

SOCRATECH × DROP MUSIC

Rapport stratégique Bibliothèque vidéo

Drop Music

Édition mai 2026

SOMMAIRE

Plan du rapport

01. Cadre éditorial

Positionnement validé, piliers, tabous, doctrine, cibles

02. Trois vidéos manifesto

Vidéos pilier à épingler, trames de tournage

03. Bibliothèque de 35 idées vidéo

Idées exploitables, classées par section

04. Pack saison

Quoi filmer par type d'événement, cas Daft Punk inclus

La bibliographie des sources est livrée à part : sources_dropmusic.docx

Le positionnement

Cadre validé après le call de recadrage avec Sheryl et Jérémie. Cinq piliers, trois tabous non négociables, une doctrine de mise en scène, trois cibles. Toute idée vidéo du rapport coche ces critères.

Cinq piliers du positionnement

Pilier 01. Drop Music est une maison, pas une prestation de DJ

Maison de direction artistique événementielle. Le concept central est le DJ Live, un DJ chef d'orchestre qui pilote musiciens, chanteurs, performers. La marque parle, pas l'individu.

Pilier 02. L'offre est entièrement premium, mais l'offre n'apparaît pas

Aucun format n'est low-cost. Cette mécanique ne paraît jamais dans le contenu. Le contenu fait ressentir la valeur, jamais il ne la chiffre.

Pilier 03. Le client paie une production complète

Pas un DJ. Une orchestration de tenues sur mesure, production studio, scénographie, lumière, motion design, performers et coordination de tous les prestataires.

Pilier 04. L'ambition est de construire la marque, pas le personnage

Aujourd'hui les prospects viennent chercher Jérémie. Demain ils viennent chercher Drop. La communication raconte une maison, pas un homme.

Pilier 05. Le contenu montre plutôt qu'il n'explique

Coulisses, captations live, ateliers, réactions réelles. Pas de talking head pédagogique, pas d'argent, pas de réfutation. La valeur se montre, elle ne se justifie pas.

Trois tabous non négociables

Trois interdits qui filtrent à la source. Si une idée bute sur l'un des trois, elle est écartée, quel que soit son potentiel.

Tabou 01. Pas d'argent, jamais

Aucune mention de prix, de budget, de tarif. Pas de comparaison par le prix. Le client premium ne se demande pas pourquoi c'est cher, il se demande pourquoi c'est unique.

Tabou 02. Pas de biographie Jérémie

Pas de j'ai mixé, j'ai vu, ma vision. Pas d'anecdote sur le parcours personnel. Quand Jérémie apparaît, c'est en CEO et directeur artistique.

Tabou 03. Pas de posture pédagogue

Pas de talking head qui réfute ou explique une idée reçue. L'expert partage ce qu'il fait, il ne corrige pas le grand public. Le montré remplace le dit.

Doctrine du face cam immersif

Compromis trouvé pendant le call. Le face cam reste autorisé, mais sous conditions strictes qui préservent l'image premium.

Autorisé. Face cam en immersion.

Le visage et la voix apparaissent dans un contexte signifiant : le studio, la table du scénographe, la balance, la régie. Jérémie qui briefe son équipe, un artiste en répétition, une voix off sur des plans d'événements Drop.

Proscrit. Face cam classique.

Chaise face caméra, mur uni, décor neutre, posture pédagogique, plans d'archives génériques. Tout ce qui est détaché du contexte de production.

Référence acceptée. Angel Fievez, Turismo.

Un CEO immergé dans son business qui filme ses livraisons et explique en contexte. Plans tirés de sa propre activité. Mécanique transposable au DJ Live.

Trois cibles à adresser en parallèle

Chaque idée vidéo identifie sa cible prioritaire, sans que chaque vidéo s'adresse aux trois.

Cible 01. B2C premium.

Clientèle directe haut de gamme. Mariages, bar mitzvah, anniversaires luxe. France et destinations internationales.

Cible 02. B2B corporate.

Décideurs marques pour galas, lancements, conventions, soirées d'entreprise. Achète la sécurité d'un dispositif maîtrisé et l'image de prestige.

Cible 03. Wedding planners premium.

Prescripteurs d'événements premium. Cherchent un partenaire fiable qui maîtrise la chaîne complète. Canal de croissance prioritaire.

Trois vidéos pilier à épingler

Trois vidéos identitaires à épingler en haut de profil. Elles tournent en boucle et constituent la vitrine de la maison. À produire avec un cadreur dédié et un monteur qui maîtrise les codes premium.

Qui est Drop Music, la maison, pas l'homme

Faire ressentir, en moins de 90 secondes, qu'on n'a pas affaire à un DJ mais à une maison de direction artistique qui orchestre une équipe complète. La marque comme entité, plusieurs visages, le nom comme signature.

TRAME DE TOURNAGE

- Hook : un détail qui n'évoque pas un DJ (main de styliste, croquis, voix en studio) avec un texte qui pose une fausse piste, Vous pensez avoir réservé un DJ.
- Acte 1 : la maison se révèle, un plan par pôle métier, tempo rapide.
- Acte 2 : Jérémie en CEO et directeur artistique, en immersion, jamais face caméra.
- Chute : une scène complète en performance, logo, tagline Orchestrer l'émotion.

Pourquoi Drop change la donne

Montrer en récit, sans les nommer, les différenciateurs Drop. La vidéo empile des détails visuels qui dessinent une évidence : ce niveau, personne ne le fait. Une impression de densité, pas une promesse argumentée.

TRAME DE TOURNAGE

- Hook : un détail invisible mais signifiant, avec le texte Ce détail change toute la soirée.
- Acte 1 : six à huit plans en cascade, un différenciateur par plan, presque sans mots.
- Acte 2 : bascule sur des plans cinéma de soirée, le spectateur comprend pourquoi ces détails existent.
- Chute : plan large d'équipe à l'œuvre, voix off, Ce n'est pas un DJ, c'est tout ça.

À quoi ressemble une soirée Drop

Une immersion sensorielle qui fait vivre l'arc émotionnel d'une soirée, du calme au pic d'euphorie. Le spectateur doit ressentir physiquement, pas comprendre. Une vidéo qui déclenche l'envie de contact.

TRAME DE TOURNAGE

- Hook : ouverture cinéma, plan suspendu avant le début, avec le texte Avant que tout commence.
- Acte 1 : la montée, arrivée des invités, tempo posé, lumière chaude.
- Acte 2 : le pic, le DJ Live entre, drop musical, mur d'écrans, performers.
- Chute : la salle entière en mouvement, texte C'était une soirée Drop, logo sur fade lumière.

35 idées vidéo

Chaque idée tient sur une page. Pourquoi elle va marcher, deux accroches possibles pour le texte à l'écran, et le plan clé en une phrase. Conçu pour être exploité en autonomie.

SECTION

Cinéma

Le moment où la salle se fige

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Quand toute une salle s'arrête en même temps pour regarder la scène, le spectateur veut comprendre ce qui produit cet effet. Il regarde jusqu'au bout et partage pour montrer ce qu'il a vu.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Une seconde. Et toute la salle s'arrête.
2. Voilà ce qui se passe au moment précis où la musique tombe.

LE PLAN CLÉ

Filmer en ralenti les visages du public juste avant le drop, puis l'explosion collective.

Une soirée ne se planifie pas, elle se sent

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Le client qui prépare son événement a peur d'une soirée terne malgré ses efforts. Montrer qu'une vraie réussite dépend d'un savoir-faire, pas d'une checklist, le rassure et lui donne envie de confier ce moment à des pros.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. On ne décide pas qu'une soirée sera mémorable.
2. La vraie différence se joue dans la dernière heure.

LE PLAN CLÉ

Compiler les moments forts de plusieurs soirées en montant du calme vers le pic émotionnel.

Les 10 secondes qui font basculer une soirée

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Chaque grande soirée a un moment précis où tout bascule. Le spectateur a déjà vécu ça sans pouvoir l'expliquer. Lui montrer ce moment et le nommer lui donne une grille de lecture qu'il veut partager.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. 22h47, la soirée est bien. À 22h48, elle est inoubliable.
2. Le moment exact où une soirée passe au niveau supérieur.

LE PLAN CLÉ

Afficher l'heure à l'écran et filmer la transition qui fait basculer la salle, avant et après.

Ce qu'on retient d'une grande soirée, ce n'est pas le matériel

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Beaucoup pensent que ce qui fait une grande soirée, c'est la technique. Montrer que ce qu'on retient vraiment, c'est l'émotion partagée, positionne Drop comme la marque qui sait produire cette émotion.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Personne ne se souvient du matériel. Tout le monde se souvient du moment.
2. Voilà la seule chose qui reste d'une soirée.

LE PLAN CLÉ

Enchaîner des plans très soignés centrés sur les visages et les gestes, jamais sur le matériel.

SECTION

Coulisses

6 heures avant que les invités arrivent

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Le client n'a jamais vu ce qui se passe avant une soirée premium. Lui montrer la salle vide et l'équipe qui prépare lui fait comprendre la différence avec un DJ qui arrive seul avec une enceinte.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Il est 14h. Voilà ce qui se passe avant que vous n'arriviez.
2. Ces 6 heures que personne ne voit.

LE PLAN CLÉ

Suivre l'équipe pendant la journée avec l'heure affichée à l'écran, finir sur la salle pleine le soir.

Ce que le DJ entend dans son oreillette pendant la soirée

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Le spectateur sait qu'il y a un DJ, mais ignore ce qui se dit dans son oreillette pendant qu'il joue. Lui donner accès à ça lui fait découvrir un métier et déclenche le partage.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Voilà ce que le DJ écoute pendant qu'il vous fait danser.
2. On vous met dans son oreille pendant 30 secondes.

LE PLAN CLÉ

Faire entendre les échanges de la table de mixage avec sous-titres, en montrant le DJ qui ajuste en direct.

Le rituel de la balance avant l'arrivée des invités

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

La balance, c'est le moment silencieux où tous les musiciens calent leur son ensemble. Le spectateur ressent la précision de l'équipe sans qu'on le lui dise. Une vidéo agréable qu'on regarde plusieurs fois.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. 1h avant la soirée, tout le monde se tait pour ce moment.
2. Le moment où chaque instrument se cale sur le suivant.

LE PLAN CLÉ

Filmer en gros plan les mains, les instruments et les sons bruts, sans voix ni musique ajoutée.

SECTION

Réactions du public

R1 · RÉACTIONS DU PUBLIC

Le visage des invités quand le saxophone entre

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Au moment où un instrument live perce la musique du DJ, le public est pris par surprise et ça se voit sur les visages. Dix visages au même instant valent plus que dix arguments.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Le sax entre. Et la salle ne sait plus quoi faire.
2. Regardez bien le moment où ils comprennent.

LE PLAN CLÉ

Filmer dix visages différents du public au moment exact où le saxophone entre.

La salle entière qui découvre le mur d'écrans

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Quand le mur d'écrans s'allume pour la première fois, le public est saisi. Filmer cet instant par les visages, pas par l'écran, fait projeter le spectateur sur son propre événement.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Voilà ce qui se passe quand le mur s'allume pour la première fois.
2. L'effet dure 3 secondes. Et il vaut tout le reste.

LE PLAN CLÉ

Filmer les visages dans la pénombre, puis leur réaction quand le mur s'allume.

L'ovation qui n'était pas prévue

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

À certains moments, la salle applaudit spontanément, hors programme. Le public sent qu'il vit quelque chose de rare. Capturer ce moment prouve que Drop crée des événements qui dépassent le cahier des charges.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Personne n'avait prévu cet applaudissement.
2. La salle s'est levée. Personne ne le lui a demandé.

LE PLAN CLÉ

Filmer la soirée en continu pour saisir le moment où le public se lève de lui-même.

SECTION

Préparation invisible

Le plan B qui sauve la soirée

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Le client premium achète d'abord de la sécurité. Montrer qu'un plan de secours existe pour chaque dispositif répond à sa peur cachée : et si quelque chose tombait en panne le jour J.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Pour chaque imprévu, il y a un plan B.
2. On a basculé sur le plan B 12 fois. Personne ne l'a jamais vu.

LE PLAN CLÉ

Reconstituer un petit incident puis montrer l'équipe basculer sur le dispositif de secours en quelques secondes.

72 heures avant la soirée

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Trois jours avant l'événement, plusieurs équipes travaillent en parallèle. Le client ignore cette épaisseur. La montrer en accéléré justifie le positionnement premium sans citer aucun chiffre.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. 3 jours avant la soirée, voilà déjà ce qui se passe.
2. Cette soirée existe avant même que vous n'arriviez.

LE PLAN CLÉ

Découper les trois jours en quatre étapes datées à l'écran, finir sur le pic de soirée.

Le détail technique qui change toute une lumière

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

L'éclairagiste récupère les projecteurs déjà présents dans la salle pour les piloter en plus de son kit. Résultat : beaucoup plus de lumière sans matériel ajouté. Personne ne sait que c'est possible.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Ce détail invisible double la lumière dans la salle.
2. Voilà ce qu'aucun éclairagiste de mariage ne pense à faire.

LE PLAN CLÉ

Montrer la salle avec les projecteurs de la salle seuls, puis avec ceux de Drop, puis les deux ensemble.

Comment un pro lit une salle en 5 minutes

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Un sonorisateur expérimenté tape dans ses mains dans une salle vide et entend déjà comment elle se comporte. Cette compétence rare se montre, elle ne s'explique pas. Elle crédibilise instantanément.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Voilà ce qu'un pro entend dans une salle vide.
2. 30 secondes pour savoir si la salle marchera.

LE PLAN CLÉ

Filmer le sonorisateur qui teste l'acoustique à plusieurs endroits et dit ce qu'il entend.

SECTION

Signature DJ Live

S1 · SIGNATURE DJ LIVE

Un violoniste classique sur un beat de hip-hop

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Associer deux univers que personne n'associe crée un effet de surprise mémorable. C'est une signature visuelle et sonore que personne d'autre ne propose dans l'événementiel.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Un violoniste classique. Sur un beat de hip-hop.
2. Voilà ce qui se passe quand on mélange ce qu'on ne mélange jamais.

LE PLAN CLÉ

Filmer le violoniste en attente, puis son entrée, puis la foule qui réagit.

Le saxophone qui change tout dans une montée techno

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Sur une montée techno, le public attend le drop. Si un saxophoniste entre en live à la place, l'attente est doublement récompensée et le moment devient inoubliable.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Vous attendiez un drop. Voilà ce qui arrive à la place.
2. Ce qui fait qu'on retient une soirée, c'est ce moment.

LE PLAN CLÉ

Filmer la tension de la montée, l'entrée du sax, et la foule qui bascule.

Comment un DJ Live lit une salle en trois minutes

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Un DJ Live expérimenté regarde une salle et sait quoi faire : qui danse, qui hésite, quelles tables attendent. Cette compétence rare crée une autorité par la démonstration, pas par le discours.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Voilà ce qu'un DJ regarde quand il scanne une salle.
2. Ce n'est pas un don. C'est un métier de 15 ans.

LE PLAN CLÉ

Filmer la salle en plongée pendant qu'une voix off décrit ce que le DJ observe, puis son ajustement.

Une heure de soirée condensée en 60 secondes

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Une soirée qui marche a une architecture précise : tempo qui monte, morceaux qui changent, lumière qui évolue. Montrer cette architecture en accéléré révèle que Drop pense chaque soirée comme un récit.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Une heure de soirée Drop, en 60 secondes.
2. Vous croyez que c'est aléatoire. Voilà le plan caché.

LE PLAN CLÉ

Découper une heure en cinq paliers datés à l'écran, finir sur le pic d'énergie.

SECTION

Lieux

L1 · LIEUX

Une soirée sous la Tour Eiffel

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Quand le lieu est iconique, le contenu prend une autre dimension. Filmer une soirée sous la Tour Eiffel prouve la capacité de Drop à intervenir dans ce type de lieu, sans avoir à le dire.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. On a fait une soirée sous la Tour Eiffel.
2. Quand le lieu est iconique, le dispositif doit l'être aussi.

LE PLAN CLÉ

Plan large sur le monument illuminé avec la scène en contrebas, puis la soirée en cours.

L4 · LIEUX

Mykonos, Saint-Tropez, Marbella, on s'y déplace

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Le marché du mariage en destination est en forte croissance. La clientèle premium veut un prestataire qui se déplace et maîtrise les codes locaux. Cette vidéo positionne Drop comme un acteur international.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Mykonos. Saint-Tropez. Marbella. On déplace toute la maison.
2. L'événement signature ne se déplace pas. On vient à lui.

LE PLAN CLÉ

Montage rapide entre trois destinations, plan signature par lieu et pic de soirée.

L5 · LIEUX

Le mariage signature au Pavillon des Étangs

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Pour le mariage d'Agathe et Raphaël, Drop a découpé le mur d'écrans pour créer un décor sur mesure. Une innovation reproductible que les wedding planners retiennent et veulent pour leurs clients.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Voilà ce qu'on a fait pour Agathe et Raphaël.
2. Cette approche est reproductible sur toute salle équipée.

LE PLAN CLÉ

Montrer le mur d'écrans qui prend la forme d'un décor sur mesure, du brief à la soirée.

SECTION

Atelier studio

A1 · ATELIER STUDIO

Une journée studio pour un morceau qui sert toute une vie

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Drop produit en studio des morceaux uniques. Une journée de travail, et le client a un morceau qui n'existe que pour lui, pour son entrée le jour J et pour toute sa vie. Une personnalisation que personne d'autre ne propose.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Une journée. Un morceau unique. Pour toute une vie.
2. Ce qu'on fait en studio avant chaque soirée majeure.

LE PLAN CLÉ

Montrer le process condensé du studio puis la sortie du morceau sur l'entrée des mariés.

La voix d'un artiste enregistrée pour l'entrée des mariés

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Pour les mariages premium, Drop fait poser une voix d'artiste en studio sur le morceau d'entrée. Le résultat est un moment unique que personne d'autre ne propose.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Cette voix, vous l'entendrez sur leur entrée.
2. Ce moment n'arrivera jamais deux fois.

LE PLAN CLÉ

Filmer la prise vocale en cabine, puis le moment où la voix sort sur l'entrée des mariés.

Ce qu'un arrangement live ajoute à un morceau

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Beaucoup pensent qu'un DJ et une playlist, c'est pareil. Montrer ce qu'un arrangement live ajoute à un morceau qu'on aurait pu juste passer fait l'argument par le contraste, sans rien réfuter.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. La même chanson. Et ce n'est pas la même soirée.
2. Voilà ce que vous n'entendez jamais en streaming.

LE PLAN CLÉ

Faire entendre la version d'origine, puis la version live arrangée jouée sur scène.

Le making-of d'un morceau Daft Punk pour un bar mitzvah

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Un client a envoyé Let the sunshine in et une référence Daft Punk. Drop en a fait un morceau unique avec une voix robotique. Le making-of complet, du studio à la soirée, est l'une des vidéos les plus partageables.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. La cliente a envoyé deux références. Voilà ce qu'on en a fait.
2. Comment on a fait sonner Daft Punk sur Let the sunshine in.

LE PLAN CLÉ

Suivre le morceau du studio à la soirée, finir sur l'entrée du jeune et l'émotion de la salle.

SECTION

Atelier styliste

Comment on choisit le look d'une soirée

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Drop travaille avec une styliste qui conçoit des tenues sur mesure pour chaque type de soirée. C'est un métier que personne d'autre dans l'événementiel ne propose. Le révéler crée une différenciation immédiate.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Avant chaque soirée, on choisit la tenue.
2. L'apparence des artistes fait partie de la performance.

LE PLAN CLÉ

Filmer l'atelier, le panel de tenues, le choix et l'essayage, puis le performer en scène.

L'envers d'une tenue de scène sur mesure

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Les mains de la couturière qui assemblent une tenue. Un savoir-faire artisanal, silencieux, hypnotique. Le spectateur ressent l'attention au détail. Une vidéo qu'on regarde plusieurs fois.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Cette tenue n'existe nulle part ailleurs.
2. Faite à la main pour une seule soirée.

LE PLAN CLÉ

Filmer en gros plan les mains, les aiguilles et les matières, puis la tenue finie en scène.

Tout ce qui est sur scène suit la même direction artistique

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Dans une soirée Drop, DJ, musiciens, chanteurs et performers ont tous une cohérence visuelle. Cette cohérence se ressent sans qu'on puisse la nommer. La vidéo donne la clé de lecture au spectateur.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Tout ce que vous voyez suit la même direction artistique.
2. Personne ne le dit. Tout le monde le ressent.

LE PLAN CLÉ

Filmer chaque artiste en gros plan puis un plan large pour montrer la cohérence d'ensemble.

SECTION

Scénographie

Du croquis au montage, 48 heures pour construire une scène

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Chaque scène Drop commence par un croquis, devient un plan en 3D, puis se monte le jour J. Montrer ce processus démontre que chaque scène est unique et pensée, pas reproduite d'un événement à l'autre.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Chaque scène commence par un croquis sur papier.
2. 48 heures de conception. Une nuit de soirée.

LE PLAN CLÉ

Suivre les étapes du croquis à la 3D puis au montage, finir sur la scène en performance.

Le mur d'écrans découpé pour Agathe et Raphaël

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Drop a découpé le mur d'écrans en post-production pour créer un décor sur mesure. Une innovation reproductible sur toute salle équipée. Un cas signature qui parle directement aux wedding planners.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Ce mur d'écrans n'a pas été utilisé tel quel.
2. Voilà ce qu'on a inventé pour ce mariage.

LE PLAN CLÉ

Montrer le repérage du mur, le brief au motion designer, puis le résultat en soirée.

L'éclairagiste, le métier qu'on ne voit jamais

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Pendant toute la soirée, l'éclairagiste ajuste les lumières en direct. Personne ne le voit, pourtant c'est lui qui produit l'atmosphère que le public ressent. Lui dédier une vidéo révèle un métier rare.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Personne ne le voit. Tout le monde ressent son travail.
2. Le métier le plus important. Le moins visible.

LE PLAN CLÉ

Alterner l'éclairagiste à sa console et l'effet de ses réglages sur la salle.

Les douches de lumière sur les moments clés

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Drop pose des halos de lumière précis sur les moments importants : entrée des mariés, discours, première danse. Ces halos sont préparés. La vidéo donne au spectateur la grille de lecture qu'il n'avait pas.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Ce halo, ce n'est pas un hasard.
2. Le détail qui transforme un discours en émotion.

LE PLAN CLÉ

Montrer trois moments clés sous halo de lumière, puis l'éclairagiste qui les déclenche.

SECTION

Mapping et écrans

Le mur d'écrans n'est pas un fond, c'est un instrument

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Beaucoup d'événements utilisent le mur d'écrans comme un simple fond avec des images en boucle. Drop le pilote comme un instrument, synchronisé avec la musique. La différence se montre, sans réfuter les autres.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Voilà ce qu'on fait avec un mur d'écrans.
2. Vous croyez que c'est un fond. C'est une scénographie.

LE PLAN CLÉ

Enchaîner des exemples Drop où l'image réagit à la musique, puis la foule qui réagit.

Le masque 3D pour une intro de soirée privée

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Drop a conçu un masque 3D animé pour une intro, voix d'artiste posée en studio et post-production futuriste. Une innovation reproductible et une signature visuelle forte que personne d'autre ne propose.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. Cette intro a été créée pour une seule soirée.
2. L'effet Tomorrowland, en format soirée privée.

LE PLAN CLÉ

Montrer le brief, le travail des motion designers et la voix, puis la diffusion en soirée.

Comment l'image se synchronise sur le son en direct

POURQUOI CETTE VIDÉO VA MARCHER

Le VJ pilote en direct la projection sur la musique du DJ. Cette synchronisation se voit, elle n'a pas besoin d'être expliquée. La compétence experte en direct est un signal fort que le public retient.

DEUX ACCROCHES POSSIBLES

1. L'image suit le son. En direct.
2. Un VJ, c'est un musicien visuel.

LE PLAN CLÉ

Alterner la console du VJ, le mur d'écrans et la foule au moment d'un drop.

Pack opérationnel par type d'événement

Cinq typologies et un cas spécial. Pour chaque type, les plans à capturer le jour J et les questions à se poser en amont.

CIBLE B2C

Mariage premium

PLANS À CAPTURER

- L'arrivée des invités en lumière chaude.
- L'entrée des mariés synchronisée avec le morceau d'entrée, réf. R1 et C1.
- Le saxophone qui perce la trame DJ, réf. R1, S1, S2.
- Le halo de lumière sur la première danse, réf. Z6.
- Le pic euphorique en fin de soirée, réf. C1, R4, S5.

QUESTIONS À SE POSER EN AMONT

- Mur d'écrans présent ? Mobiliser Z3 et M2.
- Morceau personnalisé en cours ? Prévoir A1, A3, A6.
- Lieu iconique ? Prévoir L1, L4, L5.

CIBLE B2C

Bar mitzvah

PLANS À CAPTURER

- L'entrée du jeune chorégraphiée, réf. C1, C5.
- Le moment où la voix d'artiste posée se fait entendre, réf. A3, A6.
- L'effet visuel signature, masque 3D ou mur d'écrans découpé, réf. M2, Z3.
- Le pic dancefloor avec parents et invités, réf. S5, R4.
- La balance et l'équipe juste avant scène, réf. P3.

QUESTIONS À SE POSER EN AMONT

- Référence client pour le morceau ? Déclencher A1 ou A6.
- Scénographie spécifique demandée ? Mobiliser Z1.
- En destination ? Ajouter L4.

CIBLE B2B

Gala corporate et remise de prix

PLANS À CAPTURER

- L'entrée des invités sur allée signature, réf. C3.
- Le discours du dirigeant sous halo de lumière, réf. Z6, I4.
- La transition du formel vers le festif, réf. S5.
- Le pic dancefloor corporate, réf. R4, S5.
- Les coulisses de préparation, réf. P1, I2.

QUESTIONS À SE POSER EN AMONT

- Niveau de visibilité de la marque ? Anonymisation ou identification ?
- Brief direction artistique de l'entreprise ? Mobiliser W4.
- Le dirigeant accepte d'apparaître ? Prévoir des plans dédiés.

CIBLE B2B

Lancement de marque et brand activation

PLANS À CAPTURER

- La salle vide avant les invités, dispositif Drop installé, réf. P1.
- Le moment de révélation produit, synchronisation lumière et son, réf. M2, Z6.
- Les performeurs visuels en action avec tenues raccord, réf. W4.
- Le mur d'écrans piloté en direct, réf. M1, M4.
- Le pic d'activation, public en réaction, réf. R4.

QUESTIONS À SE POSER EN AMONT

- Grammaire visuelle de la marque ? Adapter scénographie et stylisme.
- Contenus exclusifs au client ou réutilisables par Drop ?
- Dispositif immersif demandé ? Mobiliser M2.

CIBLE B2C

Soirée privée luxe

PLANS À CAPTURER

- L'arrivée intime des invités, codes ultra-luxe, réf. C3.
- La scène signature dans son décor unique, réf. L1, L5.
- Le moment hybride DJ et instrument live, réf. S1, S2.
- Le pic ultra-intime, proche du club.
- Le savoir-faire invisible en amont, réf. I1, I6.

QUESTIONS À SE POSER EN AMONT

- Niveau de discrétion attendu ? Accord exprès avant toute publication.
- Fusion culturelle ? Adapter la sélection musicale.
- Contraintes techniques du lieu ? Mobiliser I4, I6.

OPPORTUNITÉ IMMÉDIATE, CAS SPÉCIAL

Bar mitzvah Daft Punk, Let the sunshine in

Un bar mitzvah à venir dans le mois, où Drop produit un morceau unique reprenant Daft Punk avec Let the sunshine in. Couverture sur la durée recommandée, pour en faire un cas client fort.

PLAN DE COUVERTURE

Studio, journée complète.

Composition, voix d'artiste, post-production. Matière pour A1, A3, A6.

Conception scénographique avant l'événement.

Croquis, plans 3D. Matière pour Z1.

Jour J, préparation.

Balance et équipe avant scène. Matière pour P1, P3.

Jour J, événement.

Entrée du jeune, émotion collective, pic. Matière pour C1, C5, R1, R2, R4, S5.