

Rapport du groupe de travail « émission *Une seule planète* (RTS Un) »

Séance du 23 septembre 2019

1. SYNTHESE DU RAPPORT

« Une seule planète » est un magazine ayant pour thème l'environnement et qui se déroule comme un feuilleton. Des familles voient leur bilan carbone calculé par un expert, Celui-ci va les inciter à diminuer leurs émissions de CO2 de manière significative en modifiant leurs habitudes de vie. L'émission décrit, en trois épisodes, les efforts quotidiens des protagonistes pour atteindre les objectifs fixés par leur coach, jusqu'au bilan final.

« Une seule planète » est une excellente initiative de la RTS. L'émission décrit sur un ton ludique et rythmé l'engagement des personnes choisies par la production pour essayer d'atteindre les objectifs fixés. Ces tranches de vie sont enrichies d'informations scientifiques et de conseils présentés généralement sous forme d'infographies bien amenées. L'excellent choix des protagonistes permet aux téléspectateurs/-trices de s'identifier facilement à leur parcours de vie. Et les coachs ne sont jamais dogmatiques et savent encourager avec humour et psychologie leurs « protégés ».

Le Conseil du public forme le vœu que la RTS renouvelle l'expérience, par exemple avec des personnes de revenu modeste ou vivant dans des habitats collectifs.

2. CADRE DU RAPPORT

a) Mandat

Analyse du magazine feuilletonné « Une seule planète »

b) Période de l'examen

L'ensemble des six émissions diffusées en prime time (20h10) les 2, 9 et 16 janvier et les 20, 27 mars et 3 avril 2019 sur RTS Un.

c) Examens précédents

Néant

d) Membres du CP impliqués

Thomas Avanzi, Gérald Berger (rapporteur), Jean-Bernard Busset, Sandra Houlmann

e) Angle de l'étude (émissions considérées)

cf. b)

3. **BREVE PRESENTATION DES EMISSIONS ET CAPSULES ANALYSEES**

- 02.01.2019
La révélation du bilan
Les familles Echenard et Duperrex découvrent l'évaluation de leur empreinte carbone. Pour réduire leurs émissions, elles s'attaquent à la consommation de viande et à l'utilisation de leurs véhicules motorisés.

- 09.01.2019
Sur la voie du changement
Après leurs premières réussites, les Echenard et les Duperrex poursuivent leurs efforts pour réduire leur empreinte carbone. Nouveau défi : manger local et de saison et se passer d'une voiture.

- 16.01.2019
Des changements durables ?
Dernier défi : Les Echenard et les Duperrex s'attaquent aux émissions CO2 de leurs logements. Au cours des six derniers mois, ils ont revu leurs modes de vie et de consommation. Pour quels résultats ? Bilan.

- 20.03.2019
La révélation du bilan
La famille Bonneau et Danielle Collomb découvrent l'évaluation de leur empreinte carbone. Pour réduire leurs émissions, Les Bonneau doivent se sevrer de shopping et Danielle revoir son mode de locomotion.

- 27.03.2019
Sur la voie du changement
Nouveau défi pour la famille Bonneau : supprimer le gaspillage alimentaire. Simon, lui, teste des solutions pour réduire les émissions CO2 du logement de Danielle, hospitalisée.

- 03.04.2019,
Des changements durables ?
Derniers défis pour la famille Bonneau et Danielle Collomb : changer ses habitudes de mobilité et donner une deuxième vie aux objets. C'est le temps du bilan de l'aventure et des résultats.

Titres des capsules diffusées (Play RTS, Youtube et Facebook)

- Réduire ma consommation énergétique
- Avion, voiture, train : lequel choisir ?
- M'y retrouver au supermarché
- Voyager moins mais mieux
- Récupérer mes objets cassés
- En finir avec le gaspillage alimentaire
- Connaître ce que je consomme
- Mesurer mon empreinte sur la planète

4. **CONTENU DE L'EMISSION**

a) **Pertinence des thèmes choisis**

Rappelons qu'il s'agit d'un « magazine feuilletonné sur l'environnement ». A notre connaissance, c'est la première fois qu'une chaîne de service public francophone développe un feuilleton-documentaire sur le thème de l'environnement. Une telle initiative est à saluer. Compte tenu de l'actualité environnementale, le thème choisi est hautement pertinent. Il est aussi du devoir du service public de traiter les questions relatives au développement durable, et tout particulièrement celles qui se posent dans la vie courante de tout un chacun. La prise de conscience des familles et personnes héroïnes de ces émissions répond idéalement à la question : Que puis-je faire concrètement, dans ma vie de tous les jours, dans mon environnement particulier, pour contribuer à atténuer les effets du réchauffement climatique par la diminution de mon empreinte carbone ? Grâce aux jeunes incitateurs et incitatrices, au décryptage et aux explications fournies par les différents spécialistes, les téléspectateurs sont en mesure de répondre à cette question et de mieux comprendre les enjeux de ce défi environnemental. Le fait d'avoir d'emblée limité les sujets traités à des pratiques concrètes de la vie de tous les jours (logement, alimentation, déplacements, loisirs, gestion de déchets) renforce la pertinence de la démarche.

b) **Crédibilité**

Le choix judicieux des quatre « familles » et de leurs coachs assure d'emblée une très forte crédibilité au contenu du feuilleton. En effet, il s'agit de familles aux profils assez différents (âges, situations socioculturelles, niveau initial d'intérêt pour la cause environnementale, situation géographique, etc.) auxquelles les téléspectateurs peuvent facilement s'identifier. Les familles et les personnes représentent des vécus ordinaires qui ont beaucoup de points communs avec la vie quotidienne d'un grand nombre de téléspectateurs. Les situations présentées sont celles auxquelles sont confrontées au quotidien la plupart des personnes. Les téléspectateurs peuvent se reconnaître au travers des situations décrites dans le feuilleton.

L'émission veille à donner des définitions pratiques à des termes tels *qu'empreinte carbone, émissions de gaz à effets de serre, énergie renouvelable vs énergie fossile, consomm-acteurs, zéro déchets*, etc., ce qui renforce la crédibilité du contenu de celle-là.

La crédibilité de l'émission tient également à la posture des incitateurs/-trices. En effet, ceux-ci ne sont jamais dogmatiques, toujours « sympas ». Ils encouragent et conseillent plutôt qu'ils ne sermonnent. Comme le dit très justement l'un d'eux (Nicolas Despraz), « il s'agit d'entretenir une dynamique positive ».

Un petit bémol toutefois concernant certains spécialistes qui interviennent dans l'émission, à l'exemple de celui qui veut « rendre obligatoire les voitures électriques » (propos aussitôt corrigés par le coach conscient de l'empreinte carbone non négligeable de celles-ci !).

Cela dit, il faut cependant regretter que l'émission manque de références concernant les chiffres qu'elle annonce (notamment dans les infographies) et les méthodes de calcul utilisées. C'est dommage car il faut saluer la bonne facture et le caractère ludique des infographies. Malheureusement, on ne sait pas d'où sortent les chiffres et cet aspect nuit à la crédibilité du contenu. Par ailleurs, si les solutions proposées et mises en œuvre concernant les transports semblent crédibles à la belle saison, on peut être plus sceptique en ce qui concerne leur crédibilité en hiver.

Force est de constater que les familles participantes représentent un bel échantillon de la classe moyenne supérieure, ayant les moyens de mettre en œuvre certaines améliorations proposées par les coachs. Cela serait-il possible pour des familles de classe plus modeste ?

c) **Sens des responsabilités**

Il s'agit d'un sujet d'une grande actualité et qui impacte le quotidien de chacun. Le service public démontre son sens des responsabilités en informant désormais toujours plus régulièrement (notamment par des émissions dédiées - par exemple *Aujourd'hui*) sur les défis environnementaux. Les moyens consacrés, à l'avenir, à ce type d'émissions doivent être en adéquation avec l'importance de la thématique. En cela, la RTS témoigne d'une démarche « écoresponsable » de bon aloi dans la mesure où les producteurs (comme c'est le cas en

l'occurrence) assument parfaitement leurs responsabilités en termes d'éthique et de respect des opinions émises.

d) Conformité à la Charte RTS et aux règles de déontologie

Le thème traité est d'une grande actualité et il est au centre des débats de la campagne électorale pour les élections nationales. En cela, la RTS remplit pleinement son mandat de service public, en veillant notamment à sensibiliser un large auditoire de téléspectateurs à cette problématique. La production a également veillé à constituer un panel d'intervenants assez représentatif de la population romande, notamment en les choisissant dans presque tous les cantons de Suisse romande, avec des contextes socioculturels différents.

5. FORME DE L'EMISSION

a) Structure et durée de l'émission

Ce qui fait la force de l'émission tient sans aucun doute principalement dans sa forme, à savoir celle d'un « magazine feuilletonné » de 52 minutes par épisode. Le réalisateur réussit avec talent à combiner des informations scientifiques, des faits objectifs de comportements environnementaux avec des tranches de vie quotidienne de groupes de personnes auxquelles le téléspectateur peut assez facilement s'identifier ou se démarquer. Le ton de l'émission est toujours ludique, voire badin, sans pour autant esquiver l'importance du propos. Le principe de fixer aux intervenants des objectifs à atteindre et de suivre leurs efforts et leurs motivations pour les atteindre (dimension feuilletonnesque : vont-ils y arriver, vont-ils flancher, le groupe familial va-t-il éclater, etc.) fait penser à une émission de télé-réalité sur laquelle l'esprit aurait soufflé ! Il y a constamment une réelle adéquation entre la forme et le fond. On s'instruit et on se divertit. On se surprend à ne pas voir le temps passer en regardant le feuilleton. En cela, l'émission est une grande réussite et on en redemande....

Chacune des émissions est bien structurée et habilement rythmée en fonction de l'évolution du projet dans chacun des foyers : analyse des habitudes prises et prise de conscience de l'empreinte carbone qui en résulte, définition des champs d'action qui s'imposent comme étant les plus urgents et nécessaires, exploration des pistes possibles, testing des alternatives offertes puis décision et réalisation du changement.

b) Animation

Les jeunes coachs sont non seulement compétents, mais sont au bénéfice d'une remarquable qualité de contact. Ils savent expliquer les enjeux de façon simple et compréhensible pour chacun. Ils savent passer du concept à la réalisation concrète des mesures, en tenant compte de la personnalité de celles et ceux qui vont opérer très concrètement les changements proposés. Ils savent bousculer le train-train quotidien des familles avec fraîcheur et un enthousiasme communicatif.

Il faut relever l'importance des fiches infos (infographies) dans l'animation des émissions. Celles-ci font le constat de la situation, décrivent les mesures à engager et les résultats possibles pouvant en résulter. De plus, l'invitation de spécialistes de différents domaines (consommation, gaspillage alimentaire, isolation du bâtiment, recyclage de meubles anciens, etc...) a permis d'élargir le champ des investigations possibles. Il faut enfin relever le charisme, les qualités de communicant, la décontraction et l'esprit d'ouverture des « familles », qui participent grandement à la qualité et à la fraîcheur de l'animation.

c) Originalité

La principale originalité de l'émission consiste en un traitement sous forme de feuilleton de sujets et d'informations scientifiques et documentaires ayant trait aux défis environnementaux. Pari réussi d'allier le savoir, l'information au divertissement. Mention également à la pomme du générique que l'on retrouve de manière plaisante au fil de chaque émission.

6. VOLET INTERNET ET COMPLEMENTS MULTIMEDIA DE L'EMISSION

a) Enrichissements

Les petites capsules vidéo (réalisées en collaboration avec la fondation Zoen) sont bien réalisées et proposent des informations et conseils utiles sur des initiatives environnementales liées à notre quotidien.

Il aurait été utile de pouvoir consulter les infographies diffusées dans les émissions de manière autonome. De même des liens avec les coachs, les invités spécialistes, les formations liées aux problématiques environnementales d'où sont issus les coachs, les transports publics, le covoiturage, l'upcycling, les coordonnées des diverses associations mentionnées dans les émissions auraient été un enrichissement...

b) Participativité

La production de l'émission a accepté l'invitation de la commune d'Attalens (où est domiciliée la famille Echenard) de participer à la fête organisée le 31 août, à l'occasion du renouvellement de son label « Cité de l'énergie ». Un stand avait été installé au milieu de la place villageoise (inaugurée à cette occasion) où le public pouvait s'entretenir avec les membres des familles participantes et les incitateurs-trices. Le public pouvait également calculer facilement son empreinte carbone grâce à des ordinateurs mis à sa disposition. Bravo pour cette excellente initiative ! Le public pouvait dialoguer avec les familles, le réalisateur, les coachs. Tout le monde est aussi sympathique que dans l'émission. Et on apprend que des liens d'amitié se sont noués entre les familles. Celles-ci nous ont confié qu'elles continuaient à mettre en pratique les recettes proposées pour diminuer leur empreinte carbone, qu'elles le faisaient désormais sans trop d'efforts, que cela avait représenté un véritable épanouissement pour chacune et chacun, et qu'en plus elles faisaient des économies !

Bravo pour cette initiative et dommage qu'elle n'ait pas fait l'objet (à notre connaissance) d'une promotion à l'antenne qui aurait sans doute permis à un plus large public d'en bénéficier.

7. RECOMMANDATIONS

- Une suite est unanimement souhaitée qui pourrait consister en un reportage auprès des familles durant l'hiver pour faire un bilan sur le long terme et voir si les solutions adoptées sont aussi viables sur la durée et praticables durant la saison froide. Il serait également intéressant de faire une démarche analogue avec des familles disposant de revenus plus modestes.
- Améliorer l'indexation et la dénomination des épisodes. Dans le cas d'une consultation sur YouTube ou le site internet, le fait d'avoir des épisodes qui ont le même titre ou une numérotation aléatoire (1, 2, 3 puis 6) n'est vraiment pas pratique. On finit par se référer à la date de diffusion et la durée sans vraiment savoir si on a tous les épisodes.
- Faire un effort pour proposer du contenu sur le site des émissions (références et liens en relation avec les thèmes abordés). C'est un problème récurrent sur l'ensemble des émissions de la RTS mais dont l'impact est vraiment significatif pour ce type d'émission. C'est quand même incompréhensible de devoir aller sur YouTube pour découvrir du contenu additionnel aussi maigre soit-il !!!
- Mettre à disposition les infographies sur d'autres plateformes (RTS découvertes, YouTube, réseaux sociaux, site internet, ...).

Cousset, le 7 septembre 2019

Pour le groupe de travail : Gérald Berger, rapporteur