

Benjamin Laurent, Cortex média

“Réinventer un langage audiovisuel commun pour les personnes en situation de handicap.”

- ▶ 25% de personnes vivant en France ont des difficultés de compréhension et n'accèdent pas à l'information. Benjamin Laurent, réalisateur et producteur, se bat pour elles. Grâce à Cortex média, studio de création de contenus et plateforme de streaming qui diffuse des programmes autour du handicap mais surtout des réalisations (fictions, documentaires...) accessibles à tous. A l'heure des Jeux Paralympiques, ce doit être une priorité pour les diffuseurs.

Propos recueillis par Thomas Laborde

Pourriez-vous vous présenter ?
Je suis autodidacte. Malgré ma passion pour le journalisme, je ne pensais pas pouvoir faire d'études ou de carrière dans lesquelles l'orthographe serait une composante importante. Après avoir été militaire puis travaillé en bureau d'études hydraulique, j'ai décidé de me consacrer au journalisme. Je me suis formé en pigeant pour le Dauphine Libéré grâce à une rédactrice-en-chef qui m'a rappelé que, dans un journal, il y avait des secrétaires de rédaction qui corrigeaient les articles. Puis je me suis retrouvé, à nouveau, limité dans ma carrière. J'avais d'autres envies.

Envie de films ?

Oui, après avoir assisté à une conférence où j'ai découvert mon handicap, un TDAH, trouble déficit d'attention avec une hyperactivité, j'ai décidé de réaliser un documentaire sur le sujet. Puis j'en fait d'autres, notamment sur l'autisme. Et un autre sur les aidants. Toujours avec des associations et des fondations. Huit documentaires à ce jour en plus de vidéos de sensibilisation.

Comment ont-ils été diffusés ?

Sur Internet parce que ça correspondait aux besoins des familles : avoir accès à une information qui les concerne directement difficile à trouver ailleurs. Certains films ont cumulé jusqu'à 300 000 vues. Je ne connaissais pas le milieu de la télévision, je ne savais pas monter un dossier, j'ai tenté de le faire mais sur le handicap, ça n'a jamais marché. J'ai toujours eu comme priorité de réaliser des films et de diffuser l'information avant tout.

Comment est née la plateforme Cortex média ?

Il y avait déjà le studio de création de contenus. En 2020, le COVID a tout freiné. Quand on a commencé à en sortir, j'ai repris l'idée de créer une plateforme VOD qui mette en avant les personnes en situation de handicap et qui leur permette aussi d'avoir accès à une information de qualité. Nous avons tout de suite voulu positionner Cortex, dès sa naissance en mars 2023, comme un outil utile. Utile aux personnes concernées, aux enseignants, aux bibliothèques, aux associations. Nous avons été rentables dès la première année.

Votre double ambition - mettre en lumière et rendre accessible - vient-elle d'un manque de représentativité et d'accessibilité dans les médias traditionnels ?

Bien sûr. Dans mon parcours de réalisateur, j'ai rencontré beaucoup de familles qui me disaient ne pas trouver de quoi s'informer ou ne pas comprendre l'information. En 2021, selon le CSA les personnes en situation de handicap représentaient 0,6% des individus à l'écran et 69% d'entre eux l'étaient dans des fictions. C'est compliqué à vivre de ne pas se reconnaître à la télévision. Par ailleurs, 25% de la population française a des difficultés de compréhension. Nous cherchons simplement à diffuser une information accessible.

Où en est-on, en France, en terme d'accessibilité ?

Aujourd'hui, l'accessibilité dans l'audiovisuel et dans le cinéma s'est concentrée sur deux éléments : le handicap visuel et le handicap auditif. En France, le sous-titrage pour sourds et malentendants a été développé avec une norme de couleur, d'ailleurs remise en cause parce qu'elle n'est pas adaptée pour les daltoniens. Et on a mis en place l'audio-description, née aux États-Unis, pour des personnes malvoyantes. Mais il y a une

troisième forme : le handicap à la compréhension. Il touche les personnes allophones, celles qui ont une déficience intellectuelle, les personnes âgées... Notre monde informationnel et culturel ne leur est pas du tout accessible. Les JT de 20h, exemple le plus parlant, ne sont pas accessibles à tous ! Cela requiert de réinventer un langage audiovisuel commun pour les personnes en situation de handicap et les publics empêchés.

Comment ?

D'abord, à Cortex, nous utilisons des outils traditionnels, comme le sous-titrage SME ou l'audio-description. Cette année, nous accélérons sur l'audio-description que nous estimons sous-diffusée. Nous cherchons à créer des contenus nativement accessibles, c'est-à-dire que l'on travaille, non pas sur de l'adaptation, mais sur la façon de concevoir une vidéo d'emblée accessible à des personnes qui ont des difficultés.

Par où commencer ?

Par faire des livres audio accessibles ! On est reparti d'un canevas qui s'appelle le "falc", le "facile à lire et à comprendre" [méthode qui a pour but de traduire un langage classique en un langage simplifié, selon le ministère de la Culture, NDLR]. Nous avons adapté la norme à l'enregistrement de livres audio. Nous avons alors créé et nommé la technique Audio Clair : il s'agit de rendre compréhensible des textes écrits à travers le langage oral. En le rendant plus explicite. Nous voulons, désormais, partir de là pour fabriquer des vidéos.

Un exemple ?

Il faut tester une voix off qui va, non pas commenter l'image, mais l'expliquer. Mais comment l'écrire ? Dans un langage simplifié, avec des phrases au présent. Il faut aussi travailler sur les images. Je →

A portrait of Benjamin Laurent, a man with short grey hair and a beard, wearing a teal t-shirt, standing outdoors with his arms crossed. The background is a light-colored wall with some greenery.

Benjamin Laurent en 5 dates

1987 > Naissance à Lyon

1994 > Entrée en CP, le professeur dira :
"Il est bête, il ne pourra pas lire et écrire."

2017 > 1^{er} webdocumentaire mis en ligne
sur les enfants TDAH - 300 000
vues

2023 > Lancement de Cortex média

2024 > Diffusion de la série Zoom sur
TV5Monde

→ pense à une scène très connue de *La Main au collet*. Quand Cary Grant embrasse Grace Kelly, la caméra se tourne vers un feu d'artifice. Que veut-il dire ? De façon implicite qu'ils vont faire l'amour ? Pour une personne atteinte de déficience intellectuelle, ce second degré, ce sous-texte est incompréhensible. Comment faire pour que ce spectateur comprenne ? C'est un élément essentiel. C'est tout l'enjeu des recherches que nous menons.

Comment pourrait se concrétiser à la télévision l'utilisation de l'audio clair ?

En rajoutant une image, par exemple. En ce sens, la piste que nous cherchons à développer le plus rapidement est celle du motion design. Pour expliquer des petites choses en quelques minutes.

Comme une option à sélectionner ?

Non parce que cela voudrait dire que l'on reste dans l'idée d'adapter une version. Ce que nous voulons créer, ce sont des programmes nativement adaptés qui correspondent à tout le monde.

Sans perdre un public qui n'a pas de difficultés de compréhension ?

La télécommande que l'on utilise tous pour la télé a été conçue pour les personnes avec des difficultés de mouvement. J'espère donc qu'un jour il y aura des tranches horaires dédiées à des contenus en audio clair sans que personne ne se pose de questions.

Canal+, en 2023, a mis en place Dystyles, un système de sous-titres pour personnes "dys". Qu'en pensez-vous ?

Dystyles et les autres propositions d'adaptation visuelle reposent sur un présupposé selon lequel la dyslexie est une déficience visuelle. C'est un vieux préjugé. On sait depuis 50 ans que la dyslexie est due non pas à une déficience visuelle mais à un défaut de conceptualisation et de mémorisation des phonèmes. Les études sur les corrections visuelles n'ont pas montré d'impact significatif. L'avantage, je dirais, est que l'on parle de dyslexie. Mais le mieux reste la VF et un jour, peut-être, des contenus nativement accessibles.

Quel impact les Paralympiques pourraient avoir ?

Je suis très optimiste. Mais je n'ai pas envie de donner des bons et des mauvais points. Chacun s'empare des sujets comme il peut et comme il veut. Teddy Riner a dit des sportifs paralympiques qu'ils étaient des super héros, ce qui a fait réagir Sofyane Mehiaoui, membre de l'équipe de France de basket fauteuil ["*Faut vraiment que tu arrêtes de parler de nous de cette manière, tu ne nous aides pas !! [...] "On n'est pas des super-héros, on est des athlètes"*"]. Je suis plutôt d'accord avec Teddy mais pas pour les raisons auxquelles on pense. Un héros, c'est une personne qui fait des exploits hors du commun. Dans ce sens-là, Teddy Riner comme Sofyane Mehiaoui sont tous les deux des héros. Qu'ils soient olympiques ou paralympiques, ils réalisent des performances extraordinaires. Mais si l'on décale ce regard, une performance doit surtout s'apprécier à la lumière de ce que la personne a, dans l'ensemble, accompli pour y arriver. Je veux bien utiliser le qualificatif "super". Non pas parce que ces athlètes sont en situation de handicap, mais parce qu'ils s'entraînent parfois dans des conditions plus artisanales, dans leur coin. Avec ces moyens-là, leurs performances sont extraordinaires. Dans le foot pro, les sportifs

Concevoir une vidéo d'emblée accessible à des personnes qui ont des difficultés.

disposent d'infrastructures énormes pour s'entraîner. Ça force moins mon admiration. Ce qui m'intéresse, c'est comprendre et montrer comment ces sportifs paralympiques parviennent à performer.

L'arrivée de Théo Curin à la tête d'un jeu, Slam, sur France 3, pourrait-elle changer les choses ?

Oui, c'est bien. C'est une belle progression. Mais à la télé, il y a déjà des personnalités qui sont en situation de handicap. Thomas Sotto, par exemple, handicapé du bras gauche. Le grand public ne le sait forcément. C'est bien que des handicaps soient un peu plus visibles à l'écran.

Quel appel lancez-vous aux producteurs et aux distributeurs ?

Envoyez-nous vos projets de films, envoyez-nous vos catalogues. Et surtout, si vous avez des envies de coproductions, on peut travailler ensemble !

Combien achetez-vous les films ?

Nous n'avons pas de budget spécifique. En général, pour l'instant on est à 120 € pour un court et 1 500 € pour un long-métrage de fiction. Autre exemple, Bachibouzouk Productions nous a contacté pour un film sur la vie intime et affective des personnes porteuses de trisomie 21. Ils ont bien voulu nous le vendre quelques centaines d'euros.

Quel est votre modèle économique ?

Il repose sur les abonnements. Des particuliers sont abonnés mais nous allons surtout chercher, pour l'instant, les établissements, les structures médico-sociales, les écoles, les collèges et lycées. Aujourd'hui, on a 10 000 utilisateurs. Et la production, la vente de contenu. Depuis qu'on a rencontré la distributrice Gini Lorin de Script Line, on commence à vendre en télé. Comme la série documentaire *Zoom*, des portraits d'athlètes paralympiques, d'abord à TV Monaco puis à TV5 Monde qui nous a préacheté une deuxième saison. On réfléchit déjà à la troisième avec les prochaines échéances olympiques et paralympiques de 2028 et 2030 dans les Alpes françaises. J'aurais mis 10 ans pour vendre à une télé.

Que trouve-t-on dans le catalogue ?

Tout ce que j'ai fait jusqu'à présent. Puis, nous nous sommes tournés vers l'agence du court-métrage à qui nous avons acheté du contenu. Les courts-métrages sont appréciés des professeurs

parce qu'ils ont l'avantage de pouvoir être facilement diffusés en classe. Nous avons acheté une trentaine de films de patrimoine à Gaumont. Ce ne sont pas forcément des films sur le handicap mais des œuvres qui ont une accessibilité peu mise en avant. Nous voulons que les publics empêchés sachent qu'ils ont accès à ces films. Nous faisons aussi pas mal de podcasts, parce que nous voulons une plateforme la plus universelle possible. Il faut des contenus accessibles à tous, sans distinctions. Nous dépassons aujourd'hui les 400 titres.

L'ARCOM demande des engagements plus poussés sur l'accessibilité des programmes aux chaînes qui se voient renouveler ou attribuer une fréquence TNT. Que dire aux diffuseurs ?

D'abord, c'est, évidemment, une très bonne nouvelle. Cortex, c'est un vrai projet sociétal. Il s'agit de développer l'accessibilité de la culture, de l'éducation, de l'information, d'en faire des domaines universels. Et ce mouvement va dans notre sens. Aux diffuseurs, je dis : "*Laissez-vous tenter par l'accessibilité native ! C'est un vrai gage d'innovation !*" Il faut aussi que les plateformes s'y mettent plus, ça entraînera le secteur entier.

Comment former les équipes ?

Nous pouvons, dans un premier temps, les sensibiliser. Ensuite, si elles veulent se former au facile à lire et à comprendre, l'Unapei, notamment, propose de bonnes formations. Il ne faut pas hésiter à contacter ces associations qui ont de nombreuses compétences à transmettre, et qui le font avec beaucoup d'engagement.

Cortex pourrait vouloir développer un volet formation ?

Nous y avons pensé. Mais ce n'est pas notre cœur de métier, qui reste la création de contenus : les diffuser, monter des partenariats avec des chaînes ou des médias. C'est ce qui nous motive. Mais si on nous demande d'intervenir pour sensibiliser, nous le faisons.

Quel est l'avenir proche de Cortex média en terme de développement ?

Nous intégrons dès cette rentrée un programme d'incubation mené par BNP Paribas, Act For Impact. Nous lançons une levée de fond. Et nous restons ouvert à toutes les opportunités de coproductions, de diffusion, à tous les liens possibles avec les chaînes. ■