

Cinépub 50th

Dans les années 50, au cœur de Manhattan naissait le clip publicitaire...
Naissance d'une nouvelle forme de cinéma ?

L'IDÉE

Les premiers clips, les premiers publicitaires et avec eux la légende des plus grandes marques américaines ou européennes s'invitent dans tous les foyers possédant une télévision : Coca cola, Chesterfield, Playtex, Heineken, Louis Vuitton, Cadillac...

Le brainstorming collectif, la création de slogans, l'écriture de sketches ou de petits films, tout est inventé dans un seul objectif : la séduction du consommateur !

La réalisation d'un clip publicitaire à la façon des années 50 c'est une façon formidable de transformer un sujet complexe et abstrait en un film souvent humoristique et pertinent.

LE PRINCIPE

Les participants réfléchissent ensemble à partir d'un produit phare des années 50, ils doivent réinventer ses caractéristiques et définir les avantages pour le client.

Chaque groupe de 6 à 20 personnes dispose d'un cahier de publicitaire (mode d'emploi du parfait publicitaire).

Ils ont à disposition des éléments des costumes et des accessoires d'époque dont le produit en question.

L'atelier s'adresse à des groupes de 6 à 300 personnes.

LES ATOUTS

Un atelier qui immerge durant 3 heures les participants dans l'univers stimulant de la publicité (brainstorming, casting, timing, réalisation, interprétation, etc...).

Le parti pris objets des années 50 permet de jouer avec la culture d'une époque « culte » tout en évoquant des sujets/produits qui font votre actualité (Service client - soda, Communication transversale - téléphone, La multiplication des services - paquet de lessive).

L'aspect clip des années 50 qui apporte, de par son effet vintage, une esthétique qui valorise le travail des équipes.

La possibilité d'organiser un plateau "présentation de campagne" à l'occasion de la projection afin de permettre à chaque groupe de défendre son projet en live.

RÉCLAME

