusion se fait sur plusieurs chaînes (TF1, France 2, France 3, Arte...) et à des heures diverses.

ATA D'M...

La pratique la plus contestable est attribuée au Journal Télévisé de France 2 de 20 heures dont le présentateur Paul Amar, à deux reprises durant cette saison 93-94, n'a pas été simplement le relais de l'information mais a tenté de devenir lui-même l'événement.

Le vedettariat et le narcissisme de l'animateur sont antinomiques avec une conception "service public" de l'information.

Le soir de la reconnaissance mutuelle entre Israël et l'O.L.P., au 20 heures de France 2, Paul Amar a utilisé la présence du Président Mitterrand dans son studio pour attirer Yasser Arafat et Shimon Peres et tenter par surprise de faire dialoguer ces deux derniers pour la première fois en public.

Il s'agit d'une pratique dangereuse où la télévision n'est plus là pour relater l'événement mais pour le créer.

D'autre part, le 1er juin 1994, Paul Amar à nouveau, propose en amorce d'un débat concernant les Élections Européennes à Messieurs Le Pen et Tapie des gants de boxe. Il montre à l'écran et cite à deux reprises le nom de la firme qui lui a procuré ces accessoires et assume seul cette mise en scène puisque les autres responsables du Service de l'Information n'ont pas été mis au courant. Le présentateur laissera entendre que ce débat - qui ne semblait guère l'enchanter - lui a été imposé par la Direction de France 2. S'il y a sensationnalisme, faut-il l'attribuer à la Direction de la chaîne ou à Paul Amar ? La "faute" a été sanctionnée : Paul Amar garde ses fonctions et son salaire mais a été suspendu pendant quelques jours de la présentation du 20 heures. Ulérieurement, pour des motifs officiellement non-divulgués, le divorce sera consommé entre le journaliste et France 2.

Une autre pratique a également été épinglée par le jury. Il considère comme inadmissible la place trop importante jouée par les animateurs de "Tous contre le SIDA". Pareille émission devrait être confiée exclusivement à des journalistes, ce qui éviterait probablement de proposer les séquences les plus significatives après 23h alors que les 2/3 des téléspectateurs ont éteint leur poste, d'éviter de proposer des cortèges de vedettes de la TV ou de chanteurs en début de soirée alors que celui des infirmières fut proposé à 2h du matin, de caricaturer certaines prises de position, etc.

FRITES DE DIVAN...

"On distribue les bons et les mauvais points", "Remise des prix de fin de saison pour la télé", "Orpheline des Antennes de Cristal, la télé reçoit désormais des ATA d'Or de la part des Téléspectateurs Actifs", "la preuve qu'il ne faut pas prendre les téléspectateurs actifs pour des frites de divan" : les commentaires de la presse écrite ont largement couvert la remise de nos "ATA d'Or".

Deux exceptions au tableau : les deux plus gros tirages de la presse TV que sont "Ciné Revue" et "Télé-Moustique".

Les radios et les télés n'ont, quant à elles, guère soufflé mot de notre Grand Prix des Téléspectateurs Actifs. Ainsi, le plus vaste public des téléspectateurs n'aura pas la possibilité d'avoir accès à la réflexion critique que sous-tendait notre initiative.

Les télévisions qui multiplient les émissions "sur la télé" seraient-elles incapables de diffuser des séquences non promotionnelles qui permettraient à leur public de prendre une distance par rapport au petit écran ?

L'événement n'était peut-être pas intéressant... Mais alors pourquoi les représentants de la RTBF, de RTL-TVI, de Canal+ CFB et de Télé-Bruxelles ont-ils rehaussé de leur présence la proclamation des résultats ? Et pourquoi la presse écrite y a-t-elle largement fait écho ?

3 MOTIONS SPÉCIALES DU JURY

Le jury a tenu à dénoncer deux "pratiques" dont les téléspectateurs sont les victimes et qui ne peuvent prendre place dans l'une des deux catégories précédentes.

Changement de programmation des chaînes en dernière minute, non pas pour suivre l'actualité mais bien pour concurrencer le programme d'une autre chaîne. TF1 a, par exemple, été friande de cette "pratique" durant cette saison 93-94.

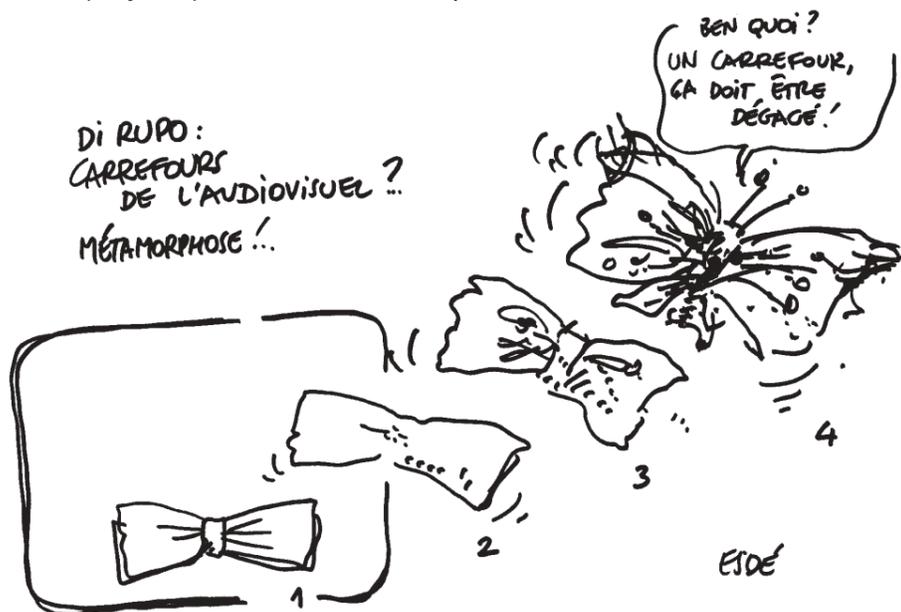
Le plus récent exemple est le remplacement sur RTL-TVI de la diffusion de "Crocodile Dundee 2" par "le Corniaud" (film à l'audience assurée), le 31 mai à 20h10. Il s'agissait de diminuer tant que possible l'auditoire de la RTBF qui proposait, ce soir là, la version originale en noir et blanc du film "Le jour le plus long" que RTL-TVI diffusait deux jours plus tard dans la version colorisée à 20h10 également.

Cette pratique méprise tous les téléspectateurs, et encore davantage ceux qui programment leurs loisirs plusieurs jours à l'avance ainsi que les journalistes de la presse hebdomadaire ou mensuelle qui voient leur travail complètement nié.

Dans le cadre des Carrefours de l'Audiovisuel organisés durant l'été et l'automne 1993 par le Ministre de l'Audiovisuel Elio di Rupo, les téléspectateurs ont été invités à s'investir dans les "Carrefours du Public" et ils furent nombreux à répondre à plusieurs enquêtes. Ces téléspectateurs sont déçus de la non-concrétisation des demandes qu'ils y ont exprimées.

LE JURY

Voici
l'ensemble
des autres
propositions
qui ont été
soumises
au vote
du jury.
Ces
propositions
proviennent
des membres
du jury,
des membres
du conseil
d'administration
ainsi que des
sympathisants
de l'A.T.A.



AVAIT LE CHOIX !

TÉLÉVISIONS DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE
(RTBF, RTL-TVI, Canal + CFB,
Télévisions Communautaires)

A : Propositions d' ATA d'Or :

- Diffusion sur une chaîne généraliste de la Communauté française d'un condensé hebdomadaire du travail d'une télévision locale.

- L'émission "Vivre à Bruxelles", chaque samedi, de 12h à 12h25 sur la RTBF, depuis le début du mois de mai 1994, met la RTBF au service du travail de proximité des télévisions locales. Cette nouvelle pratique permet de resserrer les liens entre tous les téléspectateurs de la Communauté française.

- Mise en place du télétexte à la RTBF

- Investissement important de la RTBF pour la série "Jours de guerre" car, 50 ans après, il n'est pas inutile de rappeler aux jeunes, et aux moins jeunes, la guerre contre le fascisme.

- Une prise de conscience se dessine à la RTBF : deux émissions en un an qui furent consacrées à la dette publique, ce qui indique que l'on commence à comprendre la gravité du mal belge qui est notamment à l'origine de problèmes de financement de l'audiovisuel.

B : Propositions de "pratiques" contestables :

- Suppression des speakerines à la RTBF.

Cette évolution a transformé les présentateurs du JT en speakerine, contraint le JT à multiplier les annonces promotionnelles, ce qui brouille davantage les frontières entre le travail d'information et celui des promotions.

- Non-diffusion des génériques de fin des films de l'Écran Témoin à la RTBF.

Ce non respect de la diffusion intégrale d'une oeuvre est notamment motivé par le besoin de diffuser les publicités le plus rapidement possible dès la fin du film. Après plainte de l'A.T.A., la pratique critiquée a été interrompue.

- Promotion trompeuse par l'équipe de "Tour de Chance" de la RTBF.

Il s'agit d'une promotion pour convier le public à participer, pour 3.950 F., au réveillon sur la malle Ostende-Douvres, pour une émission spéciale "Tour de chance" en direct. Les prestations des chanteurs annoncées dans la promo ont été filmées au préalable et diffusées en vidéo au public présent sur la malle.

- Débats sur la télévision à la RTBF sans représentants d'associations de téléspectateurs.

L'Écran Témoin sur les télévisions de service public; Les Pieds dans le Plat où la parole fut donnée à des représentants politiques pour critiquer les médias. Durant la saison précédente, on a pu constater le même phénomène avec le numéro des Pieds dans le Plat sur la crise à la RTBF.

- L'invité du JT-Dernière, à la veille des fêtes de fin d'année 1993, est le responsable des collections de cassettes vidéo produites par la RTBF.

Il s'agit d'une auto promotion au sein du journal télévisé. Il est à noter que les responsables de collections de cassettes vidéos de firmes privées n'ont pas eu le même privilège, c'est pourquoi on peut reprocher au Service Public d'utiliser sa position quasi monopolistique pour pratiquer de la concurrence déloyale.

- Le désinvestissement important et la programmation très changeante des émissions pour les enfants à la RTBF.

- A Jean-Louis Stalport, Administrateur Général de la RTBF, pour l'ensemble des émissions supprimées actuellement par la RTBF, pour son "populisme culturel" qui lui fait préférer le sport au détriment des autres émissions, pour son mépris affiché lors de son attaque contre Françoise Wolff et l'émission "Atmosphère" (J.L. Stalport avait déclaré au SOIR que cette émission était moins regardée que la mire...).

- La grille des programmes de la saison 1994-1995 de la RTBF a été annoncée aux téléspectateurs avant qu'elle ne fut adoptée par le Conseil d'Administration. Cette pratique déconsidère le rôle démocratique du Conseil d'Administration auprès du public.

- La conférence de presse de rentrée qui annonçait la saison 93-94 de RTL-TVI présentait plusieurs émissions

nouvelles qui n'ont pas vu le jour. Cette pratique illusionne les téléspectateurs, trompe les journalistes qui sont chargés de la relater et constitue un acte de "concurrence déloyale" à l'égard des autres chaînes qui annoncent de vraies grilles de programmes.

- L'émission Dunia, le magazine Azimut, la série sur l'Odyssée du Cerveau, Les enfants de Léonardo : autant d'émissions d'information de la RTBF cofinancées par un partenaire institutionnel (l'AGCD, le PNUD, la CGER, la Région Wallonne...) Une dérive dangereuse qui conduirait la chaîne publique à perdre la maîtrise de sa programmation bien au-delà des traditionnelles émissions concédées. A quand un magazine économique réalisé par le Bureau du Plan, un magazine médical conçu par les mutuelles, un magazine politique livré par Inbel ?

AUTRES CHAÎNES

CAPTABLES EN COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

A : Propositions d' ATA d'Or :

- Chaque diffusion de film, sur Canal+, est précédée d'un code couleur (vert, orange ou rouge) qui permet au téléspectateur de connaître la nature du film (familial, violent...).

- Information en continuité, concernant une problématique de longue durée : "Deux minutes pour Sarajévo", émission quotidienne sur Arte.

Cette façon de parler brièvement et quotidiennement d'un problème permet d'assurer le suivi d'un problème grave.

B : Propositions de "pratiques" contestables :

- Créer une émission exceptionnelle pour réhabiliter un animateur de télévision qui a été condamné par la justice et qui est poursuivi pour une autre affaire, en attente du jugement.

Le "Spécial Patrick Sabatier" (France 2, le 6 mai 1994, programmé après le JT de 20h) ne se cachait pas d'être un banc d'essai pour envisager un éventuel retour du présentateur sur le service public français. Signalons que cette émission ne contenait aucun reportage d'investigation, aucun témoignage critique et se déroulait devant un public partisan.

- Non rediffusion systématique de certains programmes sur TV5.

Le programme "Géopolis" qui est rediffusé chaque semaine sur TV5 a été supprimé la semaine où il était consacré à la Tunisie, afin d'éviter sa diffusion dans le pays concerné.

- Sur TNT/ Cartoon Network, les publicités ne sont pas séparées des émissions.

Les messages publicitaires ne sont pas clairement identifiables par rapport au reste du programme, aucun jingle n'annonce les publicités.

- La censure par TF1 d'une séquence programmée par Patrick Poivre d'Arvor pour "Le droit de savoir".

La direction de TF1 a interdit la diffusion dans "Le droit de savoir" d'une séquence qui expliquait comment Bernard Tapie avait pris contact avec le "milieu" Marseillais. Suite au retrait de cette séquence, PPDA a démissionné du "Droit de savoir" qui continue avec d'autres journalistes.

Propositions pour le PRIX SPÉCIAL DU JURY :

- On assiste à une multiplication d'émissions de télévision sur la télévision, ce qui pourrait laisser croire que la télévision est capable de s'autocritiquer.

- Opposition des téléspectateurs à payer une taxe complémentaire annuelle (fixée, dans un premier temps, à 150F) aux télédistributeurs pour financer l'aide à la création audiovisuelle et les télévisions communautaires, alors que la redevance radio-télévision ne retourne que très partiellement à l'audiovisuel et tant que les télédistributeurs ainsi que RTL-TVI ne s'acquittent pas de l'intégralité des financements qu'ils doivent payer depuis de nombreux mois pour soutenir l'aide à la création audiovisuelle.