

KEEP YOUR



Melissa Antoyé | Anne-Laure Brun | Claire Lebedeff | Elise Pierron | Tieu Lili

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier dans un premier temps Monsieur **Tourangin Arnaud** notre professeur de vidéo pour l'aide qu'ils nous a apportés lors des différents suivis.

Nous remercions particulièrement, **Pello Eloïse** et **Khim Kevin**, les acteurs pour leur investissement dans ce projet.

Nous remercions également **Khim Wendy** la maquilleuse, mais aussi toute l'équipe pédagogique du collège Théodore Monod pour leur confiance lors du tournage dans leur locaux.

SOMMAIRE

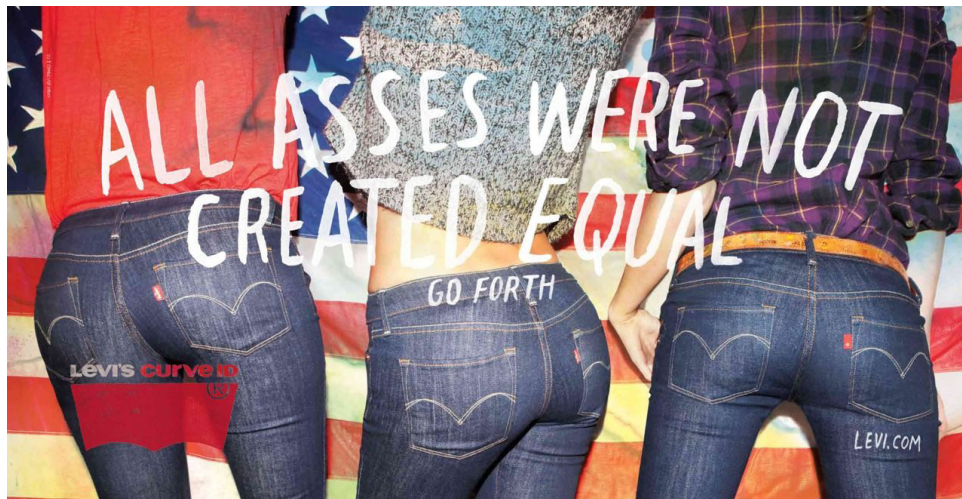
Remerciements	2
Introduction	4
Plan créatif	5
Message d'argumentation	6
Découpage technique version 1	<u>7-9</u>
Découpage technique version 2	<u>10-11</u>
Choix stylistiques	<u>12-13</u>
Deroulement difficultés rencontrées et solutions	14
Bilan	15

INTRODUCTION

Actuellement étudiantes en DUCCI (Communication et conception infographique) à l'Université Lyon 2, nous avons été chargées de réaliser, par groupe de 5, une publicité dans le cadre de notre cours de vidéo. Nous avons décidé de réaliser une publicité sur Levi's car nous affectionnons tout particulièrement cette marque, de plus leurs pubs et leur histoire nous ont énormément inspiré.

CIBLES

Ce spot cible les jeunes de 20-30 ans. Notre cœur de cible est encore en quête d'identité. Notre objectif est de créer une publicité qui les toucherait et dans laquelle les jeunes auraient envie de s'identifier aux travers des personnages. A partir de là, nous nous sommes demandées comment créer un spot publicitaire qui répondrait à ces critères.



MARQUE

La marque Levi's propose des vêtements et accessoires pour hommes, femmes et enfants. Elle est connue mondialement pour ses blues jeans et son look rock'n roll. Notre projet vidéo a eu pour but de promouvoir cette marque dans sa globalité (pas simplement un seul produit).



PLAN CREATIF

ANGLE NARRATIF / SYNOPSIS

L'objectif du spot est de mettre en valeur la marque Levi's en transformant les produits en objets de convoitise. Pour cela, nous avons joué sur la sensualité et le désir. Notre idée fut de créer un sentiment de désir entre deux personnes, en soulignant le fait que l'homme est habillé en total look Levi's, la jeune femme est attirée par l'homme mais surtout par la veste qu'il porte. Plus on avance dans le spot et plus le désir monte, grâce au jeu de séduction qui s'installe. Les deux individus commencent alors à se rapprocher de façon très sensuelle, puis, lorsque la veste de l'homme est enlevé, la femme récupère le Levi's, et s'enfuit avec son butin.

Le but est de montrer que les produits Levi's attirent la convoitise. Nous avons voulu jouer sur un parti pris "féministe" : c'est la femme qui séduit l'homme, afin de lui tendre un piège. L'homme est vu comme un produit de consommation. Ce parti pris s'inscrit dans l'image de marque de Levi's qui a fortement participé au port du pantalon par les femmes.



THEME

Le film publicitaire s'appuie sur l'idée du désir grâce au jeu de séduction évident entre les deux protagonistes. Une attirance physique s'accroît au fil du temps. Cependant le désir ici est unilatéral. En effet, l'un convoite l'autre, mais l'autre désire seulement le Levi's. La chute se veut alors humoristique.

PROMESSE

L'objectif est de provoquer le désir des 20-30 ans pour le vêtement Levi's. Notre message est "Avec des pièces Levi's vous serez irrésistibles." En effet, ici l'homme attire la femme, car il est habillé d'une veste de la marque Levi's.

PREUVE

L'enchaînement successif des plans sensuels appuie le désir du vêtement (cf le synopsis dans la partie "angle narratif"). La femme s'approche de lui dans un but bien précis. Le caractère anticonformiste et hédoniste est souligné par l'évocation du plaisir charnel mais aussi par la chute humoristique à la fin du spot.

TON

La sensualité est le maître mot dans cette publicité. En revanche, la chute bascule sur un plan humoristique.

MESSAGE D'ARGUMENTATION

PART AFFECTIVE

Pour développer cette part affective, le spot publicitaire repose sur l'attrance des acteurs. La cible peut s'identifier de part leur âge qui correspond à elle, que par leur look vestimentaire. L'esthétique des plans contribue aussi à faire aimer la publicité. L'affectif aussi se joue sur l'esthétique des plans grâce aux enchaînements de plans dynamique, aux cuts à intervalles très courts, mais aussi avec des acteurs "lambda" pour que chacun se reconnaisse en eux.

L'affectif se fait aussi dans le choix de la musique qui est dans un style actuel, rock-electro visant les goûts musicaux des spectateurs.

ARGUMENT COGNITIF

Le spot publicitaire a pour but de faire connaître Levi's auprès des nouvelles générations. Malgré son omniprésence dans le monde entier, Levi's doit entretenir son image de marque et continuer à communiquer en conservant son style indémodable. De plus, l'aspect cognitif est d'autant plus important auprès des 20-30 ans car c'est celle que l'on vise principalement dans cette campagne vidéo. La cible a peut être une image vieillissante de la marque, probablement dû à son historique. Alors, Levi's doit se faire connaître comme une marque actuelle et tendance auprès des jeunes de 20-30 ans.

ETAPE CONATIVE

Cette étape se traduit par le message "keep your Levi's" qui est introduit à la fin du spot publicitaire. Ce slogan est adressé directement au spectateur et l'invite à garder sur soi le vêtement Levi's. Ensuite, l'insertion de l'adresse du site levi.com incite les personnes à s'y rendre.

DECOUPAGE TECHNIQUE VERSION 1 (1/3)

N° plans	Image (Format/ratio)	Sons	Montage
SC.001	Exterieur - Rue , Pont	SC.001	SC.001
Lumière : Lumière naturelle, jour			
Ambiance sonore : Ambiance café-bar, lieu populaire et musique			
1	Plan flou avec logo levis au milieu	Musique début	
2	Mise au point , l'homme A se tient au loin adosser au pont	Musique	Son de "notification" lorsque la femme ajoute au panier
3	Plan large L'homme B se tient adossé à un mur	Musique	
4	Plan rapproché sur leur jean : cherche chacun papier dans sa poche de jeans	Musique	Dyptique / La moitié de chaque jean. Jambe droite homme A et Jambe gauche Homme B
5	Gros plan, par dessus épaule : Lecture du papier, par les deux hommes.		Dyptique
6	Gros plan sur montre,		
7	Plan large, homme A court vers la caméra		
8	plan serré, l'homme B court vers la droite		
10	Plan américain . Homme B dans le metro		
9	plan serré, l'homme A court vers la gauche		
11	Plan américain Les 2 hommes arrive au lieu de rendez vous, on les voit de dos.		Dyptique
12	Descente des escaliers dans le lieu A de l'homme A		
13	Montée des escaliers dans le lieu B de l'homme B		

DECOUPAGE TECHNIQUE VERSION 1 (2/3)

SC.002	Interieur lieu abandonnée	SC.002	SC.002
	Lumière : lumière naturelle		
	Ambiance sonore : Musique		
	1 Plan Italien ou américain homme A . Il est de dos et marche , au loin la femme A	Musique	
	2 Plan Italien ou américain homme B . Il est de dos et marche , au loin la femme B	Musique	
	2 Plan moyen sur le couple A. (plutot orienté sur la fille)	musique	cut
	3 Plan moyen sur le couple B. (plutot orienté sur le garçon)	musique	cut
	4 Plan poitrine sur le couple A qui se rapprochent (plutot orienté sur le garçon)	musique	cut
	5 Plan poitrine sur le couple B qui se rapproche (plutot orienté sur la fille)	musique	cut
	6 Gros plan de la main de fille A qui caresse garçon A	musique	cut
	7 Très gros plan yeux de la fille B (regard qui descant)	musique	cut
	8 Très gros plan sur le logo levis de la chemise/veste du garçon B.	musique	cut
	9 Très gros plan des yeux de la fille B (regard qui remonte en regard caméra)	musique	cut
	10 Très gros plan des yeux du garçon B (regard caméra)	musique	cut
	11 Plan poitrine garçon A se rapproche de fille A	musique	cut
	1 Plan poitrine sur le couple A (plutot orienté sur la fille)	musique	cut
	13 Plan poitrine sur le couple B (plutot orienté sur le garçon)	musique	cut
	14 Très gros plan sur le couple A qui s'embrasse	musique	cut
	15 Plan poitrine sur le couple B qui s'embrassent	musique	cut
	16 Plan poitrine sur le couple A qui s'embrassent	musique	cut
	17 Gros plan garçon B qui soulève le T-shirt de filleB	musique	cut
	18 Gros plan garçon A embrasse dans le cou fille A	musique	cut
	19 Gros plan fille B descend la main du garçon B (on voit le logo levis sur ses fesses)	musique	cut
	20 Plan poitrine couple A qui s'embrassent	musique	cut
	21 Plan taille fille B qui plaque garçon B contre un mur	musique	cut
	22 Gros plan sur le visage de la fille A	musique	cut
	23 Gros plan sur le visage du garçon A	musique	cut
	24 Gros plan de fille B qui déboutonne la chemise de garçon B	musique	cut
	25 Gros plan de fille A qui enlève la chemise de garçon A	musique	cut
	26 Gros plan de fille A qui caresse le torse de garçon A	musique	cut
	27 Travelling vertical fille A qui descend vers l'entrejambe du garçon. Elle sort du cadre	Musique	cut ou fondu
	28 Plan noir	respiration (+battements de coeur?)	fermeture cut

DECOUPAGE TECHNIQUE VERSION 1 (3/3)

SC.003	Exterieur lieu abandonnée	SC.003	SC.003
Lumière : Lumière naturelle			
	1 Gros plan main Fille sur jean. Elle attrape et sa main sort du champ	musique plus basse -	
	8 Noir	Bruitage : Bouton de lumiere qui s'eteind / respiration	cut
SC.004	Exterieur rue	SC.004	SC.004
Lumière : Lumière naturelle			
Ambiance sonore : Quasiment silencieuse			
	1 Plan fixe : Filles cours d'angle haut droit vers angle bas gauche.	Musique rythmé Bruitage : Bouton de lumiere qui s'allume	Dyptique
	2 Plan large Fille 2 rentre dans le cadre de la fille 1.	Musique rythmé	
	3 Plan epaule : Fille joue avec les vetements Levi's volé . Fille 1 attrape Fille 2 avec le vété:	Musique rythmé	Texte : www.levi.com sur le flou

DECOUPAGE TECHNIQUE VERSION 2 (1/3)

Découpage technique - Version finale -		
N° Plans	Image/description	Sons
Séquence 1 -	Extérieur - Jour / Lumière: extérieure naturelle	Ambiance sonore: musique uniquement
Plan 1	Plan poitrine. Le plan est flou puis se met au point et on voit un jeune homme sur son téléphone. Ensuite le jeune homme sort du cadre.	
Plan 2	Plan d'ensemble. Le jeune homme arrive devant un portail, il voit qu'il est fermé et l'escalade.	
Plan 3	Travelling sur le jeune homme qui marche dans un lieu désaffecté	
Plan 4	Plan d'ensemble. Le jeune homme marche.	
Plan 5	Plan d'ensemble. Le jeune homme court	
Plan 6	Gros plan sur les pied d'une jeune femme qui attend. On voit le jeune homme arriver au loin.	
Plan 7	Plan moyen. La caméra suit le jeune homme de dos qui marche vers la jeune femme	
Plan 8	Plan large. Le jeune homme arrive vers la jeune femme.	
Plan 9	: Plan large. La jeune femme se recule un peu plus loin et le jeune homme la suit: jeu de séduction.	
Plan 10	Plan large. Idem que plan 7 avec un autre point de vu.	
Plan 11	Plan poitrine semi-subjectif. La jeune femme ferme les yeux. Fondu au noire.	
Plan 12	Plan noire	
Séquence 2 -	Théâtre (décor irréel, sans indications spatio-temporels) Lumière: lumières tamisées de plusieurs couleurs	Ambiance sonore: musique uniquement
Plan 1	Gros plan. La jeune femme ouvre les yeux	

DECOUPAGE TECHNIQUE VERSION 2 (2/3)

Découpage technique - Version finale -		
N° Plans	Image/description	Sons
Séquence 2 -	Théâtre (décor irréel, sans indications spatio-temporels) Lumière: lumières tamisées de plusieurs couleurs	Ambiance sonore: musique uniquement
Plan 2	Plan rapproché. Le jeune homme regarde la jeune femme	
Plan 3	Plan rapproché. La jeune femme regarde le jeune homme.	
Plan 4	Plan rapproché. La jeune femme caresse la joue du jeune homme.	
Plan 5	Plan rapproché. Le jeune homme soulève la veste de la jeune femme.	
Plan 6	Gros plan. La jeune femme baisse la tête du jeune homme sur ses fesses.	
Plan 7	Gros plan. Le jeune homme fait un bisous dans le cou de la jeune femme.	
Plan 8	Très gros plan. La main de la jeune femme qui caresse la joue du jeune homme.	
Plan 9	Plan rapproché. La jeune femme enlève la veste du jeune homme.	
Séquence 3 -	Extérieur - Jour Lumière: extérieure naturelle	Ambiance sonore: musique uniquement
Plan 1	Plan rapproché. La jeune femme prend la veste qui est tombé par terre et sors du cadre en courant.	
Plan 2	Plan d'ensemble. La jeune femme court en direction du portail.	
Plan 3	Plan moyen. La jeune femme escalade le portail.	
Plan 4	Plan d'ensemble. La jeune femme marche dans la rue avec la veste sur le dos et la caméra monte au ciel lorsque la jeune femme s'éloigne. On voit apparaitre le logo Levi's puis le slogan « Keep your Levi's ».	

CHOIX STYLISTIQUES

Dans cette partie, nous allons aborder nos partis pris au niveau du choix des acteurs et des lieux de tournage.

ACTEURS

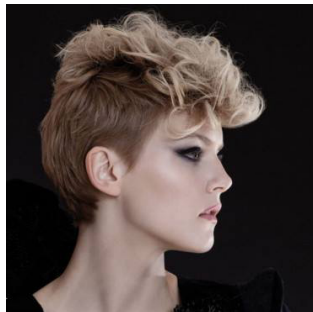


La femme a un style plutôt rock, avec un maquillage foncé. Elle a un style plutôt atypique avec des cheveux courts, dans le but de casser les codes stéréotypés de la féminité. La publicité cible les jeunes de 20-30 ans, le look des acteurs se doit alors d'être cohérent. En terme de vêtements, elle porte un jean foncé de la marque, un top noir déchiré, et une veste en jean "loose".



Le choix d'un personnage au style asiatique est délibéré. Nous voulions montrer encore une fois que Levi's est présent partout dans le monde.

Il a un style classique contrairement à la femme, vêtu d'une veste en jean, d'un t-shirt et d'un blue-jean il est totalement habillé de la marque. Le but étant asseoir la marque dans l'esprit du téléspectateur grâce aux jeux de matières. On pourra alors deviner aisément l'annonceur grâce à ce facteur.



Le couple est atypique, avec des styles différents. Ce choix est marqué notamment par les cheveux courts et le look des personnages. Malgré leurs différences, ils sont attirés l'un envers l'autre indéniablement. Ils symbolisent le mélange des cultures, Levi's est une marque pour tous, tant culturellement que dans le style. C'est une marque indémodable qui s'adapte à tous les looks et toutes les générations.

L'AMBIANCE

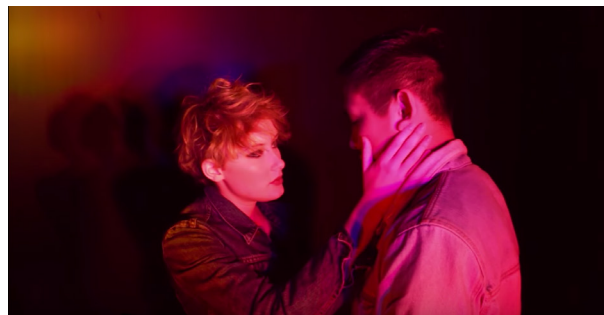
Dans ce spot il y a deux ambiances distinctes : le réel et le fictif. Ces deux univers se rencontrent lors d'un passage clé : lorsque les deux amants se fixent du regard.

L'univers du réel se situe dans un lieu abandonné, c'est leur lieu de rendez vous. On devine alors que c'est la femme qui a indiqué le lieu à l'homme, c'est elle qui tient les commandes et qui contrôle tout. A partir de là, le spectateur peut deviner le caractère de la jeune femme, qui se confirme durant la publicité. Le lieu donne un esprit underground grâce aux tags, et aux jeux de couleurs. De plus, cet esprit permet de mettre les valeurs de la marque en avant. Elle dure, est classique mais peut s'inscrire dans un style décalé. Les tags s'inscrivent dans le temps, c'est un mode d'expression brute, l'univers graphique attire les jeunes.



Le monde fictif intervient lors de l'échange de regard, les deux personnages entrent dans un univers parallèle, le temps alors s'arrête pour vivre une expérience unique. Le jeu de couleurs rose/orangé/bleuté permet de mettre en valeur les personnages, leurs émotions (le désir, la chaleur des corps et l'envie). Le mélange de couleurs évoque aussi l'enchevêtrement des personnages et leurs actes. Ces plans renforcent les émotions que dégage la scène. Toutes ces couleurs se confondent et dévoilent encore une fois le mélange des styles, et le mélange culturel.

De plus, ces couleurs se retrouvent aussi dans les tendances publicitaires actuelles. Par exemple, la campagne photographiques pour Audi ou encore Bouygues Telecom 4G party. Il est donc important de coller aux tendances actuelles pour répondre aux attentes visuelles des consommateurs.



DEROULEMENT, DIFFICULTES, RENCONTRES ET SOLUTIONS

Tout d'abord, nous avons eu beaucoup de mal à nous mettre d'accord sur une idée cohérente au début du projet. Nous avons longtemps réfléchi sur un sketch entre plusieurs jeans Levi's (sans les corps, qui auraient été supprimés sur After-Effect). Mais cette idée, bien qu'originale, n'a jamais réussi à éclore sur une réelle entente entre nous. De plus, nous doutions sur la faisabilité de la disparition des corps sur After-Effect.

Nous sommes finalement parties sur un scénario différent. Cette idée de couples et de séduction, avec une chute où l'on comprend que l'un des deux protagonistes est attiré par le Levi's, nous a semblé cohérente et réalisable. Nous avons beaucoup discuté ou échangé autour de cette idée afin d'en créer une version qui nous plaise (nous étions très attachées au fait qu'il fallait que le projet nous plaise à toutes les cinq).

D'autre part, il faut savoir que nous avons réfléchi à un scénario et à un découpage technique qui comportaient un montage alterné de deux couples (même histoire mais deux couples et à la fin de la pub, les deux filles se rejoindraient avec leur "butin").

Nous avons décidé de filmer certains plans dans un lieu abandonné (pour ancrer l'action dans un décor réel, underground et "rock"). Puis filmer les scènes du milieu dans un théâtre, afin de pouvoir produire de belles images, avec un jeu de lumières et une impression d'entrer dans l'irréel, le fantasme.

Nous avons donc commencé le tournage par une journée au théâtre, le matin avec le couple A et l'après-midi avec le couple B. Le tournage s'est bien déroulé, nous étions satisfaites du résultat et nous avons réussi à faire tous les plans dont nous avons besoin.

Ensuite, nous avons programmé un deuxième jour de tournage, dans le lieu désaffecté. Malheureusement, le couple B n'a pas pu venir, et ce, à la dernière minute. Nous nous sommes vues contraintes de nous adapter, dans la précipitation. Nous avons donc décidé de tourner avec le couple A et de prévoir une fin alternative en plus de celle prévue initialement. Lors des premières séances de montage, nous avons trouvé judicieux de commencer deux montages: une première version avec deux couples et une autre avec un seul couple.

Un troisième jour de tournage a ensuite été programmé en accord avec le couple B. Or ils ne sont pas venus. A partir de là nous avons décidé de mettre fin à notre collaboration avec ces personnes et de nous concentrer sur le montage avec un seul couple.

Finalement, nous gardons un petit regret concernant l'absence du couple B car cela nous a fait perdre du temps.

BILAN

Pour conclure, ce fût une expérience enrichissante. Gérer une équipe, des acteurs tout en suivant un découpage technique étaient totalement nouveau pour certaines d'entre nous. Le montage vidéo nous a permis de découvrir les logiciels de la suite Adobe, mais également d'avoir un regard critique sur nos prises de vue et sur le rythme imposé. L'importance du découpage technique a gagné toute son attention durant le montage. Nous avons pris conscience de son impact sur la création de notre projet.

Cependant quelques difficultés sont apparues. L'entente fût difficile dès le lancement du projet. Les idées divergeaient et étaient toutes aussi riches les unes que les autres. Ce projet de groupe a donc été très enrichissant en terme de travail d'équipe. Le défi fut relevé. Sans chef de projet, ni exécutants, nous avons réussi à créer un spot publicitaire cohérent et satisfaisant pour l'ensemble du groupe.

ROLES

Melissa Antoyé : Montage - Découpage technique

Anne-Laure Brun : Coordinatrice, veille au respect du DT - Découpage technique

Claire Lebedeff : Montage - Prise de vue

Elise Pierron : Scénario - Découpage technique

Lili Tieu : Recherche et sélection des acteurs - Repérage des lieux