

LA BALADE DU SAKURA



Dossier de Sponsoring et de Mécénat



SOMMAIRE

1. LA BALADE DU SAKURA

- 1.1. Présentation
- 1.2. Objectifs
- 1.3. Les points clé

2. LES STRUCTURES ET L'EQUIPE

- 2.1 G-6 team
- 2.2 CEESLI
- 2.3 L'équipe

3. PUBLICS CIBLES

4. TOURNAGE & COMMUNICATION

5. SPONSORING

- 5.1 Nos besoins
- 5.2 Vos contreparties

6. CONTACT

7. ANNEXES

- 7.1 La carte des châteaux
- 7.2 Devis et plan de financement
- 7.3 La note d'intention en japonais



1. LA BALADE DU SAKURA

1.1 Présentation

1.1.1 La thématique

Les châteaux japonais. Méconnus en Europe, ils sont un symbole fort de la culture nippone.

1.1.2 Le concept

La balade du Sakura est un projet transmédia s'articulant autour d'un média phare, le documentaire. Celui-ci sera réalisé en deux étapes. Une première à l'automne 2013, et une seconde au printemps 2014.

Première projection prévue à l'automne 2014

1.1.3 L'exposition médiatique

- **Un documentaire vidéo** avec une approche des châteaux à la fois sociétale et historique.
- **Un livre** mêlant photographies et textes pour aller plus en profondeur sur certains éléments clés du documentaire.
- **Un site web** : www.baladedusakura.com pour retrouver des vidéos, des photos et d'actualités autour de la thématique.
- Une utilisation des **réseaux sociaux** pour un large suivi du projet.

« Guetteurs immobiles, gardiens aux pieds de pierre, ils ont traversé les siècles, faisant face, vaille que vaille, aux éléments et aux hommes.

Ils connurent leur âge d'or avec les samouraïs.

Et aujourd'hui ils viennent fièrement nous rappeler qu'ils restent les gardiens de traditions culturelles et artisanales centenaires.

La balade du Sakura nous entraîne à la découverte des châteaux japonais. »



1.2 Objectifs

Découvrir

Permettre aux spectateurs occidentaux de découvrir les châteaux japonais.

Leur donner les clés historiques et culturelles pour comprendre la place des châteaux dans la société japonaise d'hier et d'aujourd'hui.

Partager

Partager avec le public des images de qualités.

Lui ouvrir la porte vers des lieux magnifiques durant les deux saisons les plus belles visuellement au Japon, le Koyo et le Sakura.

Anticiper

Etre au rendez vous de 2015 et de la réouverture du château d'Himeji classé au patrimoine mondial de l'Unesco, en ayant offert au public une première approche sur les châteaux japonais.



1.3 Les points clés

The infographic is a vertical layout with a color palette of reds, oranges, and browns. It features several images of Japanese castles and cherry blossoms. The text is arranged in a grid-like fashion, with some elements overlapping. The top section has a large title in a stylized red font. Below it, a URL and a project description are in white text on a red background. The middle section is divided into three columns: '21 châteaux' in large white text on a red background, '2 tournages' in large white text on a purple background, and 'TRANSMEDIA' in white text on a purple background. The bottom section includes 'Filmé en HD' in white text on a red background, 'Vivre en live l'expérience tournage via les réseaux sociaux' in white text on a dark red background, and social media icons. The footer includes 'Le financement' in white text on a brown background, a large white Euro symbol on an orange background, and the 'BS' logo on a red background.

LA BALADE DU SAKURA

<http://www.baladedusakura.com>

Un projet de documentaire

La découverte des châteaux Japonais, symbole fort de la culture japonaise

21 châteaux

2 tournages

Automne 2013
Printemps 2014

TRANSMEDIA

TELEVISION
WEB
LIVRE

Filmé en HD
1 caméra C100, 1 DSLR 5D Mark iii et un drone

Vivre en live l'expérience tournage via les réseaux sociaux

f t g+ i p

城 Le dossier Traduction, synopsis, scénario, site web

Le financement
fond propre
Sponsoring
Financement participatif

€

BS



2. LES STRUCTURES ET L'EQUIPE

2.1 G-6 TEAM



Depuis 2006 G-6 Team s'appuie sur son expertise technique et logistique dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel pour apporter à chaque projet une réponse spécifique et adaptée.

Un objectif, être et rester au service du film.

2.2 CeeSLI



Spécialisé dans les systèmes internet et l'acquisition d'images numériques, CeeSLI, au travers de son expérience de pilotage de projets médias, s'attache à une optimisation des workflow vidéo et des capacités de diffusion des plates formes internet.

2.3 L'EQUIPE

Grace à la complémentarité de nos visions et de nos savoir faire, nous assurerons une réalisation à 4 mains du projet.



Denis MENTZER,

“Journaliste de formation, aujourd’hui producteur réalisateur, “la balade du Sakura” me donne la possibilité de mettre, la dizaine d’années de collaboration avec des TV japonaises, au service d’un projet porteur au niveau culturel et artistique.”





Julien MENTZER,

“Ingénieur spécialisé dans les nouveaux médias, et globe trotteur passionné d’images, “la balade du Sakura” est pour moi l’occasion d’allier sur un projet d’envergure, mes compétences techniques et artistiques avec ma passion pour le Japon.”

Nous ferons par ailleurs appel à des traducteurs sur place pour assurer la traduction des entretiens que nous réaliserons.

Nous nous entourerons aussi de spécialistes en infographie et effets spéciaux pour la réalisation de certaines séquences spécifiques du documentaire.



3. PUBLICS CIBLES

Le choix du transmédia, par sa complémentarité permet de toucher un large public.

L'association du documentaire, du livre et du web au travers du site dédié et des réseaux sociaux, nous assurera une audience élargie.

Celle du grand public et de passionnés par la culture nippone, l'architecture, les voyages, l'image ...

Mais aussi celle d'un public plus averti de professionnels, qui pourront trouver via 'la balade du Sakura' un support de communication.

4. TOURNAGE & COMMUNICATION

Nous assurerons une communication permanente autour du projet.

Avant et pendant le tournage.

Sur le site www.baladedusakura.com :

- Publication régulière d'articles sur la thématique des châteaux japonais.
- Mise à disposition d'un flux média régulier pendant le tournage.
- Les coulisses du projet pour une approche, plus généraliste, de la société et de la culture japonaise.

Sur les réseaux sociaux :

- Page Facebook
- Twitter
- Google +
- Instagram
- ...



Diffusion à l'automne 2014

- Le documentaire « la balade du Sakura » - recherche de diffuseurs en cours.
- Le livre en version numérique et papier.
- Le site web pour poursuivre la découverte des châteaux grâce à la publication de photos, vidéos et articles inédits.

5. SPONSORING

5.1 Nos besoins

Contributions financières

Vous pouvez nous apporter votre soutien via une aide financière. Vous trouverez en annexe un budget détaillé du projet pour vous permettre d'évaluer la somme que vous souhaitez engager.

Contributions matérielles

Vous pouvez nous apporter votre soutien via une aide matérielle et logistique pour les transports (avions, train) et l'hébergement entre autre.

Vous pouvez aussi nous aider en nous facilitant l'obtention de tarifs réduits ou de remises.

Partenariat

Vous pouvez nous apporter votre soutien via un partenariat afin d'optimiser la visibilité du projet auprès du grand public et des professionnels.



5.2 Vos contreparties

- Le nom et le logo de votre entreprise au générique du documentaire.
- Un exemplaire du film et du livre, et de toutes publications liées au projet.
- Votre logo avec un lien vers votre site sur la page d'accueil du site baladedusakura.com.
- Une présentation de votre entreprise sur la page partenaires de notre site, avec un descriptif de l'aide apporter et un lien vers votre site internet.
- La mise à disposition d'images vidéos ou photographiques libres de droits pour votre communication.
- Une exposition médiatique de votre marque au travers des diverses publications et manifestations et diffusions liées au projet.
- La possibilité d'organiser une conférence et de projeter le film au sein de votre entreprise, une fois celui ci finalisé.

L'ensemble de ces contreparties fera l'objet de négociations, au cas par cas, fonction de vos souhaits et de la nature de votre aide. Nous vous assureront quoi qu'il arrive une visibilité sur le site internet www.baladedusakura.com, et restons bien sûr ouvert à toute proposition de votre part.



6 CONTACT

Web

www.baladedusakura.com

Mail

baladedusakura@gmail.com
denis.mentzer@g-6team.com
jmentzer@ceesli.fr

Téléphone

Denis MENTZER
33 6 09 76 06 27

Courrier

G-6 team
Balade du sakura
20 rue Anatole France
92370 Chaville
FRANCE



7 ANNEXES

7.1 La carte des châteaux



7.2 Devis et plan de financement

Etablit pour l'ensemble du projet

2 personnes – 10 semaines de tournage (automne 2013 et printemps 2014)

DEVIS	
Transport	8.228,00 €
Régie	13.270,00 €
Matériel	28.500,00 €
Post production	40.500,00 €
Salaires	90.000,00 €
Frais généraux	10.000,00 €
TOTAL	190.498,00 €

PLAN DE FINANCEMENT	
Fonds propres	100.000,00 €
Aides publiques	24.000,00 €
Coproduction et droits de diffusion	25.000,00 €
Sponsoring	34.498,00 €
Financement participatif	7.000,00 €
TOTAL	190.498,00 €

Détails du devis

TRANSPORT	Qté	PU	Total
Billets avion	4	1.000	4.000 €
JR Pass (7J)	2	212	424 €
JR Pass (21)	6	434	2.604 €
Taxi/Bus/Métro	60	20/jour	1.200 €
TOTAL			8.228 €

REGIE	Qté	PU	Total
Hôtel	70	70/jour/pers	9.800 €
Repas	70	20/jour/pers	2.800 €
Faux frais	70	3/jour/pers	420 €
Accès web	1	250	250 €
TOTAL			13.270 €

MATERIEL	Qté	PU	Total
Caméra	10	1.600/Sem	16.000 €
Son	10	200/Sem	2.000 €
Drone	5	1.500/Jour	7.500 €
Stockage (DD)	8	300	2.400 €
Fournitures	60	10/jour	600 €
TOTAL			28.500 €

POST PRODUCTION	Qté	PU	Total
Montage	4	2.500/sem	10.000 €
Etalonnage	5	3.000/jour	15.000 €
Mixage	3	2.500/jour	7.500 €
Effets spéciaux	Forfait	8.000	8.000 €
TOTAL			40.500 €

FRAIS GENERAUX	Qté	PU	Total
Assurance	1	1.500	1.500 €
Droits divers	1	5.000	5.000 €
Traductions	1	3.000	3.000 €
Frais de dossier	1	500	500 €
TOTAL			10.000 €



7.3 La note d'intention en japonais

意向の文書

元から私たちは日本に実際の関心であった。その関心は、一方にたくさん訪日で、もう一方に15年以上日本放送の班との協力で具体化された。それから約束と寛解と旅行であった。日本列島を第一歩を歩いたら、あそこで文化と社会を見つけて、特に案内方法であった。

日本の城を見つける！

変な確認から生まれた選択であった。日本に意外その城の存在を知る人はほとんどいない。ところが姫路城は、日本の「ヴェルサイユ」と形容して、例外である。姫路城の再開は5年以上新しくした後で2015年の春に前もって国際の出来事として知らせられた。

だから15日間の間に日本を行き交って、所から所へ行ったり建築の素晴らしいものと歴史を積んでいる場所を見い出したりした。険しい道を歩いたし、階段を上ったし、ありそうもない日本語と英語の混合で話そうとしたし、現れた景色に向かい合って夢見ていた。記憶とメモリーは、心象とイメージを満たせば満たすほど抑えがたい分配の欲求が大きくなった。

まだ知らなかったが、「桜の散歩」というプロジェクトは生まれたばかりであった。

それは1年間以上であった。その1年間間にプロジェクトが大きくならせられて、成熟させられた。

それでは日本の城は「Terra incognita」である！

あいにくそれは本当である！日本の文化と歴史はまるで一つの面が忘れていたようであった！しかしながらフランスの社会は特に日本好きな社会だといわれている。本当に必要であれば全然否定しなかった展覧会の成功は、例えばブランリー波止場の美術館で行った「侍」という展覧会かピナコテックで開いた「歌川広重」という展覧会か証明していた。そのいうことを信じるなら私たちは染めた鎧兜とピカピカ刀にその高慢な武者が頭の上に屋根があったのを忘れさせられた。

だからその過去と現在の屋根を見つけさせてほしいのである。

これをはっきり言おう:教育的な見地からしようこともなくうんざりさせるような説明しようこともない。結局散歩に招待しよう。

その散歩のうちにオフ声は想像上の侍に添えられることにした。その侍は教養の人である、武術に精通している、文芸もまた同じである。その侍の声は対位法か補足として逸話を語るし、建築の詳細を説明するし、それとも道だけ教える。現在を明らかにするための過去の声である。

実際は、ただ一つの観光の面の向こうに、その歴史の場所が長年に撥ね付けたかほったらかしにした後で文化的で職人的な伝統の保護者になっているのを見せる私たちの意向である。



その例の資格で備中松山城の話は一番いいである。特にその城は大多数の日本の城の建て替えの中にあった意志と集団の労作と誇りが証明である。1870年代にほったらかしにして、最初の20世紀に遺跡だけ残っている。しかし1930年代から高梁市の市民の強さのおかげでその町を見下ろす城は新しくすることが出来ている。そういう訳で今日最も高く「本来」の日本の城である。なぜならば元の技術と材料を使って全部の作業がやられたからだ。

同じ数の技量は姫路城の巨大な改修の建築現場で使われている。

今日軍隊は無くなっている。今後は客の艦隊が要塞に攻撃を開始する。

彼らは竹の手すりにしっかり捕まって、天守の階の間にほとんど垂直の階段を上がる。侍の生活を記念するフェスティバルに感嘆して、それとも長い努力後で鎧兜をつけるのを実感する。

彼らの居ることで古い大建築物の壁は震えて、床も軋む。その居ることもかなり多数の客のために源か根元を見つける欲望か必要の徴候である。

日本の城は、日本について凡庸の向こうに、伝統とモダンさの間の社会で、侍と武士道の8世紀以上の影響を語る。武士道は少しずつ日本文明の基盤になって、社会的で文化的な生活に深い痕跡を残している。私たちはこのプロジェクトとこの城から城への散歩の陰でいかにその過去の噂が今日も反響を読んでいるのを見せよう。

武士道について言及したのでそのことを利用して、プロジェクトの題名の選択を振り返ろう。あなたたちの中から何人か「桜」という言葉の利用には驚くであろう。桜の花が咲いた有名な季節に参照している。それでもその時期は武士と一緒に親密に結んでいる。桜の花は枯れないが、風とともに去るというのは私たちもどんな瞬間でも亡くなる注意ことだ。

侍の象徴の花で、旅の道連れである。とうとう像と音について説明をしよう。また本当に散歩の観念を強調しようとする。それは、勝手に景色か細部に観客の視線を向けさせるために交代で方から撮ったパンと固定されているパンだけではなく像を作りながら本当の感想をいつも保って、静かな散歩のリズムも可決する。それに軽いドローンを使う予定である。なぜならば今日建築の像を作る方法について一番の中にいいからだ。

音の方は同じことである。音楽は個性的な作曲で、ドキュメンタリ之声の側に一番大切な位置を占める。その音楽はどちらかというと像を添えるだけというよりは自然の雰囲気や強めたり言葉を強調したり像を理想化したりする。

日本の城は「Terra incognita」である！

私たちと一緒に「桜の散歩」の道を歩き回った後で全くそんなことを言えないのは確かである。





La balade du Sakura
www.baladedusakura.com - baladedusakura@gmail.com - 06 09 76 06 27