

LE TEMPS

Temps Samedi 24 mars 2012

Le bulletin météo en passe de se réinventer

Par Etienne Dubuis

Le bulletin météo en passe de se réinventer Les nouveaux médias mettent les programmes télévisés traditionnels sous pression. Quelques dizaines de présentateurs météo se sont retrouvés à Genève pour parler avenir

Rarement autant de vedettes du petit écran se seront donné rendez-vous à Genève. L'Organisation météorologique mondiale et la Société météorologique de France ont réuni vendredi des dizaines de présentateurs météo d'Europe, d'Amérique, d'Afrique et d'Asie. Un rendez-vous qui s'est voulu studieux: après deux exposés, les participants ont été invités à partager leurs expériences et à défendre leur vision d'une profession appelée à se transformer ces prochaines années sous la pression des nouveaux médias. Echos de quelques réflexions.

Les bulletins météo sont-ils adaptés aux besoins des téléspectateurs?

«Les bulletins météo sont toujours aussi appréciés assure Evelyne Dhéliat, présentatrice sur TF1. Il suffit pour s'en convaincre de lire leurs taux d'audience exceptionnels. Année après année, les enquêtes d'opinion ne font que confirmer leur popularité.»

Il n'empêche. «Les téléspectateurs souhaitent essentiellement connaître le temps qu'il fera chez eux dans les un ou deux jours qui suivent», constate Jill Peeters, présentatrice météo sur la chaîne belge en langue flamande VTM. Il s'agit dès lors de savoir si ces deux objectifs sont aujourd'hui atteints. Les «un ou deux jours» ne posent pas de problème. Les présentateurs se targuent même de faire des prévisions à plus long terme, jusqu'à cinq jours et même plus. Le «chez eux», en revanche, représente un objectif inatteignable.

«Les gens voudraient qu'on leur dise s'il va pleuvoir dans leur jardin, explique Alex Goude, présentateur sur M6. Mais c'est là un rêve. Nous ne manquons pas seulement de temps. Dans son état actuel, la météorologie n'est pas assez précise pour nous livrer ce genre de renseignements. Pour compenser, et pour que le plus de gens possibles se sentent concernés, je prends soin de citer régulièrement toutes sortes de petites villes dans mes bulletins.»

Quelle est la meilleure façon de présenter la météo?

Nombre de présentateurs se contentent de réciter les informations qui figurent sur leurs cartes. Cette pratique a l'avantage de la précision. Mais plus d'un présentateur présent vendredi à Genève revendique une approche plus créative.

«Je scénarise systématiquement mes bulletins, remarque ainsi Alex Goude. Je les structure comme je construirais un récit avec une introduction, un développement et une conclusion en essayant de traiter les événements comme des personnages. Cela me permet d'insister sur l'évolution des conditions météorologiques plutôt que sur des prévisions chiffrées en des lieux précis, une approche qui me semble plus judicieuse et plus utile.»

Les nouveaux médias sont-ils des rivaux ou des alliés?

«Ce sont indiscutablement des alliés, répond Evelyne Dhéliat. Nous n'avons pas le temps de diffuser toutes les informations susceptibles d'intéresser le public. Après avoir donné l'essentiel dans le journal télévisé, nous pouvons maintenant renvoyer les téléspectateurs à notre site internet où les attendent des renseignements complémentaires.»

Présentateur sur la chaîne américaine WDIV-TV, Paul Gross est un adepte de l'utilisation des réseaux sociaux. «Nous les mobilisons pour promouvoir nos bulletins les plus intéressants et pour recueillir du matériel, informations ou photos, explique-t-il. L'été dernier, un événement majeur est survenu un week-end, alors que nous ne disposions que de deux cameramen. Nous avons alors lancé un appel pour qu'on nous envoie des images. Et nous en avons reçu une bonne quantité parfaitement utilisable.»

Les présentateurs restent-ils indispensables?

Administrateur du site français Infoclimat qui donne la météo en temps réel grâce à une armée d'amateurs éclairés, Sébastien Brana n'est pas un présentateur. Il ne doute pas pour autant de l'utilité de cette fonction. «Il faut quelqu'un pour transmettre les informations au grand public, commente-t-il, une personne capable de simplifier un message complexe tout en gardant le sens des nuances et en tenant compte des incertitudes. C'est un métier.»

«Les gens aiment depuis toujours qu'on leur raconte des histoires, poursuit Jill Peeters. Notre rôle est de transformer une masse de données techniques en un récit plaisant capable de susciter l'attention des gens et de rester dans leur mémoire. Et puis, à force de nous voir jour après jour traiter de notre domaine, les téléspectateurs considèrent que nous contribuons à la crédibilité de cet exercice périlleux qu'est la prévision météorologique.»

Quelles nouveautés nous réservent les bulletins?

«De nombreuses nouveautés se profilent, confie Alex Goude, notamment des images en trois dimensions capables de donner un meilleur rendu des phénomènes météo et des écrans tactiles permettant de feuilleter des images ou d'utiliser des zooms. De quoi rendre nos bulletins à la fois plus clair et plus amusant.»

«A partir d'août prochain, nous allons recourir davantage à l'image et à l'interactivité, confie Jill Peeters. Nous utiliserons par exemple les photos que nos téléspectateurs nous enverront pour animer nos bulletins. L'image d'un Flamand sous le soleil parisien nous permettra par exemple de raconter la remontée d'une haute pression sur la Belgique.»

LE TEMPS © 2012 Le Temps SA