



**CULTURE
NUMERIQUE
ET
ENTREPRENEURIAT
MEDIA**

**R A P P O R T D ' A C T I V I T É
2 0 1 9 / 2 0 2 1**

SOMMAIRE

03 CONTEXTE	12 QUELQUES MOTS SUR LES PROJETS RETENUS
04 MISSION	15 FEEDBACKS
05 CONTENU DU PROGRAMME	16 PILOTE.MEDIA : 4 ^E EDITIONS: BLOCKCHAIN & MEDIAS (Printemps 2022)
06 OUTILS ET MÉTHODES	17 CONSORTIUM
09 PARTENARIATS	18 FINANCEMENT
10 DONNÉES CHIFFRÉES	
11 PROJETS, IMPACT ET SUCCÈS	

NOTRE RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021.

En trois éditions, le programme Pilote.Media a permis à 48 entrepreneur.euse.s, âgé.e.s de 18 à 64 ans, de découvrir et de mettre en pratique des méthodes d'innovation rapide, de lancer leurs projets et de nouer de nouveaux partenariats au sein du secteur des médias.

En les accompagnant, en ligne et hors ligne, Pilote.Media offre à ses entrepreneur.euse.s un cadre et un environnement propice à l'émergence d'une nouvelle génération de producteur.rice.s de contenus, citoyen.ne.s responsables, reflets de la diversité et des enjeux de notre société, acteur.rice.s de changements dans l'univers des médias.

CONTEXTE

Initié en 2018, le programme Pilote.Media, porté par le consortium lab.davanac (Damien Van Achter) - Ovation.co (David Valentiny, Laurent Mikolajack) - Engine, a accueilli sa première escadrille en mars 2019. Ce programme répond à la large problématique du **nécessaire renouvellement des médias à l'ère numérique**. Depuis 15 ans, le numérique bouscule tous les systèmes et les modèles qui sous-tendaient l'activité économique du siècle dernier. La granularité et la finesse de la compréhension des comportements des individus connectés permises par le numérique a fait évoluer sans retour possible en arrière la manière de concevoir, développer, vendre et consommer la quasi-totalité des services et des produits que nous connaissons. Les processus d'innovation eux-mêmes ont changé, augmentant la vitesse et forçant l'agilité, sous peine de littéralement disparaître.

Tous les secteurs sont impactés profondément par cette nouvelle culture qui percole désormais en permanence vers l'ensemble des tissus sociaux, redéfinissant les rapports de force et déplaçant les centres de gravité, notamment vers les plateformes transnationales qui, à défaut d'être neutres idéologiquement, ont fait muter durablement les relations que les individus entretiennent entre eux, leur permettant d'acheter, de discuter, de vendre, d'apprendre, d'échanger, de construire et de se mettre en projet à l'échelle de la planète. Le secteur des médias ne fait pas exception. Il fut même, historiquement, l'un des premiers à subir de plein front cette évolution.

De nouveaux modèles économiques, en particulier construits sur la publicité, ont connu une telle explosion que quantité de nouveaux profils se sont engouffrés et ont phagocyté voire asphyxié les acteurs existants. Beaucoup d'entre eux n'ont pas eu d'autres choix que de réduire les coûts et donc **restructurer leur masse salariale**. Que ce soit aux USA ou en Europe, les chiffres ne trompent pas.

À cette crise du modèle économique s'est ajoutée une crise de la confiance. Grâce aux accélérations technologiques et à la possibilité de se rapprocher au plus près de leurs clients-audiences, les marques sont devenues elles aussi « médias », produisant des contenus audiovisuels et multimédia d'une qualité comparable voire supérieure à celle des télévisions et des journaux. Ceux-ci voient s'ajouter au challenge d'assurer leur transition vers le numérique celui d'une désintermédiation au profit d'acteurs dont le bien commun, « l'Information », ne constitue à priori pas la raison d'être. La prolifération des « fake news » et le confinement des individus au sein de leur bulle informationnelle sont deux conséquences directes de ces évolutions technologiques (les



algorithmes), économiques et politiques (propagande pro et contra). Cet état de fait, global et planétaire, s'applique évidemment aussi bien aux entreprises « historiquement médias » que « nouvellement médias » actives en Wallonie et à Bruxelles, quels que soient leurs modes de financement.

Durant deux éditions, les professionnel.le.s que nous avons accompagné.e.s ont témoigné ardemment de leurs **difficultés à repenser le secteur des médias, à le réinventer et, bien souvent, à trouver une place au sein de cet écosystème en perpétuelle réinvention.**

MISSION

LES INTENTIONS DU CONSORTIUM :

➤ Proposer un **environnement propice** pour venir **tester des idées, des formats, des histoires à raconter, afin de créer du Média, et pas forcément un média, en ouvrant ce processus à toute la Francophonie.**

➤ Le cursus proposé a pour vocation d'attirer des **post-gradués.e.s** et des **professionnel.le.s**¹ venant aussi bien de Belgique que de toute la Francophonie, en profitant pleinement des **effets de réseaux** auxquels les membres du consortium appartiennent déjà de par leurs activités à l'échelle **locale, régionale et internationale**. À ce titre, les connexions avec d'autres cursus du même type permettent de faire rayonner au maximum **les talents** et les projets qui ont intégré le cursus.

➤ Les outils, inspirés de la méthodologie Lean Startup, assurent un cadre de travail évolutif et itératif, dans un **contexte d'apprentissage porteur**. L'association « média » et « démarche entrepreneuriale » est intimement liée à notre volonté de **placer les pilotes aux commandes de leur projet média et, au-delà, de leur carrière.**



CONTENU DU PROGRAMME

CONCRÈTEMENT, LE PROGRAMME EST DIVISÉ EN TROIS TEMPS :

- Mise en avant des soft skills de chacun. Découverte des modèles d'affaires spécifiques au secteur des industries culturelles et créatives (ICC).
- Étape de production et de développement du projet Média. Mise en activité « entrepreneuriale » et construction des « prototypes ».
- Découverte du marketing éditorial. Étape de diffusion et analyse de données. Mise en relation avec les autres programmes d'accompagnement (incubation, "scale-up", etc. en francophonie)

Le programme que nous offrons se doit de déployer des expertises diverses et d'embrasser des secteurs extrêmement variés (business model spécifique, culture graphique et numérique, architecture web, typologie d'audiences, blockchain, web3, intelligence artificielle, etc.).

Nous rassemblons dès lors différents acteurs afin de proposer un programme répondant à un maximum de ces enjeux. Durant tout le programme, l'accompagnement alterne donc les rencontres inspirantes, les workshops plus pratiques et les « mises à distance » des projets, en proposant des sessions de travail ancrées dans un contexte différent (rencontre avec Unlock Protocol, Médor, Binge Audio, la RTBF, la RTS à Genève, La Foire du Livre de Bruxelles, MaTélé, LN24, Le Pavillon, La Grand Poste, etc.).

Notons encore que chaque candidat est accompagné (collectivement et individuellement) dans son processus de construction de projet par une équipe de coachs expérimentés, entrepreneurs aguerris et rompus aux méthodologies Lean Startup et à l'univers des médias.

Le programme complet des deux années est disponible en pièce jointe. Nous pouvons brièvement citer quelques **interventions largement appréciées** :

Luc de Brabandère (philosophe d'entreprise), Julien Genestoux (développeur web3), Dominique Mangiatordi (ØPP Startup Studio), Jean Abbiatucci (bulletin.fr)
 Emilie Dehan (Warner), Nicolas Kayser-Bril (journaliste et développeur), Daphna Krygier (Creatis), Catherine Joie (journaliste indépendante), Toon Vanagt (data.be), Lionel Dricot (futurologue), Valérie Kinzounza (journaliste indépendante), Virginie Civrais (START'Invest), Eric Scherrer (France Télévision), Ralph Vankrinkelveldt, (Movietown.be), Julien Neuville (Nouvelles écoutes), Anne-Sophie Novel (Les médias, le monde et moi), Ezra Eeman (EBU Head of Digital), Dylan Bourgeois (IA et média, EPFL Genève), Philippe Couve (Samsa.fr), Xavier Damman (OpenCollective), Joan Roels (We Tell Stories), Quentin Noirfalisse (Medor), Sylvain Parasio (MédiaLab, Sciences Po, Paris), Gaël Hurlimann (journaliste indépendant), Valentin Pringuay (Terra Incognita)...



Outils et Méthodes

LE LEAN STARTUP

Le Lean Startup est une méthode qui permet de démarrer un projet de manière pragmatique, avec un minimum d'investissement au départ. L'idée ? Imaginer le concept, le tester auprès de quelques utilisateurs, valider ou non les hypothèses que l'on avait initialement posées, puis faire d'autres hypothèses pour faire évoluer le produit ou le service que l'on compte proposer. Cette approche permet, in fine, de fournir au consommateur un produit ou un service qui répond réellement à ses besoins. Cette approche a été conceptualisée par Eric Ries, un entrepreneur américain, et est utilisée dans de nombreux programmes d'accompagnement à l'entrepreneuriat, en Belgique et en Europe.



CRISE SANITAIRE ET PLATEFORMISATION DU PROGRAMME

Crise sanitaire oblige, les éditions 2 et 3 du programme se sont entièrement déroulées en ligne. Afin de conserver l'approche Lean qui fait la spécificité du programme, et afin de rester cohérent dans la philosophie de travail que nous proposons aux participants, Pilote.Media s'est adapté à cette contrainte en utilisant les mêmes plateformes que celles utilisées par les entreprises et startups médias pour communiquer, travailler et innover à distance (Discord, Zoom, Teamflow, Miro, Twitch, Dropbox, etc.

Afin de maintenir une culture de groupe forte et continuer à tisser des liens entre les différentes escadrilles, des rencontres IRL ont également été organisées avec les alumnis, ainsi qu'un Demo Day "en présentiel" (dans le respect des règles sanitaires en vigueur) pour les pitches des projets, au terme du programme.

LE JOURNALISM CANVAS

Issu de l'expérience des coaches de Pilote.Media, cet outil réalise un pont entre l'univers entrepreneuriale et celui du journalisme. Il permet de tirer le meilleur des méthodologies « lean » (cf. ci-dessus) et de les mettre au service de projets à forte valeur ajoutée d'un point de vue sociétal, dans une dynamique de « services aux publics » et d'engagement citoyen, tout en ne négligeant pas l'aspect économique. Cette méthodologie permet en effet aux porteurs de projets de faire des choix qui alignent leurs intentions éditoriales avec le(s) mode(s) de financement adéquats, allant du non-profit et sans but lucratif jusqu'à la constitution d'une société et au pacte d'actionnaires, en passant par le subventionnement, le crowdfunding, les différentes formes de prêts, etc.

PHÉNOMÈNE	PROPOSITION DE VALEUR	AUDIENCES
<ul style="list-style-type: none"> » Quel est votre problème ? » Qui est concerné ? » Chiffres / Faits » Sources Directes/Indirectes 	<ul style="list-style-type: none"> » Pourquoi ? » Pourquoi maintenant ? » Quel angle ? » Quel(s) challenge(s) ? » Quelle valeur ajoutée ? 	<ul style="list-style-type: none"> » Quel(s) public(s) cible(s) ? » Quel(s) « Early Adopters » ? » Quel(s) client(s) ? » Quelle(s) expérience(s) utilisateur ?

STORYTELLING

- » Quel(s) contenu(s) ?
- » Quand ?
- » Quel(s) support(s) ?
- » Quelles stratégies de marketing éditorial ?

STRUCTURE DE COÛTS	IMPACT	STRUCTURE DE REVENUS
<ul style="list-style-type: none"> » Matériel ? » Transports ? » Catering ? » Hébergements ? » Développements ? » Graphisme / Design ? 	<ul style="list-style-type: none"> » Quels indices de performance ? » Qualitatif (engagement) / Quantitatif (metrics) ? » Quel impact société / politique ? 	<ul style="list-style-type: none"> » Médias ? » Crowdfunding / Paywall ? » Sponsors publics / privés ? » Événements / produits dérivés ?

Learn Journalism Canvas is adapted from Business Model Canvas & Learn Canvas and is licenced under the Creative Commons Attribution-Share-Alike 3.0 - ported License. Created by @davanac.

ACCESSIBILITE & INTERNATIONALISATION

La « plateformisation » du programme a entraîné plusieurs aspects positifs qu'il nous semble intéressant de souligner. De la contrainte est née une série d'opportunités que nous avons pu saisir, parmi lesquelles :

- Une accessibilité au programme à l'ensemble de la Francophonie ;
- Une plus grande individualisation dans l'accompagnement ;
- Une plus forte autonomie et, a fortiori, une mise en action plus rapide des participants ;
- Une mise à disposition complète et en replay de toutes les sessions théoriques et l'essentiel des keynotes et masterclass des expert.e.s invité.e.s ; Enfin, il est à noter que des candidat.e.s qui avaient été retenu.e.s lors de la sélection initiale, mais qui avaient été contraint.e.s de décliner leur participation car les autorités fédérales belges leur avaient refusé l'octroi d'un visa (Aché Attimer, du Sénégal; Mohammed Attoui, du Maroc; Patrick Kahondwa de RDC Congo), ont pu in fine participer à Pilote.Media grâce à la mise en ligne de l'intégralité du programme.

Notre intuition est qu'il n'y aura pas de "retour à la normale" et que le programme se déclinera désormais pour l'essentiel en distanciel, tout en conservant des moments forts de rencontres IRL, afin d'enrichir et de développer la communauté des Pilotes, notamment via des Q&A et des retours d'expériences avec les alumnis.



PARTENARIATS

Au cours de deux années, les partenariats se sont multipliés et diversifiés :

- RTBF
- RTS
- LN24
- MaTélé
- Binge Audio
- Foire du Livre
- La Grand Poste
- Le Pavillon
- Charleroi Airport
- Live Magazine
- Story Tailor
- Flint Media
- Le Lambermont 140
- Media +1
- l'IHECS
- l'EFJ
- Be Code
- ...

Ces partenaires nous ont apporté un soutien en termes de matériel, de logistique, d'expertise, de communication ou encore en nous faisant profiter de leur réseau.

Enfin, afin d'assurer au programme une plus grande visibilité en Francophonie, nous avons amorcé les premiers contacts avec l'OIF.



DONNÉES CHIFFRÉES



CANDIDATURES REÇUES

228

#1 2019 56

#2 2020 74

#2 2021 98



CANDIDAT.E.S SÉLECTIONNÉ.E.S

48

#1 2019 18

#2 2020 14

#2 2021 16



EQUIPE ORGANISATRICE



1
coordinatrice



2
coachs média



3
coachsLean



40
expert.e.s

33 femmes 15 hommes

31 ANS
DE MOYENNE D'ÂGE (de 18 ans à 69 ans)

32 Belges
10 Françaises
(dont 1 Caraïbe)

1 Marocain
1 Sénégalaise
1 Congolais

1 Suisse
1 Burundais
1 Camerounais

31
indépendant.e.s

6
étudiantes

7
salariée

4
sans-emploi



QUELQUES MOTS SUR LES PROJETS RETENUS

Caroline : Comédienne, fascinée par les nouvelles technologies, Caroline met sa voix à profit pour raconter et faire raconter des histoires inspirantes par des personnalités impliquées dans la vie de leur communauté.

Catherine : Journaliste au Soir puis rédactrice en chef de 24h01, Catherine est très intéressée par le journalisme d'investigation. Elle propose aujourd'hui une nouvelle approche du journalisme collaboratif.

Charlène : Avec une belle expérience en presse écrite et en agence digitale, Charlène offre une vitrine médiatique aux musiciens des Caraïbes.

Charlotte : Étudiante en communication, Charlotte s'intéresse aux liens entre intelligence artificielle et médias.



Constance : Journaliste scientifique et reporter d'images depuis 10 ans, Constance propose aux ONG de médiatiser leur projet et ainsi de gagner en visibilité.

Davy : Davy travaille sur la mise en place d'une plateforme pour soutenir et mettre en lumière la diaspora burundaise.

Elisabeth : Journaliste spécialisée dans le podcast, passionnée par l'écriture et les histoires à raconter, à partager, Elisabeth propose aujourd'hui une newsletter consacrée aux plaisirs de la table.

Florence : Journaliste freelance, Florence travaille sur un média qui donne de l'information, de la formation et un soutien très concret dans les divers aspects liés au monde du travail et de l'entreprise.

Floriane : Fraîchement diplômée, Floriane réfléchit à une plateforme qui visibilise les initiatives écologiques. Elle cherche à développer son projet en réalisant un périple en Van et en partageant ses découvertes.

Isabelle : Journaliste freelance, Isabelle a créé une radio locale qui permet à un large public de s'éduquer et de fabriquer du média.

Jehanne : Jehanne a longtemps travaillé dans l'événementiel, et a beaucoup voyagé. De ces voyages, Jehanne propose des histoires à raconter et à vivre.



Jérôme : Jérôme met son expertise en matière de son binaural et de technologies au service du secteur médiatique.

Julie : Philosophe de formation, Julie a rejoint une agence de communication culinaire. Elle remet aujourd'hui l'alimentation au cœur des enjeux sociaux et politiques.

Pablo : Passionné par la musique et par le son, Pablo travaille aussi l'aspect technique des reportages de terrain qu'il réalise en Suisse romande. L'objectif : mettre en valeurs les initiatives locales de personnes ou d'associations qui font avancer et évoluer la société autour de valeurs de solidarité et de partage.

Philippe : Camerounais, enseignant de formation, Philippe revoit la manière dont l'histoire est abordée en Afrique et partage ses recherches avec un public le plus large possible.

QUELQUES MOTS SUR LES PROJETS RETENUS



Aché : Aché souhaite mettre en exergue les initiatives, les actions et les solutions entreprises par la communauté africaine, plus spécifiquement au Sénégal, pour résoudre et/ou prévenir les dommages ou catastrophes auxquels celle-ci fait face.

Ambre : Ambre fait du son. Du podcast surtout. Le fil rouge de son projet : les injustices qui rendent notre monde un peu moins beau, le tout travaillé sous l'angle du journalisme de solution.

Anouck : Journaliste, Anouck veut faire évoluer son déjà vieux dada : décrypter l'actu pour les enfants, en la racontant avec des images qui s'animent, en Motion Design.

Béatrice : Son projet s'attaque à la problématique des idées reçues et des Fake news, de manière ludique et innovante, à travers une émission de jeu où deux équipes s'affrontent afin de démêler le vrai du faux.

Camille : Passionnée de documentaires (son premier film traitait de la jeunesse en Europe, son éducation, ses pensées, son avenir), Camille voudrait continuer ce projet sur d'autres continents, d'autres pays. L'écologie, l'artisanat, la culture et les villages ruraux l'intéressent tout particulièrement.

Safia : Jeune journaliste, Safia développe un réseau de médias hyperlocaux qui visibilisent Bruxelles.

Yasmine et Stéphanie : Journalistes indépendantes en presse et radio, Yasmine et Stéphanie proposent des interviews décalées et intimistes, au format podcast.

Jerry : Depuis 15 ans, le fil rouge de la vie de Jerry tourne autour de la promotion, de la visibilité des musiciens et des artistes en général. Jerry cherche à faciliter la vie des artistes et des musiciens en recherchant avec eux les subsides et appels d'offre, à l'échelle européenne.

Jonathan : Jonathan est touche-à-tout. Il aime écrire des histoires, et les raconter sur un tas de supports différents -- avec une petite préférence pour l'audio.

Julie : Installée en Normandie où elle a grandi, après onze ans à Paris dont presque 8 au Web de Radio France, Julie lance « Moisi ». Dans ce projet, on passera beaucoup de temps en cuisine à goûter, parler et faire du fromage, travailler la levure, les bactéries, et transformer de la nourriture.

Laura : Journaliste, Laura a envie de développer un projet 360, mêlant témoignages et paroles de professionnels (addictologues, psychologues, auteurs de livres, secteur associatif, infirmiers spécialisés, animateurs de TedX...) sur Instagram (romans photos ou formats digitaux plus rares), stories à thèmes, TikTok...



QUELQUES MOTS SUR LES PROJETS RETENUS

Lola : Lola a choisi de transformer sa crise existentielle en inspiration pour un podcast - mode d'emploi de la vingtaine et de toutes ses premières fois (nom de code : « Terrible Vingtaine »).

Lucie : Lucie raconte des histoires d'hommes et femmes à travers la photographie pour délivrer un message et élever les consciences. Les droits humains, spécifiquement les droits LGBTQI+, des femmes, des migrants et des enfants ainsi que les problèmes écologiques sont les sujets qui la révoltent le plus.

Matthieu : Data scientist, Matthieu est particulièrement intéressé par l'utilisation de l'IA dans le milieu des médias ainsi que sur les opportunités dans le domaine de l'analyse et de la présentation (interactive) des données.



Michel : Le projet de Michel s'intéresse à un public parfois oublié des médias : les « 50-70 », soit la génération Woodstock qui a toujours 18 ans dans la tête et à qui on balance des « trucs de vieux » alors qu'ils font encore du trekking dans l'Himalaya à 70 ans.

Milan : Historienne et cantatrice, Milan est fascinée par les chanteurs, surtout les chanteurs d'opéra, leur rapport au corps, leur mode de vie si particulier, qui de l'extérieur semblent mener un métier datant du XIX^e siècle. Milan produit des épisodes de podcast sur ce thème; ceux-ci sont diffusés sur les grandes plateformes de podcast, avec plus de 3000 écoutes.

Mohamed : Mohamed travaille sur les nouvelles narrations en relation avec la technologie et les publics en mobilité. Son projet est de rendre accessible les techniques de productions et de diffusion de contenus, avec une approche de marketing éditorial.

Ophélie : Originaire de la Guadeloupe, Ophélie vit en Île-de-France depuis 5 ans et s'intéresse beaucoup à l'Afrique. Journaliste, son projet vise la création d'un média portant la voix des « invisibles/invisibilisés », les communautés minoritaires...

Patrick : Patrick travaille sur la création d'un podcast scientifique pour informer et relever les défis liés à l'environnement, au changement climatique et à la santé en RDC.

Sandrine : Le projet de Sandrine est de créer un collectif de talents créatifs qui ont des profils variés pour proposer de l'info sur divers formats.

Sébastien : Sébastien est un journaliste d'origine provençale. La plateforme qu'il a mis en place, Nouvelles Odyssées, est axée sur les récits d'aventures et de voyages.

Thibaut : Thibaut travaille dans le milieu du cinéma depuis 20 ans. Son projet est de construire un media pour les cinéphiles, conçu comme un outil de marketing de contenu. Son but serait de fédérer les communautés cinéphiles autour de leurs centres d'intérêt.

FEEDBACKS

« Après une semaine de l'incubateur Pilote.Media, ma première conclusion, c'est qu'il y a encore de super beaux cerveaux et humains dans ce milieu, malgré qu'on les ait régulièrement malmenés, bridés, niés. Et que c'est probablement eux, le futur des médias. »

Elisabeth Debourse

« Je suis vraiment heureuse d'avoir pu participer au programme ! J'ai beaucoup appris sur moi et sur mes compétences, vraiment. Merci pour votre soutien et votre bienveillance, je me suis toujours sentie comprise et appréciée et dans nos métiers, ça me semble très important. Vive Pilote.Média ! »

Anonyme

« Merci. Vous m'avez, chacun de vous, apporté beaucoup. Pilote Media marque, à mes yeux, l'entrée dans la troisième grosse page professionnelle de ma petite vie. Et j'en suis ravie. »

Anonyme

« Merci énormément pour tout ce que vous nous avez permis de faire et pour tous les moments partagés ! Plus qu'une formation, Pilote.Media offre la possibilité d'être libre et de devenir tout ce qu'on veut dans un secteur qui opprime plus qu'il n'ouvre les frontières. Merci de m'avoir permis de partager des rapports humains aussi riches avec des personnes aussi incroyables, merci de m'avoir fait découvrir tant de choses que je ne connaissais pas et d'avoir tant ouvert mes perspectives sur l'avenir et sur le monde ! J'ai tout gagné pendant ces trois mois, merci pour cette initiative humble, belle et généreuse qui vous a demandé tant de temps, d'énergie et d'implication mais qui en valait mille fois le coup ! »

Charlotte Van Breusegem

« Grâce à Pilote.Media, j'ai mis sur pied « mon incroyable podcast », une formation pour booster sa créativité sonore. Je me suis créé une activité smart qui porte le même nom. Je peux donc organiser et facturer des formations pour des particuliers et professionnels qui veulent apprendre à faire du podcast. Je continue de développer mon activité, je suis en train de mettre sur pied d'autres formations autour du podcast pour élargir le catalogue. J'ai aussi été approchée par le fondateur de « We Tell Stories » qui m'a proposé de donner des formations podcast dans son espace dédié. Je donnerai une première formation chez eux fin septembre. De manière plus globale, le programme m'a permis d'apprendre à développer un produit de l'idée à la réalisation en évitant au maximum les doutes liés à l'entrepreneuriat. »

Ambre Ciselet

« Pour ma part, Pilote.Media a assurément été un accélérateur de carrière. Outre une formation et un accompagnement bienveillants et de qualité équivalente au meilleur chocolat belge, les coachs de Pilote.Media ont pris le temps de me mettre en relation avec leur réseau. Résultat : un contrat de freelance qui a débouché sur un CDD avec l'asbl KIKK. Bref, de loin la meilleure formation que j'ai réalisée jusqu'à présent. »

Milan Amélie Nyssen



PILOTE.MEDIA : 4^E ÉDITION

Thématique : Blockchain & Medias

WEB3, NFT ET CRYPTO AU SERVICE DES MEDIAS

Les producteurs de contenus, les acteurs des industries culturelles et créatives ainsi que les professionnels de l'information ne peuvent ignorer l'actuel changement de paradigme apporté par la technologie de la blockchain. Même si celle-ci est à l'oeuvre depuis plus de 10 ans, c'est seulement depuis 2021 que le sujet crève la surface des médias traditionnels, notamment via les ventes record de NFT d'artistes à la renommée internationale, l'arrivée en grandes pompes de marques comme Adidas ou Nike dans les Metavers, ou encore l'intérêt grandissant des institutions et du grand public pour les cryptomonnaies et la finance décentralisée.

Toutes les chaînes de créations de valeur dans le secteur des industries culturelles et créatives, et à fortiori dans le secteur des médias, vont être impactées durablement par la blockchain et ses applications. Qu'il s'agisse de tracker l'usage des contenus, afin de mieux les monétiser, de créer des collections de NFT afin d'améliorer la découvrabilité d'oeuvres audiovisuelles, ou encore d'initier des processus de décentralisation de la gouvernance (DAO) de nouveaux médias dont les utilisateurs seront plus que jamais au centre des attentions, les débouchés sont nombreux et les opportunités de création de valeur et de richesses n'ont jamais été aussi importants.

A condition de franchir ce cap de la compréhension des enjeux, techniques, philosophiques et humains qu'induit la blockchain

DIFFUSION À LARGE ÉCHELLE D'UNE CULTURE DU NUMERIQUE

En synergie avec les autres acteurs de notre écosystème culturel et médiatique, qui sont pour l'essentiel des accélérateurs de technologies, d'outils et de processus industriels, Pilote.media complète l'offre d'accompagnement et de formation en se focalisant sur les contenus, les projets et les humains qui se mettent en mouvement et s'emparent de ces technologies pour répondre aux besoins de leurs clients « media » et s'inventer une nouvelle trajectoire dans leur propre carrière.

Grâce à sa plateformes, Pilote.Media est désormais capable d'acclturer un très grand nombre de participants via une formation en ligne, gratuite et ouverte à tous, disponible en amont de son programme entrepreneurial.

Pour cette édition thématique "Blockchain", Pilote.Media et ses partenaires offriront donc 7 modules de formation en ligne, en français, gratuite, et accessible au plus grand nombre. Durant 7 jours, les participants auront ainsi l'occasion de découvrir les bases techniques et historiques de la blockchain, ses applications actuelles, spécifiquement dans le monde des médias, mais aussi dans d'autres secteurs à forte valeur ajoutée. Ils bénéficieront en outre du regard critique sur cette technologie, via nos experts, ainsi qu'une mise en perspective des enjeux économiques, écologiques et philosophiques liés aux développements de la blockchain dans 15-20 années à venir.

Au terme de cette semaine de formation intensive, les participants qui le souhaitent pourront pitcher une idée de produit ou de service "media" directement lié à l'usage de la blockchain, de la tokenisation des abonnements, à la décentralisation de la gouvernance des startups média, etc.

ACCELERATION ET CONNEXION A L'ECOSYSTEME

Sur base de ces pitches, le staff de Pilote.Media et ses partenaires sélectionnerons une quinzaine de projets, qui bénéficieront ensuite de l'accompagnement personnalisé des coaches et des experts du programme, durant 5 semaines complètes.

Grâce à la méthodologie Lean Startup, orientée média, les projets retenus pourront identifier leurs publics cibles, développer leur proposition de valeur, tester leur modèle économique et confronter leur produit ou leur service au marché, en s'appuyant sur leur prototype.

En outre, les porteurs de projets se verront octroyer la possibilité de rencontrer des acteurs majeurs du secteur des médias, des entrepreneurs, des institutions et des experts actifs dans la blockchain, lesquels seront invités à assister au Demo Day de clôture du programme.



CONSORTIUM

Il nous a semblé intéressant de rassembler des forces et des expertises complémentaires pour proposer un programme répondant aux enjeux d'aujourd'hui et de demain.



Le **LAB.DAVANAC** a développé au cours des 10 dernières années, avec différents partenaires privés et institutionnels, des programmes d'accompagnement et d'innovation, qui ont permis à plus de 7.000 étudiants belges (IHECS), français (EFJ, Sciences Po) suisses (CFJM) et marocains (ISIC), de développer des projets de reportages et de les financer (à ce jour à hauteur de plus de 350.000 €, pour 125 projets), notamment via une plate-forme de crowdfunding développée avec l'IHECS. Le lab.davanac opère également régulièrement des missions de conseil auprès de différents médias belges (RTBF, RTS, France Télévision, Le Soir, L'Avenir, Paris Match.be...) et français (Le Monde, groupe Centre France...) dans leur processus d'innovation et de transition numérique.



OVATION est un centre de ressources pour les incubateurs et accélérateurs d'entreprises qui exploite les méthodes de créativité et d'innovation les plus efficaces. Ovation aide ses clients publics et privés à développer leurs incubateurs et accélérateurs de projets d'innovation. Ovation déploie ses activités principalement sur la scène internationale au contact des régions et pays à revenu faible et moyen, dans une perspective de développement du secteur privé.



Le **MiiL** est le laboratoire d'innovation média de l'UCLouvain. La démarche du MiiL se veut interdisciplinaire en rassemblant autour des spécialistes de la communication, de l'information et des médias, des ingénieurs informaticiens, des économistes, des linguistes, des juristes et des sociologues. MiiL Studio assure la production de solutions numériques innovantes : réalisations en réalité augmentée et virtuelle, vidéos 360°, création de logiciels et d'applications dans le domaine de l'information et de la communication... MiiL Studio est également compétent en matière d'optimisation de l'intelligibilité : analyse et visualisation des données, nouvelles narrations, vulgarisation scientifique... Il dispose aussi d'expertises en technologies d'évaluation, sur les plans cognitif et interactif, des solutions digitales : profiling des usages, eyetracking, social graphs...

- Le **LAB.DAVANAC** interviendra par son expertise sectorielle sur le journalisme entrepreneurial ;
- **OVATION** permettra de créer des ponts et des liens vers d'autres régions et pays, savoir-faire dans la structuration de projets qui vise à atteindre les objectifs de développement durable ;
- Le **MiiL** garantira un ancrage académique, une diffusion des méthodes et un effet levier sur le territoire.



FINANCEMENT

Chaque édition de Pilote.Media a bénéficié d'un financement venant de différents acteurs publics et privés, en proportions variables.

La première édition ainsi été soutenue par le Fédération Wallonie-Bruxelles, tout comme la deuxième édition, avec un soutien complémentaire des Fonds européens FEDER, qui ont également permit la 3ème édition.

Afin d'assurer le financement de l'édition 4, dédié à la Blockchain, et son déploiement pendant 6 semaines au printemps 2022 (avril-juin), nous sollicitons de votre part un budget de 60.000 euros, dont vous trouverez la ventilation globale (HTVA) ci-dessous.

Nous nous tenons bien sûr à votre disposition pour toute précision.

Coachs & Experts	Coordination	Communication
45.000€	10.000€	5.000€





Pour l'équipe Pilote.Media :



DAMIEN VAN ACHTER
lab.davanac

d@van.ac
+32 489247678



DAVID VALENTINY
Ovation

david@ovation.co
+32 499384554

 www.pilote.media  info@pilote.media  [/pilotemedia](https://www.facebook.com/pilotemedia)