

Oéh tv

La Comète, un patrimoine à conserver ?
Quelle histoire ? Quel avenir ?

Rapport D'activité

Classe à Projet Artistique Globalisé

Réalisé par la classe de première
Bac professionnel Hôtellerie du

Lycée Professionnel Etienne Oehmichen

Châlons en Champagne
(Octobre 2008 à avril 2009)

Réalisation : Emission de télévision

Equipe pédagogique :

Rachel SANCHEZ : professeure d'Arts Appliqués

Jean-Marie DUQUENOIS : responsable du projet,
professeur de Lettres Histoire-Géographie

Isabelle Bigot : professeure documentaliste

Raphaël LEMAIRE : vidéaste



1. Les objectifs du projet

Organisation d'une rencontre sur le modèle d'une émission télévisée entre les élèves et différents acteurs de la vie publique chalonnaise.

transdisciplinaire / éducation civique juridique et sociale

En particulier le 2^{ème} thème du programme : « L'exercice de la citoyenneté et les devoirs du citoyen ». L'objectif est de sensibiliser les élèves au fonctionnement de la cité, comprendre qui prends les décisions, par quels moyens et dans quelles mesures. Rencontrer les acteurs de la ville, ceux qui conçoivent les plans de développement et de rénovation du patrimoine et des quartiers à travers la rénovation de la Rive Gauche. Etre citoyen dans la cité, « apte à recevoir, s'exprimer ou critiquer », ouvrir un dialogue avec les élus. Organiser un débat en s'appuyant sur des éléments scientifiques, des arguments et des exemples découverts dans d'autres villes.

information-documentation niveau première Bac Pro

Mettre en œuvre une stratégie de recherche (répertorier les différentes ressources documentaires et les différents outils de recherche)

Utiliser les outils de recherche (logiciel documentaire)

Collecter l'information (consulter, trier les documents, prendre les références et extraire l'information pertinente)

Réaliser une production documentaire (présentation des ouvrages sur le thème du patrimoine industriel de Châlons en Champagne disponibles au CDI)

Histoire

En relation avec la première partie du programme de première Bac. Pro. sur le fait industriel : « L'évolution du travail et ses conséquences dans le monde industriel depuis le milieu du XIX siècle ». Etre capable de situer l'histoire industrielle de la ville dans le contexte globale de l'évolution en France et en Europe de l'industrialisation de 1850 à nos jours. Découvrir l'histoire industrielle du site de *la Comète* de la création de la maison de champagne au début du XIX^e siècle à la fermeture de la brasserie dans les années 80.

Découverte des ressources aux archives départementales et communales et parcours urbain avenue de Paris. Rencontre d'un ancien cadre de la brasserie.

Géographie

L'élève doit être capable de situer et de définir l'espace et les fonctions urbaines, de comprendre les enjeux de la rénovation d'un quartier et les spécificités territoriales de la ville.

🔗 Arts Appliqués

CAPACITES : Identifier les liens existant entre Arts Appliqués et les différents types de production artistique,

ATTITUDE : curiosité et esprit d'ouverture ; Intérêt à décrypter la diversité de son environnement.

CONNAISSANCES : essor de formes nouvelles, nouveaux habillages dans le paysage télévisuel français (ex : le nouvel habillage de la chaîne Arte)

🔗 Communication visuelle

Réalisation de l'identité visuelle d'un journal télévisé, repérer les éléments constituant d'un habillage télévisuel, son organisation. Formuler des Hypothèses et des propositions visuelles en prolongement des notions abordées lors des phases d'investigation. En réponse à une demande précise lier la création d'une identité visuelle : cohérence graphique entre le logo générique, bandeau d'information... S'adapter au thème de l'émission.

Le prétexte étant la création d'un journal télévisé qui propose une édition spéciale sur un bâtiment faisant parti du patrimoine local.

Prévoir un habillage efficace lisible et un décor pour le plateau qui ne perturbe pas l'émission. Le concept décliné par la communication visuelle étant « y a-t-il un avenir pour ce bâtiment ? »

🔗 Histoire de l'Art

Toujours dans l'objectif de sensibiliser : découverte de différents projets qui réunissent architecture du 19^{ième} et architecture contemporaine (ex: le musée d'Orsay...).

Les débuts de l'architecture moderne, l'influence de l'industrie sur les techniques de constructions, comprendre pour savoir apprécier le patrimoine industriel.

"Approfondissement d'une culture artistique personnel".

🔗 Communication visuelle et graphique

Concevoir une identité visuelle, réalisation de l'habillage d'une émission type journal télévisé. Penser une cohérence graphique, décliner un concept pour réaliser un habillage télévisuel. « Développer la créativité à travers le processus de découverte, d'expression et de communication propre à une activité plasticienne ».

🔗 Français

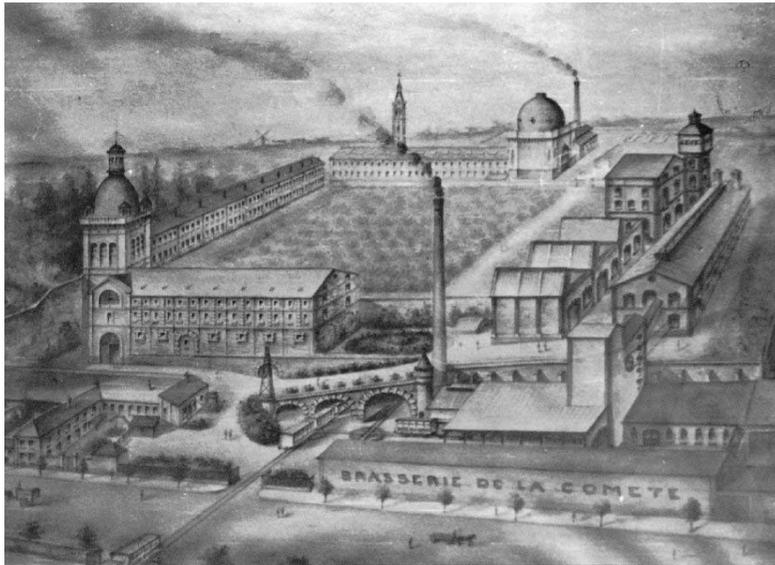
« Développer les compétences de communication (savoir dialoguer, exprimer sa pensée, comprendre un message, le reformuler...) communes à l'ensemble des disciplines scolaires et à la vie professionnelle ou sociale ».

Etre capable d'écouter, d'exposer et de transmettre un discours. Savoir interviewer quelqu'un, de la préparation à la réalisation, trier les éléments de réponse et les replacer dans un contexte. Participer à l'organisation et la réalisation d'une émission de télévision sur un plateau.

Construire un message, être capable de le présenter, de le transmettre.

2. Présentation de l'Œuvre de référence pour l'ensemble du projet :

Le site industriel de *La Comète* à Châlons en Champagne

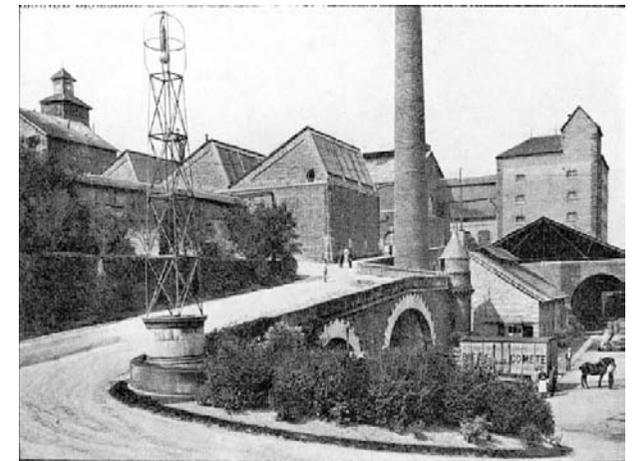


Document 1 : la brasserie à la fin du 19^{ème} siècle

Les brasseries industrielles de Champagne

On peut affirmer que le grand développement de la brasserie en Champagne, principalement à Reims et à Châlons, vient de la grande crise viticole de la fin du XIX^e siècle. La bière, boisson de substitution temporaire, s'est transformée rapidement en boisson de remplacement avec la crise du phylloxéra. Mais ce n'est pas la seule raison. La Champagne, qui amorçait à l'époque sa mutation agricole et qui proposait ainsi des quantités importantes d'orge, était idéalement positionnée à côté du premier marché de la bière : Paris et la région parisienne. La première expérience, qui s'est soldée par un échec provisoire, fut tentée en 1869 à Châlons par le brasseur autrichien Dreher, qui souhaitait profiter de cette proximité et du passage de la ligne de chemin de fer de Paris à Strasbourg (inaugurée en 1851) pour inonder le marché parisien. La guerre de 1870 mit un terme définitif à son projet, mais non à son idée. C'est en effet au même endroit que fut créée en 1882 la Brasserie de la Comète. Cette tentative fut la bonne puisque l'installation de Châlons devint une des plus importantes brasseries françaises à la tête d'un des plus grands groupes nationaux, avant de disparaître.

La dynamique était lancée et l'exemple allait rapidement être suivi : la bière pouvait être brassée en Champagne et les Champenois pouvaient devenir, pourquoi pas, des consommateurs de bière. C'est donc surtout dans le but d'approvisionner le marché local que furent créées les grandes brasseries rémoises, de taille industrielle, pratiquant toutes la fermentation basse : Sicambre (1880), Veith (1890) et XX^e Siècle (1900). D'autres brasseries dites « régionales » se développèrent en même temps, pour un marché essentiellement de proximité, à Troyes, Humes, Joinville... Par contre, la brasserie du Fort-Carré à Saint-Dizier et la Brasserie de la Comète visaient aussi ce qu'on appelait alors l'« exportation », c'est-à-dire la vente à l'extérieur de la région. La production annuelle des brasseries régionales dépassait souvent les 10 à 20 000 hl celle des grandes brasseries industrielles était supérieure à 100 000 hl et atteignit même, pour la Comète, 1 000 000 hl. Nous sommes en présence ici de brasseries à l'architecture industrielle typique, fonctionnelle, voire esthétique.



Document 2 : CPA de la brasserie, début du 20^{ème} siècle

La Comète à Châlons

La Grande Société française de distillation, malteries et brasseries voit le jour à Paris en 1882. Elle rachète le site de la propriété de Jacquesson, soit environ 13 ha de l'ancienne maison de champagne qui a fait faillite mais dont les constructions et surtout les 8 km de caves sont toujours utilisables. La construction de l'usine commence aussitôt et dure deux ans, au terme desquels les bâtiments spécifiques sont opérationnels : brasserie, malterie (installée dans l'ancien pavillon colonial de l'Exposition universelle de 1878), magasins et distillerie. L'équipement, sur des plans de la firme Diesel, est des plus modernes, le maltage et le touraillage, automatisés. Il s'agit de produire des bières variées de première qualité, comparables et même supérieures aux bières allemandes, surtout celles de Munich. Les bières portent d'abord le nom commercial de la Comète, puis en 1928 apparaît le nom la Slavia, bière plus luxueuse, vendue dans le monde entier.

En 1920, une nouvelle salle de brassage est construite sur les plans de l'entreprise de ciment armé Demay de Reims. Le soutirage est agrandi en 1928 une nouvelle chaufferie est construite en 1949, une nouvelle cave de fermentation en 1960.

L'objectif est de ravitailler Paris et sa banlieue. Entre les deux guerres, l'entreprise possède pratiquement le monopole de la distribution des cafés dans la région parisienne, mais aussi dans le Nord et la Picardie. La production, modeste et stagnante jusque vers 1900, augmente ensuite de façon spectaculaire mais avec de forts à-coups, du fait des secousses économiques du XX^e siècle. Après 1945, il n'y a plus que quatre brasseries dans la Marne.



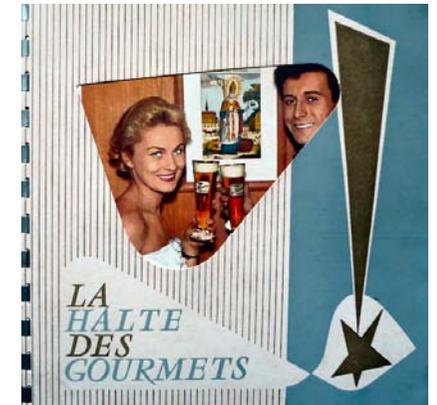
Document 4 : La tour de la distillerie et la brasserie, 2006

Pour contrer ces handicaps, les directions successives modernisent l'équipement mais pratiquent aussi une politique d'expansion en rachetant d'autres brasseries que l'on ferme sitôt rachetées.

La fin de La Comète

Après 1945, de nouvelles habitudes apparaissent dans le monde de la brasserie : essor de marques commerciales comme la 33 Export ou la 33 Extra Dry, multiplication des formes de publicité, création des entrepôts dans les grandes villes, remplacement des fûts par des bouteilles, développement des exportations vers l'Afrique, l'Asie ou l'Amérique du Nord. La modernisation s'accélère encore dans les années 1960 (bière sans alcool, bouchon à vis), obligeant les brasseries à rester compétitives face à une concurrence acharnée.

Le personnel de la brasserie est demeuré au cours des décennies relativement stable, avec une forte majorité d'hommes, de 180 à 375 (le maximum en 1962), environ un dixième de femmes (13 femmes en 1951 sur 200 employés), le recours aux emplois saisonniers, surtout entre mai et juillet et une grande diversité de métiers, dont la majorité est peu qualifiée. La Grande Société est à son tour victime de la politique de fusion et de rachat, en 1968-1969, pour finalement être incorporée en 1984 au groupe Sogebra, filiale d'Heineken. La brasserie châlonnaise, qui n'est plus compétitive, est fermée en 1986. A cette date, 173 personnes y travaillaient encore. »



Document 3 : Livret publicitaire, Brasserie de la Comète, 1856

La Comète à Châlons in
Atlas du patrimoine industriel de Champagne-Ardenne
sous la direction de G. Dorel-Ferré,
Scérén / CRDP 2005,
pages 76-77

3. Les étapes de la réalisation

1. Arts Appliqués : Etude et réalisation de l'habillage d'une chaîne de télévision, d'un journal, logos, intervention du texte dans l'image. Le plateau et son décor tout ces éléments formant l'identité visuelle de l'émission. Prendre en compte un concept et l'exprimer graphiquement. Les élèves travaillent à partir des documents ci-dessous.

Analyse de la demande introduction du thème

Grâce aux documents en déduire les éléments qui constituent un habillage télévisuel

Quel sont les éléments fixes et comprendre la place de chacun.

Analysez la structure de l'écran, en schématisant sa composition à différent moment de l'émission.



Différents exemple de projets

Projet d'habillage Ruedi Baur

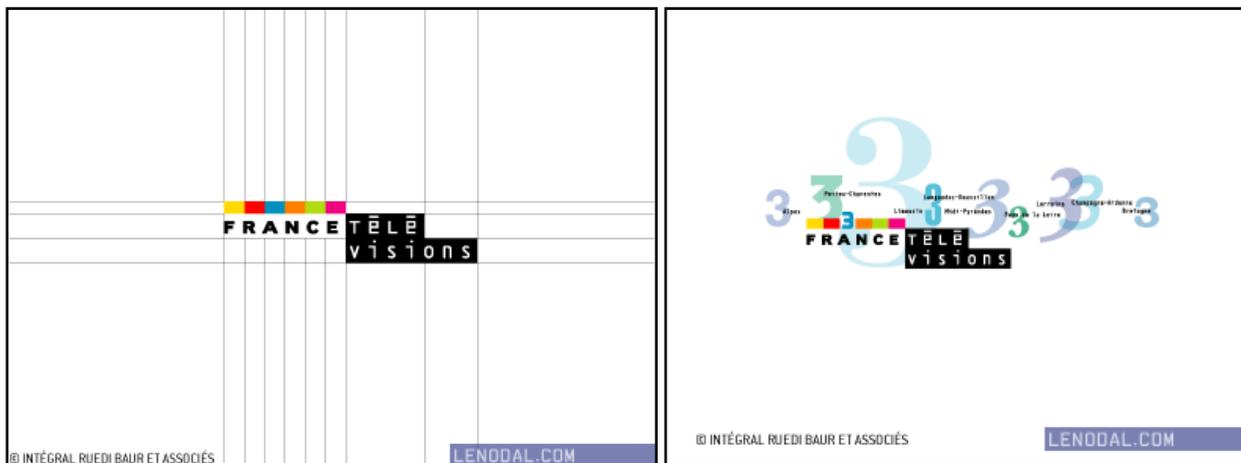
À quelques jours du changement d'habillage de France télévisions, lenodal.com vous propose de découvrir le projet élaboré en 2001 par l'équipe d'Intégral Ruedi Baur & associés.

Une identité visuelle retenue vaut la mise à l'écart de plusieurs autres, quand bien même certaines ne soient pas dénuées du moindre intérêt. Bien au contraire ! Il en va du projet élaboré par Intégral Ruedi Baur & associés, agence graphique franco-suisse de renommée internationale.

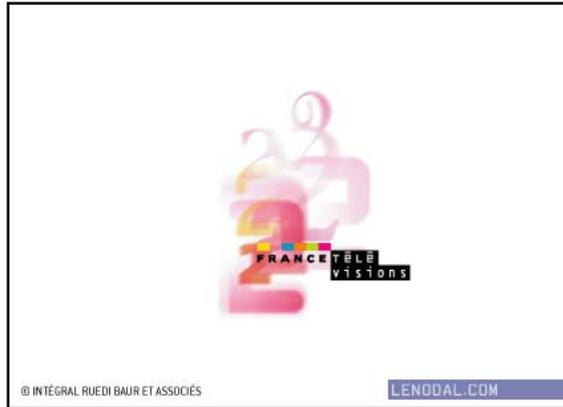


C'est dans une volonté de renforcement de son image et de la cohésion entre ses composantes que le groupe France Télévisions réalise en 2001 un appel à projet. L'issue en est connue depuis 2002.

Ruedi Baur, avec la complicité de Grégory Chatonsky répondent à la demande en créant un langage visuel riche et novateur, « même si au niveau visuel bien du travail aurait encore été nécessaire » nous confie le graphiste.



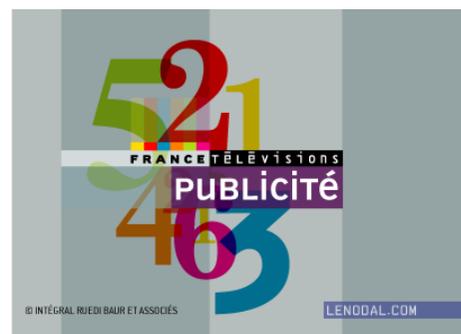
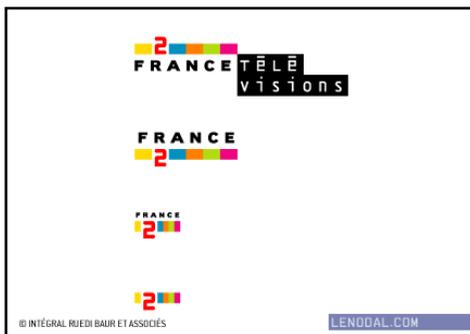
L'étude pourrait être résumée par l'interrogation de Chatonsky : « Comment dérégler la notion même de programme télévisuel en produisant un flux ? » Avec pour trame une mire en perpétuel mouvement, l'outil informatique prend une place prépondérante et ses possibilités d'alors renforcent la volonté d'apporter une richesse visuelle et une visibilité de chaque chaîne.



Deux strates peuvent ainsi être remarquées. La première montrant la signature et une information écrite ; la seconde consistant en un enrichissement et une variabilité avec une image en mouvement et une idée de profondeur. Ceci se voit notamment dans les génériques antennes, créés en direct à partir d'un flux permanent et mis à l'antenne l'espace de quelques secondes. Cette technique (identique à celle de feu le globe du 20h de France 2) permet de ne jamais avoir le même déroulé durant un jour minimum.

« Ce travail m'intéresse parce qu'il aborde et retourne d'une certaine manière la question importante des conséquences visuelles des programmes informatiques. Nous avons choisi ici de considérer l'identité visuelle comme un programme informatique générant de la forme » ajoute Ruedi Baur.

Cette identité évolutive est poussée à l'extrême. Elle prévoit notamment la création d'un programme à installer sur l'ensemble des ordinateurs de France Télévisions permettant la production et la mise en page aléatoires de courriers en fonction des déclinaisons antennes.



Peut-être trop complexe à mettre en place, cette proposition n'est pas retenue par le jury. Certains principes de ce travail sont repris à la Cité Internationale universitaire de Paris, comme par exemple le logiciel informatique permettant des effets aléatoires.

Le nouveau design à l'antenne

Un habillage plus coloré et plus direct, plus proche du téléspectateur ! Créé par l'agence munichoise Luxlotusliner et produit en haute définition, le nouveau design d'ARTE veut renforcer les liens affectifs entre la chaîne et son public à partir d'une nouvelle **déclinaison visuelle des valeurs essentielles d'ARTE** : ouverture, respect, chaleur. Il sera à l'antenne dès le 6 septembre 2008.



En termes d'habillage, cette exigence s'est traduite par la redéfinition de l'un des éléments visuels les plus marquants d'ARTE, l'inclinaison à quatre degrés. Cet angle, utilisé jusqu'ici sous la forme d'une bande en deux dimensions, a été transformé en cartouche et a gagné du relief. Cet espace tridimensionnel coloré offre désormais un support d'informations au public et vient littéralement à sa rencontre.



Les idents d'ARTE mettent à l'honneur un élément essentiel : **la dimension humaine**. Celle-ci est illustrée à travers des portraits en gros plan de personnes de tous les âges et de toutes origines. Ces séquences sans artifices expriment, de façon sobre et nuancée, toutes les formes d'émotions humaines. Observer les visages offre un instant de contemplation, permet de lâcher prise et de s'ouvrir à ce qui va suivre.



2. Français : rechercher et présenter des informations / Recherche au CDI sur le thème « patrimoine industriel » - présentation par les élèves à l'oral et en groupe de ce qui est disponible.

Faire le point sur la recherche documentaire au CDI

Présenter un document à l'oral – s'adresser à un auditoire en adaptant la forme et le contenu.

Présenter une courte bibliographie.

3. ECJS : Le patrimoine quels enjeux / définir la notion de patrimoine – recherche en salle multimédia (à quelles échelles ? les obligations ? les classements ? ...)

Débat : Pourquoi protéger et conserver ?

4. Histoire-Géographie : Parcours urbain – La rive Gauche, le site de la Comète.

Les élèves disposent des documents suivants : une chronologie et une gravure ancienne (cf. page 5)

Pour l'histoire du site nous nous appuyons sur un DVD précédemment réalisé en 2007 par la précédente promotion de Bac Pro hôtellerie (cadre d'une classe à PAC) : « La comète 2007, du passé au présent ».

5. Arts-Appliqués : Découverte de la vidéo - initiation à la vidéo manipulation technique et observation. Exercices de mise en scène pour se préparer à l'interview.

6. ECJS : Découverte des archives départementales – les ressources sur le patrimoine Rive Gauche – les enjeux de la conservation. Les archives municipales : l'eau et l'industrie à travers la lecture d'un plan.

7. Français : l'interview / construction du texte, des questions, des réponses – Être journaliste.

Travail à partir de l'interview d'Emilie Renard sur le site [evene.fr](http://www.evene.fr)

(<http://www.evene.fr/arts/actualite/interview-emilie-renard-madame-baronne-suites-baroques-506.php>)

8. Français : Invitations et rencontre avec les intervenants du débat : M. Gangloff (ancien



Parcours urbain, sur le site de la Comète



Découverte et apprentissage de la vidéo



cadre de La Comète), M. Doucet adjoint au Maire de Châlons. Préparation de la rencontre, rédaction des questions.

9. Transdisciplinaire : Rencontre/interview filmée d'une ancienne habitante du site de « La Comète »

Manipulation de la caméra – prise de son

Diriger l'interview / enchaîner les questions.



10. Français – L'organisation d'une émission de télévision – Etude et séquençage d'un numéro de l'émission « C dans l'air ». retrouver le filage de l'émission, la construction et l'évolution de l'information.

La place du journaliste/interviewer.



11. Transdisciplinaire : Voyage à Paris pour assister à l'enregistrement de l'émission de Canal Plus « le grand journal ». Le coût du voyage est pris en charge par l'établissement. Découverte d'un plateau de télévision et du tournage d'une émission en direct. Au retour étude du filage de l'émission (document ci-dessous)

LE GRAND JOURNAL CANAL+		MARDI 3 FEVRIER 2009		EMMISSION 111 (861)		PATRICK DEVEDJIAN	
Réalisateur : P. Ratié		CHRISTOPHE ET MARTINE BECK		MICHEL DESJOYAUX		OASIS (LIVE)	
Assistants real: Sabes et Lisa		MICHÉL DESJOYAUX		ANIMATEUR PLATEAU : S. STAELENS		CHRONIQUEURS ARIANE MASSENET JEAN-MICHEL APHATIE ALI BADDOU YANN BARTHES PAULINE LEFEVRE MOULOUD ACHOUR	
Scriptes: V. Lepage		MICHÉL DESJOYAUX		ANIMATEUR PLATEAU : S. STAELENS		OASIS (LIVE)	
SEQ	HORAIRE	CUMUL	SOURCE	CONTENU	SON	OBS	DUREE
1	19:07:27	00:00:00	AIR 3	GENÉRIQUE DÉBUT LE GRAND JOURNAL DE CANAL+	MIXE	LE GRAND JOURNAL DE CANAL + MICHEL, ARIANE, JEAN MICHEL ET ALI	00:00:12
2	19:07:39	00:00:12	PLATEAU	BONJOUR SOMMAIRE			00:00:30
3	19:08:09	00:00:42	PLATEAU	ENTREE PATRICK DEVEDJIAN	ZIK	MUR	00:00:20
4	19:08:29	00:01:02	PLATEAU + LSH	ITV PATRICK DEVEDJIAN MINISTRE CHARGÉ DE LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE RELANCE	OFFS + MIXES	* MIXE PETITE QUESTION BRUNO DONNET * BT PRESSE POUR ECRAN (16/9) * ANIM SONDAGE Français RELANCE CONFIANCE * ANIM CHOMAGE * OFF FILLON A LYON * BT FILLON * OFF FILLON ILLUSTRE * OFF SARKOZY * OFF SARKOZY ILLUSTRE * BT SARKOZY * OFF OBAMA * BT OBAMA	00:08:30
5	19:16:59	00:09:32	AIR 3	COMING NEXT	MIXE		00:00:20
6	19:17:19	00:09:52	FINALE	PUBLICITE 1	FINALE		00:03:27



12. Transdisciplinaire : Rencontre/interview filmée d'un habitant de la Rive Gauche, travaillant dans le milieu associatif et culturel.
 Manipulation de la caméra – prise de son
 Diriger l'interview / enchaîner les questions.

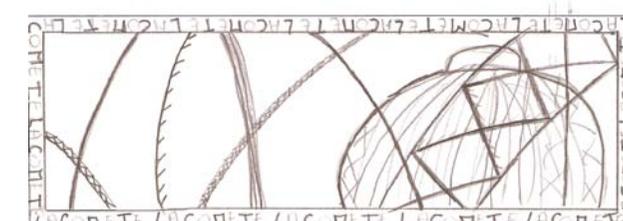
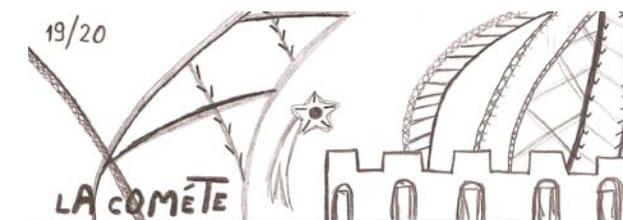
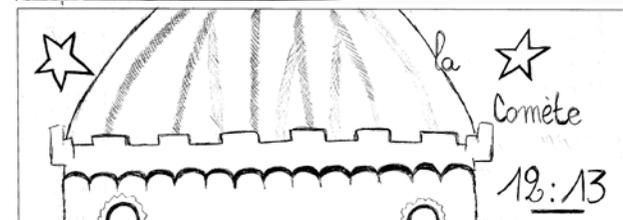
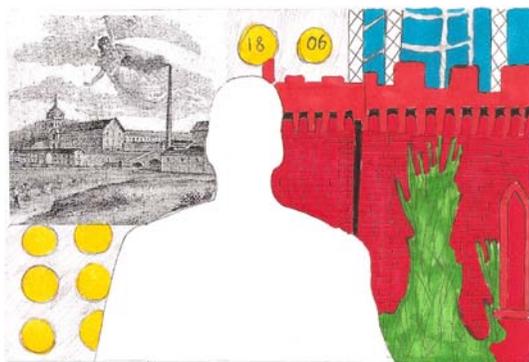
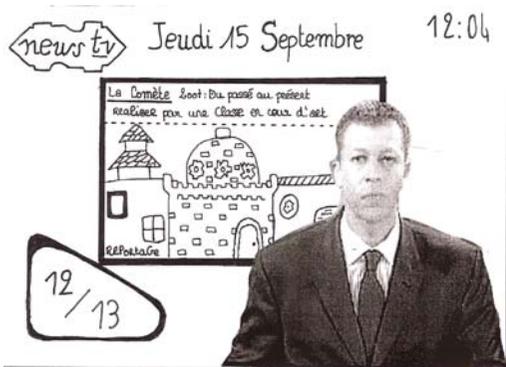


13. Français : Le séquençage, organisation de l'émission, rédaction des interviews. A partir du document Canal+, construction du filage de l'émission (page ci-dessous)

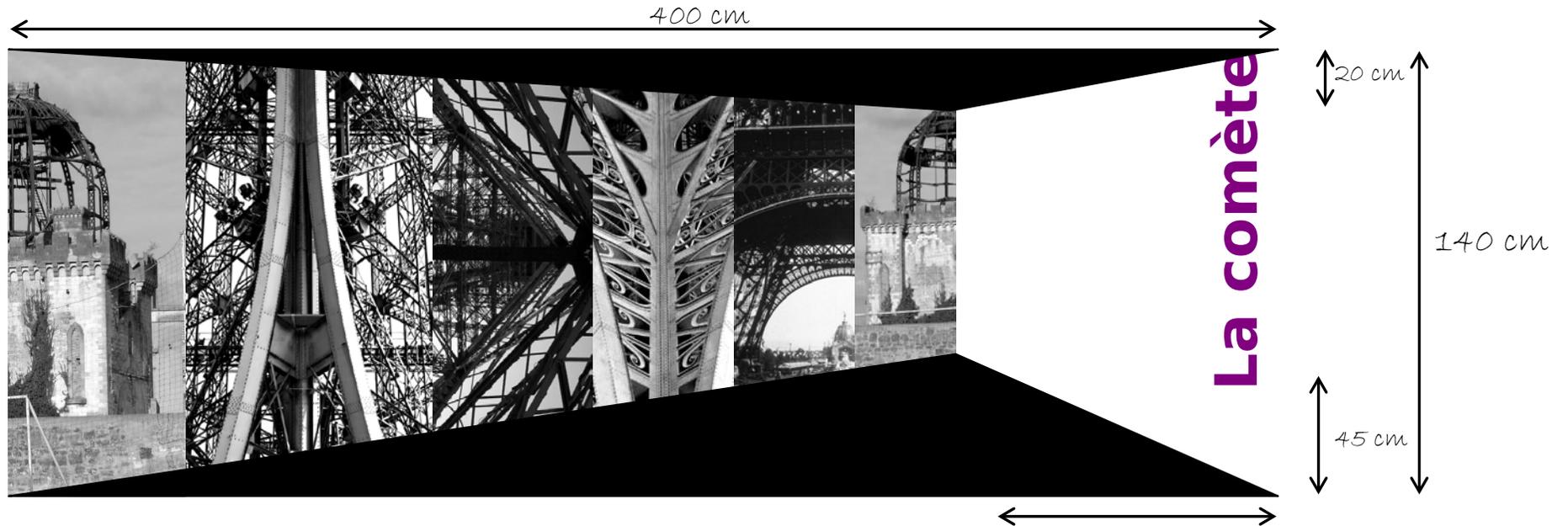
1BPh JT <u>OehTV</u>		Mardi 10 mars 2009		
Réalisateur : Johnny Person		CLAUDE GANGLOFF		CHRONIQUEURS Yoann Bouyer Pascal Vasseur Brian Vasconcelos
Assistants réal : Pierre et maxime		RENE DOUCET		
Scripte : Camille				
Animateur plateau : Romain - Maxime				
Incrustation : logo de la chaine				
SEQ	CONTENU	OBS	Durée	QUESTIONS
1	Générique	Balayage du plateau Incrustation : logo - titre ...+ thème musicale Sur le plateau : attitude droite et sourire, regard camera	00:15	
2	Introduction	Présentateurs : Yoann et Brian 2 plans serrés Regard camera	00:30	Thème de l'émission <i>Bonjour bienvenue sur <u>OehTV</u>, à l'émission 1BPHJT</i> Présentation du thème : <i>Aujourd'hui nous allons parler de l'avenir de la comète.</i> Présentation du sujet <i>Actuellement la comète est une friche en plein cœur de Chalons. A l'origine il y avait sur ce site la maison de champagne <u>Jacquesson</u>. Rachetée en 1882 pour devenir une brasserie. Au XXème siècle la comète est devenue une des principales brasseries du Nord Est de la</i>

14. Arts Appliqués : Réalisation du plateau, décor, préparation technique de l'émission.

Travaux d'élèves en cours D'Arts Appliqués – Recherche du décor



Différentes étapes graphiques du projet : recherches communes et travaux d'élèves



Décor de fond du plateau

Synthèse réalisée à partir du travail de toute la classe projet commun après concertation.

Choix graphiques :

Le noir et blanc le blanc pour les images permet au décor de ne pas prendre le dessus sur les invités et les présentateurs.

La perspective commence par le dôme de la comète et fini en miroir par la même image du dôme en symétrie.

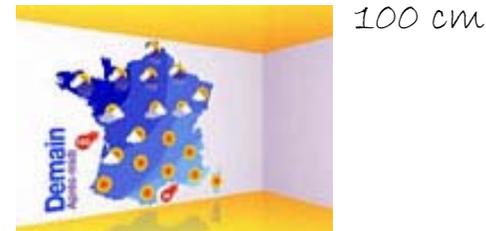
La perspective est le symbole de l'avenir, puisque l'émission pose la question de l'avenir de cette friche industrielle.

Les décors illustrent donc le concept de l'émission.

Entre ces deux images : des gros plans de structure métallique réalisée par Gustave Eiffel (comme la halle classée faisant partie de la friche industrielle de la comète).

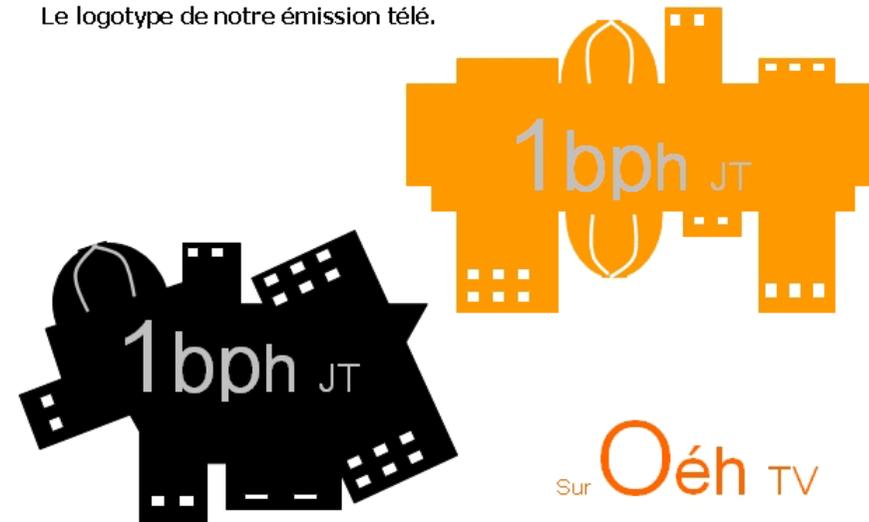
La taille des images de structure métalliques se réduit au fur et à mesure pour accentuer la perspective.

Utilisation comme référence de l'habillage graphique de M6.





Le logotype de notre émission télé.



Voici les premières images sur lesquelles les élèves ont réagi afin de définir un projet commun pour notre identité visuelle. Synthèse réalisée par l'enseignant à partir des recherches des élèves. Pour le résultat final je vous renvoie à notre DVD.

15. Transdisciplinaire : Débat filmé (dans le CDI)

16. montage par les professeurs

17. Habillage de l'émission (générique...)



4. Les Bilans

Bilan pédagogique par l'équipe d'enseignants

Ce projet nous a permis de travailler sur de nombreuses notions et capacités. Il est très intéressant de travailler en équipe et de pouvoir se retrouver ensemble devant et avec les élèves.

Une majeure partie de la classe a adhéré à ce projet et a fourni un travail considérable.

Il est dommage qu'aux archives les élèves n'aient pas pu voir un document (affiche par exemple) réel lié à la brasserie de *la comète*, même si la visite du fond départemental fut riche et intéressante.

Pour notre projet, le voyage à Paris, pour voir une émission de télévision en direct, était d'un réel intérêt pédagogique. L'équipe de Canal+ a réservé un bon accueil à nos élèves, essentiel pour comprendre le séquençage d'une émission.

L'enregistrement de l'émission s'est déroulé dans un temps assez court, avec une grande concentration.

La conception et la réalisation du décor, du logo et des animations génériques permet un travail riche et fécond entre les arts-Appliqués et le Français.

Au final l'émission est également très intéressante du point de vue du géographe : il est question du territoire urbain, de sa valorisation et du rôle des élus et des citoyens.

Ce projet permet aussi de changer l'ambiance dans une classe où en septembre l'entente n'était pas acquise.

Bilan artistique par l'équipe artistique intervenante

Bonne implication des élèves et adhésion au projet. Les élèves sont volontaires, ils jouent le jeu. La réalisation de l'émission est un moment fort où chacun trouve sa place.

Je suis intervenu sur ce projet vidéo mois de Janvier 2009. J'ai constaté que le projet avait des buts et des objectifs bien définis, mais également qu'un gros travail d'écriture de la part des élèves et des professeurs avait été fait en amont. Dans ce cadre j'ai pu librement aborder la théorie et la pratique du cinéma et de la télévision. Le projet était ambitieux mais a tenu ses promesses grâce à bon investissement de tous. Le tournage s'est déroulé dans une ambiance travailleuse et détendue, de même pour le montage. La partie technique du tournage, à savoir le son et l'image, a suscité des intérêts particuliers chez les élèves.

Bilan par les élèves

18 élèves ont répondu à un questionnaire

Sans surprise ils plébiscitent le voyage à Paris et la découverte du tournage de l'émission « Le grand journal » ; mais, dans une même proportion, ils ont apprécié la réalisation de l'émission, le jour du tournage en particulier parce qu'ils étaient les « acteurs » et qu'ils maîtrisaient le déroulement.

Le parcours urbains et la découverte de Châlons en Champagne (le site de la brasserie mais aussi les archives départementales) sont également cités par les élèves à la fois pour remarquer la découverte du patrimoine de la ville et le contexte historique.

Ils évoquent également la mobilisation de la classe et la réalisation du décor comme des moments forts.



Merci

Aux personnes interviewées, Mme Yvonnet, M. Sebki, M. Gangloff et M. Doucet

Au vidéaste, M. Lemaire

Au club musique de M. Ardinat

Aux documentalistes, Melle Bigot, Mme Lagler

Projet réalisé au Lycée Professionnel Etienne Oehmichen

par les élèves de première Bac Pro Hôtellerie
et leurs enseignants, Melle Sanchez, Melle Bigot et M. Duquénois
mai 2009