

Le Québec, sans cesse à la recherche d'authenticité

TÉLÉS DU MONDE (3/5) Une opportunité de marché pour la Belgique

- ▶ Suite de notre tour du monde des télévisions avec le Québec.
- ▶ Il est la troisième province canadienne en termes de production de contenus télévisuels.

Pendant une semaine, *Le Soir* a décidé d'élargir un peu plus sa lunette et d'aller voir ce qui fonctionne le mieux à la télévision dans le monde. Après le Danemark et la Corée du Sud, c'est le Québec qui est aujourd'hui passé à la loupe. Il sera suivi par Israël et l'Asie centrale.

1 Point fort : l'authenticité. Le thème à succès de la télévision québécoise, c'est l'authenticité. « *Les téléspectateurs souhaitent voir abordés sans fard des sujets du quotidien* », souligne le rapport de l'Observatoire wallon des tendances avec lequel ce dossier a été réalisé. Plusieurs émissions québécoises à succès sont ainsi fondées sur cette tendance. Depuis un an, les téléspectateurs se passionnent par exemple chaque mercredi à 19 h 30 pour *Format familial*, un programme diffusé par Télé Québec. Présentée par un vrai couple entouré d'enfants, l'émission aborde toutes sortes de thématiques familiales, du rôle que doit occuper une belle-mère au test des meilleures pantoufles pour l'hiver, en passant par des conseils pour faire les meilleures recettes avec ses enfants. Une deuxième saison est annoncée par Télé Québec, qui continuera à surfer sur la vague de l'authenticité en proposant dès la rentrée un magazine social hebdomadaire qui évoquera des thèmes tels que la paternité tardive, les surdoués ou encore l'impact du pouvoir économique des femmes sur la société.

Autre créneau à succès pour les chaînes : les programmes qui recueillent les confidences de célébrités. Citons par exemple *Viens-tu faire un tour ?*, où, chaque semaine, l'animateur embarque des célébrités dans une voiture de collection pour vi-



Sébastien et Bianca présentent l'émission « *Format familial* ». © D.R.

siter des lieux qui les ont marqués. Ou encore *Été indien*, un talk-show franco-québécois présenté par Michel Drucker et Julie Snyder diffusé l'été dernier sur TVA ainsi que, en France, sur France 2 et TV5 Monde. Un rendez-vous suivi par près d'un téléspectateur québécois sur deux. À noter aussi que le Québec tente de percer avec ses propres séries. Si elles sont plébiscitées au niveau local, elles ont encore du mal à s'exporter hors des frontières du Canada.

2 Point faible : le voyeurisme indécent. Le public québécois sanctionne presque systématiquement les programmes qui se disent authentiques mais qui glissent vers le voyeurisme. Première victime ? La télé-réalité. Les audiences de plusieurs programmes s'essouffent, tandis que d'autres sont tout simplement bou-

dés. C'est le cas des *Persévérants*, un programme qui se voulait pédagogique en proposant de suivre neuf adolescents à problèmes qui participent à un stage intensif de formation à la réussite. Il a provoqué un malaise auprès des téléspectateurs. Même sort pour *Quel âge me donnez-vous ?*, une émission fondée sur le concept du relooking, où des femmes enfermées dans une boîte en verre étaient soumises aux regards des passants. « *Dégradant* », ont jugé les Québécois.

3 La particularité : une opportunité de marché. Les Québécois sont très fidèles aux émissions en langue française auxquelles ils réservent environ 92,9 % de leurs heures d'écoute. Et si le Québec peut se vanter d'être la troisième province canadienne en termes de production de contenus télévisuels, les chaînes québécoises

LE QUÉBEC

Deux chaînes publiques

Le Québec dispose de deux chaînes publiques. D'une part, ICI Radio-Canada Télé, le service de diffusion public national, en français, financé par le parlement canadien. Et d'autre part, au niveau provincial, Télé Québec, soutenue par le gouvernement du Québec. A leurs côtés, trois grands groupes privés occupent le marché, dont Québecor et sa chaîne TVA, qui domine les audiences.

N.J.

sont à la recherche de programmes francophones pour compléter leur grille. « *Pourquoi ne pas exploiter cette proximité linguistique et jeter des ponts entre le marché de la Fédération Wallonie-Bruzelles et le Québec ?* », glisse l'Observatoire wallon. Séries dramatiques, nouveaux formats de télé-réalité ou programmes jeunesse retiendraient l'intérêt du Québec. ■

NOËLLE JORIS

DEMAIN : ISRAËL