

CAMPAGNE 2025



VIDÉOS PÉDAGOGIQUES ET TESTIMONIAUX

Objectif : Expliquer les avantages du dispositif et rassurer les propriétaires à travers des témoignages concrets.

Pré-production

- Définition des messages clés et scénarisation des vidéos.
- Rédaction des scripts et storyboard.
- Sélection des intervenants (propriétaires témoins, experts) et organisation du tournage.
- Repérage des lieux de tournage et logistique.
- Préparation des autorisations de tournage et droit à l'image.

Tournage

- Captation des témoignages et images d'illustration.
- Captation des vidéos courtes pour les réseaux sociaux (story/reel).

Montage et post-production

- Sélection des rushes et montage des vidéos longues et courtes.
- Intégration de sous-titres, habillage graphique et musique.
- Validation et ajustements avant export final.

Diffusion et suivi

- Planification de la publication sur les réseaux sociaux et site web.
- Mise en ligne et première analyse des retours.

Objectif : Maximiser la visibilité du dispositif via TV et radio



CAMPAGNE TV

Objectif : Maximiser la visibilité du dispositif via TV

Pré-production

- Définition du concept et messages clés.
- Rédaction du script et validation avec la DREAL.
- Storyboard et planification du tournage.
- Formalités ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).
- Organisation du tournage (casting, lieux, matériel).

Tournage

- Captation vidéo avec une équipe de production.
- Captation des voix-off et interviews si besoin.

Montage et post-production

- Montage du spot publicitaire.
- Ajout de motion design, musique et sous-titres.
- Validation finale et livraison aux médias.

CAMPAGNE RADIO

Création du spot radio

- Rédaction du script et validation.
- Casting de la voix-off et enregistrement.
- Montage et mixage sonore.
- Validation et envoi aux radios.



CAMPAGNE RÉSEAUX SOCIAUX

Objectif : Cibler les propriétaires de +45 ans via Facebook, Instagram et LinkedIn.

Stratégie et planification

- Analyse des audiences et définition des objectifs de campagne.
- Élaboration du planning éditorial.
- Rédaction des contenus (carrousels, posts, vidéos courtes).
- Création des visuels (graphismes et animations).

Lancement et suivi des publicités

- Paramétrage des campagnes publicitaires (ciblage géographique et démographique).
- Lancement des campagnes test (A/B testing).
- Optimisation en fonction des premiers résultats.
- Suivi et ajustements des performances.

Rapport final et recommandations.

CALENDRIER PRÉVISIONNEL

Période	Actions
Mars (Semaine 1-2)	Stratégie & validation des concepts (messages, visuels, axes créatifs)
Mars (Semaine 3-4)	Pré-production vidéos pédagogiques (scénario, casting, autorisations)
Mars - Avril (Semaine 4-5)	Tournage vidéos pédagogiques & témoignages
Avril (Semaine 6-7)	Montage & validation vidéos (réseaux sociaux & formats courts)
Mars - Avril (Semaine 3-7)	Création des spots radio & TV (écriture, enregistrement, validation ARPP)
Avril (Semaine 7-8)	Préparation campagnes digitales (contenus, ciblage, paramétrages)
Début Mai (Semaine 9)	Déploiement campagnes digitales (Facebook, Instagram, LinkedIn)
Mai (Semaine 10-11)	Lancement spots radio & TV (diffusion sur stations & chaînes ciblées)
Juin (Semaine 12-13)	Bilan intermédiaire & ajustements (optimisation des campagnes)

PLAN MÉDIAS JUIN 2025

Du 02 au 08 juin

Du 09 au 15 juin

Du 16 au 22 juin

Du 23 au 30 juin



Presse



Cinéma

