



PROPOSITION POUR PEMBERTON OUTDOOR GEAR

PROPOSITION — CAMPAGNE DE LANCEMENT D'AUTOMNE

Une campagne nationale d'affichage et de presse imprimée
bâtie autour de dix accroches calligraphiées pour la
collection d'automne de Pemberton Outdoor Gear.

PROPOSITION POUR PEMBERTON OUTDOOR GEAR 202



SOMMAIRE

01	EN BREF	3
02	LA MISSION EN CHIFFRES	4
03	L'OPPORTUNITÉ	5
04	RÉSUMÉ EXÉCUTIF	5
05	L'EXPÉRIENCE ACTUELLE	5
06	DÉFI ET APPROCHE	6
07	PREUVES À L'APPUI	7
08	STATUT ET COUVERTURES	7
09	ILS EN PARLENT	8
10	PÉRIMÈTRE DE LA MISSION	9
11	CE QUI EST INCLUS	9
12	LIVRABLES	10
13	RÉALISATIONS SÉLECTIONNÉES	11
14	CALENDRIER	12
15	INVESTISSEMENT ET CONDITIONS	13
16	DÉTAIL DES HONORAIRES	13
17	RÉCAPITULATIF DES COÛTS	14
18	OPTIONS DE MISSION	14
19	COMPARATIF DES OPTIONS	14
20	ÉCHÉANCIER DE PAIEMENT	15
21	HYPOTHÈSES SUR LESQUELLES REPOSE CETTE ESTIMATION	16
22	ACCEPTATION	17

EN BREF

PROPOSITION

POUR APPROBATION

PRO-2026-0219

PRÉPARÉ POUR

Pemberton Outdoor
Gear — Dana
Whitfield, VP
Marketing de
marque

PRÉPARÉ PAR

Loudmouth & Vine,
Chicago

ÉMIS LE

23 février 2026

VALABLE JUSQU'AU

27 mars 2026

MISSION

Création publicitaire
et rédaction de
campagne

EN BREF

LA MISSION EN CINQ CHIFFRES

— MISSION

Création publicitaire et rédaction de campagne

Une campagne nationale d'affichage et de presse imprimée bâtie autour de dix accroches calligraphiées pour la collection d'automne de Pemberton Outdoor Gear.

— DURÉE

12 mois

Du lancement à la livraison finale

— INVESTISSEMENT

\$96,000

\$96,000, plus taxe de vente (illinois — services créatifs exonérés)

— DÉBUT

9 mars 2026

Sous réserve d'acceptation avant le 27 mars 2026

— PRÉPARÉ POUR

Pemberton Outdoor Gear

Dana Whitfield, Vice-président du marketing de marque

01

L'OPPORTUNITÉ

La collection d'automne de Pemberton Outdoor Gear avait besoin d'une campagne assez percutante pour se démarquer dans une catégorie qui sonne toujours pareil — lignes de crête, couchers de soleil, matins tranquilles. Voici le plan pour écrire et produire dix accroches qui ont réellement du mordant, déployées sur soixante panneaux d'affichage et une campagne presse nationale.

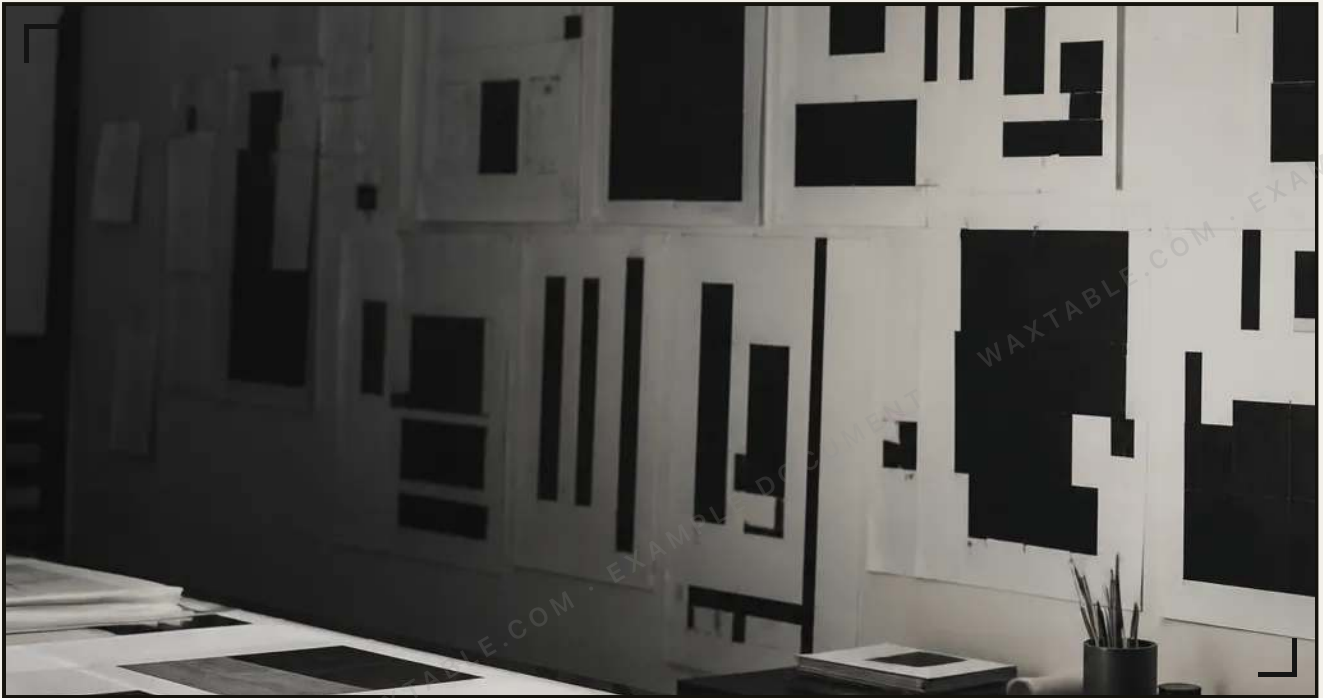
— SECTION

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Pemberton Outdoor Gear a passé trois saisons à diffuser la même publicité outdoor tout en douceur et en retenue que tous les autres fabricants de vêtements de sa catégorie — et les données de suivi le confirment : la notoriété spontanée de la marque stagne depuis dix-huit mois. La collection d'automne est le plus grand lancement produit de l'année, et l'équipe marketing veut une campagne dont on parle réellement, pas seulement une campagne que l'on voit.

Loudmouth & Vine propose un engagement de douze semaines pour rédiger, concevoir et produire une campagne nationale d'affichage et de presse imprimée : dix accroches calligraphiées bâties autour des équipements les plus robustes de Pemberton, diffusées sur soixante emplacements d'affichage et un achat presse de six titres. Les sections suivantes présentent l'approche, le périmètre, le calendrier et l'investissement.

— FIG. — PLATE



LE DÉFI

La publicité outdoor de Pemberton a l'allure et le ton de celle de ses concurrents depuis trois saisons consécutives — mêmes photos de coucher de soleil, même texte tout en douceur, même résultat oubliable. La notoriété spontanée de la marque stagne depuis un an et demi malgré des investissements médias constants.

La collection d'automne porte le plus grand lancement produit de l'année, et l'équipe marketing a besoin d'une campagne suffisamment marquante pour réellement faire progresser la notoriété, et non simplement occuper un espace d'affichage qui pourrait appartenir à n'importe quelle marque de la catégorie.

NOTRE APPROCHE

Nous écrivons d'abord les accroches et choisissons la photographie ensuite — chaque phrase de cette campagne est conçue pour fonctionner en pure typographie, assez dominante pour se lire depuis une voiture en mouvement, avant même qu'une image ne lui soit associée. C'est ce qui fait qu'un panneau d'affichage suscite la conversation au lieu d'être simplement parcouru du regard.

Dix accroches sont rédigées, testées auprès d'un panel d'acheteurs cibles de Pemberton, et les cinq plus fortes passent en production complète pour l'affichage et la presse, de sorte que la campagne diffusée soit celle qui a réellement marqué les esprits.

01

38

CAMPAGNES NATIONALES À GROS TITRES LANCÉES

02

22%

HAUSSE MOYENNE DE LA MÉMORISATION, CAMPAGNES TESTÉES

03

12 sem.

DU BRIEF À LA LIVRAISON PRÊTE POUR LA PRESSE

CREDENTIALS

STATUT

IMMATRICULATIONS, COUVERTURES ET GARANTIES

HABILITATION	ORGANISME ÉMETTEUR	RÉFÉRENCE	PÉRIMÈTRE	STATUT
Entité enregistrée	Registre des sociétés, États-Unis	Loudmouth & Vine LLC	Nom commercial et identité juridique	Actif
Immatriculation fiscale	Administration fiscale, États-Unis	EIN 47-2910384	Toutes les prestations facturées	Actif
Assurance responsabilité civile professionnelle	Assureur commercial	Disponible sur demande	Création publicitaire et rédaction de campagne	Renouvelé chaque an

Assurance responsabilité civile générale	Assureur commercial	Disponible sur demande	Travaux sur site et dans les locaux du client	Renouvelé chaque année
Adhésion à un organisme professionnel	Association professionnelle, États-Unis	Disponible sur demande	Code de déontologie et procédure de réclamation	En règle

Les certificats et les tableaux de garanties sont fournis sur demande et sont réémis à Pemberton Outdoor Gear sur demande à tout moment pendant la mission.

Loudmouth a écrit la seule accroche extérieure que nos clients nous ont réellement citée. Cela ne s'était jamais produit avec une agence auparavant.

— THEO MARSH

02

PÉRIMÈTRE DE LA MISSION

Une mission de douze semaines pour rédiger et produire la campagne nationale d'affichage et de presse écrite pour la nouvelle collection automnale de Pemberton Outdoor Gear.

01

PLATEFORME CRÉATIVE

La stratégie de titre principale et la plateforme de ton de voix sur lesquelles toute la campagne est construite.

02

RÉDACTION DES ACCROCHES

Dix titres calligraphiés à la main, écrits pour être lus depuis une voiture en mouvement.

03

TESTS AUPRÈS DES ACHETEURS

Tests de mémorisation et de résonance des dix titres auprès du panel d'acheteurs cibles de Pemberton.

04

CONCEPTION DES AFFICHES

Mises en page des cinq titres retenus pour la production, dimensionnées pour tous les formats de panneaux d'affichage standard.

05

CONCEPTION PRESSE

Mises en page pour l'achat presse national de six titres.

06

PRODUCTION ET LIVRAISON

Fichiers prêts pour la presse livrés à chaque fournisseur média avant le lancement d'automne.

LIVRABLES

01

STRATÉGIE

PLATEFORME CRÉATIVE DE CAMPAGNE

La stratégie d'accroche centrale et la plateforme de ton de voix pour la campagne de la collection automnale.

02

COPIE

DIX CONCEPTS DE TITRES

Dix accroches calligraphiées à la main, rédigées et testées auprès des acheteurs cibles de Pemberton.

03

TESTS

RÉSULTATS DES TESTS AUPRÈS DU PANEL D'ACHETEURS

Tests de mémorisation et de résonance des dix titres auprès d'un panel d'acheteurs cibles.

04

DESIGN

JEU DE MISES EN PAGE POUR PANNEAUX D'AFFICHAGE

Maquettes finales des cinq titres retenus pour la production, aux formats standards de panneaux d'affichage.

05

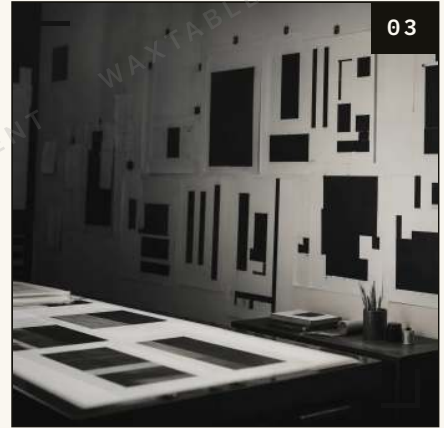
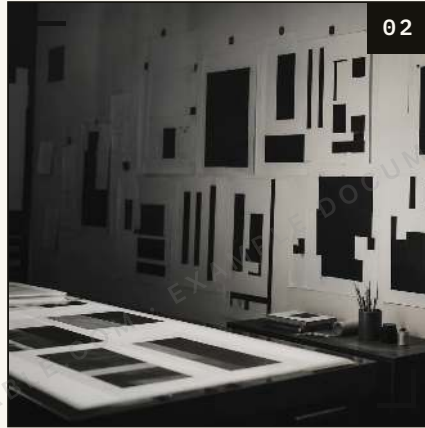
DESIGN

JEU DE MISES EN PAGE POUR LA PRESSE

Maquettes finales pour l'achat d'espace dans six titres de magazines.



- Achat média et réservation des espaces
- Photographie et stylisme produit
- Déclinaisons publicitaires sociales et numériques
- Gestion continue de la campagne après le lancement



01

— PHASE

SEMAINES 1 À 2 · PLATEFORME CRÉATIVE

Stratégie d'accroche principale et plateforme de ton développées et approuvées.

02

— PHASE

SEMAINES 3 À 5 · RÉDACTION DES ACCROCHES

Dix concepts d'accroches rédigés et affinés selon la plateforme.

03

— PHASE

SEMAINES 6 À 7 · TESTS AUPRÈS DES ACHETEURS

Les tests de notoriété et de résonance ramènent dix accroches aux cinq plus fortes.

04

— PHASE

SEMAINES 8 À 10 · CONCEPTION ET MISE EN PAGE

Maquettes d'affichage et de presse produites pour les cinq accroches retenues.

03

INVESTISSEMENT ET CONDITIONS

La photographie finale des produits de la ligne automne est livrée à la date convenue, un interlocuteur unique est habilité à approuver les titres à chaque cycle, et la campagne ne dépasse pas soixante emplacements d'affichage et un achat presse de six titres. Toute modification de ces éléments affecte le calendrier et le coût, ce qui serait convenu par écrit avant de poursuivre. Le tarif reste valable pour toute mission débutant au plus tard le 27 mars 2026.

LEDGER

FLUX DE TRAVAIL	SEMAINES	TAUX	MONTANT
Plateforme créative Stratégie d'accroche principale et plateforme de ton	2	\$5,400 / wk	\$10,800
Rédaction des accroches Dix concepts d'accroches, rédigés et affinés	3	\$6,200 / wk	\$18,600
Tests auprès des acheteurs Tests de notoriété et de résonance auprès du panel d'acheteurs cibles	2	\$5,800 / wk	\$11,600
Conception des affiches Maquettes pour les cinq accroches retenues pour production, tous formats standards	2	\$6,600 / wk	\$13,200
Conception presse Maquettes pour l'achat presse national de six titres	1	\$10,800 / wk	\$10,800
Production et livraison Fichiers prêts pour la presse livrés à tous les prestataires média	2	\$15,500 / wk	\$31,000

Total de la mission	\$96,000
Honoraires de mission	\$96,000
Taxe de vente (Illinois — services créatifs exonérés)	\$0
Total	\$96,000
= TOTAL DÛ	\$96,000

TOUS LES MONTANTS SONT EN USD. FACTURATION EN TROIS ÉCHÉANCES : 40 % À LA SIGNATURE, 30 % AU DÉMARRAGE DE LA PRODUCTION, 30 % À LA LIVRAISON. LE TARIF RESTE VALABLE POUR TOUTE MISSION DÉBUTANT AU PLUS TARD LE 27 MARS 2026.

TIER CAMPAGNE \$96,000 Engagement complet de douze semaines Dix titres, testés et produits Fichiers de production pour affichage et presse Bilan de performance post-lancement	TIER CAMPAGNE + AMPLIFICATION \$4,200/mo Tout ce qui est inclus dans Campagne Actualisation mensuelle des titres pour les nouveaux lancements Pack de variantes de titres pour les réseaux sociaux SLA de traitement prioritaire	TIER PARTENAIRE CRÉATIF \$9,800/mo Tout ce qui est inclus dans Amplification Audit trimestriel de la voix de marque Développement continu de titres Temps de rédaction et de conception dédié
COMPARE OPTIONS		

QUELLE FORMULE VOUS CONVIENT

	CAMPAGNE	CAMPAGNE + AMPLIFICATION	PARTENAIRE CRÉATIF
Prix	\$96,000	\$4,200/mo	\$9,800/mo
Périmètre principal	Engagement complet de douze semaines	Tout ce qui est inclus dans Campagne	Tout ce qui est inclus dans Amplification
Ce qui est inclus	Dix titres, testés et produits	Actualisation mensuelle des titres pour les nouveaux lancements	Audit trimestriel de la voix de marque
Livraison	Fichiers de production pour affichage et presse	Pack de variantes de titres pour les réseaux sociaux	Développement continu de titres
Suivi après livraison	Bilan de performance post-lancement	SLA de traitement prioritaire	Temps de rédaction et de conception dédié

Les prix sont en USD et excluent la taxe sur les ventes (illinois — services créatifs exonérés). Les options peuvent être combinées ou échelonnées ; la recommandation pour Pemberton Outdoor Gear est mise en avant dans la section tarifaire.

SCHEDULE

ÉCHÉANCIER DE PAIEMENT

ÉCHÉANCE DE CHAQUE VERSEMENT

N°	JALON	DÉCLENCHEUR	PART	MONTANT
01	Semaines 1 à 2 · Plateforme créative	9 mars 2026	40%	\$38,400
02	Semaines 3 à 5 · Rédaction des accroches	Au démarrage de la livraison	30%	\$28,800
03	Semaines 6 à 7 · Tests auprès des acheteurs	À l'acceptation du jalon	30%	\$28,800
Total (HT)			100%	\$96,000

Les échéances sont facturées au fur et à mesure des jalons ci-dessus et sont payables dans les 30 jours suivant chaque facture. Tous les montants sont exprimés en USD et s'entendent hors taxe de vente (illinois — services créatifs exonérés).

— NOTE

HYPOTHÈSES SUR LESQUELLES REPOSE CETTE ESTIMATION

Les photographies produites finales de la collection d'automne sont livrées à la date convenue, un interlocuteur est habilité à approuver les accroches à chaque étape, et la campagne ne dépasse pas soixante emplacements d'affichage et un achat presse de six titres. Toute modification de ces éléments a une incidence sur le calendrier et le coût, ce dont nous conviendrions par écrit avant de poursuivre. Le tarif reste valable pour tout engagement débutant au plus tard le 27 mars 2026.

La contresignature ci-dessous vaut acceptation du périmètre, du calendrier et de l'investissement définis dans cette proposition et autorise le démarrage des travaux.

POUR PEMBERTON OUTDOOR GEAR

POUR LOUDMOUTH & VINE

DANA WHITFIELD

VICE-PRÉSIDENTE, MARKETING
DE MARQUE

DATE

LOUDMOUTH & VINE

SIGNATAIRE AUTORISÉ

DATE

— PROCHAINES ÉTAPES

PRÊTS QUAND VOUS LE SEREZ



L'acceptation de cette proposition déclenche le début des travaux le 9 mars 2026. Le tarif reste valable pour les missions confirmées avant le 27 mars 2026.

Approuvez cette proposition et nous pourrons réserver un début de rédaction pour la semaine du 9 mars. Répondez à ce document ou écrivez à pitch@loudmouthvine.com.

Loudmouth & Vine

pitch@loudmouthvine.com • +1 312 555 0155 •
loudmouthvine.com • Chicago, IL 60607