

Webdocu: objet multimedia non identifié

Écrit par Camille Chignac, Céline Diais, Julie Rasplus et Elise Rouillet
Vendredi, 11 Décembre 2009 16:11



Pour la première fois, une catégorie "webdocumentaire" a été créée dans le cadre du festival Visa pour l'image en 2009. Signe de l'ascension de ce nouveau format journalistique, à qui on commence à donner une place de choix sur internet. Beaucoup de sites de journaux possèdent un espace réservé au webdocumentaire et au webreportage.

D'autres entièrement consacrés à ce nouveau format fleurissent sur la toile. La machine webdocu est en marche, un peu en roue libre pour le moment. Pas de véritable définition de la forme, ni de modèle économique viable, le webdocumentaire se cherche. Pour l'instant, une seule règle: il n'y en a pas.



L'avis d'Emiland

« Pour le moment on appelle webdocumentaire, un peu tout et n'importe quoi. Le mot regroupe

Webdocu: objet multimedia non identifié

Écrit par Camille Chignac, Céline Diais, Julie Rasplus et Elise Rouillet
Vendredi, 11 Décembre 2009 16:11

plein de choses très différentes. Il existe des formes où on n'a pas encore mis de nom. Mais tout ça va se décanter avec le temps. Il y a des genres de récits journalistiques qui vont disparaître, d'autres qui vont se corriger... »

La parole aux auteurs 1/2



<http://www.narrative.info/> <http://www.>
La parole aux auteurs 2/2

Webdocu: objet multimedia non identifié

Écrit par Camille Chignac, Céline Diais, Julie Rasplus et Elise Rouillet
Vendredi, 11 Décembre 2009 16:11



[Le corps incarcéré](#) [mon catcheur ce héros](#)
A la recherche d'une valeur ajoutée

« Ce n'est pas parce que vous mettez 12 photos mauvaises et une musique que vous faites un web documentaire. Beaucoup de webdocumentaires ne sont en fait que des diaporamas sonores. Pour moi un webdocumentaire, c'est du son, de la vidéo et des photos de qualité. Ce format recouvre aussi la notion d'interactivité, un critère peu représenté parmi les projets. Le webdocumentaire n'est pas un format passif, le spectateur doit pouvoir intervenir. »

Jean-François Leroy. Créateur et directeur du festival Visa pour l'image. Membre du jury de

Webdocu: objet multimedia non identifié

Écrit par Camille Chignac, Céline Diais, Julie Rasplus et Elise Rouillet
Vendredi, 11 Décembre 2009 16:11

préselection du prix *RFI France 24* du meilleur webdocumentaire.

« Oublions le mot "journaliste". Les journalistes font du reportage. Quand les journalistes font des webdocumentaires, ils deviennent "auteurs" »

Alexandre Brachet, directeur d'*Upian*, société de production multimédia.

Si aucune définition n'a encore été accréditée, une règle rassemble la majorité des webdocumentaires. Ces "objets multimedia" dépassent le cadre journalistique. En d'autres termes, pour qu'un webdocumentaire soit réussi, il lui faut une « valeur » ajoutée. La forme n'étant pas normée et encore largement au stade expérimental, il y a à peu près autant d'exemples que de productions différentes.

Chaque créateur de webdocumentaire a fait un choix de production pour valoriser le sujet journalistique qu'il traite. Certains misent sur l'aspect esthétique en donnant à leur documentaire une dimension artistique, presque poétique. D'autres encore jouent sur la dimension interactive du web et proposent des enquêtes lisibles à la carte par le spectateur. Les plus téméraires enfin sont allés jusqu'à transformer leur documentaire en véritable jeu de rôle.

La « valeur ajoutée » est devenue un élément indispensable au webdocumentaire. Pour que le produit fini ait un intérêt, la dimension journalistique seule ne suffit plus.

[The ninth floor](#) : entre enquête et oeuvre d'art

Webdocu: objet multimedia non identifié

Écrit par Camille Chignac, Céline Diais, Julie Rasplus et Elise Roulet
Vendredi, 11 Décembre 2009 16:11



[Thao Tran](#) a été élu meilleur acteur de l'année à Cannes. Il a joué dans 'Le Dernier jour de la Terre' de Jean-Pierre Jeunès. Il est aussi un artiste engagé, et a écrit le scénario de 'Le Dernier jour de la Terre'.

Webdocu: objet multimedia non identifié

Écrit par Camille Chignac, Céline Diais, Julie Rasplus et Elise Roulet
Vendredi, 11 Décembre 2009 16:11



Financement à tâtons

Si le webdocu se cherche encore une forme, son modèle économique en est aussi au stade des balbutiements. Faire du webdocumentaire n'est pas encore viable.

« Si demain je partais réaliser un webdocumentaire sans faire de publications derrière, je ne pense pas que je m'en sortirais. » Axelle de Russé a pu diffuser son webdocumentaire "Journal d'une concubine" grâce à la diffusion de ses photos dans la presse : *Figaro magazine*, *VSD* ou encore

Paris Match

Il n'est pas rare que la production d'un reportage multimédia soit accompagné (ou soit l'accompagnement) d'une publication complémentaire (livre, dvd). Comme tout documentaire, le webdocu coûte cher. D'autant plus quand la créativité nécessite des interfaces de plus en plus sophistiquées, une interactivité de plus en plus élaborée. « *Gaza/Sderot* a coûté 216 000 euros. Une somme qui comprend la production du sujet mais aussi la réalisation du dispositif interactif : design, la programmation, et l'animation du site au quotidien » raconte Alexandre Brachet, fondateur d'Upian, l'un des six producteurs du projet.

La fourchette des coûts varie. « *Voyage au bout du charbon*, a coûté environ 30 000 euros en post-production.

Lemonde.fr (qui a acheté le documentaire, ndlr

), je crois qu'ils ont payé 2 ou 3000 euros », précise Jean-François Leroy, créateur et directeur du festival

Visa pour l'image

. Mais ses auteurs, Samuel Bollendorf et Abel Ségrétin, ont dû faire appel au CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée). Après sélection, la structure alloue des subventions à certains projets de webdocumentaire. Des aides qui peuvent s'étendre de 5000 à 100 000 euros. La Scam (Société civile des auteurs multimédia) participe aussi aux financements de certaines productions. Sans ces organismes, peu de webdocu verraient le jour en France.

Alors que les médias français sont habituellement frileux face au développement de ces nouveaux types de récits, certains se lancent parfois en interne. *Lemonde.fr* paye ses propres webdocu. C'est le cas du

Corps Incarcéré

, dont les auteurs sont des journalistes de la rédaction. Financer sa propre production multimédia s'avère être une des solutions envisageables pour les médias. Mais rarement envisagée. Car, l'information sur le web peine déjà à trouver un modèle économique viable. Difficile dès lors que le webdocumentaire s'en trouve un pour le moment.

