



LAND OF PR

Mitsubishi Outlander Sport

Proposition Créative & Déploiement

En partenariat avec Clandestudio Agency

Le reveal donne le départ.

L'événement ouvre la conversation. Le film de lancement donne un premier visage à l'Outlander Sport. Ensuite, les contenus locaux, sponsorisés et réactifs prennent le relais.



Le moment du reveal.

« Donner juste assez à voir pour que le reveal soit attendu. »



01 — L'indice.

Une silhouette, une matière, une signature lumineuse. Le véhicule reste hors champ, mais déjà présent.



02 — L'apparition.

Le reveal donne enfin à voir l'Outlander Sport dans toute sa présence.



03 — La route.

Le design quitte le cadre du lancement et entre dans son univers de conduite.



03 / IA & VFX — Une option de création

Des effets qui changent l'échelle.

Les nouveaux outils VFX et IA rendent possibles des images autrefois réservées aux gros dispositifs.

Seedance, Kling, compositing et design de mouvement permettent d'apporter une ampleur spectaculaire à des vidéos courtes, avec un budget maîtrisé selon les plans.

Le véhicule reste toujours au centre.

Après le reveal, il faut rester dans le regard.

8 pistes de contenus pour installer le lancement. Le premier pack alterne images produit, formats rapides, prises de parole commerciales et contenus plus incarnés.

Le bon mix se construit selon les rushs reçus, les offres du moment et l'ambition de production choisie.



01 / Les images du monde.



Un regard Maroc. Reprendre les films et rushes existants, puis leur donner un rythme, une accroche et une signature pensés pour le marché marocain.

02 / Le design en détail.



Faire parler une ligne, une optique, une matière ou une signature. L'image prend le temps de montrer ce qui donne son caractère au véhicule.

03 / La route comme terrain d'expression.



Ville, sortie, trajet ou échappée : l'Outlander Sport trouve sa place dans des images qui donnent envie de prendre le volant.

04 / Créer le stop-scroll.



Une première seconde qui surprend. VFX et IA interviennent seulement lorsqu'ils apportent une idée que l'image seule ne peut pas produire.

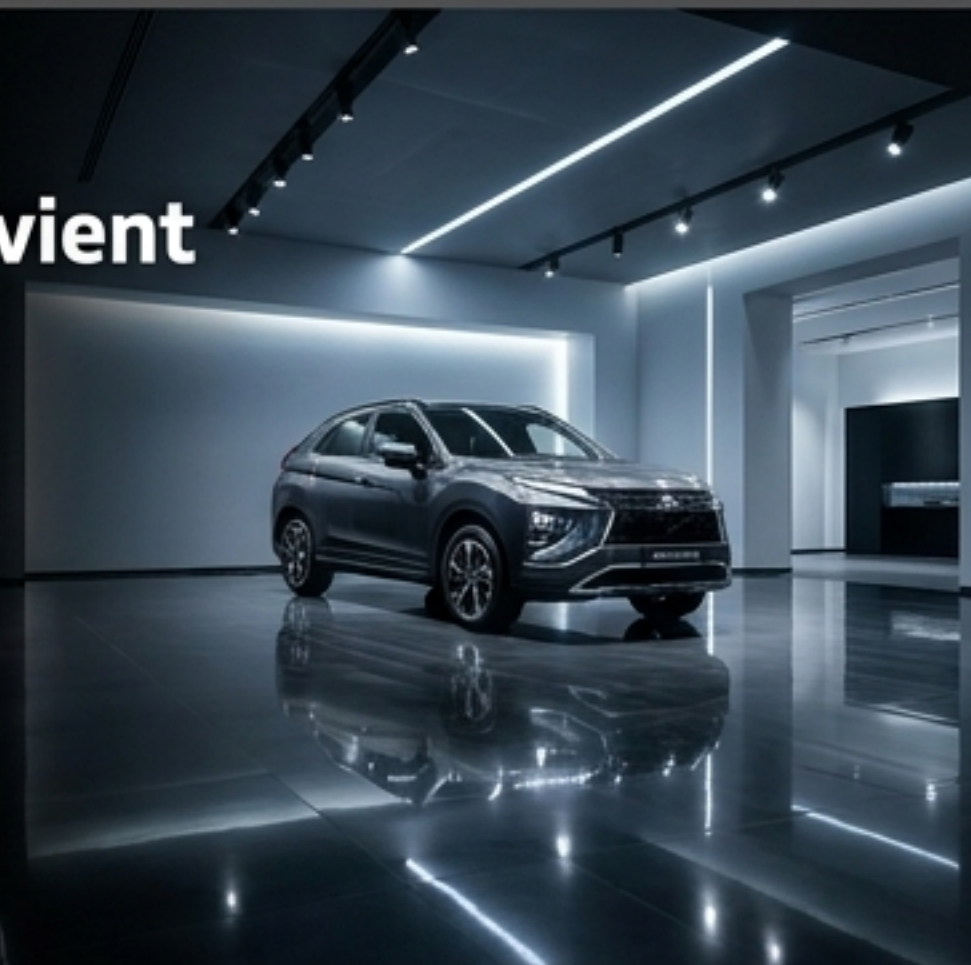
05 / Prendre le tempo des plateformes.

Surfer sur les formats pertinents de TikTok, Instagram et Facebook, sans abandonner le ton et les codes visuels Mitsubishi.



06 / Le showroom devient un rendez-vous.

Donner une raison concrète de venir voir le véhicule, poser une question, prendre rendez-vous ou demander un essai.



07 / Un visage pour mieux expliquer.

Les équipes Mitsubishi rendent les offres, les conditions et les atouts du véhicule plus simples à comprendre, sans discours figé.



08 / Le test drive comme preuve.

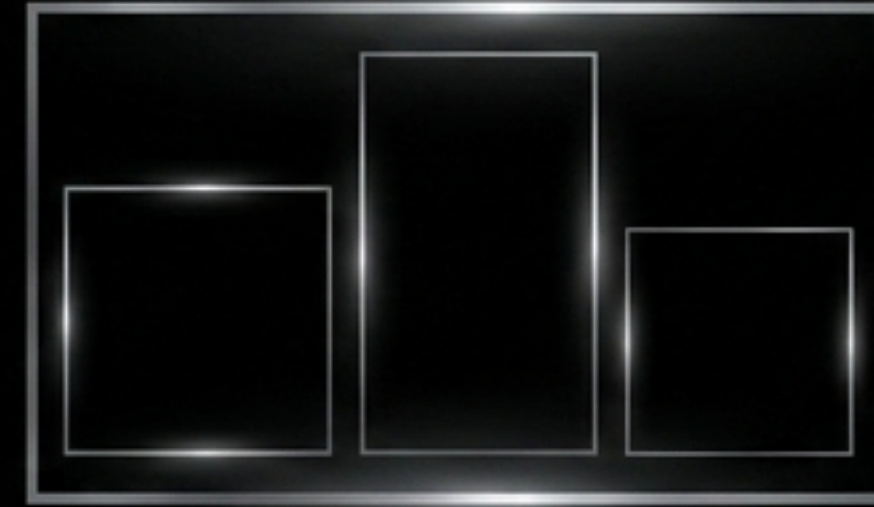
Créateurs invités, découverte showroom ou sortie sur les routes marocaines : le véhicule se raconte par l'expérience réelle.





Motion design transversal. Une offre doit se voir. Et se comprendre tout de suite.

Prix, remises, facilités, appels à l'action et rendez-vous showroom s'intègrent dans l'image avec le même soin que le reste de la campagne.



Formats & plateformes. Le même élan, à chaque écran.

Vertical, Reel, TikTok, Facebook, Story ou sponsoring : chaque idée est pensée pour garder son impact en changeant de format.

Faire monter l'attente. Ne pas laisser retomber le moment.

Semaine -1 On laisse deviner.

Le teaser part en publication et en sponsoring. Il donne des indices, mais garde la voiture hors champ.

Jour J La voiture arrive.

L'événement devient une prise de parole : Instagram, TikTok et Facebook relaient l'arrivée et les premiers instants de découverte.

Après l'événement Le reveal prend la route.

Le master sort, suivi de ses formats sponsorisés de 6, 12 et 13 secondes. Les premières capsules produites prolongent la découverte.

Mois 1 → 3 Le rythme s'installe.

Deux à trois vidéos par tranche de dix jours, à adapter selon les offres, les contenus reçus et les priorités Mitsubishi.

Donner un son à l'attente.

Une identité sonore peut s'appuyer sur des compositions originales produites par Clandestudio. Une matière de référence (inspirée des standards Toyota/Lexus) à adapter au teaser, au reveal, à la route et aux formats réseaux sociaux.



Le dispositif s'adapte à ce qui est disponible.

Le point de départ peut être un rush international, un tournage local ou un mélange des deux. La production suit le besoin réel de la campagne.

A

Option A.

Post-production et adaptation de rushes existants.

B

Option B.

Production locale :
showroom, commercial,
outdoor, test drive.

C

Option C.

VFX et IA professionnels
lorsqu'ils servent l'idée.

A close-up, low-key photograph of the front of a dark-colored car. The image focuses on the grille, which has horizontal slats, and the headlight assembly on the right side. The headlight is illuminated, casting a bright glow. The overall mood is sophisticated and modern.

08 / Références créatives

**On s'en inspire.
On ne les copie pas.**

Ces références donnent des pistes de rythme,
de lumière et de présence humaine.
Note : Présentées ici pour leur essence visuelle.



Macro produit & reveal frontal (MG Marroc)

Calandre, badge et optiques prennent toute la place. À retenir : une entrée très produit, une lumière showroom et un branding discret.



Conseiller & offre lisible (MG Marroc)

Le véhicule reste visible pendant qu'un présentateur donne une preuve claire. À transposer avec motion design et appel au test drive.



Architecture & statut (Lexus Marroc)

Un véhicule inscrit dans un décor minéral et premium. À retenir : lumière froide, lignes architecturales et présence maîtrisée.

Point de vue conducteur (Lexus Marroc)

Le cockpit devient une expérience. À transposer par une écriture dehors / dedans et des détails de confort ou de technologie.





Contraste nuit & énergie (Car edits).

Une piste pour isoler la voiture dans une image dense : noirs profonds, détails lumineux et présence performance.



Montage d'impulsions (Supra MK5).

Une référence de rythme automobile court : faire alterner présence véhicule et instants plus graphiques.



Révéler par étapes.

Référence de tension et d'apparition progressive à étudier pour la vidéo de lancement (dosage entre mystère, détail et apparition).



Effet viral & image IA.

Référence d'attention et de transformation visuelle pour nourrir les pistes VFX, si l'idée le justifie.



OUTLANDER SPORT

Une révélation pensée pour installer le lancement. Un programme éditorial conçu pour faire émerger le véhicule et préparer ses futures prises de parole commerciales



Mitsubishi Motors