

ON STAGE
CP 1874
CH-2001 Neuchâtel
+41 32.724.74.74
+41 76.373.73.74

CONTACT
Vincent Villard
+33 6.63.12.74.74

CRAFT COMMUNICATION
341, Rue Saint-Martin
75003 Paris
+33 6.15.01.66.47
www.craft-communication.com

présentent

I SWEAR

Dossier de production

TABLE DES MATIÈRES

1. "I SWEAR", PROJET DE FILMS POUR LA PROMOTION DE L'ÉCOLOGIE ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE.....	3
1.1. Pitch du projet.....	3
1.2. Résumé du projet	3
1.3. Structure de production / Soutien obtenu.....	4
1.4. Note d'intention de l'artiste Vincent V.....	4
2. DESCRIPTION DÉTAILLÉE DU FILM MUSICAL (VIDEOCLIP) "I SWEAR"..	7
2.1. Pitch de la chanson "I SWEAR".....	7
2.2. Synopsis	7
2.3. Paroles de la chanson (version originale / traduction française).....	8
2.4. Scénario.....	9
2.5. Note d'intention du scénariste Vincent V.....	9
2.6. Note d'intention du réalisateur Steve Duchesne	10
2.7. Perspectives d'exploitation et de diffusion.....	12
2.8. Liste artistique	12
2.9. Lieux de tournage.....	13
3. DESCRIPTION DÉTAILLÉE DU FILM DOCUMENTAIRE	14
3.1. Pitch.....	14
3.2. Synopsis	14
3.3. Structure de narration.....	15
3.4. Résumé.....	15
3.5. Bonus - L'Amour est une énergie renouvelable !!.....	17
3.6. Structure du film.....	17
3.7. Perspectives d'exploitation et de diffusion.....	18
3.8. Les premières minutes du film.....	18
3.9. Note d'intentions du réalisateur Peter Greenwood.....	19
3.10. Lieu de tournage prévus	20
4. TECHNIQUE ET CV'S ÉQUIPE.....	21
4.1. Liste technique	21
4.2. Bio / CV de l'artiste Vincent V.....	22
4.3. Film Musical – CV / Filmographie du réalisateur Steve Duchesne	24
4.4. Film Musical - Filmographie du chef opérateur Philippe Piffeteau.....	28
4.5. Film Documentaire - Bio / Filmographie du réalisateur Peter Greenwood ..	29
5. CALENDRIER MISE EN ŒUVRE	30
6. ANNEXES.....	31

1. **"I SWEAR", PROJET DE FILMS POUR LA PROMOTION DE L'ÉCOLOGIE ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE**

1.1. **Pitch du projet**

Né après l'écriture de la chanson "I Swear", ce projet reflète le prolongement du sentiment écologique qui habite en permanence l'artiste Auteur-Compositeur Vincent V.

C'est un projet qui se décline selon deux axes :

- **Un Film musical (vidéoclip) – Chapitre 2.**
- **Un Film documentaire – Chapitre 3.**

A ces deux axes s'ajoute un site internet, qui sert de passerelle (buzz, présentation, complément d'infos, actus, ...)

1.2. **Résumé du projet**

Sans pour autant se mettre en marge des circuits traditionnels, Vincent V a la volonté, au travers de son parcours artistique, de bousculer les habitudes, les codes et les formats.

Après un cd autoproduit en 2006, dans lequel il innovait au travers d'une pochette "sérigraphie sur carton recyclé", un livret ".pdf", et une cohabitation de sessions live, studios et multimédias, Vincent V souhaite aujourd'hui réaliser un projet atypique de par sa forme, mais totalement évident de par son but, véhiculer un message universel et vital.

Un film musical car Vincent V est musicien.
Un documentaire car il reste citoyen.

C'est l'évidence qui s'est imposée à lui lorsqu'il a choisi de mettre en image sa chanson "I swear".

Un vidéoclip qu'il nomme "film musical", basé sur un scénario éblouissant, car il fait le constat sévère d'une industrie du disque et d'artistes qui ont recalé le vidéoclip au rang de simple "booster" des ventes, plutôt que de l'ériger en complément artistique fort d'un morceau de musique.

Un documentaire pour que l'émotionnel soit encadré par la raison. Et parce qu'il n'aime pas faire les choses à moitié.

Pour se faire, il décide de s'encadrer d'une équipe talentueuse :

- un jeune réalisateur prometteur, Steve Duchesne (pour le Film Musical), Lauréat du Plongeur d'Or au Festival Mondial de l'Image Sous-Marine.
- un chef opérateur au professionnalisme reconnu, Philippe Piffeteau, (Brice de Nice, ...), membre AFC en France (pour le Film Musical)
- un réalisateur très expérimenté, Peter Greenwood, freelance TSR (Télévision Suisse Romande) depuis plus de 20 ans (pour le Film Documentaire)
- une ancienne cheffe maquilleuse des Studios Harcourt, Renata Villard, pour le maquillage et les effets spéciaux.
- une créatrice/styliste de mode émergente, Sylvia Gabrielle Marton (Bucaneve).
- le service de l'énergie du Canton de Neuchâtel (Suisse) pour ses compétences scientifiques.

Par ailleurs, il fait appel à des acteurs connus, pas tant pour se payer une célébrité que par cohérence vis à vis du projet.

- Esther Mamarbachi, Présentatrice du JT de la Télévision Suisse Romande, nous a confirmé sa participation.
- Kristin Scott Thomas, Mélanie Laurent, Juliette Binoche, Eric Cantona et Laurent Delahousse (Présentateur du JT de France 2) sont sur le point de donner leur réponse.

- Sir Trevor Mc Donald, présentateur du JT sur iTNews, Angleterre, sera entre autres prochainement sollicité.

1.3. **Structure de production / Soutien obtenu**

Ecriture et développement du projet: Vincent Villard pour On-Stage.

Réalisation du Projet : Co-production On Stage (CH) et Craft Communication (F).

Environ 80% Suisse et 20% France.

En annexe: Lettre d'entente signée le 3 mars 2009.

Autres Coproducteurs recherchés.

On Stage :

Association basée à Neuchâtel, Suisse; Conforme aux articles,60 et ss du Code Civil Suisse.

On Stage est une association (statuts en annexe) qui a pour but d'organiser et de promouvoir les concerts et autres activités d'artistes musiciens neuchâtelois.

Vincent V est l'un de ses fondateurs.

Craft Communication :

Agence de Communication basée à Paris, France.

Elle concentre ses activités dans l'audiovisuel et principalement la production des films de Steve Duchesne.

Steve Duchesne est l'un de ses fondateurs.

Responsable de la Pré-Production pour On Stage et Craft Communication:

Vincent Villard +33 6.63.12.74.74 contact@vincentv.net

A ce jour, le projet a reçu le soutien des organismes suivants:

- Ville de Neuchâtel, Suisse
- Canton de Neuchâtel, Suisse
- Service de l'Energie du Canton de Neuchâtel, Suisse
- Tourisme Neuchâtelois, Suisse
- Loterie Romande, Suisse

1.4. **Note d'intention de l'artiste Vincent V**

1986; Neuchâtel, Suisse.

Ce matin-là, l'arbre devant la fenêtre de ma chambre avait disparu. "C'est pour faire de la place et parce que tes parents sont d'accord", m'explique-t-on. Je réalise soudain le manque de vision à long terme de ce genre d'actions: on plante trois petits arbres parce qu'il faut boucher les trous, et lorsqu'ils grandissent, il suffit d'en sacrifier ! Plus tard, j'aurai l'occasion de souligner l'ambivalence de ce symbole: la culture du bois, si elle est bien gérée, peut être une véritable contribution à l'environnement. Les certitudes ne sont pas inébranlables, mais il faut contribuer à leur changement. Le choc de cet arbre, un matin d'adolescence, occasionnera le premier couplet d'une chanson d'adulte: "I swear".

Fin des années 1980.

En plein moratoire sur l'énergie atomique, le Professeur Graetzel de l'EPFL (Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne, Suisse) dénonce, dans un article de "L'Hebdo", le fait qu'il paye de sa poche ses assistants dans le cadre de ses recherches sur une sorte de photosynthèse électrique; un liquide qui, excité par la lumière, envoie des ions positifs et négatifs sur une anode et une cathode. Produisant de l'électricité le jour, le processus se repositionne dans son état initial durant la nuit.

Projet peut-être révolutionnaire que la Suisse ne soutiendra pas, malgré la votation populaire qui préconise la promotion des recherches sur les énergies renouvelables.

Début des années 1990.

Le téléphone portable fait son entrée sur le marché; Il est volumineux car sa batterie est énorme, et son autonomie de quelques heures. En dix ans, l'objet devient miniature, son autonomie passe à quelques jours. Je repense à Graetzel, à ce potentiel inexploité. A l'impact concret sur la recherche que représentent les perspectives de marché d'un produit.

1992.

Durant mes études musicales à Los Angeles, je passe un week-end à Las Vegas. Au milieu du désert, une centrale nucléaire est érigée, juste pour alimenter la ville et surtout ses casinos; lumières multicolores et flashy, climatisations à outrance. Confort inutile, symbole des dérives de notre société. Ce sera le "pont" de "I swear".

1993;

Premiers contacts avec l'écologie de "société"; Au Montreux Jazz Festival, je suis responsable de l'ensemble des bars. La récolte des bouteilles en "PET" est organisée, celle des capsules "Nespresso" également. Je réalise que petit geste signifie très rapidement grand volume récupéré ! Ce sera le second couplet d' "I swear".

Au fil des ans, mon pays, la Suisse, a, sur certains dossiers, manqué l'occasion d'imposer une vision ou un choix écologique de tout premier plan.

Politiquement d'abord, en refusant d'adhérer à l'UE : elle aurait pu influencer le choix des transports ferroviaires qui lui est cher, plutôt que routiers. Plus globalement, la Confédération helvétique aurait pu tirer l'Europe vers le "plus propre" qu'elle affectionne.

Techniquement ensuite : l'abandon du projet Swissmétro en est l'illustration. Le tronçon Genève-Zürich aurait pu représenter une carte de visite pour les clients internationaux. La Suisse aurait montré l'un des chemins à suivre. Pourtant, et ce n'est pas qu'un symbole, nous avons pris un train de retard : nous aurions pu être les précurseurs de ce que je nomme "l'écologie de marché".

An 2000.

En emménageant à Paris, je me retrouve confronté à certaines situations étonnantes; pas moyen de trouver un lieu de récupération des piles. Dès lors, je les ramène en train vers Neuchâtel. Et cette première question, qui plus tard sera le point de départ d'une profonde réflexion:

Vaut-il mieux les jeter à Paris ou les recycler en Suisse, malgré le transport et son impact ?

Une autre porte s'est ouverte sur cette interrogation: Qu'est ce qui est pollution et qu'est-ce qui ne l'est pas ?

On vit, on consomme, il s'agit donc de ne pas se voiler la face, d'éviter la pensée ou les gestes "bonne conscience", pour trouver des réponses concrètes.

Toujours à Paris, je constate également la différence d'éducation qui me sépare de mes voisins français. Il est pour moi naturel de recycler le verre, il est pour eux naturel de le jeter.

J'exécute ce tri sans qu'il ne soit ni une contrainte, ni même un "devoir". c'est un geste tellement habituel que j'ai presque oublié qu'il découle en fait d'une éducation respectueuse de l'avenir de notre terre, simplement.

A nouveau, je m'interroge; Pourquoi donc nos si proches voisins ne réalisent-ils pas l'importance de cet enjeu ? S'agit-il ici d'un vrai problème d'éducation publique ?

J'ai en tout cas l'impression de tenir la clé. Si un geste écologique devient un acte naturel, la partie prend une tournure intéressante. Lorsque "vivre librement dans son époque" rimera avec "vivre en préservant la terre", la partie sera peut-être gagnée.

An 2008.

L'écologie est enfin en vogue; le marketing s'en est emparé.

L'écologie devient un marché.

Et encore une question: Est-ce la seule issue possible pour éviter d'aller "dans le mur"?

Le marché et son marketing représentent-ils la solution pour modifier en profondeur notre comportement, de manière à rendre naturels certaines actions et certains gestes qui jusqu'alors semblaient contraignants ?

Admettons qu'une région devienne dépendante de l'énergie éolienne. Notre société serait-elle vraiment prête à adapter ses dimanches aux jours sans vent? Les détracteurs de l'éolien basent leurs arguments sur la fluctuation de la production pour argumenter leur propos. A aucun moment, ils n'envisagent d'adapter les habitudes de notre société. Pourtant cette dernière sait parfois s'adapter aux éléments (saison de la chasse, par exemple). Que faut-il pour faire évoluer ces mentalités? Une éducation différente? Un marketing plus offensif?

Lors de l'écriture de la chanson "I swear", il ne m'a évidemment pas été possible de répondre à toutes ces questions; la musique touche à l'émotionnel. Elle peut déclencher des sentiments, pas les expliquer. Et c'est tant mieux.

A l'heure de réaliser le film musical, l'idée d'un documentaire s'est naturellement imposée. Pour aborder le sujet sous l'angle de la raison.

Ainsi, les deux projets se sont regroupés. Ils sont devenus indissociables pour moi.

Parce que je suis musicien; et parce que je reste citoyen. Finalement, tout n'est pas si atypique que cela !

Je décide donc que la promotion de l'écologie sera faite via le média "FILM", en suivant deux critères bien distincts:

- L'émotion : Sensibiliser à l'aide d'un contenu artistique évocateur (le film musical).
- La raison : Un contenant scientifique fiable (le documentaire) fera l'état des lieux, et proposera de nouveaux comportements.

Concrètement, je souhaite organiser le tournage du film musical de telle sorte qu'il soit le plus "vert" possible, pour lier les actes à la démarche.

Le documentaire devra, techniquement, s'adapter aux choix de tournage. Il faudra non seulement développer, mais aussi et surtout répondre *de facto* aux questions présentées dans ce préambule. Il ne fera pas la critique des choix passés, il ne se veut pas moralisateur, mais révélateur. Il proposera une nouvelle attitude, pour conditionner de nouveaux choix.

Au final, je souhaite, aussi modestement soit-il, contribuer à faire avancer les pensées, participer à la démocratisation de l'écologie. Tel Philippe Starck et son éolienne individuelle.

Et comme premier acte symbolique, je remets, dans la mesure du possible, l'ensemble de ce dossier de production par email. Car je souhaite illustrer ainsi mon propos par la pratique.

En effet, je suis complètement stupéfait qu'internet ne propose pas encore de "poste virtuelle" ; une sorte de site indépendant et reconnu qui validerait le passage d'un email et délivrerait quittance à son expéditeur, tout en demandant quittance à son destinataire. Ce genre de prestation contribuerait certainement à faire évoluer notre relation au courrier.

Cet exemple met également en lumière cette ultime question qui relève la complexité du sujet: regarder ce projet sur un écran est-il plus ou moins polluant que de se le faire délivrer par la poste traditionnelle?

A l'heure de la génération internet, et de la "dé-responsabilisation" que son anonymat entraîne, je considère qu'il devient primordial de faire preuve de responsabilité en société.

Directeur de l'école de musique BBM 74 à Neuchâtel, j'ai aussi foi en cette jeunesse qu'on dit passive; Il est évident que les jeunes sont submergés de contenus divers en cascade, et qu'ils se retrouvent parfois seuls, dépassés. Néanmoins, je constate au quotidien qu'ils sont en perpétuelle quête de sens, dans l'attente d'être pris en main, mais bousculés. Ce projet doit simplement leur proposer un cadre d'épanouissement de leur liberté, pour qu'ils reprennent possession du navire terre, et qu'à leur tour ils nous remettent sur de vrais rails.

Voilà pourquoi je suis "artiste" mais aussi "producteur" de ce projet. Steve Duchesne, le réalisateur du film musical, a souhaité s'associer à moi via sa société, Craft Communication.

Ce projet doit donc être considéré comme une co-production.

Elle permet de souligner que l'écologie n'a pas de frontière.

Vincent V

2. **DESCRIPTION DETAILLEE DU FILM MUSICAL (VIDEOCLIP)** **"I SWEAR"**

2.1. **Pitch de la chanson "I SWEAR"**

La chanson "I swear" décrypte quelques comportements, fait le constat d'événements étrange et interroge. Pas moralisatrice, elle propose en filigrane un message simple, via un langage international (mélange du français et de l'anglais), que l'on peut résumer ainsi :

« Sans doute pourrons-nous vivre mieux, et plus heureux, si nous modifions au quotidien notre relation aux éléments. »

La chanson "I swear" s'écoute sur :

http://www.vincentv.net/audio/i_swear.php

2.2. **Synopsis**

Que deviendra notre environnement si nous ne prenons pas garde... à l'environnement ?!?

Se réveillant dans sa chambre encore colorée, une femme réalise que ses cheveux l'ont abandonnée durant la nuit et constate, en regardant par sa fenêtre, que le monde extérieur est devenu terne, en noir et blanc, comme si la pollution avait mangé les couleurs.

En faisant ses courses, elle découvrira qu'un geste écologique peut recolorer la vie.

Mais les news restent pessimistes; De vrais présentateurs TV du monde entier, chauves eux aussi, relatent l'absurdité de Las Vegas; une centrale nucléaire juste pour fournir de l'électricité aux casinos de la ville !

Pourtant, l'espoir est permis; elle croisera de jeunes gens tout en couleur, lunettes de soleil et tout sourire, qui ont retrouvé une sorte de chevelure à la Jackson Five, composée de feuillage d'arbuste ...

Avec son mari et leur enfant, elle comprendra ... et saura rejoindre cette communauté.

2.3. Paroles de la chanson (version originale / traduction française)

I swear I'll never uproot a tree I care I hope they'll all pass the century	Je le jure Je ne déracinerai jamais un arbre J'y tiens J'espère qu'ils passeront tous le siècle
When I look toward my kite, look above my head Well I feel there's something strange When I look into the sea, look around the waves Well I know there's something wrong When I look into your heart Look into my hands Will you cry before you die ?	Lorsque je regarde en direction de mon cerf- volant, que je regarde au-dessus de ma tête Je sens qu'il y a quelque chose d'étrange Lorsque je regarde sous l'eau, que je regarde autour des vagues Je sais qu'il y a quelque chose qui cloche Quand je regarde dans ton coeur Quand je regarde dans mes mains Vas-tu pleurer avant de mourir ?
<i>L'eau, l'air Quand le vent tourne Mordent la poussière "O", "R" C'est l'OR con Retrouve à terre</i>	<i>L'eau, l'air Quand le vent tourne Mordent la poussière "O", "R" C'est l'OR con Retrouve à terre</i>
I swear I never bin empty bottles I care I do my best to recycle	Je le jure Je ne jette jamais de bouteilles vides J'y tiens Je fais de mon mieux pour recycler
When I look toward my kite, look above my head Well I feel there's something strange When I look into the sea, look around the waves Well I know there's something wrong When I look into your heart Look into my hands Well I know we share some time When I look into my heart Look into your hands Will we cry before we die ?	Lorsque je regarde en direction de mon cerf- volant, que je regarde au-dessus de ma tête Je sens qu'il y a quelque chose d'étrange Lorsque je regarde sous l'eau, que je regarde autour des vagues Je sais qu'il y a quelque chose qui cloche Quand je regarde dans ton coeur Quand je regarde dans mes mains Je sais que nous partageons du temps Quand je regarde dans mon coeur Quand je regarde dans tes mains Allons-nous pleurer avant de mourir ?
One nuclear power plant Just to supply all the town's casinos 516'000 players every minute dropping coins, dimes, cents and quarters in slot machines Throwing bills in roulette, black jack and craps But if you play, please try harder And win... a supermarket In Las Vegas !	Une centrale nucléaire Juste pour alimenter tous les casinos de la ville 516'000 joueurs à la minute qui déposent leur jetons, pièces de 10, 20 ou 50 centimes dans les machines à sous qui lancent leurs billets de banque sur le tapis de la roulette, du black jack ou du craps Alors si tu joues, s'il te plait, essaye encore Et gagne... un supermarché A Las Vegas !
<i>L'eau, l'air Quand le vent tourne Mordent la poussière "O", "R" C'est l'OR con Retrouve à terre</i>	<i>L'eau, l'air Quand le vent tourne Mordent la poussière "O", "R" C'est l'OR con Retrouve à terre</i>

2.4. Scénario

Le scénario vous est volontairement présenté en annexe, pour votre confort de lecture.

2.5. Note d'intention du scénariste Vincent V

Sans imposer d'univers futuriste, je souhaite que le film "I swear" propose une vision de notre société, certes fictive, mais tellement proche de notre quotidien;
Afin de vraiment marquer les esprits.

Pour souligner le contraste entre un choc civil et la beauté de notre environnement, la confrontation de la couleur et du noir et blanc m'a, dès l'écriture du scénario, semblé évidente.

Elle cautionne un rendu artistique fort, qui nous plonge dans un univers tantôt repoussant, tantôt drôle, qui reste toujours esthétique et sans artifices superflus.

Le film doit également rappeler l'imminence du choc civil écologique;
C'est là, c'est maintenant!

Le choix de personnalités connues (actrice et présentateurs télé) et actuels, qui sont pour l'occasion transformés (chauves) valide et renforce cette volonté.

Pour cautionner la proposition de revenir à une vie plus simple, plus naturelle, nous choisissons la ville de Neuchâtel (Suisse) comme lieu de tournage.

Située au bord d'un lac et au pied d'une montagne, cette cité de taille moyenne souligne un milieu urbain proche de la nature; en 2006, elle a obtenu le titre de "Cité de l'énergie" en décrochant la distinction "GOLD" de l'european energy award.

Dotée d'un quartier répondant aux normes du label énergétique "Minergie" (label écologique suisse), elle offre un lieu de tournage qui permet de lier la démarche aux actes.

Parallèlement, la région regroupe, dans un périmètre restreint, les différents lieux de tournage nécessaires (Lac, Ville, Supermarché, Eoliennes).

Le côté ludique que ces "têtes vertes" symbolisent s'adresse bien évidemment aux jeunes.

Ce sont eux les consommateurs de vidéoclip;

Ce sont eux les consommateurs de musique,

Et ce sont eux qui, au travers de notre éducation, peuvent modifier les comportements de notre société.

Ce film souhaite donc clairement assumer et promouvoir un aspect pédagogique. Dans ce sens, il est doublé d'un documentaire pédagogique, basé sur une approche de type "making of". Via le suivi de ce tournage "vert", ce deuxième film met en lumière les choix écologiques applicables au quotidien.

Artistiquement, j'ai la ferme volonté de contribuer à changer la manière d'appréhender un vidéoclip. Je constate trop souvent avec amertume que nombre d'artistes abandonne leurs responsabilités, en habillant (ou en laissant habiller !) leur chanson sans vraie démarche.

Le vidéoclip est un film; un film musical.

Pas juste le nouveau média qui tente de gonfler les ventes.

Donc une œuvre à part entière.

Qui implique réflexion et engagement.

2.6. Note d'intention du réalisateur Steve Duchesne

La réalisation

Il n'y a pas de raisons, pas d'explications, mais une énergie optimiste et fiévreuse, une euphorie particulière qui agit sur moi comme un accélérateur de pulsions.

... I Swear.

C'est un monde subtilement voyeur... Presque un moment volé. Une porte à moitié entrouverte que nous retenons pour observer la scène. Nous avons pourtant le sentiment que nous devrions refermer cette porte et nous éloigner, mais la fascination dure et nous laisse désireux d'en voir plus encore, avec ce sentiment diffus d'être là où nous ne devrions pas être.

Peut-être que le scénario appelle une thématique émotionnelle, un angle de lecture secret, qui en augmenterait la résonance intime. Une manière toute particulière d'évoquer toutes les formes possibles d'Amour, de Désir, de Peur, de Liberté, de Tristesse, d'Envie, etc... Comme le choix d'une couleur qui accentuerait plus ou moins une tonalité envoûtante.

... Mais le film est, la plupart du temps, en noir et blanc. Cependant une lueur d'espoir apparaît de temps en temps. Cette lueur deviendra en couleur.

Le film est construit autour d'une image forte, ce tableau visuel qui encadre la narration de Vincent V et introduit le code très étudié de notre conjoncture actuelle. Nous découvrons ainsi chaque protagoniste, qui nous attire, nous incite à le suivre dans cet univers qui est notre vie de tous les jours, en nous laissant ensuite livrés à notre intense désir, à notre subtile frustration.

Je veux que la caméra devienne notre oeil de spectateur, et qu'en retour, nous devenions les personnages en couleurs dans le film. Ainsi, le protagoniste de la scène nous interpelle, nous excite et joue avec nous en regardant parfois la caméra, mêlant son trouble au nôtre...

Le style visuel

Je voudrais donner au film cette belle identité, aussi troublante qu'élégamment réaliste qui va chercher à sublimer l'histoire que nous allons raconter. Le travail conjoint de la lumière, du cadre et du montage peut l'amplifier subtilement.

C'est tout d'abord une approche précise, attentive à l'étrangeté et à la qualité de l'atmosphère, pour saisir cet état proche du rêve qui n'en est pas un. Un regard qui s'inspire avec finesse du travail de cinéastes que j'affectionne plus particulièrement, comme Robert Redford ou Andrew Niccol qui laissent planer parfois un mystère par la qualité langoureuse de certains plans.

Cette vision de l'étrangeté du film se double aussi du désir d'en cultiver la pure beauté séduisante, l'énergie vivante et belle, en la dotant d'une densité raffinée, tout ce qui renforce cette intemporalité esthétique.

Le film serait désaturé, non pas pour le vider de toutes couleurs, mais pour lui conférer cette touche dramatique. Le film et le travail sur la lumière et la photographie demande la même approche. Je voudrais pour cela vous proposer de collaborer avec Philippe Piffeteau (Brice de Nice, Club Med, Camay, APF) dont le travail développe brillamment cette profondeur des styles les plus envoûtants.

Le montage nous entraînera depuis le premier plan, avançant vers cette zone industrielle qui ouvre le film et nous met au défi, vers ce monde, univers de désespoir, où les plans se succèdent à travers de simples cuts, voir parfois des fondus, au rythme de notre découverte de cette expérience déjà vécu inconsciemment.

Nous pourrions aussi, selon la particularité de chaque scène, imaginer travailler sur des séquences défilant à l'envers, pour accentuer l'étrangeté, ou bien parfois filmées au ralenti, déployant l'élégance d'un geste. Certaines séquences pourraient aussi aller jusqu'à mêler ou superposer différentes images dans cette même recherche du trouble, de l'émotion vivante.

Les décors

Intemporels... J'aime l'idée d'employer des décors réalistes, mais en les rendant subtilement surréalistes, aussi bien par la façon dont nous allons les filmer que les éclairer, pour accentuer leur étrangeté, appuyer leur élégance, sans désorienter quant à leur usage exact, etc...

A Neuchâtel, il semblerait possible de trouver des décors et des lieux symbolisant la pureté et le désir d'y travailler, tout particulièrement comme un parc d'éoliennes, des paysages et un lac. Aussi la scène de la séquence 4 où la femme se lève de son lit, est subitement devenu chauve, nous nous attendrions sûrement que lorsque qu'elle ouvre la porte de la grande baie vitrée, nous serions confronté à vivre ce moment dans une ville surpeuplée et polluée, alors qu'il n'en est rien et que cela se passe tout simplement au milieu de nul part.

Ce qui importe

C'est qu'il y a une explication, un lien autre qu'une belle image d'un clip vidéo, ou bien de quand tout cela a lieu, multiples raisons participent de cette manière à inviter le spectateur à une expérience tellement présente dans notre quotidien et la vie de tous les jours... Et le faire réagir de ce qu'il adviendra demain sans pour cela lui faire une morale.

Cela implique de chercher toujours une forme de rigueur dans l'expression, une simplicité, un dépouillement, pour aller à l'essentiel des plus beaux signes visuels, des territoires les plus troublants, des attitudes les plus évocatrices. Une forme de pureté, qui renforce la sensualité, mais évite une douceuse mollesse.

Rien ne doit faire écran entre le spectateur et l'intensité de sa relation avec le protagoniste du film, la force de l'expérience qu'il nous fait partager, qu'il s'agisse d'un état brut, frontal, qu'il s'y retrouve...

Je serais ravi de poursuivre cette aventure avec vous,

A bientôt,

Steve Duchesne

2.7. Perspectives d'exploitation et de diffusion

Nous proposerons ce film, en tant que "vidéoclip" aux programmes des chaînes de télévisions qui diffusent ce type de contenu.

Plus largement, il sera utilisé dans le cadre de la promotion de l'artiste Vincent V, et en complément du Film Documentaire.

Par ailleurs, nous le présenterons aux différents Festivals du film (courts métrages, musiques, écologie, ...)

Enfin, il sera utilisé pour encadrer, au niveau des écoles, le contenu pédagogique développé en parallèle.

2.8. Liste artistique

La femme	Femme saine, beau visage, naturelle, mère, très expressive, franche; fort caractère et forte présence; 40/45 ans.
Vincent V	Dans son propre rôle de chanteur.
Les présentateurs téléés	Vrais présentateurs de JT, dans leur propre rôle. France, Suisse, Pologne, Allemagne, Angleterre, Espagne, Japon. Madame Esther Mamarbachi, confirmée.
Jeune "têtes vertes" 1	Jeune homme, très "cool", sportif, beau sourire, grand. 25/30 ans.
Jeune "têtes vertes" 2	Jeunes hommes, très "cool", sportif, beau sourire, de couleur. 25/30 ans
Le mari	Homme, Monsieur tout le monde. Eventuellement de couleur. 45 ans.
L'enfant	Garçon ou fille; dynamique, lunettes, débrouille, intelligent. Eventuellement métisse. 8/10 ans.

Et aussi...

Le chauffeur du camion
Le magasinier 1
Le magasinier 2
La caissière
L'homme qui court "respirer"
Les employés de supermarché
Les passants

2.9. Lieux de tournage

Suisse :	Lac, Plage de Pointe du Grain, Bevaix (NE) Parc des éoliennes, Mont-Crosin Hotel Palafitte, Neuchâtel Quartier "Minergie", Neuchâtel Centre commerciale de la Maladière, Neuchâtel. Plateau télé, Genève.
France :	Plateau télé, Paris
Royaume Unis :	Plateau télé, Londres
Pologne :	Plateau télé, Varsovie
Espagne :	Plateau télé, Madrid
Finlande :	Plateau télé, Helsinki

Nous avons déjà reçu les autorisations pour les lieux de tournage suivants, visibles sur les visuels des premiers repérages :

- Ville de Neuchâtel
- Centre Commercial "La Maladière", Neuchâtel
- Magasin "Coop"
- Hôtel Palafitte

3. **DESCRIPTION DETAILLEE DU FILM DOCUMENTAIRE**

3.1. **Pitch**

A partir d'éléments du tournage d'un vidéoclip, et en s'appuyant sur un ton ludique et une analyse scientifique fiable, recadrons le débat de la question écologique, proposons, faisons preuve de bon sens et, en s'affranchissant des pressions liées aux enjeux économiques, redéfinissons notre mode de vie, vivons mieux, vivons heureux !

3.2. **Synopsis**

A l'heure de ce que Vincent V nomme "l'écologie de marché", le marketing s'empare du sujet, prodigue de "nouveaux conseils" relayés par les grands médias, et les citoyens sont en perte de repères.

Ce film souhaite dépassionner le débat en cassant les idées reçues, en recadrant les enjeux, les impacts et les objectifs.

Il relève les responsabilités collectives et réveille les responsabilités individuelles.

Ce documentaire décrypte notre comportement quotidien face à la question écologique en s'appuyant sur le tournage du film musical (vidéoclip) "I swear". Ce tournage prend le rôle de "fil rouge" et, à partir de plans "making of" (dont le public raffole !), agit comme point de départ pour nourrir le documentaire de différents sujets à réflexion.

Afin de rendre le tournage du film musical le plus écologique possible, la production fera des choix, d'une part en fonction vis-à-vis du scénario, et d'autre part vis-à-vis de l'organisation même du tournage. Ces choix sont le reflet de petits gestes du quotidien et le documentaire propose ensuite leur analyse "écologique" ou "socio-écologique".

En suisse, nous vivons une société de consommation à 6'000 Watt. Une étude EPFZ propose un objectif de retour à 2'000 Watt. Sera-t-il possible de préserver notre mode de vie, ou faudra-t-il redéfinir et/ou moduler cette consommation ?

D'où vient l'eau que les techniciens et comédiens boivent au "catering" (cantine du tournage) ? Quel mode de transport utiliser pour les longues distances ? Et pour les petits trajets ? Qu'est réellement cette écotaxe que proposent les compagnies aériennes ? ...

L'un des défis de ce film sera donc aussi de s'adapter "à la volée" aux différents points qui ressortent du tournage du film musical.

Les deux maîtres mots:

Objectivité.

Sur la question écologique, les intervenants s'opposent régulièrement en contestant les analyses, conséquences, projections ... des uns et des autres. Même si le rendu doit être accessible à tous, il s'agit d'aller fouiller toutes les poches de la communauté scientifique afin d'élaborer un discours clair et sans équivoque, quitte à relever certains désaccords, afin de faire un état des lieux sérieux.

Avec le soutien scientifique du service de l'énergie de Neuchâtel (qui s'associe au projet) le film donne donc des réponses via des informations concrètes et vérifiées. Dans ce sens, il cite et met à disposition toutes ses sources, sur le site internet créé en parallèle.

Imagination.

Parallèlement, ce documentaire propose une nouvelle manière d'aborder et d'analyser la question écologique. En faisant preuve d'imagination, il s'agit de comprendre comment, par quoi ou à travers qui notre comportement peut évoluer pour qu'il (re)devienne "naturel" de considérer notre environnement.

Mai 68 a contribué à de réels changements sociologiques. La survie de notre planète, si l'on démontre qu'elle est en jeu, doit sans doute provoquer des changements plus importants encore. Au final, il s'agit donc de proposer de vraies voies.

Ce film préconise la base d'un nouveau modèle du "vivre normalement", sans ton moralisateur (nous considérons qu'il serait nuisible!) car au final, seule l'assimilation totale d'un comportement écologique libérera l'homme des sentiments de contrainte et de culpabilité. Il pourra ainsi s'épanouir à nouveau.

3.3. **Structure de narration**

Introduction.

- Via une évocation du style que le documentaire adopte, présentation du tournage du film musical

L'activité humaine responsable.

- Qui le dit ?
- Quelles activités ?
- A travers quoi (CO2 - réchauffement, pollution des ressources naturelles, ...) ?
- Comment "Mesurer", comment comparer ? Comment interpréter la notion de %
- Comment définir ce qui est pollution et ce qui ne l'est pas?

Sur quels domaines peut-on agir/changer nos comportement ?

- Consommation diverse.
- Nourriture.
- Transport.
- Energie.
- Autre ?

Le poids d'un changement.

- Impact / Relation entre les pays/continents
- Pondérer résultat concret et état d'esprit.
- Un changement ne vaut-il la peine que si son résultat concret est important? Pourquoi ?

Initier le changement.

- Evolution de la prise en main de la question écologique. Comment se libérer des contraintes ? Le retour à une relation saine avec notre planète.
- Relation de la consommation : fabricant, distributeur, client. Tous sont citoyens. Qui doit faire le premier pas ? Comment l'initier ?
- Le rôle du marketing et de la politique dans ce changement. Vérité ou arnaque ?

3.4. **Résumé**

A ce stade, le scénario n'est évidemment pas écrit; néanmoins, les axes de réflexion sont définis.

A l'heure où la guerre des "pour cent" d'économies d'énergie fait rage, le documentaire souhaite tout d'abord proposer une lecture simple, rationnelle et non émotionnelle des analyses scientifiques. Pour cent de quoi? De qui? Pourquoi? ...

Ensuite, le film propose une réflexion en amont des traditionnelles tabelles, pour exprimer les vrais enjeux de société.

Il suggère également de différencier clairement la responsabilité individuelle et la responsabilité collective.

Finalement, il propose un nouveau comportement, qui permette de définir une nouvelle attitude de la société, afin d'aborder les solutions en se libérant des sentiments de contrainte et de culpabilité, sentiments qui aujourd'hui paralysent le débat.

Concrètement, reprenons l'exemple de l'eau minérale servie au repas des techniciens et comédiens.

D'où vient-elle? Que représente le transport d'eau dans le monde? Sociologiquement, est-il "normal" de boire de l'Evian à Los Angeles? Ou est-ce inutile de se poser la question? En extrapolant, faudrait-il ne boire que du vin californien dans la cité des anges? Le "Bordeaux" est une denrée alimentaire, mais aussi un produit culturel. Ce deuxième point justifie-t-il son transport? Evidemment, toutes les régions du monde ne sont pas autonomes, en ce qui concerne l'alimentation; dès lors, où la société pose-t-elle les limites entre "transport nécessaire" et "transport plaisir"? Et comment l'individu peut-il moduler cette limite? Pourquoi devrait-il la moduler?

Le documentaire aborde donc également la question du comportement "citoyen"; c'est par exemple en montrant clairement notre refus de "sur-emballage" (scène du film musical) que nous pourrions inciter les fabricants et distributeurs à modifier la présentation de leurs produits. Ou, si les réponses du documentaire le préconise, en répondant "de l'eau locale !" à la question du serveur "quelle marque d'eau minérale?"

Le film propose de redéfinir les responsabilités; l'une des premières mesures écologiques imposée aux citoyens fut la pose de pots d'échappements catalytiques sur les voitures pour diminuer les émanations de CO2. Il s'agissait de relever une responsabilité collective. Qu'en est-il de la responsabilité individuelle d'un entrepreneur exploitant une usine particulièrement polluante en CO2? Assume-t-il cette responsabilité? La société lui impose-t-elle de l'assumer? Ou doit-on considérer que comme sa production sera consommée par la société, cette question retourne de la responsabilité collective?

Plus largement, le documentaire propose aussi une lecture nouvelle du défi écologique, en donnant un sens concret à nos nouveaux gestes du quotidien. Il présente le simple postulat suivant: la société s'intéresse à l'écologie car elle se sent menacée; elle considère que ces jours sont peut-être comptés. Partant de cela, le documentaire suggère de se positionner en citoyen "redistributeur" plutôt qu'en citoyen "économiseur de pour-cent"; si j'éteins une heure une lampe inutilement allumée, je redonne une heure d'éclairage à mes enfants.

Parallèlement, le documentaire pourra également aborder les questions suivantes:

- Quid de l'énergie éolienne?
- Quelles autres énergies? Par exemple, l'éolien sous-marin, dans lequel l'Angleterre investit massivement; Est-ce aussi un pari économique? ou uniquement vital?
- La Finlande, illustrée via son présentateur télé dans le film musical, est considérée comme le pays le plus écolo du monde: Pourquoi? Son modèle est-il transposable?
- L'écologie est devenu un marché; son marketing est-il positif ou sommes-nous confrontés à une arnaque?
- La hausse incroyable du prix du pétrole est-elle favorable à l'écologie? Qu'en est-il de l'écotaxe? Et que penser du nouvel étiquetage écologique (coût en CO2) des produits de consommation quotidiens ?
- L'écologie se démocratise avec Philippe Starck: va-t-on vers un vrai changement? Quel changement?
- La ville de Paris a engagé une politique transport écologique; Opération Vélib', Tramway, Couloirs de bus, et bientôt Autolib'... Pour quels résultats, quel impact concret?
- Les abeilles disparaissent; sans elles, pas de fruit, pas de légumes. En quoi notre comportement quotidien interagit avec ce phénomène ? Se trouve-t-on face à un défi majeur?

L'équipe de tournage du film musical rencontrera également des problèmes, en matière de choix écologiques, lors qu'elle tentera de concilier démarches et actes.

Le documentaire pourra relever ces difficultés, et exprimer certaines limites d'actions possibles, si l'on ne remet pas en cause certains fondamentaux. L'écologie ne se limite en effet pas toujours uniquement à de simples gestes quotidiens, certaines situations imposent parfois de vrais choix de société.

3.5. **Bonus - L'Amour est une énergie renouvelable !!**

Derrière cette affirmation quelque peu loufoque se cache une idée qui mérite réflexion: Nos états d'âme peuvent-ils être de nature à modifier notre comportement social, par exemple à travers notre manière de consommer, et donc notre rapport à l'énergie ?

Ce n'est pas nouveau, les signes extérieurs de richesse sont régulièrement le lots de ceux qui se sentent mal aimés, ou qui du moins sont animés du sentiment qu'ils ont quelque chose à prouver. Belle voiture, beaux sacs, beaux habits qu'on change souvent ... Ce sentiment, s'il doit être vérifié, contribue de fait à la consommation du plaisir, la "sur-consommation", donc superflue si on la regarde sous un angle "vital".

A l'inverse, le sentiment amoureux provoque un rapprochement aux valeurs traditionnelles, humaines, plus que matérielles.

Sur ce terrain précis, y a-t-il moyen de faire évoluer notre modèle, notre rapport à la consommation, afin de réaliser des économies d'énergies ? Comment remettre l'amour à sa place ? Comment détacher le besoin de consommer du besoin d'être aimé ? Est-ce vraiment utile, en terme d'économies (d'énergie) de le faire ? Quelle est la part de la consommation "vitale" sur la consommation "plaisir" ? Certains économistes nous expliquent que la consommation est le poumon de notre société, que sans elle c'est l'explosion du chômage. Ont-ils pensé à remplacer la consommation par le service ? Est-ce pensable que les services liés au bien-être se substitue à la consommation de produits ?

Le documentaire peut nous aider à savoir si l'Amour est vraiment une énergie renouvelable !!

3.6. **Structure du film**

Durée: 52 min. (ou 26 min selon les moyens/modes de productions)
Filmé caméra à l'épaule.

Le film est découpé en petites séquences qui traitent chaque point abordé; Ces séquences sont reliées par le fil rouge constitué d'extraits du tournage du film musical. Elles sont composées d'image "reportages" ainsi que d'interviews. Au besoin, le documentaire a recourt à des graphiques. Ce sont principalement des "post it", images découpées telles des feuilles de papiers, qui se superposent.

Le rythme prend une part importante au montage, image accélérée, ralentis... Le ton est proche de l'humour "british" (second degré), mêlé à un discours simple (premier degré). Le documentaire ne souhaite pas faire la critique des choix passés, il veut en proposer de nouveaux, sur la base d'une nouvelle approche du sujet.

La vulgarisation est à l'honneur, afin d'être 100% accessible à tout public. Le documentaire "L'île aux fleurs" est considérée sur ce point comme l'une de nos références. Il est visible via une recherche Google "l'île aux fleurs" ou directement via ce lien (version française):

<http://video.google.com/videoplay?docid=-8867512033765032709>

Vu la nature délicate du sujet, et la méfiance qui l'entoure, il s'agit d'utiliser au maximum les données que la communauté scientifique a reconnues, en mentionnant quand et comment elle les a reconnues. Au besoin, les désaccords entre scientifiques sont relevés et expliqués.

Dans ce sens toutes les sources (documents, interviews filmées par nos soins, images d'archives, ...) sont identifiées à l'écran via un petit logo + n°. L'ensemble de ces sources seront, par soucis de transparence, mis à disposition en intégralité sur un site internet dédié, à l'intention du spectateur. Comme on écoute volontiers une deuxième fois un disque que l'on vient d'acheter, l'ambition de ces logos est de donner intuitivement au spectateur l'envie de revoir une deuxième fois le documentaire ou de se plonger dans sa documentation. Cette deuxième lecture, plus rigoureuse et plus "informatrice", favorisera une meilleure prise de conscience.

3.7. Perspectives d'exploitation et de diffusion

Nous proposerons ce film aux chaînes de télévisions francophones (Suisse, France, Belgique, Québec, Afrique, ...); ainsi qu'aux écoles et aux ONG impliquées dans le développement durable et la protection de l'environnement. En cas de succès, les fonds récoltés seront utilisés pour son sous-titrage et/ou sa traduction, afin d'élargir encore sa diffusion.

Pour le service de l'énergie (de Neuchâtel), nous développerons un contenu pédagogique de type "conférence interactive", se basant sur le tournage du clip. Le documentaire s'inscrira alors éventuellement en complément.

Nous le présenterons dans les festivals de documentaires tels que FID Festival International du documentaire à Marseille, Cinéma du réel à Paris, ... aussi bien que dans des festival sur l'écologie tels que le FIFEL, l'UNAFF United Nations Association Film Festival, Nanookfilmfest à Palerme, ...

Parallèlement ou ensuite (selon le mode de financement obtenu), DVD et/ou diffusion via le site internet.

3.8. Les premières minutes du film

En l'absence de fait d'un scénario, il vous est peut-être difficile de vous représenter ce à quoi le film pourra ressembler; Voici la narration de ce qui pourrait constituer les premières minutes ...

"Les scientifiques du monde entier, réunis lors du Comité intergouvernemental des Nations unies sur les changements climatiques (IPCC) le 19 février 2001, ont constaté que la terre s'est réchauffée de 0,6° Celsius durant le 20^{ème} siècle. Rappelons ici qu'un constat est le fruit d'observation et de mesures et qu'il ne s'agit en aucun cas d'un coup d'esprit".

A l'écran, un policier observe une voiture qui se gare sur une place handicapée, puis, lorsque le conducteur sort, lui palpe bras et jambes. Lui montre un exercice de parcours santé, que ce dernier répète, pour finalement pointer le panneau "réservé aux handicapés".

"Les premières conséquences de ce réchauffement sont déjà visibles notamment une élévation de 10 à 20 centimètres du niveau des océans au cours du XX^e siècle. Les océans sont de grandes étendues d'eau qui entourent les continents. Sans eux, les bateaux n'existeraient peut-être pas et les êtres humains non plus, ces derniers ont besoin d'eau pour vivre; A l'inverse s'il n'y avait que des océans sur terre, les humains n'existeraient pas non plus, car leur habitation seraient enfuies sous l'eau."

A l'écran, image d'océan, d'une règle avec centimètres, d'inondations, de montée des eaux.

"Le GIEC (Groupe Intergouvernemental pour l'Etude du changement Climatique), créé en 1998 par l'Organisation météorologique Mondiale et le Programme des Nations Unies pour l'Environnement, est l'organisme qui fait autorité dans le domaine de l'étude du réchauffement climatique". A l'écran, Logos et images GIEC.

"Il est composé de milliers de chercheurs du monde entier qui contribuent à l'élaboration des rapports scientifiques. Réunis à Paris du 29 janvier au 1er février 2007, ces derniers ont publié un rapport à l'attention des décideurs et du grand public. Ce document montre avec un très haut degré de confiance que les activités humaines depuis 1750 sont en grande partie responsables du réchauffement climatique actuel".

A l'écran image d'activités humaines; travail aux champs, en usine, sport, transports, amour, laboratoire, ...

"Pour réduire, ralentir ce processus de réchauffement, toutes sortes de solutions sont proposées par toutes sortes de gens aux intérêts divers..."

A l'écran, quelqu'un qui parle avec égocentrisme, puis un vendeur.

"... pour venter les mérites de sa solution, la plupart des gens utilisent une unité de comparaison, le pour cent. Il est à noter que le pour cent est un outil mathématique ..." (explication détaillée)

A l'écran, tableau noir + craie.

"Le pour cent peut donc être utile lorsqu'il permet de mesurer une constatation. Dans le cadre des prévisions, il y aura toujours un pour cent pour nous dire que c'est bien d'économiser la lumière, et un autre pour affirmer que c'est inutile; l'important n'est donc peut-être pas, au départ, de calculer l'impact écologique de tel ou tel geste, mais simplement de voir si impact il y a, car nous verrons plus tard que tous les gestes n'en ont pas, et d'imaginer dès lors pourquoi ou pour qui ce geste serait utile. En effet, toutes les grandes actions humaines ont commencé par de petites actions: la création du mouvement Solidarnosc qui a mené à la chute du mur de Berlin, l'engouement mondial pour le rubix cube, ou encore la suppression du CFC dans les aérosols."

A l'écran, images ad hoc Solidarnosc, Berlin, Rubix Cube, ...

"Par exemple, lorsque l'on éclaire une pièce vide, comme le grenier, on favorise l'araignée qui tisse sa toile mais qui de toute façon n'a pas besoin de lumière..."

Image ad hoc, avec une horloge sur le coin qui tourne à toute vitesse.

"... Par contre, si l'on considère que le temps de lumière disponible pour l'humanité tout entière est limitée jusqu'à la fin de notre humanité, le geste qui consiste à éteindre la lumière..."

A l'écran, NOIR et mini silence dans la narration, puis reprise de la narration dans le NOIR

"... nous permet de reporter ce temps sur notre petit-petit-petit-fils qui pourra s'éclairer pour fouiner dans le grenier et découvrir, après avoir enlevé les toiles d'araignées, nos albums photos ou le dvd de ce documentaire"

A l'écran, l'image revient sur le grenier, enfant assis à côté d'une malle - horloge qui tourne lentement.

"Nous avons récemment tourné un vidéoclip et certaines de nos actions nous ont interpellés. Nous vous proposons de les découvrir, et de voir en quoi elles sont liées à notre environnement..."

3.9. Note d'intentions du réalisateur Peter Greenwood

Vincent V a conçu un projet ambitieux, dont le succès tient en grande partie aux choix de réalisation. Comme il l'a développé dans sa note d'intention, Vincent souhaite démontrer par la pratique un propos qui nous concerne tous, mais dont nous ne sommes apparemment pas assez conscients : on parle beaucoup d'écologie, de « préservation de la planète », ou encore de « couche d'ozone »; mais qu'en est-il en réalité ?

Au-delà du discours, aussi clair soit-il, comment le téléspectateur, ou « citoyen », comme le dit Vincent, peut-il lui aussi s'impliquer directement dans un processus aussi inévitable? Si l'on se soucie autant de vouloir « préserver les ressources environnementales », comment se fait-il que les glaciers reculent, que la couche d'ozone se perce ou que le pétrole envahisse les plages ? Des exemples connus, certes, mais on ne prend pas forcément conscience que notre quotidien joue un rôle décisif dans ce type de bouleversements. Promouvoir et développer un éducation « écologique » commence par soi-même, nous dit Vincent.

En pratique, il s'agit de toucher un public élargi. La forme « vidéo-clip », accompagnée par une visite dynamique et réaliste des « coulisses », permettra un accès plus aisé à cette problématique. Attirer, séduire, sensibiliser, inciter, tout en étant « sérieux », voilà l'enjeu principal de ce projet.

Dévoiler les coulisses par le biais du making-of nous permettra de faire passer un message qui, traité uniquement sous un angle documentaire, peut sembler rébarbatif pour nombre de « citoyens ». Il s'agit d'illustrer le « comment » qui incarne le conseil « écologique ». La preuve par l'exemple, en quelque sorte.

Prenons la situation suivante : les acteurs principaux se rendent sur le lieu d'un tournage par le moyen le plus rapide, donc en avion, comme une évidence. Mais quel est le véritable coût de ce genre de comportement ? Se déplacer « autrement » ne viendrait-il pas à l'idée naturellement, au vu de la facture écologique salée que nous payons quotidiennement ? Si tel n'est pas le cas, il est nécessaire de montrer que c'est possible.

La production elle-même participe de facto à ce processus: chaque action devra être pesée en fonction de son « poids » écologique. Pourquoi manger des ananas en hiver plutôt que des fruits de saison ? Pourquoi jeter des assiettes en plastique, tous les jours, sans se soucier de l'impact de ces gestes en apparence anodins ? Nombre d'entreprises ont déjà donné l'exemple, avec des distributeurs d'eau, évitant ainsi la prolifération de déchets polluants. Un beau geste, certes. Mais l'eau « du robinet » ? N'est-elle pas potable ?

Nous pouvons réaliser un documentaire qui se donne les moyens de ses prétentions. Nous avons pour but de démontrer que l'on peut faire le même produit avec des différences écologiques très nettes. Dès lors, pourquoi ne pas tenter le coup ? Nous devons certes faire attention à l'avenir de notre planète, mais commençons par balayer devant notre porte, nous dit Vincent.

En pratique, outre les exemples précités, nous travaillerons avec des moyens dont nous aurons défini l'impact écologique. Chaque action, contribution ou choix, aussi banal soit-il, sera étudié selon ce paradigme. Peut-on faire ceci ou encore cela, tout en ménageant l'environnement ? Si oui, nous le faisons et le mettons en évidence. Notre but sera alors atteint.

Pour ce faire, il est nécessaire que les « acteurs » fournissent une double prestation : tout en sachant, plus ou moins, ce qu'ils diront, ils devront être aussi naturels que la réalité l'est. Le spectateur doit être « saisi » par la nécessité de l'action écologique ; d'où l'importance de l'interprétation.

L'équipe de production dans son entier doit montrer qu' « on peut agir, chacun à son niveau ». Au-delà du discours, il s'agit d'illustrer un propos de façon concrète. Appliquer une théorie commence par des gestes quotidiens et abordables.

3.10. Lieu de tournage prévus

Suisse	Appui sur le tournage du film musical Divers interview support scientifique
France	L'éolienne Philippe Starck L'engagement "transport" de la ville de Paris
Angleterre	Eolien sous-marin
Finlande	Modèle écologique

4. **TECHNIQUE ET CV'S EQUIPE**

4.1. **Liste technique**

Co-Production	ON STAGE CP 1874 CH-2001 Neuchâtel +41.32.724.74.74 CRAFT COMMUNICATION 341, Rue Saint-Martin 75003 Paris +33.6.15.01.66.47 www.craft-communication.com
Contact Production	Vincent Villard +33.6.63.12.74.74
Artiste	Vincent V 63, av de Paris F-94160 Saint-Mandé +33.6.63.12.74.74 contact@vincentv.net www.vincentv.net
Film Musical - Réalisation	Steve Duchesne www.steveduchesne.com
Film Musical - Directeur de la Photographie	Philippe Piffeteau (AFC) http://pifeto.free.fr
Film Documentaire - Réalisateur	Peter Greenwood Réalisateur TSR
Maquillage / Fx	Renata Villard www.renatavillard.com
Stylisme	Sylvia Gabrielle Marton Créatrice, Styliste TSR
Ingénieur du son	David Grillon www.grigrisound.com

4.2. Bio / CV de l'artiste Vincent V

DONNEES PERSONNELLES

Vincent V, c'est en fait Vincent Villard.
Neuchâtelois né en 1970, il vit entre Neuchâtel et Paris.
Dès l'âge de 8 ans, il sait qu'il sera musicien.

Contact France	+33 6.63.12.74.74
Contact Suisse	+41 76.373.73 74 / +41 32.724.74.74
Internet	vince@vincentv.net www.vincentv.net

FORMATION

Mars 1993	Diplôme de musicien professionnel. Musician Institute, Los Angeles. Graduation with Honors. 12 élèves sur 85 obtiennent ce niveau de graduation.
Depuis 1982	Cours de batterie en privé.
Depuis 1986	Chant.
Depuis 1999	Deuxième instrument : guitare. Cours privés.
Depuis 2004	3 ^{ème} instrument : basse.

ACTIVITES MUSICALES

Auteur-Compositeur	Depuis 1991, affilié à la SUISA. Depuis 2007, affilié à la SACEM.
"Stars"	Jams avec BB King , Auditorium Stravinsky, Juillet 2005, Juillet 2006. Jam avec Macy Gray (Montreux Jazz Festival 2000) Accompagnement Jean-Louis Aubert (25 ans du MAD, Genève, avril 2002)
Jingle	2005, invité (4 participants) au concours d'habillage sonore de la TSR.
MAO	Maîtrise de Digital Performer. MAC / MIDI / INTERFACE AUDIO MOTU
Batteur	Session player freelance , depuis 1993. Batteur résident du Café Théâtre LE CARRE BLANC, Paris, 2000 – 2001.
Professeur de batterie	1993 – 2004
Groupes de création	Groupe Clins d'œil (Compos) - Album "Le rythme des gens" (1992 – Disques Offices). Groupe Carbone Trafic (Compos) - Album "Atmosphère" (1997)
Débuts...	1er Album à 16 ans , Sélectionné pour l'enregistrement de l'album "l'arbre de vie", dans le cadre de l'année internationale de l'enfance; Concert à l'ONU, Genève; passage TSR en direct.

AUTRES EMPLOIS (liés à la musique)

2007	Technicien son freelance, Tournée mondiale Genesis.
2004 – 2005	Technicien son freelance, Tournée mondiale Phil Collins.
Depuis 2002	Technicien son freelance, principalement pour Hyperson; Montreux Jazz Festival, Paléo, Miss Suisse, Expo 02, ...
1993 - 2000	Montreux Jazz Festival - responsable de secteur.
Depuis 1994	Création et direction d'une école de musique, BBM 74 - Blue Breath Music, Neuchâtel. 150 élèves, 15 professeurs.

REFERENCES

Bernard Natier	Studio LE GARAGE, Paris. +33 1.46.36.76.15 <i>Vincent Delerm, Rita Mitsouko, Les Innocents, Jacques Higelin, ...</i>
David Grillon	Ingénieur du son, Producteur. +41 32.724.18.79
Alain Schneebeli	Hyperson SA, Suisse +41 21.648.59.60
Steve Jones	Production Manager pour Phil Collins, London. +44 78.36.74.52.42
David Junod	Théâtre de Carouge, Genève, Directeur administratif. +41 79.440.24.41

HISTORIQUE DU "PROJET" VINCENT V

1989	Ecriture de la première chanson.	
1999	Début de l'écriture régulière.	
2000	Emménagement à Paris. Vie partagée entre Neuchâtel et Paris.	
2001	Premiers enregistrements, choix des musiciens.	Autofinancement
2002	Tournage du vidéoclip "Laetitia" – Cargo, Neuchâtel.	Autofinancement
2003	Première série de Pré-Productions - CD	Autofinancement
2004	Enregistrements d'une 2 ^{ème} série de Pré-Prods,	Autofinancement
2004	Tournage Vidéoclip "Toutes les filles du monde"	Autofinancement
2005	Finalisation du CD de Pré-Productions avec contenu Multimédia. Autofinancement	
2005	Création du site Internet : www.vincentv.net	Autofinancement
2006	Premières rencontres éditeurs et labels, sur RDV; Chrysalis, BMG, XVII bis, Canetti, ...	
2006	Création du spectacle.	Autofinancement
2007 numérotée	CD "Ecoute, Regarde", autoproduction en édition limitée	Autofinancement
2008	Nouvelles rencontres éditeurs et labels, sur RDV; Atmosphériques, Warner, PeerMusic, ...	
2008	Recherche active d'une structure (éditeur et/ou label et/ou tourneur et/ ou manager)	
2008-2011	Tournage vidéoclip & documentaire "I swear"	Financement en cours
2010	Demi-Finaliste du Tremplin Génération Réservoir, Le Réservoir (Paris)	

4.3. Film Musical – CV / Filmo du réalisateur Steve Duchesne

DONNEES PERSONNELLES

Steve Duchesne
4 Place des Vosges
75004 Paris

Mobile : 06 15 01 66 47
Fax : 01 42 74 48 40

Né le 9 Octobre 1977
Nationalité Française

E-Mail : sd@steveduchesne
Web : <http://www.steveduchesne.com>

1er PRIX PLONGEUR D'OR
Festival Mondial de l'Image Sous-Marine

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

- Depuis 2004 CRAFT COMMUNICATION,
Réalisateur, photographe.**
- 2007** “Hiver 1945” Réalisateur. Genre: Fiction.
Film avec David AL ATRACHI, Diane BENAGES
- 2006** “Play & Rewind” Réalisateur. Genre: Fiction.
Film avec Stephane CORBEL, David AL ATRACHI, Youssef HAJDI, Alexandre JAZZEDÉ.
- 2005** “Dolce & Gabbana” Photographe. Paris, Milan,
Campagne photos Dolce & Gabbana
“H&M” Photographe. Paris.
Campagne photos H&M Enfants.
“Petit Bateau” Photographe. Canada.
Campagne photos Petit Bateau Enfants.
“Mes 50 Ans” Scénariste. Genre: Comédie
- 2004** **Réalisateur, Infographe** pour Bernard MOUILLON
Sony Music, EMI, M6 Interaction, TF1...etc
Retouches photos pour divers artistes musicaux
“Tahiti Training Program” Réalisateur, photographe.
Marché Européen. 1 ans de programme.
Formation multimédia interactive pour les agents de l'office de tourisme
de la Polynésie Française.
2004 “GLV” Réalisateur.
Paris, Montpellier.
Clip promotionnel touristique pour les Galeries Lafayette Voyages.
- 1998 - 2004 RS PRODUCTIONS
Réalisateur audiovisuel, photographe reporter,
co-réalisateur, assistant.**
- 2003** “TAHITI 3D” Co-réalisateur.
Marché international.
Film audiovisuel promotionnel en 3 dimensions pour l'office de tourisme de la
Polynésie Française.
“LA DEMEURE DES CARRIERES, SUREURO” Co-réalisateur.
Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel pour le groupe Logirep.

- “LOGIREP”** Co-réalisateur.
Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel pour le groupe Logirep.
- 2002**
- “PARIS”** Co-réalisateur
Présenté à Sydney
Film audiovisuel promotionnel pour l’office de tourisme et des congrès de Paris.
Promotions du groupe LVMH, Chanel, Piazza Athénée, Alain Ducasse, Le Bristol.
- “PROVENCE PACA”** Assistant réalisateur.
Présenté à Sydney.
Film Audiovisuel promotionnel pour l’office de tourisme Provence, Alpes, Côtes d’azur, PACA.
- “QUANTAS / AIR FRANCE”** Co-réalisateur.
Présenté en France, Sydney.
Film audiovisuel promotionnel pour les compagnies Aériennes :
Air France et Quantas.
- “AIR TAHITI NUI”** Co-réalisateur.
Présenté en France, Tahiti, Allemagne, Suisse, Espagne.
Film audiovisuel pour la promotion internationale de la compagnie aérienne Air Tahiti Nui.
- “IL ETAIT UNE FOIS MARSEILLE”** Co-réalisateur.
Présenté en France.
Film audiovisuel pour la fédération Française de la plongée sous-marine.
- 2001**
- “UNE GOUTTE DANS LA MER”** Réalisateur.
Présenté au Festival International de l’Image Sous-Marine.
Prix du meilleur film audiovisuel sous-marin récompensé par le Plongeur d’or.
Film audiovisuel sur la protection des mammifères marins.
- “TOP ACCUEIL”** Co-réalisateur.
Film audiovisuel promotionnel sur les séjours vacances du groupe Top.
- “CHATEAUX ET HOTELS DE FRANCE”** Co-réalisateur.
Présenté en France, Sydney.
Film audiovisuel promotionnel sur les Châteaux et hôtels de France. pour Alain Ducasse.
- “AFRIQUE DU SUD 2”** Assistant réalisateur.
Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel sur l’Afrique du sud pour La Satour.
(Office de tourisme de l’Afrique du Sud).
- “LES ILES SOUS LA MER”** Co-réalisateur.
Présenté en France, Belgique, Allemagne, Suisse, Tahiti.
Film audiovisuel promotionnel sur la plongée sous-marine en Polynésie Française pour son office de tourisme : Tahiti et ses îles.
- “TAHITI ET SES ILES”** Co-réalisateur.
Film audiovisuel promotionnel (Marché européen) sur la Polynésie Française pour son office de tourisme : Tahiti et ses îles.
- 2000**
- “REVE D’HIER ET D’AUJOURD’HUI”** Co-réalisateur.
Présenté en France, Belgique, Allemagne, Suisse, Autriche, Italie, Danemark, suède, Norvège, Londres, Los Angeles, Hawaii, Tahiti.
Film audiovisuel promotionnel (Marché international) sur la Polynésie Française pour son office de tourisme : Tahiti et ses îles.

“DE PARIS A SANTIAGO” Co-réalisateur.

Présenté au Chili.

Film audiovisuel pour l'inauguration de la ligne aérienne en vol direct Paris-Santiago du Chili sans escale pour Air France.

“TORONTO 25 ANS” Co-réalisateur.

Présenté en France et Toronto.

Film audiovisuel pour le 25ème anniversaire de la ligne aérienne Paris-Toronto. Air France.

“FLORIDA” Co-réalisateur.

Présenté en France.

Film audiovisuel promotionnel sur la Floride et la NASA.

Pour Patrick Mioulane. MAP.

“LES TROPHEES” Assistant réalisateur.

Présenté en France.

Film audiovisuel sur la fabrication des trophées pour le séminaire des Protéas.

Pour Patrick Mioulane. MAP.

“2001, L’ODYSSEE DES PROTEAS” Assistant réalisateur.

Présenté en France.

Film audiovisuel sur la fleur de Protea, emblème de l’Afrique du Sud.

Pour Patrick Mioulane. MAP.

“QUANTAS / Air FRANCE” Co-réalisateur.

Présenté en France, Sydney.

Film audiovisuel promotionnel pour les compagnies Aériennes :

Air France et Quantas.

“PARIS” Co-réalisateur.

Présenté à Montréal, Sydney, Toronto.

Film audiovisuel promotionnel pour l’office de tourisme et des congrès de Paris.

“MONTREAL 50 ANS” Co-réalisateur.

Présenté a Montréal. Promotion LE BRISTOL

Film audiovisuel pour le 50ème anniversaire de la ligne aérienne Paris-Montréal pour Air France.

“DE CHATRES À ARPAJON” Assistant réalisateur. Présenté en France.

Film audiovisuel historique pour la ville d’Arpajon.

“KENYA TANZANIE” Assistant réalisateur. Présenté par F.R.A.M.

Film audiovisuel promotionnel sur le Kenya et la Tanzanie pour le groupe F.R.A.M.

“PARIS” Co-réalisateur. Présenté en France, Houston, Sydney.

Film audiovisuel promotionnel sur Paris pour l’office de tourisme de la Mairie de Paris.

“BLEU BLANC ROUGE” Assistant réalisateur.

Présenté en France, Montréal, Toronto, Houston, New-York, Sydney.

Film audiovisuel promotionnel sur la France pour Air France.

“MALVINA” Co-réalisateur. Présenté à Antibes

Festival mondial de l’image sous-marine

Film audiovisuel promotionnel sur l’artiste peintre Malvina

1999

“ACCOR TOUR” Assistant réalisateur. Présenté en France.

Film audiovisuel promotionnel pour le groupe Accor.

Département Accor Tour.

“COULEURS LOCALES” Assistant réalisateur. Présenté en France.

Film audiovisuel promotionnel pour le groupe Accor.

Département Couleurs Locales.

“**TERRIEN**“ Assistant réalisateur. Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel pour le groupe Accor.
Département Terrien.

“**FRANTOUR**“ Assistant réalisateur. Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel pour le groupe Accor.
Département Frantour.

“**CORALIA**“ Assistant réalisateur. Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel sur les pays du Moyen-Orient pour le
groupe Accor.
Département Coralia.

“**TROPHEES 99**“ Assistant réalisateur. Présenté en France.
Film audiovisuel sur les trophées des Protéas.
Pour Patrick Mioulane. MAP

“**LES PROTEAS 99**“ Assistant réalisateur. Présenté en France.
Film audiovisuel sur la fleur de protéa, emblème de l’Afrique du Sud.
Pour Patrick Mioulane. MAP

1998 “**USA**“ **Assistant réalisateur.** Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel sur les Etats-Unis pour le groupe KUONI.

“**AFRIQUE DU SUD 1**“ Assistant réalisateur. Présenté en France.
Film audiovisuel promotionnel sur l’Afrique du Sud pour La Satour.
(Office de tourisme de l’Afrique du Sud).

1997 - 1999 **PRESSE JEUNE.**
ASSISTANT PHOTOGRAPHE DE BERNARD MOUILLON.

Presse SALUT, SUPER, STARS CLUB, MISS STARS CLUB, CAPITAIN EO,
TOO MUCH,...ETC.

Label musique SONY, EMI, BMG, BAXTER, AIRPLAY, VIRGIN, M6 INTERACTION,
UNIVERSAL,...ETC.

DIVERS: **INFORMATIQUE**
Graphisme et montage vidéo.
Maîtrise parfaite du logiciel PHOTOSHOP.
Maîtrise parfaite du logiciel ILLUSTRATOR.
Maîtrise parfaite du logiciel IN DESIGN.
Maîtrise parfaite du logiciel FINAL CUT PRO.
Maîtrise parfaite du logiciel DATATON.
Maîtrise parfaite du logiciel DVD STUDIO PRO.
Maîtrise parfaite du logiciel MOTION.

TOURNAGES ET REPORTAGES

France, Allemagne, Belgique, Suisse, Italie, Argentine, Suède, Autriche,
Jordanie, Finlande, Norvège, Espagne, Yougoslavie, Royaume-Uni, Japon,
Chili, Etats-Unis, Canada, Danemark, Egypte, Liban, Israël, Maroc, Tunisie,
Hawaii, Croatie, Malte, Grèce, Baléares, Russie, Ile de la Reunion, Malaisie,
Mexique, Australie, Tahiti, République Dominicaine, Colombie.

4.4. **Film Musical - Filmographie du chef opérateur Philippe Piffeteau**

DONNEES PERSONNELLES

Philippe Piffeteau
185 bis, rue Ordener
75018 Paris France
Tél. : + 33 1 55 79 19 95
Mobile : + 33 6 07 79 20 21

pifeto@neuf.fr
www.piffeteau.com

LONGS MÉTRAGES

- | | |
|-------------|--|
| 2006 | JE DÉTESTE LES ENFANTS DES AUTRES
Réalisé par Anne Fassio
Produit par Delante Films |
| 2005 | BRICE DE NICE
Réalisé par James Huth
Produit par Mandarin Films |
| 2004 | BIG KISS
Réalisé par Billy Zane
Produit par Clipper Films |
| 2001 | YAMAKASI
Réalisé par Ariel Zietoun
Produit par Europa Corp - Luc Besson |
| 2000 | JACQUELINE DANS MA VITRINE
Réalisé par Philippe Pollet-Villard
Produit par Première Heure |

COURTS MÉTRAGES

OMBRES

Réalisé par Charles Serruya
Produit par Caroline Spitzer

DRESSING ROOM

Réalisé par Jean-Pierre Pozzi
Produit par PHP Production

NTM, LE LONG FORMAT

Réalisé par Seb Janiak
Produit par Bandits Productions

UNE JOURNÉE ENTIÈRE SANS MENTIR

Réalisé par Philippe Kotlarski
Produit par Première Heure

CUIT À LA VAPEUR

Réalisé par Hervé Hadmar
Produit par Rememberlieu

MA PLACE SUR LE TROTTOIR

Réalisé par Philippe Pollet-Villard
Produit par Première Heure

Grand prix, Clermont-Ferrand 1998

MOMENTUM

Réalisé par Yoram Eshkol-Rokach
Produit par A Giorno Films

HAROLD THE AMAZING CONTORTIONIST PIG

Réalisé par Carl Prechezer
Produit par 2AM Films, London

D'HABITUDE

Réalisé par Bujar Booky Salihi

LA BAGUETTE

Réalisé Philippe Pollet-Villard
Produit par Can PH Productions

LE MOZART DES PICKPOCKETS

Réalisé par Philippe Pollet-Villard
Produit par Karé Films
Grand prix, Prix du public et Prix Fnac, Clermont-Ferrand, 2007
César et Oscar meilleur documentaire, 2008

DOCUMENTAIRES

RAFT

Réalisé par Jean-Pierre Pozzi

USHUAIA

Réalisé par Frédéric Pottier
Produit par Bleu Nuit

BUDAPEST

Réalisé par Mark Sitley
Produit par MA Films

DIVERS

Plus de 200 films publicitaires, une vingtaine de clips musicaux et quelques films institutionnels

4.5. Film Documentaire - Bio / Filmographie du réalisateur Peter Greenwood

Réalisateur Multicams freelance pour la TSR depuis plus de vingt ans, il a réalisé de nombreuses émissions et de nombreux reportage.

"Juke box heros", "Mise au point" (en direct), "Photos de famille", ...

Séjour 10 mois à Radio Canada, équipe de réalisation des magazines socio-politiques.

"L'échappée belle" avec, entre autres, Antoine De Caunes, Stephan Eicher, Patricia Kaas, Thierry Lhermite, Philippe Djian, ...

Dès Septembre 2009, "A bon Entendeur", ...

5. CALENDRIER MISE EN ŒUVRE

Septembre 07	Rencontre Réalisateur Steve Duchesne
Décembre 07 - Janvier 08	Ecriture Scénario du Film Musical par Vincent V
Janvier 08	Soutien Ville de Neuchâtel Soutien Service de l'énergie
Février 08	Rencontre Directeur de la Photographie Philippe Piffeteau Première demandes offres matériel technique
Mars 08	Proposition du rôle à Mme Kristin Scott Thomas
Avril 08	Proposition et acceptation du rôle de Mme Esther Mamarbachi Proposition rôle M. David Pujadas Rencontre Affaires culturelles Canton de NE
Mai 08	Premiers repérages à Neuchâtel
Juin 08 – Juin 09	Préparation du dossier de Production Début écriture scénario documentaire
Septembre 09	Boucllement du dossier de production
Octobre 09	Début des Envois / Dépôts de dossier de production auprès de nombreux organismes
Janvier 2010	Proposition rôle Présentateurs télé étrangers. Repérages précis des lieux de tournage, Autorisations.
Mars 2010	Début des Envois auprès des sociétés de production.
-> Fin décembre 2010	Boucllement du financement. Début Tournage scènes Plateaux télé Suisse et France Dernier délai pour choix actrice "célèbre". Dernières recherches de financement / Sponsors Mise en place graphisme lié au tube de dentifrice / contact avec marques de produits divers pour présence dans le clip/ sponsoring
Mai 2011	Tournage autres scènes Plateaux télé Recherche Festivals courts métrage et écologique Boucllement des choix matériel technique. Planning du tournage Film musical. Enregistrement chanson "I swear". Mixage et Mastering Début tournage Documentaire. Enregistrement chanson "I swear". Mixage et Mastering Rendez-vous avec Labels
Mai 2011	Tournage Film musical Fin tournage documentaire. Montage Film musical et documentaire. Générique Film musical et documentaire Réalisation du support "conférence interactive"
Juin 2011	Post-Production – Sortie sur Bande Film musical et documentaire RDV Labels : signature et préparation Promo du film musicale en tant que vidéoclip. RDV Télé / Vente Documentaire au télé Envois Festivals courts métrage / écologie / documentaire.
Dès Septembre 2011	Début Promo Single "I swear". "Première" dans un cinéma Neuchâtel. Proposition du documentaire aux écoles.
Dès Septembre 2011	Sortie du Film Musical en tant que Vidéoclip / Single Suivit du parcours du documentaire.

6. ANNEXES

- Scénario du film musical "I swear"
- Premiers Visuels du film musical "I swear"
- Budget avec détail du projet
- Plan de financement
- Statuts de l'association "On Stage"
- Certificat Siren de "Craft Communication"
- Lettre d'entente entre "On Stage" et "Craft Communication"
- Lettre confirmation d'engagement du Service Energie Neuchâtel
- Lettre confirmation d'engagement de la Ville de Neuchâtel
- Lettre confirmation d'engagement du Canton de Neuchâtel
- Lettre confirmation d'engagement de la Loterie Romande
- Lettre soutien logistique de Tourisme Neuchâtel
- BV On Stage et/ou RIB Craft Communication