

médias tic

le journal des sociétés de
radiodiffusion et de télévision
de la Suisse romande (SRT)

DÉCEMBRE 2021
JANVIER 2022
N° 219

DOSSIER

Les enjeux de
la publicité et du
sponsoring à la RTS

INSTITUTION

Diversité à la RTS :
conclusions du dialogue
avec le public

RENCONTRE

Elodie Crausaz,
journaliste sportive

L'INVITÉE DES SRT

Sylviane Messerli,
directrice de
Mémoires d'Ici

UNE NOUVELLE GRILLE POUR LA PREMIÈRE

CERTAINES ÉMISSIONS PASSERONT À
LA TRAPPE, D'AUTRES SERONT REPENSÉES
ET DE NOUVEAUX RENDEZ-VOUS FERONT
LEUR APPARITION DÈS LE 10 JANVIER.

Une publication de la

rtsr Radio
Télévision
Suisse
Romande
rtsr.ch



RTSR © Anne Bichsel

ÉDITO

Par **Mario Annoni**
Président de la RTSR

La RTSR deviendra la SSR Suisse romande (SSR.SR)

Le Conseil régional vient d'adopter pour la RTSR une nouvelle identité et une stratégie régionale. Selon un plan de communication qui devra être concrétisé l'année prochaine avec la collaboration des SRT, la Suisse romande se familiarisera dès le début de l'année 2022 avec les nouveaux noms de la RTSR et des SRT cantonales: **SSR Suisse romande (SSR.SR)**, **SSR Berne (SSR.BE)**, **SSR Fribourg (SSR.FR)**,... On confond encore souvent la RTSR et la RTS. Avec ce changement, la distinction sera plus claire et le public nous reconnaîtra mieux comme une entité appartenant à la SSR. Les associations des autres régions linguistiques ont d'ailleurs déjà fait ce pas ou le feront prochainement. Quant à notre stratégie (www.rtsr.ch/a_la_une/ssr-sr2022), elle déclinera de manière cohérente les objectifs découlant de nos missions: consolider l'ancrage de la RTS dans toute la Suisse romande; encourager et animer le dialogue entre les médias de service public et la société; débattre de manière constructive des prestations de l'audiovisuel public suisse et enfin, permettre à nos membres d'acquérir de nouvelles connaissances sur les médias de service public et influencer le débat sur ces derniers.

Nous continuerons de nous engager pour que la RTS ait toujours à l'avenir les moyens d'offrir aux Romandes et aux Romands des contenus audiovisuels de qualité et nous mettrons en pratique les valeurs qui nous tiennent à cœur, à savoir la diversité, la qualité, l'indépendance, la responsabilité, le dialogue, l'ouverture et la créativité. Je me réjouis de l'ouverture des différents chantiers qui s'annonce pour 2022 ainsi que du nouvel élan qui sera ainsi donné à notre association et vous souhaite de joyeuses fêtes et une très belle nouvelle année.

Vous découvrirez la nouvelle identité de la SSR.SR et des sociétés cantonales dans le Médiatic No 220.

RAPIDO COUP DE CŒUR

Notre tournée de projections publiques et gratuites a redémarré !

Notre association a le grand plaisir de proposer à nouveau au public de Suisse romande, après une longue pause forcée, une tournée régionale de projections. L'occasion de mettre en lumière la richesse et la qualité des coproductions de la RTS. Cette année, les documentaires sont à l'honneur. Un genre qui raconte le réel et qui peut à la fois être source d'émerveillement et vecteur de questionnement. Pour la première, le public neuchâtelois a eu le plaisir de découvrir *Lynx*, un film sublime de Laurent Geslin qui nous invite à suivre les traces de ce félin discret et fascinant. Les projections

se sont poursuivies à Genève puis Sion. Cette fois avec *Journal d'une ambulancière* de David Nicolas Parel. Ce documentaire immersif suit le quotidien de Mégane, jeune ambulancière tout juste diplômée. Cette tournée se prolongera en 2022 dans chacun des cantons romands (Berne, Fribourg, Jura, Vaud). N'hésitez pas à venir accompagné-e, ces projections sont ouvertes à toutes et tous !

@ Consultez régulièrement notre agenda pour être au courant des prochaines dates de cette tournée de projections publiques et gratuites : www.rtsr.ch/agenda



Laurent Geslin répond aux questions du public lors de la projection à Neuchâtel le 10 novembre dernier.

© RTS

RETRO

PLAY SUISSE A SOUFFLÉ SA PREMIÈRE BOUGIE

Le 7 novembre 2020, la SSR lançait sa plateforme de streaming Play Suisse, pour raconter la Suisse en rassemblant sous un même toit ses films, séries et documentaires. La plateforme de streaming de la SSR compte désormais 340 000 comptes utilisateurs et s'est imposée, d'après l'étude Digimonitor, comme la deuxième plateforme de streaming la plus regardée en Suisse.

A l'occasion de son anniversaire, Play Suisse propose dès à présent, réunis pour la première fois sur une plateforme de streaming, les dix plus grands succès du cinéma suisse, à retrouver sous la rubrique éponyme dédiée.

@ Pour accéder aux contenus, il suffit de s'enregistrer gratuitement sur www.playsuisse.ch



© SSR

INSTITUTION

NOMINATION DE NATHALIE ABBET AU POSTE DE SECRÉTAIRE GÉNÉRALE DE LA RTSR



© Peter Photos

Nathalie Abbet

Suite à la décision d'Eliane Chappuis de prendre une retraite anticipée, le Comité régional de la RTSR, présidé par Mario Annoni, a nommé Nathalie Abbet comme future secrétaire générale de la RTSR. Actuellement doyenne administrative à l'École secondaire de Coppet-Terre Sainte, elle prendra ses fonctions le 1^{er} février 2022. Le Comité régional a été convaincu par le profil très transversal de Nathalie Abbet, son entregent, son sens politique ainsi que sa riche expérience de doyenne d'un collège.

LU

UN CONDENSÉ DE BONNES NOUVELLES PAR E-MAIL

Les rédactions de l'actualité de la RTS ont lancé une nouvelle newsletter intitulée *Suisse Good*, qui compile chaque semaine des sujets réjouissants, afin de faire le plein d'infos locales et positives avec des titres comme: «Des meubles légers contre la solitude», «Changer le CO2 en pierre» ou encore «Une maison autosuffisante». Cette lettre d'information permet aux abonné-es de (re)découvrir des contenus originaux TV, radio ou digitaux positifs de la semaine. «Le journalisme constructif n'est pas forcément un journalisme léger. Pour reprendre l'expression du journaliste danois Ulrik Haagerup qui l'a baptisé ainsi, ce n'est pas voir la vie avec des lunettes roses, mais plutôt parler de sujets problématiques et importants en y apportant des pistes de solution», explique Christophe Schenk, qui en assure la rédaction.

@ Pour vous inscrire à cette infolettre:
www.rts.ch/info/suisse/12591302.html



Image du documentaire *L'ours en moi*

© Roman Droux

VU

GRILLE DES FÊTES, MORCEAUX CHOISIS

- Le 25 décembre à 17h05 sur RTS 1 : point d'orgue des festivités autour des 50 ans du Kiosque à Musiques, une grande soirée TV avec des archives mais surtout des prestations d'artistes et la découverte du gagnant du « Grand concours des Musiques Populaires ».
- Les 25 décembre, 1er et 8 janvier à 18h45 sur RTS 1 : pour Mission Apprentis, huit jeunes apprentis-romand-es ont accepté de relever un défi inédit : réaliser, sous l'œil des caméras et dans un temps limité, une mission confiée par un véritable client et s'appuyant sur une situation concrète du quotidien.
- Les 28 décembre et 4 janvier à 20h05 sur RTS 1 : dans Mon animal et moi, des Romand-es racontent des histoires extraordinaires sur leur vie avec les animaux : un éleveur et son hibou, un agriculteur et ses lamas, des personnes âgées ou des enfants autistes accompagnés d'animaux « thérapeutes » comme l'âne et le lémurien.
- Le 2 janvier à 17h sur RTS 1 : le chercheur bernois David Bittner emmène pour tout l'été le réalisateur Roman Droux là où les ours commandent, en Alaska. En découle le documentaire *L'ours en moi* dont les images sont imprégnées de tendresse et de poésie.

PHOTO-TÉMOIN

LES COULISSSES DE LA RTS EN VIDÉO

En raison de la pandémie et pour préserver les équipes, les occasions de découvrir les coulisses de la RTS, sur site, sont encore rares. Mais, pour garder le lien, que diriez-vous de visites en vidéo ?

De la rédaction de RTS Sport à Couleur 3 en passant par le secteur Décors et Accessoires, le service communication de la RTS a préparé une série de vidéos courtes et captivantes qui nous font voir l'envers du décor d'un média de service public.

@ Retrouvez toutes les vidéos sur la page www.rtsr.ch/a_la_une, dans la catégorie « RTS »



RTS © Capture d'écran

La publicité et le sponsoring ont financé 13% du budget de la SSR en 2020. Une part qui ne cesse de baisser. Pour rester attractive auprès des annonceurs, la RTS déploie diverses stratégies. Éclairage.

Que faire quand la publicité ne fait plus recette ?

Par Marie-Françoise Macchi

Plus de publicité, plus de télévision.... La sentence est provocante mais réelle pour les médias TV privés qui ne perçoivent pas de redevance. Le service public est, lui, financé à 81% par la redevance. N'empêche qu'à la SSR, à l'heure de boucler les comptes en 2020, on s'est inquiété devant l'effritement des recettes en une année: moins 30,7 millions de francs pour la publicité, moins 2,2 millions pour le sponsoring. Si le Covid-19 a dopé les audiences télé, les annonceurs n'ont pas tous suivi, freinés dans leurs activités.

Au moment où se profile 2022, on peut se demander «quels sont les enjeux et perspectives pour la publicité et le sponsoring à la RTS». Cette interrogation était au centre de la rencontre institutionnelle de la RTSR organisée à Lausanne le 24 novembre dernier. En marge de la manifestation, nous avons fait appel à l'expertise des deux principales intervenantes: Danièle Nouboudem-Benz est responsable des revenus publicitaires TV et Anne-Claire Meiller, cheffe du service Sponsoring.

Deux domaines distincts

«Si le sponsoring et la publicité sont deux activités proches, elles ne répondent pas aux mêmes besoins de la part des marques ni aux mêmes processus de commercialisation, précise d'emblée Anne-Claire Meiller. En sponsoring, le partenaire vise, outre le public cible de l'émission, l'influence positive de l'émission sur sa marque, via ce qu'on appelle le transfert d'image.» «En publicité, enchaîne Danièle Nouboudem-Benz, l'annonceur cherche avant tout la performance, les contacts avec son public cible, dans un environnement de qualité.» A cela s'ajoute l'organisation des équipes de vente, bien différente d'un domaine à l'autre. La régie Admeira vend les espaces publicitaires des quatre unités d'entreprise. Les recettes alimentent le budget de la SSR et le tout est redistribué selon une clef de répartition financière solidaire.

Côté sponsoring, les unités d'entreprise disposent chacune d'une équipe de vente propre qui propose l'ensemble des programmes de la SSR sur son marché régional. Les recettes des programmes sponsorisés reviennent à l'unité d'entreprise concernée.



Anne-Claire Meiller et Danièle Nouboudem-Benz lors de la rencontre institutionnelle de la RTSR organisée à Lausanne le 24 novembre dernier.

Avant janvier 2020, la vente du sponsoring pour la RTS, SRF, RSI et RTR était aussi opérée par Admeira: «Nous avons eu besoin d'une équipe de vente qui soit encore plus proche des programmes, au courant des derniers changements dans les thématiques des émissions, des nouveautés. Cette proximité nous permet d'être plus réactifs auprès des sponsors.»

L'année 2021 s'achève sur des résultats moins catastrophiques qu'escomptés grâce à des rajouts budgétaires d'annonceurs non prévus. Pour 2022, le marché reste fluctuant à cause de la crise sanitaire notamment. «L'incertitude du marché et des investissements des sponsors contraint nos équipes à travailler à courte échéance, 2-3 mois avant la diffusion sponsorisée en TV. Avant, nous nous projetions à 6 mois», relève Anne-Claire Meiller.

Le travail des équipes commerciales s'inscrit bien sûr dans le cadre légal posé par l'Office fédéral de la Communication (OFCOM). Celui-ci interdit, entre autres, la publicité pour les alcools forts, le tabac, les médicaments vendus sur ordonnance. Il limite la pub à 12 minutes par heure et à 15% du temps d'antenne/jour. De plus, la SSR se fixe un certain nombre d'autolimitations afin

de répondre au mieux aux exigences de la concession. Pour préserver l'expérience du public devant la fiction et les documentaires suisses, elle s'interdit les coupures publicitaires au milieu de ces contenus. Pour éviter tout risque de mauvaise interprétation par le public et tout conflit d'intérêt avec les marques, la RTS renonce au sponsoring de ses émissions de consommation comme *ABE* et *On en parle*.

Le marché publicitaire est donc dépendant de paramètres liés au contexte économique, sanitaire, politique, légal, impossible à maîtriser. Heureusement, il est des mesures possibles à prendre qui contribuent à infléchir positivement le marché. Cela passe notamment par des offres innovantes. En effet, les annonceurs voient leur budget de communication rapetisser et il faut les convaincre que leur investissement porte sur un projet qui fasse sens, comme le détaille Anne-Claire Meiller: «L'opération de solidarité *Tout est possible* qui succède à *Cœur à Cœur* est un exemple typique d'offre dite à 360 degrés. On propose un dispositif classique de sponsoring en radio, en TV et en plus, le sponsor a un stand dans les lieux où se déroule l'opération et son logo est associé à nos dispositifs promotionnels.

Publicité et sponsoring à la RTS : enjeux et perspectives

Anne-Claire Möller et Danièle Nouboudem-Benz
Mardi 29 novembre 2021



Gilles Marchand, directeur général de la SSR, expose les enjeux de la publicité et du sponsoring pour le service public audiovisuel lors de la rencontre institutionnelle 2021 de la RTSR

Tout le département impliqué

Ce concept d'offre globale séduit et peut déboucher sur des collaborations fructueuses: un annonceur va à la fois parrainer le programme et placer de la publicité dans le bloc qui précède l'émission et même lors de la coupure pub. Ce fut le cas pour le divertissement *Kids Voice Tour*. La RTS tend par ailleurs à privilégier des offres transversales. Par exemple, à l'occasion des 50 ans du *Kiosque à Musiques* outre le sponsoring radio et tv, un concours a été organisé, des produits dérivés créés... «Les compétences des collègues de l'ensemble du département Communication & Marketing sont ainsi mobilisées», souligne la cheffe du service sponsoring.

«En publicité aussi, la tendance est de concevoir des offres personnalisées qui répondent aux besoins spécifiques de chaque annonceur», observe pour sa part Danièle Nouboudem-Benz, responsable des revenus publicitaires TV. L'argent de la pub contribue à hauteur de 10% du budget de la SSR. Ce n'est pas rien. Entre autres, dû à cette part qui fond, des mesures d'économies drastiques (voir encadré) ont été prises par étape. Le contexte est âpre pour le service public. Les gens consomment les médias à tout moment, sur tous les supports. Résultat? Les fameux contacts que recherchent les annonceurs sont dispatchés de partout. A cela s'ajoutent la forte concurrence entre une myriade de chaînes et les 15-35 ans qui délaissent la télé en linéaire au profit des plateformes en ligne. Logiquement, les annonceurs investissent sur la publicité online, là où vont les utilisateurs-consommateurs.

Publicité TV, une performance garantie

Interdit de publicité digitale, le service public cultive néanmoins ses atouts pour rester attractif sur le marché publicitaire: «Nous insistons auprès de nos clients sur la qualité premium et la fiabilité de nos programmes, sur leur contenu proche des intérêts du

public», avance Danièle Nouboudem-Benz. Autre argument clef, l'annonceur sait à quel retour sur investissement il peut s'attendre. Le nerf de la guerre, c'est la performance: «On fait une projection des audiences attendues, basées sur l'expérience de l'année précédente, en tenant compte de la météo, du type de programme et son public cible, d'éventuels événements diffusés sur la chaîne en face. A partir de ces données statistiques complexes et selon la place du bloc publicitaire choisi, le prix du spot est calculé par 1000 contacts. Une garantie de performance est donnée aux annonceurs. Tant qu'elle n'est pas atteinte, le spot est rediffusé.» Le prix des 30 secondes de pub, diffusées à 8h sur RTS 2, coûtera chf 100.- mais il grimpera à plus de chf 12000.- pour un passage le dimanche à 20h sur RTS 1.

Enfin, la technologie se met au service des annonceurs. Aujourd'hui, un tiers de la consommation télévisée se fait en différé. Et l'avantage de la fonction replay, c'est qu'elle permet aux utilisateurs de sauter la pub: deux tiers le font. Les chaînes TV perdent des contacts et l'incidence sur les recettes publicitaires est conséquent. Des

discussions sont en cours entre partenaires de la branche pour imposer les annonces: «Même pendant la fonction pause, une image pourrait apparaître, idem lors de l'avance rapide. Techniquement, c'est réalisable», assure Danièle Nouboudem-Benz. Maintenir le replay avec ses fonctions actuelles deviendrait une option payante. Reste à définir si, comment et sous quelles conditions ceci serait réalisable... La question est en suspens.

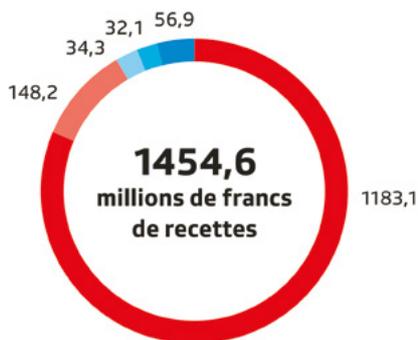
DÉGRINGOLADE

- Depuis 2017, le recul cumulé des recettes commerciales de la SSR s'élevé à plus de 85 millions de francs.
- Les recettes de la publicité de la SSR représentaient 201,9 millions de francs en 2018 mais seulement 148,2 millions de francs en 2020.
- Pour faire face à la baisse des recettes publicitaires et couvrir l'augmentation des charges, la RTS devra économiser environ 15 millions de francs d'ici à 2024. Voire 5 millions supplémentaires en 2025 si la situation ne se stabilise pas.

Recettes

en mio. de francs

■ Redevance ■ Publicité TV ■ Sponsoring
■ Produit du programme ■ Autres recettes



La publicité et le sponsoring représentaient respectivement 10% et 3% des recettes de la SSR en 2020 (source: rapport de gestion SSR 2020)

Économiser sans toucher à la qualité ni à la richesse de l'offre, tel est le mantra d'Ambroise Jolidon, chef d'antenne de La Première, dont la grille des programmes va être remodelée. On passe en revue avec lui les principaux changements.

Dès le 10 janvier, écoutez la différence

Par Marie-Françoise Macchi

En juin dernier, la Direction de la RTS annonçait vouloir « revoir profondément la grille de La Première, avec un projet qui puisse répondre au besoin d'économies et de rajeunissement du public ». Dès le lundi 10 janvier, l'auditoire évaluera le résultat. Des émissions comme *Premier rendez-vous*, *A l'abordage*, *On va vers le beau*, *Altitudes*, *Alice s'émerveille* vont passer à la trappe. D'autres changeront de format ou de rythme de diffusion, l'info du week-end sera rabotée...

« Une économie de 8% a été réalisée, laquelle fait suite à des coupes budgétaires successives, d'où la difficulté de l'exercice », reconnaît Ambroise Jolidon. Le responsable d'antenne de La Première et Véronique Marti, cheffe de l'unité Société de la radio ont dû se montrer créatifs pour conserver l'ADN de la chaîne généraliste: « L'important a été de sauvegarder les thématiques et la richesse des contenus. Les économies ont été réalisées principalement sur les moyens de production », concède le responsable. Des émissions très léchées, exigeantes en termes de réalisation, ont aussi été repensées.

Si le média radio voit son audience traditionnelle s'étioler et son public vieillir dans tous les pays, l'audio en revanche reste bien vivant. Les programmes s'écoutent sur les plateformes, les contenus sont partagés sur les réseaux sociaux, les podcasts originaux éveillent la curiosité. Avec son savoir-faire, la RTS espère bien capter ce public-là, plus jeune, via le digital. Il convient de le happer avec un contenu qui réponde à ses questionnements, sur un ton adéquat. C'est aussi un des objectifs visés avec cette grille remaniée.

Une matinale 6h-9h plus cohérente

Premier changement en semaine où 3 heures d'info en continu accompagneront les auditeurs. Le 6h-8h reste pareil. Ensuite une tranche 8h-9h a été créée, composée de *Tout un Monde* suivie de *Médialogues*. « La première émission parle de géopolitique, la seconde de médias mais toutes deux ont des approches similaires dans le traitement de la matière, elles analysent, prennent du recul », relève Ambroise Jolidon. *Médialogues* retrouve ainsi un rythme quotidien, comme à ses débuts. Antoine Droux reste aux



Ambroise Jolidon, chef d'antenne de La Première

manettes, satisfait d'ouvrir le champ de couverture actuelle. « J'imagine aussi, dit ce dernier, recevoir davantage de collègues journalistes et qu'ils emmènent notre public dans les coulisses de « la fabrique de l'info », à l'heure où se dessine une certaine méfiance envers les médias. » On en parle prend l'antenne de 9h à 10h puis la matinée se poursuit selon le programme habituel. Dans ce jeu de domino *Gare à vous* perd sa demi-heure quotidienne. Le rendez-vous de Duja devient hebdomadaire, le samedi de 10h à 11h.

L'après-midi, place aux nouveautés

Avec *Dis pourquoi?*, Lucas Thorens est seul maître à bord d'un rendez-vous inédit de 14h à 15h. Il passera l'heure à se demander pourquoi ci, pourquoi ça, avec le sens de l'absurde qu'on connaît au trublion. « Il a une écriture qui lui appartient, une vraie signature. C'est un peu notre Edouard Baer », avance Ambroise Jolidon. Arrive ensuite le duo Pauline Vrolix et Simon Matthey-Doret, qui coproduiront et coanimont *Drôle d'époque* entre 15h-17h, une émission orientée vers la société: « Nous explorerons les interactions entre l'individu

et le collectif, tout cela dans un contexte de profondes mutations. Nous souhaiterions donner des thèmes à chaque journée, du type philo/spiritualité le lundi, politique le mardi, etc. », confie Simon Matthey-Doret. Emilie Gasc maintiendra des séquences sur le mode de ses *Humans of Suisse* et *Brouhaha* conserve sa présence le mercredi. La soirée se poursuivra selon la grille habituelle.

Le dimanche après-midi, livres et voyages

Quartier livre, un talk, axé sur la lecture dans un sens large, prendra place de 16 à 17h. On y parlera romans, BD, mangas avec des auteurs, libraires, bibliothécaires, etc. Ellen Ichtters et Nicolas Julliard, contributeurs à la newsletter *Qwertz*, présenteront l'émission en alternance. Pour clore l'après-midi, place aux voyages, avec un programme en direct: *La belle échappée*. « Nous n'aurons pas d'invité-e-s en studio, car nous privilégierons les reportages de terrain. Le premier nous emmènera découvrir un lieu de proximité, le second nous plongera dans un ailleurs plus lointain », dévoile Muriel Mérat. La journaliste sera au micro de 17h à 18h en alternance avec Christophe Canut.

On réduit la voilure

L'info coupe dans son offre le week-end. Le *Journal de 22h30* est supprimé le samedi et le dimanche et, dans les deux matinales, les nouvelles sont raccourcies, ramenées à 3 minutes dans la tranche de *Monsieur Jardinier*. « La rédaction radio a perdu 10% de ses effectifs en 4 ans, observe Laurent Caspary, rédacteur en chef de l'Actu radio. Nous avons dû nous réorganiser. » De son côté, *Question Q* sera à l'antenne un seul vendredi par mois. En remplacement, Christine Gonzalez prévoit dans la même case (21h-22h) un rendez-vous où l'on parlera de genres, de corps, de rapport à soi et aux autres plutôt que des sexualités et, point nodal, l'émission sera moins gourmande en termes de réalisation.

@ Envie d'en savoir plus ? Posez vos questions à Ambroise Jolidon lors d'une rencontre le 8 février prochain (plus d'infos dans le supplément).

INSTITUTION

La diversité a été le thème du premier projet de dialogue avec le public organisé par la RTSR. Le rapport final, contenant notamment des recommandations, a été soumis cet été à la RTS. Suite de l'article paru dans le Médiatic No 218.

Diversité et cohésion : quoi de neuf à la RTS ?

Par **Manon Mariller**

Report final du dialogue avec le public

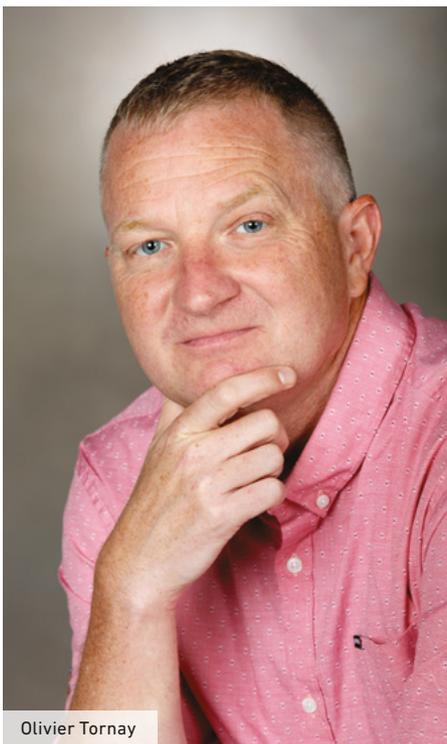
Le premier projet de dialogue avec le public sur la thématique de la diversité s'est concrétisé en début d'année 2021 (voir le Médiatic no 218 « Dialogue avec le public : et si on parlait diversité ? »). Le rapport qui en découle contient des recommandations et idées issues des trois volets du projet, à savoir les avis d'experts-es, les discussions entre les délégués-es des SRT et la consultation en ligne de l'ensemble des membres SRT. Globalement, les trois groupes inter-



rogés estiment positif que les questions de diversité soient davantage traitées à la RTS que par le passé mais relèvent qu'il existe une marge de progression. Le rapport a été transmis en juillet à la RTS, qui a depuis analysé les résultats. « C'était une première pour nous, et ce qui en ressort est très pertinent », confie Olivier Tornay, chef du *Commissioning* (ndlr : chargé de mieux articuler les attentes du public et des vecteurs avec la production des contenus). Mais avant d'aborder cet aspect, nous vous proposons un tour d'horizon de ce qui existe en matière de diversité à la SSR et à la RTS.

Diversity Board et stratégie

En décembre 2019, le *Diversity Board* (comité pour la diversité) national a été créé. Ce comité est composé de neuf personnes issues de toutes les régions linguistiques et réunit un grand nombre de compétences techniques. La mission première de ce comité est de proposer à la SSR des pistes stratégiques permettant de thématiquer et d'améliorer la représentativité dans ses émissions. De nombreux aspects de la diversité y sont abordés, comme notamment l'âge, le genre ou encore les aspects socio-économiques. À la suite de la création de ce comité, les objectifs en matière de diversité ont été ancrés dans la stratégie d'entreprise et d'offre 2021-2022.



Olivier Tornay

collaborateurs aux questions de diversité, et développer un contenu intergénérationnel; et enfin, les avis plus personnels, qui ne peuvent en l'état pas être pris en compte par la RTS. La réponse de la direction de la RTS au rapport de la RTSR explique les mesures déjà prises ou à prendre par l'entreprise dans le domaine de la diversité.

Prochains pas

Désormais, l'enjeu sera d'opérationnaliser les pistes identifiées dans les deux premières catégories. Et cela se fera de concert avec les différents acteurs et actrices en charge de la diversité et de l'inclusion au sein de la SSR. Aussi, les ateliers de dialogue avec le public vont se pérenniser et



Tandis que le *Diversity Board* se concentre sur le développement stratégique, des spécialistes Diversité et Inclusion se chargeront pour leur part, dès janvier 2022, de la mise en œuvre opérationnelle des mesures liées à la diversité et à l'inclusion dans chaque unité d'entreprise (RTS, SRF, RSI, RTR).

Réception et analyse du rapport par la RTS

C'est dans ce contexte que la RTS a reçu le rapport final de la RTSR suite au projet de dialogue avec le public. Une première lecture a été faite au niveau du Conseil de direction puis Olivier Tornay a fait une analyse plus détaillée du rapport qu'il trouve « très riche ! ». Pour ce faire, les recommandations ont été classées en trois catégories, à savoir : les recommandations allant dans le sens de la stratégie actuelle de la RTS en matière de diversité – par exemple, une meilleure représentativité de la diversité socioculturelle, ainsi que régionale et linguistique; les recommandations nouvelles, qui ouvrent d'autres pistes de réflexion intéressantes – comme le fait de former les

se tiendront dorénavant tous les deux ans. Selon Olivier Tornay, « la RTSR a fait un travail très sérieux, détaillé et bien conçu d'un point de vue méthodologique. La logique de choisir des thèmes précis liés à la diversité est très utile pour nous. ». Le rapport s'inscrit donc en cohérence avec les objectifs actuels dans ce domaine et a ouvert la voie vers de futurs et récurrents espaces de dialogue entre la RTS et le public.

RENCONTRE

De fil en aiguille, Elodie Crausaz a réactivé un désir d'enfant enfoui, devenir journaliste sportive. Entrée à RTS Sport en septembre 2019, cette Fribourgeoise spécialiste de foot occupe le terrain avec enthousiasme.

Des matches de 5^e ligue à la finale de l'Euro

Propos recueillis par **Marie-Françoise Macchi**

Personnalité solaire et enjouée, Elodie Crausaz, 37 ans, regarde son parcours professionnel comme une suite de hasards. En 2006, la Broyarde passe quelques mois à l'Uni de Lausanne mais l'étudiante préfère l'animation sur Fréquence Banane, la radio universitaire, aux cours en fac de Lettres. Repérée par lfm, elle se voit offrir la tranche 6-9h, alors qu'elle s'attendait à un job d'étudiante. Autre matinale, cette fois à Radio Fribourg, où elle produit et anime *Jamais trop tôt*. Quand Teleclub cherche des journalistes, elle fonce: «J'aimais le sport, j'allais voir des matches, mais j'ai dû tout apprendre.» Elle s'investit à fond, acquiert un background footballistique et quand elle se sent prête, la voilà à l'antenne. Après quatre ans sur la chaîne payante, la journaliste opte pour le service public. En toute décontraction.

Si je vous dis dimanche 11 juillet 2021, que vous évoque cette date ?

La finale de l'Euro, évidemment. Une grande fierté et une chance aussi d'avoir pu la présenter sur la RTS. Si on m'avait dit cela il y a quelques années, je n'y aurais pas forcément cru!

Qu'avez-vous mis en place pour arriver jusque-là ?

Quand je suis entrée à la RTS, c'était assez naturel que je fasse du foot parce que j'en avais présenté pendant quatre ans, à raison de quatre soirs par semaine, sur la chaîne Blue Sports Romandie, ex-Teleclub. C'était ma spécialité. Avant ça, j'ai commencé à aimer le foot parce que mon père, mes frères en faisaient et j'allais avec ma grand-mère voir des matches de 5^e ligue. Ma tante (Nadine Crausaz) a été aussi longtemps journaliste à Sportinformation et elle m'emmenait dans les stades et les patinoires. Parfois, j'essayais d'écrire un article sur un match et j'étais très fière quand le lendemain je lisais une de mes phrases dans son papier. C'est elle qui m'a mis le pied à l'étrier. A l'école aussi, dans mes rédactions, j'écrivais sur les courses de ski qu'on regardait à la télé en famille. J'ai gardé cela dans un coin de ma tête mais sans l'intention de devenir forcément journaliste sportive.



Elodie Crausaz

RTS © Anne Keenney

Comme présentatrice, ça exige une longue préparation pour être au fait de tout ce qui s'est passé autour des 2-3 matches sur lesquels l'émission se focalise.

Rêveriez-vous de commenter en direct un match du Mondial, disons en 2026 ?

Ça serait incroyable d'y arriver un jour, mais j'ai encore du boulot! Avant le Mondial ou l'Euro, commenter du football suisse serait déjà merveilleux. C'est un poste terriblement exposé et pour être bon dans le commentaire, il faut «en manger» comme on dit. Pour le moment, je ne fais que «guide» de temps à autre, c'est-à-dire que je commente, depuis le stade, un match qui n'est pas retransmis à la télé. Mes commentaires servent à mes collègues romands, alémaniques et tessinois chargés de résumer les matches.

Comment expliquez-vous qu'il n'y ait que des commentateurs masculins sur RTS Sport ?

Tous mes collègues ont commencé à commenter des matches gamins, devant la télé. Ils s'enregistraient sur des cassettes. D'une certaine manière, ils font ça depuis longtemps et la plupart n'ont pas commencé à la RTS, mais très jeunes, sur d'autres chaînes. J'entends certaines consœurs dire que dans le journalisme sportif, les erreurs des femmes sont davantage soulignées. Je ne suis pas forcément d'accord. Nos confrères ne sont pas épargnés, surtout dans le foot, un sport très populaire. Chacun a son avis et sur son canapé se sent un entraîneur, un commentateur mille fois meilleur que le journaliste!

Enfin, quels joueurs figurent dans votre panthéon des footballeurs ?

Dans ma famille, on a toujours tenu pour le foot allemand, alors je dirais Franz Beckenbauer. Ensuite Maradona, pour sa vista, ses dribbles, parce que c'est un génie du football, tout simplement! Et actuellement, je trouve Mohamed Salah (FC Liverpool) magnifique. Il est complètement en feu en ce début de saison.

@ Pour prolonger l'interview, retrouvez Elodie Crausaz sur le site www.rtsr.ch

Et finalement, le foot vous a rattrapée...

Quand j'ai obtenu mon diplôme de journaliste au CFJM, je n'avais pas vraiment envie de traiter de l'actualité souvent assez déprimante. J'avais envie d'avoir un regard positif, et quoi de mieux que le sport? Il réunit les gens et il les fait vibrer ensemble.

Vous présentez régulièrement Sport Dernière, faites les capsules vidéo de Décrassage, tenez une chronique dans 3^e mi-temps sur Couleur 3 et depuis septembre, vous animez Ligue des Champions: l'émission, qui est encore un autre défi...

En effet, on vient le jeudi parler de matches qui se sont déroulés le mardi et le mercredi. A nous de trouver un point de vue original pour intéresser encore notre public puisque beaucoup de choses ont déjà été dites. Notre volonté est de proposer une émission dynamique, où l'on peut échanger, débattre, ne pas être d'accord. Contrairement à *Sport Dimanche* où tout est très écrit, chronométré à la seconde, ici, on mise sur la spontanéité.

CONSEIL DU PUBLIC

Siégeant à Lausanne les 4 octobre et 8 novembre derniers, le Conseil du public (CP) a procédé à l'analyse des émissions *Ramdam*, *Faut pas croire* et *Ligue des champions: l'émission* ainsi que de la nouvelle grille d'Option Musique.

Culture, spiritualité, sport et nouvelle grille

Communiqué du **Conseil du public**

RAMDAM (RTS 1)

Présente dans la grille de RTS 1 depuis le mois de mars dernier, *Ramdam* se révèle un formidable patchwork culturel ainsi offert à la population, sur un mode populaire et un ton à la fois dynamique et décontracté. Le téléspectateur est immédiatement accroché grâce à la justesse de la tonalité adoptée par un duo d'animateurs parfaitement complémentaires. Sur le plan technique, l'excellence du montage a été soulignée. Grâce à une «caméra» proche des gens, l'émission permet une véritable rencontre avec la palette d'offres culturelles en Suisse romande, tant auprès d'artistes confirmés que de talents émergents. La réussite est à ce point au rendez-vous que l'on ressent, à chaque émission et de manière toujours plus présente, la volonté de tisser des liens entre la population et le terrain culturel.

La discussion avec les professionnels a été très riche. D'une part, elle a permis aux membres du Conseil du public de prendre conscience des effets de cette période de crise sanitaire, au travers du propos de la production: «On ressent un gros appétit culturel sur le terrain. On attend la télévision...». Dans l'autre sens, les responsables ont pu entendre le désir du Conseil du public de diffuser cette émission à un autre moment de la grille-horaire, afin d'atteindre un public plus large encore.

A l'évidence, *Ramdam* exemplifie à merveille le rôle de service public qui est également de présenter des émissions de niveau culturel élevé accessibles à un large public. La culture n'est-elle pas ce qui nous lie? Elle doit figurer au centre de l'espace-citoyen, sur la place du village! *Ramdam* y contribue...

FAUT PAS CROIRE (RTS 1)

Lorsqu'il a choisi de porter son attention sur l'émission *Faut pas croire*, le Conseil du public était loin de se douter que le fruit de son analyse serait débattu dans un contexte particulièrement délicat généré par les rumeurs relatives à une éventuelle suppression de l'émission (ndlr: la suppression a depuis été confirmée). C'est dans cette atmosphère empreinte d'émotion que le Conseil du public s'est



Rayane M'zouri et Joëlle Rebetz

LIGUE DES CHAMPIONS : L'ÉMISSION (RTS 2)

Cette émission est née de la perte des droits des matches en direct de la Ligue des Champions avec la ferme volonté de ne pas «déserrer ce terrain». Il s'agit donc d'une offre complémentaire diffusée sur RTS 2, le jeudi soir des semaines où la compétition a lieu, à 20h10. Le Conseil du public a considéré que ce délicat défi est parfaitement relevé, notamment grâce à une animation dynamique et conviviale ainsi qu'à un excellent niveau de préparation. L'émission se caractérise par une forte présence de consultants à même d'apporter des regards particuliers contribuant à une analyse intéressante. La discussion avec la direction de la Rédaction des Sports a permis de dégager un souci partagé d'accentuer les apports de type «tactique», puisque telle est l'évolution du football actuel.

NOUVELLE GRILLE D'OPTION MUSIQUE

Longtemps considérée comme une chaîne «juke box», Option Musique s'affiche désormais comme une station avec une nouvelle identité, très clairement différente des autres chaînes musicales concurrentes. Option Musique offre une réelle plus-value grâce à ses apports très spécifiques, des rubriques originales, des compléments «maison» toujours en lien avec l'histoire et l'actualité de la variété. Le Conseil du public a relevé et apprécié le très fort ancrage en matière de chanson francophone ainsi que l'inclusion systématique de nombreux titres de musique helvétique. Il a cependant suggéré d'alléger quelque peu les temps exclusivement réservés à la production suisse. A ce sujet, les professionnels ont relevé combien la production helvétique s'est réjouie de cette volonté de densifier la diffusion d'œuvres du cru, en période de pandémie. Il s'agit là, bien évidemment, de l'un des rôles majeurs du service public. La discussion avec les professionnels a également permis de bien saisir la volonté de «suivre» les auditeurs en fonction de leurs besoins tout au long de la journée. Si l'objectif était de donner un sens nouveau et affirmé à cette chaîne de service public, à l'évidence, il est brillamment atteint.

entretenu avec les coproducteurs de l'émission ainsi que les responsables de la RTS, en particulier Mme Philippa de Roten, directrice du département Société & Culture.

Il est ressorti de l'analyse du Conseil du public la parfaite concordance entre le mandat confié et les émissions diffusées à l'antenne. Les choix rédactionnels sont en permanence en lien étroit avec l'actualité. Ils autorisent et génèrent toujours un débat ouvert, sans posture dichotomique, sans jugement, grâce aux choix des invités et à l'intelligence d'une animatrice qui a l'art de se mettre à leur service. Toujours brillamment préparée, Linn Levy parvient toujours à privilégier le partage et l'écoute. Le fait d'aborder des sujets complexes, dans une approche «grand public», s'appuyant sur un format court, reflète également l'intelligence des choix éditoriaux.

En conclusion, le Conseil du public non seulement déplore mais désapprouve l'éventualité de la suppression d'une telle émission. Son maintien ne devrait en tous les cas pas sacrifier son format au profit de capsules plus courtes, cédant aux besoins de ce que le Conseil du public pourrait considérer parfois comme une dictature du jeunisme.

La SRT Fribourg célèbre les 50 ans du droit de vote des femmes

C'est devant une cinquantaine de personnes que la SRT-FR a célébré, le 13 octobre dernier, le droit de vote des femmes obtenu de haute lutte en 1971. La soirée s'est ouverte sur un poème écrit en patois, voilà plus de 50 ans, par Hélène Brodard et intitulé «Kan lè fémalè votèron» dans lequel l'auteure dit à son mari tout ce qu'il devra dans le ménage pendant que sa femme s'en ira voter! Autres témoignages parlants sont ceux réunis grâce à la Fondation pour la sauvegarde du patrimoine audiovisuel de la RTS (FONSART) qui illustrent non sans humour la lente évolution des mentalités au moment où le peuple fribourgeois est appelé, en 1969, à se prononcer sur la question en votation populaire.

Anne-Françoise Praz, professeure d'histoire contemporaine à l'Université de Fribourg et Thérèse Meyer-Kaelin, ancienne présidente du Conseil national ont enrichi le débat de leurs témoignages et expériences. Mme Praz a rappelé que la première «association féministe» (sic) du canton fut fondée par des Bulloises en 1929. Elle a souligné que la lenteur avec laquelle la Suisse a accordé le droit de vote aux femmes avait plusieurs causes complémentaires: une société alors très genrée, une absence crasse de volonté politique, un cloisonnement des fonctions entre les hommes (tournés vers les tâches publiques) et les femmes (cantonnées au ménage privé), ainsi que le poids de l'Eglise considérant la femme comme une «forteresse morale», soulignant que la Suisse fut l'une des rares démocraties à consulter directement le peuple sur un tel objet.



Anne-Françoise Praz et Thérèse Meyer-Kaelin, invitées de la soirée

Mme Meyer-Kaelin a rappelé le rôle qu'avait joué l'esprit militant de sa mère dans son futur engagement politique. Elle s'est voulue résolument positive, même si le combat continue, en rappelant qu'en 1971 il n'y avait que 12 femmes au Parlement fédéral alors qu'en 2021 elles sont 97. En conclusion, non

sans malice, Mme Meyer-Kaelin s'est voulu résolument contre la règle des quotas. Elle en veut pour preuve l'exemple fribourgeois: sur ses neuf parlementaires fédéraux, trois sont des hommes et six des femmes!

Gérald Berger, SRT Fribourg

La RTS et ses trésors d'archives au cœur de la rencontre de la SRT-BE à Tramelan

Ce jeudi 28 octobre, au Cinématographe de Tramelan, les délégués de la SRT Berne ont été conviés à une soirée autour des archives de la RTS. La soirée présentée et animée par Claude Zurcher, au nom de la Fonsart, la Fondation pour la sauvegarde du patrimoine audiovisuel de la RTS, a permis, à la trentaine de personnes présentes, de revivre par l'image des reportages effectués dans les années soixante et septante.

L'émotion était au rendez-vous avec ce document relatant, dans les années 90, le passé horloger et ouvrier de la région. Un ancien ouvrier de la Tavannes Watch qui se souvenait de l'époque de ses parents,

durant la grève de 1918, ouvriers horlogers, eux aussi. «Ils n'avaient pas droit à la parole», disait-il. Il en pleurait. Sans oublier les mots forts de ce syndicaliste dont l'engagement était mal vu: «...on était une sorte de classe d'esclaves...». Il faut l'avoir entendu pour y croire!

Il fut question, aussi, d'un bilan autoroutier, un an après l'ouverture de l'axe Genève – Lausanne. Nous sommes en 1965. Le temps de se rendre compte d'un flux de voiture anémique, comparé à aujourd'hui et de certains comportements audacieux. Vitesse illimitée, par exemple, et des voitures roulant allègrement à 150km/h.

Ce trésor d'archives numériques est bien la preuve que la conservation des images recèle et révèle une force qui nous permet, aujourd'hui, de mieux comprendre ce que nous sommes et d'où nous venons. Un capital inestimable et accessible à tout un chacun.

Yves Seydoux, SRT Berne

AG de la SRT Vaud

La SRT Vaud a tenu son Assemblée générale le 25 novembre dernier à l'Aula du palais de Rumine à Lausanne et a eu l'immense privilège d'accueillir Isabelle Moncada, productrice et présentatrice de l'émission 36,9°, ainsi que Mario Annoni, président de la RTSR.

Ce dernier a pu informer l'assemblée de sa vision de la RTSR et de la modification des statuts. Son exposé a été accueilli avec un vif intérêt et même avec émotion lorsqu'il s'est déclaré touché d'être accueilli pour la première fois par une SRT.

Quant à Isabelle Moncada, elle a tenu en haleine tout l'auditoire par un reportage sur l'alimentation, qu'elle a commenté avec beaucoup de pédagogie. L'assemblée a pu l'interroger, et à chaque question elle a répondu de manière extrêmement précise.

Cette AG de la SRT Vaud a été également l'occasion d'élire un nouveau Comité, après la démission de l'ancien président. Le Comité a été élu sous les applaudissements du public. Un calendrier des manifestations 2022 a été présenté, qui sera accessible sur internet dès 2022. En effet la SRT



Isabelle Moncada et Mario Annoni

© SRT-VD

Vaud a pris une décision qu'appelaient ses membres depuis de nombreuses années: le passage à l'informatique. Ainsi communiquera-t-elle désormais aussi au moyen des informations diffusées sur le site internet de la RTSR, ce qui rendra l'accès aux informations plus aisé pour ses membres. A la fin de l'AG, les membres ont félicité les

deux orateurs, stars de la soirée, et se sont déclarés enchantés du nouveau dynamisme de leur SRT Vaud.

Christine Renaudin,
présidente SRT Vaud

SRT-GE: une histoire de vie

C'est dans le cadre des projections de la RTSR que s'est déroulée la soirée du 23 novembre dernier au Cinéma Empire à Genève. Deux visionnages étaient prévus. Le court métrage *Forget me not* de Bartek Sozanski, ainsi que le documentaire *Journal d'une ambulancière* de David Nicolas Parel.

Ces deux films, coproduits par la RTS, ont bénéficié du soutien du Pacte de l'audiovisuel. Comme l'a expliqué Philippe Zibung de la RTS, ce pacte contribue à soutenir la création cinématographique suisse.

Après la diffusion du court-métrage *Forget me not*, ce fut *Journal d'une ambulancière*. Ce

documentaire s'immerge dans le travail de Mégane et Christophe, deux ambulanciers genevois. Le réalisateur s'intègre à l'équipe de soins pour filmer leurs interventions. Parfois tristes, parfois drôles ou touchantes, mais toujours sensibles et humaines.

C'est un film sur la vie comme l'a rappelé le réalisateur lors de la discussion qui a suivi la projection. Ce moment a été l'occasion de poser des questions sur la réalisation du film, le travail d'équipe ou encore le ressenti des protagonistes. Car Mégane et Christophe étaient aussi présents durant la soirée. Très vite, la complicité entre le réalisateur et les acteurs est apparue.

David Nicolas Parel a aussi fait part de ses projets liés au documentaire et la suite, la vie, qu'il souhaite donner à son travail. Avec notamment une version longue en noir et blanc projetée en première vision le 7 décembre 2021 au Grütli à Genève.

Les échanges se sont poursuivis lors de l'apéritif et la soirée a été l'occasion de retrouvailles conviviales autour d'un film à la fois sensible et authentique.

Jean-Philippe Terrier,
président SRT Genève



Avenue du Temple 40 / CP 78 / 1010 Lausanne
058 236 69 75 / mediatic@rtsr.ch
www.rtsr.ch

Reproduction autorisée avec mention de la source



Rédactrice en chef **Eliane Chappuis** • Responsable d'édition **Vladimir Farine**
Maquette **Pascal Quehen & Carola Moujan** • Graphisme **SCV**
Textes **Mario Annoni, Gérald Berger, Marie-Françoise Macchi, Manon Mariller, Pierre-Yves Moeschler, Christine Renaudin, Yves Seydoux, Jean-Philippe Terrier** • Offres et invitations **Shaël Rémy**
Impression **Imprimerie du Courrier** – La Neuveville – Papier Arctic Volume White 90 g/m², sans bois
Éditeur **Radio Télévision Suisse Romande (RTSR)**

L'INVITÉE DES SRT

Sylviane Messerli aime les gens et ça se sent. Les observer, écouter leurs récits et leurs silences. Empathique de nature, elle restitue de leur passé une image empreinte de respect et de confiance.

Sylviane Messerli, la mémoire des gens pour les gens

Par Pierre-Yves Moeschler, SRT Berne

Sylviane Messerli est à la tête de Mémoires d'Ici, le pôle de la mémoire privée du Jura bernois. Elle apprécie particulièrement de pouvoir compter sur les médias du service public pour transmettre ses connaissances et pour faire rayonner son institution, unique en son genre.

Sylviane Messerli, vous êtes la directrice de Mémoires d'Ici, à St-Imier. Dites-nous ce qui vous a attirée vers cette fonction ?

Mémoires d'Ici rassemble des archives privées dans une région qui a longtemps mésestimé son passé. Réfléchir à comment communiquer ce patrimoine à la population m'a paru intéressant. La question de la transmission du savoir est fondamentale.

En quoi le rôle de Mémoires d'Ici est-il particulier ?

Mémoires d'Ici a pour mission de collecter les témoignages de privés et de les mettre



Sylviane Messerli

Les précédentes étapes de votre carrière incluent l'Université de Genève et la Fondation Martin Bodmer. Que signifie Mémoires d'Ici dans ce parcours ?

Chacune de ces étapes est un enrichissement personnel par rapport à la précédente et permet tout à la fois de mettre mes compétences acquises au service de la nouvelle mission. Les échanges avec la population, le privilège de diriger une institution originale, en plein développement, sont captivants.

L'histoire des « gens d'en bas » : est-ce par ces mots que peut se résumer la mission de Mémoires d'Ici ?

Je n'aime pas cette expression : il n'y a pas de hiérarchie entre les humains, qui sont toutes et tous acteurs et sujets de l'histoire. Ainsi nous prenons en considération tous les témoignages. Leur addition permet de broser un portrait global de la société.

Mémoires d'Ici s'adresse-t-il à un public de spécialistes ?

La collaboration avec les universités est importante. Néanmoins, nous visons un large public en assurant des présentations dans les communes ou en publiant des ouvrages qui ont une grande diffusion. Nous apportons aussi notre appui aux historiens amateurs.

Quelle collaboration pratiquez-vous ou espérez-vous avec les médias en général, avec ceux du service public en particulier ?

Les médias régionaux et nationaux nous apportent leur concours dans la mise en valeur de nos fonds. Nous leur venons aussi en aide en leur fournissant les renseignements qu'ils sollicitent. Nous sommes en contact régulier avec la RTS, tant radio que télévision, mais aussi avec SRF. Nous attendons des journalistes une curiosité qui dépasse les clichés sur notre région, ce qui est très souvent le cas.

Dans vos exposés publics, vous parlez avec enthousiasme et une certaine affection des gens du Jura bernois. Vous êtes pourtant une habitante récente de la région. Souhaitez-vous commenter cela ?

Où que je sois, j'aime être en échange avec les gens. Cela dit, je me sens bien dans cette région, dont la population est généreuse et accueillante.

en lumière. Notre institution, unique en Suisse romande sous cette forme, est complémentaire des archives publiques. Nous nous intéressons tant à l'écrit qu'à l'image et à l'audiovisuel.

Quel est l'ancrage de Mémoires d'Ici dans la population ?

Mémoires d'Ici est né de l'initiative de particuliers. Nous soignons le lien de proximité avec la population qui, en retour, nous accorde sa confiance.

Vous arrêtez-vous aux limites du Jura bernois ?

Notre mission est de collectionner les documents en lien avec le Jura bernois. Cela étant, le réseau des institutions avec lesquelles nous collaborons est plus large. Comme tout institut de recherche, nous souhaitons que nos découvertes participent à la connaissance du passé en général, sans frontière particulière.

Le Jura bernois est une région relativement peu connue. Son passé est-il moins intéressant que celui d'autres régions ?

Au contraire, il est aussi riche que celui des régions voisines, en particulier celles de l'Arc jurassien. Il compte celui d'une cité médiévale et de bourgs industriels, il est riche en enseignements sur l'histoire sociale, il réunit sur son territoire l'histoire des anabaptistes et celle du mouvement anarchiste, pour ne citer que ces exemples.

JAB
CH – 2520 La Neuveville

LAPOSTE

Annoncer les rectifications d'adresses à : Claude Landry, route du Vignoble 12, 2520 La Neuveville
mediatic@rtsr.ch