

La RTBF expérimente la fiction en réalité virtuelle

WEB « La vie à venir en 360° » nous immerge dans une maternité

► Sur son site, la chaîne publique nous fait vivre les premiers jours d'un bébé prématuré.
► Arte, qui co-produit cette fiction, s'est imposé comme leader européen avec son application Arte 360°.

La petite Eve est née prématurément après huit mois de grossesse. C'est dans sa peau de nouveau-née que se glisse le spectateur dans *La vie à venir en 360°*. Mise en ligne sur l'espace Webcréation du site de la RTBF, cette fiction en réalité virtuelle de 12 minutes est la première expérience du genre pour une chaîne belge francophone. Elle a été réalisée par Fouzi Louahem en coproduction avec Arte et deux boîtes de production, la belge Stenola et la française Seppia. Le film s'accompagnera de la diffusion en décembre du documentaire télévisé *La vie à venir* sur des jumeaux prématurés.

1 Comment ça marche ?

Comme un court-métrage sauf que vous pouvez le regarder en ligne avec des lunettes de type Oculus Rift ou un casque adapté à la réalité virtuelle. La RTBF propose d'en fabriquer un soi-même grâce à des modèles de « cardboard » téléchargeables, ou via des tutoriels YouTube. Si on ne dispose pas des lunettes, on peut regarder la vidéo tournée à 360 degrés avec son smartphone ou un PC. Le scénario se suit de manière linéaire, mais le spectateur se retrouve dans un berceau de la maternité,

au milieu des parents d'Eve admiratifs et des infirmiers. Si on bouge l'angle de vision, on découvre les moindres recoins de la chambre d'hôpital. Peu importe de quel côté on tourne sa tête, il y aura toujours quelque chose à voir.

2 Une immersion originale et unique.

C'est une expérience à vivre. Avec les lunettes, on perd ses repères spatiaux, ce qui peut donner des vertiges. Le court-métrage aborde le sujet de la prématurité d'une manière originale et nous implique dans les premiers jours de la petite Eve. « L'idée était de tester

quelque chose d'unique dans le domaine de l'immersion », explique Jeanne Nutte, la chargée

de communication du département RTBF Interactive. *On reste dans le domaine contemplatif de la fiction. Pour l'instant, c'est juste une réinvention du mouvement de la caméra.*

3 Un positionnement stratégique.

Quel rapport entre la télévision et la réalité virtuelle ? Le premier medium est plutôt une expérience collective alors que le second, se vit de manière individuelle. Cependant les médias ou le cinéma s'intéressent de près à cette évolution dans la narration. La BBC, Arte ou la chaîne National Geographic investissent dans la réalité virtuelle ou dans les vidéos 360° pour produire des documentaires de plus en plus immersifs.

« La RTBF avait envie de se positionner sur le terrain », conclut Jeanne Nutte.

4 Quelle audience ?

Arte parle de milliers de vues pour les films qui fonctionnent via son application. La chaîne publique belge n'ambitionne pas de pulvériser les scores de fréquentation

avec *La vie à venir*. Pour l'instant, ce n'est qu'un test. Il est trop tôt pour prédire l'avenir de la réalité virtuelle car ce n'est encore qu'une technologie de niche. Les personnes équipées de lunettes ou de casques ne représentent même pas 1 % de la population mondiale. « Après les vacances de Noël, on peut supposer qu'il y aura plein de nouveaux dispositifs Playstation

dans les salons, suppose Alexander Knetig, le rédacteur en chef d'Arte Creative, faisant mention du lancement du géant du jeu vidéo sur ce marché. *Mais on reste dans l'expérimentation. Donc c'est pour ça qu'il faut développer les vidéos en 360°.* »

Facebook et YouTube permettent maintenant la publication de vidéos en 360°. Notamment parce que le groupe de Mark Zuckerberg a racheté la marque de lunettes Oculus Rift. Ainsi, les réseaux sociaux boostent la visibilité de ces mini-fictions ou documentaires. ■

FLAVIE GAUTHIER

« La vie à venir en 360° », une fiction RTBF Interactive de 12 minutes à voir sur www.rtbef.be/lavieavenir

le producteur « Des histoires plus émotionnelles »

Alexander Knetig est rédacteur en chef d'Arte Creative. Via cette cellule, la chaîne produit depuis trois ans des projets en réalité virtuelle et a lancé sa propre application « Arte 360° » pour visionner des documentaires et fictions en 360 degrés.

Pourquoi investir dans la réalité virtuelle en tant que chaîne de télévision ?

Depuis le début, on a une expérience dans le documentaire interactif avec les webdocumentaires. Sauf que ce n'est plus seulement une narration temporelle, mais aussi spatiale avec une interface. On trouvait que c'était assez proche de ce

qu'on faisait. On a aussi profité du fait qu'Arte n'est pas une chaîne européenne avec une créativité venant de plusieurs pays. Le premier projet venait d'Allemagne. Grâce au support technique d'une société germanique, on a développé notre première application « Arte 360° ». Dès le début, on avait une dizaine de projets déjà prêts, des fictions, des programmes culturels et artistiques, de la connaissance, et également de l'information. Aujourd'hui, cette application compte 150.000 téléchargements. Elle est cependant utilisée principalement pour des visionnages de vidéos en 360°. On savait que plus de gens suivraient en 360° plutôt qu'en réalité virtuelle (VR) parce que

la majorité n'a pas de casque chez soi.

Qu'est-ce qui marche le mieux, les fictions ou les documentaires ?

Sur nos deux films qui cartonnent, l'un est une fiction et l'autre un documentaire. Le premier s'appelle I, Philip. Vous rentrez dans la tête d'un robot qui a la tête de Philip K. Dick, l'auteur de science-fiction américain. C'est un de nos plus grands succès. L'autre réussite était tellement innovante qu'on a dû la publier à côté de l'application « Arte 360° ». Notes on blindness est un documentaire sur le pasteur anglican John Hull devenu aveugle au début des années

80. Il a pris des notes sur sa cécité. Ce sont des heures de journal intime audio. On s'est dit qu'en réalité virtuelle ça pouvait être intéressant de s'immerger dans ce monde des non-voyants. Le programme a gagné une récompense au festival Tribeca. L'application a été téléchargée plus de 300.000 fois, ce qui est énorme si on considère que dans le monde aujourd'hui il y a moins de 2 millions de dispositifs (NDLR, des casques équipés en réalité virtuelle).

Qu'est-ce qui justifie cette technologie ?

Notre critère principal reste l'histoire. Derrière le contenu, il y a l'adaptation de la narration. L'atout de la VR, c'est cette capacité d'immersion. Le cinéma est sans doute le médium le

plus proche. En contrepartie, le ticket d'entrée est plus élevé. Avec la VR, on n'aura plus besoin de ça. Il faut accepter d'acheter les lunettes, d'avoir l'air un petit peu con, mais une fois qu'on est dedans on reste jusqu'au bout. Pour

Notes on blindness
, le programme dure 18 minutes et la durée moyenne d'écoute est de 16 minutes. L'immersion permet de raconter des histoires plus sensuelles et émotionnelles. L'autre spécificité de ce média, c'est l'espace. Pour l'ins-

tant, les fictions restent linéaires. On pourrait aller beaucoup plus loin et suivre une fiction dans l'espace. On voit souvent que les programmes en VR sont spectaculaires, dans le domaine de la découverte et de la connais-

sance. C'est une sorte de cinéma en 3D un peu immersif, selon moi ce n'est pas ça l'avenir. C'est un des plus gros horizons technologiques pour tous les auteurs. ■

Propos recueillis par
FLAVIE GAUTHIER