



**LEGO**®

**Nouvelle campagne de communication LEGO Re-Use**

**SCARLATA Emma \_ BURLON-ARTAUD Marion \_ SCHIAVONE Hugo \_ COLOMBIN Bastien**

# Sommaire

## Campagne LEGO RE-Use

p.1-4

### Annexes

#### I. LEGO Re-Use

- Stratégie du produit
- Rétroplanning

#### II. Audit de Communication

- LEGO, leader mondial dans les jeux de construction
- Analyse des réseaux sociaux
- Analyse des concurrents
- SWOT

#### III. Les contenus pour les réseaux sociaux

- Les personnages
- TikTok
- LinkedIn
- Instagram



# Campagne LEGO RE-Use

Novembre 2024-Mars 2025

# LEGO Re-Use

Suite à votre demande de nouveau produit innovant, nous vous présentons "LEGO RE-USE" et sa campagne de communication, axée sur la seconde main et la créativité sans limite, de novembre 2024 à mars 2025. Lego Re-Use est un concept de **packs mystères** de briques de **seconde main**, disponibles en différents poids. Ce sont des **pièces inutilisées** par certains clients venant de sets et d'univers LEGO différents, qui vous les ont renvoyées pour leur donner une **seconde vie** en échange d'un bon de réduction de 10 % sur le set de leur choix. Ces packs sont fournis sans indications précises, avec pour directive de laisser libre cours à **l'imagination**. Pour les moins créatifs, un **QR Code** sera inscrit sur chaque boîte et renverra vers une page de votre site dédiée à des **vidéos tutoriels pour débutants**, permettant d'apprendre à construire quelques modèles de base. Une fois cette prise de confiance acquise, vos clients seront plus aptes à créer avec leur propre imagination. L'objectif est de promouvoir la **durabilité** et la **créativité**. En encourageant les amateurs de jeux de construction à utiliser des briques de seconde main, ils redécouvrent le plaisir de créer librement tout en réduisant les déchets et en donnant une **nouvelle vie** aux pièces inutilisées.

## Cibles et valeurs

Pour cette nouvelle gamme de produits, l'objectif est de toucher un maximum de personnes. LEGO étant une marque connue, chaque réseau social peut être utilisé pour cibler différents segments du public. Sur **TikTok**, vous ciblez les **jeunes adultes entre 20 et 30 ans**, qui ont grandi avec LEGO, mais n'en utilisent plus forcément aujourd'hui. Ce sera l'occasion de créer un sentiment de **nostalgie** et de leur redonner envie de construire avec des LEGO. Sur **Instagram**, vous viserez les **passionnés** de jeux de construction, âgés de **20 à 35 ans**, qui souhaitent faire partie d'une communauté de **créatifs** partageant le même intérêt. Il s'agit de renforcer le sentiment **d'appartenance** et de créer des **liens** plus forts entre la marque et ses consommateurs. Enfin, sur **LinkedIn**, vous ciblez une audience plus âgée et **professionnelle**, entre **30 et 50 ans**, comme les **parents d'enfants** qui pourront découvrir la fabrication de cette gamme et offrir des cadeaux de qualité. Nous souhaitons transmettre avec cette nouvelle gamme l'idée que chacun peut exprimer sa créativité librement, sans contraintes. Chacun a le pouvoir de créer à partir de rien, car ce n'est pas la brique qui définit LEGO, mais celui qui l'utilise. LEGO Re-Use symbolise un **retour aux sources** pour LEGO, mettant l'accent sur la création "pure" tout en promouvant le respect de **l'environnement**. LEGO Re-Use représente la seconde main, l'amusement, le partage et un véritable retour à l'enfance.

## Objectifs

### TikTok

L'objectif sur TikTok est d'augmenter de **20%** les likes sur vos publications et d'atteindre **1,5 million** d'abonnés, soit **400k** de plus, à la fin de la publication des vidéos le 28/11. Étant donné que ce qui fonctionne le mieux sur vos plateformes sont les **annonces** de nouvelles collections **originales** avec des personnages LEGO mis en scène dans des décors **immersifs**, vous publierez une vidéo en trois parties en suivant cette stratégie. Dans cette série de vidéos, **Bidule**, le chat en LEGO, racontera à son ami **Bob**, sa naissance, de la collecte des briques de **seconde main**, à leur **recyclage**, jusqu'à sa création finale par un client. L'angle de promotion sur TikTok sera axé sur **l'inspiration** et **l'aspiration**. En montrant comment a été créé un personnage comme Bidule, cela inspirera les utilisateurs à construire leurs propres personnages et modèles. Avec des acteurs plus âgés, l'image de marque sera renouvelée vers une approche **adulte** et axée sur le marché de seconde main. L'objectif sera donc plutôt **conatif**.

### LinkedIn

Sur LinkedIn, l'objectif est d'augmenter de **10%** les republications et les abonnés d'ici la fin de publications des posts le 15/12. Ce qui fonctionne le mieux sur cette plateforme, ce sont les posts dans lesquels vous dévoilez les **"backstages"** de la création des packs ou de **l'entreprise** et ses **valeurs**. C'est pour cette raison que vous publierez trois posts dans lesquels les créateurs de la nouvelle collection répondront aux **questions** de la mascotte, abordant l'idée de conception, **l'identité** de la marque, ses **valeurs**, et l'importance de cette nouvelle gamme. L'angle de promotion sera axé sur **l'information**, afin de mieux faire connaître et apprécier votre nouvelle gamme avec un but **cognitif**.

### Instagram

Enfin, sur Instagram, l'objectif est d'augmenter le taux d'engagement de **10%** d'ici la fin des publications sur cette plateforme le 18/03. Le nombre d'abonnés y est déjà élevé, mais l'objectif est de les inciter à **participer** davantage (commentaires, likes, partages). Pour ce faire, vous présenterez la gamme dans un REEL et organiserez un **concours de création** libre avec LEGO Re-Use pour la **communauté**. Suite à ce concours, vous publierez neuf mini **BD** où la mascotte explorera les univers des créations des participants sélectionnés. L'angle de promotion sera axé sur la **participation active** de la communauté, visant à créer un **lien** fort, un **sentiment d'attachement** à la marque et un sentiment **d'appartenance**. L'objectif est donc principalement **affectif**.

## Univers et personnages

L'univers de cette campagne se basera en grande partie sur le monde réel. Pour ne pas perdre vos cibles en créant un univers trop complexe, vous allez vous baser sur de **l'existant** en y ajoutant des **éléments fictifs** pour le mettre en forme. Cet univers se basera sur la **quête** de la mascotte du produit, **Bob**, le personnage LEGO fait en briques d'univers et de **couleurs** variés, qui parcourra le monde et les univers imaginés par votre communauté dans le but d'aider un ami, à travers le temps et l'histoire. À travers sa quête, son évolution se tournera vers le développement, selon le média, de sa **curiosité**, de sa méconnaissance vis-à-vis de ses **origines** et de son but, de sa **spontanéité**, mais également de son **courage** et de sa force d'esprit. D'un autre côté, on apercevra l'ami et le donneur de quête de notre mascotte, **Bidule**, le chat **multicolore** créé avec LEGO Re-Use par l'un de vos clients. Il se verra confronté à des **questions** sur sa valeur, celle de **l'amitié** et de **l'amour**, mais aussi l'importance de la **confiance** en soi et en les autres. Pour en savoir plus sur les personnages, consultez la page 31 dans les annexes.

## Gamification

Encourager et inciter le public à participer pour développer et enrichir cet univers est l'un de nos objectifs principaux. Pour y arriver, nous **inciterons** le public à **créer** et **partager** leurs réalisations sur les réseaux sociaux numériques, ainsi qu'à partager leurs avis et leurs expériences sur ce qui les rattache à notre produit et son univers. Cette participation active se manifestera notamment sur **Instagram**, où un **concours** invitera la communauté à partager leurs **créations** uniques. Les **gagnants** auront l'opportunité de voir leurs créations mises en avant sur votre compte à travers une **BD personnalisée**, dans laquelle la mascotte explorera l'univers qu'ils ont créé. Certaines de ces créations serviront à développer notre univers et notre histoire principale en devenant le centre d'histoire dans laquelle évoluera notre mascotte dans sa quête. Enfin, cette histoire servira également de tremplin pour l'annonce et la mise en place de **structures** représentatives de nos histoires dans de grandes **villes**, et c'est au public que reviendra l'objectif de trouver ces emplacements en se lançant dans une **recherche** active.

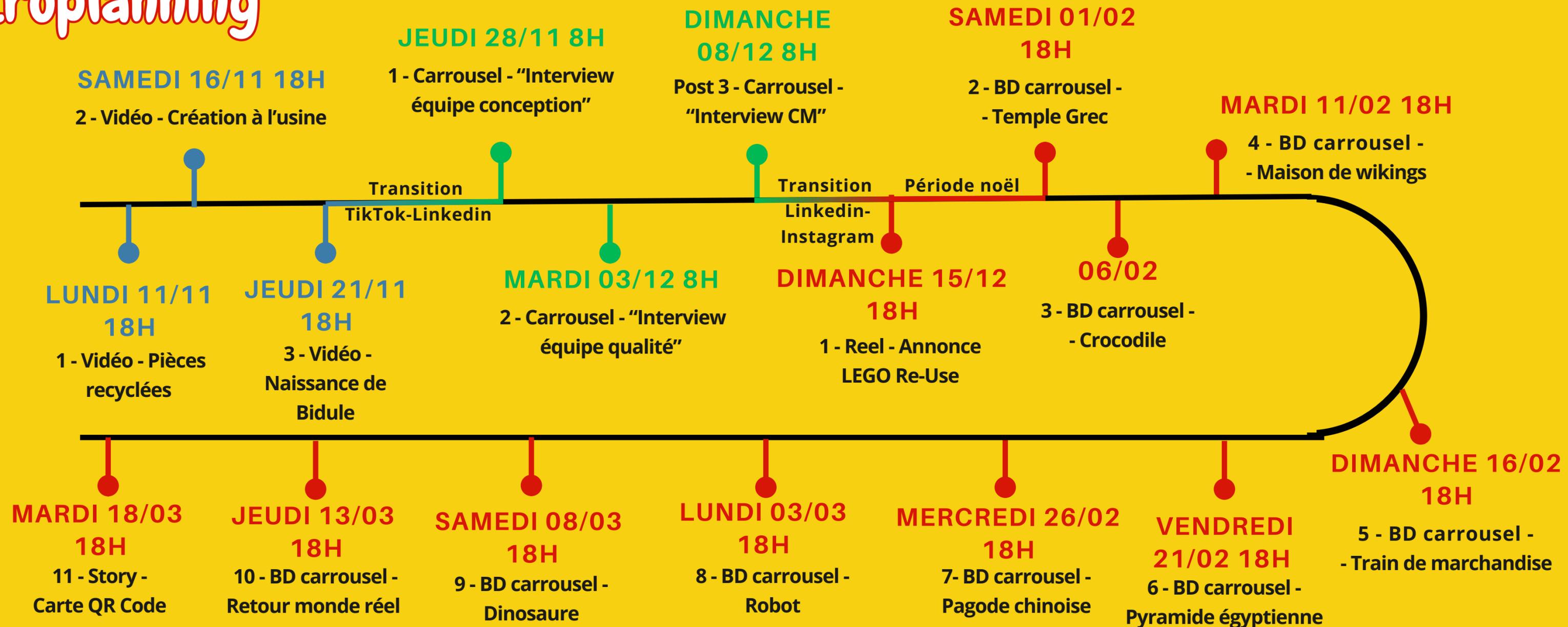
## Transmédia

Tout au long de ce récit, on retrouvera comme **fil rouge** de votre communication sur les réseaux et de cet univers fictionnel, **Bob**, symbole de votre nouveau produit. Pour ce qui est du récit global, sa fragmentation en différentes histoires indépendantes, mais reliées, résulte de la différence des cibles sur vos médias et donc, de la manière dont vous allez transmettre vos **messages** et vos **valeurs**, vis-à-vis des **cibles** tout en restant cohérent avec l'histoire. Le lien entre vos trois récits différents se fera à l'aide de fils rouges que sont la **mascotte** ainsi que la **quête** dans laquelle elle s'est engagée, mais également car ces histoires suivent un ordre **chronologique**. Ainsi, pour pleinement suivre et voir l'histoire principale se terminer, il faudra donc explorer nos différents médias et leurs contenus.

## Promesse et bénéfice

LEGO Re-Use promet une expérience gratifiante en créant des constructions **uniques** à partir de matériaux **recyclés**, favorisant ainsi **l'innovation** et **l'imagination** pour tous. En proposant des sets abordables et **écologiques**, cette initiative permet également de renouveler votre collection LEGO tout en contribuant à la préservation de **l'environnement**. Cette gamme permet de bénéficier de sets LEGO à un **coût** plus **abordable** tout en favorisant une **liberté** totale de création **sans contraintes**. Ces produits seront proposés à un prix définit selon leur poids, avec quatre sets différents : un de 200g à 8€, un de 500g à 15€, un de 1kg à 27€ et un de 5kg à 99€. Ces sets sont moins chers, car ils n'incluent que les coûts de manutention et de gestion de stock. En utilisant des pièces de seconde main recyclées, récupérées des envois des clients et triées, vous éliminez les coûts de création. Pour en apprendre plus sur la promesse et les bénéfices du produit (copy strategy), rendez-vous à la page 29 des annexes.

# Retroplanning



-  **TikTok**
-  **LinkedIn**
-  **Instagram**

La stratégie pour cette campagne vise à lancer la gamme avant Noël : en promouvant une idée de cadeau original pour vos cibles, vous capitaliserez sur les ventes importantes de cette période. Vous adopterez une approche chronologique sur les réseaux sociaux : TikTok en premier pour attirer un large public dès le début et inciter un public jeune à l'achat grâce à l'inspiration, à travers l'histoire de Bob et Bidule. LinkedIn suivra, ciblant les professionnels et parents, où la mascotte trouvera des réponses à ses questions, puis Instagram pour encourager la participation et le partage de la communauté. Après les fêtes, un mois sera dédié à la création et au partage de créations avec le hashtag #LEGORe-Use, réalisées ensuite en mini BD par l'équipe LEGO. Entre chaque transition de réseau social, une semaine sera prévue pour optimiser la diffusion de l'information et finaliser les contenus destinés aux autres plateformes. Les intervalles de cinq jours entre chaque publication garantiront une présence régulière sans saturer les utilisateurs. Les publications sur Instagram et TikTok seront programmées à 18h pour toucher les utilisateurs en sortie de travail ou d'école, tandis que sur LinkedIn, le contenu sera diffusé à 8h, moment privilégié des professionnels pour consulter les réseaux sociaux. Pour obtenir plus de détails sur le rétroplanning, référez-vous à la page 8 dans les annexes.

Annexes

I.

LEGO

RE-Use



# Stratégie du produit

## Promesse

Un produit qui permet de ressentir la fierté de créer de ses propres mains à partir de rien, à un prix plus abordable et plus accessible que les autres sets.

## Preuve

Les sets LEGO Re-Use sont composés de pièces recyclées, vérifiées et triées, et proposés à des prix réduits, garantissant l'accessibilité des créations LEGO.

## Bénéfice

L'objectif est de proposer des sets à moindre coût, rendant LEGO plus accessible à tous, tout en étant respectueux de l'environnement grâce à la seconde main. Cela offre aussi l'opportunité de se débarrasser des pièces inutilisées et de bénéficier de réductions sur le site.

## Ton

En combinant l'image ludique et dynamique de LEGO avec une conscience éco-responsable, nous pourrions séduire un large public avec cette nouvelle gamme.

## Message résiduel

Ce qu'il faut retenir de LEGO Re-Use, c'est : "La créativité est ta seule limite !"

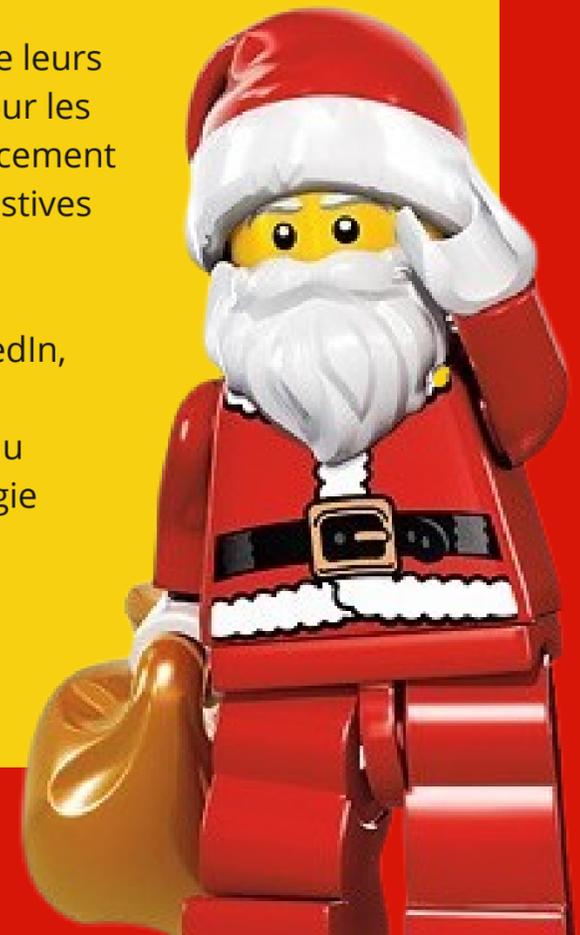
# Retroplanning

La stratégie pour cette campagne consiste à lancer la gamme avant Noël, afin de promouvoir le produit comme une idée de cadeau original pour nos différentes cibles. Cela permettra de capitaliser sur les ventes importantes pendant cette période de l'année, connue pour générer les plus grands bénéfices pour votre entreprise. La campagne est planifiée du lundi 11 novembre 2024 au mardi 18 mars 2025. Le lancement d'un nouveau produit innovant est donc particulièrement pertinent à cette période précise.

Pour l'ordre de publication sur les réseaux sociaux, vous appliquerez une stratégie cohérente où les histoires sur les trois plateformes se succèdent dans un ordre chronologique. Le début sur TikTok vise à attirer un large public dès le lancement de la gamme, exploitant ainsi la visibilité élevée de cette plateforme. TikTok est connu pour être une plateforme sur laquelle les jeunes cherchent des inspirations, ce qui en fait un canal idéal pour promouvoir LEGO Re-Use et les inciter à se procurer eux-mêmes le produit à travers l'histoire des personnages en LEGO recyclés. Il s'agit également de l'introduction de l'histoire où la mascotte et son ami se questionnent sur le sens de leur existence. Ensuite, vous publierez sur LinkedIn, plateforme dédiée aux professionnels et aux parents d'enfants, où la mascotte entreprendra une aventure pour découvrir les réponses à ses questions avec l'équipe LEGO. Enfin, vous conclurez avec Instagram, la plateforme la plus propice à la participation de la communauté, aux partages de créations et à l'interaction.

Après la période des fêtes, une période d'un mois entre le REEL et les carrousels BD sur Instagram, est prévue pour permettre aux utilisateurs de construire leurs créations et de les partager sur les réseaux sociaux avec le hashtag #LEGORe-Use. Pendant ce temps, l'équipe LEGO sélectionnera neuf de ces créations pour les transformer en mini BD. Entre chaque passage d'un réseau social à un autre, une semaine sera laissée pour permettre à l'information de se diffuser efficacement et pour finaliser les contenus destinés aux autres plateformes. Cette approche crée un événement structuré sur la durée, aligné avec plusieurs périodes festives et événements importants tels que Noël et le Black Friday.

Vous publierez sur Instagram et TikTok à 18h pour atteindre tous les utilisateurs, pendant leur temps libre, qu'ils sortent du travail ou des cours. Pour LinkedIn, la publication se fera à 8h, car c'est le moment privilégié par les professionnels pour consulter leurs réseaux sociaux avant de commencer leur journée de travail. Entre chaque publication sur chaque réseau social, vous posterez à intervalle de cinq jours afin de ne pas surcharger les internautes avec du contenu quotidien. Cette période est choisie pour éviter une attente trop longue tout en maintenant une cadence régulière et cohérente. Cela respecte votre stratégie de base sur les réseaux sociaux, qui consiste à publier régulièrement, avec des intervalles compris entre un jour et une semaine maximum.



II.

# Audit de communication



# LEGO

## Présentation

Créée en 1932 au Danemark par Ole Kirk Kristiansen, Lego a toujours eu la volonté de se placer comme bien plus qu'une simple marque de jeu pour enfants. On retrouve depuis les débuts de la marque l'envie d'aider et d'accompagner en se positionnant comme un véritable tremplin pour le développement de la créativité des petits (comme des grands). On retrouve d'ailleurs cette volonté dans votre nom, "leg godt", dont la signification littérale est "bien jouer".

Ce qu'on peut retenir de ce "bien jouer" et de ce que vous souhaitez qu'il renvoie, outre le fait de retrouver la pleine notion d'amusement dont vous voulez être le parfait étendard, c'est ces notions d'apports positifs, de bon et de qualité qui sont ancrées dans l'ADN de votre marque depuis sa création et qui ont dicté les choix de développement que vous avez pu prendre depuis plus de 90 ans.

De manière plus générale, c'est ces mêmes idées dont a hérité votre groupe, ainsi que l'image de la marque a renvoyer, une entreprise stable et prospère présente depuis des décennies sans pour autant s'essouffler en termes d'inventivité et de renouveau, et toujours avec la même idée de ce qu'il devrait représenter en étant l'un des symboles les plus importants de la créativité.

Enfin, toutes ces notions qui ont dicté votre histoire se sont vu être confrontées puis ralliées autour d'une exigence propre à toutes les grandes marques, mais qui s'est particulièrement observée à travers toutes les grandes décisions qui ont façonné votre développement, le désir de rester continuellement au goût du jour, l'exigence d'intemporalité.



# LEGO

Cette recherche de renouveau et ce désir de modernité ont pu être observés très tôt dans l'histoire de la marque à commencer par votre passage à l'air du matériaux plastique à partir de 1949 qui va causer une crise sans précédent en termes de ventes et de confiance de la part du public et des détaillants. Cette période de doute pour l'entreprise a duré jusqu'en 1958, date à laquelle votre brevet de briques en plastique a enfin vu le jour et a permis d'instaurer un climat de calme et de confiance avec le public, reflet de la sérénité de vos équipes qui, après des années de recherches, avaient pu produire une réelle solution viable et en accord avec votre temps.



En 1961, on pourra noter l'apparition des premières roues Lego. Outre le fait que cet élément offre une infinité de nouvelles perspectives de créations, qui permettra de d'étendre les constructions à un stade qui n'avait encore jamais été franchi, peu de personne arrive à déterminer à quel point ce changement va impacter la production des pièces. Avec le développement des packs et des différentes gammes de votre marque, les pneus se généralisent sur les nombreux modèles et viennent à se retrouver dans pratiquement la moitié de vos boîtes. Le stade de production est tel qu'en 2006, la production dépasse les 300 millions d'unités par an et votre entreprise devient en 2012 le premier producteur de pneus en nombre dans le monde avec plus de 318 millions d'unités.

Pendant les années 1960 à 1980, on assiste à une réelle transformation de la part de votre marque, guidée par vos valeurs, votre héritage, mais également avec une vision nouvelle tournée vers de développement, avec comme objectif de se concentrer sur la qualité des gammes et des possibilités offertes à vos utilisateurs. L'une des nouvelles gammes, qui portent en elle vos valeurs fortes de créativité, de développement de l'imagination, de bienveillance et de l'accompagnement des plus jeunes avec l'apprentissage voit le jour en 1969 en tant que Lego DUPLO. Cette gamme, conçue pour aider les enfants à développer leur créativité, n'a jamais cessé de remplir cette mission tout au long de son évolution. C'est donc un réel exemple de votre volonté de faire de Lego DUPLO le symbole de l'apprentissage par le jeu et du renforcement de celui-ci.



# LEGO

Votre autre grand axe de développement, qui a été une révolution gigantesque dans l'histoire de votre marque et qui a influencé, sans aucun doute, toutes les décisions d'évolution qui ont été faites depuis, se personnifie avec la sortie en 1978 des Lego Minifigure et des premiers thèmes de jeu avec la ville, l'espace et le château. Avec ces sorties, qui vont bien évidemment se placer comme les bases de toutes vos créations et le début de ce que va véritablement devenir votre entreprise en termes d'influence, de diversité et de possibilité, on retiendra votre volonté de vouloir créer plus de jeux, de permettre une identification beaucoup plus variée et d'offrir plus de possibilités de création.

Dans les années 1990, ce sont les défis financiers qui ont failli causer votre perte. Les causes de vos pertes étaient nombreuses, et bien entendu complexes, mais on pourra retenir comme facteurs prédominants des investissements mal orientés, une gamme de produits trop étendue, et une concurrence accrue. Cette crise va durer et s'empirer jusqu'au début des années 2000, où votre situation finit par être vécue comme extrêmement précaire et alarmante. Il était donc crucial pour vous de trouver des moyens de revitaliser les ventes et de reconnecter avec votre cible principale, les jeunes consommateurs. On assistait là à une révolution qui se faisait ressentir à travers toutes les branches de votre marque avec comme défi de vous réinventer dans une époque en plein changements, sans pour autant oublier vos racines et les valeurs que vous ne cessiez de prôner.



L'une des forces les plus importantes de votre marque est bien évidemment l'adaptation de licences phares, qui vous ont contribué de manière significative pour développer votre puissance et votre renommée. C'est en 1999 que résonne cette décision avec l'introduction de la franchise Star Wars. Depuis son lancement, c'est plus de 200 millions de boîtes LEGO Star Wars qui ont été vendues dans le monde entier. Un autre succès planétaire se verra être porté par votre collection LEGO Ninjago qui fera son apparition en 2010. En 2011 les ventes de celle-ci ont permis une augmentation de 20% de ventes totales du premier semestre, un record pour une nouvelle ligne de produits. Cette décision de lancer votre marque dans l'adaptation de franchises est encore une fois un marqueur évident de votre puissance de création, de votre recherche de qualité et de la possibilité de divertissement que vous avez toujours voulu offrir à vos fans.



# LEGO



LEGO Cuusoo, désormais connu sous le nom de LEGO Ideas, est sans aucun doute la gamme qui reflète le plus votre reconnaissance vis-à-vis de vos fans et votre désir d'encre plus les inclure dans votre histoire et vos créations. Lancée en 2008 dans le but de célébrer la créativité et l'imagination de vos fans, elle permet de transformer certaines de leurs idées en de réels sets Lego commercialisés par la suite, on en compte une trentaine de nos jours. Cette plateforme permet à chacun de voir la possibilité de retrouver sa propre création, en les poussant à redoubler d'imagination, d'inventivité et de logique. On retrouve sur cette plateforme les valeurs de partage, de bienveillance et de création que vous avez toujours portées à travers toute votre histoire et l'ensemble de vos axes de développement.

En 2001, après des mois de recherches et de développement, on note le lancement de votre gamme Bionicle, utilisant certaines pièces issues d'une de vos autres gammes, Lego Technic. Cette gamme qui était l'idée de la dernière chance avant que la crise ne vous emporte, a joué un rôle crucial dans votre renaissance aux yeux du public et des investisseurs au début des années 2000. En générant plus de 100% des bénéfices de l'entreprise pendant une période où les autres gammes étaient déficitaires, Bionicle vous a non seulement aidé à surmonter une crise financière, mais a également établi un modèle pour les futures innovations de la marque et l'étendard d'une nouvelle vision de développement à emprunter.



Depuis les années 2010, votre groupe est entré dans une nouvelle ère en termes de développement, de stabilité et de prospérité, qui appuie d'autant plus la puissance et l'influence de votre marque à travers les âges et le globe. Pour appuyer ces propos, on peut bien évidemment se baser sur le classement du cabinet Brand Finance qui vous a nommé en 2015, 2017 et 2021 "marque la plus puissante du monde" en évaluant votre capacité de développer votre image mais également votre habilité à la convertir en valeur commerciale. On notera également votre volonté d'étendre votre univers de façon transmédiatique avec le lancement du premier film Lego en 2014 qui a généré quasiment 600 millions de dollars de recette qui sera suivi de 2 films en 2017 et la suite du premier en 2019, au total, ces 4 longs métrages auront généré plus de 1,27 milliards de dollars de recette.

# LEGO

Cette nouvelle gamme présentée sous le nom de LEGO Re-Use vient parfaitement s'ancrer dans votre ADN en se tournant totalement vers le développement de la créativité et de l'imagination de toutes les personnes susceptibles de l'essayer. Bien évidemment, l'objectif de cette collection n'est absolument pas de perdre les futurs constructeurs, mais bien de leur faire prendre confiance en eux, de les inciter à se laisser entraîner par leur créativité, et de créer absolument tout ce qu'il est possible de faire en leur offrant un terrain de jeu vierge sans aucune limite. En développant cette nouvelle gamme, la volonté qui prime est bien entendu de rester dans la lignée de tout ce que votre marque a pu faire. On sonne donc ici un véritable retour aux sources qui n'emprunte que le meilleur en termes de valeurs et d'objectifs au passé de votre marque.



“ I USED TO BE A **PLASTIC BOTTLE** ”

- **prototype brick**

Rebuild the world 

LEGO and the LEGO logo are trademarks of the LEGO Group. ©2021 The LEGO Group.

The advertisement features a central image of a white LEGO brick with a bottle-like shape cut out of its center. The brick is set against a background of red and blue geometric shapes. The text 'I USED TO BE A PLASTIC BOTTLE' is written in a bold, sans-serif font, with 'PLASTIC BOTTLE' in a larger size. The quote is enclosed in large quotation marks. Below the main text, it says '- prototype brick'. In the bottom left corner, there is a logo that says 'Rebuild the world' next to the LEGO logo. At the very bottom, there is a small line of text: 'LEGO and the LEGO logo are trademarks of the LEGO Group. ©2021 The LEGO Group.'

Mais, à une heure où les préoccupations sont tournées vers la nécessité d'un futur éco-responsable prospère et propre, cette gamme se doit d'être adoptée avec une vision qui n'accepte plus la surproduction et toutes les autres problématiques qui découlent d'elle. Et LEGO Re-use n'est pas le commencement d'une nouvelle ère pour vous, mais bien une nouvelle brique posée sur la tour d'un développement durable déjà bien ancré dans votre identité. Avec en 2018 la révélation du premier LEGO fait entièrement à base de canne à sucre, et en 2021 votre conception de la première brique faite à partir de bouteille en plastique recyclé, cette gamme se place comme une nouvelle avancée dans votre volonté de proposer un jeu, plus que jamais responsable, catalyseur de créativité et d'imagination, qui se place comme plus que de simples briques à empiler.

# Analyse des réseaux sociaux

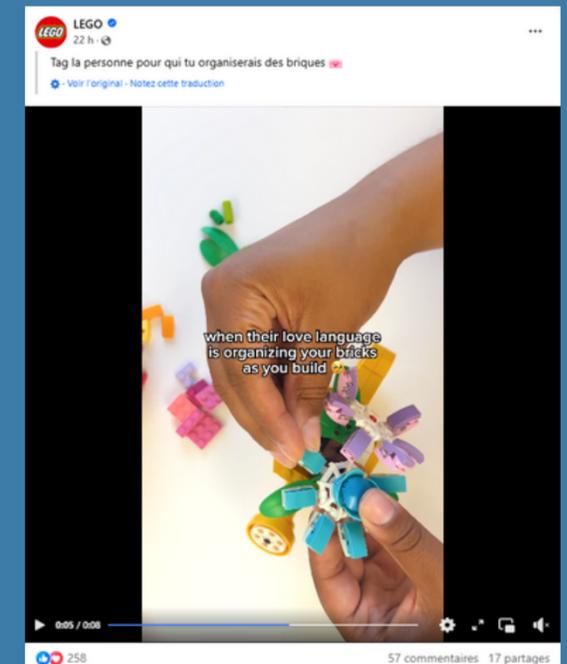
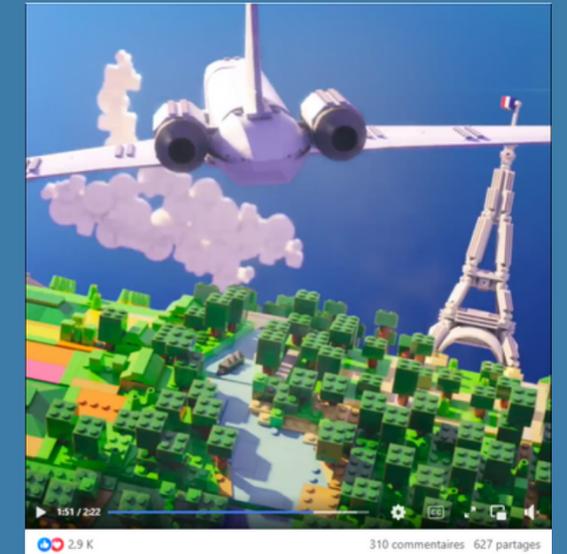
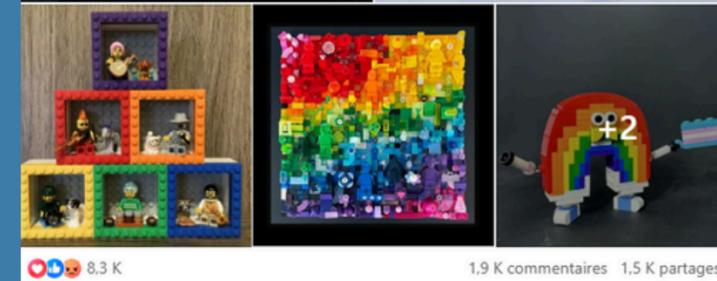
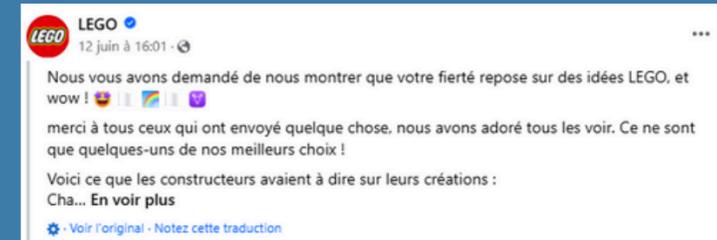
## Facebook

Votre compte Facebook détient 15 M d'abonnés.

Sur cette plateforme, votre stratégie consiste à privilégier les vidéos et les publications d'images regroupées par séries d'au moins trois photos, sauf lorsqu'il s'agit d'une affiche (annonce de festival, nouvelle saison de série, etc.). Les vidéos sont bien produites, le plus souvent ce sont des animations pour annoncer des nouveaux LEGO (fiction) ou des présentations de ces nouveautés avec des plans rapprochés d'une personne qui construit la pièce. Il y a également des interviews de fans (micro-trottoirs) où un texte descriptif est fréquemment intégré à l'écran. Le contenu est très interactif, car vous postez très souvent des questions aux abonnés dans les descriptions des posts.

Pour ce qui est des photos, les groupes d'images montrent des scènes immersives dans divers univers de la collection LEGO, tel que l'espace ou la jungle, avec des mises en scène élaborées, des jeux de lumière et des décors soignés. Sur Facebook, vous publiez quotidiennement, parfois tous les deux jours, avec parfois jusqu'à deux posts le même jour.

Sur ce réseau, vous avez une cible plus large, car dans les contenus, vous montrez des adultes, mais également des enfants. De plus, ce type de vidéos animées se prête bien aux enfants puisqu'elles sont comme des mini dessins-animés, mais également pour les fans, car ils apprécient les mises en scène de LEGO.

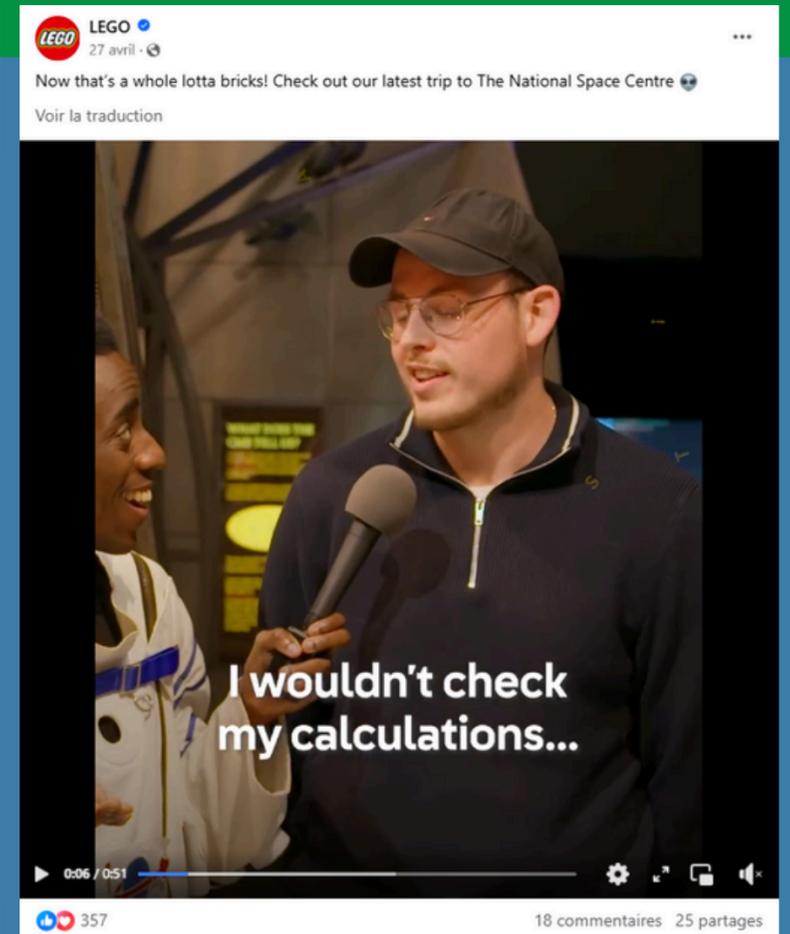
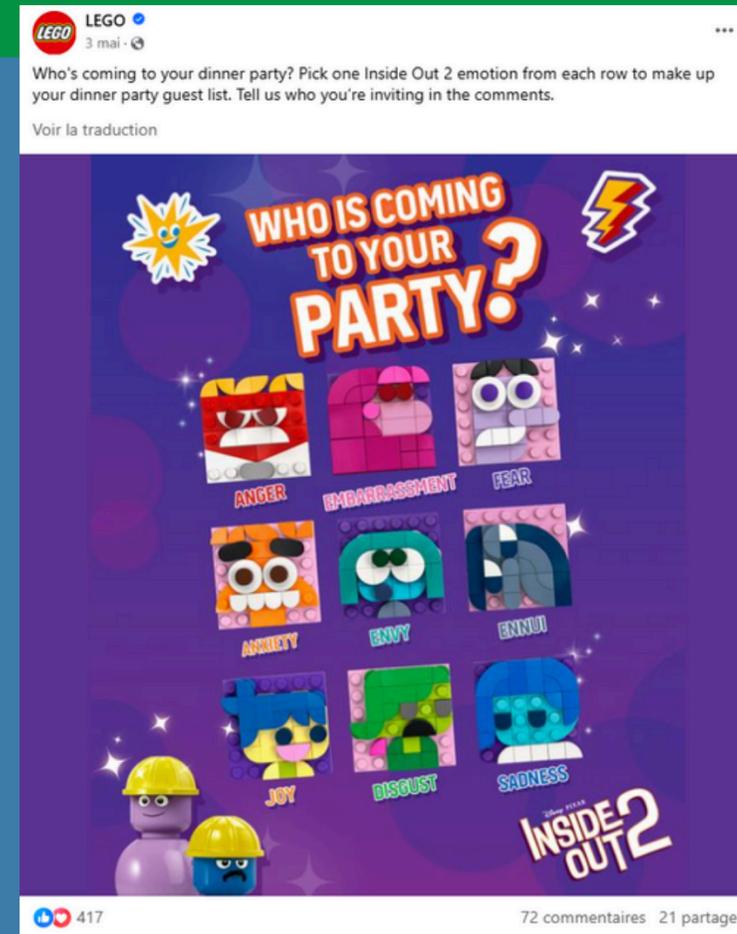
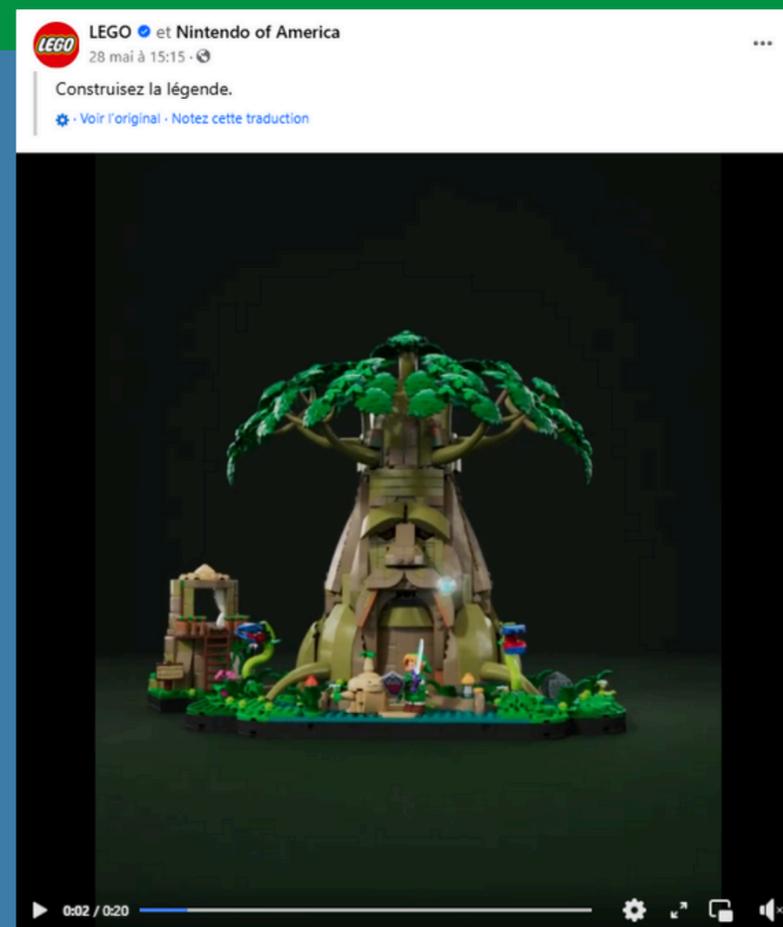
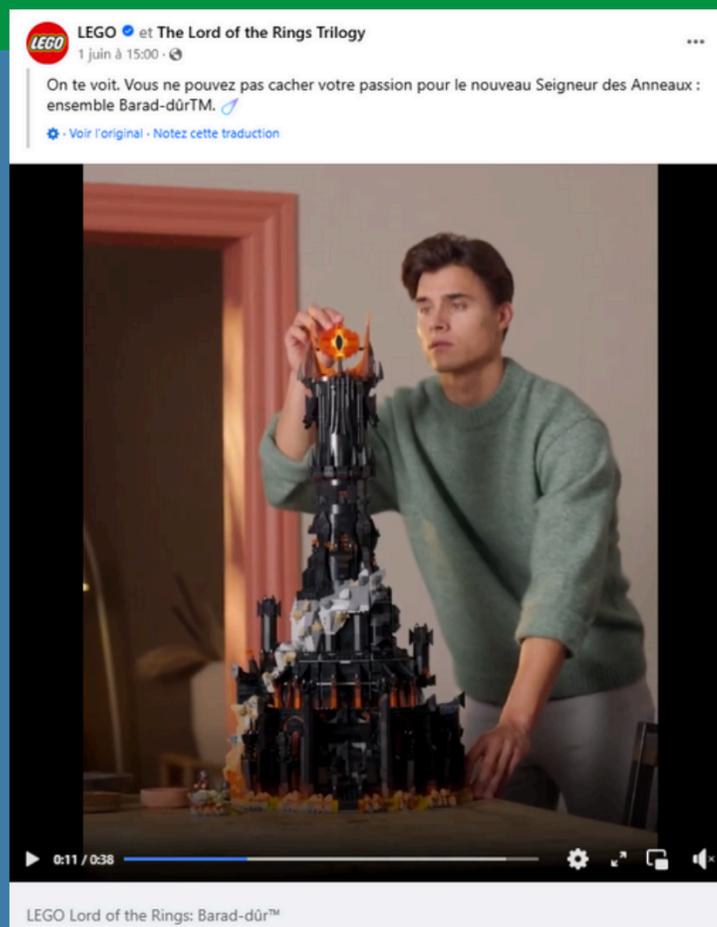


# Analyse des réseaux sociaux

## Facebook

Ce qui fonctionne le plus sur votre compte Facebook, ce sont les partenariats/annonces de LEGO avec une nouvelle franchise, car les publications sont créées par plusieurs comptes, ainsi, les communautés se mélangent. Les utilisateurs réagissent davantage aux annonces des nouveaux LEGO qu'aux fictions, car ils sont intrigués et pressés de découvrir de nouveaux sets. Les contenus qui fonctionnent le mieux sont entre 10 K et 30 K de likes. Sinon, la tendance est le plus souvent autour des 2 K en moyenne (pour les animations / mini-fictions).

En revanche, ce qui fonctionne un peu moins, ce sont les affiches d'annonces d'événements avec une seule image où le contenu est moins travaillé, car ce ne sont pas des annonces de nouveaux LEGO, ce qui intéresse moins la communauté. La communauté apprécie davantage le contenu de qualité, visuellement travaillé et sans trop de textes à lire. Les vidéos micro-trottoir fonctionnent moins également, puisqu'il s'agit de contenu plus long que le reste. Le contenu qui marche le moins tourne autour des moins de 1 K (entre 300 et 900 j'aime).

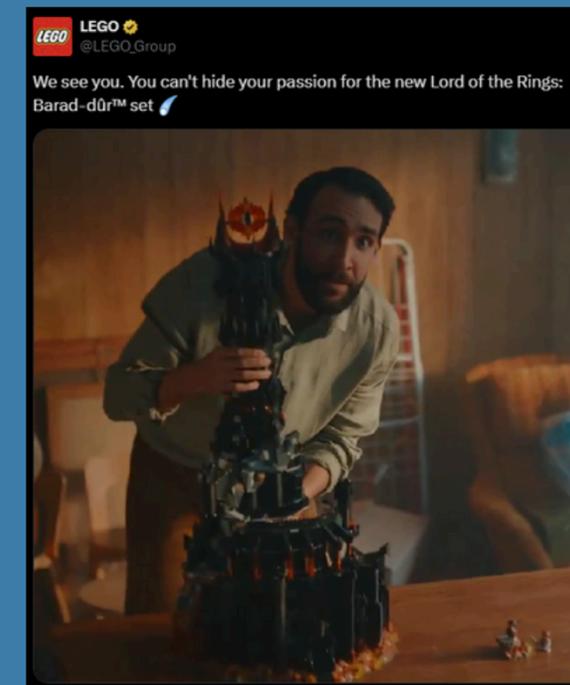
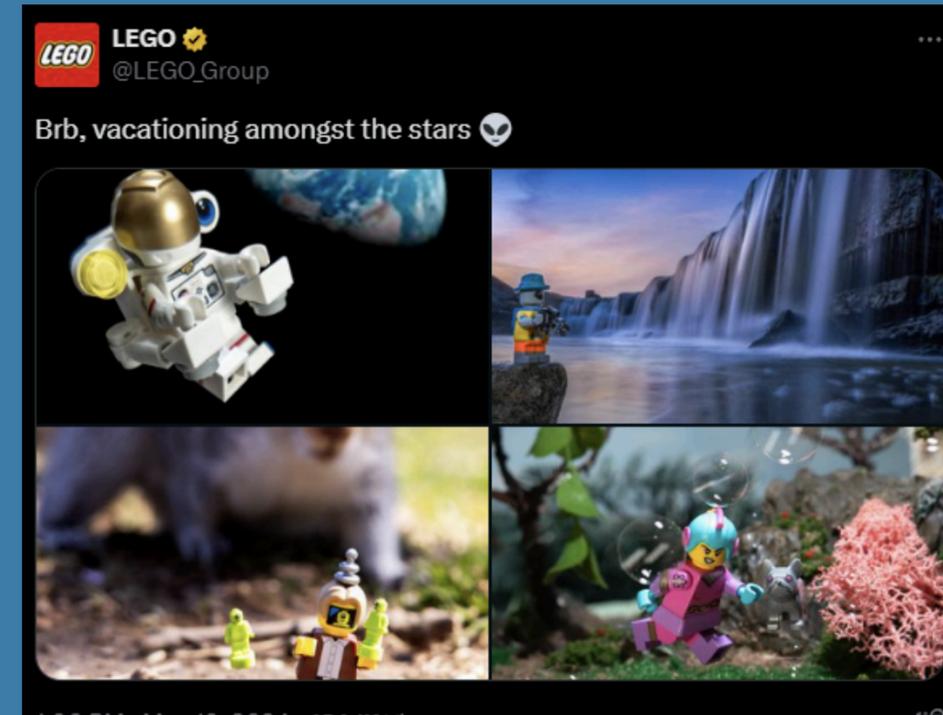


# Twitter

Tout d'abord, sur votre compte Twitter à 1M d'abonnés, vous partagez principalement des images de personnages LEGO mis en scène dans des décors travaillés et immersifs. Vous accompagnez ces visuels de descriptions écrites du point de vue des personnages, reflétant leurs pensées et émotions en fonction de la situation dans laquelle ils se trouvent. Vous publiez également des bandes-annonces pour la sortie de nouveaux sets. Ces vidéos présentent souvent les nouveaux sets mis en scène de manière immersive, sans réelles personnes visibles. Parfois, elles montrent directement des personnes en train de monter les LEGO, pour offrir un aperçu du processus de construction. Vous adoptez un ton humoristique en publiant notamment des "memes" mettant en scène des personnages LEGO sous forme d'images ou de vidéos animées. Vous ajoutez sur ces visuels un texte humoristique, ce qui vous permet de suivre cette tendance de création de memes. Vous encouragez la participation en utilisant des modules de vote pour organiser des sondages, ainsi qu'en publiant des images où vous posez directement des questions à la communauté.

Vous partagez ces contenus en moyenne 5 à 7 fois par semaine, avec des publications presque quotidiennes ou tous les deux jours.

Sur Twitter, vous ciblez principalement les adultes âgés de 20 à 30 ans qui ont un intérêt marqué pour les jeux de construction. En effet, lorsque l'on observe les vidéos présentant des personnes réelles en train de construire les sets, on constate que la tranche d'âge représentée est généralement située entre 20 et 40 ans. Votre objectif est de montrer que l'attrait pour les LEGO s'étend bien au-delà de l'enfance et attire une population adulte. Cela renforce l'idée que les LEGO ont un attrait intergénérationnel et entretiennent la nostalgie chez les adultes.





.Sur votre compte Twitter, ce qui fonctionne le plus, ce sont les publications de vidéos bandes-annonces pour des collaborations avec des franchises populaires, où les ensembles LEGO sont entièrement construits et présentés. Par exemple, voici les 3 publications qui ont eu le plus de vues et d'engagement au cours des 30 derniers jours :

- Une vidéo animée du nouveau set avec l'arbre de The Legend Of Zelda en collaboration avec Nintendo : avec 3.4M de vues, 50K de likes, et 1K de commentaires.
- Une courte vidéo qui "tease" le prochain set qui est la tour Barad-dûr en collaboration avec le seigneur des anneaux : avec 4.1 M de vues, 25K de likes et 397 commentaires.
- La bande annonce officielle du set qui est la tour Barad-dûr en collaboration avec le seigneur des anneaux où l'on peut voir deux passionnés construire le set ensemble.

Ces contenus sont les plus engageants, car ils permettent aux amateurs de jeux de construction de découvrir des franchises qu'ils connaissent (jeux vidéo, films...), désormais disponibles sous forme de LEGO. Cela associe deux éléments qu'ils apprécient. Ces bandes-annonces montrent un aperçu global du LEGO entièrement construit, ce qui suscite l'envie chez la communauté de les acquérir. De plus, ils peuvent s'identifier aux personnes présentes dans la vidéo qui participent à la construction.

Ce qui suscite le moins d'intérêt sont vos publications qui ne présentent pas de véritables sets LEGO et qui ne sont donc pas axées sur la construction. Il s'agit principalement des posts humoristiques tels que les "memes". Par exemple, les trois publications ayant eu le moins de vues et d'engagement au cours des 30 derniers jours sont toutes des images ou vidéos mettant en scène des personnages LEGO en dessin animé accompagnés de commentaires humoristiques sur la situation dans laquelle ils se trouvent. La raison est que ce type de contenu ne correspond pas aux objectifs principaux de la communauté sur votre compte, qui recherche des informations sur les nouveaux sets pour enrichir sa collection et nourrir sa passion pour la construction. Bien que la communauté puisse apprécier le côté humoristique de certains contenus, cela générera moins d'interactions.

# Instagram

Sur votre compte Instagram, suivi par 10,5 millions d'abonnés, vous publiez des contenus similaires, mais principalement sous forme de vidéos (REELS). Certaines des vidéos présentent des personnages LEGO mis en scène dans des décors détaillés et immersifs, mais avec de vrais LEGO, pas des dessins animés. Les descriptions sont plus concrètes et factuelles, ce qui atténue la sensation du point de vue narratif du personnage, contrairement à Twitter où les personnages expriment directement leurs pensées. Sur cette plateforme, vous montrez davantage les visages des passionnés de construction ou de l'équipe LEGO en train de construire ou d'interagir avec les sets. Toutes les bandes-annonces sont également postées. Globalement, vous proposez une variété de contenus, comme des REELS, des images et des stories, grâce à la polyvalence de cette plateforme qui permet de toucher un large public à travers différents contenus.

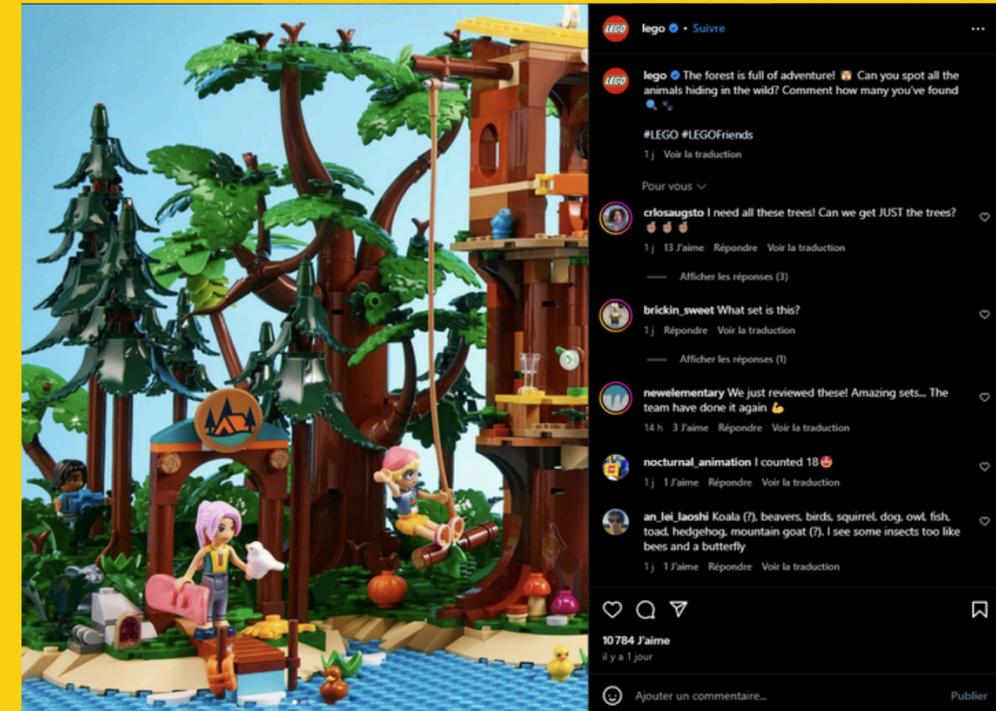
Vous publiez des vidéos dans lesquelles des influenceurs comme Michael D. Schields construisent et interagissent avec des sets LEGO. Ces influenceurs ont déjà une communauté active, ce qui aide à accroître l'audience de vos publications.

Vous partagez ces contenus quotidiennement avec une moyenne de 7 publications par semaine, en plus des stories.

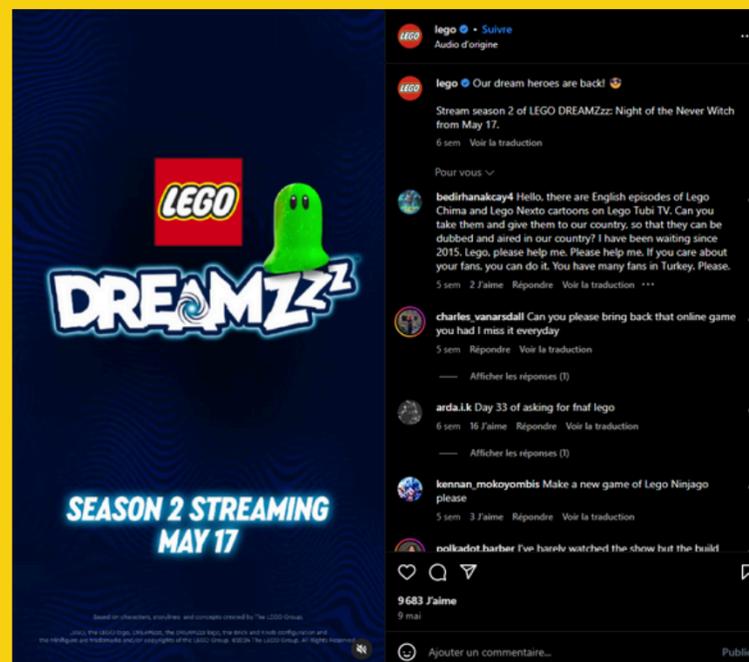
Sur Instagram, votre public cible se compose principalement d'adultes âgés de 25 à 35 ans qui sont passionnés par les jeux de construction. Cela se confirme par la tranche d'âge des personnes présentes dans les vidéos de construction de sets, généralement âgées entre 25 et 40 ans.

Les descriptions sont similaires aux autres réseaux sociaux, mais certaines présentent une tonalité plus sérieuse et factuelle, car la cible légèrement plus âgée et recherche des informations concrètes.

Vous cherchez à démontrer que les LEGO ne sont pas uniquement réservés aux enfants, mais qu'ils plaisent également à un public adulte.



# Instagram



Sur votre compte Instagram, ce qui fonctionne le plus, ce sont également les publications de vidéos bandes-annonces pour des collaborations avec des franchises populaires, où les ensembles LEGO sont entièrement construits et présentés. Par exemple, voici les 3 publications qui ont eu le plus de vues et d'engagement au cours des 30 derniers jours :

- Une courte animation pour teaser la sortie d'un set en collaboration avec le film *Wicked*, prévu en fin d'année au cinéma avec 148K de likes et 2 214 commentaires.
- Une vidéo animée du nouveau set avec l'arbre de *The Legend Of Zelda* en collaboration avec Nintendo : avec 463k de likes et 5 437 commentaires
- Une courte vidéo qui "tease" le prochain set qui est la tour Barad-dûr en collaboration avec le seigneur des anneaux : avec 219k de likes et 2 059 commentaires.

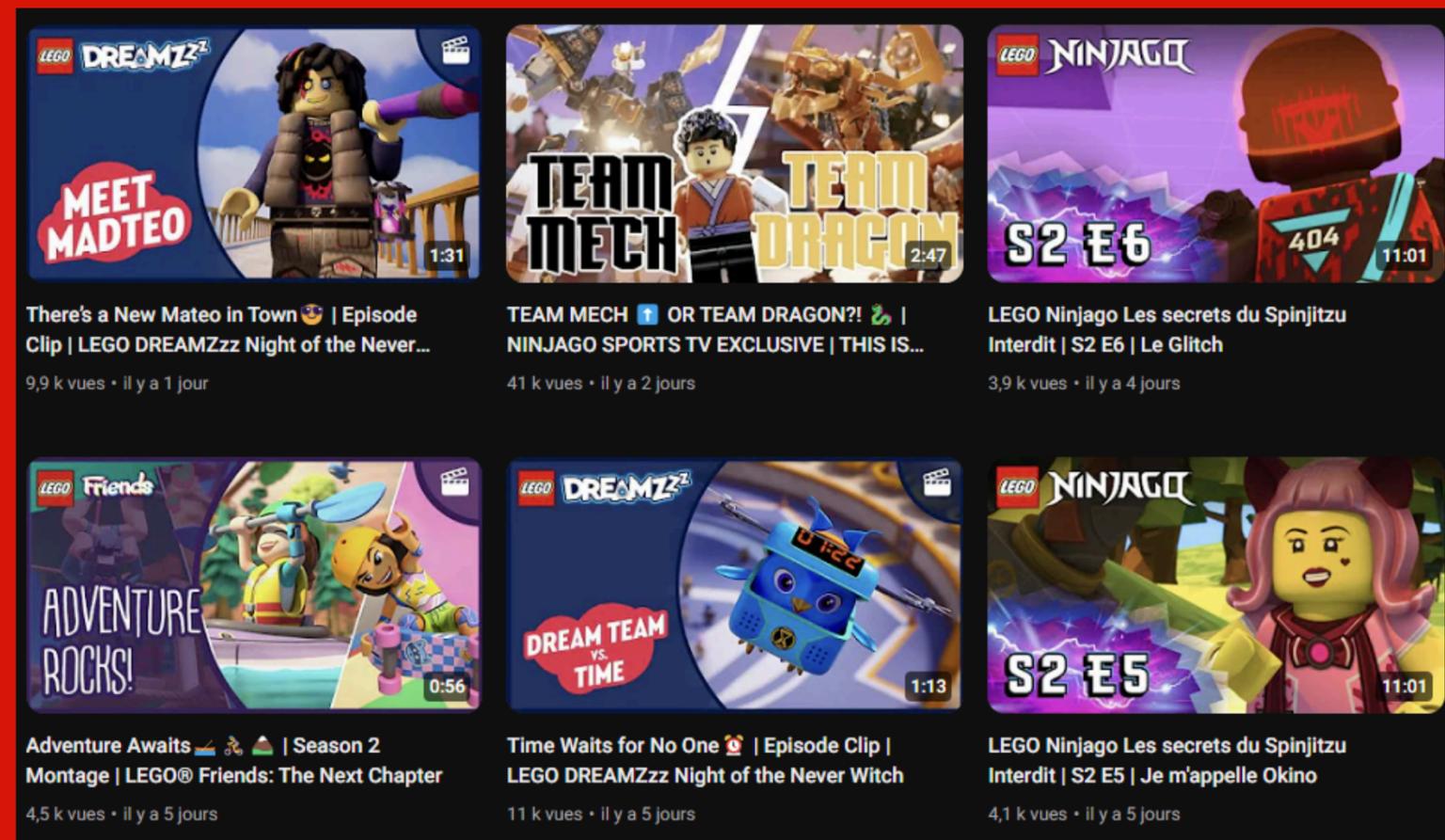
Ce qui fonctionne moins bien sur votre compte sont les promotions pour les nouvelles saisons des séries animées LEGO, comme LEGO DREAMZzzz. La raison est que votre audience sur Instagram se compose principalement d'adultes âgés de 25 à 35 ans, passionnés par les jeux de construction, et donc moins intéressés par des séries animées qui ne stimulent pas leur créativité. De plus, les images génèrent moins d'engagement par rapport aux REELS, car ils captent davantage l'attention grâce à leur format dynamique.

# YouTube

Sur votre compte YouTube, qui compte 18,1 millions d'abonnés, vous publiez principalement les nouveaux épisodes de vos différentes séries, telles que LEGO Friends, DREAMZzzz, et Ninjago. Vous y partagez également les bandes-annonces longues de vos nouveaux sets, ainsi que des vidéos mettant en scène des influenceurs connus, auxquels vous lancez des défis comme construire certains ensembles dans un temps imparti. Cette plateforme est principalement utilisée pour publier vos productions animées plutôt que pour promouvoir vos produits.

Vous partagez ces contenus quotidiennement avec une moyenne de 3 vidéos par jour.

Sur cette plateforme, vous ciblez un public plus jeune, âgé de 10 à 20 ans, qui apprécie l'univers LEGO et cherche à se divertir avec des dessins animés drôles et remplis d'aventures. Le vocabulaire utilisé dans les descriptions est simple, direct et ludique. Vous mettez en avant les valeurs de l'amitié et vous adressez directement à votre audience avec un ton engageant.



# YouTube

Sur votre compte YouTube, les publications les plus populaires sont assez diversifiées. En effet, certains trailers pour les nouvelles saisons de vos séries LEGO animées atteignent des milliers de vues, tout comme les vidéos présentant de véritables LEGO mis en scène dans des décors réels ou en animation Stop Motion.

Par exemple, voici les 3 publications qui ont eu le plus de vues au cours des 30 derniers jours :

- Une vidéo humoristique mettant en scène les LEGO "Minions" en stop motion avec 2M de vues.
- L'annonce d'un nouveau set LEGO qui met en scène des conducteurs de F1 avec 467K vues.
- Une courte bande-annonce de la nouvelle saison de la série LEGO DREAMZzz avec 402K vues.

Les contenus les plus performants sont généralement les vidéos courtes qui suscitent l'intérêt et la curiosité des fans de LEGO ainsi que des amateurs de jeux de construction en général. Ces vidéos se distinguent par leur dynamisme et leur côté humoristique. Cela s'explique par la cible principale pour cette plateforme qui est un public jeune à la recherche de vidéos courtes et divertissantes.

Ce qui fonctionne le moins sur Youtube, ce sont vos republications d'épisodes en plusieurs langues. Lorsque vous publiez un nouvel épisode d'une série LEGO, vous partagez ensuite les versions dans différentes langues, telles que le français, à la suite. Cependant, la vidéo originale en version originale, postée en premier, reçoit généralement plus de vues. Plutôt que de concentrer les vues sur une seule vidéo, la dispersion sur plusieurs versions réduit le nombre de vues accumulées sur chaque vidéo individuelle. Les vidéos trop longues reçoivent également moins de vues, car la jeune audience préfère les contenus plus courts et dynamiques.



A screenshot of a YouTube video player interface. At the top left, the channel name 'LEGO' is displayed with a verified badge and '18,2 M d'abonnés'. A 'S'abonner' button is next to it. To the right are icons for likes (10), comments, share ('Partager'), download ('Télécharger'), and save ('Enregistrer'). The video title is '2055 vues 3 juin 2024 #newLEGOFriends #LEGOFriends #LEGOEpisodes' followed by a playlist link 'LEGO Friends playlist' and a series link 'LEGO Friends The Next Chapter | Seaso...'. The description reads: 'Prends du pop-corn, réunis tes amis et préparez-vous pour la saison 2 de LEGO Friends : Un Nouveau Chapitre ! Rejoins les amis qui se lancent dans des aventures épiques au camp d'été et à la fête de la ferme, dansent sur de la musique géniale et essaient d'en découvrir le plus possible sur la mystérieuse superstar de la musique, Ley-La. Prépare-toi car tu vas beaucoup t'amuser et tu ne dois rien manquer !'. At the bottom, there are three hashtags: '#LEGOFriends #newLEGOFriends #LEGOEpisodes'.

# TikTok

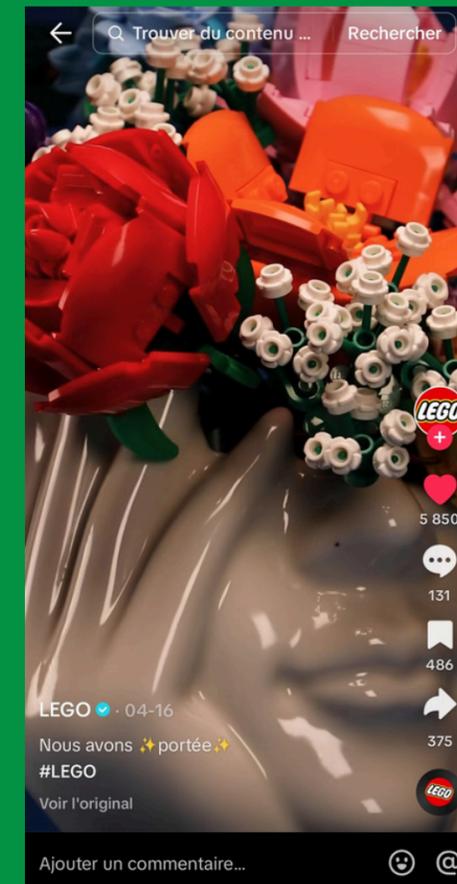
Votre compte TikTok possède 1,1 M d'abonnés.

Sur ce réseau social, vous postez majoritairement des vidéos et parfois des suites d'images. Le contenu montre régulièrement des personnes de l'équipe LEGO, qui réalisent des tutoriels afin de créer toutes sortes de petits objets en briques. Sur cette plateforme, il y a donc des personnes qui prennent la parole et donnent des informations à la communauté. En général, ce sont des idées d'objets du quotidien à reproduire en LEGO.

De plus, vous collaborez avec des influenceurs tels que Kenzo Mizumoto, dont le contenu est très apprécié. Ces influenceurs réalisent des mises en scène, suivent les tendances, créent du contenu, et parfois même des vidéos ASMR.

Vous postez régulièrement des images et vidéos travaillées de vos produits, il s'agit donc plus de vidéos contemplatives qu'informatives. Les performances de vos contenus sur TikTok sont assez variables. Parfois, les images fonctionnent bien, d'autres fois moins, tout comme certains types de vidéos. En revanche, les vidéos avec des influenceurs rencontrent généralement du succès, tout comme celles montrant la fabrication de LEGO décoratifs, ainsi que celles suivant les tendances et mettant en scène des fleurs ou des bouquets en LEGO. Sur TikTok, les utilisateurs apprécient particulièrement les contenus visuellement travaillés. Les vidéos qui présentent un objet, montrent sa construction étape par étape, puis le mettent en scène (comme une décoration), sont très populaires, car elles montrent aux spectateurs comment utiliser leurs LEGO.

L'algorithme de TikTok étant imprévisible, les résultats peuvent varier. Les vidéos suivant les tendances ont souvent du succès, car elles bénéficient d'une visibilité accrue pendant une période courte. Vos contenus les plus performants peuvent atteindre entre 1 et 16 millions de vues, tandis que ceux autour des tendances tournent généralement entre 200 et 800 000 vues.

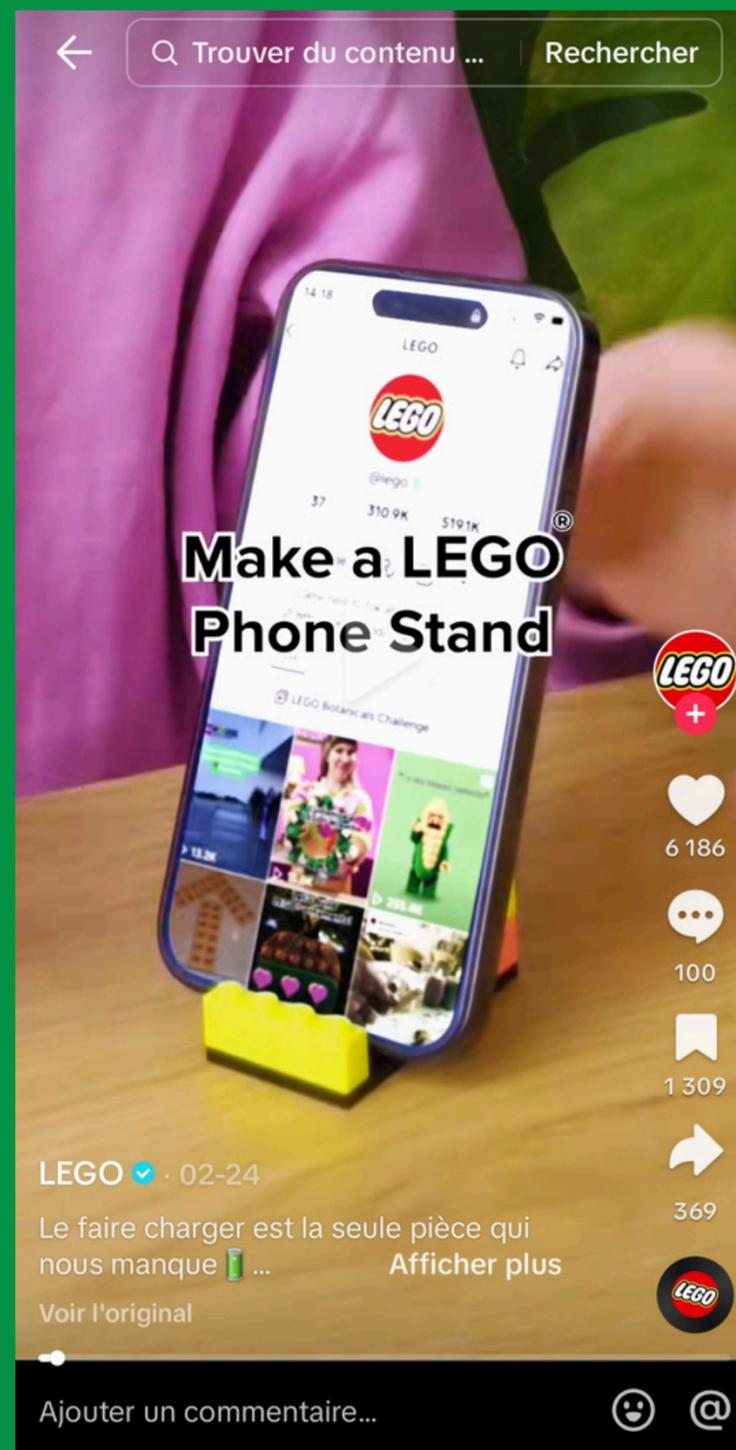
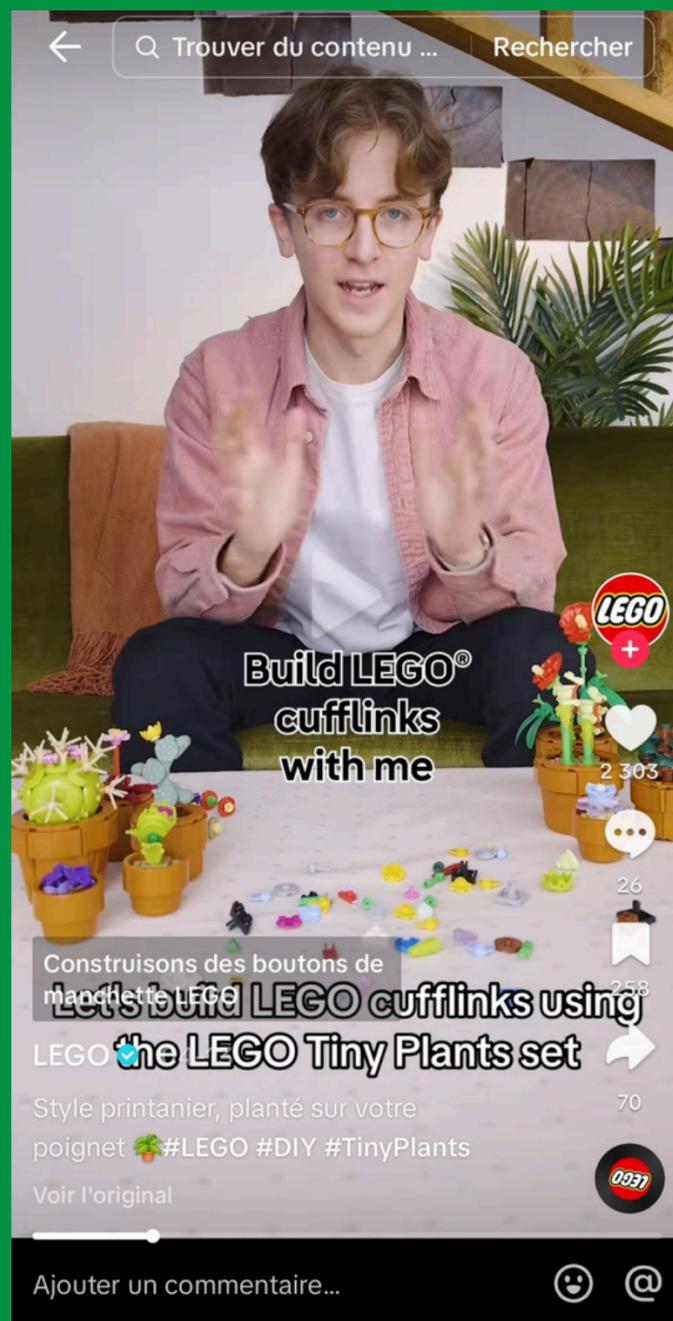


# TikTok

Pour comprendre ce qui fonctionne le moins, c'est encore assez variable. Certaines images et vidéos DIY comme les tutoriels "Construis avec moi", rencontrent moins de succès. De manière générale, les vidéos plus longues avec beaucoup de dialogue sont moins populaires que celles qui sont principalement contemplatives.

Sur TikTok, les utilisateurs sont habitués à consommer du contenu rapide où le sujet est introduit rapidement et où le résultat final est rapidement visible. Ainsi, les vidéos courtes avec de nombreux cuts ont tendance à attirer davantage de spectateurs.

Les contenus qui performe moins bien sur TikTok génèrent généralement moins de 100 000 vues, ou se situent entre 100 000 et 200 000 vues.



# LinkedIn

Votre compte LinkedIn Lego Group contient 1 M d'abonnés.

Sur LinkedIn, vos posts sont globalement centrés sur l'entreprise et ses valeurs. Vous postez des photos des employés et des activités que vous faites lors d'une journée. De plus, vous postez des vidéos de l'usine LEGO, des événements que vous organisez (festivals, magasins...). Il s'agit donc régulièrement de teasers d'événements, de mini-présentations de l'équipe et de l'entreprise, de ses valeurs et autres et des mini-reportages. Dans les descriptions, il y a plus de textes que sur les autres réseaux sociaux. Dans ces textes, il y a des informations précises sur l'entreprise et ses valeurs, ainsi que des liens vers d'autres informations et une description rapide de l'événement ou du nouveau set.

Pour ce qui est des photos, la plupart du temps, il s'agit d'images prises lors d'événements, mais il arrive aussi qu'elles incluent des chiffres clés, du texte mis en page (animé ou non), ainsi que des images soigneusement travaillées des nouveaux produits pour les présenter.

Sur ce réseau, vous postez en moyenne douze publications par mois. Donc à peu près quatre posts par semaine.

Sur cette plateforme, vous visez un public précis, qui est les professionnels de manière générale. C'est-à-dire ceux qui seraient intéressés pour travailler avec vous ou bien pour vous, car on en apprend beaucoup sur l'entreprise et vos manières de travailler. Il s'agit ainsi d'un ton sérieux, professionnel et destiné aux adultes.



**So, from 2024 our performance management programme will be tied to our annual emissions**

0:14 1x

2722 29 commentaires · 87 republications

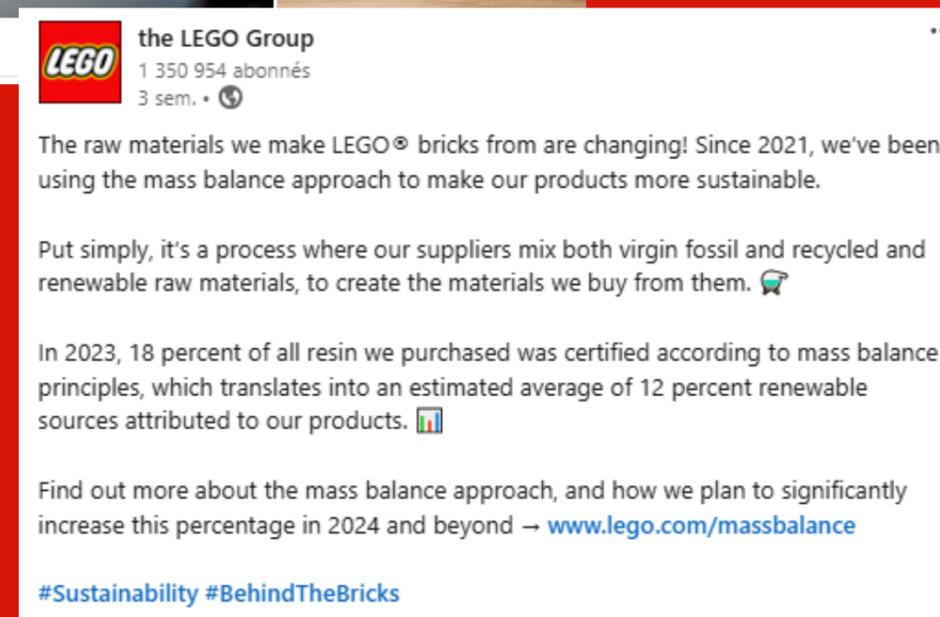


**the LEGO Group**  
1 350 954 abonnés  
2 sem. •

Introducing new LEGO® Braille Bricks Top-up Packs for the Nordic, Dutch and Portuguese speaking fans ❤️ ... plus

[Voir la traduction](#)

2147



**the LEGO Group**  
1 350 954 abonnés  
3 sem. •

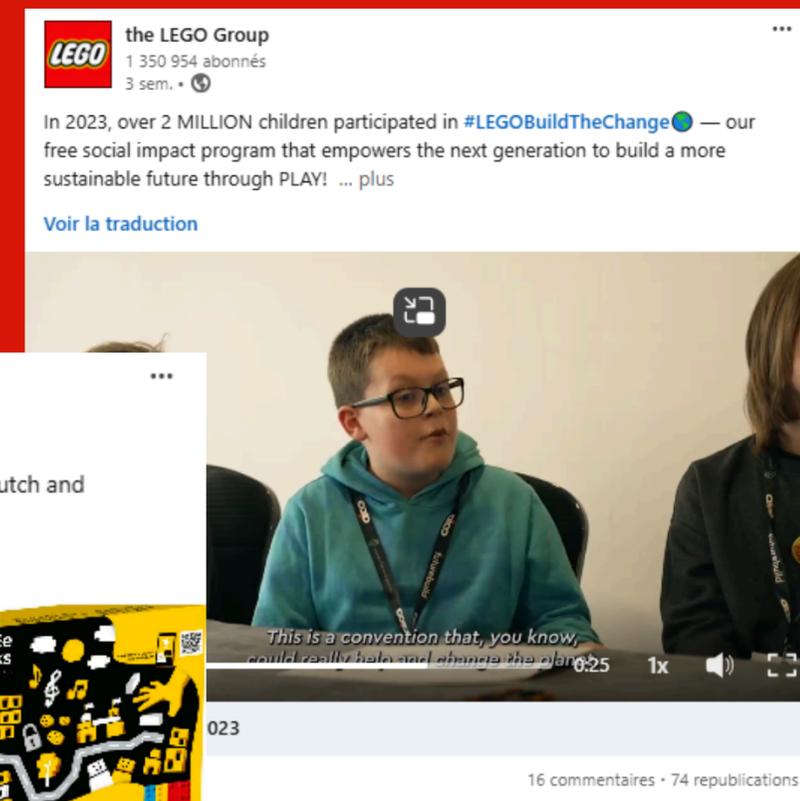
The raw materials we make LEGO® bricks from are changing! Since 2021, we've been using the mass balance approach to make our products more sustainable.

Put simply, it's a process where our suppliers mix both virgin fossil and recycled and renewable raw materials, to create the materials we buy from them. 🧠

In 2023, 18 percent of all resin we purchased was certified according to mass balance principles, which translates into an estimated average of 12 percent renewable sources attributed to our products. 📊

Find out more about the mass balance approach, and how we plan to significantly increase this percentage in 2024 and beyond → [www.lego.com/massbalance](http://www.lego.com/massbalance)

[#Sustainability](#) [#BehindTheBricks](#)



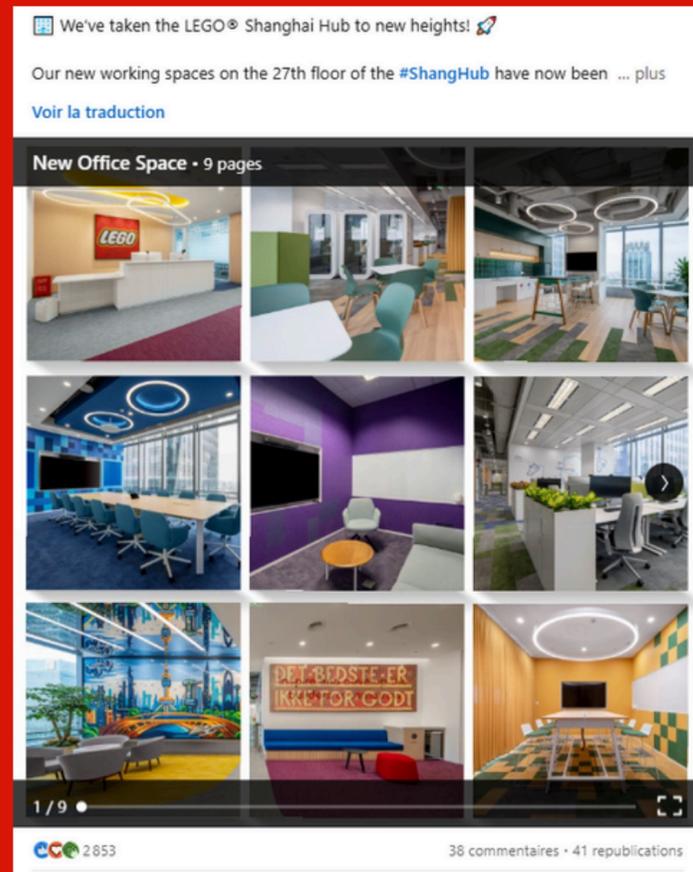
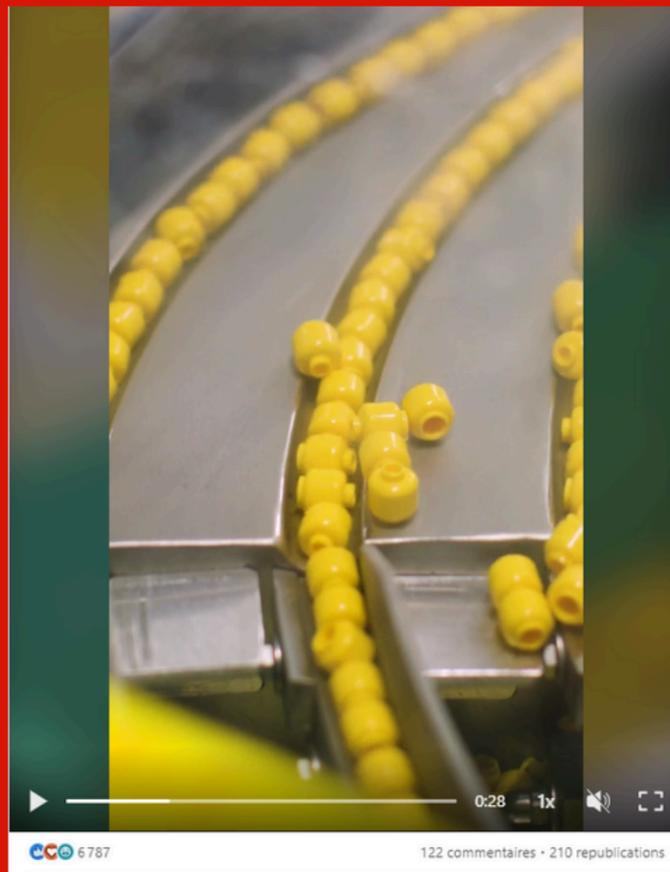
**the LEGO Group**  
1 350 954 abonnés  
3 sem. •

In 2023, over 2 MILLION children participated in [#LEGOBuildTheChange](#) — our free social impact program that empowers the next generation to build a more sustainable future through PLAY! ... plus

[Voir la traduction](#)

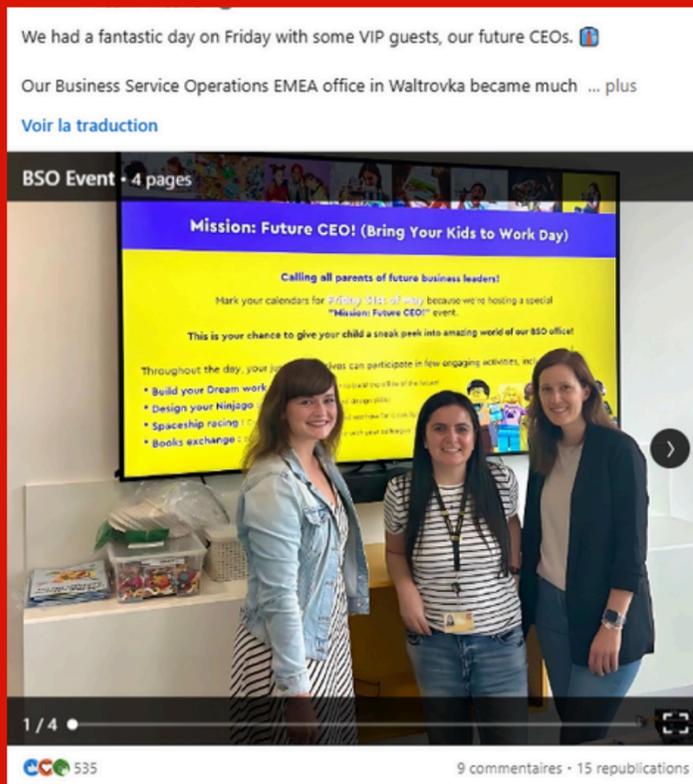
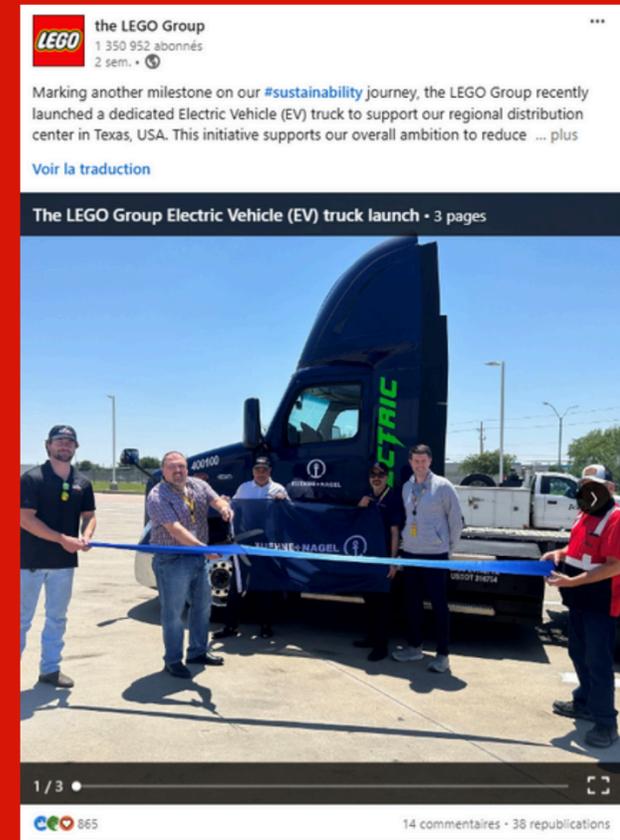
023

16 commentaires · 74 republications



# LinkedIn

De manière générale, ce qui fonctionne le mieux sur LinkedIn, ce sont surtout les vidéos qui traitent de l'entreprise, lorsque vous présentez les locaux, les événements, l'usine... La raison est que les personnes qui aimeraient travailler pour Lego sont intéressées de savoir comment se passe le travail dans l'entreprise, à quoi ça ressemble et ce qu'on y fait. Les vidéos qui fonctionnent le mieux ont fait entre 6 000 et 15 000 likes. De manière générale, les posts tournent autour de 2 000 likes en moyenne.



En revanche, ce qui fonctionne le moins sur LinkedIn, ce sont les simples images des événements auxquels participe l'entreprise et les photos/informations sur les employés, mais aussi les annonces de live. Cela s'explique par le fait que ce contenu est généralement moins élaboré que les autres, et il ne traite pas nécessairement d'informations directement pertinentes sur l'entreprise, mais plutôt d'événements qui peuvent ne pas susciter l'intérêt de tous ceux qui ne la connaissent pas bien. De plus, les lives sont faits pour ceux qui sont disponibles à un moment précis, ce qui réduit le nombre de personnes pouvant s'y rendre. Ce type de contenu fait entre 400 et 800 likes environ.

# Analyse des concurrents

## Hasbro

Hasbro, une entreprise américaine fondée en 1923 sous le nom de Hassenfeld Brothers, était initialement une entreprise textile produisant des trousse, des housses, et des boîtes de crayons. Ils ont réussi à surmonter la Grande Dépression, opérant avec 200 employés. En 1935, ils ont élargi leur gamme de produits pour inclure des stylos et d'autres fournitures scolaires, ce qui leur a assuré des revenus stables pendant des décennies. En 1942, les jouets et articles pour enfants sont devenus leur principale source de revenus. En 1954, Hassenfeld Brothers a obtenu une licence pour vendre des personnages Disney. Dix ans plus tard, la gamme GI Joe a été lancée, représentant les deux tiers de leur chiffre d'affaires au cours de ses deux premières années.

En 1968, elle est devenue Hasbro, se spécialisant dans la création et la commercialisation de jeux, mais pas seulement. Elle est présente sur plusieurs réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn, permettant de toucher différents publics (Facebook pour les plus âgés, Instagram pour les plus jeunes, LinkedIn pour les professionnels).

Sur Facebook, la page officielle compte 43 000 abonnés, avec principalement des images et quelques vidéos, bien que le rythme de publication soit irrégulier (par exemple, un seul post en mai, trois en mars, aucun en février). Sur Instagram, le contenu est similaire mais avec plus de vidéos et un rythme de publication plus soutenu, environ 3 à 5 fois par mois pour 393 000 abonnés.

Sur Twitter, ils partagent également des photos, vidéos et textes, souvent en repostant leurs produits pour engager diverses communautés. Bien que le compte compte 191 000 abonnés, les publications sont moins vues, sauf lors de mentions ou de reposts par des influenceurs ou lors d'événements spéciaux, avec une moyenne de 2 à 5 posts par mois.

À travers ces plateformes, Hasbro transmet ses valeurs définies dans sa RSE : "Chez Hasbro, s'amuser c'est du sérieux. Nous utilisons notre expertise et nos marques pour contribuer à un monde plus sûr, responsable et inclusif pour tous." Chaque filiale a ses propres valeurs en accord avec Hasbro, par exemple Wizards of the Coast valorise la Solidarité, la Communauté, la Collaboration, l'Excellence, l'Autonomie, la Responsabilité et le divertissement.



# Analyse des concurrents

Hasbro a créé de nombreux jeux populaires susceptibles de plaire à notre cible, notamment :

## Jeux de rôle (JDR) :

Dungeons & Dragons (D&D), présent sur Instagram avec divers contenus tels que des annonces de nouvelles éditions, des guides et des explorations du lore, avec environ un post par jour. Sur Facebook, bien que la page redirige vers la page officielle locale, la communauté française, avec 850 000 abonnés, est active malgré une faible fréquence de publication. La première édition est sortie en 1974, la 5e édition en 2014.

D&D représente un concurrent majeur car il encourage nos clients à explorer le passé et d'autres univers grâce à leur imagination, une valeur fondamentale de leur liberté créative. Le jeu de rôle connaît une croissance dans un créneau de marché potentiel pour notre entreprise.



## Jeux de cartes :

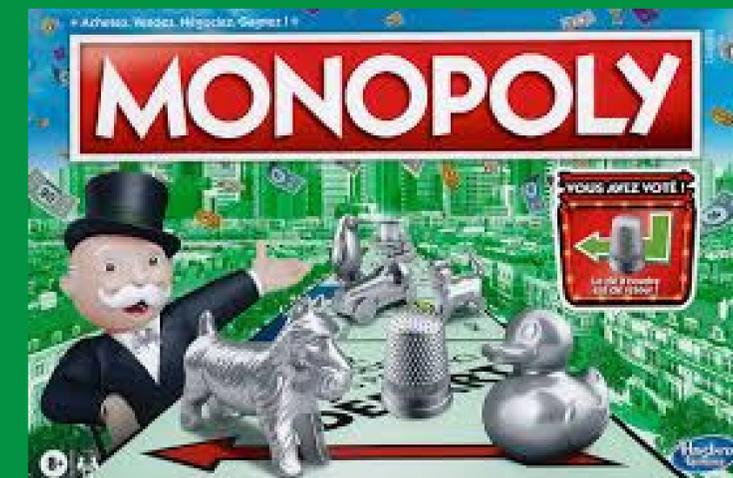
Magic: The Gathering est entré sur le marché en 1993 comme jeu de cartes à collectionner, avec une forte présence sur Facebook (plus d'un million d'abonnés), Instagram (500 000 abonnés), Twitter (300 000 abonnés), TikTok (44 000 abonnés) et YouTube (500 000 abonnés). Le contenu varie selon les plateformes, avec une stratégie similaire à D&D.



## Jeux de plateau :

Monopoly, créé par Hasbro en 1935, est un classique avec une forte présence numérique via Monopoly GO, une application de jeu mobile innovante téléchargée plus de 50 millions de fois. Les comptes officiels sont actifs principalement sur Facebook (9,8 millions d'abonnés) et TikTok (1,8 million d'abonnés), avec une stratégie numérique centrée sur l'engagement de la communauté et l'innovation.

Cette stratégie montre comment Monopoly s'adapte au virage numérique pour rester pertinent et attrayant pour ses principaux publics.



# SWOT

## Forces

- Grande présence sur de nombreux médias (film, série etc)
- De nombreux partenariats
- Des produits de haute qualité et une entreprise qui cherche à s'améliorer sur le plan écologique.

## Faiblesses

- Le prix élevé
- La dépendance aux franchises

## Opportunités

- Popularité croissante de la seconde main : Augmentation de la demande pour les produits d'occasion et tendance croissante vers des produits respectueux de l'environnement et des initiatives de recyclage.
- Technologie et numérisation : Expansion de la popularité de la réalité augmentée et de la technologie dans les jeux

## Menaces

- La concurrence intensive dans le marché
- La perte de l'attrait pour les jeux physiques
- Le risque de contrefaçons

III.

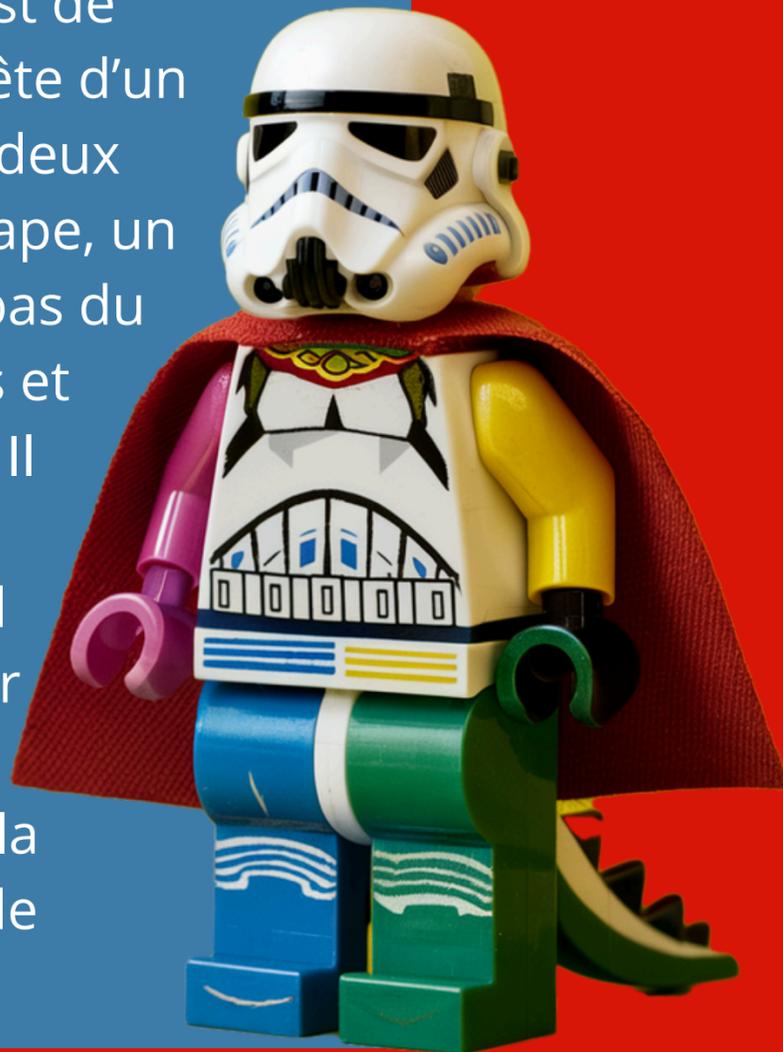
Les contenus pour  
les réseaux sociaux



# Les personnages

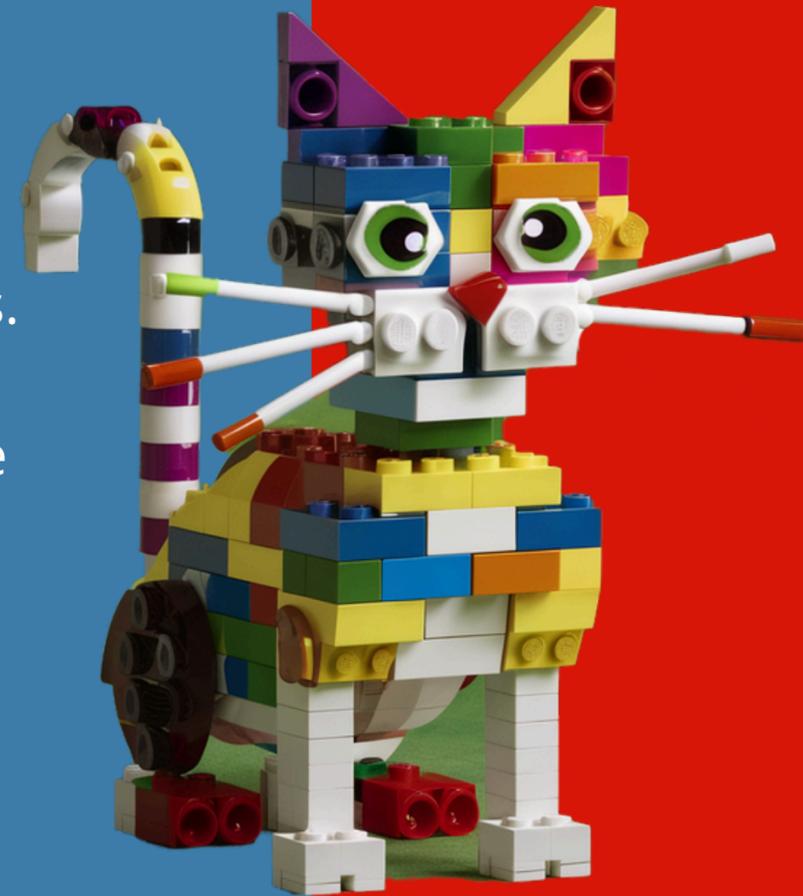
## Bob

La mascotte est un personnage Lego crée à partir de pièces venant de différents sets Lego. Il est de toutes les couleurs, il a la tête d'un stormtrooper, des bras de deux couleurs différentes, une cape, un haut de cosmonaute et le bas du corps constitué des jambes et d'une queue de dinosaure. Il s'agit d'un personnage très curieux et plein d'énergie, il a l'âme d'un preux chevalier mais à la phobie des araignées. Il est toujours à la recherche de réponses et de nouvelles aventures



## Bidule

Le deuxième personnage est un chat, il est l'ami de notre mascotte. Ce chat est également crée à partir de pièces venant des différents sets Lego. Il a des pattes et un corps de différentes couleurs, une queue bicolore tout comme ses yeux et ses oreilles. Ses moustaches ne sont pas symétriques, il en a 2 d'un côté et 3 de l'autre, qui vont dans des sens différents et ses yeux louches. Ce personnage est assez joueur, tête en l'air et maladroit.



# Introduction rapide aux histoires sur les RS

## TikTok: HISTOIRE 1

Sur TikTok, se trouve la première histoire qui raconte la “naissance” de l’ami de la mascotte dans le monde réel, le chat : Bidule. Cette vidéo en trois parties, montrera la création de ce personnage allant de la première vie des anciennes pièces à sa naissance, en passant par le processus de recyclage des pièces au sein de l’entreprise LEGO. Ainsi, vous expliquerez le principe de cette nouvelle fonctionnalité à travers l’histoire du chat.

Cette histoire se déroule sur TikTok, une plateforme appréciée par les jeunes en quête d’inspiration, ce qui en fait un canal idéal pour promouvoir LEGO Re-Use et encourager l’achat du produit à travers l’histoire des personnages en LEGO recyclés. Sur cette plateforme, les contenus rapides et visuels sont particulièrement appréciés, bénéficiant d’une grande visibilité, ce qui en fait le lieu parfait pour introduire la gamme.

## LinkedIn : HISTOIRE 2

Sur LinkedIn, la deuxième histoire de la campagne se déroule en trois posts. La mascotte poursuit sa quête de réponses aux questions posées précédemment sur Instagram, lors de sa discussion avec son ami Bidule. Elle se rend dans les locaux de LEGO pour rencontrer les créateurs de la nouvelle collection et découvrir l’inspiration derrière le projet initial. Cette étape permet d’expliquer le concept innovant de la gamme. Ensuite, elle explore l’identité et les valeurs de la marque, ainsi que l’importance de la communauté pour cette nouvelle initiative.

LinkedIn a été choisi pour cette histoire, car c’est la plateforme professionnelle idéale pour discuter de la création de la gamme et mettre en avant les valeurs de notre entreprise.

## Instagram : HISTOIRE 3

La conclusion de l’aventure se déroule sur Instagram, où l’accent sera mis sur l’interaction avec la communauté. Vous présenterez rapidement le principe de la nouvelle gamme, invitant les utilisateurs à partager leurs créations avec le hashtag #LEGORe-Use. Vous sélectionnerez ensuite neuf de ces créations pour créer des bandes dessinées personnalisées, dans lesquelles la mascotte voyagera et récupérera des pièces à la fin de chaque aventure. À la fin de ces histoires, toutes les pièces collectées formeront un QR code révélant la présence de grandes structures LEGO dans certaines grandes villes.

Instagram a été choisi pour cette histoire, car c’est une plateforme où il est plus simple de promouvoir le partage et d’interagir avec la communauté via les stories, les identifications et les hashtags. Cela offrira à la communauté l’opportunité de créer, de partager et de participer activement à l’aventure LEGO Re-Use sur votre compte officiel.

# TikTok

## Présentation du compte

Vous conserverez le nom de compte actuel et n'ajouterez pas de lieu afin de maintenir la reconnaissance et la fidélité que vous avez établies auprès de votre communauté.

Pour la nouvelle photo de profil, vous utiliserez une image similaire à votre logo, mais avec les lettres LEGO remplies de couleurs différentes et d'univers LEGO variés. Cela rappellera le concept de LEGO Re-Use et mettra en avant l'aspect unique de la création à partir de pièces de seconde main. Cette modification suscitera la curiosité de la communauté, les incitant à découvrir pourquoi la photo de profil a changé et, ainsi, à en savoir plus sur le nouveau produit.

Pour la biographie, nous intégrerons le slogan de la collection comme un Easter egg, tout en incitant directement la communauté à cliquer sur un lien vers le nouveau produit. Ainsi, ce sera la première chose qu'ils découvriront en visitant le compte. Ce slogan conçu spécifiquement pour TikTok adopte un ton amusant, simple et accessible, adapté à la jeune audience de la plateforme.



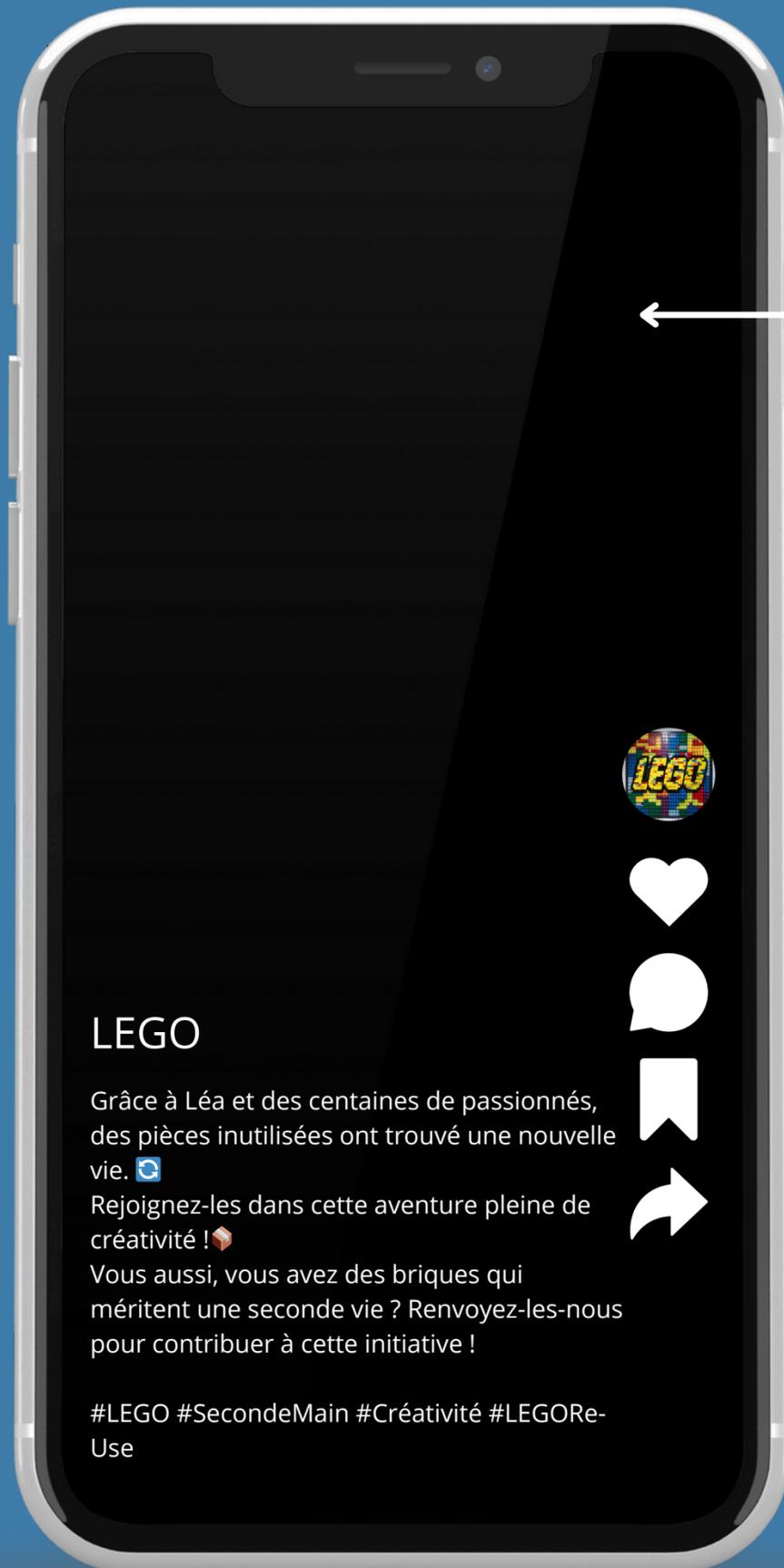
# TikTok

## Histoire racontée dans le 1er TikTok

Bob, notre mascotte, rendit visite à son ami Bidule, le chat. En discutant, Bob interrogea Bidule sur son passé et son histoire. Il commença alors à raconter sa création : bien avant de devenir un chat, les pièces qui le composaient avaient voyagé à travers différents univers LEGO.

Il y a plusieurs années, Léa, passionnée par les jeux de construction, passait des heures à assembler des dizaines de sets LEGO. Avec le temps, ses obligations se multiplièrent et elle n'eut plus le loisir de se consacrer à cette activité. Les sets qu'elle avait construits commençaient à prendre la poussière sur les étagères, tandis que les pièces inutilisées s'entassaient au fond des boîtes. Un jour, en visitant le site de LEGO, elle découvrit qu'il était possible de renvoyer ses pièces inutilisées. Elle décida alors de toutes les rassembler et de les renvoyer. Elle commença par défaire le LEGO Renard, qu'elle avait tant aimé construire avec sa sœur et qui lui évoquait tant de bons souvenirs. En le décomposant, elle se dit que ces pièces allaient désormais vivre de nouvelles aventures entre les mains d'autres passionnés. Après les avoir soigneusement empaquetées dans un carton, elle se rendit à la boîte aux lettres pour les expédier. Comme Léa, de nombreuses personnes ont décidé de donner une seconde vie à leurs pièces LEGO en renvoyant un carton à l'entreprise via la boîte aux lettres.

C'est à partir de ce mélange de pièces de seconde main que Bidule a été créé, comme il l'expliqua à son ami Bob.



## Descriptif

## Justifications

<p>Format vidéo 16:9 : les deux personnages en LEGO se parlent, puis lorsque Bidule commence à parler du passé, une bulle de pensée apparaît au-dessus de sa tête. Tons vifs et saturés.</p>	<p>Les tons vifs et saturés sont choisis pour renforcer l'aspect coloré des personnages LEGO, renforçant l'aspect ludique de la scène. La bulle de pensée est en brique de LEGO colorées pour rappeler le principe de la gamme.</p>
<p>Transition avec une ellipse dans le passé : flou progressif vers la bulle de pensée au-dessus de Bidule, on "rentre" à l'intérieur de cette bulle pour voir l'ancienne vie des pièces. La scène est accompagnée d'une musique douce et nostalgique. Tons moins saturés, moins contrasté pour évoquer le passé.</p>	<p>Le flou et la différence de ton permettent de créer une séparation nette entre le présent et le passé. La musique est utilisée pour renforcer l'aspect émotionnel et rétro de la scène.</p>
<p>Plan moyen montrant Léa en pleine session de construction LEGO. Bruits de briques qui s'assemblent, ambiance de fond calme.</p>	<p>Ces éléments réunis permettent de créer une atmosphère immersive et de focaliser l'attention sur le projet créatif de Léa.</p>
<p>Plan large avec un timelapse (vision accélérée) de Léa devenant occupée et n'ayant plus le temps de construire, les LEGO s'empilent et prennent la poussière. Montée en volume de la musique avec un tempo plus rapide.</p>	<p>Ces éléments permettent de représenter visuellement le passage du temps et le déclin de son engagement créatif, et de faire ressentir au spectateur l'évolution de la situation de Léa de manière émotionnelle.</p>
<p>Gros plan sur l'écran d'ordinateur de Léa, découvrant sur le site LEGO la possibilité de renvoyer les pièces inutilisées. Clics de souris, sons de notification d'ordinateur.</p>	<p>Cela permet de focaliser l'attention sur le moment crucial où Léa découvre la possibilité de renvoyer les pièces LEGO inutilisées. Les sons ajoutent du réalisme à la scène, renforçant ainsi l'engagement émotionnel du spectateur.</p>

# TikTok

## Descriptif du post 1 Partie 1

## Descriptif

## Justifications

Plan moyen de Léa décomposant le LEGO Renard avec nostalgie.	Cela crée une proximité visuelle et émotionnelle avec le spectateur, permettant de capturer l'émotion nostalgique de la scène.
Plan moyen sur Léa empaquetant soigneusement les pièces dans un carton.	Pareil.
Gros plan sur les mains de Léa expédiant le carton dans une boîte aux lettres. Sons de boîtes aux lettres s'ouvrant et se fermant.	Cela intensifie le moment de le renvoi des pièces LEGO, symbolisant leur nouvelle destinée et incitant à l'action écologique.
Gros plans divisés montrant plusieurs perspectives de personnes différentes déposant des cartons dans des boîtes aux lettres.	Cela permet d'illustrer la diversité des participants et l'ampleur du mouvement de retour des pièces pour inciter le spectateur à participer.
Retour à la conversation entre Bob et Bidule : la bulle de pensée se dissipe pour révéler les deux amis en train de discuter. La musique douce se termine progressivement, retour aux voix des personnages. Retour aux couleurs vives et saturées.	Cela renforce visuellement l'énergie et l'interaction entre Bob et Bidule, et permet au spectateur de distinguer le moment du passé au retour au présent avec la conversation entre les 2 personnages colorés.

# TIKTOK

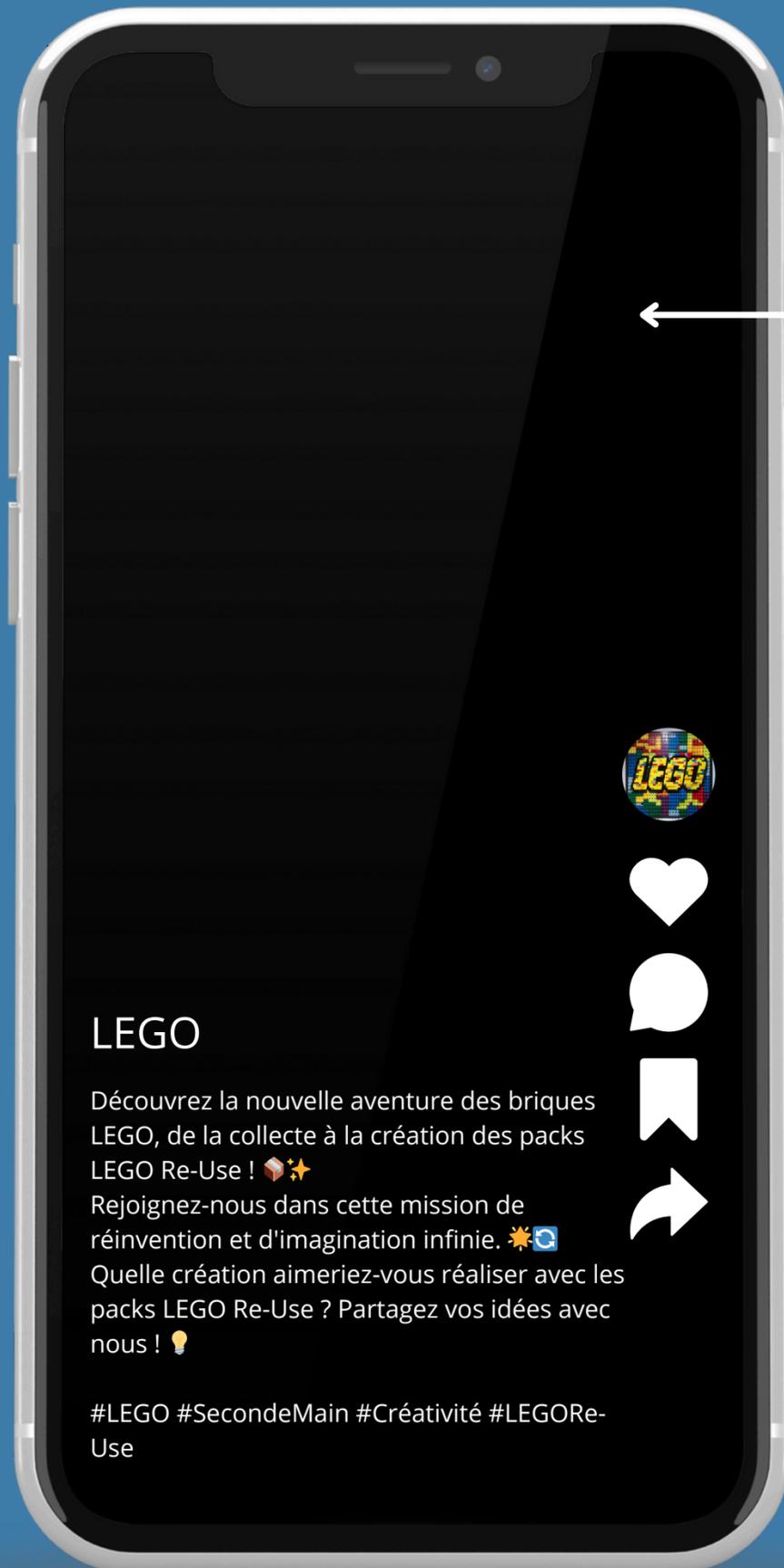
## Descriptif du post 1 Partie 2

# TikTok

## Histoire racontée dans le 2ème TikTok

Lorsque les propriétaires qui ne se servaient plus de leurs LEGO ou qui avaient des pièces en trop décidèrent de les renvoyer à l'entreprise, cela marqua le début d'un nouveau périple pour ces briques. L'équipe LEGO, souhaitant leur donner une seconde vie, prit alors les choses en main. Ils se lancèrent dans une mission de collecte et de tri, en rassemblant les différentes pièces reçues.

Une fois les colis réceptionnés, chaque brique entama une nouvelle aventure. D'abord, elles furent triées avec soin, chaque brique classée selon sa taille, sa forme et sa couleur. Puis, un membre de l'équipe LEGO sélectionna différentes pièces afin de les mélanger et de les regrouper dans un sachet commun. Ce processus permit aux briques de trouver leur place dans des packs mystères, prêtes à être réinventées. Ces packs de différents poids ont été conçus pour offrir une expérience unique à chaque utilisateur, composés d'une variété de pièces LEGO provenant de divers univers.



## Descriptif

## Justifications

Format vidéo 16:9.	Format habituel des vidéos TikTok.
Atmosphère chaleureuse : éclairage doux et tamisé rappelant l'ambiance "artisanale" de l'usine. Tons chaleureux et naturels, avec une lumière douce. Musique légèrement épique évoquant l'aventure.	Cela crée une ambiance accueillante et artisanale, idéale pour mettre en valeur le processus de réinvention des pièces LEGO. La musique renforce le sentiment d'aventure et d'excitation associé à la créativité et à l'imagination de LEGO Re-Use.
Plan rapproché sur des membres de l'équipe LEGO recevant les colis de pièces LEGO. Sons de cartons qui sont posés sur les tables et bruits de fond d'un atelier en activité. Gros plan sur une brique LEGO tout au long de son parcours dans l'usine LEGO, notamment pendant le processus de tri. Bruits mécaniques légers, son de tapis roulant.	Cela permet de plonger le spectateur au cœur du processus de réception et de tri des pièces LEGO. Les sons réalistes renforcent l'immersion dans l'ambiance industrielle de l'usine, mettant en valeur l'engagement de l'équipe dans la transformation des pièces en packs.
Gros plan sur des mains triant les pièces LEGO et créant les packs mystères.	Cela permet d'illustrer le processus artisanal et méticuleux derrière la création des packs. En montrant cette étape de tri, cela renforce l'idée de soin et d'attention portés à chaque détail.
Plan large montrant une diversité de packs mystères, chacun prêt à offrir une expérience unique.	Cela souligne la promesse d'une expérience unique pour chaque utilisateur, en l'incitant à se procurer le pack dans le poids qui lui convient.

# TikTok

## Descriptif du post 2



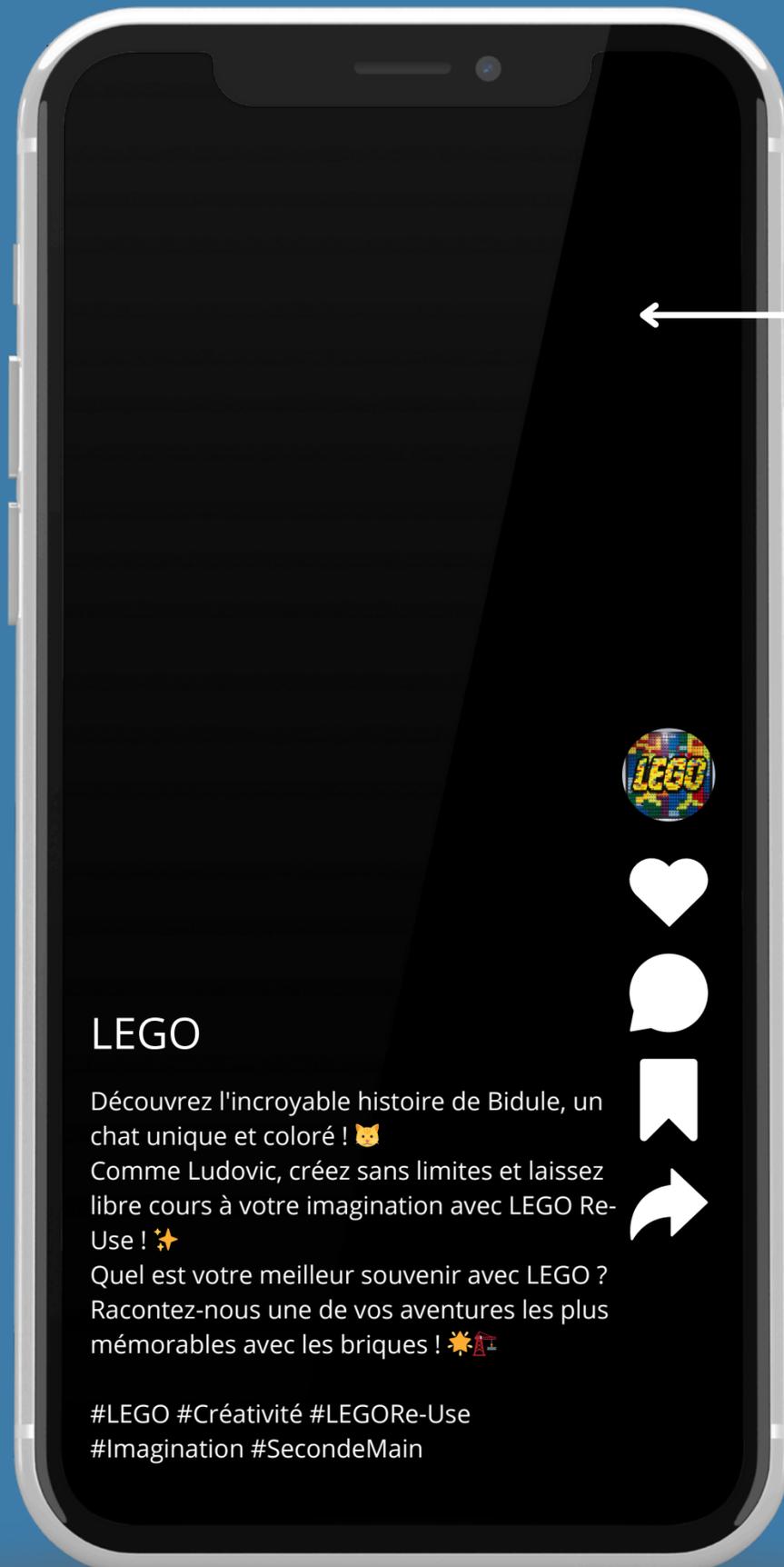
# TikTok

## Histoire racontée dans le 3ème TikTok

Ludovic, 22 ans, s'ennuyait tous les samedis après-midi. Il constata que cela ne lui arrivait jamais quand il était plus jeune, ce qui l'amena à se demander pourquoi. Il se rappela alors qu'à l'époque, il utilisait davantage sa créativité et son imagination en construisant et en créant, notamment avec des LEGO. C'est ainsi qu'il eut l'idée d'acquérir une nouveauté de la marque : des packs mystère de seconde main permettant de créer à l'infini et de laisser libre cours à son imagination.

Dès la réception de son pack, Ludovic analysa les pièces reçues pour envisager les possibilités de création. En regardant autour de lui, il croisa le regard de son chat, ce qui lui inspira l'idée de le reproduire en LEGO. Grâce à la variété de pièces disponibles, de toutes formes et couleurs, il réussit à recréer son chat à sa manière. À travers l'assemblage de ces pièces, Bidule le chat est né et les pièces ont retrouvé une nouvelle vie.

Bidule conclut : "Et c'est ainsi que je suis né !". Bob était fasciné d'avoir découvert la véritable histoire étonnante de la création de son ami. Le chat lui montra le pack avec lequel il avait été conçu, et Bob remarqua un élément qui n'avait pas été utilisé pour créer son ami : un chapeau de cowboy. Bidule décida alors de le lui offrir, le rendant encore plus unique qu'auparavant. En clôturant leur discussion, les deux amis se plongèrent dans des questions existentielles sans réponse : "Qui sont réellement nos créateurs ?" "Quel est le sens de notre existence ?". C'est ainsi que Bob se lança pour mission de partir à la recherche de réponses. Avant que son ami parte, Bidule se souvint qu'il avait perdu sa boule de laine avec laquelle il s'amusait tant. Il confia alors à Bob la mission de la retrouver pendant son voyage et de la lui ramener.



## Descriptif

## Justifications

Format vidéo 16:9.	Format habituel des vidéos TikTok.
Gros plan sur Ludovic, visiblement ennuyé un samedi après-midi.	Cela permet au spectateur de se mettre à la place de Ludovic et donc de créer une empathie et une identification, facilitant ainsi l'engagement du public dans son histoire.
Plans de coupe de Ludovic regardant autour de lui avec une expression pensive.	Cela permet d'illustrer visuellement son état d'introspection et de réflexion.
Transition de fondu enchaîné pour amener à un flashback de Ludovic plus jeune, construisant des LEGO et exprimant sa créativité. Bruits de briques LEGO s'emboîtant, rires d'enfants, ambiance joyeuse.	Ces éléments permettent d'illustrer le contraste entre le présent et le passé, renforçant la nostalgie. Les bruits et rires ajoutent une dimension sensorielle qui rend le souvenir plus vivant.
Plan rapproché de Ludovic naviguant sur le site LEGO, découvrant les packs mystère de seconde main et passant sa commande en ligne. Bruits de clics de souris, sons de clavier, notification de confirmation de commande.	Ces éléments mettent l'accent sur l'action de découverte et d'achat, créant ainsi une connexion personnelle avec le spectateur et renforçant son immersion.

# TikTok

## Descriptif du post 3 Partie 1

## Descriptif

## Justifications

Gros plan sur Ludovic ouvrant le colis avec excitation.	Ce plan met en avant l'émotion et l'anticipation de Ludovic, permettant aux spectateurs de ressentir son enthousiasme. Le gros plan capture les détails de l'ouverture, accentuant l'expérience tactile du moment.
Gros plan sur le regard de Ludovic croisant celui de son chat.	Cette scène crée un moment humoristique en montrant que Ludovic a choisi de reproduire un élément de sa vie réelle en LEGO.
Plan rapproché sur Ludovic assemblant les pièces pour recréer son chat de manière originale. Léger ronronnement du chat, silence sinon pour capter l'instant.	Ce plan met en valeur la minutie et la créativité de Ludovic. Le léger ronronnement et le silence ambiant accentuent l'importance et l'intimité du moment.
Transition de fondu enchaîné pour revenir aux deux amis qui discutent.	Cela permet une transition douce et naturelle du flashback au présent, maintenant la continuité narrative et facilitant la compréhension de l'histoire pour les spectateurs.
Plan rapproché sur les deux amis qui discutent avant que Bob parte à l'aventure.	Cela met l'accent sur l'émotion et la connexion entre les personnages, et permet de focaliser l'attention sur la quête donnée par Bidule.

# TikTok

## Descriptif du post 3 Partie 2

# TikTok

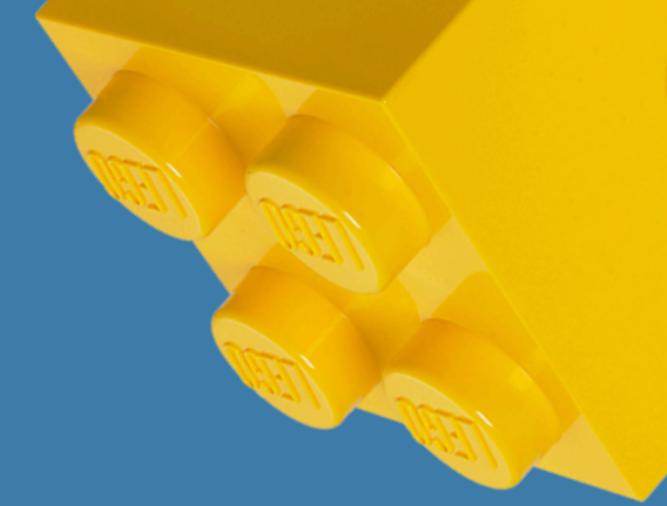
## Objectifs et valeurs

Les posts sur TikTok marquent le début de la campagne LEGO Re-Use sur les réseaux sociaux. Ils visent à présenter le nouveau produit à la communauté en mettant en scène des acteurs dans des situations récurrentes dans lesquelles la communauté pourra s'identifier.

Dans la première partie de l'histoire, ceux qui possèdent des pièces inutilisées pourront se reconnaître à travers la situation de Léa. En faisant appel à leur **conscience éco-responsable** et en soulignant l'importance du **recyclage** et de la **seconde main**, cela les incitera à renvoyer leurs pièces et à participer à cette initiative **écologique** et **créative**.

La deuxième partie vise à démontrer votre engagement envers la **durabilité** en exposant de manière honnête et transparente le processus interne de tri et de création des packs par l'équipe LEGO. Cela vise à répondre à toutes les questions de la communauté concernant ce processus, dans le but de renforcer la confiance entre la communauté et votre marque.

La troisième partie vise à toucher le plus grand nombre de membres de la communauté, en exploitant le sentiment de **nostalgie de l'enfance**. La plupart de vos abonnés de votre compte TikTok ont joué et construit des LEGO lorsqu'ils étaient plus jeunes, mais ont depuis manqué de temps pour y consacrer leur attention. Ludovic sera ainsi un exemple **inspirant** pour la communauté, en leur montrant qu'ils peuvent également acheter ces nouveaux packs, non seulement plus abordables que les packs standards, mais qui offrent également une occasion d'exprimer leur **créativité** à travers des créations uniques.



# TikTok

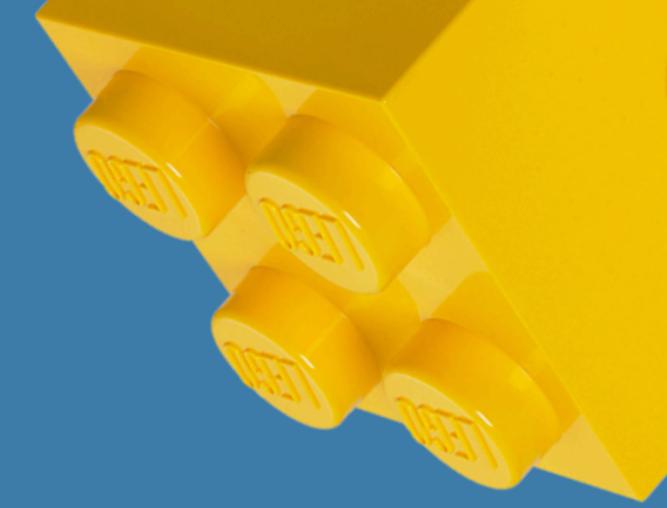
## Objectifs et valeurs

À travers ces publications, la présence de personnages conçus avec ces packs, vise à stimuler la **créativité** au sein de la communauté, en encourageant chacun à inventer ses propres créations et personnages uniques. En voyant comment Ludovic a reproduit son chat en version originale et multicolore, cela incitera les membres de la communauté à envisager de recréer des personnes ou des objets de leur quotidien. Cette réflexion les poussera ainsi à se procurer LEGO Re-Use pour concrétiser leurs idées créatives.

Nous avons constaté que sur votre compte TikTok, montrer directement des personnes en train de créer des sets et de présenter leurs créations fonctionne particulièrement bien. Nous allons donc adopter cette stratégie. L'objectif est conatif et clairement orienté vers l'action, visant à susciter directement le désir d'achat chez l'utilisateur qui souhaite reproduire ces créations chez lui.

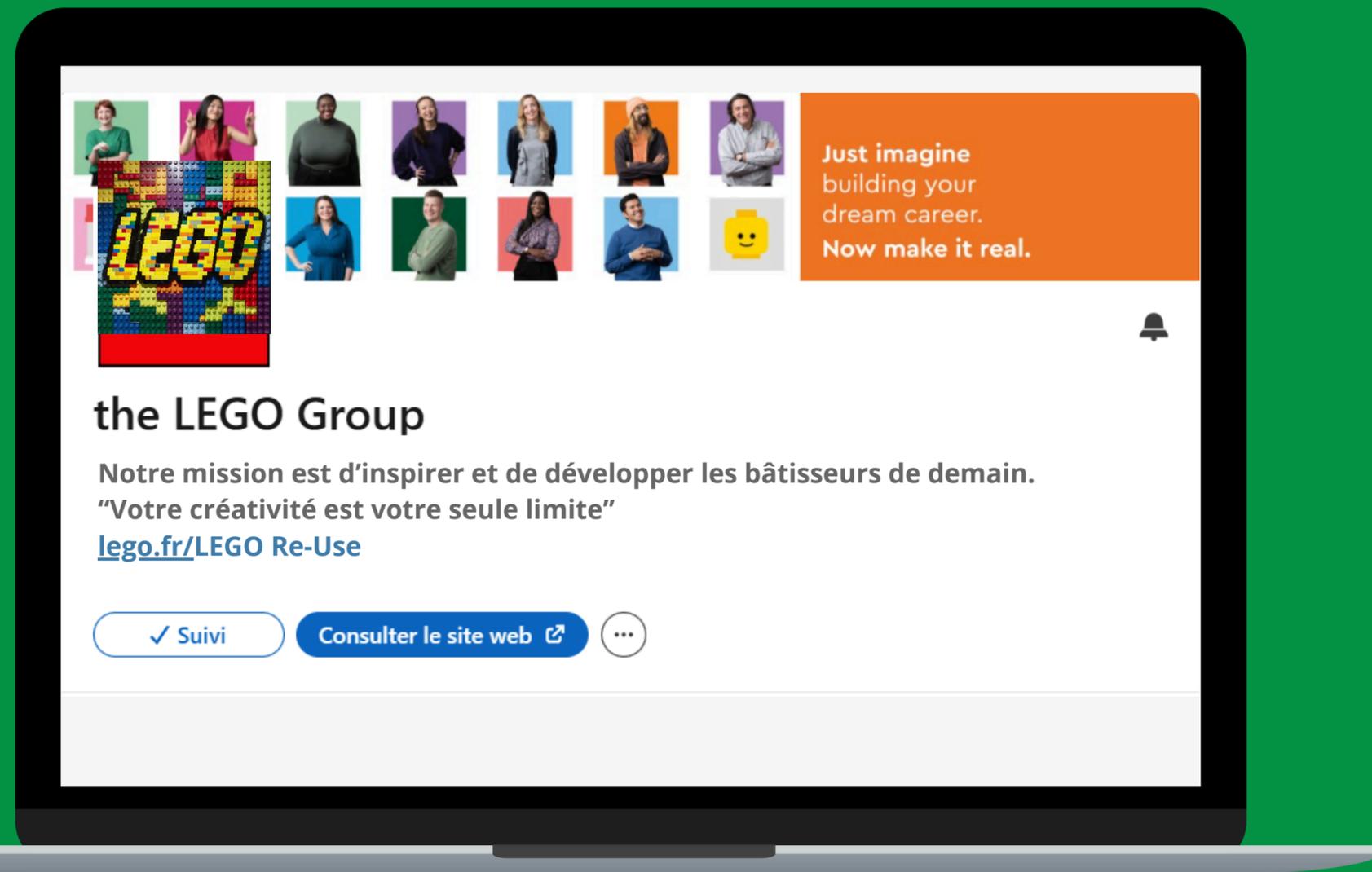
À la fin du dernier post, l'assignation d'une quête par Bidule le chat à son ami Bob et leurs réflexions sur leurs origines, permettra de créer une transition vers le prochain réseau social, LinkedIn, où ils vont obtenir leurs réponses. Cette fin incitera donc une grande partie de la communauté à explorer la suite par eux-mêmes.

Pour ces trois histoires, le public cible est composé de jeunes adultes âgés de 20 à 30 ans, qui ont grandi avec LEGO, mais qui ont cessé d'y jouer régulièrement aujourd'hui. Nous mettrons ainsi l'accent sur la **nostalgie** pour raviver leur intérêt et les inciter à reprendre les LEGOS.



# LinkedIn

## Présentation du compte



Vous ne changerez pas de nom de compte et ne rajouterez pas de lieu pour ne pas perdre l'image de la marque.

La photo de profil sera presque la même. Il s'agira d'une variante du Logo LEGO de toutes les couleurs et réalisé avec plein de briques différentes pour faire référence à votre nouvelle gamme et donc à la créativité et à la seconde main. Ainsi, elle interpellera les abonnés qui, par curiosité, vont vouloir découvrir pourquoi il y a un changement de logo.

Pour la biographie, un slogan sera ajouté comme un easter egg à la gamme. Le slogan est volontairement plus sérieux que sur les autres réseaux sociaux pour s'adapter à la cible professionnelle de LinkedIn.

# LinkedIn

## Histoire racontée dans le 1er post

Après s'être questionné sur son origine et celle de son ami Bidule, Bob a décidé de se rendre directement dans les locaux LEGO afin de questionner ses créateurs de vive-voix sur cette nouvelle gamme.

Une fois devant les bâtiments des locaux, qui semblent si immenses devant lui que Bob en est émerveillé, Il retire son chapeau de cowboy et entre en sautillant, tout heureux de pouvoir en apprendre plus.

A l'intérieur des locaux, Bob rencontre une personne de l'équipe conception de cette nouvelle gamme. Les questions commencent déjà à se bousculer dans sa tête mais l'employé l'emmène dans son bureau et ils s'assoient au calme pour parler correctement.

Bob est si heureux de pouvoir en découvrir davantage sur cette gamme dont il est le fruit. Il pose alors plusieurs questions, notamment : "En quoi consiste cette gamme ?", "Comment avez-vous eu cette idée ?" et "Qu'elle était l'idée de départ?". Questions auxquelles l'employé répond de manière assez brève par : "[XXX]", "[XXX]", "[XXX]".

A la fin de cette petite interview, Bob brise le quatrième mur, se rapproche de nous et nous demande : "Si vous souhaitez en savoir plus sur la conception de ma gamme, jetez un coup d'œil au lien dans la description !"



## Descriptif

## Justifications

Un carrousel d'images au format carré ( <b>pour les 3 posts</b> )	Car c'est le format le plus utilisé sur les carrousel LinkedIn.
Des incrustations de Bob dans des images de la vraie vie avec une lumière naturelle ( <b>pour les 3 posts</b> )	Car les gens pourront voir à quoi ressemble l'entreprise, pour créer un lien avec la communauté et le fait qu'elle soit nécessaire dans cette gamme, renforcer que c'est dans la vraie vie et que ce n'est pas un univers fictionnel.
Une première slide en contre plongée représentant Bob de dos se tenant devant les grands bâtiments LEGO avec un chapeau de cowboy sur la tête.	Pour voir la grandeur des bâtiments LEGO, reconnaître Bob et le chapeau qu'il a récupéré sur la vidéo TikTok.
Une deuxième slide de Bob qui serre la main d'un employé avec un badge "équipe conception"	On montre que Bob rencontre les véritables employés LEGO. Le badge fait comprendre qui est cette personne.
Une troisième slide de Bob et l'employé assis dans un bureau et Bob qui pose une question	On comprend qu'ils se posent et qu'il va y avoir un échange.
Plusieurs autres slides s'enchaînent montrant les questions et les réponses en de courtes phrases. Elles sont écrites dans une bulle de dialogue en Lego colorée. Et la typographie utilisée est assez simple, sans-serif et arrondie.	Les phrases sont courtes car la suite est disponible via le lien dans la description, les bulles en Lego colorée font un rappel du principe de la gamme et la typographie rappelle celle de LEGO et est facile à lire.
La dernière slide montre Bob devant nous, qui nous regarde, penchant la tête avec une bulle au dessus	Comprendre que Bob s'adresse directement au public pour l'interpeller et qu'il interagisse.

# LinkedIn

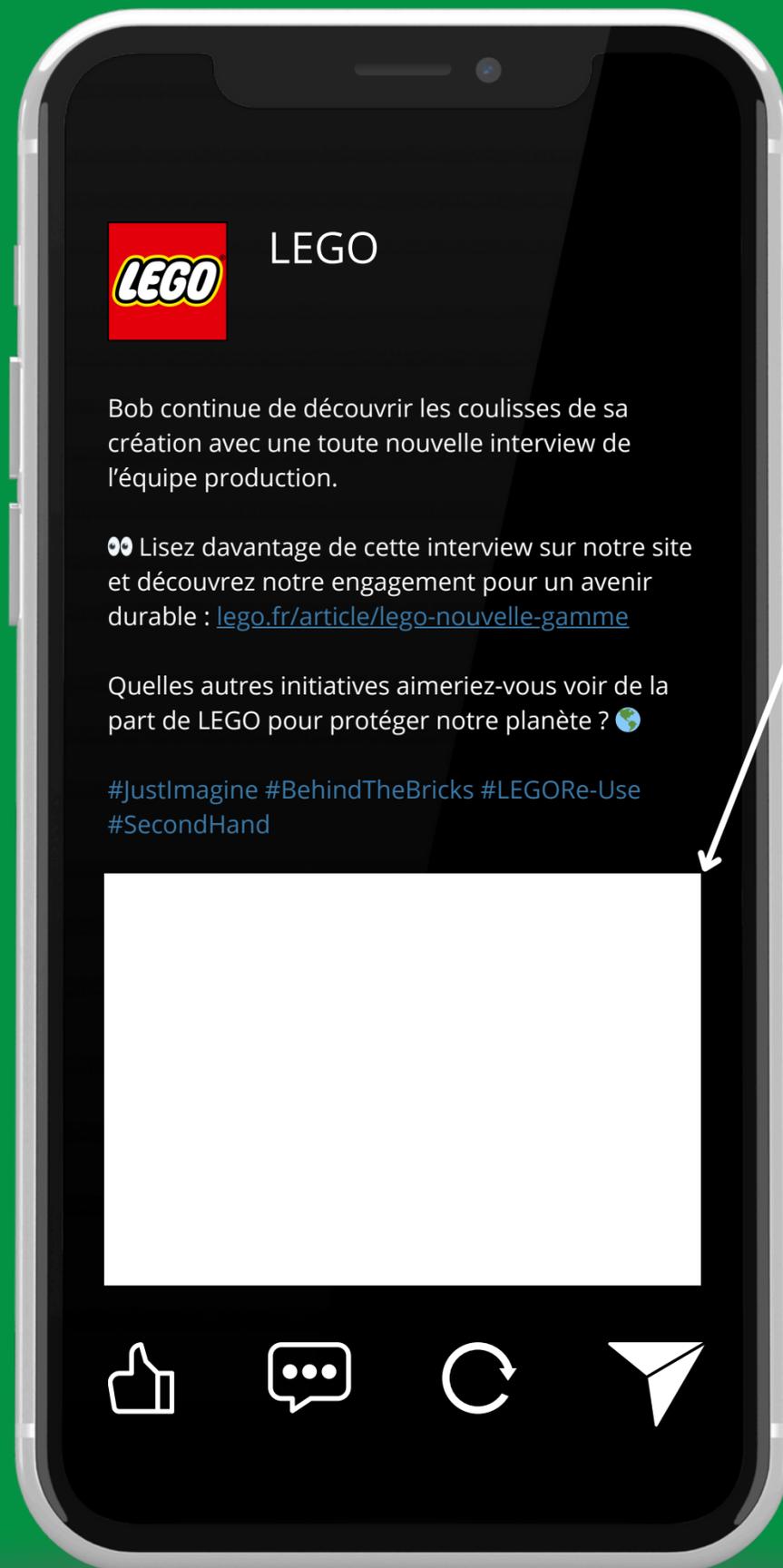
## Descriptif du post 1

# LinkedIn

## Histoire racontée dans le 2ème post

A la fin de son interview avec un membre de l'équipe production, Bob a toujours soif d'apprendre, alors il continue sa visite des locaux LEGO et rencontre une nouvelle personne. Cette fois-ci, il s'agit d'un employé de l'équipe qualité de la gamme dont Bob provient. Ce dernier le salue et il se retrouve cette fois debout dans l'usine LEGO avec cet employé. Dans cette nouvelle pièce, notre mascotte continue de poser des questions : "En quoi cette gamme est-elle un geste envers l'environnement ?", "Comment sont traitées les pièces qui reviennent à l'usine LEGO ?" et "Où pouvons-nous déposer les pièces qui ne nous intéressent plus?". Questions auxquelles l'employé répond de nouveau de manière assez brève par : "[XXX]", "[XXX]", "[XXX]".

Une fois cette deuxième interview terminée, Bob brise une nouvelle fois le quatrième mur, se rapproche de nous et nous demande : "Si vous souhaitez en savoir plus sur la conception de ma gamme, jetez un coup d'œil au lien dans la description !"



## Descriptif

## Justifications

Une première slide montrant un plan large de Bob déambulant dans les couloirs du bâtiment LEGO.	Montrer qu'il s'agit de la suite du post précédent et que Bob est toujours au même endroit.
Une deuxième slide dans laquelle on voit Bob être interpellé par un employé LEGO avec un badge "équipe qualité"	On voit qu'il rencontre une nouvelle personne et on comprend qu'il va y avoir un autre échange avec un membre de l'équipe qualité.
Une troisième slide où on les voit tous les deux face à face dans l'usine LEGO en plan rapproché sur leurs têtes	On comprend que Bob va poser des questions sur la qualité de la gamme. On se concentre sur leurs têtes et ce qu'ils vont dire.
Plusieurs autres slides s'enchaînent montrant les questions et les réponses en de courtes phrases. Elles sont écrites dans une bulle de dialogue en Lego colorée. Et la typographie utilisée est assez simple, sans-serif et arrondie.	Même justification que le post 1.
La dernière slide montre Bob devant nous, qui nous regarde, penchant la tête avec une bulle au dessus	Même justification que le post 1.

# LinkedIn

## Descriptif du post 2

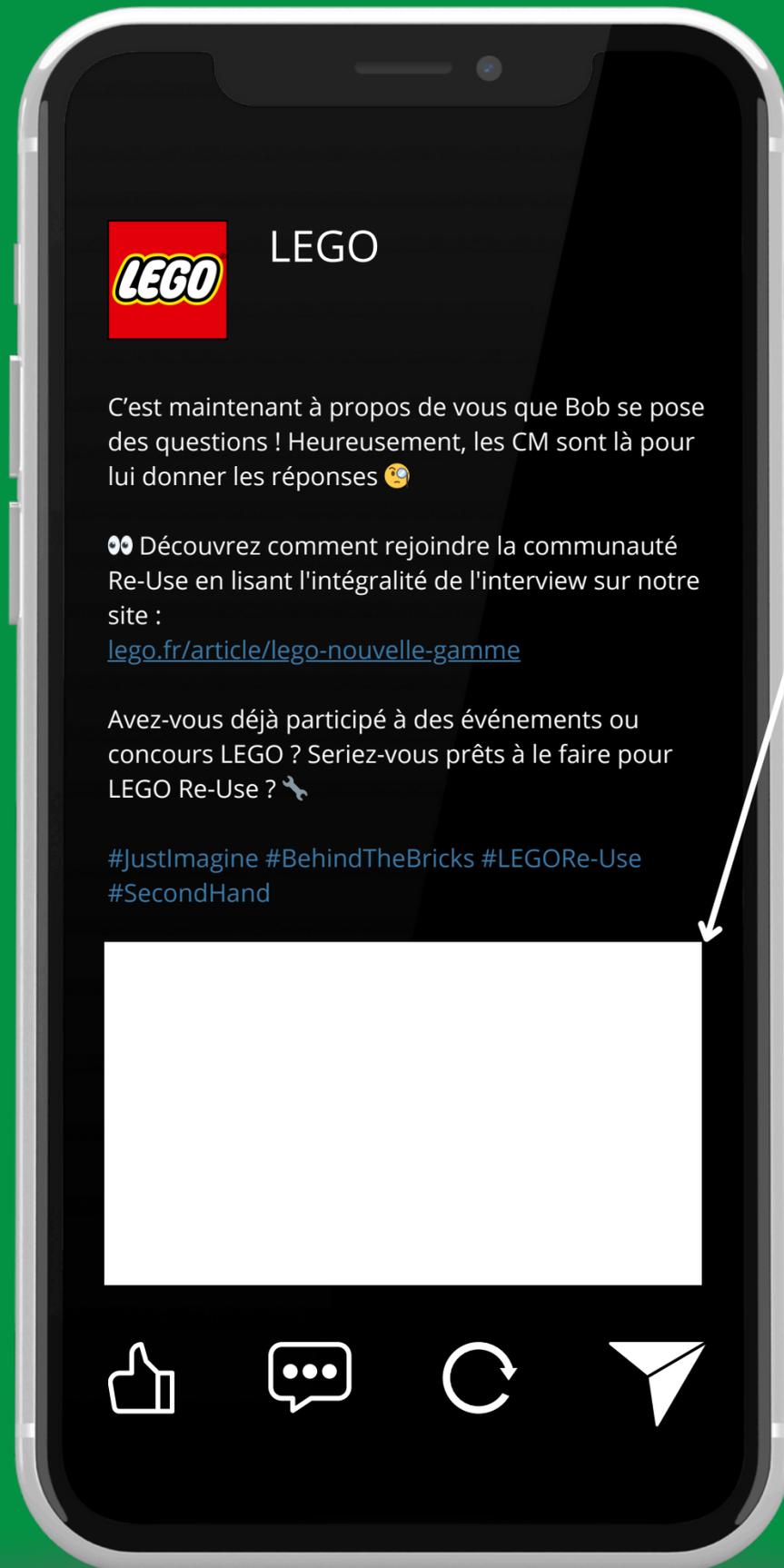
# LinkedIn

## Histoire racontée dans le 3ème post

Bob a terminé sa deuxième interview et il ressort du bureau de l'équipe qualité de LEGO. Il est très satisfait de ses nouvelles informations acquises, désormais il en sait d'autant plus sur sa fabrication. Mais il y a encore quelques questions qui lui trottent dans la tête. Alors, il décide de continuer sa visite et se met à chercher activement l'équipe communication de LEGO. Au bout de quelques minutes, Bob se retrouve en face des Community Manager de l'entreprise et se tient prêt à poser ses dernières questions avant de repartir voir son ami Bidule. Il demande alors aux Community Manager de LEGO : "Pourquoi la communauté est si importante pour LEGO ?", "Quel impact à la communauté sur cette gamme ?" et "De quelle manière la communauté peut-elle partager ses idées et ses créations ?".

Questions auxquelles les CM répondent encore une fois de manière assez brève par : "[XXX]", "[XXX]", "[XXX]".

Après avoir répondu aux questions de Bob et heureux d'avoir pu l'aider, ils décident d'offrir à Bob un avion LEGO grâce auquel il pourra continuer son aventure et partir à la recherche des créations de la communauté et découvrir le monde ainsi que des nouveaux amis. Il se rend dehors avec son avion et pour la dernière fois, il se tourne vers nous et nous demande "Et vous, êtes vous prêts à rejoindre la communauté et vous lancer dans l'aventure avec moi ?".



## Descriptif

## Justifications

Une première slide montrant Bob sautillant joyeusement dans les couloirs.	Montrer la joie du personnage, son énergie et le fait qu'il est toujours au même endroit (suite du post 2).
Une deuxième slide dans laquelle on le voit s'arrêter devant les CM qui font une vidéo	On comprend qu'il va une nouvelle fois interpeller de nouveaux employés LEGO.
Une troisième slide nous montre Bob et les CM assis face à face sur des chaises dans une salle avec du matériel audiovisuel.	On comprend que Bob va poser des questions sur la communauté LEGO. On se concentre sur ce qu'ils vont dire.
Plusieurs autres slides s'enchaînent montrant les questions et les réponses en de courtes phrases. Elles sont écrites dans une bulle de dialogue en Lego colorée. Et la typographie utilisée est assez simple, sans-serif et arrondie.	Même justification que le post 1 et 2.
Une avant dernière slide en plan rapproché sur les bras des CM devant Bob qui tiennent un avion en LEGO dans leurs mains.	Mettre en avant l'objet et comprendre que les CM offrent un cadeau à Bob.
La dernière slide montre Bob devant nous, dehors sur son avion, qui nous regarde, levant un bras avec une bulle au dessus	Même justification que le post 1 et 2. Et mettre en avant l'avion pour faire la transition avec Instagram.

# LinkedIn

## Descriptif du post 3

# LinkedIn

## Objectifs et valeurs

L'histoire des 3 posts sur LinkedIn représentera le milieu de la campagne, entre l'histoire de TikTok et celle d'Instagram. C'est pourquoi il est important de faire des transitions entre ces histoires. Ici, la transition d'Instagram vers LinkedIn se fera en retrouvant, dans la première slide LinkedIn, le chapeau cowboy que Bob récupère dans la dernière vidéo TikTok. Ensuite, la transition de LinkedIn vers Instagram se fera en retrouvant l'avion, que les CM offrent à Bob et que l'on retrouve sur la dernière slide LinkedIn, dans les posts Instagram à l'intérieur desquels Bob va vivre une aventure.

Le but de l'histoire sur LinkedIn sera de **présenter** la gamme mais surtout sa **conception**, sa création, comment elle fonctionne et pourquoi elle a été créée.

Au sein de cette histoire en 3 parties on retrouve les grandes valeurs que vous allez véhiculer : quand Bob rencontre l'équipe conception il va prôner la **créativité** et la volonté de pousser les gens à créer en utilisant leur **imagination**, comme un retour aux sources de LEGO. Lorsqu'il rencontre l'équipe qualité il va prôner la **conscience écologique**, la volonté de LEGO de faire un **geste vers l'environnement** en utilisant la **seconde main**. Et enfin quand il rencontre les CM, il va prôner le partage et le **sentiment d'appartenance** à la communauté LEGO.

Sur LinkedIn, montrer des **images réelles** de l'entreprise LEGO et dévoiler les "backstages" attire particulièrement l'attention des utilisateurs. En y ajoutant Bob et ses questions, elles pourront comprendre le principe de l'entreprise et surtout découvrir les **valeurs** de cette dernière. Sur LinkedIn il est important de pousser les utilisateurs à vouloir en savoir plus sur LEGO et dans ce cas sur les profondeurs de la nouvelle gamme LEGO RE-Use. Créer un **lien** avec la communauté rappelle le fait qu'elle soit nécessaire dans cette gamme.

Pour finir, avoir des plans variés dans chaque diapositive, vous servira à rester **dynamique** et à accrocher l'œil de ceux qui verront les publications. Ces posts vont devoir susciter le **questionnement** et la **curiosité** chez les gens.

Le cible de ces posts sur LinkedIn serait les adultes entre 30 et 50 ans environ, c'est-à-dire qui sont intéressés pour travailler dans l'entreprise, ou avec, et qui cherchent à la découvrir en détail (ses valeurs, son organisation...). Il peut aussi s'agir uniquement de parents qui pourront entendre parler de la gamme et de ses prix moins chers, de ses valeurs, sa fabrication...

# Instagram

## Présentation du compte

Vous ne changerez pas de nom de compte ni ne rajouterez de lieu afin de ne pas perdre l'image de la marque déjà instaurée depuis très longtemps.

La photo de profil sera presque la même. Il s'agira d'une variante du Logo LEGO créé avec de nombreuses briques de différentes et de toutes les couleurs pour faire référence à votre nouvelle gamme et donc à l'utilisation de la seconde main et l'appel à la créativité.

Pour la biographie, nous allons la simplifier en supprimant la partie initialement trop longue. À la place, nous ajouterons une phrase qui servira de slogan pour représenter notre projet : "Transformez vos idées en réalité". Ce slogan spécifique à Instagram vise à inspirer la communauté à utiliser notre gamme et à partager leurs créations sur ce réseau social.



# Instagram

## Histoire racontée dans le réel



Bob arrive au loin dans un avion en direction d'une chambre d'un enfant. En se rapprochant, une fumée se dégage d'un des moteurs de l'avion et les cris de Bob se font de plus en plus entendre. Alors qu'il survole le lit, il tire sur la poignée du siège, et est aussitôt éjecté de l'avion. Bob, dans les airs, tire son parachute qui s'ouvre et il vient se poser en douceur sur le lit alors qu'on entend l'explosion de l'avion au loin. En se relevant, Bob pestifère à propos d'un oiseau qui aurait frappé l'hélice.

Le temps d'enlever le parachute et il se présente alors à la caméra. Tout en fixant la caméra, il commence à présenter la gamme Lego et descend du lit en s'aidant du drap. Alors qu'il est en bas, il plonge dans l'obscurité du dessous du lit et en ressort après quelques secondes en tirant une construction en lego plein de poussières. Il commence à raconter la vie de ce pauvre jouet maintenant inutilisé et, toujours en train de parler en expliquant l'utilité de renvoyer ses constructions inutilisées, ses mains bougent à une vitesse supersonique et elles commencent à démonter la construction et de placer les pièces dans un carton. Une fois la construction démontée et placée dans la boîte, Bob colle un timbre sur le colis et le lance hors champ.

On suit le colis lancé par Bob qui se dirige vers l'usine Lego où il est ouvert, les pièces sont séparées puis réparties dans des sachets différents qui sont envoyés à leurs acheteurs. Pendant ce temps, on entend la voix de Bob en fond qui explique le processus et son importance pour la gamme LEGO Re-Use. Il explique qu'il a lui aussi été créé comme cela après que ses anciens propriétaires ne jouaient plus avec ses différentes parties et qu'il a été construit par un employé lego qui s'occupait du tri des pièces renvoyées. On retrouve Bob toujours à la même place qui continue de parler, et qui reçoit par la même direction vers laquelle il avait lancé le colis, un sachet de LEGO Re-Use.

Bob ouvre le sachet et ses mains se mettent à construire et déconstruire des objets à une vitesse supersonique pendant qu'il explique toutes les possibilités de création de la gamme. Après cela, Bob regarde la caméra et annonce le concours de création Re-Use pour toutes et tous sur les réseaux sociaux qui permettra aux sélectionnés de voir leurs constructions apparaître sous forme d'aventures lego, et il sort de derrière son dos une coupe multicolore.

Après avoir posé la coupe et remercié les spectateurs de leur attention, il se met à la recherche d'un moyen de partir de la chambre. Alors qu'il court, il trébuche et tombe, lorsqu'il se relève, il s'aperçoit que c'est une corde sur le sol qui l'a fait tomber. Il essaie de tirer sur la corde mais rien ne se passe, alors il décide de la suivre et disparaît petit à petit de l'écran jusqu'à ne plus être visible.

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 1: Bob arrive en avion - Lumière : Éclairage naturel simulant le jour, lumière douce et diffuse. - Cadrage : Plan large pour montrer l'avion dans le ciel et la chambre en dessous. - Son : Bruit d'avion léger, début de la musique d'ambiance.</p>	<p>Utiliser un éclairage naturel simule le jour et rend l'arrivée de l'avion plus réaliste, tandis qu'un plan large montre l'ensemble de la scène et situe l'action. Le bruit léger de l'avion et le début de la musique d'ambiance instaurent une atmosphère d'aventure et captivent immédiatement l'audience.</p>
<p>Plan 2: Problème moteur et cris de Bob - Lumière : Éclairage naturel, ajout d'un effet de fumée. - Cadrage : Plan rapproché sur l'avion et le visage de Bob. - Son : Bruit de moteur défaillant, cris de Bob, musique qui intensifie légèrement.</p>	<p>L'éclairage naturel avec un effet de fumée accentue le réalisme de l'incident, et un plan rapproché sur l'avion et Bob intensifie l'urgence de la situation. Les bruits de moteur défaillant et les cris de Bob renforcent le suspense et l'excitation.</p>
<p>Plan 3: Éjection de Bob - Lumière : Lumière naturelle avec un effet de vent. - Cadrage : Plan rapproché sur Bob, puis un plan large pour montrer l'éjection. - Son : Bruit de vent et d'éjection, musique d'ambiance continue.</p>	<p>La lumière naturelle et l'effet de vent donnent une impression de mouvement rapide, et le passage d'un plan rapproché à un plan large pour montrer l'éjection souligne la gravité de la situation. Les bruits de vent et d'éjection augmentent le réalisme, tandis que la musique maintient l'énergie.</p>
<p>Plan 4: Atterrissage sur le lit - Lumière : Éclairage doux, effet de lumière de l'explosion en arrière-plan. - Cadrage : Plan large pour montrer l'atterrissage sur le lit, puis un plan moyen sur Bob. - Son : Bruit de parachute, explosion lointaine, musique légère.</p>	<p>Un éclairage doux avec l'effet de l'explosion en arrière-plan crée une scène spectaculaire mais sécurisante. Un plan large pour l'atterrissage et un plan moyen sur Bob permettent de voir la progression et les expressions de Bob, tandis que les sons de parachute et d'explosion apportent du dynamisme.</p>
<p>Plan 5: Bob se relève et pestifère - Lumière : Éclairage doux, lumière d'intérieur. - Cadrage : Plan moyen sur Bob, montrant ses expressions faciales. - Son : Voix de Bob, musique d'ambiance en arrière-plan.</p>	<p>L'éclairage doux et la lumière d'intérieur soulignent la transition vers un cadre domestique et rassurant. Un plan moyen sur Bob montre clairement ses expressions faciales, et sa voix associée à une musique d'ambiance douce recentre l'attention sur le personnage.</p>

# Instagram

## Descriptif du reel

### Partie 1

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 6: Présentation de la gamme Lego - Lumière : Éclairage doux, bien éclairer Bob et les produits Lego. - Cadrage : Plan moyen à rapproché sur Bob et les produits. - Son : Voix de Bob, musique en fond léger.</p>	<p>Un éclairage doux pour bien éclairer Bob et les produits met en valeur les détails et les couleurs des Lego. Un plan moyen à rapproché permet de voir clairement les produits et les gestes de Bob, tandis que sa voix et une musique légère en fond maintiennent l'attention sur la présentation.</p>
<p>Plan 7: Bob descend du lit - Lumière : Éclairage doux, avec des ombres accentuées sous le lit. - Cadrage : Plan moyen sur Bob descendant, puis plan rapproché lorsqu'il plonge sous le lit. - Son : Bruit de frottement, musique continue.</p>	<p>L'éclairage doux et les ombres accentuées sous le lit ajoutent une touche de mystère et de curiosité. Le cadrage moyen puis rapproché montre la descente de Bob et son immersion sous le lit, tandis que les bruits de frottement et la musique continue gardent le spectateur engagé.</p>
<p>Plan 8: Bob trouve une construction en Lego - Lumière : Éclairage doux, mettre en évidence la poussière. - Cadrage : Plan moyen sur Bob et la construction. - Son : Voix de Bob, musique légère.</p>	<p>Un éclairage doux qui met en évidence la poussière sur la construction souligne le thème de la redécouverte et du recyclage. Un plan moyen permet de voir Bob et la construction, et la voix de Bob avec une musique légère crée une ambiance nostalgique et informelle.</p>
<p>Plan 9: Démontage rapide et emballage - Lumière : Éclairage direct sur la construction pour bien voir les détails. - Cadrage : Plan rapproché sur les mains de Bob et la construction. - Son : Bruit de démontage, voix de Bob, musique rythmée.</p>	<p>L'éclairage direct sur la construction met en valeur les détails du démontage. Un plan rapproché sur les mains de Bob permet de suivre facilement les étapes de l'opération rapide, et les bruits de démontage combinés à une musique rythmée accentuent l'action et l'efficacité du processus.</p>
<p>Plan 10: Envoi du colis - Lumière : Éclairage doux. - Cadrage : Plan moyen sur Bob et le colis. - Son : Bruit du timbre et du colis, musique d'ambiance.</p>	<p>Un éclairage doux maintient une atmosphère chaleureuse et familière. Un plan moyen sur Bob et le colis montre clairement l'action d'envoi, et les sons de timbre et de colis associés à une musique d'ambiance légère renforcent le sentiment de continuité et de transition.</p>

# Instagram

## Descriptif du reel

### Partie 2

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 11: Arrivée à l'usine Lego - Lumière : Éclairage industriel doux. - Cadrage : Plan large sur l'usine, plan rapproché sur les machines. - Son : Bruit de machines, voix de Bob en fond.</p>	<p>Un éclairage industriel doux crée une ambiance professionnelle et organisée. Un plan large sur l'usine et un plan rapproché sur les machines montrent le processus de manière détaillée, et les bruits de machines avec la voix de Bob en fond expliquent le processus de manière immersive et informative.</p>
<p>Plan 12: Explication du processus - Lumière : Éclairage doux. - Cadrage : Plan moyen sur Bob, puis plans des machines et des pièces. - Son : Voix de Bob, musique légère.</p>	<p>L'éclairage doux sur Bob crée une ambiance conviviale, tandis que des plans moyens sur Bob et des plans des machines fournissent des informations visuelles claires. La voix de Bob en fond associée à une musique légère maintient l'attention et facilite la compréhension.</p>
<p>Plan 13: Réception du sachet de Lego - Lumière : Éclairage doux. - Cadrage : Plan moyen sur Bob. - Son : Bruit du sachet, musique d'ambiance.</p>	<p>L'éclairage doux garde l'ambiance agréable et personnelle. Un plan moyen sur Bob permet de bien voir la réception du sachet, et les bruits du sachet avec la musique d'ambiance soulignent la continuité de l'histoire et la satisfaction de recevoir un nouvel ensemble.</p>
<p>Plan 14: Construction rapide - Lumière : Éclairage direct sur les mains et les Lego. - Cadrage : Plan rapproché sur les mains de Bob. - Son : Bruit de Lego, voix de Bob, musique rythmée.</p>	<p>L'éclairage direct sur les mains et les Lego met en valeur les détails et la rapidité du montage. Un plan rapproché sur les mains de Bob rend l'action plus captivante, tandis que les bruits de Lego et la voix de Bob accompagnés d'une musique rythmée montrent l'efficacité et la créativité de la gamme.</p>
<p>Plan 15: Annonce du concours - Lumière : Éclairage doux, mettre en valeur la coupe. - Cadrage : Plan moyen sur Bob et la coupe. - Son : Voix de Bob, musique d'ambiance.</p>	<p>Un éclairage doux qui met en valeur la coupe multicolore rend la scène plus festive et excitante. Un plan moyen sur Bob et la coupe permet de bien voir l'annonce, et la voix de Bob avec une musique d'ambiance souligne l'importance et l'enthousiasme du concours.</p>
<p>Plan 16: Recherche d'un moyen de partir - Lumière : Éclairage doux. - Cadrage : Plan moyen sur Bob, plan large pour montrer la pièce. - Son : Bruit de trébuchement, musique légère et fin de la piste.</p>	<p>Un éclairage doux dans la pièce maintient une atmosphère familière et légère. Un plan moyen sur Bob, puis un plan large montrant la pièce, illustrent clairement la scène, tandis que les bruits de trébuchement et la musique légère ajoutent une touche humoristique et une conclusion satisfaisante à la vidéo.</p>

# Instagram

## Descriptif du reel Partie 3

# Instagram

## Objectifs et valeurs

L'histoire de ce réel marque le début de l'aventure sur Instagram, juste après la publication sur LinkedIn où l'on découvre l'avion de Bob. Ce réel débute donc avec Bob voyageant à bord de son avion pour créer un lien entre les deux plateformes.

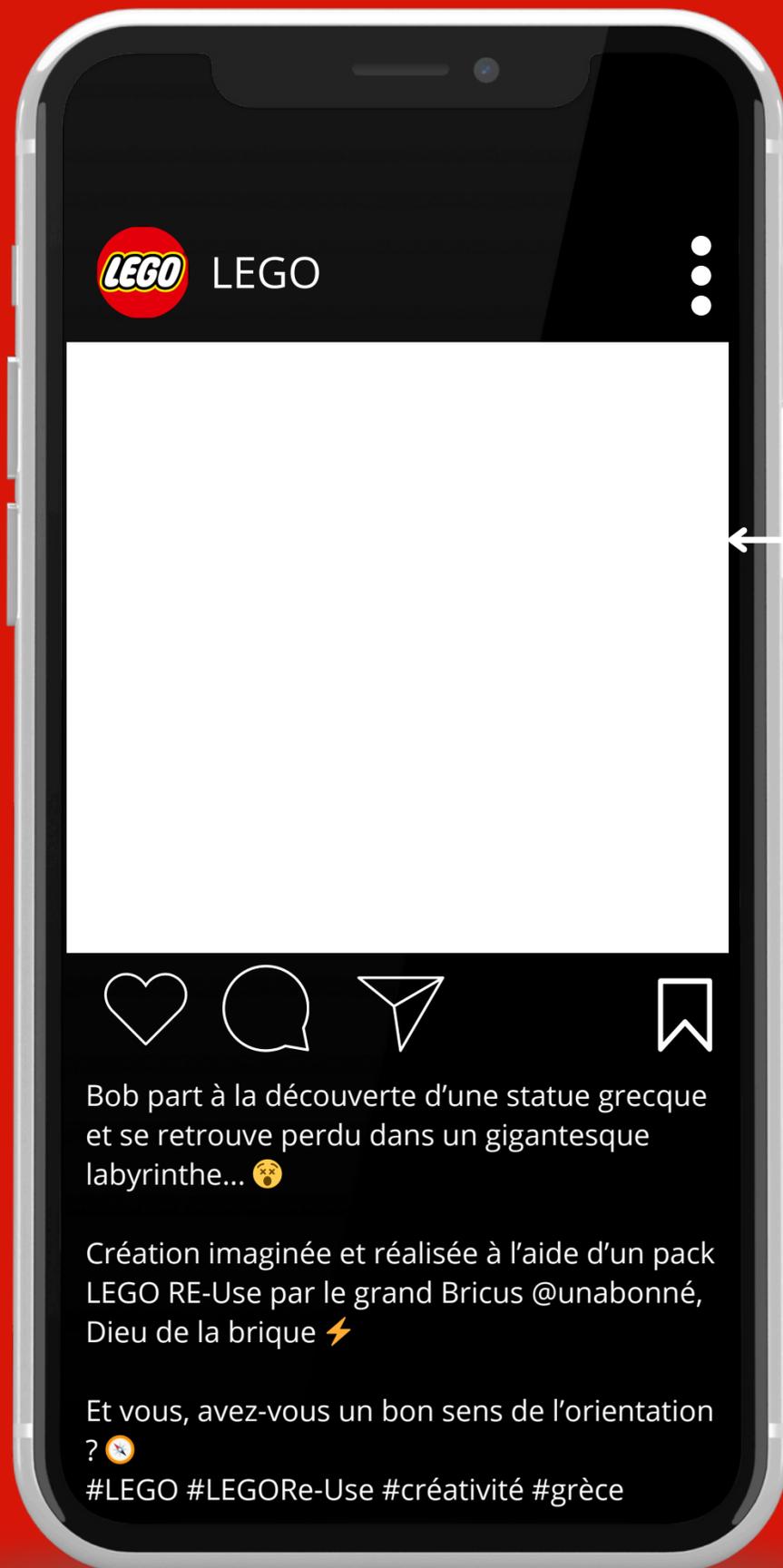
L'objectif de cette histoire est de présenter la gamme aux utilisateurs d'Instagram et de les inciter à partager leurs créations avec le #LEGORe-use afin de participer au concours qui leur permettra de découvrir une mini BD personnalisée basée sur leur univers.

Dans cette histoire, Bob présente le principe de la nouvelle gamme LEGO, mettant en avant un concept innovant qui soutient **l'environnement** et encourage la **créativité** au sein de la **communauté**. L'objectif de la campagne sur Instagram est de promouvoir le **partage** des créations et d'encourager **l'interaction** communautaire. Ce réel se concentre sur la **présentation** de la gamme, soulignant que chacun peut **participer** en publiant ses créations. Grâce à LEGO Re-Use, tous peuvent créer sans limites et s'intégrer pleinement à la communauté en utilisant le hashtag dédié au concours. L'objectif est de clarifier le fonctionnement de cette gamme pour inciter un maximum de personnes à **construire** et partager leurs réalisations sur Instagram, afin de renforcer le lien entre la communauté et la marque.

La cible de ces vidéos sera principalement les adultes âgés de 20 à 35 ans, passionnés par la marque LEGO et souhaitant rejoindre une communauté partageant les mêmes intérêts pour la construction et la créativité.

# Instagram

## Histoire racontée dans le 1er post



Après avoir suivi ce fil de laine, Bob se retrouva dans un décor inconnu. En se baladant, il fit face à l'une des plus grandes statues qu'il n'ait jamais vues, représentant un homme barbu et musclé tenant la foudre dans sa main. Son regard d'autorité lui permit de comprendre qu'il s'agissait de quelqu'un d'important. En explorant les alentours et la statue, il remarqua une couleur qui contrastait avec l'ensemble de son environnement : une lueur dorée émanait d'une simple pièce. Le sol se mit à trembler lorsque Bob récupéra cette pièce. Pris de panique, il se dirigea vers la seule sortie qu'il avait aperçue lors de son exploration : un sous-sol sombre et humide mais très vaste. Il longea le mur à sa droite et décida de s'appuyer dessus pour se diriger.

Peu de temps après, il se retrouva face à un mur devant lui. Il essaya d'aller à droite mais rencontra un autre mur. Il fit demi-tour et avança tout droit dans la seule direction disponible. Il répéta ce schéma trois autres fois avant que ses yeux ne s'adaptent à l'obscurité ambiante. À cet instant, il comprit qu'il ne s'agissait pas simplement d'un sous-sol ; c'était un labyrinthe. Après avoir pris de nombreux embranchements, il trouva un fil très fin d'un rouge chatoyant. La présence de ce fil divin dans le labyrinthe le perturba, mais il décida de le suivre.

Après avoir tourné à gauche, puis à droite à deux reprises, et enfin à gauche à nouveau, il parvint à sortir de cette structure grâce à ses efforts et un léger soupçon de chance.

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 1: Bob découvre ses alentours - Lumière : Éclairage naturel simulant le jour, lumière douce et diffuse. - Cadrage : gros plan sur le fil que bob a suivi puis dézoome pour montrer le décor et l'endroit où bob se trouve. . - Son : bruit de pas et halètement et musique douce.</p>	<p>Utiliser un éclairage naturel simule le jour et rend la découverte du lieu plus attirant, tandis qu'un plan large montre l'ensemble de la scène et situe l'environnement. Les bruits de pas et halètement montre que Bob a marché depuis longtemps, montrant sa détermination et le début de la musique d'ambiance instaurent une atmosphère d'aventure et captivent immédiatement l'audience.</p>
<p>Plan 2: Face-à-Face avec la statue - Lumière : Éclairage naturel qui met en valeur la statue. - Cadrage : caméra épaule, Bob tombe face-à-face à une statue grecque gros plan sur celle-ci, il est émerveillé - Son : "whoaa" de Bob, musique qui intensifie légèrement.</p>	<p>L'éclairage naturel va accentuer l'importance et la beauté de la statue, et un plan épaule de Bob va nous permettre de se mettre à sa place. Les bruits vont avoir le but de montrer l'émerveillement de Bob.</p>
<p>Plan 3: Détaille de la statue - Lumière : pareil que plan 2. - Cadrage : succession de plan qui montre les caractéristiques physiques de la statue (barbe, musculature etc..) - Son : musique d'ambiance continue.</p>	<p>La lumière naturelle et l'effet de vent donnent une impression de mouvement rapide, et la succession de plan va nous montrer les nombreuses caractéristiques et détails de la statue..</p>
<p>Plan 4: Autre Oeuvre - Lumière : Éclairage doux, la lumière est plus diffuse et rencontre d'autre oeuvre . - Cadrage : Plan large pour montrer les nombreuses oeuvres grec (vases, peintures etc..) - Son : idem à plan 2</p>	<p>Un éclairage doux avec les autres œuvres qui se retrouvent dans la lumière crée une scène spectaculaire, mais sécurisante. Un plan large permet de voir l'évolution des créations grecque, tandis que la musique d'ambiance va chercher à accentuer la beauté du lieu.</p>
<p>Plan 5: Découverte de la pièce de lego- Lumière : lumière émane de la pièce. - Cadrage : focus sur la pièce. - Son : Voix de Bob, musique d'ambiance en arrière-plan.</p>	<p>La lumière va émaner de la pièce afin de montrer son importance dans cette aventure, on va aussi réaliser un gros plan sur celle-ci dans le but de montrer des détails qui pourront agrémenter les histoires futures.</p>

# Instagram

Descriptif du 1er  
post

Partie 1

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 6: Le début des ennuis - Lumière : lumières d'extérieur naturel qui se diffuse sur tout le temple. - Cadrage : extérieur du bâtiment pour le montrer en train de trembler. - Son : Voix de Bob, musique de suspense se lance.</p>	<p>Le plan s'effectuera à l'extérieur pour a nouveaux présenter le lieu et montre que prendre cette pièce à changer quelque chose au temple. La lumière va simplement mettre en valeur le temple ce qui va attirer l'œil et la musique va commencer a s'accélérer un peu afin de créer du suspense</p>
<p>Plan 7: réaction de Bob et solution - Lumière : Éclairage doux, avec des ombres accentuées sous le lit. - Cadrage : Plan moyen sur Bob paniqué puis plan rapproché sur la trappe du sous-sol. - Son : Bruit de tremblement et de pierre qui se brise, musique continue.</p>	<p>L'éclairage va montrer dans un premier les détails du visage de bob et ensuite le diriger vers la solution à son problème. gros plan sur le visage de Bob afin que l'on puisse se mettre à sa place, ensuite un plan large de l'intérieur du temple qui se met à trembler pour montrer les répercussions des choix de bob et pour finir un gros plan sur la trappe du sous-sol qui montre la seule route qu'il peut emprunter.</p>
<p>Plan 8: entrer dans les ténèbres- Lumière : aucune lumière sauf la pièce et les yeux de Bob. - Cadrage : Plan moyen sur Bob qui avance à tâtons avant de se prendre un mur. - Son : Voix de Bob, musique légère.</p>	<p>Manque d'éclairage afin de montrer que la pièce est sombre et lugubre, elle deviendra de plus en plus illuminer, montrant l'adaptation à l'obscurité. Plan moyen sur Bob qui avance à tâtons pour montrer que malgré un environnement inconnu, il doit aller de l'avant, la musique d'ambiance va commencer par être lugubre puis va s'adoucir au fur et à mesure, montrant la confiance de Bob</p>
<p>Plan 9: Découverte du nouvel environnement - Lumière : très faible éclairage. - Cadrage : Plan rapproché sur les murs du labyrinthe puis dézoome pour montrer sa grandeur. - Son : voix de Bob, musique rythmée.</p>	<p>L'éclairage sera très faible montrant un lieu qui reste inconnu, plan sur les murs du labyrinthe afin de montrer qu'ils sont anciens puis dézoome pour montrer la totalité du labyrinthe. La musique va agrémenter la grandeur du labyrinthe</p>
<p>Plan 10: Le premier Fil - Lumière : Éclairage doux et lueur azure pour le fil. - Cadrage : succession de plan qui montre Bob entrain de se balader dans le labyrinthe puis focus sur le fils. - Son : musique d'ambiance.</p>	<p>Un éclairage doux maintient une atmosphère ancienne puis lueur sur la solution. Succession de plan qui montre les nombreuses tentatives de sortir de bob puis gros plan sur le fil.</p>

# Instagram

Descriptif du 1er  
post

Partie 2

## Descriptif

Plan 11: Liberté - Lumière : Lumière émanante de la sortie. -  
Cadrage : gros plan sur la sortie et le reste du parcours que  
bob doit faire. - Son : musique déterminé, voix de Bob .

## Justifications

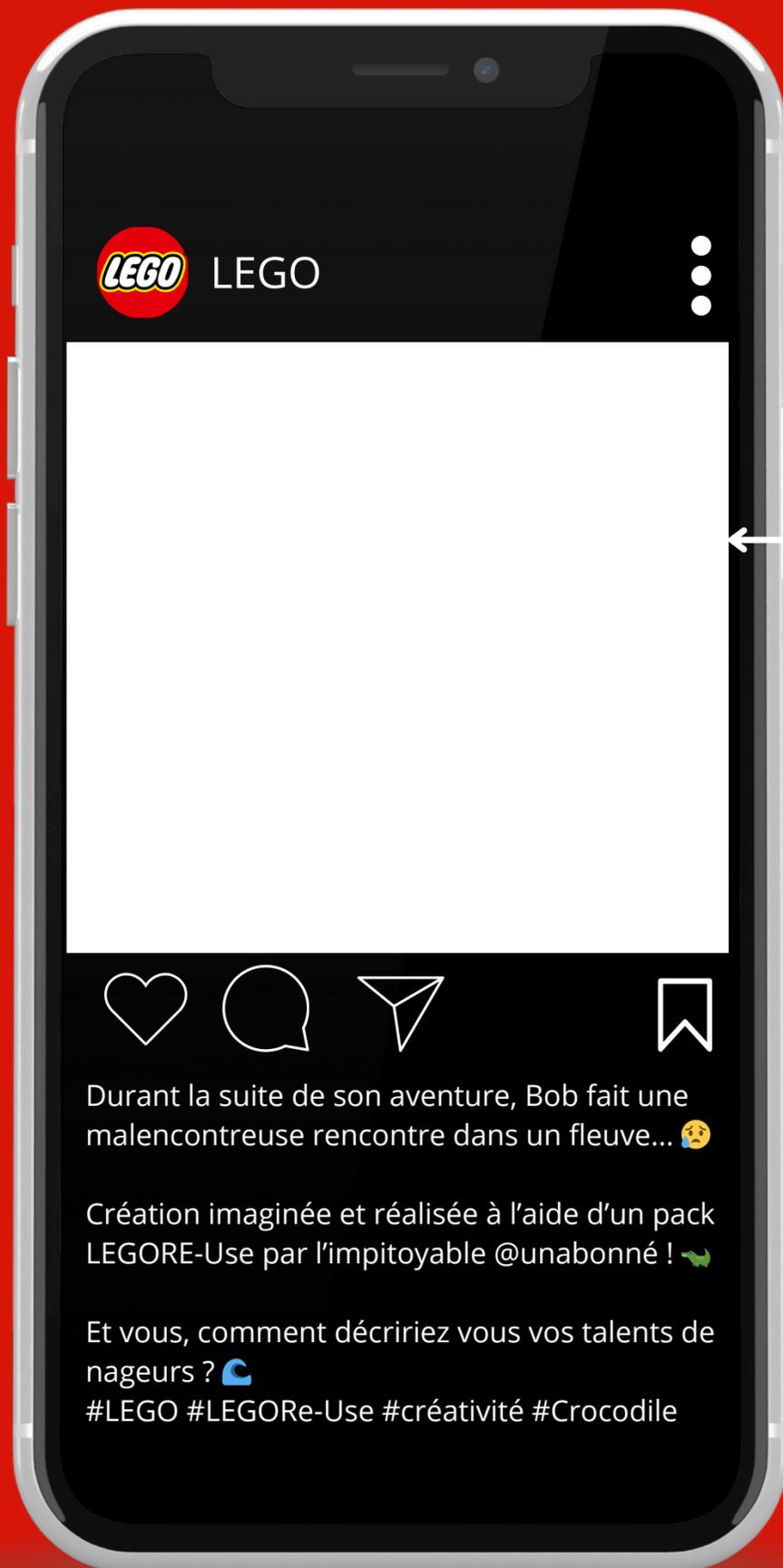
La lumière va accentuer la sortie et montrer que l'objectif  
est presque atteint, Gros plan sur la sortie puis travelling  
arrière pour montrer le reste du chemin que Bob doit  
parcourir, Musique entraînante.

# Instagram

Descriptif du 1er  
post Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 2ème post



Une fois sorti du temple ancien en suivant le fil, Bob se voit transporté dans un nouvel univers en sortant tout droit d'un buisson, et se retrouve devant le cours d'un fleuve calme à l'orée d'une épaisse et luxuriante forêt. Alors qu'il se met déjà en quête de trouver le nouveau fil qui lui permettra de rentrer chez lui, quelque chose dans l'eau attire son attention. Les rayons du Soleil qui viennent rencontrer le fleuve et les objets qu'il contient ont mis en évidence une chose brillante coincée entre les rochers. Bob décide de se jeter à l'eau et en approchant de l'objet, il se rend compte qu'il s'agit en réalité d'une pièce semblable à celle qu'il avait déniché dans le temple grec. Il décide donc de décoincer la pièce, curieux de comprendre leur utilité. Bob, alors qu'il se sent en sécurité en remontant à la surface, voit des remous venir de derrière lui, il se retourne et se retrouve nez-à-nez avec un crocodile bariolé géant près à attaquer.

S'ensuit une course poursuite à travers le monde sous-marin du fleuve, Bob nage aussi vite qu'il le peut pour éviter de se faire croquer vivant, et alors que le crocodile bariolé se rapproche encore plus près et qu'il sent sa dernière heure arriver, il aperçoit enfin le bout d'une corde rentrer dans l'eau. En se propulsant avec sa queue de dinosaure, il utilise ses dernières forces pour sortir de l'eau en agrippant la corde et en se hissant hors de l'eau, évitant le coup de mâchoire du maître du fleuve de justesse, qui lui déchire seulement un bout de son pantalon. Sans se retourner, Bob se hâte de suivre le nouveau fil alors que retentit le grondement du crocodile.

## Descriptif

Bob sort du temple ancien en suivant un fil lumineux. Techniques : Plan moyen. Tons de gris et marron pour les ruines, fil lumineux bleu éclatant pour contraster. Éclairage venant de l'intérieur du temple pour créer un effet dramatique. Effets sonores : "Zzzz" pour le fil lumineux qui brille et "Crrr" pour les pas de Bob sur le sol pierreux.

Bob émerge d'un buisson dense et découvre un nouvel univers. Techniques : Plan américain. Couleurs vives pour la forêt et le buisson, détails des feuilles et des plantes. Légèrement en contre-plongée pour donner une impression de grandeur à la forêt. Effets sonores : "Fffft" pour le bruit du buisson quand Bob s'en échappe et "Chirp chirp" pour les oiseaux qui s'envolent.

Bob se retrouve devant un fleuve calme à l'orée de la forêt. Techniques : Plan large. Panoramique léger pour montrer l'étendue de la scène. Couleurs douces, avec effet de miroir sur l'eau pour refléter la forêt. Effets sonores : "Swoosh" pour le bruit de l'eau qui coule et "Rustle" pour les feuilles bougeant dans la brise.

Bob cherche un nouveau fil pour rentrer chez lui. Techniques : Plan rapproché taille. Couleurs ternes pour le sol et les rives, accentuation sur les mouvements et la posture de Bob. Effets sonores : "Scratch scratch" pour les mains de Bob fouillant le sol et "Hm?" pour indiquer sa réflexion.

Quelque chose dans l'eau attire l'attention de Bob. Techniques : Zoom avant pour se concentrer sur l'expression de Bob. Reflets lumineux dans ses yeux, ondulations légères dans l'eau. Effets sonores : "Glub glub" pour les mouvements de l'eau et "Huh?" pour l'étonnement de Bob.

## Justifications

Le plan moyen permet de capturer à la fois Bob et l'environnement mystérieux du temple, soulignant son exploration. Les tons de gris et marron pour les ruines créent une atmosphère antique, tandis que le fil lumineux bleu éclatant contraste fortement pour attirer l'attention du lecteur. L'éclairage venant de l'intérieur du temple ajoute un effet dramatique, accentuant l'importance de la scène.

Le plan américain montre Bob des genoux à la tête, capturant ses actions et réactions. Les couleurs vives et les détails des feuilles et des plantes rendent la scène vivante, tandis que la légère contre-plongée donne une impression de grandeur à la forêt. Les effets sonores "Fffft" et "Chirp chirp" ajoutent du réalisme et de l'immersion.

Le plan large et le panoramique léger montrent l'étendue de la scène, situant Bob dans un paysage paisible. Les couleurs douces et l'effet de miroir sur l'eau reflètent la tranquillité du lieu. Les sons "Swoosh" et "Rustle" pour l'eau et les feuilles ajoutent une atmosphère apaisante.

Le plan rapproché taille met l'accent sur les mouvements et la posture de Bob, soulignant sa quête. Les couleurs ternes pour le sol et les rives contrastent avec ses actions. Les sons "Scratch scratch" et "Hm?" ajoutent de l'immersion et de la tension à la scène.

Le zoom avant sur l'expression de Bob montre son étonnement et sa curiosité. Les reflets lumineux dans ses yeux et les ondulations légères dans l'eau créent une ambiance mystérieuse. Les sons "Glub glub" et "Huh?" renforcent l'émerveillement et l'intrigue.

# Instagram

## Descriptif du post 2

### Partie 1

## Descriptif

Les rayons du soleil illuminent un objet brillant coincé entre les rochers. Techniques : Plongée sous-marine. Transparence et réflexion des rayons de soleil sous l'eau, détails minutieux sur l'objet. Effets sonores : "Blink" pour la lumière du soleil sur l'eau et "Ding" pour l'objet qui brille.

## Justifications

La plongée sous-marine permet de détailler l'objet brillant et les reflets de la lumière sous l'eau. Les effets de transparence et de réflexion des rayons du soleil ajoutent de la beauté à la scène. Les sons "Blink" et "Ding" mettent en valeur la découverte de l'objet.

Bob se jette à l'eau pour récupérer l'objet. Techniques : Plan moyen. Suivi de mouvement pour montrer la plongée. Lignes dynamiques pour montrer le mouvement de plongée, éclaboussures et bulles. Effets sonores : "Splash" pour l'entrée de Bob dans l'eau et "Bubble bubble" pour les bulles qui montent.

Le plan moyen avec suivi de mouvement montre la dynamique de la plongée. Les lignes dynamiques et les éclaboussures rendent la scène énergique et excitante. Les sons "Splash" et "Bubble bubble" ajoutent du réalisme et de l'action.

Bob découvre que l'objet est une pièce semblable à celle trouvée dans le temps grec. Techniques : Gros plan. Couleurs froides et effets de lumière sous l'eau, détails sur la pièce et l'expression faciale de Bob. Effets sonores : "Click" pour le son de la pièce entre les doigts de Bob et "Hmm" pour son intrigue.

Le gros plan sur la pièce et l'expression de Bob permet de capturer les détails et ses émotions. Les couleurs froides et les effets de lumière sous l'eau soulignent l'importance de la découverte. Les sons "Click" et "Hmm" ajoutent de la profondeur et de l'intrigue.

Bob remonte à la surface, se sentant en sécurité. Techniques : Plan moyen. Suivi de mouvement vers la surface. Jeu de lumière venant de la surface de l'eau, accentuation sur les mouvements gracieux de Bob. Effets sonores : "Whoosh" pour le mouvement de remontée et "Ah" pour le soulagement de Bob.

Le plan moyen avec suivi de mouvement montre Bob remontant à la surface, accentuant le sentiment de soulagement. Le jeu de lumière venant de la surface de l'eau ajoute de la beauté à la scène. Les sons "Whoosh" et "Ah" renforcent la sensation de sécurité retrouvée.

Des remous apparaissent derrière Bob. Techniques : Plan large. Effet de flou et de mouvement pour les remous, lignes guidant le regard vers la source du trouble. Effets sonores : "Swirl" pour les remous de l'eau et "Huh?" pour l'étonnement de Bob.

Le plan large montre les remous, avec un effet de flou et de mouvement pour guider le regard vers le trouble. Cela crée une tension et un suspense. Les sons "Swirl" et "Huh?" ajoutent à l'étonnement et à l'anticipation.

# Instagram

## Descriptif du post 2 Partie 2

## Descriptif

## Justifications

Bob se retourne et voit un crocodile bariolé géant prêt à attaquer. Techniques : Gros plan. Couleurs vives et contrastées pour le crocodile, profondeur pour montrer la proximité du danger. Effets sonores : "Grrr" pour le grognement menaçant du crocodile et "Gulp" pour l'effroi de Bob.

Le gros plan sur le crocodile et Bob montre la proximité du danger. Les couleurs vives et contrastées attirent l'attention sur le crocodile, accentuant la menace. Les sons "Grrr" et "Gulp" soulignent le danger imminent et la peur de Bob.

Course-poursuite sous-marine entre Bob et le crocodile. Techniques : Plan large. Lignes de mouvement et flou pour montrer la vitesse, couleurs sombres et éclats de lumière pour l'effet dramatique. Effets sonores : "Swoosh" pour la course rapide sous l'eau et "Thud" pour les impacts contre les rochers.

Le plan large et les lignes de mouvement montrent la vitesse de la course-poursuite, ajoutant du dynamisme. Les couleurs sombres et les éclats de lumière créent une ambiance dramatique. Les sons "Swoosh" et "Thud" renforcent l'action et l'urgence.

Bob aperçoit le bout d'une corde entrant dans l'eau. Techniques : Gros plan. Zoom sur la corde et le visage de Bob, couleurs lumineuses autour de la corde. Effets sonores : "Twang" pour le bruit de la corde bougeant et "Aha!" pour la découverte de Bob.

Le gros plan sur la corde et le visage de Bob met en valeur la découverte. Les couleurs lumineuses autour de la corde attirent l'attention sur cet élément crucial. Les sons "Twang" et "Aha!" ajoutent de l'enthousiasme et de l'espoir.

Bob se propulse avec sa queue de dinosaure et agrippe la corde pour se hisser hors de l'eau. Techniques : Plan rapproché taille. Lignes dynamiques pour montrer l'effort, détails sur les muscles et la corde, contraste entre l'eau sombre et la lumière autour de Bob. Effets sonores : "Swish" pour le mouvement rapide de la queue de Bob et "Grip" pour l'attrapage de la corde.

Le plan rapproché taille montre l'effort et les mouvements de Bob, rendant l'action plus tangible. Les détails sur les muscles et la corde ajoutent du réalisme. Les sons "Swish" et "Grip" renforcent l'énergie et la tension de l'action.

Le crocodile rate de peu Bob, ne déchirant qu'un bout de son pantalon. Techniques : Plan rapproché taille. Détail sur les mâchoires du crocodile et le tissu déchiré, effets de vitesse pour montrer la précipitation. Effets sonores : "Snap" pour la morsure manquée du crocodile et "Rip" pour le pantalon déchiré.

Le plan rapproché taille met en évidence les mâchoires du crocodile et le tissu déchiré, accentuant le danger. Les effets de vitesse montrent la précipitation de l'attaque. Les sons "Snap" et "Rip" soulignent la menace et le soulagement de Bob.

Bob se hâte de suivre le nouveau fil alors que le grondement du crocodile retentit. Techniques : Plan large. Panoramique léger pour suivre le mouvement de Bob. Lignes de mouvement pour Bob courant, couleurs vives pour le fil lumineux, contraste entre Bob et le crocodile pour montrer l'urgence. Effets sonores : "Thump thump" pour les pas précipités de Bob et "Roar" pour le rugissement du crocodile.

Le plan large avec panoramique léger suit le mouvement rapide de Bob, montrant l'urgence. Les lignes de mouvement et les couleurs vives du fil lumineux contrastent avec l'arrière-plan sombre. Les sons "Thump thump" et "Roar" renforcent l'intensité et l'urgence de la fuite.

# Instagram

## Descriptif du post 2 Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 3ème post



De la terre, des arbres et des plaines, voici ce que Bob eut comme décor durant de nombreuses heures. Fatigué et frigorifié après sa rencontre avec le crocodile, il puisa dans ses réserves d'énergie pour garder ses sens en alerte. Rentrant à nouveau dans une forêt, il entendit de nombreuses voix et bruits de pas auxquels il se rapprocha de plus en plus. Il sortit de la forêt pour tomber face à un camp de Vikings, certains en train de récolter leurs cultures, d'autres revenant de la chasse, et des enfants jouant avec un grand sourire aux lèvres. Ces quelques secondes permirent à Bob de se détendre, mais à cet instant une immense ombre lui cacha le peu de soleil restant. Il leva les yeux pour rencontrer un visage à la fois accueillant et inquiet : l'homme en face de Bob était le chef de ce groupe.

Le chef examina l'état de notre protagoniste et lui proposa un marché : s'il aidait le groupe dans n'importe quelle tâche, il lui offrirait de quoi se nourrir et une tenue plus adaptée au voyage. Bob, n'ayant aucune raison de refuser, accepta son offre mais demanda à recevoir la tenue immédiatement, car la sienne était sur le point de devenir un simple morceau de tissu assemblé.

Après s'être changé, Bob aida à ramasser les récoltes et à renforcer et réparer certaines maisons. Toutes les personnes du groupe furent satisfaites de son travail et le chef informa Bob que son deuxième dû était prêt. Bob, ravi, se sustenta et pour les remercier de leur hospitalité, il les aida à encorder et charger du foin. Le chef vint lui offrir une pièce pour montrer leur amitié, ressemblant beaucoup aux deux qu'il avait trouvées plus tôt.

La nuit tomba et Bob venait de finir d'encorder la dernière botte de foin lorsqu'il trébucha et tomba dedans, sans possibilité immédiate de sortir.

## Descriptif

## Justifications

Plan 1: On retrouve Bob - Lumière : Éclairage naturel de fin de journée, lumière douce et diffuse. - Cadrage : plan large sur l'environnement verdoyant (plaine et forêt) où se trouve bob, ensuite zoom sur lui. - Son : Bruit de faune, début de la musique d'ambiance.

Utiliser un éclairage naturel simule l'avancée du temps dans nos histoires et rend l'environnement plus attrayant, tandis qu'un plan large montre l'ensemble de la scène et situe notre personnage, puis gros plan sur lui afin de voir sa tenue et son état. Le bruit léger de la faune va bien s'accorder avec le décor présent et le début de la musique d'ambiance instaurent une atmosphère d'aventure.

Plan 2: L'aventure de Bob - Lumière : Éclairage naturel - Cadrage : plan sur les traces de pas. - Son : bruit de pas sur de la boue, essoufflement de Bob, musique idem au plan 1.

L'éclairage naturel accentue le réalisme de la plaine et cherche à faire qu'un avec la nature et un plan rapproché sur les traces de pas montre qu'il marche depuis longtemps. Les bruits de pas montre qu'il marche sur un terrain qui n'est pas dans les meilleures conditions et son essoufflement accentue la durée de sa marche.

Plan 3: Entrée dans la forêt - Lumière : Lumière naturelle avec un effet de vent. - Cadrage : Plan à l'épaule de Bob. - Son : Bruit de vent, musique d'ambiance continue.

La lumière naturelle et l'effet de vent donnent une impression de mouvement, Le passage à un plan d'épaule va nous permettre de se mettre à la place du personnage. Les bruits de vent et augmentent le réalisme, tandis que la musique maintient l'énergie.

Plan 4: Découverte de vie - Lumière : Éclairage doux, effet de lumière de l'explosion en arrière-plan. - Cadrage : Gros plan sur de la fumée qui dépasse les arbres. - Son : crépitements lointains, voix enjouée lointaine, musique légère.

Un éclairage doux va garder l'aspect naturel de la forêt et l'accentuer. Un gros plan sur de la fumée va nous donner un indice de rencontre avec des personnes, tandis que les sons vont accentuer cette idée, tout en dissimulant du doute chez Bob (hallucinations).

Plan 5: Ouverture sur le campement - Lumière : Éclairage doux, fondu au blanc. - Cadrage : Gros plan sur des feuillages qui s'écarte pour laisser place aux camps viking. - Son : Voix des habitants, musique d'ambiance en arrière-plan, bruits de feuillages.

L'éclairage doux va nous donner une sensation chaleureuse qui sera appuyée par le fondu au blanc qui changera complètement le décor et l'ambiance. Le gros plan sur les feuillages va montrer que Bob ne fait pas partie du groupe mais va lui offrir de l'espoir.

# Instagram

## Descriptif du Post 3

### Partie 1

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 6: Suite de la découverte - Lumière : Éclairage doux, bien éclairer les endroits clés. - Cadrage : Succession de plans sur les habitants et lieux de vie - Son : Voix de Bob, musique en fond léger.</p>	<p>Un éclairage doux pour bien éclairer Bob et lors de la succession de plan la lumière va accentuer l'importance de ces lieux. Succession de plan montrant des lieux clés avec plusieurs autres personnages qui effectue des activités quotidiennes pour montre la vie du campement, tandis que sa voix et une musique légère en fond maintiennent l'attention sur la présentation.</p>
<p>Plan 7: Découverte du chef - Lumière : Éclairage doux, avec des ombres accentuées sur le visage du chef. - Cadrage : travelling vers le haut pour montrer les caractéristiques physiques du chef Viking puis champ contre champs. - Son : "Gulps" de Bob, musique se coupe.</p>	<p>L'éclairage doux et les ombres accentuées sur le visage du chef montrera des détails et ses émotions. Le travelling vers le haut va montrer des détails et l'importance du chef puis le champ contre champs va mettre en opposition Bob et le chef viking, La musique se coupe pour ajouter du suspense.</p>
<p>Plan 8: Dialogue - Lumière : Idem au plan 7 . - Cadrage : nouveau champ contre-champs. - Son : Voix de Bob et du chef, musique légère.</p>	<p>La lumière a le même objectif que lors du plan 7, le champ contrechamps a le même objectif, mais cherche aussi permet de comprendre comment ils perçoivent la personne avec qu'il discute, les voix et la musique commence par être tendus puis se calme au fur et à mesure.</p>
<p>Plan 9: Récompense - Lumière : Éclairage direct sur les récompenses que propose le chef. - Cadrage : Gros plan sur les récompenses. - Son : Bruit d'une taverne, voix de Bob, musique d'ambiance.</p>	<p>L'éclairage direct sur la construction met en valeur les détails du démontage. Un gros plan sur les récompenses va nous permettre de motiver bob, les bruits de la taverne feronts référence a une de ses récompense.</p>
<p>Plan 10: Les taches de Bob - Lumière : Éclairage naturel qui laisse place a la nuit. - Cadrage : Succession de plan sur les taches qu'il réalise. - Son : musique rythmée.</p>	<p>L'éclairage naturel va maintenir la sensation de sécurité au sein du campement et cela va pouvoir faire défiler le temps, la succession de plan va montrer les nombreuses taches que Bob réalise sur un fond de musique rythmée.</p>

# Instagram

## Descriptif du Post 3 Partie 2

## Descriptif

Plan 11: Dialogue N°2 - Lumière :Éclairage réalisé par le clair de lune. - Cadrage : plan large sur la dernière interaction entre Bob et le chef qui lui offre ensuite une pièce. - Son : Bruit de bob en train de travailler, voix de Bob et du chef

Plan 12: La chute - Lumière : Idem au plan 11. - Cadrage : Plan sur bob qui se trébuche (gros plan sur ses jambes/pied) puis dézoome continue de la botte de foin - Son : Bob fait un "oomph", bruit de bob qui tombe, musique légère.

## Justifications

l'éclairage fait par le clair de lune permet de montrer l'avancée dans le temps, le plan large va permettre de montrer la différence entre leurs premier et dernière interaction où ils sont à présent égaux gros plan sur la pièce pour montrer son importance, les voix des personnes seront chaleureuse comme s'il parlait à un vieil ami

L'éclairage reste pareil que lors du plan , le plan sur bob qui trébuche a pour but d'apporter une touche d'humour à son aventure, et le dézoome permet de clôturer l'histoire.

# Instagram

## Descriptif du Post 3 Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 4ème post



Bob essaie tant bien que mal de sortir du tas de foin dans lequel il s'est retrouvé enfoncé après avoir quitté la maison des vikings. Enfin sorti, il se rend compte qu'il a été transporté dans un wagon de train de marchandise en mouvement, dans la partie réservée au bétail. Il est donc entouré de vaches, cochons et moutons qui ont été réveillés par son arrivée. Il décide d'observer le décor qui l'entoure en espérant trouver une sortie pour explorer les autres wagons du train et trouver le nouveau bout de fil. Après plusieurs minutes, il remarque finalement que la porte du toit du wagon après l'enclos est ouverte, et il se décide à la rejoindre. Alors qu'il se fraie un chemin parmi les bêtes apeurées et frustrées de ne pas avoir dormi plus longtemps, il marche sans faire attention et son pied vient se planter dans une bouse de vache assez fraîche. Voulant se nettoyer de toute urgence, il se rend sur le côté de l'enclos où sont posés deux sacs en toile. Il se saisit du premier et s'empresse de nettoyer sa botte du mieux qu'il peut.

Alors qu'il frotte intensément, quelque chose de lourd tombe du sac sur le sol et Bob se rend compte qu'il vient de trouver une nouvelle pièce dorée. À court de place dans ses vêtements, il décide d'utiliser le deuxième sac pour stocker ses quatre pièces. Enfin sorti de l'enclos, Bob utilise l'échelle pour sortir du wagon et se retrouve sur le toit. Le train fonce dans la nuit noire, le vent souffle et la seule lumière qui l'éclaire est celle de la lune. Au loin, il voit un bout de fil flottant au vent qui rentre dans un autre wagon. Il se dépêche de le rejoindre en évitant de tomber et une fois arrivé près de lui, il l'agrippe et se jette dans le wagon sombre sans réfléchir.

## Descriptif

Bob essaie tant bien que mal de sortir du tas de foin dans lequel il s'est retrouvé enfoncé après avoir quitté la maison des vikings. Techniques : Plan moyen. Tons chauds de brun et jaune pour le foin, contrastant avec les vêtements colorés de Bob. Lumière douce filtrant à travers les planches du wagon pour créer un effet de contre-jour. Bulles de pensée montrant la confusion de Bob avec des points d'interrogation et des lignes de stress autour de sa tête pour indiquer la tension.

Enfin sorti, il se rend compte qu'il a été transporté dans un wagon de train de marchandise en mouvement, dans la partie réservée au bétail. Techniques : Plan large. Couleurs naturelles pour les animaux et le bois du wagon, mouvement léger pour montrer le balancement du train. Ombres douces pour donner une impression d'enfermement. Bulles de narration pour indiquer la situation de Bob.

Il est donc entouré de vaches, cochons et moutons qui ont été réveillés par son arrivée. Techniques : Plan américain. Détails sur les expressions des animaux, couleurs vives pour les bêtes contrastant avec l'environnement terne du wagon. Légère plongée pour donner une impression de désordre. Effets sonores écrits de grognements et de bêlements pour renforcer l'ambiance.

Il décide d'observer le décor qui l'entoure en espérant trouver une sortie pour explorer les autres wagons du train et trouver le nouveau bout de fil. Techniques : Plan rapproché taille. Lumière naturelle tamisée, détails sur le visage concentré de Bob. Couleurs sobres et tons terreux pour l'intérieur du wagon. Bulles de pensée avec des phrases comme "Je dois trouver un moyen de sortir d'ici..." pour montrer la détermination de Bob.

## Justifications

Le plan moyen capture l'effort de Bob pour s'extraire du foin, en montrant son environnement immédiat. Les tons chauds de brun et jaune contrastent avec les vêtements colorés de Bob, ajoutant une touche visuelle intéressante. La lumière douce filtrant à travers les planches crée un effet de contre-jour dramatique, tandis que les bulles de pensée avec des points d'interrogation et des lignes de stress ajoutent de la tension et de la confusion.

Le plan large montre l'étendue du wagon et la situation de Bob, renforçant l'impression d'enfermement. Les couleurs naturelles des animaux et du bois du wagon, combinées avec les ombres douces, créent une ambiance réaliste et immersive. Les bulles de narration expliquent la situation, aidant le lecteur à comprendre rapidement le contexte.

Le plan américain met en valeur les expressions des animaux et de Bob, montrant le chaos et la surprise. Les couleurs vives des animaux contrastent avec l'environnement terne du wagon, ajoutant du dynamisme à la scène. Les effets sonores de grognements et de bêlements renforcent l'ambiance bruyante et désordonnée.

Le plan rapproché taille permet de se concentrer sur le visage concentré de Bob et ses actions. La lumière naturelle tamisée et les couleurs sobres et terreuses de l'intérieur du wagon créent une atmosphère sérieuse et réfléchie. Les bulles de pensée montrent la détermination de Bob à trouver une solution.

# Instagram

## Descriptif du post 4 Partie 1

## Descriptif

Après plusieurs minutes, il remarque finalement que la porte du toit du wagon après l'enclos est ouverte, et il se décide à la rejoindre. Techniques : Plan moyen. Éclairage venant de l'ouverture pour attirer l'attention sur la porte. Lignes de composition guidant le regard vers la sortie. Effet sonore écrit de grincement lorsque Bob remarque la porte ouverte.

Alors qu'il se fraie un chemin parmi les bêtes apeurées et frustrées de ne pas avoir dormi plus longtemps, il marche sans faire attention et son pied vient se planter dans une bouse de vache assez fraîche. Techniques : Plan rapproché taille. Couleurs naturelles pour les animaux, détails sur les expressions de Bob et les bêtes. Lumière douce pour l'ambiance du wagon. Effet sonore de "Splat!" pour l'impact.

Voulant se nettoyer de toute urgence, il se rend sur le côté de l'enclos où sont posés deux sacs en toile. Techniques : Plan américain. Détails sur les sacs en toile et l'environnement immédiat. Couleurs ternes pour les sacs, contraste avec l'agitation de Bob. Effet sonore de pas précipités lorsque Bob se dirige vers les sacs.

Il se saisit du premier et s'empresse de nettoyer sa botte du mieux qu'il peut. Techniques : Plan rapproché. Détails sur les mouvements de Bob, couleurs contrastées pour montrer la saleté et la toile du sac. Éclairage focalisé sur l'action de nettoyage. Effet sonore écrit de frottement lors du nettoyage.

Alors qu'il frotte intensément, quelque chose de lourd tombe du sac sur le sol et Bob se rend compte qu'il vient de trouver une nouvelle pièce dorée. Techniques : Gros plan. Lumière douce mais focalisée sur la pièce dorée pour la faire ressortir. Détails sur l'expression surprise de Bob. Effet sonore de "Cling!" pour la chute de la pièce.

## Justifications

Le plan moyen attire l'attention sur la porte grâce à l'éclairage venant de l'ouverture. Les lignes de composition guident naturellement le regard vers la sortie, créant une sensation d'espoir. L'effet sonore de grincement souligne la découverte de la porte par Bob.

Le plan rapproché taille met en évidence l'action et l'expression de Bob, ainsi que les détails de l'environnement. Les couleurs naturelles des animaux et la lumière douce créent une ambiance cohérente. L'effet sonore de "Splat!" renforce le caractère comique et désagréable de la situation.

Le plan américain capture l'agitation de Bob et les détails des sacs en toile, contrastant avec son besoin urgent de propreté. Les couleurs ternes des sacs soulignent le contraste avec l'urgence de la situation. L'effet sonore de pas précipités ajoute de l'immersion à la scène.

Le plan rapproché se concentre sur les mouvements de Bob et les détails du sac en toile, mettant en évidence l'action de nettoyage. Les couleurs contrastées montrent la saleté et la texture du sac. L'effet sonore de frottement renforce l'action de nettoyage.

Le gros plan focalise l'attention sur la pièce dorée et l'expression surprise de Bob. La lumière douce mais focalisée sur la pièce la fait ressortir, créant un moment de découverte. L'effet sonore de "Cling!" ajoute une touche dramatique à la chute de la pièce.

# Instagram

## Descriptif du post 4 Partie 2

## Descriptif

## Justifications

À court de place dans ses vêtements, il décide d'utiliser le deuxième sac pour stocker ses quatre pièces. Techniques : Plan moyen. Détails sur les mouvements de Bob et le sac. Couleurs sobres pour les vêtements et le sac, avec des reflets dorés pour les pièces. Effet sonore de "Zip!" lorsqu'il ouvre le sac.

Le plan moyen montre les mouvements de Bob et le sac, capturant l'action de stockage. Les couleurs sobres pour les vêtements et le sac, avec des reflets dorés pour les pièces, créent une atmosphère réaliste. L'effet sonore de "Zip!" souligne l'ouverture du sac.

Enfin sorti de l'enclos, Bob utilise l'échelle pour sortir du wagon et se retrouve sur le toit. Techniques : Plan large. Éclairage lunaire pour créer un effet dramatique. Détails sur le vent et le mouvement du train. Contraste entre l'intérieur du wagon et l'extérieur sombre et venteux. Effet sonore de "Cling!" lorsqu'il monte sur l'échelle.

Le plan large montre l'échelle, le toit du wagon, et l'éclairage lunaire, créant un effet dramatique. Les détails sur le vent et le mouvement du train ajoutent du réalisme. L'effet sonore de "Cling!" accompagne l'action de Bob montant l'échelle.

Le train fonce dans la nuit noire, le vent souffle et la seule lumière qui l'éclaire est celle de la lune. Techniques : Plan général. Éclairage naturel de la lune, effets de vent et mouvement rapide du train. Couleurs sombres avec des reflets argentés. Effet sonore de "Whoosh!" pour illustrer le vent et le mouvement du train.

Le plan général capture l'ensemble de la scène, montrant la rapidité du train et l'obscurité environnante. L'éclairage naturel de la lune et les effets de vent créent une atmosphère dramatique. L'effet sonore de "Whoosh!" illustre le vent et le mouvement du train.

Au loin, il voit un bout de fil flottant au vent qui rentre dans un autre wagon. Techniques : Plan large. Lumière douce et focalisée sur le fil lumineux. Contraste entre l'obscurité de la nuit et la lumière du fil. Effet sonore de "Swoosh!" pour accompagner le mouvement du fil.

Le plan large met en évidence le fil lumineux, contrastant avec l'obscurité de la nuit. La lumière douce focalisée sur le fil attire l'attention du lecteur. L'effet sonore de "Swoosh!" accompagne le mouvement du fil, créant une sensation de mystère et d'urgence.

Il se dépêche de le rejoindre en évitant de tomber et une fois arrivé près de lui, il l'agrippe et se jette dans le wagon sombre sans réfléchir. Techniques : Plan rapproché taille. Éclairage dramatique pour accentuer l'urgence et le danger. Lignes dynamiques pour montrer le mouvement rapide de Bob. Effet sonore de "Fiouuuu!" pour accompagner son saut dans le wagon.

Le plan rapproché taille montre l'urgence et le danger de l'action de Bob. L'éclairage dramatique accentue la tension, tandis que les lignes dynamiques illustrent le mouvement rapide. L'effet sonore de "Fiouuuu!" ajoute du suspense et de l'énergie à la scène.

# Instagram

## Descriptif du post 4

### Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 5ème post



Bob ne sait pas où il se trouve mais il est bloqué, dans le noir et la poussière, et il n'arrive pas à bouger. La seule lumière qu'il perçoit est celle du trou par lequel s'échappe le fil de la boîte dont il est prisonnier. Après quelques coups d'épaule, la boîte s'ouvre enfin et Bob tombe en soulevant un nuage de poussière. En se relevant, il se rend compte qu'il était prisonnier d'un sarcophage et qu'il se trouve maintenant dans le tombeau d'une pyramide encore jamais découverte. La salle est seulement éclairée par un filet de lumière qui sort d'une petite fenêtre en hauteur qui vient se répercuter sur les vases, les toiles d'araignées et les dorures qui entourent Bob. La seule porte de la salle qui semble mener vers l'extérieur est fermée mais Bob s'obstine en essayant de trouver une solution pour s'échapper. Alors qu'il regarde les murs autour de la porte pour trouver un indice, il remarque qu'un hiéroglyphe de scarabée d'or est moins enfoncé que les autres. Sans plus y réfléchir, il décide d'appuyer sur le caractère qui s'enfonce avec son aide. Après un temps sans que rien ne se passe, un grondement se fait entendre et la porte finit par lentement se lever. Une lumière éblouissante surgit et il faut quelques secondes pour que Bob s'habitue.

Lorsqu'il ouvre les yeux, il se tient devant une salle semblable à une cuve immense remplie de tous les trésors de l'Égypte. Bob décide de descendre en se laissant glisser le long de la paroi et il atterrit sur des pièces et des coupes d'or. Après quelques minutes à observer les éléments sous ses pieds, il aperçoit enfin la corde. Sans autre solution, il décide de tirer sur la corde, et soudain la cuve se transforme en tourbillon qui emporte tout dans les profondeurs de la pyramide. Sans lâcher la corde et avec son sac bien serré, il aperçoit dans le tourbillon la pièce et l'attrape en se propulsant avec les pièces. Avant de toucher le fond, une coupe lui tombe sur la tête et l'assomme d'un coup sec.

## Descriptif

Bob ne sait pas où il se trouve mais il est bloqué, dans le noir. Techniques : Plan rapproché taille. Éclairage minimal avec une seule source de lumière provenant du trou, créant des ombres dramatiques. Tons sombres pour l'obscurité environnante et une légère brume pour la poussière. Bulles de pensée montrant la confusion de Bob avec des points d'interrogation et des lignes de stress autour de sa tête pour indiquer la tension.

La seule lumière qui lui arrive est celle du trou par lequel s'échappe le fil de la boîte dont il est prisonnier. Techniques : Gros plan. Lumière éclatante venant du trou, créant un contraste fort entre la lumière et l'obscurité. Effets de lignes de lumière irradiant du trou pour accentuer le fil lumineux. Bulles de narration pour indiquer la tension et la claustrophobie de la scène.

Après quelques coups d'épaule, la boîte s'ouvre enfin et Bob tombe en soulevant un nuage de poussière. Techniques : Plan moyen. Lignes de mouvement pour montrer la chute de Bob et les éclats de poussière. Utilisation de petits nuages dessinés pour représenter la poussière. Texte d'effet sonore comme "PLOUF!" pour la chute.

En se relevant, il se rend compte qu'il était prisonnier d'un sarcophage. Techniques : Plan large. Éclairage tamisé avec un filet de lumière venant d'une petite fenêtre en hauteur. Détails sur les murs ornés de hiéroglyphes et les objets anciens autour de Bob. Bulles de pensée montrant la surprise de Bob avec des points d'exclamation.

La salle est seulement éclairée par un filet de lumière qui sort d'une petite fenêtre en hauteur. Techniques : Plan large. Lumière douce répercutée, créant des reflets sur les dorures et les vases. Ombres douces et diffuse pour les toiles d'araignée. Utilisation de cases sans bord pour donner une sensation d'immensité et de mystère.

## Justifications

Le plan rapproché taille montre l'étroitesse de l'espace et l'immobilité de Bob, accentuant son sentiment de claustrophobie. L'éclairage minimal provenant du trou crée des ombres dramatiques et renforce l'ambiance sombre. Les tons sombres et la légère brume pour la poussière ajoutent à la tension, avec des bulles de pensée illustrant la confusion et le stress de Bob.

Le gros plan se focalise sur le trou lumineux, créant un contraste saisissant entre la lumière éclatante et l'obscurité environnante. Les effets de lignes de lumière irradiant du trou accentuent l'importance du fil lumineux. Les bulles de narration transmettent la tension et la claustrophobie de la scène.

Le plan moyen capture la dynamique de la chute de Bob et la libération de la poussière, avec des lignes de mouvement illustrant l'action. Les petits nuages de poussière dessinés ajoutent au réalisme de la scène. Le texte d'effet sonore "PLOUF!" renforce l'impact visuel de la chute.

Le plan large révèle l'ampleur de la découverte, avec un éclairage tamisé venant d'une petite fenêtre en hauteur qui crée une ambiance mystérieuse. Les détails des hiéroglyphes et des objets anciens enrichissent la scène visuellement. Les bulles de pensée expriment la surprise de Bob, renforçant l'émotion de la découverte.

Le plan large montre la salle dans toute son ampleur, avec une lumière douce répercutée sur les dorures et les vases, créant des reflets scintillants. Les ombres douces des toiles d'araignée ajoutent à l'atmosphère antique. Les cases sans bord donnent une sensation d'immensité et de mystère.

# Instagram

## Descriptif du post 5 Partie 1

## Descriptif

La seule porte de la salle qui semble mener vers l'extérieur est fermée mais Bob s'obstine en essayant de trouver une solution pour s'échapper. Techniques : Plan américain. Éclairage focalisé sur Bob et la porte. Détails sur les expressions déterminées de Bob et les reliefs du mur autour de la porte. Bulles de pensée avec des phrases comme "Je dois sortir d'ici..." pour montrer sa détermination.

Alors qu'il regarde les murs autour de la porte pour trouver un indice, il remarque qu'un hiéroglyphe de scarabée d'or est moins enfoncé que les autres. Techniques : Gros plan. Éclairage focalisé sur le hiéroglyphe du scarabée, créant un contraste avec le reste du mur. Détails précis sur les gravures. Bulles de pensée avec des points d'exclamation pour indiquer la découverte

Sans plus y réfléchir, il décide d'appuyer sur le caractère qui s'enfonce avec son aide. Techniques : Plan rapproché. Éclairage doux mais concentré sur l'action de Bob appuyant sur le hiéroglyphe. Lignes de mouvement pour montrer l'enfoncement du scarabée. Texte d'effet sonore comme "CLIC!" pour l'activation du mécanisme.

Après un temps sans que rien ne se passe, un grondement se fait entendre et la porte finit par lentement se lever. Techniques : Plan moyen. Lignes dynamiques pour montrer le mouvement de la porte. Effets visuels comme des vibrations autour de la porte pour illustrer le grondement. Bulles de narration pour indiquer le suspense.

Une lumière éblouissante surgit et il faut quelques secondes pour que Bob s'habitue. Techniques : Plan rapproché taille. Éclairage intense et flou temporaire pour simuler l'éblouissement. Utilisation de cases sans texte avec des effets de lumière pour indiquer l'adaptation de la vision de Bob.

## Justifications

Le plan américain se focalise sur Bob et la porte, accentuant sa détermination à trouver une solution. L'éclairage focalisé met en valeur les expressions de Bob et les détails des reliefs du mur autour de la porte. Les bulles de pensée montrent sa volonté de s'échapper, renforçant l'aspect narratif.

Le gros plan met en évidence le hiéroglyphe du scarabée avec un éclairage focalisé, créant un contraste avec le reste du mur. Les détails précis des gravures accentuent l'importance de la découverte. Les bulles de pensée avec des points d'exclamation indiquent la surprise et l'excitation de Bob.

Le plan rapproché montre l'action de Bob avec un éclairage doux mais concentré sur le hiéroglyphe, soulignant l'importance du moment. Les lignes de mouvement illustrent l'enfoncement du scarabée. Le texte d'effet sonore "CLIC!" ajoute une dimension auditive à l'activation du mécanisme.

Le plan moyen capture le mouvement de la porte, avec des lignes dynamiques et des effets visuels de vibrations pour illustrer le grondement. Les bulles de narration augmentent le suspense, préparant le lecteur à l'ouverture imminente de la porte.

Le plan rapproché taille simule l'éblouissement avec un éclairage intense et un flou temporaire, rendant la scène plus réaliste. Les cases sans texte et les effets de lumière montrent l'adaptation progressive de la vision de Bob.

# Instagram

## Descriptif du post 5 Partie 2

## Descriptif

Lorsqu'il ouvre les yeux, il se tient devant une salle semblable à une cuve immense remplie de tous les trésors de l'Égypte. Techniques : Plan large. Éclairage doré et éclatant, reflété par les trésors. Détails abondants sur les objets précieux. Utilisation de bulles de pensée pour exprimer l'émerveillement de Bob avec des phrases comme "Incroyable...".

Bob décide de descendre en se laissant glisser le long de la paroi et il atterrit sur des pièces et des coupes d'or. Techniques : Plan moyen. Lignes dynamiques pour montrer la descente de Bob. Utilisation de petits éclats de lumière sur les pièces et les coupes. Texte d'effet sonore comme "CRASH!" pour l'atterrissage.

Après quelques minutes à observer les éléments sous ses pieds, il aperçoit enfin la corde. Techniques : Plan rapproché taille. Éclairage focalisé sur la corde, contrastant avec l'accumulation de trésors. Utilisation de cadres pour attirer l'attention sur la corde. Bulles de pensée avec des phrases comme "C'est ma chance...".

Sans autre solution, il décide de tirer sur la corde, et soudain la cuve se transforme en tourbillon qui emporte tout dans les profondeurs de la pyramide. Techniques : Plan large. Lignes dynamiques et effets de tourbillon pour montrer le mouvement des objets et de Bob. Éclairage dramatique pour accentuer l'effet de chaos. Texte d'effet sonore comme "WHOOOSH!" pour le tourbillon.

Sans lâcher la corde et avec son sac bien serré, il aperçoit dans le tourbillon la pièce et l'attrape en se propulsant avec les pièces. Techniques : Plan rapproché taille. Éclairage concentré sur la pièce dorée et Bob. Lignes de mouvement pour montrer la propulsion. Effets visuels de flou pour accentuer la vitesse du tourbillon.

Avant de toucher le fond, une coupe lui tombe sur la tête et l'assomme d'un coup sec. Techniques : Plan rapproché. Éclairage focalisé sur la coupe et Bob. Utilisation d'étoiles et d'ondulations autour de la tête de Bob pour illustrer le choc. Texte d'effet sonore comme "BAM!" pour l'impact.

## Justifications

Le plan large révèle l'immensité de la salle et la richesse des trésors avec un éclairage doré éclatant. Les détails abondants sur les objets précieux ajoutent de la profondeur visuelle. Les bulles de pensée expriment l'émerveillement de Bob avec des phrases comme "Incroyable...".

Le plan moyen capture la descente de Bob avec des lignes dynamiques, montrant son mouvement. Les petits éclats de lumière sur les pièces et les coupes ajoutent de la brillance à la scène. Le texte d'effet sonore "CRASH!" accentue l'impact de son atterrissage.

Le plan rapproché taille se focalise sur la corde, avec un éclairage accentué pour la faire ressortir parmi les trésors. Les cadres attirent l'attention sur cet élément crucial. Les bulles de pensée montrent la détermination de Bob à saisir cette opportunité.

Le plan large illustre le chaos avec des lignes dynamiques et des effets de tourbillon, montrant le mouvement des objets et de Bob. L'éclairage dramatique accentue l'effet de désordre. Le texte d'effet sonore "WHOOOSH!" renforce l'intensité de la transformation.

Le plan rapproché taille se concentre sur Bob et la pièce dorée, avec un éclairage focalisé. Les lignes de mouvement illustrent sa propulsion dans le tourbillon. Les effets visuels de flou ajoutent une sensation de vitesse.

Le plan rapproché montre l'impact avec un éclairage focalisé sur la coupe et Bob. Les étoiles et les ondulations autour de la tête de Bob illustrent le choc. Le texte d'effet sonore "BAM!" renforce l'impact visuel et auditif de la scène.

# Instagram

## Descriptif du post 5 Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 6ème post



Il se réveilla avec un énorme mal de tête et remarqua que ses pièces étaient dispersées à ses côtés. Après les avoir récupérées, il regarda autour de lui et découvrit un paysage rappelant les contrées désertiques de l'Égypte. Cette fois-ci, l'environnement était beaucoup plus moderne, avec de nombreux bâtiments et magasins de toutes sortes. En explorant, il découvrit leur culture. Lorsqu'il tourna la tête pour observer d'où provenait un bruit de foule, il se retrouva face à une immense pagode de quatre étages.

Il se dirigea vers celle-ci et explora les premiers étages, remplis de nombreux objets et œuvres. Après avoir visité et découvert toutes les œuvres rares de la Chine, Bob décida de monter à un étage qui exposait un dragon de jade, l'une des œuvres les plus uniques au monde. Il s'émerveilla devant la statue verdoyante et les détails que l'artiste avait apportés pour donner vie à cette œuvre. Il demanda à l'artiste d'où venait sa passion et comment il parvenait à faire vivre ses créations.

L'artiste, ravi de rencontrer quelqu'un qui s'intéressait à lui et pas seulement à ses œuvres, demanda l'avis de Bob sur son prochain projet, notamment sur le thème et les couleurs. Bob, toujours ravi d'aider les autres, lui suggéra d'utiliser de nouveaux matériaux comme des briques ou du bois. Après de nombreuses réflexions, l'artiste trouva plein d'inspiration.

Pour le remercier, l'artiste offrit à Bob le choix de prendre une œuvre qu'il avait réalisée. Bob hésita pendant de nombreuses minutes : les calligraphies étaient magnifiques, les objets en jade rares et beaux, mais ce qui attira son attention était une petite pièce logée dans l'une des œuvres en jade, et il choisit celle-là. Bien que déçu de ne pas avoir choisi une meilleure œuvre, l'artiste resta satisfait du choix de Bob et de l'aide qu'il lui avait apportée.

Avant de partir, Bob aperçut une œuvre réalisée à base de fil, mais l'un des fils continuait en dehors de l'œuvre. Bob se mit à le suivre.

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 1: Réveil de Bob - Lumière : Éclairage naturel simulant le jour, lumière douce et diffuse. - Cadrage : gros plan sur bob avec des étoiles qui tournent aux dessus de sa tête. - Son : début de la musique d'ambiance.</p>	<p>l'éclairage naturel simule le jour et montre a nouveaux une avancée dans le temps, Le gros plan sur Bob montre qu'il est secoué des évènements du passé, les étoiles sont un aspect iconique qui permet de montrer que quelqu'un est étourdi, la musique va commencer à créé le décor.</p>
<p>Plan 2: Récupère ses possessions - Lumière : Éclairage naturel, - Cadrage : gros plan sur ses nombreuses pièces éparpillé . - Son : musique qui intensifie légèrement.</p>	<p>L'éclairage naturel permet de créer un environnement naturel et montre que l'environnement est plus récent et rassurant, le gros plan sur les pièces et la musique qui s'accélère permettent de montrer l'importance de celle-ci.</p>
<p>Plan 3: Découverte de ses alentours -Lumière : Lumière naturelle avec un intérêt sur les lieux clés. - Cadrage : travelling sur les différentes structures présent, stand de nourriture, boutique, restaurant, monument. - Son musique d'ambiance continue.</p>	<p>La lumière va mettre en valeur les nombreux lieux que bob aperçoivent pour ensuite montrer leurs qualités, Une succession de plan sera utilisée pour passer d'un bâtiment à un autre afin de montrer la diversité d'infrastructure. La musique accompagnera tout cela et pourra changer pour s'adapter aux bâtiments.</p>
<p>Plan 4: Bob se ballade - Lumière : même éclairage que le plan 2 mais une partie reste sur Bob. - Cadrage : enchaînement de plan qui montre bob en train de naviguer dans ce nouvel environnement et remarque la dense population - Son : Bruit de discussion, bruit d'une foule, musique légère, bruit de pas.</p>	<p>L'objectif de la lumière est le même que dans le plan 2 cependant ici, on cherche aussi de retrouver Bob dans la foule, la succession de plan suggère que Bob explore et cherche à continuer son aventure. Le son accentue le nombre de personnes autour de Bob créant un bruit constant</p>
<p>Plan 5: Découverte de la pagode - Lumière : lumière naturelle qui est bloqué par la pagode. - Cadrage : travelling vertical sur la pagode puis gros plan sur les portes qui s'ouvrent lorsque bob entre dedans - Son : Voix de Bob, musique d'ambiance en arrière-plan.</p>	<p>L'éclairage va être camouflé par la grandeur de la pagode. Le plan va appuyer la grandeur et la qualité de la bâtisse, elle va aussi nous offrir des détails sur celle-ci. La musique va se ralentir pour aussi appuyé sur la beauté de la pagode</p>

# Instagram

## Descriptif du Post 6

### Partie 1

## Descriptif

Plan 6: Rencontre avec des œuvres d'Asie - Lumière : Éclairage doux, bien éclairer, Bob et les produits Lego. - Cadrage : Enchaînement de plan de bob qui discute et admire les différentes statues et œuvre présents . - Son : Voix de Bob, musique en fond léger.

Plan 7: Œuvre principale -Lumière : Éclairage doux, avec des ombres accentuées sous le lit. - Cadrage : gros plan sur le dragon de jade. - Son : musique se coupe un instant puis transition à une musique douce en arrière pla.

Plan 8: Réaction et nouvelle rencontre - Lumière : Éclairage doux sur le visage de bob. - Cadrage : plan sur bob émerveillé par cette statue et un autre plan qui montre l'auteur de cette œuvre - Son : Voix de Bob, musique légère.

Plan 9: Dialogue - Lumière : Éclairage direct sur les deux personnages . - Cadrage : champ contrechamp entre les deux personnages - Son : voix de Bob, musique d'ambiance.

Plan 10: bob se met au travail - Lumière : Éclairage doux. - Cadrage : avance rapide du temps pour montrer que bob et l'artiste font des va-et-vient. - Son : musique d'ambiance, bruits de coup de pinces, bruits de création de sculpture, bribes de dialogues entre les personnages

## Justifications

Un éclairage doux pour bien éclairer Bob et les produits met en valeur les détails et les couleurs des œuvres. L'enchaînement de plan va montrer le très grand nombre et diversité d'œuvre présente dans la pagode, la musique reflètera sera utilisé pour créer une ambiance plus calme.

La lumière se reflète sur la statue et créer une zone lumineuse la mettant en valeur. Le gros plan sur cette statue nous montrera les détails importants et enfin la musique se coupera un instant pour montrer sa beauté

L'éclairage doux sur le visage de Bob met en valeur son émerveillement et crée une atmosphère intime. Le plan sur Bob émerveillé suivi d'un plan sur l'auteur de l'œuvre relie visuellement les émotions de Bob à la source de son émerveillement., et la voix de Bob avec une musique légère crée une ambiance nostalgique et informelle.

L'éclairage direct sur les deux personnages met en valeur leur interaction et leurs expressions faciales. Le champ contrechamp entre les deux personnages souligne leur dialogue et leurs réactions mutuelles.La voix de Bob accompagnée d'une musique d'ambiance soutient le dialogue tout en créant une atmosphère immersive.

l'éclairage doux aide à souligner le calme et la concentration nécessaires pour le processus créatif. Utiliser une technique d'avance rapide permet de condenser le processus de travail. Les effets sonores ajoutent une couche de réalisme et les bribes de dialogues humanise la scène et en évite que la scène ne devienne monotone.

# Instagram

## Descriptif du Post 6 Partie 2

## Descriptif

Plan 11: Finalité - Lumière : Éclairage industriel doux. -  
Cadrage : focus sur la pièce que bob souhaite récupérer  
puis apparition d'un nouveau fil. - Son :musique d'ambiance,  
voix de Bob en fond.

## Justifications

l'éclairage industriel doux met en valeur la pièce que Bob souhaite récupérer, Le focus initial sur la pièce que Bob veut récupérer attire l'attention du spectateur sur l'objet de son intérêt, l'apparition d'un nouveau fil intrigue le spectateur et symbolise une nouvelle quête Le plan qui montre Bob partir au loin illustre la continuité de son voyage .La musique d'ambiance maintient une atmosphère immersive

# Instagram

## Descriptif du Post 6 Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 7ème post



Bob observait ce tas de ferraille lorsque soudain, une lueur bleutée apparut dessus. Quelques secondes plus tard, un vrombissement retentit et le tas de ferraille se mit à trembler. Puis, il se leva et se dirigea vers le protagoniste. Ce robot se présenta comme Rob, créé pour accompagner les personnes dans le besoin. Il se mit à la recherche de personnes nécessitant son aide et commença à arpenter les rues. Bob décida de le suivre et tenta d'engager la conversation pour en apprendre davantage sur lui et ses créateurs.

Après avoir aidé des personnes âgées à faire leurs courses et à rentrer chez elles, ainsi que des enfants ayant perdu leur ballon, le robot commença à montrer des signes de fatigue. Son énergie s'épuisait rapidement. Bob lui proposa alors son aide. Ensemble, ils partirent à la recherche d'une solution à ce problème.

En explorant un vieux bâtiment abandonné, Bob découvrit diverses sources d'énergie pour Rob. Le robot fut ravi de pouvoir rester actif pendant de nombreuses années avec ces ressources. En déplaçant les sources d'énergie, Rob trouva une pièce étrange cachée sous un tas de débris. En la ramassant, il remarqua qu'un fil y était attaché. Curieux, il tira doucement sur le fil et constata avec surprise qu'il semblait se prolonger bien au-delà de l'endroit où ils se trouvaient.

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 1: Bob découvre un tas de ferrailles étrange - Lumière : Éclairage bleuté offert par le tas de ferraille. - Cadrage : gros plan sur le tas de ferraille qui luit - Son :Bruits métalliques légers, débuts de la musique d'ambiance</p>	<p>L'éclairage bleuté donne une ambiance mystérieuse et surréelle à la scène, attirant l'attention sur le tas de ferraille et le rendant intrigant.e gros plan met en évidence les détails du tas de ferraille</p>
<p>Plan 2: Tremblement - Lumière : Éclairage naturel, ajout d'un effet de fumée. - Cadrage :plan sur le tremblement du tas de ferraille - Son : Bruit de moteur défaillant, , musique qui intensifie légèrement.</p>	<p>L'éclairage naturel maintient une atmosphère réaliste, l'effet de fumée ajoute une dimension dramatique et mystérieuse. Ce cadrage met en avant l'action principale, attirant l'attention du spectateur sur le phénomène étrange du tremblement. Le bruit de moteur défaillant va nous donner un indice sur un problème futur et montre que cela a faits longtemps que la machine ne s'est pas lancé</p>
<p>Plan 3: Réaction de Bob - Lumière : Lumière naturelle avec un effet de vent qui dissipe la fumée. - Cadrage : Plan large sur Bob puis gros plan sur son visage. - Son : Bruit de vent , musique d'ambiance continue.</p>	<p>la lumière naturelle conserve une ambiance réaliste et authentique. L'effet de vent dissipant la fumée ajoute du mouvement à la scène et permet de révéler progressivement Bob, Le plan large établit le contexte et montre Bob dans son environnement, soulignant son isolement</p>
<p>Plan 4: Découverte de Rob - Lumière : Éclairage doux, Les yeux de Rob illuminent un peu la pièce. - Cadrage : travelling de bas en haut entre Rob et le regard de Bob qui remonte - Son : , musique légère.</p>	<p>L'éclairage doux crée une ambiance chaleureuse et met en valeur les détails. Ce mouvement de caméra suggère une découverte progressive et fascinante. La musique permet de montrer le mystère entourant Rob.</p>
<p>Plan 5: A quoi ressemble Rob - Lumière : Éclairage doux, lumière d'intérieur. - Cadrage : enchainement de plans qui montre les caractéristiques de Rob - Son : Voix de Bob, musique d'ambiance en arrière-plan.</p>	<p>L'éclairage doux d'intérieur crée une ambiance accueillante et naturelle, montre les caractéristiques de Rob; un montage de plans qui se concentrent sur différentes parties du corps ou du visage de Rob. La voix de bob permet au spectateur de percevoir son impression</p>

# Instagram

## Descriptif du Post 7 Partie 1

## Descriptif

Plan 6: Dialogue - Lumière : Éclairage doux, bien éclairer Bob et Rob. - Cadrage : champs contre champs lors de la discussion. - Son : Voix de Bob et réponse de Rob, musique en fond léger.

Plan 7: L'objectif de Rob - Lumière : Éclairage naturel - Cadrage : Plan où on voit Rob partir et Bob commence à le suivre - Son : musique continue.

Plan 8: Le problème de Rob - Lumière : Éclairage naturel extérieur. - Cadrage : enchaînement de plan qui montre Rob et Bob en train d'aider des personnes, chaque événement Rob se fatigue de plus en plus. - Son : Voix de Bob et Rob, musique légère, bruit de passants.

Plan 9: Le problème de Rob (suite)- Lumière : Éclairage qui met en valeur la batterie faible de Rob. - Cadrage : Gros plan sur le visage de Rob qui affiche une icône de batterie faible. - Son : musique rythmée.

Plan 10: À la recherche d'une solution- Lumière : Éclairage doux. - Cadrage : plan sur la journée qui défile, montrant Bob et Rob en train de discuter tous en cherchant une source d'énergie pour Rob. - Son : musique d'ambiance.

## Justifications

Un éclairage doux permet de créer une ambiance confortable. ce type de cadrage permet de mettre en scène la conversation de manière immersive. Les plans alternés entre Bob et Rob soulignent l'interaction des personnages, les dialogues ajoutent de la profondeur narrative à la scène, une musique discrète aide à maintenir une atmosphère agréable

L'utilisation de la lumière naturelle extérieure crée une ambiance réaliste et lumineuse, Ce montage de plans montre l'évolution de la situation, en mettant en avant Rob et Bob, mais cela illustre aussi le développement du problème de Rob

Un éclairage doux qui met en évidence la poussière sur la construction souligne le thème de la redécouverte et du recyclage. Un plan moyen permet de voir Bob et la construction, et la voix de Bob avec une musique légère crée une ambiance nostalgique et informelle.

L'éclairage met en valeur la batterie faible de Rob et l'importance de trouver un moyen de l'aider, le Gros plan accentue ce que la lumière cherche à transmettre et la musique s'accélère pour montrer l'importance de la situation.

L'éclairage doux offre une sensation de sérénité, Le plan qui défile montre Bob et Rob en train d'accomplir leur quête offre une vue d'ensemble de leur activité et de leur réflexion, le son va ralentir un peu pour créer de l'anticipation.

# Instagram

## Descriptif du Post 7 Partie 2

## Descriptif

## Justifications

<p>Plan 11: Arrivée à l'usine - Lumière : Éclairage au clair de lune. - Cadrage :Gros plan sur un bâtiment en abondant (usine) (ambiance sonore sinistre). - Son : Bruit de machines, voix de Bob en fond.</p>	<p>Utiliser la lumière du clair de lune crée une atmosphère nocturne et mystérieuse, Ce gros plan met en évidence les détails délabrés et sinistres de l'usine abandonnée, capturant l'essence de sa désolation.ajoutent à l'ambiance industrielle décrépite de l'usine abandonnée. La voix de Bob, légèrement en retrait mais perceptible, ajoute une dimension humaine à la scène,</p>
<p>Plan 12: Rob notre lumière - Lumière : Éclairage doux bleuté offert par Rob. - Cadrage :plan sur la lueur de Rob qui devient la seule source de lumière. - Son : , musique légère.</p>	<p>La lumière douce et bleutée émanant de Rob crée une ambiance réconfortante. Cette lumière douce peut aussi évoquer la technologie avancé.e cadrage met en avant la lueur émise par Rob, cela montre son importance. Une musique d'ambiance légère qui accompagne la scène afin de renforcer la sensation d'exploration</p>
<p>Plan 13: De l'énergie pour Rob - Lumière : Éclairage direct sur les différentes sources d'énergies disponibles. - Cadrage :travelling horizontal montrant de nombreux types d'énergie. - Son : voix de Bob, musique rythmée.</p>	<p>L'éclairage va mettre en valeur la solution de notre problème ainsi qu'épauler le cadrage pour montrer la quantité. Le cadrage va chercher à montrer les diverses source d'énergie ce qui permet a Rob de continuer sa quête pendant de nombreuses années. La musique va montrer la joie et la nouvelle ambition de Rob</p>
<p>Plan 14: Finalités - Lumière : Éclairage doux, petite lueur provenant d'un autre tas de ferraille . - Cadrage : gros plan sur la pièce et le fil qui s'allonge sur de nombreux mètre. - Son : Voix de Bob, musique d'ambiance.</p>	<p>L'éclairage doux nous permet de comprendre que cette histoire se termine, mais la lueur nous attire l'œil et met en avant un objet important, le gros plan sur le tas de ferrail fais référence à la rencontre entre Bob et Rob. Une musique subtile qui accompagne la scène finale, renforçant l'émotion et la tension tout en soutenant le déroulement des événements vers leur conclusion, la voix de bob apporte des explications finales.</p>

# Instagram

## Descriptif du Post 7 Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 8ème post



Bob se retrouve à nouveau dans un endroit des plus sombres. En gardant le fil dans les mains et en essayant de ne pas trébucher, il entrevoit peu à peu la lumière en sortant de la caverne dans laquelle il s'est fait transporté. Dehors, il se retrouve sur une montagne qui surplombe une vallée peuplée de dinosaures et de plantes géantes. Ne sachant pas où aller, il décide de se diriger vers le pic le plus haut dans l'espoir de se repérer une fois arrivé en haut. Pour ne pas se faire voir dans la jungle, il décide de se cacher à l'aide d'une feuille géante. La traversée se passe bien et Bob arrive au pied du pic quand soudain, il sent que sa feuille bouge. Il décide donc de regarder ce qu'il se trouve de l'autre côté et se retrouve nez-à-nez avec un bébé tricératops bariolé qui semble perdu et affamé. Bob décide de prendre soin de lui et de l'aider à retrouver sa maman et son troupeau.

Après de longues recherches, Bob et le petit tricératops finissent par trouver le troupeau de toutes les couleurs dans une clairière. En voyant sa maman, le petit court vers elle et les deux se font un câlin. Quand Bob arrive, la maman tricératops se lève et vient le remercier, c'est là qu'il se rend compte qu'elle est en train de couvrir son nid avec des œufs multicolores de toutes les formes. Un des œufs attire l'attention de Bob puisqu'il s'agit en réalité d'une nouvelle pièce dorée, qu'il s'empresse de mettre dans son sac sans que la maman s'en aperçoive. En se redressant, il remarque que la maman tricératops et son petit sont occupés à jouer avec quelque chose d'étrange. En se rapprochant il se rend compte que c'est le bout de fil qu'il cherchait. Après des aurevoirs émouvants, il est temps pour Bob de partir, il salue une dernière fois ses nouveaux amis avant de s'enfoncer dans le trou dont s'échappe la corde, déterminé à rentrer lui.

## Descriptif

Bob se retrouve à nouveau dans un endroit des plus sombres Techniques : Plan rapproché taille. Éclairage minimal avec une seule source de lumière provenant du trou, créant des ombres dramatiques. Tons sombres pour l'obscurité environnante et une légère brume pour la poussière. Bulles de pensée montrant la confusion de Bob avec des points d'interrogation et des lignes de stress autour de sa tête pour indiquer la tension.

## Justifications

Le plan rapproché taille intensifie le sentiment d'enfermement avec un éclairage minimal, créant des ombres dramatiques qui augmentent la tension. Les tons sombres et la légère brume ajoutent à l'atmosphère oppressante. Les bulles de pensée de Bob montrent sa confusion et son stress face à cette situation inconnue.

Dehors, il se retrouve sur une montagne surplombant une vallée peuplée de dinosaures et de plantes géantes. Techniques : Plan large. Contraste entre les ténèbres de la caverne et la lumière vive à l'extérieur. Couleurs vives pour représenter la diversité de la végétation et des dinosaures dans la vallée. Effet de profondeur pour montrer la grandeur de la vallée. Effets sonores : "Grrrrrr" (cris des dinosaures), "Fffffff" (vent soufflant).

Le plan large montre le contraste saisissant entre les ténèbres de la caverne et la lumière vive à l'extérieur, représentant la diversité de la végétation et des dinosaures. L'effet de profondeur accentue la grandeur de la vallée. Les effets sonores comme les cris des dinosaures et le souffle du vent enrichissent l'ambiance sauvage.

Ne sachant pas où aller, il décide de se diriger vers le pic le plus haut dans l'espoir de se repérer. Techniques : Plan moyen. Bob se tenant debout, regardant vers le sommet de la montagne. Effet de profondeur pour montrer la distance à parcourir. Lignes droites en direction de la montagne pour fixer l'objectif

En plan moyen, Bob est représenté debout, fixant le sommet de la montagne, avec un effet de profondeur pour indiquer la distance à parcourir. Les lignes droites dirigées vers la montagne renforcent son objectif. Cela souligne sa détermination à trouver un moyen de s'échapper de cet environnement hostile.

Pour ne pas se faire voir dans la jungle, il décide de se cacher à l'aide d'une feuille géante. Techniques : Plan moyen. Bob se cachant derrière une feuille géante, camouflé dans l'ombre de la végétation dense. Utilisation de tons verts pour représenter la jungle. Effets sonores : "Frou frou" (bruit des feuilles bougeant)

En plan moyen, Bob se dissimule habilement dans l'ombre de la végétation dense, utilisant une feuille géante pour passer inaperçu. Les tons verts représentent la luxuriance de la jungle. Les effets sonores comme le "frou frou" des feuilles ajoutent au réalisme de la scène.

# Instagram

## Descriptif du post 8 Partie 1

## Descriptif

La traversée se passe bien et Bob arrive au pied du pic quand soudain, il sent que sa feuille bouge. Techniques : Plan moyen. Bob se tenant au pied du pic, avec une expression de surprise. Utilisation de tons sombres pour représenter la tension croissante. Effets sonores : "Frou frou" (mouvement de la feuille), "Hum"(surprise de Bob)

Il décide donc de regarder ce qu'il se trouve de l'autre côté et se retrouve nez-à-nez avec un bébé tricératops bariolé qui semble perdu et affamé. Techniques : Gros plan sur le visage surpris de Bob et le tricératops bébé. Couleurs vives pour le dinosaure, contraste avec la verdure de la jungle. Effets sonores : "Graou" (rugissement doux du bébé tricératops)

Bob décide de prendre soin de lui et de l'aider à retrouver sa maman et son troupeau. Techniques : Plan moyen. Bob et le bébé tricératops marchent côte à côte à travers la jungle luxuriante. Effets sonores : "Crouch" (pas dans la végétation dense), "Piou piou" (oiseaux chantant).

Bob et le petit tricératops finissent par trouver le troupeau de tricératops dans une clairière. Techniques : Plan large. Bob et le bébé tricératops rejoignent le troupeau dans une clairière ensoleillée. Couleurs chaudes pour représenter la chaleur de l'atmosphère. Lignes droites vers le ciel pour représenter la joie et la cacophonie du troupeau

En voyant sa maman, le petit court vers elle et les deux se font un câlin. Techniques : Gros plan. Bob observant avec émotion le petit tricératops rejoignant sa mère. Utilisation de tons chauds pour représenter la chaleur de l'atmosphère. Effets sonores : "Mrrrr" (calin), "Snif" (reniflement).

## Justifications

En plan moyen, Bob exprime sa surprise au pied du pic, avec des tons sombres accentuant la tension croissante. Les effets sonores de mouvement de la feuille renforcent le suspense, préparant le lecteur à la révélation imminente.

Le gros plan montre le visage surpris de Bob et le tricératops bébé, avec des couleurs vives pour le dinosaure contrastant avec la jungle verdoyante. Le "graou" doux du bébé tricératops renforce l'émotion de cette rencontre inattendue.

En plan moyen, Bob et le bébé tricératops marchent ensemble à travers la jungle, représentée dans toute sa splendeur. Les effets sonores comme les pas dans la végétation dense et les chants d'oiseaux ajoutent à l'ambiance naturelle.

Le plan large capture la joie de Bob et du bébé tricératops rejoignant le troupeau, avec des couleurs chaudes reflétant la chaleur de l'atmosphère. Les lignes droites vers le ciel illustrent l'euphorie et l'harmonie retrouvée.

En gros plan, Bob observe ému le câlin entre le bébé tricératops et sa mère, accentuant l'intimité et l'émotion de la scène. Les tons chauds utilisés créent une atmosphère chaleureuse et réconfortante, renforçant le lien familial entre les dinosaures. Les effets sonores de "mrrrr" et "snif" enrichissent cette tendre rencontre en apportant une dimension auditive réaliste.

# Instagram

## Descriptif du post 8

### Partie 2

## Descriptif

## Justifications

<p>Quand Bob arrive, la maman tricératops se lève et vient le remercier, c'est là qu'il se rend compte qu'elle est en train de couvrir son nid avec des œufs multicolores de toutes les formes. Techniques : Plan moyen. Bob se tenant devant la maman tricératops, avec une expression de surprise. Couleurs vives pour les œufs, contraste avec la couleur de la peau de la maman.</p>	<p>En plan moyen, Bob est surpris devant la maman tricératops couvant ses œufs aux couleurs vives, créant un contraste visuel avec la peau plus terne de la maman. Ce plan permet de montrer la découverte de Bob avec une vue d'ensemble qui inclut à la fois les œufs et l'expression de surprise de Bob. Les couleurs vives des œufs ajoutent de la vivacité à la scène et symbolisent la richesse de la vie dans cet environnement préhistorique.</p>
<p>Un des œufs attire l'attention de Bob puisqu'il s'agit en réalité d'une nouvelle pièce dorée, qu'il s'empresse de mettre dans son sac sans que la maman s'en aperçoive. Techniques : Gros plan. Bob saisit la pièce dorée parmi les œufs. Utilisation de couleurs vives pour mettre en évidence la pièce. Effets sonores : "Cling", "Silence".</p>	<p>En gros plan, Bob saisit la pièce dorée parmi les œufs colorés, mettant en valeur l'importance de cette trouvaille. Les couleurs vives utilisées pour la pièce dorée contrastent avec les tons plus naturels des œufs, attirant l'attention du lecteur sur cet élément crucial de l'histoire. Le son discret de "cling" souligne la préciosité de la pièce dans le silence qui l'entoure, renforçant son impact visuel et narratif.</p>
<p>En se redressant, il remarque que la maman tricératops et son petit sont occupés à jouer avec quelque chose d'étrange. Techniques : Plan moyen. Bob observant la scène avec curiosité. Utilisation de tons chauds pour créer une atmosphère chaleureuse.</p>	<p>En plan moyen, Bob observe curieusement la scène chaleureuse entre les tricératops et un objet mystérieux. Les tons chauds choisis pour cette rencontre finale créent une ambiance bienveillante et sécurisante, renforçant le contraste avec les moments plus sombres précédents. Ce plan permet au lecteur de partager la curiosité de Bob tout en soulignant la beauté de l'amitié inter-espèces.</p>
<p>En se rapprochant il se rend compte que c'est le bout de fil qu'il cherchait. Techniques : Gros plan sur le fil entre les pattes des tricératops. Bob se tenant en arrière-plan, observant avec surprise. Utilisation de tons chauds pour créer une atmosphère chaleureuse.</p>	<p>En gros plan sur le fil entre les pattes des tricératops, Bob, en arrière-plan, est surpris de trouver enfin l'objet de sa quête. Les tons chauds utilisés pour cette découverte finale reflètent la satisfaction et le soulagement de Bob dans un cadre rassurant et familial. Ce plan met l'accent sur l'importance narrative du fil dans le récit tout en intégrant Bob dans le cadre naturel et chaleureux de la scène.</p>
<p>Après des aurevoirs émouvants, il est temps pour Bob de partir, il salue une dernière fois ses nouveaux amis avant de s'enfoncer dans le trou dont s'échappe la corde, déterminer à rentrer chez lui. Techniques : Plan large. Bob faisant ses adieux au troupeau de tricératops, avec une expression mélancolique. Utilisation de tons chauds pour créer une atmosphère chaleureuse. Effets sonores : "Sniff" (tristesse), "Graou"(bruit de chagrin du bébé tricératops)</p>	<p>En plan large, Bob fait ses adieux émouvants au troupeau de tricératops, exprimant sa tristesse dans une ambiance chaleureuse et accueillante. Les tons chauds utilisés pour cette scène finale contrastent avec la mélancolie de l'adieu, créant une atmosphère de nostalgie et de gratitude. Les effets sonores comme "sniff" et "graou" ajoutent une dimension sonore à l'émotion, renforçant le lien affectif entre Bob et ses nouveaux amis dinosaures.</p>

# Instagram

## Descriptif du post 8

### Partie 3

# Instagram

## Histoire racontée dans le 9ème post



En arrivant vers sa nouvelle destination, Bob commence à décourager, il est épuisé, son sac lui fait mal au dos et il désespère de ne jamais pouvoir revenir chez lui. Il tombe face à face à une porte, faite en logo multicolore. Sans grande hâte et anxieux de découvrir ce qui se cache derrière elle, il se force à l'ouvrir. En ouvrant, il n'en croit pas ses yeux, mais il est bien de retour au Q.G. de Lego. Les locaux sont vides, tout le monde est déjà parti et Bob se demande comment il va bien sortir d'ici . En tournant la tête vers le fil, il se rend compte que contrairement aux dernières fois, il ne s'arrête pas. Bob décide alors de suivre le fil, intrigué de savoir vers quoi il pourra bien le mener. Après une longue piste, le fil se stoppe brutalement devant une porte de garage qui semble verrouillée. Bob se met en quête de l'ouvrir et se hâte de trouver ce qui pourra l'aider. En fouillant dans plusieurs bureaux, il finit par trouver une clef dans l'un d'entre eux et s'empresse de l'utiliser pour déverrouiller la porte du garage. Après quelques tours, la porte s'ouvre finalement, mais la pièce est plongée dans le noir.

En allumant la lumière, Bob se retrouve face à une voiture de sport de toutes les couleurs. Le fil continue jusqu'à dans son coffre, et en l'ouvrant, Bob découvre finalement au bout de ce fil une boule de laine avec un petit mot à côté, "Pour Bidule". Sans hésiter, il rentre dans la voiture et commence à conduire dans la direction de la maison de son ami. En cours de route, il décide d'appuyer sur un gros bouton du tableau de bord et la voiture se met à accélérer encore plus vite. Une fois arrivé, Bob s'empresse d'aller voir Bidule pour lui donner son cadeau. Son ami est énormément heureux et lui saute dessus en ronronnant d'affection. Après ces retrouvailles, l'attention de Bidule se porte sur le sac que transporte Bob, qui lui montre donc les pièces en lui racontant ses aventures. C'est là que son ami lui demande d'attendre et de patienter. Après quelques minutes, le chat revient en portant dans sa gueule une pièce dorée semblable à celles de Bob. Les deux amis se posent beaucoup de questions et finissent par se rendre compte que les pièces s'assemblent pour former une carte. Il regarde en face d'eux, demande à la personne regardant la publication si elle peut les aider et montre finalement le QR Code formé avec les 9 pièces.

## Descriptif

En arrivant vers sa nouvelle destination, Bob commence à décourager, il est épuisé, son sac lui fait mal au dos et il désespère de ne jamais pouvoir revenir chez lui. Techniques : Plan large. Bob est vu de dos, marchant péniblement avec son sac sur le dos. Son expression fatiguée et découragée est visible. Le paysage autour de lui est monotone, reflétant son état d'esprit. Bulles de pensée : "Je ne sais pas combien de temps je pourrai tenir..."

Il tombe face à face à une porte, faite en lego multicolore. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de face, surpris devant la porte colorée. Chaque détail du logo multicolore est visible, rendant la porte attrayante et mystérieuse. Bulles de narration : "Qu'est-ce que c'est que ça?"

Sans grande hâte et anxieux de découvrir ce qui se cache derrière elle, il se force à l'ouvrir. Techniques : Gros plan sur les mains de Bob alors qu'il ouvre la porte avec précaution. Son expression d'anxiété est visible, montrant son anticipation. Les détails de la porte et de ses charnières sont mis en évidence.

En ouvrant, il n'en croit pas ses yeux, mais il est bien de retour au Q.G. de Lego. Techniques : Plan large. Bob est vu de dos alors qu'il entre dans le Q.G. de Lego. L'intérieur du bâtiment est détaillé, montrant les éléments emblématiques de Lego. La surprise de Bob est évidente dans son expression. Bulles de narration : "Mais c'est impossible..."

Les locaux sont vides, tout le monde est déjà parti et Bob se demande comment il va bien sortir d'ici. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de face alors qu'il regarde autour de lui dans le bâtiment vide. L'atmosphère est silencieuse et solitaire, renforçant son sentiment d'isolement. Bulles de pensée : "Comment vais-je m'en sortir cette fois-ci?"

## Justifications

En plan large, Bob est vu de dos, marchant péniblement avec son sac sur le dos, ce qui accentue son isolement et la lourdeur de son fardeau. Son expression fatiguée et découragée est visible, soulignant son épuisement. Le paysage monotone autour de lui, avec des couleurs ternes et des ombres allongées, reflète son état d'esprit désespéré. Les bulles de pensée "Je ne sais pas combien de temps je pourrai tenir..." ajoutent une dimension introspective à la scène.

En plan moyen, Bob est vu de face, surpris devant la porte colorée. Ce plan permet de capturer la surprise sur son visage. Chaque détail du logo multicolore est visible, rendant la porte à la fois attrayante et mystérieuse. Les couleurs vives de la porte contrastent avec l'arrière-plan monotone, attirant immédiatement l'attention de Bob et du lecteur. Les bulles de narration "Qu'est-ce que c'est que ça?" soulignent son étonnement et sa curiosité.

En gros plan sur les mains de Bob, on voit qu'il ouvre la porte avec précaution, mettant en avant sa nervosité et son hésitation. Son expression d'anxiété est clairement visible, montrant son anticipation. Les détails de la porte et de ses charnières sont accentués, ajoutant au suspense de la scène. L'éclairage est sombre, focalisant l'attention sur les mains de Bob et la porte, créant une atmosphère de tension.

En plan large, Bob est vu de dos alors qu'il entre dans le Q.G. de Lego. Ce plan permet de montrer l'ampleur de l'intérieur du bâtiment et ses détails emblématiques. La surprise de Bob est évidente dans son expression, renforcée par les bulles de narration "Mais c'est impossible...". Les couleurs vives et l'éclairage lumineux à l'intérieur du Q.G. contrastent avec le monde extérieur, symbolisant un changement de situation et d'espoir.

En plan moyen, Bob est vu de face alors qu'il regarde autour de lui dans le bâtiment vide. Ce plan permet de capturer son expression de confusion et d'inquiétude. L'atmosphère est silencieuse et solitaire, renforçant son sentiment d'isolement. Les ombres sont allongées et les couleurs plus froides, accentuant le vide et la solitude. Les bulles de pensée "Comment vais-je m'en sortir cette fois-ci?" expriment son inquiétude.

# Instagram

## Descriptif du post 9 Partie 1

## Descriptif

En tournant la tête vers le fil, il se rend compte que contrairement aux dernières fois, il ne s'arrête pas. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de profil alors qu'il regarde le fil qui continue de se dérouler. Son expression est marquée par la confusion et l'intrigue. Le fil est mis en évidence avec des lignes de mouvement. Bulles de pensée : "Pourquoi ce fil ne s'arrête pas?"

Bob décide alors de suivre le fil, intrigué de savoir vers quoi il pourra bien le mener. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de dos alors qu'il suit le fil avec détermination. Son expression montre son désir de découvrir la vérité. Le fil est rendu avec des lignes de mouvement sinueuses.

Après une longue piste, le fil se stoppe brutalement devant une porte de garage qui semble verrouillée. Techniques : Gros plan sur la porte de garage alors que le fil y mène. Les détails de la porte et du verrouillage sont mis en évidence. Le fil est visible en premier plan, montrant son aboutissement. Bulles de narration : "Qu'y a-t-il derrière cette porte?"

Bob se met en quête de l'ouvrir et se hâte de trouver ce qui pourra l'aider. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de profil alors qu'il cherche une solution pour ouvrir la porte. Son expression est déterminée, montrant sa volonté de trouver une issue. Les détails de la porte et de ses environs sont mis en évidence. Bulles de pensée : "Il doit bien y avoir une solution..."

En fouillant dans plusieurs bureaux, il finit par trouver une clef dans l'un d'entre eux et s'empresse de l'utiliser pour déverrouiller la porte du garage. Techniques : Gros plan sur la clé alors que Bob la trouve dans un tiroir de bureau. Chaque détail de la clé est rendu, montrant son aspect métallique. Bob est vu en arrière-plan, se précipitant pour utiliser la clé. Effet sonore : "Cling" le bruit métallique de la clé lorsqu'elle est saisie.

## Justifications

En plan moyen, Bob est vu de profil alors qu'il observe le fil qui continue de se dérouler. Ce plan capture son expression de confusion et d'intrigue. Le fil est mis en évidence avec des lignes de mouvement, soulignant son mystère. Les couleurs vives du fil contrastent avec l'environnement terne, attirant l'attention. Les bulles de pensée "Pourquoi ce fil ne s'arrête pas?" ajoutent à l'intrigue.

En plan moyen, Bob est vu de dos alors qu'il suit le fil avec détermination. Ce plan montre son cheminement et son désir de découvrir la vérité. Le fil est rendu avec des lignes de mouvement sinueuses, indiquant la direction et l'incertitude du chemin. Les couleurs du fil sont vibrantes, symbolisant l'espoir et la curiosité de Bob.

En gros plan sur la porte de garage, le fil y mène directement. Ce plan met en évidence les détails de la porte et du verrouillage. Le fil en premier plan montre son aboutissement, tandis que les bulles de narration "Qu'y a-t-il derrière cette porte?" ajoutent au mystère. Les couleurs sombres de la porte et l'éclairage focalisé créent une atmosphère de suspense.

En plan moyen, Bob est vu de profil alors qu'il cherche une solution pour ouvrir la porte. Ce plan permet de montrer sa détermination et sa volonté de trouver une issue. Les détails de la porte et de ses environs sont mis en évidence, ajoutant au sentiment de recherche. Les couleurs neutres et l'éclairage diffusé créent une ambiance de concentration et de persévérance. Les bulles de pensée "Il doit bien y avoir une solution..." illustrent son état d'esprit.

En gros plan sur la clé, chaque détail est rendu, montrant son aspect métallique. Ce plan met l'accent sur l'objet crucial pour la progression de l'histoire. Bob est vu en arrière-plan, se précipitant pour utiliser la clé. L'effet sonore "Cling" ajoute une dimension auditive à la scène, soulignant l'importance de cette découverte. Les couleurs métalliques de la clé brillent sous l'éclairage, attirant l'attention.

# Instagram

## Descriptif du post 9

### Partie 2

## Descriptif

Après quelques tours, la porte s'ouvre finalement, mais la pièce est plongée dans le noir. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de profil alors qu'il ouvre la porte du garage. L'intérieur obscur est mis en évidence, montrant l'absence de lumière. Bulles de pensée : "On y voit rien?"

En allumant la lumière, Bob se retrouve face à une voiture de sport de toutes les couleurs. Techniques : Gros plan sur Bob alors qu'il allume la lumière. La voiture multicolore est mise en évidence, montrant ses couleurs vives. L'expression de surprise de Bob est visible. Bulles de narration : "Une voiture?"

Le fil continue jusqu'à dans son coffre, et en l'ouvrant, Bob découvre finalement au bout de ce fil une boule de laine avec un petit mot à côté, "Pour Bidule". Techniques : Gros plan sur le coffre de la voiture alors que Bob l'ouvre. La boule de laine et le mot sont mis en évidence, montrant leur emplacement au fond du coffre. Le fil est visible en premier plan. Bulles de narration : "Une boule de laine?"

Sans hésiter, il rentre dans la voiture et commence à conduire dans la direction de la maison de son ami. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de face alors qu'il entre dans la voiture et démarre. Son expression est déterminée, montrant son intention de se rendre chez son ami. Bulles de pensée : "En route !"

En cours de route, il décide d'appuyer sur un gros bouton du tableau de bord et la voiture se met à accélérer encore plus vite. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de profil alors qu'il appuie sur le bouton du tableau de bord. La vitesse accrue de la voiture est mise en évidence avec des lignes de mouvement dynamiques. Effet sonore : "Bip", le bruit du bouton qui est appuyé et "Vroooooom" le vrombissement du moteur de la voiture qui accélère.

## Justifications

En plan moyen, Bob est vu de profil alors qu'il ouvre la porte du garage. Ce plan permet de montrer l'action de Bob et l'obscurité de la pièce. L'intérieur obscur est mis en évidence, montrant l'absence de lumière et créant une ambiance mystérieuse. Les bulles de pensée "On y voit rien?" accentuent le mystère de l'obscurité.

En gros plan sur Bob, l'expression de surprise est clairement visible lorsqu'il allume la lumière. Ce plan met en avant la réaction de Bob face à la découverte. La voiture multicolore est mise en évidence, montrant ses couleurs vives et attirantes. L'éclairage soudain illumine la scène, créant un contraste saisissant avec l'obscurité précédente. Les bulles de narration "Une voiture?" capturent son étonnement.

En gros plan sur le coffre de la voiture, le fil y mène directement. Ce plan met l'accent sur l'objet et la destination du fil. La boule de laine et le mot "Pour Bidule" sont mis en évidence au fond du coffre. Le fil est visible en premier plan, illustrant son parcours. Les couleurs vives de la laine contrastent avec l'intérieur sombre du coffre. Les bulles de narration "Une boule de laine?" ajoutent à la surprise.

En plan moyen, Bob est vu de face alors qu'il entre dans la voiture et démarre. Ce plan montre l'action de Bob et sa détermination. Son expression montre son intention de se rendre chez son ami. L'éclairage intérieur de la voiture et les couleurs vives de l'extérieur créent une ambiance de mouvement et de transition. Les bulles de pensée "En route !" indiquent sa résolution.

En plan moyen, Bob est vu de profil alors qu'il appuie sur le bouton du tableau de bord. Ce plan permet de montrer l'action spécifique de Bob. La vitesse accrue de la voiture est mise en évidence avec des lignes de mouvement dynamiques. Les effets sonores "Bip" et "Vroooooom" renforcent l'action. Les couleurs vives et les lignes dynamiques créent une sensation de vitesse et d'excitation.

# Instagram

## Descriptif du post 9

### Partie 3

## Descriptif

Une fois arrivé, Bob s'empresse d'aller voir Bidule pour lui donner son cadeau. Techniques : Plan moyen. Bob est vu de face alors qu'il se dirige vers la maison de Bidule avec empressement. La maison est mise en évidence, montrant son aspect accueillant. Effet sonore : "Tap tap" son de pas légers et rapides sur le chemin pavé.

Son ami est énormément heureux et lui saute dessus en ronronnant d'affection. Techniques : Gros plan sur Bidule alors qu'il saute sur Bob avec enthousiasme. Chaque détail de Bidule est rendu, montrant son pelage doux et ses yeux brillants. Effet sonore : "Rrrrrrr", ronronnement joyeux de Bidule.

C'est là que son ami lui demande d'attendre et de patienter. Techniques : Plan moyen. Bob et Bidule sont vus de face alors que Bidule demande à Bob d'attendre. L'expression de curiosité de Bob est visible, tandis que Bidule semble concentré. Bulles de pensée : "Qu'est-ce qu'il mijote?"

Après quelques minutes, le chat revient en portant dans sa gueule une pièce dorée semblable à celles de Bob. Techniques : Gros plan sur Bidule alors qu'il revient avec la pièce dorée dans sa gueule. Chaque détail de la pièce est visible, montrant son éclat doré.

Il regarde en face d'eux, demande à la personne regardant la publication si elle peut les aider et montre finalement le QR Code formé avec les 9 pièces. Techniques : Gros plan sur Bob alors qu'il regarde droit devant lui avec détermination. La carte formée par les pièces est mise en évidence, montrant le QR Code au centre. Bob regarde également le spectateur, invitant à l'action. Bulles de narration : "Tu penses qu'ils savent ce que c'est?"

## Justifications

En plan moyen, Bob est vu de face alors qu'il se dirige vers la maison de Bidule avec empressement. Ce plan montre l'action de Bob et son empressement. La maison accueillante est mise en évidence, montrant son aspect chaleureux. L'effet sonore "Tap tap" ajoute une dimension de rapidité et d'empressement à la scène. Les couleurs chaudes de la maison créent une ambiance accueillante et joyeuse.

En gros plan sur Bidule, chaque détail est rendu, montrant son pelage doux et ses yeux brillants. Ce plan met en avant l'émotion de la rencontre et la joie de Bidule. L'effet sonore "Rrrrrrr" capture le ronronnement joyeux de Bidule, ajoutant à l'émotion de la scène. Les couleurs chaudes et l'éclairage doux renforcent l'affection et la chaleur de la rencontre.

En plan moyen, Bob et Bidule sont vus de face alors que Bidule demande à Bob d'attendre. Ce plan montre l'interaction entre les deux personnages. L'expression de curiosité de Bob est visible, tandis que Bidule semble concentré. Les bulles de pensée "Qu'est-ce qu'il mijote?" reflètent l'anticipation de Bob. Les couleurs neutres et l'éclairage équilibré créent une ambiance de suspense et d'attente.

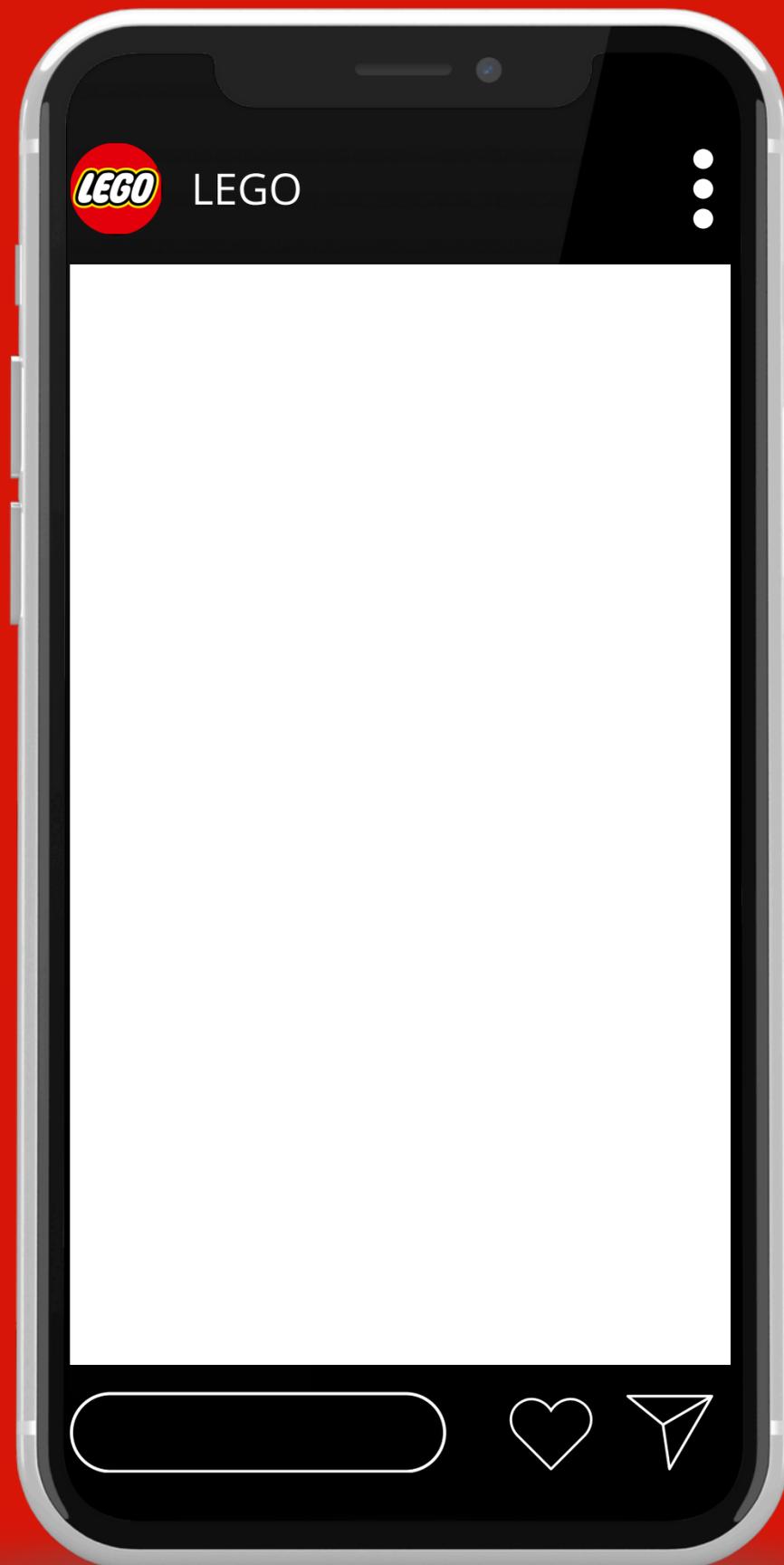
En gros plan sur Bidule, chaque détail de la pièce dorée est visible, montrant son éclat. Ce plan met en avant l'objet important et l'action de Bidule. La scène met en évidence l'importance de la découverte de la pièce, ajoutant une nouvelle dimension à l'intrigue. Les couleurs dorées de la pièce brillent sous l'éclairage, attirant l'attention.

En gros plan sur Bob, il regarde droit devant lui avec détermination. Ce plan montre la détermination de Bob et l'importance de sa découverte. La carte formée par les pièces est mise en évidence, montrant le QR Code au centre. Bob regarde également le spectateur, invitant à l'action. Les couleurs vives des pièces et l'éclairage focalisé sur le QR Code attirent l'attention et soulignent l'importance de l'instant. Les bulles de narration "Tu penses qu'ils savent ce que c'est?" renforcent l'interaction avec le public.

# Instagram

## Descriptif du post 9

### Partie 4



# Instagram

## Template story

Pour le template de la story Instagram, l'idée principale est de rester dans l'idée visuelle qui reflète la plus grande originalité de la gamme, les briques de toutes les couleurs. Ainsi le template serait constitué d'un cadre difforme de briques multicolores qui reprendrait l'idée des différents packs constitués de briques toutes différentes et provenant d'univers différents. Ainsi, ce cadre constitué de briques de toutes les formes et couleurs permettrait de refléter pertinemment cette idée de réutilisation et de durabilité, les objectifs au cœur de la gamme.

Sur ce cadre, on retrouve également le logo de la gamme, positionné en avant et entouré de petites briques pour créer un effet de mouvement et de dynamisme. La palette de couleurs vives et l'aspect ludique, propre à Lego et symbole moteur de la gamme, seraient utilisés afin de directement attirer l'attention des utilisateurs. La zone centrale du template est réservée pour les messages clés, encadrée par des briques plus petites pour ne pas surcharger visuellement le contenu mis en avant.

Ainsi, le design de ce template a été choisi de façon à mettre en avant et transmettre efficacement les valeurs d'éco-responsabilité, de créativité et de qualité, tout en renforçant l'identité visuelle de LEGO. Le template serait flexible afin de s'adapter à tous types de contenus et formats, tout en maintenant une cohérence visuelle forte et reconnaissable.



# Instagram

## Dernier post (story)

Cette story marquera la fin de votre campagne sur les réseaux sociaux et sera publiée cinq jours après les neuf posts Instagram. En effet, elle est postée à ce moment précis pour rappeler la conclusion des posts Instagram et mettre en avant le QR Code formé par toutes les pièces récupérées par Bob.

Grâce à ce QR Code, la communauté pourra accéder à une carte indiquant les lieux où elle pourra découvrir de grandes structures LEGO installées partout dans le monde afin de faire la promotion de la nouvelle gamme LEGO RE-Use.

Dans cette story, le QR Code sera l'élément central avec un lien vers la carte, accompagné d'une phrase explicative pour contextualiser la carte et encourager les utilisateurs à l'explorer pour retrouver les structures.

# Instagram

## Objectifs et valeurs

Les posts sur Instagram marquent la dernière étape de notre campagne de communication sur les réseaux sociaux. Après une première phase d'information et d'incitation à l'achat sur TikTok et LinkedIn, où la communauté a découvert le produit et son processus de création, la communication sur Instagram vise à renforcer **l'attachement** à la marque et à créer un lien avec la communauté à travers le **partage** de créations.

Grâce au premier REEL, les membres de la communauté qui n'ont pas encore acheté le produit peuvent être inspirés par l'annonce du concours, leur créant ainsi un sentiment **d'excitation** et de **défi**. Cela stimulera leur **créativité** et leur **imagination**, les incitant à relever le **challenge** proposé et ainsi, à se procurer le produit.

Le format de la **bande dessinée** sera utilisée afin de conserver un esprit **ludique** tout en restant attrayant pour un large public. Ce format est conçu pour unir les **générations** autour de leur passion commune pour les LEGO.

Après une phase de création et d'analyse, la décision de réaliser neuf mini BD personnalisées pour les neuf gagnants vise à renforcer le sentiment **d'appartenance** à la **communauté LEGO** et à établir un **lien affectif** avec votre marque. Les gagnants sélectionnés se sentiront valorisés, ce qui contribue à la **fidélisation** de votre communauté en leur démontrant un intérêt particulier. En découvrant les BD créées, les autres utilisateurs seront encouragés à construire des créations encore plus originales dans l'optique de remporter un prix similaire.

L'introduction d'un système de **gamification** à travers le concours et la révélation du QR Code formé par les pièces collectées, suscite **l'excitation** et motive la communauté à explorer tous les **indices** disséminés à travers les différentes plateformes. Cela encourage les participants à découvrir les grandes structures LEGO présentes dans certaines grandes villes, ainsi qu'à les reproduire avec LEGO Re-Use. Cette approche vise à **engager** activement la communauté, à stimuler leur **curiosité** et à les inciter à chercher d'autres "**easter eggs**" cachés au sein de la campagne.

En développant cette communauté **engagée**, la cible principale comprend les passionnés de jeux de construction âgés de 20 à 35 ans, souhaitant rejoindre une communauté **créative** partageant des intérêts communs.

The LEGO logo is centered in the image. It consists of the word "LEGO" in a white, rounded, sans-serif font with a thick black outline. The entire logo is set against a yellow, rounded rectangular background. A registered trademark symbol (®) is located to the upper right of the logo. The background of the entire image is white and filled with various colorful LEGO bricks (red, blue, green, yellow) scattered around the logo.

LEGO®

The word "Re-use" is written in a white, rounded, cursive font with a thick red outline. It is positioned below the LEGO logo and is centered horizontally. The background of the entire image is white and filled with various colorful LEGO bricks (red, blue, green, yellow) scattered around the logo.

Re-use