

Arte Pôle Web

Directeur : David Carzon jusqu'au 11 mars 2013, puis Gilles Freissinier
+ Marie-Laure Lesage

Equipe : une vingtaine de personnes, dont 6 éditeurs web, 1 rédacteur en chef, 1 chef d'édition, 1 graphiste, 1 community manageuse et 1 responsable de la distribution et de la diffusion des contenus web.

- un pôle spécifique pour les programmes web originaux (Marianne Lévy-Leblond)

↳ 3 types d'activités :

- des programmes web natifs produits par le pôle web (Code Barre)
- des projets bi-média développés en commun avec les programmes de l'antenne (*Adieu Camarades*, *New York 3.0*) mais financés par le pôle web seulement (projets d'accompagnement)

<http://newyork.arte.tv>

- des projets hybrides que le pôle web et le pôle antenne mènent conjointement (Chadi Romanos, rédacteur en chef pour Arte France d'arte.tv)

Arte Pôle Web

↳ but : explorer de nouveaux usages, essayer des dispositifs techniques innovants ou encore tester des nouvelles structures narratives, expérimenter de nouvelles expériences utilisateur

- ouvert à tout porteur de projet via le site Arte Pro

⇒ critères : délinéarisation, sujet en prise avec le réel et notre époque, participation, proposer un point de vue d'auteur fort.

- présentation à la direction éditoriale d'ARTE France et au comité Internet qui réunit les trois pôles web d'ARTE (ARTE France, ARTE Deutschland et ARTE GEIE à Strasbourg)

Arte Pôle Web

Quelle logique économique ?

«ARTE n'a pas vocation à gagner de l'argent sur les projets sur lesquels nous travaillons. Nous nous voulons moteurs d'une génération, d'un écosystème nouveau dans lequel produire des objets inédits puisse permettre de renouveler les écritures du documentaire ou de la fiction.

- financement des projets autour de 90 000-110 000 €
mais aide publique essentielle

+ des accords internationaux : ONF, SBS mais « les objets web natifs sont cependant encore difficiles à vendre à l'étranger s'il n'y a pas de composante antenne au projet» (D. Carzon)

<http://www.arte.tv/fr/6845158.html>

Retour sur la terminologie

➔ Transmedia / cross media selon Gerald Holubowicz (Jeff Gomez)

The diagram illustrates the difference between Crossmedia and Transmedia using geometric shapes. In the Crossmedia section, a 'MOVIE' is a tall rectangle, 'GAME' is a shorter rectangle, and 'BOOK' is a trapezoid. A 'FRANCHISE' is shown as a tall rectangle with a trapezoid on top. In the Transmedia section, 'MOVIE' is a tall rectangle with a notch on the right side, 'GAME' is a shorter rectangle with a notch on the right side, and 'BOOK' is a tall rectangle with a notch on the right side. A 'TRANSMEDIA' is shown as a tall rectangle with a notch on the right side, a shorter rectangle with a notch on the right side, and another tall rectangle with a notch on the right side.

CROSSMEDIA

MOVIE GAME BOOK FRANCHISE

Le tout représente **MOINS** que la somme des parties.
Consommer l'ensemble n'apporte rien de plus.

TRANSMEDIA

MOVIE GAME BOOK TRANSMEDIA

Le tout est **PLUS** satisfaisant que la somme des parties!
Plaisir à reconnecter les éléments.

02 arantfilm

src: Jeff Gomez Starlight Runners

Retour sur la terminologie

« Transmedia storytelling » ou « narration transmédia »

Terme apparu en 2003 dans un article de Henry Jenkins (« Transmedia Storytelling : Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling », *Technology Review*, 2003) :

« un processus par lequel les éléments d'une fiction sont dispersées sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée. »

↳ pour décrire les stratégies narratives multi-plateformes mises en place autour de la franchise Matrix.

Retour sur la terminologie

« Transmedia storytelling » ou « narration transmédia »

- convergence créative des médias pour créer un univers narratif où se mélangent jeu, fiction et réalité, structuré dans l'espace et le temps (transmedia planner/experience designer)
→ univers immersif et «pervasif»
- points d'entrée multiples en fonction des supports pour créer un engagement plus grand de publics différents
- scénarisation complexe interactive («story architect» selon Lance Weiler)
- lignes narratives doivent pouvoir fonctionner indépendamment

Retour sur la terminologie

« Transmedia storytelling » ou « narration transmédia »

En 2009, la distinction «Transmedia Producer» est admise par la Guilde des producteurs américains pour définir les projets :

- au moins 3 lignes narratives distinctes développant un même univers fictionnel sur différents supports et plateformes (TV, cinéma, mobile, web, BD, édition, événementiel, DVD, Blu Ray, console de jeu, publicité, etc...
- structurant une histoire complexe ouverte
- se basant sur un média privilégié pour la trame narrative principale («lead author»)
- créant des relations spécifiques avec les publics pour les engager

Retour sur la terminologie

« Transmedia storytelling » ou « narration transmédia »

Le terme est apparu au Journal Officiel en France en février 2012 (décret n° 2012-269 du 24 février 2012 relatif aux aides en faveur de la création pour les nouveaux médias)

→ selon les critères des projets nouveaux médias du CNC :

- un concept original comprenant des contenus spécifiques (linéaires ou interactifs) pour les nouveaux médias
- destiné à plusieurs médias (cinéma, télévision, internet, mobile...)
- proposant des développements narratifs spécifiques sur chacun des supports
- former un univers et présenter une dimension interactive et/ou participative
- conçu et écrit en langue française

Retour sur la terminologie

« Deep Media »

Terme apparu en 2011 dans un ouvrage de Franck Rose *Buzz* :
→ met l'accent sur la manière dont les stratégies médiatiques impliquent les publics dans un projet multi-plateformes.

- Toute expérience immersive deep media doit inclure les « nouveaux » publics dans son procédé de narration (nouvelles pratiques culturelles et appropriation des nouvelles technologies)
- renvoie au concept d' « intelligence collective » de P. Lévy : « C'est une intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences. » (*L'Intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace*, 1994)
- se base souvent sur des ARG

Retour sur la terminologie

« ARG » ou alternate reality game

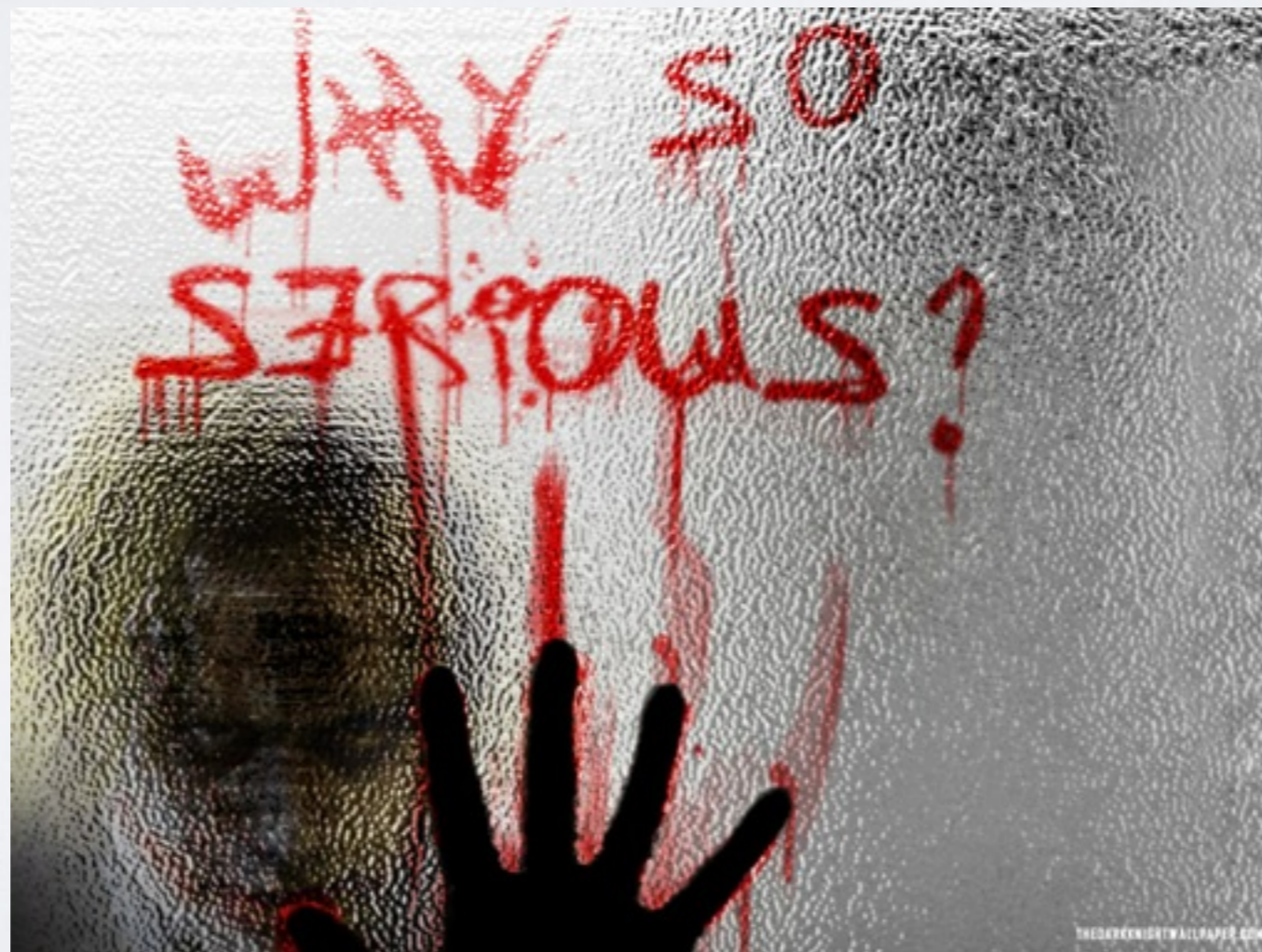
↳ jeu multimédia qui de manière délibérée entretient le flou entre le monde réel et imaginaire, et qui se déploie à la fois en ligne et dans la vraie vie et se propage par de multiples canaux

- utilisé dans la création de l'univers des séries, des films de cinéma, des webséries
- importance des réseaux sociaux comme moyen d'entrée spécifique et comme moyen de propager du contenu (community manager)

Retour sur la terminologie

« Deep Media »/ARG

Exemple : Campagne de marketing transmédia de *The Dark Knight* (C. Nolan, Warner, 2008) avec le jeu en réalité alternée *Why so serious?* lancé en mai 2007 par l'agence 42 Entertainment



Retour sur la terminologie

« Deep Media »/ARG

- ↳ campagne lancée 15 mois avant la sortie du film se basant sur des sites web, jeux interactifs, appels téléphoniques, emails, affiches, vidéos, audio, événements réels
- jeux de piste sur le web et enquête dans le monde réel
- met en scène la ville fictive de Gotham et tourne principalement autour de deux personnages : Harvey Dent et The Joker.

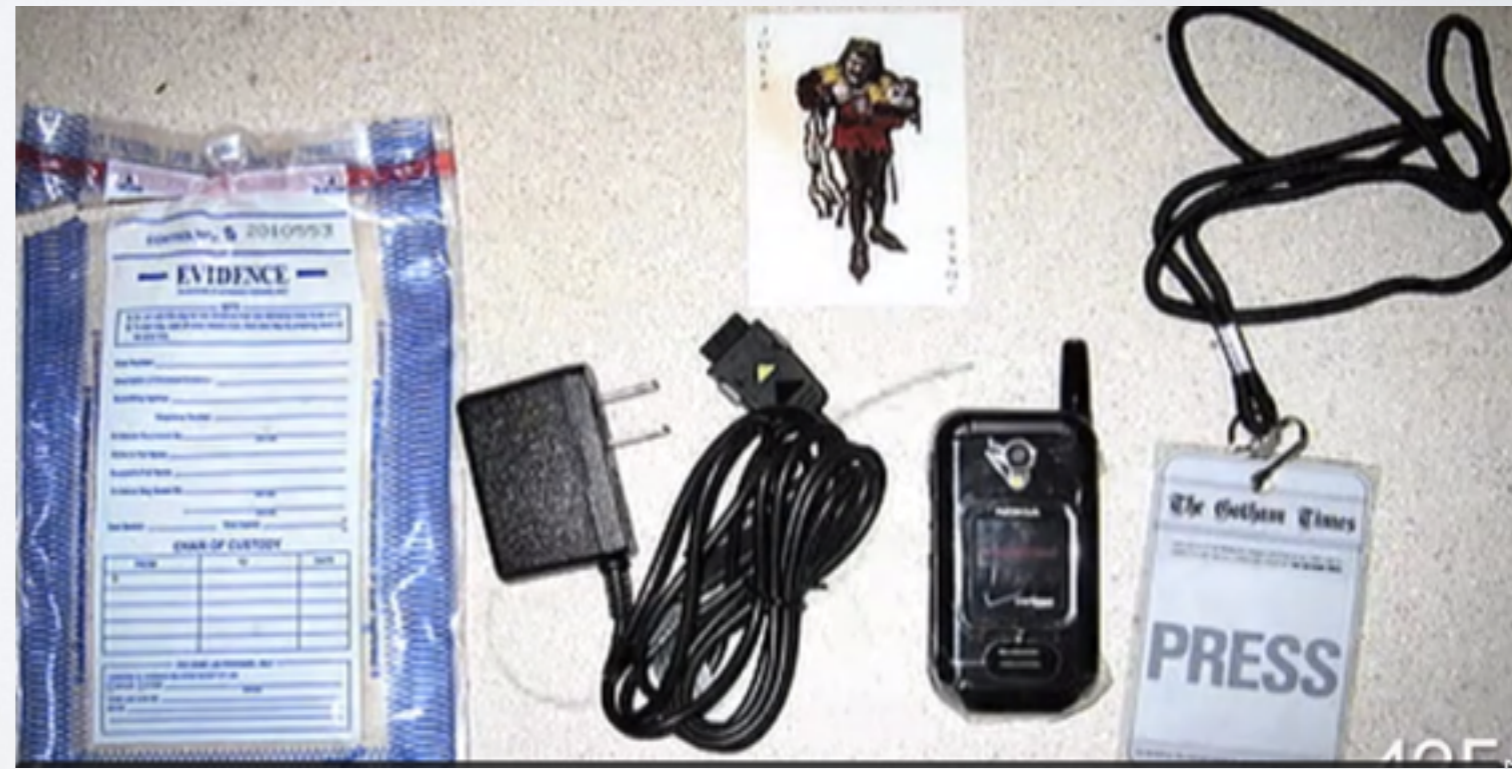
Interactivité/participation/gamification : Les nouvelles formes d'écriture audiovisuelle

Retour sur la terminologie

« Deep Media »/ARG

- au départ : un mail énigmatique de l'expéditeur HumanResources@whysoserious.com
- après des recherches sur le site éponyme des instructions pour se rendre dans des pâtisseries dans plusieurs villes américaines pour récupérer un gâteau
- sur le gâteau le message « call me now » + numéro de tél
- en appelant le gâteau se met à sonner
- à l'intérieur un téléphone Nokia + des instructions + une carte à jouer figurant un Joker.

<http://www.42entertainment.com/work/whysoserious>



Interactivité/participation/gamification : Les nouvelles formes d'écriture audiovisuelle

Retour sur la terminologie

« Deep Media »/ARG

- 10 000 000 de participants dans le monde (75 pays)
- un des meilleurs scores de l'année au box office pour la sortie du film en salle



Retour sur la terminologie

- ➔ Concept de « remédiation » (Jay David Bolter et Richard Grusin) pour qualifier les nouveaux médias numériques, et réfléchir au transmédia.
- ➔ deux tendances caractéristiques : l' « hypermediacy » et l' « immediacy » :
 - l'hypermediacy : une représentation qui vise à rappeler à celui qui regarde la présence du médium (surprésence du médium)
 - l'immediacy : une représentation qui vise à faire oublier au spectateur la présence du médium et qui tente de lui faire croire qu'il est en présence directe des objets représentés (transparence)

Retour sur la terminologie

↳ ce qui importe c'est bien le rapport au réel/ à la réalité (impression)

« Transparent digital applications seek to get to the real by bravely denying the fact of mediation ; digital hypermedia seek the real by multiplying mediation so as to create a feeling of fullness, a satiety of experience, which can be taken as reality » (*Remediation : Understanding New Media*, 2000).