

UPIAN

Conférence du 12 janvier 2015

Invités :

- Thomas Deyries : designer interactif - Arts Décoratifs de Strasbourg
- Alexandre Brachet : producteur et chef d'entreprise d'Upian. Débute sur internet en 1994.

Premier webdocumentaire produit en 2005.

Compétences : Technique et conception audiovisuelle.

Définition :

Documentaire : raconter le réel avec un point de vue d'auteur.

Producteur : celui qui accueille les auteurs, rassemble tous les moyens techniques, financiers, humains pour permettre au produit d'exister.

UPIAN :

L'agence a été créée en 1998. Elle est aujourd'hui composée de 18 personnes. Upian travaille sur deux champs d'activité :

1. la production de webdocumentaire
2. la fabrication d'interface pour des sites médias.

A sa création, le travail d'Upian avait un caractère plutôt politique notamment avec le projet <http://www.presidentielles.net/> en 2002. Entre 2005 et 2007, ils se lancent dans la production de webdocumentaires. A partir de 2007, ils obtiennent un fond de soutien du CNC.

Les webdocumentaires Prison Valley, Gaza Sderot, Alma, presidentielles.net ont été produits par Upian. L'agence a aussi réalisé les interfaces des sites Radio France, Arte, France Télévision, L'Équipe.fr, Vogue.

Upian a aussi réalisé la refonte du site L'Équipe.fr. Selon Alexandre Brachet, quatre missions doivent être respectées lors d'une refonte :

- Respecter et porter la marque
- Se mettre à la place du lecteur en ligne
- Se mettre à la place des éditeurs de contenu
- Comprendre le modèle économique du média dans lequel on travaille

S'occuper de la refonte d'un site est une grosse responsabilité. En effet, il s'agit de modifier les habitudes des créateurs de contenu et des utilisateurs sans pour autant les déstabiliser.

L'interface doit être pensée de manière à créer une histoire..

Conseil : Il est souvent intéressant de placer des éléments importants en bas de page, pour que les internautes scrollent en cherchant ce contenu. Ce qui leur permet de trouver des informations qu'ils ne cherchaient pas forcément mais qui peuvent les intéresser.

De même, il faut créer des "standards de lectures" (par exemple, une image carrée et un texte de 6 lignes pour l'aperçu d'un article). Cela peut être fait de façon implicite mais aidera le lecteur à s'y retrouver et à avoir des repères.

Une interface bien conçue a une durée de vie de 3 à 4 ans.

1/3 des personnes arrivent sur un article via Google, 1/3 via les réseaux sociaux.

Outils utilisés par Upian :

- Basecamp : plateforme de partage d'information.
- Subfolio : plateforme de présentation de maquettes

Digression sur le métier de chef de projet

Aucun projet n'est parfait mais il ne faut pas perdre de vue que tout doit être fait pour l'intérêt du projet.



Le métier de chef de projet est loin d'être un métier simple. Lorsqu'on fait ce métier on doit savoir gérer des crises, des angoisses et des erreurs. Le but est donc d'être là pour être positif, rassurer, calmer mais aussi booster son équipe sans jamais paniquer.

Exemples de projet de l'agence :

Le site Unifrance

<http://www.unifrance.org>

Cinéma français : deuxième industrie à l'exportation mondiale.

Base de données remplie par deux-trois personnes chaque jour.

L'ambition était de refaire un site responsive avec une partie actualités et une partie base de données.

Après intégration, on passe le site en préprod : c'est-à-dire qu'on met le site en situation avec la base de données réelle pour faire les ajustements nécessaires.

Selon Alexandre Brachet, depuis 2011, la presse en ligne est dans une logique de contenu de news. En effet, il faut être dans le flux de production massive de contenu. Aujourd'hui, il est possible que la presse revienne vers un contenu de stock. C'est en effet une tendance que l'on redécouvre actuellement en Angleterre par exemple.

Ces deux façons de transmettre l'information ont un impact sur le design.

Le contenu de news se traduit graphiquement par un fleuve en design, c'est-à-dire, une colonne centrale avec beaucoup d'images, d'informations et de titres et de publicités.

Pour le contenu de stock, le design met en valeur l'article comme l'exemple du site aeon.co. aeon.co : l'article se suffit à lui-même, on ne relance pas le lecteur en lui proposant d'autres lectures. Ce sont les valeurs de la marque qui sont mises en avant.

La rémunération de la publicité se fait à l'affichage. Les sites à fort trafic génèrent donc énormément de revenus (entre 5 et 10 euros pour 1000 affichages pour une petite bannière)

Les gens utilisent de moins en moins les applications, qui sont contraignantes car plantent souvent, doivent être téléchargées et installées. Ils préfèrent en général naviguer sur un site adapté au format de l'écran mobile.

Génération Quoi ?

<http://generation-quoi.france2.fr>

Série documentaire autour de la jeunesse. Chaque documentaire dresse le portrait d'une génération et s'adresse principalement aux 18-34 ans. Pour ce documentaire une enquête de grande envergure a été mise en place. Les résultats de cette enquête constituent une base de données sociologique très pointue sur la génération Y. De plus, les internautes peuvent voir en temps réel les résultats en fonction de leur navigation sur la vidéo.

Durée du projet : 14-15 mois (avec d'autres projets en parallèle)

18 personnes de l'agence ont travaillé sur ce projet

