

Communiqué, le 13 novembre 2017



**HOTELF1 LANCE ROAD BANDS,
UN JEU VIDEO COLLABORATIF CREE POUR ET PAR SA COMMUNAUTE
UNE EXPERIENCE GAMING INEDITE,
DISPONIBLE SUR APP STORE ET ANDROID**

Après le site interactif du Festival Hellfest et Road, la compilation musicale originale, HotelF1 investit cette fois le format du jeu vidéo pour nourrir son positionnement sur le road trip en vue de rajeunir l'image de la marque notamment en direction des 18-34 ans. Toujours accompagné par l'agence Havas Paris, le réseau de motels à la française du groupe AccorHotels annonce la sortie du jeu vidéo collaboratif « Road Bands », disponible gratuitement sur App Store et Android.

Ce jeu mobile, qui propose une expérience de gaming inédite et plurielle, a la particularité d'avoir été créé et développé par la marque et sa communauté grâce à la mise à disposition du code en open source et l'organisation d'un hackathon de 36 heures en octobre dernier.

Une trentaine de développeurs a été ainsi mobilisée, libre d'imaginer en toute liberté les graphismes, les gameplays et les scénarii. Résultat, une belle diversité de graphismes (dessin au trait, full 3D, photo ou pixel art...), de gameplay et de modes de scoring au service des 4 premiers scénarii et des 10 niveaux qui seront enrichis au fil des mois.

"Le code et le développement sont de nouveaux outils au service de la créativité et de la narration." expliquent **Kevin Nugeron et Maxime Trenton, concepteur-rédacteur et directeur artistique chez Havas Paris**. "Avec Road Bands, nous avons créé un univers et donné les clés à un public de passionnés plutôt que de chercher à en maîtriser toutes les expressions. La co-crédation c'est au fond le meilleur exemple de l'appropriation du discours de marque par ses consommateurs."

Un cadavre exquis du jeu vidéo

À la sortie d'un festival, le groupe de glam rock Slapp machine décide de partir en road trip pour composer leur nouvel album. Mais les membres du groupe rival, les Zackhøuz, leur ont volé leurs instruments. Les Slapp machine vont alors s'embarquer dans une course poursuite endiablée à travers des mini-niveaux déjantés afin de récupérer leurs précieux instruments. La marque, qui a codé la base du jeu, a laissé la communauté co-écrire la suite de l'histoire...

Un jeu développé par ceux qui jouent

La marque a déposé le code du jeu en open source sur la plateforme de développement collaboratif GitHub et organisé un hackathon à Paris les 14 et 15 octobre dernier. Les contributeurs - développeurs, graphistes et gamers - ont eu accès à l'ensemble des assets graphiques, scripts de programmation ainsi qu'aux musiques et laissé libre cours à leur imagination pour coder les niveaux de leur choix. Résultat, ils ont créé un jeu qui ne ressemble à aucun autre au service d'une expérience gaming plurielle et inédite. Du runner entièrement développé en 3D au Guitar Hero like en passant par des jeux de rythme, des space invaders ou encore à des jeux de plateformes, Road Bands propose une diversité de graphismes (dessin au trait, full 3D, photo ou pixel art...), de gameplay et de modes de scoring.

Après plusieurs semaines de litres d'energy drink, les meilleurs niveaux ont été sélectionnés selon les critères du gameplay (univers, scénario, aspects visuel et technique) par un jury composé de membres Unity, un soft de développement de jeu, Neo Legend, célèbres bornes d'arcades, Jam Shaker, organisateur de game jam et de Blacknut, plateforme de gaming. Les gagnants ont vu leur niveau et leur nom intégrés dans le jeu et reçu de multiples cadeaux liés à l'univers des jeux. Alors si vous voulez, vous aussi, coder votre niveau, rendez-vous sur github.com/gamejam/roadbands. La marque mettra à jour le jeu vidéo régulièrement avec des nouveaux niveaux.

« L'innovation, la créativité et la collaboration font partie intégrante de l'ADN de notre marque. Nous souhaitons créer un jeu qui pouvait ouvrir à la co-crédation, qui nous tient à cœur, tout en restant dans notre univers du road trip et du fun », indique **Laura Degracia, Responsable Marketing Digital d'hotelF1**.

Plan média :

Le jeu est soutenu par un plan média.

- MinuteBuzz via Hero du 13 novembre au 7 décembre : Diffusion d'une vidéo sur MinuteBuzz sur leur verticale Hero mais aussi la story Instagram et le Snapchat de Hero
- Twitch du 13 au 26 novembre : Diffusion d'un pre-roll de 20" sur Twitch
- Levier mobile du 13 novembre au 7 décembre : Campagne Mobext à la performance "incent offerwall"
- Melty du 13 au 19 novembre : diffusion d'un topsnap sur le discover Melty dédié au gaming "La Crème du Gaming" avec une redirection vers les stores Apple ou Android

À propos de hotelF1 / AccorHotels

En 1985, AccorHotels révolutionne le paysage hôtelier français avec la création de Formule 1, première enseigne très économique du marché. En 2008, la marque évolue et lance en France une nouvelle génération d'hôtels low-cost. Aujourd'hui hotelF1 réaffirme son positionnement très économique, capitalise sur son histoire et ses emplacements uniques pour accompagner ses clients sur toutes les routes de France. Le groupe AccorHotels est un leader mondial dans le domaine du voyage et du lifestyle ainsi qu'un pionnier du digital offrant des expériences uniques dans plus de 4 200 hôtels, resorts et résidences, mais aussi plus de 10 000 résidences privées d'exception dans le monde entier.

Contact presse

Maiwenn Régault
Maiwenn.regnault@xxii.fr
Tel : 07 69 95 01 14

AccorHotels
Julie do Passo
Julie.dopasso@accor.com
Tel : 01 45 38 17 23