

## VR et 360° au service de la communication et du marketing

La réalité virtuelle, ou VR 360 prend un essor nouveau avec le développement des casques (Oculus Rift), ou des dispositifs de type Google Cardboard qui sont « bon marché ». Comment la communication Corporate peut tirer parti de cette technologie ? Quels sont les contenus disponibles, les moyens de production et comment la VR peut prendre sa place dans un dispositif global de communication.



Stéphane Faudeux débute sa carrière en tant que chargé de la cellule audiovisuelle des centres français de l'Île Maurice et Madagascar. Il réalise et produit une trentaine de films et de conventions. En parallèle, il se lance dans le journalisme. En 1997, il devient rédacteur en chef de Sonovision et lance le magazine Digital Film. En 2003, il rejoint la société Avance Rapide, où il développe entre autres, le pôle Communication et Formation et fonde quelques mois plus tard Le ClubHD.

Quelques années plus tard il crée Dimension 3, le Forum International de l'Image 3D relief puis en 2010 magazine Cross Media sur l'écosystème de l'audiovisuel et des technologies, Mediakwest, cinéma, télévision et nouveaux médias dans un monde connecté. La société Génération Numérique, fondée en 2014 devient l'éditeur du magazine. En 2015, Génération Numérique reprend le magazine Sonovision.

## Les réseaux sociaux en 2025

« Quel avenir pour les réseaux sociaux en 2025 ? Les évolutions technologiques et sociétales laissent la porte ouverte à l'imagination. Pour trouver des réponses, nous avons d'abord regardé ce qu'il se passait il y a 10 ans : « *Il n'y a pas si longtemps, on n'imaginait pas se balader avec un téléphone dans la rue* », explique Arthur Kannas. « *L'idée était de faire un état des lieux afin d'examiner les tendances technologiques qui peuvent avoir un impact* ». En effet, ce que nous faisons aujourd'hui en marketing fait partie de l'héritage que nous laissons à nos enfants. heaven a donc élaboré plusieurs scénarios possibles... »



Arthur Kannas, dirigeant de l'Agence Haeven. Il a suivi des études de droit à Paris. En 1997, il entre chez Edelman sur le compte Microsoft. Il conseille alors de nombreux clients dans le domaine des média interactifs (Canal+/Vivendi et leurs filiales de l'époque) ou des technologies (Internet Securite Systems, Amazon, etc.) sur leur stratégie de communication et leur approche d'internet. Il participe au lancement de l'activité Edelman Interactive Services (« EIS »), département dédié à l'utilisation d'Internet dans le cadre d'une stratégie de communication. Une vision d'Internet communicante et décentralisée constitue le socle innovant d'EIS qui deviendra celui de Heaven. En 2001, Edelman Interactive Services devient Heaven, agence de communication et de marketing online. En 2002, Arthur Kannas et ses associés rachètent Heaven à Edelman. Heaven devient alors indépendant et il devient président du groupe.

## Let's have a look

La conférence de CAPA et NEWEN sur les formats émergents en télévision et dans le corporate.

Comme en 2015, et pour la 2eme année consécutive, NEWEN et CAPA présentent un focus sur les tendances observées lors du MIPTV 2016 à Cannes. Spectateur/producteur de contenus, marques en quête de sens, quelques tendances de fond seront illustrées par des *trailers* de programmes et des formats institutionnels innovants...



Ella COHEN, coordinatrice du développement et de la veille internationale de NEWEN, et Jacques MOREL, Directeur associé en charge du pôle *corporate* de CAPA.

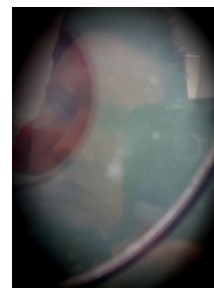
NEWEN 1er producteur audiovisuel en France, pôle de production du groupe TF1, qui produit pour l'ensemble des diffuseurs français et distribue, auprès de 150 télévisions dans le monde ses programmes de flux, de fiction et de documentaire. (*Versailles, Braquo, L'effet papillon, Des racines et des ailes... (CAPA) Plus belle la vie, Candice Renoir... (TELEFRANCE) Faites entrer l'accusé, Le magazine de la santé (17 JUILIN productions)*)

CAPA : CAPA Presse, 1ère agence de production de reportages et de documentaire en France (Source CNC : 2014). Une expertise dans la fiction originale avec CAPA Drama (*Braquo, Versailles...*). Un pôle *corporate* qui réunit 4 structures : CAPA Entreprises, CAPA Pictures, Connected stories by CAPA, Object in mirror. Pour raconter - par l'écrit et par l'écran - les entreprises et les marques.

## L'histoire du vol en immersion

Le vol en immersion est une discipline plus ancienne qu'on peut l'imaginer. Simplement, les premiers acteurs de l'immersion n'avaient pas conscience de bâtir les fondements d'un nouveau genre de prise de vue : la première personne.

Le " je " de la narration audiovisuelle. De la caméra à l'épaule qui filme à hauteur de regard aux premières explorations via des caméras fixées sur des animaux, le film à la première personne est né lentement. Jusqu'à prendre des formes que l'on aurait pas pu soupçonner.



Modéliste depuis de longues années, rédacteur depuis aussi longtemps et photographe à mes heures, j'ai décidé de réunir toutes mes passions dans une seule activité. Rédacteur en chef du site [www.fpv-passion.fr](http://www.fpv-passion.fr) en collaboration avec son fondateur, Alexandre Salem, nous sommes très impliqués dans la compétition de FPV Racing. Une nouvelle discipline sportive dérivée de la prise de vue aérienne. Constructeurs de châssis de courses et de système de maintien des caméras FPV, nous avons longtemps évolué dans le milieu du multicopters. Aujourd'hui, notre site est le plus connu dans le milieu. Mais nous gardons un pied dans l'univers professionnel car souvent les pratiquants de FPV Racing sont télépilotes dans l'industrie des UAV.

## En quoi le film d'entreprise devient incontournable dans les stratégie de communication

Echanges et débats entre des directeurs et responsables de la communication, notamment d'entreprises spécialisées dans l'audiovisuel sur les raisons qui font aujourd'hui du film d'entreprise un élément incontournable des stratégies de communication.

Avec notamment la présence de :

Delphine GLEDEL (STX France)

Christophe RIPPERT (HappyEnd)

Emmanuelle BRELIVET (Groupama)



Directeur général de CB News, Xavier Dordor a dirigé l'APPM et le Syndicat de la Presse Magazine après avoir créé et managé l'agence de publicité Alliance pendant plus de 20 ans. Professeur Associé des Universités, spécialiste de la presse, il a présidé l'OJD (Diffusion) et créé AudiPresse (Audience) pour la profession. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages sur les médias.