

Communiqué de presse



francetélévisions

LE 7 AVRIL 2008, L'IDENTITE VISUELLE DU GROUPE FRANCE TELEVISIONS EVOLUE

UN NOUVEAU SYSTEME DE MARQUES

A la rentrée dernière, France Télévisions avait valorisé la complémentarité et la diversité des chaînes du groupe à travers l'expression d'un bouquet.

Ce nouvel habillage met en scène un passage dynamique du logo groupe à celui des chaînes pour systématiser la filiation des chaînes à France Télévisions.

Moderne et joyeux par la place donnée aux couleurs, il valorise la diversité des antennes.



Le logo de France Télévisions passe de 4 à 5 écrans équilibrés et s'affiche dorénavant en quadrichromie composé de la couleur de chacune des chaînes du groupe.

Il illustre, dans sa mise en scène, la signature « le bouquet de toutes les passions » et sera doté à l'antenne d'un univers sonore spécifique.

Les logos des chaînes passent en 3D à l'antenne. Le nouvel habillage tient compte de l'équipement des foyers en poste au format 16/9^{ème}.

France Télévisions et ses différentes filiales déclineront ce nouvel habillage progressivement sur l'ensemble de leurs outils de communication.

Le pilotage du chantier de la nouvelle identité du groupe a été confié en octobre 2007 par Patrick de Carolis et Patrice Duhamel à Alain Vautier, directeur des antennes de France 3. Alain Vautier a travaillé en coordination avec l'ensemble des directeurs d'antenne et directeurs artistiques des chaînes du groupe. La société Gédéon a été choisie pour concevoir ce nouvel habillage.

Contacts :

Aurélié Ferton, attachée de presse -01 56 22 67 15 - aurelie.ferton@francetv.fr
Assistée de Hervé Marro 01 56 22 67 11 – herve.marro@francetv.fr