



1 minute pour comprendre la marque



Timothée THOREL et
Lindsay CHOUTEAU

TD12 2024



La marque verbale

Un nom

ArtExplore

Nous avons choisi ce nom de marque pour qu'il soit au maximum représentatif de notre marque. Notre nom de marque est donc une combinaison de deux mots, le mot "Art" et le mot "Explore".

Nous avons gardé le mot art pour que le thème de l'application soit clair pour les utilisateurs.

L'ajout du mot explore montre que l'application permet de découvrir de nouveaux lieux et d'explorer ce monde de l'art en découvrant de nouveaux artistes, de nouveaux musées ou expositions ou encore en trouvant sa formation.

Ainsi le nom de l'application se veut clair et simple avec une combinaison de deux mots qui gardent leur signification pour éclairer les utilisateurs sur le but d'ArtExplore.



La marque verbale

Slogan

L'art autour de vous !

Nous avons choisi ce slogan pour faire passer un premier message, que l'art est plus accessible que l'on ne le pense.

Et donc que même en campagne l'art est autour de nous, que ça soit par des expositions, des ateliers ou de simple cours de dessin. Notre but est justement de lui faire découvrir ces lieux pour lui faire vivre de nouvelles expériences.

La version française de notre slogan sera la plus utilisée car pour l'instant nous souhaitons nous concentrer principalement sur le recensement de tous les lieux d'art en France.

Cependant, nous prévoyons au fur et à mesure, de nous intéressons aux lieux d'art qui existent en europe et plus particulièrement dans les pays voisins.



La marque verbale

Slogan

Art around you !

Nous avons choisi d'utiliser un slogan en anglais en prévision de notre expansion en Europe dans le futur. Mais aussi pour toucher les touristes ou les non-francophones présents en France.

¡ Arte a tu alrededor !

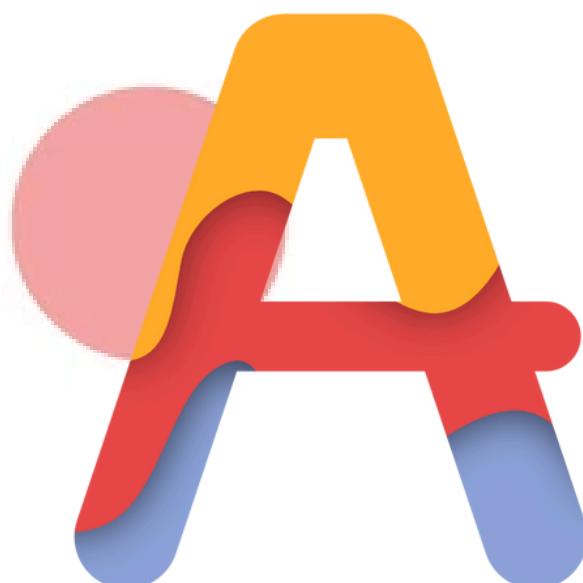
Nous avons choisi d'utiliser un slogan en espagnol en prévision de notre expansion en Espagne dans le futur, mais aussi pour les hispaniques habitants en France ou à la frontière qui pourraient être intéressés par l'art, et souhaitent le découvrir en France.



La marque figurative

Un mélange de lettre et de couleurs

Notre logo est composé de la lettre A pour le mot Art, et à l'intérieur de celle-ci des vagues de couleurs bleu, rouge et jaune considérées comme des couleurs primaire en Art. Mais aussi car le jaune inspire le bonheur, le rouge l'énergie et le bleu la confiance. Notamment car l'Art est aussi associé à l'expression des émotions. On y fait alors référence triplement, avec les couleurs primaires, les vagues de peintures, et les émotions.



Pour notre marque nous avons choisi la police Confortaa notamment avec son aspect rond qui fait partie intégrante de l'identité de notre marque, rappelant des gouttes de peintures posées sur le papier.



La marque de couleur

Des couleurs liées à l'Art

Les couleurs de la marque sont les couleurs bleu, jaune et rouge. Principalement parce qu'elles sont considérées comme des couleurs primaires en art. Mais aussi car elles transmettent des émotions que l'art nous fait ressentir, le jaune pour le bonheur, le rouge pour la colère ou l'énergie et le bleu pour la confiance, la patience ou la tristesse.

Ces couleurs permettent d'identifier directement que notre application est liée à l'art, avec ces couleurs vives et simples qui inspire la créativité et la simplicité.

Le choix des couleurs est venu naturellement car nous voulons une image de marque simple et claire. Donc des couleurs simples étaient en accord avec cette idée. De plus les différentes émotions transmises avec ces couleurs permettent de montrer aux utilisateurs que cette marque est simple et va droit au but. Les significations des couleurs peuvent varier selon les utilisateurs et selon les cultures mais nous souhaitons avoir une image colorée qui ramène à la bonne humeur, au plaisir de découvrir et de créer.

#8CA3D9

#FFAD28

#E74848



Le reste

- La marque sonore
- La marque de forme
- La marque hologramme
- La marque de position
- La marque de motif
- La marque de mouvement
- La marque multimédia

Nous pensons qu'une identité plus étouffée n'est pas nécessaire du fait que notre marque est une seule application.