Orange cinéma séries

Webmaster éditorial en alternance

2011-2012

Rapport d'activité
Présenté et soutenu publiquement le 18 septembre 2012

Alexis ROGER

Tuteur enseignant : Ivanne RIALLAND
Tuteur entreprise : Florent FERRASSE

Promotion 2012
Licence Activités et Techniques de Commmunication

Orange cinéma séries

Webmaster éditorial en alternance

2011-2012

Rapport d'activité
Présenté et soutenu publiquement le 18 septembre 2012

Alexis ROGER

Tuteur enseignant : Ivanne RIALLAND
Tuteur entreprise : Florent FERRASSE

Promotion 2012
Licence Activités et Techniques de Commmunication

Remerciements

Je tiens cette fois à remercier toutes les personnes que j'ai pu côtoyer pendant cette année. À commencer par mon maître d'apprentissage, Florent Ferrasse, ainsi que tous les membres de l'équipe web pour m'avoir permis d'obtenir ce poste et pour tout ce que j'ai appris d'eux.

Je remercie également Julie Moreira, apprentie et ma collaboratrice de tous les jours, pour le rôle qu'elle a su jouer afin de rendre notre binôme toujours plus efficace.

Enfin, je remercie tous les autres collègues avec qui j'ai pu passer du temps et qui n'ont rendu cette alternance que plus agréable.

Sommaire

Introduction **1**

L'entreprise **2**

Orange 2

Orange cinéma séries 2

Données sociales 3

Organigramme de la société *3*

Données relevées *4*

Politique 5

Qualité *5*

Disponibilité *5*

Changement de version 6

Transition **7**

Mon rôle **8**

Gestion des tâches **9**

Version 1 du site Orangecinemaseries.fr (V1) **11**

Page d'accueil 11

Pages éditoriales 12

Pages de chaines 13

Visuels manquants 14

Blogs 14

Version 2 du site Orangecinemaseries.fr (V2) **15**

Enrichissements 15

Animation 15

Accueil général *15*

Accueil des chaînes *16*

À la demande *17*

En ce moment *18*

Thématiques *18*

La pertinence des informations *19*

Pages libres 19

Blogs 19

Partenariats **21**

Encodage 21

Partenariats version 1 21
La maquette *22*
L'intégration *22*
Étape finale *25*
Partenariats version 2 26
Les acquis 28

Facebook 30
Page Orange cinéma séries 30
Changement de communication 30
Séries 31
Magazines 32
Hootsuite 33
Note : 33

Bannières 35

Vidéo Party 36
Le principe 37
De la V1 à la V2 40
Coordination 40

Statistiques 41

Bilan 43
Savoirs et savoir-faire 43
Savoir-être 43
Conclusion 44

Glossaire 45

Bibliographie 47

Webographie 47

Annexes 48

Note : les astérisques (*) présentes dans ce rapport renvoient au glossaire.

Introduction

Ce document marque la fin d'une troisième année d'apprentissage, que m'ont permis de réaliser à la fois l'IUT de Meaux et l'entreprise Orange cinéma séries (OCS).

En parallèle de la préparation de la Licence Professionnelle Activités et Techniques de Communication, j'ai été employé en qualité de webmaster éditorial dans la filiale d'Orange. Mon travail consistait en l'animation des pages du site web du bouquet de chaînes. En plus de cela, un travail d'animateur de communauté m'a aussi attribué, et j'agissais sur une dizaine de pages Facebook.

Cette troisième année a été pour moi l'occasion de m'immerger dans un univers nouveau et dans une structure nouvelle, avec des enjeux bien différents de mon expérience précédente.

Après avoir décrit l'entreprise et son activité, je parlerai brièvement de la transition de mon ancienne alternance à l'actuelle et préciserai mon rôle au sein de la société, avant de décrire les tâches qui m'ont été confiées tout au long de l'année.

L'entreprise

Orange

Rachetée en 2000 par le groupe France Télécom, Orange est depuis 2006 sa seule marque en ce qui concerne la télévision, la téléphonie mobile et le déploiement d'Internet.

Orange est une marque reconnue dans le monde entier et dont les produits sont disponibles à l'échelle internationale, autant pour les particuliers que les entreprises. Ce succès commercial lui permet de réaliser 45,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2011, pour un résultat net de 3,9 milliards d'euros.

Orange cinéma séries

Orange cinéma séries est une filiale d'Orange créée en 2008, et constituant un bouquet de chaînes supplémentaires s'ajoutant à l'offre de la télévision d'Orange.

Les chaînes d'Orange cinéma séries sont totalement dédiées au cinéma et aux séries télévisées, et sont au nombre de cinq, classées par genre.

Parmi ces chaînes se trouve Orange ciné max. Il s'agit d'une chaîne diffusant des films à succès et des séries inédits en exclusivité et est dispose de la haute définition.
Orange ciné happy a été pensée pour la famille, les enfants et les femmes avec des comédies, des comédies romantiques et des dessins animés. Cette chaîne propose ainsi plusieurs rendez-vous pour combler petits et grands.
Et là où l'action manquerait, Orange ciné choc viendrait y remédier. Les programmes diffusés flirtent avec l'horreur et l'action. C'est aussi là que peuvent se contenter les fans de science-fiction et de films de genre.

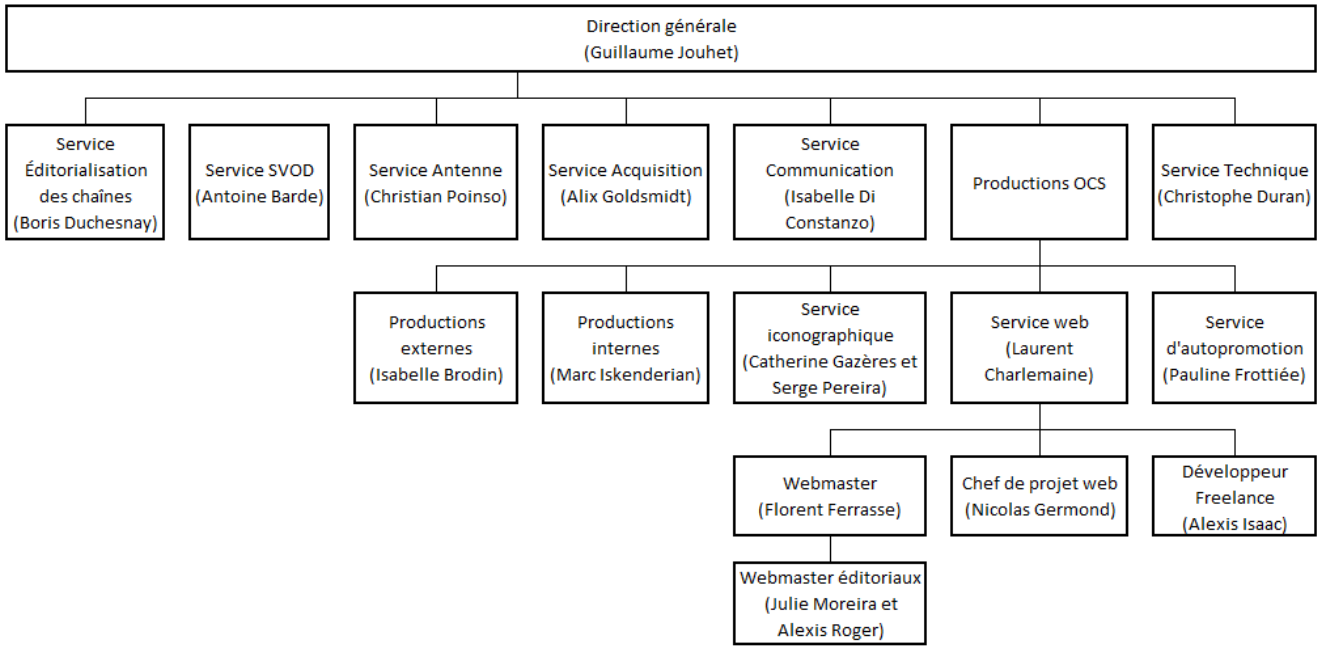
Orange ciné novo se consacre au cinéma d'auteur, au cinéma indépendant, mais aussi aux séries, avec des productions décalées.
Enfin, Orange ciné géants présente en quelque sorte l'histoire du cinéma, avec des films classiques.

Orange cinéma séries diffuse aussi ses propres magazines consacrés au cinéma et aux séries. Parmi les plus importants peuvent être comptés Ciné, séries & cie, qui fait le tour de l'actualité des deux médias, en invitant des personnalités. Santa Fé est un magazine dédié au western. DVD Geek annonce les sorties DVD de films de genre et Court Central, se rend sur le tournage de court-métrages, et permet dans une seconde partie la présentation d'un court-métrage par son réalisateur à un réalisateur reconnu.

Les abonnés ont accès à toute la programmation des cinq chaînes, mais aussi aux programmes qui sont soit proposés en SVODO* ou à la demande en catchup* 30 jours après leur diffusion.

Données sociales

Organigramme de la société



Données relevées

1) Répartition des CDD et des CDI par sexe et par Catégorie Socio-Professionnelle au 31 mars 2012

CSP	Femmes	Hommes	Total	2011
Cadres supérieurs	2	5	7	10
Cadres supérieurs	24	13	37	37
Agents de maîtrise	3	4	7	4
Employés et techniciens				
Total	**29**	**22**	**51**	**51**

2) Répartition des apprentis, contrats de professionnalisation et stagiaires par sexe au 31 décembre 2011

Contrat	Femmes	Hommes	Total
Apprentis	1	1	2
Professionnalisation	2		2
Stagiaires	1		1
Total	**4**	**1**	**5**

3) Âge moyen des CDI au 31 décembre 2011

CSP	Femmes	Hommes	Total
Cadres supérieurs	44,00	42,30	43,15
Cadres supérieurs	38,70	36,60	37,65
Agents de maîtrise		28,10	28,10
Employés et techniciens			
Total	**41,35**	**35,67**	**36,30**

4) Ancienneté moyenne des CDI en années au 31 décembre 2011

CSP	CDI			CDD		
	Femmes	Hommes	Moyenne	Femmes	Hommes	Moyenne
Cadres supérieurs	3,15	3,19	3,17			
Cadres supérieurs	3,12	2,89	3,01	0,69	0,22	0,46
Agents de maîtrise		1,75	1,75	0,55	0,34	0,45
Employés et techniciens						
Total	**3,14**	**2,61**	**2,64**	**0,62**	**0,28**	**0,45**

5) Entrée et sorties

Sur toute l'année 2011, Orange cinéma séries a accueilli 1 CDI, 17 CDD, 2 apprentis, 2 contrats de professionnalisation et 8 stagiaires. 6 CDI, 9 CDD, 4 apprentis, 2 contrats de professionnalisation et 9 stagiaires ont quitté l'entreprise dans la même période.

Entre le janvier et mars 2012, ce sont 3 CDI, 5 CDD et 3 stagiaires qui sont entrés et 4 CDI, 3 CDD et 1 stagiaire qui sont sortis.

Politique

Qualité

Orange cinéma séries a pour vocation de proposer le meilleur du cinéma et de la télévision et de contenter les fans, en se positionnant en fan.

C'est pourquoi dès son lancement, la filiale d'Orange a conclu des accords d'exclusivité, notamment avec les chaînes américaines HBO et AMC et la société de production Warner Bros. Cela lui permet de disposer de programmes hautement plébiscités, souvent nominés et récompensés lors des plus grandes cérémonies, telles que les Emmy Awards et les Golden Globes.

Orange cinéma séries s'engage aussi à produire des contenus de grande qualité. L'habillage du bouquet (vidéos, publicités, …) a été récompensé en 2009 à l'« Eyes and Ears of Europe » à Cologne et au « Le Club des Directeurs Artistiques » à Paris.

Les mini-sites dédiés aux séries ont quant à eux reçu des récompenses aux éditions de 2009, 2010, 2011 et 2012 de la cérémonie des Promax en Europe et aux États-Unis.

Disponibilité

Orange cinéma séries a pour objectif d'être présent sur un maximum de plateformes. C'est pourquoi des accords ont été signés avec le groupe Canal pour la diffusion du

bouquet, mais aussi pour une présence sur le Xbox Live. À terme, l'offre pourrait aussi être disponible via un grand nombre de Fournisseurs d'Accès à Internet français.

L'application OCS est disponible sur les systèmes d'exploitation mobiles Android et iOS, ce qui accroît le nombre de supports de visionnage des programmes du bouquet (TV, ordinateurs, smartphones et tablettes).

Changement de version

Dans un souci de clarté et de présentation plus détaillée de ses programmes, Orange cinéma séries a débuté la création d'une deuxième version de son site web dès sa première année d'existence.

La version 1 ne permettait pas une vision individuelle des programmes, ceux-ci étant la plupart du temps affichés sur des pages les regroupant selon leur genre pour un rendez-vous hebdomadaire (case*) ou une thématique. Les chaînes étaient présentées avec des grilles de visuels mettant en avant une case ou une thématique.

Le passage de la version 1 à la version 2 s'est effectué en novembre 2011, après une préparation nécessitant entre autres choses une alimentation des contenus suffisante pour que la transition se fasse rapidement et que le travail puisse continuer immédiatement après le changement.

Cette deuxième version a été réalisée dans le but d'enrichir directement individuellement les programmes avec des informations et de mieux les mettre en valeur en plus de mettre en valeur les évènements qui en regroupent plusieurs. Elle s'éloigne de ce qui s'apparentait à une grille interactive des programmes.

Transition

Mon expérience chez Orange cinéma séries a été avant tout l'occasion de découvrir une nouvelle structure.

Lors de mon apprentissage en DUT, je suis resté pendant deux ans employé de la filiale française du groupe suisse EAO. La première année, elle était une petite entreprise industrielle comptant un peu plus de 50 salariés, et après sa restructuration en 2010, une très petite entreprise agissant en tant que pôle commercial français du groupe, formée par 8 salariés.

La grande différence qui existe entre mes deux expériences se situe au niveau de la proximité avec mes supérieurs et collaborateurs. Alors qu'avant, je travaillais dans un openspace où la communication était directe et sans barrières, les locaux d'Orange cinéma séries sont faits de longs couloirs avec des bureaux accueillant 2 à 5 personnes. C'est donc dans la dimension humaine que le plus gros changement a eu lieu pour moi, puisque les contacts avec mes collègues se limitaient aux rapports avec ceux qui occupaient le même bureau que moi et aux pauses.

Aussi, au moment de ma candidature chez Orange cinéma séries, ma motivation venait surtout de l'activité de l'entreprise, correspondant à mes principaux centres d'intérêt. J'ai donc eu la chance de travailler dans un univers qui me plait, d'avoir une expérience alliant compétences et passions.

Mon rôle

Le poste que j'occupais au sein d'Orange cinéma séries comprend plusieurs activités. Tout d'abord, il s'agit d'enrichir le site en contenus, aussi bien iconographiques que textuels, dans le but de rendre les informations claires, pertinentes, accessibles et contribuer à l'ergonomie du site.

Orange cinéma séries disposant de plusieurs pages Facebook, leur animation figure parmi les tâches attribuées.

Aussi, un regard doit être porté sur les retours qu'il peut y avoir concernant le site et la programmation des chaînes.

Les parties suivantes de ce rapport présentent les différentes tâches répondant à ces objectifs.

Gestion des tâches

Dès mon arrivée, chaque mercredi (jusqu'en juillet), en entreprise, je notais sur un cahier les tâches régulières étalées sur les trois jours de la manière la plus équilibrée possible. Certaines tâches régulières devait être réalisées à des dates précises (rapport de statistiques, certaines annonces Facebook). L'outil calendrier du logiciel Outlook* me servait d'ailleurs à me faire penser aux rapports à rendre.
En ce qui concerne les tâches ponctuelles, je les intégrais à mon planning en fonction de leur priorité et par rapport la charge de travail de mes journées.

De manière à organiser mon travail, j'ai eu recours à quelques outils dont un que j'ai conçu, et qui pouvait aussi servir à Julie Moreira, ma collègue apprentie, dans ses tâches et à notre responsable, Florent Ferrasse, pour superviser nos actions.

Cet outil, créé sur tableur et partagé sur Google Docs, était constitué de plusieurs onglets. Le premier – le plus important – reprenait le tableau récapitulant les thématiques et temps forts d'un mois classés par chaîne qu'avait créé Armelle Brun, l'apprentie qui occupait avant mois le poste. Dans un premier temps, j'y ai ajouté d'autres tableaux, donc un renseignant sur les films inédits sur chaque chaîne, un autre pour les séries fortes en diffusion pendant le mois ou à la demande et un dernier pour les films à la demande.

28/07/2012 AOUT

THÉMATIQUES/INÉDITS

événement/soirée	jour(s)	début	fin	To do list à faire/OK	HeroZone	En ce moment	commentaire	reminder
CHOC								
full contact	vendredis	03/08/2012	31/08/2012	OK		OK		Fin > J-7
nuit du nanar spécial requins	samedi	18/08/2012	18/08/2012	OK	OK			Fin > J-7
life is a bitch	du lundi au mercredi	27/08/2012	29/08/2012	OK	OK			Fin > J-7
HAPPY								
films de vacances	samedis	07/07/2012	25/08/2012	OK		OK		Fin > J-7
les Inconnus	du mardi au jeudi	14/08/2012	16/08/2012	OK	OK			Fin > J-7
MAX								
1ère exclu et inédits		01/08/2012	31/08/2012	OK		OK		Fin > J-7
NOVO								
été glande	vendredis	07/07/2012	24/08/2012	OK		OK		Fin > J-7
soirée Alain Cavalier	mercredi	01/08/2012	01/08/2012	OK	OK			Fin < J-7
GEANTS								
cycle Alberto Sordi	vendredis	03/08/2012	31/08/2012	OK		OK		Fin > J-7
dimanches Claude Sautet	dimanches	05/08/2012	26/08/2012	OK	OK			Fin > J-7

Au premier tableau, j'ai ajouté des fonctions permettant de donner un décompte du nombre de jours restant avant la fin d'une thématique. Selon la zone d'une page de chaîne où était mise en avant une thématique, j'ai fait en sorte que l'indication de cette précision permette de savoir si oui ou non elle avait traitée.

Les deux onglets suivant listaient respectivement les vidéos de l'émission Ciné, séries & cie mise à disposition sur Youtube par la production et les articles du blog New York plato TV, de sorte que nous ayons des actualités provenant de l'interne à mettre en avant sur Facebook.

Les derniers onglets permettent de savoir à quel jour correspond la diffusion de quel magazine, et donc de pouvoir l'annoncer sur Facebook.

Version 1 du site Orangecinemaseries.fr (V1)

Page d'accueil

L'animation de la page d'accueil consistait avant tout en le choix d'un programme à mettre en avant sur le troisième des trois volets présents sur la partie basse de la page. Il me fallait insérer une image, un texte d'accroche et le lien pointant vers une page offrant du contenu sur le programme visé. Cela se faisait via un outil peu pratique où chaque mise à jour impliquait à nouveau l'intégration des deux autres éléments.

Page d'accueil de la première version du site d'Orange cinéma séries

Il m'est arrivé, avec les partenariats, de modifier deux autres blocs de la page, à savoir un encart en bas à droite (« nouveauté » dans l'illustration) et un autre, coulissant, au

milieu. Ceux-ci servaient à pointer vers la page du mini-site créé pour la promotion d'un film.

Pages éditoriales

Il s'agissait des pages décrivant le contenu d'une case (rendez-vous hebdomadaire sur une chaîne) ou d'une thématique, en reportant les informations du bulletin de la semaine (date et heure de programmation, synopsis,…). Les magazines étaient aussi présentés sous cette forme, avec une alimentation automatique.

Un travail graphique était parfois demandé, lorsque les thématiques d'un nouveau mois devaient être mises en avant.

Création d'une page éditoriale

Page éditoriale du magazine Santa Fé

Pages de chaines

Ici, je devais mettre à jour les mises en avant (pushs*) de cases et de thématiques, en veillant à respecter la programmation, et un certain équilibre selon les formats. Il existait en effet trois formats de pushs. L'un d'entre eux était consacré aux évènements de la chaîne (« l'intégrale Rocky » sur l'exemple), un autre aux thématiques couvrant le mois et aux cases fortes (« cycle Boxe »), et le dernier aux thématiques de soirées, aux autres cases et aux magazines (« The Wire », « Grindhouse ! » et « le magazine »).

Page de la chaîne Orange ciné choc

Visuels manquants

Tout à fait logiquement, j'avais pour tâche de veiller à ce qu'un visuel soit toujours présent pour l'identification d'un push et des programmes des pages éditoriales.

Blogs

J'ai travaillé par deux fois dans la catégorie des blogs.

La première, pour détailler le programme jeunesse « 1,2,3 halloween » en expliquant les étapes et ateliers proposés aux enfants pendant l'émission.

La deuxième fois, j'ai eu pour mission de transférer les nouveaux articles d'un blog de la version 1 vers sa transposition dans la version 2.

Version 2 du site Orangecinemaseries.fr (V2)

Enrichissements

Enrichir une page de programme signifie ajouter du contenu informatif à celle-ci. Cela peut aller des informations sur les personnages, la réalisation ou la production à des interviews et des liens vers des pages complémentaires.

Je me chargeais d'effectuer cette tâche occasionnellement, et notamment lorsque ma collègue apprentie n'était pas présente.

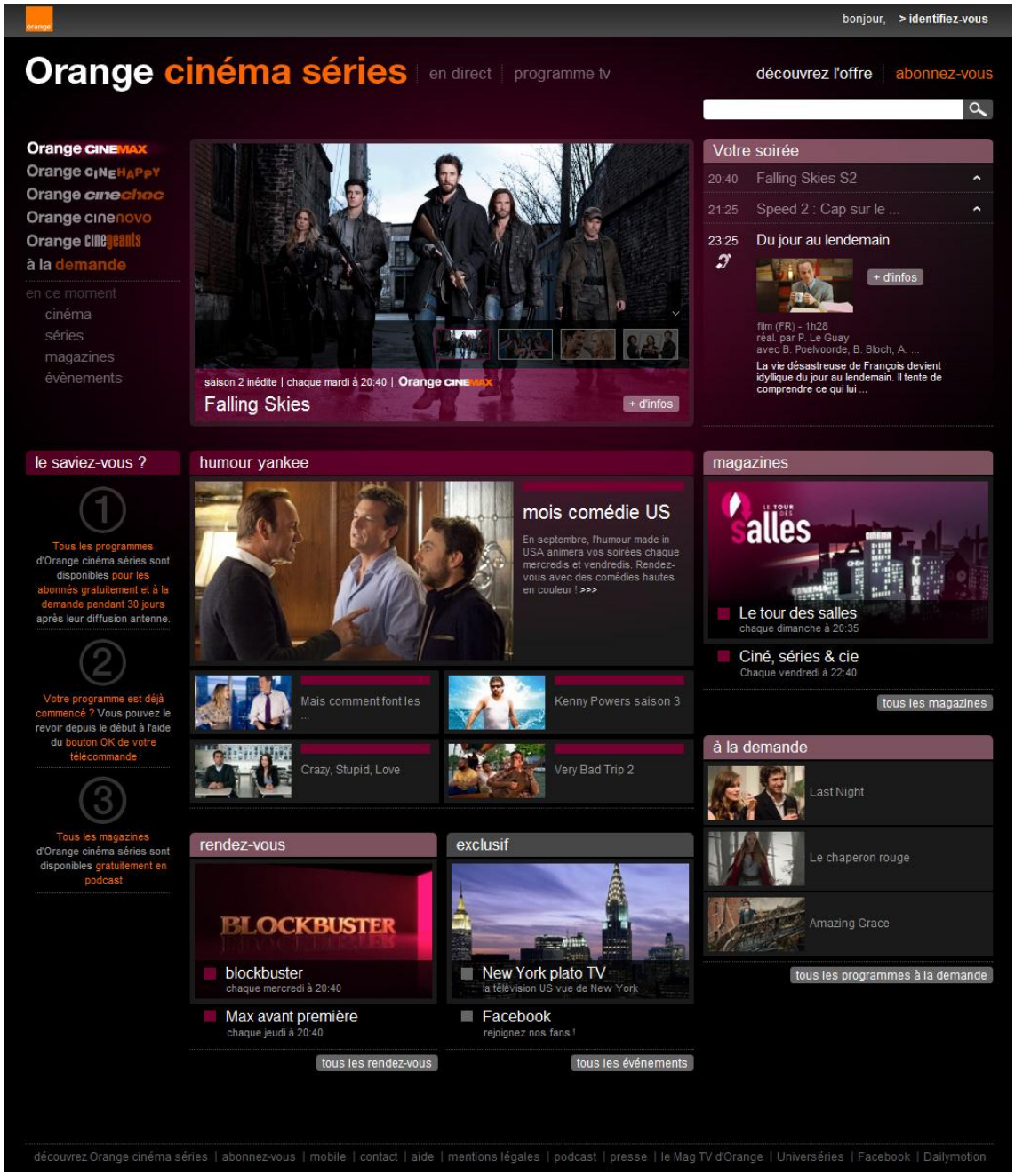
Animation

Accueil général

Sur la page d'accueil, elle se fait sur la heroZone*, à savoir le carrousel de visuels de la partie supérieure d'une page. On y affiche les évènements et les grands programmes toutes chaînes confondues pour conduire vers eux.

Page d'accueil de la deuxième version d'Orange cinéma séries

Accueil des chaînes



Page de la chaîne Orange ciné max

Sur les pages de chaînes, le travail sur la heroZone est le même, et vise les programmes principaux de la chaîne en question, ainsi que les thématiques de soirées et de semaines.

Le grand bloc du milieu sert à afficher les thématiques du mois ou à défaut (comme c'est le cas la plupart du temps sur la chaîne Orange ciné max), les films inédits ou les séries inédites.

Le bloc de rendez-vous en bas liste automatiquement les cases.

Le bloc « et aussi » ou « évènements » sert à afficher les programmes à la demande liés à la chaîne, les concours, les évènements pour les cérémonies de récompenses, les blogs et les magazines.

L'animation des pages de chaînes se fait en consultant les bulletins des programmes que l'on reçoit chaque semaine et qui renseignent sur la programmation trois semaines en amont. Lorsque le magazine de la TV d'Orange d'un mois paraît, il nous sert à compléter l'animation.

À la demande

La heroZone de la page « à la demande » ne contient que les films les plus « frais » en termes de diffusion sur les chaînes ou d'année de production.
Le bloc du milieu sert ici à proposer des séries.

Le bloc en bas à gauche permet d'augmenter les nombre de films proposé ou de donner une seconde visibilité aux films qui sont passés dans la heroZone.
Enfin, le bloc en bas à droite propose des émissions et des magazines.

Les magazines sont aussi utiles pour l'animation de la page « à la demande », qui se fait d'abord via des recherches sur les listes de films en droits, en prenant en compte leur durée d'exploitation.

Dans tous les cas, au niveau des visuels, une seule taille est employée, ce qui facilite le travail de mise à jour.

En ce moment

1) Cinéma, séries, magazines

Sur ces trois niveaux, le travail consiste à rompre avec le système automatique, qui fait remonter un programme de la liste vers la heroZone selon sa date de diffusion.
Il convient de choisir respectivement pour ces pages des films ou des thématiques, des séries et des magazines, en fonction de leur récence ou de leur succès.

Dans la mesure du possible, il est préférable que les descriptions de ces catégories soient modifiées régulièrement.

2) Évènements

Cette page est sujette à réflexion quant à son utilisation. Pour le moment, elle sert à afficher les partenariats, les concours et autres évènements.

Thématiques

En parallèle des mises en avant sur les pages de chaînes, la liste des thématiques doit parfois être enrichie. La plupart du temps, il s'agit d'un visuel à insérer pour qu'il apparaisse lorsque la thématique est liée à un push. Selon les informations recueillies et publiées quant aux thématiques, un enrichissement de leur description est possible. Une description courte doit au moins être renseignée pour identifier un tant soit peu chacune d'entre elles.

Quelques fois, il est nécessaire de créer une thématique qui n'aurait pas été renseignée dans la base de données depuis laquelle le site récupère ses informations. Ce travail supplémentaire requiert la recherche des programmes associés à la thématique, généralement depuis le bulletin des programmes.

La pertinence des informations

Dans l'animation d'une page, l'accent doit être mis sur la visibilité des programmes. Le choix du visuel est crucial, car il doit permettre d'identifier le plus facilement possible un programme, avant même la lecture du titre. À défaut de bien connaître un film ou une série, un travail de recherche est donc primordial pour effectuer le bon choix.

Pages libres

Les pages libres sont des pages spéciales où il est possible d'insérer un code html personnalisé. Il convient de les utiliser notamment pour les partenariats (décrits ci-après) ou certains évènements, mais aussi pour tester du code.

J'ai donc créé par ce biais une page pour couvrir les cérémonies des Emmy Awards 2011 et une autre pour les Golden Globes 2012, détaillant les différentes nominations, puis les récompenses obtenues par les programmes diffusés sur Orange cinéma séries. La Fondation de France nous a proposé en décembre de promouvoir Les Réveillons de la Solidarité en décembre dernier, ce qui a donné lieu à la création d'une autre page libre.

En dehors de celles-ci, les pages que j'ai réalisées ont toutes servi à la promotion de la sortie d'un film au cinéma.

Blogs

Sur la version 2 du site d'OCS, je me suis servi des blogs pour deux cas de figure : l'annonce de nouveautés concernant le site et ses programmes, ainsi que des évènements comme des cérémonies de récompenses, et la promotion de la sortie de coffrets DVD et/ou Blu-Ray de programmes en partenariat.

Les annonces se font sur la base des communiqués et de dossiers de presse.

Les partenariats sortie de coffrets demandent la création pour chacun d'entre eux d'un billet dans le blog « Les programmes d'Orange cinéma séries » où sont renseignées diverses informations communiquées par le distributeur, des informations concernant le programme en lui-même, et la plupart du temps, une vidéo extraite des bonus des coffrets.

Le processus de validation est assez rapide, puisque après la validation en interne du titre du billet, qui conditionne son adresse, celui-ci peut être entièrement rédigé avant d'être validé en interne dans la même journée, puis envoyé en validation au distributeur, accompagné d'un visuel de mise en avant sur des pages convenues au préalable.

Partenariats

Un partenariat est une association entre Orange cinéma séries et un distributeur, dans le but de promouvoir la sortie d'un film. Il donne la plupart du temps à l'entreprise le droit à la première diffusion télévisée en exclusivité. Cette promotion se fait à travers la création d'une page « événement » dédiée. Cette page permet aux visiteurs de voir plusieurs vidéos relatives au film et donnent quelques informations les concernant.

Après le lancement d'un partenariat, je récupère des fichiers relatifs au film (bande-annonce, teasers, extraits, affiche en format calque).

Encodage

Les vidéos récupérées doivent en général subir un encodage pour convenir aux dimensions du lecteur de vidéo utilisé sur les pages de partenariat (512x288 pixels) et au format de fichier utilisé par Orange cinéma séries pour les vidéos promotionnelles (mp4).
Pour ce faire, j'utilise le logiciel « Squeeze It » de Sorenson, où un simple glissé-déposé du paramètre d'encodage sur une vidéo importée, puis son application, suffit à la conversion.

Partenariats version 1

Sur la première version du site d'Orange cinéma séries, j'ai travaillé à la promotion des films « L'Ordre et la Morale » et « L'Art d'Aimer ».

La création d'une page impliquait la création d'un répertoire sur le serveur du site web respectant le chemin « http://p.cinemaseries.orange.fr/evenement/nomdufilm/ ». Dans ce répertoire étaient chargées les vidéos utilisées pour la promotion du film, ainsi

que les images issues du découpage de la maquette, et enfin le fichier html de la page de partenariat.

La maquette

La première de mes tâches était de créer une maquette de page à partir de l'affiche, en prenant en compte la présence du lecteur vidéo permettant aux visiteurs le visionnage des vidéos récupérées, ainsi que les divers liens vers d'autres pages ou servant au lancement de vidéos.

Celle-ci terminée, je devais l'envoyer en interne, entre autres à Florent Ferrasse et Corinne Delfour, responsable des partenariats.

Après la validation de la maquette en interne, l'envoi se faisait à nouveau, et cette fois au distributeur.
Une modification donnant naissance à une deuxième maquette s'opérait puisque je devais alors rendre compte de l'intégration de la maquette dans son environnement, en ajoutant un aperçu de ce qui allait l'entourer sur la page définitive (annexe 2).

L'intégration

Une fois définitivement validée, la maquette était alors découpée par mes soins avec l'outil tranche de Photoshop pour que je puisse l'intégrer à une page dite « évènement », permettant donc d'avoir les informations sur le film et de lire les vidéos sans changement de page, grâce à des fonctions Javascript*.
Les liens qui figuraient en dessous de la représentation du lecteur de vidéo sur la maquette disparaissent évidemment du découpage, puisqu'ils sont voués à être codés en HTML*. Seuls sont conservés les éléments fixes et non interactifs.
De l'export du document Photoshop tranché résulte deux choses : un dossier contenant autant de fichiers images que de tranches et un fichier html qui les mets directement en page en utilisant le code des tableaux*, chaque cellule du tableau

contenant une tranche. Je copiais alors les images sur le serveur web et utilisait le fichier html comme base pour l'intégration.

Maquette découpée de la page de promotion du film « L'Ordre et la Morale »

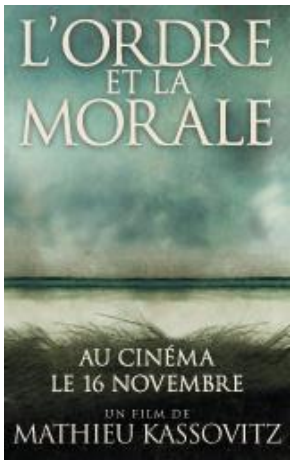
La contrainte de l'intégration tenait de l'utilisation des tableaux plutôt que des *. Cela était motivé par deux choses : le niveau inégal en développement web des apprentis qui se sont succédé au poste que j'occupe actuellement et le fait que les anciennes versions d'Internet Explorer rendaient le codage en hasardeux.
De plus, j'ai pu être amené à utiliser un bandeau d'en-tête (bandeau supérieur rouge visible sur le visuel ci-dessus) lorsque des liens vers les pages Orange France devaient être intégrés.

L'utilisation de Javascript dans l'intégration se résumait en la reprise du code d'une ancienne page de partenariat et de son adaptation à la nouvelle (chemin vers les vidéos).

Le gros du travail d'intégration comprenait donc la mise en place de fonctions Javascript permettant le lancement d'une vidéo au chargement de la page (en général la bande-annonce) et l'insertion des liens hypertextes aperçus dans la maquette en insérant d'autres fonctions, de sorte qu'un clic lance la vidéo correspondante (bande-annonce, teaser, extrait ou émission).
En ce qui concerne le bandeau de bas de page, il s'agissait de créer des zones cliquables (mapping*) par-dessus les logos des chaines et les images et le texte incitant à l'abonnement.

Une fois le fichier html créé par Photoshop modifié et renommé sous Adobe Dreamweaver, qui permet d'avoir un affichage en temps réel de l'avancement du développement, je le chargeais sur le serveur, dans le même dossier que les images et les vidéos (« http://p.cinemaseries.orange.fr/evenement/nomdufilm/»).
Il va de soi que le bon affichage des éléments de la page (surtout des vidéos) était ensuite testé sur plusieurs navigateurs* : Firefox, Safari, Google Chrome et Internet Explorer.

Étape finale



Panneau coulissant fermé

Une fois la page prête, j'envoyais son adresse au distributeur et aux contacts en interne, ainsi que deux visuels créés pour animer la page d'accueil du site d'Orange cinéma séries : un visuel pour le panneau coulissant du centre de la page et un autre pour la mise en avant des évènements (voir annexe X-6).

Panneau coulissant ouvert

Les visuels habillaient tous les deux le lien vers la page de partenariat.

À moi d'insérer via le backoffice* les images de mise en avant à leur place.

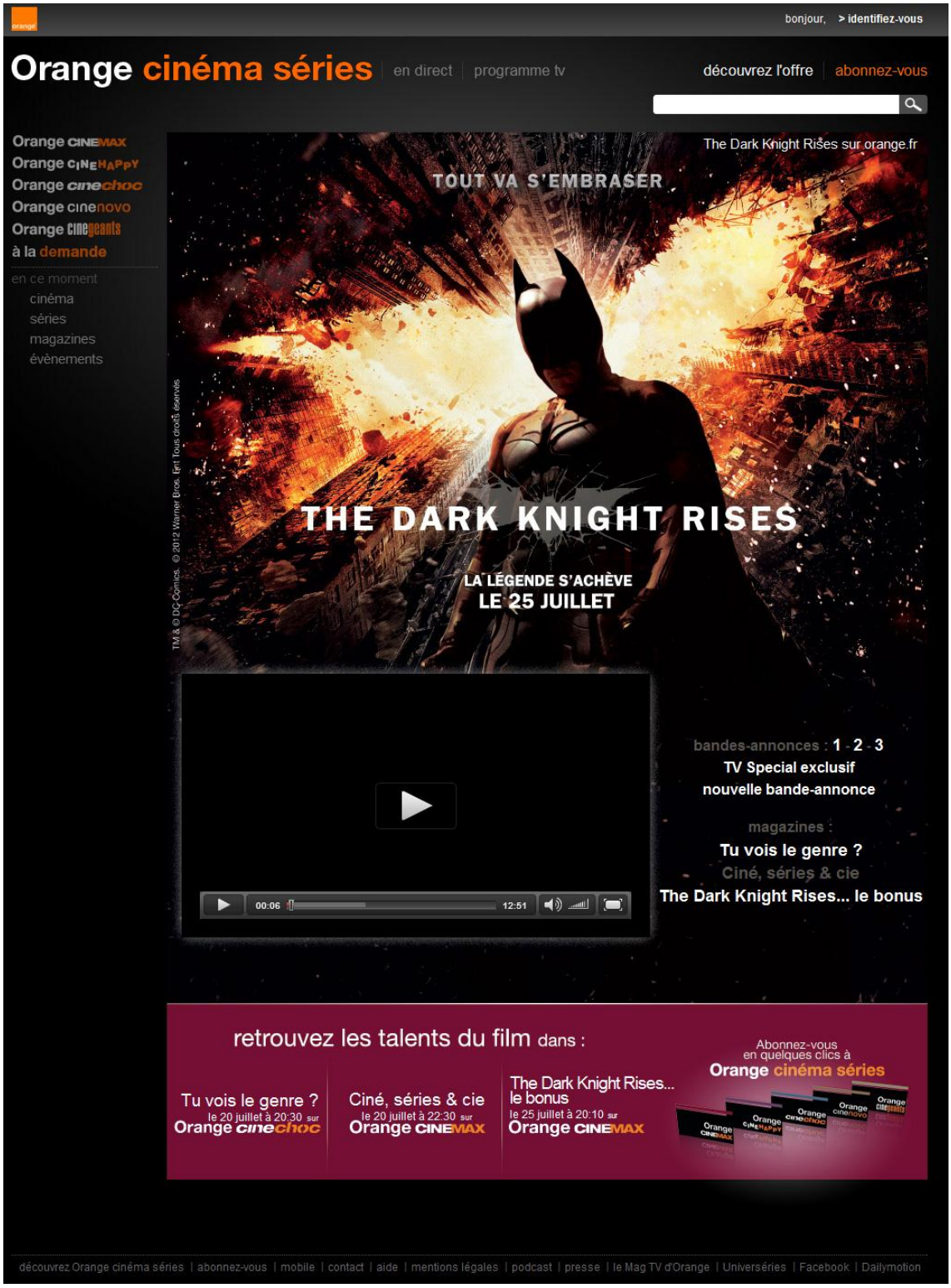
Mise en avant « nouveauté »

Partenariats version 2

Le principe de l'intégration sur la deuxième version du site d'Orange cinéma séries restait approximativement le même. Après la récupération des éléments qui me permettaient la création d'une maquette et la réalisation de celle-ci, je l'envoyais toujours de la même façon en interne, puis dans une version donnant un aperçu de son intégration au distributeur. Les envois ultérieurs à la finalisation de la page web ne changeaient pas non plus.

Là où les choses changeaient effectivement, c'était au niveau de l'emplacement de la future page. Il ne s'agissait plus d'une page ajoutée dans un répertoire, mais d'un contenu ajouté dans une page vierge, dite page libre, qui est en fait une balise vide sur une page du site web. Ainsi, pour une maquette donnée, on obtient son intégration dans la structure d'une page, ce qui est le cas des différents blocs d'une page de chaine par exemple. C'est d'ailleurs la principale contrainte de cette nouvelle version.

Autant l'avantage est que la promotion appartient entièrement à Orange cinéma séries, quand l'ancienne version obligeait à importer du code d'Orange France, autant les dimensions et le positionnement imposés font que la maquette doit être revue. Il faut notamment que le titre, le nom du réalisateur, la date de sortie et le lecteur vidéo apparaissent directement sous les yeux du visiteur, même sur un ancien – et donc petit – moniteur.



Aperçu d'une maquette intégrée au site en tant que page libre

Le reste de l'intégration différait quelque peu. Les fonctions Javascript ont été changées car les anciennes nécessitaient une inscription dans la balise d'en-tête (<head>) de la page. Ainsi, j'ai effectué des tests pour lancer des vidéos automatiquement au chargement d'une page, ce qu'a amélioré Florent Ferrasse par la suite pour comprendre l'injection de vidéos dans le lecteur via les liens, et que j'ai commencé à utiliser pour le premier partenariat V2.

Du reste, je codais la page en , ce qui me permettait une plus grande capacité de mise en page. Par contre, contrairement au découpage de la maquette nécessaire sur la V1, je reprenais sur la V2 la maquette entière, exempte des éléments d'animation (aperçu du lecteur vidéo, liens, éléments de bas de page). Les éléments de bas de pages récréés via du code HTML, je n'ai pas repris le système de mapping, mais les ai englobé dans des balises de liens hypertextes.

De même qu'auparavant, j'effectuais mon travail sous Dreamweaver, mais seulement pour avoir une visibilité sur la page créée. Je devais ensuite copier le code – seulement les styles et le contenu de la balise du corps de page (<body>) – dans une fenêtre du backoffice du site web pour l'intégrer. Parfois, des modifications étaient nécessaires directement dans cette fenêtre, certains styles ou paramètres de mise en page n'étant pas pris en compte de la même façon que sur le logiciel.

Les acquis

En termes d'infographie, cette tâche m'a permis d'améliorer mon niveau d'utilisation de l'existant. En effet, l'affiche du film est déjà un travail finalisé, souvent riche en effets visuels. Lorsque la présence de figures telle quelle empêche la mise en place de l'espace du lecteur de vidéo, je dois rajouter de la texture pour coller à celle d'origine. Ce travail de montage n'était pas une chose avec laquelle j'étais à l'aise, mais avec la réalisation des maquettes, mon niveau s'est nettement amélioré.

La procédure validation d'une maquette est une étape que j'ai beaucoup appréhendée et elle s'est révélée très formatrice. L'exigence de certains distributeurs est très importante, et savoir travailler vite et avoir bien organisé son travail en amont est nécessaire pour faire les modifications et renvoyer la maquette en validation le plus rapidement possible.

Coté développement, j'étais quelque peu frustré avec l'intégration dans la première du site, mais ai rapidement pu apprendre des choses dès janvier, lorsque le partenariat pour Cheval de Guerre est arrivé. Je pense avoir réellement progressé en intégration et ai même tenté le plus possible de pousser ces progrès vers la connaissance et la maîtrise des règles d'accessibilité.

Facebook

Page Orange cinéma séries

Parmi les pages de fans Facebook administrées se trouve la page entièrement dédiée au bouquet des chaînes Orange cinéma séries.

Cette page était jusqu'au mois de janvier un moyen supplémentaire pour informer les abonnés ou séduire de potentiels clients en sélectionnant chaque jour deux programmes parmi ceux diffusés en première partie de soirée (~20h40). Les messages postés sur cette page comportaient alors une accroche en rapport avec le programme concerné, l'horaire et le canal de diffusion, et sa bande-annonce.

Changement de communication

En janvier, il a été décidé de se détacher de cette utilisation de la page, qui ne constituait qu'une sorte de surcouche au magazine TV d'Orange cinéma séries. Depuis, plutôt que d'annoncer deux programmes diffusés le soir même, la communication se fait sur les programmes forts à venir sur l'une des cinq chaînes, en particulier les films et séries inédits, quitte à renouveler un même message (ex : « Retrouvez l'épisode X du Trône de Fer dès lundi, 24h après sa diffusion américaine », « Vous pourrez profiter du nouvel épisode de la saison 2 du Trône de Fer dès demain, 24h après sa diffusion sur HBO* ! »). Il est aussi plus important d'insister sur les thématiques de programmes, en les annonçant quelques jours à l'avance. Ce nouveau mode de communication demande aussi d'être au fait des productions vidéos internes (bande-annonce, teasers,…) pour casser la répétition d'un message par l'attribution d'un format visuel différent à chaque fois. L'enrichissement des pages des programmes annoncés devient ici essentiel.

Depuis la même période, du mercredi au vendredi et en fonction des visuels que je récupère, je tente de faire une fois par jour une annonce sur les invités qui seront

présents sur le plateau de l'émission « Ciné, séries & cie », diffusée le vendredi soir, ainsi que des sujets abordés, le tout, donc, avec une photo attachée. Cette annonce est répétée sur la page Facebook du magazine.
La page OCS continue en revanche de servir à communiquer des informations toutes autres, comme l'actualité d'un réalisateur, la sortie d'un film au cinéma, un nouvel article issu du blog New York plato TV*, ou tout autres évènement lié à Orange cinéma séries et à sa programmation.

Séries

Orange cinéma séries a l'avantage de diffuser un très grand nombre de séries, dont certaines sont très suivies et demandées. « Le Trône de Fer », « True Blood », « Glee », « Boarwalk Empire », « Bored to Death », « Breaking Bad », « Hung », « Justified », « Spartacus », « The Walking Dead », « Treme » et « Zak » ont toutes leur page de fan dédiée, administrée par nos soins.

Chacune de ses pages permet de poster des informations sur les productions, tournages, nos diffusions, les produits dérivés et dans le cas de séries comme « True Blood » ou « Glee », dont le public est assez jeune et essentiellement féminin, des informations issues d'articles de presse people.

Travailler sur ces pages demande donc un regard attentif sur l'actualité des tous ces programmes, mais aussi, et surtout, de s'adapter à la cible. Et cela commence par le niveau de langage. Les fans de « Glee » et « True Blood », jeunes pour la plupart, ont un langage plus léger et moderne que les fans du « Trône de Fer ». Les fans de « Boardwalk Empire » ou « Treme » ont tendance à avoir un langage encore plus soutenu, ces séries étant plus pointues et sérieuses en termes de sujet et de réalisation.

La plupart du temps lorsqu'elle est présente en entreprise, c'est Julie Moreira, apprentie tout comme moi, qui s'occupe des pages des séries.

Concernant l'habillage de ces pages, sur la version précédente de Facebook, l'avatar était remplacé avant la diffusion d'une nouvelle saison de la série concernée. Sur la version « journal » actuelle, l'avatar, réduit, doit toujours être modifié, et une nouvelle bannière de couverture doit être créée.

Avatar version journal (n°1 sur l'aperçu de la page OCS)

Avatar ancienne version (aperçu en annexe 1)

Couverture version journal (n°2 sur l'aperçu de la page OCS)

Magazines

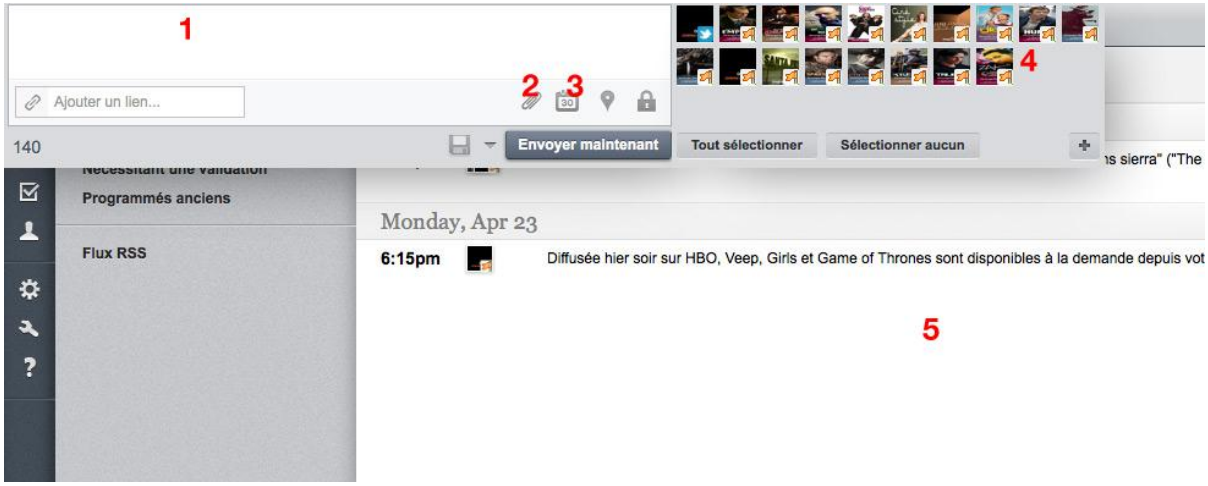
L'équipe web entretient aussi quelques pages dédiées à nos magazines : « Ciné, séries & cie », « Cinéstyle », « Santa Fé » et « Court Central ». Le jour de la diffusion d'une nouvelle édition d'un magazine (excepté « Ciné, séries & cie » dont quelqu'un d'autre s'occupe), j'annonce son sujet, en rappelant le rendez-vous et en invitant à visionner gratuitement l'émission dès le lendemain sur la page consacrée sur le site d'Orange cinéma séries. L'émission « Cinéstyle » n'étant plus produite depuis le mois de janvier, sa page n'est plus alimentée.

Hootsuite

Hootsuite est un outil en ligne de gestion des réseaux sociaux. Il permet donc de planifier nos messages redondants (rappel à dix minutes de la diffusion d'épisodes d'une série) et nos publications du week-end.

Il permet l'ajout de liens et de photos, mais malheureusement pas celui de vidéos. Cela oblige à bien considérer le programme/événement à annoncer en fonction des autres contenus à notre disposition, la vidéo étant normalement le moyen le plus impactant.

Du reste, le principe reste le même que pour la mise en ligne de message directement sur Facebook. D'éventuels messages sur les pages de séries sont à prévoir, et impérativement deux messages par jour sur la page OCS.



Interface de Hootsuite

1 : Zone de texte (l'ajout de lien peut y être directement effectué)

2 : Outil d'insertion de photos

3 : Outil de planification

4 : Choix des pages sur lesquelles afficher le message

5 : Liste des planifications.

Note :

Quel que soit la page, un nettoyage mensuel des vidéos mises en lignes sur les pages Facebook doit être effectué, un mois étant la durée maximale d'affichage autorisée.

Page Facebook d'Orange cinéma séries

Bannières

Chaque début de mois, Sylvie Raluy, la responsable marketing, m'envoyait une liste de bannières à réaliser pour la TV d'Orange.

Ces images promeuvent en général les programmes inédits du mois à venir.

La liste détaillait les différents formats de bannières à créer, avec toutes les informations à intégrer : titre, pictogrammes CSA*, date de diffusion, chaîne, saison pour les séries, mention « inédit » le cas échéant et, sur un format en particulier, la promotion en cours sur l'abonnement.

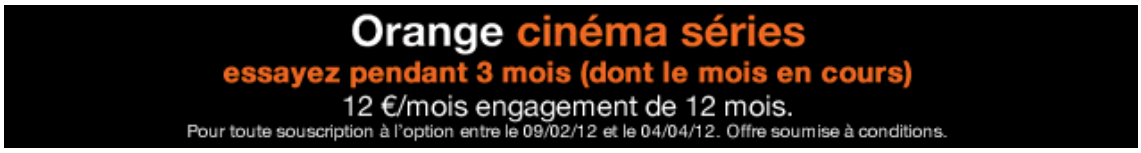
La principale contrainte inhérente à la réalisation des bannières était les dimensions des formats. Certains étaient assez permissifs en termes de flexibilité avec les visuels utilisés, mais le plus petit d'entre eux, pour la Mosaïque* Legacy*, demandait une sélection très fine des visuels, car l'accent devait être mis sur le visage d'un acteur connu, dans la mesure du possible. La taille du format rendait cela plus difficile.

Quel que soit le format, les informations à faire apparaître amenaient aussi de la difficulté à cette tâche.

Les formats de bannières sont les suivants :

- Bannières apparaissant sur l'ancienne interface de la TV d'Orange (Legacy) :

Mosaïque Legacy : bannière animée en 4 panneaux défilant sur la mosaïque des chaines de l'interface Legacy (290x34 pixels)



Bandeau animé en 2 panneaux annonçant la promotion en cours (635x80 pixels)

- Bannières apparaissant sur la nouvelle interface (New TV*) :

Wake Up Screen (WUS) droit (1ère version : 722x169 pixels; 2e version : 714x142 pixels) : bannière se trouvant en bas à droite de la page d'accueil de l'interface New TV

Wake Up Screen (WUS) gauche (1ère version : 356x169 pixels; 2e version : 340x142 pixels) : bannière se trouvant en bas à gauche de la page d'accueil de l'interface New TV

Côté web (468x60 pixels) : affichée sur la page des services et applications connectés de la TV

Mosaïque New TV : bannière verticale visible sur la mosaïque des chaînes de l'interface New TV (118x568 pixels)

Vidéo Party

Le principe

Vidéo Party était le portail de recherche qui regroupait les services de Vidéo à la Demande, TV à la demande et web TV d'Orange, ainsi qu'Orange cinéma séries.

À la réception du bulletin des programmes, je devais effectuer une sélection de cinq films qui s'y trouvaient : un par chaîne. La sélection des films se faisait en fonction de l'importance du programme : inédit ou faisant partie d'une case.

Une fois celle-ci effectuée, je l'envoyais à Serge Pereira, chargé de projet au service iconographie, en renseignant la date et l'heure de diffusion, ainsi que la chaîne. Il recherchait alors un visuel pour chaque film et le mettait en forme selon trois formats différents.

Les trois formats de fichiers étaient les suivants :

- Un visuel de 550x309 pixels qui était affiché en « Une ». dans le carrousel de visuels de la page. Il indiquait la date et l'heure auxquelles le film était programmé, ainsi que la chaîne sur laquelle il passait.

1

- Un visuel de 100x70 pixels qui se trouvait aussi dans le carrousel, mais en « préparation » à l'affichage. Il s'agissait d'une tranche qui apparaissait en deuxième et troisième partie du carrousel. L'image utilisée est la même que sur le visuel précédent, mais est en général cadrée sur une figure, l'acteur le plus connu par exemple.

- Un visuel de 210x110 pixels qui était tout simplement un rétrécissement du premier, les informations en moins. Ce visuel apparaissait dans la grille sous le carrousel, dans la troisième colonne montrant les programmes de la TV d'Orange.

orange

Vidéo Party

dimanche 11 mars 15:38

Vidéo avec Dailymotion | Vidéo à la demande | TV à la demande | chaînes | Orange cinéma

bonjour > identifiez-vous

toutes les vidéos | rechercher

> mes favoris

1

Vidéo à la demande

Paranormal activity 3

Ce nouvel opus nous présente la jeunesse de Kate, héroïne du 1er volet.
Découvrez les racines de la peur et l'origine des phénomènes paranormaux !

2

> découvrir Vidéo Party

vidéo avec Dailymotion

new

Les chevaliers du fiel
Leur tube "La Simca 1000"
vidéo avec Dailymotion | humour

Kaamelott : l'aveu de Bohort
Bohort se débarrasse d'un lourd secret.
vidéo avec Dailymotion | humour

Laurent Gerra
Hommage aux chanteurs disparus
vidéo avec Dailymotion | humour

> vidéo avec Dailymotion
> toutes les catégories vidéo

vidéo à la demande

Treme saison 2
Les musiciens de la Nouvelle Orléans
Vidéo à la demande | série

Les trois mousquetaires
Un pour tous, etc. Action !
Vidéo à la demande | aventure

La couleur des sentiments
Contre le racisme ordinaire...
Vidéo à la demande | drame social

> Ajouts de la semaine
> Top 20
> Vidéo à la demande

sur la TV d'Orange

3

Plus belle la vie
Notre télénovéla marseillaise
TV à la demande |

Touche pas à mon poste
Le meilleur de la télé
TV à la demande |

R.I.S
La science contre le crime
TV à la demande |

> TV à la demande
> Orange cinéma séries
> chaînes TV

la TV en direct

De la V1 à la V2

Après le passage de la première à la deuxième version sur site web d'Orange cinéma séries, un changement dans la procédure de réalisation de cette tâche s'est produit.

Alors qu'avant, le lien indiqué dans le fichier texte envoyé à Cyril Pasteau dirigeait vers une page éditoriale de case, donc d'un rendez-vous hebdomadaire, et pas précisément une page de film, c'est justement cela qui est rendu possible par la version 2. Un film ayant une page qui lui est propre, le lien communiqué à Cyril – et qui sera disponible une fois les visuels mis en place – revoyait dès lors directement vers cette page. La vérification de la cohérence des informations devenait alors indispensable et l'enrichissement du programme, un atout.

Coordination

Le fait d'effectuer la tâche en arrivant le mercredi, d'attendre que les éléments me viennent d'une autre personne jusqu'au vendredi pour ensuite les faire parvenir à une troisième m'a montré l'importance des rôles dans un découpage particulier du travail. J'ai eu la possibilité de récupérer moi-même les visuels pour les mettre en forme, puis de tout envoyer à Cyril directement.

Néanmoins, d'une part, la tâche m'avait été présentée comme devant être faite à trois, et donc, c'est ce que j'ai fait, tant que Serge n'était pas en congé. D'autre part, ma source de visuels, Pixelwok*, est provisionnée par le bureau de Serge, et une collaboration, implicite ou non, est toujours nécessaire.

De plus, l'utilité de la programmation 3 semaines à l'avance prend tout son sens avec une tâche comme celle-ci. Le bulletin des programmes est envoyé trois semaines à l'avance, et à partir de sa réception, je pouvais faire la sélection des programmes dans un certain délai et demander les visuels sans qu'un retard d'une semaine, par exemple, ne soit réellement handicapant. En termes de gestion de projet, cela donne une marge assez importante.

Statistiques

Dès le début du mois de janvier, une tâche de récupération de statistiques m'a été confiée. Je devais reporter sur une présentation Powerpoint après avoir consulté les comptes d'Orange cinéma séries sur Google Analytics* :

- le nombre de visites, de visites uniques sur la globalité du site web, ainsi que leur durée moyenne
- le nombre de pages vues
- le taux de rebond
- les visites sur les mini-sites dédiées aux séries ou aux programmes spéciaux
- la consommation des magazines

À cela s'ajoutait le nombre de fans des pages Facebook rattachées à Orange cinéma séries.

Le rythme de réalisation du rapport, adressé à la direction du service web, était mensuel.

En mars, un autre outil d'analyse statistique, Webtrends, a été choisi pour le site web par soucis de sécurité des données et d'uniformisation avec le reste du groupe Orange, qui l'utilisait déjà. Pour que les données des différents mini-sites Orange cinéma séries soient aussi rapatriées par Webtrends, il m'a été demandé d'ajouter une portion de code spécifique au code de leur page d'accueil :

```
<!-- debut taggage webtrends -->
<script src="http://cinema-series.orange.fr/js/wtinit.js" type="text/javascript"></script>

<script src="http://cinema-series.orange.fr/js/wtbase.js" type="text/javascript"></script>
  <noscript>
    <img alt="" border="0" name="DCSIMG" width="1" height="1" src=
"http://sdc.francetelecom.com/dcsdi7o1t748kyg4zpwhstamw_8n3q/njs.gif?dcsuri=/nojavascript&
amp;WT.js=No&amp;WT.tv=8.0.2" />
  </noscript>
<!-- fin webtrends -->
```

À partir de là, le travail de récupération de données restait le même, avec les spécificités propre à Webtrends.

La page d'accueil de l'outil donne accès au nombre total de visites, au nombre de visiteurs et de visiteurs uniques. Le nombre de pages vues peut aussi être consulté, ainsi que le nombre moyen de pages par visites et les durées moyennes et médianes d'une visite. Contrairement à Analytics, Webtrends n'informe pas sur le pourcentage de rebond ou de nouvelle visite.
Le moteur de recherche par URL de page permet la même chose que sur l'outil de Google, et donc de trouver les chiffres correspondants aux visites des mini-sites.

En revanche, l'utilisation de Webtrends privant de la possibilité de récupérer les données de consommation des magazines, la création d'un nouvel outil a été lancée pour y parvenir.

En plus du travail mensuel, il était nécessaire que je consulte, chaque vendredi, les statistiques de consommation du magazine Ciné, séries & cie. Les chiffres devaient être relevés sur Google Analytics et via les vues sur Dailymotion, puis reportés sur un fichier texte, additionnés pour chaque édition. Avec la migration des données sur Webtrends et l'impossibilité d'y trouver ces chiffres, seules les vues de Dailymotion étaient prises en compte.

Bilan

Mon apprentissage chez Orange cinéma séries aura été l'occasion de nombreuses découvertes.

Savoirs et savoir-faire

J'y ai appris à communiquer autrement et vers différentes cibles : en utilisant Facebook, que je n'employais pas jusque lors, même à titre personnel.
L'expérience a conditionné mon rythme de travail pour l'adapter à celui de la télévision.

Savoir-être

Je me suis familiarisé avec l'organisation d'une grande structure, avec les différences relationnelles que cela implique, en comparaison de mes deux ans dans une PME.

Toujours par rapport à ma précédente expérience en apprentissage, j'ai appris à travailler en équipe pour réaliser la même mission.
J'entends par là que mon précédent poste était « chargé de communication », alors qu'aucun service de communication n'existait. Mon maître d'apprentissage, en tant que responsable marketing et commercial, puis directeur des ventes, m'a formé sur les tâches qu'il effectuait faute de poste en communication. Il m'a petit à petit accordé une autonomie, qui a fini par devenir presque totale.
Mon poste chez OCS a souvent requis une collaboration avec mon service et même des services annexes.

Conclusion

Je suis vraiment heureux d'avoir pu travailler dans les conditions qui m'ont été offertes cette année. Cela m'a permis d'avoir une base suffisante, un autre point de comparaison pour mes choix professionnels futurs, que ce soit au niveau de la taille de l'entreprise visée ou le type de fonctions. J'ai aussi pu faire le point sur mes acquis techniques et sur mon aptitude à m'intégrer dans des milieux professionnels différents.

Glossaire

Balise : balise HTML de division permettant la création de segment d'une page englobant divers autres balises.

Balise tableau (<table>) : balise permettant la création de tableaux. Elle était très utilisée pour structurer les pages de sites Internet.

Backoffice (BO) : la couche du site web invisible pour les utilisateurs, et qui sert à toutes les modifications.

Case : rendez-vous hebdomadaire sur une chaîne regroupant des films de genres communs.

Catchup : catchup TV ou télévision de rattrapage. Ce service permet de voir à la demande pendant un certain temps un programme qui a déjà été diffusé sur une chaîne.

HTML : langage dit « de marquage » qui permet la construction d'une page de site internet structurée grâce à des balises formatant le contenu.

heroZone : zone de mise en avant principale d'une page (carrousel du premier bloc d'une page).

Google Analytics : solution d'analyse d'audience Internet gratuite, fournie par Google.

Javascript : Langage de programmation utilisé dans la création de sites Internet, couplé au HTML, et permettant entre autres l'animation d'éléments et des fonctionnalités avancées.

Legacy : interface de la TV d'Orange disponible avec la précédente génération de LiveBox.

Mapping (balise map) : balise permettant de diviser une image en zones cliquables.

Mosaïque : grille de choix des chaines de la TV d'Orange sur l'interface utilisateur.

Navigateur : application logicielle servant à consulter des sites Internet.

New TV : interface de la TV d'Orange disponible avec les derniers modèles de LiveBox.

New York Plato TV : blog alimenté par un envoyé spécial d'OCS aux Etats-Unis.

Outlook : solution de messagerie électronique éditée par Microsoft.

Pictogramme CSA : symbole déterminant l'âge minimum conseillé pour le visionnage d'un programme (-10, -12, -16, -18).

Push : illustration visuelle de mise en avant d'un programme ou d'une thématique.

SVODO : Subscription Video On Demand Only, soit un service de vidéo disponibles uniquement à la demande, compris dans un abonnement.

Bibliographie

« L'habillage d'Orange cinéma séries primé à 2 reprises », Communiqué de presse du 14 mai 2009.

« Le mini-site consacré à The Walking Dead récompensé aux Promax Europe 2012 », Communiqué de presse du 29 mars 2012.

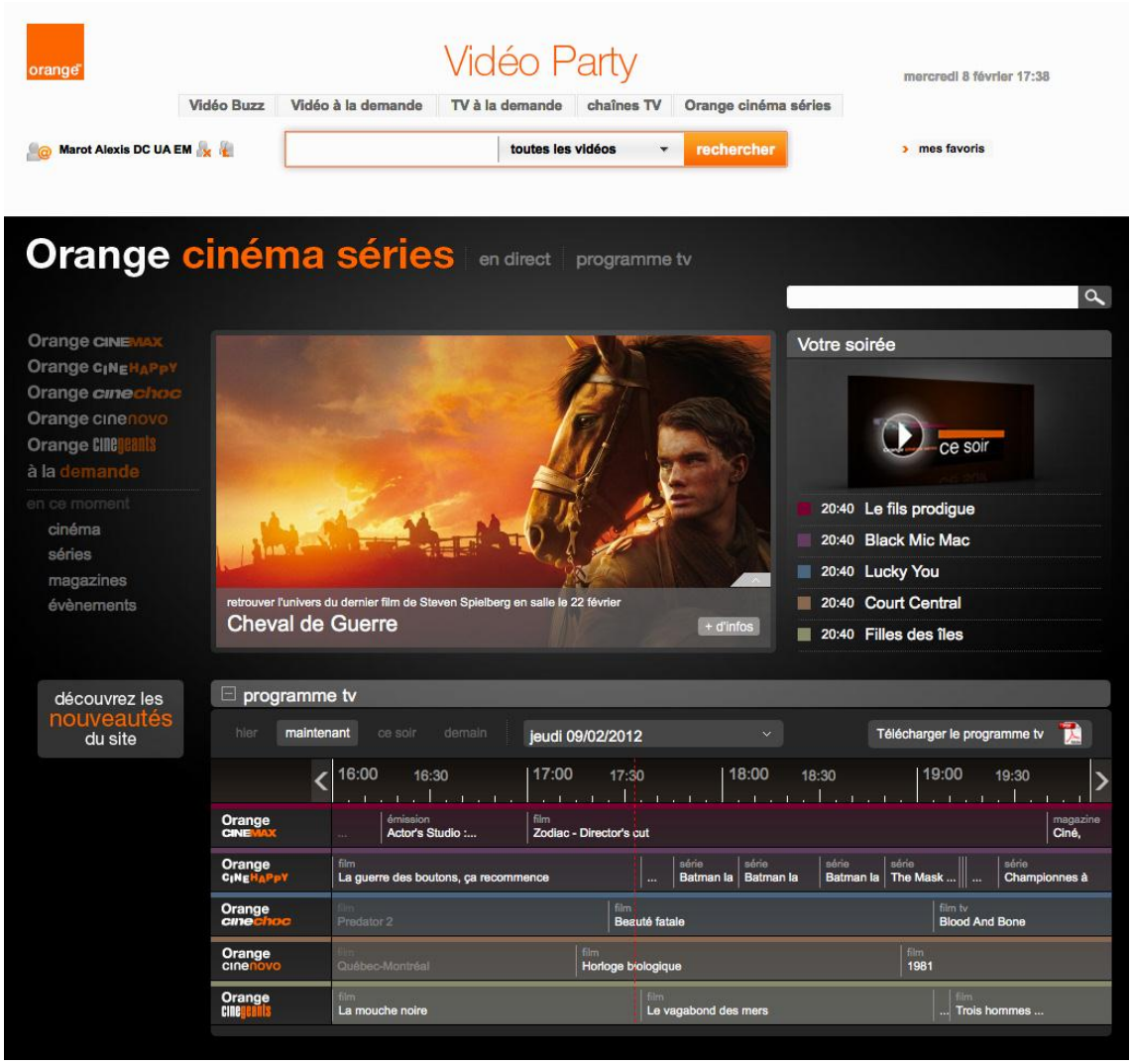
Webographie

http://orange-en-france.orange.fr/, Orange en France, « Le groupe », consulté le 26/08/2012.

http://cinema-series.orange.fr/offre/, Orange cinéma séries, « Découvrez l'offre Orange cinéma séries », consulté le 26/08/2012.

Annexes

Annexe 1 : Aperçu de l'ancienne version de Facebook

Annexe 2 : Aperçu d'une maquette partenariale intégrée sur la V1 du site pour validation

Annexe 3 : Aperçu d'un push partenarial intégré à la version 2 du site pour validation