

Cahier des charges pour une vidéo promotionnelle

JUS D'UPIGNY

Nom de l'entreprise :	Le jus d'Upigny
Nom du projet :	Les jus
Personne à contacter dans l'entreprise :	Maximilien Petit
Adresse :	Route de la Bruyère 100, 5310 Upigny
Tel :	
Email :	

A. Présentation de l'entreprise	3
B. Caractéristiques de la vidéo	4
B.1 Le format	4
B.2 L'enjeu	4
B.3 Les cibles	4
B.4 Le ton de la vidéo	4
B.5 Thématiques	4
D. Les livrables	5
D.1 Les pièces et éléments à produire	5
D.2 Les critères de sélection	5
D.3 Le Planning	5

A. Présentation de l'entreprise

- Histoire de l'entreprise :

Solidement plantée dans la terre lourde et fertile de Hesbaye, la ferme d'Upignac est une ferme en carré typique de la région, propriété de la famille Petit depuis plus de 300 ans. On accède à sa grande cour pavée par un haut porche à colombier. Le corps du logis est la partie la plus ancienne : il date du XVII^e siècle. Une grange qui témoigne d'une grande activité céréalière, des étables et des écuries (avec une petite vingtaine de chevaux qui était la force motrice de l'époque pour travailler les champs) complètent le carré de la ferme. Tout y a été conçu pour l'élevage du bétail. Vaches et chevaux ont disparus et les bâtiments aujourd'hui magnifiquement restaurés ont fait place à une salle de réception et une boutique.

- Activité principale :

La Hesbaye sent bon la campagne, la vraie. La terre y est propice à la culture des arbres fruitiers. Dans la région, les vergers font d'ailleurs partie du patrimoine. Mais ce que la famille Petit a compris en 1985, c'est que les riches pâturages et le climat local constituent aussi les conditions idéales pour l'élevage de canards, la plantation d'arbres fruitiers et de culture des fruits au sol.

- Produits vendus :

Production de foie gras, création de jus de fruits issus de Belgique, restaurant.

- Points de vente :

A la ferme, auprès de grandes enseignes comme Delhaize ou dans des commerces de proximité.

B. Caractéristiques de la vidéo

B.1 Le format

Vidéo au format 16:9 - Full HD (1920x1080). Recording Apple ProRes - Sortie H264

Vidéo au format 1:1 - 1080x1080. Recording Apple ProRes - Sortie H264

Durée : 41''

B.2 L'enjeu

1. Montrer le processus de fabrication des jus, en partant des vergers jusque dans le pouch-up.
2. Il faut également insister sur le côté écologique et respectueux de la nature.
3. Accentuer le côté local de fabrication et surtout que les jus sont sains et naturels, sans conservateur. Le processus de fabrication reste proche du mode artisanal malgré le développement de la société.

B.3 Les cibles

- Personnes de tout âge désirant boire une boisson saine et naturelle, et/ou désirant trouver une alternative aux boissons alcoolisées en buvant un cocktail à base de jus de fruit.
- Lors de visites porte-ouverte, le public peut voir le mode de fabrication.

B.4 Le ton de la vidéo

En harmonie avec la nature, l'homme récolte des fruits de qualité et mûres à point.

La vidéo promotionnelle aura un ton calme et relaxant, avec une bienveillance sur la relation entre l'homme et la nature. Cette dernière sera l'élément principal de la vidéo.

B.5 Thématiques

Les thématiques autorisées : la nature - le respect de la production - l'enracinement local - le jus sain.

Les thématiques interdites : utilisation de produits d'épandage.

D. Les livrables

D.1 Les pièces et éléments à produire

- Cahier des charges
- Storyboard vidéo
- Script audio
- Une vidéo publicitaire pour diffusion Youtube ou site web (rapport 16/9)
- Une vidéo pour diffusion Instagram (rapport 1:1)
- 2 captures écran d'adaptation web de la vidéo

D.2 Les critères de sélection

1. Choisir un produit et en réaliser la promotion par le biais de la réalisation d'une vidéo publicitaire.
2. Choisir le temps de création de votre vidéo : soit 30 secondes, 45 secondes, 1 minute, 1 minute et 30 secondes ou 2minutes.
3. Pour la phase de pré-production, réaliser les documents suivants:
 - un cahier des charges
 - un storyboard vidéo
 - un script/storyboard audio
4. Conception de la bande sonore dans Audacity (ou autre logiciel de montage son au choix).
5. La conception et la diffusion de votre vidéo publicitaire doit contenir les éléments suivants:
 - Une mise en scène générale autour du produit représenté dans la vidéo publicitaire.
 - Montrer le résultat suite à l'utilisation du produit.
 - Insertion de votre bande sonore (au format mp3) dans votre vidéo publicitaire.
 - Réaliser au minimum 3 placements de produit dans la vidéo publicitaire (intégrés parfaitement à la mise en scène).

L'apparition du packshot et du logo de la marque produit représentée -> idéalement en vidéo (sur un fond blanc ou intégré dans la mise en scène générale de votre projet). L'animation peut être créée sur After Effect avant d'être importée dans Adobe Première Pro.

Insertion d'un slogan ou d'une accroche publicitaire.

Placez un call to action comme l'apparition de l'URL vers le site Internet de la marque produit représentée dans la vidéo. À insérer au moment du packshot par exemple.

L'apparition du logo de la marque fabricant + insertion de la signature sonore.-> Minimum 2 secondes d'animation et 3 secondes de logo fixe afin que les clients puissent voir l'entièreté du logo également. Maximum : 10 secondes au total d'animation du logo de la marque fabricant.

Intégration de votre vidéo sur Youtube (EN MODE PRIVÉ !)

Respecter la législation suivante en ce qui concerne le placement de produit et les partenariats de marque.

Réalisation d'une description commerciale de votre vidéo publicitaire sur Youtube : insertion des liens commerciaux + auteurs éventuels si utilisation de sons, vidéos, images, vecteurs libres de droits à usage commercial (contenant toute obligation de créditer l'auteur).

Intégration de votre vidéo sur deux pages webs au choix (réseaux sociaux, story site Internet, site one page...). Veuillez simplement faire une capture d'écran et effacez ensuite cette intégration du web.

Veuillez également veiller au respect de la déontologie, la législation et à l'aspect réglementaire en vigueur pour le domaine ou le secteur d'activité représenté dans votre vidéo publicitaire. Pour plus d'informations sur les règles publicitaires, veuillez consulter le site Internet du JEP (Jury d'éthique publicitaire) : <https://www.jep.be/fr/codes-regles>.

6. Remise au format .Mp4 et .mov de votre vidéo publicitaire ainsi que le lien (URL) vers votre vidéo diffusée sur Youtube (en mode privé). L'ensemble est à envoyer par email à l'adresse suivante : catherine.franken@cfcreativebe.com (le 20 juin 2022 à 23h59 au plus tard).

+ Remise au format JPEG de la capture d'écran de vos intégrations web au choix. À envoyer par email à l'adresse email suivante : catherine.franken@cfcreativebe.com (le 20 juin 2022 à 23h59 au plus tard).

D.3 Le Planning

Cahier des charges: 24/04/2022 (avant 23h59)

Storyboard vidéo: 09/05/2022 (avant 23h59)

Script/storyboard audio: 16/05/2022 (avant 23h59)

Conception de la bande sonore dans FCPX : 16/05/2022 (avant 23h59)

Remise du projet final : 20/06/2022 (avant 23h59)

- . Cahier des charges
- . Storyboard vidéo
- . Storyboard audio
- . Vidéo au format .mp4 ou .mov ainsi
- . L'URL de la vidéo diffusée sur youtube (mode privé) + description paramètre
- . Remise au format .jpg de la capture d'écran des intégrations web aux choix