



Réseau des professionnels en Centres culturels asbl
www.astrac.be

JOURNÉE DE RENCONTRES PROFESSIONNELLES 28/1/2020 – LA MARLAGNE

RAPPORT DE L'ATELIER 10

« Une capsule vidéo, un visuel, un slogan: des outils créatifs et actuels pour donner une image contemporaine à un projet »



ATELIER 10 : Présentation de l'initiative

Le secteur des Centres culturels aura 50 ans en 2020 et la FWB lancera à cette occasion une campagne de promotion pour souligner la vitalité des Centres culturels et leur capacité à s'inscrire dans leur époque. Les capsules vidéo sont devenues un outil de communication incontournable. Afin de pouvoir toucher un large public et contribuer à dépoussiérer l'image des Centres culturels, la campagne pour les 50 ans a donc fait le choix de se servir de cet outil. Concrètement, une dizaine de capsules sera réalisée avec l'aide de PointCulture sur des projets contemporains développés par des Centres culturels.

Cet atelier propose aux participants d'affiner leurs compétences techniques et créatives en matière de communication en les mettant au service de la campagne. Ils seront invités à analyser et à perfectionner une première maquette de capsule fournie par PointCulture et à imaginer un visuel et/ou un slogan pour la campagne.

Animateurs: Céline D'Ambrosio (Association des Centres culturels) et Laurent Habran (Foyer culturel de Florennes)

Intervenants : Cécile Rassinfosse (Direction des Centres culturels FWB) et Benoit Tilkens (Pointculture)

Rapportice : Imène Mecellem (Incidence)

Participants :

Souad ALA (chargé de projets CC Leuze), Pierre ANTHOINE (directeur CC Tubize), Julien BROWET (animateur-graphiste-chargé de com CC Pont-à-Celles), Odile COLLIN (Chargée de com CC Braine-l'Alleud), Tristan DENAEYER (programmeur CC Chapelle-lez-Herlaimont), Silvana DI CALOGERO (chargée de com CC Gerpinnes), Christelle EVRARD (secrétaire-chargée de com CC Remicourt), Céline GUELTON (coordinatrice CEC FC Peruwelz Arrêt59), Laure HOUSSIAU (chargée de com CC La Venerie), Agathe LOSFELD (chargée de com CC Waterloo), Céline MASSET (chargée de com-animatrice FC Jupille-Wandre), Justine MONTAGNER (chargée de com CC Huy), Adrienne QUAIRIAT (animatrice CC Hannut), Anneline RIGO (chargée de com CC Jodoigne), Karim SARTON

(animateur CC Ittre), Joannie THYS (animatrice CC Fosses-la-Ville), Sara ZWARTS (chargée de comm FC Perwez)

Compte-rendu de l'atelier

MATINÉE

- Laurent et Céline introduisent l'atelier en tant qu'animateurs : présentation des intervenants et d'Imène qui prendra les notes.
Il est bien précisé qu'il ne s'agit pas d'une formation ; les objectifs de l'atelier sont rappelés.
- Tour de table : les participants se présentent : nom, fonction, institution
- Présentation de la campagne pour les 50 ans par Cécile Rassinfosse de la Direction des Centres culturels FWB.
- Visionnement et présentation par Benoît Tilkens du travail de PointCulture sur le [projet Reboot](#). Une maquette « test » a été réalisée pour préparer la production des capsules vidéo de la campagne de promotion.
 - Courte présentation de PointCulture et de son rôle dans cette campagne.
 - Les participants visionnent la maquette. Leur retour « à chaud » est demandé sur ce qu'ils ont vu : qu'en pensent-ils ?
 - Moment de questions-réponses.

Questions et observations des participants sur la campagne des 50 ans

- **Q.** Comment faire pour se différencier des autres vidéos et inciter les gens à visionner les capsules ?
R. La diffusion sera gérée par le Service communication de la FWB et par la RTBF. Les capsules seront peut-être diffusées via PointCulture. Le rôle des fédérations est limité pour des raisons de moyens.
- **Q.** Quel est l'objectif de ces capsules vidéos ? Qui est le public cible ? Qu'a-t-on envie de faire passer comme message ?
R. L'objectif est de mettre en avant des projets « innovants », de « moderniser » l'image des Centres culturels et de leur donner une visibilité au niveau national. Pas forcément auprès d'un public cible jeune, plutôt par une diffusion plus large, une communication tout public.
- Il faudrait « faire le buzz », sans spécialement passer par la télé.
Trouver quelque chose qui relie le tout et qui incite les gens à prendre l'initiative d'aller voir la vidéo par eux-mêmes.
Des ambassadeurs ? Des artistes renommés ayant commencé en Centre culturel par exemple.
- Proposition : Puisqu'il y a 10 capsules, est-il possible d'envisager quelque chose de l'ordre de la série, un fil rouge, pour que le public ait envie de voir la suite ? Il faudrait alors une stratégie d'écriture de scénario.
- **Q.** Que deviennent ces vidéos après le projet ? Y aura-t-il un média qui permettra au public d'être tenu au courant ? Si on a réussi à capter un public, comment faire perdurer cela ?
R. La question n'a pas encore été abordée.

- **Q** : quel est le budget pour cette campagne ?

R FWB : Nous ne savons pas à ce stade...

Remarques sur la vidéo

- Manque de rythme (dynamique) : les gens sont assis en train de parler.
- Si on veut rajeunir l'image du secteur, on doit éblouir les gens ! Mettons le focus sur de la « belle production »...
- Le format interview crée une distance.
- Ça manque de spontanéité.
- Si possible, éviter le jargon socioculturel.
- Privilégier la réalité du projet. Ceci n'est possible que si le projet n'est pas encore passé. Des témoignages d'animateurs et de participants qui sont encore dedans seront plus spontanés. Importance d'une immersion dans le cœur du projet.
- Pourquoi ne pas travailler sur les stéréotypes ? Par exemple : « Qu'est-ce qu'un Centre culturel pour vous » ?
- Ce n'est pas « vieillot » d'avoir 50 ans ... C'est fort d'avoir mené une action sur un territoire depuis autant de temps, ce serait dommage de ne pas célébrer cela.

Pour résumer : Ce dont on a besoin, ce sont des témoignages, pas des interviews. Il faut du partage d'expérience, il faut savoir aller le chercher. Privilégier les projets qui correspondent à des lieux. Être dans le lien avec les événements, plutôt que dans de la description.

Il ressort des échanges :

- Il ne faut pas s'arrêter à la description du projet dans la capsule, c'est l'occasion de **mettre en avant le travail du Centre culturel sur son territoire avec sa population**.
- Importance de **trouver un fil rouge entre les capsules** – de donner envie de voir les suivantes
- Essayer de **les scénariser**, avec un présentateur-journaliste-intervieweur original et décalé, pour donner du rythme et ne pas poser des questions dans le jargon socioculturel.
- Mettre en avant des **ambassadeurs** « célèbres » ou des **personnes-clés** du Centre culturel qui pourraient aussi témoigner.
- La présentation doit être **plus dynamique** : avoir des champs, contre-champs, suivre les personnes interviewées dans la rue etc.

La fin de la matinée est consacrée à la réflexion en petits groupes sur un **slogan pour la campagne des 50 ans**. Avec vote et explication en grand groupe.

Les slogans qui ont obtenu le plus de votes :

- ***Au coin de ta rue, il y a ... un Centre culturel***

- ***Le début d'une histoire***
- ***Qu'est-ce qu'on peut faire pour vous ?***
- ***A 50 ans, vous êtes prêts pour de nouvelles expériences ?***
- ***A 50 ans, on peut encore vous surprendre !***
- ***Be cool, be cult !***

Ses slogans seront soumis au groupe de travail 50 ans mis en place par la FWB. Les fédérations ne peuvent pas assurer qu'ils seront repris tel quel, mais ils serviront très utilement comme début des réflexions.

APRÈS-MIDI

La deuxième partie de l'atelier est l'occasion d'aborder des questions techniques

- Benoit présente des éléments techniques de la réalisation de capsules vidéo :
 - Comment filmer ?
 - Comment composer une image ?
 - Quels plans de coupe ?
 - Quelles matières pour faire un montage dynamique
 - etc.
- Il partage des astuces pour la réalisation d'une interview avec démonstration en vrai (test caméra, où placer l'interviewé etc.)
- Présentation des accessoires (smartphone) et outils utiles
- Visionnage d'exemples de vidéos réalisées par Point Culture

L'atelier se termine par une discussion en sous-groupes de l'utilisation de la vidéo ou autre outil numérique dans les Centres culturels.