

ANORRBANK

DIRECTOR'S TREATMENT



IDEA

В данной имиджевой рекламе из трех роликов, хочется совместить 3 подхода в визуально-повествовательной форме:

1-яркие, выверенные композиции Уэса Андерсона

2-гипертрофированное, но при этом понятное всей ЦА сюрреалистическое повествование Мишеля Гондри

3-насыпать стили в виде современных приемов, вкусной графики и операторской съемки

Вкратце, бы описала нашу, именно визуальную, концепцию, как:

"ВЫМЫШЛЕННЫЕ МИРЫ В ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ СИТУАТИВНО-УТРИРОВАННОЙ РЕАЛЬНОСТИ"





ANDERSON

Запоминающиеся, насыщенные по цвету, композиции Уэса Андерсона, где мы всегда видим пояснения "в лоб" в виде вспомогательных надписей, что дает нам возможность сделать ролик более вкусным по картинке и камерным, но при этом - понятном, в рамках утрированного ситуатива.



GONDRY



Сценические миры Мишеля Гондри, где может происходить все, что угодно, например: из крана - льется не вода, а конфетти, а на небе, вместо облаков - летают страусы, а если переносить на наш ролик - то вымышленные люди - невзначай пересекаются с настоящими людьми. Но, об этом я расскажу чуть позже - в сценариях постпэкшотов.



WORLD'S STYLE MOODBOARD

Наша идея совмещает в себе не только подход известных режиссеров, но и, конечно, современный, свежий стиль, который мы должны заявить в образах, декорациях и графико-монтажных приемах. Мы находимся в стильном, современном, сценическом мире - поэтому наши декорации - это яркие геометричные композиции, наши герои - это новые персонажные лица и стильные образы, в продуманных до деталей, цветах и фасонах одежды.





Во всех трех роликах у нас есть реальный мир и мир в голове покупателей. Основываясь на акцентом цвете - наши реальные миры - это более светлые реалистичные пространства с вкраплением гранатовых оттенков в предметах, декорациях, луках героев.



REAL WORLD



IMAGINARY WORLD



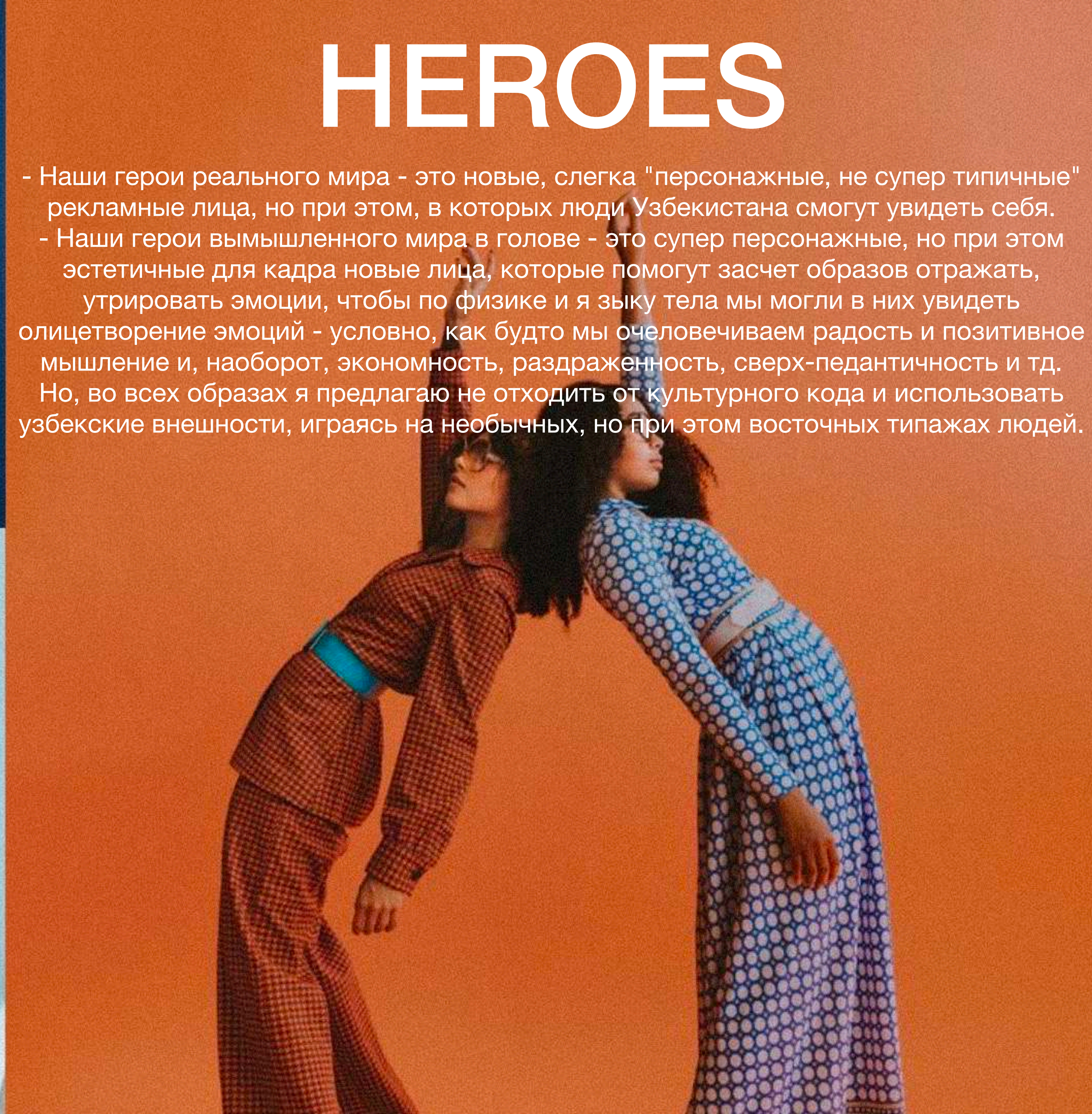
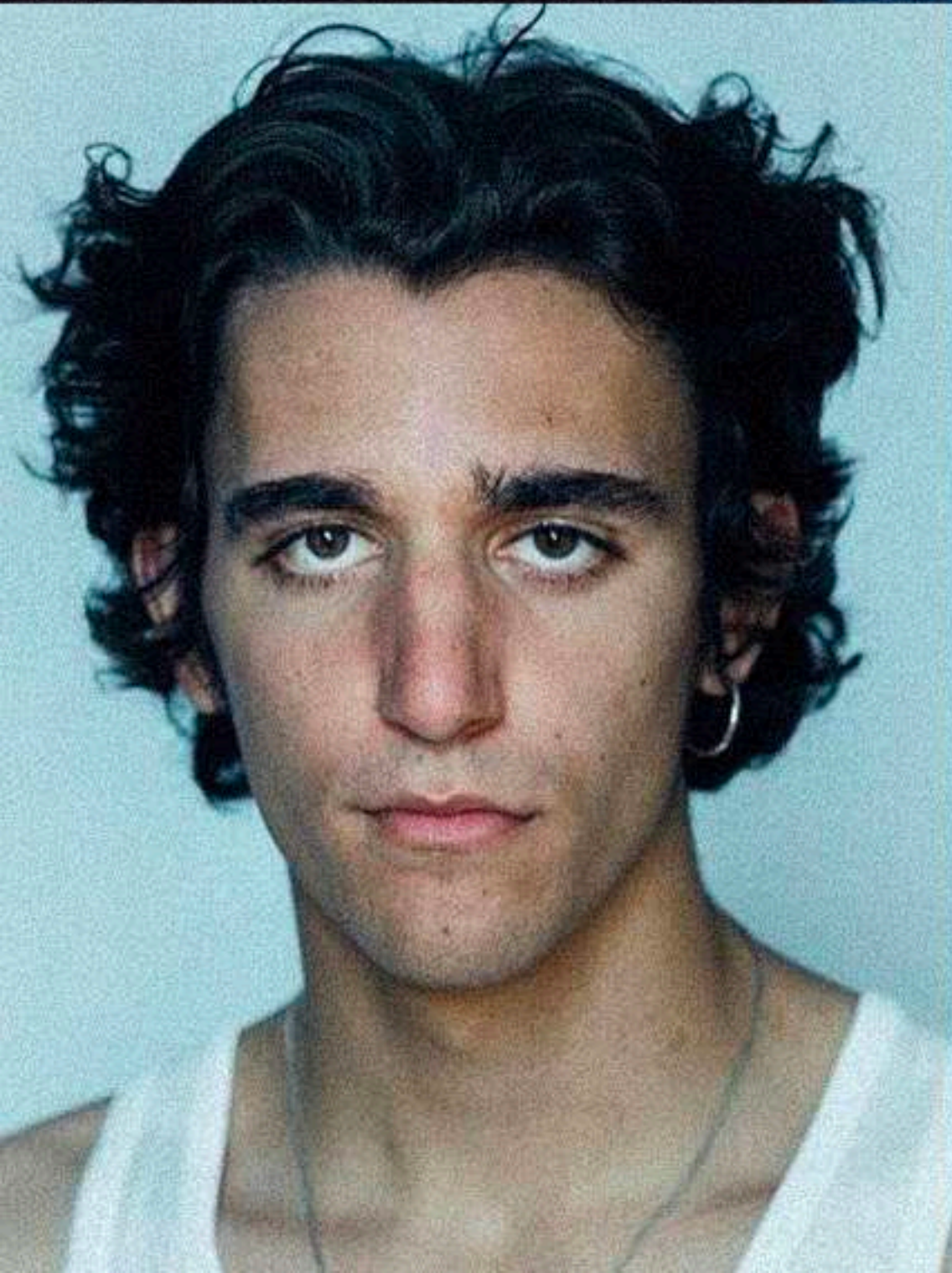
ZOZO

Мир в головах людей - это акцентная гранатовая комната, в которой у нас происходит основной месседж ролика - если стоит выбор: воспользоваться рассрочкой или нет - выбор всегда - ДА!



HEROES

- Наши герои реального мира - это новые, слегка "персонажные, не супер типичные" рекламные лица, но при этом, в которых люди Узбекистана смогут увидеть себя.
- Наши герои вымышленного мира в голове - это супер персонажные, но при этом эстетичные для кадра новые лица, которые помогут за счет образов отражать, утрировать эмоции, чтобы по физике и языку тела мы могли в них увидеть олицетворение эмоций - условно, как будто мы очеловечиваем радость и позитивное мышление и, наоборот, экономность, раздраженность, сверх-педантичность и тд. Но, во всех образах я предлагаю не отходить от культурного кода и использовать узбекские внешности, играясь на необычных, но при этом восточных типажах людей.





HEROES / STYLE BOARD

united.com. Hair by Lock & Co. 6725. Makeup by J. A. Jumper by John Snowley. 6770. Photography by Travers by Michael Kors. 6780. Accessories by J. A. Jumper by Coty. 6785. Lock & Co. 6725. 6785. 6785.

Cybernetic. Hair by Lock & Co. 6725. Makeup by J. A. Jumper by John Snowley. 6770. Photography by Travers by Michael Kors. 6780. Accessories by J. A. Jumper by Coty. 6785. Lock & Co. 6725. 6785. 6785.



ERKIN

Эркин не только выступает в роли героя в голове, но также, нативно и параллельно на визуальных ощущениях, олицетворяет сам ANORBANK. Веселый, достаточно статный, но при этом стильный-модный молодой человек/мужчина лет 30, восточной внешности. От него постоянно через "экран" веет позитивом голливудских шоу.

*Он будет в стильном костюме бордового/гранатового цвета.

CONCIERGE

PLAY
GAME

TITLES

Большую вспомогательную роль повествования в нашем ролике играют - информационные таблички, как выше мы видели на слайде с Уэсом Андерсоном.

Начиная с табличек в реальном мире с подписями "в лоб" - "МАГАЗИН", "КОНСУЛЬТАНТ" - заканчивая табличками с именами героев - "ЭРКИН, ЯША, ЗИКНА"

А также у нас будет несколько графических подписей в сценах с нашей фантазийной головоломкой.

PART I
"M. GUSTAVE"

INFORMATION

Designed by L@rge . ADStore
LOBBY BOY
ADSTORE FREE PPT TEMPLATE

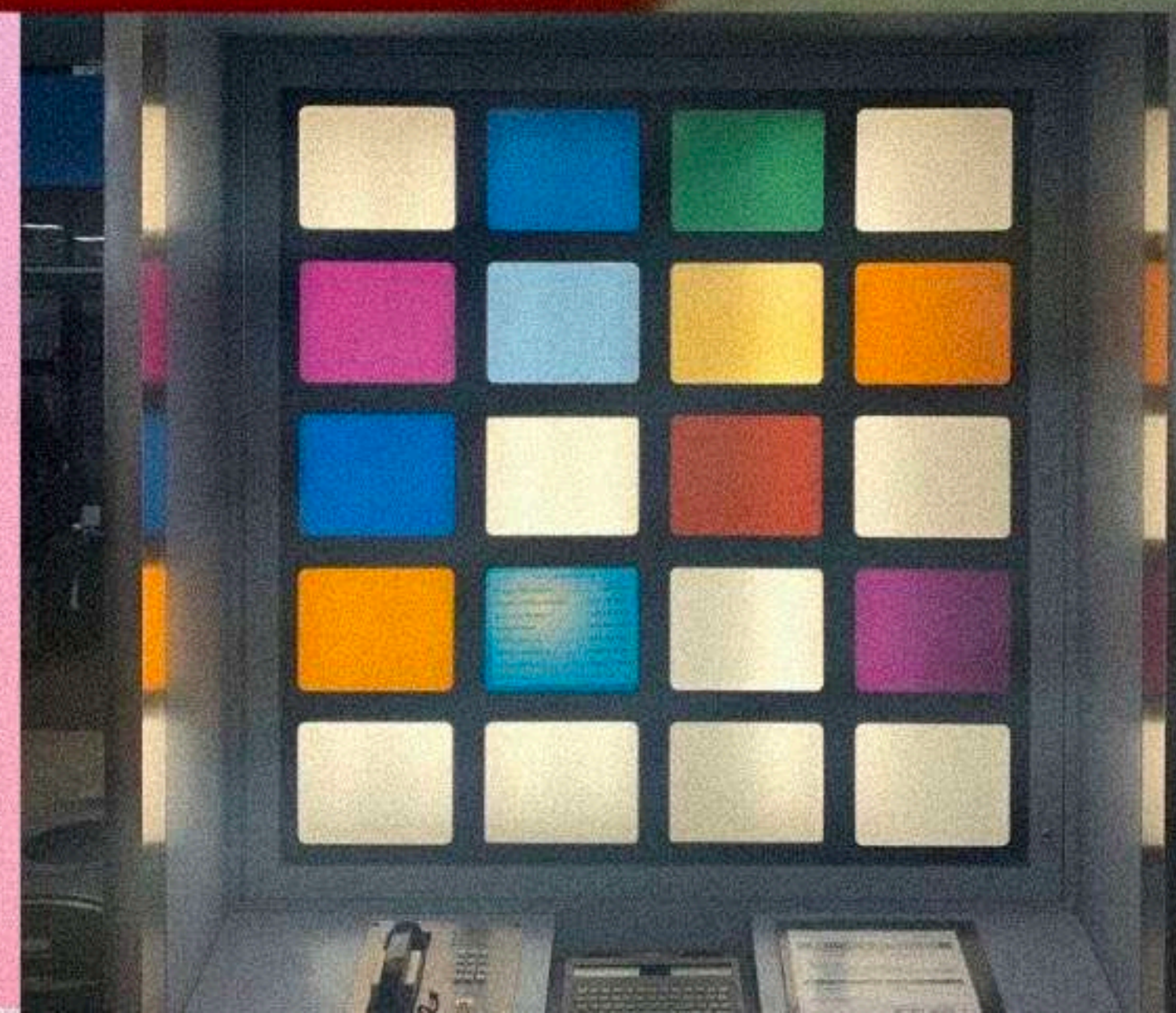
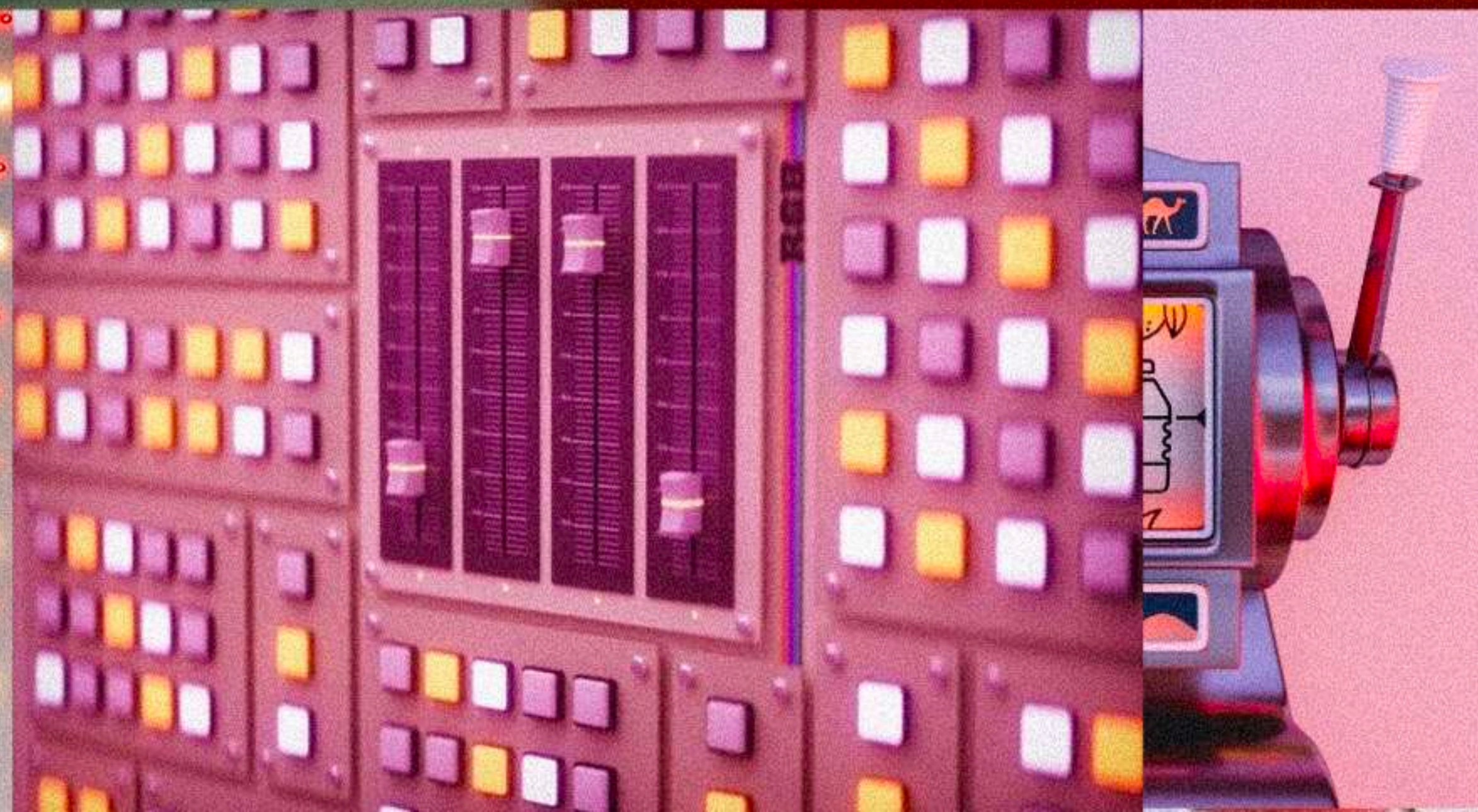
innovation lab

CHANGE ATMOSPHERE / MAIN REF

Референс по динамическому свету в момент пика "выбора" героя - брать товар или не брать-, а также влета в глаз - перелет в мир головы

PUSH THE BUTTON

Кнопки на нашем столе-пульте управления и рычаг - это красивые, яркие игровые элементы, обыгранные всплывающей акцентной графикой, в виде коротких фраз: "БЕРИ СЕЙЧАС - ПЛАТИ ПОТОМ", а также у нас есть экран по центру комнаты, где высвечивается выбор ЗИКНЫ И ЯШИ после нажатия на кнопку - "БРАТЬ - НЕ БРАТЬ"



AR-GRAPHICS



Дополненная реальность анимированными объемными надписями, только в нашей, более эстетично-сюрреалистичной атмосфере

THE END.

