

MODÈLE DE BRIEF

DE PRODUCTION
DE CONTENUS PUBLICITAIRES

MODÈLE DE PRODUCTION DE CONTENUS PUBLICITAIRES



Proposé par :

DATE VERSION

ANNONCEUR ET
MARQUE CONCERNEE

CONSEIL EN
PRODUCTION

TITRE(S) FILM(S)

AGENCE

Bureau exécution
image / tv prod
responsable du projet

DC

CR

DA

Commerciaux

BUDGET (HT)

NOMBRE ET DUREE
DU/DES FILM(S)

CUT DOWN(S)

VERSION(S)

VI VF VST AUTRE:

SOUS-TITRAGE

OUI NON

AUDIO-DESCRIPTION

OUI NON



Ce document-type partagé par l'Alliance des Producteurs de Films Publicitaires, l'Association des Agences-Conseils en Communication et l'Union des Marques, a pour objet de **faciliter et accompagner les appels d'offres à destination des sociétés de production de contenus publicitaires.**

Premier lien entre les annonceurs, les agences et les sociétés de production, il doit permettre d'assurer un même niveau d'information pour toutes les sociétés de production participantes.

Évolutif, il a vocation à être enrichi en cours de brief des informations supplémentaires partagées avec un participant et devra faire l'objet d'une nouvelle communication auprès des autres sociétés de production concernées.

MODÈLE DE BRIEF

DE PRODUCTION
DE CONTENUS PUBLICITAIRES

LE BUDGET INCLUT-IL LA POST-PROD IMAGE ?	OUI	NON	
LE BUDGET INCLUT-IL LA FABRICATION DES MASTERS ?	OUI	NON	
SI DECOUPLING POST-PRODUCTION	Avec société de post-prod agence		Avec société de post-prod externe
LE BUDGET INCLUT-IL LES VOYAGES AGENCE ?	OUI	NON	NBR PERS :
LE BUDGET INCLUT-IL LE DIRECTOR'S CUT ?	OUI	NON	
LE BUDGET INCLUT-IL LES VOYAGES CLIENTS ?	OUI	NON	NBR PERS :
LE BUDGET INCLUT-IL LA MUSIQUE, LE SOUND DESIGN, LA VOIX OFF ?	OUI	NON	Si oui, le budget inclut-il les droits musiques ? OUI NON
INFORMATIONS CONCERNANT LA MUSIQUE LE CAS ECHEANT	Composition		Musique pré-existante
LE BUDGET INCLUT-IL LES DROITS VOIX OFF ?	OUI	NON	
LE BUDGET INCLUT-IL LES DROITS COMEDIENS ?	OUI	NON	
	Si oui concernant les droits, territoire(s)		
	Si oui concernant les droits, durée d'exploitation		
LE BUDGET INCLUT-IL DU PRINT ?	OUI	NON	Montant budget :
LE BUDGET INCLUT-IL DES ASSETS DIGITAUX ?	OUI	NON	Montant budget :
LE BUDGET INCLUT-IL UN MAKING OF ?	OUI	NON	Montant budget :
LE BUDGET INCLUT-IL LE TRANSPORT PRODUIT ?	OUI	NON	Montant budget :
LE BUDGET INCLUT-IL UN PACKSHOT ?	OUI	NON	
LE BUDGET INCLUT-IL LES FRAIS ARPP ?	OUI	NON	
ASSURANCE(S) ENVISAGEE(S)			



MODÈLE DE BRIEF

DE PRODUCTION
DE CONTENUS PUBLICITAIRES

MEDIA :	TV	CINE	DIG	PLV	INTER	AUTRE
RATIO TV & DIGITAL	16x9	14x9	4x3	9x16	1x1	AUTRE
RATIO CINEMA	1.1.66	1.1.85		ANAMORPHIQUE		AUTRE
DATE NOTE INTENTIONS						
GO PROD						
DATE PPM						
DATES TOURNAGES						
DATE LIVRAISON						
DATE DIFFUSION						
S'AGIT-IL D'UNE COMPETITION D'AGENCE ?	OUI	NON				
LA CREATION EST ELLE VALIDEE PAR LE CLIENT ?	OUI	NON				
LA CREATION EST ELLE VALIDEE PAR L'ARPP ?	OUI	NON				
LA PRODUCTION DE L'AGENCE OU L'UNE DE SES FILIALES EST ELLE DANS LA COMPETITION ?	OUI	NON				
NOMBRE DE PRODUCTIONS EN COMPETITION						
NOMS DES PRODUCTIONS EN COMPETITION						
DATE LIMITE DES REPONSES ET DESTINATAIRE(S) DES REPONSES						

NB : les annonceurs qui communiquent cette information, le font à des fins de transparence et en présence d'un marché relativement étroit.



MODÈLE DE BRIEF

DE PRODUCTION
DE CONTENUS PUBLICITAIRES

PIECES JOINTES AU BRIEF

Script Story ARPP Mood Mood tape

Afin de faciliter le brief et les retours des productions, peuvent également être jointes à ce modèle de brief un descriptif des produits ou services concernés, les guidelines de production de la marque, un questionnaire pour le réalisateur, un devis-type...

DESCRIPTION DES ELEMENTS SOUHAITES PAR LE CLIENT OU L'AGENCE DANS LA NOTE D'INTENTIONS

Le modèle de brief est l'occasion de présenter les objectifs de la campagne et le cas échéant les pré-requis propres à l'annonceur et la marque pour des notes d'intention le plus en phase avec le projet.

NDA : Les éléments contenus dans ce modèle de brief sont strictement confidentiels. Ils ne doivent en aucun cas être divulgués. En outre, les éléments communiqués à l'agence ou au destinataire des réponses à ce modèle de brief par la société de production ne peuvent en aucun cas être utilisés par l'agence sans l'autorisation de la société de production.

SIGNATURES

Agence

Annonceur / son conseil en production
(ou soumis à l'annonceur par l'agence le) :

