



## WEB PROGRAMMES PROGRAMMES WEB PROGRAMMI WEB

---

### **BELGIUM - BELGIQUE**

#### **VRT - Vlaamse Radio en Televisieomroep**

##### **Toyinima (EMPOWERING AUDIENCES)**

**[www.toyinima.be](http://www.toyinima.be)**

Project manager: Koen Cornil (Programm Manager Ketnet) & JP Schupp (Manager Product Development) - Web programmer: IT Operations VRT - External company: Larian Studios (Animation Tool) - Other: Codefellas (Content Platform)

##### **Toyinima**

Toyinima is an online stop motion animation tool, linked to a user generated content platform. The core audience is 8 to 12 years old.

With this tool, children can create movies by editing images and adding music and sounds. Children can upload their movies on [www.toyinima.be](http://www.toyinima.be), a community portal where members have the possibility to upload and share (content) with others. Toyinima encourages children to share creativity and experiences. And above all, there is also a strong feedback loop between the website and Television. The funniest and most succesful creations are picked up from the website and shown on Ketnet, our children's channel.

##### **Toyinima**

Toyinima en ligne est un outil d'animation en volume (stop motion), lié à un site de contenu généré par les utilisateurs et destiné à un public de 8 à 12 ans.

Avec cet instrument, les enfants peuvent créer des films en montant des images et ajoutant musique et son. Les enfants peuvent télécharger leurs films sur [www.toyinima.be](http://www.toyinima.be), un portail communautaire où les membres ont la possibilité de télécharger et de partager les contenus avec d'autres. Toyinima encourage les enfants à partager créativité et expériences, offrant aussi un feedback entre le site et la télévision : les créations sur le Web les plus réussies et les plus drôles sont montrées sur Ketnet, la chaîne pour enfants.

##### **Toyinima**

Toyinima è uno strumento di animazione on line legato ad una sito di contenuti generato dagli utenti. Si rivolge ad un audience di bambini dagli 8 ai 12 anni. Con questo strumento essi possono creare film editando immagini e aggiungendo musica e suoni. I bambini possono caricare i loro film su [www.toyinima.be](http://www.toyinima.be), un portale comunitario i cui membri hanno la possibilità di caricare e condividere contenuti con altri. Toyinima sollecita i bambini a condividere creatività ed esperienze. E soprattutto c'è un forte e continuo feedback tra sito web e televisione. Le creazioni più riuscite e divertenti vengono individuate dal sito web e mostrate su Ketnet, il nostro canale per bambini.

## **BELGIUM - BELGIQUE**

### **VRT - Vlaamse Radio en Televisieomroep**

#### **Deredactie.be (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**www.deredactie.be**

Web designer: external company - Web master: Johan Rombouts

[www.deredactie.be](http://www.deredactie.be)

One of the three pillars of VRT news, the online news source [deredactie.be](http://www.deredactie.be) brings a selection of international, national and regional news, as well as a vast cultural section focusing on recent developments in music, film, arts and the media. Via the home page, readers also have easy access to the VRT's sports site *Sporza*, and the English, French and German-language news sections.

Restyled at the beginning of 2008, *De Redactie*, Dutch for "the newsroom", not only aims to be the reader's first source of information, it also strives to be the fastest and most comprehensive news provider. Breaking news is presented both via text and images and by means of the strip that offers video footage ahead of the television news.

[www.deredactie.be](http://www.deredactie.be)

L'un des trois piliers des infos de VRT, la source d'informations en ligne « [deredactie.be](http://www.deredactie.be) » apporte une sélection d'informations internationales, nationales et régionales, ainsi qu'une vaste section culturelle se concentrant sur l'évolution récente de la musique, du cinéma, des arts et des médias. De la page d'accueil, les lecteurs ont également accès au site sportif de VRT « *Sporza* » et aux nouvelles en anglais, français et allemand. Relooké en début 2008, *De Redactie* (la rédaction) vise non seulement à être la première source d'informations des lecteurs, mais également la plus rapide et la plus complète. Les flashes info sont présentés à la fois avec texte, images et extraits de séquences vidéo. Le bulletin de 13 heures est disponible en live-stream, celui du soir est en ligne quelques minutes après que le générique ait commencé ; les programmes restent disponibles sur le site pendant une semaine. Les informations sont continuellement mises à jour par les journalistes et le blogue est écrit par les personnalités des médias, de la société et de la politique flamandes.

[www.deredactie.be](http://www.deredactie.be)

Uno dei tre pilastri di VRT news, la fonte di informazione on-line [deredactie.be](http://www.deredactie.be) offre una selezione di notizie regionali, nazionali e internazionali, così come una vasta sezione culturale incentrata sui recenti sviluppi nel campo della musica, del cinema, delle arti e dei media. Attraverso l'home page i lettori possono inoltre facilmente accedere a *Sporza*, il sito sportivo della VRT e alle sezioni di informazioni in lingua inglese, francese e tedesca.

Riprogettato all'inizio del 2008, *De Redactie*, che in olandese significa "la newsroom", non solo mira ad essere la prima fonte di informazioni per il lettore, ma aspira ad essere anche il provider di informazioni più rapido e comprensivo. Le Breaking news sono presentate sia in forma di testo che di immagini e attraverso la striscia che offre filmati in testa alle notizie televisive.

## **CANADA - CANADA**

**CBC/SRC - Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio Canada**

### **Espace classique (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**[www.radio-canada.ca/espaceclassique](http://www.radio-canada.ca/espaceclassique)**

Project manager: Marine Fleury (Content Manager) and Dominique Gagné (Music Manager), Natacha Mercure (Production Manager) and Nathalie Payer (Project Coordinator) - Web designer: Philippe Arkchontakis - Web master: Julien Cayer and Françoise Davoine - Web programmer: Wandi Zhang, Martin Legros, Mathieu Provencher-Sylvestre

### **Espace classique**

Espace Classique is a French-language site that features a Web radio service and webzine devoted to classical music. Designed by the Radio-Canada.ca team in tandem with seasoned classical radio host Françoise Davoine, Espace classique is a unique interactive music listening experience. It was created to offer classical music listeners a free continuous Web radio service with a choice of preferences.

### **Espace classique**

Un site en français qui dispose d'un service de radio et de webzine consacré à la musique classique. Conçu par l'équipe de Radio-Canada.ca en tandem avec Françoise Davoine, animatrice de radio classique chevronnée, « Espace classique » propose l'expérience unique d'une séance musicale interactive. Ce site a été créé pour offrir aux auditeurs de musique classique un service continu et gratuit de radio Web avec un grand choix de préférences.

### **Espace classique**

È un sito in lingua francese che contiene un servizio radio web e una webzine dedicata alla musica classica. Progettata dal team di Radio-Canada.ca d'intesa con la presentatrice Françoise Davoine, Espace classique costituisce un'esperienza unica di ascolto musicale interattivo. È stato creato per offrire agli amanti di musica classica un servizio radio web continuato e gratuito con una vasta possibilità di scelta.

## **CANADA - CANADA**

### **CBC/SRC - Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio Canada**

#### **CBCNews.ca Your Voice (EMPOWERING AUDIENCES)**

**[www.cbcnews.ca/yourvoice](http://www.cbcnews.ca/yourvoice)**

Project manager: Jon Dube, Gary Graves, Leigh Felesky, Mark Mietkiewicz - Web designer: Robert Vajda

#### **CBCNews.ca Your Voice**

As Canada's public broadcaster, it is our mission to serve our community, the Canadian public. One of the primary ways we've set out to do that, is by using our website, CBCNews.ca, to engage our audience directly in the news.

In the past year, we have made tapping our audience in innovative ways, one of the cornerstones of our journalism - day in and day out, on radio, TV and the web.

Our new connection with our audience is organized under the "Your Voice" umbrella, with a section that highlights our best user content, and dozens of related features such as Your Videos, Your Photos, Your Interviews and Your Reports.

We believe we have one of the most ambitious - and most successful - efforts of any media organization anywhere, at using innovation to enable our visitors to learn, respond and connect.

#### **CBCNews.ca Votre voix**

En tant que radiodiffuseur public du Canada, notre mission est de servir notre communauté, le public canadien. A travers notre site Web, « CBCNews.ca », notre public a accès direct aux infos.

L'année dernière, nous avons capturé notre audience de façon novatrice, un des fondements de notre journalisme, jour après jour, à la radio, la télévision et le Web. Notre nouveau lien avec le public se trouve dans la section « Votre voix » qui met en valeur notre meilleur contenu généré par les utilisateurs et des douzaines de fonctions telles que Vos vidéos, Vos photos, Vos interviews et Vos reportages.

Ceci représente un des efforts les plus ambitieux - et des plus réussis - de tout organisme média : utiliser l'innovation pour permettre à nos visiteurs d'apprendre, réagir et rester en contact.

#### **CBCNews.ca La tua voce.**

Come emittente pubblica canadese, è una nostra missione servire la nostra comunità, il pubblico canadese. Per fare ciò una delle priorità è utilizzare il nostro sito web, CBCNews.ca, in modo da far accedere il nostro pubblico direttamente nelle notizie. In passato abbiamo pungolato il nostro pubblico in modi innovativi, una delle pietre angolari del nostro giornalismo- giorno per giorno, su radio, tv e web.

Il nostro nuovo legame con il nuovo pubblico si trova sotto l'ombrello "La tua voce", con una sezione che mette in risalto i nostri migliori contenuti per l'utente e diversi servizi correlati come I tuoi video, Le tue foto, Le tue interviste, I tuoi report.

Crediamo di essere una delle istituzioni di media nel mondo a proporre uno dei tentativi più ambiziosi - e di successo - utilizzando l'innovazione per consentire ai nostri visitatori di apprendere, rispondere e restare in contatto.

## **DENMARK - DANEMARK**

### **DR - Danmarks Radio**

#### **Bonanza (EMPOWERING AUDIENCES)**

**[www.dr.dk/bonanza](http://www.dr.dk/bonanza)**

Project manager: Thomas Klinkby, Christian Valentiner, Mads Caspersen - Web designer: Anders Madsen, Martin Bollerup - Web master: Peter Overgaard

#### **Bonanza**

Bonanza celebrates the accessibility of Denmark's vast television archives, and marks the early steps towards a fully digitalized, free public access online archive.

Hundreds of thousands of users have requested, nominated and voted among 1000 titles from the archives of former monopolized media broadcaster DR, thus having direct influence on what should be digitalized and made available -for free - on the site.

Engaging the public in this project is essential. The purpose has been to make our common cultural heritage a case of actual common interest.

#### **Bonanza**

Bonanza célèbre l'accessibilité aux vastes archives de télévision danoise, et marque les premiers pas vers des archives en ligne totalement numérisées et accessibles gratuitement au public. Des centaines de milliers d'utilisateurs ont demandé, proposé et voté entre 1000 titres des archives de DR (organisme de radiodiffusion qui opérait en condition de monopole), ayant ainsi une influence directe sur ce qui devrait être numérisé et mis gratuitement à disposition sur le site. Engager le public dans ce projet est indispensable. Le but a été de faire de notre patrimoine culturel commun un réel intérêt commun. En proposant au public de voter « le meilleur et le pire des archives », celui-ci a été effectivement habilité à décider ce qui devrait être immédiatement accessible. En votant parmi un large éventail de programmes, le public est devenu participant actif et a pu discuter et participer à la célébration de notre mémoire collective, ce qui renforce un sentiment d'identité personnelle et culturelle tout en cherchant un terrain commun.

#### **Bonanza**

Bonanza valorizza l'accessibilità dei vasti archivi televisivi danesi e segna il primo passo verso un archivio on line pienamente digitalizzato e di accesso pubblico gratuito.

Centinaia di migliaia di utenti hanno richiesto, indicato e votato tra 1000 titoli degli archivi dell'emittente

DR (che operava in regime di monopolio), avendo così un'influenza diretta su ciò che dovrebbe essere digitalizzato e reso disponibile -gratuitamente- sul sito.

Coinvolgere il pubblico in questo progetto è essenziale. L'obiettivo è quello di rendere il nostro patrimonio culturale condiviso oggetto di interesse comune attuale.

**DENMARK - DANEMARK**  
**DR - Danmarks Radio**

**Forfatteratlas (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**  
**[www.dr.dk/forfatteratlas](http://www.dr.dk/forfatteratlas)**

Project manager: Sonja Thomsen - Web master: Sonja Thomsen

**The Nordic Author Atlas**

The Nordic Author Atlas, introduces all important Scandinavian authors with an original video content, showing personal and inspirational relationships between them.

When personally captivated by an author and his writing, one will often be interested in similar literature.

In the Authors Atlas, you will be introduced to the inspirational (and personal) relations between Nordic writers, from 1650 until today. Their relations are shown in dynamic lines. A brilliant job has been done to find all original video content with and of the authors, giving a unique, and close insight of their characters, and attitudes.

**L'atlas des auteurs**

« L'atlas des auteurs » présente tous les grands auteurs scandinaves dans un contenu vidéo original, montrant les relations personnelles et inspiratrices entre eux.

Lorsqu'on est fasciné par un auteur et par son œuvre, on est souvent intéressé au même style de littérature. Avec « L'atlas des auteurs » vous pourrez connaître les relations inspiratrices (et personnelles) entre les écrivains nordiques, de 1650 à aujourd'hui. Leurs rapports sont présentés dans un profil dynamique. Un travail étonnant a été réalisé afin de trouver tous les contenus vidéo originaux avec ou des auteurs eux-mêmes, obtenant ainsi un unique et intime aperçu de leurs personnalités et attitudes.

**L'atlante degli autori nordici**

"L'atlante degli autori nordici" presenta tutti gli autori scandinavi importanti attraverso un originale contenuto video, mostrando i loro rapporti inter-personali e di ispirazione reciproca. Quando si è personalmente affascinati da un autore e dalla sua scrittura, si sarà spesso interessati a quel tipo di letteratura. Nell'atlante degli autori si viene introdotti ai rapporti interpersonali e di influenza tra scrittori nordici dal 1650 ad oggi. Le loro relazioni sono mostrate con linee dinamiche. È stato realizzato un lavoro eccellente per trovare tutti i contenuti video originali con e degli autori, stimolando una comprensione profonda e unica delle loro personalità ed attitudini

**FINLAND - FINLANDE**  
**YLE - Oy.Yleisradio**

**X3M.yle.fi (EMPOWERING AUDIENCES)**  
**x3m.yle.fi**

Web artist: Mårten Seiplax, Johan Lindström - Web designer: Mårten Seiplax - Web master: Alexander Granholm, Jon Haikarainen - Web programmer: Anton Hemnell, Kristoffer Söderlund, Pia Manns

<http://x3m.yle.fi>

The community has an important role as a forum where young Swedish speaking Finns from different regions of Finland can interact. The site is made on the users' terms. It's explicitly the user generated content that is the soul of the site, and the radio content is offered as a "side dish". The site gives the users and radio editors a platform to express themselves, create content together, find others who have the same interests, and thus, not only empowering the users but also giving the radio editors new ways to interact with the users. One way the users can express themselves visually is with the "Theme-maker", an application that lets the user choose background, picture frame and any colour for their page.

<http://x3m.yle.fi>

Ce site communautaire joue un rôle important comme forum où les jeunes Finlandais de langue suédoise, originaires de différentes régions, peuvent interagir. Il est réalisé aux conditions stipulées par les utilisateurs. C'est explicitement le contenu créé par les utilisateurs qui constitue l'âme du site et le contenu radiophonique n'est qu'un « plat d'accompagnement ». Le site offre aux utilisateurs et aux rédacteurs radio une plateforme pour s'exprimer, créer des contenus ensemble, trouver d'autres personnes ayant les mêmes centres d'intérêt ; il s'agit donc non seulement de donner le pouvoir aux utilisateurs, mais aussi de fournir aux rédacteurs radio de nouvelles façons d'interagir avec les utilisateurs. Une façon que les utilisateurs ont pour s'exprimer visuellement, est « Theme-maker », une application leur permettant de choisir le fond, le cadre et n'importe quelle couleur pour leur page.

<http://x3m.yle.fi>

Questa comunità online riveste un ruolo importante dove giovani svedesi che parlano finlandese provenienti da diverse regioni della Finlandia possono interagire. Il sito è strutturato sui contenuti degli utenti. È esplicitamente il contenuto generato dall'utente a costituire l'anima del sito mentre il contenuto radio è offerto come "contorno". Il sito fornisce ad utenti e ai redattori radio una piattaforma per esprimersi, per creare insieme contenuti, per trovare chi ha i tuoi stessi interessi, e così non solo fornisce potere ai navigatori web, ma fornisce anche ai redattori radio nuovi modi di interagire con gli utenti. Un modo con cui l'utente può esprimersi visualmente è il "Theme-maker", un'applicazione che lascia scegliere all'utente lo sfondo, la cornice e i colori per la loro pagina.

## **FINLAND - FINLANDE**

### **YLE - Oy.Yleisradio**

#### **YLE Areena (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**[www.yle.fi/areena](http://www.yle.fi/areena)**

Project manager: Reijo Perälä - Web artist: Annukka Palmén, Taneli Sippola, Tuuli Laukkanen, Märten Seiplax - Web designer: Tanja Ikkänen, Jaakko Nousiainen, Jarkko Ryytänen, Pia Manns, Marja Honkakorpi, Maria Söderströmin, Kristoffer Söderlund - Web master: - - Web programmer: Tomi Mikola, Juha-Matti Perttunen, Tuukka Paukkunen, Jari Ruotsalainen - External company: Tebit, Tietoenator Digital Innovations, Plenware - Other: Content Design: Seija Aunila, Elina Yli-Ojanperä, Rita Landström

#### **YLE Areena**

“Yle Arena” is the largest online-TV and Radio in Finland. More than 5, 500 titles cover all kinds of programmes. YLE's nine National radio channels can also be listened live, in Areena.

YLE Areena is mainly focused on Finnish and Swedish programmes, but there is fair amount of bought foreign programmes. As a public broadcaster, YLE also offers content in minority languages in Swedish, in Russian, in Lappish and in Sign language, and is available worldwide.

YLE Areena wants to offer a new and easy way to follow its programmes: provide service without registration, without advertisements, free of charge and does not need any installation.

#### **YLE Areena**

Avec plus de 5.500 titres couvrant tous les types de programmes, YLE Areena est la plus grande station de télévision et de radio en ligne de Finlande. Areena permet aussi d'écouter en direct les neuf chaînes nationales de radio d'YLE. YLE Areena a une version en suédois appelée YLE Arenan. YLE Areena se concentre principalement sur les programmes en finnois et en suédois, mais on y trouve aussi bon nombre de programmes étrangers achetés. En tant que société publique de diffusion, YLE propose également des contenus dans les langues minoritaires : suédois, russe, same et langue des signes. Accessible pratiquement partout dans le monde, YLE Areena souhaite proposer une façon novatrice et aisée de suivre les programmes d'YLE : en fournissant ses services sans inscription préalable, sans publicité, gratuitement et ne nécessitant aucune installation.

#### **YLE Areena**

“Yle Arena” è la maggiore radio tv on line finlandese con più di 5,500 titoli che coprono ogni genere di programma. Areena consente anche di ascoltare in diretta i nove canali nazionali di Radio YLE. YLE Areena si concentra principalmente sui programmi finlandesi e svedesi, ma v'è una buona quantità di programmi stranieri acquistati. Come società di radiodiffusione pubblica YLE offre contenuti in lingue minoritarie come svedese, russo, lappone e nella lingua dei segni ed è accessibile in ogni parte del mondo.

YLE Areena intende offrire un modo nuovo e facile per seguire i programmi YLE: fornire un servizio senza iscrizione, senza annunci, gratuitamente e non ha bisogno di alcuna installazione.

## **GERMANY - ALLEMAGNE**

**ARD - Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland**

### **Tagesschau in 100 Sekunden (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**[www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de)**

Project manager: Dr.Kai Gniffke, Thomas Hinrichs, Georg Grommes, Andreas Werner, Niels Rasmussen, Jörg Sadrozinski - Web designer: Thomas Staub - Web master: Sven Bruns

### **The “Tagesschau in 100 Sekunden”**

Tagesschau in 100 Sekunden (News in 100 seconds) is a news format conceived and optimized for presentation on television, internet and mobile devices.

“Once produced – multi-diffused” the principle can be summarized. The contents (videos) are generated for multiple methods of broadcasting. For that purpose, compromises had to be made to answer the requirements of each channel.

The television version serves as an overview of news and topics featuring on the 15-minute information blocks of digital channel “EinsExtra”. The broadcasts are encoded for the website [www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de), and such as, for the depiction on mobile devices.

### **Le journal télévisé en 100 secondes**

Le « Tagesschau in 100 Sekunden » (le journal télévisé en 100 secondes) est un format d’actualités qui a été conçu pour la représentation des nouvelles non seulement à la télévision, mais aussi sur Internet et sur des terminaux virtuels. Le principe est : « Une fois produit – diffusion multiple ». Les contenus (des vidéos), conçus pour diverses voies de diffusion, répondent aux exigences de chaque canal. La variante télévisée fournit une vue globale des actualités et des thèmes offerts par les blocs d’information de 15 minutes diffusés sur la chaîne numérique « EinsExtra ». Ces émissions sont codées pour le site web [www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de) et pour la représentation sur des terminaux virtuels.

### **Notizie in 100 secondi**

“Tagesschau in 100 Sekunden” (Notizie in 100 secondi) è un news format concepito e ottimizzato per la fruizione in tv, in internet e su mobile devices. Il principio può essere sintetizzato “Una produzione - molte diffusioni”. I contenuti (video) sono generati per diverse piattaforme di trasmissione. La versione televisiva serve da panoramica e contiene notizie ed argomenti inclusi nel blocco di informazioni da 15 minuti del canale digitale “EinsExtra”.

## **GERMANY - ALLEMAGNE**

**ARD - Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland**

### **Stone Age - the Experiment (EMPOWERING AUDIENCES)**

**[www.swr.de/steinzeit](http://www.swr.de/steinzeit)**

Project manager: Björn Lilienthal, Lene Kemling, Gerolf Karwath, Uwe Charissé - Web designer: Barbara Suplie - Web master: SWR Online - External company: Dominique Bös, Daniel Pfirrmann (DiOmega GmbH)

### **Stone Age - the Experiment**

The multimedia website "Stone Age - the Experiment" gives users the chance to explore the life of our ancestors and to learn something about modern archaeological research. It is based on an exciting experiment: For two months 13 people of today travel 5000 years back in time to live like "Oetzi - the Iceman". Users can follow their practical experience online - as a complement to a TV documentary. Here they find an online game, a virtual tour through the Stone Age "village" or the web logs on the spectacular hike across the Alps. Due to many other interactive animations, audios, videos, photo galleries, reports and interviews, the website has become a reference guide for schools and other educational institutions.

### **L'âge de pierre - l'expérience**

Le site web "L'âge de pierre - l'expérience" donne aux utilisateurs la possibilité d'explorer la vie de nos ancêtres et d'apprendre quelque chose au sujet de la recherche archéologique moderne. Il est basé sur une expérience passionnante : 13 personnes d'aujourd'hui retournent pendant deux mois à l'âge du "Ötzi", il y a 5000 ans. Les utilisateurs peuvent suivre leurs expériences concrètes en ligne - en complément d'un documentaire. Ils trouvent ici un jeu on-line, une visite virtuelle d'un "village" de l'âge de la pierre ou les blogues sur la traversée spectaculaire des Alpes. Grâce à beaucoup d'autres animations interactives, fichiers audio, vidéos, galeries de photos, rapports et interviews, le site web est devenu un guide de référence pour les écoles et d'autres institutions de formation.

### **L'età della pietra - l'Esperimento**

Questo sito web multimediale fornisce agli utenti la possibilità di esplorare la vita dei nostri antenati e di imparare qualcosa sulla moderna ricerca archeologica. Si fonda su di un esperimento emozionante: per due mesi 13 persone viaggiano 5000 anni indietro nel tempo per vivere come "Oetzi - l'uomo venuto dal ghiaccio". Gli utenti possono seguire le loro esperienze concrete on line come completamento di un documentario televisivo. Qui possono trovare un gioco on line, un giro virtuale per il villaggio dell'età della pietra, o i blog sulla spettacolare escursione delle Alpi. Grazie a molte altre animazioni interattive, audio, video, photo galleries, reports e interviste, il sito web è diventato una guida di riferimento per le scuole e per altre istituzioni formative.

## **IRELAND - IRLANDE**

### **RTE - Radio Telefis Eireann**

#### **RTÉ Operation Transformation (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**[www.rte.ie/ot](http://www.rte.ie/ot)**

Project manager: Mark Hennessy - Web artist: Ray Doyle - Web designer: Ray Doyle - Web master: Willem Fabritius - Web programmer: Willem Fabritius - External company: Gravitare

#### **Operation Transformation was RTÉ's**

Operation Transformation was RTÉ's, first truly 360° production covering radio, television, and a comprehensive website.

It followed the lives of 6 participants as they tried to change their lifestyles. Its website, RTÉ.ie/ot was an integral part of the RTÉ Operation Transformation initiative allowing users to follow the progress of their favourite participants and change their own lifestyle. It offered a huge information resource to anyone wishing to lose weight and get fit, all packaged in an engaging and "easy to follow" experience. In short it acted as the hub of the entire initiative and a weight loss tool for users.

#### **RTÉ Opération Transformation**

« Opération Transformation » a été la première vraie production à 360° de RTÉ, couvrant radio, télévision et site web.

On pouvait suivre la vie des 6 participants alors qu'ils tentaient de changer leur mode de vie. Le site Web « RTÉ.ie/ot » a été partie intégrante de l'initiative « RTÉ Opération Transformation », permettant aux utilisateurs de suivre les progrès de leurs participants favoris et modifier leur propre style de vie. Il offrait une vaste source d'informations à tous ceux qui souhaitaient perdre du poids et se remettre en forme, le tout présenté comme une expérience attrayante et facile à suivre. En bref, il a agi comme centre de toute l'initiative et, pour les utilisateurs, comme instrument pour la perte de poids.

#### **Operation Transformation era della RTÉ**

Operation Transformation della RTÉ e' stata la prima reale produzione a 360° che inglobava radio televisione e sito web. Essa sorvegliava le vite di 6 partecipanti e il modo in cui essi cercavano di cambiare il loro stile di vita. Il suo sito RTÉ.ie/ot era parte integrante del progetto RTÉ Operation Transformation, consentendo agli utenti di seguire l'evoluzione dei loro concorrenti preferiti e di cambiarne lo stile di vita. Offriva una imponente mole di informazioni per chiunque volesse dimagrire e entrare in forma, il tutto compreso in un pacchetto di esperienze attraenti e facili da eseguire. In breve ha funzionato come nucleo dell'intero progetto servendo agli utenti come strumento per perdere peso.

**ITALY - ITALIE**

**RAI - RAI - Radiotelevisione Italiana**

**Tg1 (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**www.tg1.rai.it**

Project manager: Rainet - Web artist: Rainet - Web designer: Rainet

## **Tg1**

The classic information of the TG1, a lasting leader in Italian media, has now entered into the world of the "new media" with an innovative site, both for its looks and contents, offering the Internet community its traditional rigor, along with the freshness of style of new platforms. In parallel with Television broadcasting; complete editions; and all single services, "split and divided" of the four daily and main broadcasts, are available along with videos of all the daily programmes and weather reports. One has the opportunity to become director of the TG1 and choose to watch only his favourite programmes, in his own home. The videos are thematized and archived in the pages of the various editorial sections and daily programmes, where one has free entrance to all coverage, for example; e.mail, names and photos of journalists, and further more, there are special pages on events, or news items that gather documents, and extra material; such as complete interviews, text, translations, and authentic videos, exclusively for the Web.

## **Tg1**

Les informations classiques du TG1, leader parmi les médias italiens depuis toujours, rejoignent maintenant le monde des nouveaux médias avec un site innovant quant à son look et son contenu, qui offre sa traditionnelle rigueur à la communauté Internet. En parallèle à la diffusion télé, sont disponibles les éditions intégrales et tous les services des quatre principales éditions quotidiennes, les vidéos de toutes les rubriques et la météo. Les vidéos sont classées par thèmes dans les pages des rédactions, à partir desquelles on a accès à toutes les informations de service : emails, noms et photos des journalistes, présentations des initiatives. Le site propose en outre, des pages spéciales sur des événements ou des faits d'actualité avec reportages, documents et matériaux supplémentaires tels qu'interviews intégrales, textes et traductions, vidéos originales et exclusives pour le Web.

## **Tg1**

La classica informazione del TG1, da sempre leader nei media italiani, entra ora nel mondo dei new media con un sito innovativo per look e contenuti, che offre alla comunità di internet il rigore tradizionale nella freschezza delle nuove piattaforme. In parallelo alla messa in onda televisiva, disponibili le edizioni integrali e tutti i singoli servizi "spacchettati" delle quattro principali edizioni quotidiane, i video di tutte le rubriche e il meteo. E' possibile diventare in casa propria il regista del TG1 e guardare solo i servizi prediletti. I video vengono tematizzati e archiviati nelle pagine delle redazioni e delle rubriche, dalle quali si ha accesso a tutte le informazioni di servizio.

**ITALY - ITALIE**

**RAI - RAI - Radiotelevisione Italiana**

**Scalo 76 (EMPOWERING AUDIENCES)**

[www.scalo76.rai.it](http://www.scalo76.rai.it)

Web artist: Rainet - Web designer: Rainet - Web master: Rainet

## **Scalo 76**

Scale 76, was created on the 22nd of December 2007:

it is a live Blog dedicated to the musical programme, "Scalo 76" broadcasted on RAI 2.

"Scale 76" is constantly being up-dated with images, presentations, interviews, and it closely examines subjects, issues, and that which concerns the guests of the programme.

Its intention and target has been to create extra significance for a young, dynamic, and cross-media community, who share a fundamental and common passion, the one of Music.

This blog is open, to that which regards the principle tools of social network of today's sites: MySpace, Facebook, Flickr or Twitter. Furthermore, inside a community (UGC), based on the user generated content, the user can assume a main and fundamental role, creating a precise and constant feedback of the process in every part of the programme.

## **Escale 76**

« Escale 76 » est né le 22 décembre 2007 : c'est un Blog Live dédié au programme sur la musique « Scalo 76 », diffusé sur Rai Due. Il est constamment mis à jour avec des images, des spectacles, des interviews et plein d'approfondissements sur les thèmes et les invités de l'émission. L'intention était de créer une valeur additionnelle pour une communauté jeune, dynamique et cross-média, avec une passion commune et fondamentale comme la musique. Il s'agit d'un blogue ouvert à tous les principaux sites de réseau social d'aujourd'hui : MySpace, Facebook, Flickr ou Twitter. En outre, au sein d'une communauté (UGC), basée sur le contenu généré par les utilisateurs, on peut jouer un rôle central et fondamental, créant un feed-back précis et constant sur le cours du programme.

## **Scalo 76**

Scalo 76 nasce il 22 dicembre 2007 : è il Live Blog dedicato al programma musicale Scalo 76 in onda su Rai Due. Viene costantemente aggiornato con immagini, esibizioni, interviste e tutti gli approfondimenti sugli argomenti e sugli ospiti della trasmissione.

L'intento è stato quello di creare un valore aggiunto per una community giovane, dinamica e cross-mediale, con una passione comune e fondamentale come la Musica.

Si tratta di un blog aperto a tutti quelli che sono i principali strumenti di social network della rete di oggi: MySpace, Facebook, Flickr o Twitter. Inoltre, all'interno di una community (Ugc), basata sulla generazione di contenuti da parte degli utenti, il singolo può assumere un ruolo centrale e fondamentale, creando un preciso e costante feedback dell'andamento del programma in ogni sua parte.

**ITALY - ITALIE**  
**SAT2000 - Sat2000**

**1x1 (EMPOWERING AUDIENCES)**

**www.1per1.it**

Project manager: Giuseppe Nigioni - Web artist: GG TOONZ - Web designer: GG TOONZ - Web master: GG TOONZ/ GIUSEPPE NIGIONI - Web programmer: GG TOONZ - External company: GG TOONZ

**1x1**

"1 X 1" video-community users are teenagers aged between 13 and 18 who love the web, the new media and the social network. The portal offers interactive services: for example, uploadare, i.e. multimedia materials to be shared via MMS or PC. Users can also participate in and interact with Forums, Bulletins and Discussion groups; they can have access to and vote for a great variety of multimedia, audio, video, word, graphic materials: the votes are then used to draw up continually updated lists. "1 X 1" video-community enables to create real blogs, through one or more web sites. Young surfers are not only the users of on-line services; they can also become real protagonists, since they participate in the creation of a different virtual world, fully dedicated to the young generation. The very goal of this video-community is to create a real social network aimed at enabling young people to interact and be involved. They can, thus, exchange their thoughts, pictures, videos, drawings.

**1x1**

Les utilisateurs de la communauté vidéo « 1 x 1 » sont des adolescents âgés de 13 et 18 ans, qui aiment le web, les nouveaux médias et le réseau social. Le portail offre des services interactifs tels que, par exemple, télécharger, à savoir du matériel multimédia à travers MMS ou ordinateur. En outre, les utilisateurs peuvent s'inscrire et interagir à l'intérieur de forums, bulletins, ainsi que des groupes de discussion ; ils peuvent également consulter et voter pour un grand nombre de textes, graphiques, et matériel multimédia, audio, vidéo. Le vote sera utilisé pour rédiger des listes toujours mises à jour. La communauté vidéo « 1 x 1 » permet de créer de véritables blogues à travers des espaces spécialement conçus sur le web

**1x1**

Gli utenti della video-community di "1 X 1" sono adolescenti tra i 13 e i 18 anni amanti del web, dei new media e del social network Il portale offre servizi interattivi come, per esempio, la possibilità di uploadare materiale multimediale tramite MMS o tramite il proprio personal computer; gli utenti, inoltre, possono iscriversi e interagire nei Forum, nei Bulletin e nei gruppi di discussione. La video-community di "1 X 1" permette di creare dei veri e propri blog mettendo a disposizione uno o più spazi web personalizzati. Infine all'interno del sito internet gli utenti possono consultare e votare una grande quantità di contenuti multimediali, audio, video, testuali e grafici: tutti i voti concorrono, poi, a stilare delle classifiche sempre aggiornate. I giovani surfers di questo portale non sono solo fruitori di servizi on line ma diventano i veri protagonisti.

## **JAPAN - JAPON**

### **NHK - Nippon Hoso Kyokai**

#### **NHK Eco 2008 Portal (EMPOWERING AUDIENCES)**

**[www.nhk.or.jp/eco2008](http://www.nhk.or.jp/eco2008)**

Project manager: Toshio Kuramata, Kazumasa Iida - External company: NHK Enterprises, Brain

#### **NHK Eco 2008 Portal**

"NHK Eco 2008" Portals, is the portal site for an all-year environmental campaign being undertaken by NHK. It gives visitors an at-a-glance view of NHK's environment-related programming, and allows them to watch clips from currently broadcasted programmes. It also shows the headlines of environment-related NHK news stories, and allows viewers to read and watch the them.

#### **NHK Eco 2008 Portal**

La communauté internationale considère le problème des changements climatiques comme le défi majeur du XXI<sup>e</sup> siècle. Depuis 1959, la NHK a réalisé de nombreux programmes sur l'environnement. De plus, soucieuse d'attirer l'attention sur le problème du réchauffement planétaire, elle mène chaque année au mois de juin, depuis 2003, une « Campagne écologique » qui consiste en 120 heures d'émissions complétées par des activités éducatives comme des ateliers photo, des concerts, des expositions et des séminaires. Cette année, en ligne avec le protocole de Kyoto, en prélude au sommet du G8 prévu au Japon et centré sur les questions environnementales, la NHK s'est particulièrement investie dans sa campagne, dont le portail « NHK Eco 2008 » constitue un attrait et un outil majeurs pour sensibiliser le public.

#### **Portale NHK Eco 2008**

"NHK Eco 2008" è il portale della campagna ambientale intrapresa da NHK per quest'anno. Fornisce agli utenti una rapida scorsa sui programmi NHK legati all'ambiente e consente loro di guardare le clip dei programmi correntemente trasmessi. Inoltre mostra i titoli delle notizie NHK relative all'ambiente e consente ai visitatori di leggerle e guardarle.

## **JAPAN - JAPON**

### **NHK - Nippon Hoso Kyokai**

#### **Charo Online**

[www.nhk.or.jp/charo/](http://www.nhk.or.jp/charo/) ((BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE))

Project manager: Shinichi Nagano - Web artist: Kenichi Okamura - Web designer: Kenichi Okamura - Web master: Masayuki Kasuga - Web programmer: Atsushi Fujiwara, Masayuki Nomura - External company: NHK Educational, Neuromagic

#### **“Little Charo”**

is a sweet, yet exciting story about a stray puppy named Charo, who is taken home by a warm-hearted Japanese boy named Shota. The boy and his family love Charo, and when they go to New York on vacation, they take him along. But Charo is accidentally separated from the family and finds himself alone in a foreign country.

Through encounters with many dogs and people, the curious and open-minded Charo gradually learns English. Along the way, he also learns about friendship, fear, and love. He finally meets a Japanese girl living in New York. Could the girl hold the key to Charo's return home?

#### **Charo Online**

« Little Charo » raconte la jolie et émouvante histoire d'un chiot abandonné. Charo, c'est son nom, est recueilli par Shota, un jeune et gentil garçon japonais. Le chiot est très aimé par sa nouvelle famille. Aussi, lorsque Shota et ses parents partent en vacances à New York, ils décident de l'emmener. Mais Charo est accidentellement séparé de ses maîtres et se retrouve seul dans un pays étranger. A travers ses rencontres avec de nombreux congénères et personnes, le chiot curieux de tout apprend peu à peu l'anglais. Mais il connaîtra également l'amitié, la peur et l'amour. Il rencontre finalement une jeune Japonaise qui habite à New York. Pourra-t-elle l'aider à rentrer chez lui ?

#### **Il piccolo Charo**

“Il piccolo Charo” è la tenera ed emozionante storia di un cucciolo abbandonato di nome Charo, trovato e portato a casa da un ragazzo giapponese di buon cuore di nome Shota. Il ragazzo e la sua famiglia si affezionano a Charo e lo portano con loro a New York in vacanza. Ma Charo si separa per caso dalla famiglia e si ritrova solo in un paese straniero. Incontra molti cani e molte persone, e a poco a poco il curioso e aperto Charo impara l'inglese. Lungo il suo cammino apprende il senso dell'amicizia, della paura, dell'amore. Alla fine incontra una ragazza giapponese che vive a New York. Potrà lei aiutarlo a ritornare a casa?

**NETHERLANDS - PAYS BAS**  
**NPO - Netherlands Public Broadcasting**

**Landroof (EMPOWERING AUDIENCES)**  
**[www.landroof.nl](http://www.landroof.nl)**

Project manager: Leonieke Verhoog - Web designer: Jurriaan Schalken - Web master: Jasper Koning -  
Web programmer: Ning (open source community software), Sander Huijssen

**Landroof**

is designed from start as a crossmedia title. On the website, visitors can report about nature that is threatened. They can use text, photos and videos in their report. The reports on the site are the starting point for the editors of the TV-program. Interesting cases are adopted and a TV-team visits the reported area and talks to responsible politicians, activists and others.

This media attention has already lead to a change of plans in some cases. The unique quality of the Landroof platform is the powerful interaction between virtual and real-life initiatives.

**Landroof**

« Landroof » a été conçu dès le début comme titre cross-média. Sur le site, les visiteurs peuvent réaliser des reportages sur la nature menacée. Ils peuvent utiliser des textes, des photos et des vidéos. Les reportages sur le site sont le point de départ pour les rédacteurs du programme TV : les cas plus intéressants sont sélectionnés et une équipe de télévision visite la zone indiquée et s'adresse aux responsables politiques et aux activistes. Cette attention des médias a déjà conduit à un changement de plans dans certains cas. La qualité unique de la plateforme « Landroof » est la puissante interaction entre les initiatives virtuelles et celles de la vie réelle.

**Landroof**

Landroof è stato progettato sin dall'inizio come titolo cross-mediale. Sul sito i visitatori possono fare dei report sulla natura minacciata. Nei loro servizi possono usare testi, foto e video. I report sul sito sono il punto di partenza per i redattori dei programmi TV. Vengono presi in considerazione i casi interessanti e una equipe televisiva visita l'area d'interesse del report per poi rivolgersi a politici responsabili, attivisti ed altri. Questa attenzione dei media ha portato in alcuni casi a un cambiamento di piani. La qualità unica della piattaforma Landroof è la potente interazione tra iniziative virtuali e quelle di vita reale.

**NETHERLANDS - PAYS BAS**  
**NPO - Netherlands Public Broadcasting**

**Holland Doc (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**  
**[www.hollanddoc.nl](http://www.hollanddoc.nl)**

Project manager: Hansje van Etten (VPRO), Peter Dekker (IKON), Bert Janssens (Human) - Web designer: VPRO Digitaal - Web programmer: VPRO Digitaal

**Holland Doc**

The cross-media documentary platform of NPO, is unique in its concept. The platform accommodates not only a television and radio programme on documentaries, but also a digital tv channel, a website with more than 700 documentaries on demand and blogs of documentary producers and initiatives to attract and find new talents, and to experiment with new forms of documentary. The digital television channel, started in 2004, was one of the first digital channels in the Netherlands, available on digital television and via an internet media player. This initiative has been expanded ever since, using public television, radio, on demand content, weblogs and news, combining the expertise and content of several Dutch public broadcasters.

**Holland Doc**

La plateforme de documentaires cross-média de la Radiotélévision publique néerlandaise NPO est unique dans son concept. La plateforme accueille non seulement un programme de documentaires de télévision et de radio, mais aussi une chaîne télé numérique, un site Web avec plus de 700 documentaires sur demande et les blogues des producteurs de documentaires, des initiatives visant à attirer et trouver de nouveaux talents et à expérimenter de nouvelles formes de documentaire. La chaîne télé numérique, qui a débuté en 2004, a été une des premières chaînes numériques aux Pays-Bas disponible sur télévision numérique et via lecteur multimédia sur Internet. Cette initiative s'est développée depuis, en utilisant la télévision publique, la radio, des contenus à la demande, blogues et infos, combinant l'expertise et le contenu de plusieurs radiodiffuseurs publics néerlandais.

**Holland Doc**

La piattaforma documentaristica cross-mediale della NPO è unica nella sua concezione. La piattaforma ospita non solo una televisione e un programma radio sui documentari, ma anche un canale televisivo digitale, un sito con più di 700 documentari on demand, dei blog di produttori di documentari così come altre iniziative volte ad attrarre e scoprire nuovi talenti e sperimentare nuove forme di documentario. Il canale televisivo digitale, inaugurato nel 2004, è stato uno dei primi canali digitali in Olanda disponibile sulla televisione digitale e attraverso un internet media player. Questo progetto da allora è cresciuto, utilizzando televisione pubblica, radio, contenuti on demand, weblog e informazione, e coniugando la competenza al contenuto di numerose emittenti pubbliche olandesi.

**NORWAY - NORVEGE**  
**NRK - Norsk Rikskringkasting**

**Yr.no (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**www.yr.no**

Project manager: Erik Bolstad - Web designer: Apt - Web master: Jan Ivar Pladsen - Web programmer: Hans-Christian Holm

**yr.no**

yr.no is the joint online weather service, from the Norwegian Meteorological Institute (met.no) and the Norwegian Broadcasting Corporation (NRK).

yr.no is unique in Europe because of our very detailed weather forecasts and our free data policy. The site also offers unique visual presentations, using animated maps and easy-to-use graphics.

No other European weather site has ever offered so much weather data for free.

yr.no was released in September 2007 and quickly became a popular site in Norway. At the moment, more than 800 000 unique visitors (20% of the Norwegian internet users) visit the site every week (with almost 10 million weekly page impressions).

**yr.no**

yr.no est un service météo en ligne de l'Institut Météorologique Norvégien (met.no) et de la Société de Radiodiffusion Norvégienne (NRK). yr.no est unique en Europe en raison de ses prévisions météorologiques très détaillées et de sa politique de diffusion gratuite des données. Le site offre également des présentations visuelles particulières, en utilisant des cartes animées et une graphique facile à utiliser. Aucun autre site météorologique européen n'a jamais offert gratuitement autant d'informations météo. yr.no a été lancé en septembre 2007 et il est rapidement devenu un site populaire en Norvège. A l'heure actuelle, plus de 800 000 visiteurs uniques (20% des utilisateurs d'Internet norvégiens) visitent le site chaque semaine (avec près de 10 millions de pages vues par semaine).

**yr.no**

yr.no è un servizio meteorologico on line congiunto del Norwegian Meteorological Institute e della Norwegian Broadcasting Corporation (NRK). yr.no è unico in Europa grazie alla nostra capacità di fornire previsioni meteo molto dettagliate e alla nostra politica di diffusione gratuita dei dati.

Il sito offre anche presentazioni visive esclusive utilizzando mappe in movimento e grafici facili da usare. Nessun altro sito meteo europeo ha mai offerto tante informazioni meteo gratuitamente.

yr.no è stato lanciato nel settembre 2007 ed è subito divenuto un sito popolare in Norvegia. Al momento più di 800,000 visitatori unici (il 20% degli utenti internet norvegesi) visita il sito ogni settimana (con quasi 10 milioni di chiamate di pagina alla settimana).

**NORWAY - NORVEGE**  
**NRK - Norsk Rikskringkasting**

**Nordkallotten 365 (EMPOWERING AUDIENCES)**

**[www.nrk.no/monsen](http://www.nrk.no/monsen)**

Project manager: Ivar Ragne Jenssen - Web artist: nrk.no - Web designer: Morten Skogly - Web master: Morten Skogly - Web programmer: Morten Skogly

**Nordkallotten 365**

Nordkallotten 365 offers the opportunity to follow, and be in company with the Norwegian explorer Lars Monsen, and his expedition who explore and go across the Northern wilderness of Norway, Sweden and Finland, for one year.

The site offers a day-to-day diary, updates from Monsens phone as podcast, maps, video and sound files from the expedition. Also offering user generated content as mms photos, forum, tips for wilderness surviving.

**Nordkallotten 365**

Nordkallotten 365 offre la possibilité d'être en compagnie de l'explorateur norvégien Lars Monsen et de suivre pendant une année son expédition à travers l'étendue sauvage du Nord de la Norvège, de la Suède et de la Finlande.

Le site offre un journal quotidien, podcast, cartes, fichiers audio et vidéo de l'expédition, mis à jour par Monsens sur son portable. Le site offre aussi des contenus générés par les utilisateurs tels que photos, mms, forum, conseils pour survivre en milieu sauvage.

**Nordkallotten 365**

Nordkallotten 365 offre l'opportunità di essere in compagnia dell'esploratore norvegese Lars Monsen e di seguirne la sua spedizione attraverso il selvaggio Nord della Norvegia, della Svezia e della Finlandia, per un anno.

Il sito offre un diario giornaliero, aggiornando dal telefono mobile di Monses con podcast, mappe, file audio e video della spedizione. Inoltre offre contenuto generato dall'utente come foto mms, forum, consigli per la sopravvivenza in una regione selvaggia.

**UNITED KINGDOM - ROYAUME UNI**  
**BBC - British Broadcasting Corporation**

**BBC iPlayer (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**  
**[www.bbc.co.uk/iplayer/](http://www.bbc.co.uk/iplayer/)**

Project manager: Anthony Rose - Web artist: Ben Hanbury - Web designer: Gemma Garmeson - Web master: Marina Kalkanis - Web programmer: Andy Smith

**The BBC iPlayer,**

The BBC iPlayer received its full consumer marketing launch on Christmas Day 2007, since then, there have been more than 75 million requests to stream or download programmes. Simple and easy to use, you never have to miss out on your favourite programmes. For up to seven days after they've aired, you can go to BBC iPlayer to watch it straight away, via the streaming option or, alternatively, download the programme. It covers all of the BBC's network TV channels, plus regional and national variations and it's free to UK licence-fee payers. You don't need to buy any kit: simply visit [www.bbc.co.uk/iplayer](http://www.bbc.co.uk/iplayer) and choose the programme you want to watch. The BBC iPlayer represents a huge step away from the established broadcast model into the new world of on demand.

**BBC iPlayer**

Depuis le lancement du BBC iPlayer le 25 décembre 2007, accompagné d'une campagne de marketing pour les consommateurs, plus de 75 millions de demandes ont été reçues pour regarder en ligne ou télécharger des programmes. Grâce à cet outil facile à utiliser, vous ne manquerez plus vos programmes favoris. Pendant les 7 jours qui suivent leur diffusion, vous pouvez vous connecter sur BBC iPlayer pour les regarder en ligne, grâce à l'option de streaming, ou les télécharger. Ce service qui englobe toutes les chaînes de télévision du réseau BBC, plus les variantes régionales, est totalement gratuit pour tous ceux qui paient la redevance télévisuelle britannique. Nul besoin d'acheter un kit quelconque : rendez-vous simplement sur [www.bbc.co.uk/iplayer](http://www.bbc.co.uk/iplayer) et choisissez le programme que vous souhaitez regarder. S'éloignant du modèle traditionnel de diffusion, BBC iPlayer représente un gigantesque pas en avant vers un nouvel univers de visionnage à la demande.

**BBC iPlayer**

L'iPlayer della BBC ha avuto il suo lancio commerciale il giorno di Natale del 2007. Da allora sono pervenute più di 75 milioni di richieste di streaming o di download del programma. Semplice e agevole da usare permettono di non perdere più i programmi preferiti. Fino ai sette giorni successivi alla trasmissione potete connettervi a BBC iPlayer e guardare in streaming o, in alternativa, scaricando il programma. Copre tutti i canali tv della BBC più varianti regionali e nazionali, ed è un servizio gratuito per coloro che pagano il canone britannico. Non dovete comprare nessun kit, ma semplicemente connettervi al sito [www.bbc.co.uk/iplayer](http://www.bbc.co.uk/iplayer) e scegliere il programma che volete vedere. L' iPlayer della BBC rappresenta rispetto al modello di diffusione tradizionale un grande passo in avanti nel nuovo mondo dell'on demand .

**UNITED KINGDOM - ROYAUME UNI**  
**BBC - British Broadcasting Corporation**

**White Season (EMPOWERING AUDIENCES)**  
**[www.bbc.co.uk/white/](http://www.bbc.co.uk/white/)**

Project manager: Venus Speedwell; Max Gadney; Lindsay Nuttall - Web designer: Yuri Kang - Web master: Simon Cobb - Web programmer: Alistair Duggin - External company: Saint Digital - Other: Commissioned by Max Gadney & Nick Cohen

**White Season - BBC Two**

BBC2's White Season asked "Are White Working Class people ignored in Britain?" Strong linear programming was complimented by debates around each show as well as material from the BBC Archive and stories on BBC News. Video Diaries allowed quality content to come from audiences keen to tell their story. Nine thousand people contributed to a News website debate. The comments were then visualised in the Spectrum application. The White Season Spectrum innovated by visualising people's emotions behind this difficult subject in a way that was more immersive than traditional 'message board' design - this meant people spent nine times longer on it than on average debates.

**Saison blanche**

L'émission White Season de BBC2 pose la question suivante : "Les membres de la classe ouvrière de couleur blanche sont-ils ignorés en Grande-Bretagne ?". Une programmation linéaire, percutante, est complétée par des débats organisés autour de chaque émission, ainsi que la diffusion d'archives de la BBC et de reportages de BBC News. Grâce à des "Video Diaries", on a pu entendre des arguments percutants de membres du public désireux de raconter leur histoire. Neuf mille personnes ont contribué au débat sur un site web d'information. Ensuite les commentaires ont été visualisés par l'application Spectrum. Pour White Season, Spectrum a innové en visualisant les réactions émotionnelles des personnes sur ce sujet difficile d'une manière bien plus approfondie qu'un "tableau de réactions" classique. Ceci veut dire que les gens y ont consacré 9 fois plus de temps qu'un débat normal.

**White Season - BBC Two**

White Season della BBC Two si è posta la questione: "La classe operaia bianca è ignorata in Gran Bretagna?" Una programmazione lineare incisiva è stata integrata da dibattiti organizzati su ogni spettacolo, da materiale reperito dagli archivi della BBC e dai reportage della BBC News. I "Video Diaries" hanno consentito di ottenere contenuti di qualità dalle persone del pubblico disposte a raccontare la loro storia. In novemila hanno contribuito al dibattito sul sito News. I commenti venivano visualizzati nell'applicazione Spectrum. Il White Season Spectrum innovava visualizzando le reazioni emotive del pubblico davanti ad argomenti delicati in modo molto più approfondito del tradizionale sistema del 'message board'. Ciò significava che le persone trascorrevano sul sito un tempo nove volte maggiore rispetto a quello dei dibattiti normali.

## **UNITED KINGDOM - ROYAUME UNI CH4 - Channel Four Television**

### **Picture This (BEST CROSS MEDIA PUBLIC SERVICE)**

**[www.channel4.com/picturethis](http://www.channel4.com/picturethis)**

Project manager: Adam Gee - Commissioner - External company: Preloaded (Paul Canty, Adam McNicholl and team)

#### **Picture This**

'Picture This' is a highly integrated Cross-Platform Project, combining TV and Web to provide "a friendly place to improve your photography".

The TV comprises a 3-part series, in which a group of gifted amateur photographers undertake a series of demanding challenges with the support of leading practitioners including Martin Parr of Magnum. During the series, viewers were able to go head-to-head with the TV contestants, undertaking the same challenges via the website, where a community was built, keen to help and be helped by their peers. The judges and mentors from the show commented on a broad selection of these user-submitted photos.

#### **Prend-le en photo**

« Prend-le en photo » est un projet multiplateforme intégré, associant télévision et Web afin d'offrir «une place conviviale pour améliorer vos photographies ».

La TV présente une série en 3 parties dans laquelle un groupe de photographes amateurs doués entreprend une série de défis ardues avec le support d'éminents professionnels tels que Martin Parr de l'agence Magnum. Au cours de la série, les téléspectateurs, désireux d'aider et être aidés par leurs semblables, ont pu affronter en tête-à-tête les concurrents TV, entreprendre les mêmes défis à travers le site web, où une communauté a été créée. Les juges et les mentors de l'émission commentent une large sélection de photos envoyées par les utilisateurs.

#### **Fotografa questo**

"Fotografa questo" è un progetto a piattaforma-multimediale altamente integrato, che coniuga TV e Web per offrire "un luogo accogliente per migliorare le tue fotografie".

La TV offre una serie in 3 parti, in cui un gruppo di fotografi amatoriali di talento intraprende una serie di sfide impegnative con il sostegno di importanti professionisti tra cui Martin Parr dell'agenzia Magnum. Durante la serie gli spettatori hanno potuto affrontare tete-a-tete i concorrenti televisivi, intraprendendo le stesse sfide tramite il sito web, dove s'era creata una comunità disposta ad aiutare e ad essere aiutata dai loro pari.

Giudici e mentori dallo show giudicavano un'ampia selezione di queste foto presentate dall'utente.

**UNITED KINGDOM - ROYAUME UNI**  
**CH4 - Channel Four Television**

**Embarrassing Bodies (EMPOWERING AUDIENCES)**

**[www.channel4.com/bodies](http://www.channel4.com/bodies)**

Project manager: Adam Gee - Commissioner - External company: Maverick Television (Dan Jones, Alex Hryniewicz and team)

**Embarrassing Bodies**

'Embarrassing Bodies' is a carefully integrated multiplatform initiative, which presents preventive healthcare in a lively, honest, and engaging way across an effective mix of media.

The online dimension of the project saw unprecedented numbers and levels of engagement. The TV comprised 4 prime-time hours presented by a team of charismatic doctors.

**Embarrassing Bodies**

« Embarrassing Bodies » est une initiative multiplateforme intégrée qui présente la prévention médicale d'une manière vive, honnête et engageante à travers une efficace combinaison de médias.

La dimension en ligne du projet a vu une participation et un succès sans précédent. La télévision a transmis 4 heures en prime-time présentées par une équipe de médecins charismatiques.

**Embarrassing Bodies**

'Embarrassing Bodies' è un progetto Cross-platform integrato per la prevenzione sanitaria in modo semplice e efficace attraverso un mix di media. La dimensione on line del progetto ha visto risultati e numeri di successo senza precedenti. La Tv trasmetteva 4 ore prime-time presentate da un team di medici molto carismatici.