

La RTBF chasse le jeune sur les réseaux sociaux

TRANSMÉDIA Le casting pour « What The Fake » est lancé

- ▶ Avec « What the Fake », projet transmédia interactif, la RTBF veut capter les adolescents.
- ▶ Ceux qui lui échappent en télévision ou en radio.
- ▶ Détails de la stratégie.

Tu as entre 14 et 18 ans, tu aimes te mettre en scène et tu n'as pas peur de dire ce que tu penses ? » Voilà comment la RTBF recrute des jeunes sur les réseaux sociaux pour son projet *What The Fake*. Un projet transmédia et interactif. Autrement dit un projet qui prend forme sur différents médias, principalement sur le web et les réseaux sociaux, mais aussi en télévision. Il se construit grâce à la participation de jeunes invités à donner leur avis dans de courtes vidéos (diffusées sur le web et en télévision) sur une série de questions d'actualité et de société. Une première édition avait été lancée en janvier dernier et s'était étalée sur douze semaines. « Nous avons été satisfaits de l'implication des jeunes dans ce projet. Certaines vidéos postées sur YouTube ont été vues jusqu'à 70.000 fois. Ça peut paraître peu pour une vidéo sur cette plateforme, mais c'est bien pour une première », commente Fabrice Massin, directeur des médias in-

teractifs à la RTBF. Une deuxième saison a donc été commandée. Le casting pour recruter les quatre nouveaux visages de *What the Fake* est lancé et est ouvert jusqu'au 17 septembre. Le début des tournages est prévu pour l'automne.

Derrière ce projet se cache en réalité un double objectif. Le plus noble et celui que la RTBF aime mettre en avant, c'est l'éducation aux médias. « Ce projet s'inscrit clairement dans cette mission d'éducation aux médias prévue dans le contrat de la RTBF. *What The Fake* permet aux jeunes de s'impliquer sur des thématiques d'actualité, de se forger un esprit critique, de s'exprimer », détaille Fabrice Massin. Le second peut-être plus discret mais tout autant important pour la RTBF, c'est d'aller chercher un public qu'elle ne touche pas (ou trop peu) avec ses programmes radio ou télévisés. « On l'oublie souvent mais la RTBF se décline autour de quatre médias qui ciblent chacun une catégorie d'âge bien précise. Il y a d'abord la télévision et la radio qui attirent un public plus âgé. Puis il y a nos sites web traditionnels qui captent les 30-40 ans. Et enfin il y a le quatrième média : les réseaux sociaux sur lesquels on va chercher tous les moins de 30 ans. Certes, il y a des programmes comme *The Voice* ou

*certain programmes jeunesse qui s'adressent directement à eux sur les trois autres médias. Mais pour aucun d'eux, les jeunes ne sont leur core business. Pour toucher les adolescents, on doit donc aller les chercher là où ils sont, sur les réseaux sociaux, en développant des projets transmédiés comme *What the Fake*. Ensuite, une fois qu'ils sont impliqués dans ce type de projets, à nous de créer des passerelles pour les diriger vers nos autres médias. »*

Une websérie à venir

Ces projets transmédiés prennent d'ailleurs de plus en plus de poids au sein du groupe public. Les saisons dernières ont vu défiler des web programmes comme des web documentaires et même une web série, *Typique*. À cet égard, la RTBF lançait d'ailleurs en avril dernier un appel à projets pour produire une nouvelle websérie. Les projets retenus par le jury de la RTBF devraient être dévoilés dans le courant de la semaine prochaine. Ils seront ensuite soumis aux votes des internautes qui détermineront la websérie qui sera produite par la RTBF. Dans un premier temps, elle sera uniquement diffusée sur les sites web de la RTBF et les réseaux sociaux. Et si cela se justifie, une diffusion en télévision pourrait être envisagée. ■

NOËLLE JORIS