

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

STAGE INTENSIF PRO PUB TV/RADIO

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Renforcer son niveau de compétence et son savoir-faire au micro pour atteindre les objectifs souhaités lors des séances professionnelles d'enregistrements publicitaires TV ou radio.

- Parfaire sa technique vocale au micro.
- Renforcer sa capacité d'adaptation aux demandes et exigences commerciales publicitaires.
- Optimiser ses compétences en conditions d'enregistrement en temps réel.
- Affiner sa créativité et la pertinence de ses propositions et mieux maîtriser sa prestation.
- Elargir ses capacités d'adaptation aux contraintes d'endurance des enregistrements répétitifs.
- Etendre son registre de précision de jeu dans diverses configurations d'enregistrement.
- Savoir mieux auto-évaluer ses points forts et ses points faibles.

PUBLIC CONCERNÉ

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

PRÉ-REQUIS

- 2 ans d'expérience professionnelle.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

- 3 Jours - 24 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 publicitaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1-1 Optimiser la justesse de compréhension du message publicitaire.

- *Travail sur l'expression et la mise en avant de sa personnalité vocale au micro, le souffle, les respirations, les césures et les pauses, les modulations de la voix pour trouver la justesse d'équilibre d'articulation globale d'un texte, la fluidité rythmique et dynamique de phrases longues avec valorisation de mots-clés.*
- *Exercices de mise en situation d'enregistrement des comédiens en alternance au micro sur des messages de films publicitaires TV récents et diffusés avec direction précise d'intention, écoute collective des enregistrements et analyse critique du travail de chacun au micro.*

1-2 Élargir ses capacités vocales pour trouver l'équilibre idéal d'une signature.

- *Travail sur la précision du ton de l'esthétique et la personnalité vocale, l'expressivité du timbre, l'emphase, les résonances, les variations d'intention et la justesse de l'équilibre dynamique idéal.*
- *Exercices de mise en situation d'enregistrement des comédiens en alternance au micro sur des messages signatures de marque ou de produits sur des films publicitaires récents et diffusés avec directions précises d'intention, écoute collective et analyse critique des enregistrements du travail de chacun au micro.*

1-3 Débriefing personnalisé de l'évolution des acquis de chacun des stagiaires lors de la journée.

Jour 2-1 Parfaire la dynamique et la fluidité du message promotionnel et mentions légales publicitaires.

- *Travail sur le renforcement de la dynamique d'attaque des phrases et de l'équilibre rythmique du texte promotionnel, la fluidité d'élocution, d'articulation et de compréhension des mentions légales.*
- *Exercices d'enregistrements dirigés des comédiens en alternance au micro sur des messages issus de campagnes publicitaires récentes et diffusées, avec aide à la direction, dropping vocal, écoute collective et analyse critique du travail.*

2-2 Renforcer ses capacités d'adaptation face aux exigences publicitaires et commerciales.

- *Travail sur l'ajustement des registres en fonction du produit ou des intentions du message d'une marque, la justesse de l'expression, la précision du placement de la voix à l'image, la pertinence des propositions, l'endurance des répétitions, la justesse d'équilibre de la voix d'appel, l'accentuation et la valorisation des mots-clés.*
- *Exercices de mise en situation des comédiens en alternance seul ou à plusieurs au micro dans différentes configurations de demandes et d'exigences techniques et vocales d'enregistrement voix-off à l'image sur des films complets avec signature, issus de campagnes publicitaires TV existantes et diffusées avec directions d'intention, écoute collective et analyse critique des enregistrements et du travail de chacun au micro.*

2-3 Débriefing personnalisé de l'évolution des acquis de chacun des stagiaires lors de la journée.

Jour 3-1 Maximiser son potentiel créatif de jeu de comédie au micro.

- *Travail sur la réciprocité de l'enregistrement à plusieurs au micro, les variantes créatives possibles de jeu, d'humour ou d'improvisation, la mise en valeur de sa voix en fonction du personnage sans perdre son identité vocale.*
- *Exercices dirigés des comédiens en alternance au micro face à des demandes et des objectifs précis à atteindre dans différentes configurations de spots publicitaires radio, seul ou à plusieurs, avec aide à la direction, dropping vocal, écoute collective et critique des enregistrements du travail de chacun au micro.*

3-2 Évaluation des compétences et des acquis en temps réel.

- *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 d'une séance d'enregistrement 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.*

3-3 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 sonores 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 de messages publicitaires correspondant 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 la 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