

Inochi

Scénario :

1 acteur masculin habillé en noir

1 actrice féminine habillé en vert Émeraude (manteau vert émeraude avec pantalon vert émeraude ou robe vert émeraude) sinon en noir

1. Introduction (4-5 secondes) :

- Gros plan sur le visage de la femme : Commencez par un gros plan du visage de la femme, capturant son sourire rayonnant. Ce plan introduit une atmosphère positive et engageante.

- Transition vers les pieds : Glissez doucement vers un plan de ses pieds en mouvement, mettant en valeur son élégance et son assurance.

- Division de l'écran : Introduisez un effet de glissement pour diviser l'écran. Sur l'autre moitié, montrez un gros plan du visage de l'homme, également souriant, pour créer un parallèle visuel et émotionnel.

2. Plans en Mouvement (6-8 secondes) :

- Alternance des plans : Continuez avec des plans alternés des deux personnages en marche, puis en course. L'homme en tenue noire et la femme en émeraude accentuent un contraste visuel élégant.

3. Ralentissement et Tendre la Main (3-4 secondes) :

- Ralenti : Utilisez le ralenti pour capturer le moment où ils tendent la main vers le parfum en 3D. Ce moment clé symbolise leur désir et leur connexion avec le parfum.

4. Packshot du Parfum (2-3 secondes) :

- Mise en avant du flacon : Transitionner vers un plan rapproché du flacon d'"Inochi" en 3D, éclairé d'une lumière verte pour évoquer les notes olfactives et le design du parfum.

5. Clôture (1-2 secondes) :

- Packshot et Voix-Off : Terminez avec un plan du nom du parfum et le logo de Kenzo, accompagné d'une voix-off disant : "Inochi, la nouvelle eau de parfum, by Kenzo".

Conseils Techniques Supplémentaires :

- Musique : Choisissez une musique qui complémente l'ambiance et le rythme des plans. La musique doit être en harmonie avec l'émotion transmise par les images.

- Montage : Assurez-vous que les transitions entre les plans soient fluides et maintiennent l'attention du spectateur.

- Éclairage : Pour une cohérence visuelle, faites attention à l'éclairage, surtout pour les scènes intérieures et extérieures, afin qu'elles se fondent naturellement.

En suivant ce scénario, vous pourrez créer une publicité visuellement captivante et émotionnellement engageante, qui capture l'essence du parfum "Inochi" tout en respectant vos contraintes de production.

Idées odeurs parfum

Tête : Citron et poivre noir

Coeur : Clou de girofle

Fond : cèdre

Flacon qui rappelle les notes boisées du parfum.

Couleur : mat et dégradé noir- vert de haut en bas du flacon

Contenance : 100ml

filmer en 4k

matériel :

- CAMÉRA 5 : Canon R6 50mm f/1.5
- OBJECTIF F : Objectif 24-105mm macro f/4 AF
- Stabilisateur :Ronin RS3 Pro Combo
- Trépied Manfrotto
- CAMÉRA 4 : Canon 5D Mark IV + Objectif 50mm f/1.4 AF

Note d'intention :

Notre publicité pour le parfum "INOCHI by KENZO" s'articule autour de l'idée de vie, de nature, et de jeunesse, conçue pour captiver un public mixte et jeune (16-30 ans) avec un parfum qui résonne avec leur énergie et leur désir de vivre pleinement. Le parfum se distingue par ses notes de citron et de poivre noir, un cœur de clou de girofle, et une base de cèdre, créant une essence à la fois fraîche, épicee et boisée. Le flacon de 100ml présente un dégradé de noir à vert foncé, symbolisant le passage de la vie urbaine à la nature et rappelant les notes boisées du parfum, accentué par un centre en bois et un bouchon en forme de pomme de pin pour évoquer les conifères.

Sur le plan visuel, la publicité se déroule en ville et dans des cadres naturels, mettant en scène deux acteurs élégants : une femme en vert émeraude, représentant la vie et la jeunesse, et un homme en noir, symbolisant la maturité et l'élégance. Ce choix vestimentaire reflète la palette de couleurs du flacon de parfum.

La mise en scène est divisée en deux parties, une pour chaque personnage, avec un écran scindé créant un effet de synchronisation visuelle. Les transitions se font de la ville à la forêt, puis retour en ville, se concluant au cœur situé dans Troyes où les deux parcours se rejoignent, illustrant la mixité du parfum, ainsi que le mélange des odeurs et la fusion entre urbanisme et nature d'où la couleur des vêtements. Les personnages courrent vers le parfum, tendant la main comme pour l'attraper, suivi d'un packshot.

Le choix du cœur de Troyes comme lieu de rencontre est hautement symbolique et réfléchi. Cet emblème, au-delà de sa valeur esthétique, évoque la signification du nom du parfum "Inochi", qui évoque la vie conceptuelle, notre force vitale, la durée de notre existence, et ce qui est fondamental pour notre être, ce qui peut être illustré par un cœur. "INOCHI", représentant quelque chose de crucial et inébranlable, est souvent utilisé dans la culture japonaise pour désigner des situations où nos vies sont en danger ou lorsque nous sauvons la vie de quelqu'un. Dans ce contexte, le parfum INOCHI devient une métaphore de quelque chose d'extrêmement vital et important, reflétant pourquoi les protagonistes se précipitent vers lui avec tant d'urgence et de passion, comme s'ils cherchaient à saisir l'essence même de la vie.

Pour la musique, nous avons pensé à utiliser "Feeling Good" de Michael Bublé à la fin de la pub afin de donner du sens au récit. Lors de la transition dans la nature, une autre musique que l'on a pas encore choisie s'arrête et on peut entendre des sons naturels de forêt. Ce choix met l'accent sur le passage de l'urbain à la nature. Des bruits d'oiseaux et de vent apportent un sentiment de paix et de connexion avec la nature, permettant aux spectateurs de s'immerger pleinement dans l'environnement. Lorsque les personnages commencent à courir, l'introduction progressive de "Feeling Good" en fond sonore apporte une montée en tension, culminant avec le packshot du parfum au moment où on entend les paroles "I'm feeling good", ce qui transmet un message puissant : posséder INOCHI by KENZO est synonyme de bien-être. Le choix de cette musique à ce moment précis de la publicité renforce l'idée que le parfum enrichit la vie, apporte une sensation de bien-être et célèbre la beauté de vivre pleinement.

Lors du packshot, la narration alternera entre une voix féminine et masculine pour souligner le caractère unisex du parfum. Les phrases "Inochi", "la nouvelle eau de parfum" et "by Kenzo" seront partagées entre les deux voix, créant un jeu de dialogue.