

Benoît Johnson repense la télévision du métro

Près d'un an après l'implantation de la télévision dans le métro, on revoit déjà la programmation. Le mandat a été confié à Benoît Johnson, ancien journaliste et animateur de TVA, qui remodelera le contenu comme s'il s'agissait d'un réseau de télé conventionnel.

PASCALE LÉVESQUE

Le «remodelage» et la venue de Benoît Johnson à titre de consultant coïncident avec le départ du directeur général de Métrovision, Guy Godbout, qui est retourné vivre en France.

Rappelons qu'en septembre dernier, Métrovision installait une trentaine d'écrans de télévision géants répartis dans les stations de métro Berri-UQAM et McGill.

«On veut que les boucles de diffusion, actuellement de 12 minutes, soient adaptées selon le temps que passent les usagers à attendre le métro. Et ce temps est beaucoup moins long aux heures de pointe», explique-t-il.

Selon lui, un sondage interne mené par

Métrovision révèle que 93 % des usagers du métro à ces deux stations regardent les écrans et en sont satisfaits à 80 %. «Il n'y a pas de problème de satisfaction, la démarche vise plutôt à rafraîchir le contenu», assure-t-il.

RDI, qui détient l'exclusivité du contenu information, donc de tout ce qui a trait à l'actualité, au sport, aux capsules culture et à la météo, demeure impliqué dans le processus. Il n'est pas exclu que dans l'avenir, Métrovision développe un contenu spécialement pour la télé dans le métro.

Notons que les segments voyage et box-office sont par ailleurs fournis par IDI, la maison de production d'Anne-Marie Losique, et le Groupe Altau, ancienne compagnie de Benoît Johnson.