

RECOMMANDATION

Agathe Chedeville

CÉLÉBRONS LES **55** ANS DU **GROUPE ROULLIER**

Conception et réalisation d'un livre, d'un web doc et d'un film
pour le Groupe Roullier

Juin 2014

| SOMMAIRE

| | |
|---|-------|
| VOTRE DEMANDE..... | p. 3 |
| NOTRE RÉPONSE EN 5 POINTS..... | p. 4 |
| ÊTRE PLUME..... | p. 5 |
| VOTRE ÉQUIPE PROJET..... | p. 8 |
| PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES..... | p. 10 |
| A. Les grandes étapes du projet..... | p. 10 |
| B. Les délais de réalisation..... | p. 14 |
| NOTES D'INTENTION..... | p. 15 |
| A. Note d'intention du livre..... | p. 15 |
| B. Note d'intention du web doc..... | p. 33 |
| C. Note d'intention du film..... | p. 38 |
| DEVIS..... | p. 41 |
| ANNEXES..... | p. 46 |
| Biographies et photos des membres de l'équipe | |
| PLANNING..... | p. 61 |

| VOTRE DEMANDE

Vous souhaitez célébrer les 55 ans de votre Groupe en vous appuyant sur une stratégie de communication globale : éditer un livre qui ne soit ni un roman, ni une autobiographie mais qui parle du Groupe de manière originale ; réaliser un web doc pour une dimension digitale et faire entrer ainsi l'internaute dans le Groupe de manière inédite ; et réaliser un film qui parle du Groupe sous un autre angle.

Dans ce contexte, vous recherchez un prestataire spécialisé dans le conseil éditorial et le graphisme ainsi que dans la réalisation de web doc et de film :

- qui vous assistera dans la traduction éditoriale et graphique de vos nouveaux objectifs de communication ;
- qui vous accompagnera dans la mise en œuvre de votre stratégie trimédia ;
- qui assurera la conception, l'exécution et l'impression du livre ainsi que la réalisation et l'hébergement du web doc et du film
- qui vous proposera une méthode de travail et de collaboration garantissant un haut niveau de service et de qualité à toutes les étapes.

| NOTRE RÉPONSE EN 5 POINTS

I. ÊTRE PLUME

II. VOTRE ÉQUIPE PROJET

III. LES PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES

IV. LES NOTES D'INTENTION

V. PROPOSITION BUDGÉTAIRE

| ÊTRE PLUME

Il y a mille et une façons d'écrire une histoire. Selon que l'on choisit tel angle ou tel autre, tel style ou tel autre, tel procédé narratif ou tel autre. Mon métier consiste à écouter, tout d'abord, à m'imprégner de ce que j'entends et vois, puis à retranscrire fidèlement l'énergie d'un homme, d'un groupe, d'une institution.

Après des études en hypokhâgne au lycée Fénelon de Paris, j'ai poursuivi celles-ci à la faculté de la Sorbonne en lettres modernes et ce jusqu'à la troisième année de thèse. Je suis une grande lectrice et puise dans la littérature mon inspiration. On ne peut pas faire l'économie des grands penseurs. Mes écrits sont innervés par leur bagage théorique, leurs travaux, leurs élans créatifs. Aujourd'hui, je propose à mes clients une vision et des contenus éditoriaux qui correspondent le mieux à ce qu'ils veulent exprimer.

Le directeur adjoint de Sciences-Po Paris, Hervé Crès, m'a confié « l'âme de Sciences-Po » pour trois mois, le temps d'écrire un ouvrage sur les trois premières années de cursus à Saint-Guillaume. Montaigne, Gilles Deleuze, Rabelais et d'autres « penseurs » de l'éducation, écouté et interviewé des professeurs, des directeurs de département.

| ÊTRE PLUME

Je me suis imprégnée de leur savoir et ai tâché d'être fidèle, dans mon ouvrage, à leurs convictions. Le travail a abouti à un petit livre de 30 pages destiné aux professionnels de l'éducation. Ce fut un succès.

Le département international du journal Le Figaro m'a confié la responsabilité d'écrire un supplément sur la ville de Madrid de 8 pages, disponible en kiosque un week-end d'octobre. J'ai arpenté la ville, me suis perdue dans ses ruelles, fait des rencontres inopinées et, dans un ton plus magazine, j'ai retranscrit l'énergie de cette capitale espagnole en pleine effervescence.

Je travaille également pour des magazines comme celui de la région Nord-Pas-de-Calais, région pour laquelle j'ai imaginé une publication en adéquation avec leur politique liée au tourisme. Interviews, portraits, récits, agenda...

En parallèle de mon travail, j'ai écrit un roman ainsi qu'un essai sur les sciences cognitives qui est en cours de parution chez Odile Jacob.

| ÊTRE PLUME

Toutes ces expériences m'ont permis d'affûter ma plume, de la corriger et de la dompter. Aujourd'hui, je vous propose d'écrire un livre, de réaliser un web doc ainsi qu'un film sur le Groupe Roullier en m'intéressant de près à M. Roullier, figure positive qui incarne ce Groupe. Il me semble que, pour se démarquer des grands groupes, il faut y ajouter ce « supplément d'âme », faire de l'histoire de ces hommes et de ces femmes qui travaillent dans le Groupe jour après jour, une véritable saga humaine.

Les trois supports qui viendront célébrer les 55 ans de l'histoire du Groupe sont intimement liés. Tous nécessitent de vivre sous la même plume. Bien sûr, on n'écrit pas un livre comme on travaille un scénario, mais, vous le verrez, dans notre proposition, nous avons privilégié l'écriture en mettant au centre du web doc la voix off de M. Roullier et sa personne même dans le film. Tout sera rédigé à l'avance sans omettre de laisser une place à l'improvisation.

Il est un temps où il faut s'arrêter un peu pour regarder en arrière puis en avant, raconter et transmettre. Ce temps est venu pour le Groupe Roullier.

VOTRE ÉQUIPE PROJET

UNE ÉQUIPE SOUPLE, PARFAITEMENT CIBLÉE ET RÉACTIVE

L'équipe que nous formons est composée de spécialistes dans leur domaine. Chacun à sa manière a toutes les références requises pour servir le projet et l'envie de travailler dessus.

- Pour le livre, elle est composée d'un auteur- coordinateur, d'un directeur artistique, de trois photographes (dont 2 que vous nous préconisez) et d'un imprimeur.

- Pour le web doc, nous procédons à l'identique en proposant une équipe composée cette fois de deux auteurs-journalistes qui se chargeront du scénario et du parcours utilisateur. Ces derniers feront équipe avec les deux cadres ; ils s'occuperont des interviews filmées et le journaliste travaillera les interviews sonores avec le monteur son.

Un directeur artistique et un graphiste élaboreront la charte graphique et la mise en forme des éléments (Home et modules), avec le soutien d'un motion designer (animation des images).

VOTRE ÉQUIPE PROJET

UNE ÉQUIPE SOUPLE, PARFAITEMENT CIBLÉE ET RÉACTIVE

Il faudra compter sur un développeur pour la technique.

On prendra, en option, un spécialiste des drones pour la réalisation d'images inédites.

L'auteur fera le lien entre les prestataires et le client, appuyé par un directeur de production qui se chargera du planning et du lien avec les parties prenantes du projet.

- Pour le film, l'équipe sera composée de deux auteurs qui se chargeront du scénario.

Avec deux cadresurs, le journaliste s'occupera des interviews filmées. Les deux cadresurs monteront leurs images.

Un directeur artistique veillera à respecter la charte graphique et à imprimer une personnalité au film du Groupe.

Un motion designer sera nécessaire pour mettre en valeur les images et l'infographie.

Le réalisateur chapotera le montage du film et coordonnera le projet.

PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES

A. LES GRANDES ÉTAPES DU PROJET

Phase 1 : réunion de lancement

- Elle associe les membres de votre équipe de communication et notre équipe en charge du projet :

- Ses objectifs :

Au niveau éditorial : définition de la structuration, définition des grands chapitres, traitement envisagé pour chacun des modules texte ;

Au niveau graphique : réflexion et validation des principes graphiques et iconographiques (validation de la typo, des couleurs, du rapport texte-image, des principes d'ouverture, de la forme des graphiques).

Dans la foulée du comité éditorial, l'auteur-chef de projet adresse à l'ensemble des participants une grille éditoriale listant les sujets par séquences, les calibrages et l'iconographie associée à chaque contenu.

Une maquette de principe est ensuite adressée à l'équipe de communication du Groupe Roullier.

PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES

A. LES GRANDES ÉTAPES DU PROJET

Phase 2 : lancement de la production

LE LIVRE :

- L'auteur prévoit le planning des interviews à réaliser.
- Le DA commence la réalisation des maquettes et lance la réalisation des infographies et des illustrations.
- Plusieurs propositions de une et d'ouverture sont réalisées.

LE WEB DOC :

- Les auteurs proposent un scénario et les questions des interviews. Un point à date est prévu avec l'équipe de communication Roullier pour les valider.
- Le planning des interviews est calé avec l'aide de l'équipe de communication Roullier.

- Le DA et le graphiste proposent une maquette et une arborescence du site. Un point à date est prévu avec l'équipe de communication Roullier pour les valider.

LE FILM :

- L'auteur propose un scénario. Un point à date est prévu avec l'équipe de communication Roullier.
- L'auteur vous soumet la trame des interviews. Un point à date est prévu avec l'équipe de communication Roullier.
- Le planning des interviews est calé avec l'aide de l'équipe de communication Roullier.

PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES

A. LES GRANDES ÉTAPES DU PROJET

Phase 3 : Rédaction du contenu, réalisation de la maquette

- L'auteur soumet chaque partie du livre tous les mois à l'équipe de communication Roullier : des points de validation sont prévus tous les 15 du mois.
- Le DA soumet ses maquettes à l'équipe de communication Roullier tous les 15 jours.

Phase 4 : Maquette du livre

- L'équipe de communication Roullier valide la maquette et, en parallèle, les infographies.
- L'auteur et le DA intègrent l'ensemble des contenus textes et images.
- La correctrice relit et corrige l'ensemble des textes.

En parallèle : Dans l'éventualité d'une version en anglais, nous procédons à la traduction des textes « bon à maquetter » en version anglaise.

PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES

A. LES GRANDES ÉTAPES DU PROJET

Phase 5 : production du web doc et du film

LE WEB DOC :

- Le journaliste, les cadres et le preneur de son produisent le contenu du web doc (interviews filmées, panoramiques, ambiance sonore et images drones éventuellement).
- Le photographe propose une banque d'images « artistiques ».
- En postproduction, les cadres et le preneur de son montent leurs images et la bande-son. M. Roullier enregistre les voix off avec le preneur de son.
- Le réalisateur est en charge de la réalisation du web doc.
- Le motion designer, le DA et le graphiste proposent une charte graphique qu'ils font valider à l'équipe de communication du Groupe Roullier.
- L'auteur écrit toute la partie éditoriale du web doc qu'il fait valider à l'équipe de communication du Groupe Roullier.
- Le développeur travaille l'intégration des contenus pour le site.
- Le journaliste coordonne avec l'aide du directeur de production les différents prestataires. Le journaliste gère la relation avec l'équipe de communication du Groupe Roullier et les prestataires.

PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES

A. LES GRANDES ÉTAPES DU PROJET

LE FILM :

- Le journaliste, les cadreur et le preneur de son produisent le contenu du film (interviews, plans d'illustration) et images drones.
- Le DA travaille sur les intentions graphiques du film.
- Le motion designer anime les images et s'occupe de l'infographie.
- Le réalisateur monte le film avec les cadreur et coordonne le projet entre les prestataires et l'équipe de communication du Groupe Roullier.

Phase 6 : livraison

- Livraison des exemplaires du livre et livraison des fichiers sources à l'équipe de communication.
- Livraison du web doc.
- Livraison du film.

B. LES DÉLAIS DE RÉALISATION

Voir doc Planning

NOTES D'INTENTION

A. NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

« L'agriculture est le premier, le plus utile, le plus étendu et peut-être le plus essentiel de tous les arts »

Encyclopédie, ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, Denis Diderot

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

NOTRE VISION DU PROJET

L'objectif principal du livre est de proposer une histoire exprimant la puissance du Groupe Roullier. Le Groupe Roullier joue un rôle significatif dans l'agriculture mondiale, européenne, française, et plus particulièrement bretonne. À nous de l'inscrire dans un champ plus vaste, celui de la puissance agricole et agroalimentaire mondiale. Le centre mondial de Recherche et d'innovation qui ouvrira ses portes en 2015 accueillera 200 chercheurs qui n'auront de cesse d'accroître ce rôle. On reviendra également sur le soutien de la ville de Saint-Malo. L'objectif de ce livre est de présenter les activités du Groupe Roullier sous toutes leurs formes et de mettre au cœur du livre les différents acteurs qui œuvrent jour après jour dans cette grande entreprise.

Nous préconisons 200 pages avec 150 pages de texte et 50 pages d'illustrations.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

DEUX APPROCHES ÉDITORIALES POSSIBLES

UN RÉCIT « LITTÉRAIRE » : Nous raconterons l'histoire d'une success story qui reflètera la stature du Groupe Roullier dans l'économie actuelle. Nous proposons de narrer une véritable saga humaine, économique et scientifique portée par la vision d'un homme, M. Roullier. Sous notre plume, le livre reviendra sur les temps forts de l'histoire du groupe de manière non-linéaire mais par grande famille d'idées.

Le concept : Le livre s'articulera autour de la notion de rencontre. Nous proposons une esthétique de la rencontre.

Entre sobriété et esthétisme, avec illustrations et photos à la clé. Récit non-linéaire qui viendra célébrer les 55 ans du Groupe.

Ce serait une version très épurée à la manière des livres d'art.

Le récit s'articulera autour d'une multitude de rencontres inédites au sein du groupe Roullier, mais aussi au sein de la communauté scientifique avec, au cœur, la rencontre fondatrice avec Daniel Roullier.

Avec la rencontre, nous voilà plongés dans le registre de l'intime.

Nous proposons de mettre le thème de la rencontre avec Daniel Roullier, ses collaborateurs et ses partenaires à l'épreuve de la réalité vécue par les protagonistes. Ces témoignages offriront une vue d'ensemble sur l'entreprise, son histoire, son environnement immédiat – la Bretagne –, national et international.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

DEUX APPROCHES ÉDITORIALES POSSIBLES

UN RECIT JOURNALISTIQUE : Nous proposons de raconter l'histoire du Groupe Roullier sous une forme plus « magazine ». De grandes thématiques, 5 au total, pour une approche non-linéaire de l'histoire du Groupe.

Le concept : Le mook (reportages, interviews, articles thématiques...)

Dynamique dans son traitement. Un traitement novateur de l'information en empruntant certains codes de presse :

- Relance de lecture ;
- Hiérarchie d'information ;
- Petites rubriques en colonne à côté du texte central ;
- Récit, bien sûr, édito, le mot du président, focus, interviews, « 3 questions à », reportages, grand angle, schémas et plans, illustrations et photos.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE TON, LA PLUME : quand le fond et la forme sont indissociables

- Le ton : moderne et audacieux, incisif, percutant. Nous proposons de raconter l'histoire du Groupe dans un ton novateur.
- Notre philosophie : raconter, expliquer, proposer des perspectives.
- Nos exigences éditoriales : être clair, accessible, tout en osant.
- Des recherches documentaires étayées pour des arguments qui ont leur poids.
- Des témoignages inédits, notamment celui de M. Roullier qui sera le fil rouge de notre récit.
- Des citations émaillées dans le récit d'experts qui offriront une belle perspective à l'histoire que nous allons raconter.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

FACTURE : un bel objet multimédia

Le livre est un objet d'art à part entière. Il est numéroté.

Nous pourrions prévoir également de le présenter dans un coffret.

À l'intérieur, une belle carte de visite et/ou un flash code sur lequel on y inscrira les liens pour inciter le lecteur à aller vers le web doc, le film et pourquoi pas la galerie photo.

Le livre sera ainsi conçu pour être un véritable objet multimédia.

Nous pouvons aussi prévoir qu'il dégage une odeur de printemps...

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN

SCÉNARIO 1 : LE RÉCIT LITTÉRAIRE « RENCONTRES SINGULIÈRES AVEC LE GROUPE ROULLIER »

Ce plan est donné à titre d'exemple. Bien sûr, il évoluera en fonction des recherches documentaires et des interviews recueillies.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN : SCÉNARIO 1

- **CHAPITRE 1 : « Rencontres autour d'une idée fondatrice »**

Une entreprise, c'est d'abord une idée soumise à l'épreuve de la réalité. M. Roullier ouvrira le livre et nous emmènera en 1959. Ce sera l'occasion de broser un portrait en transparence de M. Roullier. Nous parlerons de l'agriculture en Bretagne à cette époque et des évolutions sociologiques et économiques de la population française. Nous interviewerons les différents protagonistes de cette période.

- **CHAPITRE 2 : « Rencontres avec des hommes et des femmes de passion »**

Un groupe, ce sont des hommes et des femmes, passionnés, qui œuvrent au quotidien pour leur entreprise. À l'aide d'interviews de nombreux collaborateurs, nous appréhenderons les forces vives de l'entreprise.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN : SCÉNARIO 1

- **CHAPITRE 3 : « Rencontres autour de la recherche »**

Au cœur du Groupe, un seul objectif : être à la pointe de la recherche. L'ouverture du Centre mondial de recherche et d'innovation sera également au cœur du livre. Nous irons comprendre les enjeux de ce centre aux côtés de chercheurs.

- **CHAPITRE 4 : « Rencontres à travers le monde »**

Une entreprise qui marche, c'est une entreprise qui bannit les frontières. Le Groupe Roullier est de ceux-là. Nous approcherons la dimension internationale du Groupe à l'aide d'interviews et de reportages clés.

- **CHAPITRE 5 : « Rencontres pour le futur »**

Parce que le futur nous porte à relever des défis que nous n'aurions pas imaginés il y a vingt ans, le Groupe Roullier s'engage. M. Roullier est optimiste : nous pouvons nourrir 9 à 10 milliards d'êtres humains. Pourquoi ? Rencontres avec des scientifiques de tout bord.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN

SCÉNARIO 2 : RÉCIT JOURNALISTIQUE

« 55 ANS D'UNE INCROYABLE AVENTURE HUMAINE »

Ce plan est donné à titre d'exemple. Bien sûr, il évoluera en fonction des recherches documentaires et des interviews recueillies.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN : SCÉNARIO 2

- PARTIE 1 : « UNE HISTOIRE DANS L'HISTOIRE »

États des lieux de l'agriculture en Bretagne sur 50 ans, en étroite imbrication avec l'histoire du Groupe

Témoignages de M. Roullier, d'Henri Boyer, d'Alain Haubert, de Claude Carpentier, de M. Turin, de M. Olivier, de paysans, d'agriculteurs, d'un historien

Les grandes orientations et activités de l'entreprise au fur et à mesure du temps (agrofourniture, agrochimie, agroalimentaire, autres métiers)

L'accroissement de la production alimentaire

« Au regard de son évolution depuis les années 1950, des performances accomplies, de sa présence sur les marchés mondiaux, le secteur agricole est loin de correspondre au discours ambiant sur le déclin de l'économie », selon Sébastien Abis et Thierry Pouch.

La France demeure la première puissance agricole européenne et la cinquième de la planète. Le secteur de l'agroalimentaire dégage des excédents significatifs depuis plusieurs années.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN : SCÉNARIO 2

- PARTIE 2 : « UNE HISTOIRE D'HOMMES ET DE VALEURS »

Les témoignages de M. Roullier et de différents collaborateurs pour être au cœur de la vie des acteurs

Les rencontres au sein de l'entreprise (réunions, colloques, symposium, congrès)

Le Groupe Roullier, gouvernance familiale, s'est construit sur des valeurs fondamentales : l'autonomie en gage de performance, l'envie d'entreprendre, la culture du résultat et la croyance au potentiel de chacun. Il fait preuve d'une volonté farouche d'avancer, cultive un esprit entrepreneurial loin des conformismes. Il adopte un code de conduite responsable. La passion anime jour après jour le groupe.

Nous reviendrons en arrière, à la fin des années 1950 en faisant cohabiter l'histoire du Groupe dans la plus grande histoire qu'est celle de l'agriculture française des années 1950 à nos jours.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN : SCÉNARIO 2

- PARTIE 3 : « LA RECHERCHE AU CŒUR DU PROJET: LE CENTRE MONDIAL DE RECHERCHE ET D'INNOVATION »

Les chiffres clés

Pourquoi la recherche ?

Les missions du Centre

Les interviews de M. Roullier et des chercheurs

- PARTIE 4 : « UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL »

De la petite entreprise à la grande : une expansion mondiale

Les perspectives du groupe en termes d'implantation

Des témoignages de M. Roullier et de directeurs d'usine dans le monde

D'abord Saint-Malo, puis la France, la Belgique et la Suisse. L'Europe de l'Ouest puis l'Europe de l'Est dans son ensemble, ensuite les pays d'Amérique latine : Brésil, Paraguay, Uruguay et les pays limitrophes. L'Afrique aussi, centrale, puis de l'Ouest et de l'Est. L'Australie, la Chine.

Un rendez-vous géopolitique sans précédent pour les années à venir s'annonce. Ce sera l'occasion d'adopter une vision géopolitique par le Groupe pour l'agriculture française, et d'asseoir un projet porteur pour renouveler du même coup l'influence internationale du pays.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

LE PLAN : SCÉNARIO 2

- PARTIE 5 : « PERSPECTIVES POUR NOURRIR LE MONDE DE DEMAIN »

Défis du présent et du futur

Facteurs d'évolution de la demande

Des échanges qui augmentent

Agriculture et développement durable

Politiques et actions du Groupe mises en perspective avec celles du monde

Témoignages de chercheurs en agronomie, de scientifiques, de Sébastien

Abis et Thierry Pouch

La population mondiale va continuer d'augmenter pour passer de sept à environ neuf milliards d'ici deux générations et se stabilisera ensuite. Des millions de personnes devraient continuer à sortir du seuil de pauvreté et donc à augmenter leur consommation, notamment alimentaire. Le Groupe Roullier sera présent face à ses défis mondiaux. La France a des atouts exceptionnels à faire jouer. Tous les pays ne seront pas en mesure d'atteindre l'autosuffisance alimentaire ; la France pourrait donc à la fois contribuer à satisfaire des besoins collectifs et à promouvoir son intérêt. À condition de ne pas injurier l'avenir en négligeant aujourd'hui son secteur agricole ou en ne le défendant pas suffisamment dans les négociations internationales.

Il nous faut reconnaître les véritables forces de la France, actuelles et futures, et mettre en valeur les objectifs du Groupe Roullier dont la démarche va dans ce sens : repositionner l'agriculture comme secteur d'avenir. L'agriculture est redevenue un enjeu majeur dans le milieu de la décennie 2000 : stratégies, rivalités et intérêts se renforcent pour les pays importateurs comme pour les exportateurs.

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

BIBLIOGRAPHIE POUR LA RÉDACTION DE LA NOTE D'INTENTION

Documents :

- Archives du Groupe
- Rapports parlementaires et éléments de contexte
- Rapports de la FAO

Ouvrages :

- Jean-Paul Charvet, *Atlas de l'agriculture : Comment nourrir le monde en 2050 ?*
- Sébastien Abis et Thierry Pouch, *Agriculture et mondialisation, un atout géopolitique pour la France*
- Georges Duby et Armand Vallon, *Histoire de la France rurale, tome IV.*
- XXX, *Ces messieurs de Saint-Malo*

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

BIBLIOGRAPHIE POUR LA RÉDACTION DE LA NOTE D'INTENTION

Les sites internet :

<http://www.irstea.fr/lespace-jeunesse/decouvrir/le-visage-de-lagriculture-de-demain>

<http://www.bastamag.net/Quelle-agriculture-pour-demain-133>

<http://www.mtaterre.fr/dossier-mois/archives/chap/805/Nourrir-9-milliards-d-Hommes-le-defi-de-demain>

<http://gastronomie.blog.lemonde.fr/2014/02/22/le-pionnier-de-lagriculture-de-demain/>

[http://www.inra.fr/Grand-public/Agriculture-durable/Tous-les-dossiers/Dependance-aux-pesticides/L-agriculture-de-demain-avec-moins-de-pesticides/\(key\)/2](http://www.inra.fr/Grand-public/Agriculture-durable/Tous-les-dossiers/Dependance-aux-pesticides/L-agriculture-de-demain-avec-moins-de-pesticides/(key)/2)

<http://tempsreel.nouvelobs.com/politique/20140107.OBS1568/elevage-agroecologie-quelle-loi-pour-l-agriculture-de-demain.html>

<https://www.ird.fr/toute-l-actualite/colloques-et-manifestations/colloques-conferences/l-agriculture-de-demain-quelle-place-pour-la-science-les-ressources-naturelles-et-les-paysans>

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

INTERVIEWS / LES PERSONNES RESSOURCES

- **Les acteurs au sein du Groupe :**

M. Roullier que nous suivrons dans ses déplacements et que nous rencontrerons à trois reprises de manière plus confidentielle.

Dany Cappe, Directrice générale CPFR

Roxane Roullier, Présidente de la branche Agrochimie

Nathalie Roullier, Directrice générale agrofourniture

Henri Boyer, Président du directoire

Alain Haubert

Claude Carpentier

M. Turin

M. Olivier

Les directeurs des différentes sociétés du Groupe

Des paysans pour des portraits et des mémos explicatifs

Des éleveurs

Des chercheurs

Des cadres

NOTE D'INTENTION POUR LE LIVRE

INTERVIEWS / LES PERSONNES RESSOURCES

- Une ou plusieurs cautions scientifiques (agronomiques) :

Exemple : Agrocampus Ouest...

Deux ou trois historiens

Un sociologue

Un démographe

Un économiste

Un écologiste

NOTES D'INTENTION

B. NOTE D'INTENTION POUR LE WEB DOC

NOTE D'INTENTION POUR LE WEB DOC

OBJECTIF

Le web doc, véritable documentaire adapté au web, permet une approche de l'information inédite. L'internaute s'approprie les informations de manière plus directe puisque c'est lui qui va les chercher.

Notre objectif est de présenter un voyage, ludique et passionnant, dans lequel nombre d'informations sur le Groupe Roullier vont être glanées.

L'intérêt du web doc réside dans le fait que l'internaute est au centre de l'histoire racontée.

C'est M. Roullier qui présentera chaque module en voix off. Il sera ainsi le fil conducteur du programme.

L'IDÉE

Nous proposons un web doc proposant une interface immersive basée sur l'utilisation de media photographiques et audiovisuels (fulscreen).

On imagine le parcours utilisateur articulé autour d'une quête basée sur le concept de la rencontre, thème qui reprendra celui du livre (piste 1).

Notre recommandation : Un site dédié avec une navigation à la web doc

NOTE D'INTENTION POUR LE WEB DOC

PRINCIPE NARRATIF

Voici un véritable roadmovie à travers la Bretagne pour un parcours utilisateur à la fois dynamique, ludique et original. L'internaute se trouve plongé dans les paysages bretons qu'il va parcourir à la rencontre de divers interlocuteurs.

LA FORME

La structure du web doc s'articule autour de l'alternance de transitions vidéo permettant de visiter divers lieux bretons et de lieux shootés en panoramiques photographiques 360° et interactifs, permettant à l'utilisateur de cliquer sur les sujets des interviews et des contenus additifs. On imagine que les panoramiques photographiques seront sonorisés (captation sonore des lieux à la manière des reportages sur France Inter) pour favoriser une immersion totale dans le sujet. Une fois en mode interview, il est envisageable de proposer diverses questions au même instant à l'interlocuteur (cf le webdoc sur les gaz de schistes).

NOTE D'INTENTION POUR LE WEB DOC

LE CONTENU

Nous proposons que l'internaute parte à la rencontre de plusieurs personnages clés dans la vie du Groupe. En voix off, M. Roullier commentera les rencontres et présentera les personnes interviewées. Nous rédigerons évidemment son texte.

Pour ce faire, nous sillonnerons la Bretagne en voiture et nous proposerons un itinéraire choisi avec 10 étapes à clés qui incarnent le savoir-faire du Groupe. Cette liste est indiquée à titre d'exemple ; nous verrons avec l'équipe de communication du Groupe Roullier quels interlocuteurs choisir.

1. La ville de Saint-Malo avec le maire (images de drones)
2. Le siège du Groupe avec M. Roullier
3. Le Centre mondial de recherche et d'innovation (même s'il est encore en travaux) avec un chercheur
4. Dans les champs avec un agriculteur
5. Dans les champs avec un éleveur
6. Sur un bateau de pêche pour extraction du maërl
7. Dans une usine d'engrais
8. Dans une usine agroalimentaire (biscuiterie ou produits de la mer)
9. Sur le port avec un responsable logistique (dimension internationale du groupe)
10. Dans un café de Bretagne avec une table ronde autour de la question « Comment nourrir la planète en 2015 ? », avec un sociologue, un démographe, un scientifique

NOTE D'INTENTION POUR LE WEB DOC

LE CONTENU

Chacun de ces modules sera enrichi avec la possibilité pour l'internaute de cliquer sur les questions de son choix. Il y aura aussi des schémas explicatifs lorsque les personnes interviewées parleront d'un sujet qui en nécessite.

La charte graphique du web doc reprendra la charte du Groupe.

PRINCIPE D'ANIMATION DE LA TIMELINE

Une plante en filigrane qui pousse. Tout au long du web doc, la plante va grandir en fonction de l'avancement dans le parcours et va entourer l'écran.

NOTES D'INTENTION

B. NOTE D'INTENTION POUR LE FILM

NOTE D'INTENTION POUR LE FILM

OBJECTIF

L'idée de faire un film permet de célébrer l'histoire du Groupe dans une démarche multimédia. Nous préconisons de projeter ce film lors de la soirée d'ouverture du Centre mondial de la recherche et de l'innovation.

Le film vient à l'appui du livre et du web doc : il permettra d'aborder des questions plus pointues sous forme de conversations.

Voici un film de 6' pour mieux comprendre le Groupe, mais de l'intérieur.

L'IDÉE DE CE FILM

Nous désirons partir sur l'idée que M. Roullier conduise toutes les interviews en partant à la rencontre des acteurs du Groupe. Il mènera la conversation avec ses collaborateurs. Nous préparerons évidemment toutes les questions. Il serait ainsi au centre du film d'une manière inattendue, ce qui engendrera une plus grande proximité entre lui et ses collaborateurs mais aussi entre lui et le spectateur.

Le thème de la rencontre entre le spectateur et les interlocuteurs reprendra celui du livre (piste 1).

NOTE D'INTENTION POUR LE FILM

PROPOSITION DE DÉCOUPAGE ET STYLE DE RÉALISATION : SUR LE FOND :

Nous prévoyons 6 rencontres clés que nous définirons avec l'équipe de communication du Groupe Roullier et qui se démarqueront du web doc.

6 lieux emblématiques pour une rencontre.

SUR LA FORME

Ouverture : arrivée à Saint-Malo par les petites routes de campagne avec des images de drones. Plan large sur le port. M. Roullier nous accueille et nous ouvre les portes de l'usine. Le mot de bienvenue.

Nous reprendrons les plans du voyage en Bretagne conçus pour le web doc comme plan d'insert et de transition du film instit.

Décors : Comme dans « Complément d'enquête », l'émission de France 2, nous organiserons les rencontres autour de deux fauteuils placés dans un décor à chaque fois différent.

DEVIS

LIVRE WEB DOC FILM

DEVIS LIVRE 55ans groupe Roullier

| DESIGNATION | MONTANT HT en Euros | |
|---|--------------------------|--------|
| PARTIE REDACTIONNELLE | | |
| 1. Coordination de projets client, déplacements Elaboration des plannings, centralisation de l'ensemble des éléments nécessaires à l'écriture, gestion des différentes étapes de correction, d'iconographie, de maquette et de validation jusqu'à la fabrication et à la diffusion du support. Nombre de jours : 15 jours à 600 euros jour | 9 000 | |
| 2. Ecriture Recherche documentaire, bibliographie : 3 000 euros HT Chemin de fer, plan de l'ouvrage, réflexion éditoriale en amont sur la conception du document (définition d'un positionnement, préconisation sur le ton, les angles, les traitements) : 3 000 euros HT Interviews et rédaction du livre : 115 euros le feuillet de 1 500 signes. Sur la base de 450 feuillets (soit 150 pages) : 52 750 euros HT | 3 000 3 000 52 750 | |
| 3. Relecture, corrections : La correctrice assure les corrections d'orthographe, de typographie et de syntaxe de l'intégralité du document. 6 euros le feuillet sur la base de 450 feuillets : 2 700 euros HT Tous les allers/retours sont compris | 2 700 | |
| Total partie rédactionnelle 70 450 | | |
| PARTIE PHOTOGRAPHIE EN OPTION (2 photographes en compétition) | | |
| Jean-Philippe Mesguen | | |
| Production d'une série d'images sur l'univers du groupe Roullier, la région, la ville de St. Malo, les usines, les hommes. Utilisation pour : un livre d'entreprise retraçant l'histoire du groupe de 200 pages (150 pages de texte et 50 pages d'illustrations), un webdoc et un film institutionnel pour le diffuser lors de la cérémonie en juillet 2015 et à héberger ensuite sur le site. Nombre de jours : 6 Tarif jour : 2 000 euros soit 12 000 euros Frais techniques : 500 jour x 6 = 3 000 euros Cessation de droits pour la communication presse, édition et internet : 4 000 euros Taxe : 10% | | 20 000 |
| OU | | |
| Cuong Le | | |
| Production d'une série d'images sur l'univers du groupe Roullier, la région, la ville de St. Malo, les usines, les hommes. Utilisation pour : un livre d'entreprise retraçant l'histoire du groupe de 200 pages (150 pages de texte et 50 pages d'illustrations), un webdoc et un film institutionnel pour le diffuser lors de la cérémonie en juillet 2015 et à héberger ensuite sur le site. Nombre de jour : 6 Tarif jour : 550 euros Cessation des droits : 120 euros/photo Total : 6 900 euros sur la base de 30 photos | | 6 900 |

Total partie photographie : Selon votre choix

| DESIGNATION | MONTANT HT en Euros |
|---|---------------------|
| PARTIE DIRECTION ARTISTIQUE (2 D4 en compétition) Sara et Alexandre Baumgartner Création et recherche des premiers projets : 1260 euros HT Mise au point du projet retenu et finalisation de la création : 15 166 euros HT Exécution technique : 2 771 euros HT | 19 408,10 |
| OU Jeff Scotto Honoraires : 5000 euros HT Création graphique de la maquette : couverture : 1 000 euros HT Création graphique de la maquette : page intérieur : 11 760 euros HT Exécution graphique de la maquette : page intérieur : 5 880 euros HT Correction chromie des images : 2 000 euros HT | 25 640 |
| Options : Création d'un beau fourreau Création et réalisation d'illustrations pour les besoins du livre | 1 000 5 000 |
| Total direction artistique : Selon votre choix | |
| PARTIE IMPRIMEUR (2 imprimeurs en compétition) Manufacture d'histoires des deux-ponts, Bresson (Imprimeur de Sara et Alexandre Baumgartner) | |
| Prix pour 2 000 exemplaires : | 25 400 |
| Format 24 x 28,5 à la française : 25 400 euros HT | |
| Option : Vernis odorant : 3 500 euros | 3 500 |
| OU | |
| TRULLI IMPRIMERIE (Imprimeur de Jeff Scotto) | |
| Prix pour 2 000 exemplaires : | 24 150 |
| Format 25x34 à la française : 24 150 euros HT | |
| Cartes de visite (2 000) : 1 955 euros HT | 1 955 |
| Fourreaux (2 000) : 8 500 euros HT | 8 500 |
| Total partie imprimeur : Selon votre choix | |

TOTAL HT : Selon vos choix des prestataires mis en compétition

NB : «Tous les allers/retours sont compris»

| DESIGNATION | MONTANT HT en Euros |
|---|---------------------|
| CONCEPTION (écriture du scénario, du storyboard, validations, écriture des interviews) Tarif/jour : 500 Nombre de jour : 21 (10 jours Sébastien Pichet / 10 Jours Agathe Chedeville / 1 jour Grégory Genova) | 10 500 |
| Total conception | |
| | 10 500 |
| PRODUCTION CONTENU Prise de son (Stéphane Duvernay) : 5 jours à 400 euros Journaliste (Agathe Chedeville) : 5 jours à 600 euros Cadreur 1 (Jimmy Delpire) : 5 jours à 720 euros Cadreur 2 (Bernard Simoni) : 5 jours à 520 euros | |
| Total production contenu | |
| | 11 700 |
| POST PRODUCTION Réalisation (Agathe Chedeville) : 5 jours à 600 euros Montage (Jimmy Delpire) : 4 jours à 550 euros Post prod photos (Bernard Simoni) : 3 jours à 550 euros Montage son (Stéphane Duvernay) : 3 jours à 350 euros | |
| Total post production | |
| | 7 900 |
| PRODUCTION Coordination de projet (Agathe Chedeville) : 4 jours à 500 euros Suivi de production (Claudie Prodon) : 8 jours à 500 euros DA (Nicolas Baumgartner) : 4 jours à 620 euros Graphiste (Sara Baumgartner) : 6 jours à 450 euros Motion (Sébastien Pichet) : 6 jours à 520 euros Développement (Grégory Genova) : 25 jours à 400 euros Rédaction de l'interface, boutons, modules (Agathe Chedeville) : 5 jours à 500 euros | |
| Total production | |
| | 26 800 |
| TOTAL HT | |
| | 56 900 |
| T.V.A | |
| | 20% |
| TOTAL T.T.C en euros | |
| | 68 280 |
| Option : 1 journée DRONE (Raphaël Maloufi) | 2 500 HT |

NB : « Tous les allers/retours sont compris »

DEVIS FILM 55ans Groupe Roullier

| DESIGNATION | MONTANT HT en Euros |
|--|---------------------|
| CONCEPTION | |
| Scénario, préparation des interviews (Agathe Chedeville) : 5 jours à 600 euros | 3 000 |
| Total conception | |
| | 3 000 |
| PRODUCTION CONTENU | |
| Journaliste (Agathe Chedeville) : 3 jours à 600 euros | 1 800 |
| Cadreur 1 (Jimmy Delpire) : 3 jours à 720 euros | 2 160 |
| Cadreur 2 (Bernard Simoni) : 3 jours à 550 euros | 1 650 |
| Total production contenu | |
| | 5 610 |
| POST PRODUCTION | |
| Coordination de projet (Agathe Chedeville) : 3 jours à 600 euros | 1 800 |
| Réalisation (Agathe Chedeville) : 3 jours à 600 euros | 1 800 |
| Montage (Jimmy Delpire) : 3 jours à 550 euros | 1 650 |
| Montage (Bernard Simoni) : 1 jour à 550 euros | 550 |
| Motion design (Sébastien Pichet) : 4 jours à 520 euros | 2 080 |
| DA (Nicolas Baumgartner) : 1 jour à 600 euros | 600 |
| Total post production | |
| | 8 480 |
| TOTAL HT | |
| | 17 090 |
| T.V.A | |
| | 20% |
| TOTAL T.T.C en euros | |
| | 20 508 |
| Option : 1 journée DRONE | 2 500 HT |

NB : «Tous les allers/retours sont compris»

ANNEXES

BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

AUTEUR-RÉALISATRICE-COORDINATRICE
AGATHE CHEDEVILLE

Après des études de lettres modernes, Agathe a travaillé chez le peintre Balthus en Suisse puis a rejoint Radio France en tant qu'attachée de production et reporter aux côtés de José Artur et son « Pop Club ». Travaillant en parallèle sur une thèse de littérature française à la Sorbonne sur « La rencontre avec l'écrivain », elle a été débauchée par l'agence Pure Player « Duke » où elle a exercé le métier de conceptrice-rédactrice. En free lance depuis 2009, elle collabore avec les plus grandes agences parisiennes (DDB, Publicis, Havas...) et des clients en direct (Sciences-Po Paris, Centre national de la fonction territoriale, Mars Chocolat France, Danone...) Elle écrit pour le print (magazines, livres...), le web, et réalise des films d'entreprise (Danone, Mars Chocolat France).

Site : <http://www.agathechedeville.com/>



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

DIRECTEURS ARTISTIQUES POUR LE LIVRE
SARA BAUMGARTNER

Sara Baumgartner s'est formée à l'École régionale des beaux-arts de Valence, au département communication visuelle et obtient son diplôme national des arts et techniques (DNAT), puis elle poursuit sa formation à l'École régionale d'art :

indépendante / projets réalisés en association avec d'autres indépendants.

Chez notabene (agence de communication), elle est tour à tour graphiste, directeur artistique, chef de projet, responsable des créations et des médias (print, vidéo, CD-Rom, Internet, extranet).



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

DIRECTEURS ARTISTIQUES POUR LE LIVRE ALEXANDRE BAUMGARTNER

Alexandre Baumgartner est né en 1946. Il a travaillé en tant que directeur de la création pour de nombreux clients prestigieux. En voici une liste non exhaustive :

SchneiderElectric (Industrie, groupe international) : illustrations, création de brochures, design de sites Internet/extranet, design de CD-Roms interactifs, concepts et création d'annonces.

Philips (Industrie, groupe international) : design d'interfaces de logiciels et de CD-Rom interactifs.

Raymond (Industrie, groupe international) : design d'un catalogue, illustrations.

DGA (groupe d'architectes, France, Japon, Indonésie, Russie) Design de site Internet et de son interface de gestion.

Satma (Industrie, groupe international) : design de site Internet et de son interface de gestion.

Petzl (Industrie du sport, groupe international) : création de flyers.

Musée de Grenoble (édition art lys) : mise en page du catalogue.

Oros (Industrie, groupe international) : création de catalogues, posters, flyers, bannières, illustrations.

Éditions JC Lattès / Éditions du Masque (maison d'éditions) : création graphique de couvertures de livres. Réalisation d'outils de communication et de promotion.



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

DIRECTEURS ARTISTIQUES POUR LE LIVRE
JEFF SCOTTO

« Après 10 ans passés dans la communication institutionnelle, je créé en 2007 ma propre agence spécialisée dans les éditions et le digital. Mes principaux clients sont Le Ministère de la Culture et de la Communication, la ville de Nice,

l'imprimerie Trulli, France 24. L'agence intervient dans la création de sites internet, la réalisation de films institutionnels, d'identités graphiques. Elle ne cesse depuis de se développer et de fédérer de nouveaux talents.»



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

DA SUR LE WEB DOC ET LE FILM NICOLAS BAUMGARTNER

Diplômé de l'Ecole Nationale des Beaux-arts en 1994, il sort Major de l'Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs de Paris en 1999.

Depuis 1999, il travaille pour le compte de grandes agences de communication et de création en France ou à l'étranger – Duke, Publicis, Group94, 180 Amsterdam, Proximity BBDO, Sid Lee, en qualité de directeur artistique ou directeur de la création.

Son métier au quotidien: conceptualiser, développer des stratégies de communication visuelles digitales internationales et les traduire visuellement avec l'aide d'une équipe pour des marques telles que Nike, Adidas, Kraft, Procter & Gamble, Mc Donald's, Philadelphia, Armani, Diesel, Nissan.

Plusieurs fois primé à l'international et plusieurs conférences à son actif.

Sa passion pour son métier associée à un travail personnel le conduise à enseigner très vite dans plusieurs écoles d'art: Haute Ecoles des Arts visuels de Bern (Suisse) et à E-Artsup, école de pointe dans les métiers du design digital, dont il est le responsable pédagogique du département design interactif et communication visuelle depuis 2011.

Il a également participé à la création de Fonsself, startup inovante dans la création de polices de caractères.

Aujourd'hui il est co-fondateur de Accolada (application), et de Souffl (agence de design et d'innovation).



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

PHOTOGRAPHES

JEAN-PHILIPPE MESGUEN

Jean-Philippe Mesguen est photographe depuis 1989. Grand reporter pour la presse magazine (Géo, Actuel, Grands Reportages, Figaro Magazine, Air France Magazine, L'Express, L'Optimum, Wad, Libération, Le Monde...)

Depuis les années 2000 : photographe institutionnel et publicitaire. Principaux budgets : SNCF campagne intercity (TBWA Paris), SNCF campagne RH (Euro RSCG), campagne monde pour rapport annuel Plastic Omnium (W&Cie), campagne monde pour rapport annuel Faurecia (TBWA Corporate), campagne monde pour rapport annuel Veolia (en direct), Rapport Annuel Geodis (Terre de Sienne), Rapport annuel Lafarge, Carte blanche sur le Louvre et l'École des beaux-arts...

Édition : Coffret sur la restructuration du siège de la caisse des dépôts avec l'architecte Philippe Chiambarreta, et les graphistes de l'agence Wewe. Livre avec Flammarion sur la réalisation d'Aeroville, Unibail et PCA.

Prix : Rencontres d'Arles – lauréat du prix de la jeune photographie européenne 1995, finaliste du prix Hasselblad 2009 catégorie édition.

Site : <http://www.jpmesguen.com>



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

PHOTOGRAPHES CUONG LE

Après des études d'économie, Cuong s'est dirigé dans le photo-reportage.

Après une formation en photojournalisme au sein de l'Emi-CFD, il s'est établi en free lance, positionnant son travail dans le documentaire et social. En 2008, il a complété sa formation par un stage au studio Rouchon, y apprenant la

lumière de studio. Aujourd'hui, il répond à des commandes à la fois pour la presse et des établissements privés ou institutionnels. Il développe en parallèle des projets personnels destinés à des expositions ou publication. Les thématiques récurrentes : le rapport des individus à leur environnement (familial, habitation, historique).

Portfolio : <http://cuongle-photographe.com/>



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

CAMERAMAN-MONTEUR
JIMMY DELPIRE

Jimmy photographe, réalisateur et monteur depuis 15 ans, spécialisé dans ce qui touche à l'entreprise et l'industrie. Le fil conducteur de ses réalisations est l'humain, qui est toujours au coeur de ses films et photos. Il a réalisé beaucoup de films internes pour Danone, Axa, GrDF. Il a réalisé actuellement des portraits vidéo pour la marque Systme-U. Jimmmy a réalisé une dizaine de web-doc sur la filière porcine en Bretagne.



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

CAMERAMAN-MONTEUR
BERNARD SIMONI



Bernard est photographe, caméraman formé à l'INA en tant que JRI. Il exerce chez Duke, agence digitale pure player depuis 2007. Ses clients : L'Or expresso, Mc Donald's, CIO, Veuve-Cliquot, Club Med.

BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

MOTION DESIGNER SEBASTIEN PICHET

«Titulaire d'un bac ES av. Mention Sébastien à réalisé 6 ans d'études dans les domaines des arts et du multimédia (IUT et IUP Multimédias, Fac d'Histoire des Arts et Archéologie) pour terminer Major de son Master de Médiation Culturel et de Nouvelles Technologies à l'université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

Convaincu du formidable potentiel des NTIC il décide de mettre ses compétences au service de la communication culturelle (en créant le portail digital de galerie d'art Artisvilla), institutionnelle (en occupant le poste de chargé des NTIC au sein du CG du Doubs) puis publicitaire.

C'est ainsi qu'il rejoint l'agence pure player Duke Interactive en 2005 en qualité de Motion Designer. Il y élaborera pendant 8 ans des contenus multimédias interactifs mettant en scène code, images, 3D, vidéo et son. (Nike, Levis, Nissan, Guerlain, SNCF, McDo, VISA, Philipps...)

Fin 2013 il rejoint l'agence Mazarine digitale spécialisée dans le luxe. (Chanel, Dior, Guerlain, VCA, Hermès...)

Depuis 4 ans il exerce en parallèle une activité de Réalisateur/Directeur Artistique / Motion Designer free-lance (Ubisoft, ACFCI, Toyota, Veuve Clicquot, l'Or Espresso, FFF...)



Site : <http://cargocollective.com/sebastienpichet>

BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

DEVELOPPEUR
GREGORY GENOVA

Grégory Genova est développeur HTML5 et AS3. Sa spécialité : les applications (richement) graphiques, interactives, mobiles et animées.

L'architecture logicielle, le motion design et le web design sont ses passions et il les perfectionne chaque jour.

Il a suivi une formation sur les métiers de la communication, ainsi qu'aux Beaux-Arts. Il est autodidacte en développement web depuis près de 7 ans. Il développe des sites principalement pour des grandes marques/groupes : Mercedes Benz, Mondelez, Louis Vuitton, L'Oréal, EDF, Marionnaud, Labeyrie, Peugeot, Panasonic et bien d'autres.



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

CORRECTRICE-RELECTRICE
DELPHINE NÈGRE-BOUVET

Diplômée de l'ISIT (Institut supérieur d'interprétation et de traduction) et formée auprès du CEC (Centre d'écriture et de communication), Delphine Nègre-Bouvet exerce la double activité de traductrice et de correctrice-relectrice d'édition depuis plus de 20 ans. Parmi ses principaux clients figurent les éditions Larousse, Phaidon, La Martinière, Cassi, Lelivredart, etc., avec lesquels elle collabore régulièrement.



BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

PRENEUR DE SON-MONTEUR DE SON
STÉPHANE DUVERNAY



Stéphane Devernay est diplômé de l'école Louis-Lumière section son et chef-opérateur du son à Radio France depuis 20 ans. Également ingénieur du son sur plusieurs courts-métrages et documentaires.

BIOGRAPHIE DES PRESTATAIRES

DIRECTRICE DE PRODUCTION
CLAUDIE PRODON

Chef de projet Multimédia chez Duke/Razorfish de 2006 à 2011, Claudie Prodon a travaillé en tant que chef de projets sur Mc Donald's France, Mc Donald's Europe (22 pays), Louis Roederer, Van Cleef & Arpels, Player's Republic, Nike, CIO.

En free lance depuis 2012, elle s'occupe de gestion de projet, d'iconographie et d'achat d'art. Elle se forme depuis deux ans en parallèle à la 3D Max et animation aux Ateliers beaux-arts Montparnasse.



PLANNING DÉTAILLÉ

PLANNING PROVISOIRE

PLANNING DÉTAILLÉ

LE LIVRE

Semaine 30, 31, 32 : Recherche documentaire, lecture et constitution de la bibliographie

Semaine 42, 43, 44, 45 : Chemin de fer et organisation des rendez-vous pour les interviews. Fin semaine 44 : Point chemin de fer
Milieu semaine 45 : point édito questions/ Point planning interviews

Semaine 46, 47, 48, 49, 50, 51 : Interviews, retranscription

Semaine 52 et semaine 01/2015 : Vacances

Semaines 2 à 13 : Rédaction du contenu éditorial, réalisation des maquettes.
Milieu Semaine 5/ Milieu semaine 8/Milieu semaine 12 : Points rédactionnels et points maquettes + Relecture au fil de l'eau

Semaine 14, 15, 16 : Relecture et corrections. Réalisation des maquettes. Photographies.

Semaine 16 : Vacances Agathe Chedeville

Semaine 17-18-19 : Aller/retours rédactionnels et maquettes + relecture

Semaine 20 : Validation du contenu et des maquettes et du contenu éditorial + BAT

Semaine 19-20-21- 22-23-24-25 : Fabrication et impression

Début semaine 26 : Livraison

PLANNING DÉTAILLÉ

LE WEB DOC

Semaine 17, 18 : Scénario et planification des rendez-vous pour les interviews
Point client scénario, site, navigation et arborescence: mercredi 29 avril
Validation scénario présentation client : lundi 27 avril, lundi 4 mai

Semaine 19 : Tournage web doc: Interviews sonores et filmés, images drones, photographies

Semaine 20 : conception rédaction de tous les textes du site

Semaine 20, 21 : DA et graphisme

Semaine 21 et 22 : motion design

Semaine 23, 24, 25 : Montage, réalisation, postprod

Jéudi 11 juin validation intermédiaire et retours

Semaine 20, 21, 22, 23, 24 : développeur et recettage

Début semaine 26 : Livraison

Semaine 26 : développeur éventuels ajustements

PLANNING DÉTAILLÉ

LE FILM

Semaine 15 : Scénario, planning des itv, préparation des itv
Point Scénario et questions milieu semaine 17

Semaine 20 : Tournage film (3 jours)

Semaine 21 : Montage, réalisation

Semaine 23 : Livraison

