

Сценарий видеоролика «РИМ» (хронометраж 20 секунд)

Ролик стилизуется под начало художественного фильма со всей атрибутикой, свойственной современному (крутому) межкадровому дизайну.

Титр на черном фоне: логотип «РИМ»

Голос за кадром: «Гипермаркет РИМ...»

Титры (ползущие снизу вверх очень быстро): логотипы компаний

Голос за кадром: «...при участии крупнейших компаний...»

Титр: Presents

Голос: «...представляют супершоу...»

Видеоряд: на широкоформатном экране мелькают кадры по смыслу:

- здание супермаркета ;
- центурион с жезлом ГИБДД регулирует движение, направляет транспорт ;
- салют, зрители ;
- видео и аудио, бытовая техника, компьютеры.

Субтитры (как в кино) под видеорядом широкоформатного экрана:

холодильники, газовые плиты, стиральные машины, кондиционеры, сплит-системы, телевизоры, музыкальные центры, домашние кинотеатры, DVD – плееры, цифровые фото- и видеокамеры, сотовые телефоны, компьютеры, принтеры, плазменные и жидкокристаллические телевизоры, автомагнитолы, Hi-Fi и Hi-end – аппаратура, встраиваемая бытовая техника.

Голос за кадром: «...Все дороги ведут в РИМ. Только 15 июля, в субботу, в 19⁰⁰ - шоу, конкурсы, розыгрыши призов, музыка, салют».

Титр-мультяшка: Скидки 11% на всё с 15 по 21 июля.

ПЭК-шот: адрес, контактный телефон, логотип

Голос за кадром: «Все дороги ведут к нам!!!»

«СОГЛАСОВАНО»

" ___ " _____ 2006г.

_____ (_____)

«ПРИНЯТО К ИСПОЛНЕНИЮ»

" ___ " _____ 2006г.

_____ (А.Б. Жилев)