



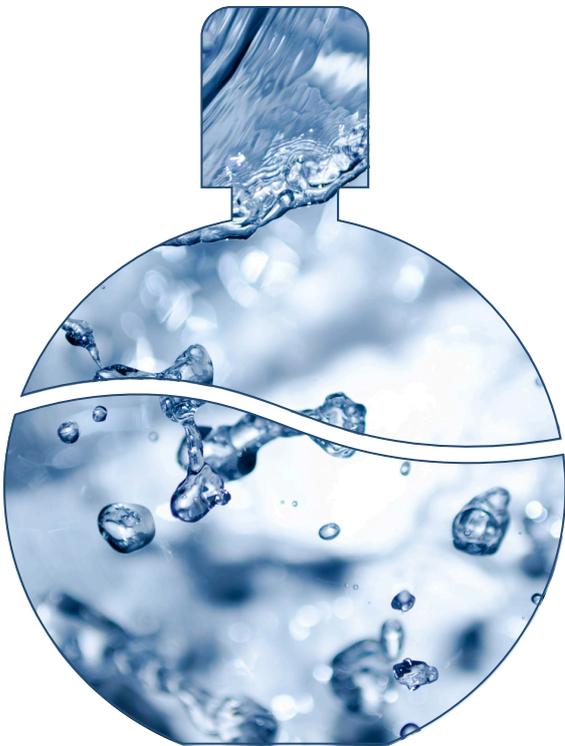
DOSSIER DE PRODUCTION

ÉQUIPE 5 - 2025



AQUASH

**UNE HYDRATATION PURE, POUR TOUS,
PARTOUT, TOUT LE TEMPS**



SOMMAIRE

01

Écriture

Notes
d'intentions

Notes de
réalisations

Storyboards

Scripts

02

Production

Photos
+
infos lieux

Shotlists de
tournage

Liste de
matériel

Répartition
des rôles

Co-auteurs

Adria Choulette
Lubin Corniot
Timothé Magnani
Margot Houques
Basile Ferrand-R.
Timour Dairabekov
Inouk Barthélémy

01

Écriture des pubs

Note

d'intention pub horizontale :

Aquash est une gourde avec un socle qui purifie et enrichit l'eau en nutriment pour hydrater durant 24 h en buvant seulement la petite quantité d'eau de la gourde incluse dans le produit. Pour l'utiliser, il faut simplement remplir le contenant et le poser sur son socle, les six émetteurs vont diffuser des ondes qui rendront l'eau pure et riche en nutriments. La gourde peut ensuite être retirée et l'eau bue.

Notre publicité horizontale a pour objectif d'inciter à l'achat. On y met en scène une jeune femme active confrontée à un problème principal : sa consommation de plastique personnelle. L'objectif étant que tout un chacun se reconnaisse dans ces mauvaises habitudes de consommation de bouteilles d'eau.

En solution, Aquash apparaît, amenant sa consommation de plastique à zéro. En mettant en scène notre personnage qui boit, on informe par des bulles autour de Mélanie sur toutes les caractéristiques et bienfaits de notre produit.

“Une Hydratation pure, pour tous, partout, tout le temps”

Le cœur de cible de notre publicité horizontale est les foyers en général et notamment les familles. Les employés, les cadres et les professions intermédiaires sont donc ciblés et peuvent se reconnaître dans la jeune femme que nous mettons en scène. Il s'agit de Mélanie (34 ans) cadre dans une entreprise vidéoludique. Nous ciblons un public international avec une priorité sur les pays développés sur le début de la campagne ainsi le décor dans lequel vit notre jeune femme est évocateur pour notre cible.

Notre publicité horizontale est donc une mise en scène qui se veut le plus réaliste possible : des vrais problèmes, résolus par une vraie solution : Aquash.

Mélanie, inquiète par la pollution de l'eau due aux microplastiques et PFAS, écoute en fond sonore en rentrant chez elle une émission radio qui parle des enjeux environnementaux et de la surconsommation de bouteilles en plastique. Alors qu'elle jette des bouteilles vides dans une poubelle déjà trop pleine, l'accumulation des déchets devient pesante, accompagnée d'une musique angoissante..

Le moment clé survient lorsqu'une bouteille tombe de la poubelle, déclenchant son besoin de changement. Mélanie entend alors la sonnerie de son appartement et découvre un colis Aquash contenant le produit. Dès lors qu'elle reçoit sa boîte, la musique s'adoucit et elle découvre la solution qui résout son problème.

En utilisant Aquash, les bienfaits de l'hydratation et de la réduction des déchets plastiques sont évidents. Finalement, dans une ambiance apaisée, elle pose le produit Aquash sur son socle, l'ayant intégré à son quotidien, symbolisant son engagement pour un avenir plus propre.

Note | | d'intention pub verticale :

Aquash est un produit révolutionnaire avec pour objectif de réduire le manque d'hydratation, les polluants invisibles de l'eau et les déchets plastiques. Il s'agit d'un appareil constitué de deux éléments, le socle qui sert à purifier et à apporter les nutriments à l'eau grâce aux six émetteurs positionnés de manière symétrique et la gourde qui se pause au milieu de celui-ci et qui permet donc de stocker l'eau.

Après 24 secondes, le consommateur peut alors retirer la gourde, boire son contenu et être hydraté pendant une journée entière seulement avec la petite quantité d'eau de la gourde.

À travers cette publicité, nous souhaitons alerter sur les dangers du manque d'hydratation ainsi que sur la révolution qu'apporte Aquash. Un ton humoristique et dynamique renforce la proximité avec le public et sera le plus adapté pour les réseaux-sociaux.

La mise en scène, quant à elle, repose sur une situation banale du quotidien à laquelle beaucoup de personnes se sont déjà confrontées : le manque d'eau durant un effort physique ce qui élargit le public cible de cette publicité et peut leur faire prendre conscience de ce problème afin de leur apporter la solution miracle.

Aquash intervient donc comme un produit visant à améliorer la santé des personnes tout en leur simplifiant la vie en buvant simplement une petite quantité d'eau.

Le slogan d'Aquash est le suivant : "Aquash, une eau pure, pour tous, partout, tout le temps". Il s'agit du slogan utilisé dans la majorité de notre communication en prenant un ton professionnel. En revanche, pour cette publicité un autre slogan sera utilisé :

"Avec Aquash, de l'eau, dans 20/30 ans, il y en aura encore", étant donné que nous avons pris une position humoristique, une référence à Jean-Claude Van Damme qui énonçait l'inverse : "Dans 20/30 ans, il n'y en aura plus".

Les employés et cadres entre 30 et 40 ans de préférence sportifs seront la principale cible de la publicité, s'identifiant au coureur faisant face à un manque d'eau, une situation qui est déjà arrivée à bon nombre de personnes. Les familles font aussi partie du public cible étant donné que le transport d'eau pour toute la famille peut devenir vite lourd et encombrant en extérieur. Une cible variée et internationale est au cœur de notre communication avec un accent sur les pays développés en début de campagne, le produit étant onéreux au vu de la technologie révolutionnaire qu'il embarque.

La publicité sera donc verticale pour un format mobile, elle ne comportera pas d'infographies à l'écran mise à part le slogan de fin avec le logo de notre produit. Elle repose sur une mise en scène avec deux acteurs sur un ton humoristique avec une situation exagérée : un inconnu qui arrive avec la solution miracle.

Un premier plan amorcera notre publicité avec Louis, un coureur confirmé, qui fait son footing dans son parc habituel en plein après-midi. Le soleil lui tape sur le visage, il prend un air essoufflé et souhaite se reposer quelques instants. Il s'assoit sur un banc, ouvre son sac et se rend compte que sa bouteille d'eau est vide, c'est donc l'élément qui va déclencher l'apparition de notre produit. Désespéré, il regarde autour de lui à la recherche d'une source d'eau, mais ne parvient pas à en trouver.

Tout à coup, un marcheur "Timothé" passe devant lui et le remarque essoufflé, il lui dit avoir la solution miracle à son manque d'hydratation et lui tend alors notre produit, Aquash. Louis le remercie et s'empresse de boire le contenu de la gourde, reprenant petit à petit des forces, une musique entraînante se lance pour marquer un changement de rythme plus rapide et il se remet à courir avec de l'entrain et une certaine énergie, puis on le voit partir au loin.

La musique baisse et le carton de fin s'affiche avec notre slogan sur un ton humoristique énoncé par la voix off.

Note --- de réalisation pub horizontale :

LIEU DE TOURNAGE

19 Quai de la Graille, Grenoble – Appartement moderne avec beaucoup de hauteur sous plafond, situé en zone urbaine, avec une cuisine et un salon lumineux, reflétant le quotidien d'une femme active des classes moyennes à supérieures. Le lieu reflète les conditions de vie supposées de notre cible.

LE CADRE, L'ESPACE

Type de cadrage

Plans rapprochés et gros plans sur Mélanie pour capter ses émotions (soupirs, regards, gestes mécaniques).

Angle

Plongée légère sur la poubelle, accentuant la sensation de débordement.

Contre-plongée légère lors de l'utilisation de la gourde par Mélanie, pour valoriser le produit.

Caméra fixe sur trépied pour donner un aspect d'observateur discret de la scène.

Flou d'arrière-plan mettant en valeur la gourde au premier plan.

Hors-champ

Le son de la radio, la sonnette, et la voix off sont des éléments sonores hors champ qui donnent du contexte sans le montrer directement, accentuant la tension du quotidien de Mélanie et son impact.

CHARTE GRAPHIQUE

Lumière

Au début : lumière naturelle grise, froide, symbolisant l'inconfort.

Après l'arrivée du colis : lumière plus chaude, vive et contrastée, symbolisant le soulagement et la solution.

Décors

Cuisine et salon fonctionnels mais réalistes, avec une poubelle pleine visible en plan fixe, symbole de l'accumulation.

Le socle Aquash est mis en avant dans un environnement réel, bien éclairé (lumière pointant sur le produit spécifiquement).

Costumes

Mélanie porte une tenue classique sobre : chemisier, veste et change de tenue très vivement pour montrer l'accumulation des bouteilles dans la scène de la poubelle.

LE SON

Dialogues

Aucun dialogue direct. Mélanie ne parle pas, tout passe par les sons ambiants, les réactions, et la voix off. La voix off finale ("Aquash, une hydratation pure, pour tous, partout, tout le temps.") agit comme conclusion et ancre notre slogan.

Bruits

Plastique jeté, manipulation de bouteilles plastiques, poubelle trop remplie, jet de bouteilles dans celle-ci, soupir. Le son strident de la sonnette agit comme élément déclencheur narratif.

Musique

Début : musique légèrement dissonante et inquiétante, minimaliste, montée en tension au rythme des gestes répétitifs.

Transition vers une musique douce, calme, planante dès l'arrivée du colis, évoquant un sentiment de libération.

Mixage : les sons désagréables du début sont volontairement à la limite de l'agréable, trop fort, un gain plus élevé pour créer une gêne à l'écoute pour le spectateur (par exemple le bruit des affaires qui se posent).

À la fin, tout devient plus équilibré et apaisant (bruits de déplacement dans l'appartement, respiration, musique douce).

Mixage

Les sons désagréables du début sont volontairement à la limite de l'agréable, trop fort, un gain plus élevé pour créer une gêne à l'écoute pour le spectateur (par exemple le bruit des affaires qui se posent). À la fin, tout devient plus équilibré et apaisant (bruits de cuisine, respiration, musique douce).

LES ACTEURS

Casting

Margot, 21 ans, représentatives d'un large public urbain, visage de notre cœur de cible. Elle incarne ainsi Mélanie qui elle-même incarne la femme active, moderne, sensible à l'écologie et alerte sur les problèmes sociétaux et environnementaux.

Jeu d'acteur

Mélanie n'exprime que par son corps et son regard. Elle soupire, hésite, regarde la poubelle et subit son quotidien où elle pollue toujours plus que ce qu'elle aimerait, ceci est vu par le spectateur par les sons et les gros plans sur l'expression faciale de Mélanie. Transition claire entre une gestuelle sans grande motivation, fatiguée au début, et une attitude posée, calme, sereine quand le colis Aquash arrive.

Regard

Au début, les regards sont fuyants, fatigués. Après Aquash, Mélanie pose avec douceur l'objet, puis quitte le cadre de façon fluide avec un focus sur l'objet tandis qu'elle s'assoit dans son canapé et lit un livre.

Comportement

L'évolution de Mélanie est narrative à elle seule : du quotidien fatiguant à la satisfaction qu'apporte Aquash.

MONTAGE

Transitions

Cuts rapides et secs au début (rythme, quotidien épuisant).

Transition fluide lors de la réception du colis, puis des cuts plus lents pour symboliser la sérénité.

Raccords

Raccord de regard fort entre la chute de la bouteille et Mélanie.

Champ/contrechamp minimal, car l'émotion se joue dans la continuité.

Rythme

Intensification progressive jusqu'à la chute de la bouteille.

Cassure nette du rythme à l'arrivée de la sonnette, puis ralentissement jusqu'à la fin, presque contemplative.

Ellipse finale

Mélanie utilise Aquash → plan final où la gourde est posée dans le socle, elle s'éloigne dans le flou pour aller s'asseoir sur son canapé et lire son livre.

JUSTIFICATIONS

Le cadre étouffant et sonore du début amplifie la pression émise par notre société d'être de plus en plus engagée envers l'environnement et la préservation de nos ressources.

La voix off finale donne une portée globale et durable au message ("Aquash, une hydratation pure, pour tous, partout, tout le temps.").

La mise en valeur d'Aquash par le cadrage et la lumière traduit son rôle de solution propre, élégante et essentielle pour lutter contre la surconsommation de plastique.

Chaque transformation visuelle ou sonore accompagne l'évolution émotionnelle de Mélanie, tout cela accompagne le spectateur.

Note | de réalisation pub verticale :

LIEU DE TOURNAGE

Le tournage a lieu au parc de Fiancey, à Saint-Égrève. C'est un parc verdoyant avec un grand étang. L'ambiance y est paisible et familiale, ce qui en fait un lieu idéal pour les coureurs ou les sportifs en général. Ce cadre naturel est parfait pour montrer à la fois l'effort physique et un moment de détente.

CADRE ET ESPACE

Type de cadrage, angles et mouvements de caméra

Nous utilisons principalement des plans moyens sur Louis, le coureur, pour bien montrer son corps en mouvement et l'action de courir. Pour Timothée, le marcheur qui apporte la gourde Aquash, les plans moyens servent aussi à l'introduire comme personnage secondaire mais important. Des gros plans sont réservés au visage de Louis pour capter ses émotions : l'essoufflement, la sueur sur son visage, et son abattement.

Une contre-plongée est utilisée au moment où Louis s'arrête de courir, pour accentuer la fatigue et le poids de son effort. Tous les plans sont tournés à la crosse-épaule, ce qui crée une immersion plus directe avec Louis, même si le choix initial vient d'un oubli de trépied. Cela donne aussi un côté plus naturel et spontané, qui colle avec le ton un peu humoristique et décalé de la publicité. Le travelling horizontal accompagne la course au début pour bien sentir le mouvement et la dynamique.

Un autre travelling est réalisé sur la gourde Aquash lorsqu'elle passe de Timothée à Louis. Ce mouvement vise à souligner la puissance du produit, son rôle de lien et de solution à transmettre, accessible à tous. Le dernier plan est fixe, en contre-plongée, avec la gourde nette au premier plan et Louis qui repart au loin, flou, pour montrer que c'est grâce à Aquash qu'il retrouve ses forces.

CHARTRE GRAPHIQUE

Lumière, décors et costumes, et son

La lumière naturelle du tournage en extérieur est forte et tapante, créant une esthétique lourde et chaude. Cette lumière accentue l'impression de chaleur, fatigue et besoin urgent d'hydratation. Le visage de Louis est marqué par des ombres naturelles, ce qui souligne encore plus sa fatigue visible.

Le décor est simple, avec les éléments naturels du parc (sentiers, bancs, arbres) qui restent discrets mais crédibles. Louis porte une tenue sombre, ce qui symbolise la fatigue et le malaise. Timothée et la gourde sont habillés de couleurs claires, pour représenter l'espoir et la solution.

Nous avons choisi de garder le son ambiant naturel du parc, comme les oiseaux et le vent, pour rester dans une ambiance réaliste. Le son de Louis qui court et qui respire fort est important pour exprimer son état d'épuisement. Le dialogue entre Timothée et Louis est enregistré au micro-perche. La phrase est volontairement un peu absurde, ce qui participe à l'humour de la publicité. Une voix-off hors-champ intervient à la fin avec une citation parodique inspirée de Jean-Claude Van Damme :

“Avec Aquash, de l'eau... dans 20-30 ans, y en aura encore.”

Cela vient renforcer le message d'espoir et la puissance du produit. En fond, une musique qui rappelle la bande originale de Rocky accompagne le regain d'énergie de Louis après avoir bu.

ACTEURS ET MONTAGE

Acteurs

Nous avons choisi deux acteurs amateurs.

Louis est joué par un homme représentant les seniors et il est en réalité le père du second acteur, ce qui donne un côté plus authentique et naturel au personnage. Timothée, le marcheur, est joué par son fils.

Le jeu d'acteur est simple mais expressif. Louis doit montrer son essoufflement, son regard, un peu fermé et dépité. Timothée, au contraire, incarne un ton plus absurde et léger.

Montage

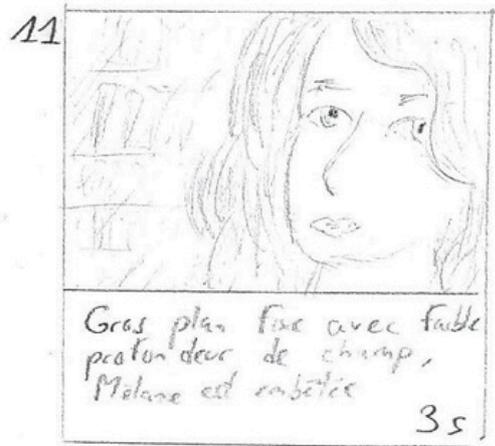
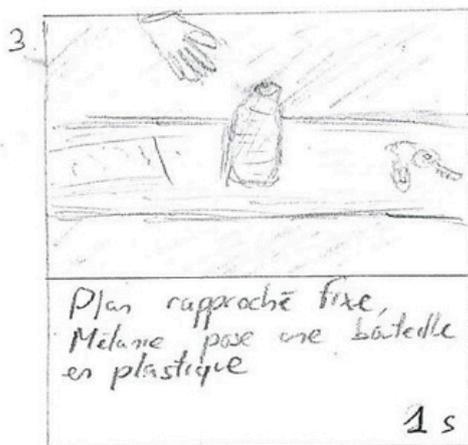
Le montage est pensé pour être dynamique et efficace, avec un rythme rapide adapté à Instagram.

On croise plusieurs plans différents de la course (face, profil) pour garder un rythme visuel intéressant. Les raccords sont bien maîtrisés, notamment sur les regards, pour assurer une bonne continuité. Le dernier plan plus lent et posé contraste avec le reste pour mettre l'accent sur la gourde Aquash.

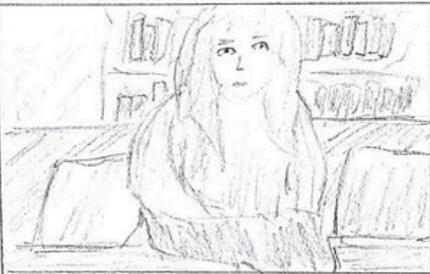
JUSTIFICATIONS

Cette publicité utilise une mise en scène simple mais forte, combinant humour et émotion. Chaque élément – cadrage, lumière, son, jeu des acteurs, montage – est pensé pour montrer Aquash comme la solution incontournable à un problème concret : le manque d'hydratation. Le tout dans un format moderne et dynamique, adapté aux réseaux sociaux.

Storyboard pub horizontale :



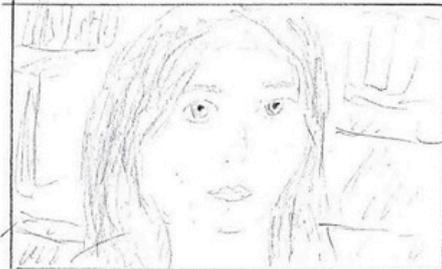
12



Plan italien fixe, Mélanie s'assoit abasourdie

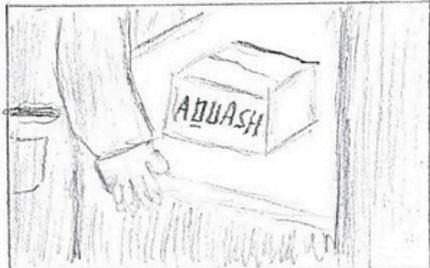
2s

13



Gros plan fixe, Mélanie écoute la radio (son off) qui parle des polkaïs éternels, elle entend la sonette et se réjouit

14



Plan rapproché fixe, Mélanie se tient devant le carton d'Aquash: la solution

2s

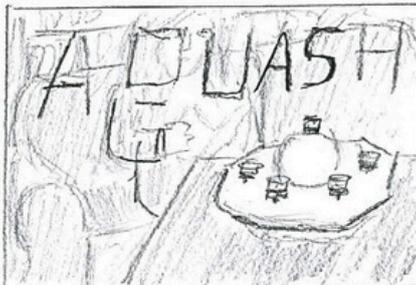
15



Plan poitrine fixe, Mélanie bois la garde et la tient devant elle du texte indiquant les bienfaits d'Aquash apparaissent

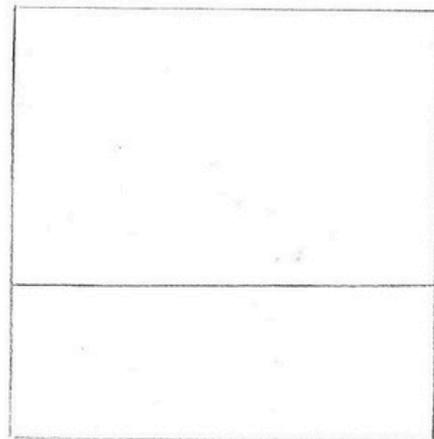
3s

16



Plan rapproché fixe, Mélanie pose la garde et part s'asseoir, son off du slogan + texte Aquash

5s



Storyboard | pub verticale :



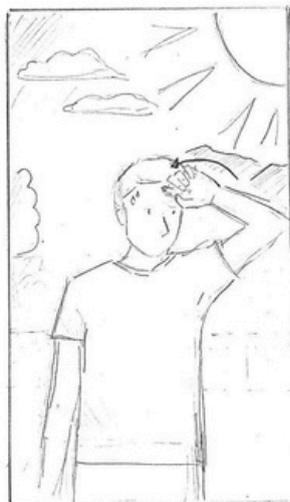
PLAN 1

Plan d'ensemble, plan fixe
Parc de Fiancéy - Extérieur
LM court plein soleil



PLAN 2

Plan rapproché, plan fixe
Parc de Fiancéy - Extérieur
LM ralenti



PLAN 3

Gros plan, plan fixe
Parc de Fiancéy, extérieur
LM à trop chaud

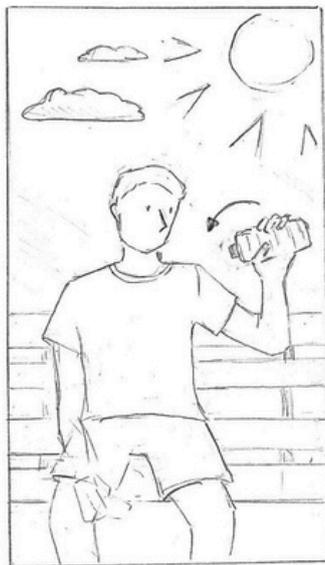


PLAN 4

Plan d'ensemble, plan fixe

Parc, extérieur

Il s'assoit et cherche de l'eau dans son sac

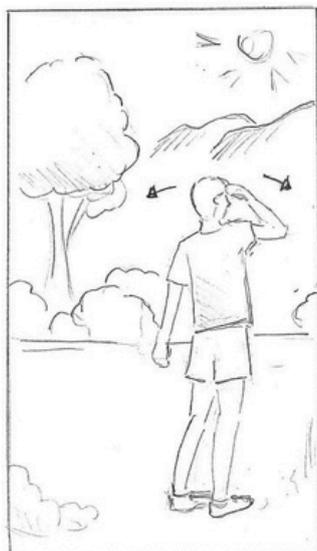


PLAN 5

Plan rapproché, plan fixe

Parc, extérieur

Malheureusement la gourde est vide.



PLAN 6

Plan éloigné, plan fixe

Parc, extérieur

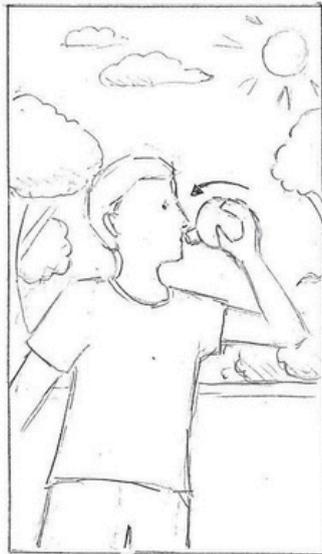
Il cherche une source d'eau désespérément.



PLAN 7

Plan d'ensemble, mouvement de droite à gauche
Parc, extérieur

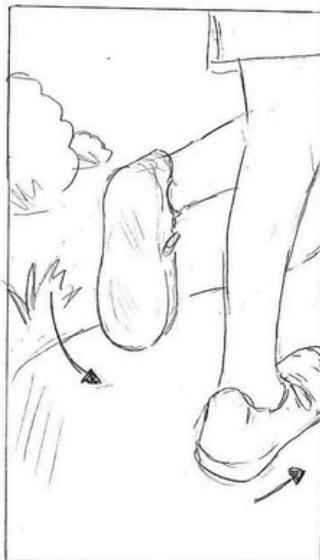
Un passant arrive et lui présente Aquash



PLAN 8

Gros plan, plan fixe
Parc, extérieur

Il boit



PLAN 9

Plan rapproché sur ses jambes, plan fixe
Parc, extérieur

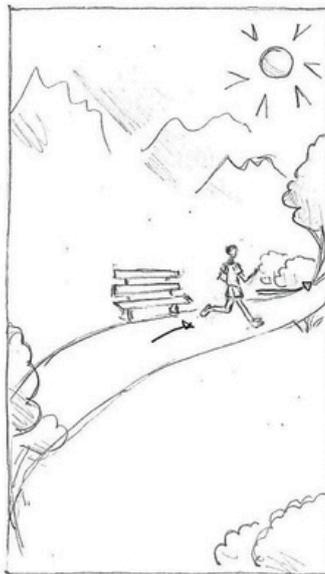
Il se livre et commence à courir



PLAN 10

Plan rapproché, plan fixe
Parc, extérieur

Il court encore



PLAN 11

Plan éloigné, plan fixe
Parc, extérieur

On le voit partir au loin,
Carton de fin

Script _____ _____ pub horizontale :

LIEU DE TOURNAGE : 19 QUAI DE LA GRAILLE

1. INT. - MAISON DE MÉLANIE - JOUR

MÉLANIE (34 ans) rentre chez elle après une longue journée, elle jette sa bouteille en plastique du jour dans sa poubelle pleine qui se remplit de plus en plus au fil des jours.

MÉLANIE soupire.

A mesure que les bouteilles remplissent la poubelle, le rythme s'intensifie, laissant s'installer un inconfort

Elle s'assoit sur son canapé et entend la radio en fond grésillant des informations sur les PFAS qui contaminent les eaux courantes.

Elle entend au loin retentir le son strident de la sonnette de son appartement.

MÉLANIE se lève et s'empresse d'aller découvrir derrière sa porte la gourde Aquash, qu'elle installe dans sa cuisine et utilise.

VOIX OFF

La consommation de plastique EST un problème. Aquash, une hydratation pure, pour tous, partout, tout le temps.

MELANIE pose la gourde dans son socle et se dirige vers son canapé dans l'arrière plan flou.

Script pub verticale :

1. EXT - PARC DE FIANCEY - JOUR

LOUIS (73 ans) fait son petit jogging habituel dans son parc favori. Il sue et commence à fatiguer ce qui l'amène à ralentir, il décide d'aller s'asseoir sur un banc pour pouvoir reprendre son souffle et s'abreuver.

LOUIS

(souffle, puis bois)

Malheureusement, la gourde est vide, il n'y a plus d'eau. Il commence encore plus à suer à cause de la panique de faire un malaise par la chaleur, mais soudain, un passant arrive avec une gourde révolutionnaire : Aquash.

TIMOTHÉ (20 ans)

Excusez-moi, vous manquez d'hydratation ? Tenez.

LOUIS

Merci !

LOUIS saisit la gourde, dubitatif, puis il la boit.

LOUIS sent tout de suite qu'il a beaucoup plus d'énergie, il reprend sa course sain et sauf.

VOIX OFF LOUIS

Avec Aquash, de l'eau, dans 20/30 ans y'en aura encore !

02 Production des pubs

Lieu de tournage pub horizontale :

Quelques informations

19 Quai de la Graille, Grenoble – Appartement moderne avec beaucoup de hauteur sous plafond, situé en zone urbaine, avec une cuisine et un salon lumineux, reflétant le quotidien d'une femme active des classes moyennes à supérieures. Le lieu reflète les conditions de vie supposées de notre cible.



Lieu | de tournage pub verticale :

Quelques informations

Parc de Fiancéy - Parc avec des chemins pour coureurs, des bancs, un skatepark ainsi qu'un lac portant le même nom. Nous cherchions un espace vert permettant de mettre en scène un coureur sous une chaleur, le Parc de Fiancéy fut le choix parfait.



Shotlist

pub horizontale :

1	1	plan moyen	none	19 quai de la graille	INT		Mélanie ferme la porte de chez elle, pose ses affaires une bouteille à la main.
1	2	plan rapproché	none	19 quai de la graille	INT		Elle jette la bouteille dans le bac en plastique bleu IKEA dans une poubelle qui se remplit
1	3	plan rapproché	none	19 quai de la graille	INT	petite musique d'accumulation	elle jette une nouvelle bouteille
1	4	plan rapproché	none	19 quai de la graille	INT	petite musique d'accumulation	elle jette une nouvelle bouteille
1	5	plan rapproché	none	19 quai de la graille	INT	petite musique d'accumulation	elle jette une nouvelle bouteille
1	6	plan rapproché	none	19 quai de la graille	INT	petite musique d'accumulation	elle jette une nouvelle bouteille
1	7	plan rapproché	none	19 quai de la graille	INT	petite musique d'accumulation	poubelle remplie et déborde, une bouteille tombe
1	8	Gros plan	none	19 quai de la graille	INT		Mélanie agacée
1	9	plan taille	none	19 quai de la graille	INT		Canapé
1	10	Gros plan	none	19 quai de la graille	INT		mélanie agacée mais canapé, les PFAS, DING DONG
1	11	plan rapproché	none	19 quai de la graille	INT		La porte s'ouvre sur un colis écrit AQUASH, elle prend le colis
1	12	plan rapproché sur l'objet plan large sur margot	none	19 quai de la graille	INT		Aquash branché elle boit elle pose, focus sur l'objet en flou d'arrière plan, VOIX of

Shotlist | pub verticale :

1	1	plan d'ensemble	none	Parc de Fiancey	EXT		LM court plein soleil au bord des quais
1	2	plan d'ensemble	none	Parc de Fiancey	EXT		LM ralentit et s'arrête les mains sur les genoux
1	3	plan taille contre plongée	none	Parc de Fiancey	EXT		Front qui sue, il a très chaud
1	4	plan d'ensemble légère plongée	none	Parc de Fiancey	EXT		LM s'assoit sur un banc
1	5	plan rapproché ¾ dos	none	Parc de Fiancey	EXT		il tente de boire mais sa bouteille est vide
1	6	plan éloigné ¼ face	none	Parc de Fiancey	EXT		il tente de boire mais sa bouteille est vide
1	7	gros plan visage	aucun	Parc de Fiancey	EXT		il tente de boire mais sa bouteille est vide, il s'essuie le front
1	8	plan large	none	Parc de Fiancey	EXT		TM arrive et tend Aquash
1	9	plan rapproché sur ses jambes	none	Parc de Fiancey	EXT		il se lève et commence à courir
1	10	plan rapproché sur les	none	Parc de Fiancey	EXT		il donne Aquash
1	11	plan rapproché	none	Parc de Fiancey	EXT		il boit Auqash
1	12	plan rapproché visage	rotation vers la droite sur	Parc de Fiancey	EXT		Il tient Aquash, Satisfait
1	13	gros plan	none	Parc de Fiancey	EXT		il pose la gourde sur le banc et reprend sa course

Matériel --- de tournage pub horizontale :

VIDÉO :

- 1 Lumix G90 4K
- 1 Clap de cinéma

SON :

- 1 Kit Son Zoom H6 4 pistes
 - utilisation du micro XY pour les sons d'ambiance + voix-off

ÉCLAIRAGE :

- 1 Mandarine 800W+ trépied, dimmer
- 2 Softbox 60W + trépied
- 1 Rallonge électrique 5/10m
- 1 Multiprise 5 prises

MOUVEMENT :

- 1 Trépied vidéo Manfrotto

Matériel | de tournage pub verticale :

VIDÉO :

- 1 Lumix G90 4K
- 1 Clap de cinéma

SON :

- 1 Kit Son Zoom H6 4 pistes
 - utilisation du micro RØDE NTG2 C pour dialogues + sons d'ambiance +voix-off
- 1 Perche télescopique 3m
- 1 Rycote anti-vent

ÉCLAIRAGE :

- 1 Réflecteur 40" blanc / argent

MOUVEMENT :

- 1 Trépied vidéo Manfrotto
- 1 Crosse épaule

Répartition --- des rôles pub horizontale :

Réalisateur :

Basile Ferrand

Chef opérateur image :

Timour Dairabekov

Script :

Inouk Barthélémy

Ingénieur son :

Timothé Magnani

Assistante de production :

Adria Choulette

Électricien :

Lubin Corniot

Margot Houques à l'acting

Répartition | | des rôles pub verticale :

Réalisateur :

Timour Dairabekov

Cheffe opératrice image :

Margot Houques

Script :

Inouk Barthélémy

Ingénieure son :

Adria Choulette

Assistant de production :

Basile Ferrand

Perchman :

Lubin Corniot

Timothé Magnani à l'acting

Vignettes Youtube & Instagram

Publicité horizontale | YOUTUBE



Publicité verticale

INSTAGRAM

