

ARTE CREATIVE



Les jeunes générations

Quentin FAURE - Antonin INCANDELA - Bachelor Création Numérique

PRÉSENTATION

ARTE (Association Relative à la Télévision Européenne) est une chaîne de télévision publique franco-allemande à vocation culturelle européenne, créée en 1992. Depuis plus de 30 ans, elle s'est imposée comme le label de référence pour la création, l'intelligence et la curiosité.

arte

OBJECTIFS

Dans un paysage médiatique saturé et ultra-digitalisé, les jeunes générations consomment la culture différemment : plateformes sociales, formats courts, narration hybride, interaction constante.

Aujourd'hui, l'image d'ARTE reste forte mais parfois perçue comme institutionnelle. Le défi est donc de repositionner ARTE Creative comme une entité plus proche, plus expérimentale et plus connectée aux jeunes publics.

CONTRAINTES

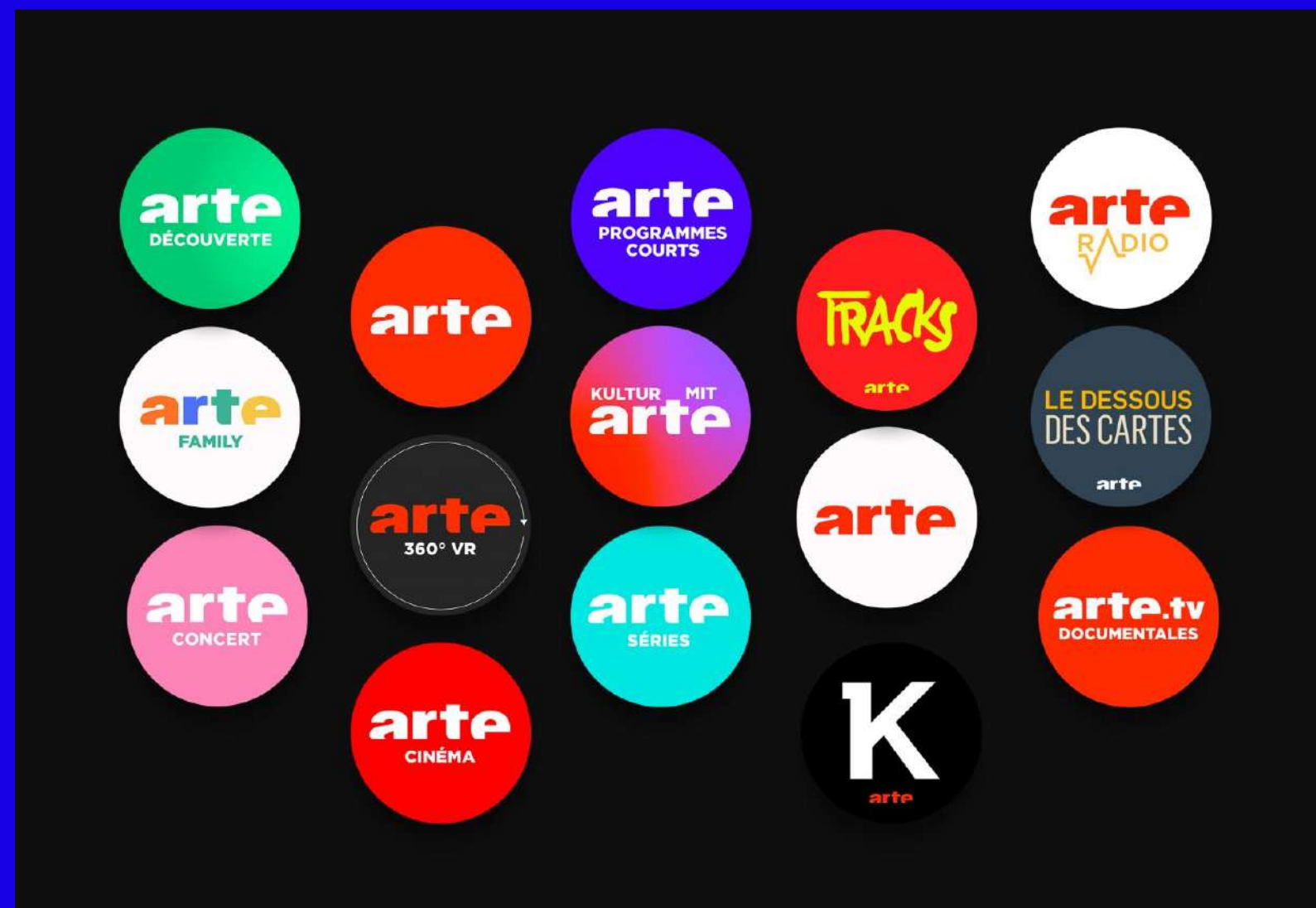
- Respecter l'ADN et l'exigence éditoriale d'ARTE
- Être lisible sur tous supports (digital, réseaux sociaux, affichage, kakémono)
- Maintenir une forte visibilité en environnement événementiel

IDENTITÉ EXISITANTE

Une couleur ultra forte

- Une typographie identifiable
- Une cohérence motion
- Une architecture claire
- Une souplesse éditoriale

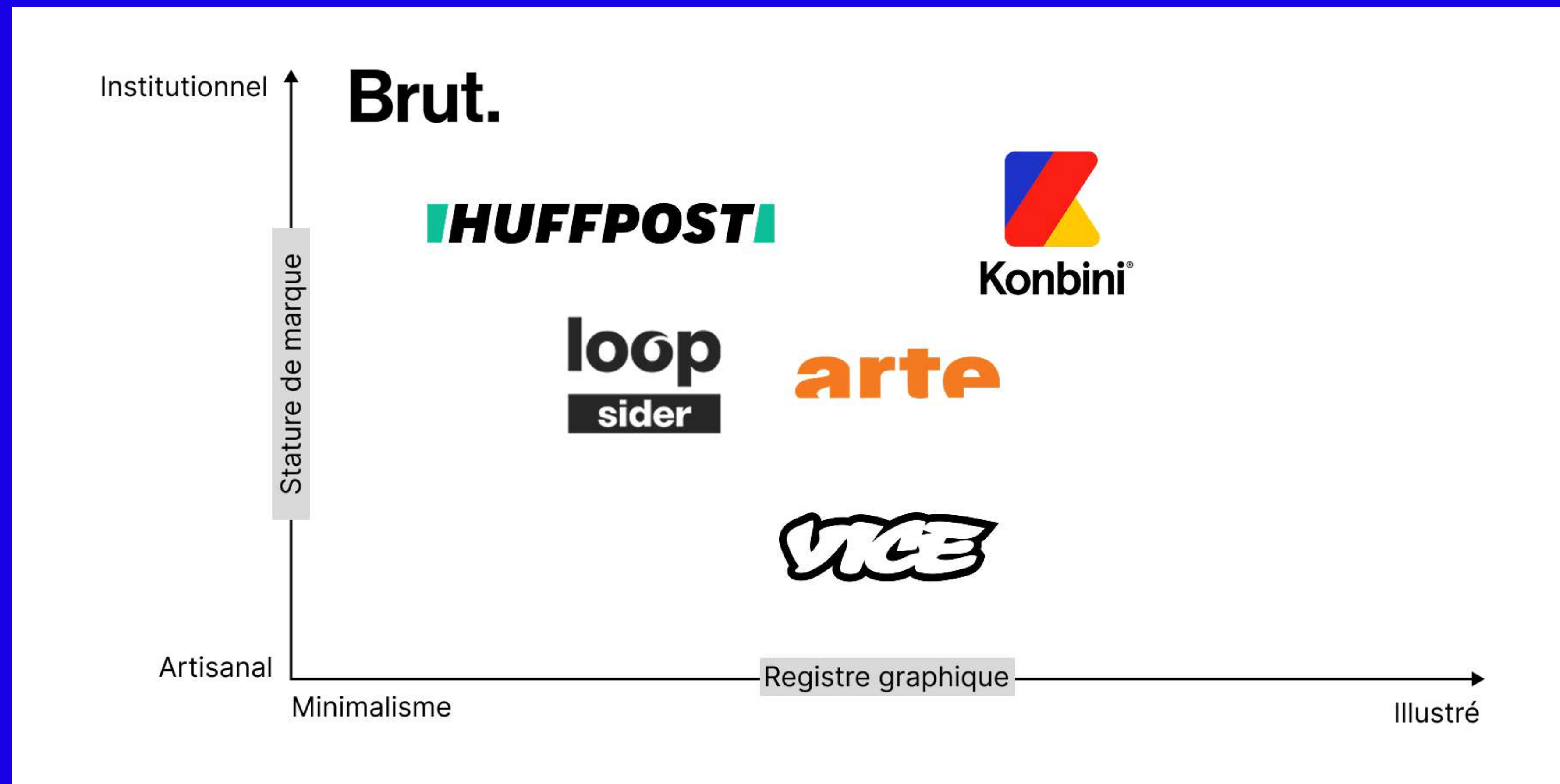
Ils ne changent pas d'univers à chaque sous-marque.
Ils déclinent intelligemment.



PRINT



ANALYSE & BENCHMARKS



Critère	Arte Creative [Cible]	Brut.	HuffPost	Konbini	Vice	Loop
ADN & Stature	Laboratoire créatif exigeant et public.	Média d'impact social et d'actualité brute.	Journalisme d'opinion digital-native.	Pop culture et divertissement viral.	Contre-culture et journalisme immersif.	Synthèse de savoirs et circularité.
Public cible	Jeunes générations (15-30 ans) et créatifs.	Gen Z et Millennials (Consommateurs d'actu).	Lecteurs engagés, urbains et politisés.	Public "Mainstream" 15-35 ans.	Public urbain, alternatif et subversif.	Curieux, étudiants, "lifelong learners".
Registre visuel	Motion-first, fluide et vivant.	Fonctionnel, lisible, code jaune iconique.	Éditorial, structuré, vert emblématique.	Maximaliste, coloré et dynamique.	Brutaliste, noir & blanc, esthétique lo-fi.	Systémique, fluide et technologique.
Support majeur	Web, social et événementiel.	Mobile (TikTok, Instagram, Snapchat).	Desktop et Web mobile (News).	Social (Instagram, YouTube, FB).	Web, Vidéo long-format et Print.	Plateformes de micro-learning et Social.
Enjeu de l'identité	Ne plus être institutionnel tout en restant une signature.	Maximiser la reconnaissance dans le flux social.	Crédibiliser l'information numérique.	Créer des franchises visuelles (formats).	Incarner l'authenticité et le terrain.	Fluidifier la transmission de l'info.

HYPOTHÈSE DA

Cette DA repose sur l'idée que la culture chez ARTE Creative est une particule d'énergie pure, colorée et imprévisible, qui vient bousculer le cadre institutionnel.

1. Le Concept Central

Au lieu de voir l'identité comme un logo posé sur un support, on l'envisage une identité basée sur la question et la conversation. Des messages directs, des accroches interrogatives, des visuels incarnés.

2. Principes Graphiques

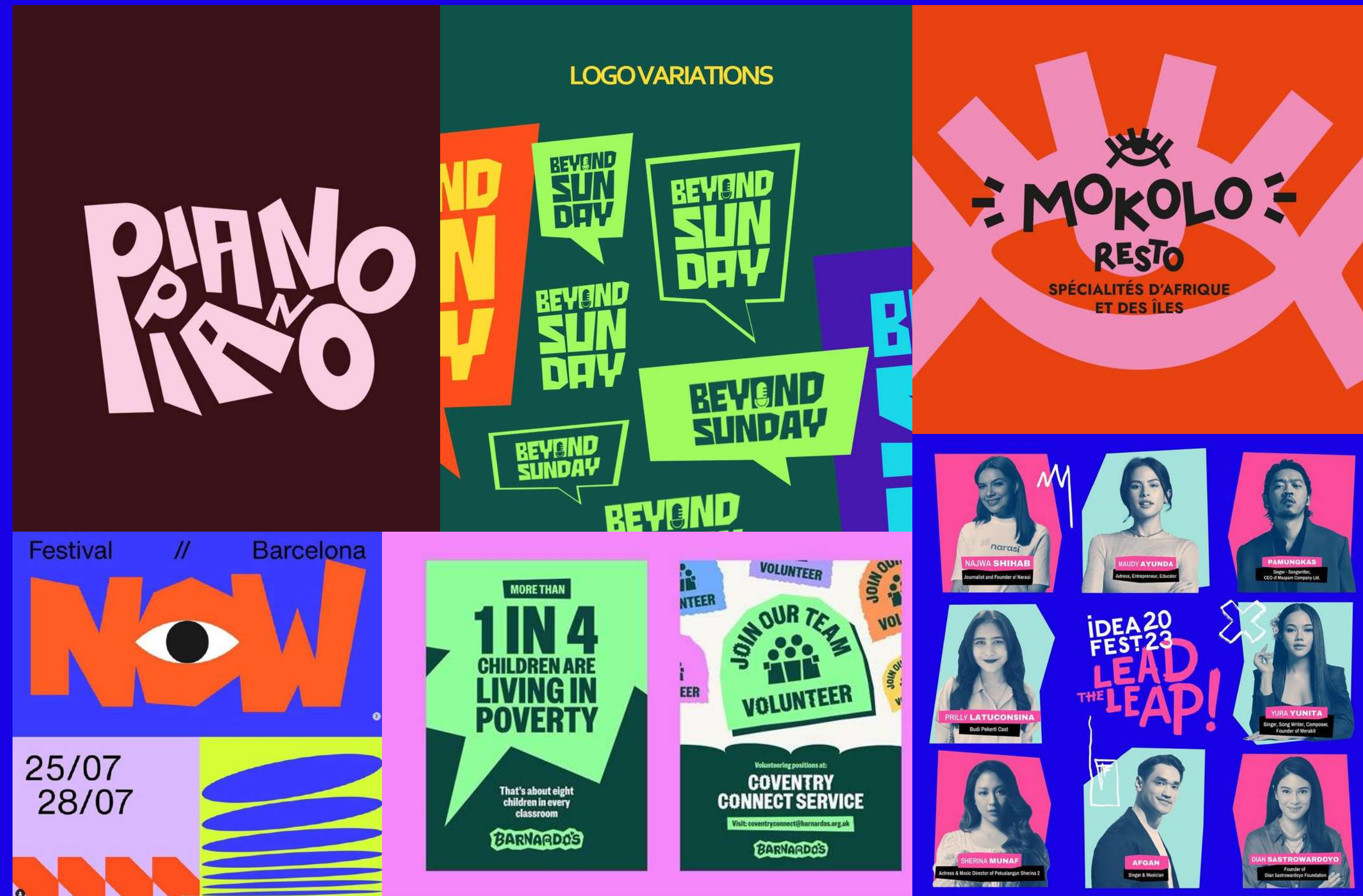
- Chaque élément incarne une fonction : écouter, dialoguer, créer. L'identité devient ainsi la matérialisation d'un processus plutôt qu'un simple signe figé.
- Typographie Organique : La police principale est charnue, symbolisant la malléabilité du numérique. Elle coexiste avec une grille rigoureuse (l'héritage ARTE) pour créer un contraste entre "ordre" et "liberté créative".

REFORMULATION GRAPHIQUE

L'idée est de passer d'une image "institutionnelle" à une image "organique et chromatique".

- Le Concept : Utiliser la couleur non pas comme un simple décor, mais comme un outil de classification. Chaque couleur représente une facette de la diversité créative contemporaine.
- L'Approche : Un design "Full Color" où le blanc et le gris disparaissent au profit de surfaces vibrantes qui saturent l'espace visuel, affirmant ainsi la présence d'ARTE Creative comme un "laboratoire" sans limites.

PLANCHE DE RÉFÉRENCE



INTENTIONS VISUELLES

A. Chromatisme Immersif

- Intention : Créer un impact rétinien immédiat qui "casse" la monotonie des flux numériques.
- Application : Utilisation d'aplats de couleurs saturées issus de la planche (Jaune Glacier, Rose Électrique, Violet). Au lieu de simples touches de couleur, on travaille en Color-Block : chaque écran ou support print est une immersion totale dans une teinte spécifique.

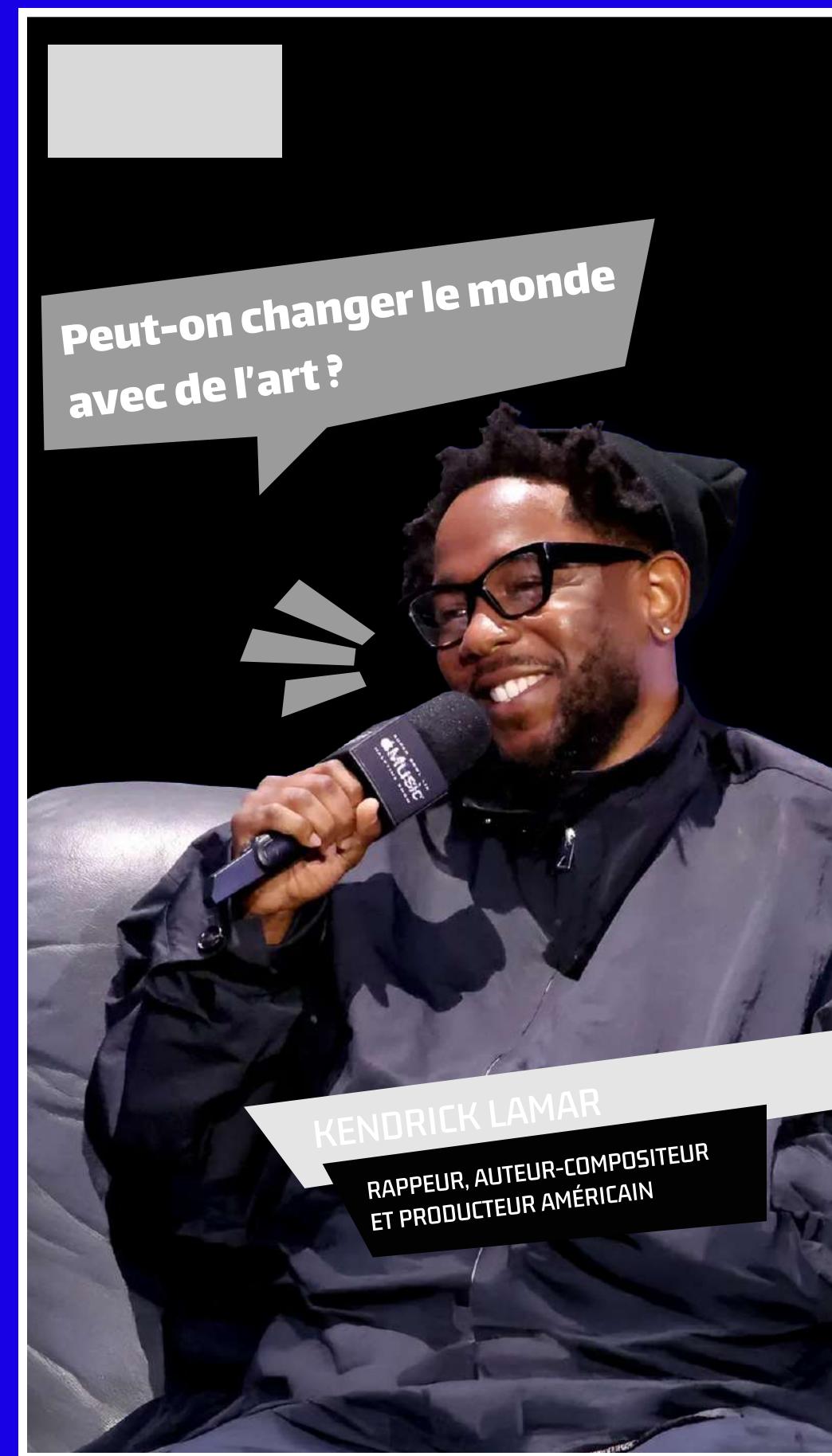
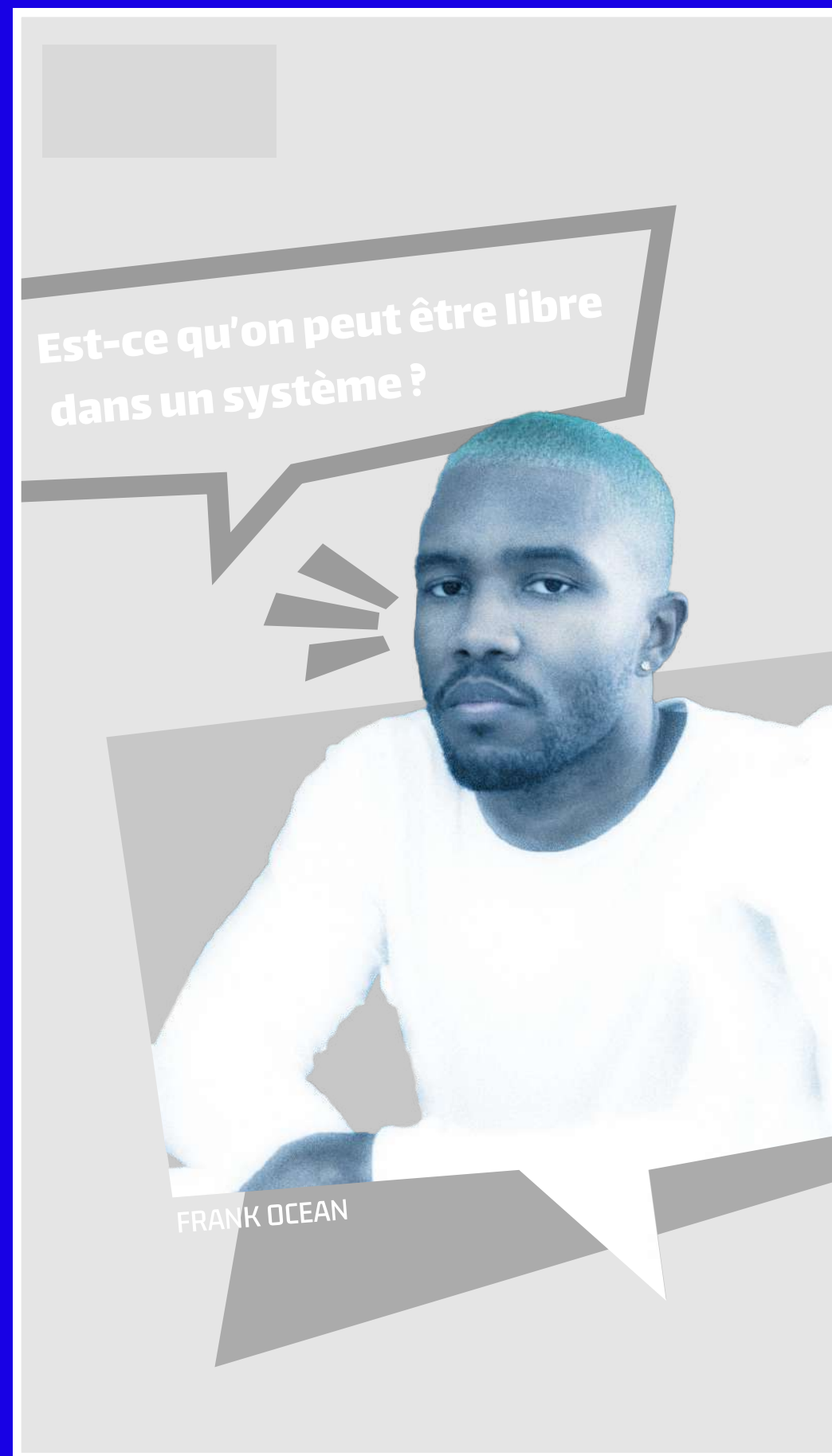
B. Typographie de Caractère

- Intention : Donner une voix "engagée" et "surprenante" à la marque.
- Application : Les polices ultra-grasses et expressives (type Oi Regular) ne sont plus noires sur fond blanc, elles deviennent des volumes colorés qui jouent avec les contrastes de teintes (ex: texte Violet sur fond Jaune Acide) pour une lisibilité maximale et une énergie débordante.

C. Système de Signes et Motifs

- Intention : Refléter l'aspect "vivant" et "fluide" demandé par le brief.
- Application : Les motifs géométriques et les étoiles à 4 branches s'accumulent pour créer des patterns répétitifs et colorés (style Pattern Design). Cela permet de créer une texture visuelle unique qui peut habiller n'importe quel support, de l'affiche à l'interface web.

CONCEPT GRAPHIQUE - KEY VISUALS



CHARTE GRAPHIQUE (DOSSIER EXTERNE)

La charte graphique d'ARTE Creative définit une identité visuelle dynamique et directe, conçue pour être un espace d'expérimentation destiné aux nouvelles générations. Elle s'articule autour de trois piliers principaux :

- Un logotype modulable : Il combine des symboles d'écoute et une bulle de texte évoquant la proximité pour former un bloc "CREATIVE" expressif et incliné. Ce logo est conçu pour s'adapter à différents fonds (bleu, rose, noir, blanc) tout en conservant une zone de protection stricte pour garantir sa lisibilité.
- Une palette chromatique saturée : L'univers visuel repose sur des couleurs contrastées, notamment le Rose Électrique (HEX #fb4c9b), le Bleu Vibrant (HEX #1800E5) et le Vert Menthe (HEX #17E6C7), utilisées en "Color-Block" pour un impact maximal.
- Une typographie de caractère : L'identité utilise des polices ultra-grasses et percutantes qui transforment le texte en éléments visuels à part entière, renforçant le ton engagé et moderne de la marque.

PRINT AFFICHE



PRINT AFFICHE



PRINT AFFICHE



PRINT BANDEROLE

CREATIVE

Et Toi, Tu Penses Quoi ?



La culture commence par ta voix.

arte

LANDING PAGE

arte

Guide TV

Direct

Bientôt en ligne

ARTE Concert

Mes vidéos

FR

Creative

Creative : Créer pour ne pas s'éteindre

+ Ajouter à la liste

CREATIVE

Toutes les vidéos

Creative

Billie Eilish : La mélancolie au sommet

Creative

Kendrick Lamar : Le prophète malgré lui

Creative

Chalamet : Le miroir d'une génération

Creative

Surrel : La nouvelle star montante

EXPÉRIENTIEL



EXPÉRIENTIEL



EXPÉRIENTIEL



CONCLUSION

En conclusion, ce projet de refonte affirme l'identité d'ARTE Creative comme un véritable laboratoire visuel, conçu pour briser la monotonie des flux numériques.

Cette charte n'est pas qu'un simple guide technique ; c'est un manifeste visuel pour une marque qui se veut directe, accessible et résolument contemporaine.

MERCI

Arte Creative - Quentin Faure - Antonin Incandela