NOS FORMATIONS CATALOGUE 2020

SAMSA fr

nouveaux médias et transition numérique

FINANCER VOTRE FORMATION 4

FORMATIONS VIDÉO

Tourner et monter une vidéo de qualité avec un smartphone (niveau initial) 6
ÉLIGIBLE AU CPF

Tourner et monter une vidéo de qualité avec un smartphone (niveau avancé) 8
ÉLIGIBLE AU CPF

Tourner et monter une vidéo de qualité avec un iPhone (niveau perfectionnement) 10

Facebook live, Instagram : intervenir en live vidéo sur les réseaux sociaux 12

Concevoir une chaîne et réaliser des vidéos pour Youtube : du pilote à la monétisation 14

Journalisme immersif, reportage vidéo/photo 360° : techniques et pratiques 15

FORMATIONS PODCAST

Podcast audio : conception, écriture, diffusion et modèle économique (recommandée par Louie Média) 16

Podcast audio : enregistrement, prise en main du matériel et des logiciels de montage, réalisation 17

Radio, podcast : animer et prendre la parole dans un micro 18

Diaporama sonore : produire audio et photos pour raconter une histoire 19

FORMATIONS RÉSEAUX SOCIAUX

Réseaux sociaux : informer et communiquer en stories 20

Humour : jusqu'où peut-on aller sur les réseaux sociaux ? 21

Prendre en main Facebook pour diffuser ses contenus 22

Je me lance sur Twitter (débutant) 23

Je m'améliore sur Twitter (perfectionnement) 24

Les réseaux sociaux pour les collectivités territoriales, les institutions publiques et les associations 25

FORMATIONS COMMUNICATION DIGITALE

Boîte à outils de la communication digitale : élaborer sa stratégie 26

Réseaux sociaux dans le secteur public : améliorer sa production plurimédia 28

FORMATIONS ÉCRITURE WEB

Rédiger plus vite et mieux avec les techniques du mind mapping 30

Développer sa créativité éditoriale pour inventer de nouveaux formats 34

Parcours compétences numériques pour les pigistes 36

FORMATIONS DATA ET FACT-CHECKING

Data scraping : piloter son ordinateur pour collecter des données à grande échelle sur le web 38

Construire une base de données pour une enquête 40

Enquêter sur le web : la recherche avancée d'informations 41

Vérifier les informations et les images sur le web et les réseaux sociaux 42

Journalisme d'investigation dans les médias locaux : outils et méthodes 44

FORMATIONS PROJET WEB

Cursus web expert : un parcours pour développer des projets numériques ambitieux 46

Chef de produit médias 48

Bien exploiter les statistiques de fréquentation dans sa rédaction web 50

Manager bi-média 52

Prévenir le sexisme et le harcèlement dans les médias 54

NOS FORMATRICES ET FORMATEURS 56

QUI SOMMES-NOUS ? 58

SAMSA AFRICA 60

ILS NOUS FONT CONFIANCE 62

LES RENCONTRES DE LA VIDÉO MOBILE 63

FORMATIONS PERSONNELLES ET SUR MESURE

Depuis quelques semaines, l'application CPF est disponible sur tous les smartphones (iPhone et Android). N'oubliez pas de la télécharger, si ça n'est pas encore fait. Vous voulez connaître le montant de vos droits sur votre compte personnel formation (CPF) ? Vous cherchez une formation à la vidéo mobile, par exemple ? C'est dans l'appli que ça se passe. Mais vous pouvez quand même nous appeler ou nous envoyer un mail si vous n'êtes pas certain·e de bien connaître vos droits et les possibilités de financement.

Dans le sigle "CPF", la lettre importante pour nous, c'est le "P" de compte personnel de formation. Votre situation personnelle est particulière. Votre besoin de formation n'est pas identique à celui de vos collègues. Vos projets sont spécifiques. Votre parcours est unique. Chez Samsa.fr, nous tenons compte de toutes ces données pour vous dispenser une formation en phase avec vos attentes.

CO-CONSTRUISONS VOS FORMATIONS D'ÉQUIPE

En entreprise ou au sein des institutions publiques, la formation est aujourd'hui l'un des leviers-clefs de la transformation numérique et de la (re)connexion avec des audiences devenues volatiles (toujours) et défiantes (souvent).

Les défis sont multiples et la réalité de chaque organisation est différente. Dans ce contexte, nous avons choisi de vous proposer du sur-mesure et des formations parfaitement adaptées à vos équipes. Pour cela, nous co-construisons avec vous les programmes les plus adaptés.

Nous mettons beaucoup de soin à comprendre vos besoins, à cerner vos ambitions, à identifier vos contraintes, à choisir les formatrices et les formateurs que nous allons mobiliser pour vous, à élaborer des programmes ajustés, à actualiser nos contenus en permanence et à effectuer un suivi étroit pour évaluer l'impact des formations.

Nous savons que la formation n'est pas un luxe, mais une nécessité impérieuse. C'est pourquoi nous travaillons étroitement avec nos clients pour en faire un outil efficace de développement des compétences au service de votre stratégie.

Philippe Couve

N'hésitez pas à nous contacter pour nous parler de vos projets par email :
contact@samsa.fr ou par téléphone : +33 (0)7 61 45 60 25

FINANCER VOTRE FORMATION

La réforme de la formation professionnelle engagée en janvier 2019 est maintenant opérationnelle. La grande nouveauté de 2020 est l'appli MonCompteFormation qui permet de choisir, suivre et financer de manière autonome sa formation. Voici quelques éléments pour vous y retrouver et savoir quels sont vos leviers de financement pour développer vos compétences.

Grâce à la nouvelle appli, les salariés et les demandeurs d'emploi qui souhaitent utiliser leur Compte personnel de formation (CPF) peuvent désormais s'inscrire en direct à des formations certifiantes. **De nouvelles règles de prise en charge des formations pour les entreprises sont également entrées en vigueur.**

VOUS ÊTES SALARIÉ·E

Vous pouvez demander à votre entreprise de financer votre projet de formation (s'il est cohérent avec le plan de développement de compétences de votre employeur).

Vous aurez besoin de notre devis et d'un programme de formation. Contactez-nous !

VOUS ÊTES DEMANDEUR·EUSE D'EMPLOI

Les règles de prise en charge varient du tout au rien en fonction de votre lieu d'habitation, de votre âge, de votre projet professionnel… Le passage par votre conseiller·e Pôle Emploi est indispensable! Vous pouvez également demander un rendez-vous avec le ou la conseillère en évolution professionnelle de votre agence. Nous pourrons par la suite remplir une demande de prise en charge directement auprès de Pôle Emploi.

VOUS ÊTES PIGISTE·E PRESSE

Vous pouvez solliciter l'Afdas pour le financement de votre formation. Vous disposez d'un forfait annuel, qui peut être mobilisé seul ou en appoint de votre Compte Personnel de Formation (CPF).

L'Afdas a identifié des thèmes prioritaires de formation (datajournalisme, écriture journalistique, gestion des données, vidéo et images, sécurité) et l'essentiel de notre catalogue peut s'y insérer.

Contactez-nous ou le service pigiste de l'Afdas (01 44 78 34 16) pour plus d'informations.

POUR TOUS LES CAS PRÉCÉDENTS

Vous pouvez mobiliser votre CPF via l'application MonCompteFormation en vous connectant simplement avec votre numéro de sécurité sociale. Votre CPF est « rechargé » en euros chaque année dans la limite de 500 €/an et jusqu'à 5 000 €. Vos heures CPF ont été valorisées à 15€ TTC de l'heure - si vous aviez 100 h, vous disposez de 1 500 € TTC pour vous former! Votre entreprise peut abonder votre compte CPF directement, ou co-financer votre formation. Pôle Emploi peut également prendre en charge une partie des frais de formation et compléter votre prise en charge.

VOUS ÊTES PROFESSION LIBÉRALE, TRAVAILLEUR NON SALARIÉ, ARTISAN

Le FIF-PL, l'Agefice, le FAFCEA peuvent participer au financement de votre formation: c'est à ça que sert votre versement URSSAF aux Fonds de Formation des non-salariés…

VOUS ÊTES UNE ENTREPRISE DE MOINS DE 50 SALARIÉS

L'OPCO (opérateur de compétences) de votre branche professionnelle reste votre référent pour la formation: vous pouvez utiliser les fonds mutualisés pour financer votre plan de développement des compétences. Contactez votre conseiller OPCO référent pour avoir les détails des plafonds de prise en charge et des plafonds horaires. Vous cotisez chaque année pour la formation professionnelle : ne pas utiliser ces fonds, c'est les laisser à vos concurrents. ;)

Contactez-nous pour obtenir tous les éléments nécessaires à votre demande de prise en charge.

VOUS ÊTES UNE ENTREPRISE DE PLUS DE 50 SALARIÉS

La réforme vous laisse la possibilité de construire votre plan de développement des compétences sans votre OPCO de branche. Vous êtes donc libres de dépenser vos fonds formation comme vous le souhaitez. Attention néanmoins: les organismes paritaires contrôlent la qualité des formations qu'ils financent, c'est maintenant à vous de choisir des organismes de formation qui vous permettront de développer les compétences de vos salariés et de votre organisation…

Si vous optez au contraire pour un versement volontaire, vous pouvez toujours bénéficier des services des OPCO.

Vous ne vous y retrouvez pas vraiment ?

N'hésitez pas à nous contacter sur :

contact@samsa.fr ou au **07 61 45 60 25**

TOURNER ET MONTER UNE VIDÉO DE QUALITÉ AVEC UN SMARTPHONE (NIVEAU INITIAL)

Une formation pour s'initier au tournage et au montage de vidéos professionnelles sur smartphone

→ **ÉLIGIBLE AU CPF**

© Samsa.fr

Cette formation vidéo mobile de 2 jours est éligible au Compte Personnel de Formation (CPF). Elle est certifiante : vous aurez la possibilité de passer à la fin de la session un test de connaissances théoriques, puis d'être évalué·e sur une production vidéo. L'obtention de la certification dépend des notes obtenues.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste (salarié·e ou pigiste)
- Communicant·e
- Réalisateur·trice et producteur·trice de contenu numérique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Filmer des séquences vidéo en reportage** (interviews, plans fixes, plans séquence, timelapse, etc);
- **Réaliser un montage** sur smartphone ou tablette
- **Ajouter des titres/textes/habillages** sur les vidéos
- **Mettre en ligne les vidéos** sur le web ou les réseaux sociaux
- **Prendre des photos professionnelles et les mettre en ligne** avec un smartphone ou une tablette
- **Gérer les réglages de votre smartphone ou tablette pour en tirer le meilleur parti** (notamment ceux qui permettent d'économiser la batterie)

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est très orientée vers **la pratique et la production de contenus numériques** avec un smartphone. Les séquences théoriques courtes sur les bases du cadrage ou de la prise de son alternent avec de nombreux exercices en situation (y compris tournage en extérieur).

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

JOUR 1

- Introduction: la révolution smartphone
- Les environnements iOS et Androïd, les applis, l'AppStore et le Google Play Store
- Vérifications techniques (mises à jour, etc)
- Configurer son smartphone/tablette pour économiser la batterie
- Techniques pour faire de bonnes images avec son smartphone
- Les règles du cadrage et de la composition
- Les applis qui permettent d'aller plus loin en photo (Camera +, Instagram)
- Les corrections/retouches d'image sur smartphone
- Les valeurs de plan et la méthode des 5 plans
- Présentation du fonctionnement de l'appli de tournage Filmic Pro
- Mener une interview en vidéo
- Le matériel et les accessoires pour le tournage (micro, trépied, perche)
- Exercices d'interview avec micro-cravate
- Retour critique sur les images produites

JOUR 2

- Tournage de différentes valeurs de plan et de plans complémentaires en vue du montage
- Trouver des angles originaux avec son smartphone et sa tablette
- Tourner en timelapse /en slowmotion avec son smartphone
- Les mouvements de caméra
- Les principes du montage vidéo
- Présentation du fonctionnement de l'appli de montage Kinemaster
- Montage de la vidéo dont les plans ont été tournés la veille
- Enregistrement voix off / Plateau en situation
- Ajout de texte sur les images
- Publication de la vidéo et partage sur les réseaux sociaux
- Rappel des points essentiels de la formation et debriefing avec les stagiaires
- Evaluation des stagiaires
- Test de connaissances théoriques (QCM) pour la certification

ORGANISME CERTIFICATEUR

Les certifications délivrées au terme des formations Samsa.fr sont émises par TUV Rheinland. Cet organisme certificateur d'origine allemande ne délivre des certificats de compétences qu'à la condition que Samsa.fr délivre les formations conformément aux règles définies dans le cadre de la certification.

PRIX : 1 190 € HT (1 428 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **30 et 31 mars**
→ **4 et 5 juin**
→ **10 et 11 septembre**
→ **3 et 4 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

CERTIFICATION

Cette formule inclut le passage des tests écrits et pratiques permettant d'accéder à la certification : test de connaissances théoriques (QCM) + exercice pratique (préparation et réalisation d'un court film mobilisant les compétences acquises lors de la formation). L'obtention de la certification dépendra des notes obtenues.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Les participants viennent en formation avec leur smartphone personnel.
Sont admis les modèles iPhone 6 plus et au delà. Pour les modèles Android, nous consulter.

***** KIT MATÉRIEL OFFERT *****
PAR SAMSA.FR

Ce mini-kit de matériel pour smartphone est offert à chaque participant.
Il comprend un micro-cravate, un trépied articulé, une poignée et une pince pour fixer le smartphone.

Prévoir un budget de 15-20 € pour acheter les applications professionnelles de tournage et montage vidéo.

TOURNER ET MONTER UNE VIDÉO DE QUALITÉ AVEC UN SMARTPHONE (NIVEAU AVANCÉ)

Une formation complète pour concevoir et produire des contenus vidéos de A à Z

→ **ÉLIGIBLE AU CPF**

Cette formation vidéo mobile de 5 jours est éligible au Compte Personnel de Formation (CPF).
Elle est certifiante : vous aurez la possibilité de passer à la fin de la session un test de connaissances théoriques, puis d'être évalué·e sur une production vidéo. L'obtention de la certification dépend des notes obtenues.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste (salarié·e ou pigiste)
- Communicant·e
- Réalisateur·trice et producteur·trice de contenu numérique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Concevoir un sujet, le scénariser, le découper
- Préparer le tournage, sélectionner vos personnages, repérer les lieux
- Choisir votre matériel de tournage (micro, éclairage, trépied, stabilisateur (gimbal), etc)
- Gérer les réglages de votre smartphone pour en tirer le meilleur parti
- Filmer des séquences vidéo en reportage (interviews, plans fixes, plans séquence, timelapse, etc) avec votre smartphone
- Réaliser un montage sur smartphone
- Ajouter des titres/textes/habillages sur les vidéos depuis votre smartphone
- Mettre en ligne les vidéos sur le web ou les réseaux sociaux

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est très orientée vers **la pratique et la production de contenus numériques** avec un smartphone. Les séquences théoriques courtes sur les bases du cadrage ou de la prise de son alternent avec de nombreux exercices en situation (y compris tournage en extérieur).

Théorie : environ 30%

Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

JOUR 1

- Introduction : la révolution smartphone
- L'appareil-photo du smartphone et les règles de composition de l'image
- Pause + exercice de cadrage photo n°1 : réaliser 3 photos avec l'appli native : un portrait, un angle inattendu et un gros plan) + débrief
- Réglages avancés de l'appareil photo
- Les différentes valeurs de plan
- Exercice de cadrage photo n°2 : réaliser 3 photos avec un cadrage particulier : premier plan net, reflet, panorama + débrief
- Introduction vidéo : la check-list
- Le plan séquence et le raccourcissement des plans dans l'appli native
- Exercice vidéo n°1 : tourner une interview sans micro additionnel avec l'appli native + débrief
- Le matériel pour capter le son
- Pause + exercice vidéo n°2 : tourner une interview avec micro additionnel + débrief
- La méthode des 5 plans
- Exercice vidéo n°3 : filmer son/sa voisin(e) en appliquant la méthode des 5 plans + débrief
- Rappel des points essentiels de la journée

JOUR 2

- Introduction : les nouveaux formats éditoriaux adaptés au web et aux réseaux sociaux
- Le matériel et les accessoires du kit
- Présentation de l'appli Filmic Pro
- Exercice d'analyse d'un reportage : repérer les valeurs et le nombre de plans
- Exercice vidéo n°4 : tourner une interview avec Filmic Pro et micro-cravate + débrief
- Les valeurs de plan
- Pause + tournage de différentes valeurs de plan en vue du montage + débrief
- Exercice vidéo n°5 : tourner des plans complémentaires en vue du montage
- Les principes du montage et l'appli de montage (Luma Fusion ou Kinemaster)
- Exercice : monter un reportage vidéo de 1 à 2 minute avec les plans tournés dans la matinée
- Exercice d'enrichissement n°1 : enregistrer une voix off / un plateau en situation
- Exercice d'enrichissement n°2 : ajouter des textes sur les images
- Publication de la vidéo et partage sur les réseaux sociaux
- Rappel des points essentiels de la formation et debriefing avec les stagiaires

JOUR 3

- Outils et méthodes pour diffuser une vidéo en live sur les réseaux sociaux
- Définir et délimiter un sujet en vidéo
- Quelle diffusion pour quel public envisagé ?
- Sélectionner la forme la plus adaptée (reportage, fiction, tutoriel, etc)
- Exercice de réflexion : trouver la forme adaptée pour des sujets donnés + correction
- Synopsis, note d'intention
- Séquencier, plan de travail, découpage technique
- Exercice de rédaction : imaginer le découpage d'un synopsis + correction
- Rédaction d'un scénario détaillé
- Exercice de rédaction : écriture du sujet qui sera présenté au jury
- Chaque participant élabore son projet avec l'aide du formateur / travail en mode atelier
- Rappel des points essentiels de la formation

JOUR 4

- Tournage du sujet qui sera présenté au jury
- Chaque participant élabore son projet avec l'aide du formateur / travail en mode atelier

JOUR 5

- Montage du sujet qui sera présenté au jury
- Chaque participant finalise son projet avec l'aide du formateur / travail en mode atelier
- Visionnage des productions en commun
- Évaluation de la formation
- Test de connaissances théoriques (QCM) pour la certification

PRIX : 2 290 € HT (3 588 € TTC)

DURÉE : 5 JOURS (35 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ du 16 au 20 mars
→ du 15 au 19 juin
→ du 21 au 25 septembre
→ du 14 au 18 décembre

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

CERTIFICATION

Cette formule inclut le passage des tests écrits et pratiques permettant d'accéder à la certification : test de connaissances théoriques (QCM) + exercice pratique (préparation et réalisation d'un court film mobilisant les compétences acquises lors de la formation). L'obtention de la certification dépendra des notes obtenues.

ORGANISME CERTIFICATEUR

Les certifications délivrées au terme des formations Samsa.fr sont émises par TUV Rheinland. Cet organisme certificateur d'origine allemande ne délivre des certificats de compétences qu'à la condition que Samsa.fr délivre les formations conformément aux règles définies dans le cadre de la certification.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

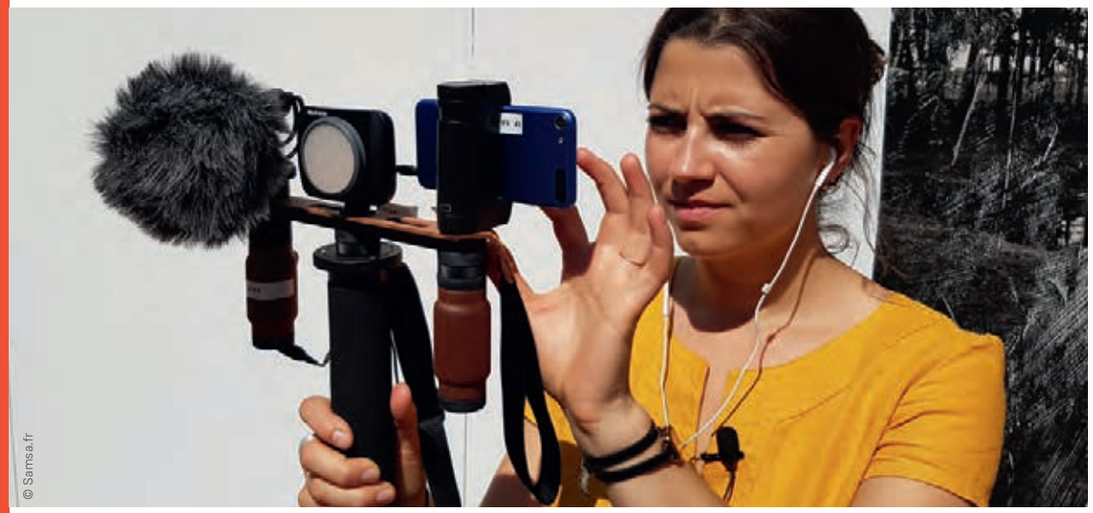
Les participants viennent en formation avec leur smartphone personnel. Sont admis les modèles iPhone 6 plus et au delà. Pour les modèles Android, nous consulter.

***** KIT MATÉRIEL OFFERT *****

Ce mini-kit de matériel pour smartphone est offert à chaque participant. Il comprend un micro-cravate, un trépied articulé, une poignée et une pince pour fixer le smartphone. Prévoir un budget de 15-20 € pour acheter les applications professionnelles de tournage et montage vidéo.

TOURNER ET MONTER UNE VIDÉO DE QUALITÉ AVEC UN IPHONE (NIVEAU PERFECTIONNEMENT)

Passer de la caméra à l'iPhone pour développer de nouveaux formats
Apprenez à faire de votre iPhone une véritable caméra professionnelle et à produire des contenus vidéo qui pourront être diffusés en TV, sur le web et les réseaux sociaux.


© Samsa.fr

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journalistes ■ JRI ■ Caméramen ■ Monteurs
- Producteurs de contenu numérique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Produire des vidéos de qualité** qui pourront être diffusées tant en télévision que sur le web ou les réseaux sociaux en respectant les standards professionnels.
- **Produire des vidéos inventives** en exploitant les innovations formelles qui renouvellent la grammaire de l'image (texte sur les vidéos, jump cut, humour, angles de vue inédits, etc.).

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est très orientée vers **la pratique et la production de contenus numériques** avec un iPhone. Les séquences théoriques courtes sur les bases du cadrage ou de la prise de son alternent avec de nombreux exercices en situation (y compris tournage en extérieur).
Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

JOUR 1

- Introduction – Vidéo pour le web : quelles pratiques pour quels résultats ?

Les contraintes :
- Premières images percutantes
- Avec ou sans son (audio)

- Analyse critique des vidéos déjà réalisées par les participants

Les questions techniques essentielles :
- Quels réglages pour produire pour la télé ?
- Quels réglages pour produire pour le web et les réseaux sociaux?

- Tournage avec Filmic Pro
- Découverte de l'appli Filmic Pro
- Réglages de base (exposition, mise au point, balance des blancs)
- Réglages avancés
- Exercices

- Indispensables gros plans
- À quoi servent les gros plans ?
- Exemples du bon usage des gros plans
- Exercices

- Trouver des angles de vue originaux
- Pourquoi chercher le plan inattendu ?
- Exemples d'angles de vue originaux
- Exercices

- La vidéo verticale: dans quels cas de figure ?
- Tourner au format vertical (9/16)
- Les contraintes et les atouts du format vertical
- Exemples de formats verticaux
- Exercices

- Le format carré
- Les usages du format carré
- Tourner au format carré ou recadrer à posteriori ?

- Les types de micro et leurs usages
- Micro-cravate / Micro main /Micro canon

- Disposer d'un retour casque pour contrôler son enregistrement audio
- Types de retours disponibles
- Travailler au casque

- La connectique
- Brancher un micro XLR
- Brancher un micro lightning
- Bien enregistrer une ambiance sonore
- Exercices

- Bien enregistrer une interview
- Exercices

JOUR 2

- Le live pour les réseaux sociaux
- Le live en solo
- Questions techniques
- Bien préparer un live
- Connexion ethernet avec iPhone
- Diffuser des éléments enregistrés lors d'un live
- Exercices

- Le live mulicamera (avec plusieurs iPhone/ iPad)
- Questions techniques
- L'application Switcher Studio OBS et Wirecast
- Insérer un habillage
- Exercices

- Montage
- Découverte de l'appli Luma Fusion
- Fonctions de base
- Fonctions avancées

- Montage avec Luma Fusion
- Créer un projet
- Importer des vidéos depuis des solutions de stockage dans le "cloud"
- Importer des habillages
- Importer des éléments audio
- Insérer des plans sur la timeline

- Bien exploiter les 3 pistes audio
- Utiliser les keyframes
- Réaliser les effets "split screen" et "picture in picture"
- Insérer des transitions (fondu enchaîné, etc)
- "Textage" : insérer du texte sur la vidéo ou des sous-titres
- Associations texte/image

- Exporter
- Formats d'export
- Gérer ses rushs
- Archiver ses contenus
- Bien nommer pour retrouver

PRIX : 1 290 € HT (1 548 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS
→ 26 et 27 mars
→ 8 et 9 juin
→ 28 et 29 septembre
→ 3 et 4 décembre

FORMATION À LA CARTE : autres dates, autres lieux, nous consulter

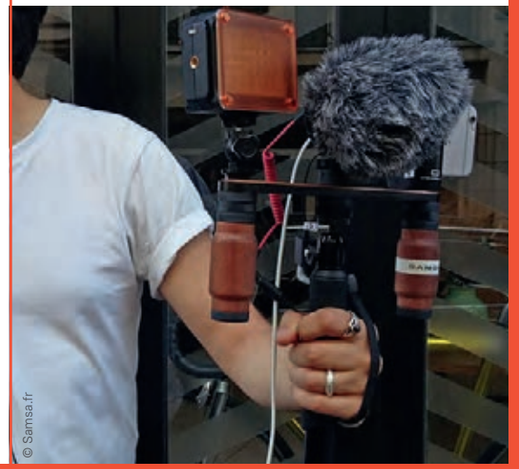
PRÉ-REQUIS

Disposer d'une première expérience de production de contenu vidéo avec iPhone ou disposer d'une expérience significative de production vidéo pour la télévision.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Les participants viennent en formation avec leur iPhone personnel.
Sont admis les modèles iPhone 6 plus et au delà.

Des applications pro seront à télécharger Compter un budget total de 40 € environ pour télécharger les applications Filmic Pro et LumaFusion. Il est possible d'acquérir en amont des cartes prép-payées sur l'Apple Store pour éviter que les stagiaires achètent personnellement les applications.


© Samsa.fr

© Samsa.fr

FACEBOOK LIVE, INSTAGRAM : INTERVENIR EN LIVE VIDÉO SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Produire un live de qualité sur le fond et la forme, sur le terrain avec un simple smartphone ou avec plus de matériel (ordinateur, multicaméras, etc)

Des « Gilets jaunes » aux manifestations contre la réforme des retraites, de nombreux médias français se sont mis à la diffusion d'événements en direct. Le live est devenu accessible à tous – journalistes, communicants, ONG –, il suffit de s'armer d'un smartphone et de retransmettre les images en direct sur Facebook ou Periscope. Encore faut-il s'interroger sur le fond, la forme ainsi que les contraintes juridiques d'une diffusion vidéo en direct sur les réseaux sociaux.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Journalist.e ■ communicant.e ■ producteur.rice d'images pour une ONG ■ Une instiitution ou une association

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Filmer proprement une vidéo retransmise en live
- Commenter des images de reportage diffusées en direct
- Interagir avec vos internautes avant et pendant le live
- Connaître le cadre juridique qui régit la diffusion de vidéo en live

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation sera constituée de retours d'expérience en média et hors média afin de montrer la diversité des situations de direct. Des exercices pratiques seront ensuite proposés sur les différents services de live. L'avocat Fabrice Lorvo, spécialisé dans le droit des médias et chroniqueur sur France Culture, interviendra dans la formation pour répondre aux questions juridiques qui se posent.

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

MATIN

- Enjeux et intérêts de la diffusion de contenus en live sur les réseaux sociaux
- Les différents services pour diffuser en live : Facebook Live, Instagram,Youtube Live, LiveStream, LiveU
- Filmer proprement sur le terrain : cadrage et prise du son avec un smartphone
- Diffuser en live depuis un ordinateur ou en multicam
- La préparation du live : choix de l'angle, travail en amont sur le fond pour maîtriser le contexte, annonce sur les réseaux sociaux
- Commenter des images diffusées en direct
- Exercices sur différents réseaux sociaux

APRES-MIDI

- Gérer les interactions avec le public pendant le live
- Droit à l'image et protection de la vie privée
- Déontologie : doit-on tout filmer, tout montrer ?
- Droits d'auteur et de diffusion
- Précautions particulières pour les images choquantes
- Précautions de sécurité pour la personne sur le terrain
- Faire vivre le live après sa diffusion

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Les participants viennent en formation avec leur smartphone personnel. Sont admis les modèles iPhone 6 plus et au delà. Pour les modèles Android, nous consulter. Et si possible une batterie de rechange, une perche à selfie et sa pince.

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **28 février**
→ **12 juin**
→ **30 novembre**

FORMATION À LA CARTE : autres dates, autres lieux, nous consulter

CONCEVOIR UNE CHAÎNE ET RÉALISER DES VIDÉOS POUR YOUTUBE : DU PILOTE À LA MONÉTISATION

Scénariser, filmer, monter, diffuser, même sur Youtube, tout cela ne s'improvise pas. Préparez-vous avec des spécialistes.

© Et tout le monde s'en fout

Youtube est depuis plusieurs années un média à part entière. Créateurs, réalisateurs, journalistes s'en sont emparés pour produire du contenu dédié à cette plateforme. Et comme tous les outils de diffusion, Youtube a ses codes, ses règles, ses avantages et ses inconvénients. Cette formation, dispensée sur une journée, a pour objectif de permettre aux futurs Youtubeurs de confronter leur projet à l'expérience de créateurs de contenu reconnus, mais aussi d'entraîner leur créativité et comprendre le fonctionnement de la communauté.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Communicant-e
- Auteur-trice
- Acteur-trice
- Réalisateur-trice
- *Youtubeur*
- *Streamer*

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Développer et entretenir votre créativité
- Connaître les facteurs de succès d'une chaîne Youtube
- Concevoir et écrire une vidéo pour Youtube
- Gérer la post-production et la diffusion d'un contenu sur Youtube

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation dresse un tour d'horizon complet sur l'écriture, la réalisation, la production et la diffusion sur Youtube. Elle s'appuie sur de nombreux exemples concrets. Elle donne les clés pour développer et affiner un projet personnel.

Théorie : environ 90%
Exercices pratiques : environ 10%

LE PROGRAMME

- Tour d'horizon de la production sur Youtube : typologie des formats
- Développer sa créativité et son imagination pour se démarquer de la concurrence
- Ecrire le scénario d'une vidéo : dramaturgie, angle, rythme du texte, ton
- La réalisation: choisir le bon cadrage
- Quels techniciens et quel matériel ?
- Les astuces techniques au tournage
- Les clés de la post-production
- Quelle stratégie de diffusion et monétisation ?
- Comment interagir avec sa communauté Youtube?

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Vous pouvez venir avec du matériel (caméra, lumières, micros) à tester. Et si vous avez déjà un projet en tête, c'est encore mieux

PRIX : 590 € HT (708 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **26 juin**
→ **15 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

JOURNALISME IMMERSIF, REPORTAGE 360° : TECHNIQUES ET PRATIQUES

Miser sur la réalité virtuelle avec des vidéos et des photos à 360°

© Samsung.fr

Vidéo 360, réalité virtuelle, réalité augmentée, journalisme immersif… Autant de termes qui évoquent l'émergence d'un nouveau média plein de promesses. Au delà de l'effet de mode, découvrez de nouveaux outils dont les journalistes et les producteurs de contenus peuvent se saisir pour créer de nouvelles expériences narratives.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste numérique, vidéo
- Documentariste
- Storyteller
- Chef de projet web

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les différences entre vidéos 360, VR et AR
- Concevoir votre projet immersif
- Connaître les bonnes pratiques identifiées par les experts du domaine et les erreurs à éviter
- Faire valoir une première expérience de tournage de vidéo 360°

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation commencera par une présentation des différents types de médias immersif et des pratiques des producteurs professionnels en l'état de l'art, avec visionnage d'exemples de reportages 360°. Après un tour d'horizons des caméras, casques, et méthodes de diffusion, les stagiaires tourneront et monteront des séquences afin de publier une courte vidéo 360°.

Exemples de bonnes pratiques : environ 45%
Exercices pratiques : environ 55%

LE PROGRAMME

- Introduction & présentation
- Présentation des différents types de médias immersif
- Exemples de reportages 360° (visionnage)
- Tour d'horizon des caméras, casques, et méthodes de diffusion
- Bonnes pratiques et erreurs à éviter
- Tournage de quelques séquences (intérieur, extérieur)
- Assemblage et montage des images
- Publication d'une courte vidéo 360°

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Les participants viennent en formation avec leur matériel : un smartphone récent (si possible) avec l'application Youtube installée. Un niveau d'anglais correct est un plus et des connaissances de base en tournage et montage vidéo classique (vidéo « à plat ») rendront l'accès à la formation plus facile. Le logiciel utilisé pour le montage est Samsung Gear 360 Action Director.

PRIX : 590 € HT (708 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **27 février**
→ **8 juin**
→ **27 novembre**

En partenariat avec TARGO

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

PODCAST AUDIO : CONCEPTION, ÉCRITURE, DIFFUSION ET MODÈLE ÉCONOMIQUE

Une formation complète pour se lancer dans un projet de production sonore

Affranchi des contraintes de diffusion à la radio, les podcasts natifs créés pour une diffusion sur le web connaissent un grand succès, tant du côté des auditeurs que des producteurs. Ils permettent de raconter des histoires autrement et de réaliser assez rapidement son propre média audio. À condition d'en maîtriser les techniques d'écriture et d'élaborer une stratégie de diffusion.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste ■ Réalisateur·trice audio
- Preneur·neuse de son
- Conteur·teuse d'histoires

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître l'éco-système du podcast audio
- Écrire la trame d'un projet de podcast natif
- Établir une stratégie de diffusion en ligne

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation dresse un tour d'horizon complet sur l'écriture, la réalisation, la production et la diffusion de podcasts. Elle s'appuie sur de nombreux exemples en France comme à l'étranger. Elle donne les clés pour développer et affiner un projet personnel.
Théorie : environ 90%
Exercices pratiques : environ 10%

LE PROGRAMME

- Tour d'horizon de la production de podcasts natifs en France et à l'étranger
- La typologie des podcasts (talk, entretien, récit…)
- Trouver un concept et un ton pour se démarquer dans un environnement concurrentiel
- De la stratégie de diffusion au modèle économique
- Point juridique sur l'utilisation des musiques

Formation recommandée par :

louie MEDIA

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Venez avec votre casque ou vos écouteurs, et si vous en avez, du matériel (enregistreur numérique, micros) à tester.
Et si vous avez déjà un projet en tête, c'est mieux !

PRIX : 590 € HT (708 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À BORDEAUX
→ **12 mars**

CALENDRIER 2020 À PARIS
→ **16 mars**
→ **15 juin**
→ **28 septembre**
→ **7 décembre**

FORMATION À LA CARTE : autres dates, autres lieux, nous consulter

PODCAST AUDIO : ENREGISTREMENT, PRISE EN MAIN DU MATÉRIEL ET DES LOGICIELS DE MONTAGE, RÉALISATION

Une formation pratique sur les logiciels et outils permettant la réalisation artistique d'un podcast

Les podcasts natifs se multiplient, suscitant des attentes de plus en plus grandes chez les auditeurs, en quête d'originalité éditoriale et de qualité sonore. Si se lancer dans un projet semble à la portée de toutes et tous, il faut néanmoins assurer une une réalisation audio tant technique qu'artistique pour se distinguer.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste ■ Réalisateur·trice audio
- Preneur·neuse de son ■ Régisseur·sseuse
- Conteur·teuse d'histoires

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Assurer une captation sonore en vue d'un podcast
- Connaître les bases d'un logiciel de montage
- Maîtriser les questions de matériel d'enregistrement
- Appréhender les techniques de réalisation sonore en podcast

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation se déroule avec le réalisateur radio Simon Decreuze. Elle permet d'aborder concrètement toutes les questions relatives à l'enregistrement, au montage et la réalisation sonore. Elle donne les clés pour développer et affiner un projet personnel.
Théorie : environ 50%
Exercices pratiques : environ 50%

LE PROGRAMME

- Développer différents types d'écoute (écoute éditoriale, écoute formelle/analytique, écoute sensible/flottante)
- Le choix des micros selon les voix et les effets recherchés
- Mettre en place un dispositif d'enregistrement dans un studio
- Le montage du son dans un logiciel dédié
- Les styles de réalisation sonores
- Penser son habillage sonore
- Rappel sur les droits d'utilisation des musiques
- Finaliser son mixage dans des formats adaptés (compression mp3)

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Venez avec votre casque ou vos écouteurs, et si vous en avez, du matériel (enregistreur numérique, micros) à tester.
Et si vous avez déjà un projet en tête, c'est mieux !

PRIX : 590 € HT (708 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À BORDEAUX
→ **13 mars**

CALENDRIER 2020 À PARIS
→ **17 mars**
→ **16 juin**
→ **29 septembre**
→ **8 décembre**

FORMATION À LA CARTE : autres dates, autres lieux, nous consulter

RADIO, PODCAST : ANIMER ET PRENDRE LA PAROLE DANS UN MICRO

Adopter l'écriture radiophonique et poser sa voix pour développer ses productions audio.

Le podcast séduit de plus en plus de producteurs·trices de contenus. Or la prise de parole ne s'improvise pas. Dans le cadre d'un projet audio, cette formation permet d'apprendre à écrire un texte qui sera dit à la radio ou dans un podcast. Vous connaitrez aussi les techniques pour bien parler dans un micro.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste ■ Animateur·trice de radio
- Auteur·trice ■ Producteur·trice de podcast

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les techniques de rédaction spécifiques à l'audio
- Animer une discussion ou une interview dans un podcast
- Gagner en aisance dans la prise de parole
- Bien respirer pour bien parler

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation repose sur de nombreuses mises en pratique, de l'écriture du texte à la prise de parole dans le micro.
Théorie : environ 20%
Exercices pratiques : environ 80%

LE PROGRAMME

- Présentation du formateur et recueil des attentes
- Tour d'horizon du matériel et des dispositifs d'enregistrement
- Les clés de l'écriture radiophonique
- Ecrire pour être entendu : faire simple et efficace
- Méthodes pour animer une interview/ discussion
- Techniques pour poser sa voix
- La diction, le débit, le volume
- Parler dans un micro : adopter les bonnes postures
- Clôture de la journée et rappel des fondamentaux

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Samsa.fr met à votre disposition des enregistreurs numériques (Edirol, Zoom) et quatre micros différents pour tester votre dispositif d'enregistrement en mode studio.

Photos | tous droits réservés

PRIX : 590 € HT (708 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **20 mars**
→ **19 juin**
→ **2 octobre**
→ **11 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

DIAPORAMA SONORE : PRODUIRE AUDIO ET PHOTOS POUR RACONTER UNE HISTOIRE

Une narration multimédia pour un traitement immersif et sensible

Pexels | tous droits réservés

Le diaporama sonore permet d'allier la profondeur d'un reportage radio et la force d'un reportage photo au sein d'un récit multimédia, qui peut être un montage court (petite oeuvre multimédia) ou bien long (film photographique).

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journalist.e ■ Photographe ■ Iconographe
- Preneur de son ■ Vidéaste ■ Monteur
- en charge d'une médiathèque ou de la communication d'une institution

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier les différentes possibilités narratives du diaporama sonore
- Raconter une histoire en images et en sons
- Produire des images en vue d'un diaporama
- Enregistrer du son (interview, ambiance)
- Monter l'audio avec le logiciel Reaper
- Assembler audio et images pour créer le diaporama sonore avec un logiciel dédié
- Habiller le diaporama (panneaux texte, légendes, crédit)
- Valoriser un diaporama sonore sur le web, les réseaux sociaux et lors d'événements

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation offre une grande place à la pratique, tant dans la production des contenus que la réalisation de l'objet final, que ce soit une simple galerie d'images ou un film photographique plus ambitieux. Après une séquence théorique, les stagiaires réaliseront dès le premier jour leur premier diaporama sonore.
Théorie : 20%
Exercices pratiques : 80%

LE PROGRAMME

MATIN

- Visionnage de différents diaporamas sonores
- Typologie des réalisations
- Analyse des enjeux narratifs et éditoriaux du format
- Initiation à la prise de son avec un enregistreur numérique
- Mener une interview enregistrée
- Capter des ambiances sonores
- Le montage audio avec le logiciel Reaper

APRES-MIDI

- Produire des photos en vue d'un diaporama sonore
- Chercher sur le web des images libres de droits
- Choisir une série d'images d'archives
- Retoucher rapidement ses images avec Pixlr
- Exercice de production d'un diaporama à partir d'une bande son et d'images fournies
- Assemblage d'un diaporama sonore dans un logiciel dédié (à déterminer en fonction des situations)

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Les participants son invités à venir avec leur propre matériel : un appareil photo et un enregistreur numérique de type Edirol, Zoom H4N ou Tascam. À défaut, un smartphone doté d'une application dictaphone et d'un micro. Nous pouvons vous conseiller dans le choix de votre équipement. Les participants qui le souhaitent peuvent venir avec leur ordinateur portable.

PRIX : 990 € HT (1188 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **18 et 19 mai**
→ **1 et 2 octobre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

RÉSEAUX SOCIAUX : INFORMER ET COMMUNIQUER EN STORIES

Réinventer ses codes d'écriture pour publier des contenus au format stories sur Snapchat, Facebook, Instagram, WhatsApp et Youtube

Créées par Snapchat, popularisées par Instagram et Facebook, les stories sont aussi sur WhatsApp et Youtube. Elles permettent d'imaginer des formats interactifs et originaux, de mettre en scène ses contenus, de rajeunir son image et de générer de l'audience. Elles obligent à penser mobile et vertical. Et à réinventer son écriture pour produire des contenus efficaces et adaptés.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Journaliste ■ Communicant ■ Community manager ■ Responsable marketing

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les enjeux de la plateformisation des médias
- Connaître les bonnes pratiques pour s'exprimer en « snaps »
- Créer des stories sur Snapchat et Facebook Messenger en respectant l'identité de votre marque
- Vous adresser à un public jeune avec le ton et les codes appropriés

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation passera en revue les productions de différents médias et des marques francophones et anglophones qui publient des stories et des contenus dans Discover. Des exercices seront proposés tout au long de la journée, de la création de compte à la production de contenus photos et vidéos.

Théorie : environ 50%
Exercices pratiques : environ 50%

LE PROGRAMME

- Les enjeux des applications de messagerie auprès du jeune public
- Les différentes applications qui permettent de créer des stories (Instagram, Facebook, Snapchat, WhatsApp et Youtube)
- Panorama des productions médias et institutionnelles
- Les secrets d'une bonne story
- Les bonnes pratiques pour les journalistes et les communicants
- Les méthodes pour créer de l'engagement
- Les pistes de monétisation
- Simulation d'une couverture d'événement en mode story

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Chacun(e) vient avec son smartphone personnel ou professionnel.

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **18 mars**
→ **5 juillet**
→ **18 novembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

HUMOUR : JUSQU'OÙ PEUT-ON ALLER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Un community management en finesse pour s'en sortir en toute situation

La gestion des réseaux sociaux, le community management, passe souvent par l'humour. Le moyen est efficace pour dédramatiser les situations, attirer la sympathie des internautes et maximiser son influence. Mais, avant d'endosser le costume du clown, encore faut-il savoir jusqu'où on peut aller et connaître les différentes techniques que l'on peut mettre en oeuvre et se sentir à l'aise dans leur pratique.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Journaliste ou community manager, en charge de la relation avec votre audience sur les réseaux sociaux ou de la modération des commentaires sur votre site.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Faire la distinction entre les différents types d'humour
- Intervenir dans les discussions en ligne avec humour
- Choisir la forme humoristique la plus appropriée à une situation
- Connaître les limites à ne pas dépasser en fonction de la situation
- Formuler des lignes de conduites à tenir dans la relation avec l'audience

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est orientée sur l'application pratique des théories présentées. Les séquences d'explication sont entrecoupées d'exemples et d'exercices ludiques de mise en oeuvre des techniques abordées.

Théorie : environ 60%
Exercices pratiques : environ 40%

LE PROGRAMME

- Humour, ironie, second degré : distinguer les types d'humour
- Du gag au trait d'esprit en allant jusqu'au jeu de mot et à la parodie
- Humour et culture web : de l'importance du lolcat et du Gif animé
- Les techniques du jeu de mot : analogies, métaphores, détournements, allitérations, polysémie, calembours, zeugmes, mots-valises…
- Atelier pratique de community management
- Le rapport texte/image
- L'humour en application
- Exemples de bonnes pratiques
- Jusqu'où peut-on aller trop loin ?
- Le risque du bad buzz
- Mises en situation

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un brin de bonne humeur ne fera pas de mal. La maîtrise des bases de Twitter et Facebook est indispensable.

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

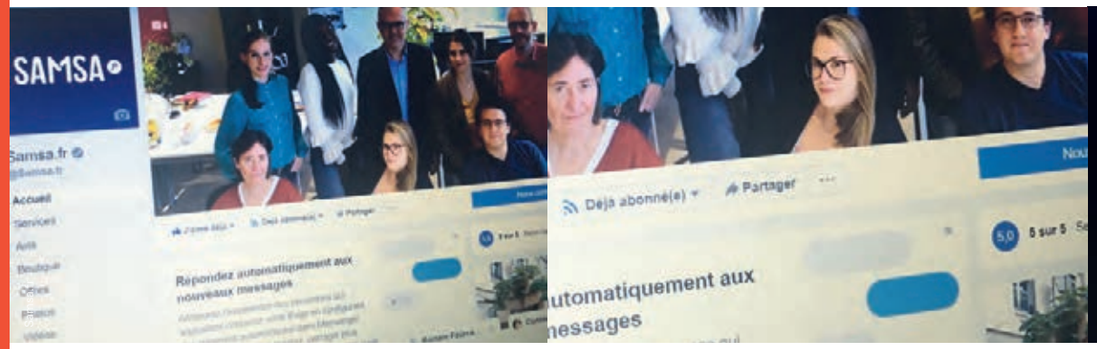
CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **15 juin 2020**
→ **14 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

PRENDRE EN MAIN FACEBOOK POUR DIFFUSER SES CONTENUS

Débuter sur le réseau social et apprendre les bases du community management



Facebook est un outil puissant pour diffuser des informations et interagir avec une audience. Au-delà de l'utilisation personnelle que nous pouvons avoir du réseau social, cette formation vous permettra de maîtriser les subtilités de Facebook. Vous apprendrez à publier, modérer, interagir mais aussi à faire de la veille et à gérer les paramètres de confidentialité pour garder la maîtrise de votre vie privée.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Community manager
- Chargé(e) de communication

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Publier des statuts, photos, vidéos sur Facebook
- Connaître les paramètres de confidentialité pour ne pas mélanger usages personnel et professionnel
- Trouver le bon ton pour animer une page communautaire

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Après une analyse de différentes politiques éditoriales élaborées par des médias, des marques ou des institutions, les stagiaires seront initiés aux fonctionnalités de Facebook, puis aux bases de l'animation de communauté à travers de nombreuses mises en situation.

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

- Introduction : la place grandissante de Facebook comme vecteur de diffusion
- Présentation des avantages (mais aussi des limites et des contraintes) de Facebook, pour une entreprise ou pour un individu
- Panorama des fonctionnalités de Facebook : publier un statut, commenter, partager…
- Diffuser un live vidéo
- Faire de la veille sur Facebook autour d'une thématique
- Les bases de l'animation de communauté sur Facebook : quel ton adopter ?
- Exercices de publication sur une page fan
- La question de la modération

PRÉ-REQUIS / MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Être inscrit/e sur Facebook et avoir installé l'application Facebook sur son smartphone. Un smartphone est un plus (facultatif).

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ 27 mars
→ 9 novembre

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

JE ME LANCE SUR TWITTER (DÉBUTANT)

Faire ses premiers pas sur le réseau social pour s'exprimer et interagir avec d'autres utilisateurs

Tous droits réservés

Twitter est devenu un outil incontournable pour les journalistes et les communicants. Il permet de chercher des informations, faire de la veille et prendre la parole. Encore faut-il en connaître les codes pour se sentir à l'aise!

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Community manager
- Chargé(e) de communication

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Appréhender l'intérêt et le potentiel de Twitter dans votre contexte professionnel
- Connaître les codes d'écriture et de partage propres à ce réseau social
- Vous sentir à l'aise pour vous exprimer et partager des contenus

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Après un panorama des chiffres clés de Twitter, la formation multipliera les exercices pratiques pour s'initier pas à pas.

Théorie : environ 10%
Exercices pratiques : environ 90%

LE PROGRAMME

- Les enjeux de Twitter pour les rédactions, les marques, les communicants et les journalistes
- Les chiffres clés de Twitter
- La création d'un compte pas à pas : le pseudo, la photo, la biographie
- Initiation aux codes de langage spécifiques à Twitter
- La recherche d'utilisateurs et d'informations sur Twitter
- L'interaction avec d'autres utilisateurs
- La rédaction de tweets avec des liens, des images et des vidéos

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un smartphone est un plus (avec l'application Twitter gratuite installée dessus).

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ 23 mars
→ 2 novembre

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

JE M'AMÉLIORE SUR TWITTER (PERFECTIONNEMENT)

Gagner en visibilité pour ses contenus et en efficacité pour sa veille

Tous droits réservés

Twitter s'est imposé comme un outil de choix pour les journalistes, les communicants et les producteurs de contenus. Dernière l'apparence simple du réseau social aux 280 caractères, se nichent des ressources innombrables. On y trouve des sources ou des contacts. On y développer une relation privilégiée avec les membres influents de sa communauté. Mettre en place une veille efficace (et donc pas trop chronophage) sur Twitter est un atout sérieux. Connaître les techniques de community management est l'une des clés du réseau.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Community manager
- Chargé(e) de communication
- Producteur(trice) de contenu

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Exercer une veille d'information et effectuer des recherches poussées sur Twitter
- Construire une communauté et interagir avec elle
- Définir une stratégie éditoriale de publication
- Maîtriser les outils qui permettent de tweeter plus efficacement
- Savoir réaliser un live-tweet

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Après un rappel des fonctionnalités de Twitter, la formation multipliera les exercices pratiques pour gagner en agilité.

Théorie : environ 10%
Exercices pratiques : environ 90%

LE PROGRAMME

- Rappel des fonctionnalités de Twitter
- Analyse des pratiques éditoriales marquantes parmi les médias et les marques
- Réflexion sur la stratégie éditoriale à adopter dans son entreprise
- Mise en place d'une veille efficace avec Tweetdeck
- Exercices de recherche poussée
- Simulation d'un live-tweet
- Gagner en efficacité avec Nuzzel, Pocket et Buffer

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un smartphone est un plus (surtout si les applications gratuites Twitter, Pocket, Buffer et Nuzzel sont installées dessus).

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **24 mars**

→ **3 novembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES, LES INSTITUTIONS PUBLIQUES ET LES ASSOCATIONS

Un community management qui nécessite un ton particulier

Tous droits réservés

Comment prendre en main les réseaux sociaux, adopter le bon ton et utiliser les bons outils pour y déployer la présence de sa collectivité territoriale, de son institution publique ou de son association ? Sur Twitter, Facebook, LinkedIn ou Instagram, pour valoriser son action, toucher de nouveaux publics et faire grandir ses communautés, il est nécessaire d'élaborer de nouveaux dispositifs de communication en respectant la culture de son organisation.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Chargé(e) de communication
- Attaché(e) de presse et relations publiques
- Chef de projet
- Chargé(e) de mission
- Collaborateur(trice) d'élu(e)

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Publier sur les principaux réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram) de manière professionnelle
- Convaincre vos interlocuteurs de l'importance des réseaux sociaux
- Analyser vos performances
- Établir des bilans statistiques
- Définir et appliquer des stratégies social media
- Innover sur les réseaux sociaux

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation s'attache à illustrer les bonnes pratiques au travers d'exemples pratiques concrets éprouvés dans le cadre professionnel. **Théorie : environ 50% | Exercices pratiques : environ 50%**

LE PROGRAMME

JOUR 1 : PUBLIER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Établir les principales étapes de la création d'une stratégie social media : de la définition des objectifs à la ligne éditoriale
- Intégrer intelligemment les réseaux sociaux dans un plan de communication
- Développer sa communauté sur Facebook
- Publier sur Twitter
- Utiliser Instagram
- Maîtriser la boite à outils du community manager : Tweetdeck, Hootsuite, Ifttt, Buffer

JOUR 2 : GÉRER LA CONVERSATION, FAIRE DE LA VEILLE ET ASSURER LE REPORTING

- Comprendre les règles du jeu des interactions virtuelles : transparence, réactivité, échanges
- Professionnaliser sa veille grâce aux réseaux sociaux
- Analyser ses performances : comprendre les statistiques de Facebook, Twitter et Instagram
- Présenter le reporting : créer des bilans pour l'interne et pour l'externe
- Travailler à être vu : créer une campagne publicitaire sur Facebook ou Twitter

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Les participant(e)s doivent être inscrit(e)s sur Facebook et Twitter, et avoir installé les deux applications correspondantes sur leur smartphone. Le smartphone est facultatif pour la formation, mais sera le bienvenu.

PRIX : 990 € HT (1188 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **2 et 3 mars**

→ **19 et 20 novembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

BOÎTE À OUTILS DE LA COMMUNICATION DIGITALE

Construire une stratégie de communication digitale gagnante

La boîte à outils de la communication digitale permet d'acquérir les techniques de l'écriture numérique, d'améliorer son référencement et sa présence sur les réseaux sociaux, de découvrir bonnes pratiques et astuces pour animer sites, blogs, plateformes digitales… Bref, comprendre les secrets des contenus qui fonctionnent pour savoir construire une politique éditoriale gagnante, adaptée à ses objectifs de communication.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Chargé(e) de communication ■ Responsable marketing ■ Gestionnaire de contenu numérique ■ Responsable éditorial, ou simplement impliqué(e) dans la stratégie éditoriale au service de la marque dans un service communication / marketing, dans une PME/PMI, dans une association, une institution ou une administration.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Adapter votre écriture aux spécificités du web
- Produire des contenus multi-formats
- Développer des techniques de référencement naturel
- Adopter une présence pertinente sur les réseaux sociaux
- Construire une stratégie éditoriale globale adaptée à vos objectifs

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation propose une alternance entre présentation théorique, retours d'expérience, exercices pratiques et ateliers.
Théorie : environ 60%
Exercices pratiques : environ 40%

LE PROGRAMME

JOUR 1 : CONSTRUIRE ET ANIMER SON SITE D'ENTREPRISE

- **Codes et techniques de l'éditorial digital**
- Des robots pour lecteurs
- Les secrets de l'algorithme de Google
- Une seule écriture, deux pratiques
- Un contenu protéiforme
- Hypertexte, superpouvoirs
- Lecture et écriture fragmentées
- Mots-clés
- **Le comportement de l'internaute**
- Lecteur, qui es-tu ?
- Lecteur, que cherches-tu ?
- Lecteur, comment fais-tu ?
- **Les bons réflexes de l'écriture web**
- Raisonner « mots-clés »
- Une page, un message
- Le contenu est unique
- Les titres, enjeu stratégique
- Les liens ou l'hypertextualité au pouvoir

JOUR 2 : GESTION DE CONTENU ET RÉSEAUX SOCIAUX

- 5 étapes pour un contenu efficace
- Définir un plan d'attaque
- Ecrire… pour être lu
- Habiller mon texte
- Placer mes mots-clés
- Insérer photos, vidéos, légendes
- Inbound marketing : évolution des marques et des utilisateurs
- Community manager : profil et qualités
- Facebook : créer et faire vivre sa communauté
- Twitter : 280 signes pour influencer
- Bâtir une stratégie sur Instagram
- LinkedIn ou le corporate branding
- Comment gérer la crise

JOUR 3 : ÉCRITURE PLURIMÉDIA : LES CONTENUS SPÉCIFIQUES

- Types de contenus (article, portrait, itw, newsletter, brève, etc.)
- Les impératifs du contenu mobile
- Créer et animer un blog d'entreprise
- Les secrets du storytelling
- Concevoir un motion design
- Produire un film événementiel
- Méthodologie pour l'infographie
- Faire un brief créatif

JOUR 4 : COMMUNIQUER EN VIDÉO

- Introduction: la révolution smartphone
- Les évolutions éditoriales du monde de la vidéo en ligne
- L'environnement iOS/Android, les applis sur AppStore/Google Play
- Vérifications techniques (mises à jour, etc)
- Configurer son smartphone pour économiser la batterie
- Prise en main de l'appareil-photo du smartphone
- Les règles du cadrage et de la composition en photo
- Retoucher et publier une photo sur les réseaux sociaux
- Les différents formats et modes de traitement (portrait, reportage, tuto…)
- Le storytelling en vidéo : raconter et faire passer un message
- Les bases du tournage vidéo: la check-list et la méthode des 5 plans
- Présentation du fonctionnement de l'appli de tournage Filmic Pro (iPhone et Android)
- Le matériel et les accessoires pour le tournage (micro, trépied, perche)
- Les techniques pour mener une interview
- La prise de son avec un micro-cravate
- Exercices de tournage d'interviews

JOUR 5 : COMMUNIQUER EN VIDÉO

- Les mouvements de caméra
- Trouver des angles de prise de vue originaux
- Tourner en timelapse / en slowmotion
- Tourner des plans complémentaires en vue du montage
- Les principes du montage en vidéo
- Présentation du fonctionnement de l'appli de montage Kinemaster (iPhone et Android)
- Montage de la vidéo dont les plans ont été tournés la veille
- Enregistrement voix off / plateau en situation
- Ajout de texte sur les images
- Publication de la vidéo et partage sur les réseaux sociaux
- Gérer un live vidéo sur Facebook

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un ordinateur est fourni à chaque stagiaire. Il est nécessaire de maîtriser l'outil informatique (niveau bureautique basique) et de savoir naviguer sur Internet, en connaître le vocabulaire.

CURSUS COMPLET

PRIX : 2 400 € HT (2 880 € TTC)

DURÉE : 5 JOURS (35 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS
→ **du 25 au 29 mai**
→ **du 23 au 27 novembre**

UNE JOURNÉE AU CHOIX

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE SECTEUR PUBLIC : AMÉLIORER SA PRODUCTION PLURIMÉDIA

Les clés pour adapter son organisation à l'heure de la transition numérique

Cette formation donne les clés aux agents des services communication pour **s'adapter à la transformation numérique.** Derrière cette expression, on parle d'une **mutation de l'organisation** afin que celle-ci réponde aux pratiques des usagers : des services en ligne qui fonctionnent, un site adapté aux mobiles, des réseaux sociaux réactifs, mais aussi des agents à l'écoute, une organisation plus horizontale, la possibilité pour chacun de prendre part aux décisions via le numérique, une communication dynamique etc. Pour répondre à ces **nouvelles exigences**, les institutions et particulièrement les directions de la communication doivent négocier un tournant en souplesse en redonnant du sens au service.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Chef.fe de service ■ Directeur.trice de la communication ou membre d'un cabinet dans une collectivité, un ministère, un bailleur social, un CHU, une institution publique ou parapublique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer les réseaux sociaux et la vidéo à vos plans de communication
- Diffuser la culture numérique au sein de votre institution
- Optimiser le temps passé sur les réseaux sociaux
- Travailler avec des outils collaboratifs
- Créer un calendrier éditorial partagé

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Samsa.fr & Noémie Buffault s'engagent à vous fournir réflexions, outils et méthodes pour répondre à vos nouveaux enjeux stratégiques, en s'appuyant sur des retours d'expériences et des cas pratiques. Les séquences théoriques courtes alternent avec de nombreux exercices en situation.

Théorie : environ 60%
Exercices pratiques : environ 40%

LE PROGRAMME

JOUR 1 : PERFECTIONNER SA PRATIQUE DES OUTILS NUMÉRIQUES

- Approfondir sa maîtrise des réseaux sociaux
- Se perfectionner sur Facebook, LinkedIn, Instagram et Twitter
- Articuler les réseaux sociaux avec les différents canaux de communication de la collectivité
- Mise en situation : rédaction d'un dispositif de communication plurimédia (site web, journal, newsletter, affichage, réseaux sociaux)
- Produire des visuels et de la vidéo avec et pour le mobile
- Panorama des bons usages
- La vidéo en direct via les réseaux sociaux
- Focus : le format "story"
- Mise en situation : produire des visuels avec Canva

JOUR 2 : ORGANISER SON TEMPS DE TRAVAIL POUR ÊTRE PLUS EFFICACE

- Rationaliser le temps passé sur les réseaux sociaux
- Sélectionner les canaux de communication pertinents
- Production de contenus, veille, analyse : combien de temps y passer et pour quel résultat ?
- Binôme, astreinte, externalisation… : choisir le bon modèle

LA FORMATRICE

Noémie Buffault : « Dans mon précédent boulot, on m'appelait Hashtag, mais mon vrai prénom est Noémie. J'exerce un métier qui n'existait pas voici 5 ans, avec des outils qui changent tous les 6 mois et que je vous propose de vous apprendre en 2 jours.

J'ai commencé à travailler comme journaliste web, puis j'ai pris en main la communication de la Ville de Paris sur les réseaux sociaux. Pendant 4 ans, j'étais la voix de Paris sur Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest (liste non exhaustive).

J'ai ensuite été responsable de la cellule réseaux sociaux au ministère des Affaires étrangères, puis social media manager à la ville de Nantes. Je fais désormais du conseil en stratégie numérique en indépendante ».

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Posséder un compte sur différents réseaux sociaux. Venir avec son smartphone et son ordinateur portable. Créer un compte Trello (sur trello.com)

PRIX : 1180 € HT (1416 € TTC)

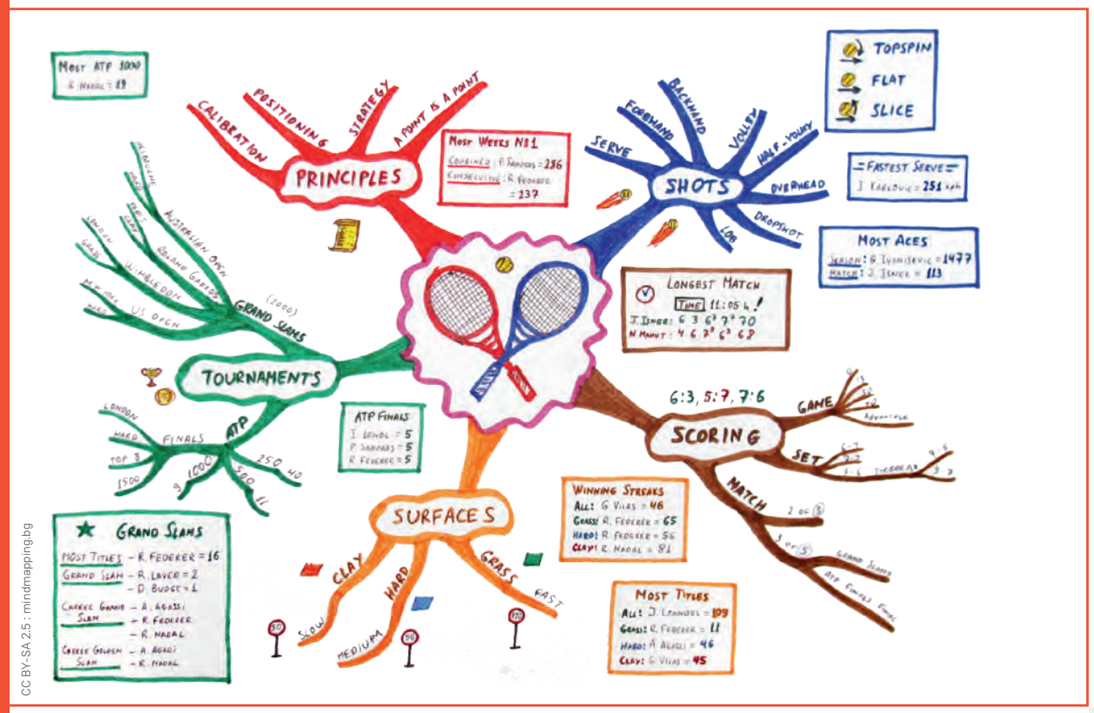
DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS
→ **16 et 17 mars**
→ **7 et 8 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

RÉDIGER PLUS VITE ET MIEUX AVEC LES TECHNIQUES DU MIND MAPPING

Une carte mentale qui mettra de l'ordre dans vos idées



CC BY-SA 2.5 : mindmapping.bg

Rédiger des contenus – notamment pour le web – nécessite de structurer notre manière d'écrire pour intégrer plusieurs paramètres :

- les lecteurs manquent de temps, vous devez leur faciliter la tâche
- la lecture sur écran reste environ 30% moins rapide que sur papier
- beaucoup de lecteurs arrivent sur votre site via Google, dont le moteur de recherche favorise les écrits structurés

Le mind mapping va vous permettre d'organiser vos idées pour gagner en cohérence, en pertinence, en style. À l'issue de cette formation vous pourrez rédiger des articles, des livres ou des commentaires vidéo à partir de vos propres cartes mentales et ainsi gagner en efficacité.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Blogueur
- Community manager
- Responsable communication
- Rédacteur web

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Structurer vos idées
- Bâtir des cartes mentales (ou cartes heuristiques, appelées encore mind maps)
- Rédiger un article web de A à Z en mode mind mapping

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Après un panorama des chiffres clés de Twitter, la formation multipliera les exercices pratiques pour s'initier pas à pas.

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

JOUR 1

LES DIFFÉRENTES FAÇONS D'ÉCRIRE ET LES AVANTAGES DU MIND MAPPING POUR L'ÉCRITURE WEB

- Ecrire à la main versus écrire avec l'ordinateur
- Comment le traitement de texte a changé notre façon d'écrire ?
- La rédaction structurée (Pyramide de Minto, Message Map)
- La rédaction en mode plan (Scrivener)
- La rédaction arborescente (Mind mapping)
- Rappel sur l'écriture web
- Qu'est ce que le mind mapping ?
- Comment construire une carte mentale ?
- Quels sont les bénéfices du mind mapping pour rédiger un contnu ?

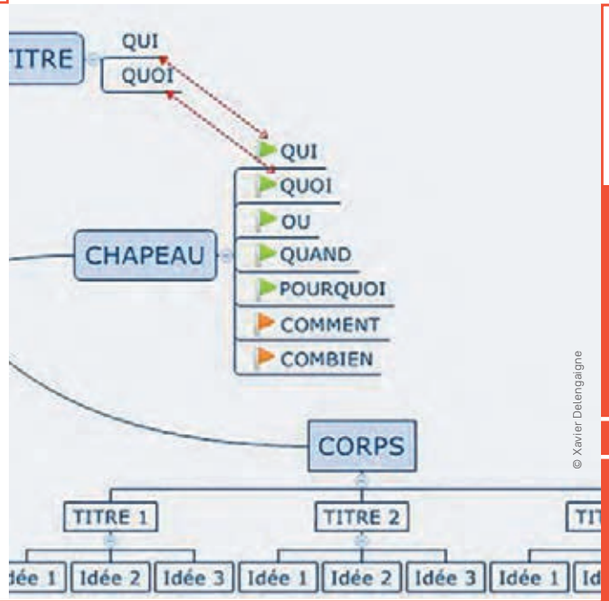
JOUR 2

ORGANISER SES IDÉES, SON PLAN ET RÉDIGER UN ARTICLE WEB

- Lancer un remue-méninges
- Diverger puis converger
- Faire le tour du sujet avec un QQOQCCP
- Utiliser un modèle de plan
- Construire votre propre plan
- Ajouter des ressources
- Organiser la structure
- Rédiger (/branches, /notes)
- Exporter la carte dans un traitement de texte
- Les différents logiciels de mind mapping pour écrire
- Corriger l'orthographe et la grammaire dans un logiciel de traitement de texte
- Réaliser les jonctions de paragraphes
- Se relire efficacement

LE FORMATEUR

Xavier Delengaigne : « Mes amis me surnomment la machine à écrire. :) En effet, j'arrive à rédiger un livre de 200 pages en 150 heures au lieu de 450 heures pour un auteur lambda. Je rédige environ trois livres de 200 pages par an (en plus de mon activité de formateur). Comment ? Je rédige tous mes livres à l'aide d'un logiciel de mind mapping. Ce type de logiciel me permet non seulement de bâtir le plan de mon ouvrage, mais également de le rédiger de A à Z. Je recours également au mind mapping pour rédiger tous mes articles (web ou papier). Bref, le mind mapping a littéralement changé ma façon d'écrire. Je suis passé d'une écriture linéaire à une écriture arborescente bien plus proche du fonctionnement de mon cerveau. »



© Xavier Delengaigne

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un stylo, un carnet et des idées.

PRIX : 990 € HT (1188 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **18 et 19 mai**
→ **2 et 3 novembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

LANCER UNE NEWSLETTER ÉDITORIALE POUR FIDÉLISER UNE AUDIENCE

Créez un nouveau produit pour attirer de nouveaux lecteurs

La newsletter est devenue un projet éditorial à part entière, en complément d'un média principal, ou totalement autonome. Soumise à des impératifs techniques, elle demande une stratégie particulière liée aux objectifs qui lui sont assignés. Outils, périodicité, ligne éditoriale, ton : les aspects à prendre en compte sont nombreux et complémentaires.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Journaliste ■ Responsable communication ou marketing ■ Product manager ■ Chef·fe de produit médias

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Élaborer la stratégie éditoriale
- Prendre en compte les possibilités techniques
- Connaitre la règlementation
- Promouvoir sa newsletter

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La partie théorique s'intéresse aux bonnes pratiques et aux exemples éditoriaux pertinents, francophones et anglophones. Les exercices pratiques permettront d'élaborer un projet de newsletter concret.

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

JOUR 1

- Typologie des newsletters : exemples francophones et anglophones
- Les différents services techniques pour gérer les envois (MailChimp, SendinBlue)
- Les fonctionnalités principales de ces services
- Définir une stratégie éditoriale et un public cible
- Identifier les besoins du lectorat et la concurrence
- Trouver son rythme et son style
- Gratuit ou payant ?
- La newsletter automatisée

JOUR 2

- La règlementation des envois de newsletter : le respect de la RGPD, opt-in ou double opt-in ?
- Gérer une base de contacts qualifiée
- Les méthodes pour conquérir et fidéliser des abonnés
- Les mécanismes d'automation
- La scénarisation d'automation
- Gérer les interactions avec les abonnés (soucis techniques, valorisation des retours)
- Personnalisation de la newsletter
- Les indicateurs de succès (KPI)
- Les méthodes d'AB testing

FORMATEUR

Sébastien Bailly : « Je suis tombé dans le web en 1995. J'ai fondé le pure player d'information locale Grand-Rouen.com en 2011, que j'ai revendu 3 ans plus tard. Responsable Internet dans la rédaction d'un quotidien local, j'ai mené la refonte du site web qui publiait 300 articles par jour. J'ai par ailleurs été chef de projet de nombreux sites, du e-commerce à la plateforme éditoriale.

Formateur depuis 2000, parallèlement à une production journalistique et éditoriale, j'ai accompagné de grands comptes dans leur transformation digitale. J'ai lancé ma propre newsletter sur la créativité éditoriale, conçu une newsletter pour des managers en formation distancielle et relancé la newsletter personnalisée Médiacadémie sur l'innovation éditoriale. »

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un ordinateur portable avec une connexion internet en Wi-Fi.

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **6 mars**
→ **11 juin**
→ **1 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

Pexels : Tous droits réservés

DÉVELOPPER SA CRÉATIVITÉ ÉDITORIALE POUR INVENTER DE NOUVEAUX FORMATS

Comprendre ses publics cibles et repenser son offre éditoriale

La créativité est affaire d'inspiration : celle qui vient en regardant ce que les autres font. Elle dépend aussi de méthodes qui valident les idées, leur donnent leur force et leur cohérence, permettent de dépasser ce que l'on a déjà vu. Veille raisonnée et stratégie créative sont au programme de cette formation pratique

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Communicant·e
- Producteur·trice de contenu numérique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Effectuer une veille sur la création digitale dans les médias
- Trouver et partager des exemples inspirants
- Maîtriser les techniques de créativité éditoriale
- Imaginer des offres créatives sur le digital en phase avec les attentes des publics cibles
- Vous assurer de la cohérence de vos idées

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est très orientée vers la pratique. Les séquences théoriques courtes alternent avec des exercices pratiques.

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

PARTIE EN DISTANCIEL : durée totale de travail estimée à 7 heures

Deux webinaires de 30 minutes chacun (3 chapitres de 10 minutes) et fiches de synthèse contenant des liens. Pendant toute la durée de la formation distancielle, les formateurs et l'équipe de Samsa.fr sont à la disposition des stagiaires pour répondre à toute question.

Wébinaire n°1 : les formats innovants sur web et mobile

- Exemples de formats innovants en Europe et aux Etats-Unis
- Les initiatives les plus marquantes des médias à travers le monde
- Typologie des articles et des contenus
- Projets éditoriaux créatifs.
- Exercice : les participants sont invités à partager un format innovant dans un espace numérique prévu à cet effet et à expliquer en quoi il leur a paru intéressant.

Webinaire n°2 : les formats innovants sur les réseaux sociaux

- Exemples de formats innovants en Europe et aux Etats-Unis
- Les initiatives les plus marquantes des médias à travers le monde
- Typologie des articles et des contenus
- Projets éditoriaux créatifs : la collaboration avec l'audience
- Exercice : les participants sont invités à partager un format innovant dans un espace numérique prévu à cet effet et à expliquer en quoi il leur a paru intéressant.

PARTIE EN PRÉSENTIEL

JOUR 1 :

- Échange autour des formats innovants repérés par les stagiaires dans la phase distancielle
- Les principes de la créativité
- Organiser sa veille : les ressources à suivre pour connaître les tendances (newsletters, sites, comptes Twitter)
- Les outils de base de la créativité éditoriale
- Calendrier éditorial
- Méthodes de réunions créatives

Atelier : les personas pour trouver son public

- La méthode des personas oblige à s'interroger précisément sur une cible "incarnée" pour ses projets éditoriaux
- Présentation de la méthode des personas avec exemples

JOUR 2 :

Atelier : concevoir son projet éditorial avec Storygami

Le Storygami est un outil conçu par Sébastien Bailly et Romain Saillet. Il présente de manière simple chaque étape qui permet de construire une stratégie de contenu, et ainsi élaborer rapidement des stratégies adaptées aux médias numériques.

Le canevas permet de se poser toutes les questions relatives à un projet éditorial et à leur interdépendance : valeurs, message, cible, canal, tonalité, émotion, KPI, ROI…

- Présentation de la méthode Storygami
- Détail des différents aspects des projets
- Constitution des équipes (2 ou 3 personnes)
- Atelier projet tutoré
- Pitch
- Débriefing
- Affinage du projet et réorientation
- Pitch définitif
- Debriefing définitif

FORMATEURS

Sébastien Bailly : « Je suis tombé dans le web en 1995. J'ai fondé le pure player d'information locale Grand-Rouen.com en 2011, que j'ai revendu 3 ans plus tard. Responsable Internet dans la rédaction d'un quotidien local, j'ai mené la refonte du site web qui publiait 300 articles par jour.
J'ai par ailleurs été chef de projet de nombreux sites, du e-commerce à la plateforme éditoriale.

Formateur depuis 2000, parallèlement à une production journalistique et éditoriale, j'ai accompagné de grands comptes dans leur transformation digitale. J'ai lancé ma propre newsletter sur la créativité éditoriale, conçu une newsletter pour des managers en formation distancielle et relancé la newsletter personnalisée Médiacadémie sur l'innovation éditoriale. »

Romain Saillet : « J'ai fondé Medialab Session, qui a réuni plus de 600 journalistes, développeurs, designers entrepreneurs en France, Grande Bretagne et Belgique. J'ai aussi dirigé l'incubateur Media Maker de Street Press, où les porteurs de projet sont formés à picther et développer leur projet éditorial. Aujourd'hui, je me consacre à 100% à son agence Story Tailor, qui accompagne des marques pour raconter des histoires qui engagent leurs audiences.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Formation tout public. Mais avec un projet, c'est mieux ! Les participant·e·s peuvent venir avec leur propre matériel.

PRIX : 1 390 € HT (1 668 € TTC)

DURÉE : 21 heures (dont 7 h en distanciel et 14 h en présentiel)

CALENDRIER 2020

→ **2 et 3 juillet à Paris (présentiel)**
webinaire 1 : dès le 11 juin
webinaire 2 : dès le 18 juin

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

PARCOURS COMPÉTENCES NUMÉRIQUES POUR LES PIGISTES

Une formation complète pour diversifier ses compétences et élargir sa gamme de collaborations

Tous droits réservés

Les pigistes évoluent dans un univers redessiné par le numérique. Mettre à jour ses compétences et les renforcer pour tenir compte des attentes les plus récentes est une nécessité professionnelle. Cette formation vous permettra de franchir un nouveau cap.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste rémunéré·e à la pige, en presse écrite ou en audiovisuel, et titulaire de la carte de presse

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Monter en compétences dans votre production de contenus pour le web et les réseaux sociaux
- Gagner en visibilité et en notoriété sur votre domaine d'expertise
- Diversifier vos formats éditoriaux
- Rentabiliser votre activité de pigiste multimédia

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Ce parcours de formation est proposé en **mode blended** et composé des éléments suivants :

- **Six modules de visioconférences** synchrones animées par le formateur ou la formatrice, d'une durée de 20 minutes chacun.
- Après chaque visioconférence, **des exercices tutorés en autonomie.** Ces exercices de recherche de contenu, de créations de fichiers ou de contenus numériques demandés lors des visioconférences seront transmis aux formateurs via un dossier Dropbox. Un retour commenté sera effectué.
- **Un groupe Facebook privé,** actif du début à la fin de de la formation, dans lequel les formateurs accompagnent les stagiaires en dehors des heures balisées pour les guider dans leurs exercices.
- **Cinq journées de formation en présentiel.**

L'ensemble de ce parcours se répartit sur une durée de 5 semaines, au rythme suivant :

- Visioconférence **le lundi**
- Exercices tutorés et accompagnement dans le groupe Facebook **du lundi au jeudi**
- Formation en présentiel **le vendredi**

LE PROGRAMME

DISTANCIEL 0 : visioconférence live (20 minutes) et dispo en replay + exercices tutorés (2 heures)

- Présentation du programme et recueil des attentes spécifiques
- Technologies et usages: quelles évolutions concernent les médias ?

DISTANCIEL 1 : visioconférence live (20 minutes) et dispo en replay + exercices tutorés (2 heures)

- Veille d'info: comment se positionner en pointe sur son domaine d'expertise

PRÉSENTIEL 1 : Organiser sa veille d'info et développer une présence professionnelle en ligne cohérente et efficace

- Définir son champ de recherche
- Se poser les bonnes questions
- Identifier ses sources d'information
- Réaliser son plan de recherche
- Cartographier sa recherche
- Quand surveiller des pages, créer une alerte ou s'abonner à un flux ?
- Optimiser sa recherche sur Internet
- Découvrir les différents moteurs de recherche
- La recherche avancée sur les moteurs de recherche
- Sémantique : comment parler à un moteur de recherche?
- Utiliser les flux RSS
- Découvrir le fonctionnement des flux RSS
- Créer des flux RSS personnalisés
- Découvrir les outils gratuits de collecte et d'analyse
- Outils d'alertes
- Lecteurs de flux
- Optimiser sa présence en ligne
- Diffuser et tenir à jour son CV (Linkedin, site spécialisé)
- Publier des contenus sur un blog et définir une stratégie de visibilité
- Prendre la parole et orchestrer son auto-promotion sur les réseaux sociaux (Linkedin, Facebook, Twitter, Instagram)

DISTANCIEL 2 : visioconférence live (20 minutes) et dispo en replay + exercices tutorés (2 heures)

- Fact-checking : comment les journalistes peuvent exploiter les techniques open source de recherche approfondie d'infos en ligne

PRÉSENTIEL 2 : Chercher et fact-checker des informations sur le web et les réseaux sociaux

- Introduction : l'importance du fact-checking dans un contexte de perte de confiance envers les médias / les journalistes
- Obtenir des informations sur l'auteur d'un message, d'une photo ou d'une vidéo
- Les méthodes pour recouper l'information :
  - Bien utiliser Google news
  - Identifier les bons comptes Twitter pour suivre un événement
  - Utilisation avancée de Tweetdeck avec les fonctions listes et timeline
  - Recherche avancée sur Google (opérateurs et Google dorking)
  - Recherche avancée sur Facebook, Twitter
- Recouper par la géolocalisation avec Youtube Geo Search
- Recherche inversée : découvrir l'antériorité d'une image ou d'une vidéo avec :
- TinEye / Image Raider
- Google Image
- INVID l'outil tout en un + 1
- Analyser le contexte de prise de vue d'une image ou d'une vidéo avec :
- Un outil de météo comme Wunder ground qui donne l'historique de la météo dans un lieu précis
- Google Earth ou Google maps qui permettent de confirmer le lieu de la prise de vue

DISTANCIEL 3 : visioconférence live (20 minutes) et dispo en replay + exercices tutorés (2 heures)

- Comment les médias s'emparent du format "stories" sur Instagram, Snapchat ou leur propre site web

PRÉSENTIEL 3 : Les bases pour tourner et monter des vidéos et produire des stories sur smartphone

- Techniques pour faire de bonnes images avec son smartphone
- Les règles du cadrage et de la composition
- Les corrections/retouches d'image sur smartphone
- Les valeurs de plan et la méthode des 5 plans
- Le matériel et les accessoires pour le tournage **(micro, trépied, perche)**
- Les principes du montage vidéo
- Présentation du fonctionnement de l'appli de montage Kinemaster
- Ajout de texte sur les images
- Publication de la vidéo et partage sur les réseaux sociaux
- La publication en stories

DISTANCIEL 4 : visioconférence live (20 minutes) et dispo en replay + exercices tutorés (2 heures)

- Pourquoi le podcast a décollé et comment il renouvelle les codes de la narration journalistique

PRÉSENTIEL 4 : Concevoir et lancer un projet de podcast

- La typologie des podcasts (talk, entretien, récit...)
- Trouver un concept et un ton
- La prise de son
- Le montage du son dans un logiciel dédié
- Penser son habillage sonore et son identité graphique
- Elaborer sa stratégie de diffusion

DISTANCIEL 5 : visioconférence live (20 minutes) et dispo en replay + exercices tutorés (2 heures)

- Le Storygami : un outil au service de la créativité éditoriale

PRÉSENTIEL 5 : sa créativité pour développer et vendre d'autres formats

- Panorama des formats digitaux permettant de décliner un sujet
- La boîte à outil de la création de contenu web
- Monter l'audio avec le logiciel Reaper
- Assembler audio et images pour créer le diaporama sonore avec un logiciel dédié
- Produire un contenu interactif avec Genial.ly
- Réaliser une narration géographique avec StoryMap JS
- Une chronologie avec Timeline JS
- Les bases de la datavisualisation avec DataWrapper
- Une carte avec Google My Maps

MATÉRIEL NÉCESSAIRE ET PRÉ-REQUIS Pour cette formation, un ordinateur portable connectable à internet est nécessaire. Les stagiaires doivent disposer de comptes sur les principaux réseaux sociaux.

PRIX : 2 500 € HT (3 000 € TTC)

DURÉE : (35 heures de présentiel + 14 heures de distanciel (6 x 20 min. de visioconférences + 6 x 2 h d'exercices tutorés et d'interactions en ligne)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **entre le 5 juin et le 3 juillet**

→ **entre le 6 novembre et le 4 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

DATA SCRAPING : PILOTER SON ORDINATEUR POUR COLLECTER DES DONNÉES À GRANDE ÉCHELLE SUR LE WEB

Les secrets du data scraping pour automatiser la récupération de données

Le scraping permet de récolter sans effort des masses considérables de données sur le web. Avec quelques notions de programmation et des connaissances de base sur l'architecture d'Internet, vous pourrez créer rapidement des robots qui travailleront sans relâche pour vous.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Professionnel de l'information en rédaction
- ONG
- Organisme public ou privé

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Programmer sur votre ordinateur un robot simple pour faire du web scraping et collecter automatiquement des données en ligne

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les concepts sont expliqués dans des présentations et mis en pratique sur des cas concrets, du plus simple au plus compliqué.

Théorie : 20%
Exercices pratiques : 80%

LE PROGRAMME

JOUR 1

- Qu'est-ce que le scraping ? Définition du scraping et de ses différents niveaux de difficulté sur plusieurs supports (depuis le web, depuis du papier, depuis des PDF).
- Exemples de projets réalisés grâce au scraping : passage en revue d'utilisation du scraping dans des projets pour bien comprendre l'intérêt d'une telle pratique ainsi que ses limites.
- L'environnement légal : dans chaque pays et sur chaque site internet, le scraping s'inscrit dans un cadre légal différent. Découverte de ce qu'il est autorisé de scrapper et de ce qui ne l'est pas.
- L'architecture d'internet : pour scraper des sites, il faut avant tout savoir comment Internet fonctionne.
- Qu'est ce qu'un « client » ? Qu'est qu'un « serveur » ? Pourquoi est-ce important ?
- Sur Internet, les échanges utilisent HTTP et HTML. Comment impactent-t-ils nos scrapers ?
- Sur Internet, certaines données sont déjà structurées. Comment les utiliser au travers d'APIs ?
- Comprendre comment fonctionne le HTML pour mieux extraire des informations. Qu'est qu'une balise HTML ? Un attribut ? Comme identifier certains éléments avec une CLASS ou un ID ?
- Initiation au Python, le langage le plus répandu pour coder un scraper : les fichiers, les variables, l'affichage d'information, les conditions et les boucles.
- Utiliser des fonctions et manipuler des CSVs pour lire et enregistrer des données
- Le langage Python offre certains outils spécifiquement dédiés au scraping : Beautiful Soup – pour automatiser les opérations les plus courantes – ou bien CSS Select – pour mieux cibler les éléments à extraire.

JOUR 2

- Un scraper simple (requêtes GET, pages séquencées)
- Identifier la stratégie à adopter pour naviguer sur le site
- Coder le scraper
- Un scraper complexe : envoyer des données à un site Internet pour obtenir des résultats plus complexes
- Qu'est ce qu'une requête POST et
- une requête GET ?
- Parcourir un site pour trouver les données
- Identifier la stratégie à adopter
- Coder le scraper

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Vous pouvez apporter votre ordinateur, c'est mieux pour installer tout ce qu'il faut dessus. Veillez à avoir les droits d'administration sur votre machine. Si vous n'en avez pas, on vous en fournira un pour la formation.

PRIX : 990 € HT (1188 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **19 et 20 mars**

→ **12 et 13 octobre**

FORMATION À LA CARTE : autres dates, autres lieux, nous consulter

Tous droits réservés

CONSTRUIRE UNE BASE DE DONNÉES POUR UNE ENQUÊTE

Le datajournalisme au service de l'investigation

Tous droits réservés

Ce qui peut être mesuré peut être changé ! Sans mesure, impossible de savoir si un phénomène augmente, diminue, s'aggrave ou disparaît. Pour mesurer, il faut des données. Et les données sont exploitables si elles sont organisées dans des bases de données. Mais avant de se lancer, il faut développer une méthodologie à la fois solide et efficiente et connaître les bases des statistiques.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Professionnel de l'information en rédaction, en collectivité territoriale ou en ONG

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Élaborer une méthodologie pour créer une base de données
- Travailler efficacement pour remplir la base de données
- Utiliser votre base de données pour sortir des scoops

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

De nombreux exemples permettent de prendre conscience de ce qu'il est possible de faire. Une revue d'exemples et une introduction aux statistiques donnent aux participants une boîte à outils pour se lancer.

Théorie : environ 90%
Exercices pratiques : environ 10%

LE PROGRAMME

- Exemples d'enquêtes avec bases de données (études de cas détaillées et commentées : Migrants Files, The Counted, Bullet Points, Traffic Deaths, etc)
- Que mesurer ? Comment bien choisir les dimensions que l'on mesure ?
- Les bases de Google spreadsheets (tableur) : les cellules, les types de données, les fonctions, les tableaux croisés dynamiques
- Mettre en place une veille efficace
- Exploiter le contenu de sa base de données grâce aux visualisations
- Connaitre les limites de ses données en utilisant les statistiques

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Vous pouvez apporter votre ordinateur, c'est mieux pour installer tout ce qu'il faut dessus. Si vous n'en avez pas, on vous en fournira un pour la formation.

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

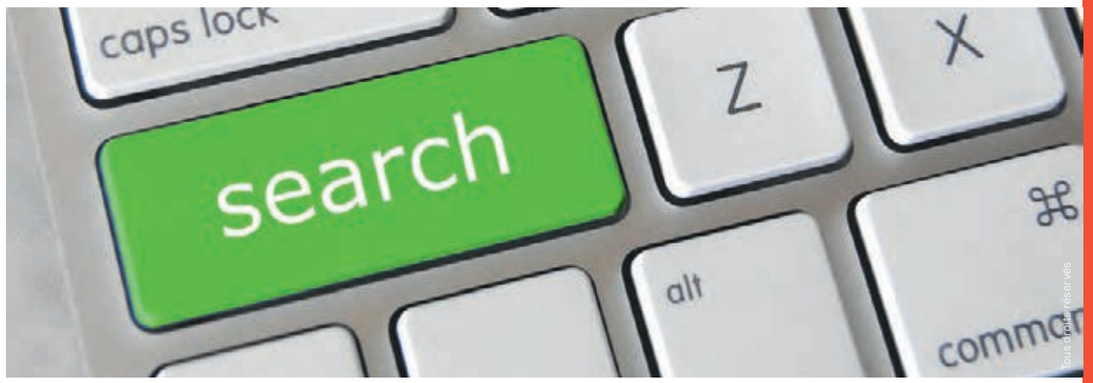
CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **12 mars**
→ **05 octobre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

ENQUÊTER SUR LE WEB : LA RECHERCHE AVANCÉE D'INFORMATIONS

Des outils et des méthodes pour mener à bien une investigation en ligne



Tous droits réservés

De nombreuses sources ouvertes existent en ligne, il suffit de savoir les trouver ! Au cours de cette formation, les participants apprendront à manier des outils d'open source intelligence et à utiliser les fonctionnalités avancées des moteurs de recherche (Google dorking) pour accéder à des documents et sources « cachés ».

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Producteur·trice de contenu numérique
- Investi·e dans l'intelligence économique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Utiliser les outils de cache en ligne pour retrouver des informations « effacées »
- Manier des opérateurs avancés sur des moteurs de recherche (Google dorking)
- Maîtriser des outils d'open source intelligence
- Recourir aux principaux moteurs de Leaks
- Connaître des outils d'anonymisation en ligne

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est orientée vers la mise en pratique immédiate des outils. Les démonstrations alternent avec des exercices en situation.

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

- Exploiter un moteur de recherches de manière avancée
- Tirer parti du Google Dorking
- Les outils d'intelligence open source
- Installation et utilisation d'outils d'anonymisation en ligne
- Trouver des renseignement à partir des adresses IP
- Trouver les versions antérieures d'un site web
- Exercices pratiques de recherches
- Explorer le darkweb

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un ordinateur est fourni à chaque stagiaire. Une maîtrise de base des outils informatiques est nécessaire.

PRIX : 590 € HT (708 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **5 juin**
→ **1 décembre**

En partenariat avec NOTHING 2HIDE

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

VÉRIFIER LES INFORMATIONS ET LES IMAGES SUR LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

Des réflexes les plus basiques au fact-checking avancé pour mesurer la fiabilité d'un contenu

La multiplication et l'accélération des informations publiées sur le web et les réseaux sociaux créent un climat propice aux erreurs et aux manipulations. Pour les journalistes, les blogueurs et les community managers, il est devenu crucial de savoir vérifier un contenu, que ce soit un site, une image ou un auteur. Des méthodes et outils simples sont accessibles à tous.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste professionnel ou amateur
- Community manager
- Blogueur
- Fact-checkeur

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les réflexes et bonnes pratiques qui permettront de jauger la qualité et/ou la véracité d'un contenu trouvé en ligne
- Détecter rapidement les images manipulées
- Rechercher efficacement l'antériorité des images et des vidéos diffusées sur Internet
- Manipuler les outils et méthodes pour vérifier rapidement l'origine et la véracité d'un texte, d'une photo et d'une vidéo

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est très orientée vers la pratique. La présentation de chaque outil est suivie de manipulation avec des cas pratiques de fact-checking, vécus personnellement par les formateurs ou remontés par des rédactions.

LE PROGRAMME

JOUR 1 :
VÉRIFICATION DES SOURCES ET INFORMATIONS

- Introduction : l'importance du fact-checking dans un contexte de perte de confiance envers les médias / les journalistes
- Qu'est-ce qu'une information ? Qu'est ce qu'une source ?
- Obtenir des informations sur l'auteur d'un message, d'une photo ou d'une vidéo
- Outils pour décoder la ligne éditoriale et les prises de position d'un site Internet (Decodex, Whois, Linkedin, Societe.com, Sirene.fr, INSEE.fr, opérateurs avancés de Google…)
- Panorama des réseaux sociaux sur lesquels chercher des informations
- Les méthodes pour recouper l'information :
  - Bien utiliser Google news
  - Identifier les bons comptes Twitter pour suivre un événement
  - Utilisation avancée de Tweetdeck avec les fonctions listes et timeline
  - Recherche avancée sur Google (opérateurs et Google dorking)
  - Recherche avancée sur Facebook, Twitter
- Mettre en place un agrégateur de flux RSS comme Feedly (en ligne) ou via des logiciels type ReadKit, FeedDemon, Liferea
- Fouiller dans les archives des pages Internet avec Archive.org
- Recouper par la géolocalisation avec Youtube Geo Search

JOUR 2 :
VÉRIFICATION APPROFONDIE D'IMAGES ET DE VIDÉOS

- Quiz mêlant des images vraies / des images manipulées
- Que cherchent les personnes ou entités qui diffusent des images manipulées ?
- Analyse technique des fichiers image et vidéos : apprendre à lire les métadonnées
  - Exif viewer dans firefox ou Chrome
  - Jeffrey Image Metadata viewer
- Recherche inversée : découvrir l'antériorité d'une image ou d'une vidéo avec :
  - TinEye / Image Raider /
  - Google Image
  - Citizen evidence pour les vidéos
  - Utiliser un outil d'OSINT, le tout en un
  - INVID l'outil tout en un + 1
- Analyser le contexte de prise de vue d'une image ou d'une vidéo avec :
  - Un outil de météo comme Wunder ground qui donne l'historique de la météo dans un lieu précis
  - Google Earth ou Google maps qui permettent de confirmer le lieu de la prise de vue
- Mobiliser un réseau : une méthode ancienne qui a fait ses preuves !
  - La page "Citizen Evidence" d'Amnesty International permet de solliciter une communauté d'observateurs
  - Les précautions à prendre pour protéger ses sources mobilisées
- Sélection commentée de ressources à conserver

LA FORMATRICE

Chloé Lauvergnier : « Diplômée de Sciences Po Grenoble et du CELSA, je suis journaliste au sein de la rédaction des « Observateurs » de France 24 depuis 2014. J'y couvre l'actualité internationale – notamment en Afrique et en Amérique latine – à partir d'images amateurs, ce qui implique un important travail de vérification. Je collabore également régulièrement avec la revue « Athlétisme Magazine ». En 2017, j'ai réalisé des formations sur la vérification des images à Bogotá et Buenos Aires, suivies par une trentaine de journalistes de France 24 en espagnol et une centaine de journalistes de médias publics argentins. »

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Un ordinateur est fourni à chaque stagiaire, mais cela n'empêche pas de venir avec son équipement personnel.

PRIX : 990 € HT (1188 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **29 et 30 juin**

→ **10 et 11 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

JOURNALISME D'INVESTIGATION DANS LES MÉDIAS LOCAUX : OUTILS ET MÉTHODES

Faire de l'enquête en locale à l'heure du numérique

Une formation pour maîtriser les techniques d'enquête dans un média local, en mettant en œuvre les méthodes du journalisme d'investigation grâce aux outils du web. Au final, vous pourrez produire une enquête adaptée aux conditions de travail dans les territoires couverts par les médias locaux.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Journaliste ■ Reporter ■ Secrétaire de rédaction ■ Rédacteur·trice en chef

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Être en capacité de vous emparer d'un sujet d'enquête et le mener à bien
- Effectuer des recherches avancées sur Google et les réseaux sociaux
- Manipuler des outils de fact-checking
- Exploiter des techniques de recherches OSINT
- Publier une enquête dans un format adapté au Web

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation permet de concevoir, mettre en œuvre et réaliser une enquête journalistique en locale, à l'aide des outils numériques. Puis d'en livrer une version adaptée au web, complémentaire de celle du média traditionnel. En trois jours, cela permet de revoir les méthodes d'investigation et l'ensemble des outils nécessaires à sa réalisation. Le tout assorti de très nombreux exercices et mises en situation proches des conditions réelles.

Méthodologie : environ 30%
Mise en pratique : environ 70%

LE PROGRAMME

JOUR 1 :

- Méthodologie de recherche : la chasse au Gorafi
- Apprendre à faire des recherches avancées sur Google
- Construire un dispositif de veille efficace
- Retrouver les traces numériques d'une personne
- Identifier une adresse IP
- Géo-localiser une activité
- Dresser la fiche d'identité d'une entreprise
- Identifier les animateurs d'un site web
- Explorer le « cache » du web

JOUR 2 :

- Exploiter toutes les informations disponibles sur les réseaux sociaux
- Établir les liens entre différentes personnes sur les réseaux sociaux
- Vérifier l'information sur les réseaux sociaux : outils et exercices
- Vérifier la validité d'une image et d'une vidéo avec des outils de fact-checking
- Connaître les bases de données utiles et en tirer le maximum d'informations
- Exploiter les techniques OSINT
- Gérer la proximité avec les sources dans un média local
- Mener une enquête en crowdsourcing
- Exercice de synthèse des acquis des deux premiers jours : traiter un gros fait divers, une catastrophe et/ou un attentat en locale et en direct

JOUR 3 :

- Mise en situation dans le contexte des stagiaires avec la réalisation d'une courte enquête web
- Brainstorming pour scénariser une enquête publiée sur le Web
- Elaboration d'un projet à mettre en oeuvre dans sa rédaction

FORMATEUR

David Servenay

« Je suis journaliste indépendant, passé par RFI, Rue89 et OWNI. J'ai co-fondé La Revue dessinée et la revue TOPO. Spécialisé dans l'investigation au long cours, j'ai publié plusieurs livres d'enquête sur le Parti socialiste dans le Nord-Pas-de-Calais, sur le génocide des Tutsi au Rwanda et sur l'histoire du patronat français, ainsi qu'une BD sur l'assassinat du juge Borrel à Djibouti. Je collabore entre autres avec *Le Monde* et *Les Jours*.

En parallèle, j'anime des formations sur les techniques d'investigation, les réseaux sociaux et l'écriture web. J'ai coordonné des plans de formations pour de grands groupes médias comme Radio France et EBRA. Je pilote par ailleurs le réseau Initiative Impact Investigation qui vise à connecter les journalistes d'investigation du Sud et et du Nord de la Méditerranée. »

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Chaque stagiaire aura besoin d'un ordinateur connecté à Internet.

La formation nécessite de posséder un minimum d'agilité numérique ; avoir déjà réalisé une enquête journalistique traditionnelle est un plus.

PRIX : 1 770 € HT (2 124 € TTC)

DURÉE : 3 JOURS (21 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS
→ 11 au 13 novembre

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

CURSUS WEB EXPERT : UN PARCOURS POUR DÉVELOPPER DES PROJETS NUMÉRIQUES AMBITIEUX

Développer ses connaissances (techniques, méthodes et outils) pour devenir un expert de la production de contenu en ligne et disposer des bases nécessaires au développement de projets ambitieux

Tous droits réservés

Vous avez appris le métier de journaliste web (ou de producteur de contenu pour le web) sur le tas et vous cherchez maintenant à consolider vos acquis et vos compétences. Mais valoriser son savoir-faire et son expérience dans le monde numérique n'est pas évident. Cette formation vous donne toutes les clés de l'univers du web éditorial et vous fournit les outils de base pour y évoluer professionnellement.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Journaliste
- Producteur de contenu numérique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Piloter une activité web éditoriale en tirant parti des meilleures pratiques relevées sur le web
- Utiliser les techniques de base de la datavisualisation pour enrichir vos contenus et les rendre interactifs
- Exploiter au mieux les formats vidéo du web
- Identifier les avantages/inconvénients des nouveaux formats éditoriaux du web
- Gérer des projets web en disposant des outils, méthodes et vocabulaire de base pour piloter une équipe pluridisciplinaire (éditorial + code + design)

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est très orientée vers la pratique et la production de contenus numériques. Les séquences théoriques courtes alternent avec de nombreux exercices en situation.

Théorie : environ 30%
Exercices pratiques : environ 70%

LE PROGRAMME

JOUR 1 : PENSER UN PROJET EDITORIAL POUR LE WEB OU LE MOBILE

- Les dernières évolutions éditoriales en ligne
- La boîte à outils du journaliste web
- Les temps de vie de l'information sur le web
- L'optimisation pour le référencement et pour les réseaux sociaux
- Traitement plurimédia de l'information
- Développer l'interactivité

JOUR 2 : GESTION DE PROJET WEB

- Les acteurs d'un projet web
- Rôle et compétences du chef de projet web
- Les méthodes agiles
- Les technologies web et les langages
- Les applis mobiles
- Design et UX (expérience utilisateur)
- Les outils de gestion de projet web
- Choisir et gérer ses prestataires

JOUR 3 : ENTRER DANS LE CODE

- L'architecture du web
  - Rapide historique
  - Introduction aux bases de données et big data
  - Les APIs
- Le couple HTLM/CSS
- La programmation orientée objet
  - Javascript
  - Ruby
  - Python
  - Java
- Le métier de développeur
  - Compétences
  - Organisation du travail

JOUR 4 : DATAJOURNALISME ET DATAVISUALISATION

- Visualiser des données : pour quoi faire ?
- Les sources de données
  - Trouver les données
  - Vérifier les données
  - Produire ses propres données
- La représentation des données
  - Quelle visualisation pour quel message ?
  - Les couleurs
- Rappels mathématiques et statistiques
  - Notions à garder en mémoire pour éviter les principales erreurs d'interprétation
- Outils
  - Excel
  - Data wrapper
  - Infogr.am
  - Google Table Fusion

JOUR 5 : EXPLOITER ET ENRICHIR LA VIDEO POUR LE WEB

- Les évolutions éditoriales du monde de la vidéo en ligne (nouveautés, innovations et bonnes pratiques)
- Recherche avancée de vidéos en ligne
- Les formats éditoriaux de la vidéo en ligne
- Enrichissement multimédia des vidéos en ligne
- Les bases de la production de vidéo avec un smartphone (tourner et monter un reportage simple avec son smartphone)

L'AVIS DES STAGIAIRES

Laurent Gaudens, responsable départemental multimédia à La Nouvelle République :
« La formation est très concrète. On y découvre plein d'outils qui sont directement exploitables de retour dans les rédactions. On sent aussi que les formateurs sont eux-mêmes au top des innovations intéressantes. On n'a pas l'impression d'apprendre des informations qu'on aurait facilement eues ailleurs. C'est vraiment une formation que je conseille aux journalistes déjà familiers avec les outils numériques et qui ont envie d'aller plus loin. »

Bénédicte Courret, journaliste, coordinatrice nouveaux médias à Radio France :
« J'ai validé certains réflexes adoptés de façon intuitive au fil de l'exercice de mon métier de journaliste web, ça paraît bateau mais ça donne confiance. En découvrant de nouveaux outils, c'est fou le temps qu'on peut gagner. J'ai découvert un monde qui me semblait bien mystérieux et inaccessible : celui des développeurs. J'ai moins peur des data(s) et des feuilles de calcul de Google. »

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Pour cette formation, un ordinateur portable connectable à internet est nécessaire.

CURSUS COMPLET

PRIX : 2 400 € HT (2 880 € TTC)

DURÉE : 5 JOURS (35 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS
- du 16 au 20 mars
- du 15 au 19 juin
- du 05 au 09 octobre

UNE JOURNÉE AU CHOIX

PRIX : 490 € HT (588 € TTC)

DURÉE : 1 JOUR (7 HEURES)

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

CHEF DE PRODUIT MÉDIAS

Répondez aux besoins de vos audiences en adoptant une approche produit

Tous droits réservés

Penser son site pour les mobiles, améliorer son appli, lancer un podcast, une verticale, une newsletter... Journalistes et chefs de projets doivent répondre aux besoins de leurs audiences, en cohérence avec les objectifs et moyens de leur média/organisation. Il faut être créatif, mais aussi s'adapter, tenir les délais et les coûts. Cette formation permet de (re)placer l'utilisateur au centre du processus de façon à prendre les bonnes décisions et maîtriser les risques. Vous y apprendrez de nombreuses techniques pour concevoir de meilleurs contenus, produits ou services.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Journaliste ■ Rédacteur·trice ■ Designer ■ Graphiste ■ Développeur·euse ■ Chef·fe de projet ■ Chef·fe de produit

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Participer, selon votre métier et votre expertise, au design de nouveaux produits ou à leur amélioration
- Puiser dans les données existantes ou mener des entretiens pour trouver des opportunités et pousser vos idées
- Diffuser une culture de l'empathie au sein de votre équipe ou de votre média/organisation
- Organiser des ateliers de définition et d'idéation
- Concevoir des tests et des prototypes pour valider vos solutions (en commençant par de petits projets)

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation s'appuie sur les concepts et méthodes de définition, d'idéation et de prototypage rapide (Lean, Design Sprint). La formation est proposée sous la forme d'un atelier reproduisant, à partir d'un scénario de projet fictif, les différentes phases de conception: Empathie, Définition, Idéation, Prototypage et Test. Le scénario du projet peut être adapté à la demande ou en fonction du profil des participants. Il peut par exemple prendre pour point de départ un média, une audience, un format, une plateforme, une technologie, etc..

Théorie : environ 20%
Exercices pratiques : environ 80%

LE PROGRAMME

JOUR 1

- Introduction aux concepts et méthodes de conception de produits
- Exemples de mise en oeuvre dans les médias
- Collaborer avec des designers (en interne ou en externe)
- Empathie
- Ecouter, observer, collecter les données sur les utilisateurs
- Représenter et communiquer les données utilisateurs
- Entretien en mode "guerilla"
- Carte d'empathie
- Carte d'expérience
- Définition
- Explorer le "produit" sous tous les angles (désirabilité, faisabilité, viabilité)
- Identifier et prioriser les problèmes, les besoins et les opportunités
- Notes « Comment pourrions-nous ? »
- Carte d'affinité
- Idéation
- Générer un maximum d'idées
- Elaborer un concept (dessin et texte)
- Sélectionner les idées plus intéressantes à tester
- Recherche d'inspiration (benchmark)
- Exercices de créativité (sketching)
- Critique et vote

JOUR 2

- Prototypage
- Concevoir un test
- Concevoir un prototype
- Storyboard
- Déclaration d'hypothèse
- Prototypage rapide
- Test et itération
- Recueillir les retours des utilisateurs
- Analyser les résultats
- Test utilisateur fictif (jeu de rôle)
- Prise de notes et discussion
- Conclusion
- Retour d'expérience
- 10 conseils de mise en application (« Dès demain au bureau »)

LES FORMATEURS

Flavien Plouzennec : « Journalisme ou design ? Tel le scotch double face et Joséphine Baker, je ne sais pas choisir. Ancien rédacteur, puis chef du service internet de Nice-Matin, je suis désormais UX designer pour l'agence Xwerx à Dublin. À Nice-Matin, j'ai participé à de nombreux projets, dont le redesign de sites webs et applis mobiles et le lancement de "CityVote", une boite à idées locales en ligne.

Aujourd'hui, l'agence qui m'emploie propose des services UX à de grandes entreprises européennes, à des start-ups et à des associations irlandaises. J'ai notamment collaboré à des sites d'e-commerce, un site de données publiques et plusieurs logiciels d'entreprise.

Spécificités de l'information mises à part, les questions restent les mêmes: Qui sont les utilisateurs? Quels problèmes rencontrent-ils? À quoi aspirent-ils ? Comment notre produit peut-il y répondre ? »

Gerald Holubowicz : « Après plus de 10 ans de photojournalisme, j'ai ouvert mes chakras pour transitionner vers le digital, d'abord comme producteur de contenus interactifs (les fameux webdocs) et comme animateur du chapitre français d'une communauté de créateurs transmedia (à travers Storycode), et depuis trois ans maintenant comme responsable des contenus numériques et chef de produit (aujourd'hui pour *Libération*).

En tant que chef de produit digital, je travaille avec des équipes pluri-disciplinaires pour les aider à traduire leur projet éditorial ou créatif en réalité numérique. Cela fait également 10 ans que j'enseigne dans différentes écoles dont l'école de journalisme de Sciences Po où je suis en charge des cours "social media skills" et "intensive design thinking" pour le cursus PSIA. »

MATÉRIEL NÉCESSAIRE Un compte Google est indispensable (sous pseudonyme, si besoin).

PRIX : 990 € HT (1188 € TTC)

DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **4 et 5 mai**

→ **19 et 20 novembre**

En partenariat avec UX For News

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

BIEN EXPLOITER LES STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DANS SA RÉDACTION WEB

Mettre l'analytics au service de vos contenus web et mobile

Quels sont les contenus les plus populaires ?
D'où viennent les utilisateurs ?
Quel est le parcours type d'un utilisateur ?
À quelle heure sont lus vos contenus ?
Les outils de mesure de l'audience permettent de connaître le comportement des utilisateurs sur vos sites web et applications mobiles.
Au cours de cette formation sur l'analytics, vous apprendrez les fondamentaux de l'analyse d'audience et comment exploiter ces statistiques au profit de vos contenus.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Journaliste ■ Rédacteur ■ Producteur de contenus numériques ■ Chef de projet éditorial ■ Chef de projet marketing

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre et interpréter les indicateurs d'audience
- Analyser et explorer vos stats de fréquentation
- Fixer les objectifs à atteindre
- Construire des tableaux de bord
- Comprendre les possibilités et les limites des outils

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation vise à fournir une compréhension globale des indicateurs d'audience web, mobiles et sociaux. La pratique se fera au travers de l'utilisation en direct des outils statistiques (notamment Google Analytics, Twitter Analytics et Facebook Page Insights) et au travers de micro-défis.

Théorie : environ 70%
Exercices pratiques : environ 30%

LE PROGRAMME

JOUR 1

- La mesure d'audience sur un site
- Présentation et enjeux
- Les indicateurs principaux (et ce qu'ils veulent/peuvent réellement dire)
- La consommation des contenus
- Les sources et les pages d'entrées sur le site
- La localisation et les terminaux des utilisateurs
- Exploitation et analyses des données
- Recueil des problèmes des participants
- Comparaisons
- Filtres
- Segments
- Rapports et tableaux de bord

JOUR 2

- Mesure d'audience avancée
- Le suivi d'audience mobile (site et applis)
- Le suivi des réseaux sociaux
- Le suivi des campagnes
- Le suivi de la recherche sur le site
- Les événements pour améliorer l'expérience éditoriale
- Utiliser Excel
- Stratégie de suivi d'audience
- Créer un référenciel
- Définir ses indicateurs
- Organiser et enrichir la collecte des données
- Le cycle mesurer/analyser/réagir
- Questions/réponses et discussions des problèmes des participants

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

La formation comprendra des analyses en direct, avoir accès à ses statistiques est un plus.

PRIX : 990 € HT (1188 € TTC)

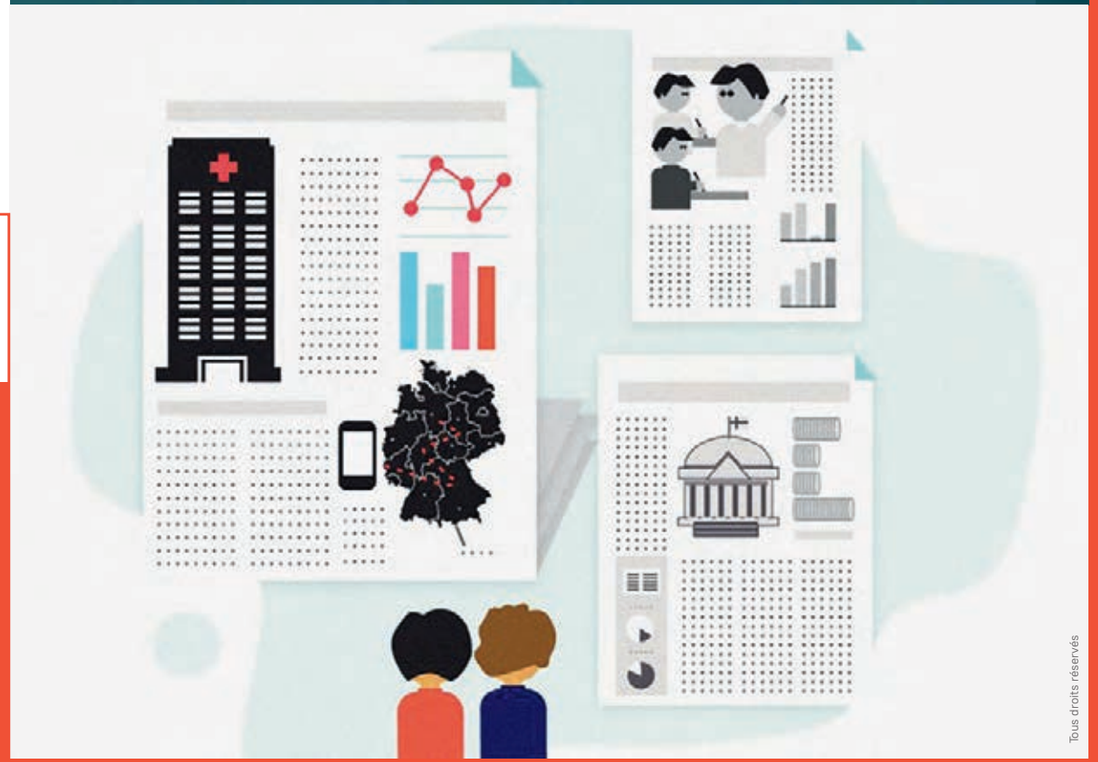
DURÉE : 2 JOURS (14 HEURES)

CALENDRIER 2020 À PARIS

→ **22 et 23 juin**
→ **10 et 11 décembre**

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

Tous droits réservés



Tous droits réservés

MANAGER BI-MÉDIA

Mener à bien la transition numérique de son organisation en produisant des contenus adaptés au web, au mobile et aux réseaux sociaux

L'écosystème de l'information compte aujourd'hui des individus qui sont tour à tour producteurs, diffuseurs et consommateurs d'informations.
Dans un univers de connexion quasi permanent, les usages mobiles et sociaux ne cessent de gagner du terrain, obligeant les médias à réinventer leur positionnement.

Pour s'adapter à cette nouvelle donne, les managers des équipes éditoriales doivent repenser leur métier dans un contexte parfois déstabilisant. Ce contexte requiert l'acquisition de nouvelles compétences, mais aussi de nouveaux réflexes professionnels, dans le respect des principes de qualité de l'information qui constituent l'ADN et la raison d'être de votre organisation.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

■ Chef de service ■ Rédacteur/trice en chef ■ Directeur/trice de la rédaction ■ Directeur/trice de la publication ■ Responsable éditorial

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Densifier la production de contenus destinés aux nouveaux médias
- Connaître les leviers pour faire progresser l'audience web (fixe et mobile) de vos sites/applis
- Mieux adapter les contenus aux attentes et contraintes des audiences en ligne
- Créer les conditions d'un véritable management bi-média

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation vise à fournir une compréhension globale des leviers d'action en matière de production éditoriale sur le web, les mobiles et les réseaux sociaux. Les exercices pratiques se font au travers de la manipulation d'outils et de mises en situation. A l'issue des 2 premières journées de formation, les participants sont invités à imaginer un projet qu'ils mettront en oeuvre dans la période de 2 mois qui précède la 3e journée de formation.

Théorie : environ 60%
Exercices pratiques : environ 40%

LE PROGRAMME

PREMIERE SEQUENCE (2 JOURNEES)

- **Comprendre, connaître et mesurer l'audience**
- Outils de mesure de l'audience
- Lire les résultats d'audience
- Tirer des enseignements opérationnels de l'étude des stats
- **La dimension participative de l'info, comment l'exploiter**
- Exemple de médias qui s'engagent dans des démarches participatives
- Evaluation des résultats obtenus
- **Le traitement de l'actualité en « live »**
- Pourquoi et comment le « live » est devenu un mode majeur de traitement de l'info en ligne
- Outils et méthodes de traitement de actualité en live sur les sites d'info en ligne
- **Le poids de la vidéo**
- Données et chiffres sur la montée en puissance des contenus vidéo
- Exemples diversifiés de traitement d'info en vidéo par des médias internationaux
- **Contenu à longue durée de vie (stock)**
- Quand investir du temps dans la production de contenus à longue durée de vie?
- Savoir identifier les sujets porteurs d'un potentiel de fréquentation durable
- **Travailler au quotidien avec sa communauté**
- Créer et faire vivre une communauté en ligne
- Comment tirer parti de sa communauté sur un site d'information
- **Temporalités et « devices »**
- Quelles sont les attentes des internautes suivant le support sur lequel ils consultent l'information ?
- Créer des rendez-vous ou générer du flux ?
- Heures de mise en ligne et formats
- **Conférence de rédaction et organisation**
- Comment intégrer la dimension web dès la conférence de rédaction ?
- Comment arbitrer les priorités entre les exigences des différents médias (traditionnel et web/mobile/social) ?
- **Mise en place des projets**
- Les participants proposent de mettre en oeuvre un ou deux projets qui concernent les sujets abordés au cours de la formation dans l'intervalle de deux mois qui précède la 3e et dernière journée de formation manager bi-média.

SECONDE SEQUENCE (1 JOURNEE, DEUX MOIS APRES LA PREMIERE SEQUENCE)

- **Restitution des enseignements des expériences conduites dans chaque rédaction**
- Partage d'expérience
- Enrichissement par des exemples français et internationaux
- Approfondissement de la formation
- Retour et complément sur des points de la première séquence qui suscitent une demande de la part des participants

LES FORMATEURS

Philippe Couve réalise ses premiers reportages multimédia dès 1997 et lance la première émission de radio présente sur les réseaux sociaux en 2007 (L'atelier des médias, RFI). Après avoir dirigé la rédaction web de RFI et participé à des projets éditoriaux innovants comme Rue89 ou OWNI, il se consacre à la transformation numérique.

Sébastien Bailly Présent sur internet dès fin 1994, Sébastien Bailly a dirigé le service web d'un quotidien de la presse régionale et fondé un pure player d'information locale. Auteur du premier livre sur l'écriture web en France, il anime des formations depuis le début des années 2000. Toujours journaliste, il collabore notamment à Ouest-France.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Les participants viendront avec leur smartphone. Ils peuvent également apporter un ordinateur portable (cela permettra de configurer certains outils) mais des ordinateurs sont disponibles dans les salles de formation.

DURÉE : 3 JOURS (21 HEURES)

Cette formation est organisée à la demande (nous contacter pour plus de précisions)

PRÉVENIR LE SEXISME ET LE HARCÈLEMENT DANS LES MÉDIAS

Mettre en place les actions indispensables pour prévenir les dérives et savoir réagir en cas de problème.

La lutte contre les agissements sexistes et le harcèlement sexuel implique d'avoir les bonnes réactions et de mettre en place des dispositifs de prévention efficaces.
Avoir la bonne attitude réclame de connaître les limites fixées par la loi, de décrypter les ingrédients qui favorisent les dérapages et de développer son empathie à l'égard des victimes dans des situations qui réclament autant de savoir-faire que de savoir-être.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Rédacteur·trice en chef
- Chef·fe d'édition
- Chef·fe de service
- Secrétaire de rédaction
- Directeur·trice des ressources humaines
- Responsable de service formation
- Journaliste

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître le cadre juridique et les définitions légales des violences sexuelles et sexistes, du harcèlement sexuel et des agissements sexistes
- Actionner les mécanismes de prévention des situations de sexisme et de harcèlement
- Réagir de manière appropriée à ces situations en adaptant votre pratique professionnelle
- Repérer les victimes et les orienter vers les référents dans l'entreprise ou vers les dispositifs externes d'aide et de soutien

NOTRE MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Cette formation est proposée en mode blended :

DISTANCIEL

Les connaissances théoriques (définition juridique des attitudes sexistes et du harcèlement sexuel + risques encourus) sont délivrées sous forme de courts modules à distance, comprenant des quiz d'évaluation des connaissances.

PRÉSENTIEL

La session de formation en présentiel comprend des études de cas et des mises en situation permettant aux stagiaires de développer leur prise de conscience et de mettre en oeuvre des actions de prévention et/ou de lutte contre les comportements sexistes et le harcèlement.

HOTLINE

À l'issue de la formation aussi bien que pendant le cursus, les participant·e·s peuvent contacter par mail les formateurs·trices en cas de besoin pour toute question liée au contenu de la formation ou à des situations rencontrées dans leur cadre professionnel.
Cette formation est co-conçue et co-animée par l'organisme de formation Samsa.fr et l'association Prenons la Une.
Prenons la Une est une association de femmes journalistes engagée pour une juste représentation des femmes dans les médias et pour l'égalité professionnelle dans les rédactions. L'association a publié un manifeste fondateur le 3 mars 2014 dans Libération, qui a recueilli plus de 800 signatures.

LE PROGRAMME

PARTIE EN DISTANCIEL (estimation : 2 heures)

- Identifier les situations inter-personnelles relevant du sexime et/ou du harcèlement : module comprenant des slides animées et un quiz d'évaluation
- Identifier les formulations écrites ou orales relevant du sexisme ordinaire dans un média : module comprenant des slides animées et un quiz d'évaluation
- Ce que dit précisément la loi concernant les agissements sexistes, le harcèlement sexuel et les violences sexuelles et sexistes : module comprenant des slides animées et un quiz d'évaluation

PRÉSENTIEL (4 heures)

- Présentation des formateurs·trices et recueil des attentes
- Retour sur les résultats des quiz réalisés en distanciel
- Quand et comment sensibiliser les collaborateurs·trices aux différentes formes d'agissements sexistes : mise en situation avec des cas de figure
- Recueillir la parole : théâtre-forum (jeu de rôle mettant en scène un manager, un témoin, une victime)
- Faire son introspection et intégrer des automatismes concernant l'égalité femme-homme dans le quotidien professionnel et dans les contenus
- Mettre en place des mesures concrètes (référent éthique, dispositif d'écoute) : brainstorming sur l'existant et les possibilités
- Rappel sur les droits des victimes
- Repérer et soutenir une victime de cyberharcèlement
- Orienter les victimes vers les dispositifs en place (externe ou interne)

LES FORMATEURS.TRICES

La formation est animée par un binôme comprenant une formateur·trice en management dans les médias issu·e de Samsa.fr et un·e expert·e du sexisme issu·e de l'association Prenons la Une.

Les formatrices de l'association : Prenons la Une

Aliénor Carrière « Membre du collectif Prenons la Une, je suis journaliste indépendante et réalisatrice de documentaire, travaillant principalement pour ARTE, notamment pour son émission féministe, Kreatur. J'ai créé des modules de formation initiale pour l'ESJ Lille afin de sensibiliser les élèves aux stéréotypes de genre dans les médias. »

Marine Forestier
« Journaliste passée par AEF Info et *Le Monde*, je suis devenue indépendante pour couvrir l'actualité d'un sujet qui me tient à cœur : les droits des femmes. Je me suis par ailleurs engagée il y a deux ans au sein du Collectif féministe contre le viol en tant que bénévole. J'ai été ainsi formée à recueillir la parole des victimes de violences sexistes et sexuelles et identifier les comportements-type d'agresseurs. J'entreprends une activité de formation auprès de mes confrères et consœurs pour transmettre ces connaissances. »

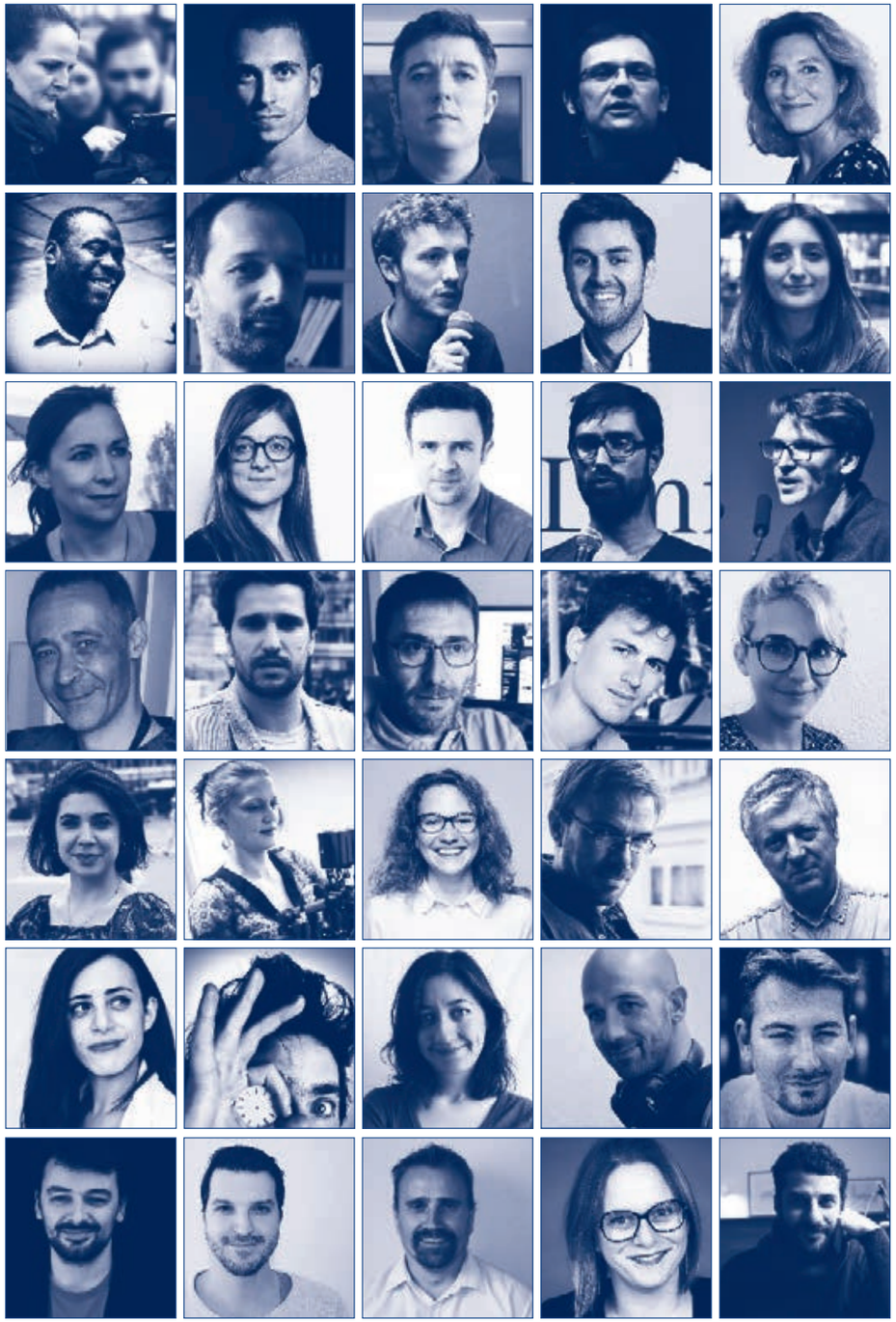
PRIX : 400 € HT (480 € TTC)

DURÉE : 6 HEURES (4 h en présentiel + 2 h en distanciel)

CALENDRIER 2020 À PARIS
→ 30 avril
→ 13 novembre

FORMATION À LA CARTE :
autres dates, autres lieux, nous consulter

NOS FORMATRICES ET FORMATEURS



Roxane Pour Sadjadi

« Diplômée de l'École Supérieure de Journalisme de Lille, je suis passée par les rédactions de RMC, Radio Classique, Radio Méditerranée Internationale au Maroc, les agences de production audio Tout'Ouïe et Mediameeting… J'ai également été voix-off pour des programmes télé de divertissements. Je forme les personnels de la SNCF qui font les annonces dans les trains et dans les gares, des salariés à la prise de parole en public, des étudiants en journalisme radio. Je suis aussi formatrice en éloquence et je réalise des podcasts corporate. »

Marc de Boni

« J'ai créé et développé le pôle vidéo du Figaro.fr, devenu à ce jour le plus gros service vidéo en effectif et en trafic parmi les grands médias Français. J'ai ensuite rejoint l'univers de YouTube où j'ai créé et développé la chaîne "Et tout le monde s'en fout" en tant que journaliste et auteur. Après 3 saisons de 20 épisodes, elle réunit près d'un million d'abonnés pour 84 millions de vidéos vues, sur YouTube et Facebook. »

Élise Colette

« Journaliste de presse écrite, formée à l'ancienne (avant 2000, quoi !) à Sciences Po et à l'Université de New York, j'ai adopté le web dès son apparition. Je l'ai d'abord utilisé pour mes enquêtes et reportages, avant qu'il devienne un nouveau média en tant que tel pour l'entreprise pour laquelle je travaillais. Ainsi j'ai mis en place la ligne éditoriale de *Jeune Afrique*.com et fait grandir l'équipe qui le gère. Depuis que j'ai quitté *Jeune Afrique*, j'accompagne des rédactions pour aider les journalistes à franchir le cap de la transition numérique et j'ai lancé le podcast "A parte" qui parle d'innovation dans les médias. »

Julien le Bot

« Je suis journaliste et auteur/réalisateur spécialisé dans les questions numériques et internationales. Depuis 2010, j'écume les rédactions, j'accompagne des porteurs de projets et je forme des blogueurs, en parallèle de mes propres productions J'ai piloté, entre 2015 et 2019, la réalisation d'un programme numérique, Tous les internets, co-produit par Arte et Premières Lignes Télévision. J'ai publié récemment. Dans la tête de Mark Zuckerberg, chez Actes Sud/Solin. »

Nadia Berg

« Je partage mes activités depuis 15 ans entre les piges vidéo (Capa, *l'Express*, *l'Obs*, l'AFP), la formation (CFJ, INA, Internet sup') et l'entreprenariat sur des projets documentaires multiplateformes (*Polka*, Médiapart, *Le Progrès*…). J'ai fondé LongStoryLab, structure qui crée et accompagne des projets multiplateformes sur des thématiques sociétales, culturelles et historiques. Je suis productrice de contenus pour l'agence Presse infos + et formatrice en vidéo mobile. »

Jean-Marc Bourguignon

« J'ai co-créé Nothing2hide, une structure associative dont l'objectif est de donner les moyens à ceux qui en ont besoin de protéger leurs informations. Nothing2hide organise et anime des formations en partenariat avec Samsa.fr et développe des outils dédiés à la protection des données et des communications. Au sein du collectif Telecomix, j'ai mis en place des solutions technique durant les printemps arabes (Tunisie, Égypte) pour contourner la censure, chiffrer les communications et l'hébergement de données. »

Sylvie Lecherbonnier

« Journaliste depuis près de 20 ans, j'ai travaillé d'abord en agence de presse puis au magazine *l'Étudiant* où j'ai été la rédactrice en chef d'educpros.fr et de letudiant.fr. Depuis septembre 2018, je suis indépendante et collabore pour divers médias comme *Le Monde*, *Challenges*, *Phosphore*, *Sciences et Avenir* ou *Chut*. Je suis également formatrice sur la production de contenus digitaux et j'anime des ateliers d'écriture avec la ZEP (Zone d'expression prioritaire). »

Sylvain Mornet

« Chief Video Editor à France 24, 1ère chaîne d'information en français sur YouTube, Instagram et Facebook (en nombre d'abonnés), je suis responsable de la visibilité en vidéo de cette chaîne internationale sur les sites, applis et réseaux sociaux. En parallèle, j'interviens en tant que formateur sur la vidéo mobile, les réseaux sociaux et les formats éditoriaux. »

QUI SOMMES-NOUS ?

Spécialisée dans l'accompagnement de la transition numérique, Samsa.fr accompagne les entreprises en particulier dans le secteur des médias et de la communication, mais aussi des ONG et des institutions culturelles. Samsa.fr a été fondée en 2010 par Philippe Couve.

Samsa.fr développe un savoir-faire reconnu par nos clients dans différents domaines:

- conseil en organisation et innovations (éditoriales, technologiques et économiques)
- formation (organisme de formation enregistré en France sous le NDA 11 75 48299 75)
- business development

Samsa.fr privilégie les collaborations à dimension humaine avec ses clients comme avec son réseau de formateurs et formatrices. L'équipe permanente se compose de 11 personnes:

Photos © Jean-Pierre Attal

Philippe Couve
Directeur de Samsa.fr | Fondateur de Samsa.fr, consultant et formateur

Philippe Couve réalise ses premiers reportages multimédia dès 1997 et lance la première émission de radio présente sur les réseaux sociaux en 2007 (L'atelier des médias, RFI). Après avoir dirigé la rédaction web de RFI et participé à des projets éditoriaux innovants comme Rue89 ou OWNI, il se consacre à la transformation numérique. couve@samsa.fr

Photos © Jean-Pierre Attal

Marianne Rigaux
Responsable pédagogique

Journaliste indépendante, Marianne Rigaux jongle entre la formation professionnelle et le reportage depuis 2010, mais aussi des webdocumentaires et un livre. Elle est investie dans l'éducation aux médias avec Globe Reporters et la défense des pigistes avec Profession Pigiste. Elle a créé Diapéro qui promeut le diaporama sonore. rigaux@samsa.fr

Photos © Jean-Pierre Attal

Sébastien Bailly
Responsable innovation

Présent sur internet dès fin 1994, Sébastien Bailly a dirigé le service web d'un quotidien de la presse régionale et fondé un pure player d'information locale. Auteur du premier livre sur l'écriture web en France, il anime des formations depuis le début des années 2000. Toujours journaliste, il collabore notamment à Ouest-France.

bailly@samsa.fr

Photos © Édouard Ducos

Carole Caumont
Responsable du développement

Journaliste audiovisuelle pendant dix ans (TF1, puis France 2), Carole Caumont s'est ensuite dirigée vers la formation professionnelle. Formatrice, elle a été responsable du département audiovisuel du CFPJ (2012-2014). Passionnée d'éditorial, elle exerce également depuis 2005 une activité d'éditrice free-lance.

caumont@samsa.fr

Photos © Jean-Pierre Attal

Mathieu Martelli
Responsable administratif et financier

Historien de formation, Mathieu Martelli travaille dans le milieu de la formation professionnelle depuis 2014, date de son premier poste dans un GRETA. Rompu aux subtilités réglementaires, il est en charge de la constitution des dossiers de financement et de l'organisation administrative, logistique et financière des formations organisées par Samsa.fr.

martelli@samsa.fr

Photos © Édouard Ducos

Hermeline Fouéré
Assistante pédagogique

Étudiant actuellement les sciences de l'éducation et la formation des adultes à l'université de Lille, elle découvre à Samsa.fr les réalités opérationnelles du monde de la formation : l'identification des besoins de formations, l'élaboration des propositions pédagogiques, l'évaluation des actions de formation ainsi que la gestion des supports pédagogiques.

fouere@samsa.fr

Photos © Édouard Ducos

Imane Khadra
Chargée de projet webmarketing

Etudiante en marketing digital et audiovisuel à l'ECITV Paris en alternance, Imane Khadra est chargée de projet webmarketing. Elle est en charge des divers aspect du digital, tel que le référencement, les statistiques des performances, la newsletter, le community management, les créations de visuels et d'autres enjeux digitaux destinés à assurer la visibilité de Samsa.fr. khadra@samsa.fr

Photos © Édouard Ducos

Kimberley Lomencoborrea
Chargée de projet événementiel

Etudiante en marketing, communication et management commercial spécialisation événementiel à PPA Paris en alternance, Kimberley Lomencoborrea est chargée de projet événementiel. Ses missions vont de la logistique à la mise en place finale des événements de samsa.fr. Notamment l'événement annuel : Les Rencontres de la vidéo mobile et de l'innovation éditoriale.

lomencoborrea@samsa.fr

Photos © Jean-Pierre Attal

Sophie Chauvet
Chercheuse - Projet JOLT

Sophie Chauvet est actuellement doctorante dans le cadre de JOLT, un programme européen de recherche sur le journalisme, la technologie et les données, financé par les actions Marie-Sklodowska Curie. Son sujet porte sur les métriques d'audience dans le journalisme. Avant Samsa.fr, elle a publié un rapport de recherche sur la désinformation, travaillé dans une agence de publicité, et elle a été journaliste au Royaume-Uni. chauvet@samsa.fr

Tous droits réservés

Cédric Kalonji
Expert et formateur (basé à Abidjan)

Journaliste, formateur, consultant, Cédric Kalondji anime depuis 2008 des formations et des programmes d'accompagnement de médias en Afrique et en France. Il intervient auprès de médias publics et privés pour apporter un support technique et fonctionnel dans la prise en compte des mutations induites par le numérique. Il a notamment co-fondé la plate-forme Mondoblog et accompagné le développement de Waza Online.

kalonjic@gmail.com

Photos © Jean-Pierre Attal

René-Jackson-Nkowa
Formateur (basé à Douala)

Après des études de droit, puis de gestion d'entreprise, René Nkowa s'est tourné depuis 2012 vers la communication, la gestion des réseaux sociaux et la production de contenus. Au Cameroun, il a travaillé comme contributeur pour plusieurs webzines locaux ou encore sur des projets de communication digitale pour des entreprises locales. Il a en outre collaboré avec RFI et l'OIF sur des projets de curation, de formation, de communication événementielle.

ntrjack@gmail.com

Photo © Philippe Couve

Photo © Cédric Kalonji

SAMSA fr AFRICA

Depuis sa création, Samsa.fr déploie son activité sur le continent africain. Depuis 2019, cette activité s'exerce sous la bannière de **Samsa Africa**, filiale spécialisée dans les interventions en Afrique.

Sous la responsabilité de Philippe Couve (ancien rédacteur en chef de RFI) et de Cédric Kalonji (journaliste et consultant-expert sur les thématiques des médias et du numérique), **Samsa Africa** se met au service de celles et ceux qui souhaitent innover sur le continent. Nous composons des équipes mixtes (Europe-Afrique) de formateurs et d'experts pour vous accompagner dans vos projets.

SAMSA AFRICA EST UNE SOCIÉTÉ QUI PROPOSE DES SERVICES DE :

- Formation à la production de contenu numérique
- Consulting dans le domaine des stratégies éditoriales et des programmes de développement médias
- Production de contenus

LES DOMAINES DE SPÉCIALITÉ DE SAMSA AFRICA SONT :

- Le journalisme en ligne
- La communication digitale
- L'innovation sociétale liée aux nouvelles technologies

NOTRE MISSION :

Accompagner les entreprises, les organisations et les individus en Afrique pour faire émerger et propulser les infos et les récits d'une Afrique qui change.

Les clients de **Samsa Africa** sont localisés en Afrique ou bien il s'agit de bailleurs de fonds internationaux ou d'agences de développement qui mènent des actions sur le continent africain.

Samsa Africa combine une connaissance fine des réalités du continent africain et une expertise professionnelle reconnue en Europe.

PARMI NOS RÉALISATIONS SUR LE CONTINENT AFRICAIN :

- Programmes de formation mis en oeuvre pour des opérateurs internationaux comme CFI (France), IMS (Danemark), Free Press Unlimited (Pays-Bas), Fondation Hirondelle (Suisse), Organisation internationale de la Francophonie, UNICEF.
- Enquêtes de terrain sur les "civic tech" en Afrique
- Production de contenus (texte et vidéo) sur des thématiques liées aux médias, à l'entrepreneuriat, aux Organisations de la société civile et à l'innovation numérique
- Missions de conseil pour le développement de nouveaux médias comme AgribusinessTV basé au Burkina Faso qui a reçu de nombreuses récompenses internationales.

ILS NOUS FONT **CONFIANCE**

Tous droits réservés

LES RENCONTRES DE **LA VIDÉO MOBILE ET DE L'INNOVATION ÉDITORIALE**

Le 6 février 2020, la 4e édition des Rencontres de la vidéo mobile et de l'innovation éditoriale a réuni à Paris 500 professionnels des médias, de la communication et du cinéma venus d'une dizaine de pays.

Créé par Samsa.fr, cet événement constitue le grand rendez-vous annuel des producteurs de contenus numériques, qui viennent découvrir les innovations permettant de développer leur stratégie digitale et échanger sur leurs pratiques.

Plus d'infos sur video-mobile.org

Bureau : FAR Creatis, 15 rue de la Fontaine au Roi, 75011 Paris

Courrier : 122, avenue du général Leclerc 75014 Paris

E-mail : contact@samsa.fr | **Tel :** + 33 (0)7 61 45 60 25

www.samsa.fr

samsafr samsafr samsafrparis

conception graphique © Isabelle Jovanovic