

MOTUS

9 MOIS APRÈS LE LANCEMENT

UN PROJET PORTÉ
PAR SENDERS PRODUCTION

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
FLASHBACK SUR LES 9 DERNIERS MOIS	4
MOTUS EN CHIFFRES	5
FINANCEMENT	6
COLLABORATIONS	6
CONCEPT PAR CONCEPT	7
CINEPOP	7
CINEVIEW	8
CINESTREET	9
CINESTORY	10
CINEOFF	11
CINES*X	12
CINEFRIP	13
EN APPRENDRE +	14

INTRODUCTION

Depuis avril 2021, Senders Production a travaillé jour et nuit pour ce projet : **MOTUS**

La création de ce média 100% digital portant principalement sur le cinéma fût un réel défi. Après 9 mois de production, en mars 2022 un lancement exceptionnel a permis, en quelques jours seulement, d'attirer l'attention des plus grands médias de la presse romande. Comme le journal *Le Temps* ou encore l'émission phare de la 1ère : *FORUM*. L'annonce a également marqué les esprits avec une intervention de plus de 15 minutes à *Couleur 3*.

Après un départ haut en couleur, le mois d'avril 2022 a vu les premières réelles difficultés s'ajouter.

Nous avons réussi cependant à les surmonter au prix de notre sueur et grâce à notre volonté de toujours mettre nos objectifs plus haut. Malheureusement, 25 jeunes très motivés, 26'000 CHF de soutiens et un public très dynamique n'ont pas suffi à éviter une situation très difficile à admettre; la majeure partie des formats préparés n'ont pas pu voir leurs épisodes diffusés dans les temps et pour certains un arrêt total de diffusion a même été imposé.

Comment en sommes-nous arrivés là?

Pourquoi ce média qui promettait du mouvement s'est vu être mis en pause?

Devons-nous encore y croire?

Voici les questions auxquelles le Comité de Senders Production ainsi que toute l'équipe de MOTUS ont dû faire face et auxquelles nous savons aujourd'hui répondre.

Notre public s'est toujours montré très engagé, notre équipe a su déplacer des montagnes malgré des semaines de cours très sollicitantes.

Des centaines d'heures se sont additionnées pour bâtir ce projet. Alors non, nous n'abandonnerons pas une bricole de l'ADN de MOTUS mais nous voulons mettre à la lumière les véritables problématiques auxquelles nous faisons face. Nous n'arrêtons pas de nous pencher sur chacune d'entre elles pour tenter de les résoudre, une à une, pas après pas.



FLASHBACK SUR LES 9 DERNIERS MOIS

MARS-MAI

Une fois le lancement effectué, de nombreux retours positifs ou constructifs nous sont parvenus. Les formats ont été repensés pour plaire au maximum. La plateforme Instagram a été la plaque tournante de toute notre communauté. Cependant, les premières difficultés apparaissent sur la post-production et la diffusion, suite à un manque de personnes assignées à ces rôles.

JUIN-AOÛT

Après 3 mois à 110%, la fatigue se fait ressentir et de nombreux nouveaux projets pour l'association Senders Production voient le jour. Ce qui nous a contraints à faire passer d'autres domaines que ceux liés à MOTUS en priorité. La couverture de la 75ème édition du Locarno Film Festival de la 21ème édition du NIFFF redonnent de la couleur pendant plusieurs semaines au vide laissé par l'arrêt de la diffusion de nombreux formats.

SEPTEMBRE-DÉCEMBRE

Le dernier format diffusé, CINEPOP, s'arrête début septembre. La couverture du Zurich Film Festival et de la journée Allianz du Cinéma, permettront entre la fin septembre et le début octobre de remonter à la surface le média. Mi-novembre, la volonté du Comité de Senders Production est claire: Démarrer dans les meilleurs délais une saison 2 de MOTUS basée sur le contenu non-diffusé de la saison 1 et de nouvelles créations. Les équipes se sont réorganisées pour mieux appréhender les problèmes rencontrés en 2022 et se préparent à revenir dès 2023!

MOTUS EN CHIFFRES

La plateforme Instagram a été le cœur battant du média, ses statistiques donnent donc un très bon aperçu de l'ensemble des plateformes utilisées (Instagram, YouTube et TikTok).

+DE 1200 ABONNÉS SUR INSTAGRAM

1 mois après le lancement, le nombre d'abonnés a grimpé jusqu'à 1'000 personnes et s'est stabilisé par la suite à + de 1200 abonné.es.

\$ 26'000 CHF DE SOUTIEN

Grâce à 8 organismes publics et privés, nous avons réussi à financer à + de 100% le projet, ce qui nous a permis un départ haut en couleur.

200 LIKES PAR PUBLICATION

Comparé à notre nombre d'abonnés, 15% du public like nos contenus, ce qui est un très bon chiffre puisque l'action "de liker" est de moins en moins courante et plus sélective.

4600 PERSONNES TOUCHÉES PAR LES VIDÉOS

Chaque vidéo a donc, en moyenne, touchée 4 fois plus de personnes que notre nombre d'abonnés. Avec un maximum atteint de 17'000 personnes pour la vidéo avec Thomas Wiesel.

25% NEUCH TEL et 10% GENÈVE ET LAUSANNE

Un quart de notre public est domicilié en ville de Neuchâtel, et 10% dans les 2 plus grandes villes de Suisse Romande (Genève et Lausanne). Le reste du public se répartit dans le canton de Neuchâtel et différentes villes de Suisse Romande.

68% DE 13 - 25 ANS

Comme nous le voulions, nous avons touché en majorité les 13 à 25 ans qui, pourtant, semblaient se désintéresser de la thématique du cinéma. Notre manière de présenter notre contenu n'a pour autant pas découragé les 25 à 45 ans de le visionner puisque cette tranche d'âge représente encore 25% du public.

UN PUBLIC PARITAIRE

Avec 54 % de public féminin et 46% de public masculin nous pouvons affirmer que notre contenu n'est pas sélectif en fonction du genre.

FINANCEMENT, 1ERE FOIS DANS TOUS LES DOMAINES

Nous avons ressenti un réel soutien et enthousiasme de la part de tous les sponsors et institutions officielles. Un total de 26'000 CHF a été trouvé réparti entre 8 organismes, dont deux de la ville de Neuchâtel.

Ce fût la première fois qu'un soutien d'intérêt "culturel" nous fût fait avec le soutien du département de la culture de la ville de Neuchâtel. Ce fût aussi la première fois qu'une entreprise privée (ello) devenait un sponsor pour l'un de nos projets. Pour la première fois, nous avons été soutenus par la Loterie Romande, ce qui montre le potentiel du projet en Suisse Romande et plus seulement sur Neuchâtel. Nous remercions chaleureusement toutes ces institutions, organismes et entreprises pour leur soutien de taille.



COLLABORATIONS, MOTUS EST OMNIPRÉSENT

Nous avons pu collaborer avec de nombreux festivals suisses de cinéma dont les plus importants tels que Vision du Réel (l'un des plus grands festivals de documentaire au Monde), le NIFFF (notre festival de coeur), le Zurich Film Festival, le Internationale Kurzfilmtage de Winterthur et surtout le plus grand festival suisse de film, Le Locarno Film Festival.

Ces collaborations nous ont poussés à être toujours plus professionnels et à montrer que nous pouvions nous fondre dans les règles du jeu de l'industrie du cinéma tout en affirmant notre vision et notre volonté d'apporter de la fraîcheur et du mouvement suite à la pandémie de la Covid-19.



CONCEPT PAR CONCEPT

CINEPOP

29 ÉPISODES DIFFUSÉS / L'actualité du cinéma chaque semaine.

HISTORIQUE

Ce format, présenté en partenariat avec ello, a eu quelques difficultés sur son démarrage dû au fait que nous ne pouvions pas tourner les premiers épisodes en avance puisqu'ils présentent l'actualité. Une fois le rythme trouvé, c'est le seul qui a continué d'être diffusé régulièrement durant 6 mois pour présenter un total de 29 épisodes présentant chacun un film.

ÉQUIPE

L'équipe lausannoise était composée de 3 jeunes qui ont pu mettre en place un tournus.

La principale difficulté était de garder ce rythme tout en diffusant des épisodes qualitatifs. Un des coéquipiers a laissé sa place fin août à une nouvelle lausannoise, Tamara Jovičić, qui rejoint donc Margaux Praplan et Serena Impalà.

AVENIR

Ce format a permis de prendre part à 4 festivals internationaux et d'offrir de nombreux tickets aux jeunes comme lors du NIFFF, plus de 15 séances distribuées. Notre but pour l'avenir de ce format est de pouvoir permettre à tous les membres de l'association Senders Production de présenter un épisode. Cela permettra de décharger l'équipe de ce format pour lui permettre de présenter dans de nouvelles vidéos, les sorties en salle et les critiques du public après une séance au cinéma.

LE SAVIEZ-VOUS?

Alors que Thomas Wiesel affirmait ses bons goûts en déclarant dans CINEVIEW que son thé froid Migros préféré était celui au citron, le compte officiel de la Migros a déclaré que leur préféré était : pêche!



CONCEPT PAR CONCEPT

CINEVIEW

6 ÉPISODES (DE +10') DIFFUSÉS / Interview d'une personnalité sur le thème du cinéma.

HISTORIQUE

Dès le début de ce format, nous voulions faire passer le montage en priorité. Pour cela nous avons engagé un monteur professionnel, ayant entre autres exercé à la RTS, dans le but d'avoir la garantie, avant le lancement du projet, que les épisodes nous plaisaient et pouvaient être diffusés. Malheureusement notre collaboration s'est ternie dû à des retards de livraison des épisodes montés ce qui a empêché la diffusion dans les temps d'un certain nombre d'épisodes. La diffusion s'est arrêtée depuis 6 mois, alors que 8 épisodes tournés attendent d'être diffusés.

L'ÉQUIPE

Une nouvelle membre, Alice Clottu, rejoint l'équipe pour promouvoir au mieux les épisodes. Nathan Mironneau continuera de présenter les interviews en pouvant compter sur l'aide de Basile Schläfli lors de l'écriture et la réalisation.

AVENIR

Nous avons beaucoup réfléchi au format même pour le rendre plus attractif. Trois nouvelles interviews ont été construites avec beaucoup plus de liberté et avec l'envie de faire vivre un moment particulier à l'invité.e comme au public. Nous voulons nous pencher maintenant sur l'étape de diffusion des épisodes pour mettre en avant le contenu déjà préparé.

LE SAVIEZ-VOUS?

On vous a menti! La définition du mot "MOTUS" vient bien du latin et signifie bien "mouvement". Il était inscrit dans notre dossiers de présentation que nous nous étions trompés, mais la vie réserve des surprises.



CONCEPT PAR CONCEPT

CINESTREET

16 ÉPISODES DIFFUSÉS / Micro-trottoirs et autres concepts originaux.

HISTORIQUE

Ce concept a plutôt bien débuté avec un grand nombre d'idées originales.

Nous nous sommes rendus compte que nos monteur-euses n'arrivaient pas à suivre le rythme de diffusion. Il a donc dû être mis en pause.

Nous avons un total de plus de 60 micro-trottoirs tournés mais seulement 16 diffusés.

Suite à ce constat, nous avons lancé une campagne de recrutement focalisée spécialement sur les monteur-euses et avons trouvé plus de 10 personnes qui commencent dès maintenant à monter les micro-trottoirs mis en stand by.

ÉQUIPE

L'équipe est constituée de Chloé Loichot, qui s'occupe de la co-écriture et de la caméra sur le tournage.

Le présentateur principal, Luca Grieco, est un jeune Lausannois vivace et passionné par les micro-trottoirs.

Une autre présentatrice, Dyuke Constantin, s'ajoutera peut-être au concept par la suite.

AVENIR

Ce format ne manque pas de nouvelles idées et d'innovations, mais souffre de la masse de travail demandée aux monteur-euses. C'est pourquoi, dès à présent un tournus est constitué afin de pouvoir monter et diffuser les épisodes et pour que le format puisse évoluer.

LE SAVIEZ-VOUS?

Des inscriptions MOTUS, de nombreux tags (autorisés) et plus de 400 nains rouges ont envahi les rues de Neuchâtel en mars 2022. Ce qui a permis, très vite, d'ancrer MOTUS dans l'esprit du public et d'attirer sa curiosité.



CONCEPT PAR CONCEPT

CINESTORY

3 ÉPISODES DIFFUSÉS / Un grand-père nous présente 6 facettes de l'histoire du cinéma.

HISTORIQUE

Les épisodes de ce format ont impressionné le public par leur qualité, obtenue grâce aux longues heures de recherche, d'écriture et de tournage de son équipe. Malgré de bons retours, un manque de visibilité s'est fait ressentir sur la plateforme de diffusion des épisodes, YouTube. Ceci a engendré un arrêt de la diffusion de la suite des épisodes, dû aussi à des difficultés sur la transmission de fichiers lourds en volumes.

ÉQUIPE

Le format s'est construit grâce à 4 Vaudois déterminés. Adrien Equey avait pris les rênes de l'écriture, les réalisateur-rices ont suivi le format durant toutes les étapes de créations. Gabriel La Framboise a, depuis les Etats-Unis, continué la post-production des différents épisodes.

AVENIR

Pour promouvoir au mieux les 6 épisodes de plus de 5 minutes du format, l'équipe a décidé de monter pour la plateforme TikTok des vidéos plus courtes à la base de celles plus longues. Cela permettra de toucher un plus large public qui pourrait ensuite être redirigé sur YouTube.

LE SAVIEZ-VOUS?

Les épisodes de CINESTORY sont montés depuis les Etats-Unis! Même plus de 6'300 km ne suffisent pas pour ne pas continuer de travailler avec nos coéquipier-ères. Gabriel La Framboise est en voyage linguistique durant une année jusqu'en juillet 2023 et son attachement pour MOTUS reste pourtant fort.



CONCEPT PAR CONCEPT

CINEOFF

4 ÉPISODES (de 15') EN PRODUCTION / On découvre les backstages d'un film.

HISTORIQUE

Après avoir tourné les 4 épisodes de plus de 20 minutes partout en Suisse, nous avons voulu lancer le montage. Le monteur de CINEVIEW étant encore sur le montage des épisodes de cet autre format, il n'a pas pu se pencher sur ce travail, et malgré plusieurs tentatives avec d'autres monteur-euses de Neuchâtel nous n'avons pas réussi à trouver la bonne personne. Nous avons donc lancé nos propres monteur-euses, qui se sont beaucoup formés entre-temps, sur le montage de ce mastodonte.

ÉQUIPE

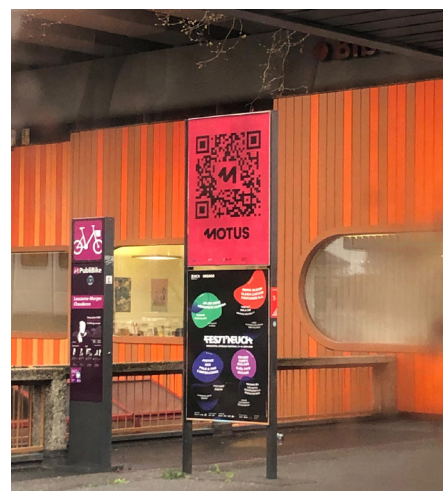
Maël Bürki assisté de Basile Rais mènent à bien la réalisation de ce format. Maël co-présente le format avec Yloann Wyss, qui a pour la première fois autant voyagé en Suisse et en train, le projet a été, comme beaucoup une aventure remplie de "premières fois".

AVENIR

Une fois la répartition des rushs effectuée, le montage sera lancé auprès des différents monteur-euses de Senders Production. L'équipe de CINEOFF quant à elle, se prépare à créer des petits contenus supplémentaires pour promouvoir au mieux les vidéos principales.

LE SAVIEZ-VOUS?

Le grand-père de CINESTORY, Jeanjo, était un ancien professeur! Alors aucun problème pour lui de passer plus d'une semaine enfermé dans une salle de cinéma avec des jeunes.



CONCEPT PAR CONCEPT

CINES*X

5 ÉPISODES (de 2') EN PRODUCTION / Un thème d'identité ou de sexualité tiré de films est exploré avec humour.

HISTORIQUE

Ce format a été imaginé sur la base d'une blague pour le 1er avril. Il a finalement donné vie à un format en partenariat avec *Santé Sexuelle Suisse*. Notre but est de créer des vidéos divertissantes sur des sujets en lien avec la sexualité ou l'identité, dans le but d'aider à briser certains tabous. Différents personnages sont incarnés dans ces épisodes scénarisés afin d'aborder ces thématiques sur un ton humoristique et décalé. Les tournages ont été réalisés mi-août et le montage est en train de débiter.

ÉQUIPE

Ces chroniques ont été co-écrites et co-réalisées par Basile Rais et Amandine Moreau. Différents membres de Senders Production ont joué des rôles des épisodes. Ameer Neffati a pris en main le travail lié à la post-production des épisodes

AVENIR

Ce format sera publié dès la reprise de la diffusion du contenu de MOTUS et n'a pas forcément de suite prévue après les 5 épisodes déjà tournés. Ces épisodes seront reliés à la BD créée par *Santé Sexuelle Suisse*.

LE SAVIEZ-VOUS?

A l'occasion des 40 ans de Couleur 3, nous leur avons offert 40 litres de thé froid Migros lors de notre passage dans leur émission Saucisse 9.



CONCEPT PAR CONCEPT

CINEFRIPE

EN PRODUCTION / Dans une friperie, des jeunes doivent s'inspirer de l'univers d'un film pour créer la meilleure tenue.

HISTORIQUE

Un membre de l'équipe très attaché à l'univers des friperies et ayant envie de créer un pont entre ce monde et celui du cinéma, a proposé ce format court: des jeunes se retrouvent dans une friperie et doivent créer une tenue en fonction d'un film. Ce format nous permet de créer du contenu supplémentaire pour TikTok en proposant un format plus adapté à la rapidité de cette plateforme.

ÉQUIPE

Dilovan Tejel présente avec ses ami-es le format monté par Julien Humair, un monteur genevois.



EN APPRENDRE +



motus-media.ch



[instagram.com/_motus_](https://www.instagram.com/_motus_)



[youtube.com/c/MOTUSch](https://www.youtube.com/c/MOTUSch)

