



ENSci  
LES ATELIERS

# ENGAGEMENT

Un **polar** design

Carnet d'explorations // Rencontres // Intentions de réalisation

Annexe au Mémoire ENGAGEMENT // Mastère IBD 2021-2023 // ENSCI // Stéphanie Boisson

Faire dialoguer les imaginaires.

Madeleine Riffaud, 97 ans, est l'une des dernières résistantes françaises.

Une pêche d'enfer et un esprit de résistance toujours intact.





**Orange RSE** @OrangeRSE · 18h

[@orange](#) s'engage en faveur de l'égalité des chances. Dans le cadre du [@sommetInclusion](#) qui se tiendra le 29 novembre, répondez à une grande consultation citoyenne. Ensemble, agissons pour avoir un impact, aujourd'hui et demain. Votre avis compte ! [#parlonségalitédeschances](#)

SOMMET DE  
**L'INCLUSION** ÉCONOMIQUE  
REJOIGNEZ LE MOUVEMENT



**Il a neigé en Ukraine.**

## La Chine ouvre le plus grand hôtel à cochons du monde

Par Marie-Liévine Michalik

Publié il y a 6 heures, mis à jour il y a 5 heures

Écouter cet article

00:00/03:03



La Chine a construit un immense hôtel à cochons pouvant accueillir jusqu'à 650.000 animaux, et qui a ouvert ses portes début octobre. Cover News 极目新闻

A billboard advertisement for Citroën. At the top, the text reads "La fin de l'abondance, ça a de la gueule." Below this is a front view of a white Citroën car with license plate "AH-080-MX". Underneath the car, there is a QR code and a small paragraph of text: "Il faut remercier à certains clients pour que d'autres soient le jour. Citroën OH [ahé], notre concept car, est construit avec des pièces recyclées ou recyclables, facilement remplaçables, pour prolonger sa durée de vie. Découvrez comment sur citroën.fr". The Citroën logo and the word "CITROËN" are prominently displayed in the center. At the bottom, the text says "Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer". In the bottom right corner of the billboard, there is a logo for "MEDIA TRANSPORTS" with the website "www.media-transport.com" and the phone number "01 88 88 88 88". A black circular arrow icon is visible on the right side of the billboard frame.



#95

**LUCIE GEFFROY**

**LA DÉFERLANTE : MÉDIA MILITANT ET SES  
SECRETS D'ENGAGEMENT**

Mathias BÉJEAN ✕ Stéphane GAUTHIER ✕ Constance LETERRIER ✕ Matthieu CESANO

Adoptez l'esprit

**PROOF  
MAKING®**

Dépassez l'incertitude, innovez,  
et propulsez vos projets

FAIRE + TESTER + APPRENDRE





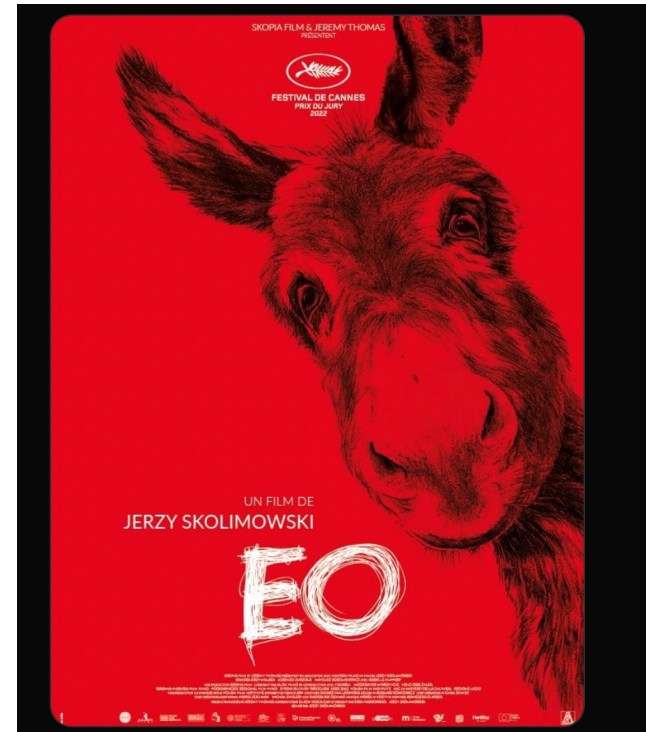
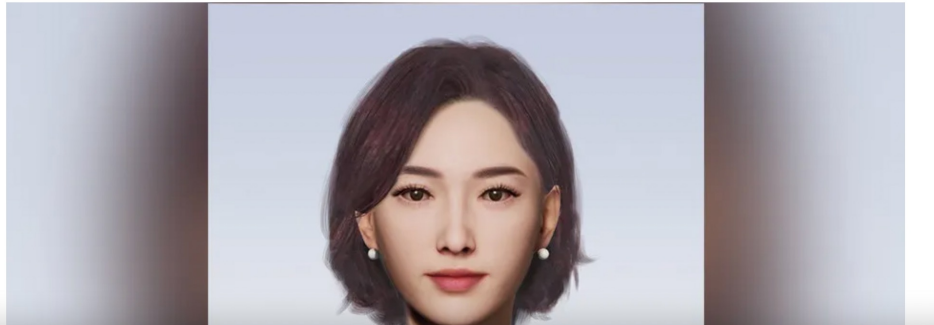
## Chine : une femme robot pilotée par une IA devient PDG d'une entreprise de plusieurs milliers de salariés

Une première dans un pays, où les robots sont déjà très présents. Mais cette fois, c'est une étape supplémentaire qui est franchie avec ce robot humanoïde et son intelligence artificielle.



Publié le 28/09/2022 16:57 Mis à jour le 28/09/2022 17:02

🕒 Temps de lecture : 1 min.





Reuters @Reuters · 15 min

Soccer fans are hiring superyachts in Dubai to watch the #FIFAWorldCup in Qatar





Rechercher

47 Se connecter S'inscrire

CHAT DU STREAM

Sondage en cours  
**Que préférez-vous ?**

loukay67140 a pris un abonnement de niveau 1

Lidros24: POUR LE CONCOURS SUFFIT DE PARLER DANS LE CHAT VOUS AVEZ JUSQU'A 16H55

Azerius:

Axel501: ON A BATTU LE RECORD FRANCAIS DE VIEWERS SUR TWITCH !!!!!!!

Lidros24: POUR LE CONCOURS SUFFIT DE PARLER DANS LE CHAT VOUS AVEZ JUSQU'A 16H55

Les émoticônes animées peuvent être désactivées dans les paramètres

Voir

Mode lent

16 SYLVAIN

10 PIERRE

TikTok

Squeezeie

GP Explorer - TOUR DE FORMATION (Départ à 17h00)

Special Events Français

Suivre S'abonner

716202 08:45:12

↳ Xavier Niel a retweeté

**Free** @free · 10 janv.  
Liberté, égalité, prix inchangés.



Françaises, Français, mes chers comp|

▶ 436,1 k vues 0:10 / 1:33

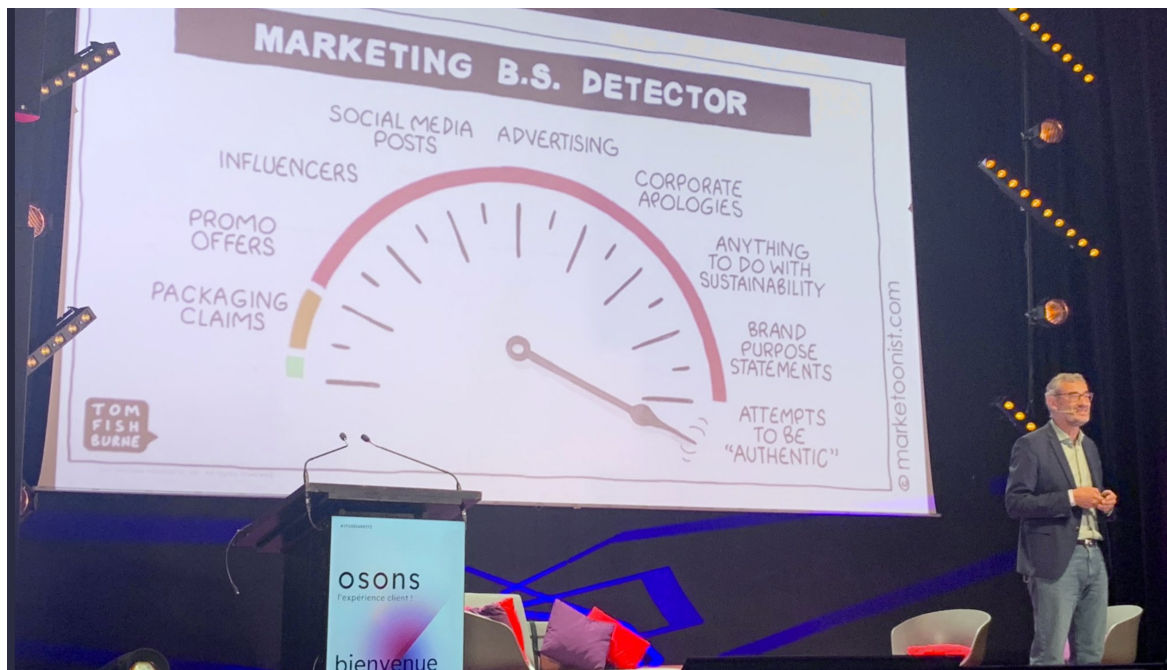
846 3 740 8 674

Xavier Niel @Xavier75 · 9 oct. 2021



Rebuild  
the  
world  
\* Reconstituer le monde

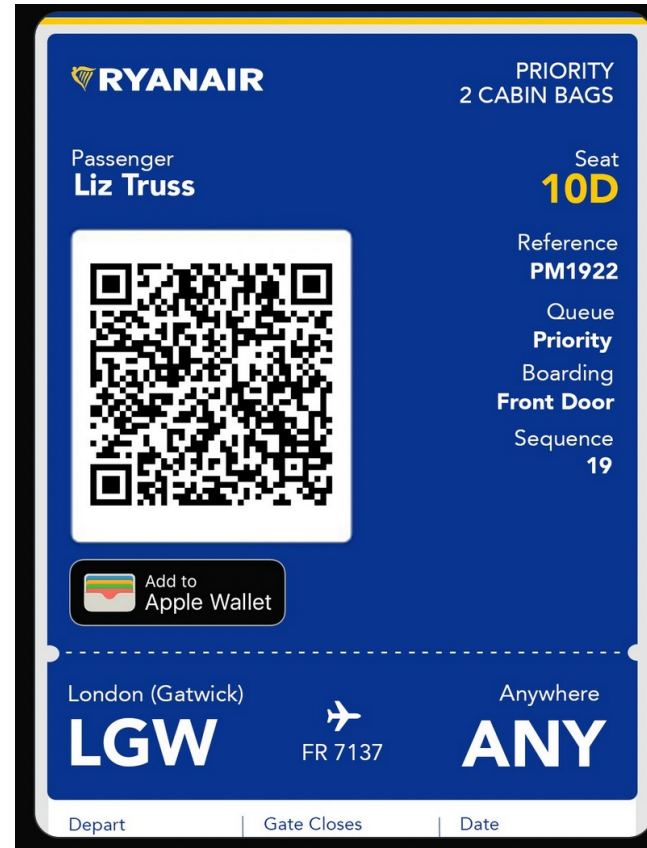
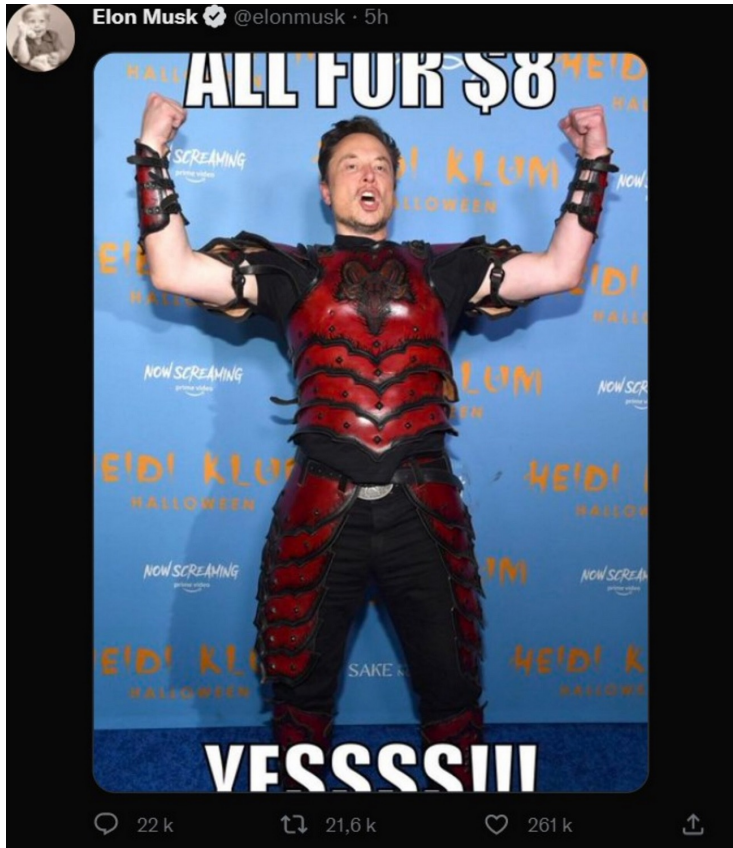
LEGO



**L'Oréal**  
4 250 525 abonnés  
Post sponsorisé

Avec 170 nationalités dans nos équipes, nous promovons une représentation diversifiée.





# Jennifer Sey: Get Comfortable With the Discomfort of 'True Brand Purpose'

The former Levi's executive has no regrets and takes aim at discussions of corporate values



'You've got to screw up your courage and say what you think.' Julie Harris



Elégant comme aucun autre, parés du plus bel appareil. Sapés trop stylé et défilé au Grand

Pub SNCF 2021 : "Pour Nous Tous"

139 135 vues · 27 août 2021 3,1 K JE N'AIME PAS PARTAGER ENREGISTRER

SNCF Corporate Video  
NetworkNorm  
284 k vues · il y a 15 ans



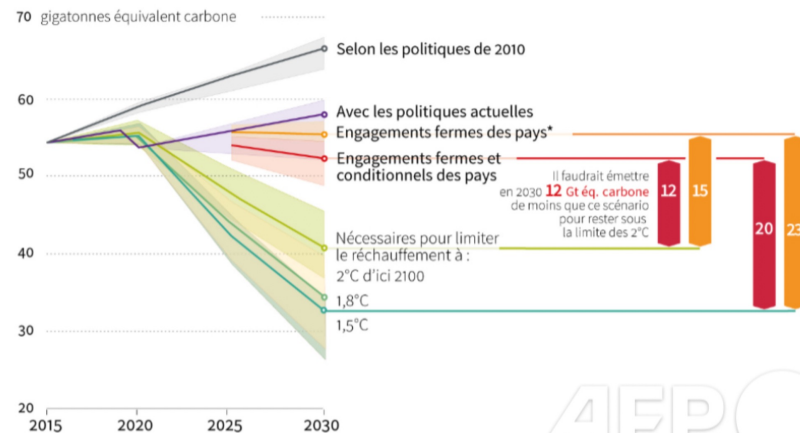
Télérama @Telerama · 9h  
Le dessin du jour, par @tsoulcie



## CLIMAT : OBJECTIFS INSUFFISANTS POUR 2030

COP27

Niveaux d'émissions annuelles de gaz à effet de serre à atteindre pour différents scénarios de réchauffement global



\*Contributions déterminées au niveau national (NDC) des pays signataires de l'accord de Paris

Source : Emissions gap report 2022

AFP

AFP





-50%  
 DE PRIX IMMÉDIAT\*  
 SUR LES PRODUITS  
 DE LA MARQUE  
 DASH ET LENOVA

PAS DE  
 QUARTIER  
 CONTRE LA  
 VIE CHÈRE.

**MARCHE CONTRE  
 LA VIE CHÈRE  
 ET L'INACTION CLIMATIQUE**  
**DIMANCHE  
 16 OCTOBRE PARIS**

**Auchan**  
 vons mieux. Vivons moins chers

Stratégies a retweeté

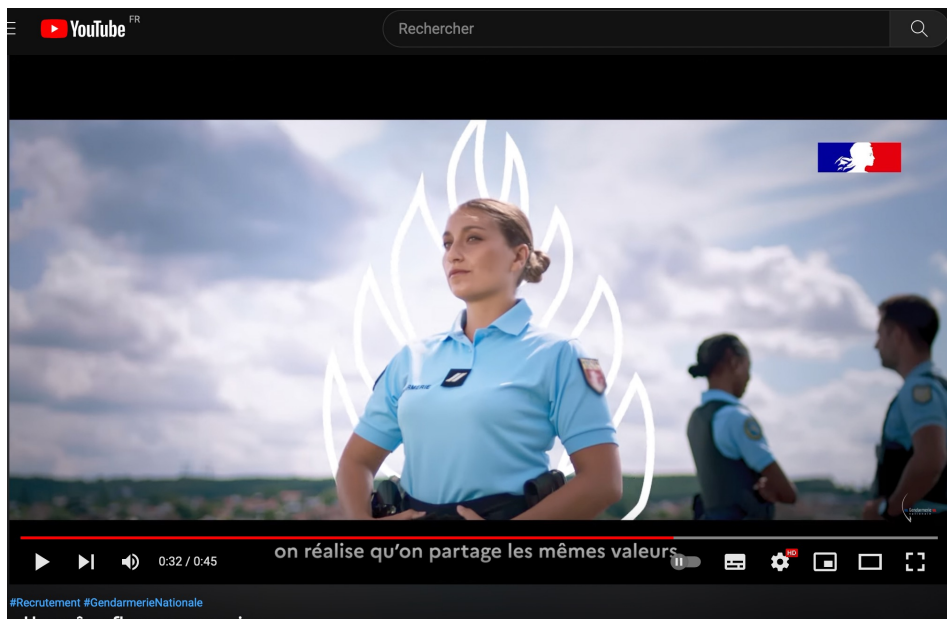

**MarleneSchiappa** @MarleneSchiappa · 15 min

Face au greenwashing, les marques véritablement engagées ne doivent pas communiquer moins, mais plus & mieux, en transparence: RSE, fondations, mécénat d'associations, mesure de l'impact, CSRD... pour entraîner leur secteur avec elles.

[#Engagement](#) [#Com](#)  
[strategies.fr/actualites/mar...](https://strategies.fr/actualites/mar...)



**MARLÈNE SCHIAPPA : «LA PEUR DU GREENWASHING NE DOIT PAS BLOQUER LES MARQUES»**



## Espace presse de la Macif

### « Comment allez-vous ? » La Macif a souhaité interroger ses 5,4 millions de sociétaires pour savoir comment ils se sentent post crise Covid

PARTAGER SUR :

- f
- t
- in
- m

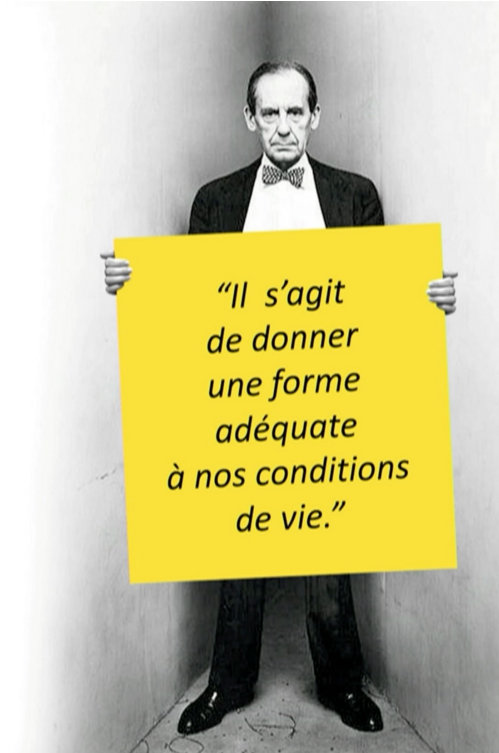
21 OCTOBRE 2021

[Macif Proximité](#) [Institutionnel](#) [Relation client](#)

- Plus de 550 000 sociétaires Macif ont répondu à l'enquête, soit plus de 10% du sociétariat, une photographie inédite de la manière dont les français ont pu traverser la crise et comment ils vont aujourd'hui.
- 78% des sociétaires déclarent se sentir relativement bien suite à la crise sanitaire mais 22% des répondants se déclarent en difficulté.
- Dans le cadre de cette enquête, 6 000 sociétaires en difficulté ont fait appel aux services Macif Solidarité Coups Durs, le dispositif d'accompagnement des publics fragiles mis en place



WALTER GROPIUS






**ENGAGER,  
C'EST S'ENGAGER.**

Best Workplaces  
for Women 2022

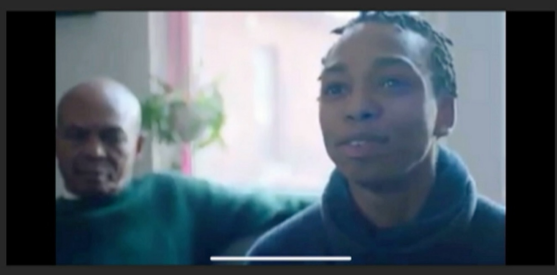

   

En partenariat avec le  
**THINKTANK marie claire**  
AGIR POUR L'ÉGALITÉ



**RESSEMBEZ À L'HOMME  
QUE VOUS ÊTES**  
C'EST ÇA LA PERFECTION AU MASCULIN

**AU MASCULIN**  
*Gillette*



**Brut.** Brut FR @brutofficiel · 11 min

La députée européenne Abir Al-Sahlani s'est coupé les cheveux au Parlement européen pour affirmer son soutien aux Iraniennes et demander à l'Europe d'agir.

1 288 vues 0:05 / 0:34

**Libération** @libe · 14 min

Face à une période de grand vide politique, le regretté Bruno Latour parlait de faire du tri. @lofejoma : «Comment le tri latourien peut-il être vécu autrement que comme une série de renoncements s'il n'y a pas de vision claire de l'avenir souhaitable ?»

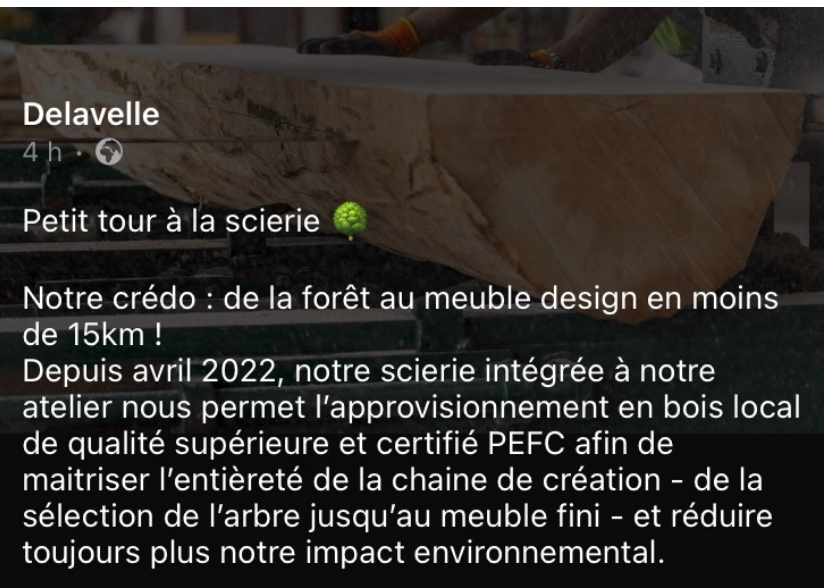
liberation.fr

**Du haut de Latour, le vertige du vide politique**

Bruno Latour, penseur du «nouveau régime climatique», a légué les outils théoriques pour affronter les mutations vertigineuses auxquelles...

## **Vu d'Espagne.** Burning Man, le festival utopique devenu “une débauche de luxe et de gaspillage”

Le quotidien espagnol “El País” retrace l’histoire du célèbre rassemblement annuel, clôturé par la crémation d’une sculpture en bois



m.nstr. x STRATÉGIES

## Marques et engagements : lost in transformation



Guillaume Carrère  
Directeur du planning  
stratégique



Marion Lacaugraud  
planneur stratégique

## Le Tournant

RADIO FRANCE ENGAGE  
UN TOURNANT ENVIRONNEMENTAL

La crise climatique fait l'objet d'un consensus scientifique international solide depuis plus de vingt ans, documenté par le GIEC dans ses rapports successifs. Plus personne ne peut en ignorer les conséquences graves et concrètes sur l'environnement, l'économie et la vie humaine. Beaucoup a été fait pour parler des enjeux environnementaux sur nos antennes et faire de Radio France un média de service public écologiquement responsable. Pourtant, face à l'ampleur de l'urgence climatique, nous sommes résolus à aller plus loin. Radio France engage un tournant environnemental.

### EN TANT QUE MÉDIA :

- 1 Nous nous tenons résolument du côté de la science, en sortant du champ du débat la crise climatique, son existence comme son origine humaine. Elle est un fait scientifique établi, pas une opinion parmi d'autres.
- 2 Nous fournissons une information de confiance sur les effets de la crise climatique en France et dans le monde, en nous fondant sur des données vérifiées et en utilisant un vocabulaire qui reflète la réalité de cette crise, sans la minorer.
- 3 Nous éclairerons la transition écologique. Nous ferons vivre sur nos antennes un espace public contradictoire et civilisé sur les choix auxquels nous sommes confrontés. Nous contribuerons à faire connaître les innovations et les solutions, des comportements individuels les plus quotidiens aux changements économiques les plus structurants, veillant ainsi à ne pas nourrir un découragement climatique mais à donner à chacun les clés pour comprendre, débattre et agir.

### POUR CELA :

- 4 Les antennes de Radio France font de la crise climatique un axe éditorial majeur. Il se déclinera dans nos programmes et nos tranches d'information, au quotidien et dans des spéciales. Nous maintiendrons également un volume conséquent d'émissions et de chroniques dédiées. Un accès thématique facile à ces programmes sera disponible en permanence sur le site et l'application Radio France.
- 5 Radio France lance le plus grand plan de formation de son histoire à destination de ses journalistes, ses producteurs et équipes de production, et ses animateurs, sur les questions climatiques et scientifiques. Nous changeons de philosophie : l'environnement et la science ne seront pas l'affaire des seuls journalistes spécialisés, ils constitueront le socle de connaissances indispensables mobilisables par toutes nos équipes éditoriales.
- 6 Nous accélérerons notre transition vers une publicité plus responsable en visant l'exclusion progressive des produits et services les plus polluants. Nous augmenterons de 15 % par an le volume de publicités consacrées aux produits, services et entreprises responsables, mesuré par un organisme extérieur. Nous élargissons notamment le nombre d'espaces publicitaires offerts aux organisations engagées dans la transition (+ 20 % d'espaces « transition en commun »).
- 7 Nous faisons de notre sobriété numérique une priorité. La radio est un média par construction sobre, nous avons néanmoins conscience du défi que présentent les usages numériques. Une équipe dédiée à la sobriété énergétique optimise le code de nos produits et leurs utilisations. Nous nouerons un dialogue avec les acteurs du numérique pour réduire le bilan carbone lié au stockage et à la diffusion de nos contenus.

### EN TANT QU'ENTREPRISE :

- 8 Nous adoptons un plan de sobriété énergétique immédiat (notamment : limitation des températures de chauffage et de climatisation suivant les recommandations officielles, extinction des éclairages non indispensables, etc.).
- 9 Nous nous engageons à baisser de 40 % notre bilan carbone d'ici 2030.
- 10 Nous serons transparents sur nos progrès en rendant régulièrement compte de l'avancement de nos objectifs.

radiofrance



## Le Listenbourg : un puissant outil de communication

Au vu de l'exaltation autour de ce faux état d'environ 59 millions d'habitants, de nombreuses marques ont joué le jeu des Twittos\*. La plateforme de streaming Amazon Prime a ainsi annoncé, pour de faux, un reportage sur le Listenbourg.



Quelques belles rencontres.



Matali Crasset  
designer



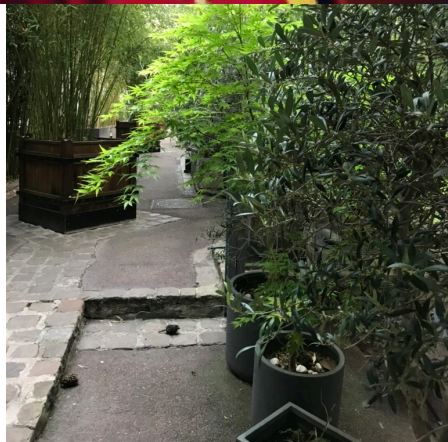
Benjamin Pruvost  
président  
du directoire



Alain Sauter  
artisan et géographe



Nathan Anglade  
étudiant



Note d'intention de réalisation.

## ENGAGEMENT

« Engagement » n'est pas une série ordinaire même si j'ai essayé d'en reprendre les codes : une intrigue (« l'histoire d'une femme mi-consultante mi-agent secret, un peu borderline, qui tente de réconcilier la parole et l'action »), des personnages attachants, complexes, des rebondissements, des situations mémorables. Avec l'inquiétude que, peut-être, ce que j'avais pu fantasmer à partir de cette idée ne corresponde pas à ce que j'écrirais. J'ai pris beaucoup de plaisir à écrire les épisodes. J'ai tenté d'introduire de l'inventivité dans les scènes avec un ton vacillant entre drame et comédie ; également une façon efficace, je l'espère, de relancer régulièrement l'action sans trop de ruptures narratives.

Parler de choses profondes de manière parfois légère, convoquer un appareil académique adéquat tout en donnant envie de « voir la suite » n'a pas été toujours facile. J'aime que les personnages nous surprennent par leurs choix et puissent faire basculer parfois brutalement la série de la comédie vers le drame, ou à l'inverse de la noirceur vers la lumière. J'aime aussi varier les « notes de bas de page », pour passer du sérieux au clin d'œil, jamais gratuit néanmoins. Comment mettre en image cette histoire ? Quelles références mobiliser ?

Pour être à la hauteur, il faudra évidemment d'abord et avant tout une distribution formidable et des comédiens ayant le talent de s'engager aussi bien que le font les personnages.

Mais il faudra aussi que tout dans la réalisation et la mise en scène puisse mettre en relief ce qui apparaît parfois subtilement dans les détails du scénario. « Engagement » prend place essentiellement dans des environnements urbains et la nuit. Des endroits plus ou moins définis, mais cela est sans importance. Les univers sont d'apparence normale, mais il en transpire quelque chose de mystérieux. Aussi banal qu'effrayant, familier qu'étrange, exactement comme peut nous apparaître la quête d'Anna. Un univers cohérent mais qui semble parfois clos, perdu au milieu de nulle part, et dont on ne peut pas sortir, ou, à l'inverse propice aux disparitions subites.

## ENGAGEMENT

Il y a quelque chose de particulièrement sombre et « bichromique » dans l'écriture de « Engagement ». Afin de respecter cette impression, il faudra être particulièrement vigilant sur la composition des cadres, des noirs-aux-blancs, des noirs-aux-bleus, des décors géométriques. Il faudra oser plonger dans des plans très sombres, des nuances de noirs, des oppositions franches quand la lumière est là. Il faudra aussi jouer de contrastes forts, afin de créer des images dynamiques, cinématographiques, et donner l'idée qu'Anna et les autres vivent dans un film où tout peut arriver.

Il y a du rythme dans la narration que la réalisation devra souligner en accompagnant le plus possible les personnages dans leurs mouvements. Construire les décors principaux (l'intérieur de l'Élysée, l'appartement de Nono Globus, le supermarché, la salle secrète) en studio nous permettrait par exemple d'imaginer des mouvements de caméra impossibles dans une « vraie » configuration. Et de suivre ainsi au plus près nos personnages quand ils passent d'une situation à une autre, d'une idée à une autre, d'un état à un autre, du drame à la comédie.

Il y a enfin une tension latente, sous-jacente qui accompagne Anna notre « héroïne » et tous les autres personnages qui l'entourent. Ils savent, nous savons, qu'Anna est ambivalente et que sa quête peut déraiper à tout moment. Plus l'histoire avance et plus le doute est grand, plus les limites deviennent intangibles.

J'imagine que la musique, omniprésente, et la lumière, sortie du noir, devront accompagner cette tension quasi permanente et nous plonger dans un univers très singulier, une sorte de nappe-nasse dont il est difficile de sortir vraiment avec une solution...

## ENGAGEMENT

Quelques références visuelles – ambiance – cadrage - chromies

>> Saturation, lumière noire, astre éclairant (soleil ou lune), ambiance nocturne.



ENGAGEMENT



Gregory Crewdson



Harryt Gruyaet



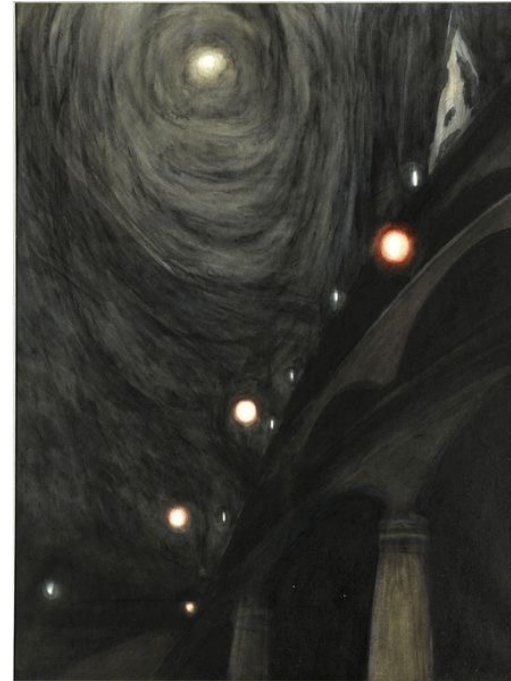
Nan Goldin



ENGAGEMENT



Pierre Soulages



Léon Spilliaert

Personnages principaux – Casting.

**Anna**  
Magali Mateci



Ex-conseillère du président au sein d'un grand cabinet. Ex agent secret. En train de pivoter... vers un avenir encore inconnu. Très souvent habillée en noir, son sérieux est absolu mais son sens de l'humour constant. Nyctalope, jamais tranquille, tenace, toujours « quelque chose » dans la poche qui pourrait servir. Formée à l'auto-défense. Très mystérieuse, a priori célibataire. Adore le champagne.



**Nono Globus**  
Reda Kateb

Touche-à-tout génial, aussi doué en géographie qu'en informatique. Invente des choses improbables. Artisan le jour, hacker la nuit. Bourru mais très sensible. Toujours prêt à aider, qu'elles qu'en soient les conséquences. Connaît Anna depuis le lycée. Peut-être amoureux d'elle. Hétérochromie marron foncé et bleu clair.



**Le président**  
Olivier Gourmet

Président de la république française. Direct, iconoclaste, il a su rassembler large aux dernières élections mais commence à montrer des signes de faiblesse. En prise à de multiples crises nationales et internationales, il essaie tant bien que mal de trouver une stratégie pour ne pas faillir à des élections de mi-mandat. Malgré sa position, il est finalement très seul et cherche comment pivoter. Il doute beaucoup derrière des apparences rigides. Sensible et renfrogné, il reste bien souvent indéchiffrable.

**Mélissa Deriva**  
Karine Viard

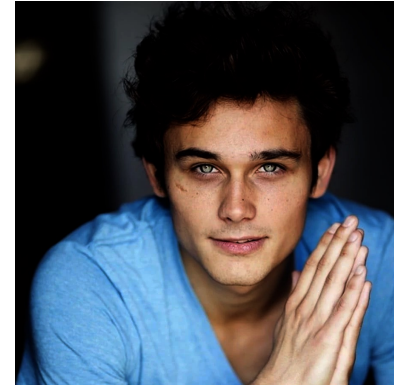
C'est LA conseillère numéro 1 du président. Rousse, grande, toujours tirée à quatre épingles, elle est aussi crainte que moquée. S'occupe de tout, de la communication, du cabinet, de l'agenda. Très sollicitée, jour et nuit. Voulant tout maîtriser, elle tombe néanmoins parfois dans des crises incontrôlées.

Prête à tout pour passer au cran supérieur.  
N'a aucun problème avec le mensonge et la manipulation.



**Noé (alias Carré)**  
Fabian Wolfrom

Jeune activiste, il a l'obsession des choses « justes ». Il vérifie les infos produits en s'infiltrant la nuit dans les supermarchés. À deux doigts d'intégrer l'armée, il bifurque pour se consacrer à débunker comme il dit : combattre les discours mensongers, les infox et autres pollutions modernes sur les réseaux sociaux. Très fin, grand, derrière son air juvénile, une très grande maturité et beaucoup de débrouillardise.



**Jean-Pierre Drama (le psy)**  
Gustave Kervern

Toujours un peu décalé, peu doué avec l'informatique et la vie moderne en général, Jean-Pierre Drama est le psy d'Anna depuis quelques mois. Il parle beaucoup. Il radote parfois. Dur de la feuille. Il est passionné de philosophie, il s'intéresse à tout, c'est un puits de références. Il peine à accompagner Anna, mais il ne lâche pas...

(sans oublier) Fifi  
Fifi



Chien, 18 ans, pas très grand, mais encore vaillant.  
Sa devise : Manger. Dormir. Manger. Dormir.  
Un Jack Russell très intelligent, sensible et inventif. Parfois trop.

Annexe au Mémoire ENGAGEMENT // Mastère IBD 2021-2023 // ENSCI // Stéphanie Boisson

**ENGAGEMENT**

