

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

STAGE VOIX-OFF PUB TV/RADIO

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Être capable de maîtriser sa voix au micro pour atteindre les objectifs souhaités lors des séances d'enregistrements professionnelles publicitaires TV ou radio.

- Découvrir les spécificités du métier de comédien(ne) "voix-off" en publicité.
- Se familiariser avec l'environnement technique et humain du studio professionnel.
- Comprendre le déroulé stratégique d'une séance d'enregistrement et le rôle de chaque intervenant.
- Savoir cibler les points importants d'un message ou d'un texte publicitaire pour atteindre les objectifs souhaités.
- Acquérir de l'aisance au micro en condition d'enregistrement dirigé en temps réel.
- Apprendre à optimiser la rythmique de jeu et de placement du texte publicitaire à l'image.
- Maîtriser la justesse de ton et d'interprétation du message publicitaire narratif, produit, promo, signature et mentions légales.
- Élargir l'étendue de ses registres en configuration du jeu de comédie radio à plusieurs, dans différents rôles.
- Développer les points forts de sa personnalité vocale, ses capacités d'adaptation aux demandes spécifiques lors d'une séance.
- Travailler la précision, l'esthétique vocale, le sourire, la dynamique, les variations d'intention, l'accentuation de mots-clés.
- Se préparer au niveau d'exigence et d'endurance des enregistrements professionnels.

PUBLIC CONCERNÉ

- Comédiens • Acteurs • Journalistes • Artistes professionnels du spectacle.

PRÉ-REQUIS

- 2 ans d'expérience professionnelle.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

- 5 Jours - 40 heures • Horaires : 10h-13h / 14h-19h • Effectif de stagiaires prévu : 6-8 pers.

LIEU DE LA FORMATION

- 7 rue Audé 92 210 Saint-Cloud.

MOYENS TECHNIQUES

- Studio d'enregistrement sonore professionnel équipé.
- Cabines, micros, casques, écrans de contrôle, logiciels son, console de mixage.
- Supports audio-vidéo, textes et messages publicitaires sur papier.

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1-1 Découverte de l'environnement technique et humain du studio professionnel.

- *Le studio, la cabine, l'équipement, le matériel.*
- *Le positionnement au micro, les réglages, l'équilibre des niveaux, le retour au casque.*
- *Le vocabulaire, les expressions, les corrections et astuces, le calage, ce qu'il est possible de faire ou pas...*
- *Les différents supports audio-vidéo et formats publicitaires existants.*
- *Le fonctionnement interactif entre l'ingénieur du son et le comédien lors des enregistrements.*

1-2 Spécificités du métier de comédien(ne) "voix-off" en publicité.

- *Comprendre le déroulé stratégique d'une séance, le rôle de chaque intervenant, les attentes d'un client.*
- *Découvrir les situations auxquelles le comédien peut être confronté dans le cadre de son activité.*
- *Assimiler la logique d'articulation des structures et des contenus de textes publicitaires.*
- *Savoir identifier rapidement les points importants d'un message.*

1-3 Première approche de la voix au micro.

- *Enregistrement en lecture de textes publicitaires par les comédiens en alternance au micro.*
- *Travail sur l'écoute de la voix, l'identification du timbre et de la personnalité vocale de chacun au micro.*

1-4 Débriefing avec les stagiaires des acquis de la journée.

Jour 2-1 Maîtrise de la voix-off narrative publicitaire TV.

- *Travail sur la personnalité vocale, la justesse du ton et la fluidité de l'interprétation, les variations d'intention, de rythme et d'expression (sourire/droit) en fonction du « mood » du message ou de la scène sonore.*
- *Exercices d'enregistrements dirigés des comédiens en alternance au micro sur des spots narratifs publicitaires TV existants et diffusés, avec aide à la direction, écoute collective et analyse critique du travail de chacun au micro.*

2-2 Placement de la voix à l'image.

- *Travail sur l'articulation rythmique du placement de la voix à l'image et la fluence verbale adaptée en fonction du format demandé.*
- *Exercices d'enregistrements dirigés des comédiens en alternance au micro sur différents spots publicitaires TV existants et diffusés avec aide à la direction, écoute collective et analyse critique du travail de chacun au micro.*

2-3 Apprentissage de la voix in et off publicitaire TV.

- *Travail à l'image sur le jeu et le placement des textes en configuration d'enregistrement in (lips sync) et off.*
- *Exercices d'enregistrements des comédiens en alternance à plusieurs au micro dans différents rôles de comédies publicitaires TV existantes et diffusées avec aide à la direction lors de l'enregistrement, écoute collective et analyse critique du travail de chacun au micro.*

2-4 Débriefing personnalisé avec chaque stagiaire des acquis de la journée.

Jour 3-1 Parfaire l'identité vocale de la signature d'une marque.

- *Travail sur la mise en avant et la valorisation de sa personnalité vocale, de l'esthétique et de l'équilibre de la voix approprié pour atteindre avec précision l'objectif d'une signature idéale et créer l'identité d'une marque.*
- *Exercices d'enregistrements dirigés des comédiens en alternance au micro sur des signatures de marques publicitaires TV existantes et diffusées avec aide à la direction lors de l'enregistrement, écoute collective et analyse critique du travail de chacun au micro.*

3-2 Maîtrise du message publicitaire TV avec offre promotionnelle et signature du produit.

- *Travail sur l'ajustement vocal en fonction de la marque ou du produit, les dynamiques d'attaque de début de phrases, l'accentuation des mots-clés, la valorisation de l'offre et de la signature, l'accentuation du sourire, les césures et les pauses, la précision d'une intention et ses variantes possibles.*
- *Exercices d'enregistrements en temps réel dirigés des comédiens en alternance au micro sur des spots publicitaires TV existants et diffusés avec aide à la direction lors de l'enregistrement, dropping vocal, écoute collective et analyse critique du travail de chacun au micro.*

3-3 Débriefing personnalisé avec chaque stagiaire des acquis de la journée.

Jour 4-1 Le jeu de comédie publicitaire radio.

- *Travail sur la réciprocité de l'enregistrement à plusieurs, les variantes de ton et d'expression, d'humour et d'improvisation pour faire vivre des personnages et optimiser son potentiel créatif au micro.*
- *Exercices d'enregistrements accompagnés des comédiens dans différentes configurations de spots publicitaires radio, seul ou à plusieurs, dans différents rôles avec mises en scène sonores issues de campagnes existantes et diffusées avec aide à la direction, dropping vocal, écoute collective et critique du travail de chacun au micro.*

4-2 Mise en situation d'un enregistrement dirigé en temps réel.

- *Mise en situation des capacités réactives d'adaptation de chacun en configuration de simulation d'une vraie séance d'enregistrement publicitaire TV ou radio en temps réel.*
- *Exercices dirigés des comédiens en alternance au micro face à des demandes et des objectifs précis à atteindre.*
- *Travail sur la concentration, l'endurance et la pertinence des propositions.*
- *Réécoute collective des enregistrements en fin d'exercice et analyse critique du travail de chacun.*

4-3 Mise en situation d'un enregistrement libre en un temps défini.

- *Mise en situation d'exercice d'autogestion interactive des stagiaires à l'enregistrement en un temps défini de leur voix sur un film publicitaire TV ou spot radio imposé à chacun.*
- *Réécoute collective des enregistrements en fin d'exercice et analyse critique du travail de chacun.*

Jour 5-1 Maîtrise du message promotionnel radio et des mentions légales.

- *Travail et exercices en alternance au micro sur la dynamique d'attaque des débuts de phrase, l'équilibre rythmique du texte promo radio et la fluidité d'élocution des mentions légales issues de campagnes publicitaires radio avec direction, dropping vocal, écoute collective et analyse critique du travail.*

5-2 Intervenant comédien(ne) voix-off.

- *Questions-réponses avec l'intervenant sur la profession, informations pratiques et conseils utiles sur ce métier.*

5-3 Évaluation des aptitudes et des acquis du stage.

- *Les objectifs de fin de formation de l'ensemble du programme sont formulés à l'aide de la taxonomie de Bloom en conditions préalablement définies d'un enregistrement de simulation de séance publicitaire TV ou radio en temps réel au micro.*

- *Les moyens d'appréciation des résultats se font sous la forme d'une grille d'évaluation adaptée au programme et remise au stagiaire en fin d'évaluation.*

5-4 Appréciation des résultats d'évaluation et débriefing des acquis de chacun lors de sa semaine de formation.

PROFIL DES FORMATEURS

- Alexandre HERMET : Réalisateur son publicitaire.
- Jean-Luc FAUVEL : Réalisateur son publicitaire.
- Marie VINCENT : Comédienne, artiste-interprète voix-off.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Les journées du stage s'effectuent en groupe et dans leur intégralité en studio d'enregistrement sonore publicitaire avec ingénieurs du son et sont encadrées par des réalisateurs son publicitaires professionnels de ce métier.
- Elles se composent de cours théoriques et d'exercices d'enregistrements individuels dirigés et pratiqués en alternance au micro sur des campagnes de films et textes publicitaires TV ou spots radio existants et récemment diffusés.
- Chaque stagiaire reçoit les textes des messages publicitaires correspondants aux différents modules du programme et bénéficie d'un encadrement pédagogique suivi et adapté lors des enregistrements, d'une écoute et d'une analyse critique, ainsi que du suivi de ses acquis au micro.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Lors de la formation, le stagiaire est évalué de manière formative sous forme de divers exercices d'enregistrements dirigés au micro, les formateurs amènent le stagiaire à travers différents outils à se positionner sur son niveau actuel d'acquisition des connaissances. Ceci permet d'évaluer la progression du stagiaire à différents moments de la formation et éventuellement d'organiser et réajuster le travail d'apprentissage.
- En fin de formation les objectifs du stagiaire sont évalués sous forme de test sur l'ensemble du programme au micro en conditions préalablement définies et simulées d'une séance d'enregistrement publicitaire TV ou radio en temps réel et formulés à l'aide de la taxonomie de Bloom.
- Les moyens d'appréciation des résultats se font sous la forme d'une grille d'évaluation adaptée au programme et remise au stagiaire en fin d'évaluation.

Ce programme est téléchargeable et mis à jour sur le site de l'organisme de formation : www.lavoixpub.fr

LA VOIX PUB – 70 rue Joseph de Maistre
SIRET 821 339 231 00010 - N°A 11 75 55071 75 - NAF 8559A