

transmedia Lab

Formations
professionnelles

De la création à la
production transmedia



Le savoir-faire du Transmedia Lab



“ Nous avons la conviction que d’ici 5 ans, 50% des productions audiovisuelles auront une dimension transmedia : une série TV, un film, un documentaire sur deux auront leur écho sur Internet ou sur le Mobile. Préparez-vous, la vague transmedia va déferler sur vos écrans !

Le transmedia est à la conjonction de deux phénomènes : une évolution des usages vers une consommation combinant les écrans et une diversification des réseaux de diffusion représentant une opportunité majeure pour les créateurs d’enrichir leur univers narratif.

Dans une démarche ouverte et collaborative, Orange a créé il y a plusieurs mois le Transmedia Lab, qui a donné naissance à un blog participatif sur le storytelling transmedia (www.transmedialab.org) et à une offre d’accompagnement tout au long de la chronologie d’un projet : formation, coaching, outils permettant d’accéder aux réseaux Orange pour optimiser la diffusion de programmes transmedia.

L’offre de formation que nous vous présentons ici est une ouverture vers les métiers innovants du transmedia, l’émergence d’une nouvelle forme d’écriture et le réseau de compétences à fédérer. Bienvenue dans cette forme ambitieuse de création collective ! ”

Nicolas Bry
Directeur du Transmedia Lab

Le Transmedia Lab

Le Transmedia Lab est un catalyseur de projets transmedia. Lieu d’exploration et d’audace il réunit des acteurs issus d’univers différents : tv, cinéma, jeux vidéo, Internet, édition, presse, radio...

Le Transmedia Lab agit autour de trois priorités :

- Sensibilisation à la culture et formation aux savoir-faire du transmedia
- Coaching de projets transmedia
- Développement d’outils réseaux pour optimiser la diffusion transmedia

Notre histoire

Tout a commencé le 07 juillet 2009, avec l’ouverture de notre blog participatif : www.transmedialab.org

Fin août, nous organisons un barcamp réunissant une centaine de professionnels de l’audiovisuel. Une manière d’allumer l’étincelle créatrice autour du transmedia.

Un appel à projets a été lancé et s’est terminé en septembre 2009, 72 dossiers nous sont parvenus. Au total, près de 300 professionnels de l’audiovisuel se sont mobilisés !

Sur ces 72 projets, 11 sont venus pitcher devant un jury pluridisciplinaire, présidé par Xavier Couture. 5 équipes ont été sélectionnées et ont poursuivi l’aventure avec nous.

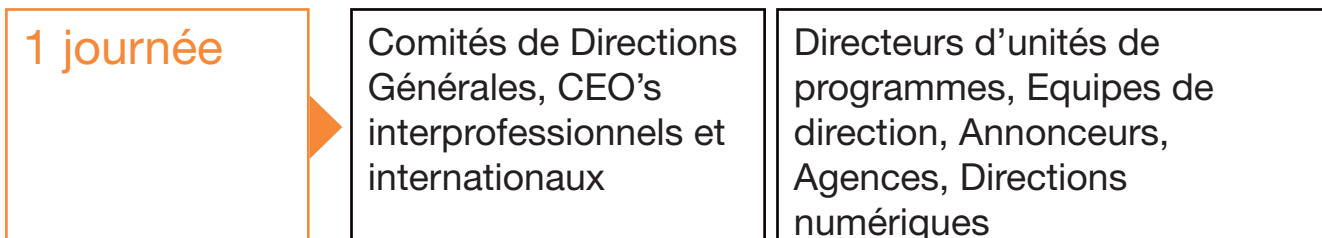
Ces projets ont été accompagnés par notre équipe dans leur démarche de développement sous forme de workshops.

Pendant près de 3 mois, le storytelling multi-écrans, l’engagement, la participation, la communauté, l’économie, la production, le brand content, sont autant de sujets que nous avons travaillés en réunissant différents experts de l’audiovisuel autour de nos 5 projets.

Aujourd’hui, c’est au travers de ce retour d’expérience que nous avons bâti ce programme et que nous vous proposons d’y participer.

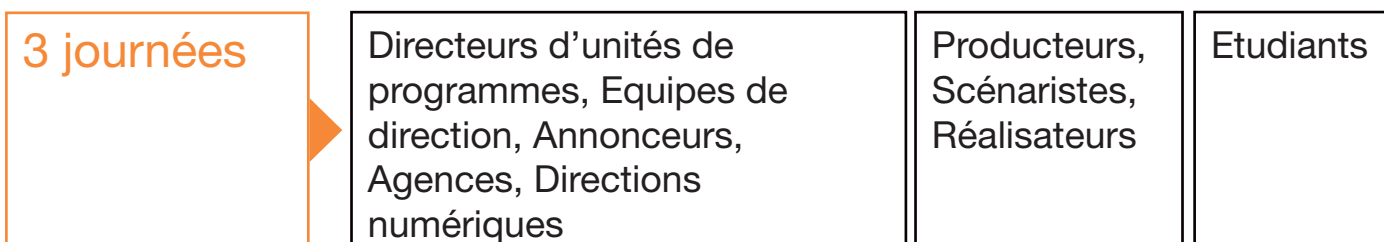
3 modules de formation à destination des professionnels de l'audiovisuel

Comprendre la révolution numérique dans la consommation audiovisuelle



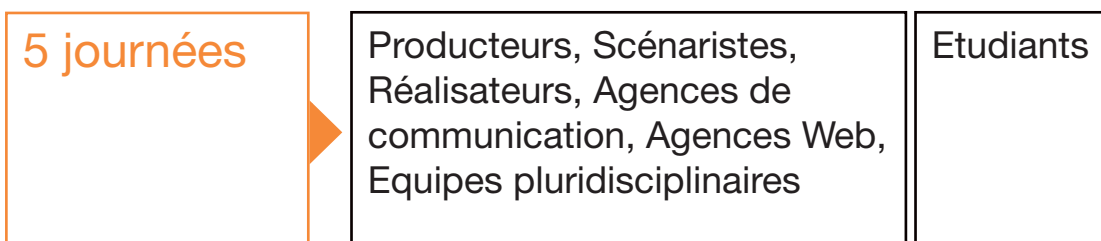
« Je repars en ayant compris quels sont les enjeux des évolutions numériques et leurs impacts sur mon métier de dirigeant »

Agir de la création à la production transmedia



« Je repars en ayant appris à construire un projet Transmedia (storytelling transmedia, participation et développement d'une communauté autour du contenu), et comment le vendre (diffuseurs, marques) »

Créer son projet transmedia



« Je repars en ayant fait progresser mon projet transmedia sur tous les points (storytelling transmedia, participation, communauté, vente diffuseurs, financement par les marques, outils techniques). J'ai appris à travailler en équipes pluridisciplinaires »

1 journée : Comprendre la révolution numérique dans la consommation audiovisuelle

Immersion dans les usages

- Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : combinaison des écrans, nouveaux formats, consommation individuelle et usage collectif
- Elargissement du nombre des diffuseurs et des réseaux, fragmentation des audiences, évolution des consommations (media, contenu linéaire/délinéarisé, multitasking, écarts entre les générations)

Storytelling transmedia

- Création d'un univers transmedia : guidelines pour construire des histoires et des personnages qui peuvent voyager à travers les media dans le temps et favoriser la participation de l'audience, études de cas de la production transmédia internationale, partage d'expériences
- De « producteur de programmes » à « créateur d'univers dynamiques » : Comment concevoir, produire et faire vivre des contenus ? Quelles nouvelles compétences doit-on apprendre à piloter ?

Atelier interactif : les impacts sur les métiers et la chaîne de filière

- Le nouveau rôle des producteurs, les organisations transverses à développer, la nécessaire réaction des diffuseurs, les business model à construire ...

Storytelling multi-écrans : partir des technologies pour enrichir l'histoire

- Web, mobile, ARG (Alternate Reality Game), etc : tirer parti des atouts de chaque media

Susciter le buzz, développer la viralité, cibler et animer les communautés, le marketing transmedia

3 journées : Agir de la création à la production transmedia

Jour 1

Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : combinaison des écrans, nouveaux formats, consommation individuelle et usage collectif

Création d'un univers transmédia : guidelines pour construire des histoires et des personnages qui peuvent voyager à travers les media dans le temps et favoriser la participation de l'audience, études de cas

Atelier interactif : Les impacts sur votre business model

Nouveaux métiers transmedia : Nouvelles formes d'écriture ? Evolution du métier de producteur : de « producteur de programme » à « créateur d'univers dynamique » ? Création collective pour concevoir, produire et faire vivre des contenus multi-supports

Retour d'expérience d'un auteur

Jour 2

Retour d'expérience par : un producteur / un diffuseur

Conduite d'un projet transmedia: les étapes, les livrables, le fonctionnement en équipe

Atelier interactif : Travailler une histoire transmedia : zoom sur les media Web/TV

Storytelling multi-écrans : partir des technologies pour enrichir l'histoire

Atelier interactif : Travailler une histoire transmedia : zoom sur les media Mobile/ARG (Alternate Reality Game)

Susciter le buzz, développer la viralité, cibler et animer les communautés

Jour 3

Economie du transmedia : coûts/rentabilité/circulation d'audience/mesure d'audience

Atelier interactif : Vendre son projet transmedia

Branded content : associer un contenu audiovisuel à une marque

Packaging et Marketing d'un univers transmedia

Atelier interactif : S'organiser pour prendre en main un projet transmedia

5 journées : Apprendre à créer un projet transmedia

Jour 1

Retour sur l'environnement global du transmedia :

Introduction au transmedia : le transmedia c'est quoi ?

L'évolution des usages audiovisuels, les nouveaux consommateurs numériques, outils et tendances (3D, objets communicants, ...)

Apprendre à utiliser les différents canaux pour raconter une histoire transmedia

Jour 2

Apprendre à développer l'univers d'une histoire transmedia : bible des personnages, ressorts narratifs, mythologie et références de l'univers

Apprendre à construire un dispositif transmedia efficace : mise en scène de l'histoire sur les différents media, les ingrédients scénaristiques transmedia, apprendre à développer l'immersion progressive du spectateur dans l'histoire

Jour 3

Apprendre à développer la participation autour d'un projet transmedia : les différents degrés de participation, s'adapter aux usages des spectateurs, développer la gratification pour le spectateur

Apprendre à créer une communauté : où trouver sa communauté, comment s'adresser à elle, comment s'appuyer sur elle, comment utiliser efficacement les réseaux sociaux

Jour 4

Développer les outils technologiques autour d'un projet transmedia : solutions techniques selon les supports, coûts d'utilisation, players vidéos et solutions d'hébergement

Economie et transmedia : comment bien vendre son projet, les outils d'aide à la vente, apprendre à établir un budget de projet transmedia, associer son contenu à une marque (Branded content)

Jour 5

Journée de synthèse des connaissances assimilées par les participants

Itération autour de projets transmedia

Mise en situation de vente

trans media Lab

Contacts

Olivier Godest
olivier.godest@orange-vallee.net
06.22.58.64.02

Nicolas Bry
nicolas.bry@orange-ftgroup.com

