

# Compte-rendu de l'atelier 30 du Clic France

16 octobre 2015

« Quelles nouvelles coopérations avec les acteurs (producteurs et diffuseurs) audiovisuels ? »

## Intervenants :

Cédric Bonin (Seppia)  
Virginie D'Allens (RMN-GP)  
Sophie Goupil (Les Poissons Volants)  
Sascha Hartmann (ARTE)  
Corinne Janin (Gédéon Programmes)  
Samra Lemonnier (France TV Education / Nouvelles écritures)  
Talia Lipiec (Studiocanal)  
Nathalie Machetot (Musée des Arts et Métiers.)  
Marie Thiry (Gédéon Programmes)

## Préambule :

Pour son 30<sup>e</sup> atelier, le CLIC s'est réuni à la SCAM, le vendredi 16 octobre 2015. À travers la présentation des divers projets, l'atelier s'intéressait aux nouvelles formes de coopérations numériques entre l'audiovisuel, le patrimoine et les musées.

Comme le rappelait Pierre-Yves Lochon (CLIC) ces coopérations ne sont pas nouvelles, puisque des formes plus traditionnelles existaient déjà, avec les captations vidéo et films réalisés dans les musées et monuments historiques.

Mais de nouveaux partenariats de productions se développent de plus en plus. L'idée de cet atelier était donc de dresser un panorama non exhaustif de la pratique, en proposant une présentation conjointe (acteur de l'audiovisuel et acteur des musées et monuments) de chaque projet.

En préambule, Pierre-Yves Lochon, est revenu sur la genèse de l'atelier. C'est le jeu documentaire « *Sauvons le Louvre* », produit par Pixel Hunt et le Musée du Louvre, qui a inspiré au CLIC la mise en place de cet atelier.

## Ordre du Jour :

Les projets réalisés :

- Visite 3D de la cathédrale de Strasbourg (SEPPIA)
- *Picasso au cube* (ARTE et Gédéon)
- *Le voyage d'Adeline* (Gédéon – France TV – Musée de l'Homme)
- Exposition Nikki de Saint Phalle (RMN-GP)
- *Avril et le monde truqué* (Studiocanal – Musée des Arts et Métiers)

Les nouveaux projets :

- *Les petits secrets des Grands tableaux* (RMN – Les poissons volants – Arte France – Canopée)
- *Art Stories 360* (SEPPIA – ARTE)
- *Sur les bancs* (Nouvelles écritures – IRCAM – Mairie de Paris – France culture)
- *Ploup et Pigeons et Dragons* (ARTE)
- *Studio 4 et IRL* (Nouvelles Écritures)
- Plateforme *France TV éducation*

## Les projets réalisés

Visite 3D de la Cathédrale

Cédric Bonin, (SEPPIA)

En 2012 l'agence SEPPIA et Marc Jampolsky ont réalisé un film documentaire en 3D, *Le défi des bâtisseurs*, se basant sur la modélisation de la cathédrale de Strasbourg, réalisée par l'architecte Stéphane Potier. L'agence a souhaité développer une expérience transmédia en développant des supports multimédia autour de cette modélisation 3D :

- Un **WEBDOC** : inspiré des jeux vidéo, il propose aux utilisateurs d'imaginer et de modéliser une 2<sup>de</sup> tour pour la cathédrale de Strasbourg. Cette modélisation est rendue possible grâce aux outils de *Tower Builder*, qui consiste en un empilement d'éléments. Cette construction est ponctuée de vidéos de spécialistes, de documents d'information et d'un forum type question/réponse. Le passage par ces différentes sources pédagogiques permet notamment de débloquer des points, utiles à la construction de la tour.  
Pour la promotion de ce Webdoc, SEPPIA et ARTE ont conçu un concours fictif pour la construction de cette tour. Un teaser a même été réalisé et diffusé sur ARTE.
- Une **Application mobile** : qui propose une visite augmentée dans la cathédrale, avec des extraits du film et des reconstitutions du Moyen-âge. Un système de géolocalisation dans l'édifice a été mis au point, mais ce service a eu un impact très mitigé.  
L'application propose en outre un jeu in situ, où l'utilisateur doit retrouver les parties effacées du décor (comme les tacherons) à l'intérieur et à l'extérieur du monument. Chaque élément identifié déclenche alors un message d'information.  
Enfin l'application permet d'afficher la Tour créée via le webdoc, sur le smartphone. L'utilisateur peut ainsi en pointant la cathédrale, voir sa tour s'afficher au côté du vrai bâtiment.

La mise en avant et la promotion de ces dispositifs ont été réalisées lors d'un parcours NFC de la ville et également lors de la Nuit des Cathédrales avec des projections du documentaire.

### Bilan :

Les difficultés rencontrées étaient principalement liées au monument lui-même, qui est un lieu de culte, qui plus est classé aux Monuments Historiques. La mise en avant de l'application et du Web doc était donc complexe à mettre en place sur le lieu même.

En tout, l'application a été téléchargée 6 000 fois, ce qui est peu sur les 4 millions de visiteurs par an.

Les partenariats sur ce projet ont été « L'œuvre de Strasbourg » institution de la ville qui gère la cathédrale et qui ont financé le projet.

Le budget a été de 1 million € pour le documentaire – fiction. Et de 300 000€ pour le web doc et l'application.

La modélisation réalisée pour ce projet se décline à nouveau, avec l'exposition « MONUMERIC » présentée à Strasbourg du 2 octobre au 3 janvier. Lors de cette exposition, le visiteur est invité à visiter la cathédrale en Oculus Rift, guidé par une Manette (Unity).

### Picasso au Cube

Sascha Hartmann (Edition ARTE Créative) et Corinne Janin (Gédéon Programmes)

À l'occasion de la réouverture du musée Picasso, ARTE avait réalisé 2 projets :

- **Une journée consacrée à Picasso**, sur l'antenne d'ARTE, où 4 documentaires ont été diffusés le 26 octobre.
- Un **WEBDOC** « Picasso au Cube ». Ce web doc mis en ligne avant la diffusion des documentaires, se voulait plus grand public et cherchait à élargir la cible de public classique d'ARTE.

Le Webdoc se compose ainsi :

[Picasso cube](#) « 3 façons de redécouvrir picasso » :

- Faire son [autoportrait](#) façon Picasso : où l'utilisateur utilise sa propre photo, qu'il retravaille, pour obtenir une simplification du trait pour faire son portrait.
- [Portrait Chinois](#) : « si Picasso était... ». L'internaute imagine ce que serait Picasso si il était un animal, une couleur, ...
- [« Si Picasso m'était réinventé »](#) : en partenariat avec ENSAD, les équipes de ARTE Créative et Gédéon ont réalisé des courtes-vidéos de jeunes artistes en train de dessiner à la manière de Picasso, avec pour consigne de reproduire l'un de ses gestes typiques.

Un des enjeux de « Picasso au Cube », comme l'explique Sascha Hartmann, était de comprendre comment Picasso est perçu par de jeunes artistes, et comment grâce à ses artistes, le webdoc peut sensibiliser les utilisateurs, aux gestes de Picasso.

### Bilan :

L'aspect scientifique et artistique lié à Picasso a essentiellement été apporté par une experte et conseillère scientifique. Les équipes du Musée Picasso étaient en effet très peu disponibles durant la production, en raison de l'ouverture du Musée retardée. Le peu de contacts réalisés entre Gédéon et le Musée se focalisait sur la communication.

Bien que passionnant, le partenariat avec l'ENSAD contraignait à de nombreuses formalités administratives.

Aujourd'hui, l'enjeu est de pérenniser le webdoc et de lui assurer une plus grande visibilité. Comme l'a fait remarquer Cédric Bonin, l'appropriation de l'outil par le musée est souvent très lente, car ce n'est pas de leur initiative et comme pour le Musée Picasso, le projet est parfois suivi de loin.

Le budget pour le webdoc a été de 150 000€, réparti entre l'Administration Picasso, le CNC (avec un compte automatique) et ARTE

### Parc zoologique

Samra Lemonnier (France TV Education / Nouvelles écritures) et Marie Thiry (Gédéon Programmes)

Pour accompagner la réouverture du Parc Zoologique (Museum d'Histoire Naturelle), en 2013, France TV et Gédéon ont créé le personnage *Adeline la Girafe*.

À travers ce personnage, une série d'outils de médiation ont été développés :

- Un **Compte Twitter** qui a été lancé durant la campagne de communication pour la réouverture.
- Un **Documentaire**, qui présentait l'arrivée progressive des animaux dans le parc zoologique.
- Un **Blog**, par lequel Adeline a commencé son ascension vers la célébrité.
- Une **Application mobile** nommée « le voyage d'Adeline » essentiellement à destination des enfants. Dans cette application, les utilisateurs découvrent 5 biozones, qui correspondent aux 5 espaces du parc zoologique. Durant le voyage, les utilisateurs participent à des mini-jeux, comme « mémori manchot ». L'aspect ludique du jeu, permet de donner des notions plus scientifiques et biologiques, sur les animaux. Cette application avait pour but de toucher une nouvelle cible, celle habituée de l'application ludique, mais qui ne fréquentait pas le parc zoologique. Cette application est gratuite, car elle rentre dans les missions de service public soutenues par France TV, comme l'expliquait Samra Lemonnier.

La promotion de cette application s'est faite par un partenariat entre France 5 et France 2, qui diffusaient un teaser à la fin de documentaires ciblés. La chaîne France 4 a également fait la promotion via le teaser, ce qui a été un bon levier pour la cible jeunesse.

La promotion a également été appuyée, par le recours aux interstitiels. Sur les applications mobiles de France TV, une page (l'interstitiel) invitait au téléchargement de l'application « le voyage d'Adeline ».

Bilan :

L'application a été téléchargée 8923 sur Android et 9616 sur IOS. Elle a par ailleurs été élue meilleure application jeunesse.

2 ans après l'ouverture du parc, l'application n'est que trop peu mise en valeur par le Museum D'Histoire Naturelle. Ceci se justifie essentiellement par un manque de temps plus qu'un manque de motivation.

Afin de pérenniser les différents dispositifs, une réflexion est actuellement menée autour d'une narration de la vie du zoo et les histoires d'amour au zoo, en s'appuyant sur le cas « Grandeur Nature ».

Les délais de production de l'application ont été de 7 mois, avec une sortie en janvier. Le budget de l'application était de 70 000€ qui ont été répartis entre France TV éducation, France TV Nouvelle écriture et le CNC (avec un compte sélectif)

[RMN- GP et les dispositifs de l'exposition « Nikki de Saint Phalle »](#)

Virginie d'Allens et Nathalie et Gillard (RMN-GP département audiovisuel et multimédia)

Voulant exploiter les nombreuses ressources pédagogiques existantes autour de Nikki de Saint Phalle, la RMN-GP, pour son exposition rétrospective de l'artiste en 2014, avait mis en place 8 dispositifs multimédias :

- Un **Film documentaire** de 52 minutes en coproduction avec Ideal Audience et France 5.
- **18 montages d'archives** qui ponctuaient l'exposition. Pour créer ces dispositifs *in situ*, un travail a été fait avec la commissaire de l'exposition, une documentaliste, ainsi qu'avec les réalisateurs du documentaire et la production Idéal Audience.
- **7 modules d'œuvres publiques**, qui permettaient de faire revivre les œuvres monumentales de l'artiste, sur un format audiovisuel. Pour ces vidéos c'est TV 5 Monde qui a filmé en Israël, en Belgique et en France. Et Idéal Audience qui a apporté des images et films dont ils avaient déjà réalisé la captation. En plus de la diffusion dans l'exposition, ces 7 vidéos ont également été diffusées en version sonorisée sur TV5 monde, France TV et sur le site de la RMN.
- Des **lunettes Google** ont été utilisées comme outils de médiation. Ces dispositifs permettaient de compiler audioguide et vidéos documentaires sur un même support portatif qui suivait la déambulation du visiteur et se déclenchait au grès de sa contemplation.

- **L'Application de l'exposition** gratuite avec un supplément payant pour avoir accès à l'audioguide
- L'application **Nikki par Nikki**, qui regroupait en podcast des interviews de Nikki de Saint Phalle, présente sur la base d'archives de l'INA. Cette application a été téléchargée 30 000 fois.
- Un **Catalogue interactif**, qui lorsque l'on scan certaines images du catalogue papier, via l'application *Art Scan*, lance sur le smartphone un film en relation avec l'image. Art Scan a ainsi été téléchargé 3 500 fois
- Un **E-album**, d'œuvres de l'exposition.

#### Bilan :

Pour les montages d'archives, un budget de 17 300€ a été nécessaire. La majeure partie de ce budget était alors dédiée aux droits d'auteur.

Pour les modules d'œuvres publiques, le budget était de 60 000€, dont 10% ont été pris en charge par la RMN. Le module pour le Jardin des Tarots, à quant à lui nécessité un budget supplémentaire de 3 100€.

Pour les projets vidéo, la réflexion a commencé 7 mois avant l'exposition et la production s'est faite 3 mois avant.

À travers cet exemple, il a été soulevé que le médium qu'est la vidéo, peut venir irriguer différents outils et supports médias.

#### L'exposition « Avril et le monde truqué »

Talia Lipiec (Studiocanal) et Nathalie Machetot (Musée des Arts et Métiers.)

Le film « [Avril et le Monde Truqué](#) », de Christian Desmares et Franck Ekinci, qui sort le 4 novembre est une Co-production de Studiocanal.

Afin de mettre en valeur les 7 années de recherches et de documentation très riches entreprises par Tardi (l'animateur du film), Studiocanal et le Musée des Arts et Métiers ont créé une [exposition](#).

L'idée de cette exposition, qui a commencé en mai 2015 n'est pas uniquement de faire la promotion du film. C'est de permettre aux amateurs de l'œuvre de Tardi de découvrir ce monde particulier, mais qui n'est pas montré en totalité dans le film comme l'explique Talia Lipiec.

Cette exposition se tient dans le petit espace d'exposition du musée (70m<sup>2</sup>). La scénographie de Mélanie Claude (Agence Scène) a été faite en lien étroit avec Tardi, dont nombre de dessins sont exposés.

Le numérique est présent par petites touches dans l'exposition, au travers de bornes avec des vidéos à propos du film et des jeux. La voix dans ces dispositifs est celle du second rôle dans le film, Philippe Catherine.

En parallèle de l'exposition, un [jeu](#) a été créé par la coproduction ARTE et CNC. Dans ce jeu, c'est là encore l'univers parallèle du film qui est exploité, permettant d'utiliser d'une autre manière les ressources documentaires. Cependant l'intrigue dans le jeu est différente du film, afin de ne pas dévoiler ce dernier.

#### Bilan :

L'exposition a nécessité un budget de 60 000€ (TTC) dont 40 000€ pour la scénographie. C'est Studiocanal qui a entièrement pris en charge cette exposition.

La valorisation de l'exposition par rapport au film a été rendue possible grâce à la multitude de ressources accumulées par Tardi, qui composent les artefacts de l'exposition.

Le problème majeur résidait dans le fait que le film était en cours de montage durant les premiers mois de l'exposition. C'est donc l'exposition qui a dû créer les éléments de communication qui ont ensuite été repris par le film.

#### Les histoires du Timbres :

En parenthèse de ces présentations, une participante, travaillant au Musée de la Poste, a présenté une des actions réalisées par le Musée.

Le musée étant actuellement fermé, l'enjeu est de pouvoir continuer à le faire vivre en dehors de ses murs. C'est ainsi qu'une série de documentaires vidéos présentent les Timbres et leurs histoires. C'est aujourd'hui [86 épisodes](#) étalés sur 2 saisons qui sont mis en ligne sur le site du musée

#### Les nouveaux projets

La seconde partie de l'atelier consistait en une brève présentation de divers projets en cours de réalisations.

#### Les petits secrets des Grands tableaux

Sophie Goupil (Les Poissons Volants)

Pour ce partenariat entre Les Poissons Volants, la RMN, ARTE France et Canopée CNDP, le concept est de réaliser un documentaire de 26 minutes sur un tableau connu. D'une part le tableau est décomposé et analysé artistiquement et picturalement. D'autre part il est recontextualisé afin de donner des informations sur l'environnement économique, sociologique et politique dans lequel l'œuvre a été peinte. Pour ce faire un travail de collecte d'archive a été nécessaire, afin d'illustrer chaque propos et donc de dynamiser la vidéo.

Les 10 premiers épisodes sont diffusés chaque dimanche à 12h du 1er novembre 2015 au 3 janvier 2016 sur ARTE.

(Des extraits des documentaires sont également disponibles sur le [site](#) des Poissons volants).

Afin d'exploiter de nouvelle technologie, les Poissons Volants travaillent actuellement au développement d'une vidéo de 5 minutes à visionner via un Oculus Rift, autour du tableau « La tentation de Saint Antoine » de Bosch, qui serait présentée en avril. L'idée étant de pouvoir utiliser ce dispositif in situ ou bien à l'extérieur.

#### Art stories 360

Cette réalisation de SEPIA et ARTE est une vidéo en images de synthèse, qui propose une visite 360° du Château de Fontainebleau. Afin d'éviter que l'utilisateur ne se perde dans la visite, un personnage qui sert de guide a été inséré dans la vidéo.

À termes, cette réalisation tend à s'étendre dans différents lieux en France et en Allemagne. L'ensemble des vidéos sera diffusé sur l'application « ARTE 360 ».

#### Sur les bancs

Ce partenariat France TV Nouvelles Écritures, IRCAM, Maire de Paris et France Culture, propose une application, qui permet aux utilisateurs d'entendre durant leurs flâneries parisiennes des fictions sonores. Grâce à l'application et à quelques bancs ciblés dans Paris, l'utilisateur peut déclencher lorsqu'il s'assoit sur un banc, des dialogues de 5 min, qui auraient hypothétiquement eu lieu sur ce banc.

#### Projets en cours chez ARTE

ARTE développe en ce moment 2 projets web, éventuellement adaptables en partenariats patrimoniaux :

- [Ploup](#) : une série de 47 très courtes vidéo, qui donne de manière très humoristique des explications du web 2.0. L'un des épisodes présentés durant l'atelier était celui du Hashtag.
- [Pigeons et dragons](#) : un jeu, où ce sont les internautes qui créent les personnages, plus spécifiquement les méchants. L'intrigue se base sur un conte dont le ton est très décalé et humoristique.

#### Projets en cours chez [France TV nouvelles écritures](#)

Nouvelle Écriture a lancé 2 plateformes :

- [Studio 4](#) qui relate des fictions sur l'avenir.
- [IRL](#) : qui à travers des documentaires animés, souvent des dessins et sketchnote, traite des sujets du quotidien, par exemple : le documentaire animé sur les prisons.

Nouvelle Écriture développe également des applications. Certains sont notamment en lien avec la musique, comme celle sur « Pierre et le Loup »



Projet en cours chez France TV éducation

[France TV éducation](#) a développé une plateforme très riche, où les projets culturels sont présent comme le jeu « [Sauvons le Louvre](#) » ou encore « [Petits pas vers l'art](#) »

L'atelier 30 s'est achevé par le visionnage l'épisode « Élisabeth Vigée le Brun. Marie-Antoinette et ses enfants » de la série *Petits secrets des grands tableaux*, réalisés par les Poissons Volants.

Compte-rendu réalisé par Aliénor Philbert, étudiante en master 2 de Management des Organisations Culturelles à Paris-Dauphine.