



PRODUCTION VIDÉO

ADAGIO APARTHOTELS + ADAGIO ACCESS

LES GUIDELINES TOURNAGE DES VIDÉOS ADAGIO

TVtrip, agence de production certifiée par le groupe Accor

SOMMAIRE

01 INTRODUCTION

02 L'ESPRIT ADAGIO

03 CONCEPTS CRÉATIFS

04 DÉLIVRABLES

05 RECOMMANDATIONS TECHNIQUES GÉNÉRALES

06 BUDGET

01

INTRODUCTION

○ **Contexte**

Dans le cadre du développement de la plateforme de marque APARTHOTELS ADAGIO, une identité de marque, y compris visuelle, a été développée pour les deux labels du groupe. Le réseau Aparthotels Adagio a demandé à TVtrip de proposer un concept de vidéo en accord avec cette identité.

○ **Objectifs**

Les objectifs poursuivis avec la production des vidéos Aparthotels Adagio sont:

1. Mettre en avant les bénéfices fonctionnels des produits et services.
2. RACONTER une expérience / un moment de vie.
3. Assurer la cohérence entre les différents outils digitaux (photos et vidéos).
4. Valoriser la marque Aparthotels Adagio en cohérence avec son identité.
5. Renforcer la réassurance au moment de l'acte d'achat.



02

L'ESPRIT ADAGIO

Aparthotels Adagio est une marque récente, leader du marché aparthotel en France. C'est la marque de référence de la catégorie avec un réseau de 100 sites en Europe.

Avec **2 gammes de produits** elle adresse le segment économique et milieu / haut de gamme. Le positionnement met en avant à la fois le « comme chez soi » et « **l'emplacement centre ville** ».

Lieux clés à mettre en valeur

- **FACADES** (AVEC ENSEIGNE HOTEL)
- **EXTERIEURS IMMEDIATS**
- **ENTREE / LOBBY** (HALL, RECEPTION, BUSINESS CORNER)
- **TYPES D'APPARTEMENTS** (STUDIO/ 2 PIECES)
- **F&B** (BREAKFAST)
- **PISCINE** (SI EXISTANT)
- **FITNESS** (SI EXISTANT)

Les attributs à mettre en valeur

- Convivialité / "A l'aise", chaleureux
- Moderne / Connecté, Pratique & Propre
- Au coeur des villes / Urbains
- Indépendance / Liberté, Autonomie



LIEU DE VIE – PRÊT A VIVRE : rendre les lieux vivants / habités

03

CONCEPTS CRÉATIFS

○ Objectifs

1. Véhiculer une expérience émotionnelle → l'établissement est un **lieu de vie**, la vidéo doit révéler ce que le client voit (INFORMATION) et aussi ce qu'il sent (EMOTION).
2. Donner à voir le produit dans son expérience authentique (**dimension informationnelle**).
3. Assurer la **cohérence** avec le brief photographique et l'**homogénéité** des vidéos entre les appartements Adagio.

○ Concepts Créatifs

3 concepts ont été retenus pour la mise en place des vidéos:

1. Chromie & Lumière → Convivialité, Chaleur
2. Présence humaine → Lieu de vie, Vitalité
3. Ecriteaux → Pratique, Sans (mauvaise) surprise

CONCEPT 1 : CHROMIE & LUMIÈRE

o Lumières

Le concept général de chromie & lumière est en accord avec le brief photographique : l'idée est de décrire des ambiances chaleureuses et conviviales avec des séquences intérieur jour et intérieur nuit. La lumière est en majorité naturelle. Si possible abondante tout en restant douce. Les contre-jours sont valorisés (éventuellement renforcés par de la lumière artificielle)

o Chromie

- Les couleurs sont légèrement saturées (en accord avec charte photos). Les tonalités vives sont privilégiées.
- Les blancs sont légèrement jaunis (aspect plus chaleureux)
- Le contraste est augmenté et le noirs débouchés. Eventuellement ajout du rouge dans les noirs pour ouvrir les zones denses.
- Pour l'eau (piscine, mer, baignoire, etc.) et le ciel : augmenter la luminosité et ajouter du bleu.

o Flair & Light Leaks

Des effets légers de flair (anamorphique) sont possible, notamment dans les contre-jours, pour renforcer l'effet d'intensité. Des effets Light Leaks dans les transitions sont possible (recommandés mais sans abus) dans les tons chauds (orange).



CONCEPT 2 : PRÉSENCE HUMAINE

○ Objectif et contrainte

La présence humaine est un élément essentiel pour « **mettre de la vie** » et du « **dynamisme** » dans les vidéos.

La représentation des **clients en situation** est cruciale et doit couvrir 3 attitudes : **cuisine, travail, détente**.

La contrainte de la présence de talents professionnels est importante : variabilité, disponibilité, budget.

L'idée est plus de suggérer les clients que de les montrer par présence de silhouettes (personnel Adagio ou talent) mais aussi par le décor qui bouge subtilement (vent dans les voilages, ombres qui bougent, eau qui coule) et le **stylisme accessoires**.

○ Le Mouvement

- La vitalité c'est le mouvement : le mouvement des figurants à l'écran mais aussi la **caméra en mouvement**.
- La caméra est mobile : c'est par la variété des mouvements plus que par celle des points de vue que la découverte du lieu s'effectue: utilisation de glidecam et même de « porté » dans le cas d'actions rapides.
- Pas ou peu de plan fixe, ni trop lent : les plans ne sont pas dans le descriptif ou dans le corporate mais dans l'instant et la dynamique.
- Pas ou peu de bascule de point esthétisante (flou au net ou net au flou) mais la profondeur de champ doit être travaillée. Des parties de l'image sont « out of focus »
- **Eviter le coté « nature morte »** et les espaces vides synonymes d'abandon.



CONCEPT 2 : PRÉSENCE HUMAINE

○ Cadrage

L'alternance des cadrages doit renforcer le rythme et le mouvement.

1. Très gros plans.
2. Plans moyens: cut-in, à contre-jour (silhouette).
3. Plans très larges avec silhouette en fond.

○ Expressions et attitudes

La caméra capte des moments / des expressions en mouvement : des actions petites ou grandes en plans larges ou très serrés (cut-in).

Le cadrage peut être « décalé » (pas forcément subjectif à hauteur d'yeux)

La caméra ACCOMPAGNE le mouvement général de l'action (anticipé, accompagné, différé)

○ Musique

Rôle important de la musique pour « suggérer » la **présence humaine à travers la voix**.

La musique transmet la « vitalité »: une certaine joie de vivre / convivialité → dans l'air du temps.

Choix différenciant versus musique corporate (sans aspérité, consensuel, neutre)

Le montage sera calé sur le rythme de la musique.



CONCEPT 3 : ÉCRITEAUX

○ Motion Design

Des panneaux sous forme de tracking 3D sont insérés pour **mettre en avant les services** (sous forme de bénéfices clients), notamment **la modularité et les équipements**.

○ Local Touch

Les messages des panneaux peuvent être localisés (suppose plusieurs versions)

OU

Les messages sont directement affichés dans la langue du pays ET en anglais (sous un format graphique style *[phonétique]*)

○ Adaption Marques

Les styles des panneaux peuvent être adapté pour chacune des marques:



FILAIRE



CRAIE

OPTION: TIMELAPSE – TILT SHIFT

o Urbain, vibrant et contemporain

La mise en scène valorisante de l'environnement urbain est décisive pour décrire l'emplacement cœur de ville des appartohotels Adagio.

Le timelapse permet d'assurer un résultat esthétique réussi tout en véhiculant l'idée de mouvement propre au centre urbain (rue animée, lumières qui scintillent, etc.). Ce mode de représentation « sublime » la vision du paysage urbain et évite l'écueil des plans larges disgracieux de la rue devant l'établissement.

L'effet esthétique peut (si les conditions sont rééquipes) être renforcé par l'utilisation de tilt shift (effet de flou) pour donner un effet miniature.



04

DÉLIVRABLES

○ Vidéos

Par établissement, 3 vidéos seront fournis:

1. Vidéo générique représentant l'établissement dans son intégralité
2. Vidéo Appartement Studio dédiée
3. Vidéo Appartement 2 Pièces dédié.

○ Distribution

Les vidéos sont produites en résolution HDTV soit un format optimal de 1920x1080.

Nous assurons, **via le contrat de distribution avec ACCOR en central**, une diffusion multi-device à travers le format H.264 (AVC) encapsulé dans un conteneur MP4:

- Ce format est celui adopté par Apple (iOS) et Google (Android) pour les devices mobiles
- Ce format est très répandu et parfaitement compatible avec les lecteurs flash
- Ce format est compatible avec les lecteurs HTML5 pour les navigateurs: Chrome, Safari, Internet Explorer, Firefox 21 ou version ultérieures (sous Windows Vista, 7 et 8 et sous Android)

A travers la plateforme TVtrip, les formats vidéos disponibles permettent notamment d'adresser la distribution sur Facebook, YouTube, TripAdvisor et Google.

05

RECOMMANDATIONS TECHNIQUES GÉNÉRALES

RECOMMANDATIONS TECHNIQUES GÉNÉRALES

○ **Boitiers DSLR**

Utilisation de boitiers reflex pour leurs multiples avantages en plus d'un rendu HD:

1. Gain de places dans des lieux de tournages étroit.
2. Rapidité de mise en place (légèreté) et de déplacement.
3. Gain d'éclairage (pour Reflex), grâce à la forte sensibilité de certains boitiers il n'est pas nécessaire d'installer des sources de lumières importantes.

Pour garantir une grande qualité nous avons sélectionné une liste restreinte de boitiers 7D, 5D MII et MIII, D800.

○ **Prise de vue**

Nous privilégions les prises de vues qui permettent de donner la sensation de mouvement, de vie, d'expérience.

○ **Editing**

Le style d'édition est alerte, sans pour autant être clipé, et alterne:

- Des plans larges/ moyens/ serrés avec des mouvements de caméra en évitant les plans fixes.
- Des plans d'actions avec des angles de vue différents et pertinents.

Raccords en cut/fondus enchainés/ Light Leaks en accord avec la musique.

Le storyboard général évite le coté descriptif et exhaustif de la découverte de l'établissement. L'idée est de mettre en avant des expériences et un lieu de vie: dévoiler à la fois ce que le client voit et ce qu'il sent.

○ **Cadrage**

1. Prises de vue en mouvement avec slider, glidecam ou épaulière.
2. Utilisation du Grand Angle lorsque nécessaire pour valoriser l'impression d'espace sinon privilégier le 50mm.
3. Cadrage serré en mouvement avec maîtrise de la profondeur de champ pour les plans de détails sur des actions : gros plans sur les mouvements (mains, têtes, ...).
4. Contre jour valorisant avec effet « lens flare ».
5. Eviter les cadrages moyens sans point de vue.
6. Les consignes générales de shooting vidéo reprennent les guidelines du shooting photo (lit parfaitement fait, disposition linge de toilette etc.)

○ **Pre-Post Roll**

Animation des logos de label à déterminer:

- En cohérence avec la charte de la marque
- Présence humaine

06

BUDGET

○ **Couverture**

Adagio souhaite réaliser des vidéos HD pour 24 établissements de la marque Aparthotel Adagio et Access.

○ **Prix par hôtel**

1,880€ HT pour une journée de tournage permettant d'assurer les prises de vue authentiques de l'établissement.

Dans le cas où la participation d'un membre du personnel pour assurer la « présence client » n'est pas possible/ souhaitable, TVtrip pourra proposer la présence de talents professionnels à prix coutant. A la demande de la marque, un timelapse peut-être effectué si l'environnement de l'hôtel est particulièrement valorisant.

○ **Accessoires**

Le stylisme est fourni par l'aparthotel (cf. Brief shooting photo).

○ **Frais de transport**

Les frais de voyage du caméraman seront facturés au forfait, sur la base de 95€.

○ **Hébergement**

Si le tournage le nécessite, le cameraman aura accès gratuitement à un hébergement simple avec petit-déjeuner et WIFI.

Tous les autres frais (mini bar, vidéo à la demande, etc.) seront à la charge du cameraman.