

< 21 août 2007 >

Recyclages

De Romands d'aventures à Georgette et ses potes

On peut se demander dans quelle mesure la TSR ne devient pas, parfois, une entreprise de recyclage. Il ne faut certes pas flétrir le fait d'aller voir chez les autres ce qui fonctionne bien ou ce qui pourrait, en fonctionnant bien, être adaptable à des besoins propres.

Dans un temps fort, fort lointain, il y avait en France *La chasse au trésor* qui fit briller Dieuleveult avant sa disparition probablement tragique au Congo. Des concurrents en studio déchiffraient une énigme et donnaient des ordres à un chasseur disposant d'un hélicoptère pour trouver le trésor. Jean Antoine fut le producteur de ce jeu du début des années quatre-vingts, repris dans une vingtaine de pays. De modification en modification, c'est devenu *La Carte aux Trésors*. Deux équipes, disposant chacune d'un hélicoptère, doivent résoudre dans le temps le plus court possible différentes énigmes. On additionne simplement les victoires pour trouver le gagnant. Une telle émission propose donc un jeu amusant à suivre et en même temps fait découvrir une région dans ses beautés touristiques et insolites. L'intérêt subsiste presque toujours durant les deux heures d'antenne.

La TSR s'est parfois associée à cette série généralement estivale de France 3 avec beaucoup de succès. Elle n'a pas les moyens d'en faire autant.

Romands d'aventures



Logo Romands d'aventure

Un recyclage par transposition

Mais on peut prendre le même concept, avec une ou deux énigmes culturelles à résoudre, une épreuve physique et un exploit culinaire à accomplir. On mesure les temps, on établit un classement, on attribue des points. Une sélection a permis de former six équipes de deux personnes, Genève, Vaud, Valais, Fribourg, Neuchâtel et Jura(s) (un concurrent vient de la Berne francophone et l'autre du canton du Jura – il n'y a pas encore eu de mouvement de protestation face à une «réunification par le jeu» !). Chaque semaine voit trois équipes s'affronter, qui obtiennent finalement six, quatre et deux points – si j'ai bien compris. Certes, ce ne sont pas les mêmes règles que pour *La carte aux trésors*, mais il y a des ressemblances. Du recyclage par transposition !



Khany et Béatrice Barton (photo TSR)

Béatrice Barton avait à peine mis fin aux tentatives juridiques de conciliation de la cuvée 2006 qu'elle s'est donc attelée à l'expérience de 2007, avec les sélections préalables, les préparatifs des six émissions et de la finale. De quoi occuper quelqu'un à plein temps ? On ose s'interroger faute de savoir répondre.

Trop de hors-champ

Dans *Romands d'aventures*, l'animatrice Khany au plaisant sourire peine à faire croire à sa spontanéité mais doit assurément charmer les concurrents hors antenne par son dynamisme qui doit perdre de son naturel quand tourne la caméra et enregistrent les micros.

On aurait pu avoir notre modeste *carte aux trésors*. Mais pourquoi diable faut-il qu'un manque de réflexion sur la conception du jeu rende le résultat assez peu séduisant ? Il aurait fallu plus de temps, donc plus d'argent, pour pouvoir mieux suivre ce qui se passe, mieux comprendre les hésitations, les bons raisonnements et les mauvais, suivre les concurrents qui s'essouffent et se font aider. On recourt trop abondamment au hors-champ – il se passe en effet plein de choses que l'on ne voit pas.



Trop court

Donc, recycler, adapter à nos réalités, élaborer nos propres règles, pourquoi pas. Mais que l'on conserve au moins le plaisir d'un jeu en cours de développement, que l'on nous en apprenne un peu plus sur les régions visitées, mieux qu'avec de petites conversations type sujet de «TJ», ces modules de cent vingt secondes au maximum. On a voulu faire une *Carte aux trésors* romande sans accorder à l'équipe de montage la denrée qui aurait permis de réussir l'émission : le temps. L'esprit clip presque partout, c'est regrettable !



Romands d'aventure: caravane de production (photo TSR)

Georgette et ses potes

Vous annoncez sur l'antenne un grand concours et fixez des conditions de recrutement : des centaines ou même des milliers de candidats et de candidates vont se présenter. Vous procédez à de larges éliminatoires pour n'en retenir dans un premier temps que quelques dizaines. C'est encore trop ! Alors, vous organisez, dans des conditions différentes, une nouvelle sélection, pour en arriver à un petit nombre, en format groupe d'une douzaine de concurrents. Le jeu peut vraiment commencer. Il s'agira aussi de trouver des modalités pour éliminer un candidat chaque semaine, qui fera en public ses adieux au groupe dans lequel il commençait pourtant d'être intégré. On fera participer le public en lui accordant le droit d'expulsion, parfois habilement transformé en droit d'exprimer ses préférences : l'expulsé est ainsi devenu le moins préféré.

A la fin il n'est restera que deux ou trois. Un nouveau mode de sélection permettra de désigner le grand vainqueur de l'année en établissant un vrai classement par préférences sans expulsion.



Asslam (photo TSR)

La TSR rejette la télé-réalité à la française !

Reconnaît-on dans cette description quelque chose qui ressemble plus ou moins à *Star Academy* de TF1 ou *Nouvelle Star* de M6, deux exemples de ce que l'on nomme aussi parfois «téléréalité» ?

Il se trouve que la TSR a souvent fait savoir qu'elle aurait honte d'en venir à cette forme parfois acceptable de télé-réalité à suspense, qui séduit ou émeut au détriment des concurrents accablés par leur tristesse devant la défaite ou laissant éclater leur joie de la réussite.



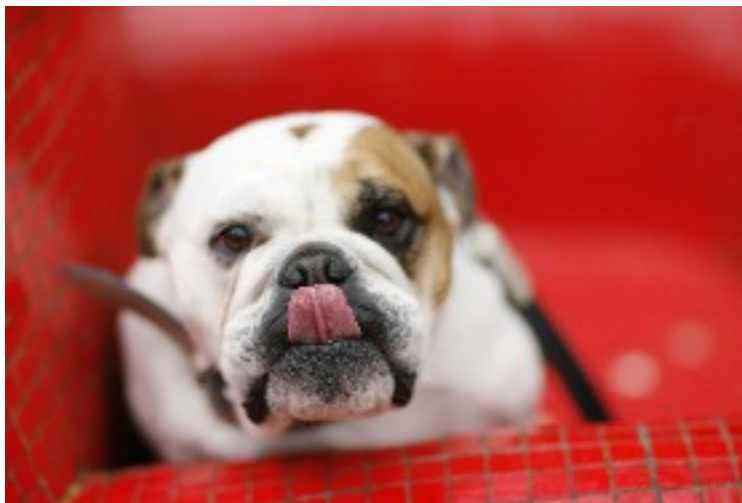
Yul, de son vrai nom Very White of Bully Rodger's (photo TSR)

Evidemment, si chaque semaine il y avait des centaines de milliers de Romands pour voter à septante centimes la communication, peut-être aurait-on droit à une émission de concours entre jeunes chanteurs débutants. A noter que les chaînes commerciales françaises qui bénéficient de ces appels ne font qu'une communication bien discrète sur le rendement financier.

La TSR ne craint pas de nous infliger une forme des plus surnoises de télé-réalité avec les exploits de Paris Hilton et Nicole Ritchie, certes en fin de premier rideau sur TSR2 le samedi soir. Heureusement, l'appât des gains téléphoniques n'existe pas chez nous qui sommes trop peu nombreux pour amplifier le mouvement.

L'astuce de la TSR

Astucieuse, l'idée romande : prenez six cents chiens et leurs propriétaires. Il en est qui se disent le «papa» ou la «maman» du toutou. Retenez-en quelques dizaines. Invitez trois jurés, professionnels des animaux, qui en ont sélectionné douze. Posez une question à chaque duo, un seul pourtant sachant répondre ! La nature de la réponse va permettre aux trois jurés d'éliminer deux concurrents chaque semaine, pour des raisons plus ou moins obscures.



Georgette (photo TSR)

Voilà *Georgette et ses potes*. Georgette est le nom d'un gros animal placide très bien dressé, ou très obéissant, ou belle peluche juste un peu animée. Les potes sont les concurrents présentés par une douzaine d'humains accompagnants, avec une majorité de femmes. Et voilà qu'après la séance du 3 août, Culiacan et Bianca furent invités à rester dans leur cher foyer : pas très bien compris pourquoi.

Y'en a point comme nous : on a enfin les mêmes émissions que les autres, juste un peu plus courtes, ce qui empêche de conserver les qualités qui naissent d'une durée rendant les originaux compréhensibles, et sans les vilains défauts démagogiques de la télé-réalité.

Attention : l'émission n'est pas déplaisante. On peut même dire pas mal. Mais pas beaucoup plus.



Vulcain (photo TSR)

Promo sur internet ?

Petit détail : on agrémente l'émission de produits pour chiens, sans donner trop de précision. Le renvoi au site www.tsr/georgette.ch donne l'adresse des fournisseurs cités dans l'émission, On peut ainsi acheter une de ces belles et confortables couches pour toutou aperçues pendant l'émission. Rien à voir avec un spot publicitaire. La promo est même gratuite. Elle ne passe pas à l'antenne. On la trouve seulement bien exposée sur le site. Est-ce une compensation pour service rendu à l'émission ? Je suis tout de même un tantinet gêné aux entournures par cette promotion par internet.

Fyly