

STRATÉGIE TRANSMEDIA

L'on pourrait être tenté de croire que l'Incroyable Odyssée, malgré ses airs d'épopée fantastique loufoque et iconoclaste, souhaite se caser dans les standards confortablement établis de la télévision classique. Mais aborder le projet avec ce point de vue serait une terrible méprise.

Il s'agit en effet d'une série jeune, faite par des jeunes, mais d'abord et avant tout pour des jeunes. Et cette génération –notre génération-, consomme l'image d'une façon complètement différente de ce que faisait la génération précédente. Nous ne regardons presque plus la télévision, et ce pour deux raisons : nous n'y trouvons pas un contenu qui répond à nos attentes, c'est-à-dire qui soit plus proche de nos références et de la culture web, mais également parce que l'ordinateur et les autres écrans en général ont pris une place prépondérante dans notre quotidien, au point de supplanter un média beaucoup moins nomade et diversifié.

C'est en France que nous constatons cette effarante perte de vitesse de la télévision. Pourquoi ? Sûrement parce que notre pays est un peu frileux à l'idée de suivre les sentiers fraîchement ouverts par les géants anglais et américains. Là où nos quelques tentatives interactives se sont soldées par des échecs plus ou moins avérés (pour diverses raisons), les magnats étrangers de la VOD ont réussi à franchir le cap pour proposer des contenus enrichis sur plusieurs écrans. Depuis *The Walking Dead* jusqu'à *Dr Who* en passant par *Breaking bad* et *How I Met Your Mother*, on ne s'amuse plus à dénombrer les jeux vidéos, applications mobiles et tablettes, livres électroniques ou papier, et même les expériences à la frontière de la réalité alternée (numéros de téléphone, faux sites, etc...). C'est dire l'avance qu'ont pris nos homologues outre-Manche et outre-Atlantique !

D'ailleurs, à l'heure où j'écris ces lignes, le PAF tremble devant le coup d'état de Netflix. Après des mois de rude bataille, le géant américain a finalement posé le pied sur notre inviolable territoire pour y planter définitivement son étendard : aubaine ou sacrilège ? Tout dépend du point de vue.

Issu d'une formation au sein de laquelle les nouveaux médias ont une place de choix, je suis conscient des enjeux fondamentaux qu'ils constituent à l'heure actuelle pour la télévision. Il est également évident que de plus en plus de chaînes en France essaient de développer des aventures interactives et transmedia, à l'instar de France 4 Studio 4.0, mais aussi Arte Creative, Canal + et OCS (dans laquelle Canal possède des parts, d'ailleurs !).

L'Incroyable Odyssée, donc, veut prendre le train en marche et se positionner sur ce marché en pleine expansion. Des webséries comme *Noob*, la *Flander's Compagnie* et autres *Visiteur du Futur* -encore que pour la saison 4 il s'agisse d'une série télé- sont déjà le témoignage d'une véritable volonté des jeunes créateurs de proposer des univers riches sur des supports multiples. Nous souhaitons aller encore plus loin et déployer un dispositif interactif qui relie les écrans et les supports pour compléter et enrichir notre univers.

Notre premier objectif, à la genèse du projet, a été de bâtir une communauté solide sur laquelle nous pouvions poser les bases de notre aventure. Avec près de 400 abonnés en l'espace d'une semaine, et désormais plus de 1000 après quatre mois d'existence, notre page Facebook est devenu un élément clé de notre stratégie de développement. D'autant que nous avons fait le pari de composer le projet en ciblant plusieurs communautés existantes d'horizons différents : d'une part il y avait les *followers* de notre dessinateur, le Boucher Rouge, puis se sont rajoutés les habitués des productions web avec la présence de Benoît Allemane et Frédéric Zolfanelli. Chaque publication repartagée par ces « têtes d'affiche » atteint désormais entre 2000 et 3000 vues en l'espace d'une ou deux heures, et nous avons constaté une très forte évolution du nombre de commentaires et de retours.

En effet, nous souhaitons depuis le début impliquer notre communauté au maximum dans le processus de création et d'enrichissement de l'univers de l'Incroyable Odyssée. Par exemple, certains croquis préparatoires présentant différentes versions d'un même objet sont soumis à l'appréciation du public avant la validation de leur fabrication. Nous avons également mis gratuitement à disposition les patrons de fabrication des plaques d'armure du costume de Trantor afin que les *cosplayeurs* puissent s'approprier le personnage en se costumant lors des conventions auxquelles nous nous rendrons pour faire la promotion de la série (Toulouse Game Show, Japan Expo, Comic Con, Geekopolis, etc...). En parallèle de cela, nous avons commencé à écrire le Manifeste de la Magie, au nom assez évocateur, dans lequel nous développons le concept de Magie au sein du Mōndh, mais nous travaillons actuellement sur la création d'un jeu de société, ainsi que d'un jeu informatique de style *Shoot'em up* et d'une application tablette dans laquelle la diffusion TV des épisodes serait un atout essentiel de la progression au sein même du jeu.

Pour minimiser les frais de production de l'épisode pilote, nous préparons également une campagne de financement participatif, qui sera lancée après la diffusion du teaser fin novembre. En effet, le *crowdfunding* est rentré dans les mœurs depuis quelques années, et les projets ambitieux à la communauté solide et entretenue parviennent généralement à lever les sommes demandées, voire à crever les plafonds (cf. le cas des films *Noob*).

L'Incroyable Odyssée a l'ambition de devenir la nouvelle série à succès auprès d'un public jeune, parce que d'une part elle s'appuie sur des éléments scénaristiques solides et des références en rapport avec la culture web, mais aussi parce qu'elle saura s'entourer d'un contenu transmedia d'une telle diversité que chacun pourra y trouver son compte en fonction de ses habitudes. Car il n'est plus question de visibilité que sur le « petit écran », mais sur des écrans plus petits encore qui n'en ont pourtant pas moins d'impact.

Gaël REZÉ, réalisateur.