



ARTE CHANGE D'HABILLAGE LE 28 FÉVRIER!

Créativité, dynamisme et ouverture sont les valeurs fondamentales d'ARTE. Plus que jamais, elles définissent son identité. Chaîne en mouvement, ARTE mise depuis ses débuts sur le renouvellement artistique. Sur le plan graphique, **ARTE a conçu son nouvel habillage pour exprimer au mieux cet engagement**. Son nouveau design surprend par un regard original et des angles de vue inattendus. Il associe des passages calmes et poétiques à des accélérations narratives.

LES ÉLÉMENTS DU NOUVEL HABILLAGE DE LA CHAÎNE

LE LOGO DEVIENT SCULPTURE 3D

Le logo d'ARTE est au cœur de l'habillage de la Chaîne. Tout en gardant sa forme, il se pare désormais d'un rouge chaleureux. A l'écran, ce logo devient une sculpture animée en 3D. Fil conducteur du programme, cette sculpture-logo s'ouvre et se déploie en un nombre infini de formes. A chaque fois qu'elle se déploie, elle dévoile au regard du téléspectateur des images nouvelles et des perspectives étonnantes.

LA TYPOGRAPHIE JOUE LE CONTRASTE

Ronde et harmonieuse, la nouvelle typographie, issue de la famille Gotham, contraste résolument avec le reste du graphisme, construit sur des angles et des diagonales. La Gotham est accompagnée d'une seconde police de caractère inspirée de l'Oksana, qui donne à l'écriture une esthétique reconnaissable entre toutes.

LES SPOTS ENCHANTEMENT ET SURPRENNENT

A l'antenne, ces spots sont de brèves séquences narratives. Mis bout à bout, ils forment une histoire en forme de kaléidoscope. ARTE entraîne le téléspectateur dans un voyage où les personnages évoluent dans des situations variées, parfois seuls, parfois en groupe. Malgré les nombreux rebondissements, les différents fils narratifs finissent toujours par se rejoindre et s'unir. La structure du récit est circulaire : la fin de l'intrigue reprend la scène initiale et relance la boucle narrative. Cette histoire a été tournée dans des décors naturels, loin des studios et des effets numériques. Les images sont donc empreintes d'une poésie du temps présent qui enchante et surprend.

Chacun de ces spots laisse le champ libre à toutes les interprétations.

Les téléspectateurs et les internautes peuvent découvrir l'histoire dans son intégralité sur le site internet d'ARTE : www.arte.tv/univers.

LA GENÈSE DU NOUVEL HABILLAGE D'ARTE

Pour concevoir le nouvel habillage de la Chaîne, **Ulli Krieg***, la directrice artistique d'ARTE, a su sortir des sentiers battus et employer une méthode originale.

Cet habillage n'est pas le fruit de la mise en concurrence de différentes agences, mais d'un travail collectif d'une équipe d'artistes et de designers venus de toute l'Europe. Chacun d'entre eux, expert dans un domaine spécifique (internet, print ou antenne), a contribué à créer un design unique et déclinable sur tous les supports.

L'animation de **la sculpture-logo ARTE en 3D est signée par l'artiste hollandais Joost Korngold (Re*Nascent)**. L'originalité de ses travaux est appréciée dans le monde entier. Il travaille notamment pour des agences et des clients tels que Nike, Microsoft, MTV, Wired Magazine ou encore Hewlett-Packard.

Conçu autour de la sculpture en 3D, **l'habillage à l'écran est l'œuvre de Benjamin Cuénod (Scripted Reality)**. Ce créateur helvétique a été directeur artistique de nombreuses agences de design aux Etats-Unis, en Italie, en Allemagne et en France. Parmi ses clients, il compte HBO, AOL, TF1, ZDF, Discovery, Microsoft, Playstation, Toyota et Sky. Scripted Reality a également coordonné l'équipe de design graphique, composée de Joost Korngold, Axel Schild, Tom Ising et Béla Stetzer.

La déclinaison de l'habillage print a été réalisée par une équipe de designers coordonnée par les Allemands Tom Ising et Béla Stetzer.

Tom Ising (Herburg Weiland) est directeur artistique de plusieurs groupes de presse (Burda, Springer, Gruner&Jahr...), éditeurs (Kiepenheuer&Witsch, Zweitausendeins, Klett-Cotta) et sociétés comme Mercedes-Benz, Swiss Re et Allianz. Il a remporté de nombreux prix, notamment le D&AD Award, le iF Award, le Red Dot Award et le Lead Award. Béla Stetzer (Stetzer Kommunikationsdesign), designer communication à Munich, travaille notamment pour Phaidon Press, le musée Dornier, la GEZ et le groupe de musique industrielle Einstürzende Neubauten. Il est lauréat 2010 du Red Dot Award, du prix Joseph Binder de la designaustria et de trois iF Awards.

Le graphiste allemand Axel Schildt a conçu l'habillage des pages internet. C'est à lui que plusieurs sites de l'industrie musicale doivent leurs récompenses (Red Dot Award, iF Award). Depuis 2008, il est directeur-gérant d'OKAPI, qui compte parmi ses clients T-Mobile, Levi's, Sony Ericsson, Deutsche Filmakademie ou encore Intel.

Le Belge Joe Vanhoutteghem (CZAR) a réalisé le film dont les séquences composent les spots de l'habillage antenne. Les remarquables créations de Joe Vanhoutteghem ont reçu de nombreuses récompenses, notamment deux prix CCB du Art Directors Club de Belgique et le Lion d'argent au Festival « Lions International Advertising » en 2010.

Parallèlement au tournage du film, **le photographe allemand Detlef Overmann a réalisé les prises de vues pour les supports print.** Photographe portraitiste, Detlef Overmann travaille dans le domaine du cinéma et des arts de la scène. Ses photographies ont été choisies pour le marketing de nombreuses productions européennes, notamment « Les Buddenbrook » ou « The last Station ».

La musique et le design acoustique sont une production de Catherine Lagarde (Novaprod), associée au compositeur parisien Laurent Parisi. Ce dernier a signé de nombreuses bandes originales de longs métrages, de jeux et de films publicitaires (notamment pour Nissan, Hermès, Motorola et L'Oréal). Le film « The New Tenants », dont Laurent Parisi a composé la musique, a été récompensé en 2010 par l'Oscar du meilleur court métrage.

*** Ulli Krieg est directrice artistique à ARTE depuis 2009.** Ses travaux ont remporté de nombreuses distinctions, notamment aux festivals de New York, au Promax/BDA Europe Design et Promotion Awards ainsi qu'aux Eyes & Ears Awards. En 2008, elle a été nommée au Prix du design de la République Fédérale d'Allemagne.