

El Watan

-- Archives - 2006 - 2006-09 - 2006-09-17 --

2006-09-17

Grille spécial Ramadhan  
l MENTV

Des feuillets sept jours sur sept

Amnay Idir
dimanche 17 septembre 2006

Placé sous le signe « Algérienité, convivialité et diversité dans un contexte de tolérance », ce programme est conçu sur la base d'études de sondage d'opinion commandées par l'entreprise auprès de la boîte Abassacom, les multiples critiques de la presse et radios et les appels téléphoniques et courrier des téléspectateurs concernant l'évaluation de la grille du programme Ramadhan de l'an dernier, selon Hamraoui Habib Chawki.

Ce qui « nous a permis, ajoute-t-il, de faire ressortir toutes les insuffisances et manques de la grille de l'an dernier aussi bien en programmation qu'en habillage et promotion ». Ainsi, pour cette année, compte tenu de l'évaluation de ce qui a été fait durant le Ramadhan précédent, des « principes fondamentaux ont été retenus » quant à l'élaboration de la grille, à savoir « l'algérienisation et le cachet familial et convivial des programmes, la diversité des genres, en octroyant plus d'espace à l'humour, la fiction et le religieux et la programmation adaptée aux spécificités du mois sacré ». Des ramifications seront effectuées en parallèle. Ils consistent en résumé à « opter pour la périodicité de sept jours sur sept pour les feuilletons algériens, décaler le journal télévisé de 20h à 20h30 », explique Djamel Berrabah. Comme il sera donné la possibilité au téléspectateur « de regarder le programme phare en prime time, à savoir la grande série humoristique, en espérant le plus possible » de l'heure de l'appel à la rupture du jeûne. Le volume horaire global du programme, selon le même responsable, est de 540h dont 302h consacrées au divertissement. Pour le reste, 141h sont réservées à l'éducation et à la culture et 77h à l'information. La publicité, les bandes annonces et les communiqués couvriront 20h du programme. La production nationale accapare 392h de diffusion. Les 148h restantes seront consacrées à la production étrangère (arabe et occidentale confondues). Parmi les feuilletons algériens programmés, il est retenu, entre autres, Min moufajjat el hayat, Amar bin el khadma wâdar, Wahiba, Binatna, Azrâça yenbet et Agence Ramadhan. Côté religieux, seront diffusées les missions Wa Ratil El Qorâan Tartila, Souar El Qor an et Din wa dounia. Volet culturel, seront présentées les missions Khatem Souleimane et Saha Fâtourkoum. Pour les documentaires, est programmé, entre autres, L'histoire du football. Les missions Fhama, Hna flahna, Djelsat tarab et Nostalgia couvriront la rubrique divertissement. En ce qui concerne les grilles de Canal Algérie et La 3, le même intervenant précise qu'elles sont presque « identiques en matière de contenu » du fait que « l'ossature repose essentiellement sur les programmes nationaux », la différence par rapport à la « chaîne terrestre » réside « particulièrement dans la programmation et l'agencement des programmes et de quelques exceptions concernant les programmes étrangers dont les droits satellitaires ne sont malheureusement pas disponibles ». Cela dit, la programmation des deux « chaînes satellitaires tient compte du public ciblé et des créneaux porteurs d'audience ». Canal Algérie s'adresse à la communauté algérienne vivant en Occident. En plus des programmes de la « chaîne terrestre », elle conservera quelques missions en langue française à l'exemple de Qaçda, Canal Star, San visa, L'Islam en questions et Télé Sports. De son côté, La 3 vise la communauté algérienne vivant au Moyen-Orient. Son contenu est « pratiquement le même avec celui de la chaîne terrestre du fait qu'elle diffuse en langue arabe ». Reprenant la parole, Hamraoui Habib Chawki affirme que l'ENTV enregistrera durant ce mois de Ramadhan une recette publicitaire de 60 milliards de centimes. Fruit d'une transaction effectuée avec l'agence Vox-Algérie à laquelle revient la cession de créneau. Pour le Ramadhan de l'an dernier, la recette globale est de 40 milliards de centimes sauf que c'est l'ENTV qui a généré la publicité. « Les recettes qui proviennent

de la publicité serviront à financer les productions nationales », indique le même responsable.