

Webcréation RTBF : vers l'infini et au-delà

Bilan En 10 ans, la cellule de la RTBF a multiplié les projets, s'est imposée face à un public rajeuni et dans les festivals.

Avec 2,2 millions de vues (sur Auvio, YouTube et Facebook), *La Théorie du Y* est sans conteste le plus joli succès de la cellule webcréation de la RTBF. Pourtant cette websérie sur le parcours d'une jeune femme en plein questionnement identitaire n'est pas l'arbre qui cache la forêt numérique. De nombreux autres projets ont contribué à bâtir la réputation de la "petite RTBF" sur le terrain des initiatives web innovantes. De précurseur, le service public belge est passé au statut de valeur sûre dans le domaine avec des webséries comme *Euh* et *Burkland*, saluées dans de nombreux festivals de Marseille à Los Angeles, les deux manifestations les plus prestigieuses en la matière.

Au fil des ans, les ramifications se sont multipliées et l'univers exploré s'est largement étoffé : webdocumentaires, fictions en VR ou 360, podcasts natifs et productions transmédias.

Un savoir-faire reconnu

"Nous avons eu raison à l'époque d'oser et d'expérimenter, s'est félicitée Sophie Berque, responsable de la fiction numérique à la RTBF. En dix ans, le service public a participé au développement, à la production et à la diffusion de 41 projets sur plus de 400 dossiers reçus. Un total de 246 épisodes ont été diffusés et plus de 28 millions de vidéos vues à travers le monde." Mais le plus éloquent reste "le souhait émis par des grands groupes comme France Télévisions de développer des projets digitaux avec la RTBF car ils faisaient confiance à notre jugement et à notre savoir-faire", souligne Sophie Berque. Une reconnaissance qui a présidé à la création de la série franco-belge *Jezebel*.

Même reconnaissance glanée en créant #PLS, toute première série créée spécialement pour

Snapchat qui a rencontré un succès immédiat auprès de son public-cible, les 15-25 ans. Preuve que la RTBF pouvait rajeunir son audience et trouver les mots (et les images) pour s'adresser à un public délaissant de plus en plus la télévision.

Tout ne fut pas rose "et il y eut parfois de sérieuses crispations en interne", reconnaît Sophie Berque, "car au départ, nous n'étions nulle part" et elle-même n'était pas forcément prédestinée à investir ce créneau. D'un "petit mi-temps" à une cellule forte de trois personnes dédiées, les essais se sont multipliés et les tentatives ont fini par porter assez rapidement leurs fruits.

"Je crois très fort dans le pouvoir de l'expérimentation et j'ai été soutenue par l'administrateur général Jean-Paul Philippot qui pensait qu'il fallait creuser le sujet puisque nous n'y connaissions rien. L'obstination mène à la réussite disait Charlie Chaplin, c'est une phrase à laquelle je me suis beaucoup raccrochée", confie Sophie Berque, se remémorant les nombreuses réticences qu'il a fallu dépasser et les portes qu'il a fallu forcer.

Après dix ans, le bilan a de quoi bousculer les plus sceptiques avec une offre très diversifiée, de fictions et documentaires, à retrouver sur le web : *Histoires de cabines*, *Les Nouveaux Pauvres*, *L'Homme au harpon*, *Génération Quoi...* et 56 prix glanés en Belgique et à l'étranger.

Un secteur difficile à financer

Pourtant rien n'est jamais gagné. Avec les problèmes récurrents que connaît tout le secteur de la création en lien avec le tax-shelter, chaque projet constitue une nouvelle bataille à mener. Malgré le succès, le bouche-à-oreille et les prix glanés, le financement de la saison 2 de *La Théorie du Y* vient seulement d'être bouclé au terme d'un long parcours du combattant. Si le public suit et répond en masse, la webcréation peine encore à séduire les investisseurs, sans doute encore mal à l'aise dans cet univers où tant d'espaces et d'opportunités restent à explorer.

Karin Tshidimba

Les neuf projets de 2019

Boldiok et Bradock, websérie allumée qui emprunte à l'univers des cartoons et des mangas entame son parcours sur le Web ce jeudi. Choisie sur base du vote des internautes, cette comédie méta-fantastique en 11 épisodes, coproduite par la RTBF, a été tournée en novembre dernier. On y suit l'histoire d'un jeune scénariste en panne d'inspiration qui se retrouve happé dans un monde habité par toutes ses créations inachevées : le Schpountz. Avec l'aide de Bradock, personnage hirsute et singulier, il doit tenter de s'en extraire pour rentrer chez lui. Deux nouveaux épisodes (de 7 minutes) sont à découvrir tous les jeudis sur Auvio, Facebook ou YouTube.

Parallèlement à cette nouveauté, trois projets plus anciens sont actuellement en cours de développement. À charge de voir si leurs dossiers déboucheront sur une mise en production soutenue par la RTBF. Il s'agit des webséries *Burkworld* (spin-off de la série *Burkland*), *Frangine* et *Arca* (ex-Plateau).

Le prochain jalon sera le tournage de la saison 2 de *La Théorie du Y* à la fin du printemps (mai-juin) pour une diffusion à la prochaine rentrée. Une websérie dont le budget est "en bonne voie mais pas encore totalement bouclé".

Après Snapchat, cap sur Instagram

Après avoir investi Snapchat avec sa série #PLS qui a récolté un joli succès (deux saisons rediffusées sur YouTube), la webcréation RTBF souhaite investir Instagram. "Un appel à projets sera lancé dans ce sens à la mi-mars afin de développer à la fois de la fiction (série) et un projet documentaire ou sociétal", précise Sophie Berque.

Pendant ce temps, *Valhalla*, projet de podcast natif coproduit avec la radio Pure est en cours de post-production. Les tournages en studio sont terminés et cette fiction futuriste (8 épisodes de 8 minutes), qui se déroule sur une autre planète, devrait être lancée fin avril sur le web et les réseaux sociaux. Enfin, en attendant "d'autres nouveautés à définir", un nouvel appel à projets sera lancé à la fin 2019.

KT