

Rapport du groupe de travail « Emission ABE (A bon entendeur) » (RTS1)

Séance du 14 juin 2021

1. SYNTHESE DU RAPPORT

Le magazine ABE symbolise le rôle essentiel joué par l'audiovisuel public dans notre pays où la diversité médiatique, et les ressources qui y sont affectées, sont limitées. Diffusée en prime time le mardi soir, l'émission de défense du consommateur constitue l'une des principales productions de la RTS.

Depuis près de 50 ans, (1976) A bon entendeur fait partie du paysage télévisuel suisse romand, à l'instar de « Kassensturz » en Suisse alémanique et de « Patti Chiari », au Tessin. En ce sens cette case est incontournable, même si d'autres productions, Temps Présent, TTC ou Mise au point, peuvent aussi aborder des thèmes liés à la consommation.

La nouvelle formule inaugurée l'an dernier avec un changement de présentateurs et de plateau est particulièrement appréciée par rapport à l'ancienne édition. La qualité du programme est indéniable. Les émissions analysées abordent des thèmes tout à fait pertinents, qu'ils soient liés à de grandes causes sociétales, à des questions d'actualité, ou des faits divers de consommation.

La structure de 45 minutes est adaptée permettant le traitement d'une séquence principale et de deux secondaires. Elle alloue au téléspectateur de s'approprier l'information utile. Les sujets sont globalement bien documentés par un travail de recherche, des enquêtes et des tests.

La défense des intérêts du consommateur est un objectif noble qui ne saurait toutefois déboucher trop systématiquement sur une forme de condamnation des acteurs économiques. ABE ne laisse ainsi pas indifférent. Mais un peu plus de recul ou d'écoute des entreprises et marques nous semblerait potentiellement améliorer la réputation du grand magazine d'investigation.

2. CADRE DU RAPPORT

a) Mandat

Sur mandat du Conseil du public, avalisé en séance en avril et mai 2021

b) Période de l'examen

Année 2021, en particulier avril et mai.

c) Examens précédents

8 octobre 2012

d) Membres du CP impliqués

Christine Renaudin, Yves Seydoux, Claude Baumann (rapporteur)

e) Angle de l'étude (émissions considérées)

13.04 Le coût de la panne

20.04 Sous pression des sociétés de recouvrement

27.04 Bouillon : l'art du goût en quelques grammes

04.05 Vélos électrique, la révolution en route

11.05 La fièvre de l'or

25.05 Lunettes : des prix tout flous

3. CADRE GENERAL *(informations fournies par la RTS, réservées à l'usage interne du Conseil du public)***a) Résumé du mandat d'émission**

Magazine d'investigation et d'information dans le domaine de la « consommation » au sens large du terme. La forme est celle du reportage magazine et du plateau (présentation et interview ainsi que du test comparatif).

Emission exigeante, ABE répond à un très haut niveau de qualité et une grande fiabilité aux questions les plus complexes et les plus exposées du champ actuel de la « consommation ».

Emission complètement indépendante de tous les milieux ou lobbys économiques et politiques. Elle collabore régulièrement avec des organismes spécialisés (laboratoires, instituts de recherche et universités, associations de défense des consommateurs) eux-mêmes indépendants des influences économiques.

Les équipes de production d'ABE et d'On En Parle (la 1ère) ont des séances communes régulières qui permettent échange et partage d'information et de sujets, prolongements d'un thème sur un autre média, opérations spéciales coordonnées, etc... ABE reprend aussi et adapte des sujets de consommation provenant d'autres régions linguistiques (SF Kassensturz, RSI Patti Chiari).

b) Horaire de diffusion, fréquence

Les mardis à 20h10 sur RTS1

c) Ancienneté de l'émission

Janvier 1976 - Nouvelle formule 25.08.2020

d) Résultats d'audience

Audiences ABE nouvelle mouture entre le 25 août 2020 et fin avril 2021 :
Pdm : 42.9% / Rating : 234'000

e) Production, présentation

Producteurs : M. Melihi – Y. Franel

Présentateur.trice.s : Linda Bourget, François Egger

f) Résumé des prolongements Internet

Site internet : tests et replay de l'émission. Replay disponible également sur Play RTS. Présence sur Facebook (extraits d'émissions principalement) et playlist des émissions sur la chaîne Youtube de la RTS

4. CONTENU DE L'EMISSION**a) Pertinence des thèmes choisis**

Les émissions analysées, et plus généralement l'ensemble du premier semestre 2020, s'attellent à des thèmes tout-à-fait pertinents, qu'ils soient liés à un enjeu sociétal, à des questions d'actualité, ou des faits divers de consommation, les sujets peuvent nous toucher, tout un chacun, et suscitent nombre d'interrogations, voire de plaintes.

Emission du 13 avril 2021

Le coût de la panne : les factures de garagistes : enquête fouillée, partant d'un cas particulier, le prix d'une réparation, de même que les questions plus larges que cela soulève, tout est passé au crible, jusqu'au comportement et à la stratégie des constructeurs, pour optimiser leurs prix et leurs bénéfices. L'approche du thème traité ressemble à nombre d'autres thèmes traités par ABE tout au long de son existence. On trouve un défaut et on vérifie si le problème participe d'un comportement général des acteurs impliqués.

Covid 19 : une Japonaise mariée à un Suisse est bloquée au Japon auprès de sa mère malade Elle en perd son droit de cité et, par conséquent et, entre autres, ses droits à l'assurance-maladie. Est mise en cause, ici, la rigueur administrative, quand bien même la loi est ainsi faite et ne permet pas d'autre attitude, à moins de ne pas l'observer.

Spams indésirables : le sujet le moins grave, en termes de portée, mais qui illustre les dérives pouvant toucher ceux qui utilisent les médias sociaux à fin de communiquer une passion. Harcèlement par des acteurs qui cherchent à profiter ou à se profiler, via un utilisateur louable des médias sociaux. Insistance qui n'arrêtera que suite à des menaces juridiques appuyées. Bonne valeur informative du sujet traité.

Emission du 20 avril 2021

Sous pression des sociétés de recouvrement - factures de sociétés de recouvrement: comment se défendre ? A l'instar des factures de garagistes, ce sont les lacunes et les défauts du système ainsi que les mauvais comportements des sociétés de recouvrement qui sont mis en avant.

L'angle de l'émission est à charge contre ces sociétés. Intrum, notamment, sur la base d'un cas particulier, lié à une erreur commise par cette société. On apprendra que de nombreuses personnes ont envoyé des courriers à ABE pour se plaindre des méthodes de ces sociétés. Au terme de l'enquête, il ne subsiste rien de bon venant de ces sociétés.

Tout au plus y apprend-on que le recours à l'Etat, le passage par l'office des poursuites, peut coûter encore plus cher, que la mise en cause par ces sociétés de débiteurs négligents. C'est aussi la seule remarque qui en justifierait l'existence.

A l'inverse, même le recours à une telle société, pour recouvrer une créance auprès d'un client, s'avère lacunaire sur la base du témoignage d'un client qui a fait appel à l'une d'elle et qui n'a rien vu venir en retour, se déclarant piégé d'y avoir fait appel. Le montant pour se désengager est conséquent. On s'étonne qu'il n'y ait pas de démarche en sens inverse, de la part d'ABE, démontrant que, pour certains créanciers, une telle société est utile. Sinon, comment justifier leur existence? Une telle interrogation n'apparaît pas. Au contraire un juriste de la FRC expose que ce genre de sociétés n'a pas de raison d'être.

Nouvelles cartes de débit: augmentation des frais en vue ? : critique appuyée des nouvelles taxes exigées pour certaines nouvelles cartes de débit. Là aussi, les exemples et cas concrets démontrent l'exagération de ces taxes. Leur niveau est infondé, en conclue-t-on. Les émetteurs de ces cartes s'enrichissent donc indûment. Les sociétés mises en cause contestent la critique. C'est parole contre parole. On retrouve la tendance de l'émission, consistant à fustiger l'acteur économique plutôt qu'à comprendre, également, les raisons de ces taxes.

Zapping conso: L'utilisation de crème solaire périmée qui, suite à une étude scientifique, peut faire l'objet d'une modification chimique de sa composition et devenir dangereuse. Un point jugé positif, l'offre faite par coop de permettre l'achat de couvercles de produit durables et réutilisables pour assurer la bonne conservation d'un produit entamé.

Emission du 27 avril 2021

Le bouillon : L'art du goût en quelques grammes - Historique et analyse détaillée de cette « liqueur dans laquelle ont cuit divers légumes et de la viande », dont les bienfaits sont reconnus depuis l'Antiquité. Facile à stocker, à transporter, se conservant bien, et d'un excellent apport nutritif, le bouillon est un jus riche en nutriments, bon marché et facile à produire, bien connu depuis le XVIIIe siècle. S'étant vu refuser l'accès aux sites de production industrielle, ABE s'est penché sur la production artisanale du bouillon. Bien documentée, synthétique, l'émission fait le tour d'un produit peu connu du grand public.

Le thème analysé dans la 1ère partie peut paraître peu attrayant, voire un peu ardu. Mais d'après Philippe Chevrier, Chef étoilé, « les bouillons et les fonds sont à la cuisine, ce que sont les fondations à un édifice ». Pas de bonne cuisine sans bon bouillon. Le téléspectateur découvre donc ici un monde réservé aux spécialistes de la profession ABE a réussi à faire une émission intéressante sur la base d'un sujet relativement ingrat.

Les voitures hybrides ou électriques : presque toutes les marques ont fait le pas. Mais ces véhicules sont-ils véritablement plus écologiques ? Le TCS a développé un nouvel outil pour calculer la véritable empreinte carbone de ces nouveaux véhicules, depuis l'extraction et la transformation des matières premières, de la fabrication des voitures jusqu'à leur élimination, de la production de carburant ou d'électricité, de l'entretien du véhicule jusqu'à la maintenance des infrastructures routières. Tout cela s'additionne pour déterminer l'empreinte carbone d'un véhicule, exprimée en tonnes de CO2. Le nouvel outil d'évaluation de l'empreinte carbone du TCS permet de comparer tous les modèles de voitures immatriculées en Suisse. En résumé la voiture électrique bat les voitures hybrides ou à essence avec une large marge dans toutes les catégories de taille. Ce second sujet est d'une actualité brûlante, le téléspectateur en est captivé.

Emission du 4 mai

Le VAE (vélo à assistance électrique) affiche des ventes record et représente désormais un tiers des ventes actuelles. Le VAE s'est diffusé auprès de toute la population, en ville comme à la campagne, et peut même remplacer une voiture. Concernant les ventes, on a passé de 3'181 VAE en 2006 à 171'132 VAE en 2020. Soit 55 fois plus. Le plan de mobilité de Lausanne fixe pour 2030 un objectif de déplacement de 15%, soit l'exact même pourcentage que les déplacements en voiture. Le confinement a renforcé cette progression, vu la réticence des usagers à employer les transports publics.

ABE a procédé à des tests sur une dizaine de modèles, afin d'aider ses téléspectateurs décidés à acheter un VAE. ABE se penche aussi sur l'entretien régulier qu'exige le VAE. ABE met aussi l'accent sur la progression de 30% des accidents, dont la majorité est provoquée par les usagers eux-mêmes, qui ne maîtrisent pas leur VAE. Le thème choisi est extrêmement pertinent et reflète un intérêt majeur, vu la progression spectaculaire des ventes de VAE. Émission parfaite, didactique et de qualité. La durée permet de traiter les aspects divers de ce thème de mobilité douce.

Emission du 11 mai

La Fièvre de l'or. Le métal jaune est partout : dans nos bijoux, nos montres, mais aussi dans les ordinateurs, les téléphones. La Suisse est le plus gros importateur d'or mondial mais l'origine exacte du métal n'est pas transparente. Pour affirmer le message principal que l'or éthique fait sortir de la pauvreté, ABE prend l'angle d'illustrer l'extraction artisanale. Ainsi, l'équipe est partie en reportage au Burkina Faso où les conditions de travail sont particulièrement effrayantes dans les mines artisanales, qui font toutefois vivre un quart de la population. Travail des adolescents, substances polluantes, dangerosité de l'extraction, les images ressemblent à celles abondamment relayées dans les médias durant la campagne sur les multinationales responsables.

Face à ce tableau, le programme de l'ONG Terre des Hommes donne au téléspectateur une touche d'espoir, et le propos d'un ancien humanitaire reconverti en grossiste acheteur de l'or artisanal remet les clichés occidentaux en contexte. Éclairage sur le transit de l'or par Dubaï et interview du directeur de la fonderie Metalor à Neuchâtel. Ce dernier n'accepte pas d'or artisanal à moins que l'extraction fasse l'objet d'un programme de traçabilité stricte. La tonalité de l'échange est sobre.

Traitement difficile d'un sujet complexe, ABE s'en sort plutôt bien grâce aux interviews exclusives avec les spécialistes. Pour la clarté de l'exposé on regrettera qu'il n'ait pas été fait de distinction entre les mines artisanales autorisées, et les exploitations sauvages. Au niveau du calendrier de diffusion, la thématique de l'or paraît quelque peu épuisée après l'énorme couverture médiatique mentionnée ci-dessus.

Achat d'or, combien pour les bijoux d'ABE : test sur les prix offerts à l'achat d'ancien bijoux auprès de différentes boutiques d'or romandes. Hormis la question du prix, il n'y a pas d'autre analyse sur cette filière de recyclage du métal.

Orthodontie : attention au choix du cabinet. Information sur les qualifications des dentistes intervenant en orthodontie. Le traitement du sujet prend appui sur le témoignage d'une famille lésée dont les enfants ont subi dix ans de traitements inadéquats.

Emission du 25 mai

Lunettes : des prix tout flous – la myopie est une véritable épidémie. Pour expliquer ce phénomène de santé, ABE donne longuement la parole à plusieurs spécialistes de l'Hôpital ophtalmique Jules-Gonin et illustre le sujet avec une étude asiatique. Puis, le test sur la qualité de l'offre des plus grandes enseignes romande est introduit par une lunetterie indépendante qui nous parle de la mode des montures. Ensuite les paires testées sont analysées par l'hôpital Jules-Gonin. D'autres résultats sont commentés par des opticiens indépendants. En invité plateau Marc-Etienne Berdoz, fondateur du groupe éponyme, 3ème au classement du test. Discussion sur les prix et la concurrence de l'étranger. Puis, quelles sont les techniques thérapeutiques existantes en alternatives aux lunettes – verres de contact, laser, orthokératologie. Visite à l'usine Swisslens qui produit les lentilles pour cette dernière thérapeutique. La revue de la thématique est très complète. Un modèle de reportage si ABE avait bien voulu donner la parole aux indépendants après que le patron d'une grande chaîne se soit interrogé sur les chances de survie des boutiques indépendantes.

Casinos en ligne : attention danger d'addiction. Reprise d'un sujet réalisé par Kassensturz. Les lacunes de la protection des consommateurs sont criantes. Le risque d'addiction augmente avec les casinos en ligne. On salue l'indépendance des journalistes alémaniques qui critiquent la présence de la publicité pour les jeux en ligne, et notamment sur les chaînes télévisées. Pour s'en défendre le responsable du marketing de la SRF n'aurait pas reçu de plainte. Un spécialiste de l'Université de Bâle en appelle purement et simplement à l'abandon de la publicité pour les jeux de hasard en ligne. **Test : quel est le meilleur tire-bouchon**, sujet réalisé par Kassensturz. Une approche classique réunissant quelques testeurs, bons conseils.

b) Crédibilité

Les sujets sont globalement bien documentés par un travail d'investigation, d'enquêtes et de tests. Ainsi, dans l'émission du 27 avril - L'art du goût en quelques grammes - des spécialistes de l'Alimentarium de Vevey ont été interviewés, puis des professionnels produisant le bouillon de manière artisanale, enfin des spécialistes testant une variété de bouillons industriels et artisanaux.

Sur les sujets analysés, nous relevons que le panel de spécialistes consultés est pertinent. Les témoins et témoignages traités avec grand respect. L'émission du 4 mai sur les vélos à assistance électrique est d'une très grande qualité, bien menée, claire, et précise. L'excellence de la démarche assure la crédibilité de l'émission. Le choix des fabricants analysés n'est par contre pas expliqué, sinon qu'il s'agit « de marques disponibles en grandes surfaces ». Dans cet exemple, plus de transparence sur le choix des marques retenues serait indiqué. Le making-of de ABE serait un plus.

La couverture des sujets est plutôt complète, nous avons toutefois relevé ce paradoxe. Alors que l'or à destination de l'industrie, électronique notamment, est dramatisé au sommaire de l'émission du 11 mai comme étant l'une des utilisations importantes, le thème n'est pas repris dans le reportage. Au final, on s'intéresse à l'or employé par l'horlogerie, mais pas un mot sur l'utilisation du métal dans nos téléphones.

c) Sens des responsabilités

L'analyse critique des faits de consommation constitue l'essentiel de la ligne éditoriale de ce magazine. Là où l'enjeu du sujet est faible, les thématiques sont traitées de

manière neutre et objective, il va ainsi des sujets sur les bouillons, lunettes, vélos à assistance électrique.

Lorsque des produits ou des services sont mis à défaut, nous constatons que le droit de réponse de la partie mise en cause est globalement respecté. Par contre, on va accorder peu d'indulgence à l'endroit du défenseur. Les commentaires sur les reportages ou les interviews de plateau deviennent virulents, à l'exemple des sujets comme la fièvre de l'or ou le recouvrement. Quand la société de recouvrement Intrum refuse sa participation à ABE, mieux que s'en délecter, il aurait été avisé pour la rigueur méthodologique et le commentaire de contourner cette société en allant chercher l'un de ses clients principaux, tel l'opérateur national de téléphonie.

Encore trop souvent la démarche monte en épingle les faits ou le contexte, la tonalité est alors accusatrice et laisse le téléspectateur sur une impression de scandale. Il en ressort une image dépeignant les acteurs économiques soit en profiteurs, soit en tricheurs, cherchant à tromper le consommateur. Que l'acte relève d'une erreur ou d'un accident, les acteurs mis en cause semblent toujours avoir agi de manière intentionnelle et malhonnête. Du moins est-ce l'image qui s'en dégage. Nous regrettons cette communication sous forme de procès expéditif, suggérant de prendre dans ces circonstances davantage de recul.

Enfin, mentionnons qu'un membre du groupe de travail propose, pour une meilleure objectivité, de consacrer une rubrique à l'information positive, valorisant l'activité économique dans ce qu'elle a de meilleur dans son apport au consommateur.

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

Conforme au mandat mentionné en section 3.a, ainsi qu'à la Charte déontologique et valeurs de la RTS, avec réserves mentionnées ci-dessus sur la forme de la critique.

5. FORME DE L'EMISSION

a) Structure et durée de l'émission

Sujet principal de 25 à 35 minutes, suivi de séquences plus courtes sur d'autres thèmes. La structure de 45 minutes est adéquate. Elle permet un vrai traitement des sujets et alloue au téléspectateur de s'approprier un grand nombre d'informations utiles.

A l'exemple de l'émission du 27 avril 2021, le choix de deux sujets totalement disparates - Le bouillon et les voitures hybrides ou électriques - surprend et paraît peu judicieux.

b) Animation

L'animation est plutôt appréciée. Les animateurs ouverts et sympathiques passent bien à l'écran. Mentionné plus haut, nous sommes cependant critiques sur la manière de trop souvent se réjouir des défauts mis à jour dans les tests.

Un ton insidieux ou ironique s'avère crispant et peut dénoter une forme de manque de discernement. Par rapport au traitement véritablement vindicatif et sentencieux d'ABE dans le passé, les progrès sont néanmoins réels.

c) Originalité

Elle repose d'abord sur une sélection originale de sujets, laquelle soit à la fois d'intérêt collectif et d'actualité. Le premier critère est rempli. Le second plus subjectif, néanmoins tous les thèmes sont nouveaux, qu'ils collent à l'actualité – comme les thématiques Covid - ou la créent.

6. VOLET INTERNET ET COMPLEMENTS MULTIMEDIA DE L'EMISSION**a) Enrichissements**

- ABE.ch – c'est la section ABE sur le site des émissions RTS. La version en ligne est accompagnée d'articles descriptifs des séquences ainsi que des résultats des tests. Il y a un vrai travail de vulgarisation générale.
- Les sujets sont présentés avec un texte introductif et des références complémentaires à l'émission. Les vidéos sont sous-titrées.
- ABE signé, grande valeur ajoutée.
- Facebook. 13550 abonnés. A titre de comparaison le groupe Facebook de l'émission conso de la RTBF «On n'est pas des pigeons » comprend 287'000 membres, mais il s'agit d'une émission quotidienne.
- En Suisse, les posts les plus appréciés atteignent la centaine de *like*, sinon la majorité semble osciller entre une dizaine et une quarantaine. Il y a une véritable stratégie d'animation sur facebook avec plusieurs posts par semaine.
- On y trouve une synthèse des rubriques, des compléments, des sujets d'enquête d'un jour, des bons plans ou bonnes astuces, le dialogue existe avec commentaires « filtrés » sur des plaintes et des expériences personnelles,
- également via l'émission radio « On en parle ». A noter que la complémentarité radio n'a pas été analysée.

b) Complémentarité

Voir ci-dessus a)

c) Participativité

Les sujets sont souvent fondés sur l'appel lancé par ABE au public, pour dénoncer et signaler des problèmes qu'ils rencontrent en tant que consommateurs.

Dans cet esprit, ABE devient leur avocat et se substitue, le cas échéant, à la démarche directe entre les consommateurs et les acteurs économiques. Cela peut aller jusqu'à l'obtention d'une procuration donnée par les consommateurs à ABE. Pour ou contre ? L'accompagnement d'un témoin ou d'un lésé constitue-t-il une entorse au principe d'indépendance journalistique ? les avis divergent au sein du groupe de travail sur la procédure suivie, néanmoins les cas considérés – garages / recouvrement / orthodontie – sont tous d'intérêt public.

7. RESUME DES COMMENTAIRES DEPOSES SUR LE SITE RTSR.CH

2 commentaires : « C'est une émission incontournable », « L'émission me captive ».

A propos de l'analyse des tests, il est suggéré de donner des échelles de grandeur qui soient mieux compréhensibles. Par exemple, à partir de quelle quantité absorbée un additif devient-il vraiment problématique pour la santé ? « Ce genre de mise en

perspective permettrait à la fois de ne pas s'inquiéter de tout et de rien, sans minimiser tout et rien à la fois »

8. **AUTRES REMARQUES**

Le partenariat avec la FRC, lorsque celle-ci s'exprime en qualité d'expert, peut être problématique en termes d'objectivité, cette organisation n'étant pas neutre politiquement et même parfois partisane. Son actuelle secrétaire générale, Sophie Michaud Gigon, est une élue fédérale, membre des Verts.

Dans cet esprit, la RTS devrait s'appliquer à trouver d'autres organismes comparables mais neutres politiquement, ou marqués différemment sur le plan politique pour un meilleur équilibre des propos.

9. **RECOMMANDATIONS**

- a. Davantage de recul dans la présentation des résultats des enquêtes.
- b. Donner une place plus importante à l'information positive, en mettant en exergue un bon produit ou une bonne pratique dans la proximité romande.
- c. Dans le même esprit, illustrer les réalisations d'acteurs économiques, non pas uniquement sur le plan des lacunes, mais aussi sur leur apport positif à l'endroit des consommateurs.
- d. Dans la mesure du possible, il semblerait préférable lors d'une émission, de combiner deux sujets plus homogènes du point de vue thématique.
- e. En postface, durant l'émission ou dans les compléments, discuter brièvement en toute transparence le choix des invités ou des produits testés. On nous parle des acteurs économiques qui refusent de témoigner, mais pas des choix de la rédaction, des raisons qui ont orienté ces invitations-ci plutôt que d'autres.
- f. Poser un regard critique sur les labels de consommation existants, et en faire régulièrement l'objet d'analyses, (pensant notamment à l'émission sur l'or où une ONG prend parti pour un label. Est-ce un avis neutre et indépendant ou du marketing. On n'en saura pas plus. Souvenons-nous néanmoins que l'exploitation d'un label est un *business* lucratif.)
- g. L'habillage sonore gagnerait à s'enrichir de plusieurs variations musicales.

10. **QUESTIONS AUX RESPONSABLES DE L'EMISSION**

- a) Quel est le suivi assuré par ABE à l'endroit d'acteurs dénoncés dans l'émission. Exemple : le coût de la panne, les six garages pris en faute pour leur contrôle de sécurité incomplet, quelle suite a donné l'émission auprès de ces garages, qui peuvent être gravement touchés par une perte de confiance auprès de leur clientèle ?
- b) Comment ont évolué les ressources de la production en passant de l'ancienne formule à la nouvelle qui a débuté en 2020 ? en hausse, en baisse, ou stables ? L'émission alémanique Kassensturz dispose-elle de plus de moyens ?

- c) Quelle est la proportion ou le nombre d'entreprises qui, chaque année, refusent de participer à l'émission?
- d) Le magazine ABE fait-il l'objet de procédures externes ou plaintes pour défendre une réputation ou des intérêts, demandes de correctifs, etc ?
- e) Pourquoi avoir juxtaposé deux thèmes si dissemblables : bouillons vs Voitures hybrides ?
- f) Comment rendre davantage transparents les choix éditoriaux dans l'intérêt du public ?

Genève, 9 juin 2021
Claude Baumann