

BRANDING

OFFLINE FESTIVAL

By studio ADN.

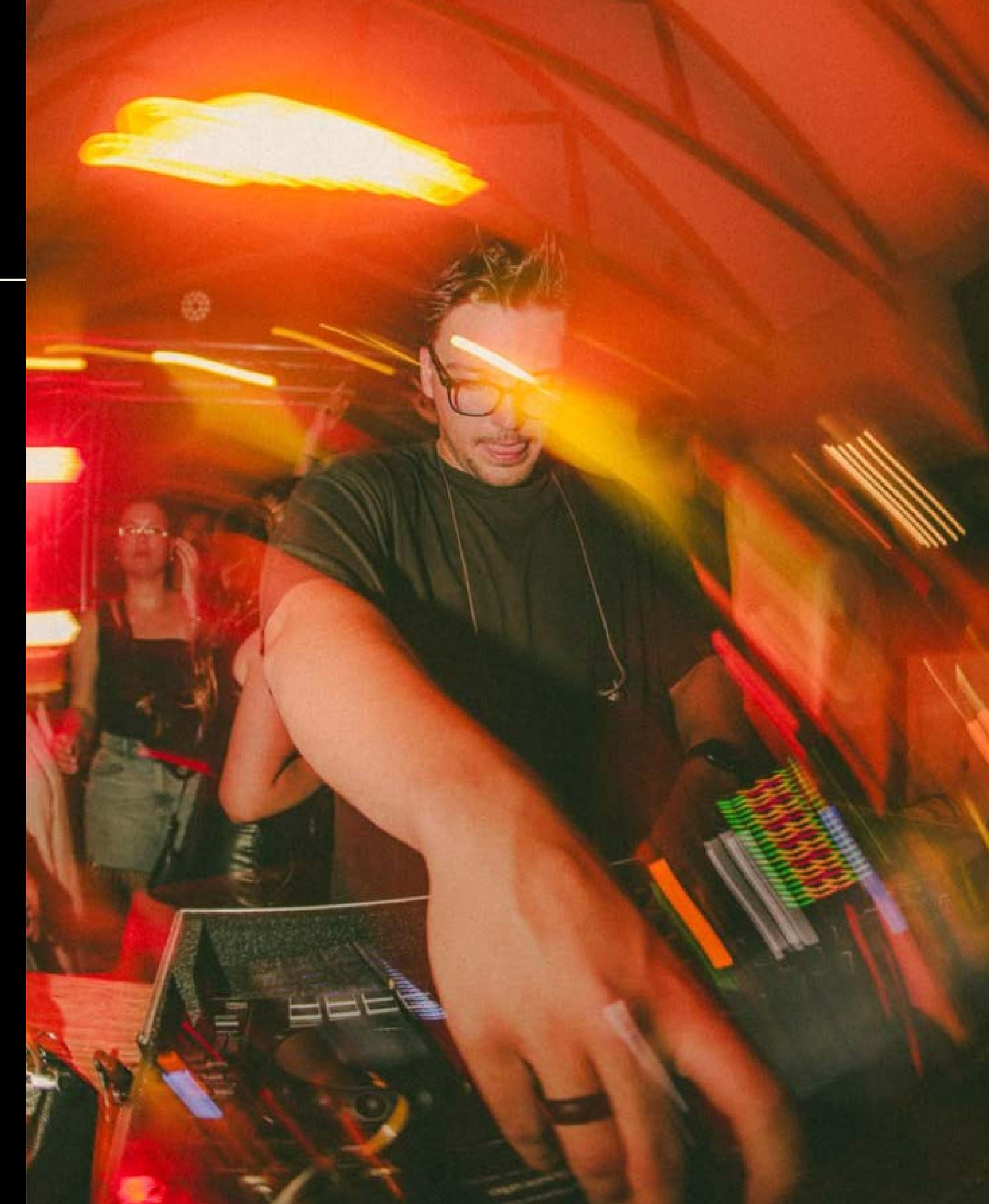


Table des matières

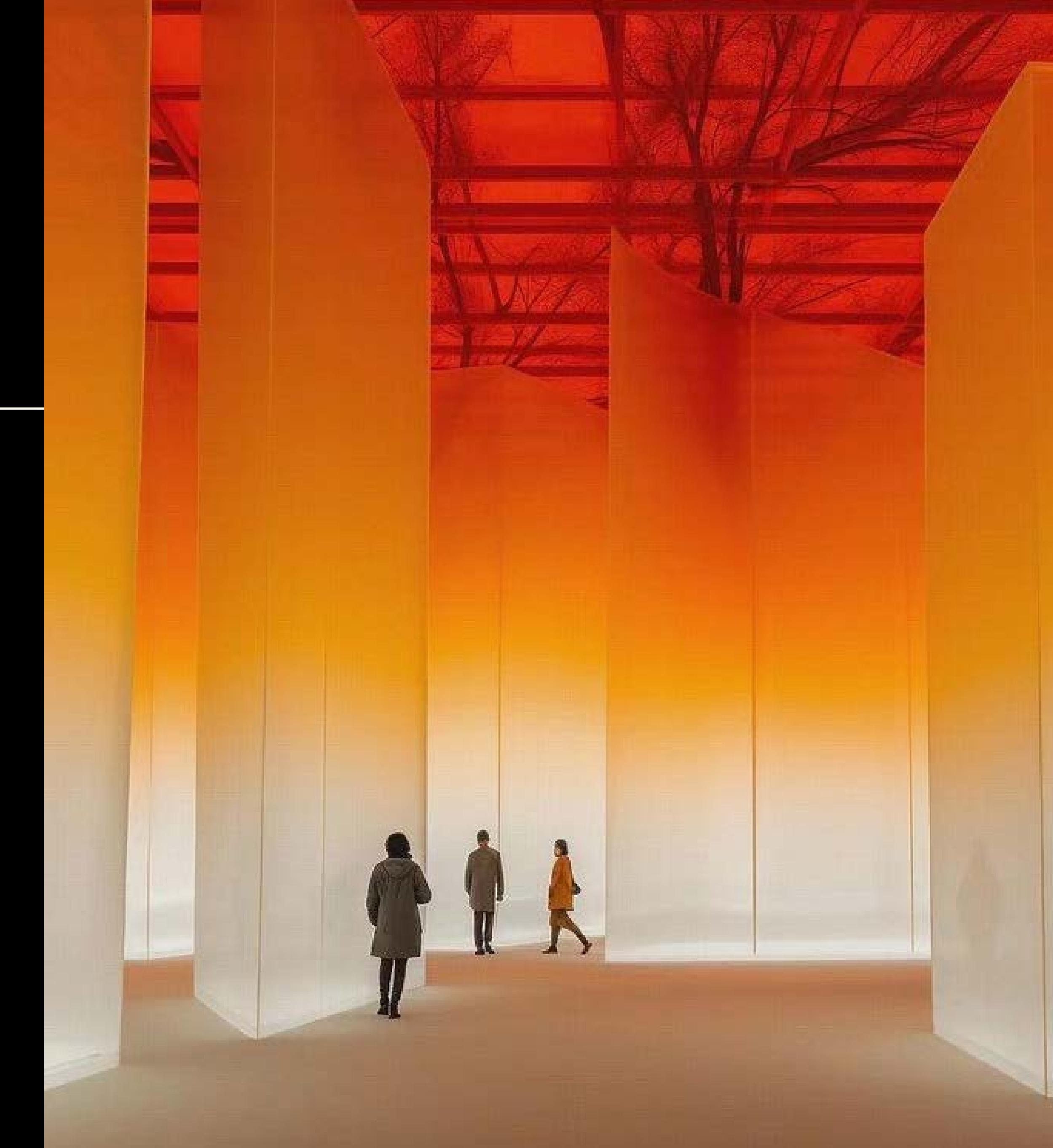
-
- 01 Introduction
 - 03 Stratégie
 - 04 Identité Visuelle
 - 05 Déclinaisons
-

Ce document raconte le cheminement du projet : comment une idée est devenue une expérience immersive complète, alliant émotion, stratégie et création visuelle.

- Contexte général
- Vision & positionnement
- La promesse
- Le storytelling

01

Introduction





Vision

Le festival Offline célèbre la rencontre entre l'humain et la technologie à travers une expérience sensorielle inédite. Il transforme chaque espace en terrain d'exploration où le corps devient le centre de l'interaction. Loin des écrans, le festival propose de vivre la technologie autrement : par le toucher, la lumière, le son et le mouvement. Offline affirme une vision de l'innovation plus sensible, plus intuitive, et profondément ancrée dans l'émotion collective.

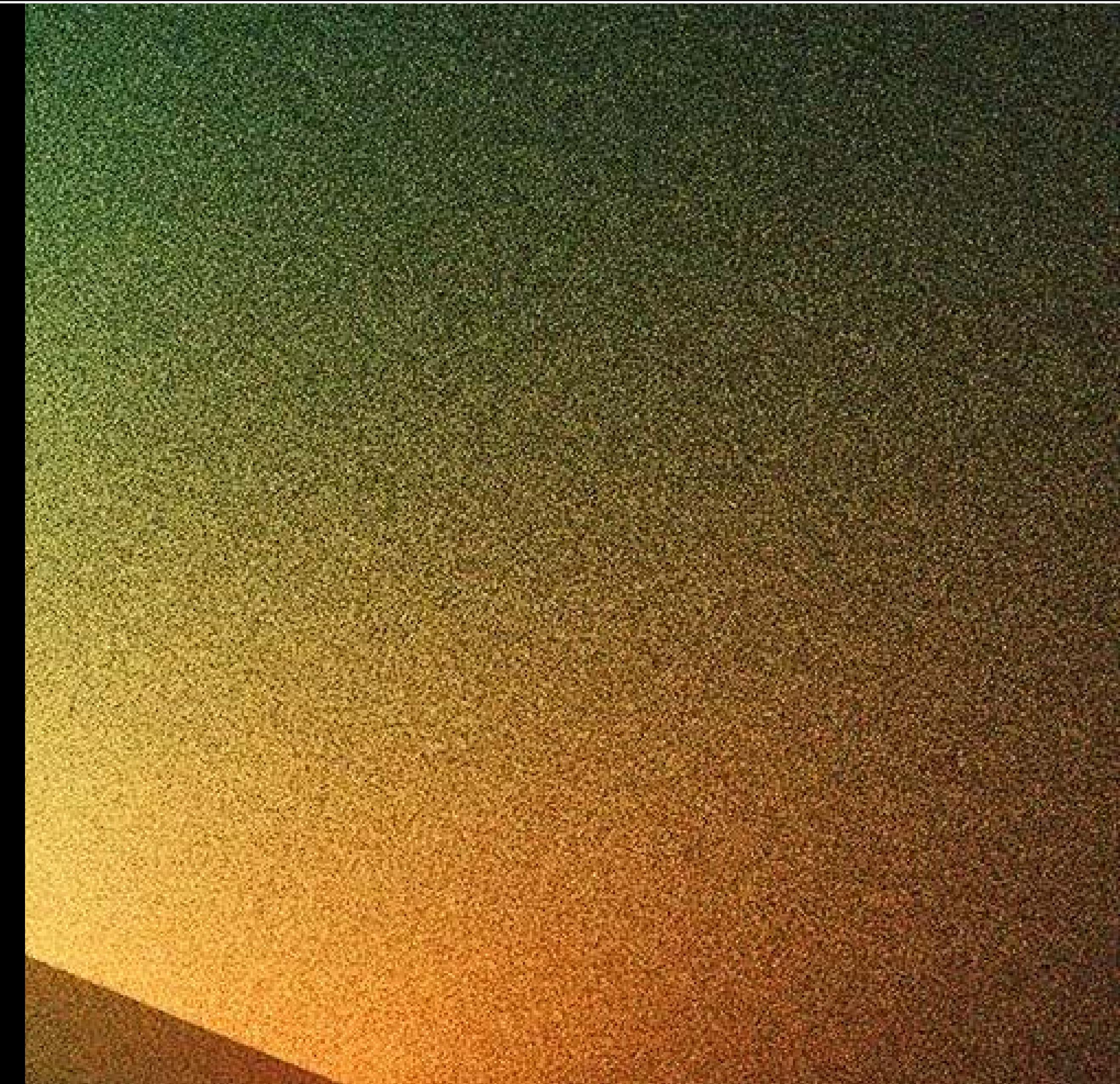
Positionnement

Offline se situe entre art, design et technologie, dans un espace où l'innovation devient une expérience sensorielle.

Le festival invite à vivre la technologie autrement à la ressentir plutôt qu'à la consommer. Chaque édition explore un thème lié aux sens, affirmant une vision plus humaine, intuitive et émotionnelle du numérique.

Notre promesse

***“Redécouvrir la technologie autrement :
intuitive, vivante et à taille humaine..”***



Storytelling

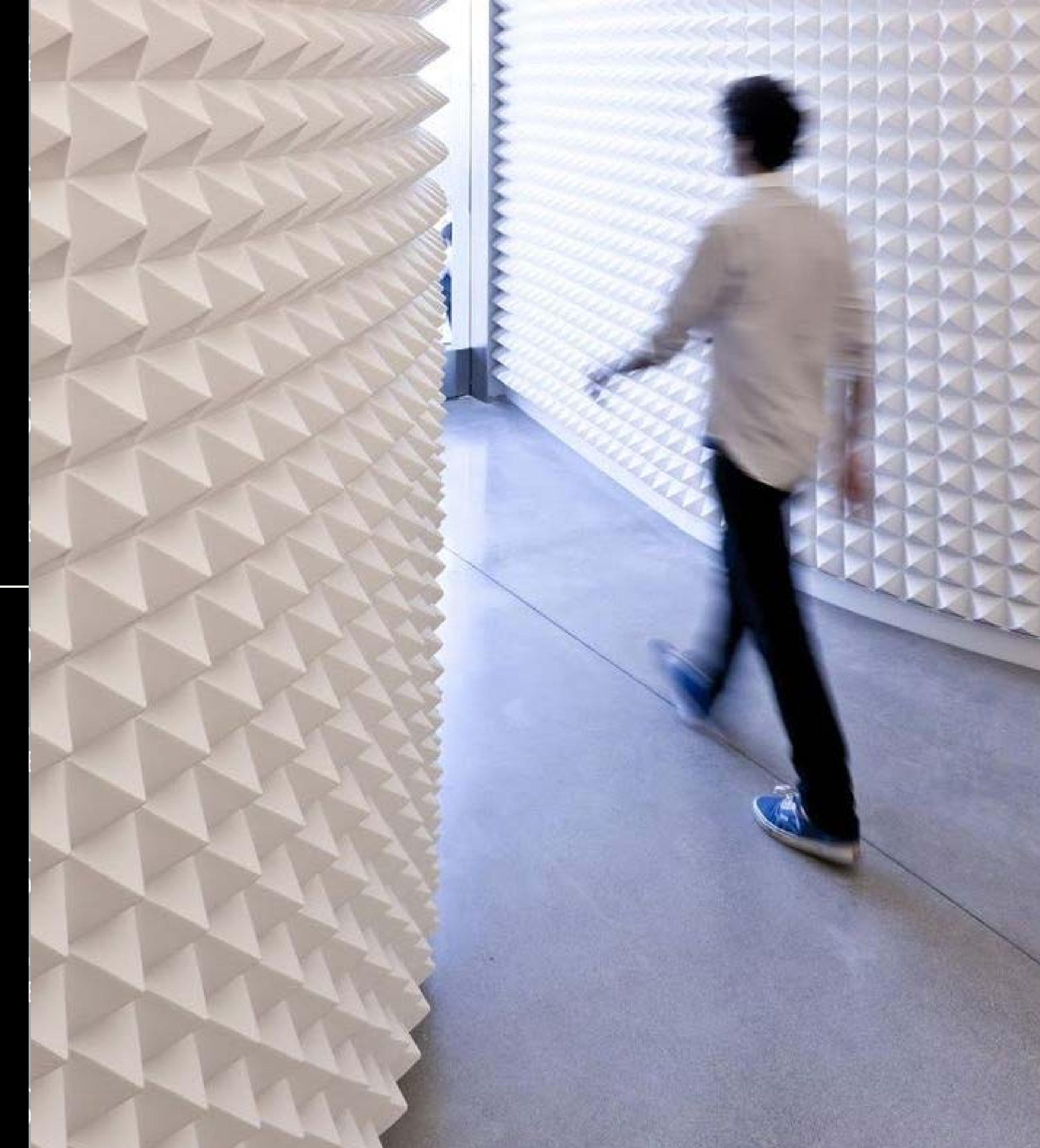
Offline nous invite à redéfinir notre lien à la technologie. Après des années à courir derrière les écrans, à scrolller le monde sans jamais vraiment le toucher, nous choisissons de ralentir pour mieux ressentir.

Le temps d'un week-end, le festival devient un laboratoire vivant où le numérique se met au service du corps, de l'émotion et de la rencontre. Ici, la technologie n'est plus un filtre entre nous et le réel, elle devient un prolongement de nos sens. Cette année OFFLINE célèbre le sensoriel sous toutes ses formes : toucher, voir, entendre, bouger, vibrer. Grâce à un bracelet connecté, chaque festivalier devient acteur du lieu : ses battements, ses gestes, ses pas et ses émotions laissent une empreinte dans l'espace.

Une lumière s'intensifie, un rythme s'accélère, une œuvre réagit, une mélodie naît. Tout vibre ensemble, au rythme de l'humain. OFFLINE, c'est un regard éveillé sur le monde qui nous entoure.

- Objectifs de communication
- Personas
- Concept de campagne
- Outils et supports
- Phases de communication

02 Stratégie





Objectif de com

Faire découvrir Offline comme un festival unique de déconnexion positive, en faisant vivre une expérience sensorielle et éveillant la curiosité sur le monde réel.

Margarita Perez

(39 ans)

Localisation
Lyon, France

Profession
**Réalisatrice et monteuse
vidéo freelance**

Formation
**Master en audiovisuel
et communication visuelle**

Revenus
3 500 € / mois

Traits de personnalité
**Créative, curieuse,
exigeante, intuitive**

Appareils préférés
**Ordinateur portable, caméra,
tablette, smartphone**

Plateformes favorites
**Instagram, Vimeo, YouTube,
Behance, LinkedIn**

Comportement digital
Suit les tendances visuelles, les
innovations techniques et les
artistes émergents

Se sent souvent saturée par les
écrans, les deadlines et la
pression du rendu visuel parfait

Objectifs
Nourrir sa créativité
par la contemplation et le ressenti

Découvrir des expériences
culturelles qui stimulent sans épuiser

Défis
Hyperconnexion et surcharge
visuelle quotidienne

Manque d'expériences
culturelles "débranchées" mais
stimulantes

Valeurs de la marque (Offline)
Équilibre, Expérience
sensorielle, Bien-être mental,
Création consciente, Lâcher-
prise





“J’ai besoin de moments où je me déconnecte pour vraiment me reconnecter à moi-même.”

Aline Ternat

(20 ans)

Localisation
Lille, France

Profession
Étudiante en graphisme

Formation
Licence en design graphique

Revenus
€1,200/
mois

Traits de personnalité
Curieuse, créative,
ouverte, introspective,
sociable

Appareils préférés
Smartphone,
ordinateur portable,
tablette

Plateformes favorites
Instagram, TikTok,
Spotify, Pinterest

Comportement digital

- Écoute des podcasts sur le bien-être et la créativité
- Recherche des expos, festivals et lieux culturels sur les réseaux

Objectifs

- Vivre des moments réels, hors écran, riches en émotions
- Trouver un équilibre entre vie connectée et bien-être mental

Défis

- Manque de temps pour soi
- Difficulté à décrocher du numérique

Valeurs de marque (Offline)

Simplicité, Authenticité,
Bien-être, Créativité,
Déconnexion



Nassim Dubois

(26 ans)

“J’entraîne les autres à se dépasser, mais j’oublie souvent de respirer moi-même.”

Localisation
Roubaix, France

Profession
Coach sportif indépendant

Formation
Licence STAPS

Revenus
2 800 € / mois

Traits de personnalité
Énergique, déterminé, bienveillant, passionné, curieux, à l’écoute

Appareils préférés
Smartphone, montre connectée, tablette

Plateformes favorites
Instagram, YouTube, Strava, Spotify

Comportement digital
Suit des athlètes, kinés et coachs orientés performance et santé mentale.

Passe beaucoup de temps sur son téléphone pour gérer ses clients et sa communication.

Objectifs
Aider les autres à atteindre un équilibre physique et mental.

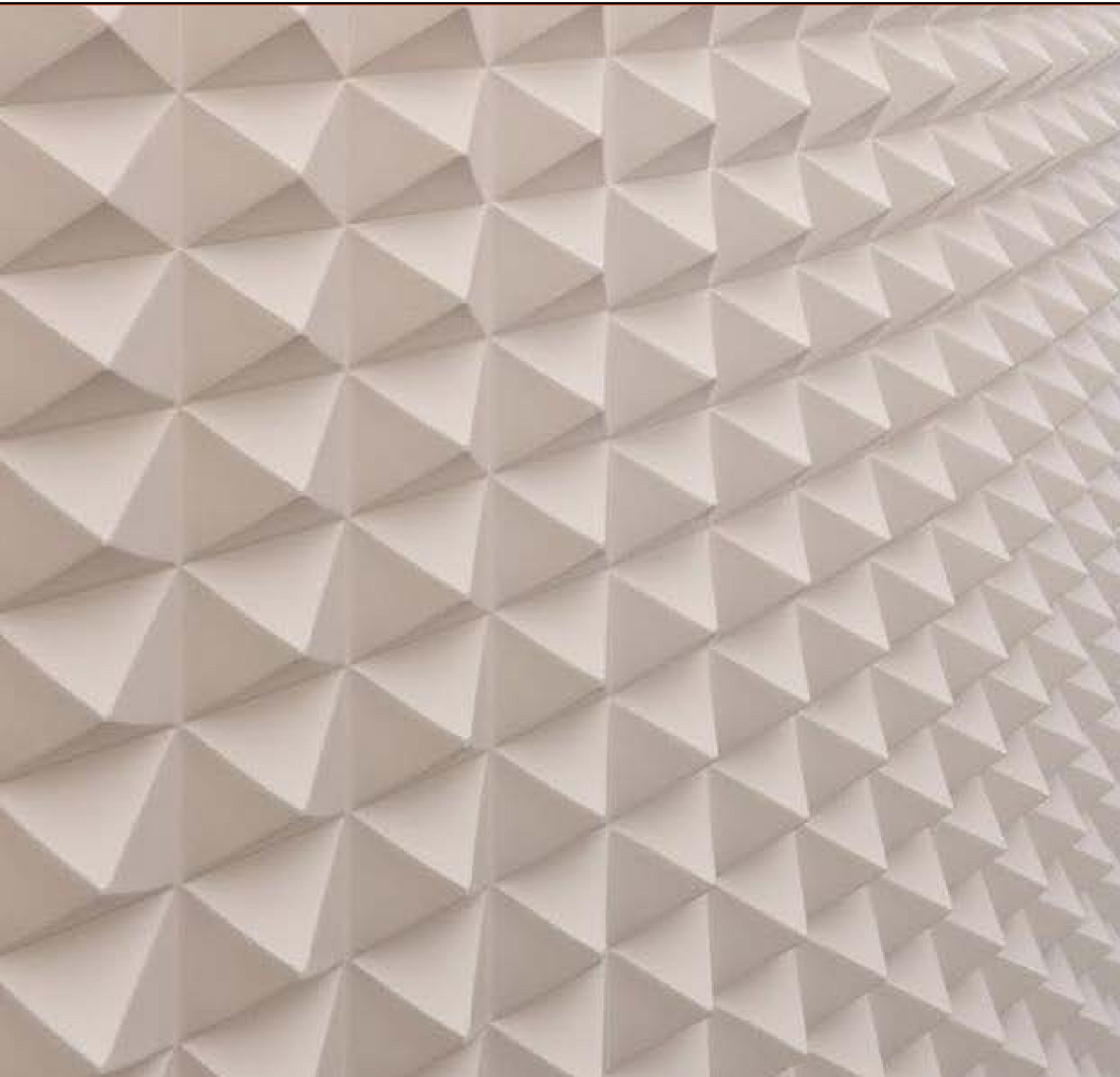
Trouver du temps pour lui, loin de la performance et du stress.

Défis
Difficulté à ralentir et à prendre soin de lui-même.

Fatigue mentale due à la surexposition en ligne et au manque de pause réelle.

Valeurs de marque (Offline)
Équilibre, Sérénité, Mouvement conscient, Bien-être, Authenticité





Campagne : Silence en pleine ville

Créer une installation où le public entre dans une pièce totalement silencieuse, au milieu de l'agitation urbaine. Ici, on ne perçoit que ses propres pensées et sensations, un contraste radical avec le bruit extérieur. L'expérience devient physique, émotionnelle et mémorable, incarnant la promesse de déconnexion d'OFFLINE.

Déclinaisons pour la communication :

- Affichage & flyers : visuels de la pièce vide
- Instagram / TikTok : mini-vidéos immersives montrant l'extérieur bruyant qui disparaît à l'entrée dans la pièce, sons étouffés, mouvements lents.



Outils & supports

- Campagne d'affiches urbaines interactives
- Vidéos courtes sur les réseaux
- Stories participatives
- Installation éphémère dans Lille
- Collaboration avec des artistes
- Ambassadeurs créatifs
- Vidéo rétrospective

Indicateurs de réussite

- Taux d'engagement sur les réseaux
- Taux de participation aux ateliers et installations
- Retombées presse (design, culture, innovation)

Planning de communication

Festival - 9 mois	<ul style="list-style-type: none">- Lancement réseaux sociaux- Création du site web- Partenariats	<ul style="list-style-type: none">- Création comptes Insta / TikTok-Page immersive avec scroll lent + sons	<ul style="list-style-type: none">- Contenu sensoriel
Festival - 8 mois	<ul style="list-style-type: none">- Campagne d'affichage- Contenus immersifs- Annonce du thème officiel : Le Sensoriel	<ul style="list-style-type: none">- Vidéos lentes, animation du logo	<ul style="list-style-type: none">- Affiches urbaines / écoles / lieux culturels
Festival - 6 mois	<ul style="list-style-type: none">- Campagne principale-Street marketing- Presse & relations publiques		

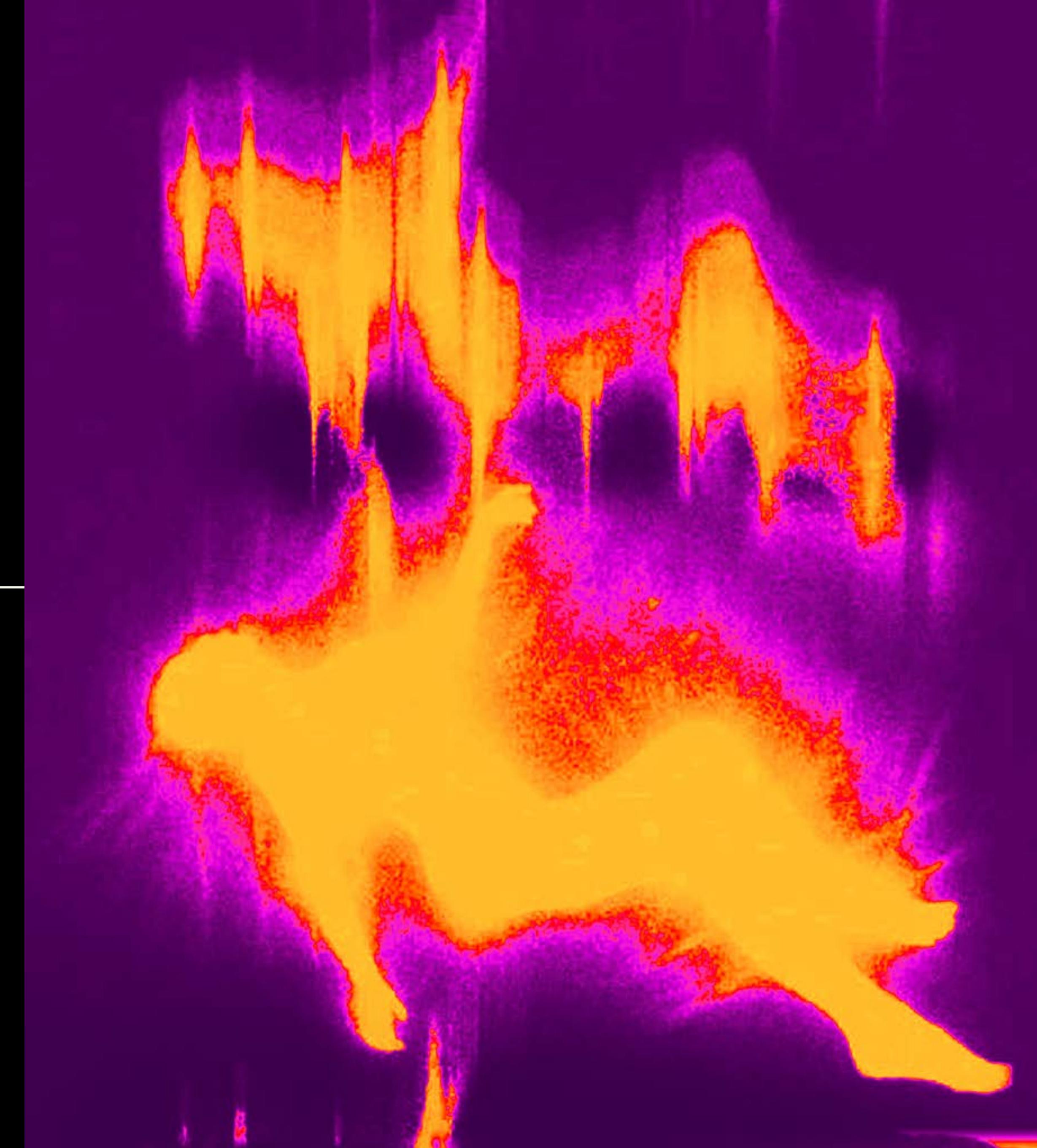
Rythme éditorial

M - 12 à M - 9	1 post par semaine		
M - 9 à M - 6	2 - 3 post par semaine		
M - 6 à M - 3	3 - 4 post par semaine		
M - 3 à J - 0	1 à 2 post par semaine		

- Logo & déclinaison
- Palette de couleurs
- Typographie

03

Identité visuelle



OFFLINE

REPROGRAMMONS NOS CONNEXIONS

**OFFLINE**Logo offline pour
l'édition 2026

Brand Logo

Le logo de l'édition 2026 reflète le thème central du festival : les cinq sens.

Chaque année, l'écriture du logo évolue pour s'adapter au thème choisi, offrant ainsi une identité dynamique et unique. Pour cette édition centrée sur le sensoriel, les contours légèrement flous du logo symbolisent le sens de la vue, invitant à observer, ressentir et percevoir le monde de manière différente.

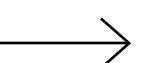
Espace logo →



Logo Espace

Bien que les effets et l'écriture du logo évoluent chaque année pour refléter le thème de l'édition, la structure et le bloc principal du logo restent inchangés. Cela permet de garantir une identité visuelle stable et reconnaissable, tout en laissant place à la créativité et à l'adaptation annuelle du design.

Logo Variations



Logo Variations

L'œil est le symbole central et permanent du festival Offline. Il représente la vision sur le monde, l'attention portée à notre environnement et l'ouverture aux expériences sensorielles. Bien que le logo puisse évoluer chaque année pour refléter le thème de l'édition, l'œil reste inchangé, incarnant l'identité forte et reconnaissable du festival à travers toutes ses éditions.

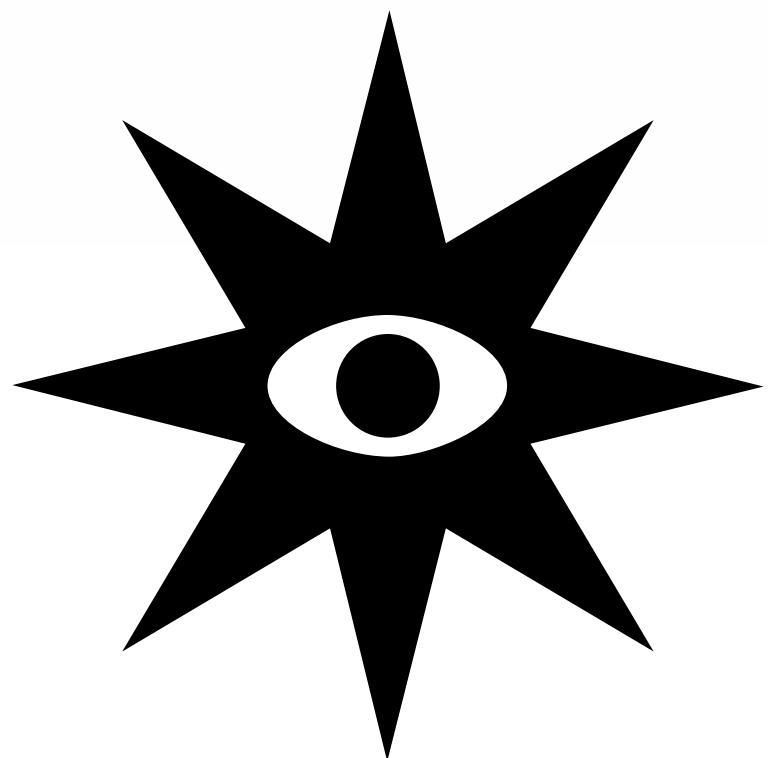
Principal



Secondaire



Logo Symbole



OFFLINE

Jaune
#ffdd36

Palette de couleurs

La palette du festival s'inspire des capteurs infrarouges, qui traduisent la chaleur du corps en couleurs. Les tons chauds rouges, oranges et jaunes représentent les zones d'énergie et de chaleur corporelle, tandis que les tons froids bleus et verts symbolisent les zones de calme et de détente. Cette palette traduit visuellement la sensibilité du corps et des sensations, et reflète l'univers sensoriel immersif et attentif d'offline.

Bleue

#3ec7f4

Vert

#58b947

Rouge

#ff0000

Rose

#e30dd6

Violet

#380045

Typographie

La typographie Unicore a été choisie pour son équilibre entre rigueur technologique et sensibilité organique. Son dessin géométrique évoque la structure et la précision du numérique, tandis que ses courbes arrondies lui apportent une dimension plus humaine et fluide. Ce contraste traduit parfaitement la vision du festival : une rencontre entre innovation et émotion, entre machine et ressenti.

Utilisée en capitales, Unicore impose une présence forte et contemporaine, sans froideur. Elle reflète la clarté et la sobriété du design tout en laissant place à la légèreté du geste et du mouvement. C'est une typographie qui se lit comme elle se ressent : directe, lisible, mais chargée d'une certaine douceur.



Unicore

Regular.
Bold.

A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r
s t u v w x y z

0123456789!#%@&*()

Unicore Regular
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Unicore Bold
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y
Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

- Affiches
- Flyers
- Tickets & badges
- Goodies

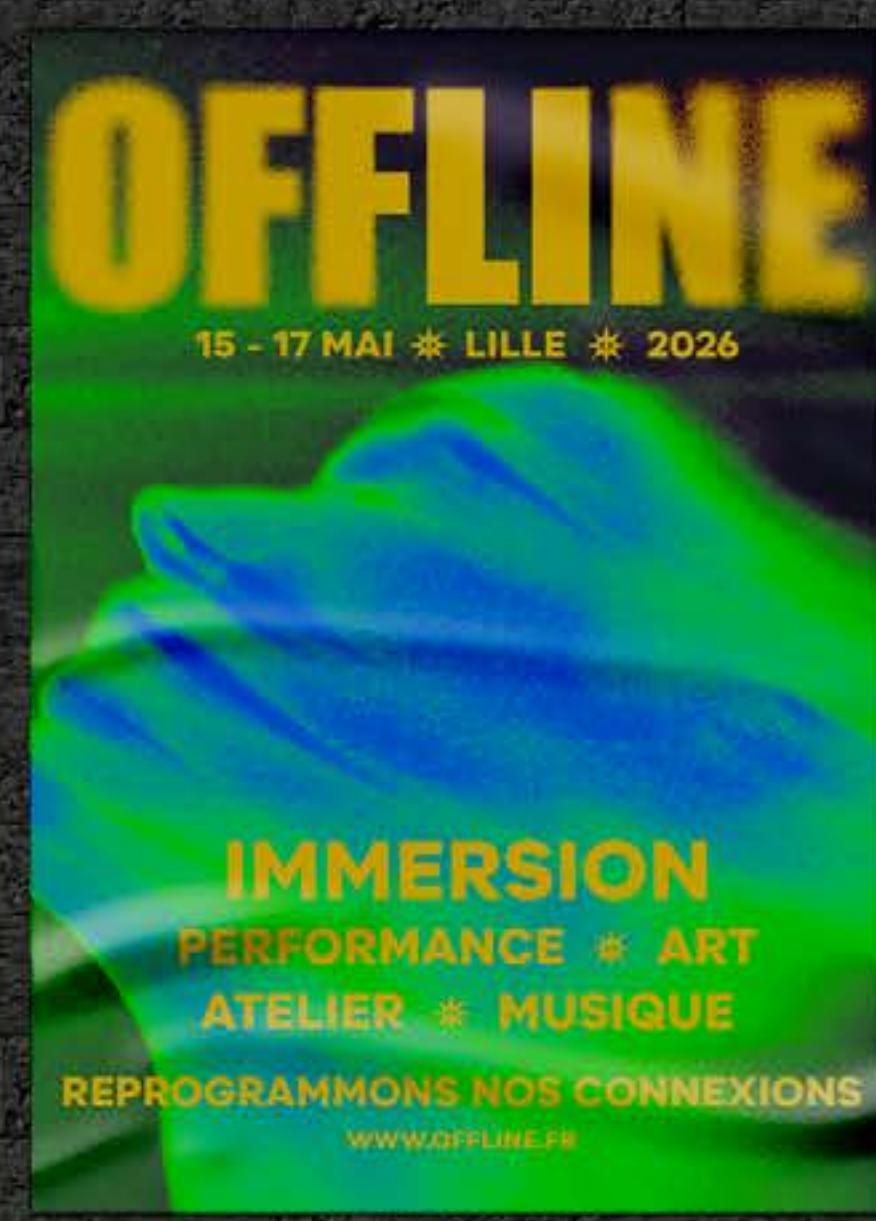
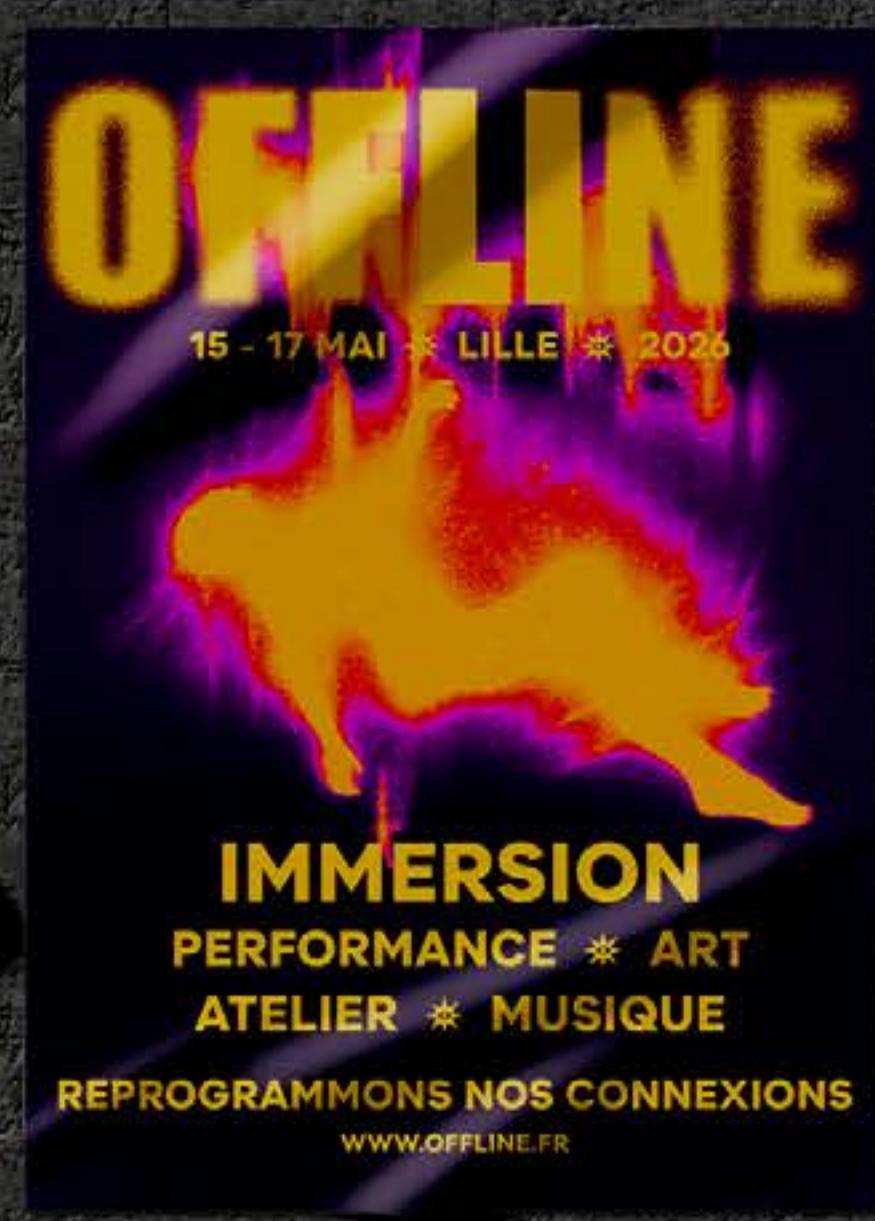
04

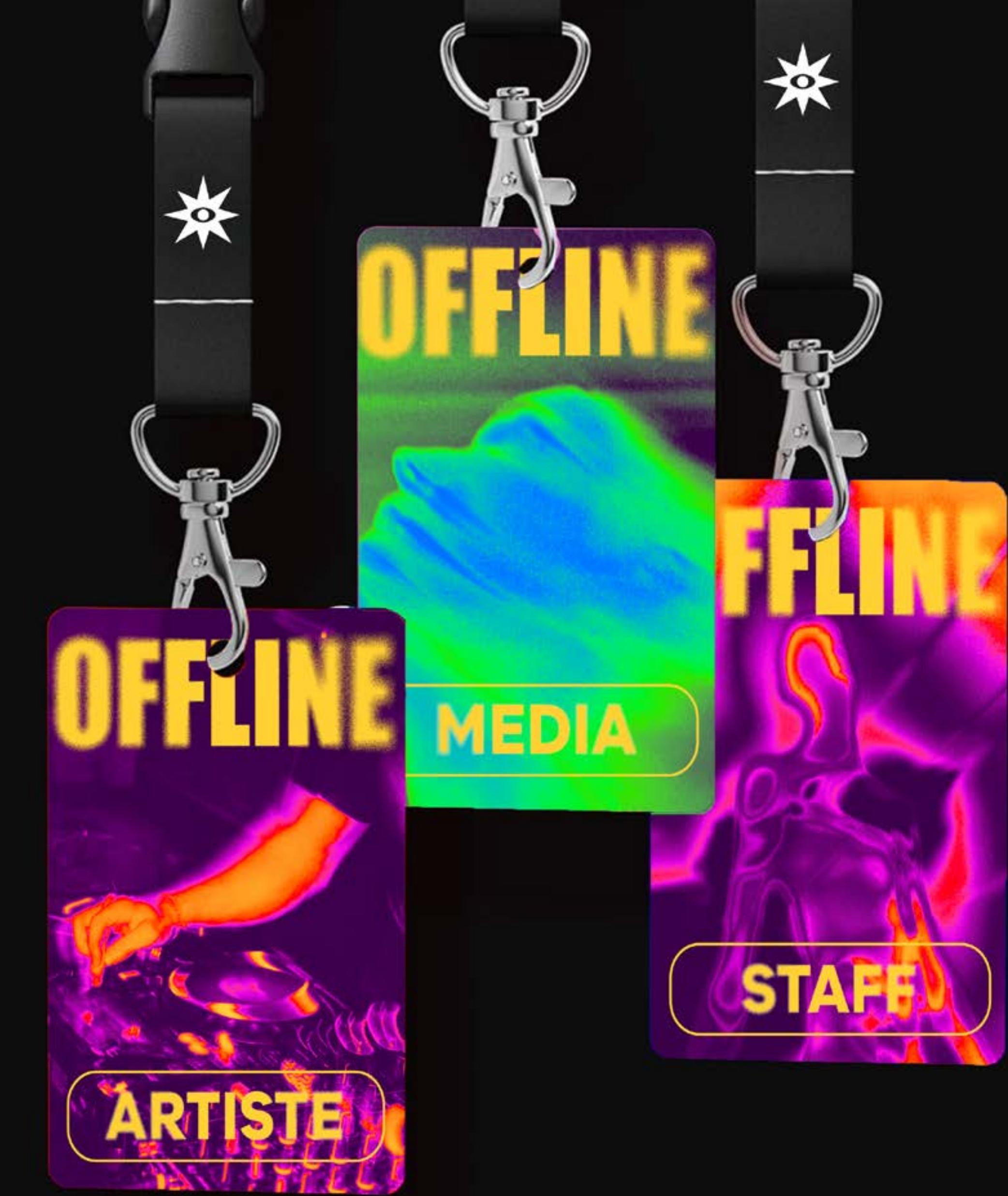
Déclinaisons





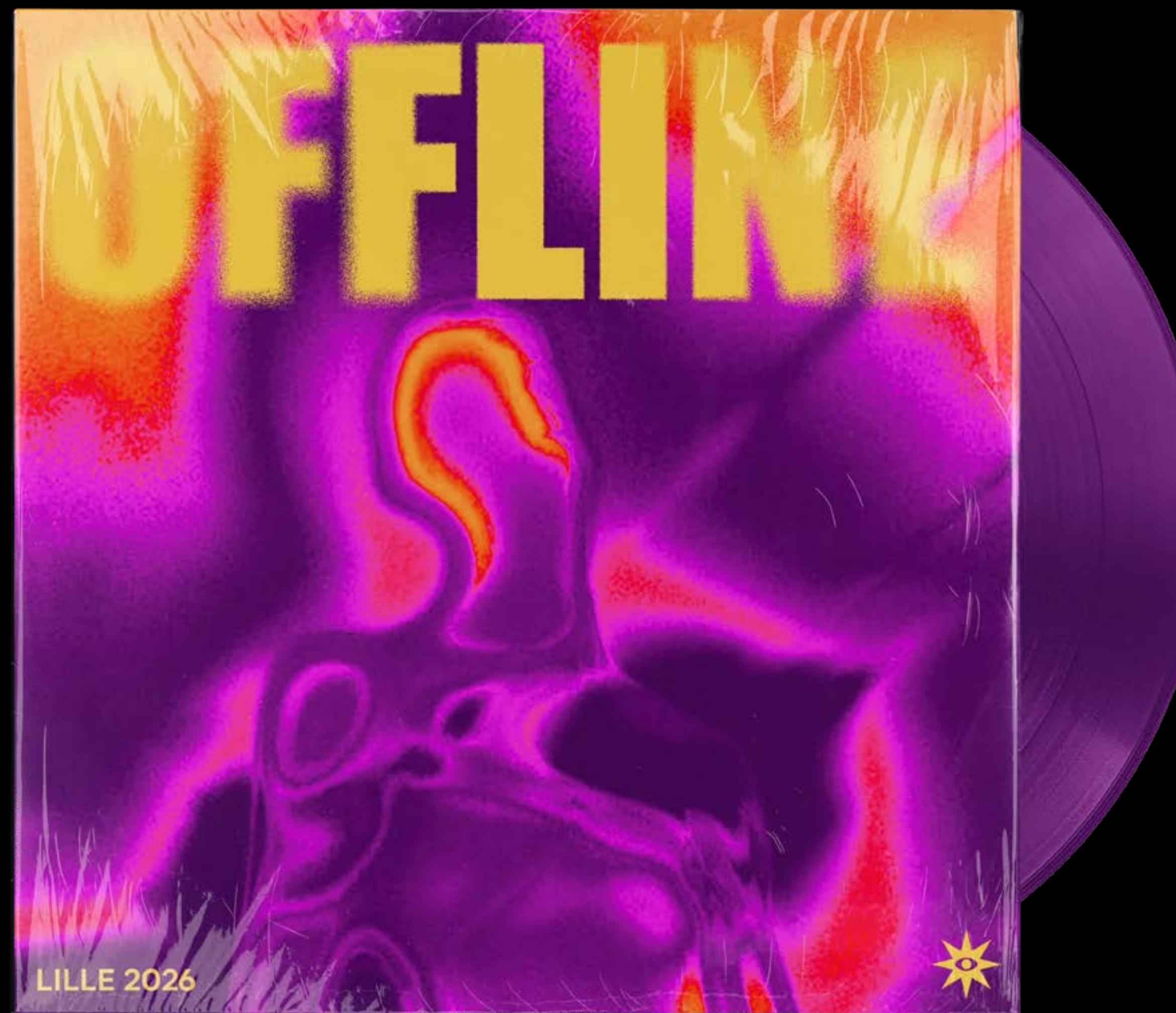




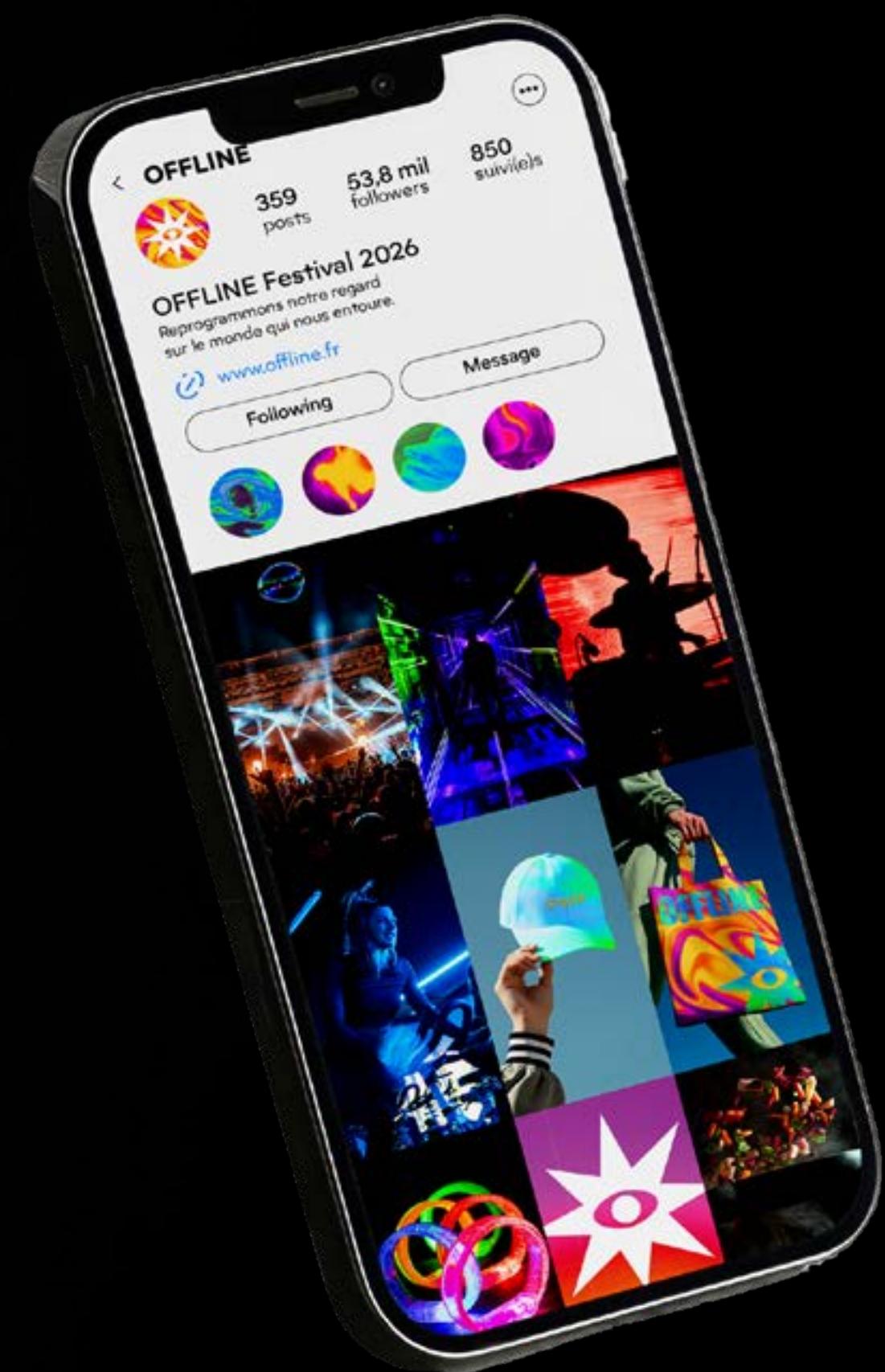














OFFLINE

BRANDING

**REPROGRAMMONS
NOS CONNEXIONS**

**Nolwenn Chavanon
Daryan Nana de tondji
Alixia Vannet**

Tel. +00 123 4567890

www.studio_adn.com