



CANON XEED PROJECTOREN

ZWEVENDE PROJECTIE IN NEDERLANDS BEST BEKEKEN TV-PROGRAMMA

Van de bekendmaking van de deelnemers aan het televisieprogramma *Wie Is De Mol?* moest dit seizoen iets unieks gemaakt worden. Visueel fraai, spannend voor kijkers en kandidaten en totaal anders dan hoe het in andere seizoenen gebeurde. Momo Zarroue had met zijn IDTV-team een creatief idee bedacht waarbij een zwevende projectie in cirkelopstelling voor het visuele spektakel moest zorgen en klopte voor de technische realisatie daarvan aan bij Canon. Dat bleek een schot in de roos.

Momo Zarroue is Production Manager van het televisieprogramma *Wie Is De Mol?* Hij liep al enige jaren rond met het idee om de bekendmaking van de deelnemers aan het populaire programma middels een zwevende projectie in cirkelopstelling te gaan doen. Het idee ontstond feitelijk al in 2018, toen het team van de programmamakers al brainstormend door Colombia reisde voor seizoen 19. “De bekendmaking van de kandidaten en de bestemming is altijd een erg belangrijk moment in het jaar en we kwamen al pratend tot de conclusie dat we het voor seizoen 20 totaal anders moesten gaan doen. Toen is het idee voor de

projectie ontstaan”, vertelt Zarroue. “Het jaar erna produceerden we echter een serie in China en het uitrollen van een dergelijk idee in onze strakke planning bleek daar ingewikkeld. We wilden het risico niet nemen en hebben het idee wederom geparkeerd. Met de komst van het huidige seizoen (21, red.) kregen we eindelijk de kans om het idee te realiseren. Soms moet je even geduld hebben.”

4-TRAPS RAKET

Het moest een unieke bekendmaking worden. Setting, locatie en de gebruikte techniek (zwevende projectie)

maakten het een spectaculair geheel. Een 4-trapsraket eigenlijk. Trap 1: De kandidaten, waarvan de identiteit op dat moment nog onbekend is voor het publiek, staan in een cirkel in het duister. Eén voor één lichten de kandidaten op en vertellen ze iets over zichzelf. Het publiek raakt bekend met de kandidaten. Trap 2: De kandidaten worden overladen met adviezen van mollen uit voorgaande seizoenen. Trap 3: In een kakafonie waarbij licht en geluid dwars door elkaar lopen, geven de kandidaten aan of ze wel of niet de mol kunnen of willen zijn. De kandidaten op de grond zien en horen dit voor het eerst en raken compleet gedesoriënteerd. De schermen zijn rondom gesitueerd en zijn maar liefst 2.25 bij 4 meter groot. Trap 4: De presentator loopt de cirkel in, verwelkomt iedereen bij seizoen 21 en zegt vervolgens: "Hebben jullie goed geluisterd? De Mol heeft zojuist zelf zijn identiteit bekendgemaakt." Seizoen 21 is begonnen...

GEZAMENLIJK

Uiteraard bracht de uitvoering van het idee de nodige technische uitdagingen met zich mee. "We hebben bij het maken van het programma sowieso heel veel uitdagingen, maar een projectie in cirkelopstelling was er daar nooit een van. Daarom heb ik snel technisch producent Floor van Dongen van Indyvideo erbij gehaald", vertelt Momo Zarroue. Van Dongen: "Het maken van een projectie in cirkelopstelling, waarbij je eigenlijk de schermen in de ruimte wil laten zweven en van beide

DE INGEZETTE TECHNIEK

Voor de kick-off aflevering waarbij de deelnemers werden geïntroduceerd aan de kijker:

- 10 x Canon WUX5800Z met verwisselbaar RS-SL01ST objectief
- Playout systeem: krachtige pc-configuratie met het Nederlandse softwarepakket Resolume

Voor de finale-aflevering:

- 8 x WUX5800Z met verwisselbaar RS-SL01ST objectief

kanten wil kunnen filmen, bleek inderdaad een technische uitdaging. We wilden bovendien dat de projectoren niet duidelijk zichtbaar in beeld zouden komen, waardoor we ze niet op de optische assen konden hangen. Omdat we de schermen in 'portrait' hebben gehangen, moesten de projectoren bovendien gedraaid worden. Normaal zou dit een probleem vormen, maar dankzij de geavanceerde lens-shift optie in de verwisselbare hoogwaardige objectieven was dit geen enkel probleem." Het voordeel was dat Van Dongen samen met Rembrandt Boswijk en het team van specialisten, vanaf de eerste creatieve ideeën betrokken werden bij de plannen. "Daardoor konden we technisch crea-

tief meedenken en zijn gezamenlijk alle beslissingen genomen", legt Van Dongen uit. "Dus op het moment dat we met Canon contact opnamen, konden we technisch al concrete plannen voorleggen. De locatie was tot op het laatste moment echter een puzzel, waardoor we vooral wat betreft de lenzen en ophanging van de projectoren nog aan het schuiven waren."

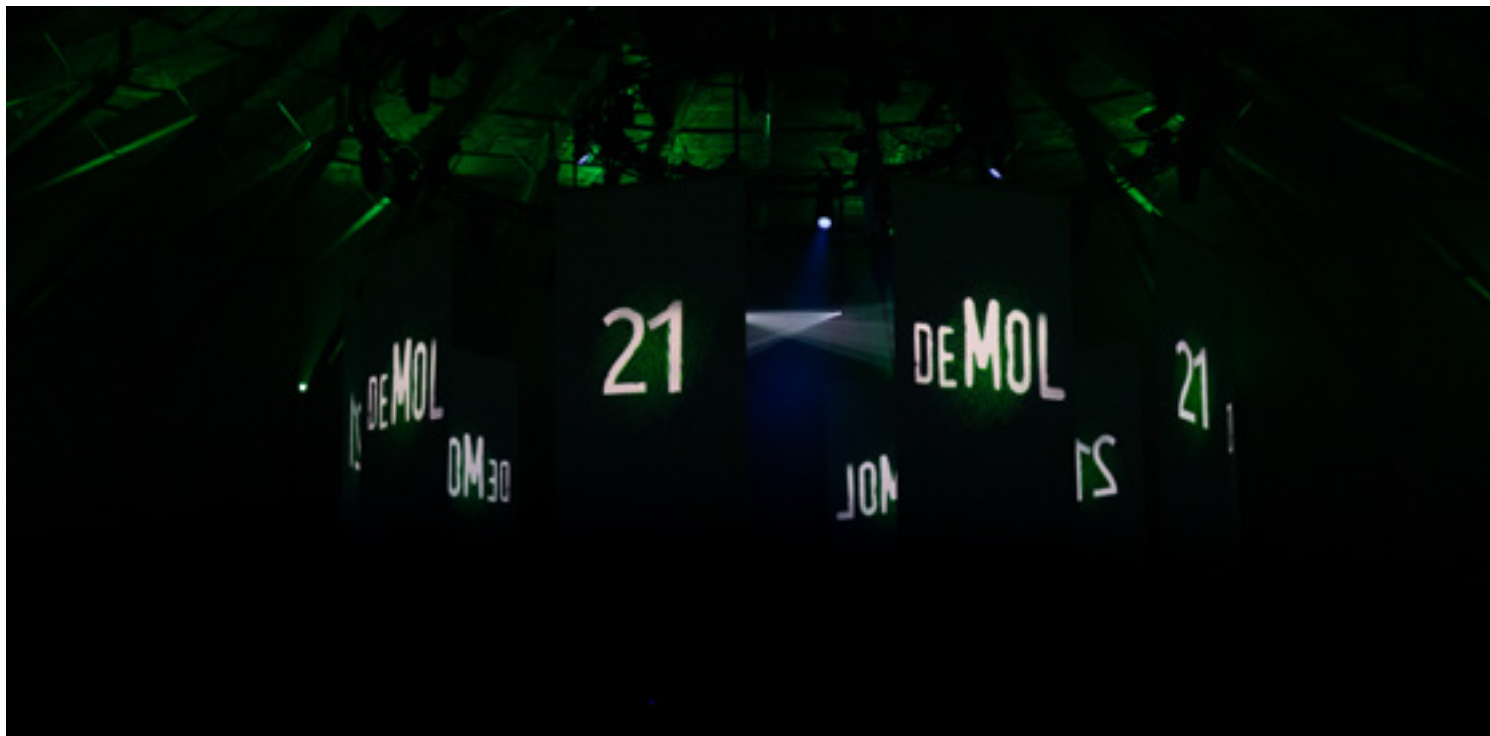
GRAAG!

Met Canon noemt Van Dongen de partij waarbij werd aangeklopt voor de levering van de projectoren en bijbehorende lenzen. Voor Momo Zarroue was het logisch om juist bij Canon aan te kloppen: "Mijn collega's van IDTV+, IDTV's contentmarketingbureau dat zich inzet voor hoogwaardige content en experiences, hadden voor een ander project al contact gehad met Canon en waren daar zeer tevreden over. Daarom was het voor mij logisch om dat contact over te nemen." Dat eerste contact stamt overigens al van iets langer geleden, weet Rick van Dorst (Marketing IT&CG bij Canon) nog: "Momo nam al eerder contact op met de vraag of we voor de lustrumeditie van Wie Is De Mol? vanuit Canon met onze kennis en projectoren konden helpen bij een bijzondere kick-off aflevering. Met zijn uitleg over de creatieve invulling met projectoren én met de wetenschap dat het een van de beste televisieprogramma's op de Nederlandse televisie is, kon ik het alleen maar heel mooi en uitdagend vinden. Geen enkele twijfel dus, daar wilden we graag aan meehelpen! En als innovatief bedrijf konden we vanuit Canon ook weer in de praktijk gaan ondervinden hoe onze projectoren op een nog niet eerder toegepaste manier ingezet konden worden. Ik heb mijn collega Berry Wijnen er direct bij betrokken en hij heeft naar het technische vraagstuk gekeken."

PERFECT

Ook Berry Wijnen (Business Development Manager bij Canon) was direct enthousiast. "Als vaste kijker van Wie Is De Mol? was ik natuurlijk meteen benieuwd om te horen welke Digital Imaging-uitdagingen ze ondervonden en of wij die wellicht konden oplossen. Daarnaast was het een mooie gelegenheid om nieuwe mensen te leren kennen in een voor onze business unit nog te ontdekken netwerk, dat van de grotere contentproducenten voor





online en op televisie." De meest ingewikkelde uitdaging was om op een dubbelzijdig projectiescherm een mooi en rustig beeld in hoge resolutie te projecteren, zonder dat er een regenboogeffect in het televisiebeeld zichtbaar zou worden of dat er pixels te zien zouden zijn in close shots. "Om deze wensen ook op televisie goed over te laten komen, ging de voorkeur uit naar de Canon XEED laser range. Die range beschikt over een uniek 3-LCoS paneel/optisch systeem dat in combinatie met de heldere objectieven zorgt voor het benodigde scherpe, rustige beeld zonder waarneembare afstand tussen de pixels. Daarnaast beschikt hij ook over een video-engine die zijn gelijke niet kent, waardoor keystoneing een serieuze optie is geworden. Het uiteindelijke resultaat was dan ook perfect te noemen."

SPANNEND

"Op locatie bleek alles te werken zoals we het vooraf bedacht hadden en dat zorgde voor een prachtig resultaat", vertelt Floor van Dongen. De hulp van de mensen van Canon bleek daar overigens niet nodig. "De technische knowhow en ervaring met Canon XEED laser projectoren was door de samenwerking van onze zeer capabele partners geen enkel probleem. We bleven gedurende de installatie- en opnamedagen telefonisch 'stand-by' voor onvoorziene situaties, maar uiteindelijk is alles vlekkeloos verlopen", vertelt Berry Wijnen daarover. Uiteraard was het voor alle partijen spannend wat het resultaat in de uit-

OVER DE CANON XEED PROJECTORENRANGE

De Canon XEED projectorenrange kenmerkt zich door de ongekende en zeer scherpe beeldkwaliteit, gecombineerd met een bijzondere installatieflexibiliteit. Deze combinatie leent zich uitstekend voor plaatsen waar beeldkwaliteit er écht toe doet en het plaatsen van de projectoren bijzondere vereisten met zich meebrengt. Het unieke Canon 3-LCoS systeem zorgt door het ontbreken van rastervorming in het beeld voor een unieke beleving van de hoge beeldresolutie. De hoogwaardige Canon projectorobjectieven zorgen voor de kers op de taart.

zending uiteindelijk zou zijn. "Dat is natuurlijk een moment waar je dan naartoe leeft", vertelt Rick van Dorst. "Je wil het uiteindelijke resultaat zien en dat was echt waanzinnig mooi. Niet alleen om te zien, maar vooral ook de wetenschap dat het oorspronkelijke idee van Momo exact is gerealiseerd."

VERTROUWEN

Ook Berry Wijnen toont zich zeer verheugd met het eindresultaat: "Alles was tot de uitzending op 21 december onder embargo, wat we uiteraard hebben gerespecteerd. Daarom was het des te mooier om tijdens de uitzending Canon's bijdrage te kunnen delen met familie en vrienden en de werkdag erna met collega's en zakenrelaties. Het resultaat was buitengewoon mooi om te zien door de subtiele camerashots, de spannende muziek en de uitdrukking op het gezicht van de kandidaten." Sowieso is Wijnen zeer te spreken over het hele project, geeft hij aan: "Het mooiste vond ik

het door IDTV en Indyvideo geschenken vertrouwen in het feit dat alles, ondanks de last-minute situaties, op tijd geregeld en beschikbaar zou zijn en dat we onze technische beloften waar konden maken. Uiteindelijk is dit project door een samenwerking met meerdere partners gerealiseerd en een groot succes geworden. Dus dank en complimenten ook aan IDTV, Indyvideo en MHB."

MISSION ACCOMPLISHED

Momo Zarroue is al even blij met het feit dat zijn hersenspinsel uiteindelijk zo'n fraai plaatje heeft opgeleverd: "Het blijft altijd een betoverende gewaarwording wanneer datgene waar het al zo lang over gaat, ineens in de realiteit voor je neus staat. Als het idee goed blijkt te werken, live zijn magie afwerpt over de kandidaten en het op beeld voor de kijker ook nog eens goed doet, dan is het een geval van 'mission accomplished'." <