



LOUDMOUTH & VINE — CRÉATION PUBLICITAIRE ET RE

CAHIER DES CHARGES

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

SOMMAIRE

01	CONTRÔLE DOCUMENTAIRE	2
02	INTRODUCTION ET PÉRIMÈTRE	3
03	OBJET ET PUBLIC VISÉ	3
04	EXIGENCES FONCTIONNELLES	3
05	EXIGENCES NON FONCTIONNELLES	5
06	MODULES DU PRODUIT	6
07	SPÉCIFICATION DES COMPOSANTS	6
08	HYPOTHÈSES, CONTRAINTES ET DÉPENDANCES	8
09	PHASES DE MISE EN PRODUCTION	8

EN BREF

CONTRÔLE DOCUMENTAIRE

— SPÉCIFICATION

REQ-2026-0219

Émis le 23 février 2026

— PRÉPARÉ PAR

Loudmouth & Vine

Chicago, IL 60607

— PROPRIÉTAIRE

Dana Whitfield

VP Marketing de marque,
Pemberton Outdoor Gear

— STATUT

Pour révision

Version de référence figée à
l'approbation

— EXIGENCES

8

Fonctionnelles et non
fonctionnelles

01

INTRODUCTION ET PÉRIMÈTRE

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

OBJET ET PUBLIC VISÉ

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.

EXIGENCES FONCTIONNELLES

ID	EXIGENCE	PRIORITÉ
----	----------	----------

R-01	Les titres doivent rester lisibles en pure typographie à 500 pieds et à vitesse autoroutière	OBLIGATOIRE
R-02	Les dix concepts de titres testés auprès d'un panel d'acheteurs cibles de Pemberton avant production	OBLIGATOIRE
R-03	Les cinq titres finaux approuvés par écrit avant le début de la production de la mise en page	OBLIGATOIRE
R-04	Mises en page de panneaux publicitaires livrées dans tous les formats standard 14×48 et 10×36	OBLIGATOIRE
R-05	Mises en page imprimées dimensionnées pour les six emplacements de titre confirmés	OBLIGATOIRE
R-06	Ton de la campagne aligné sur la charte de marque existante de Pemberton	SOUHAITABLE
R-07	Fichiers prêts pour impression livrés au moins deux semaines avant l'échéance de chaque prestataire	SOUHAITABLE
R-08	Bilan de notoriété post-lancement livré dans les quatre semaines suivant le lancement de la campagne	SOUHAITABLE

TABLE

ID	PRIORITÉ	EXIGENCE
R-01	Obligatoire	Les titres doivent rester lisibles en pure typographie à 500 pieds et à vitesse autoroutière
R-02	Obligatoire	Les dix concepts de titres testés auprès d'un panel d'acheteurs cibles de Pemberton avant production
R-03	Obligatoire	Les cinq titres finaux approuvés par écrit avant le début de la production de la mise en page
R-04	Obligatoire	Mises en page de panneaux publicitaires livrées dans tous les formats standard 14×48 et 10×36
R-05	Obligatoire	Mises en page imprimées dimensionnées pour les six emplacements de titre confirmés

01

PLATFORME 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.

— SPEC —

SPÉCIFICATION

**SPÉCIFICATION
DES COMPOSANTS**

RÉF.	ÉLÉMENT	SPÉCIFICATION	UNITÉS	DÉLAI	PRIX UNITAIRE
SPC-01	Plateforme créative	Stratégie d'accroche principale et plateforme de ton	2	2 sem.	\$5,400 / wk
SPC-02	Rédaction des accroches	Dix concepts d'accroches, rédigés et affinés	3	3 sem.	\$6,200 / wk

SPC-03	Tests auprès des acheteurs	Tests de notoriété et de résonance auprès du panel d'acheteurs cibles	2	2 sem.	\$5,800 / wk
SPC-04	Conception des affiches	Maquettes pour les cinq accroches retenues pour production, tous formats standards	2	2 sem.	\$6,600 / wk
SPC-05	Conception presse	Maquettes pour l'achat presse national de six titres	1	1 sem.	\$10,800 / wk
SPC-06	Production et livraison	Fichiers prêts pour la presse livrés à tous les prestataires média	2	2 sem.	\$15,500 / wk

Les spécifications sont fixées à l'acceptation ; tout changement est traité selon la procédure de contrôle des modifications définie dans le présent document.

01

UNE CONCEPTION CENTRÉE SUR LA TYPOGRAPHIE

Chaque titre est construit pour fonctionner en typographie pure avant qu'une seule image ne lui soit associée.

02

DES ACCROCHES TESTÉES AUPRÈS DES ACHETEURS

Dix concepts, testés auprès d'un véritable panel d'acheteurs, ramenés aux cinq qui fonctionnent réellement.

03

PRODUCTION PRÊTE POUR LES FOURNISSEURS

Fichiers prêts pour la presse livrés dans tous les formats requis par les prestataires d'affichage et d'impression de Pemberton.

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.

— SIGN OFF

LOUDMOUTH & VINE

1147 W Fulton Market, Chicago, IL 60607, États-Unis

pitch@loudmouthvine.com · +1 312 555 0155 · loudmouthvine.com

Loudmouth & Vine LLC · EIN 47-2910384