

FICTIONS VERTICALES :



DE
NOUVEAUX
HORIZONS ?



C'est peut-être la prochaine révolution audiovisuelle. Tandis que les salles peinent à se remplir, des millions de spectateurs consomment des drames sentimentaux de 90 secondes entre deux stations de métro. En Chine, les *duanju* – ces miniséries filmées à la verticale et consommées sur smartphone – ont rapporté plus que le cinéma en 2024. En France, le mouvement arrive à pas feutrés. Quelques sociétés de production flairent pourtant le virage et s'engouffrent dans ce nouveau territoire narratif, quelque part entre la *telenovela* et TikTok. Immersion sur un tournage à la verticale. PAR **MARINE BOHIN**

Il y a six seulement, réunis dans un bar un peu rococo d'un quartier paisible. Rideaux lourds tirés, silence ouaté. À l'extérieur, les Parisiens promènent leurs teckels sans se douter qu'un tournage se joue. Pas de figurants. Pas de camions régie. Juste une équipe resserrée et une caméra tenue droite, comme un téléphone. Magali et Anna sont assises sur un canapé. Une heure, déjà, que les deux comédiennes répètent les mêmes phrases, encore et encore, en les modulant jusqu'à trouver la bonne intonation. Rien d'inhabituel, à première vue. Sauf qu'ici, cette heure de travail correspond à... un épisode entier. Dans le monde du microdrama, 60 minutes de tournage peuvent accoucher de 45 secondes de fiction. À la fin de la journée, trois minutes auront été mises en boîte. Soit deux épisodes d'*Ambre*, série à suspense pensée pour être regardée sur un téléphone, à la verticale. « Habituellement, on tourne cinq ou six épisodes par jour, précise Guillaume Sanjorge, le producteur. Chaque épisode correspond à une scène et souvent à un seul décor. Le principe est simple : on termine chaque épisode par un cliffhanger. »

60 secondes chrono

Nous sommes donc sur le tournage d'un microdrama, ou *duanju*, ce format venu d'Asie dont les épisodes oscillent entre 45 secondes et trois minutes. Quatre épisodes d'*Ambre* sont déjà disponibles sur le site *duanju.fr*, créé par l'équipe elle-même. L'objectif ? Se constituer une vitrine pour séduire de grandes plateformes internationales comme Stardust, l'une des leadeuses sur le marché. Tout va vite, du format aux droits de diffusion, qui ne durent qu'un an. Les plateformes réclament du neuf, encore et toujours. Et la langue n'est plus une barrière : dès l'an prochain, toutes les productions seront doublées par IA. « Le résultat est bluffant, assure Guillaume. Je sais que ça touche une profession, mais je n'aurais jamais eu les moyens de payer des comédiens de doublage. » *Ambre* présente les caractéristiques communes à de nombreux *duanju* : scènes de dialogues tournées dans des intérieurs clinquants, plans de coupes extérieurs conçus par IA, lumières vives et image très contrastée. C'est l'heure de la pause. Guillaume quitte le plateau, revient avec des pains au chocolat puis passe de l'autre côté de

la caméra. Producteur, régisseur, acteur : dans le microdrama, mieux vaut être polyvalent. Lui qui supervisait le tournage se fait maintenant diriger par Camille Bertin, la réalisatrice : « Tiens-toi moins volûté. Dis ta réplique avec plus de regret. » La jeune femme, qui a commencé comme cadreuse, passe ici à la réalisation. Pour elle, ces microdramas permettent de « s'échapper et de revenir à la réalité très vite. C'est une petite bulle de plaisir accessible, dans ta poche, que tu consommes comme tu grignotes un snack, en quelques minutes, pour un plaisir immédiat ». D'ailleurs, une fois le spectateur hameçonné, il paie directement sur son téléphone pour continuer à visionner les épisodes au compte-goutte, comme on plongerait la main dans un paquet de bonbons. La montée de sucre a un coût minime : les budgets de production varient entre 80 000 et 100 000 euros pour 45 épisodes, soit une heure de fiction. Certaines productions plus importantes montent à 200 000. Sur le tournage d'*Ambre*, pourtant, tout se fait bénévolement. Chacun, au sein de cette équipe manifestement très jeune, espère faire son nid sur une branche qui deviendra peut-être, un jour, très lucrative. Chloé, cheffe opératrice venue du cinéma traditionnel, ajuste son matériel. « Avant je plaçais les personnages au premier plan, explique-t-elle. Là, le cadre est étroit, on filme autrement. C'est un art du gros plan, on se concentre sur les regards. » La direction d'actrices s'adapte aussi : phrases courtes pensées comme des punchlines, interprétées de façon appuyée. Exactement comme pour une vidéo TikTok, l'enjeu est de capter l'attention dès les premières secondes et chaque réplique finale doit être un climax. On ne tourne plus de dialogues mais des fragments. Magali et Anna confirment : leurs phrases sont beaucoup plus découpées que sur un tournage classique. « Mais pour nous, ça ne change rien au jeu », assurent-elles. Sous-entendu : il n'y a pas de sous-fiction, juste une autre cadence (et Magali connaît bien les tournages industriels pour avoir joué durant six saisons dans *Les Mystères de l'amour*).

Un nouveau regard ?

L'idée de produire ce format est venue à Guillaume en observant des touristes chinoises absorbées par leurs téléphones, dévorant des *duanju* dans le métro.

Comme des *telenovelas* qui auraient été compressées et accélérées pour s'insérer dans les interstices de nos journées. Public cible : majoritairement féminin, dans les transports ou à la maison. C'est l'ère du *speed watching*, où l'on regarde plus mais moins longtemps. Le microdrama s'ajuste à cette réalité et propose des histoires simplistes, souvent sentimentales, qui ne révolutionnent rien mais rythment et comblent les trous du quotidien. « En livrant des saisons entières d'un bloc, Netflix a façonné ce rapport frénétique au récit, analyse Guillaume Sanjorge. Beaucoup regardent aujourd'hui leurs séries en accéléré. Peut-être parce que les formats sont trop longs... » Peut-être, aussi, parce que l'on pousse les spectateurs à consommer ainsi.

« C'EST UNE PETITE
BULLE DE PLAISIR
ACCESSIBLE,
QUE TU CONSOMMES
COMME
TU GRIGNOTES
UN SNACK,
EN QUELQUES
MINUTES, POUR UN
PLAISIR IMMÉDIAT »

En Chine, l'industrie est déjà structurée : d'un côté, des contenus commerciaux très rentables ; de l'autre, des projets déficitaires qui font office de vitrines créatives. En 2024, c'est sept milliards de bénéfiques. On table sur dix milliards en 2030. Bien que la production coûte jusqu'à 30 % plus cher aux États-Unis, la croissance de ce format y est rapide et Hollywood se frotte déjà les mains : à l'heure de l'IA, produire des microdramas à la chaîne et à moindre coût paraît prometteur. En France, il est difficile d'avoir des chiffres. Le Studio Phocéan, la structure avec laquelle Guillaume et Camille tournent leurs miniséries, est l'une des seules à s'être lancées. Serait-on frileux ? Le président du CNC, Gaëtan Bruel, a déclaré il y a quelques mois que les micro-fictions étaient « le parfait contre-exemple » de ce que notre industrie audiovisuelle devait défendre. Les réticences sont donc légion. La question est : jusqu'à quand ? « Les gens n'aiment pas le changement, sourit Chloé, la cheffe op. Mais ils s'habitueront. » •