« 2DAY » : ZE web série

Après ZeBible, version papier, voici son film interactif « L'autre expérience » et son extension sur Facebook, l'Alliance biblique française (ABF) récidive en proposant un nouvel outil pour rafraîchir l'image de la Bible. Cette websérie est une initiative de Zebible, un partenariat interconfessionnel porté par l'Alliance biblique française.

La websérie 2day est une première en France « 2day » met en scène des lycéens dans leur vie quotidienne.

Destinée aux jeunes de 15 à 20 ans, la série s'inspire des films cultes « Retour vers le futur » et « Un jour sans fin », et d'une culture geek et cinéma propre aux jeunes. Elle raconte l'histoire de Quentin, lycéen impopulaire, doté un matin d'un formidable pouvoir : vivre chaque journée deux fois. Au fil des épisodes le jeune homme va utiliser cette capacité et apprendre à le faire de façon intelligente. La tentation est grande d'en profiter, mais le messager de ces nuits va l'aider à assumer avec sagesse ses responsabilités.

Une réalisation très professionnelle, avec des dialogues au ton décalé. La websérie se découpe en six épisodes de huit minutes, disponibles tous les samedis pendant six semaines.

Les aventures de Quentin abordent des thèmes de réflexion propres à l'adolescence tels que les relations amicales et amoureuses, l'image de soi, la force des apparences, la maîtrise de sa vie, le sens du bien commun et la mort. À la fin de chaque épisode de 2DAY, l'internaute est invité à visionner 2NIGHT. Un âne un peu excentrique nommé Jean-Baptiste (l'inspiration est biblique) propose au héros des pistes de réflexion pour faire ses choix et surtout un verset de la Bible à méditer.

Très professionnelle dans sa réalisation, avec des dialogues au ton décalé, la websérie poursuit l'ambition de ZeBible de montrer aux jeunes, chrétiens ou pas, comment la Bible peut les rejoindre dans leur quotidien et leurs questionnements. La collaboration entre chrétiens de différentes confessions (protestants, catholiques et orthodoxes) autour de l'ABF dure depuis neuf ans. 175 000 € récoltés auprès des institutions ecclésiastiques, de particuliers et des partenaires de l'ABF ont permis de mener à bien le projet. Si la websérie rencontre du succès,

elle devrait se prolonger. L’ABF espère développer bientôt son application smartphone pour rejoindre les jeunes directement dans leur poche.