

DOSSIER FINAL

Séminaire ARTISTIQUE

Gabrielle d'Estrées et une de ses soeurs

Pierre **BENOIT DE COGNAC** | Romain **BRAUT** | Kévin **DE ALMEIDA** |
Lucas **DUVAL** | Axel **LE GOFF** | Julien **PIEUCHOT** | Julien **SAUNIER**

ÉQUIPE **VALGI'ART**



SOMMAIRE

01. DOSSIER DE PRODUCTION

02. STRATÉGIE DE COMMUNICATION



DOSSIER DE

PRODUCTION

01

Pitch
Note d'intention
Casting
Storyboard
...





PITCH

Mise en scène d'un shooting photo avec deux modèles masculins, nus et chauves, dans un décor minimaliste avec une baignoire. Ils posent pour le photographe jusqu'au tableau final où l'un d'eux pince le téton de l'autre, reproduisant la scène du tableau "*Gabrielle d'Estrées et une de ses sœurs*", peint vers 1594.

TABLEAU DE RÉFÉRENCE

*"Gabrielle d'Estrées et une de ses
soeurs", École de Fontainebleau, 1594*

Actuellement exposée au Louvre, Paris



NOTE D'INTENTION

Afin de donner vie au tableau nommé « *Gabrielle d'Estrées et une de ses sœurs* » d'un artiste inconnu, nous avons choisi de mettre en scène la réalisation **d'un shooting photo en studio avec un photographe et deux modèles hommes chauves**. Nous avons fait le choix de remplacer les deux femmes du tableau original par deux hommes.

Nous cherchions une représentation plus moderne et décalée de ce tableau, en adéquation avec **l'évolution des mœurs de notre société actuelle**, notamment la place de l'homme et de la virilité dans une représentation féminine du corps humain.

Le fait que les modèles soient chauves vient contraster avec la représentation de la chevelure féminine, qui peut parfois être associée à **un atout de séduction féminin**.



Musique

Nous avons choisi d'utiliser la musique de **BRVMES** intitulée « **Rêve** », car c'est une musique très visuelle. De plus, elle est composée de deux parties bien distinctes. Une première, lente et dans un style classique, avec des violons, qui va nous servir d'introduction à la préparation du shooting photo. Puis, après une montée en puissance de la musique, une deuxième partie plus sombre et puissante intervient, sur laquelle les deux corps vont s'animer et s'exprimer devant l'objectif du photographe, à l'aide de nombreux cuts et flashes lumineux.

NOTE D'INTENTION

L'objectif est d'obtenir un effet presque épileptique au montage, avec de nombreux plans au ralenti, des duplications corporelles, et une alternance constante entre **ombre et lumière**, qui viendra apporter du relief à la peau et aux corps.

L'eau aura également un rôle prépondérant dans la représentation des corps et viendra refléter la lumière sur les peaux des modèles, permettant ainsi d'accentuer leur mise en valeur.

Afin d'augmenter le rendu brut et puissant que nous souhaitons apporter à nos plans, la vidéo sera très contrastée et en **Noir & Blanc**.



CASTING



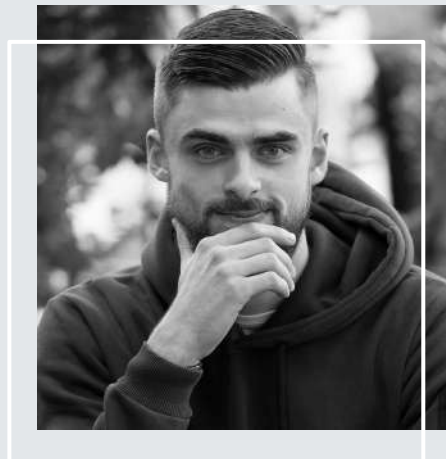
LUCAS DUVAL

Modèle masculin #1



AXEL LE GOFF

Modèle masculin #2



JULIEN SAUNIER

Photographe

MOODBOARD DÉCOR





MOODBOARD LUMIÈRE

BRIEF

LUMIÈRE

La vidéo ayant vocation à apparaître en noir et blanc, la lumière aura un rôle très important lors du tournage. Nous souhaitons réaliser des contre-jours sur les modèles, des jeux entre ombre et lumière sur leurs peaux et leurs visages, ainsi que des jeux de lumière à travers les gouttes d'eau et l'eau opaque qui sera présente dans la baignoire.

BRIEF

DÉCOR

Un set-up assez minimaliste : un fond noir avec une baignoire recouvert d'un drap blanc trônant au centre du plateau et deux rideaux rouges tombant de chaque côté de la baignoire.



Le fait que les modèles soient chauves vient contraster avec la représentation de la chevelure féminine, qui peut parfois être associée à un atout de séduction féminin.

Nous souhaitons des modèles masculins non maquillés pour ne pas rentrer dans le cliché de l'homme travesti en femme, ce qui ne correspond pas à la représentation naturelle et masculine des corps que nous souhaitons mettre en images.



BRIEF

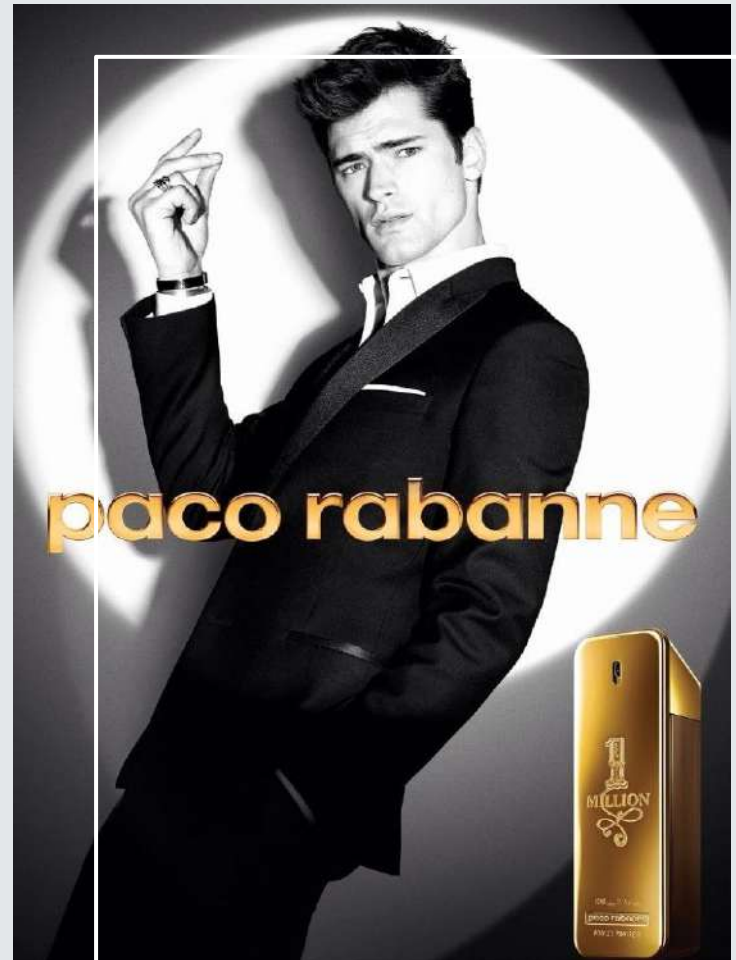
STYLISME

Nous avons néanmoins choisi de leur faire porter une boucle d'oreille chacun, pour correspondre aux accessoires que portent Gabrielle et sa sœur sur le tableau original.

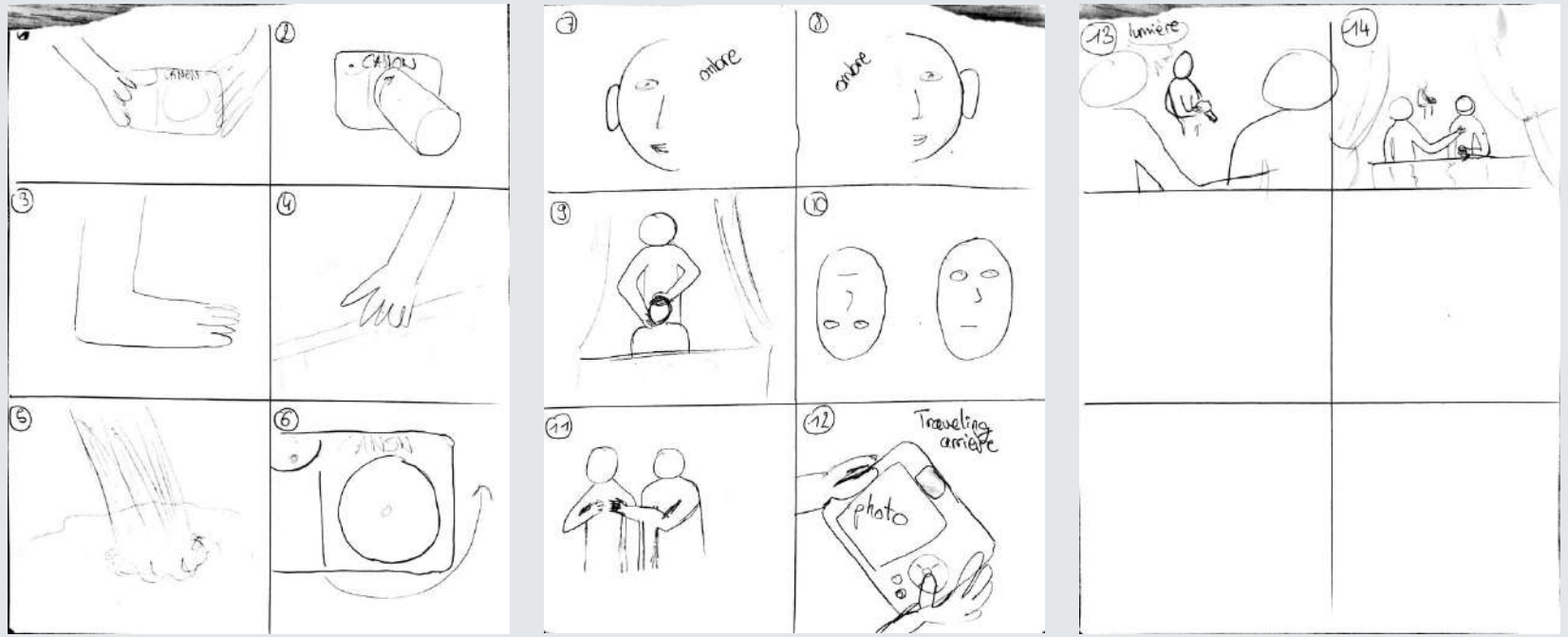
La nudité est évidemment une intention stylistique nécessaire dans l'impact artistique que dégage cette œuvre.

INSPIRATIONS

Pour ce court-métrage, nous nous sommes inspirés de différentes publicités de parfums de marque, tels que *Paco Rabanne* et *Dior*.



STORYBOARD





STRATÉGIE DE COMMUNICATION

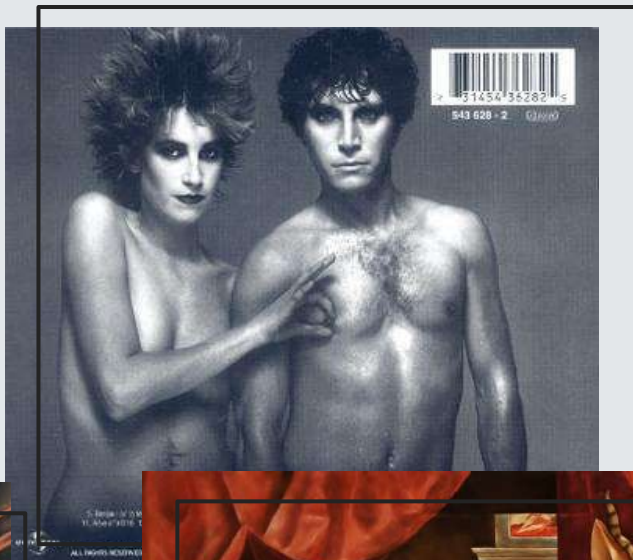
Réseau interne
Objectifs & KPI
Instagram
Twitter
TikTok
...

02.

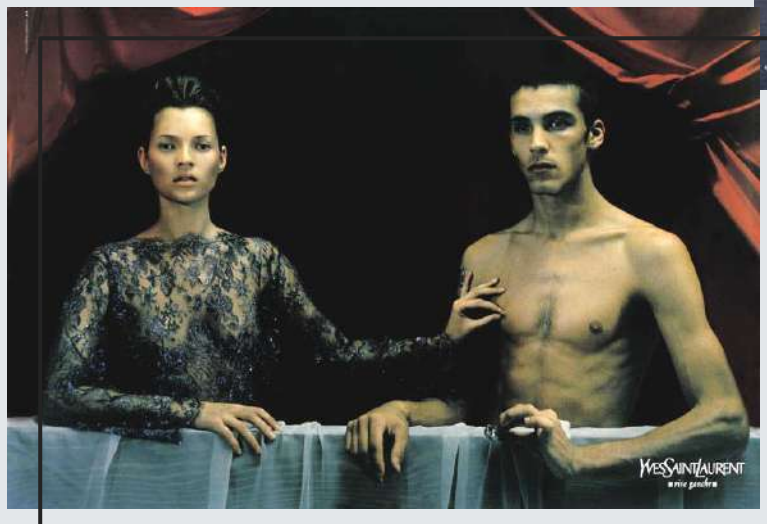
DÉTOURNEMENTS

Ce tableau inspire les plus grands... il a déjà été parodié de nombreuses fois auparavant pour des pubs, pochettes d'albums...

©Chagrin d'amour



©Yves Saint Laurent



©Corine Perle





©Steve Bell



©Poes



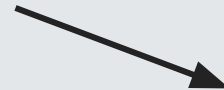
©Joachim Bielher

...Et également sur les réseaux sociaux !

DÉTOURNEMENTS

RÉSEAU INTERNE

Pour augmenter la portée de publication et l'influence de notre vidéo, nous pouvons demander facilement aux autres écoles du groupe GES, de repartager la publication. Le plus intéressant serait de contacter les écoles dans l'art et dans l'audiovisuel.



RÉSEAUX SOCIAUX

| |  |  |  |
|-------------------------|---|---|---|
| Cible | Hommes - Femmes 18 - 29 ans Musées, Groupes d'artistes | Hommes - Femmes 18 - 35 ans Artistes contemporains, modernes, ... Professionnels de l'audiovisuel | Hommes - Femmes 18 - 25 ans Passionnés d'art Passionnés d'audiovisuel |
| Type de contenus | Fleets, tweets, vidéos,... | Stories, Reels... | Extraits vidéo originale et making-of... |

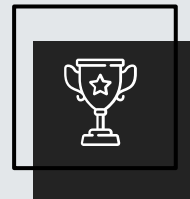
OBJECTIFS & KPI



VIRALITÉ

1K

Générer le plus de vues possibles de la publication



ABONNEMENTS

50

Augmenter le nombre d'abonnés sur les comptes de l'ECITV



DIFFUSION

5

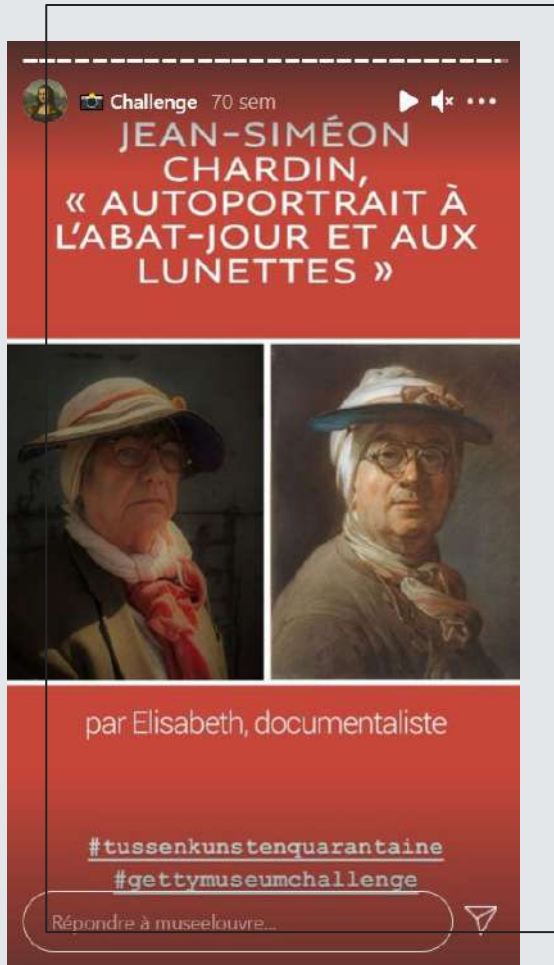
Atteindre des artistes et des passionnés d'art



REPARTAGE & ENGAGEMENT

100

RT, partages, likes,...



INSTAGRAM

Un extrait de la vidéo en story le jour de la sortie avec mention du Louvre “@museedulouvre” et inciter les gens à cliquer sur la publication sur le compte de l’ECITV.

Publier la vidéo sur Instagram avec les hashtags suivants

- #tussenkunstenquarantaine
- #gettymuseumchallenge
- #artcontemporain
- #louvre, museedulouvre

Prise de contact avec le musée du Louvre en parallèle pour promouvoir la vidéo, expliquer la démarche artistique et inciter au partage de la vidéo sur leurs réseaux sociaux.

Une semaine plus tard, nous publierons des extraits du making-of en story pour relancer la communication

QUI CONTACTER ?



Palais de
Tokyo



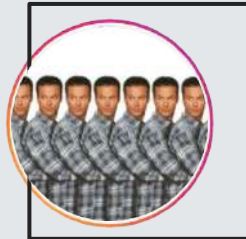
La minute Culture



France Inter



Musée d'art
Moderne de Paris



Whos who



Getty Museum

Nous visons différents types de comptes, des comptes généralistes comme France Inter mais également des comptes d'art, de musées,...

A préparer en amont :

- Un message type pour expliquer notre vidéo
- Les posts et vidéos pour chaque format de réseaux sociaux

TWITTER

Un extrait de la vidéo en fleet le jour de la sortie avec mention du Louvre ainsi qu'un tweet avec les hashtags suivants sur le compte de l'ECITV :

- **#artcontemporain**
- **#art**
- **#louvre**
- **#musee**
- **#projet**

Quand publier ?

Heure : Entre 12h et 14h

Jour : Lundi au jeudi



INFLUENCEURS

Prise de contact avec des influenceurs dans le domaine de **l'art moderne** ou **contemporain** afin de promouvoir notre vidéo et inciter au partage de la publication.

Ces influenceurs peuvent donner de la visibilité au projet grâce à leur communauté très réactive.



IMAGINE MOI

13.4 k abonnés
(Instagram)



MR BACCHUS

38.2 K
(Instagram)



BÉATRICE MARTINI

3.5k abonnés
(Instagram)



C'EST DÉJÀ FINI...