

RTL lance la plateforme Check et entre en concurrence avec la RTBF et Tarmac

RTL lance Check, une plateforme en ligne dédiée aux cultures urbaines. L'outil n'est pas sans rappeler Tarmac lancé par la RTBF.

Alors que la RTBF avait pendant des mois alimenté le buzz autour de Tarmac, son offre digitale dédiée à la génération Z, RTL débarque plus discrètement avec Check, une offre qui n'est pas sans rappeler celle du service public. Là aussi il est question d'une plateforme digitale dédiée aux cultures urbaines, à l'univers du hip-hop et du rap, le tout avec la collaboration d'artistes.

Check, qui démarre ce mercredi, est le fruit d'un partenariat entre Cobelfra, éditeur de radio Contact (majoritairement détenue par RTL) et les sociétés Back In The Days et Digizik. La première est active dans la production, le management et le booking d'artistes, la seconde dans la production de contenus courts pour des majors de la musique, des annonceurs, etc. Ce sont eux qui ali-

menteront la plateforme en contenu. RTL, via la régie IP, sera chargée de commercialiser l'offre auprès des annonceurs. Le budget s'élève à environ 300.000 euros par an.

«Nous voulions faire évoluer la web radio et aller beaucoup plus loin dans son développement avec d'autres formats, d'autres contenus», raconte Eric Adelbrecht, directeur des radios de RTL Belgium. *Back In The Days* et *Digizik* avaient la même ambition. Plutôt que de réinventer la roue, nous nous sommes associés à ces experts de la culture hip-hop, de la production, du marketing digital et à des personnalités liées à cet univers.»

Check sera avant tout dédié à la vidéo mais il y aura aussi de l'audio (rap, pop...), de l'écrit et des événements (concerts, festivals...). La vidéo sera articulée autour de capsules dédiées à l'univers d'un artiste (Check Mag avec le rappeur Roméo Elvis pour essayer les plâtres), les concerts (Check Live), la nourriture (Check Food présenté par le rap-

peur Caballero), le life style et les cultures urbaines (Check City) et les festivals d'été (Check Summer).

Check sera accessible via le web (www.checkcheckcheck.be) et sur différentes plateformes (YouTube, Dailymotion, Facebook et le futur RTL Play...). «C'est un tout nouvel univers pour nous avec des codes très spécifiques, c'est la raison pour laquelle la marque RTL n'apparaît pas», conclut Eric Adelbrecht, mais c'est une manière pour nous, comme pour notre régie IP, d'aborder des formats et des territoires différents, qui préfigurent les médias de demain.»

Reste à voir si les jeunes, réputés insaisissables, adhéreront au projet. A titre indicatif, la RTBF ne communique pas de chiffres sur l'audience de Tarmac, la plateforme n'étant pas contrôlée par le CIM. Tout juste sait-on qu'un peu moins de huit mois après son lancement, elle compte près de 18.000 fans sur Facebook et environ 10.300 abonnés sur sa chaîne YouTube. **J.-F. S.**

0,3 million €

Le budget annuel de Check tourne autour de 300.000 euros. Il sera financé, via la régie IP, par la publicité.