

médias tic

le journal des sociétés de
radiodiffusion et de télévision
de la suisse romande (SRT)

MARS / AVRIL 2015
N°185

DOSSIER

Design & Promotion,
présentation d'un
nouveau département

RENCONTRE

Didier Sergent, res-
ponsable des monteurs
Magazines à la RTS
raconte son métier

TECHNOBUZZ

« Voir la radio »
et autres nouveautés

L'INVITÉ DES SRT

Jean-Pierre Siggen,
Conseiller d'Etat
fribourgeois



À L'ANTENNE

DE 120 SECONDES DE RADIO À 26 MINUTES DE TV,
RETOUR SUR UN PARCOURS D'EXCEPTION.

RTSR Philippe Christin

Une publication de la

rtsr Radio
Télévision
Suisse
Romande

rtsr.ch



RTS © Anne Bichsel

ÉDITO

Par **Delphine Neuenschwander**
Responsable de communication RTSR

Changement de cap ?

Arriver dans une nouvelle équipe, c'est un peu comme partir en voyage. Juste avant d'embarquer se mélangent appréhension, conviction, vertige et enthousiasme. Un début d'année ou une page blanche peuvent provoquer des réactions similaires ! Et puis, on se lance et on découvre chaque jour des personnalités enrichissantes, des structures complexes, des pensées extraordinaires et de nombreux défis.

C'est au sein du quotidien captivant de la RTSR et de la RTS que Le Médiatic tente de vous faire voyager au fil de ses rubriques, avec un regard privilégié sur les coulisses : celles de toutes les SRT et de leurs activités, mais également celles de la radio, de la télévision et de tous les collaborateurs aux savoir-faire spécifiques et précieux. Le but est simple : vous faire connaître les multiples facettes de la RTS, afin que vous entreteniez une relation étroite avec elle. Et vous pouvez le croire, le choix des sujets à aborder est difficile, tant les possibilités sont nombreuses. Le Comité de rédaction du Médiatic en sait quelque chose !

Cependant, il faut prendre garde à ne pas s'enfermer dans sa propre opinion. Il est nécessaire de se confronter aux regards extérieurs, même s'ils sont parfois critiques, et c'est en cela que les entretiens avec les invités des SRT sont importants et fructueux. Les remarques, lorsqu'elles sont constructives, permettent de s'améliorer et d'avancer. D'ailleurs, votre avis aussi nous intéresse. Vous pouvez laisser vos commentaires sur notre site dans les différents forums, blogs ou sondages (baromètre), ou encore nous écrire.

Vous l'aurez compris, la formule du Médiatic 2015 maintiendra le cap, tout en s'enrichissant des aventures qui jaloneront son chemin. Avec sans doute la volonté de vous surprendre en mettant dans la lumière des personnalités de l'ombre ou des émissions moins « grand public ». Alors, prêts à embarquer ?

RAPIDO

INSTITUTION

Stratégie de l'Association « Avancer ensemble »

En 2013, le Conseil d'administration a chargé un groupe de travail composé de représentants des sociétés régionales d'élaborer une stratégie de l'Association. Cette stratégie devait contribuer à la mise en œuvre efficace de la mission des sociétés régionales envers la société, conformément à l'art. 4 des statuts de la SSR. L'Assemblée des délégués a adopté la stratégie à une large majorité. S'articulant autour d'une mission commune envers la société et de neuf objectifs, la stratégie soutient le travail des quatre sociétés régionales, qui seront compétentes pour la réalisation des mesures prévues.

La stratégie de l'Association met en évidence la manière dont l'institution peut réaliser sa mission encore plus efficacement, notamment en améliorant la collaboration

interrégionale, en obtenant une plus vaste participation des quelque 23 000 membres et un meilleur brassage de leur effectif, en prenant des mesures de formation ciblées et en renforçant sa visibilité vis-à-vis du public. La stratégie de l'Association contribuera de manière décisive à renforcer la discussion sur l'importance du rôle de la SSR et sur la nécessité pour la société de disposer d'un service public audiovisuel indépendant.

@ Retrouvez la stratégie de l'Association et le rapport détaillé s'y rapportant sur www.srgssr.ch/fr/srg/verein/

RÉTRO

Une histoire de la RTS

Depuis le mois de décembre dernier, une nouvelle plateforme internet intitulée **Une Histoire** propose de découvrir les faits marquants de l'histoire de la Radio Télévision Suisse de 1920 à 2010. Ce sont plus de 200 événements, rattachés à l'histoire de l'entreprise, de la radio, de la télévision et du multimédia, qui jalonnent ce siècle d'existence.



Logo de la TSR en 1954-55

Une équipe de plusieurs collaborateurs de la RTS, menée tambour battant par **Antoine Zorzi**, alors chef du secteur Edition Multimédia, s'est plongée dans les archives, afin de sélectionner les points importants d'une histoire particulièrement riche. Ce travail colossal a été complété par la difficulté à trouver des images représentatives pour illustrer et mettre en valeur ces faits historiques. Le titre « Une » Histoire souligne le côté subjectif et non exhaustif de cette plateforme, puisqu'il a fallu faire des choix, parfois cornéliens, parmi les nombreuses archives. Cependant, cette plateforme ne restera pas figée et le fil de l'histoire pourra évidemment être alimenté au fur et à mesure.

Le site est simple d'utilisation. Pour avoir un regard général sur l'histoire, il est possible d'accéder aux événements chronologiquement, toutes catégories confondues. Des entrées par média ou par décennie sont également possibles. Le tout se veut interactif, agrémenté de sons et de vidéos. Par ailleurs, chaque élément est partageable sur les réseaux sociaux et cette plateforme peut être consultée sur les différents types de supports, de la tablette au smartphone.

On y trouve, par exemple, les balbutiements de l'idée de création d'un service de radiodiffusion en 1928 jusqu'à la création de la Société suisse de radiodiffusion (SSR) en 1931, l'information sur les ondes de Radio-Sottens pendant la Guerre mondiale entre 1940 et 1945, le passage du noir-blanc à la couleur de manière très officielle et sérieuse sur les écrans TV en 1968 ou encore, les débuts d'internet avec les sites TSR.ch et RSR.ch de 1997 à 1999. *Une Histoire* permet ainsi de mesurer le chemin parcouru, certainement pour encore mieux préparer l'avenir. Passionnant !

@ Site à regarder et écouter sur www.rtsentreprise.ch/une-histoire/

ENTENDU

ZAPPING INTIME

Raymond Vouillamoz partage dans une autobiographie, **Zapping intime** paru aux éditions Favre, ses souvenirs audiovisuels franco-suisse. De la cour du Shah d'Iran aux huttes des indiens des hauts-plateaux andins, de la guérilla irlandaise aux maisons de passe d'Amazonie, de l'intimité de Mobutu aux studios hollywoodiens et jusqu'au cœur du pouvoir méditerranéen, Raymond Vouillamoz évoque ses nombreuses aventures professionnelles qu'il mêle à des confidences intimes avec une grande liberté de ton. Il a parlé de son aventure, cette fois-ci littéraire, dans **Vertigo** au mois de décembre. A réécouter sans modération.



Darius Rochebin et les membres du Club RTSR

PHOTO-TÉMOIN

DARIUS ROCHEBIN, INVITÉ DU CLUB RTSR

Le 16 janvier 2015, Darius Rochebin était présent dans les locaux de la RTS à Lausanne pour rencontrer des membres du Club RTSR. Ceux-ci ont ainsi pu lui poser de nombreuses questions sur son travail et sur le nouveau studio HD de l'Actualité.



RTS © Riva Productions / Mickael Bergognon

VU

PAJU DE RETOUR SUR VOS ÉCRANS

Le 20 mars prochain **Passe-moi les jumelles** sera de retour sur RTS Un avec deux reportages de 26 minutes. Un reportage sur la pointe Dufour sera diffusé en milieu de saison. Deux reportages de 52 minutes seront programmés respectivement le 17 avril et le 22 mai. Le premier est un reportage sur le Gothard, tourné sur quatre saisons. Le deuxième, pour sa part, suivra les traces d'un jeune archéologue expérimental, entre Moudon et le Grand Nord canadien. Et pour finir la saison en beauté, un reportage d'une durée exceptionnelle de 75 minutes sera diffusé lors d'une émission spéciale avec une partie plateau.

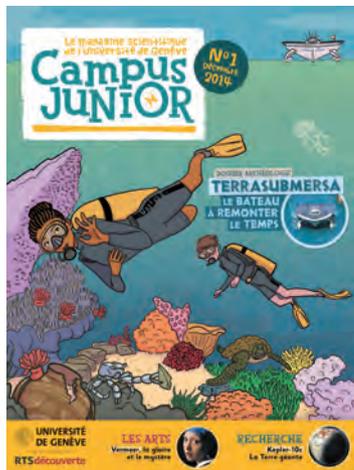


RTS © Philippe Christin

LU

CAMPUS JUNIOR, LE MAGAZINE INTELLIGENT

Le premier numéro du magazine **Campus Junior** est sorti. Il est développé en partenariat entre la RTS et l'Université de Genève. Ce magazine, destiné aux enfants, aborde une multitude de sujets qui peuvent être discutés en famille ou entre amis. Des vidéos et des dossiers complétant les articles sont disponibles sur le site **RTSdécouverte**. Et aucune raison de s'en priver, puisqu'il est possible de s'y abonner gratuitement!



© Jérôme



Virginie Brawand, présentatrice de PAJU

RTS © Philippe Christin

CITATION

« La RTS est suisse, la RTS est romande. Ses programmes sont taillés sur mesure pour la Suisse francophone, couvrent ses singularités, en soulignent la saveur, la diversité et la richesse. »

Gilles Marchand, Directeur de la RTS, Brochure d'entreprise de la RTS

EN BREF

BRAVO ET MERCI!

Un clin d'œil, une fois n'est pas coutume, à une personne qui nous est précieuse et qui vient de fêter un anniversaire en toute discrétion. **Dominique Lienher** a en effet célébré ses 20 ans d'activité au secrétariat général de la RTSR. C'est l'occasion de lui exprimer toute notre reconnaissance et de la remercier chaleureusement pour sa précieuse collaboration.

ANOMALIA

Depuis le 26 janvier, le tournage de la première série fantastique romande a démarré en Gruyère. Réalisée par Pierre Monnard, **Anomalia** aura pour cadre le service de neu-

rochirurgie d'une clinique privée et pour héroïne une médecin-chef aux pouvoirs de guérisseuse. Produits par Point Prod et la RTS, huit épisodes de 42 minutes à la croisée des sciences et des croyances seront diffusés sur la RTS en 2016.

COMPTÉ

59, à la question « En quelles institutions avez-vous confiance? », 59% des personnes interrogées ont répondu en 2014: la télévision. Elle se place en quatrième position après la BNS, le Tribunal fédéral et la police. Elle devance le Conseil fédéral et d'autres instances politiques. Avec 54%, la radio se situe à la neuvième place du classement. Les journaux gratuits et payants récoltent respectivement 49% et 48%.

Source: Crédit Suisse, Baromètre des préoccupations 2014.

Design & Promotion est né de la volonté de regrouper, sous un département unique, l'ensemble des activités liées à la promotion, à la gestion des marques RTS et aux identités audiovisuelles. Cette réorganisation, allègrement portée par les responsables des trois entités, a déjà porté ses fruits.

Un département qui prend ses marques

Par Marie-Françoise Macchi

En avril 2014, un nouveau département voyait le jour: **Design & Promotion**. Il regroupe une cinquantaine de collaborateurs, comme les graphistes, les scénographes, une référente stylisme, les responsables promotion (à l'interne comme à l'externe) et partenariats, ou encore le responsable des marques RTS. Si ces professionnels travaillaient déjà en étroite collaboration, ils étaient disséminés dans différents départements. Les regrouper au sein d'une même structure, chapeauté par **Blaise Duc**, présente plus d'un avantage: «Cela évite les pertes d'informations, les lenteurs liées aux décisions éclatées et autres soucis qui interviennent quand les gens qui travaillent ensemble ne répondent pas tous à la même hiérarchie ni aux mêmes objectifs. Nous tentons de passer un peu moins de temps en coordination», explique le directeur de Design & Promotion.

Si une unité sort particulièrement renforcée de cette réorganisation, c'est la **Promotion**, placée sous la responsabilité de **Nathalie Capt**. Elle a repris le secteur de l'autopro-



Nathalie Capt, cheffe du service Promotion à la RTS

Nathalie Capt s'interroge sur la forme à donner à la promotion de demain, à l'heure où les programmes se consomment aussi bien en direct qu'en replay, tant sur des écrans fixes que mobiles: «Ce qui signifie que notre autopromotion aussi se consomme de façon très différente selon les publics. Pourrait-on imaginer basculer vers le tout numérique? Se dire qu'on ne fait plus que de la promo sur le web et les réseaux sociaux?» Nathalie Capt imagine également le jour où l'internaute, selon le site qu'il consulte, se verra dirigé vers une émission de la RTS en lien avec ses préoccupations. En attendant le développement de ces applications futures, Blaise Duc a, lui, déjà mis en route une étude sur l'autopromotion antenne TV. Son objectif: «De meilleures performances pour nos campagnes», assure-t-il.

Parmi les artisans qui ont œuvré à la mise en place d'une direction artistique à la RTS, **Florence Heiniger** est un personnage incontournable. Elle dirige aujourd'hui l'**unité des Identités Audiovisuelles**, composée de deux volets: «D'une part, je suis responsable de l'habillage antenne, d'autre part, je m'occupe de la ligne graphique des émissions, avec l'expertise active de **Christophe Petit**, ceci aussi bien dans le domaine de l'actualité, du divertissement que du sport», détaille-t-elle. Créer un générique pour une émission, en concevoir le décor ou encore déterminer le style vestimentaire de ceux qui la présenteront, reviennent à son unité. Pour cela, elle est entourée de graphistes, de scénographes et d'une référente stylisme. Déjà bien en amont de la création du département Design & Promotion, Florence Heiniger s'est engagée dans le concept du studio images de l'Actualité inauguré en août 2014.

Aujourd'hui, c'est le projet studio images des Magazines, opérationnel à l'automne, qui la motive. Evidemment, ces réalisations ne sont pas liées au seul département Design & Promotion, mais sont menées de front avec les départements des Programmes et des Opérations.

motion qui jusque-là était rattaché aux Programmes. Celui-ci s'occupe notamment de réaliser les bandes de lancement (BDL dans le jargon) pour mettre en avant les émissions de premier rideau et de production propre, les nouveaux programmes, les opérations spéciales notamment. L'unité tourne à plein régime, car en 2014 elle a créé 1800 BDL, diffusées ensuite sur RTS Un et RTS Deux. «C'est beaucoup plus cohérent d'avoir sous le même toit tous les aspects de la promotion. Quand une opération d'envergure est montée, on essaie d'avoir un fil rouge. Ce qui était moins le cas avant quand nous pouvions avoir un spot radio, une BDL et des annonces publicitaires qui véhiculaient parfois des messages en partie différents», remarque Nathalie Capt. Pour 2015, ce sont entre autres les élections fédérales et la Schubertiade qui figurent au calendrier des événements-phares à couvrir.

«C'est beaucoup plus cohérent d'avoir sous le même toit tous les aspects de la promotion. Quand une opération d'envergure est montée, on essaie d'avoir un fil rouge.» Nathalie Capt

studio images des Magazines, opérationnel à l'automne, qui la motive. Evidemment, ces réalisations ne sont pas liées au seul département Design & Promotion, mais sont menées de front avec les départements des Programmes et des Opérations.



Blaise Duc, chef du département Design & Promotion à la RTS

CODE VESTIMENTAIRE

Elégance, sobriété, modernité sont les trois critères qui ont guidé **Laura Manco** pour relooker les présentateurs de l'Actualité avec les stylistes: «Le téléspectateur ne doit pas être perturbé par un langage esthétique trop fort, qui fasse paillette. Mais en même temps, dans cet univers élégant et blanc du studio images, on a eu envie de proposer des silhouettes féminines dynamiques. La veste donne une allure structurée avec, dessous, un top pour adoucir l'ensemble et apporter de la couleur», assure Florence Heiniger. A chaque saison, la garde-robe est en partie renouvelée. Par ailleurs, la combinaison de la lumière LED et de la HD modifie le rendu des matières et des formes. La préférence va aux coupes nettes. Le flou, les épaules tombantes sont à bannir.

Franck Jacquemettaz, secrétaire général du département Design & Promotion et responsable des marques à la RTS

Un autre chantier important la mobilise: repenser l'habillage antenne de RTS Un et RTS Deux. En effet, avec la convergence et les programmes transmédias, les émissions de télévision trouvent régulièrement leur prolongement sur RTS.ch, font l'objet

L'habillage antenne TV délivre un message sur la personnalité d'une chaîne et surtout sert de point de repère au téléspectateur: «Dans un paysage visuel de plus en plus morcelé et dense, avec un foisonnement de chaînes de la TNT, visibles de partout en Suisse romande, le public doit pouvoir immédiatement identifier nos offres», insiste **Franck Jacquemettaz**. Dans le nouvel organigramme de Design & Promotion, ce dernier cumule la fonction de secrétaire général du département et de responsable des marques. En effet, dans le sillage du processus de convergence, la marque RTS est née en 2012, après la fusion de la RSR et de la TSR. Elle a donné lieu à un nouveau logo, décliné en RTS Un et RTS Deux notamment. Pour bien identifier les contenus éditoriaux, sont apparus **RTS Info** et **RTS Sport**, et depuis janvier 2015, **RTS Kids**, qui distingue les programmes destinés aux enfants, en remplacement de Mabule. A cela s'ajoutent les quatre chaînes radio déjà existantes, dont les logos intègrent également la marque RTS. «Dès lors, il s'agit de savoir quelle marque utiliser, dans quel contexte, sur quel support... Une charte graphique a été élaborée à cet usage», reprend Franck Jacquemettaz.

«Je travaille en permanence avec d'autres secteurs, hors de mon département, comme le Multimédia, le Marketing, la Communication d'entreprise. Typiquement, nous préparons avec la communication interne, la nouvelle maquette du journal interne RTS MAG.» Les cadres du département ont passé beaucoup de temps à présenter Design & Promotion aux responsables des autres départements et font valoir une première opération très aboutie, le **meeting Air14** à Payerne, en septembre dernier: «Pour la première fois, nous avons réussi à développer une identité graphique, reprise par tous les supports. Ça allait du générique de l'émission au décor du plateau TV, en passant par la page web, les annonces parues dans la presse, les flyers de promotion, les gadgets distribués lors de la manifestation, ou encore le DVD vendu à la boutique RTS. C'est l'exemple de ce que nous voudrions mettre en place lors des grandes opérations dites convergées.»

Blaise Duc reconnaît que le nouveau département est encore en rodage et donc perfectible. Il observe de nombreux allers et retours d'une unité à l'autre. En revanche, il est convaincu du sens de la démarche: «Nous avons tout intérêt à penser de manière stratégique et centralisée, au sein d'un même département, la question des marques à différents niveaux et leurs expressions à l'antenne, mais aussi hors antenne dans le cadre des partenariats, ou encore sur le web et le mobile», conclut-il.

« Dans un paysage visuel de plus en plus morcelé et dense, avec un foisonnement de chaînes de la TNT, visibles de partout en Suisse romande, le public doit pouvoir immédiatement identifier nos offres ».

Franck Jacquemettaz



Florence Heiniger, cheffe de l'unité Identités Visuelles à la RTS

d'un programme complémentaire à la radio, ou donnent lieu à des forums de discussion sur les réseaux sociaux. Dès lors, comment insérer ces informations dans le flux du programme, de manière fluide, sans perturber le téléspectateur. C'est à l'automne que le téléspectateur pourra juger le fruit des réflexions.

Il est en quelque sorte le « monsieur Corporate de la RTS », en charge de vérifier que l'usage du logo RTS, appliqué aussi bien sur une affiche promotionnelle, sur une nouvelle application web, sur une plaquette de présentation d'une série est conforme à la charte graphique. A cela s'ajoute le développement de nombreux supports graphiques:

A partir des images brutes dont il dispose, le monteur va construire une histoire cohérente. Ce travail de fourmi est mené en étroite collaboration avec le réalisateur et le journaliste. Les explications de **Didier Sergent**, responsable des monteurs Magazines à la RTS.

Monteur : un métier de conteur et de technicien

Propos recueillis par **Marie-Françoise Macchi**

Combien d'heures **Didier Sergent** a-t-il passées dans la pénombre d'un box de montage, face à deux écrans? Impossible à calculer, lui qui est entré à la TSR en 1987. Aujourd'hui, le quinquagénaire pilote une cinquantaine de monteurs TV. Plus de la moitié de son temps est consacrée à la gestion du service, mais il garde un pied sur le terrain, montant régulièrement des reportages de différents magazines de la RTS. Avant même d'aborder le savoir-faire propre à la profession, il en énumère trois qualités essentielles à sa pratique: disposer d'une excellente mémoire, être patient et savoir travailler en équipe.

UN TREMPLIN

Nombre de monteurs deviennent ensuite producteur, réalisateur et même directeur des programmes. A l'image de **Gilles Pache**, entré à la TSR en 1977, en tant que monteur-film. **Didier Sergent** est arrivé à la TSR en 1987, avec en poche une formation en art, communication et audiovisuel de la Sorbonne. C'était le temps où la chaîne recrutait de jeunes monteurs qui n'étaient pas réfractaires à la vidéo! Après 15 jours de formation, le voilà propulsé au téléjournal, où il fera ses armes pendant deux ans. Ce technicien a touché à de multiples domaines, notamment à la réalisation de plateaux pour *L'Autre télé* ou *Entrez sans sonner*. Il a également touché à la caméra ou à la prise de sons, à l'époque où il possédait sa propre boîte de production.

Après avoir digitalisé les disques numériques ou importé les fichiers du serveur central, le monteur visionne toutes les séquences tournées, écoute les interviews, repère les plans à conserver, note des mots-clés. Ce dérushage, effectué en compagnie du réalisateur et/ou du journaliste, peut prendre une semaine. «Ensuite, on se retrouve comme face à une page blanche. Il faut raconter une histoire, autour d'un thème



Didier Sergent, responsable des monteurs Magazines à la RTS

que l'on décline, avec des thèse, antithèse, synthèse, comme dans une dissertation», explique **Didier Sergent**.

L'avis du monteur, qui est en quelque sorte le premier téléspectateur, compte. Il a une vision objective des images réellement disponibles et non pas du film qu'il s'est fait dans sa tête: «Le journaliste a un rapport affectif à l'image, reconnaît **Benoit Aymon** de *Passe-moi les jumelles*. Le monteur a un regard neuf, il peut prendre la bonne distance. C'est précieux pour nous.» Même opinion d'**Eric Burnand**: «C'est un interlocuteur essentiel pour construire l'histoire et nous aider à la raconter.»

Ensuite le monteur assemble les séquences selon un plan défini par le réalisateur, il colle, coupe, déplace les images. Il doit savoir donner du rythme, avoir le sens de l'image, de la narration, un esprit créatif mais aussi critique: «Son apport éditorial

est fondamental. A lui de savoir tirer la quintessence d'une interview, mettre en perspective des propos différents, apporter de la cohérence. Quand je dois homologuer un nouveau monteur, je me base beaucoup sur cette compétence. Pour ce qui est de manipuler l'ordinateur, cela s'apprend», assure **Didier Sergent**.

Le montage est un travail de bénédictin. Si un reportage de 26 minutes de *Passe-moi les jumelles*, nécessite 12 jours de montage, une enquête complexe de *Temps présent* de 52 minutes demandera 5 semaines. «Le monteur peut passer deux heures sur une phrase importante, difficile à couper, parce que la personne bafouille», remarque **Didier Sergent**. C'est également au monteur image de caler les sons directs et les dialogues enregistrés pendant le tournage. En revanche, les illustrateurs sonores s'occuperont de placer la musique, les sons d'ambiance, les bruitages et des truquistes réaliseront les effets spéciaux complexes en postproduction.

La profession s'est transformée au fil de l'évolution technologique. Place aujourd'hui au montage virtuel: «Nous pensions que le travail serait plus rapide. Ce n'est pas forcément vrai. Notre logiciel de montage Avid offre d'énormes possibilités techniques. Le monteur est amené à faire certains effets spéciaux, voire un peu d'étalonnage, ce qui prend du temps», observe pour sa part la monteuse **Brigitte Duc**. Elle relève aussi combien, grâce à l'allègement des méthodes de tournage, le volume du matériel filmé a augmenté, il y a donc plus à déruher: «Au début, une interview tenait sur une bobine de film de 10 minutes, puis sur une cassette Beta de 20 minutes et aujourd'hui, sur un disque numérique de 45 minutes», poursuit **Brigitte Duc** qui, après 32 ans de métier, le pratique toujours avec le même intérêt, enrichie par la diversité des sujets qui passent entre ses mains.

À L'ANTENNE

Après le succès de **120 secondes**, qu'en est-il de la nouvelle création de **Vincent Veillon** et **Vincent Kucholl**, **26 minutes**, première émission dans l'histoire de la RTS dont l'audience interactive dépasse l'audience TV ? Nous avons rencontré **Thierry Ventouras**, chef de l'unité Divertissement de la RTS, et Vincent Veillon, qui nous a accueillis en plein travail.

De 120 secondes à 26 minutes : un binôme gagnant

Par **Francesca Genini-Ongaro**

Comment est née l'idée de *26 minutes* ?

Thierry Ventouras : Elle est née du succès de *120 secondes* et de l'envie de faire évoluer ce projet radio et multimédia vers la TV. Ça faisait plus de 10 ans que la RTS ne produisait plus une émission de satire en TV, après *Le fond de la corbeille* !

26 minutes, une bulle éphémère ou une formule faite pour durer ?

T.V. : Je ne sais pas quel média, aujourd'hui, aurait la faculté de se projeter à une échelle de deux ans. Ce qui est important pour nous c'est de produire une émission de qualité avec des artistes qui se sentent en adéquation avec ce qu'ils produisent. Nous ne pouvons pas faire de pronostic, mais on est en tout cas parti sur une première année de collaboration, et plus si affinités !

Les deux Vincent sont l'occasion, pour la RTS, de rajeunir son public ?

T.V. : L'objectif de la RTS est, comme toujours, de parler à un public pluriel. Il est vrai que les deux Vincent s'adressent, surtout grâce à internet, à un public plus jeune que le public traditionnel de la RTS qui, en TV, a un âge moyen de 52 ans. Cela dit, une émission satirique comme *26 minutes* s'adresse autant à des gens de 20-25 ans, qui adorent les Vincent, qu'à des gens de 40 ans ou plus. Il n'y a pas d'âge pour le talent et surtout, il n'y a pas d'âge pour aimer le talent ! Leur succès en est bien la preuve !

Après le grand succès de *120 secondes* et des spectacles, vous voilà repartis pour une nouvelle aventure. Comment vivez-vous ce passage de la radio au multimédia, puis de la scène à la télévision ?

Vincent Veillon : Les gens choisissent de voir la vidéo ou le spectacle des *120 secondes*, alors qu'avec la télévision on impose un contenu, ce qui nous permet de nous adresser à un public plus large, mais aussi d'être confrontés à toutes sortes de réactions. Du coup, ça nous oblige à nous mettre à nu et à recommencer à zéro, et c'est justement cela qui est intéressant !

Vous êtes très autocritique ?

V.V. : Oui, absolument. A la radio, par exemple,



je me suis réécouté pendant très longtemps. C'est en se mettant à la place du public qu'on se rend compte de ses erreurs et des choses à améliorer. Avec *26 minutes*, c'est pareil !

Plus concrètement ?

V.V. : « Télégéniquement », par exemple. Ça peut être un mouvement de la tête, un sourire qui n'a rien à faire là. Je devrais être plus détendu et mettre les invités plus à l'aise. Les enchaînements entre les séquences pourraient aussi être moins mécaniques. Il faut trouver des nouveaux codes avec l'héritage de ce que nous avons fait avant. Mais tout ça, ça viendra avec l'expérience !

Vous êtes suivis par des professionnels de la TV ?

V.V. : Non, du tout. On se nourrit de plein de choses, on se pose des questions, on teste, et on avance. Là, par exemple, on écrit un sketch pour le plateau et on hésite à écrire chaque réplique ou à se laisser une part d'improvisation. Cette fraîcheur, c'est justement ce qui a fait notre force, à la base. Qui dit fraîcheur, dit plaisir ! Le défi sera de garder cette fraîcheur tout en jouant avec les contraintes du nouveau format.

Vous avez créé une entreprise de production ad hoc pour ce projet ?

V.V. : Oui, nous avons créé une sarl, *Les productions 360*, pour être indépendants et travailler à notre rythme. Ça nous évite d'avoir des problèmes avec les syndicats quand nous passons les jours et les nuits à travailler ici (rire) !

Cela signifie qu'il n'y a plus de frontière entre vie privée et vie professionnelle ?

V.V. : Il y a assez peu de frontières. Mon job, c'est un peu mon hobby. Au niveau de ma vie privée, c'est sûr, ça complique un peu les choses ! Mais là, je n'ai pas de copine, donc je rentre quand je veux à la maison (rire) !

Comment tenir ce rythme effréné ?

V.V. : Nous allons produire 13 émissions pendant 4 mois, ensuite il y aura une grande pause de 3 mois et on reprendra au mois d'août. C'est un rythme intense mais les journées, les semaines, passent très vite ! Il faut juste que je trouve le temps pour faire ma lessive !

Depuis le 12 janvier dernier, une plateforme vidéo d'informations en continu a été lancée par la RTS. **Nicolas Roulin**, chef de l'Actualité multimédia, la présente et dévoile les nouveautés de 2015 pour le multimédia.

« Voir la radio » et autres défis multimédias

Par **Delphine Neuenschwander**

RTS Info en continu est disponible sur le site internet RTS.ch, ainsi que sur les applications de RTS Info et Play RTS et surtout, du lundi au vendredi de 7h à 7h30 sur RTS Un. Principale nouveauté, le **Journal du matin** sur La Première, ainsi que les Flashs infos, sont filmés en direct et intégrés à cette boucle d'information. **L'Invité de la rédaction** ou d'autres rubriques et des sujets d'émissions telles que **TTC** ou **Mise au point** agrémentent cette plateforme. « Il n'y a pas de travail de montage, mais un découpage, ainsi qu'un travail éditorial », explique Nicolas Roulin. Si un sujet est devenu obsolète, il est enlevé de la boucle.

« En revanche, le journal de La Première est filmé et diffusé en direct sur RTS Un et RTS.ch ». De toutes petites caméras qui se règlent automatiquement – elles se dirigent seules en fonction de la provenance du son – filment ce qu'il se passe dans le studio. Un concepteur multimédia intervient pour ajouter les indications telles que les noms des intervenants ou les photos. La « radio filmée » est un nouveau défi pour les journalistes radio qui sont dorénavant visibles par le public. « C'était un parti-pris de garder l'ambiance de la radio telle qu'elle est », dit Nicolas Roulin.



Nicolas Roulin, chef de l'Actualité multimédia à la RTS

de presse de la BNS. A terme, on pourrait même imaginer que les journalistes viennent commenter les images en direct.»

DU CÔTÉ DU SITE INTERNET

Le **Minute par minute** se distingue des autres pages de **RTS Info** au niveau de sa mise en page plus aérée. En tant qu'écriture journalistique, il existe depuis un certain temps (voir le suivi du crash aérien en Ukraine), mais une nouvelle version a été introduite dès le mois de décembre 2014. C'est cette dernière qu'on a pu découvrir lors des événements de Paris et lors de l'annonce de la fin du taux plancher par la BNS au début du mois de janvier dernier. « Notre Minute par minute permet de mieux vendre les contenus du web, en l'enrichissant de petites informations provenant de sources différentes comme un tweet ou une remarque entendue sur une radio étrangère », explique Nicolas Roulin. « Avant il fallait presque réécrire l'article entièrement à chaque nouvelle information. »

Son apparence préfigure celle que prendra le site RTS Info ces prochains mois. En premier lieu, le site deviendra « responsive », c'est-à-dire qu'il s'adaptera aux smartphones, tablettes et autres supports. Les changements s'opéreront étape par étape, afin que le site soit plus lisible et simple d'utilisation. Il sera redessiné et permettra plus de flexibilité. L'application RTS Info subira également un grand rafraîchissement.

En 2015, ouvrez l'œil, car les plateformes multimédias seront en pleine évolution !

QUI SE CACHE DERRIÈRE RTS INFO ?

Environ quinze collaborateurs travaillent chaque jour du lundi au vendredi de 6h30 à 23h pour vous informer de ce qu'il se passe dans le monde. Durant la nuit, ce sont les journalistes des flashs info de Lausanne qui actualisent le site internet. Cette équipe se répartit les tâches entre la mise à jour du flux d'actualité et l'enrichissement multimédia (réalisation de cartes interactives, d'infographies...) sur le site et sur l'application, le remontage des sons radio, le télétexte, la vidéo en continu et RTS Info en continu.

L'ÉVOLUTION

Quelques jours après son lancement, Nicolas Roulin se dit globalement ravi : « RTS Info en continu est plus séduisant dans la forme que l'offre précédente et son contenu permet un bien meilleur suivi éditorial ». Cette boucle d'information en continu sera amenée à évoluer rapidement avec l'intégration d'autres chroniques telles que **Sonar**, **La Revue de presse**, **Corpus** ou **Sport Matin**. **RTSarchives** ou **RTSdécouverte** viendront aussi enrichir le contenu.

L'intérêt de cette chaîne d'information en continu est qu'elle peut être modifiée en tout temps. « S'il se passe quoi que ce soit dans le monde, on peut déprogrammer la boucle et entrer en direct pour diffuser des images avec une mise en contexte, comme cela a été le cas lors de la récente conférence

@ Retrouvez toute l'actualité avec RTS Info en continu sur :

- **RTS Un, du lundi au vendredi de 7h à 7h30**
- **RTS.ch**
- **L'application Play RTS**

Vous pouvez également consulter l'application RTS Info.

CONSEIL DU PUBLIC

Siégeant à Lausanne le 12 janvier dernier, le Conseil du public de la RTSR a procédé à l'analyse de l'émission **Faut pas croire** sur RTS Un. Il s'est également penché sur **La ligne de cœur** émission diffusée sur La Première du lundi au vendredi.

Faut pas croire et La ligne de cœur

Communiqués du **Conseil du public**

FAUT PAS CROIRE

Faut Pas Croire est une émission traitant des questions éthiques, philosophiques et spirituelles le dimanche sur RTS Un. Des reportages courts, rythmés et originaux ainsi que des débats sur des thèmes d'intérêt général et à destination du grand public.



Aline Bachofner, présentatrice de *Faut pas croire*

Le Conseil du public estime que les sujets choisis sont dans l'ensemble pertinents, allant du parcours d'une personne en particulier à des situations de caractère plus général. Il relève la qualité de l'animation, la sérénité qui préside aux débats et la recherche de complémentarité entre reportages et débats. Il constate qu'en raison de la courte durée de l'émission, on reste parfois sur sa faim, tant le besoin d'en savoir davantage se fait sentir!



Aline Bachofner, journaliste et présentatrice, Emmanuel Tagnard, journaliste et producteur TV et Romaine Jean, rédactrice en chef Rédaction Société

Le Conseil du public encourage donc les producteurs de l'émission à poursuivre dans leur voie, soit à apporter une réelle plus-value informative et à faire acte de pédagogie par un questionnement constant sur les problèmes du monde, tout en s'efforçant de donner au public des clés de compréhension aux questions existentielles, dont celles relevant du fait religieux.

LA LIGNE DE CŒUR

La ligne de cœur est une très ancienne émission de La Première. Elle a pour objectif de donner la parole aux auditeurs pour témoigner d'expériences vécues devant les témoins que sont l'animateur et les autres auditeurs.



Jean-Marc Richard, animateur de *La ligne de cœur*

Ce type d'émission dépend grandement de la personnalité de l'animateur et le Conseil du public reconnaît que **Jean-Marc Richard**, s'il a renouvelé le modèle rodé depuis plus d'une décennie, a su imposer son empathie et sa notoriété. La proposition de thèmes particuliers lors des émissions spéciales élargit le cercle des questions traitées et, par conséquent, celui des personnes participantes. De plus, l'ouverture de la communication aux SMS et courriels donne à la production un plus grand choix de questions à traiter.

Le Conseil du public souligne la qualité des animateurs qui savent mettre les gens en confiance, même si l'exercice est parfois difficile entre une empathie trop prononcée et une prise de distance nécessaire, mais pas toujours comprise.

Cette émission est donc exemplaire de la mission de service public assumé par la RTS et répond parfaitement au mandat qui lui est assigné.

VOUS AUSSI, DONNEZ VOTRE AVIS

Les émissions analysées par le Conseil du public sont soumises en amont à vos commentaires sur www.rtsr.ch. En tant que membre d'une SRT, vous avez la possibilité de donner votre opinion sur les émissions des chaînes de la RTS soumises au débat lors des réunions du Conseil du public. Les sujets restent ouverts à vos remarques pendant environ un mois. Pour laisser un commentaire, rien de plus simple: il vous suffit de vous rendre sur le site internet de la RTSR, de vous identifier, puis de vous rendre dans la rubrique **Forum** ou directement sur la page www.rtsr.ch/forum pour trouver les sujets en discussion. Le Conseil du public pourra alors tenir compte de vos arguments lors de son analyse. Sur cette même page, vous pouvez également consulter les sujets archivés avec les commentaires rédigés au moment où ils étaient en discussion.

De plus, vous pouvez consulter en tout temps les rapports des groupes de travail sur les différentes émissions étudiées par le Conseil du public sur www.rtsr.ch/rapports-des-groupes-de-travail, ainsi que les communiqués de presse sur www.rtsr.ch/communiqués-du-cp, qui relatent les points importants des analyses rendues.

@ Retrouvez sur la page internet du Conseil du public les différents rapports réalisés par ce dernier, le communiqué de la séance du 16 février, ainsi que les prochains thèmes abordés: www.rtsr.ch/conseil-du-public

La SRT Fribourg à l'assaut de la Berne fédérale

Près d'une cinquantaine de membres de la SRT Fribourg ont répondu à l'invitation de son comité, le 24 novembre dernier, pour une visite du Centre de presse et du Palais fédéral à Berne.



Dominique de Buman et Jean-François Steiert, conseillers nationaux fribourgeois avec Léon Gurtner, président de la SRT Fribourg.

Les participants ont été accueillis par **Thibaut Schaller**, journaliste de *La Première*, et **Pierre-Olivier Volet**, correspondant parlementaire de la RTS, qui leur firent découvrir les arcanes des studios de la SSR, présentèrent leur travail quotidien et leur dévoilèrent les ambitions de la RTS pour informer le public en 2015, lors des prochaines élections fédérales.

Assemblée générale de la SRT Fribourg

C'est au Musée gruérien de Bulle que s'est déroulée, le 21 janvier dernier, l'assemblée générale de la SRT Fribourg qui a mis en vedette les archives de la RTS.

Léon Gurtner, président, annonça pour l'année 2015 une manifestation intitulée «Devine qui vient dîner avec», lors de laquelle les membres auront la possibilité de dialoguer avec des professionnels de la RTS, en partageant avec eux le coup de fourchette! Compte tenu de l'actualité politique (initiatives concernant le service public), le président avertit: «En 2015, il sera nécessaire que la SRT Fribourg descende dans l'arène du débat public». Enfin, l'assemblée remercia chaleureusement Claude Schaller, caissier durant 17 ans de la société, et Emma Kappeler secrétaire, tous les deux démissionnaires.



La SRT FR s'essaie à la blue box du Centre des médias.

Ce ne sont pas moins de cinq parlementaires fédéraux fribourgeois qui rencontrèrent la délégation de la SRT Fribourg lors de sa visite des Chambres fédérales. Après avoir assisté aux débats du Conseil national, ils furent rejoints par Dominique de Buman, Jean-François Steiert et Ursula Schneider Schüttel, conseillers nationaux.

Les quatre élus exprimèrent unanimement leur volonté de s'engager en faveur des médias de service public dans le cadre du référendum et des initiatives populaires annoncées concernant leur financement.

A l'issue de la journée, Léon Gurtner, président de la SRT Fribourg, a convié les participants à un apéritif dînatoire servi dans la magnifique galerie des Alpes du Palais fédéral. Ils furent rejoints par Urs Schwallier, conseiller aux Etats, Jacques Bourgeois, conseiller national et Isabelle Chassot, directrice de l'Office fédéral de la culture. Ce fut l'occasion de remercier les parlementaires fribourgeois pour leur disponibilité, leur intérêt à l'égard la SRT Fribourg et des médias de service public.

Gérald Berger, SRT Fribourg



Françoise Clément et Claude Zurcher, brillants conférenciers de la soirée

Plus de nonante personnes ont participé à la présentation passionnante des archives de la RTS par **Françoise Clément**, cheffe du service Documentation et Archives RTS, et **Claude Zurcher**, documentaliste. Ils rappelèrent que les archives de la télévision seront bientôt intégralement numérisées. Grâce aux moyens mis à disposition par la FONSART (plus de 20 millions de francs récoltés en 10 ans), c'est maintenant au tour des archives radiophoniques d'être numérisées. Une entreprise titanesque lorsque l'on sait, par exemple, qu'un 78 tours sur trois fait l'objet d'une restauration préalable ! Enfin, les deux conférenciers mirent en lumière, par



Léon Gurtner, président de la SRT Fribourg

des exemples sonores et filmés concernant la Gruyère, l'immense succès de la plateforme interactive **Notrehistoire.ch** qui réunit plus de 50 000 documents et qui est visitée, chaque jour, par près de 1000 personnes.

Gérald Berger, SRT Fribourg

BILAN 2014 DE LA SRT BERNE

Retrouvez l'article « Des projets plein les dossiers » sur www.rtsr.ch. Vous pourrez découvrir ou redécouvrir les activités enrichissantes qui ont jalonné l'année 2014 de la SRT Berne. Par ailleurs, la SRT Berne annonce un programme 2015 tout aussi complet et varié.

VOTRE COURRIEL

Vous ne recevez pas notre lettre d'information? N'oubliez pas de vérifier si votre courriel est correct sur www.rtsr.ch où vous pouvez accéder à vos données personnelles. Si vous avez une question, le secrétariat général se tient à votre disposition au 058 236 68 51 ou à info@rtsr.ch.

PAPIER D'ÉMERI

LOGO ROUGE ENVAHISSANT

La « Charte déontologique et valeurs de la RTS » (édition 2011) impose de ne pas choquer « certaines sensibilités ». C'est pourquoi certaines émissions sont accompagnées d'un « logo rouge » lors de la diffusion à l'antenne. Il met en garde contre la violence et plus encore des scènes de sexe et de pornographie, surtout en fiction. Contre ces « excès », il y a aussi l'horaire tardif et l'avertissement. Plusieurs dimanches soirs, fin 2014, le logo rouge est apparu de 21h à 1h. Déséquilibre de programmation en fiction? Débauche de prudence « hypocrite »? Après vision ou seulement lecture?

Freddy Landry, SRT Neuchâtel

Cette rubrique est réservée aux membres des SRT qui souhaitent donner leur avis sur une émission de la RTS. Billets d'humeur ou billets doux, ils n'engagent que leurs rédacteurs. Vous pouvez aussi vous exprimer sur www.rtsr.ch/forum

Le grand soir à Porrentruy

Pour une soirée réussie, il faut de nombreux ingrédients... Un journaliste qui n'a pas froid aux yeux, qui maîtrise ses sujets, qui sait de quoi il parle et surtout, qui est dans son élément !



Jean-Pierre Petignat, Xavier Colin et Jean-Jacques Plomb, président de la SRT Jura

Ajoutez à la venue de **Xavier Colin** un cadre imprégné d'histoire et de culture et vous aurez compris que la recette concoctée par la RTSR et la SRT Jura ne pouvait être qu'un super cadeau de Noël aux habitants de ce coin de terre.

Xavier Colin a su prendre le temps d'expliquer certaines situations avec un éclairage que les émissions ne peuvent donner. C'est un historien moderne qui nous explique ce qui se passe dans le monde de ces dernières décennies et d'aujourd'hui. Les quelque 70 personnes présentes dans l'Espace Auguste Viatte ont, par les questions posées, communiqué véritablement avec « Monsieur Geopolitis ». Et pour couronner la soirée, les paysannes d'Ajoie nous ont permis de redécouvrir mille et une saveurs permettant à chacune et chacun d'échanger, de dialoguer avec un homme merveilleux.

Un décryptage juste, pertinent et très éclairé pour convier l'auditoire à entrevoir le monde sous un jour nouveau. Merci Monsieur Colin, ce 15 décembre 2014 est une belle pierre blanche pour l'édifice de nos médias audiovisuels.

Jean-Jacques Plomb, SRT Jura



Philippe Jeanneret, présentateur de la météo

La SRT Vaud à l'OMM

Le mercredi 14 janvier 2015, sous la conduite d'Arlette Duval, vice-présidente de la SRT Vaud, 25 membres ont eu la chance d'aller à Genève dans le bâtiment de l'Office Météorologique Mondial, organisme des Nations-Unies, à l'étage de MétéoSuisse.

Olivier Codeluppi, ancien présentateur de la météo à la RSR, devenu météorologue chez MétéoSuisse, a présenté tous les aspects de la prévision météo. Partant des satellites aux radars, des stations de mesure aux ballons sondes, en passant par les modèles calculés sur l'ordinateur le plus puissant de Suisse.

Mais après les machines, il y a l'homme qui interprète les données et pose les prévisions pour la Romandie. **Philippe Jeanneret**, passionné de voile et de kitesurf, apporte son instinct et ses connaissances des vents lémaniques pour ponctuer les résultats. Pour les bulletins météo sur la RTS, chaque intervenant a fait un stage à MétéoSuisse. Lors de la présentation du journal, chacune et chacun mémorise les temps de passage des cartes (12 secondes, 20 secondes) et donne les informations qu'il a rédigées, le tout sans prompteur! Tout dans la tête!!! Dès lors, on devrait encore mieux considérer le travail de ces funambules travaillant sans filet.

Il faut enfin remercier Philippe Jeanneret qui a répondu de bonne grâce aux nombreuses questions qu'on lui a posées. La soirée s'est terminée avec un petit apéritif auquel M. Jeanneret s'est joint, qui a ainsi prolongé les conversations sur son métier et ses passions. Le tout dans un esprit remarquablement positif et convivial.

Pascal Dind, SRT Vaud

**média
tic**

Avenue du Temple 40 / CP 78 / 1010 Lausanne
Tél. 058 236 69 75 / Fax 058 236 19 76
Courriel mediatic@rtsr.ch / www.rtsr.ch

Reproduction autorisée avec mention de la source

rtsr Radio
Télévision
Suisse
Romande

Rédactrice en chef **Eliane Chappuis** Responsable d'édition **Delphine Neuenschwander**
Offres et invitations **Francesca Genini-Ongaro, Jean-Jacques Sahli** Maquette **Pascal Quehen & Carola Moujan**
Graphisme **SCV** Textes **Gérald Berger, Pascal Dind, Francesca Genini-Ongaro, Freddy Landry, Marie-Françoise Macchi, Delphine Neuenschwander**
Impression **Imprimerie du Courrier** – La Neuveville – Papier Artich Volume White 90g/m², sans bois
Éditeur **Radio Télévision Suisse Romande (RTSR)**

L'INVITÉ DES SRT

La SRT Fribourg a le plaisir d'accueillir **Jean-Pierre Siggen**. Après des études de droit et d'économie politique à l'Université de Lausanne, il devient, en 1989, secrétaire patronal puis vice-directeur de l'USAM. De 1997 à 2000, il est conseiller personnel successivement des conseillers fédéraux Flavio Cotti et Joseph Deiss. En 2000, il devient directeur de l'Union patronale fribourgeoise. En 2013, il succède à Isabelle Chassot à la tête de la Direction de l'instruction publique, de la culture et du sport du canton de Fribourg. A ce titre, il est membre du Conseil régional de la RTSR.

Jean-Pierre Siggen, Conseiller d'Etat

Par **Gérald Berger**, SRT Fribourg

Etes-vous plutôt « radio » ou plutôt « TV » ?

Plutôt visuel qu'auditif, je préfère dans une large mesure la télévision. Je suis également plus disponible le soir qu'en journée, et c'est à ce moment-là que sont programmées les émissions politiques et les magazines d'information.

Avec les nouveaux supports médiatiques (smartphone, internet), avez-vous modifié vos habitudes d'auditeur/télespectateur ?

Avant l'avènement de ces supports, je n'avais pas la possibilité d'accéder aux émissions



SRT © Fribourg

père presque tous les dimanches, juste avant de passer à table. Les débats tels qu'il les animait ont contribué à mon intérêt pour la chose politique.

Suite à un référendum, le peuple devra se prononcer sur la nouvelle LRTV; une initiative « No Billag » est aussi en gestation. En cas d'acceptation de ces consultations populaires le service public radio-TV serait-il menacé ?

En tous cas mis en question et donc fragilisé! Je soutiens bien entendu le service public radio-TV, nous en profitons particulièrement en Suisse romande. L'effort des citoyens pour financer ces médias est pertinent: il permet des programmes de qualité sans que la publicité ne prenne trop de place sur les écrans.

car tout se déroulait en direct. C'était bien souvent de l'information perdue pour moi. Aujourd'hui, je peux enregistrer les émissions souhaitées, et les visionner lorsque j'en ai le temps, ou encore les podcaster sur le site web de la RTS.

Avez-vous des émissions (radio/TV) incontournables ? Si oui, lesquelles ?

J'ai une prédilection pour les émissions comme *Forum* (radio) et *Infrarouge* (TV). Dans les deux cas, il s'agit d'émissions qui favorisent les débats sur des sujets d'actualité. Parfois, et c'est regrettable, des oppositions peu productives empêchent une vraie discussion de fond.

Quelle est votre premier souvenir de radio ou de TV ?

Il y en a plusieurs en fait. Je me souviens assez vaguement de l'assassinat de Robert Kennedy, en 1968 et plus clairement des émissions que je suivais comme jeune enfant, par exemple *Perdu dans l'espace* ou *Batman*. En noir et blanc, bien sûr!

Qui a été (ou est) pour vous une figure, ou une émission, marquante de la radio ou de la TV ? Pourquoi ?

Sans hésiter, Claude Torracinta et son émission *Table ouverte*, que je suivais avec mon

Si vous étiez :

Un livre ?

La Démocratie en Amérique, d'Alexis de Tocqueville. L'analyse qu'il dresse des sociétés démocratiques est encore pertinente aujourd'hui.

Un film ?

Le discours d'un roi, de Tom Hooper, parce que le film met en scène un homme qui, grâce à son courage, va être en mesure de surmonter une situation difficile.

Une personnalité ?

Un poète.

Une ville ?

Fribourg.

Une musique ?

Les Quatre Saisons d'Antonio Vivaldi

Une chaîne de radio ?

J'écoute la radio surtout en voiture et je zappe entre La Première et Radio Fribourg.

Annoncer les rectifications d'adresses à :
Claude Landry, route du Vignoble 12,
2520 La Neuveville – mediatic@rtsr.ch

J.A.B.

2515 Prêles