



# WEBDOCUMENTAIRE

Le format idéal pour votre Brand Content

2018

# SOMMAIRE

- 01** Préambule sur le Brand Content
- 02** Le webdoc quèsaco
- 03** Nos réalisations
- 04** Annexe

# Préambule sur le Brand Content



# Les enjeux du brand content

## 1. Créer de la préférence

- Une marque **qui me ressemble**, avec qui **je partage des valeurs**
- Une marque avec qui **je peux échanger**
- Une marque **qui apprend** de ses consommateurs
- Une marque **à l'écoute du marché**
- Une marque **qui ne me regarde pas de haut**
- Une marque **qui me propose une vraie expérience client**
- Une marque adepte **du parler vrai**.

## 2. Marquer sa différence

**Définir son ADN de marque** : histoire, identité, valeurs, engagements auprès de ses clients, responsabilité sociale...

**Définir son caractère** : quand et comment communiquer, comment se distinguer des concurrents dans ses prises de paroles...

**Dessiner son avenir** : quelle vision porter face aux évolutions sociétales, économiques et écologiques ; quelle voix faire entendre par rapport aux concurrents ; quel territoire en friche conquérir ?

# PROBLÉMATIQUES POUR LES MARQUES



## Le brand content, oui mais...

Que raconter ?

Comment produire régulièrement ? Sur quels sujets ?

Comment garder de la cohérence sur le long terme ?

Quelle forme pour être en phase avec les usages ?

Comment maximiser la diffusion des contenus dans le temps pour  
amortir les coûts de production ?

...



**Le webdoc,  
quèsaco ?**



Le webdoc quèsaco

# Un webdocumentaire, c'est quoi ?

- Du fond
- Des contenus multimédia
- De l'interactivité
- Une navigation et un récit non-linéaires
- Une écriture spécifique
- Un point de vue d'auteur.



Le webdoc quèsaco

# Un format prisé par les médias, puis les marques

« La cité des mortes » (*Le Monde*) marque le début de la forme actuelle du webdocumentaire.

Aujourd'hui, c'est le format chouchouté par les médias, emmenés par Arte et FranceTV, qui lancent de nombreux projets références (Prison Valley, Alma...).

De nombreuses marques, dans tous les secteurs d'activité, se sont appropriées le genre pour se mettre en avant.

The logo for arte.tv, featuring the word "arte" in orange lowercase letters and ".tv" in black lowercase letters.The logo for francetv, featuring the word "francetv" in black lowercase letters.The logo for Le Monde, featuring the words "Le Monde" in a black, gothic-style serif font.The logo for LE FIGARO.fr, featuring the words "LE FIGARO" in white uppercase letters on a blue rectangular background, followed by ".fr" in white lowercase letters.The logo for les inROCKS, featuring the word "les" in small white lowercase letters above "inROCKS" in white uppercase letters, all on an orange rectangular background.The logo for The New York Times, featuring the words "The New York Times" in a black, gothic-style serif font.The logo for Les Echos.fr, featuring the words "Les Echos" in black uppercase letters and ".fr" in red lowercase letters.The logo for NATIONAL GEOGRAPHIC, featuring a yellow square icon with a white rectangle inside, followed by the words "NATIONAL GEOGRAPHIC" in black uppercase letters.The logo for SFR, featuring the letters "SFR" in white uppercase letters on a red square background.The logo for SANOFI, featuring the word "SANOFI" in blue uppercase letters and a stylized blue and green circular icon to the right.The logo for Air Liquide HEALTHCARE, featuring the words "Air Liquide" in red and "HEALTHCARE" in black uppercase letters.

Le webdoc quèsaco

# L'exemple Arte

Une plateforme dédiée aux nombreux webdocumentaires de la chaîne.

The image displays a grid of 12 thumbnails for webdocumentaries from the channel Arte. Each thumbnail includes a title, a brief description, and a 'Voir le site' button.

- Top Row:**
  - Oundjo, une tribu kanak face au nickel:** A person looking at a landscape with industrial structures.
  - Areva & Uramin, la bombe à retardement du nucléaire français:** A large red letter 'A' on a dark background.
  - La ligne verte : à la recherche de la frontière perdue:** A circular portrait of a man and a map of the region.
- Middle Row:**
  - Jeunes déserteurs érythréens:** A person walking in a snowy, fenced area.
  - Les chroniques de Bangui:** An illustration of people sitting at a table.
  - L'Algérie de Bouteflika:** A portrait of a man against a green background.
- Bottom Row:**
  - L'extrême droite aux portes du pouvoir:** A throne with a flag on top.
  - "Hors-jeu - Le football, cartes sur table": plongez dans les coulisses du foot:** A soccer player in a red jersey.
  - Donald Trump terrasse Ted Cruz:** Donald Trump and Ted Cruz sitting at a table.
  - Amours interdites:** A dark screen with the text 'Qu'est-ce qui interdit d'aimer?'.
  - Ukraine : le carnet de route d'un photographe:** A soldier in camouflage gear.
  - Reportage 360° : urgence au Sud-Soudan:** A landscape with people and animals.

Le webdoc quèsaco

# QUELS LEVIERS ÉDITORIAUX POUR UNE MARQUE ?

- L'histoire de l'entreprise et/ou l'histoire d'un produit
- La méthode de fabrication, la présentation des expertises
- Les Ressources Humaines, les collaborateurs et leur histoire
- L'engagement sociétal et/ou environnemental...

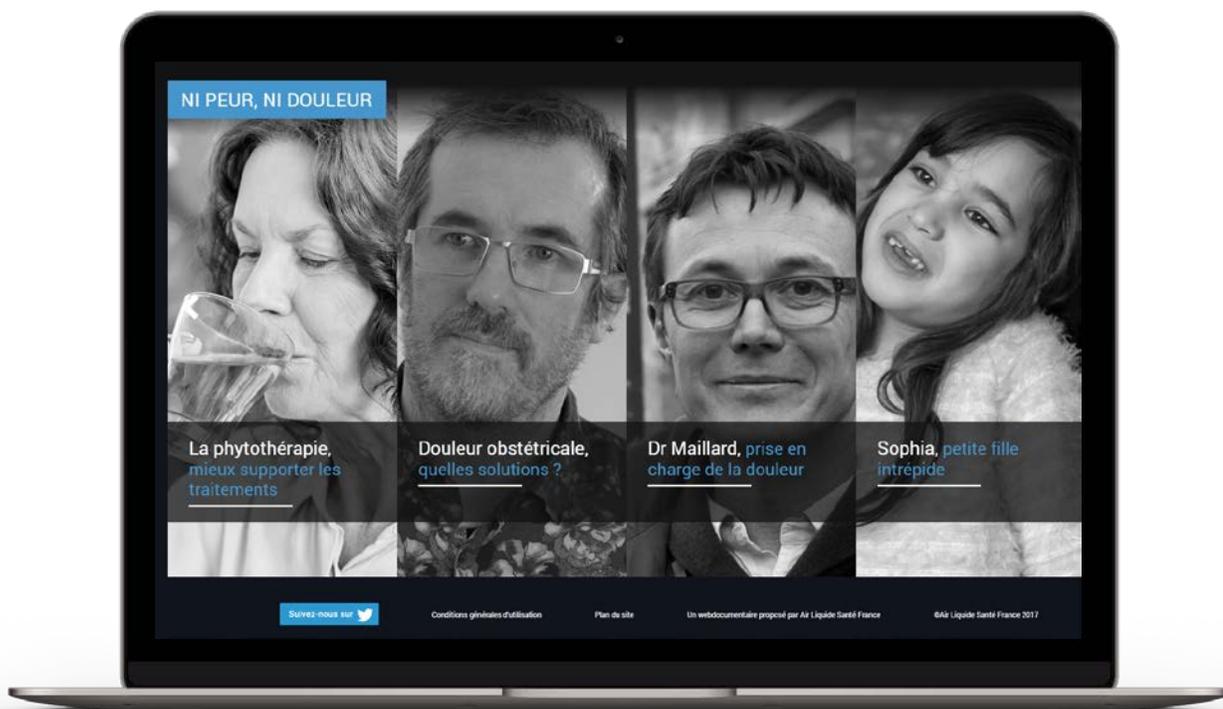




# **Nos réalisations**



# Nipeurnidouleur.fr pour Air Liquide Santé



@nipeurnidouleur

Le webdocumentaire **pour tout savoir sur la prise en charge de la douleur** et de l'anxiété liées aux soins :

- **des témoignages** de patients, parents, professionnels de santé et leurs **retours d'expérience...**
- **les méthodes qui existent pour prendre en charge la douleur** et l'anxiété lors de soins douloureux...

**Un compte Twitter** partage l'actualité du webdocumentaire, mais aussi l'actualité de la thématique.

# Nipeurnidouleur.fr pour Air Liquide Santé



[Teaser du webdocumentaire, cliquez ici](#)

NI PEUR, NI DOULEUR

Dr Maillard, Définition de la douleur

Prise en charge de la douleur obstétricale

REPORTAGE  
**LA PRISE EN CHARGE DE LA DOULEUR OBSTÉTRICALE**  
PUBLIÉ EN JANVIER 2018

L'accouchement est un événement douloureux, durant lequel la femme doit être accompagnée. En France, plus de 80% des accouchements se font sous péridurale, mais d'autres solutions existent et émergent petit à petit. Illustration au service obstétrique de l'Hôpital Saint-Joseph à Paris.

DÉCOUVRIR AUSSI : PARTAGER SUR :  
Twitter Facebook

Suivez-nous sur Twitter Conditions générales d'utilisation Plan du site Un webdocumentaire proposé par Air Liquide Santé France ©Air Liquide Santé France 2017

**Air Liquide**  
HEALTHCARE

NI PEUR, NI DOULEUR

La réalité virtuelle au bloc

ARTICLE  
**LA CRYOTHÉRAPIE**  
PUBLIÉ LE 18 OCTOBRE 2017

TEMPÉRATURE MOYENNE D'UNE SÉANCE DE CRYOTHÉRAPIE: -110°C  
TEMPÉRATURE LA PLUS BASSE D'UNE SÉANCE: -150°C

Nous avons tous, un jour, posé une poche de glace sur un hématome pour contenir son extension. Ce réflexe relève de la cryothérapie, une pratique qui consiste à exploiter le froid à des fins d'apaisement, voire thérapeutiques (en cancérologie, notamment). La cryothérapie contre la douleur, une méthode qui semble faire ses preuves, à condition de se frotter à un froid extrême.

Se réjouir à l'idée d'affronter, en sous-vêtements ou maillot de bain, des températures de l'ordre de -110 degrés : C'est l'un des effets assez stupéfiants de la cryothérapie. Il est à heures, dehors, le temps est glacial. Natacha, 40 ans, et Marc, 51 ans, sont pourtant impatients de pénétrer dans ce qui ressemble à une cabine de douche du centre parisien Cryotop où leurs corps (hors la tête) seront exposés à des températures pouvant aller jusqu'à -150°. « Le choc thermique qui se

LA PREMIÈRE CHAMBRE DE CRYOTHÉRAPIE EST MISE AU POINT 1978  
PREMIÈRE UTILISATION DE LA CRYOTHÉRAPIE EN FRANCE 2009

DÉCOUVRIR AUSSI : PARTAGER SUR :  
Twitter Facebook

Suivez-nous sur Twitter Conditions générales d'utilisation Plan du site Un webdocumentaire proposé par Air Liquide Santé France ©Air Liquide Santé France 2017

**Air Liquide**  
HEALTHCARE

NI PEUR, NI DOULEUR

Dr Maillard, Définition de la douleur

Les moyens non médicamenteux

Les moyens médicamenteux

LES MOYENS NON MÉDICAMENTEUX

Message psychologique  
Cryothérapie  
Physiothérapie

Médicaments  
Analgésiques  
Antispasmodiques  
Anticonvulsifs  
Sédatifs

Les textes de loi relatifs à la santé en France rappellent que "toute personne a le droit de recevoir des soins visant à soulager sa douleur". La douleur n'est pas une fatalité et des solutions existent, qu'elles soient médicamenteuses ou non, pour prévenir et prendre en charge la douleur provoquée. Etat des lieux.

DÉCOUVRIR AUSSI : PARTAGER SUR :  
Twitter Facebook

Suivez-nous sur Twitter Conditions générales d'utilisation Plan du site Un webdocumentaire proposé par Air Liquide Santé France ©Air Liquide Santé France 2017

**Air Liquide**  
HEALTHCARE

NI PEUR, NI DOULEUR

Pr. Arnequin spécialiste de la douleur

SOPHIA, PETITE FILLE INTREPIDE, UNE SOLUTION CONTRE LA DOULEUR. L'UNICITÉ DE SOPHIA ET SON

SOPHIA, PETITE FILLE INTREPIDE  
PUBLIÉ LE 18 OCTOBRE 2017

Sophia, jeune fille intrépide de 6 ans, doit suivre des séances douloureuses de laser pour atténuer une cicatrice. Depuis qu'une solution de prise en charge de la douleur leur a été proposée, Sophia et son papa vivent les séances sans appréhension et surtout... sans douleur.

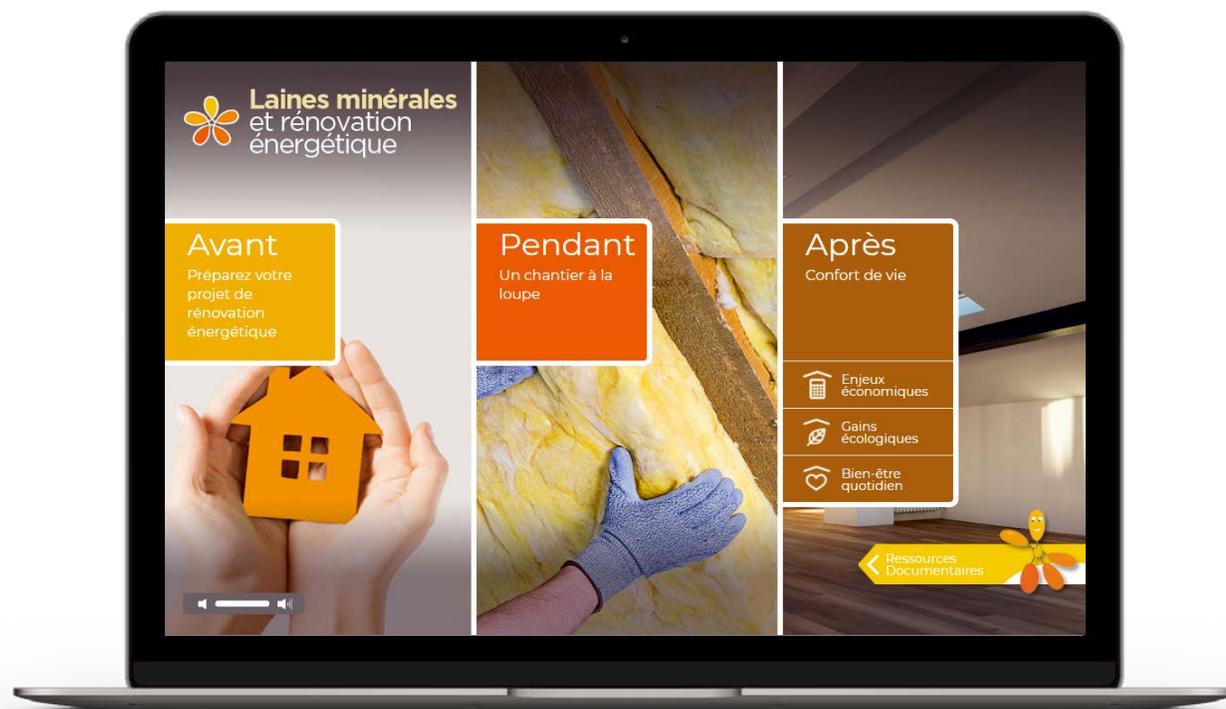
SOPHIA PETITE FILLE INTREPIDE, UNE SOLUTION CONTRE LA DOULEUR  
CRÉDITS PHOTOS: PHOTOFEST

DÉCOUVRIR AUSSI : PARTAGER SUR :  
Twitter Facebook

Suivez-nous sur Twitter Conditions générales d'utilisation Plan du site Un webdocumentaire proposé par Air Liquide Santé France ©Air Liquide Santé France 2017

**Air Liquide**  
HEALTHCARE

# Webdocumentaire.filmm.org pour le FILMM



Un webdocumentaire **sur les laines minérales et la rénovation énergétique**, pour le Syndicat professionnel des laines minérales :

- Une navigation qui reprend les étapes « avant / pendant / après » d'un projet de rénovation.
- Des témoignages de propriétaires de maisons/appartements, de professionnels du bâtiment, d'experts...
- Des infographies didactiques sur différents sujets.

Un écosystème digital complet pour promouvoir les contenus du webdocumentaire et le FILMM.



@lainesminerales



FILMM



FILMM



Opération  
influenceurs



Relations  
Médias

# Webdocumentaire.filmm.org pour le FILMM



[Teaser du webdocumentaire, cliquez ici](#)

This block is a collage of various digital content related to FILMM and energy renovation. It includes:

- A Facebook page for 'Syndicat national des Fabricants d'Isolants en Laines Minérales Manufacturées' (FILMM) with a post about 'Flo @ D'Dline 2020'.
- A screenshot of the 'Blog maison écologique.fr' website featuring an article titled 'Des qualités et des performances thermiques et acoustiques inégalées en un seul produit'.
- A central blue box with the letters 'RP'.
- Several tweets, including one from 'Anne-Lise Deloron' and another from 'Agence Conseil Énergétique'.
- A screenshot of the 'LYFtv.com Forum' website.
- A tweet from 'FILMM' about 'L'isolation, un enjeu pour votre santé'.
- A tweet from 'FILMM' about 'Rénovations des bâtiments publics'.
- A tweet from 'FILMM' about 'L'ÉCO-PTZ' (eco-PTZ) with a 'taux 0%' badge.
- A screenshot of a video player showing a man and a woman.
- A screenshot of a video player showing a person installing insulation.

# Enteraledomicile.fr pour Nutricia



Le webdocumentaire **pour tout savoir sur la nutrition entérale à domicile** :

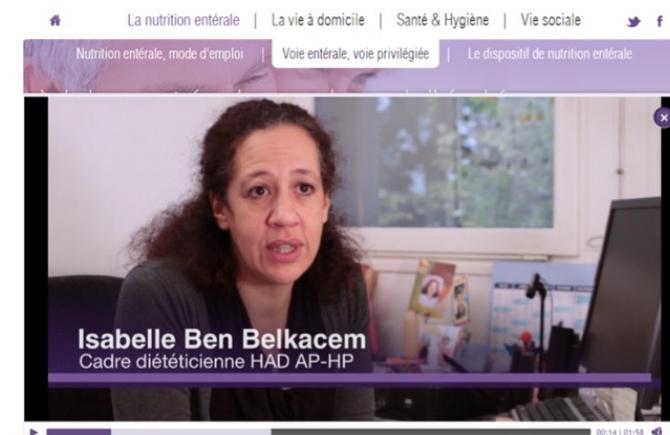
- **des témoignages** de patients, proches, professionnels de santé et leurs **retours d'expérience** sur le retour au domicile des personnes en nutrition entérale (vie sociale et professionnelle, loisirs, soins...)
- **Des ressources documentaires qui abordent tous les aspects du sujet...**

# Enteraledomicile.fr pour Nutricia

Un témoignage patient, fil rouge du webdoc...



[Teaser du webdocumentaire, cliquez ici](#)



Des informations pratiques sous forme d'article ou d'infographie



**En conclusion**

En conclusion

# QUELS BÉNÉFICES POUR LES MARQUES ?

- Des contenus qui captent l'attention du public, avec des temps de consultation plus longs (vs articles standards)
- Les photos, vidéos et infographies se partagent facilement sur les médias sociaux
- Des contenus qui se réutilisent sur les autres supports de la marque, dans un dispositif omnimédia
- Un support qui favorise les RP et peut booster le trafic...



# ANNEXE

# Présentation agence



C H A P I T R E 1

## IL ETAIT UNE AGENCE,

« Le décor : une marque éloignée de sa clientèle, égarée dans les contrées du numérique, aux confins du Zuckerland et de la Tweetie... »

Nous imaginons des dispositifs digitaux porteurs d'histoire et de sens. Nous les confions à des alchimistes du ciblage et de la notoriété. Puis, nous les façonnons dans des alliages de technologies créatives.

« L'épilogue : Et à la fin, le client rencontra son audience et il fit beaucoup de business... »

neostory

BRAND  
CONTENT  
AGENCY

## Stratégie

---

CONSEIL

---

VEILLE

---

PLANNING STRATÉGIQUE

---

AUDIT

---

PLANS MEDIAS

---

E-RÉPUTATION

## Storytelling

---

EDITORIAL

---

DESIGN

---

VR

---

PHOTO

---

VIDÉO

---

PUB

## OmniMédia

---

SITES & MOBILE

---

RELATIONS MÉDIAS  
(SALLE DE PRESSE)

---

COMMUNITY MANAGEMENT

---

RELATIONS INFLUENCEURS

## Technos créatives

---

RÉALITÉ VIRTUELLE (NEOVR)

---

OBJETS CONNECTÉS

---

RÉALITÉ AUGMENTÉE

---

APPS

# STORYTELLING + DISPOSITIFS DIGITAUX



- Réalisation de Webdocumentaires & webséries
- Productions de Réalité virtuelle (visites virtuelles, demos salons...)
- Objets connectés...
- Sites web et App mobile
- Infographies statiques/dynamiques
- Blogs, Newsletters et webzines
- Reportages vidéo, programmes courts pour les médias sociaux

## NOS RÉFÉRENCES

origio

a CooperSurgical Company

Medtronic

Air Liquide  
HEALTHCARE

NUTRICIA  
Advanced Medical Nutrition

LABEL  
5



zoetis

SOCIETE  
GENERALE

BAYER  
Bayer HealthCare

# COMMUNITY MANAGEMENT B2C & B2B

- Sourcing et recrutement fans / followers qualifiés
- Animation éditoriale communautés Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, SnapChat, LinkedIn, etc.
- Modération et réponses sollicitations fans/followers et clients
- Communications réglementées
- Veille e-Réputation
- Communication de crise



## NOS RÉFÉRENCES

Medtronic



# RELATIONS PRESSES & E-INFLUENCEURS



- Conseil & réflexion stratégiques
- RP traditionnelles BtoB et BtoC (Presse on/off-line, radios, TV)
- Événementiel et Relations Publiques
- Nouveaux médias digitaux (blogs, Twitter, Facebook, etc.)
- Événementiel blogueurs et YouTubeurs / YouTubeuses
- Outils de veille dédiés (monitoring)
- Partenariats : tests, jeux concours
- Achat d'espace : billets sponsorisés
- Guest Blogging
- Reporting et indicateurs de résultats

## NOS RÉFÉRENCES



# COM OPÉRATIONNELLE

- Accompagnement, conseil et mise en place de dispositifs opérationnels cross-medias (web, vidéo, print...)
- Conception, création & suivi de supports print : catalogues, flyers, stops-rayons...
- Création PLVs et outils de valorisation de la marque sur le point de vente
- Outils de communication des promotions...



## NOS RÉFÉRENCES



# STUDIO PHOTO



- Studio de 1500 m<sup>2</sup> à 1h de Paris
- Shooting photo / vidéo
- Spécialiste de la production de contenus, d'images et films publicitaires et promotionnels
- Une équipe intégrée de stylistes, photographes, cameramen, scénaristes, régisseurs, monteurs
- Structure de stockage et atelier de menuiserie

## NOS RÉFÉRENCES



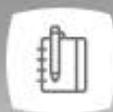
**neovr**  
*by neostory*



# L'offre VR

## CRÉATEURS D'EXPÉRIENCES IMMERSIVES EN PRISES DE VUES RÉELLES

Nos 15 ans d'expérience dans la production vidéo pour les médias numériques et la quête permanente de nouveaux formats nous ont conduits à nous intéresser très tôt à la production de films en réalité virtuelle. Celle-ci met en jeu de nouveaux matériels et de nouvelles compétences filmiques, mais aussi une technicité accrue dans la phase de post-production qui intègre désormais de la 3D temps réel...



### Direction de projet

Note d'intention, synopsis & story-board, suivi projet.



### Tournage

Réalisateur, chef opérateur, cadreur, ingénieur du son, script. Caméras HD 360.



### 3D

Développement mapping et design d'interfaces UNITY.



### Post-prod

Montage, editing & synchronisation multicam, étalonnage, stitching, mixage, encodage.

# MERCI !