



WWW.TIMETRAVEL.COM

LE VOYAGE TEMPOREL
D'UN AUTRE GENRE

IDENTITE DE MARQUE

science-fiction
rêve voyage temps
jeune client vivre
lieu time cible
fun temporel différent
travel expérience genre
autre dynamisme vacances
époque tendance séjour
retro visuel

Inspirations et références :

Du «Cycle arthurien» à «Back to the futur VI» le voyage dans le temps a toujours été un rêve pour toutes personnes ; en bien ou en mal, c'est un rêve universel.

Time Travel se veut donc inter-générationnelle, elle trouve son inspiration dans le passé et le présent en donnant un mélange harmonieux.

Se voulant originale en proposant deux sortes de voyages dans le passé :

- Proposer un séjour d'une durée déterminée afin de vivre des moments ou des époques clés du passé

- Proposer de vivre une expérience à sensations bien spécifique dans un temps très court

Time Travel se veut être indénifiable tant par l'écrit que par le visuel.

Structuré sur le fait de l'authenticité et la simplicité de ressentir des émotions dans les voyages spatio-temporel.

La communication textuelle se veut donc utiliser des termes de mots génériques évident et fort.

La communication visuelle se veut basée sur les rêves et attentes de l'individu. Partager de l'authenticité aux travers du regard de ses clients.

La volonté de Time Travel : réaliser les rêves de sa clientèle en lui proposant un voyage «clés en mains» avec un grand confort quelque soit l'époque ciblée.

Passé :

Inspiration sur l'univers du passé (vieux, authentique, temporel, intemporel, histoire). Couleurs froides et dureté.



Présent :

Inspiration sur l'univers du présent (la pureté, l'unicité, la fluidité, nature, liberté, harmonie). Couleurs chaudes et simplicité.



CHARTRE GRAPHIQUE

TIME TRAVEL
Industria / solid
Utilisé pour les titres

TIME TRAVEL
futura / heavy
Utilisé pour les sous-titres ou mots importants

TIME TRAVEL
futura / book
Utilisé pour les textes descriptifs et mentions

Logotype :

Le logo vit de lui-même il peut être indépendant.
Il est possible d'associer des accroches en dessous de celui-ci. Elles ne doivent pas dépasser la largeur du logo.
Deux accroches sont possibles (toujours en majuscule) :
- www.timetravel.com
- Le voyage temporel d'un autre genre
Il est possible d'utiliser les deux, il faudra les séparer par un filet.
Le logo est déclinable en plusieurs couleurs, à savoir quatre couleurs chaudes, quatre couleurs froides et une couleur neutre.
Le choix de la couleur doit pouvoir faire ressortir le logo du visuel.
Généralement un logo froid devra être utilisé sur un visuel aux couleurs chaudes et un logo à couleur chaude sur un visuel froid.
Les couleurs noire et blanche sont recommandées pour les visuels en noir et blanc.
La zone de sécurité du logo est égale à la hauteur de la lettre "E" du mot "Time". Les placements du logo plus accroche doivent être placés aux extrémités des visuels, avec un bord de sécurité d'une largeur égale à deux fois la largeur de sécurité du logo.
Ce placement est universel au support visé.

Les typographies à utiliser sont les suivantes :
- Industria / solid pour l'ensemble des titres ou accroches
- Futura / heavy pour l'ensemble des sous-titres ou termes importants
- Futura / book pour tout ce qui concerne les textes informatifs.

En fonction de la taille du support utilisé, le logo doit changer afin de rester lisible.

100%



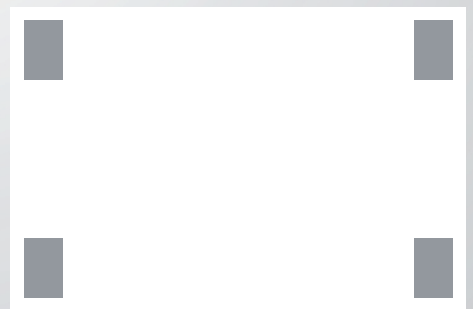
50%



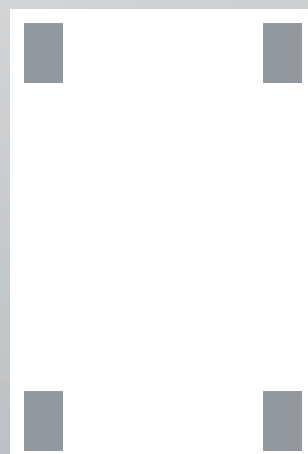
25%



Zones du logo format paysage



Zones du logo format portrait



Couleurs chaudes

C: 0%	C: 5%	C: 20%	C: 80%
M: 0%	M: 0%	M: 60%	M: 100%
J: 0%	J: 100%	J: 100%	J: 55%
N: 0%	N: 0%	N: 0%	N: 0%

Couleurs froides

C: 0%	C: 75%	C: 80%	C: 50%	C: 0%
M: 0%	M: 75%	M: 20%	M: 100%	M: 0%
J: 0%	J: 5%	J: 20%	J: 0%	J: 0%
N: 0%	N: 0%	N: 0%	N: 0%	N: 100%

SITE E-COMMERCE

Homepage :

Le site e-commerce doit répondre au client et à l'esprit de la marque. L'idée est donc de mettre en avant les prestations en vidéos en fond de site.

De mettre en avant la barre de navigation intelligente et vocale. Une accroche en bas de la ligne de flottaison incitant au scrolling et présentant l'ensemble des prestations avec un emplacement dédié à du display pour la marque.

Une barre de navigation simple et visuelle permet d'accéder à son compte, à la barre de recherche et à l'ensemble des réseaux sociaux de la marque.

Quelle est votre envie : Ex : Saut en parachute avec les frères Montgolfier



Mise en avant de la barre de navigation intelligente et vocale

Header et navigation

Zone de recherche :

La zone de recherche est toujours centrée quelque soit l'écran sur lequel s'affiche le site Time Travel.

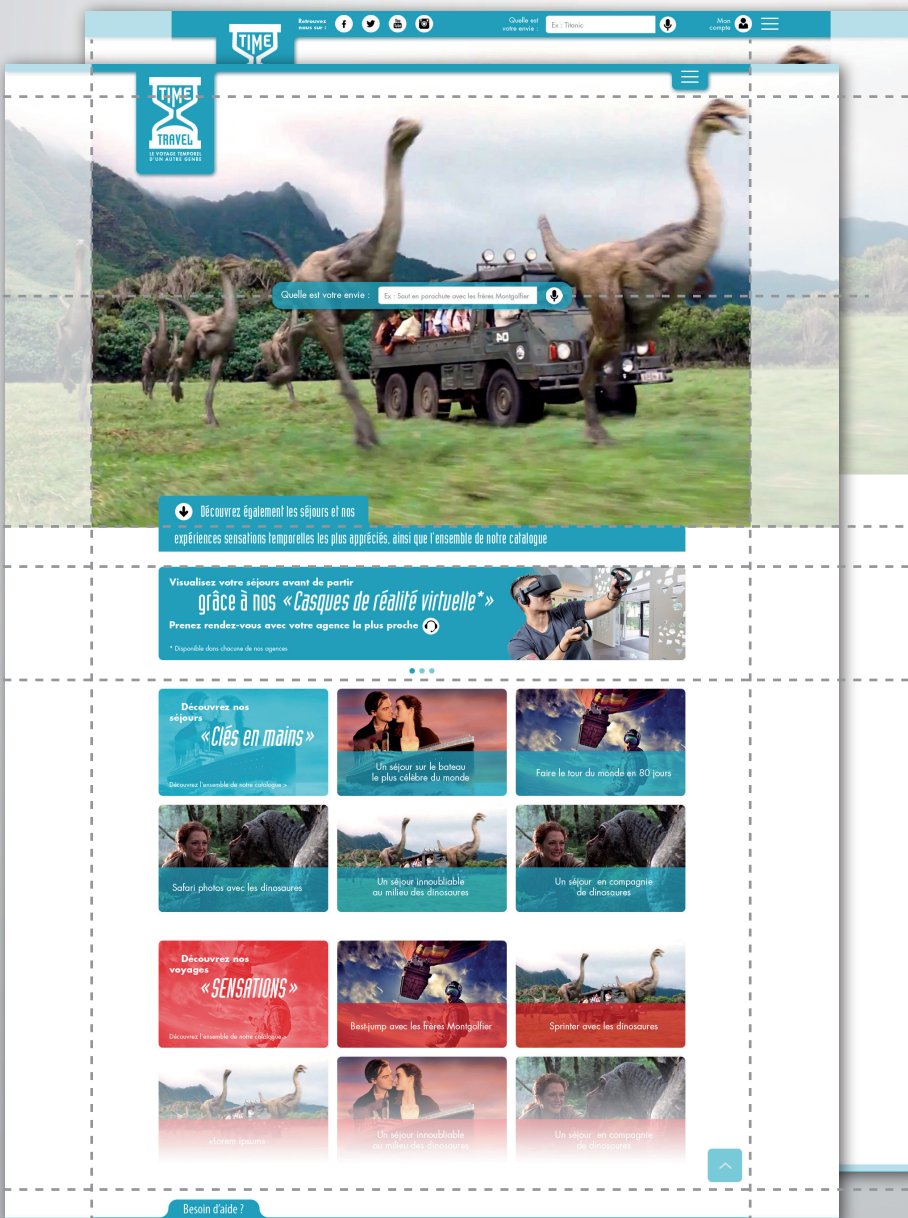
limitation d'affichage de l'écran de la homepage

Espace publicitaire

Zone de scrolling

La zone de scrolling permet de voir l'ensemble des offres du site classé en deux catégories : séjours «clés en mains» et voyages à «sensations». La barre de navigation reste toujours visible en haut de l'écran afin que le client puisse accéder à l'ensemble du site. Un footer apparaît et reste également visible en bas de l'écran. Il donne accès aux parties : Aides / Contact / Conditions.

Footer et mapping du site



SITE E-COMMERCE

Offre-type :

La page offre met en avant le produit choisi par le client.

Une vidéo en fond de site permet de voir le produit en mouvement. Sur la gauche un descriptif simple et clair du produit et du contenu de la prestation. Avec une possibilité de prise de rendez-vous pour vivre le futur voyage via le casque virtuel.

Mise en avant de l'onglet des retours clients, cliquable, affichant les commentaires et les notes laissés.

A droite, toute la partie réservation et prix, simplifiée au maximum.

The screenshot displays the 'Time Travel' website interface. The header features the 'TIME TRAVEL' logo, social media icons, a search bar with 'Ex: Titanic', and a 'Mon compte' link. The main content area is set against a background video of a dinosaur safari. On the left, a product card for '-67 000 000 : LES DINOSAURES' includes a description, a list of inclusions, and a virtual reality icon. On the right, a booking sidebar contains fields for departure and return dates, agency selection, total price, and a 'RESERVER' button. A 'Besoin d'aide ?' link is at the bottom.

TIME TRAVEL
LE VOYAGE TEMPOREL D'UN AUTRE GENRE

Retrouvez nous sur : [Facebook] [Twitter] [YouTube] [Instagram]

Quelle est votre envie : Ex : Titanic

Mon compte

-67 000 000 : LES DINOSAURES

Note et avis clients : 5/5

Envie d'un safari hors du commun ?
Vivez un séjour exceptionnelles dans une bulle entièrement transparente perchée en haut d'un arbre répondant au plus grand des confort.
Profitez de la vue panoramique de cette époque ou les dinosaures régnaient en maîtres sur Terre.
Suivez notre guide et parcourez les immenses étendues sauvages à bord du convoi de l'extrême ... confort !

Notre prix comprend :

- Hébergement en cottage Premium 4 personnes
- Pension complète
- Entretien du cottage bulle journalier
- Guide spécialiste lors des excursions
- Moyen de locomotion

Visualisez votre séjour avant de partir grâce à nos «Casques de réalité virtuelle»
Prenez rendez-vous avec votre agence la plus proche

Date de départ
Jeu. 17/06/2030 - 17h45

Date de retour
Dim. 20/06/2030 - 20h07

Agence du voyage
Time Travel - Issy-les-Moulineaux

Durée totale du séjour
74 H 22 MIN

Prix total : **17456 €** **RESERVER**

Besoin d'aide ?

limitation d'affichage de l'écran

PUBLICITE A4 TYPE

Charte :

Toute la communication se porte sur le visuel qui doit toujours être authentique à une expérience ou à un séjour proposé par Time Travel. Une accroche courte plaçant une année ou une époque du passé lié à une tendance d'aujourd'hui (exemple : selfie). Le placement de la zone logo doit toujours être aux extrémités de la pub tout en respectant la zone de sécurité du logo. L'accroche et la zone du logo ne devant jamais être du même côté afin de garder une homogénéité visuelle.



SITE EVENEMENTIEL



Contexte :

2030 l'ensemble des objets contenant un écran sont connectés à internet. Les supports sont autonomes et savent adapter les contenu à l'écran. Le but du mini-site est d'amener le client soit à prendre contact avec une agence soit d'arriver sur le site de la marque.

Page d'accueil :

Mise en avant du logo, placement du site internet et de l'accroche. Le bouton est tactile quelque soit le support visé.



Page produit :

Le logo s'anime de façon à rétrécir et à venir se placer en haut du mini-site. Laissant apparaître une barre de repère.

Quatres icônes en haut à droite permettent d'attérir sur l'ensemble des réseaux sociaux de la marque.

Le bouton «GO» s'anime et se transforme en une chronosphère. Celle-ci est tactile et permet à l'utilisateur de choisir un des exemples de séjour ou d'expérience.

Une fois choisit une vidéo en arrière plan se lance mettant en scène le séjour ou l'expérience choisie afin de déclencher l'envie chez l'utilisateur.

Un bref texte descriptif de l'offre apparaît pour placer le cadre et le confort de la prestation.

Un lien cliquable renvoi à la troisième étape du mini-site.



Page action :

La chronosphère s'anime, elle rétrécit et remonte vers le haut tout en disparaissant. Laissant apparaître une ligne temporelle verticale. L'utilisateur à le choix entre deux univers, chacune des deux parties met en avant soit les atouts des agences soit les atouts du site :

- Les agences «temporelles» traitent des agences physiques de la marque. Mise en avant du casque virtuel, et de réservations. Un lien renvoi vers le site internet pour réserver sa séance de séjour virtuel. Le second lien déclenche un appel et met en relation l'agence la plus proche du client.

- L'agence «intemporelle» traite du site internet de la marque. Mise en avant de la simplicité de réservation en ligne jusqu'à la minute prêt et un large choix de prestation pour le site internet. Tous les liens renvoient vers la page d'accueil du site de la marque.

Suivant le choix effectué par l'utilisateur, le second s'efface afin de ne pas perturber l'oeil de l'utilisateur.

PAGE FACEBOOK

Utilisation :

La page Facebook est un des moyens pour répondre au besoin de la marque afin d'être proche de sa clientèle. Time Travel véhicule son image de marque à travers les expériences et voyages de ses clients. C'est pourquoi la page Facebook met en avant des vidéos de courtes durée de sensations vécues par la clientèle. Elle met en ligne les retours clients. Afin de déclencher l'envie pour chez les clients potentiels.

Time Travel Agence de voyage temporel

1 562 754 personnes aiment ça
Elodie

505 218 personnes sont venues ici

Inviter des amis à aimer cette Page

À PROPOS

33 rue Aristide Briand
Issy-les-Moulineaux

0 820 02 00 08

Réponse moyenne : dans l'heure
Contacter maintenant

<http://www.timetravel.com/infos>

APPLICATIONS

TIMETRAVEL Relation Client
Instant

TIMETRAVEL Instagram

Time Travel 52 min · 🌐

Découvrez l'expérience d'Eric en compagnie des frères Montgolfier !
#ExpérienceUnique

43kvues

J'aime Commenter Partager

127 personnes aiment ça. Meilleurs commentaires

