

## Programme

### ATELIER FILM WEB

#### Le film web, l'avenir du film TV ?

Mardi 6 octobre 2009 de 8h45 à 12h30  
suivi d'un cocktail déjeunatoire jusqu'à 13h00  
à l'UDA - 53 avenue Victor Hugo - 75116 Paris

8h45	<i>Accueil café</i>
9h00	<b>Introduction et généralités</b> par Athénais Rigault, UDA
9h10	<p><b>Rôle du film...</b></p> <p>Par Lionel Gomez, Rapp France et Gilles Gaillard, Mikros Image</p> <p>Le film publicitaire destiné à une diffusion sur internet est-il différent de ceux produits pour la TV ? Oui, évidemment ... mais au final, il n'en reste pas moins un film. Or jusqu'à présent, le film demeure l'un des outils les plus puissants pour faire vivre une marque et ses valeurs.</p> <p>Et si aujourd'hui certains voient dans l'avènement du Web, et le succès de productions «maison», un appauvrissement du genre, ce sont au contraire de riches perspectives qui s'ouvrent pour la communication des marques.</p>
9h40	<p><b>Les films sur Internet</b></p> <p>Par Damien Frossard et Guillaume Durand, Rapp France</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Quelles sont les différentes typologies de films sur Internet ?</li> <li>✓ En fonction du message à diffuser, quel format utiliser ?</li> </ul>
10h30	<i>Pause</i>
10h50	<p><b>Les coûts de production des films web</b></p> <p>Par Philippe Garnier, Blue Film et Hugues Allart, Mikros Image</p> <p>Le film sur internet est un nouvel espace où des écritures diverses se côtoient : dans certains cas, l'ambition artistique et les degrés de sophistication restent les mêmes. Les moyens à mettre alors en œuvre ne changent pas.</p> <p>Alors comment trouver des solutions pour optimiser et rationaliser les coûts ? Comment faire pour qu'ambitions artistiques et ambitions marketing soient en phase avec les coûts de production et de post-production ?</p>
11h20	<p><b>Diffuser une production sur Internet</b></p> <p>Par Guillaume Durand et Romain Pergeaux, Rapp France</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comment s'assurer la bonne audience ? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sites, blog, réseaux sociaux... quel support de diffusion privilégier ?</li> <li>- Seeding, hébergement... Quels sont les coûts de la diffusion ?</li> </ul> </li> <li>✓ Mesurer la diffusion <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de vues, cheminement... Quels sont les outils pour mesurer la diffusion d'une vidéo ?</li> <li>- Comment analyser l'impact produit en termes de réputation ?</li> </ul> </li> </ul>
11h50	<p><b>Conclusion</b></p> <p>Par Lionel Gomez, Rapp France et Gilles Gaillard, Mikros Image</p> <p>Vouloir tirer le meilleur de la puissance du média social implique d'en maîtriser certaines conditions, et sans nul doute de faire évoluer la façon de faire des marques, car ce nouveau média exige davantage de connivence avec les gens. Internet est une discussion, on ne l'interrompt pas comme cela...</p>
12h30	<b>Fin de l'atelier</b> , suivi d'un cocktail déjeunatoire jusqu'à 13h00