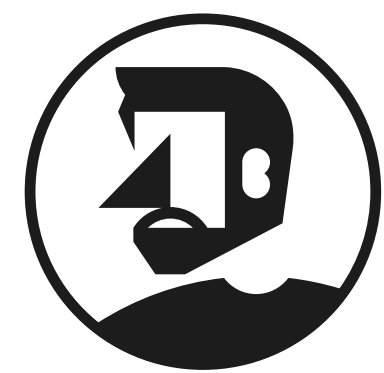




A R T H U R **V A L E N T I N**

direction artistique — design graphique — illustration — conception-rédaction

portfolio 2026

■ AVANT-PROPOS

Directeur artistique et graphiste expérimenté, je m'appuie sur plus de seize années de pratique au sein de contextes multiples : en agence, chez l'annonceur, en indépendant, et même lors d'une campagne présidentielle. Cette diversité de terrains m'a permis de développer une approche solide, capable de répondre à des exigences élevées tout en laissant place à une certaine liberté créative. J'accorde une importance particulière à l'équilibre entre intuition et méthode, afin de produire des visuels à la fois pertinents et impactants. Par ailleurs, mon expérience dans l'enseignement supérieur m'a conduit à transmettre mon savoir-faire à de futurs directeurs artistiques et communicants. Je suis à l'aise sur le branding, le packaging, les campagnes print, les supports digitaux, ou même la PLV.

Mon portfolio reflète cette volonté d'explorer un large spectre de projets, afin de témoigner de ma polyvalence. Si certains projets se concentrent un peu plus sur l'esthétique et d'autres sur le sens, je cherche toujours à rester ancré dans la stratégie de communication, à faire que la forme serve le fond, sur la base d'une idée forte, et à faire preuve de cohérence avant d'être, pourquoi pas, disruptif.

sur chaque pages
cliquer dans ce coin
permet de revenir
au sommaire

SOMMAIRE

■ BRANDING

ÉVÉNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup	6
Logotype	7
Déclinaisons du logotype	8
Visuels des premiers évènements (2017–2018)	9
Visuels des premiers évènements (2018–2020)	10
Affiche et flyers pour un évènement fictif	11
Visuels des évènements (2021–2023)	12
MRCBCP x La Grenze	13
MRCBCP 5 ans	14
Visuels émission Z•Est Radio	16
Visuels d'évènements divers	17
Résidence à la Péniche Mécanique	18
Merci Beaucoup Festival #1	19
Merci Beaucoup Festival #2	23
Merci Beaucoup Festival #3	27
Merci Beaucoup Festival #4	30
Impressions diverses	33
Merchandising	34
Scénographies	35
Animations diverses	36
Club Infiné	37
Electropicales 2019	38
October Tone Parties 2018	39
October Tone - Saison 2018-19	40
Aube	41
Divers	42

ÉVÉNEMENT CORPORATE

The Face of Tomorrow	44
Axa Services Maroc - 10 ans	45
Ascend P7 S	46
LOGOTYPE	
Ben Szewczuk - Bijoutier	49
Sélection de logotypes	54
2012 - 2016	55
2016 - 2017	56
2017 - 2019	57
2019 - 2020	58
2020 - 2023	59
2023 - 2024	60
2024 - 2026	61
PACKAGING	
Bière OTP	63
Resultime	68
L'expérience Incroyable N°2	72
Infiné	73
Mykklo	74
Port Ellen	75
Intentions	76
Whisky Sponge	77
Whisky Fun - 21 ans	78

■ COMMUNICATION

PUBLICITÉ

Peugeot	81
Club Med Gym	85
Extreme - Divers	87
Extreme - PLV	89
French Wines	90
Roxee VOD	91

INSTITUTIONNEL

Plastic Omnium	93
Cartes de vœux	94

INTERNE

Groupe Pierre et Vacances	96
Axa	97

POLITIQUE

Campagne présidentielle	99
Plaquette Projet	100
Verbatim	101
Infographie R.U.E.	102
Riposte	103
Campagne Législative	105

■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Darius Pronowski	108
Collages	122
36 Days of Type	
#6	123
#7	124
#8	125
#9	126
#10	127

ILLUSTRATION

Affiche engagée	129
Divers	130
Dessins pour enfants	131

tous les numéros de
pages sont cliquables

BRANDING

identité visuelle — univers graphique — positionnement

■ BRANDING

ÉVÈNEMENT CULTUREL

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Collectif créatif et récréatif, MRCBCP c'est bientôt 10 ans d'évènements autour de la musique électronique, de l'art mais aussi et surtout de la fête.

En tant que membre fondateur et directeur artistique de l'association, j'ai assuré la création de l'identité visuelle de celle-ci, où je décris le contour d'un territoire graphique clair mais fluide.

Je suis également responsable de la création des identités visuelles de 100% de nos évènements, mais aussi du merchandising, et de tous nos projets annexes. Je m'occupe aussi d'une partie de notre stratégie de communication et de certains aspects opérationnels.

Client : Association MRCBCP — 2017 - 2026

Marché : Culture, musique, art, nuit — Strasbourg

Rôle : DA, graphisme, exécution — Bénévolat

Apport : Branding 360° du collectif et des évènements, création du merchandising, co-création de scénographies, communication

Anecdote : Au départ, l'association devait s'appeler 'La Sauce'. La proposition 'Merci Beaucoup', inspirée par un morceau des rappeurs belges Caballero et Jean-Jass, que j'écoutais régulièrement à l'époque, est lancée in-extremis, et remporte finalement l'adhésion des membres.

■ B R A N D I N G



Merci Beaucoup

Logotype

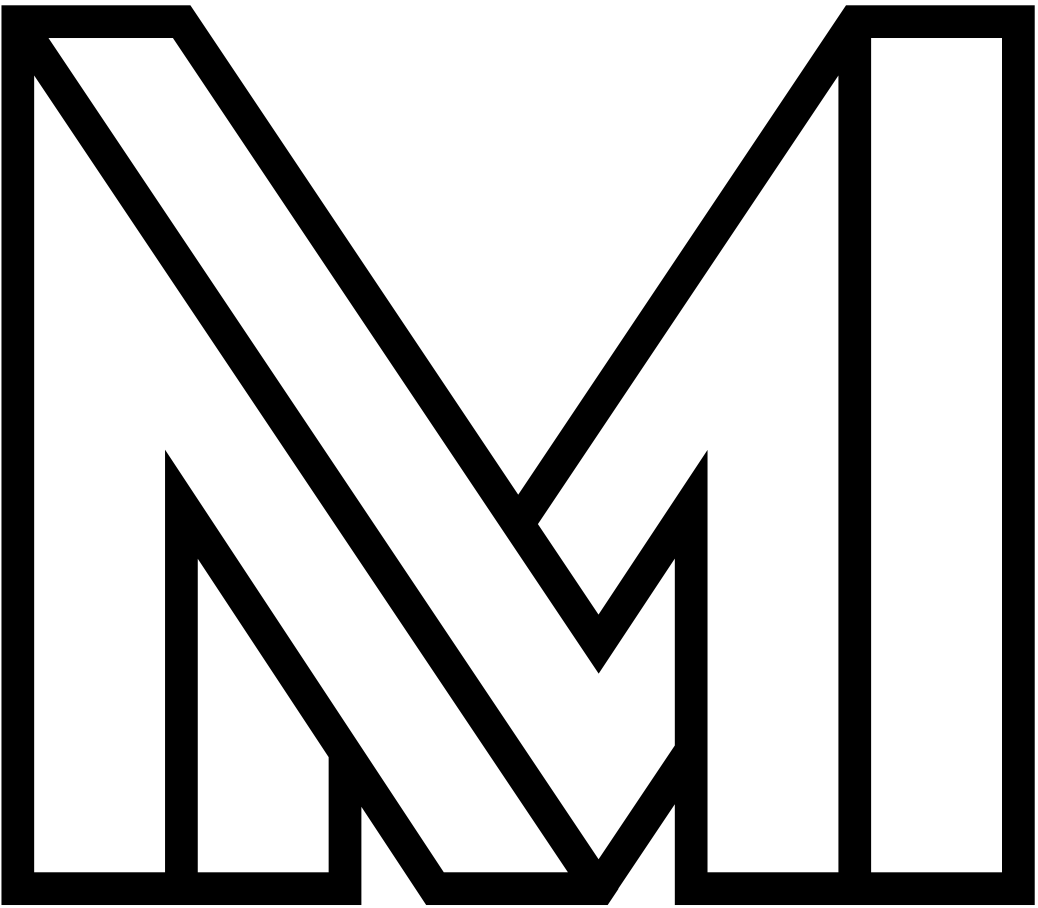
2017

Le M en 3 dimensions, pour l'initiale de Merci, est dans une perspective impossible, inspirée par les œuvres de M.C. Escher et l'anneau de Moëbius. Cela symbolise l'infinité, qu'on peut considérer comme la 'forme ultime du beaucoup'.

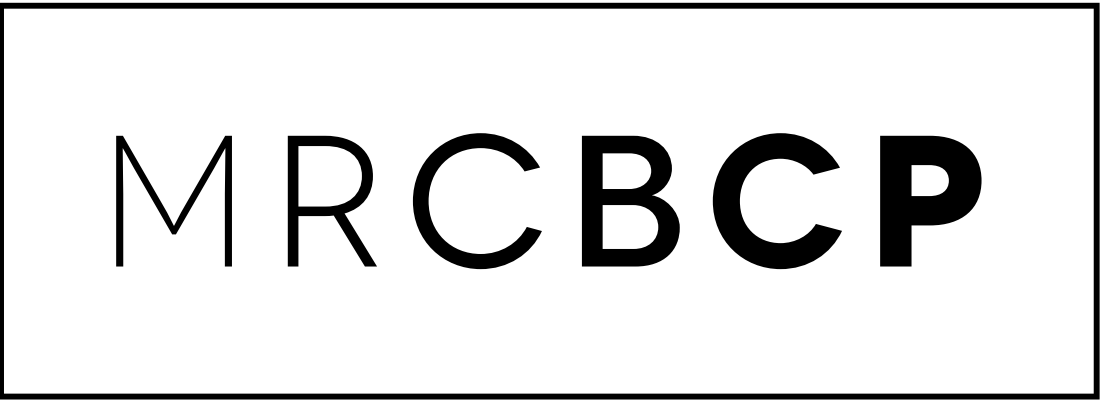
a. Concept séparé du texte

b. Texte séparé du concept, toujours encadré

a.



b.



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Déclinaisons du logotype

2017 - 2026

Réalisées au gré des différents évènements organisés par le collectif, ces déclinaisons sont principalement utilisées comme images de profil sur les réseaux sociaux.



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Visuels des premiers évènements

2017 - 2018

- Cleveland — Affiche
- Résidence à la Kulture #3 — Bannière Facebook
- 1^{er} Anniversaire — Bannière Facebook
- Jennifer Cardini — Affiche



■ BRANDING



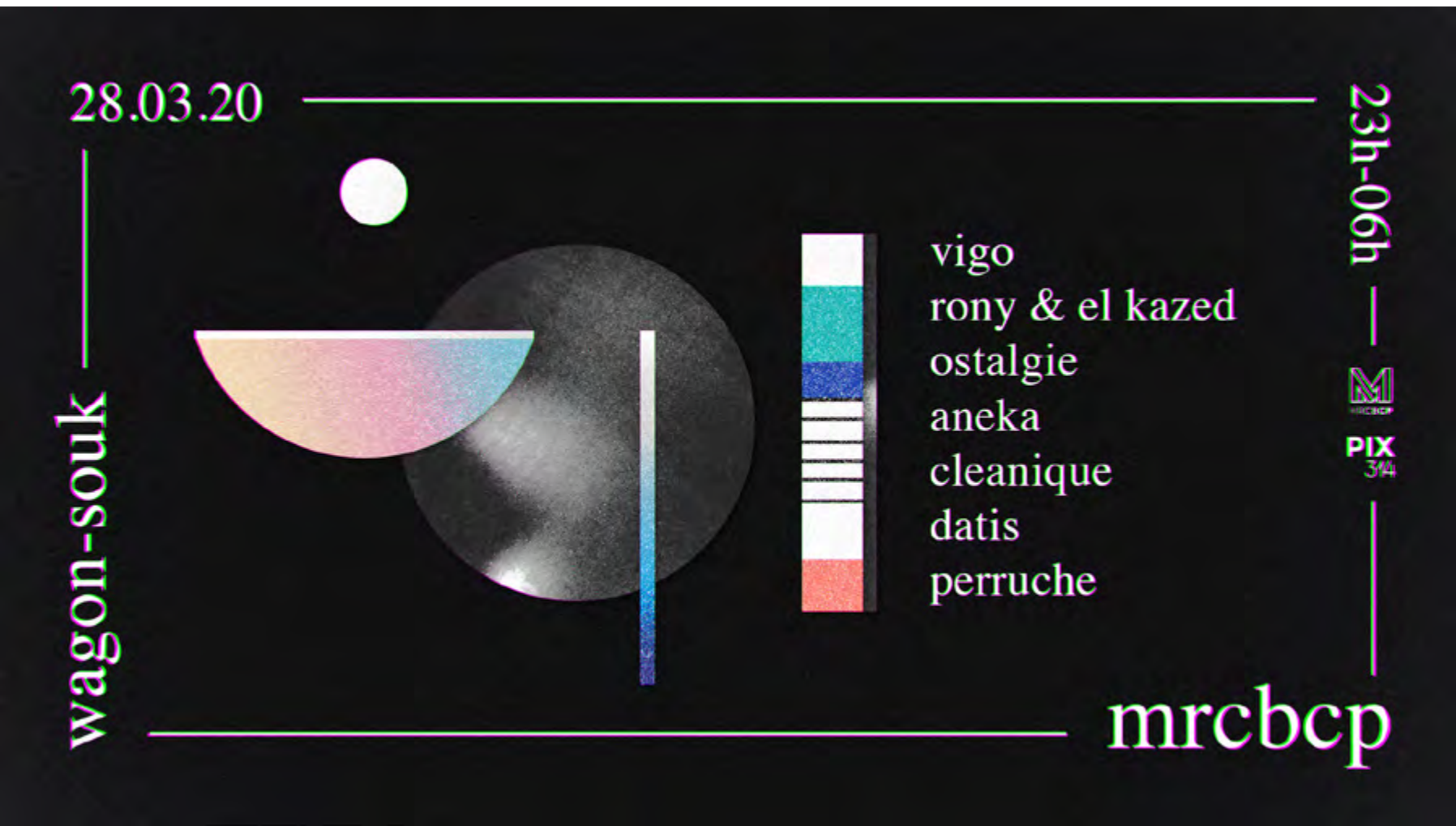
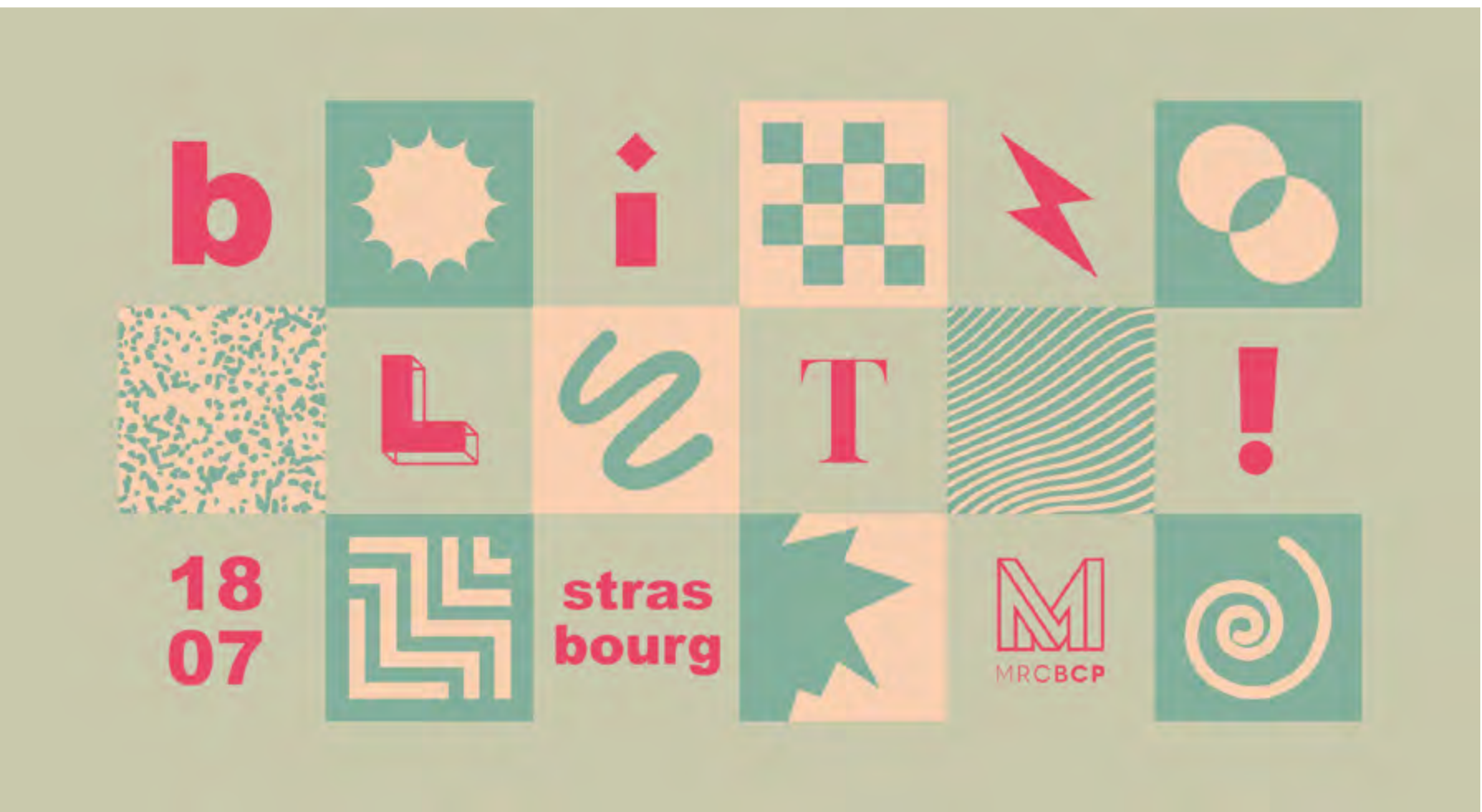
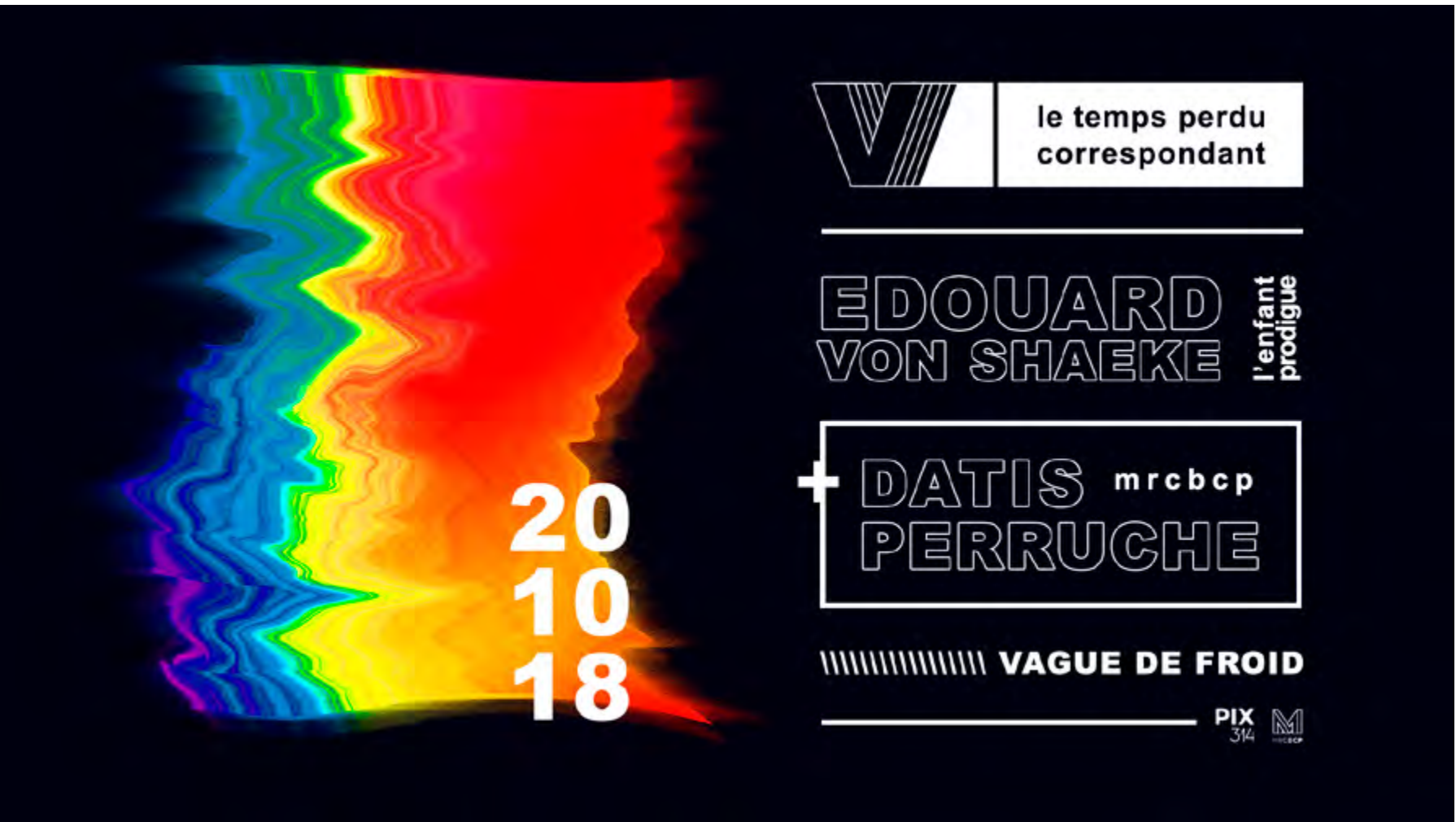
ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Visuels des premiers évènements

2018 - 2020

- Merciné Club #1 — Bannière Facebook
- Vague de Froid — Bannière Facebook
- Blitz #1 — Bannière Facebook
- Blitz #2 — Bannière Facebook
- Frankey & Sandrino, Ripperton — Affiche
- MRCBCP au Wagon Souk — Bannière Facebook



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Affiche et flyers pour un évènement fictif 2021

La pandémie de Covid-19 oblige l'association à annuler son évènement prévu au Wagon Souk début 2020 et à suspendre son activité.

Après 3 confinements, cette fausse affiche avait pour but de surprendre et remotiver le collectif, afin d'aider ses membres à se projeter vers un retour de la fête dans leur quotidien.

Le visuel s'inspire des flyers de raves des années 90, souvent photocopiés et réalisés en amateur.

Anecdote : Le personnage central de l'affiche n'est autre que Ludo, le programmeur de l'association. La photo d'origine est issue du photobooth d'un mariage, d'où ce décalage fabuleux entre le costume et les lunettes fantaisies. Cette photo a aussi été utilisée pour créer un superbe sticker à surface holographique.

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

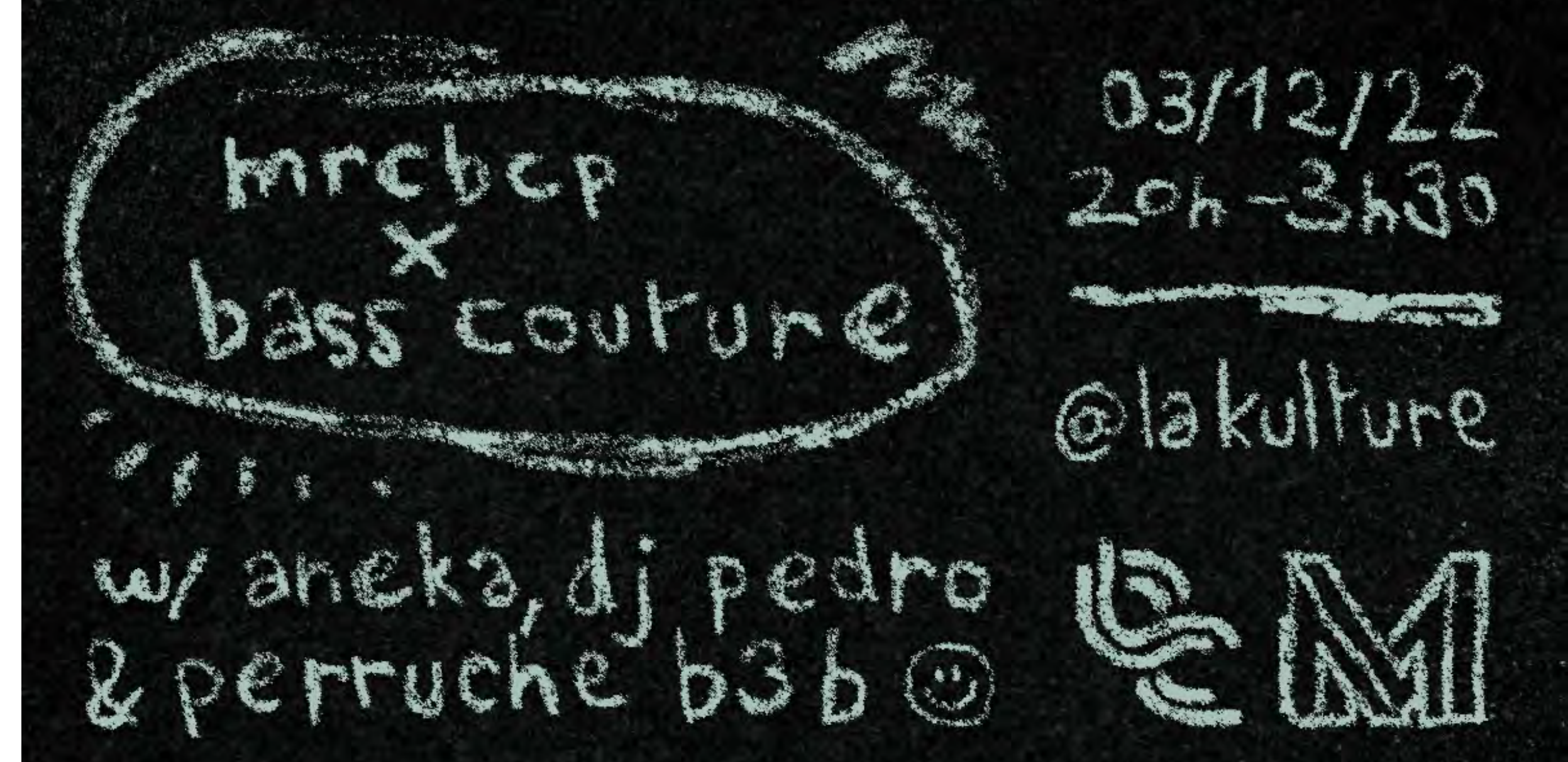
Merci Beaucoup

Visuels des évènements qui suivent la reprise des activités du collectif

2021 - 2023

- MRCBCP à la Grenze — Bannière Facebook
- Résidence à la Manu't — Bannière Facebook
- Résidence à The People — Bannière Facebook
- MRCBCP x Bass Couture — Bannière Facebook
- MRCBCP x Contre-Temps — Post Instagram

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

MRCBCP x La Grenze

2022

Il s'agit du premier évènement d'ampleur du collectif depuis la reprise de ses activités après la crise de la pandémie du Covid 19.

Le public n'a pas encore repris ses habitudes en revanche, ce qui implique plus d'efforts dans la communication autour de l'évènement.

Des visuels dédiés aux artistes voient le jour, ainsi que l'envoi de newsletters, et le début de l'utilisation de publications sponsorisées sur les réseaux sociaux, devenues nécessaires pour atteindre notre cible.

- Posts Instagram artistes
- Post Instagram annonce de l'évènement

Anecdote : Cet évènement est en fait une adaptation en urgence d'un autre projet : Le Merci Beaucoup Festival. Hélas, celui-ci a été annulé au dernier moment par le lieu prévu à l'origine. Le collectif n'a donc pas eu d'autre choix que de décommander certains artistes, et de trouver refuge à la Grenze au dernier moment.

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

MRCBCP 5 ans

2022

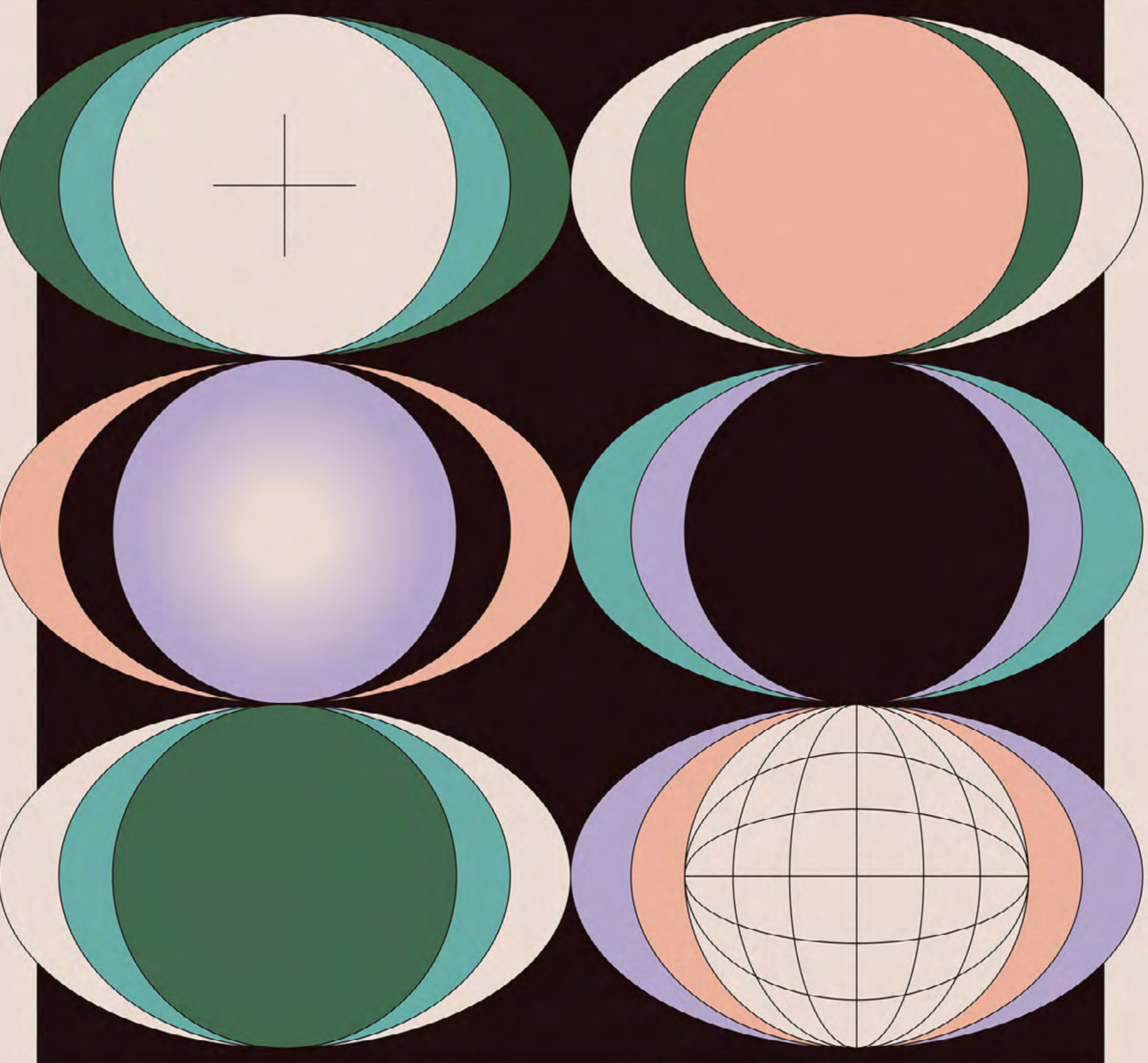
Un évènement anniversaire qui relance réellement le collectif sur de bonnes bases et qui comporte son lot de nouveautés : Celui-ci commence dès 15 h, avec 2 scènes, l'une extérieure et l'autre intérieure. Une exposition d'ampleur est également organisée.

Cet évènement posera certaines bases en termes d'organisation et de communication qui seront réutilisées plus tard lors de l'organisation du Merci Beaucoup Festival.

- Affiche
- Post Instagram artiste
- Story Instagram artiste

Anecdote : Cet évènement était prévu aux Ateliers Éclairés, mais un problème d'autorisation de dernière minute le fera migrer à quelques centaines de mètres, aux Studios du Rhin. Ce changement sera finalement bénéfique, puisque ce nouveau lieu se révélera idéal pour l'organisation du projet de longue date du collectif : le Merci Beaucoup Festival.

■ BRANDING



MERCI BEAUCOUP 5 ANS

Aux Ateliers Éclairés

DJ Sets Cormac Mala Ika Xanass Françesco Bim - Datis Kleo - Perruche	01 10 22 15h -5h
Exposition Psy156 - Kazy Usclef Maxime Ivanez - Kean Wose - Jules Nehlig Sidney Briand - Niack Darius Pronowski	M

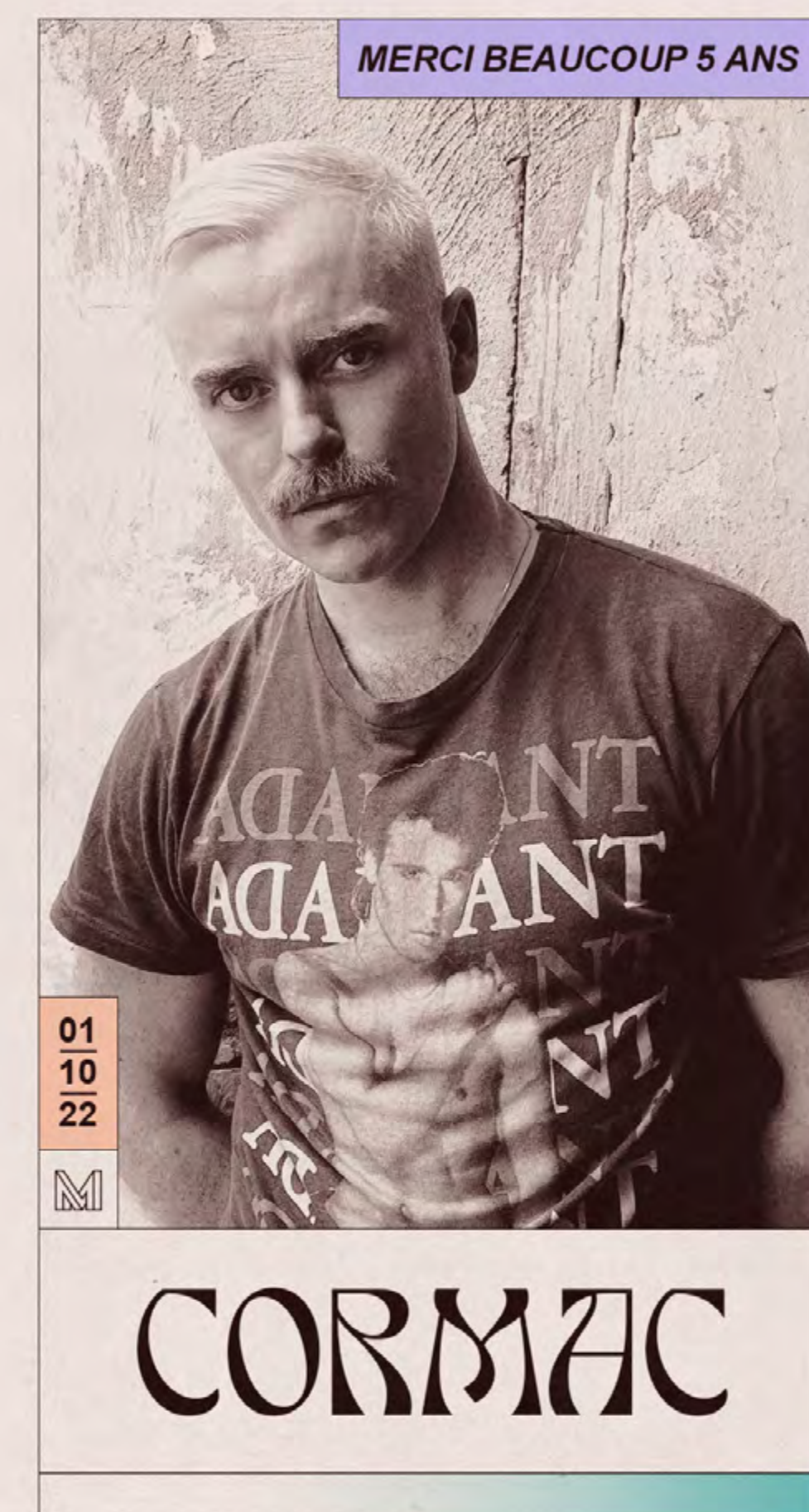
Strasbourg.eu
eurometropole

LAGOONA
Sand & Light

h20
Bière


MY SECURITY

+ Foodtruck - Playground



ÉVÈNEMENT CULTUREL

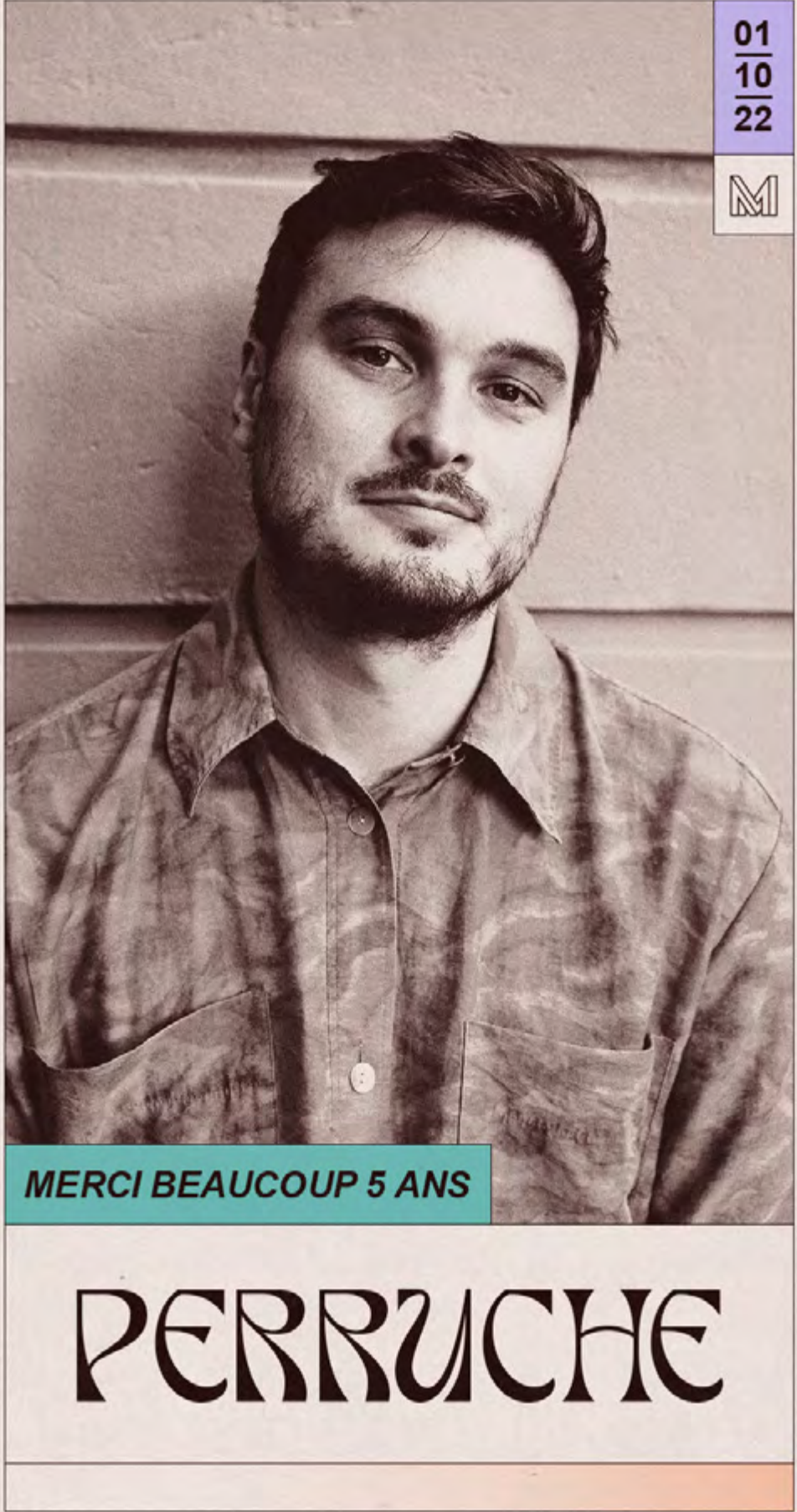
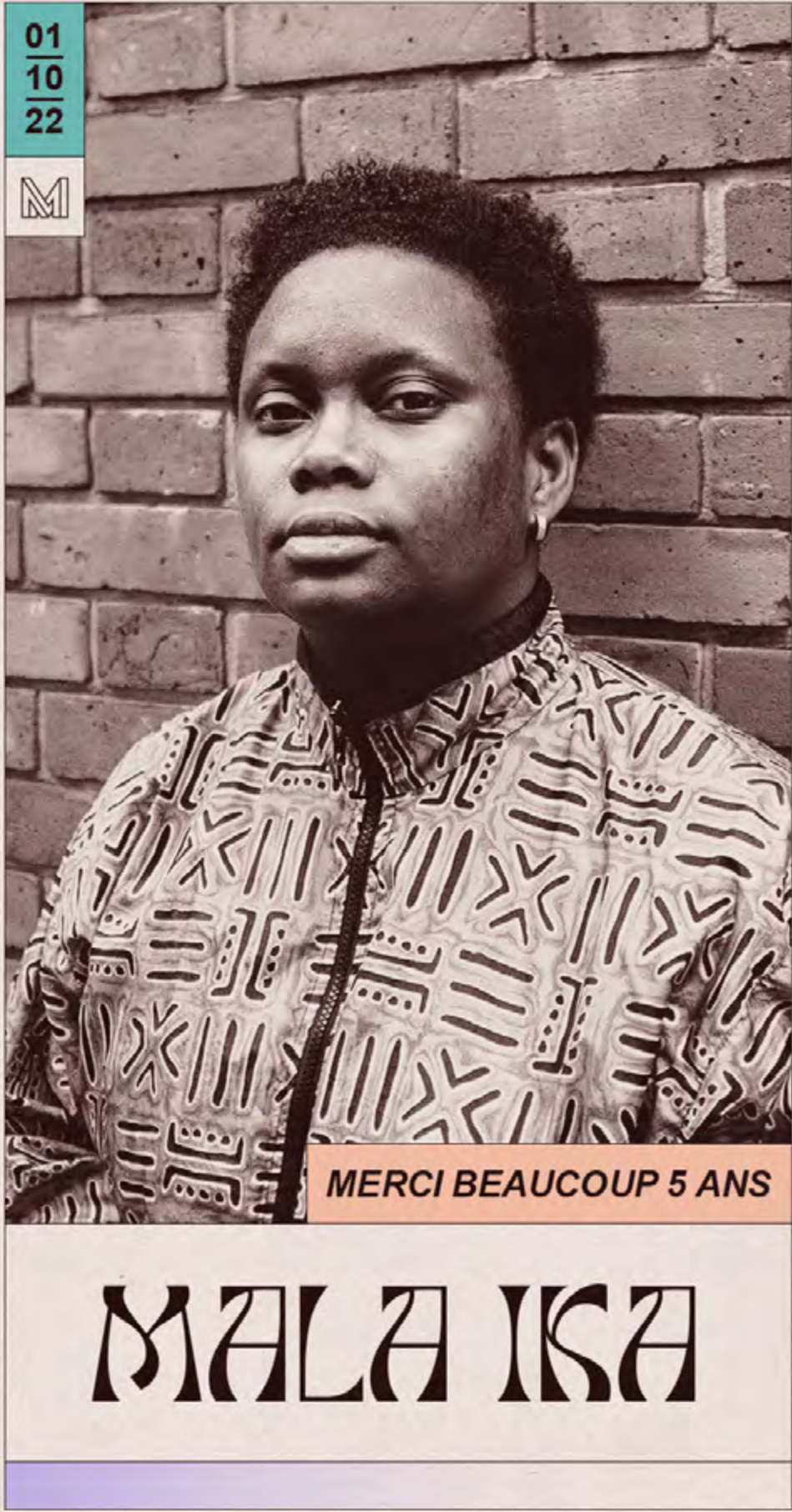
Merci Beaucoup

MRCBCP 5 ans

2022

- Posts Instagram artistes
- Stories Instagram artistes

BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Visuels pour l'émission mensuelle du collectif sur Z•Est Radio

2021 - 2023

Des posts Instagram très graphiques, mais une cohérence visuelle dans les déclinaisons qui donne une image identifiable sur un feed.



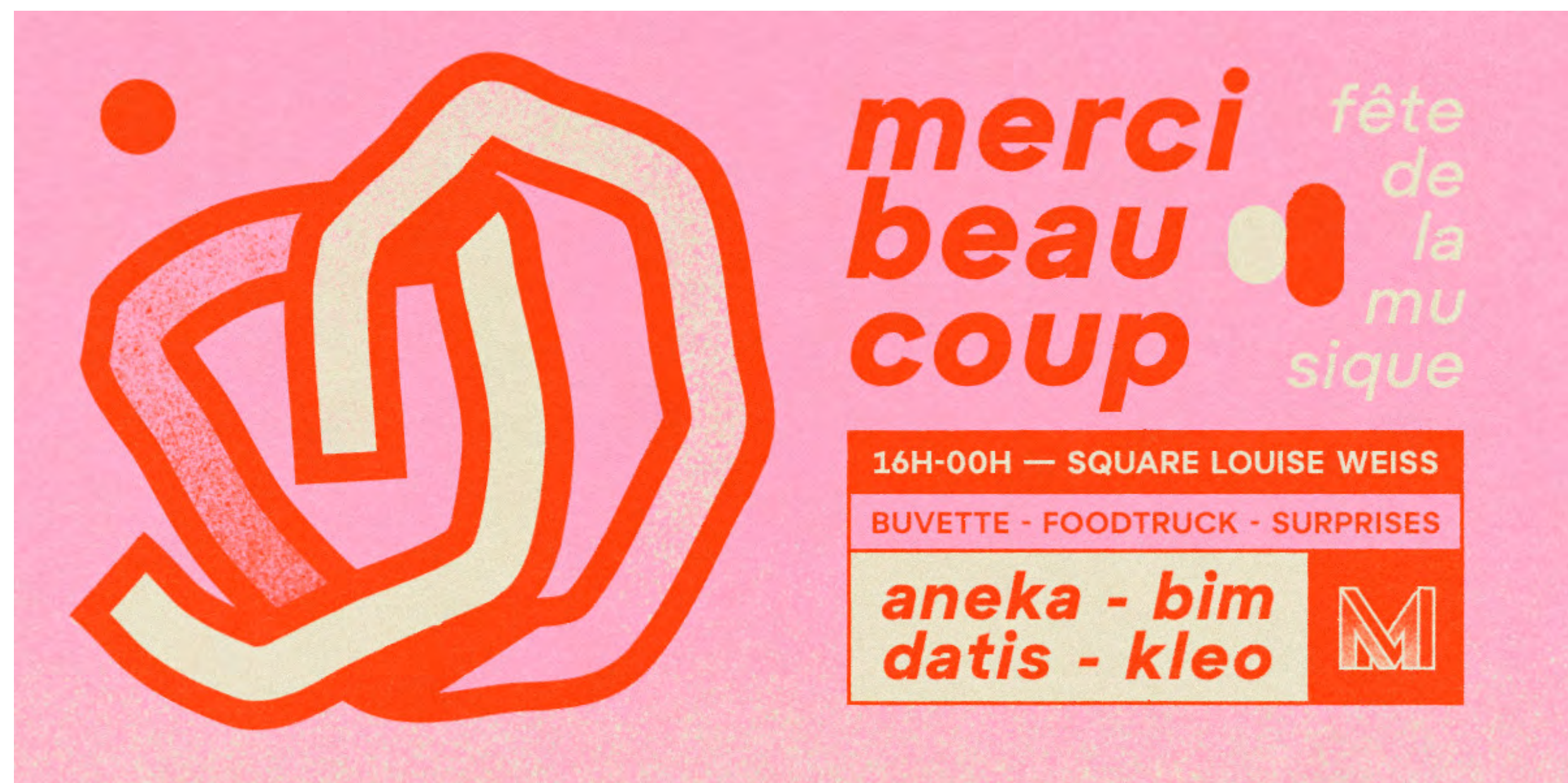
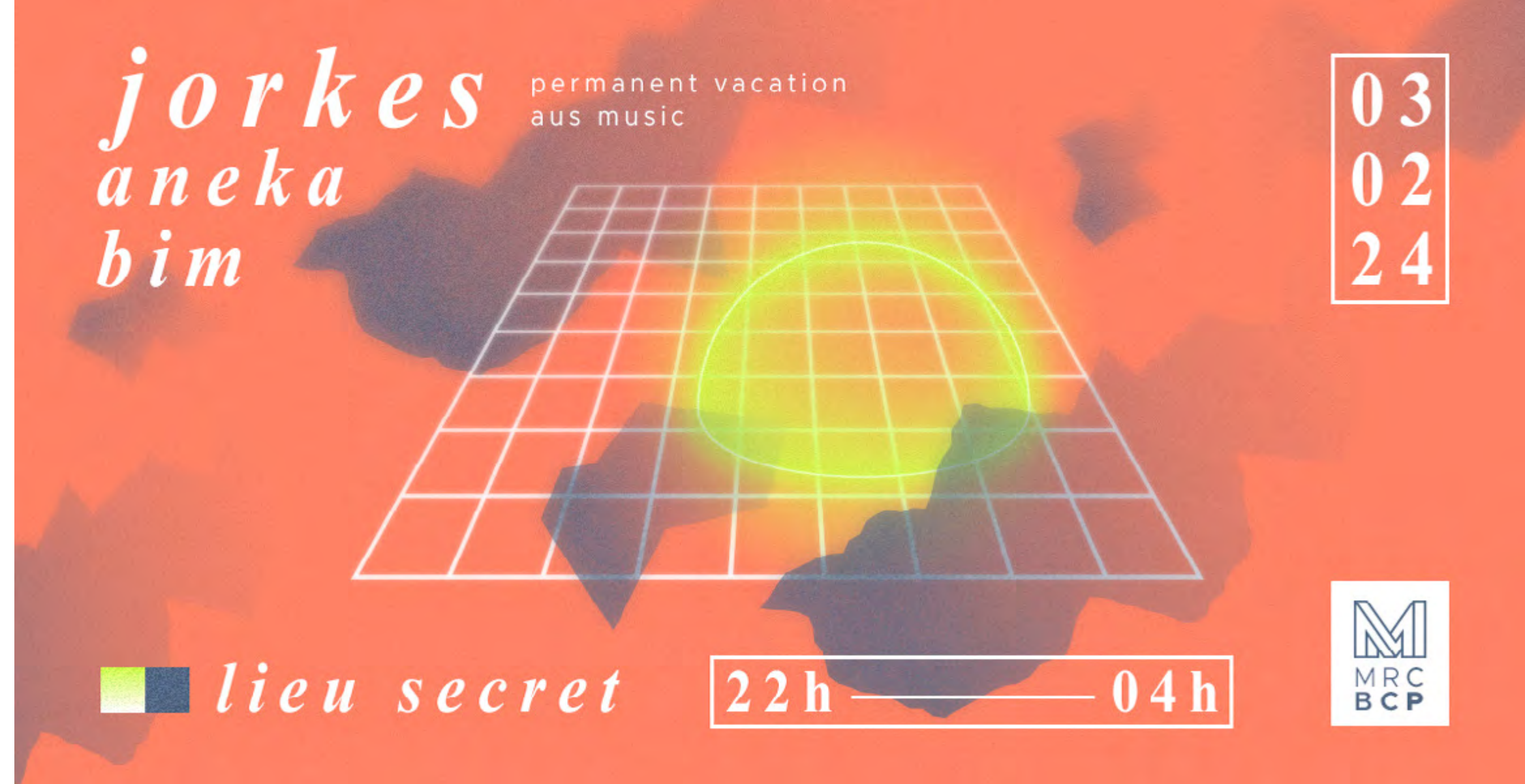
ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Visuels d'évènements divers

2023 - 2025

- Résidence à la Kulture — Post Instagram
- Fête de la Musique 2024 — Bannière Facebook
- Jorkes — Bannière Facebook
- Damiano von Erckert — Bannière Facebook
- Fête de la Musique 2025 — Bannière Facebook



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Résidence à la Péniche Mécanique

2023 - 2024

Certains lieux ont des chartes graphiques peu permissives à respecter. Et c'est le cas de la Péniche Mécanique, qui use d'une contrainte forte à cette époque : Fond rouge, et seul le noir et le blanc sont autorisés pour le reste des éléments.

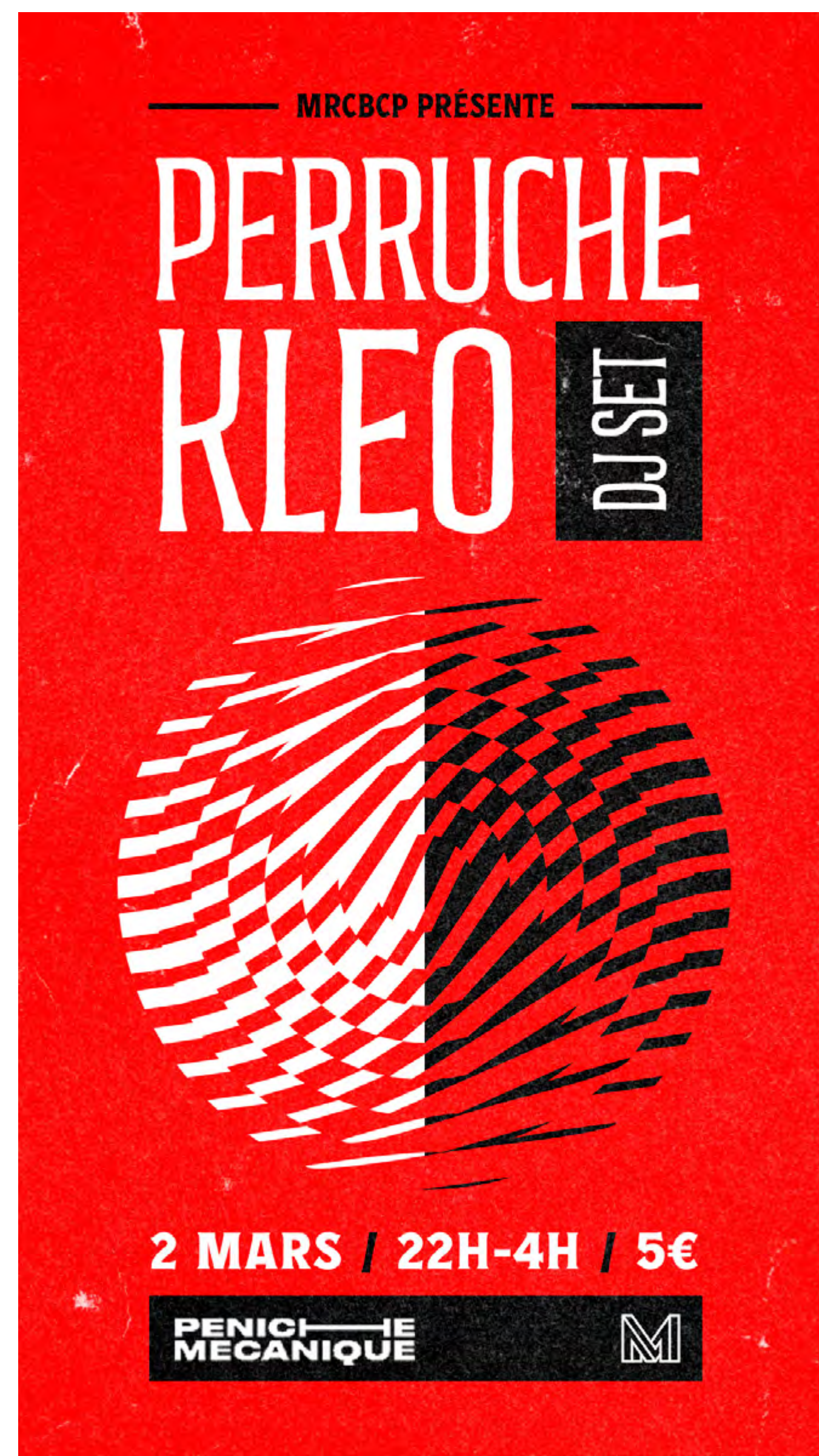
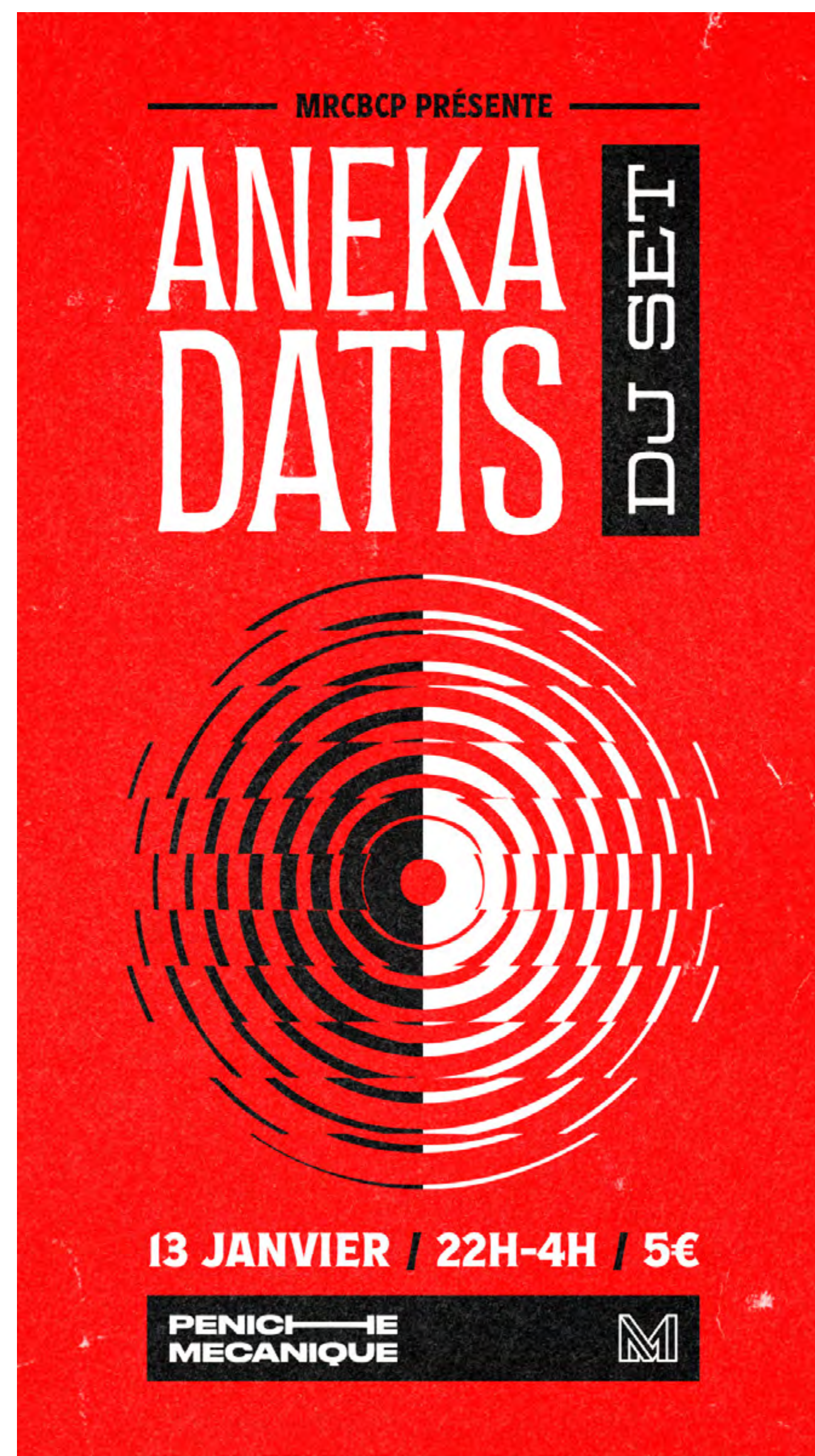
Ces codes chromatiques m'évoquent tout de suite le cinéma : Les versions polonaises des affiches de films des années 50-60, souvent dans ces tons-là, inspireront le style graphique du visuel du premier évènement ; L'affiche du film Vertigo, d'Alfred Hitchcock, mêlée aux éléments graphiques trouvables sur les pochettes intérieures des vinyles des années 60-70 d'Atlantic ou RCA Records, inspire la direction artistique de la deuxième journée d'évènements.

Mi-2024, la Péniche Mécanique assouplit ses règles graphiques : les 3 couleurs utilisables restent les mêmes, mais il est possible de jongler avec celles-ci pour les attribuer au fond, aux textes, et aux éléments visuels.

- Les Yeux Orange — Bannière Facebook
- Les Yeux Orange — Post Instagram artiste
- Aneka + Datis — Story Instagram
- Perruche + Kleo — Story Instagram
- Bim + Datis — Story Instagram

Anecdote : Le concept du bateau en zigzag a tout simplement été récupéré du visuel de la première séance du Merciné Club, des évènements enchaînant film et soirée, organisés en 2018. L'idée d'appliquer cet effet à un élément photographique me trottait déjà dans la tête à l'époque.

■ B R A N D I N G



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #1

2023

Après plusieurs tentatives, le collectif réussit enfin à mettre en place son premier festival. Sur deux jours, avec de nombreux artistes, pléthore d'activités et d'animations, et une jauge de public plus élevée qu'habituellement, l'évènement implique de communiquer de manière soutenue et impactante, et donc une production de visuels extrêmement dense et variée.

Pour faciliter le travail de tous les acteurs de l'association, la création d'un mini document de charte graphique est mise en place pour être sûr d'harmoniser les différents supports hors communication à la direction artistique de l'évènement. (Décoration, site internet, billetterie, scénographie...)

Un évènement de cette ampleur nécessite aussi des parutions dans différents médias. Un dossier de presse complet est créé pour le festival.

Ces efforts porteront leurs fruits, puisque le Merci Beaucoup Festival fait sold out dès sa 1^{ère} édition.

- Affiche
- Post Instagram artiste
- Post Instagram artistes locaux

■ BRANDING

lives - dj sets - animations - expo - playground - espace extérieur - food



mrcbcp festival

27-28 mai
studios
du rhin

deetron - benjamin fröhlich - romain fx
ambre - aneka - bambou - big freak, rony & el kazed
bim - datis - javier - kleo - makar - ostalgie - perruche
rukka ^{live} - sarab سراب - stu - ur love affair - vigo - ZAK ^{live}



plus d'infos



samedi 27

MAKE ITALO DISCO
GREAT AGAIN

romain fx fauve records

vigo

longevity

samedi 27

makar

cymatique

dimanche 28

rukka (live)

cymatique

dimanche 28

perruche

mrcbcp

dimanche 28

bambou

mrcbcp

samedi 27

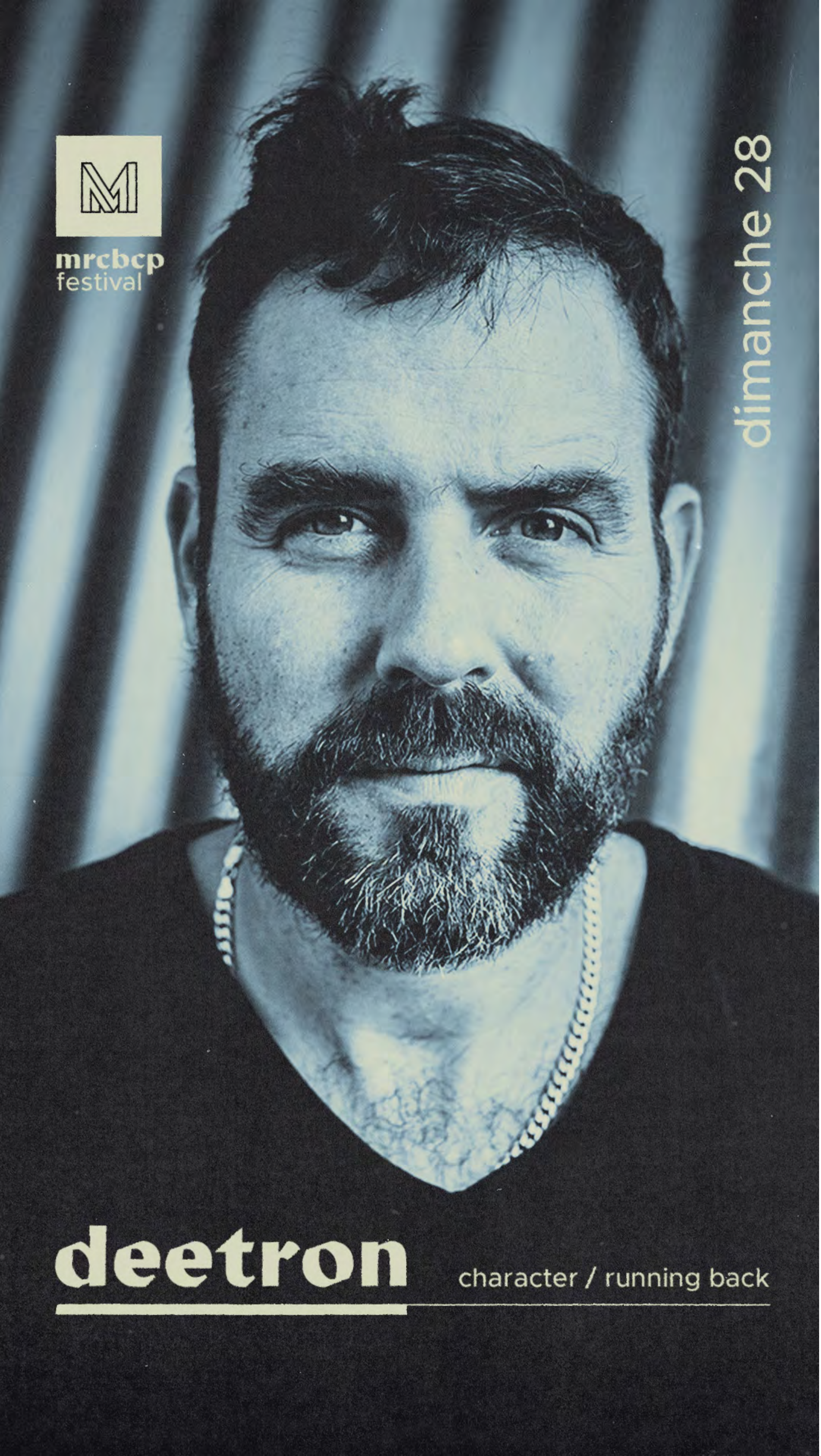
ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #1
2023

- Post Instagram artiste
- Post Instagram annonce de l'évènement
- Story Instagram artiste

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #1

2023

- Mini charte graphique
- Image de profil Facebook et Instagram
- Bannière Facebook

mrcbcp festival

charte graphique

polices

manofa bold (disponible sur adobe font)

metropolis medium + **extra bold**

couleurs

#101013

#d5d6be

#e182b3

#ee7740

#47ae5f

#8699a1



mrcbcp
festival

27-28 mai
studios du rhin



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #1

2023

• Dossier de presse



dossier de presse

mrcbcp festival

27-28 mai
studios du rhin



mrcbcp

// qui sommes-nous ?

Merci Beaucoup c'est avant tout la rencontre de **passionnés de musique, d'arts visuels, et de culture au sens large**. Un groupe d'amis qui partagent le goût de la nuit et l'envie de transcender les formats classiques des soirées strasbourgeoises.

Si l'équipe a évolué avec le temps, **le collectif est composé aujourd'hui de 16 membres** d'horizons professionnels différents, et dont la complémentarité des métiers bénéficie aux différents projets menés par Merci Beaucoup.

Chef de projet événementiel, directeur artistique, chargé de communication, responsable des ressources humaines, webdesigner, graphiste, photographe, galeriste... **Ce sont les atouts de chacun**, combinés à la rigueur avec laquelle nous organisons nos événements, qui nous permettent de nous investir aujourd'hui dans la **création de ce nouveau festival**.



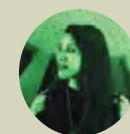
30

mrcbcp

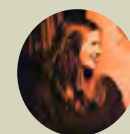
// l'équipe merci beaucoup



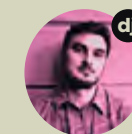
Benjamin
Président et responsable RSE



Elisabeth
Responsable communication



Ludvine
Trésorière



Ludovic
Direction artistique musicale



Arthur
Direction artistique graphique



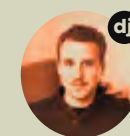
Anne Catherine
Responsable scène locale



Claire
Responsable relations presse



François
Responsable des achats



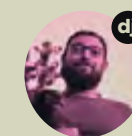
Germain
Direction technique



Luc
Responsable sécurité



Charlotte
Responsable bénévolat



Jules
Direction artistique photographique



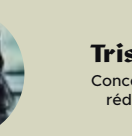
Nathan
Curation des expositions



Isabelle
Responsable partenariats



Luc
Responsable logistique



Tristan
Conception/redaction

photo technique / design graphique photo technique / design graphique photo technique / design graphique photo technique / design graphique

31

programme

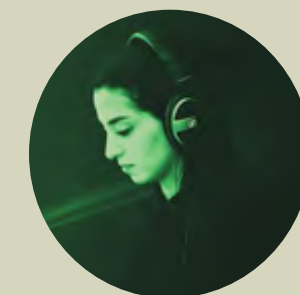
// la programmation

horaires	samedi 27		dimanche 28	
	intérieur	extérieur	intérieur	extérieur
15h-16h	Exposition / Activités	Datis (MRCBCP)	Exposition / Activités	Big Freak, Rony & El Kazed (Ordinaire)
16h-17h		Bambou (MRCBCP)	Cours d'ambient Flow	
17h-18h		Ostalgie (LAN / Bella Ursa)	Sarab سراب (Agapanthes)	Javier (Contre-temps)
18h-19h		Ambre (Menthe Poivrée)	Ur Love Affair (Menthe Poivrée)	Perruche (MRCBCP)
19h-20h		Vigo (Longevity Festival)	Rukka live (Cymatique Records)	Makar (Cymatique Records / Cle Watt)
20h-21h	Cours de danse House		ZAK live	
21h-22h	Stu (Kalt Club)		Aneka (MRCBCP)	
22h-23h	Bim b2b Kleo (MRCBCP)		Deetron (Character / Running Back)	
23h-00h				
00h-01h				
01h-02h	Romain FX (Fauve Records)			
02h-03h	Benjamin Fröhlich (Permanent Vacation)			
03h-fin				

4

programme

// les artistes locaux



Sarab سراب (Agapanthes)

Artiste Tunisienne basée à Strasbourg, elle s'oriente aujourd'hui principalement vers la chichago house et la microhouse. Ayant grandi dans plusieurs pays tels que la Tunisie, le Brésil, ou Oman, elle essaie d'appliquer son identité dans sa musique. Elle continue d'expérimenter à travers son nouveau projet "Agapanthes" partagé avec SATPREM en mêlant leurs 2 styles Footwork et House.

Liens : [soundcloud](#) — [instagram](#)

Stu (Kalt Club)

DJ et producteur strasbourgeois, il débute le mix à l'âge de 14 ans. Actif au sein du crew Carte Blanche prod. à Nancy et Strasbourg, il cofonde ensuite le collectif Ephémère en 2012, puis participe à la création du KALT. Sur le label éponyme du club, il produit et mix une house rythmée et percutante aux influences acid et UK.

Liens : [soundcloud](#) — [instagram](#)



Ur Love Affair (Menthe Poivrée)

Éclectique est sans doute le mot qui décrit le mieux le style de Ur Love Affairs. Dans ses sets, elle mélange des sons breakés, percussifs et trance-technoids qui donnent un drift énergétique et dreamy. Ur Love Affair est cofondatrice du collectif strasbourgeois Menthe Poivrée et résidente sur la radio 1020 à Bristol, au Royaume-Uni.

Liens : [soundcloud](#) — [instagram](#)



11

BRANDING

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #2

2024

Pour sa 2^{ème} édition, le festival souhaite ajuster un peu son image. Certes, il s'agit d'un endroit où faire la fête jusque tard dans la nuit, mais c'est également un évènement qui a lieu en après-midi la moitié du temps ! Et malgré le sold-out de l'année précédente, c'est surtout la nuit que l'ambiance battait son plein. Exit le fond trop sombre de l'affiche précédente. L'idée ici est d'appuyer sur l'aspect chaleureux et tout public de la partie jour et extérieure du festival, avec des couleurs plus vives, et un visuel moins abstrait, qui cherche à évoquer un peu plus le rêve et les grands espaces.

Le second point modifié est le naming du festival : Si dans l'esprit du public habituel du collectif, MRCBCP se lit bien Merci Beaucoup, ce n'est pas forcément le cas pour le nouveau public à atteindre. Dorénavant, l'orthographe MRCBCP sera réservée au collectif en tant que tel, et le Merci Beaucoup Festival sera en revanche toujours écrit en toutes lettres.

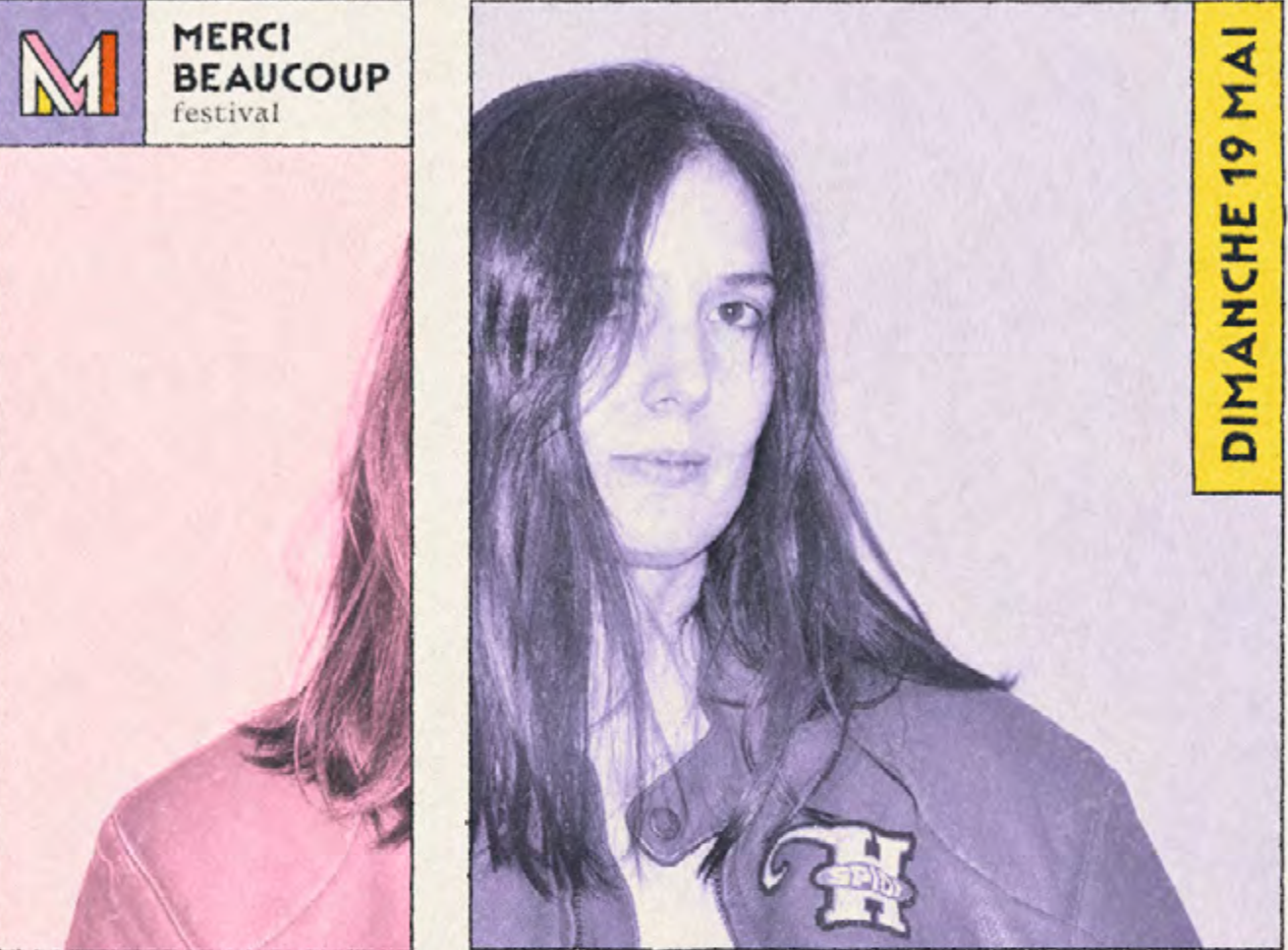
- Post Instagram annonce de l'évènement
- Story Instagram artiste
- Post Instagram infos pratiques
- Post Instagram artistes locaux
- Bannière Facebook

■ BRANDING

MERCI BEAUCOUP festival



18-19 MAI | STUDIOS DU RHIN



JUSTINE FOREVER LIVE
Club Forever
Her Majesty's Ship



ANEKA Merci Beaucoup	SAMEDI 18 MAI
DUR CHATON LIVE	DIMANCHE 19 MAI
KLEO Merci Beaucoup	DIMANCHE 19 MAI
MAKAR Cymatique Records - Cie Watt	SAMEDI 18 MAI
VALENTINO	SAMEDI 18 MAI



MERCI BEAUCOUP festival

18-19 MAI | STUDIOS DU RHIN

SHUBOSTAR - AUDREY DANZA - DEMI RIQUÍSIMO
DC SALAS - JUSTINE FOREVER LIVE - CLINT - ANEKA
BAMBOU - BIM - CALLEN - DATIS - DUR CHATON LIVE
FRANÇOESCO - MAKAR - JUST YASMINE - KLEO
PERRUCHE - VALENTINO - ZHAR

lives - dj sets - animations - expo - espace jeux
scènes intérieure et extérieure - restauration



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #2

2024

Le pôle communication de l'association ajuste également ses pratiques avec les différentes mises à jour et fonctionnalités des réseaux sociaux.

L'usage de 'stickers' permettant d'ajouter des liens cliquables sur les stories Instagram demande d'ajuster la conception de ces visuels spécifiques.

Un espace vide important doit être laissé sur ces formats pour un meilleur rendu après l'ajout des boutons de liens directement sur Instagram.

- Story Instagram programmation
- Story Instagram programmation locale



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #2

2024

- Mini charte graphique
- Posts Instagram photos-souvenirs

MERCI BEAUCOUP festival

charte graphique

polices **MENDL DUSK BOLD** (disponible sur adobe font)
basteleur moonlight

couleurs



↑
Couleur alternative uniquement pour fond
derrière texte noir. Sinon, préférer la teinte suivante.

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #2
2024

• Dossier de presse

BRANDING

DOSSIER DE PRESSE



MERCI
BEAUCOUP
festival

18-19 MAI

STUDIOS DU RHIN

lives - dj sets - animations - expo
scènes intérieure et extérieure
espace jeux - restauration



PROGRAMME

les artistes locaux



CALLEN (Cymatique Records)

Charlie Grassler est originaire de Strasbourg, ville dans laquelle va naître sa passion pour la musique électronique. C'est en 2014 dans le foisonnant milieu associatif Strasbourgeois que Callen fait ses premières armes en tant que DJ. Très vite, il rejoint les rangs de Welcommunity ou il développe une vraie sensibilité et une technique solide. Influencé au départ par la techno roumaine, ses sets mélange désormais plusieurs styles musicaux allant de la **minimal à la techno**. En 2017 il cofonde Court Circuit, et en 2018 rejoint le label Cymatique records.

LIENS : [SOUNDCLOUD](#) — [FACEBOOK](#)

DUR CHATON LIVE

Pour ce concert, DuR ChaToN intégrera de façon inédite les éléments visuels et sonores de leur projet originel Drosera. Le duo, composé de la chanteuse et plasticienne Sophie Laronde et du producteur de musique Nico Moldav, vous transportera dans un univers où les frontières entre la musique électronique, la chanson française et l'art visuel se fondent. La création graphique en live au rétroprojecteur de Sophie Laronde - qui interroge sur la monstruosité, les déviances et la beauté de l'étrange - fusionnera avec les explorations sonores de Moldav. Ponctuant leurs morceaux originaux, allant de la synth-pop à l'électrodash, avec des touches plus expérimentales empruntées à l'univers de Drosera, DuR ChaToN vous entraînera dans une expérience musicale et visuelle immersive.

LIENS : [SOUNDCLOUD](#) — [INSTAGRAM](#) — [FACEBOOK](#)



COMMUNIQUÉ

merci beaucoup festival, 2^{ème} édition

Le **Merci Beaucoup Festival** investit les **Studios du Rhin**, les **samedi 18 et dimanche 19 mai 2024**, veille de lundi férié, pour **2 jours et 2 nuits** de célébration intense et mémorable.

Fort du succès de sa 1^{ère} édition, où près de **1200 festivaliers** ont pu profiter de ce rendez-vous incontournable pour les passionnés de **musiques électroniques**, le **Merci Beaucoup Festival** réitère son invitation à une aventure intimiste mais puissante, articulée autour d'une **programmation musicale variée** et de **nombreuses activités** :

- Une programmation artistique riche et pointue, respectant la parité, allant de l'**Italo-Disco** à la **Techno**, en passant par la **House**, répartie sur **2 scènes**, l'une extérieure, plutôt ouverte la journée et en début de soirée, et l'autre intérieure, plutôt dédiée à la soirée et à la nuit. La programmation complète est détaillée juste un peu plus loin dans le dossier.
- Des **espaces de détente** dedans comme dehors, où se prélasser sur un transat sous le soleil du début de l'été, avec de la bonne bière, du bon vin, des cocktails **avec et sans alcool**, tout au long du festival, ainsi qu'une **restauration maison** sur la base de produits locaux, plats végétariens compris.
- Pour se laisser guider par son âme d'enfant, un petit village **décoré par nos soins**, rempli **d'activités**, de jeux, d'animations ludiques et d'ateliers divers, également détaillés plus loin dans le dossier.

Nous avons peaufiné chaque détail pour garantir que l'expérience de cette **2^{ème} édition** soit non seulement agréable, mais aussi **marquante**. Ce festival n'est pas juste une suite de concerts, mais avant-tout une occasion de **se réunir**, de savourer la culture et de **créer des moments** qui, nous l'espérons, résonneront bien au-delà de ces deux jours.



ASSOCIATION MERCI BEAUCOUP

25 rue de Lattre de Tassigny
67300 SCHILTIGHEIM

Isabelle Walter, Responsable Partenariats et Relations Presse

isabelle@mrcbcp.com - +33 (0)6 52 85 71 03

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #3

2025

Pour la direction artistique du festival 2025, je jouis d'une certaine liberté : l'année précédente a rempli ses objectifs et élargi son public. Il n'y a donc aucune contrainte stylistique qui pèse sur moi au moment de me mettre au travail. Mais s'il y a une chose que la plupart des directeurs artistiques confirmés savent, c'est que de la contrainte naît bien souvent la créativité, et que l'absence de directions conduit souvent tout droit à la page blanche !

Dans ce cas, il faut revenir aux fondamentaux : le symbole. Celui-ci, très épuré dans sa version vectorielle, s'étoffe une fois qu'il est vu en perspective. Surtout, il permet à notre esprit de l'imaginer basculer, et de le voir dans différentes positions : une bascule à droite, et le symbole devient un M, pour Merci Beaucoup.

Le volume du symbole peut aussi nous donner l'envie de tourner autour de lui : de l'autre côté, le symbole s'inverse, et ressemble désormais à un 3, celui de Merci Beaucoup Festival, 3^{ème} édition.

- Bannière Facebook
- Post Instagram artiste image 1
- Post Instagram artiste image 2
- Post Instagram artistes lives

■ BRANDING



SPRAY EST UN DJ
ET PRODUCTEUR IRLANDAIS
BASÉ À BERLIN.

Sur place, il fait rapidement parler de lui avec des sets pour **Radiant Love** et sur les streams de **Soulseekers Allowance** et **Hör**.

Spray est un vent frais sur la scène **Trance** : avec une main dans le passé et l'autre dans le présent, ses sets sont parfaits pour les adeptes de **sonorités Progressives** à la recherche de pulsations tordues et de rythmes étincelants.

Après des sorties sur les labels **Craigie Knowes** et **Kalahari Oyster Cult**, il officie désormais majoritairement sur ses propres labels **Spray** et **Punctuality**, parfois sous son second alias, **Sprïitzz**.



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #3
2025

Afin de toujours mieux communiquer, les visuels s'adaptent encore plus aux réseaux sociaux : nouveau format rectangulaire pour les posts, mais aussi plusieurs visuels par post Instagram afin d'en faire des carrousels, mieux mis en avant par l'algorithme. Cela permet d'ajouter un visuel biographique des artistes invités, celui-ci augmentant le temps de lecture des utilisateurs, et donc également la mise en avant par l'algorithme. Un cercle algorithmiquement vertueux donc, à voir sur la page précédente.

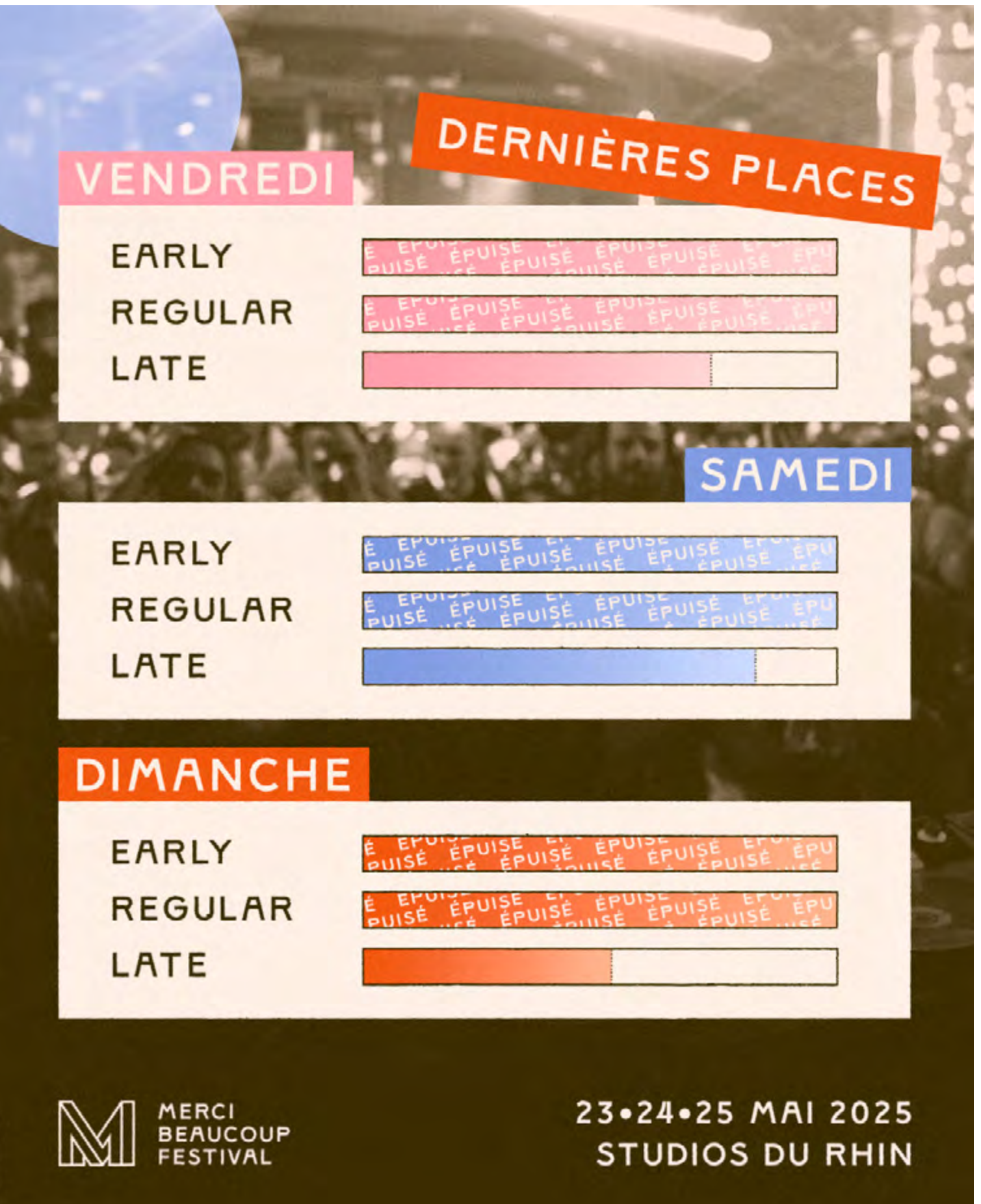
Il faut aussi communiquer plus, et donc multiplier et varier les publications. Faire état des ventes de billets est par exemple un bon levier pour inciter à l'achat, et communiquer de manière plus exhaustive sur les activités et animations du festival (surtout sur cette édition se déroulant exceptionnellement sur 3 jours), un moyen pertinent de continuer à attirer un public différent.

- Post Instagram artistes locaux
- Post Instagram annonce de l'évènement
- Post Instagram programmation complète
- Post Instagram timetable
- Post Instagram animation
- Post Instagram dernières places disponibles

■ BRANDING



MERCİ BEAUCOUP FESTIVAL				TIMETABLE		
VENDREDI	HORAIRES	INTÉRIEUR	EXTÉRIEUR			
	18H-19H	Playlist MRCBCP	BAMBOU (MRCBCP)			
	19H-20H		ANEKA (MRCBCP)			
	20H-21H					
	21H-22H					
	22H-23H					
SAMEDI	HORAIRES	INTÉRIEUR	EXTÉRIEUR			
	15H-16H	Playlist MRCBCP	LAISSE LUCIE FAIRE ^{B2B} KATE (Zest Radio / Contre-Temps)			
	16H-17H					
	17H-18H		SPECTR			
	18H-19H					
	19H-20H					
DIMANCHE	HORAIRES	INTÉRIEUR	EXTÉRIEUR			
	12H-13H	Playlist MRCBCP	OPEN PLATINES WOM•X avec DJ Mariposa et Lotium			
	13H-14H		BENJAMIN (Ness Radio)			
	14H-15H					
	15H-16H		DATIS (MRCBCP)			
	16H-17H					



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #3
2025

- Mini charte graphique
- Image de profil Facebook et Instagram
- Amaliah, artiste invitée le vendredi
- Visuel clé
- Benjamin, artiste invité le dimanche

MERCI BEAUCOUP FESTIVAL

charte graphique

polices

STAMPA REGULAR

- 100 d’approche
- pour les titres

atyp text

- 25 d’approche
- pour le contenu et en complément
- différentes graisses utilisables

couleurs

couleur de
contraste pour
le texte

pour le fond

peut être utilisée
en dégradé avec
la couleur de fond

couleur alternative
si besoin de plus
de contraste

#fff2e7	#fee8db	#ffb0bc	#f79eab
#d5581c	#899ae0	#9f9e9e	#392f09

surtout utilisée
pour le traitement
des images

pour le texte



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #4

2026

Gros changement pour cette année 4 du festival. En effet, pour gagner en place et profiter d'une nouvelle dynamique, l'évènement déménage aux Ateliers Éclairés.

Dans une épure visuelle particulièrement assumée, cette aube nouvelle que représente un changement de lieu, se déploie librement dans un espace plus vaste et dégagé, et prend de l'air pour insuffler un souffle revigoré et un regard neuf.

- Affiche
- Post Instagram programmation complète
- Post Instagram artiste

■ BRANDING

scènes intérieure et extérieure
lives et dj sets

animations - ateliers
restauration
jeux - expo



merci beaucoup festival
23 - 24.05.2026
ateliers éclairés

programmation

samedi 23 mai

doudou md — flo massé — herr krank ^{live}
raphael schön — aneka — bim
kelly placard — khiral — kleo

dimanche 24 mai

perel — running hot — zeynep
datis — doudeh ^{b2b} sunpr — laurann
perruche — 6nal

M merci beaucoup festival — ateliers éclairés — strasbourg



samedi 23 mai

M merci beaucoup festival

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #4
2026

- Post Instagram artiste image 1
- Post Instagram artiste image 2
- Posts Instagram artistes
- Post Instagram artistes locaux image 1
- Post Instagram artistes locaux image 2



perel
armada - kompakt - fabric originals | berlin

Depuis toujours, **Annegret Fiedler** rêve de mélodies électroniques créées et nourries par son amour pour la new wave sombre et le post-punk. Productrice, chanteuse et DJ, **Perel** a passé ses années 2010 à façonner son identité sonore. Première artiste allemande à signer sur le label dance-punk emblématique **DFA Records (LCD Soundsystem)**, Perel s'est produite à l'international en live et en DJ set, aussi à l'aise dans un club techno bouillonnant (**Berghain/Panorama Bar**) que sur la scène de grands festivals urbains (**Tomorrowland, Electric Castle**).

Ayant grandi en Saxe, dans l'est de l'Allemagne, elle apprend à écrire et produire des chansons, inspirée notamment par **Aphex Twin, Kraftwerk et The Cure**. Attirée plus tard par **Berlin** et sa scène club underground, ses morceaux trouvent grâce aux yeux de labels comme **Running Back, Uncanny Valley, Kompakt et Permanent Vacation**.

Après un premier album solo, **Hermetica** (DFA, 2018), teinté de house et de techno sur lesquelles se superposent ses refrains romantiques puissants, son deuxième album, **Jesus Was An Alien** (Kompakt, 2022), explore sa réflexion sociale sur ce que représente et implique la religion aujourd'hui. Un album éclectique, explorant de nouvelles directions tout en restant fidèle à son identité.

Au final, sa musique est profondément évocatrice : **un son intemporel à écouter sur l'autoradio d'une décapotable**, en se laissant porter par ses rythmes sombres lors d'une course sur l'autoroute alors que le soleil disparaît à l'horizon.



datis
doudeh^{b2b} sunpr
laurann
perruche
6nal

dimanche 24 mai



artistes locaux
dimanche 24 mai

datis
house, disco, wave

doudeh^{b2b} sunpr
house, minimal

laurann
disco, deep house, minimal

perruche
house, progressive house

6nal
techno, house

Merci Beaucoup

Merci Beaucoup Festival #4
2026

• Mini charte graphique

merci beaucoup festival

charte graphique 2026

fonts

outfit bold

titres

outfit regular

titres en complément — corps du texte

times new roman italic

sous-titres et éléments textuels divers

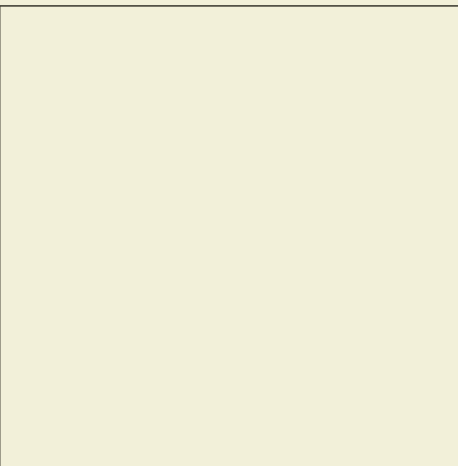
times new roman bold italic

variation pour sous-titres et éléments textuels divers

colors

gradient

background



#f2f0d9

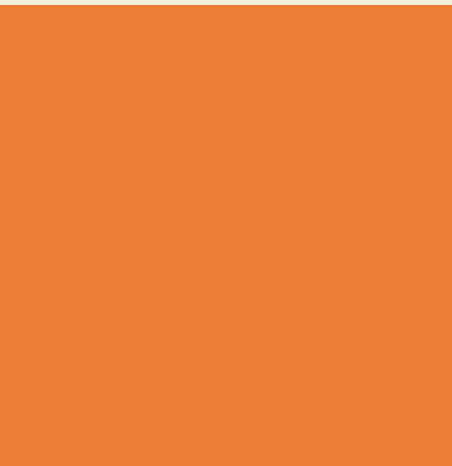
accent



#f4b5a2



#f7b200



#ec7d35



#023b6f



#005d34

texts



#313027

circle



#e64028

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Impressions diverses

2018 - 2026

- Affiches festival #2, #3 et #4
- Riso festival #2
- Sous-bocks festival #2 et #4
- Gobelets 2023
- Gobelets 2017, 2019, 2023
- Riso festival #3
- Affiche festival #4



■ BRANDING

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Merchandising

2019 - 2025

- T-shirt festival #3
- Sweatshirt 2018
- Sweatshirt 2018, T-shirt 2023, Casquette 2025
- Pin festival #1, Pin festival #2, Pin 2019
- Slipmat
- Pin 2019
- Stickers 2025 et 2026



■ BRANDING

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Scénographies (co-création)

2022 - 2025

- Scénographie intérieure MRCBCP 5 ans
- Scénographie intérieure festival #3
- Scénographie extérieure festival #3
- Scénographie intérieure festival #3
- Scénographie intérieure festival #2



■ BRANDING

ÉVÈNEMENT CULTUREL

Merci Beaucoup

Animations diverses (à voir [ici](#))

2018 - 2024

- Merci Beaucoup Festival #2 — Réel programmation
- Damiano von Erckert — Post annonce de l'évènement
- Merci Beaucoup Festival #2 — Projection scénographie



■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Club Infiné

Le label Infiné organise plusieurs soirées début 2020, et cherche une identité visuelle pour ce groupement d'évènements. Le visuel, inspiré par l'art cinétique de Victor Vasarely, est décliné en différents thèmes chromatiques pour chaque évènement.

Client : Infiné — 2020

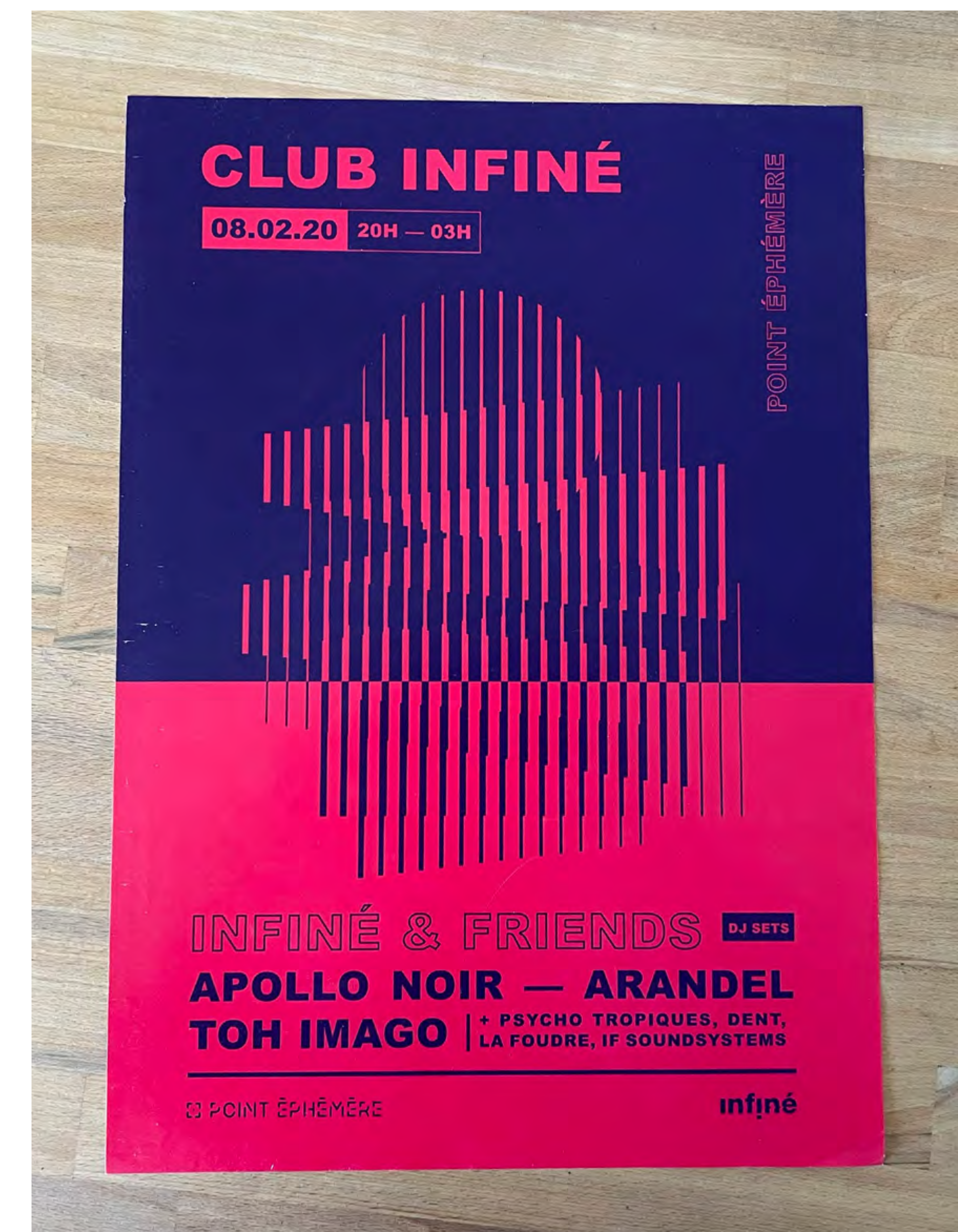
Marché : Culture, musique, nuit — Paris

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle de l'évènement, déclinaison sur différents supports

- Club Infiné Hambourg — Affiche
- Club Infiné Paris — Bannière Facebook
- Club Infiné Paris — Affiche

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Electropicales 2019

Festival de musique électronique se déroulant chaque année à la Réunion, l'évènement est célèbre pour sa programmation pointue et ses concerts sur le rivage de l'océan Indien. Le client hésite entre un visuel qui évoque un coucher de soleil sur la mer, abstrait ou non, et un visuel plus simple mais percutant, utilisant son logotype trop rarement mis en avant. Il choisira finalement cette deuxième option.

Client : October Tone — 2018

Marché : Culture, musique, nuit — Saint-Denis

Rôle : DA — Freelance

Apport : Création de l'identité du festival à travers un visuel clé, déclinaison et développement par un tiers

- Visuel clé — Piste finale
- Visuel clé — Piste 2 inutilisée
- Visuel clé — Piste 3 inutilisée

■ BRANDING

ELECTROPICALES

BARACHOIS | 3 ET 4 MAI 2019

SAINT DENIS - LA RÉUNION - OCÉAN INDIEN

JEFF MILLS - JENNIFER CARDINI
FLOATING POINTS *DJ SET* - DERU
ANDY STOTT - BLAWAN *LIVE*
SUZANNE KRAFT & JONNY NASH
GLENN ASTRO - C418 - SELLING *LIVE*
DISASTERPEACE - AUNTIE FLO
TOURIST KID - PEGGY GOU - KELPE
SEPH & MORGAN - & MORE...

**GROS
LOGO**

**GROS
LOGO**

**GROS
LOGO**

ELECTROPICALES.COM

PETIT
LOGO

PETIT
LOGO

PETIT
LOGO

PETIT
LOGO

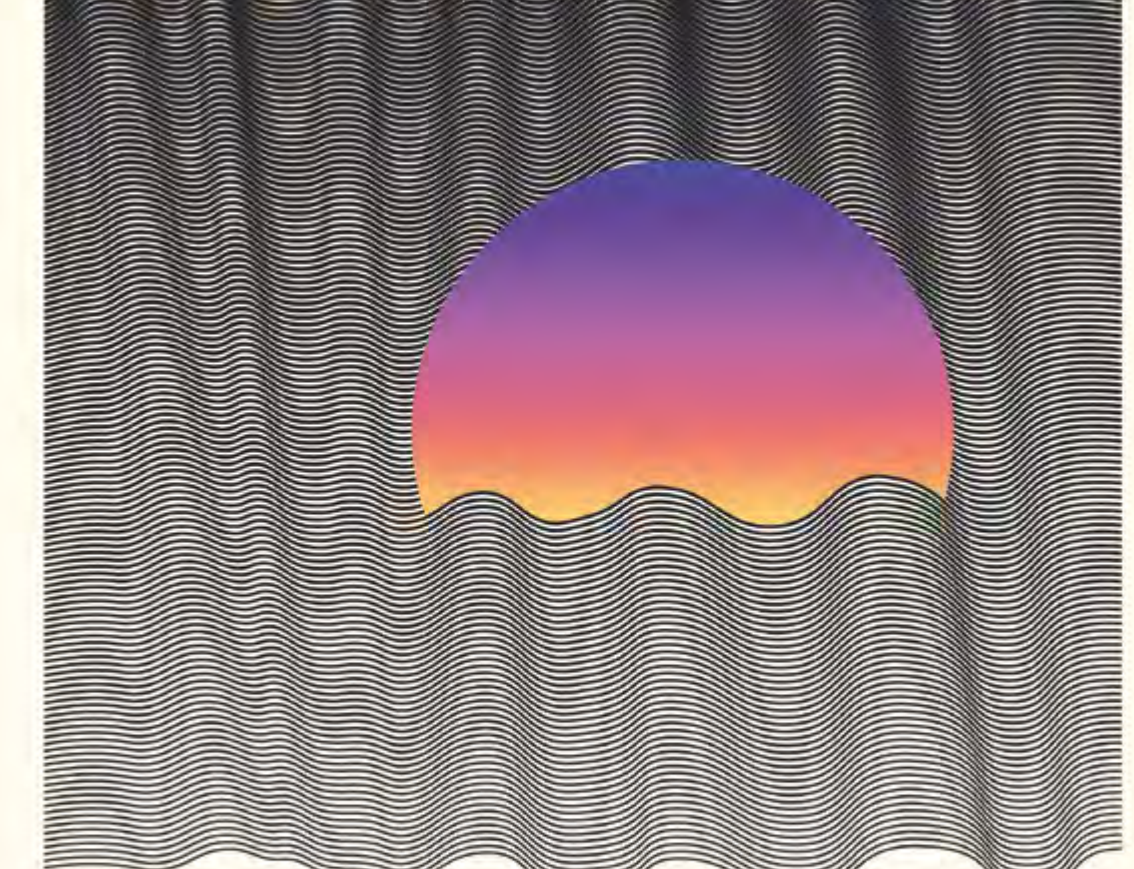
PETIT
LOGO

PETIT
LOGO

PETIT
LOGO

LE BARACHOIS - SAINT-DENIS - DU 2 AU 4 MAI 2019

ELECTRO PICALES



JEFF MILLS - JENNIFER CARDINI - FLOATING POINTS *DJ SET*
ANDY STOTT - BLAWAN *LIVE* - DERU - AUNTIE FLO
SUZANNE KRAFT & JONNY NASH - GLENN ASTRO - C418
SELLING *LIVE* - DISASTERPEACE - P X A - PEGGY GOU
KELPE - SEPH & MORGAN - ROSS FROM FRIENDS *DJ SET*
TOURIST KID - LETHERETTE *DJ SET* - LAPALUX - & MORE...

INFOS PRATIQUES - LOREM IPSUM - DOLOR SIT AMET

LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT

DU 2 AU 4 MAI 2019

ELECTROPICALES

LE BARACHOIS - SAINT-DENIS

JEFF MILLS - JENNIFER CARDINI
FLOATING POINTS *DJ SET* - DERU
ANDY STOTT - BLAWAN *LIVE*
SUZANNE KRAFT & JONNY NASH
GLENN ASTRO - C418 SELLING *LIVE*
DISASTERPEACE - AUNTIE FLO
TOURIST KID - PEGGY GOU - KELPE
SEPH & MORGAN - LAPALUX
ROSS FROM FRIENDS *DJ SET* - P X A
LEATHERETTE *DJ SET* - & MORE...

INFOS PRATIQUES - LOREM IPSUM - DOLOR SIT
AMET - OPEX MIRUS AS - ESCORUM VIRANIA ES

LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT LOGO SPOT

ÉVÈNEMENT CULTUREL

October Tone Parties 2018

Figure iconique du milieu du rock strasbourgeois, l'association et label October Tone organise son festival annuel OTP en octobre 2018. L'effet marbré et le grain sont au centre de cette identité visuelle, inspirée des vieux flyers punk anglais des années 70-90.

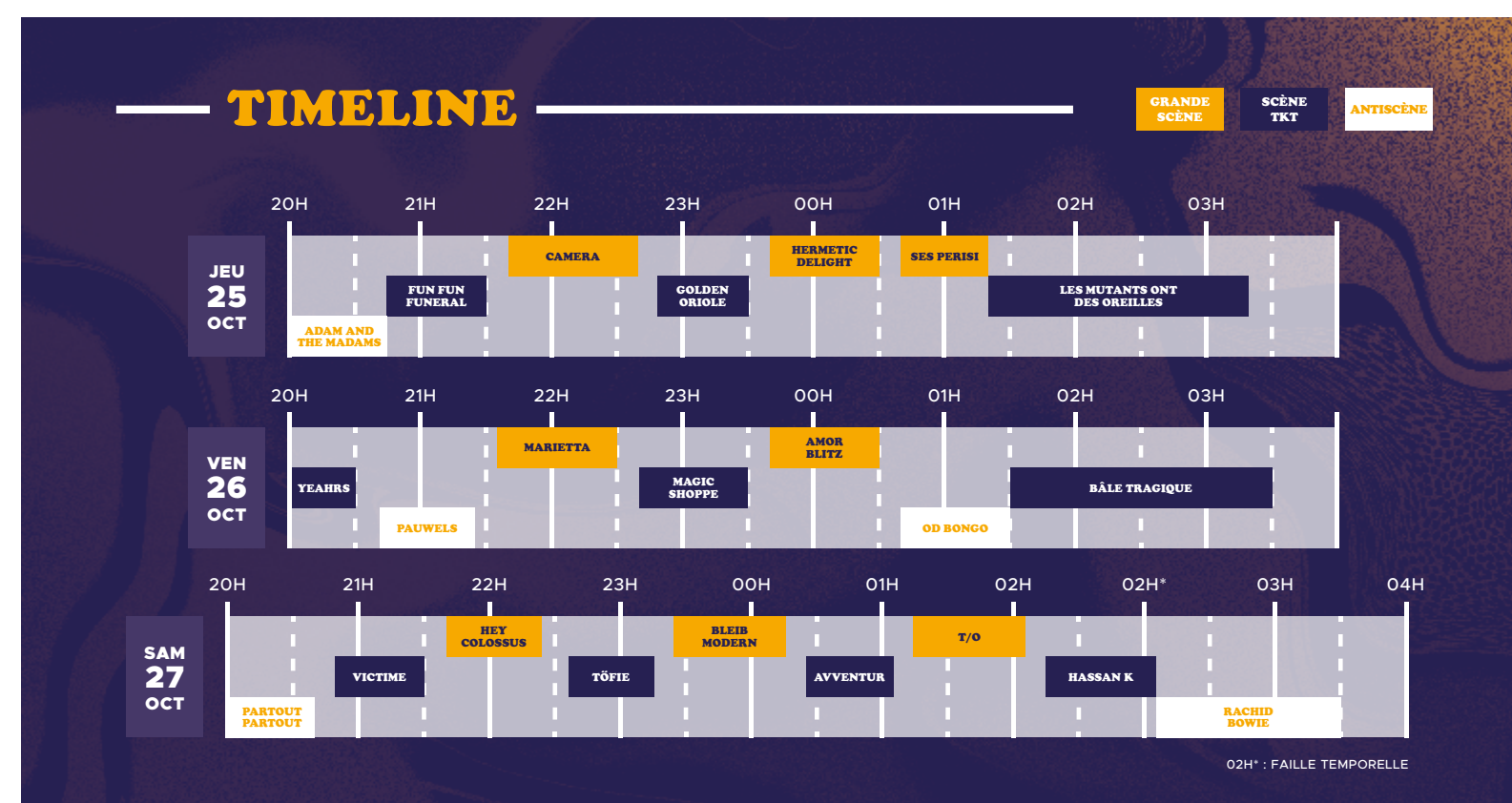
Client : October Tone — 2018

Marché : Culture, musique, nuit — Strasbourg

Rôle : DA, graphisme, exécution — Mécénat

Apport : Création de l'identité visuelle de l'évènement, déclinaison sur différents supports

- Affiche partie 1
- Affiche partie 2
- Affiche — Piste 2 inutilisée
- Dépliant — Timeline
- Dépliant — Programmation
- Bannière Facebook



JEUDI 25

CAMERA
Krautpunk, DE / Bureau B
Octobre's Compagnie, illustrations collectives, représentations d'après Bureau B et Le Monde Illustré

HERMETIC DELIGHT
Pop supernova, FR / October Tone records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

GOLDEN ORIOLE
Antifunk, NOIR / neverfunk records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

SES PERISI
Synthpride, TUR
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

FUN FUN FUNERAL
Frank funk, FR / All records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

ADAM AND THE MADAMS
Garage soul, FR / Bloody Mary music and records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

LES MUTANTS ONT DES OREILLES
Rarities, FR / DJ set
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

VENREDI 26

MARIETTA
Rock'n'roll, FR / Born Bad records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

MAGIC SHOPPE
Rock hypnotique, USA / Little Cloud records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

AMOR BLITZ
Pop hardcore, FR / October Tone records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

PAUWELS
Fausse noise, FR / October Tone records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

OD BONGO
IDM tribale, FR / L.C. records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

YEAHRS
Slowcore-gaze, DE-FR / Night Ritual records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

BÂLE TRAGIQUE
This is Not a Real Music, FR / DJ set
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

SAMEDI 27

HEY COLOSSUS
Engh rock, UK / Rocket recordings
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

BLEIB MODERN
Vague de froid, DE / Three Coming records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

T/O
UFO psytop, FR / October Tone records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

PARTOUT PARTOUT
Action aventure, FR / October Tone records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

HASSAN K
One Shaman Band, FR / October Tone records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

VICTIME
Non-wave CAN / October Tone & Michel records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

TÔFIE
Sainte antipop, FR / Linge records
C'est une pop à la fois douce et puissante, avec une touche de rock et de funk.

OCTOBER TONE, EN 95 MOTS

October Tone n'est d'abord qu'un projet, un projet de musique, un projet de culture, un projet de communauté. C'est un projet qui a commencé en 2010, le premier festival du label et de ses multiples antennes. En 2018, le festival a atteint son apogée, avec une programmation de plus de 100 artistes, une scénographie de plus de 1000 m², et une audience de plus de 10 000 personnes. C'est un projet qui a permis de créer une communauté de plus de 10 000 personnes, une communauté qui se réunit chaque année pour vivre une expérience unique.

8€ JEUDI 25 OCT 2018

8€ VENDREDI 26 OCT 2018

8€ SAMEDI 27 OCT 2018

20€ PASS 3 JOURS

OCTOBERTONE.COM/OTPARTIES



ÉVÈNEMENT CULTUREL

October Tone — saison 2018 - 19

L'association souhaite décliner les identités visuelles de ses prochains évènements à partir de celle du festival.

Client : October Tone — 2018 - 2019

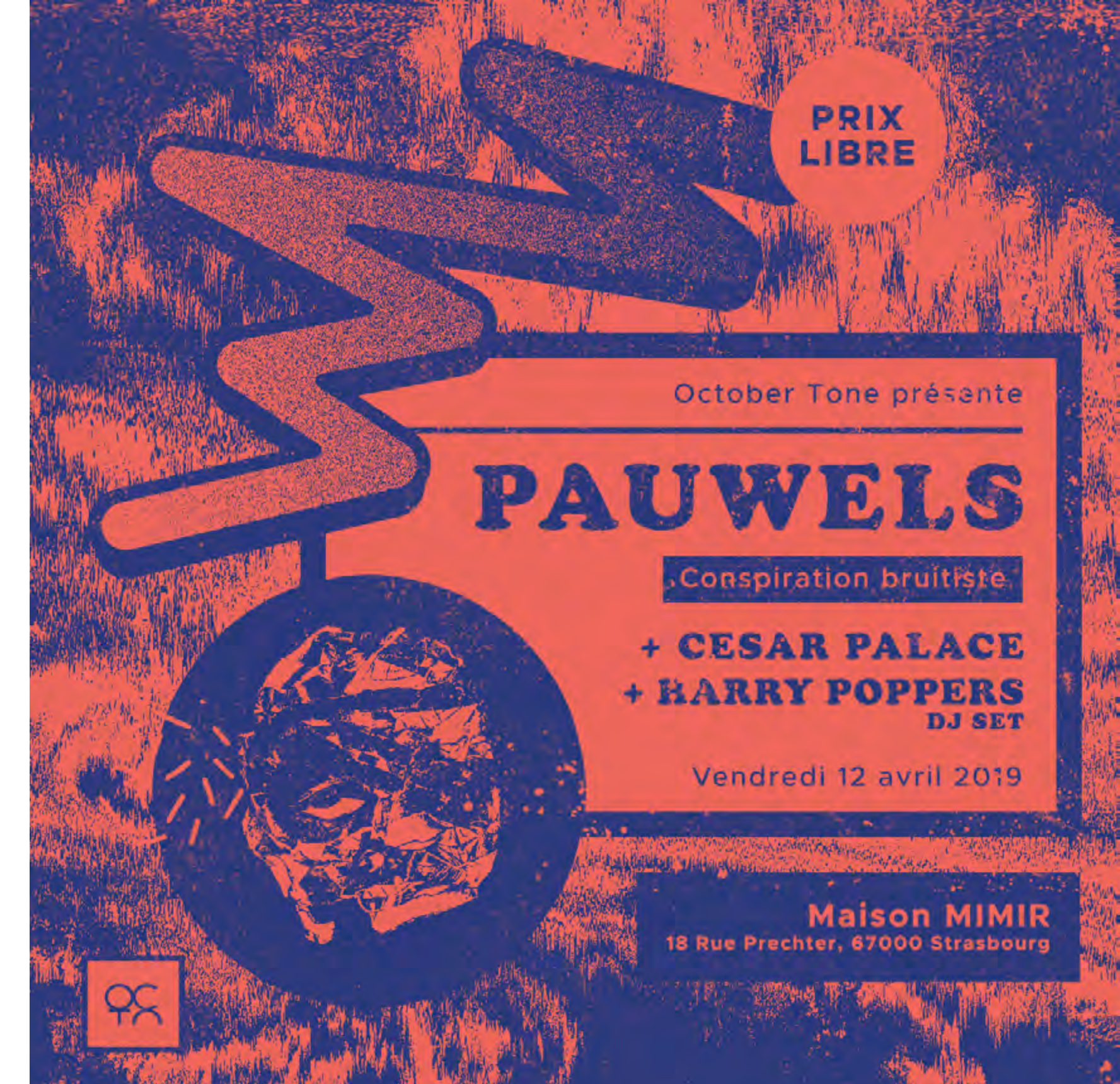
Marché : Culture, musique, nuit — Strasbourg

Rôle : DA, graphisme, exécution — Mécénat

Apport : Création de l'identité visuelle des évènements, déclinaison sur différents supports

- Pauwels — Bannière Facebook
- Pauwels — Post Instagram
- Glintshake — Affiche
- Glintshake — Post Instagram

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Aube

Spectacle son et lumières sur le parvis des Halles de Strasbourg, par Julien Voarick, musique par Nova Materia. La typographie de la piste 2 a été créée pour l'occasion.

Client : Pix 314 — 2020

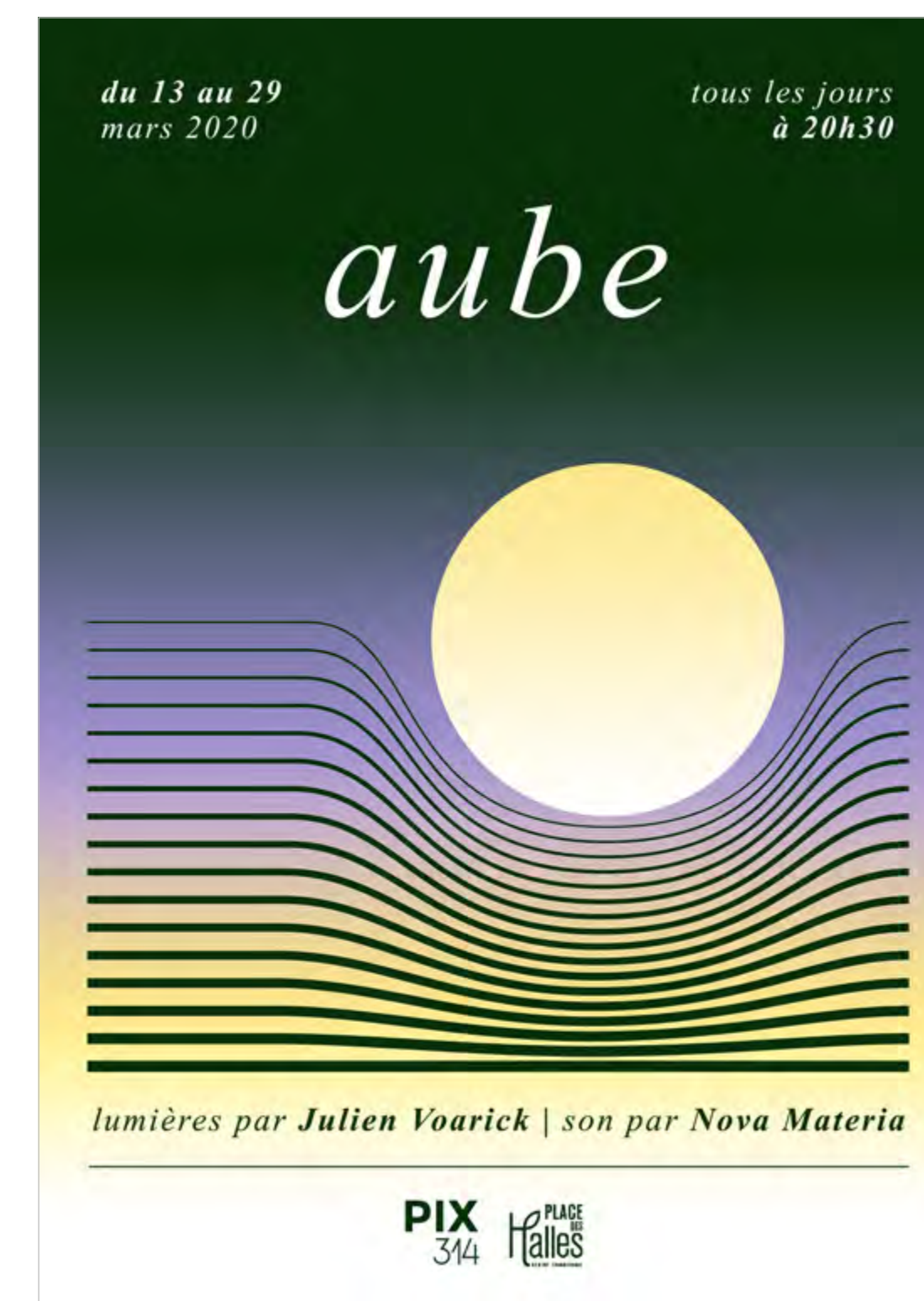
Marché : Culture, musique — Strasbourg

Rôle : DA, graphisme — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle de l'évènement à travers une affiche, déclinaison par un tiers

- Affiche — Piste finale
- Affiche — Piste 2 inutilisée
- Affiche — Piste finale — couleurs alternatives
- Affiche — Piste 2 inutilisée — couleurs alternatives

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CULTUREL

Divers

Speaking Minds

Client : Imi Family — 2015

Marché : Culture, musique, nuit — Strasbourg

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

- Bannière Facebook
- Affiche

Le Confiseur

Client : Stéphane Duhaut — 2013

Marché : Culture, théâtre — Paris

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

- Affiche

Peru & Popov

Client : Le Triplex — 2011

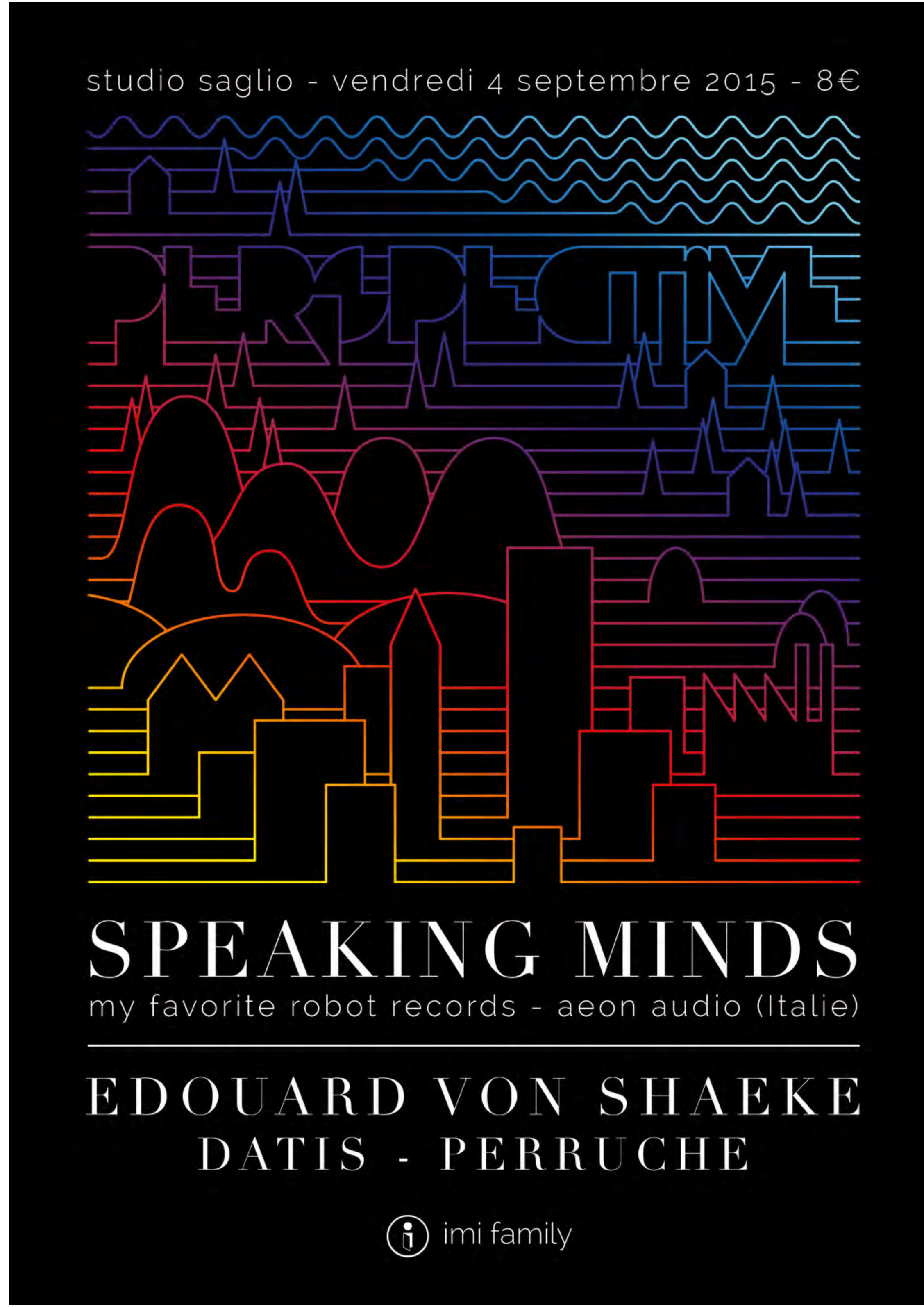
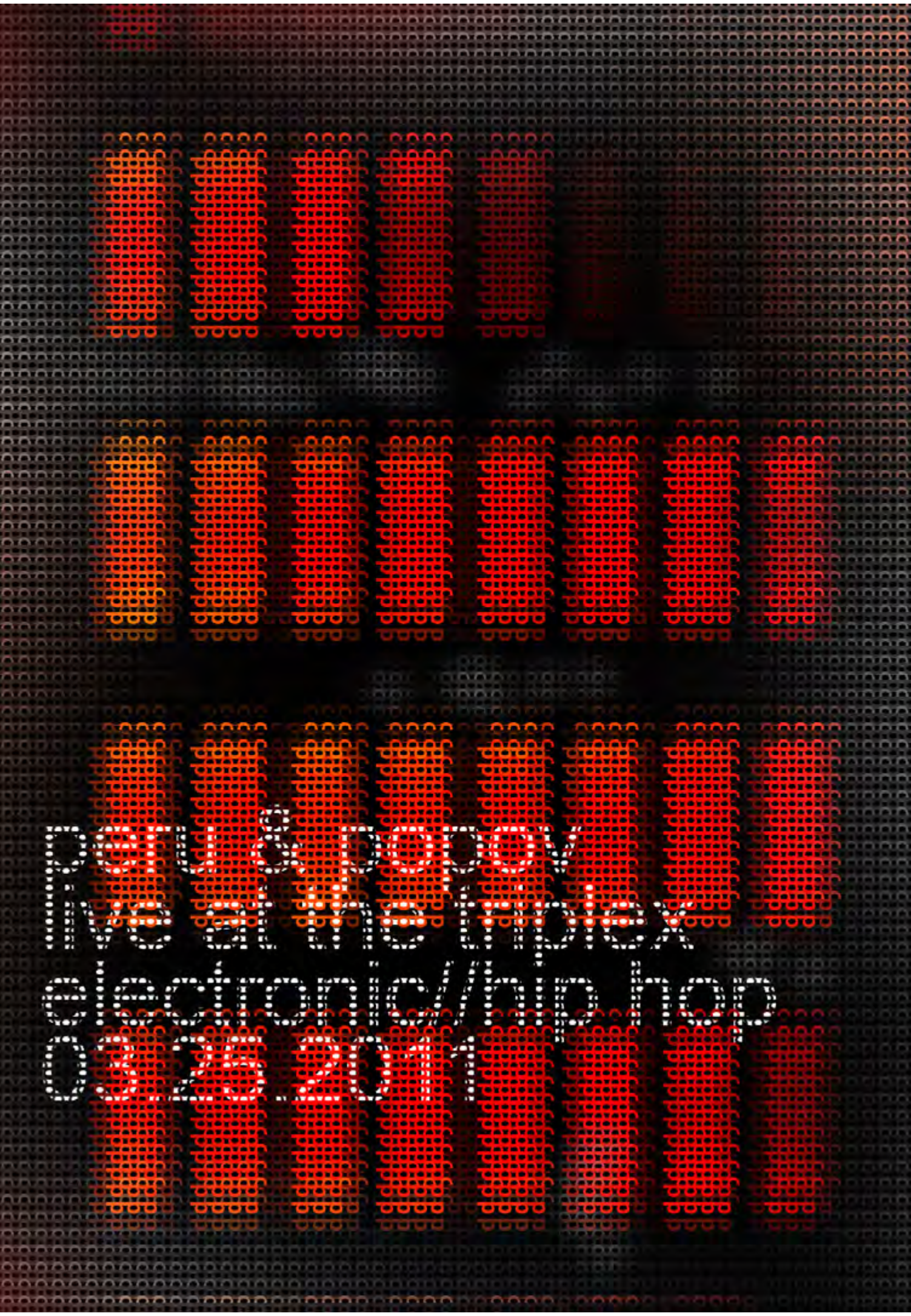
Marché : Culture, musique, nuit — Colmar

Rôle : DA, graphisme, exécution — Bénévolat

- Affiche

Anecdote : Imi Family est en quelque sorte l'ancêtre du collectif Merci Beaucoup, vu plus tôt.

■ BRANDING



■ BRANDING

ÉVÈNEMENT CORPORATE

ÉVÈNEMENT CORPORATE

The Face of Tomorrow

Identité visuelle de l'évènement d'annonce aux actionnaires du lancement d'une nouvelle branche de l'entreprise Alcatel-Lucent.

Client : Creative Spirit pour Alcatel-Lucent - 2014

Marché : Télécommunications — Paris

Rôle : DA, graphisme — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle de l'évènement à travers un visuel clé et ses déclinaisons par thématique

- Visuel clé
- Déclinaisons du visuel clé

THE FACE OF
TOMORROW

MARCH
2015

NEW BRAND LAUNCH
CNIT - PARIS

THE FACE OF
TOMORROW

UNMASKS

THE FACE OF
TOMORROW

SHINES

THE FACE OF
TOMORROW

PLUGS
AND
PLAYS

THE FACE OF
TOMORROW
ROCKS

THE FACE OF
TOMORROW
CHILLS

ÉVÈNEMENT CORPORATE

Axa Services Maroc - 10 ans

Identité visuelle de l'évènement anniversaire des 10 ans de Axa Services Maroc, réunissant administration et employés pour célébrer les talents au sein de l'équipe. Le visuel avait pour contrainte d'utiliser le bâtiment de cette antenne d'Axa, iconique à leurs yeux. La direction artistique devait mettre en avant l'humain, la bienveillance, l'unité inter-services et la joie de la célébration.

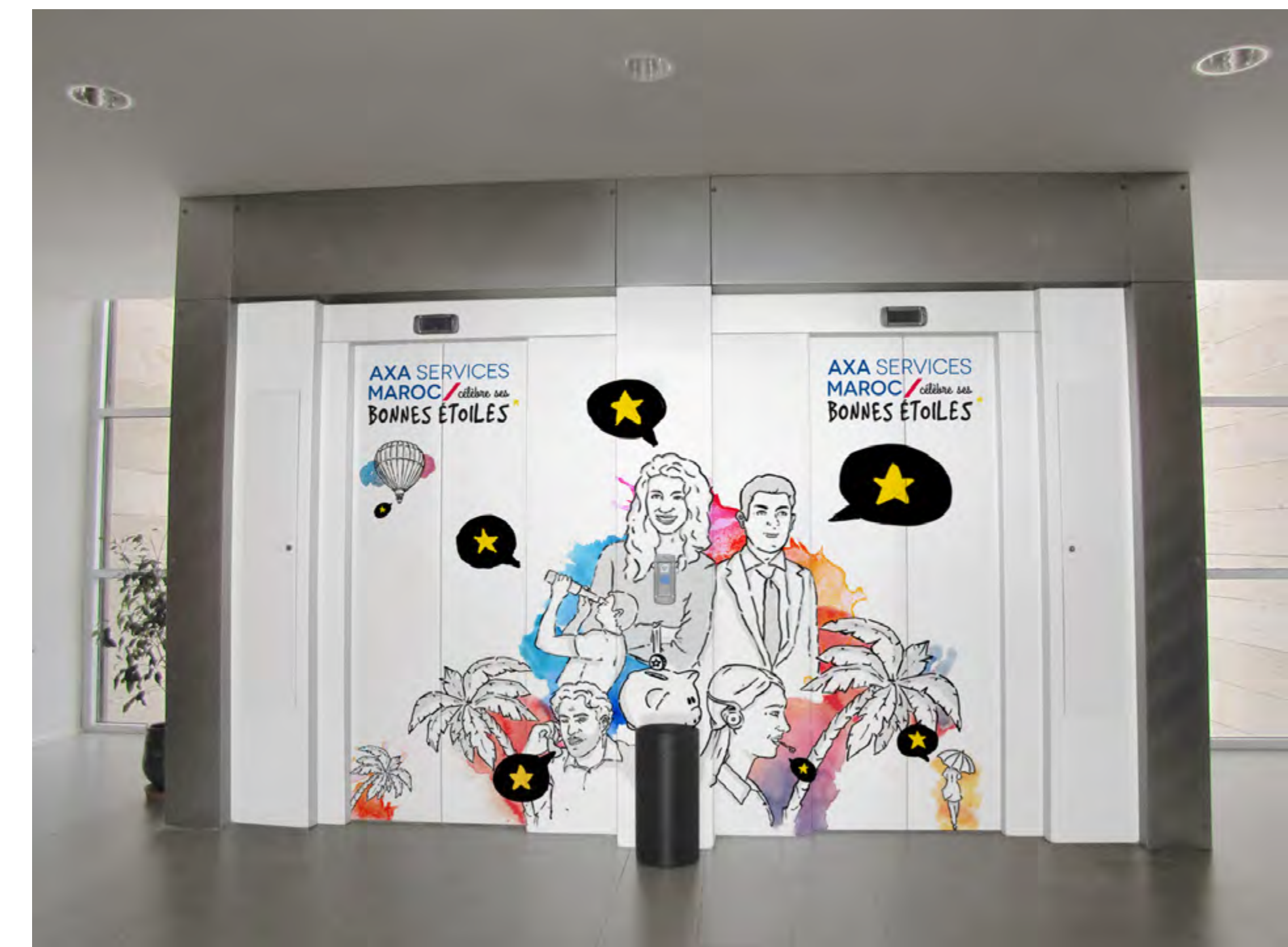
Client : Creative Spirit pour Axa Services Maroc - 2014

Marché : Service client — France, client basé à Rabat

Rôle : DA, graphisme — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle de l'évènement et déclinaison des différents supports.

- Visuel clé — Affiche 4x3
- Covering ascenseur
- Invitation — Enveloppe
- Invitation
- Kakémono
- Totem



ÉVÈNEMENT CORPORATE

Ascend P7 S

Évènement de présentation de son nouveau modèle, le P7 S, aux actionnaires européens de Huawei. L'agence choisira de partir sur le thème de la haute couture, l'évènement se déroulant à Paris, symbole ultime de la mode pour la Chine selon eux. Ce choix se révélera être désastreux, l'entreprise arguant à juste titre que le concept est terriblement cliché et réducteur, et surtout, que les actionnaires ciblés sont bel et bien européens...

Client : Creative Spirit pour Huawei - 2014

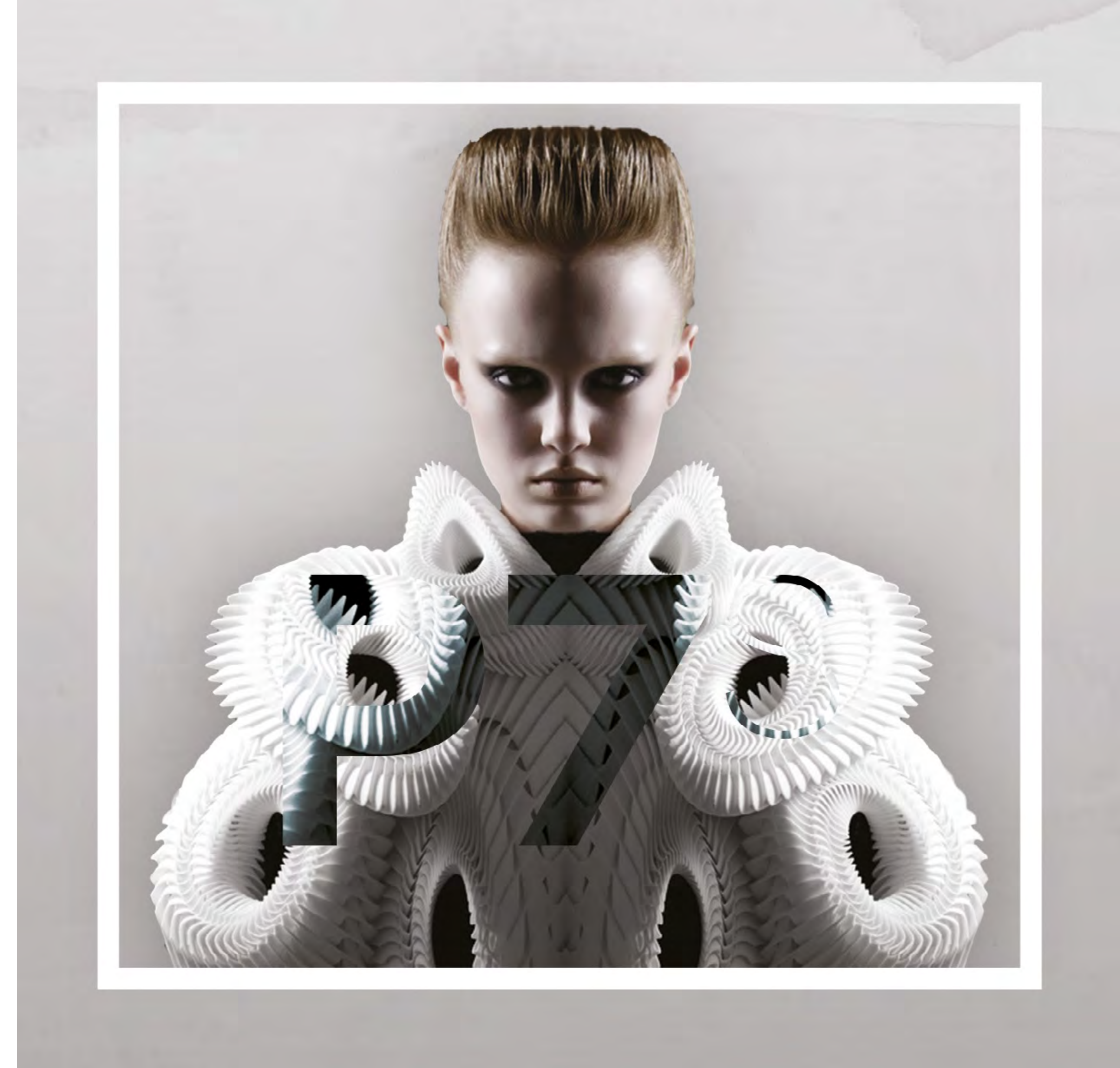
Marché : Téléphonie — Chine, Europe

Rôle : DA, graphisme — Compétition — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle de l'évènement et de ses différents supports

- Visuel clé — Kakémono
- Affiche format carré
- Devanture du lieu — Mise en situation
- Entrée du lieu — Mise en situation

■ BRANDING



ÉVÈNEMENT CORPORATE

Ascend P7 S

Supports divers

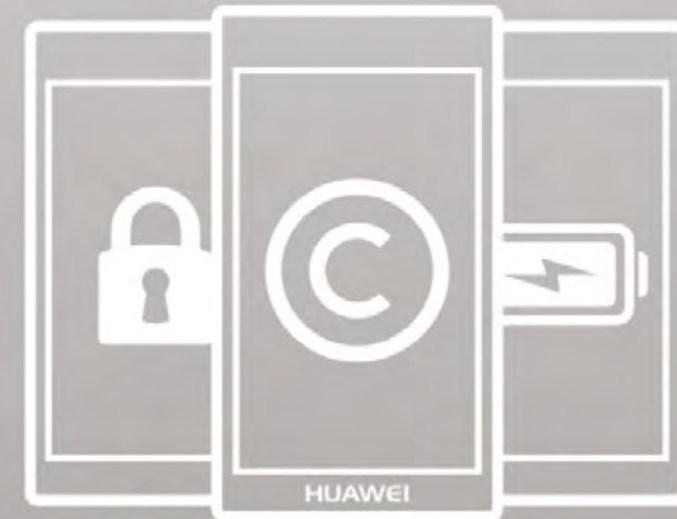
2014

- Bâche
- Scénographie — Mise en situation
- Hall d'entrée - Mise en situation

ASCEND

everything from anywhere

EXCELLENT PERSONALIZATION

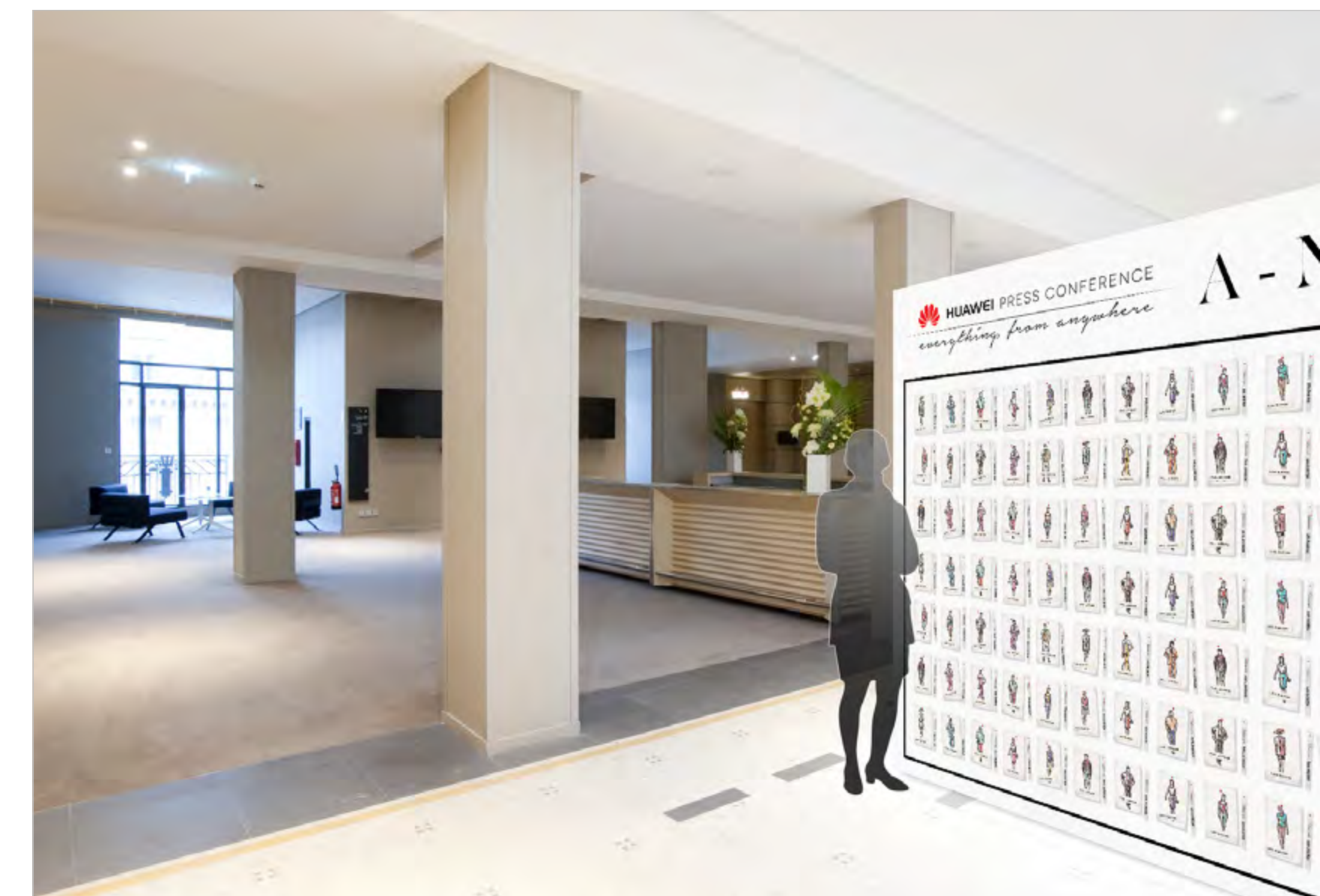
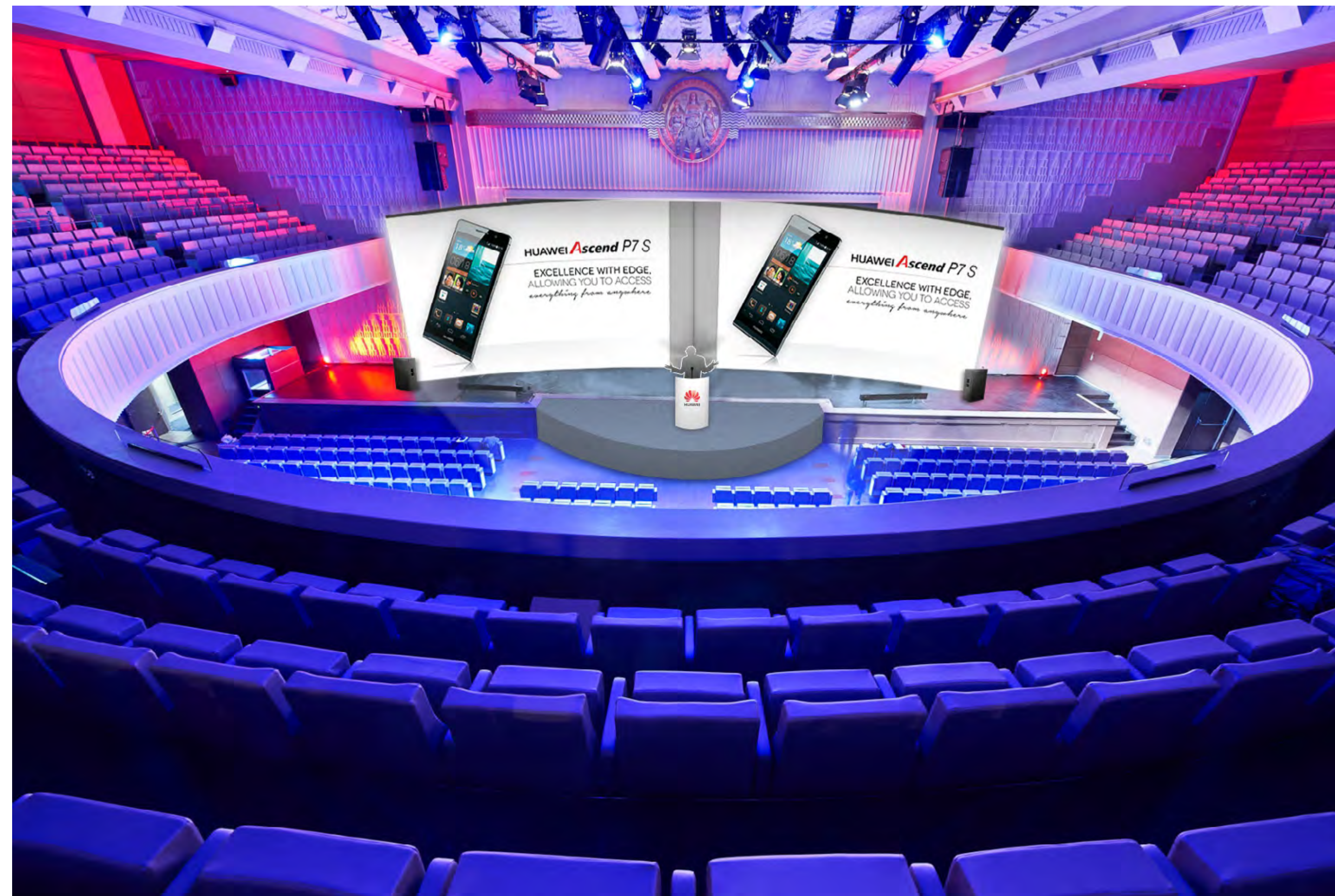


NEW RANGE OF FUNCTIONALITIES
AND APPLICATIONS

MAGAZINE LOCK SCREEN

WATERMARK PHOTOS

ULTRA POWER SAVING



■ BRANDING

■ BRANDING

LOGOTYPE

LOGOTYPE

Ben Szewczuk — Bijoutier

Artisan bijoutier et joaillier indépendant spécialisé dans le sur mesure et particulièrement inspiré par le monde animal. Il souhaite un logotype qui reflète au mieux l'authenticité de ses créations. Il convient de créer une identité unique mais qui correspond aux codes visuels du secteur, au risque d'être catalogué comme bijoutier 'fantaisie'.

Client : Ben Szewczuk — 2016

Marché : Artisanat, bijouterie — Paris, Strasbourg

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Création du logotype, carte de visite

Anecdote : Un nom de famille comme celui-ci n'est pas facile à utiliser pour un commerçant, le bouche à oreille se faisant plus difficile quand le patronyme de l'artisan est imprononçable à la lecture. Il a été question d'inclure la prononciation en signature du logo. Clin d'œil amusant mais qui aurait un peu trop contraster avec la rigueur attendue dans ce corps de métier. Heureusement, une grande partie du bouche à oreille se fait aujourd'hui via un partage en message privé sur les réseaux sociaux. Il n'y a donc plus besoin de savoir que cela se prononce Chevtchouk !

■ BRANDING



BEN SZEW CZUK
CRÉATEUR BIJOUTIER

LOGOTYPE

Ben Szewczuk

Exploration graphique

2016

Deux pistes principales ont été logiquement exploitées ici :

- Le monogramme, un concept qui vient immédiatement à l'esprit pour un produit artisanal, personnel et haut de gamme tel que le bijou ;
- L'héraldique, qui fait la part belle aux animaux si chers à Ben et évoque immédiatement la tradition, la rigueur et l'héritage culturel.

a. Monogramme vertical en sérif

b. Monogramme entrelacé en sérif

c. Monogramme entrelacé formant une chaîne (typographie originale)

d. Monogramme miroir sans sérif (typographie originale)

e. Monogramme traditionnel entrelacé au centre

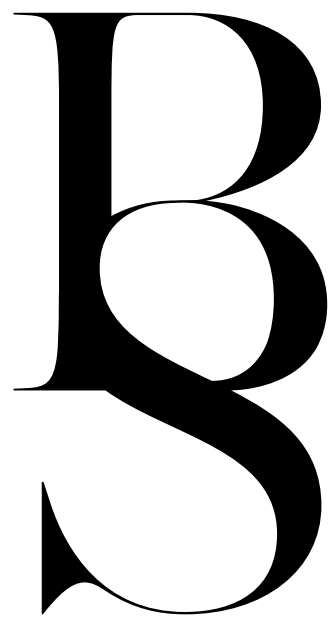
f. Monogramme mixant bas de casse et capital

g. Monogramme entrelacé en forme de blason (typographie originale)

h. Monogramme en alitération de formes (typographie originale)

i. Blason corbeau couronné

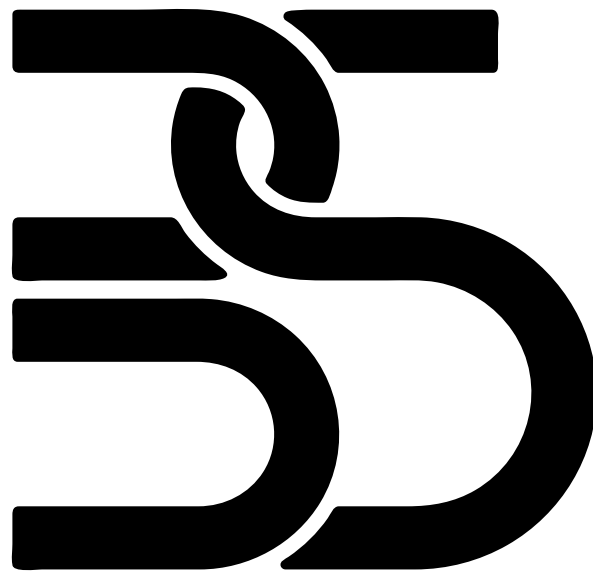
a.



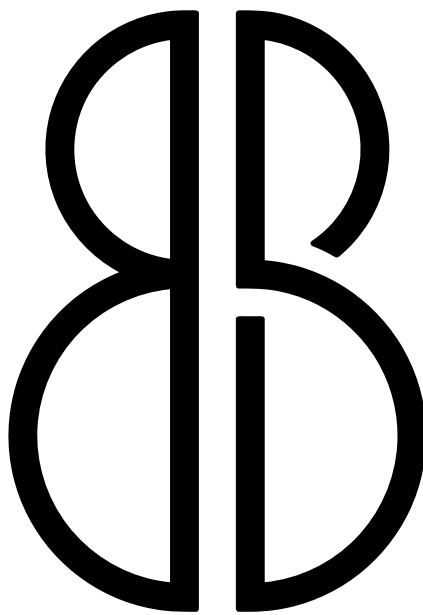
b.



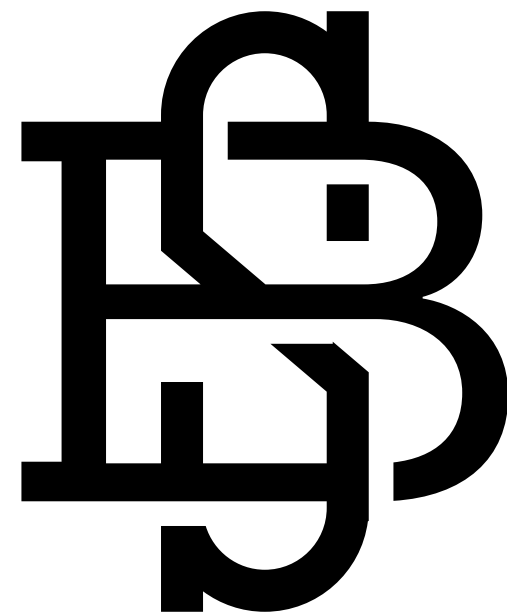
c.



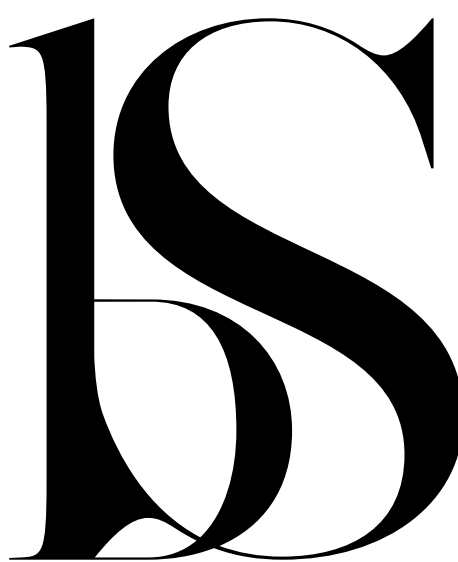
d.



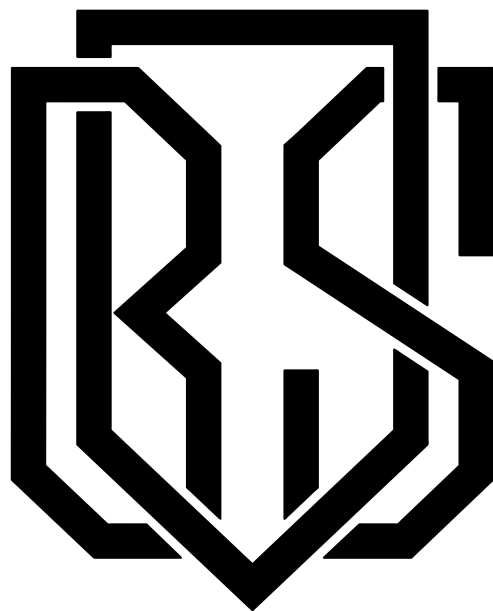
e.



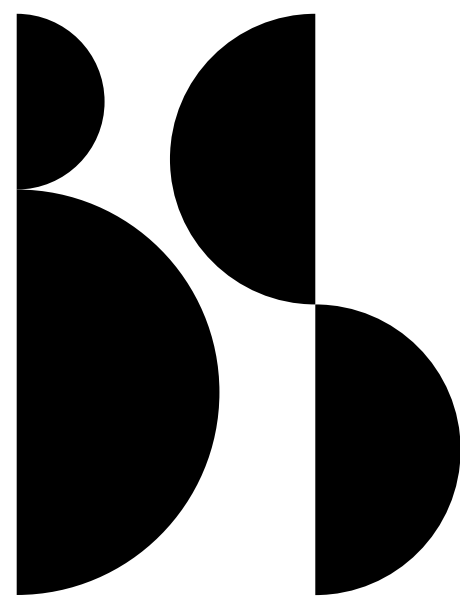
f.



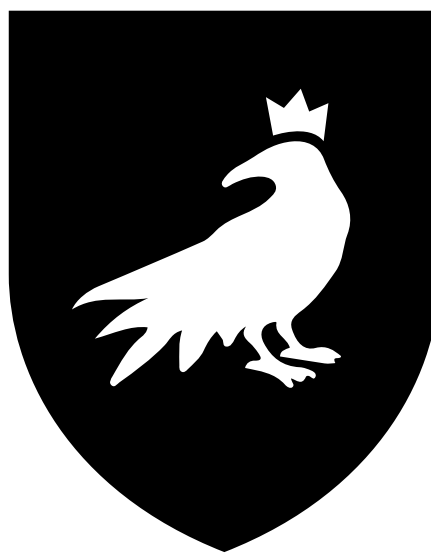
g.



h.



i.



LOGOTYPE

Ben Szewczuk

Piste 1

2016

Bien que loin d'être le plus original des monogrammes travaillés, ce logo a l'avantage d'être particulièrement adapté aux codes du secteur. Lisible, simple, il rassure par son classicisme.

Ce classicisme sert également à contraster avec la proposition suivante.



LOGOTYPE

Ben Szewczuk

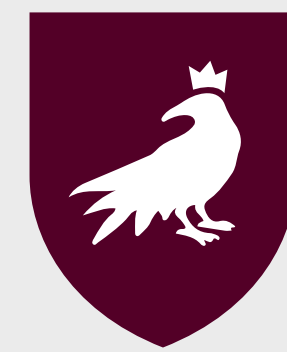
Piste 2

2016

En opposition avec la piste précédente, celle-ci détourne les codes visuels dont elle s'inspire.

Ce blason à la française est orné d'un corbeau couronné, un animal espiègle et totalement ignoré par l'héraldique traditionnelle car perçu comme annonciateur de malheur au Moyen Âge.

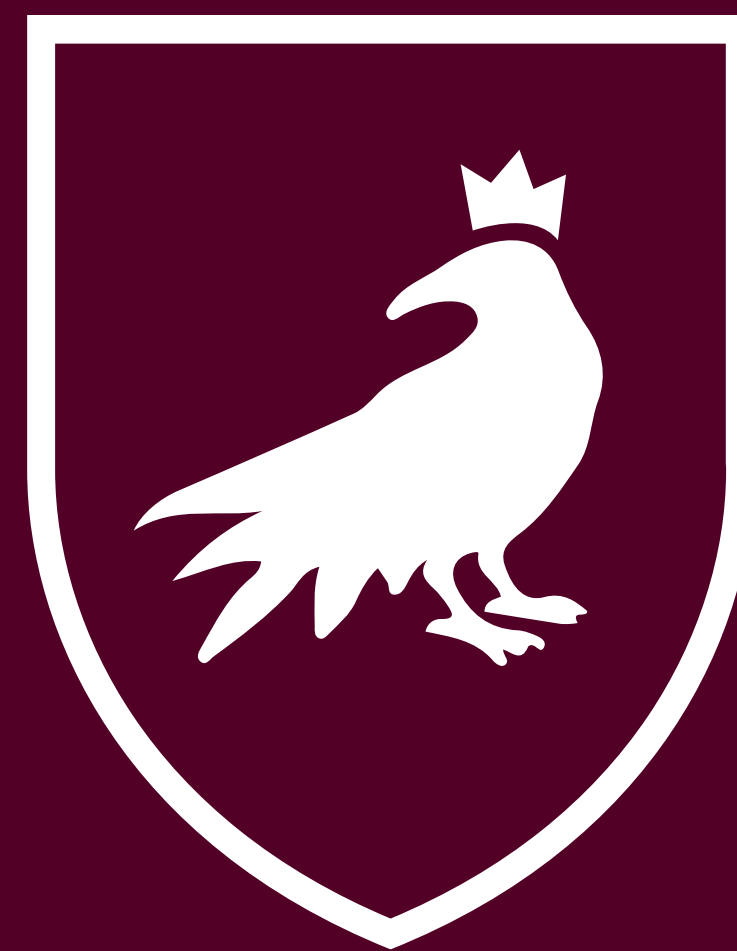
Sa proximité avec la pie voleuse est un clin d'œil supplémentaire au caractère précieux des matériaux utilisés dans les créations de Ben.



BEN SZEWCZUK
CRÉATEUR BIJOUTIER



BEN SZEWCZUK
CRÉATEUR BIJOUTIER



BEN SZEWCZUK

LOGOTYPE

Ben Szewczuk

Piste sélectionnée

2016

Unique, différenciante et adaptée à son style, c'est naturellement vers la seconde proposition que le choix de Ben s'est porté. Un logotype qui a également l'avantage d'être à l'épreuve du temps puisqu'il utilise des codes visuels déjà vieux de près de 1000 ans.

- Carte de visite
- Story Instagram programmation locale
- Logotype en contour
- Bague en or écaillée de diamants montée d'une opale
- Ben dans son atelier
- Mise en situation d'un écrin en velours pour bague



BEN SZEWCZUK
CRÉATEUR BIJOUTIER



BRANDING

LOGOTYPE

Sélection de logotypes
2012 - 2026

Si la création d'identité visuelle dans son ensemble est un de mes domaines de prédilection, j'éprouve un plaisir tout particulier à la construction de logotype.

Ce mélange parfait entre l'errance des recherches préparatoires, l'organisation des références dans un mood board, la créativité frénétique de la phase d'exploration visuelle, et la rigueur extrême de la finalisation des pistes, représente pour moi la quintessence du métier de directeur artistique.

Sans compter la satisfaction de cliquer sur le bouton réunion du pathfinder pour aplatir un logo terminé.

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

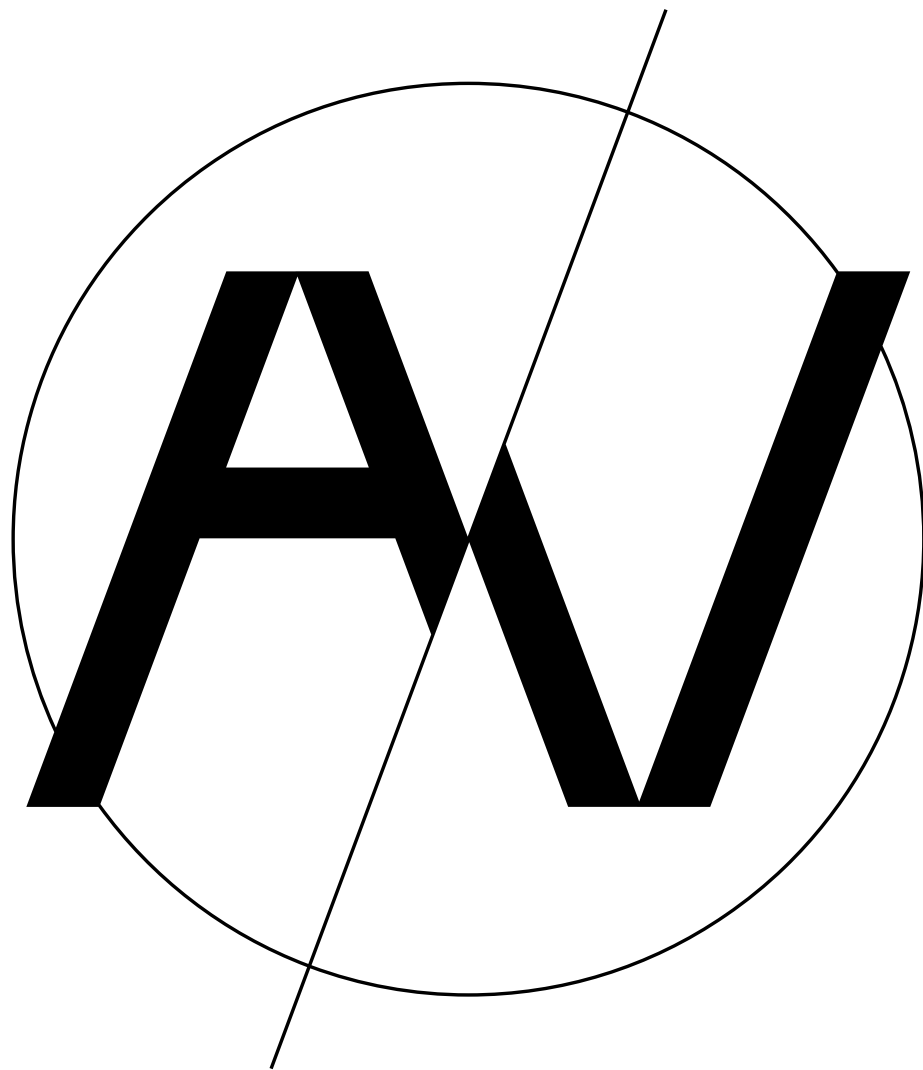
Apport : Création de logotypes, d'identités visuelles et de branding complet, selon les projets

Logotypes personnels

- a. Monogramme, ancien logotype — 2020
- b. Portrait, utilisé en photo de profil — 2021
- c. Portrait actualisé, nouveau logotype — 2024

Anecdote : La taille de mon nez sur le logo est à échelle réelle.

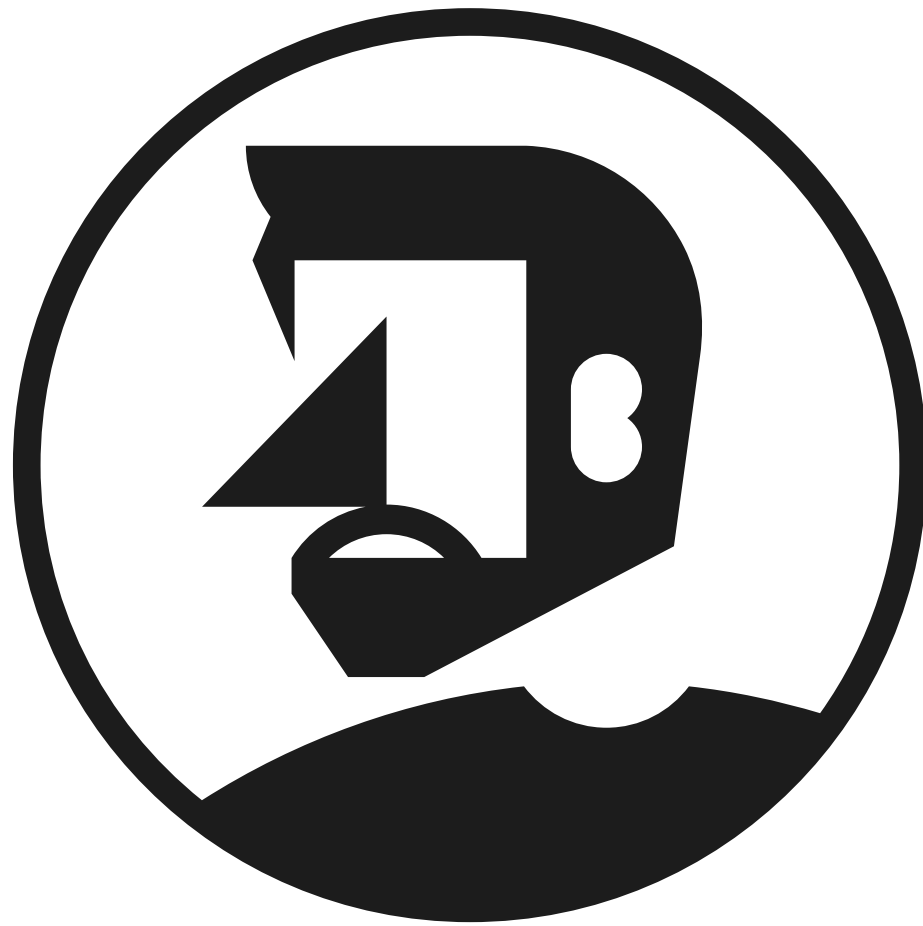
a.



b.



c.



LOGOTYPE

Divers

2012-2016



Vente à la Cave

Site de vente - Vin

Piste finale - 2012



CG

Cabinet d'avocats

Piste inutilisée - 2012



Better Dating

Site de rencontres

Piste inutilisée - 2012



Whisky Sponge

Whisky et spiritueux - Blog

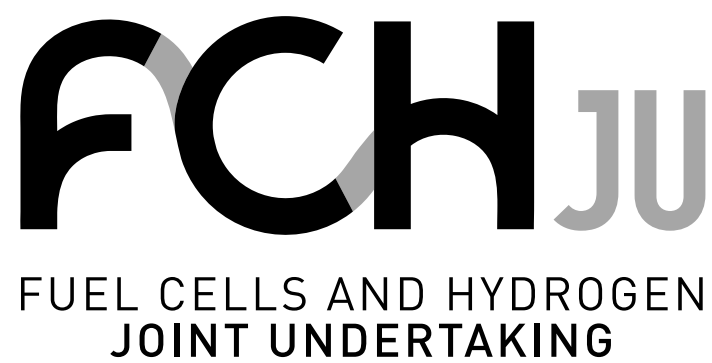
Piste finale - 2013



The Deaf Sentence

Musique électronique - Blog

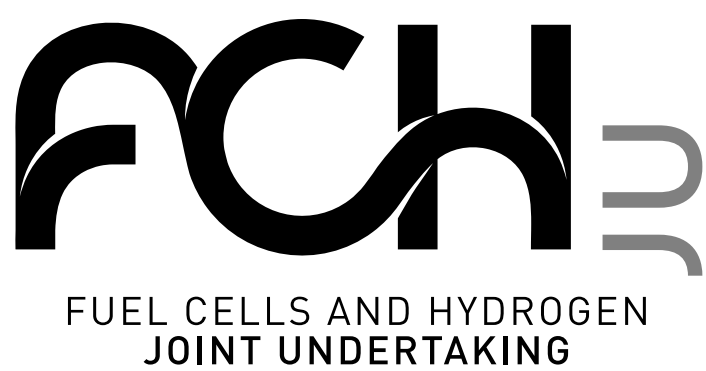
Piste inutilisée - 2014



FCH JU

Recherche et énergie

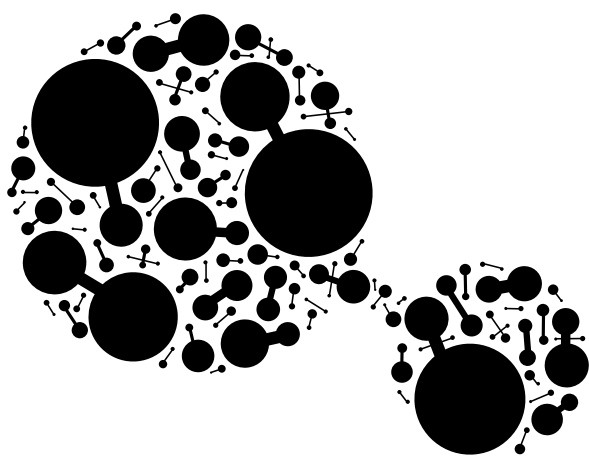
Piste finale - 2014



FCH JU

Recherche et énergie

Piste alternative - 2014



FCH JU

Recherche et énergie

Piste 2 - 2014



L'Expérience Incroyable N°2

Vin expérimental

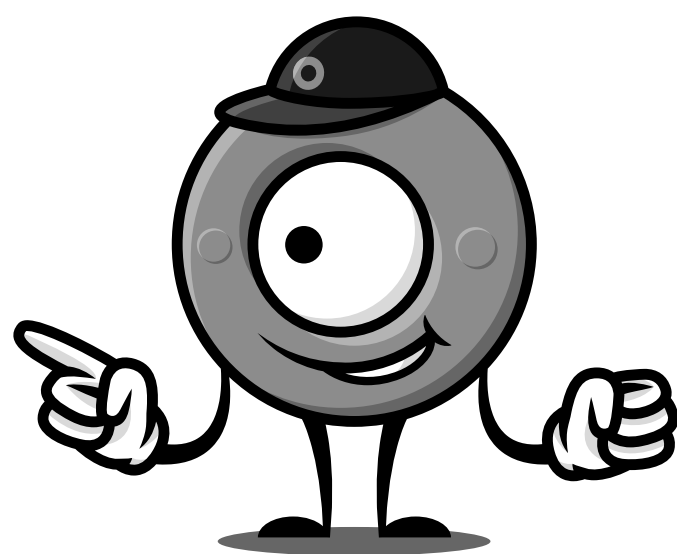
Piste inutilisée - 2014



Shoot

Agence marketing

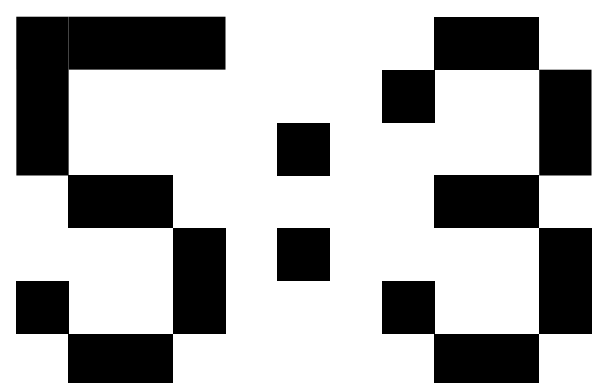
Piste finale - 2014



Polo

E-Learning - Intranet

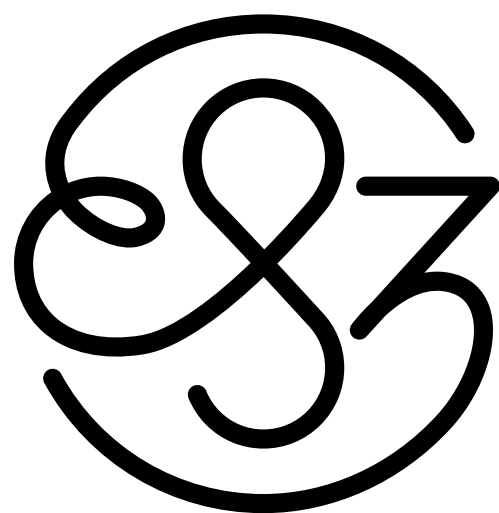
Piste 2 - 2015



Stripes:Errors

Projet artistique digital

Piste alternative - 2015



CSZ

Traduction

Piste finale - 2016



CSZ

Traduction

Piste 2 - 2016



CSZ

Traduction

Piste 2 alternative - 2016

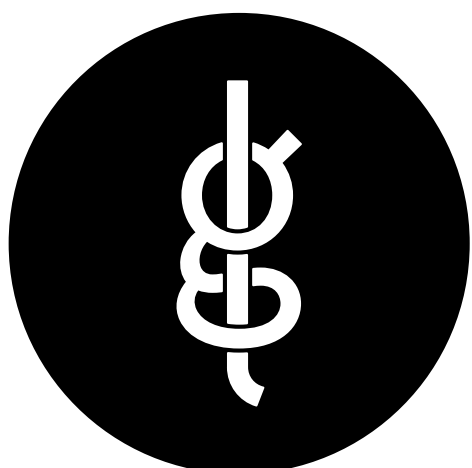
LOGOTYPE

Divers

2016-2017



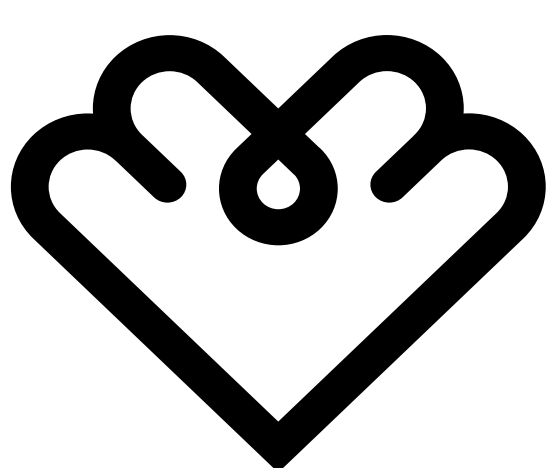
Lucas Gaertner
Chef à domicile
Piste finale - 2016



Lucas Gaertner
Chef à domicile
Piste 2 - 2016



Merci Beaucoup
Évènements - Musique
Piste finale - 2016



Merci Beaucoup
Évènements - Musique
Piste 2 - 2016

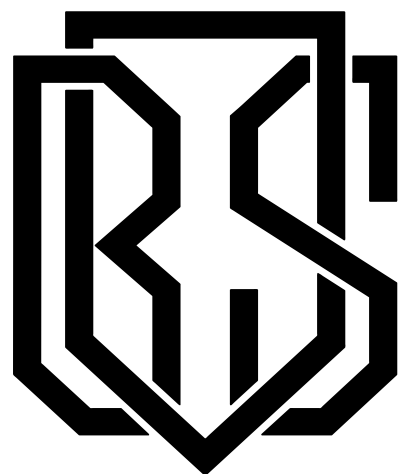


Chroma Blaster
Collectif artistique
Piste inutilisée - 2016

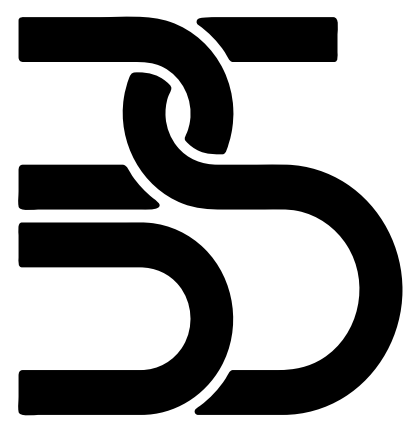


BEN SZEWCZUK
CRÉATEUR BIJOUTIER

Ben Szewczuk
Bijoutier
Piste finale - 2016



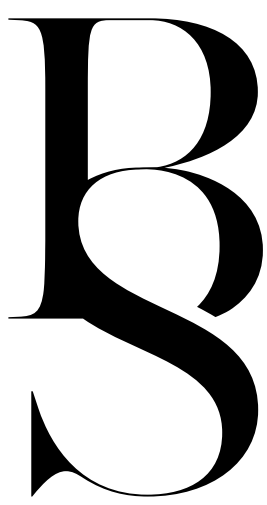
Ben Szewczuk
Bijoutier
Piste 2 - 2016



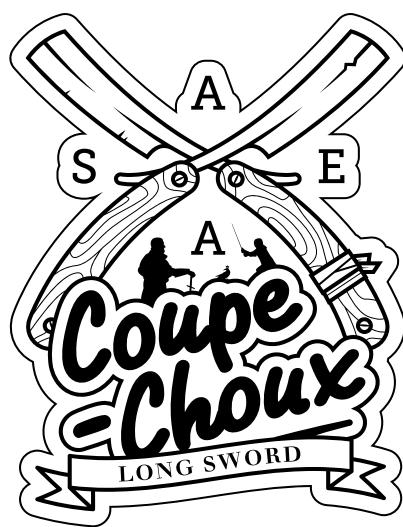
Ben Szewczuk
Bijoutier
Piste 3 - 2016



Ben Szewczuk
Bijoutier
Piste 4 - 2016



Ben Szewczuk
Bijoutier
Piste 5 - 2016



Coupe-Choux
Escrimeur médiéval
Piste alternative - 2016



À Contre Courant
Communication politique
Piste finale - 2017



L'Atelier ALKA
Pop-up store - Artisanat
Piste inutilisée - 2017



Majorité Socialiste et Écologiste
Groupe parlementaire
Piste inutilisée - 2017



Parti Socialiste Écologiste
Regroupement politique
Piste inutilisée - 2017

BRANDING

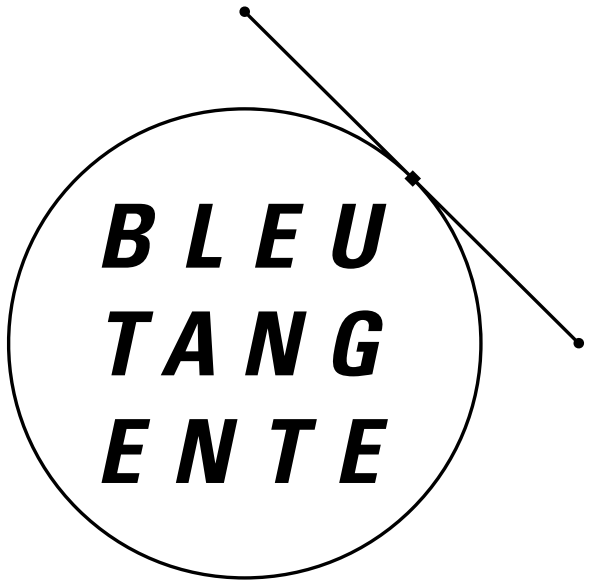
LOGOTYPE

Divers

2017-2019



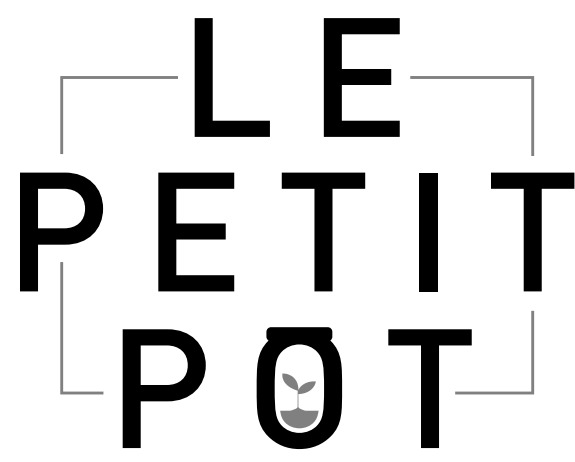
Pascal Cherki
Élections législatives
Piste finale - 2017



Bleu Tangente
Art numérique et interactif
Piste finale - 2017



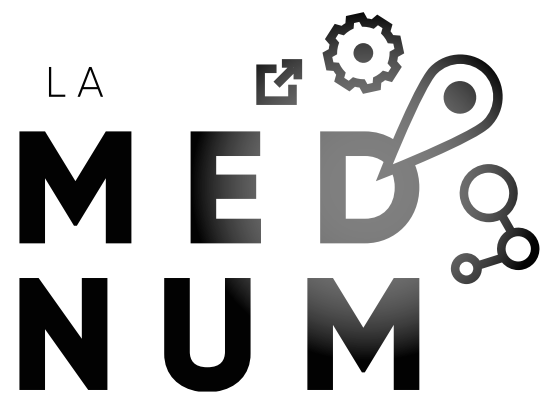
Le Petit Pot
Épicerie sans emballages
Piste finale - 2017



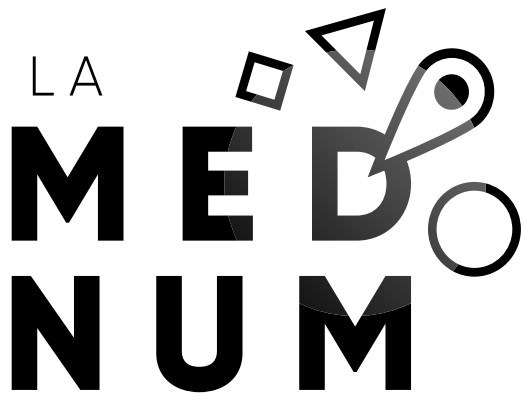
Le Petit Pot
Épicerie sans emballages
Piste alternative - 2017



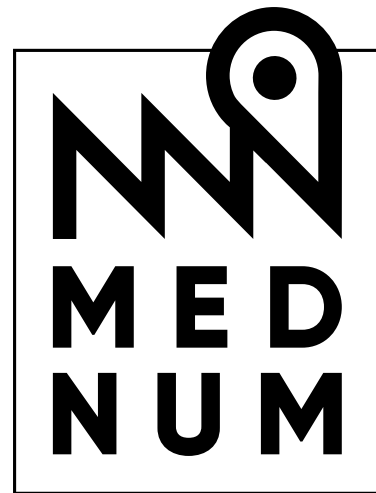
Delphine Keller
Coach de vie
Piste finale - 2017



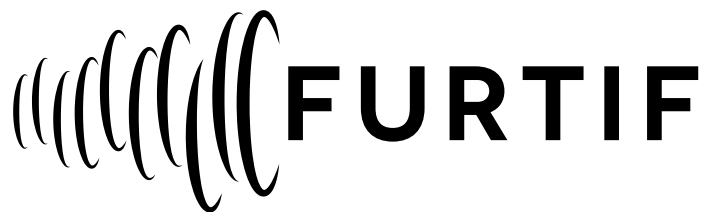
La MedNum
Coopérative du numérique
Piste finale - 2018



La MedNum
Coopérative du numérique
Piste alternative - 2018



La MedNum
Coopérative du numérique
Piste 2 - 2018



Furtif
Spectacle son et lumière
Piste finale - 2018



Furtif
Spectacle son et lumière
Piste 2 - 2018



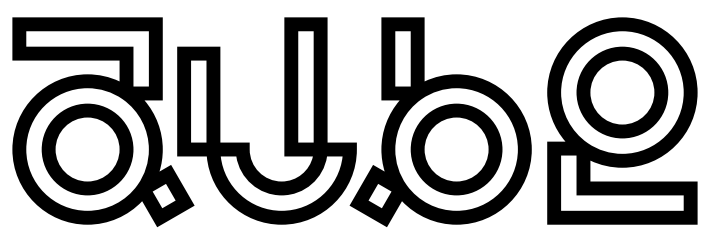
La Salle d'Armes
Escrime médiévale - Strasbourg
Piste inutilisée - 2018



Oldrama
Musique électronique
Piste finale - 2018



Whiskyfun 16 ans
Whisky et spiritueux - Site
Piste finale - 2018



Aube
Spectacle son et lumière
Piste inutilisée - 2019



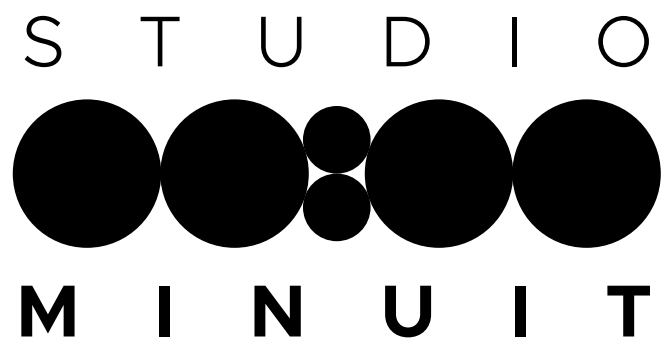
Whiskyfun 15k
Whisky et spiritueux - Site
Piste finale - 2019

LOGOTYPE

Divers
2019-2020



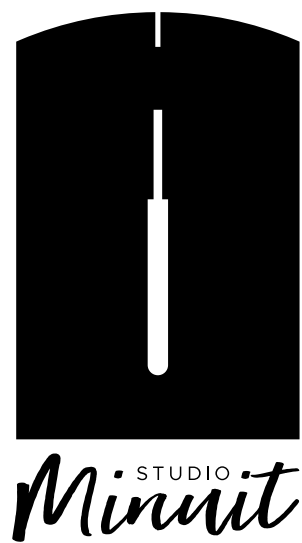
Studio Minuit
Studio d'enregistrement
Piste finale - 2019



Studio Minuit
Studio d'enregistrement
Piste 2 - 2019



Studio Minuit
Studio d'enregistrement
Piste 3 - 2019



Studio Minuit
Studio d'enregistrement
Piste 4 - 2019



Studio Minuit
Studio d'enregistrement
Piste 5 - 2019



Nike VaporFly
Articles de sport
Piste inutilisée - 2019



Nike VaporFly
Articles de sport
Piste inutilisée - 2019



Nike VaporFly
Articles de sport
Piste inutilisée - 2019



Nike VaporFly
Articles de sport
Piste inutilisée - 2019



Nike VaporFly
Articles de sport
Piste inutilisée - 2019



L'Amarelle
Brasserie - Restaurant
Piste inutilisée - 2019



Marie Diamoneka-Lebeault
Avocate
Piste finale - 2020



Cadre Art Renov
Bâtiment - Rénovation
Piste finale - 2020



Cadre Art Renov
Bâtiment - Rénovation
Piste alternative - 2020



Cadre Art Renov
Bâtiment - Rénovation
Piste 2 - 2020

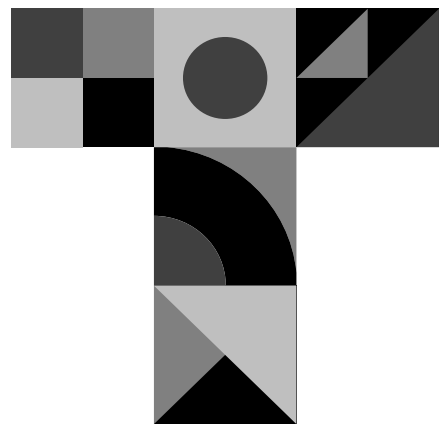
BRANDING

LOGOTYPE

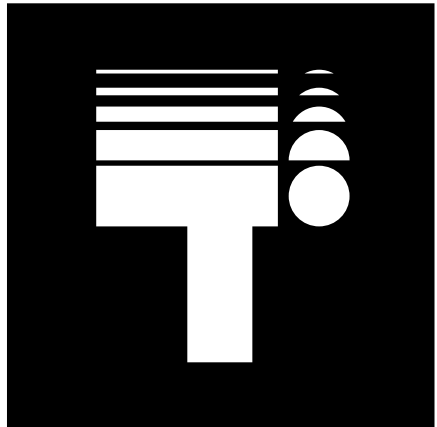
Divers
2020-2023



Trophée
Agence évènementiel
Piste finale - 2020



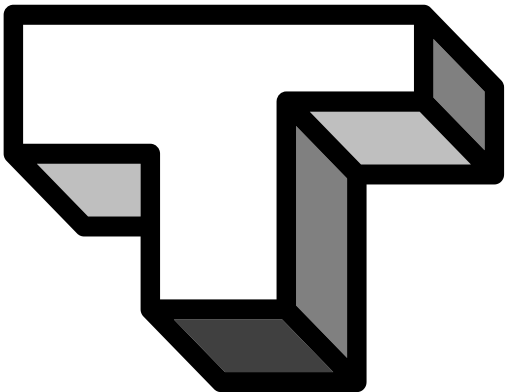
Trophée
Agence évènementiel
Piste 2 - 2020



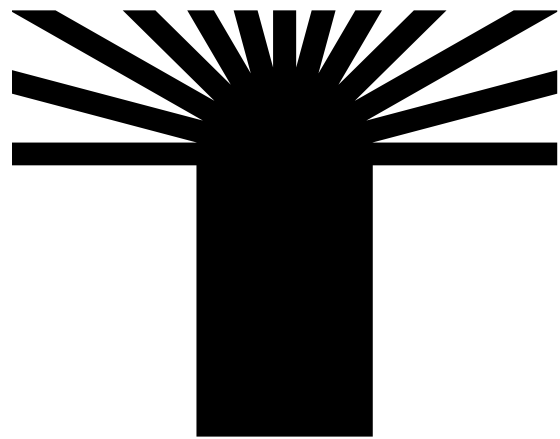
Trophée
Agence évènementiel
Piste 3 - 2020



Trophée
Agence évènementiel
Piste 3 alternative - 2020



Trophée
Agence évènementiel
Piste 4 - 2020



Trophée
Agence évènementiel
Piste 5 - 2020



La Parisienne
Café - Brasserie
Piste inutilisée - 2020



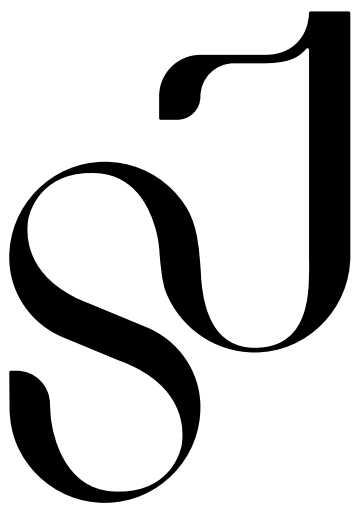
L'Entrepot
Distribution sans emballages
Piste finale - 2021



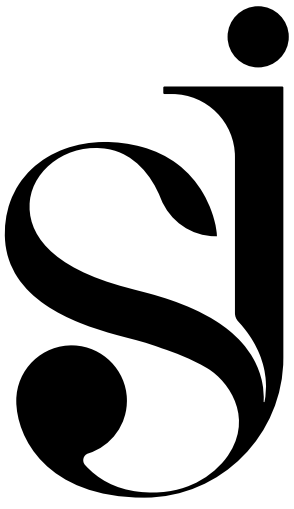
Whiskyfun 20 ans
Whisky et spiritueux - Site
Piste finale - 2022



Whiskyfun 20 ans
Whisky et spiritueux - Site
Piste alternative - 2022



Juliette Sigwalt
Avocate
Piste finale - 2022



Juliette Sigwalt
Avocate
Piste 2 - 2022



Insonore 10 ans
Mini-festival
Piste finale - 2023



Insonore 10 ans
Mini-festival
Piste 2 - 2023



Insonore 10 ans
Mini-festival
Piste 3 - 2023

LOGOTYPE

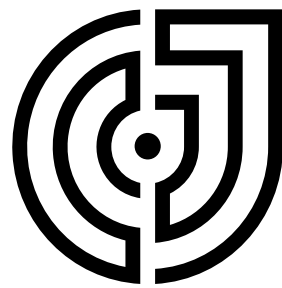
Divers
2023-2024



Holly Bee
Beauté - Produit de la ruche
Piste inutilisée - 2023



Holly Bee
Beauté - Produit de la ruche
Piste alternative - 2023



Charlotte Jacques
Psychologue Clinicienne

Charlotte Jacques
Psychologue
Piste finale - 2023



Charlotte Jacques

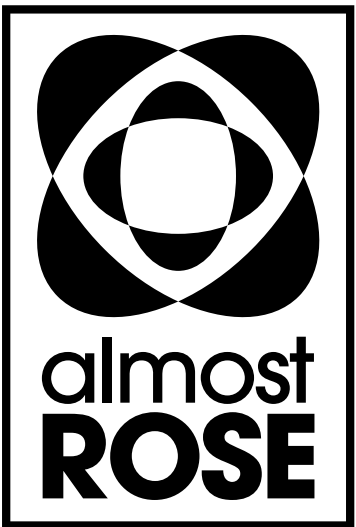
Charlotte Jacques
Psychologue
Piste 2 - 2023



Whiskyfun 21 ans
Whisky et spiritueux - Site
Piste finale - 2023



Tonic
Collectif - Street-art
Piste inutilisée - 2024



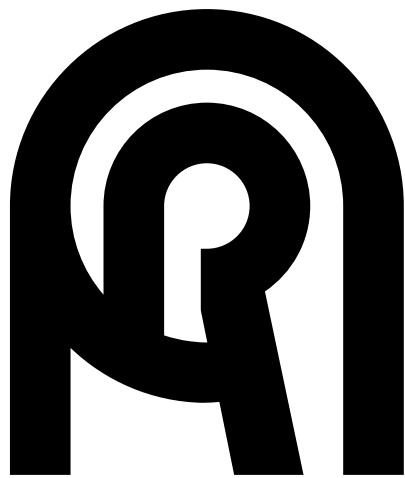
Almost Rose
Groupe de funk
Piste finale - 2024



Almost Rose
Groupe de funk
Piste 2 - 2024



Almost Rose
Groupe de funk
Piste 3 - 2024



Almost Rose
Groupe de funk
Piste 4 - 2024



EQUILION

Equilion
Cabinet d'avocats
Piste finale - 2024



EQUILION

Equilion
Cabinet d'avocats
Piste 2 - 2024



Equilion
Cabinet d'avocats
Piste 3 - 2024



Equilion
Cabinet d'avocats
Piste 4 - 2024



Equilion
Cabinet d'avocats
Piste 5 - 2024

LOGOTYPE

Divers

2024-2026



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste finale - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste alternative - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 2 - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 3 - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 4 - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 5 - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 6 - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 7 - 2024



GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 8 - 2024



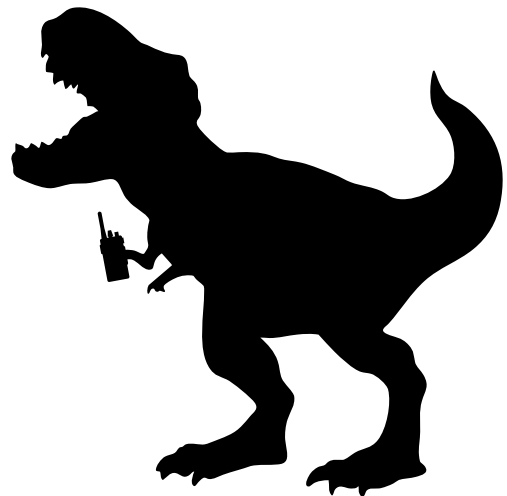
GHM - Époque Auto
Garage - Voitures anciennes
Piste 9 - 2024



Demande à Germain
Régisseur général
Piste finale - 2025



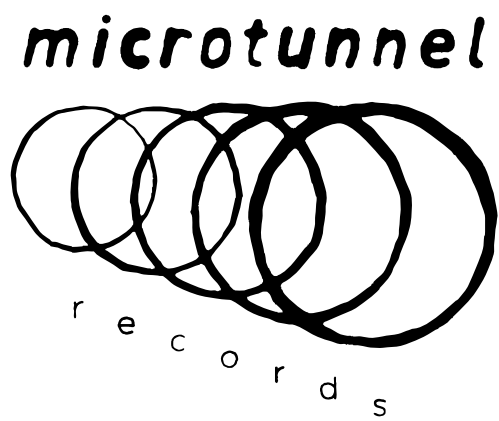
Demande à Germain
Régisseur général
Piste alternative - 2025



Demande à Germain
Régisseur général
Piste alternative - 2025



Demande à Germain
Régisseur général
Piste 2 - 2025



Microtunnel Records
Label - Musique électronique
Piste finale - 2026

BRANDING

■ BRANDING

PACKAGING

PACKAGING

Bière OTP

Dans le cadre de son festival, October Tone s'allie à Bendorf pour créer la bière officielle de l'évènement. Si la formule est habituelle, pour une fois c'est October Tone qui a la mainmise sur la création de l'étiquette. L'association fait donc appel à moi pour ce projet, qui est en fait antérieur de quelques mois au travail de l'identité visuelle des October Tone Parties. C'est donc l'étiquette qui influencera l'utilisation de l'effet marbré dans l'univers graphique du festival.

Client : October Tone pour Bendorf — 2018

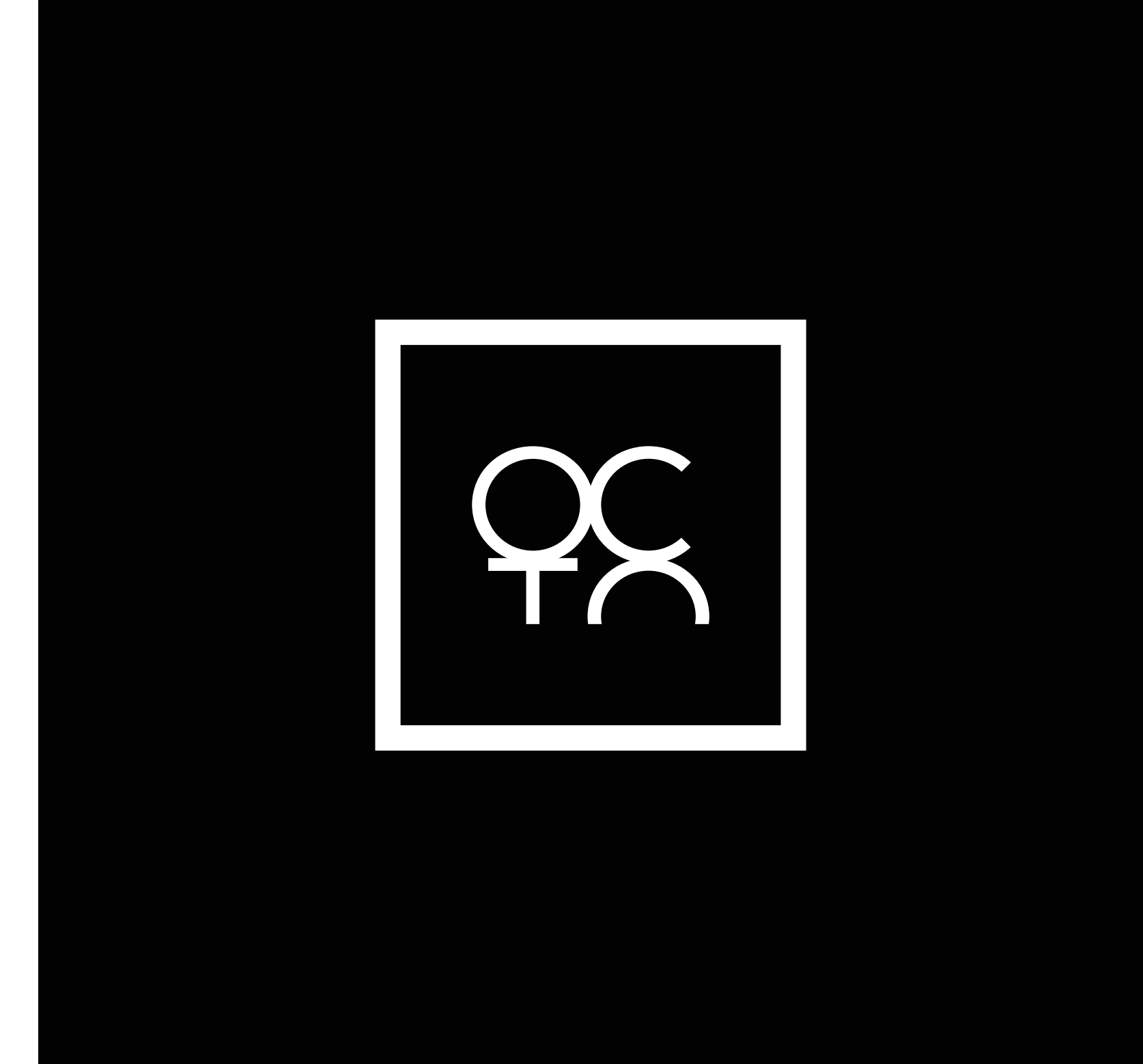
Marché : Bière, musique, nuit — Strasbourg

Rôle : DA, graphisme, exécution — Mécénat

Apport : Création d'une identité visuelle pour l'étiquette de la bière officielle du festival OTP, plusieurs propositions et variations sur celles-ci

Anecdote : La bière s'est hélas avérée être imbuvable. Le goût du concombre dominait outrageusement toutes les saveurs du houblon. Dommage, cela devait être une stout tout ce qu'il y a de plus classique au départ !

BRANDING



PACKAGING

Bière OTP

Pistes 1 et 2

2018

Pistes centrées sur l'effet marbré également.

La piste 1 cherche un style science-fiction années 70, inspiré par le film d'animation La Planète sauvage de René Laloux et Roland Topor.

La piste 2 est plutôt contemporaine dans son approche autour du triangle.



BRANDING



PACKAGING

Bière OTP

Pistes 3 et 4

2018

Pistes centrées sur l'utilisation de photographies rétro.

La piste 3 cherche à iconiser ce personnage un peu dandy avant l'heure dans une DA épurée.

La piste 4 embrasse l'aspect rétro de la photo et s'en amuse, tout en proposant des couleurs vives pour créer un décalage.

BRANDING

BIÈRE OFFICIELLE DU FESTIVAL
OCTOBER TONE PARTIES 2018



STOUT

OC | BRASSÉE PAR
bendorf

BIÈRE OFFICIELLE DU FESTIVAL
OCTOBER TONE PARTIES 2018



STOUT

OC | BRASSÉE PAR
bendorf

BIÈRE OFFICIELLE DU FESTIVAL



STOUT

OCTOBER TONE PARTIES 2018

OC | BRASSÉE PAR
bendorf

BIÈRE OFFICIELLE DU FESTIVAL



STOUT

OCTOBER TONE PARTIES 2018

OC | BRASSÉE PAR
bendorf

PACKAGING

Bière OTP

Pistes 5, 6 et 7

2018

Pistes aux inspirations diverses.

La piste 5 est dans la lignée des propositions précédentes mais pousse le curseur vers les flyers punks des années 70-90. Cette piste influencera grandement l'identité visuelle du festival.

La piste 6 s'inspire des collages de l'Atelier Bingo, mais cherche à ajouter du figuratif semi-abstrait.

La piste 7, sans être inintéressante, semble un peu hors de propos, avec sa réinterprétation de schémas techniques anciens divers.



BRANDING

Bière officielle du festival October Tone Parties 2018

- Stout -  | BRASÉE PAR

PACKAGING

Bière OTP

Piste finale

2018

Cette piste est influencée par nombre des précédentes. C'est l'aboutissement d'un mélange créatif qui se produit pour le meilleur, entre l'effet marbré des pistes 1 et 2, la typographie art déco de la piste 3, et l'aspect texturé et les couleurs vives des pistes 4 et 5.



BRANDING

PACKAGING

Resultime

De Collin à Resultime, l'histoire de cette marque de cosmétique se dévoile à travers le rebranding de ses packagings, lié à un renaming forcé par un contexte concurrentiel particulier, et à un changement de stratégie commerciale et de points de vente.

Client : Groupe Nuxe — 2013

Marché : Cosmétique — France

Rôle : Assistant DA, graphisme, exécution — Salarié

Apport : Évolution du branding de la marque à travers les époques via la déclinaison de ses packagings, aide au rebranding global, préparation des maquettes papiers pour tests linéaire, préparation des fichiers techniques



VISIBLE RESULTS
RÉSULTATS VISIBLES

resultime
— PARIS —

HYDRATANT

Gel-Crème Désaltérant
3 Acides Hyaluroniques

Les utilisatrices le constatent :
Peau hydratée pour 86%*
des femmes

e 50 ml

Peaux mixtes

Ce gel-crème, frais et fondant, apporte hydratation et fini velouté à la peau. Sa formule unique associe trois types complémentaires d'Acide Hyaluronique pour une diffusion de l'hydratation dans toutes les couches de l'épiderme et un effet repulpant visible. Son action est complétée par un complexe hydratant biomimétique pour restaurer la barrière cutanée. Enfin, ce soin réactive la jeunesse de votre peau grâce au Micro-Collagène Vectorisé (brevet Resultime).
Les sensations de tiraillement sont apaisées (81%)*, la peau paraît hydratée (86%)*, souple (82%)* et douce (91%)*.
Appliquer matin et/ou soir sur le visage et le cou. Peaux mixtes.
*Test in vivo réalisé sous contrôle dermatologique auprès de 22 femmes après 21 jours d'application biquotidienne. % de volontaires en accord avec l'allégation.

This fresh, meltaway gel-cream provides the skin with moisture and a velvety finish. Its unique formula combines three complementary types of Hyaluronic Acid to diffuse moisture into all the layers of the epidermis and give a visible plumping effect. Its action is supplemented by a biomimetic moisturising complex to restore the cutaneous barrier. Last but not least, this skin care reactivates your skin's youthfulness thanks to Vectorised Micro-Collagen (Resultime patent).
Feelings of tightness are relieved (81%)*, the skin appears hydrated (86%)*, supple (82%)* and soft (91%)*.
Apply morning and/or evening to the face and neck. Combination skin.
*In vivo test performed under dermatological supervision among 22 users after 21 days' twice-daily application. % of volunteers in agreement with the claim.

BRANDING

PACKAGING

Resultime

Renaming et rebranding

2013

D'abord nommée Collin Paris et distribuée en institut de beauté, la marque spécialiste du soin anti-âge rentre en conflit juridique avec une entreprise homonyme également située dans le secteur cosmétique.

C'est l'opportunité pour le groupe Nuxe de repositionner sa marque annexe au passage. En effet, le groupe possède déjà Dr Renaud, qui a certes une image très différente, mais qui est également vendue en institut.

La nouvelle stratégie marketing de Collin est de changer de point de vente en se déplaçant vers la parapharmacie, et de se repositionner en quittant son côté beauté pour devenir la marque technique de référence pour les produits anti-âge.

C'est ainsi que Collin deviendra progressivement la marque Resultime, en 4 étapes étalées sur 2 ans, pour tenter d'emmener sa base de clientèle avec elle sans la brusquer.

- Logotype Collin Paris
- Logotype Collin Resultime
- Packaging Collin Resultime
- Brochure Collin avec mise en avant du Resultime
- Logotype Resultime by Collin Paris
- Logotype Resultime

COLLIN PARIS

COLLIN PARIS RESULTIME



resultime

BY COLLIN PARIS

resultime

— PARIS —

BRANDING

PACKAGING

Resultime

Nouvelle identité visuelle

2013

Pour appuyer sur son côté technique, la direction artistique de la marque utilisera majoritairement le blanc et le noir. Dans ce même but, des études régulières sur l'efficacité des produits seront mises en avant via des pourcentages, visibles en gros sur les packs et les supports de communication.

Mon travail a essentiellement été de décliner la charte établie par la DA sur de nouveaux produits et supports de communication. Un travail d'exécution essentiellement, mais très enrichissant et formateur.

- Logotype Resultime
- Packagings divers
- Animation magasin, linéaire et PLV

resultime
— PARIS —



BRANDING



PACKAGING

Resultime

Vitrine — Mise en situation

2013

BRANDING



PACKAGING

L'Expérience Incroyable N°2

Design de l'étiquette de ce pinot gris vieilli 2 ans en fût de whisky. Hommage à l'illustrateur alsacien Hansi dans une revisite de son étiquette, mettant en avant la rencontre entre l'Alsace et l'Écosse. Une seconde piste plus contemporaine basée sur le numéro de l'expérience sous forme de monogramme, facilement déclinable, a également été proposée.

Client : Domaine Zind Humbrecht — 2014

Marché : Vin — France, Écosse

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Recherche graphique, création de l'étiquette, préparation du fichier technique

- Bouteille avec étiquette finale
- Variation chromatique
- Étiquette du Vin des Deux Frères par Hansi
- Piste 2 inutilisée

BRANDING



PACKAGING

Music Activists

Première itération d'une série de compilations du label.

Client : Infiné — 2018

Marché : Culture, musique — Europe

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle du projet, préparation des fichiers techniques, déclinaison sur différents supports

- Pochette
- Tote-bag, visuel retravaillé en trame de points

Rebuilding Notre-Dame

Bande originale du documentaire Arte sur la reconstruction de Notre-Dame par Secret of Elements.

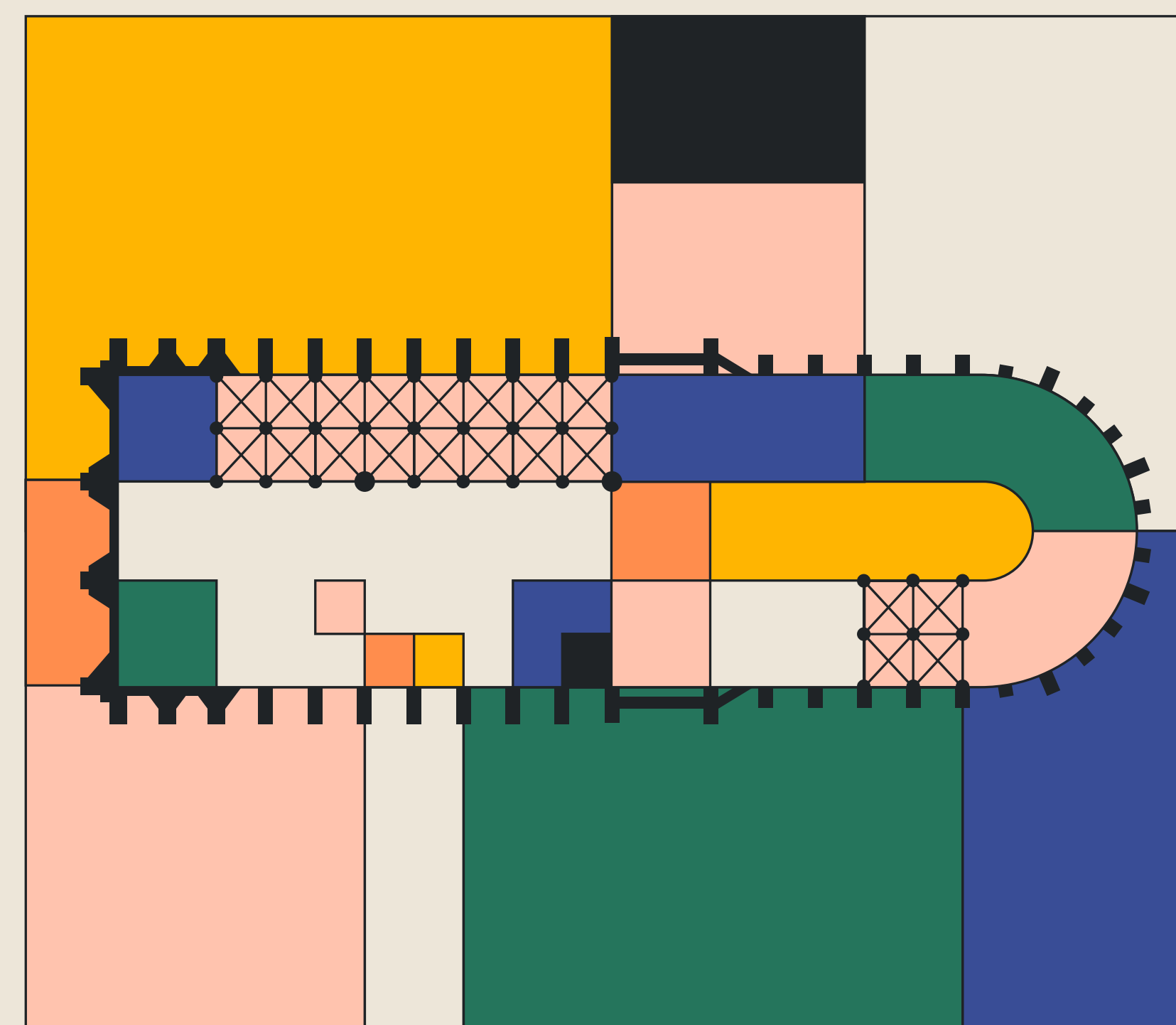
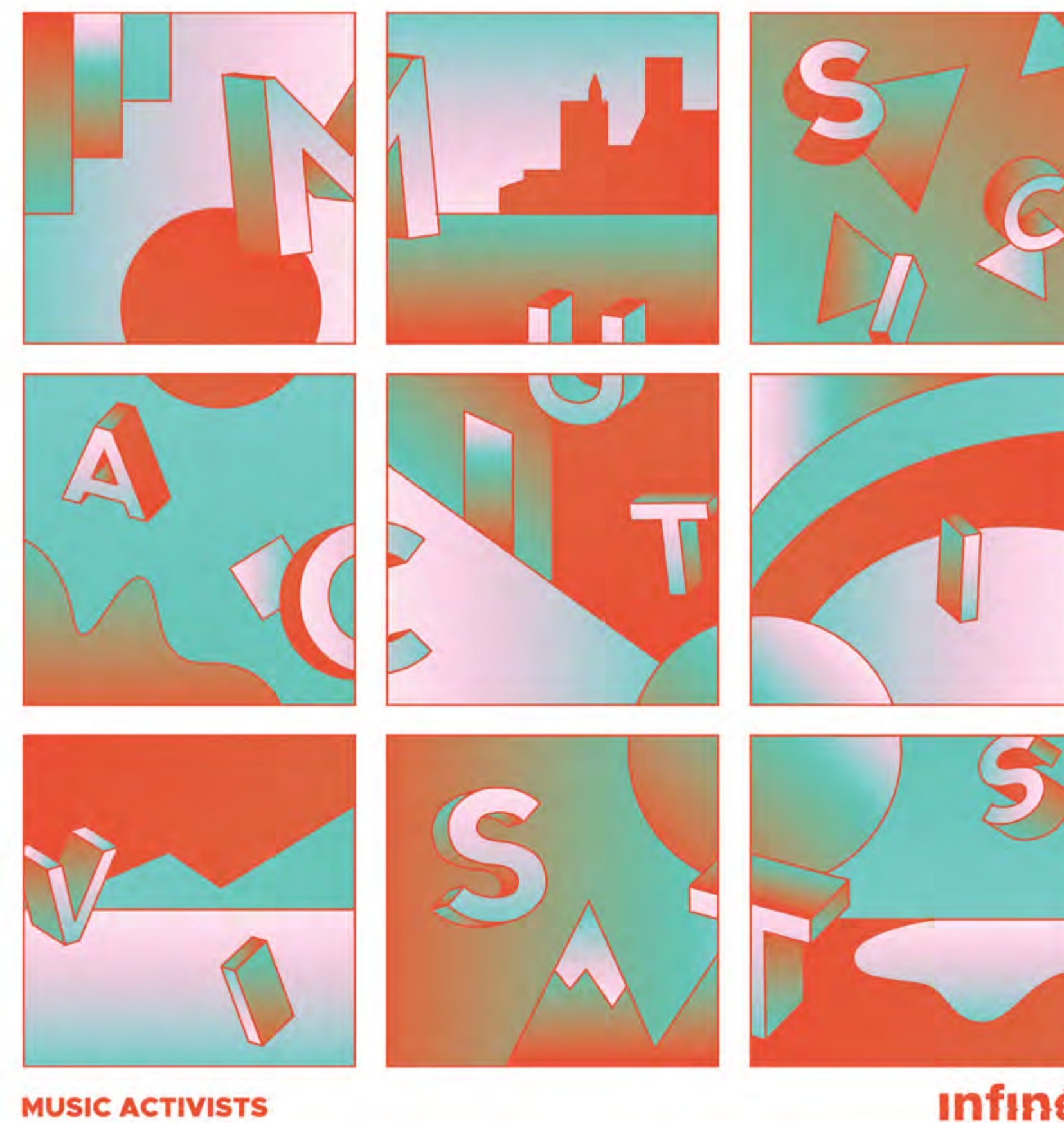
Client : Infiné — 2023

Marché : Culture, musique — Europe

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle du projet, préparation des fichiers techniques, déclinaison sur différents supports

- Pochette
- Mise en situation de la pochette



Rebuilding Notre-Dame
Secret of Elements



BRANDING

PACKAGING

Mykklo

G. Miclo souhaite proposer une nouvelle gamme de whiskies alsaciens. Un branding fort, alliant contemporain (couleurs, design) et tradition (conception-rédaction, illustration à la main effet gravure).

Une mascotte qui entre en résonance avec les qualités du whisky : Le lynx des Vosges, puissant mais sage, iconique dans le pays Welche mais rare.

Un twist différenciant, le patch sur l'œil, humanisant le lynx et le rendant unique, en référence aux campagnes de communication pour les chemises Hathaway par David Ogilvy.

Le projet est en pause à l'heure actuelle.

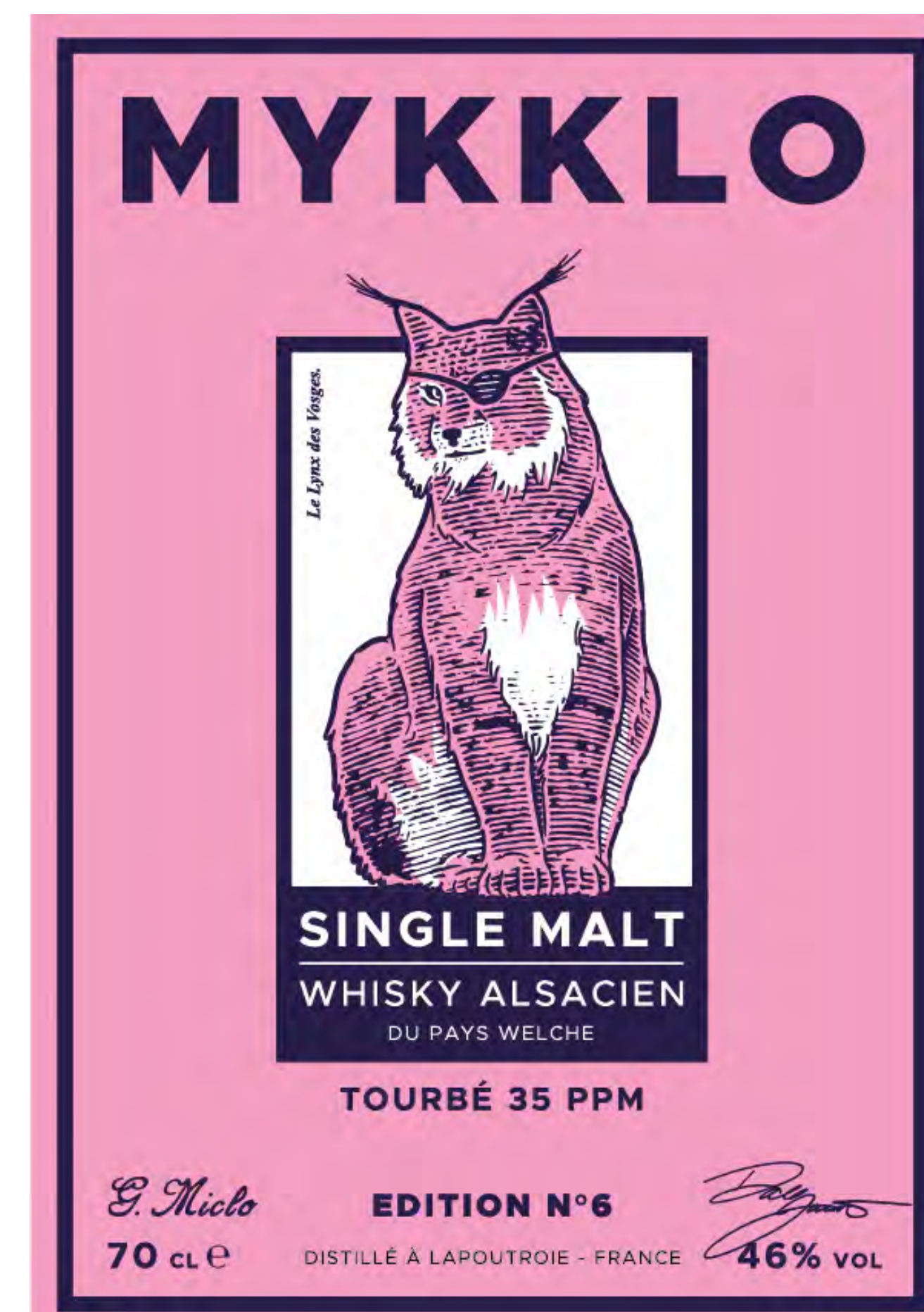
Client : Maetva pour G. Miclo — 2020

Marché : Spiritueux — France

Rôle : DA, graphisme — Freelance

Apport : Conception, création de l'identité visuelle du projet, illustration, variations chromatiques

- Piste finale, variations
- Mise en situation de l'étiquette



BRANDING

PACKAGING

Port Ellen

Un embouteillage indépendant d'un single malt de la distillerie Port Ellen, sur l'île d'Islay en Écosse. Inspiré des bouteilles anciennes, les propositions mélangeant Art Nouveau et Art Déco s'inspirent du travail de l'agence Stranger & Stranger.

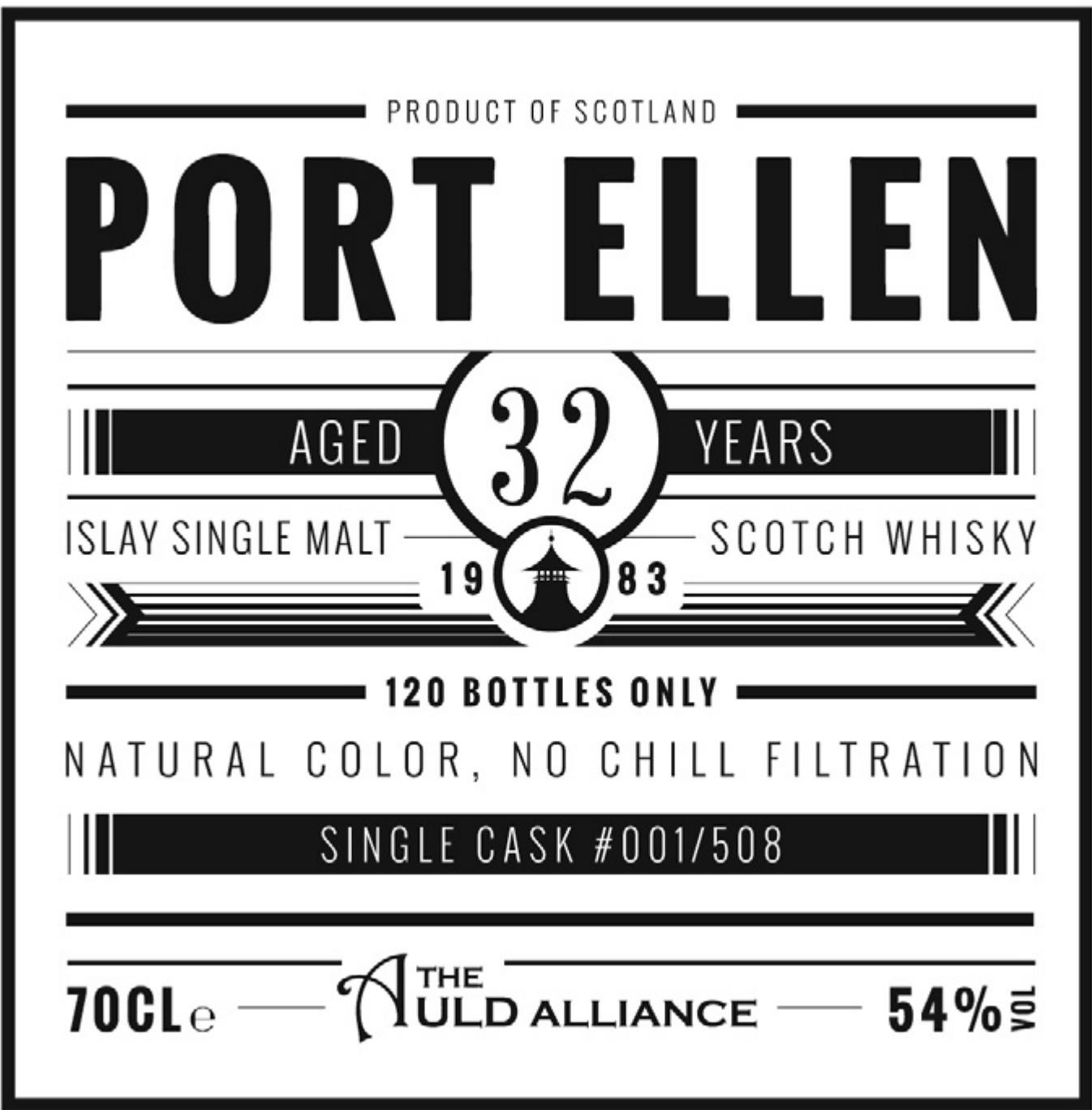
Client : The Auld Alliance — 2018

Marché : Spiritueux — Singapour

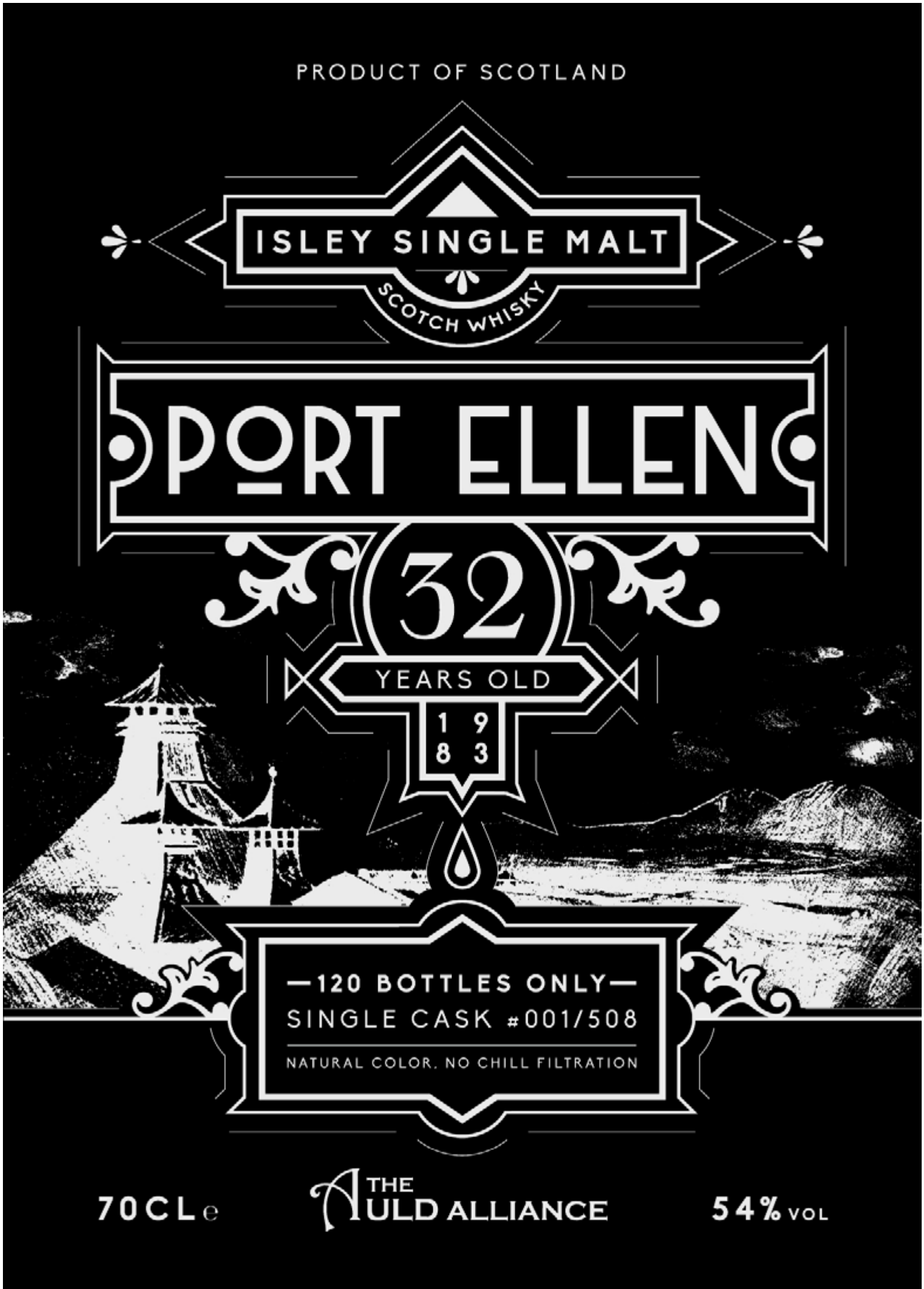
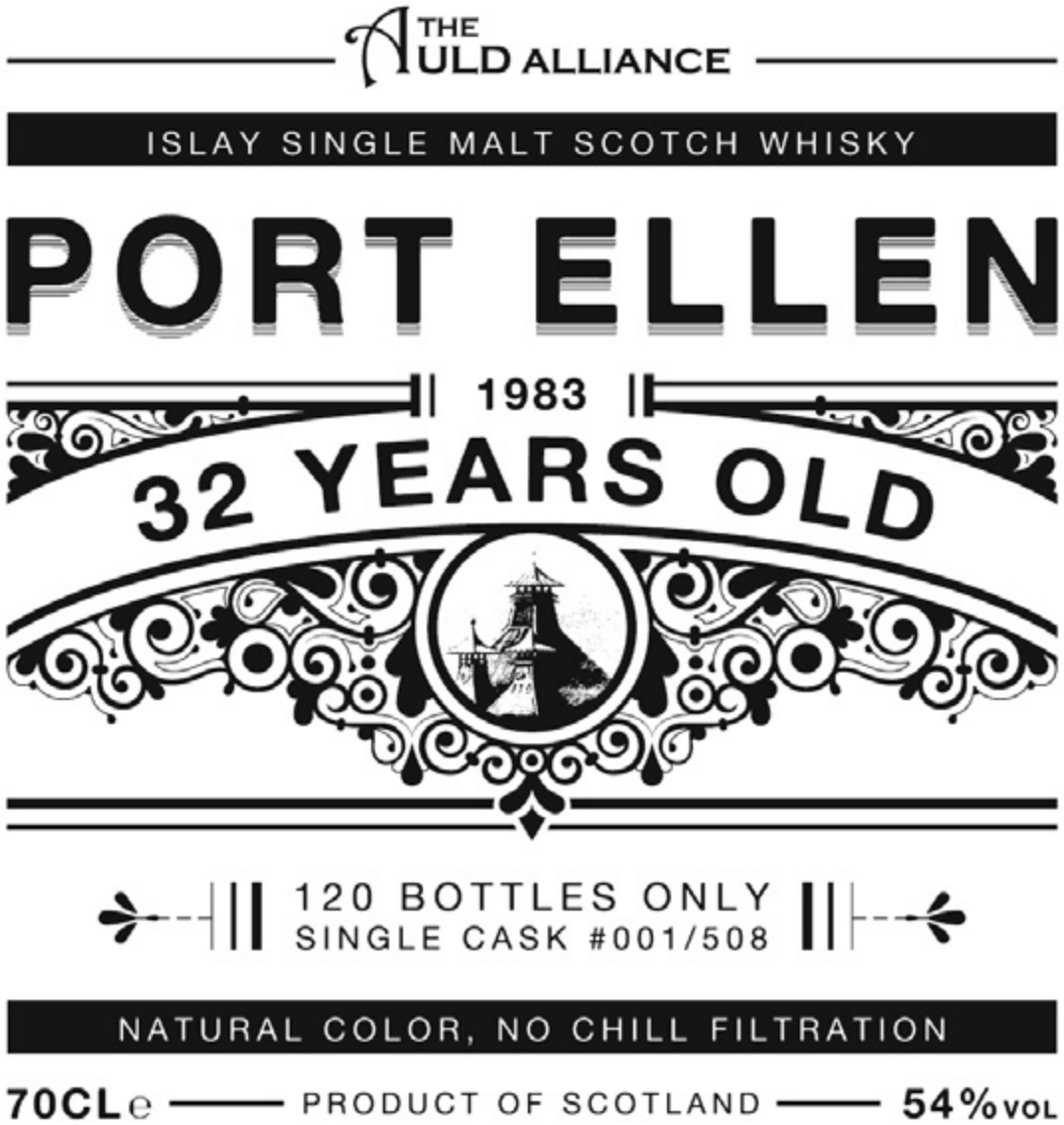
Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Recherche, conception, création de l'identité visuelle du projet, illustration, déclinaisons, préparation des fichiers techniques

- Piste finale, mélangeant Art Déco et Art Nouveau
- Piste 2, d'inspiration Art Déco
- Piste 3, d'inspiration Art Nouveau
- Piste finale, variation chromatique



BRANDING



PACKAGING

Intentions

Réalisation d'une pochette de DVD pour le court métrage Intentions, réalisé par Raya Abdelwahed.

Client : Raya Abdelwahed — 2014

Marché : Culture, cinéma — France

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle du projet, préparation des fichiers techniques

BRANDING



PACKAGING

Whisky Sponge

Embouteilleur indépendant, Decadent Drinks s'allie au blog satirique Whisky Sponge pour une série de single malts, encore en cours aujourd'hui.

Client : Decadent Drinks — 2019

Marché : Spiritueux — Écosse, Europe

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Création de l'identité visuelle du projet, illustration, déclinaison en gamme.

Les étiquettes mettent en scène 'The Sponge', la mascotte du blog, dans des situations de plus en plus stupides et loufoques.

Responsable de la création de la mascotte originale, parodie dada de Bob l'Éponge, je suis tout naturellement contacté pour cette aventure.

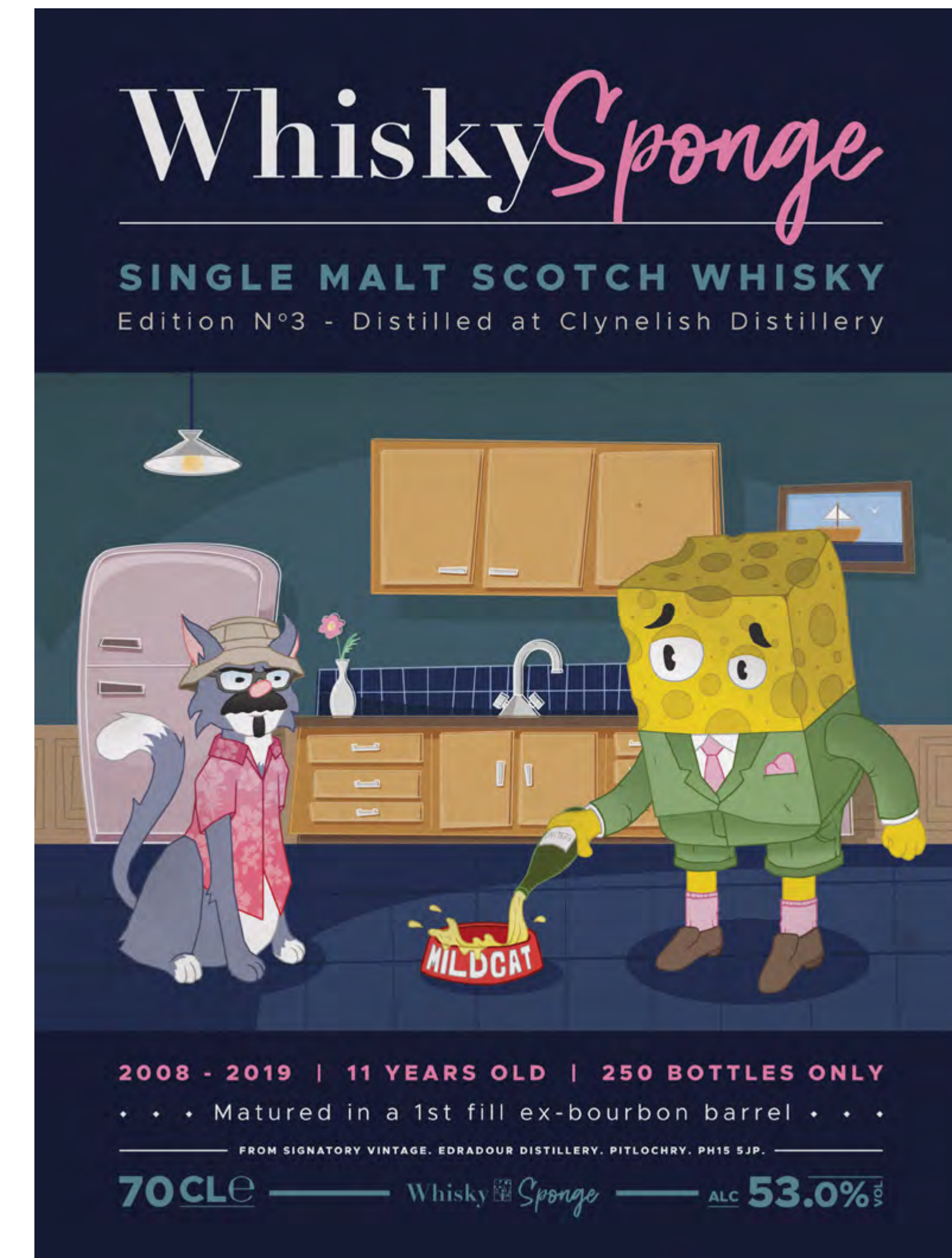
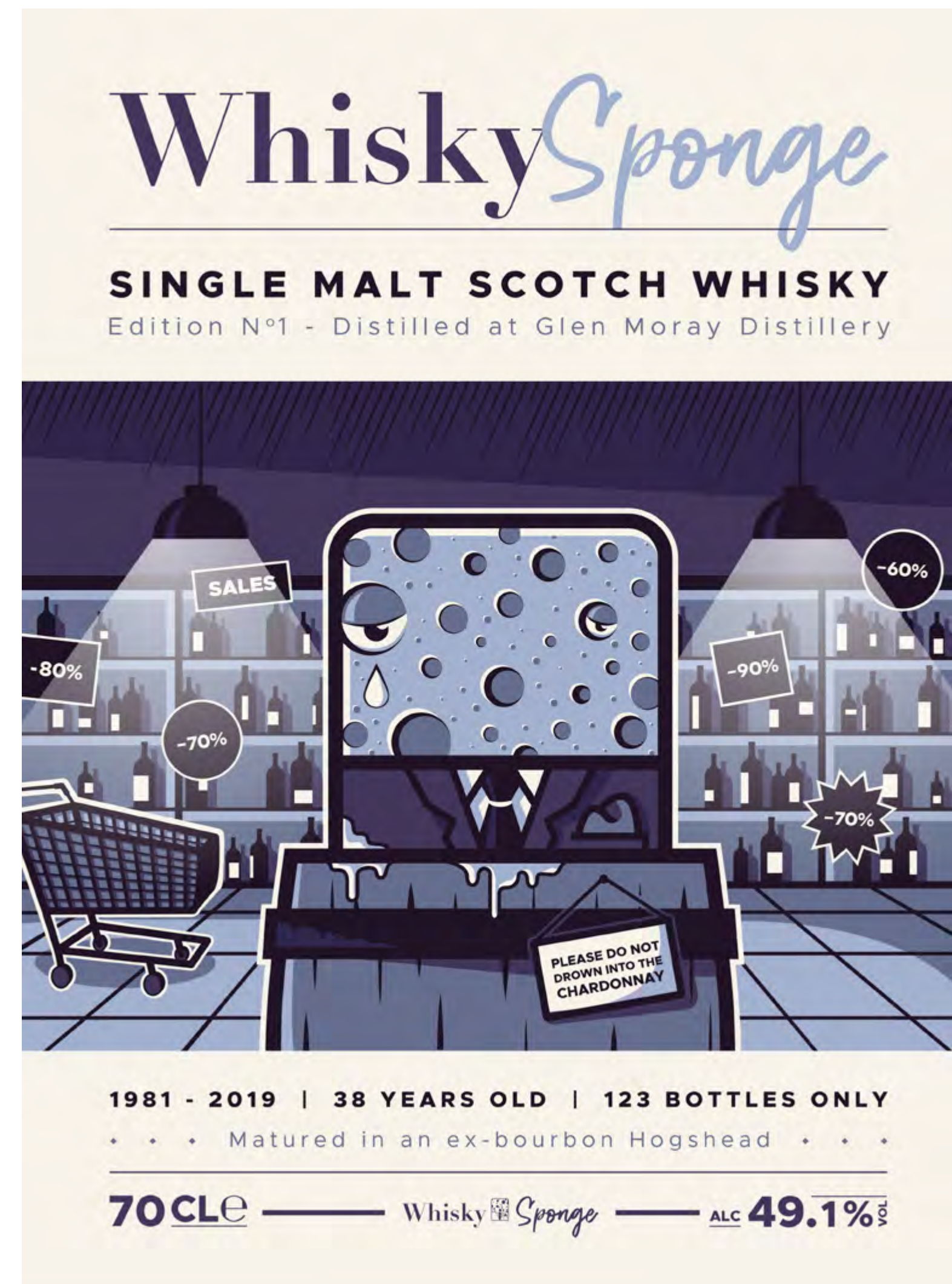
Le concept de base était de changer de style de dessin à chaque nouvelle édition. Le succès de la gamme augmentera énormément le rythme de production des visuels.

Ne pouvant suivre car occupé sur d'autres projets, Decadent Drinks poursuivra le projet avec une agence, qui retravaillera complètement le design de la mascotte, la rendant beaucoup lisse, mais moins proche du design de Bob l'Éponge.

- Édition N°1 — Comics américains des années 2000
- Édition N°2 — Illustration pour enfant années 90
- Édition N°3 — Dessin animé Hanna-Barbera des 70s
- Mise en situation de la gamme
- Mascotte simplifiée en logotype

Anecdote : La mascotte n'avait pas d'yeux à l'origine, la rendant encore plus absurde. Ceux-ci ont été ajoutés pour pouvoir lui faire transmettre des émotions.

■ B R A N D I N G



PACKAGING

Whisky Fun 21 ans

Pour fêter son anniversaire, le blog Whisky Fun s'associe à l'embouteilleur Thompson Bros pour éditer une bouteille en édition limitée.

Client : Whisky Fun pour Thompson Bros — 2023

Marché : Spiritueux — Écosse, France

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

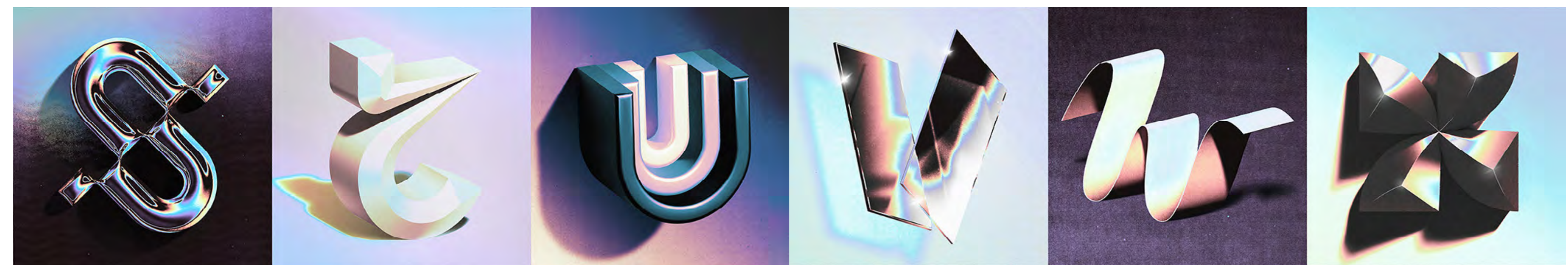
Apport : Création de l'identité visuelle du projet, préparation des fichiers techniques

L'étiquette utilise un lettrage 3D des initiales du nom du blog dans un style graphique métallique rétro-futuriste développé précédemment pour une série de créations typographiques en 2023

- Bouteille, étiquette et pack
- Visuel seul
- Logotype
- Aperçu de la série dont s'inspire l'étiquette



■ BRANDING



COMMUNICATION

stratégie — conception de campagne — message publicitaire

■ COMMUNICATION

PUBLICITÉ

PUBLICITÉ

Peugeot DOM-TOM

Extreme est une agence de communication à 360°. Au sein du pôle créa publicitaire, j'ai pu travailler sur un certain nombre de budgets. Un des gros comptes sur lequel j'ai pu jouir d'une certaine autonomie était Peugeot.

Le premier budget concerné était la communication institutionnelle pour les DOM-TOM.

Client : Peugeot – Agence Extreme — 2009 - 2011

Marché : Automobile — Dom-Tom

Rôle : DA — Alternance

Apport : Conception, rédaction, maquette

Campagne
206+, encore plus irrésistible.

- Piste 1 — maquette
- Piste 2 — maquette

Campagne
Partner Tepee, une seule voiture pour toutes vos vies.

- Piste finale — maquette
- Piste finale, déclinaison — maquette

Anecdote : C'est sur la campagne 206+ que j'ai pu constater le racisme ordinaire du milieu de la pub pour la première fois. En effet, en présentant la piste 1, le chargé de clientèle se permet la remarque : 'c'est beaucoup trop malin pour les DOM-TOM'. La piste 2 est développée à la suite de cette réunion.

COMMUNICATION



PUBLICITÉ

Peugeot Utilitaires

Le second budget concerné était la communication promotionnelle des utilitaires. Il s'agit d'un projet sur lequel j'ai beaucoup travaillé, essentiellement en autonomie complète.

Client : Peugeot – Agence Extreme — 2009 - 2011

Marché : Automobile — France

Rôle : DA — Alternance

Apport : Conception, travail typographique, rédaction, maquette

Campagne
Les opérations spéciales

- Les très très belles affaires — maquette
- Super argus — maquette
- Les reprises monstres — maquette
- Priorité aux pros — maquette
- Les biotifuls days — maquette



(1) Avantage client composé d'une remise de 1660 € sur le tarif 108 du 06/04/10, d'un avantage d'équipements de 540 € par rapport à un Bipper Tepee Outdoor; neuf, avec options aide au stationnement arrière, air conditionné manuel et régulateur/limiteur de vitesse, du bonus écologique de 100 € et de 1400 € de prime à la casse Peugeot pour la reprise d'un véhicule de 8 à 10 ans. Offre non cumulable, valable du 06/04/10 au 31/05/10, réservée aux particuliers pour l'achat d'un Bipper Tepee Outdoor Pack 1,4i, HDi 70ch, neuf, dans le réseau Peugeot participant. Série spéciale Bipper Tepee Outdoor Pack (limitée à 300 véhicules. Consommation métallisée et tot Zenith. *Pack Enfants 2 comprenant stores latéraux en rang 2, miroir de surveillance, console avant centrale de rangement fermée, verrouillage enfant électrique, lunette arrière ouverte surtournée et vitres latérales arrière de rangs 2 et 3 surtournée. **Pack Urban comprenant aide au stationnement arrière et rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement. ***Pack Visibilité comprenant allumage automatique des projecteurs, essuie-vitre avant à déclenchement et cadencement automatiques et projecteurs antibrouillard.

(1) Avantage client composé d'une remise de 1660 € sur le tarif 108 du 06/04/10, d'un avantage d'équipements de 540 € par rapport à un Bipper Tepee Outdoor; neuf, avec options aide au stationnement arrière, air conditionné manuel et régulateur/limiteur de vitesse, du bonus écologique de 100 € et de 1400 € de prime à la casse Peugeot pour la reprise d'un véhicule de 8 à 10 ans. Offre non cumulable, valable du 06/04/10 au 31/05/10, réservée aux particuliers pour l'achat d'un Bipper Tepee Outdoor Pack 1,4i, HDi 70ch, neuf, dans le réseau Peugeot participant. Série spéciale Bipper Tepee Outdoor Pack (limitée à 300 véhicules. Consommation métallisée et tot Zenith. *Pack Enfants 2 comprenant stores latéraux en rang 2, miroir de surveillance, console avant centrale de rangement fermée, verrouillage enfant électrique, lunette arrière ouverte surtournée et vitres latérales arrière de rangs 2 et 3 surtournée. **Pack Urban comprenant aide au stationnement arrière et rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement. ***Pack Visibilité comprenant allumage automatique des projecteurs, essuie-vitre avant à déclenchement et cadencement automatiques et projecteurs antibrouillard.



(1) Avantage client composé d'une remise de 1660 € sur le tarif 108 du 06/04/10, d'un avantage d'équipements de 540 € par rapport à un Bipper Tepee Outdoor; neuf, avec options aide au stationnement arrière, air conditionné manuel et régulateur/limiteur de vitesse, du bonus écologique de 100 € et de 1400 € de prime à la casse Peugeot pour la reprise d'un véhicule de 8 à 10 ans. Offre non cumulable, valable du 06/04/10 au 31/05/10, réservée aux particuliers pour l'achat d'un Bipper Tepee Outdoor Pack 1,4i, HDi 70ch, neuf, dans le réseau Peugeot participant. Série spéciale Bipper Tepee Outdoor Pack (limitée à 300 véhicules. Consommation métallisée et tot Zenith. *Pack Enfants 2 comprenant stores latéraux en rang 2, miroir de surveillance, console avant centrale de rangement fermée, verrouillage enfant électrique, lunette arrière ouverte surtournée et vitres latérales arrière de rangs 2 et 3 surtournée. **Pack Urban comprenant aide au stationnement arrière et rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement. ***Pack Visibilité comprenant allumage automatique des projecteurs, essuie-vitre avant à déclenchement et cadencement automatiques et projecteurs antibrouillard.

(1) Avantage client composé d'une remise de 1660 € sur le tarif 108 du 06/04/10, d'un avantage d'équipements de 540 € par rapport à un Bipper Tepee Outdoor; neuf, avec options aide au stationnement arrière, air conditionné manuel et régulateur/limiteur de vitesse, du bonus écologique de 100 € et de 1400 € de prime à la casse Peugeot pour la reprise d'un véhicule de 8 à 10 ans. Offre non cumulable, valable du 06/04/10 au 31/05/10, réservée aux particuliers pour l'achat d'un Bipper Tepee Outdoor Pack 1,4i, HDi 70ch, neuf, dans le réseau Peugeot participant. Série spéciale Bipper Tepee Outdoor Pack (limitée à 300 véhicules. Consommation métallisée et tot Zenith. *Pack Enfants 2 comprenant stores latéraux en rang 2, miroir de surveillance, console avant centrale de rangement fermée, verrouillage enfant électrique, lunette arrière ouverte surtournée et vitres latérales arrière de rangs 2 et 3 surtournée. **Pack Urban comprenant aide au stationnement arrière et rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement. ***Pack Visibilité comprenant allumage automatique des projecteurs, essuie-vitre avant à déclenchement et cadencement automatiques et projecteurs antibrouillard.

(1) Avantage client composé d'une remise de 1660 € sur le tarif 108 du 06/04/10, d'un avantage d'équipements de 540 € par rapport à un Bipper Tepee Outdoor; neuf, avec options aide au stationnement arrière, air conditionné manuel et régulateur/limiteur de vitesse, du bonus écologique de 100 € et de 1400 € de prime à la casse Peugeot pour la reprise d'un véhicule de 8 à 10 ans. Offre non cumulable, valable du 06/04/10 au 31/05/10, réservée aux particuliers pour l'achat d'un Bipper Tepee Outdoor Pack 1,4i, HDi 70ch, neuf, dans le réseau Peugeot participant. Série spéciale Bipper Tepee Outdoor Pack (limitée à 300 véhicules. Consommation métallisée et tot Zenith. *Pack Enfants 2 comprenant stores latéraux en rang 2, miroir de surveillance, console avant centrale de rangement fermée, verrouillage enfant électrique, lunette arrière ouverte surtournée et vitres latérales arrière de rangs 2 et 3 surtournée. **Pack Urban comprenant aide au stationnement arrière et rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement. ***Pack Visibilité comprenant allumage automatique des projecteurs, essuie-vitre avant à déclenchement et cadencement automatiques et projecteurs antibrouillard.

COMMUNICATION

PUBLICITÉ

Peugeot Utilitaires

La piste ‘Priorité aux pros’ séduira particulièrement Peugeot, qui décidera d’en faire une campagne à part entière.

2009 - 2011

Campagne
Priorité aux pros #1

- Maquette de l’opération précédente
- Version plombier — maquette
- Version électricien — maquette
- Version paysagiste — maquette

200

PRIORITÉ
AUX
PROS



PEUGEOT BIPPER
AU PRIX EXCEPTIONNEL DE
12 100 €
DU 1^{ER} MAI AU 15 JUIN

PEUGEOT

MOTION & EMOTION

(1) Avantage client composé d'une remise de 1 660 € sur le tarif 108 du 06/04/10, d'un avantage d'équipement de 540 € par rapport à un Bipper Tepee Outdoor, neuf, avec options aide au stationnement arrière, air conditionné manuel et régulateur/limiteur de vitesse, du bonus écologique de 100 € et de 1 400 € de prime à la casse Peugeot pour la reprise d'un véhicule de 8 à 10 ans. Offre non cumulable, valable du 06/04/10 au 31/05/10, réservée aux particuliers pour l'achat d'un Bipper Tepee Outdoor Pack 1,4L HDi 70ch, neuf, dans le réseau Peugeot participant. Série spéciale Bipper Tepee Outdoor Pack limitée à 300 véhicules. Consommation métallisée et tot Zenith. *Pack Enfants 2 comprend stores latéraux en rang 2, miroir de surveillance, console avant centrale de rangement fermé, verrouillage enfant électrique, lunette arrière ouvrante surtension et vitres latérales arrière de rang 2 et 3 surtension. **Pack Urban comprend aide au stationnement arrière et rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement. ***Pack Visibilité comprend allumage automatique des projecteurs, essuie-vitre avant à déclenchement et codage automatique et projecteurs antibrouillard.

www.peugeot.fr

PRIORITÉ
AUX
PROS



DU XX/XX/2011
Le Bipper spécialement équipé
pour les électriciens au prix de

PEUGEOT

MOTION & EMOTION

PRIORITÉ
AUX
PROS



DU XX/XX/2011
Le Bipper spécialement équipé
pour les électriciens au prix de

PEUGEOT

MOTION & EMOTION

PRIORITÉ
AUX
PROS



DU XX/XX/2011
Le Bipper spécialement équipé
pour les électriciens au prix de

PEUGEOT

MOTION & EMOTION

PUBLICITÉ

Peugeot Utilitaires

Par la suite, l'accroche se transformera en sigle, visible sur un certain nombre de campagnes. Sur celle-ci, des logotypes d'entreprises fictives ont été créés pour l'occasion. J'ai cherché à coller au maximum aux codes graphiques des secteurs concernés, afin de les rendre les plus crédibles possible.

2009 - 2011

Campagne
Priorité aux pros #2

- Peugeot Partner — maquette
- Peugeot Boxer — maquette
- Peugeot Expert — maquette
- Peugeot Bipper — maquette
- Peugeot 207 Affaire — maquette
- Gamme utilitaire — maquette

■ COMMUNICATION

PRIORITÉ AUX PROS
DU XX/XX AU XX/XX

INUTILE DE RABOTER
LE CHARGEMENT.



À PARTIR DE
17 521€

PRIORITÉ PROS

PEUGEOT **Partner**

PEUGEOT
MOTION & EMOTION

PRIORITÉ AUX PROS
DU XX/XX AU XX/XX

UNE FIABILITÉ
EN BÉTON.



À PARTIR DE
17 521€

PRIORITÉ PROS

PEUGEOT **Boxer**

PEUGEOT
MOTION & EMOTION

PRIORITÉ AUX PROS
DU XX/XX AU XX/XX

LA FINE FLEUR
DES UTILITAIRES.



À PARTIR DE
24 279€

PRIORITÉ PROS

PEUGEOT **Expert**

PEUGEOT
MOTION & EMOTION

PRIORITÉ AUX PROS
DU XX/XX AU XX/XX

UN UTILITAIRE À MENER
À LA BAGUETTE.



À PARTIR DE
14 830€

PRIORITÉ PROS

PEUGEOT **Bipper**

PEUGEOT
MOTION & EMOTION

PRIORITÉ AUX PROS
DU XX/XX AU XX/XX

SÛREMENT
LA MEILLEURE AFFAIRE
DE VOTRE CARRIÈRE.



À PARTIR DE
16 086€

PRIORITÉ PROS

PEUGEOT **207 Affaire**

PEUGEOT
MOTION & EMOTION

PRIORITÉ AUX PROS
DU XX/XX AU XX/XX

UNE GAMME À RECRUTER
LES YEUX FERMÉS.



À PARTIR DE
14 830€

PRIORITÉ PROS

PEUGEOT

PEUGEOT
MOTION & EMOTION

PUBLICITÉ

Club Med Gym

Cette campagne en deux temps a pour but de développer et fédérer la clientèle de Club Med Gym en mettant en avant des habitués de leurs salles de sport. La première phase est donc une campagne PLV et Affichage 4x3 mettant en avant leur site espritcasting.com, invitant les utilisateurs à devenir égérie de la marque.

Client : Club Med Gym – Agence Extreme — 2011

Marché : Sport, bien-être — France

Rôle : DA — Alternance

Apport : Conception, maquette

Campagne
Esprit casting
• 4x3 — maquette

■ COMMUNICATION

DU XX AU XX,
ENTREZ DANS L'ESPRIT CASTING !
TESTEZ VOTRE ESPRIT CLUB ET DEVENEZ L'UNE DES 4 ÉGÉRIES
DE LA CAMPAGNE CLUB MED GYM 2011.

ESPRIT
CASTING

Club Med 
Gym UN CORPS SAIN
DANS UN ESPRIT CLUB

PUBLICITÉ

Club Med Gym

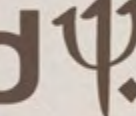
Après les castings en ligne, les 4 égéries sélectionnées ont été photographiées et mises en avant dans une deuxième phase : une campagne de 4x3 pour la notoriété, et de PLV pour fidéliser.

2011

Campagne
Égéries de l'esprit club

- Christophe — maquette
- Jessica — maquette
- Astrid — maquette
- Marc — maquette



J'AI LES TRAITS
DE MON PÈRE.
POUR LE RESTE,
C'EST **Club Med** 
Gym UN CORPS SAIN
DANS UN ESPRIT CLUB

22 CLUBS DE SPORT À PARIS // 56 ACTIVITÉS // 9 PISCINES // 2 SPAS, HAMMAMS, SAUNAS, COACHING...
POUR 1 MOIS, 3 MOIS OU 1 AN **clubmedgym.com**

Club Med Gym SA / 990 101 rue de l'Alsace Club Med 75015 Paris / RCS Paris 8 339 422 289 / Crédits photos : Ben Drouot / © XTREME

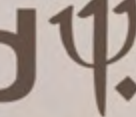


J'AI LE CARACTÈRE
DE MA MÈRE.
POUR LE RESTE,
C'EST **Club Med** 
Gym UN CORPS SAIN
DANS UN ESPRIT CLUB

22 CLUBS DE SPORT À PARIS // 56 ACTIVITÉS // 9 PISCINES // 2 SPAS, HAMMAMS, SAUNAS, COACHING...
POUR 1 MOIS, 3 MOIS OU 1 AN **clubmedgym.com**

Club Med Gym SA / 990 101 rue de l'Alsace Club Med 75015 Paris / RCS Paris 8 339 422 289 / Crédits photos : Ben Drouot / © XTREME

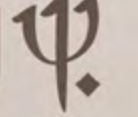


J'AI LES YEUX
DE MA MÈRE.
POUR LE RESTE,
C'EST **Club Med** 
Gym UN CORPS SAIN
DANS UN ESPRIT CLUB

22 CLUBS DE SPORT À PARIS // 56 ACTIVITÉS // 9 PISCINES // 2 SPAS, HAMMAMS, SAUNAS, COACHING...
POUR 1 MOIS, 3 MOIS OU 1 AN **clubmedgym.com**

Club Med Gym SA / 990 101 rue de l'Alsace Club Med 75015 Paris / RCS Paris 8 339 422 289 / Crédits photos : Ben Drouot / © XTREME



J'AI LE MÊME SOURIRE
QUE MON FRÈRE.
POUR LE RESTE,
C'EST **Club Med** 
Gym UN CORPS SAIN
DANS UN ESPRIT CLUB

22 CLUBS DE SPORT À PARIS // 56 ACTIVITÉS // 9 PISCINES // 2 SPAS, HAMMAMS, SAUNAS, COACHING...
POUR 1 MOIS, 3 MOIS OU 1 AN **clubmedgym.com**

Club Med Gym SA / 990 101 rue de l'Alsace Club Med 75015 Paris / RCS Paris 8 339 422 289 / Crédits photos : Ben Drouot / © XTREME

PUBLICITÉ

Club Med Gym

La campagne se matérialise dans les salles en PLV.

2011

- Campagne
Égéries de l'esprit club
- PLV diverses — mises en situation



PUBLICITÉ

Extreme — Divers

Aimé Roquesante

Client : Aimé Roquesante – Agence Extreme — 2010

Marché : Vin — France

Rôle : DA — Alternance

• Affichage Abribus — maquette

Ici on se jette à l'eau !

Client : Parc Astérix – Agence Extreme — 2011

Marché : Parc de loisirs — Paris

Rôle : DA — Alternance

• Affiche 4x3 — maquette

Lutte contre les attaques acides

Client : Freedent – Agence Extreme — 2011

Marché : Chewing gum — France

Rôle : DA — Alternance

• Affiche Abribus teasing — maquette
• Affiche Abribus revealing — maquette

C'est le moment de flasher !

Client : Athena – Agence Extreme — 2009

Marché : Vêtements — France

Rôle : DA — Alternance

• Affiche PLV — maquette

■ COMMUNICATION



PUBLICITÉ

Extreme — PLV

Vivez couleur !

Client : Dim – Agence Extreme — 2010

Marché : Vêtements — France

Rôle : DA — Alternance

- Kit PLV complet — mise en situation

Maximal effect, minimal effort

Client : Ajax – Agence Extreme — 2011

Marché : Maison, entretien — UK

Rôle : DA — Alternance

- Fronton, linéaire — mise en situation
- Kit PLV — maquettes
- Fronton — maquette



■ COMMUNICATION



PUBLICITÉ

French Wines

Promouvoir la richesse et la qualité des vins français sur le marché russe. Une image, une accroche, un logo, un concept, rien de plus simple.

Client : French Wines – Fictif — 2011

Marché : Vin — Russie

Rôle : DA, CR — Étudiant

Apport : Conception, rédaction, maquette

Campagne
French wines are for living.

- Visuel 1 — maquette
- Visuel 2 — maquette
- Visuel 3 — maquette

■ COMMUNICATION

My best french souvenirs.



French
Wines
are for living

Open your mind.



French
Wines
are for living

Old bottled
doesn't mean old fashioned.



French
Wines
are for living

PUBLICITÉ

VOD vs Streaming illégal

Roxee était un site de VOD, sorte de Netflix premium, qui incluait des fonctionnalités poussées telles que la détection des acteurs à l'écran ou de la bande originale en direct. En avance sur son temps, comment la plateforme peut-elle se démarquer en 2011, au milieu de l'âge d'or du streaming illégal ?

Client : Roxee – Compétition étudiante — 2011

Marché : Site internet, VOD — France

Rôle : DA, CR — Étudiant

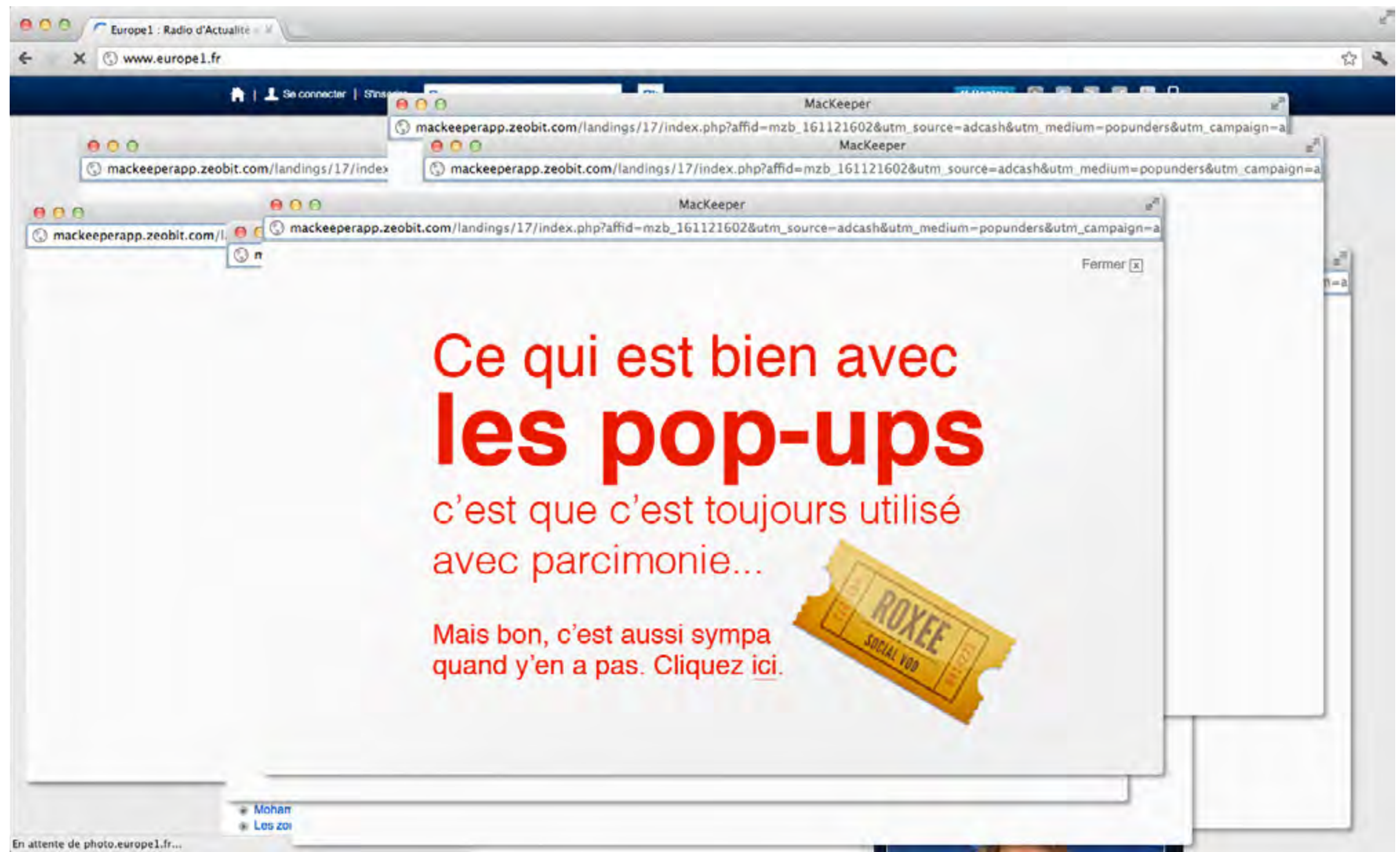
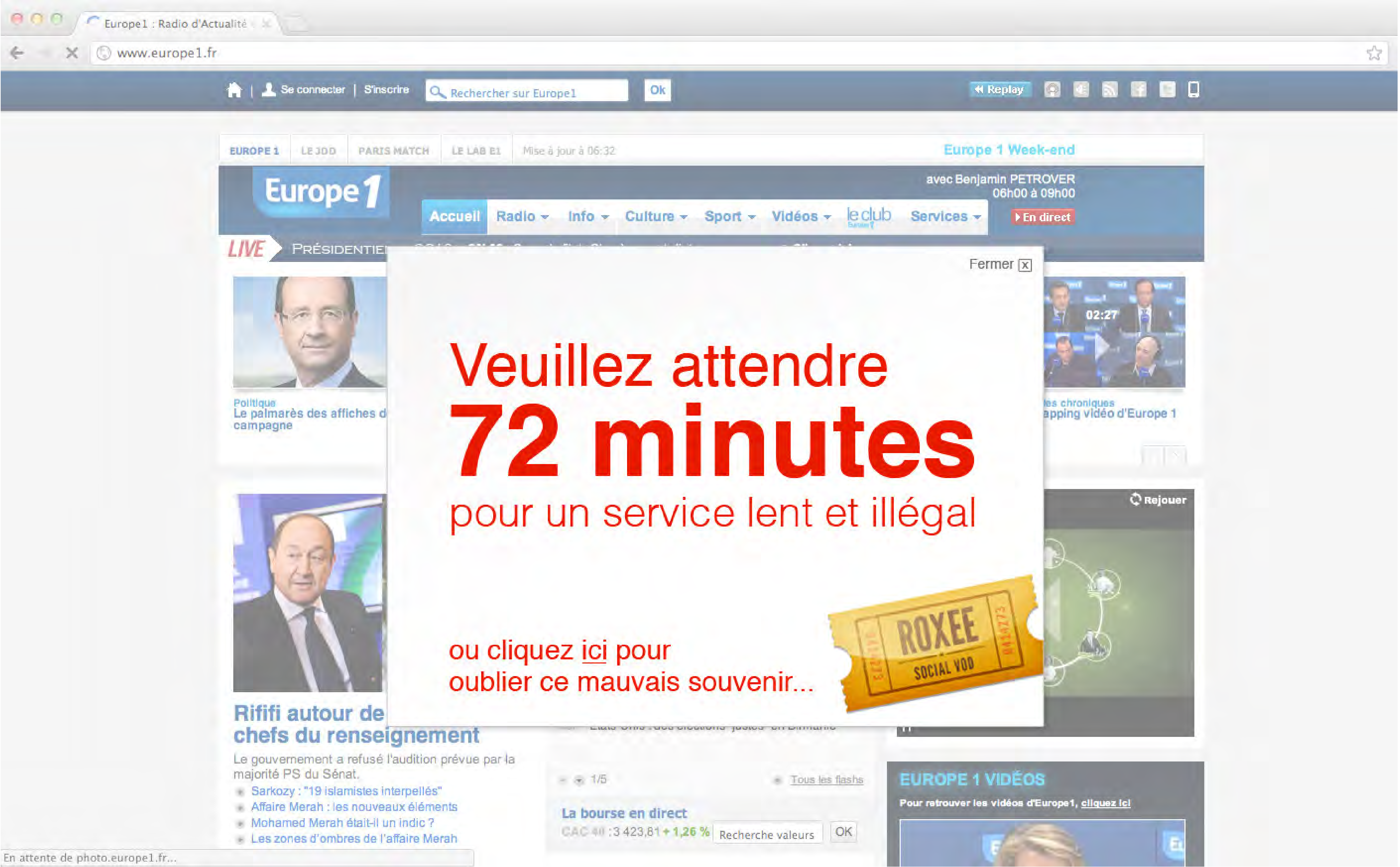
Apport : Conception, rédaction, maquette

Campagne

Roxee VOD

- Pop-up pré-landing 1 — maquette
- Pop-up pré-landing 2 — maquette
- Pop-up pré-landing 3 — maquette

COMMUNICATION



■ COMMUNICATION

INSTITUTIONNEL

INSTITUTIONNEL

Plaquette - Salon de l'auto

Plaquette innovation distribuée au public par Plastic Omnium lors du salon de l'automobile de Francfort en 2017

Client : TBWA pour Plastic Omnium - 2017

Marché : Technologie, Automobile — Europe

Rôle : DA, Graphisme, exécution — Freelance

Apport : Mise en page et direction artistique de la plaquette en se basant sur la charte graphique de la marque, préparation des fichiers pour l'impression



PLASTIC OMNIUM

L'INNOVATION INFINIE

SALON INTERNATIONAL DE L'AUTOMOBILE
FRANCFORT 2017

CONTACTS

Adeline Mickeler 01 40 87 64 00
amickeler@plasticomnium.com

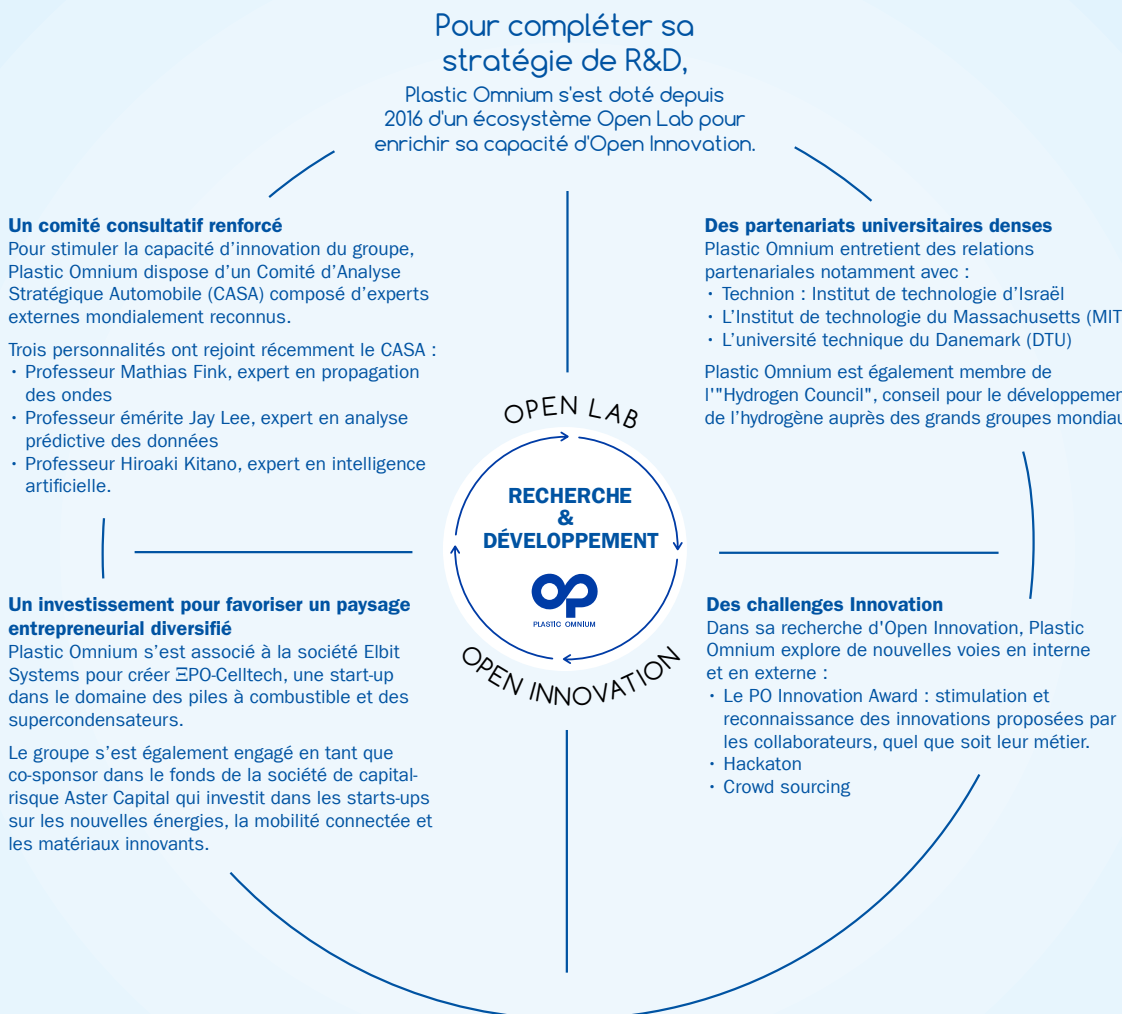
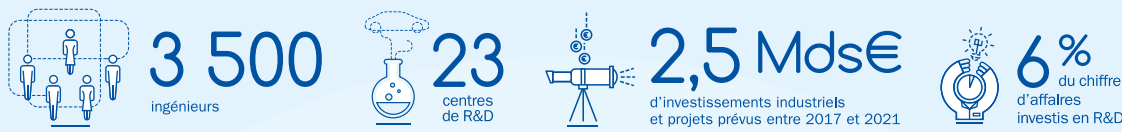
Tarick Dali 01 40 70 11 89
tdali@dgm-conseil.fr



COMMUNICATION

UNE STRATÉGIE D'INNOVATION VOLONTARISTE

L'automobile connaît une révolution qui se traduit par une mutation de la mobilité et des énergies. Parallèlement, la législation évolue : plus stricte, elle devient plus contraignante. C'est pour cela que depuis 70 ans, Plastic Omnium, leader mondial de la carrosserie et la dépollution, met l'innovation au cœur de sa stratégie. Les résultats sont probants : Plastic Omnium gère un portefeuille de 4 000 brevets et a été reconnue 25^e entreprise déposante de brevets en France en 2016*.



*Source : BPI Avril 2017



Permettre la voiture propre et connectée de demain

Chez Plastic Omnium, penser le véhicule de demain implique de prendre en compte les normes environnementales en constante évolution. Nous inscrivons les innovations dans une démarche de développement durable. Objectif : proposer aux constructeurs des équipements et des solutions de pointe qui rendront possible la voiture propre et connectée de demain.

Des exigences environnementales renforcées

L'allègement des véhicules
Pour alléger la masse des véhicules donc leur taux moyen d'émissions de CO₂, Plastic Omnium allège les pièces de carrosserie. Ses pièces et modules en plastique sont 30% plus légers que le métal, tout en étant dotés d'une excellente performance mécanique et d'une capacité de résistance élevée. Les technologies développées par Plastic Omnium permettent de générer un gain de poids jusqu'à 200 kg, soit -20 g/km de CO₂. L'allègement des pièces est également un enjeu majeur pour les véhicules hybrides ou électriques, permettant d'augmenter leur autonomie et de compenser le poids des batteries. En parallèle, l'expertise des ingénieurs de Plastic Omnium offre aux constructeurs des solutions d'optimisation aérodynamique passives et actives, permettant une réduction supplémentaire des émissions de CO₂ de plus de 4 g/km.

La révolution du mix énergétique
Plastic Omnium est le leader en systèmes de stockage de l'énergie, qu'ils soient classiques (essence, diesel) ou hybrides. Si les premiers représentent encore l'essentiel des motorisations en 2017, à horizon 2030 les moteurs hybrides compteront

pour près de 45% des voitures mises en circulation (contre 6% en 2017). Au-delà de ces deux axes d'innovation continue, Plastic Omnium développe des solutions pour les énergies alternatives comme le stockage d'hydrogène, les piles à combustible et les supercondensateurs.

Un monde de plus en plus connecté

Le marché de la voiture connectée ne cesse de croître. Selon une étude de PWC*, il aura quadruplé (entre 2015 et 2020) pour atteindre 115 milliards d'euros de chiffre d'affaires, au bénéfice de deux segments, en priorité : la sécurité (47 milliards d'euros) et l'aide à la conduite (35 milliards d'euros). La stratégie de développement de Plastic Omnium est en phase avec ces évolutions. Actuellement, un pare-chocs Plastic Omnium intègre jusqu'à 50 composants de haute technologie pour accroître les perceptions humaines, simplifier et sécuriser la conduite. Fort de son expertise en intégration de fonctions, des performances uniques en transparence électromagnétique des matériaux plastiques, Plastic Omnium accompagne le développement de la voiture intelligente de demain. Ses pièces extérieures intégreront les nombreux radars et autres capteurs, avec toujours plus de design et de protection.

*Source : Etude StratégiePWC "Connected Body report 2016"



Des énergies plus propres

Plastic Omnium est le leader mondial en réservoirs et systèmes de dépollution, équipant 1 véhicule sur 5 produits dans le monde. Le groupe accompagne les constructeurs dans leur stratégie de réduction des émissions, dans un contexte de normes environnementales de plus en plus strictes.

Les solutions pour les moteurs hybrides
Plastic Omnium propose des solutions spécifiquement adaptées aux véhicules hybrides rechargeables.
INWIN est un système à carburant résistant à la montée en pression des vapeurs d'essence lorsque le véhicule roule en mode électrique, grâce à son architecture optimisée.
TANKTRONIC® propose une architecture simplifiée et innovante, dotée d'une Exvalve innovante pilotée électroniquement. Ce système permet un fonctionnement optimal à faible coût.

Le diesel propre : le SCR*
La mise en œuvre de la technologie SCR sur les véhicules diesel assure un traitement efficace des rejets d'oxydes d'azote (NOx), conformément aux exigences des réglementations les plus restrictives.
Cette technologie consiste en une vaporisation d'AdBlue® au sein de la ligne d'échappement, provoquant, au contact des gaz issus de la combustion du diesel, une réaction chimique qui transforme les oxydes d'azote polluants en azote et vapeur d'eau.
*Réduction Catalytique Sélective

64 BREVETS
générés par les solutions INWIN et TANKTRONIC® et déposés par Plastic Omnium.

+ DE 172 BREVETS
ont été déposés par Plastic Omnium sur ses différentes solutions SCR.

+ D'1 MILLION
DE SYSTÈMES SCR
seront vendus par Plastic Omnium en 2017.



8

IAA 2017 : LES INNOVATIONS PLASTIC OMNIUM

Système d'injection d'eau

Développée par les équipes Plastic Omnium, cette technologie est adaptée pour tout type de véhicule essence. Initialement conçue pour améliorer la performance du moteur, l'injection d'eau permet de réduire significativement la consommation de carburant et par conséquent les émissions de CO₂.

Une réduction de près de 15% des émissions de CO₂

Une solution économique.

Solution hybride : le supercondensateur

Un supercondensateur est capable de récupérer l'énergie au freinage et de la restituer au démarrage du véhicule. Le supercondensateur Plastic Omnium est particulièrement économique et respectueux de l'environnement.

-15%
d'émissions de CO₂

Start and stop
Un système "regenerative braking" et "peak power assist".

Coût inférieur
comparé aux batteries Li-on pour une puissance équivalente.

100%
recyclable.

9

Le système de pile à combustible Plastic Omnium, une solution zéro émission

L'hydrogène vers la pile à combustible

Un des axes d'innovation de Plastic Omnium vise à alimenter les moteurs électriques du véhicule à l'aide d'une pile à combustible. Elle transforme l'oxygène et l'hydrogène des bouteilles en énergie électrique, ce qui permet d'alimenter les moteurs électriques pour mouvoir le véhicule. Ce système a pour bénéfice de ne rejeter que de l'eau et de la chaleur. Ces systèmes de pile à combustible nouvelle génération, combinés à des réservoirs à hydrogène, sont bien plus légers que les batteries classiques, tout en permettant une autonomie équivalente et une recharge rapide.

Aucune émission nocive
le véhicule ne rejette que de l'eau.

Un rendement énergétique amélioré
par rapport au moteur à combustion interne.

Une autonomie indépendante des conditions climatiques
grâce à une récupération de la chaleur générée pour chauffer l'habitacle.

1. L'air entre dans le véhicule...
2. ... jusqu'à la pile à combustible.
3. L'hydrogène réagit avec l'oxygène au niveau de la pile à combustible.
4. L'électricité produite par la pile permet d'alimenter le moteur.
5. Le moteur propulse le véhicule.
6. Le véhicule ne rejette que de l'eau.

11

93

INSTITUTIONNEL

Cartes de vœux — Divers

Faites le choix du papier
Illustration, jeu typographique

Client : Grenier — 2018
Marché : Imprimerie — France
Rôle : DA, illustration, exécution — Freelance

- Couverture
- Pages intérieures
- Dos
- Affiche offerte

Et si le vrai luxe était le don de soi.
Illustration dans le style de My Little Paris

Client : Comet & Co — 2026
Marché : Conciergerie de luxe — France
Rôle : DA, illustration, exécution — Freelance

- Recto
- Verso

COMMUNICATION



■ COMMUNICATION

INTERNE

INTERNE

Pierre & Vacances Center Parcs

Supports divers

Client : Groupe Pierre & Vacances — 2014 - 2015

Marché : Tourisme — France, Pays-Bas

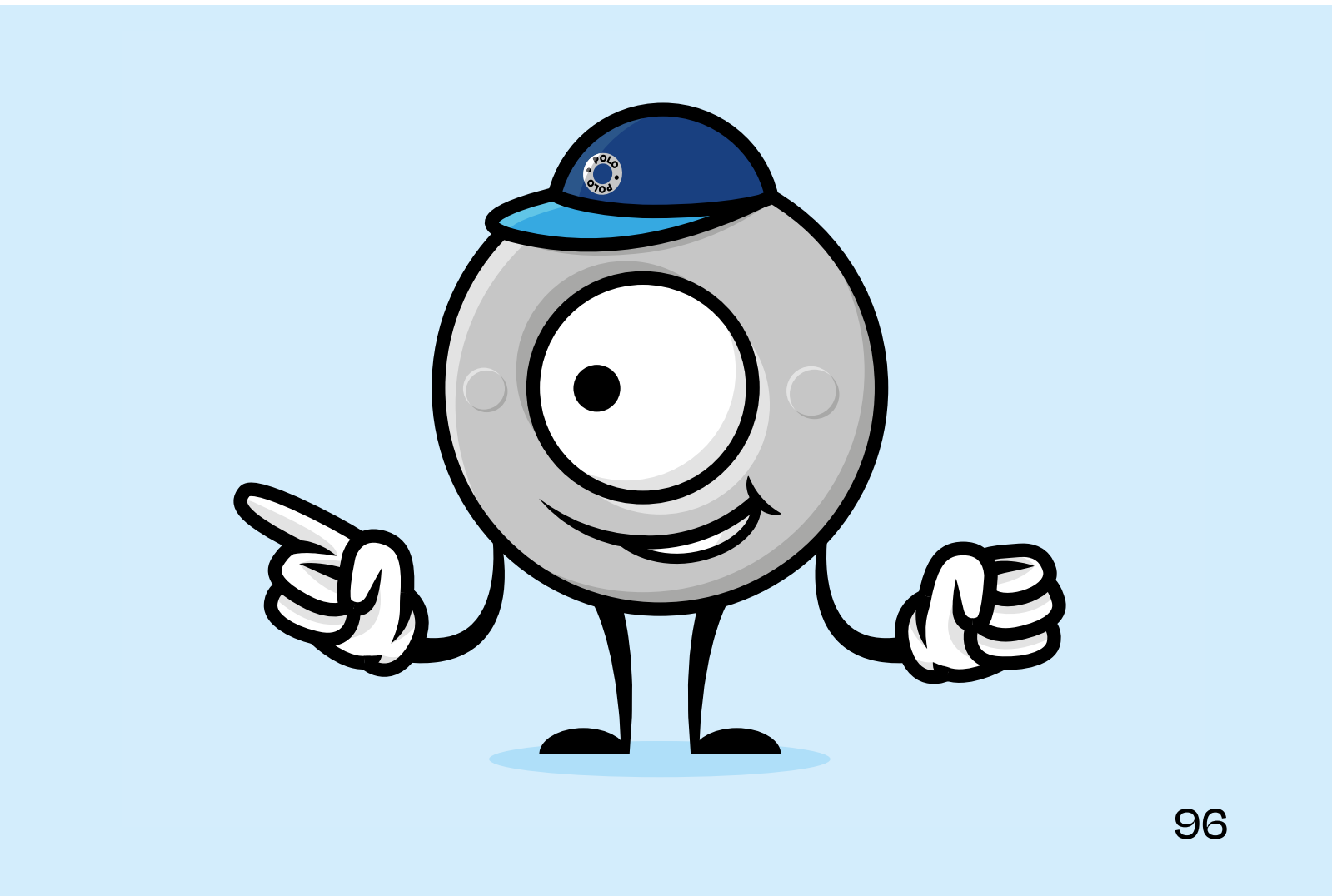
Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Création de différents supports au cours de plusieurs collaborations

- Affiche — Illustration récap d'un team building
- Affiche — Promotion de l'intranet
- Pictogramme — Intranet
- Flyer - Promotion de l'intranet
- Création de mascotte — Logiciel d'e-Learning

Anecdote : Il existe aujourd'hui le logiciel 3D Brinklink Studio, qui permet de construire et de générer un modèle Lego dans différents styles graphiques. Celui-ci n'étant arrivé qu'en 2016, cette illustration est entièrement faite sur Illustrator.

■ COMMUNICATION



INTERNE

Axa — Guide éthique

Campagne d’affichage en interne à destination des employés afin de les sensibiliser aux risques et de les inciter à suivre la formation en ligne ‘Compliance and Ethics Guide’.

Client : Axa – Agence Extreme — 2010

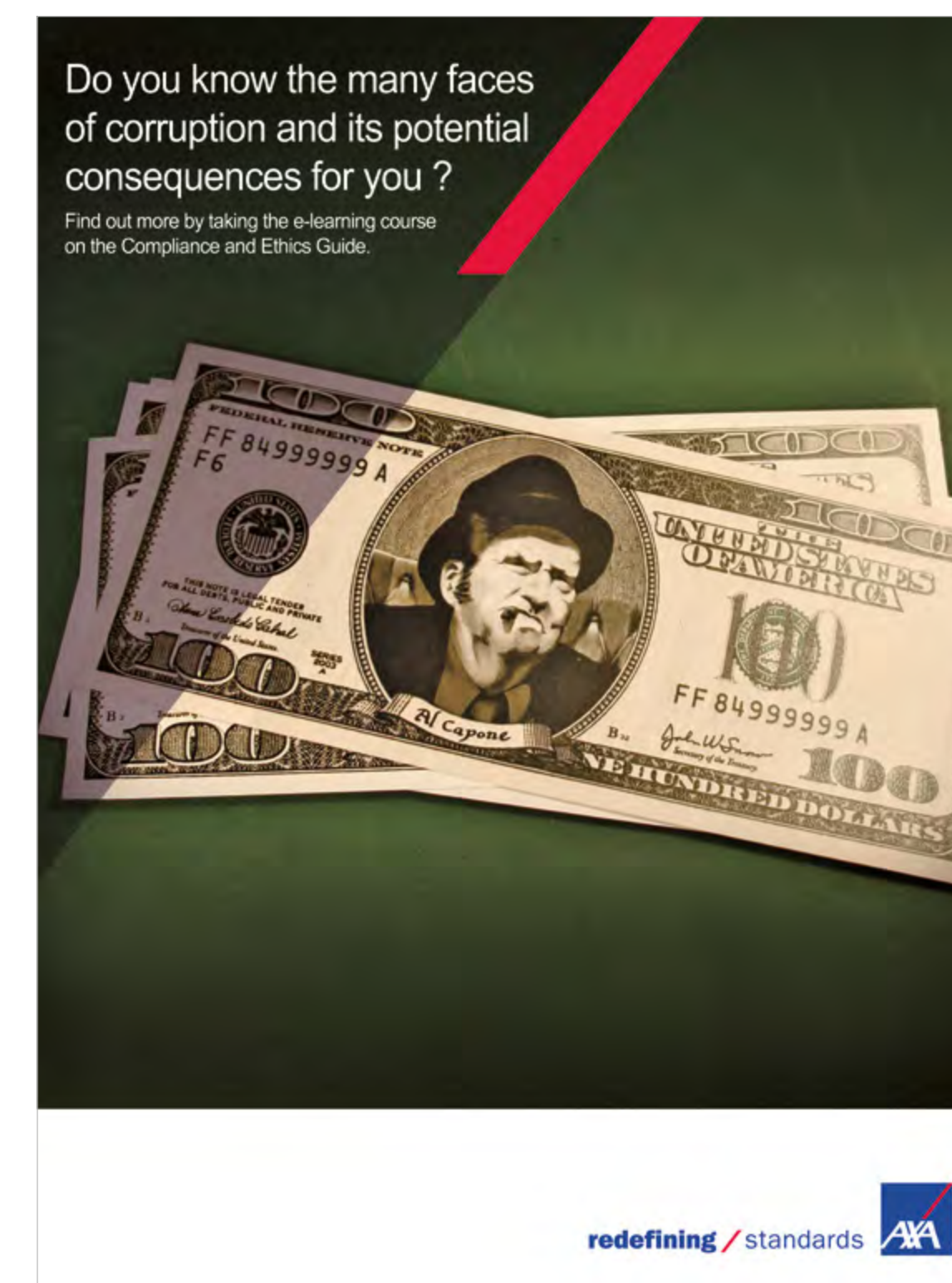
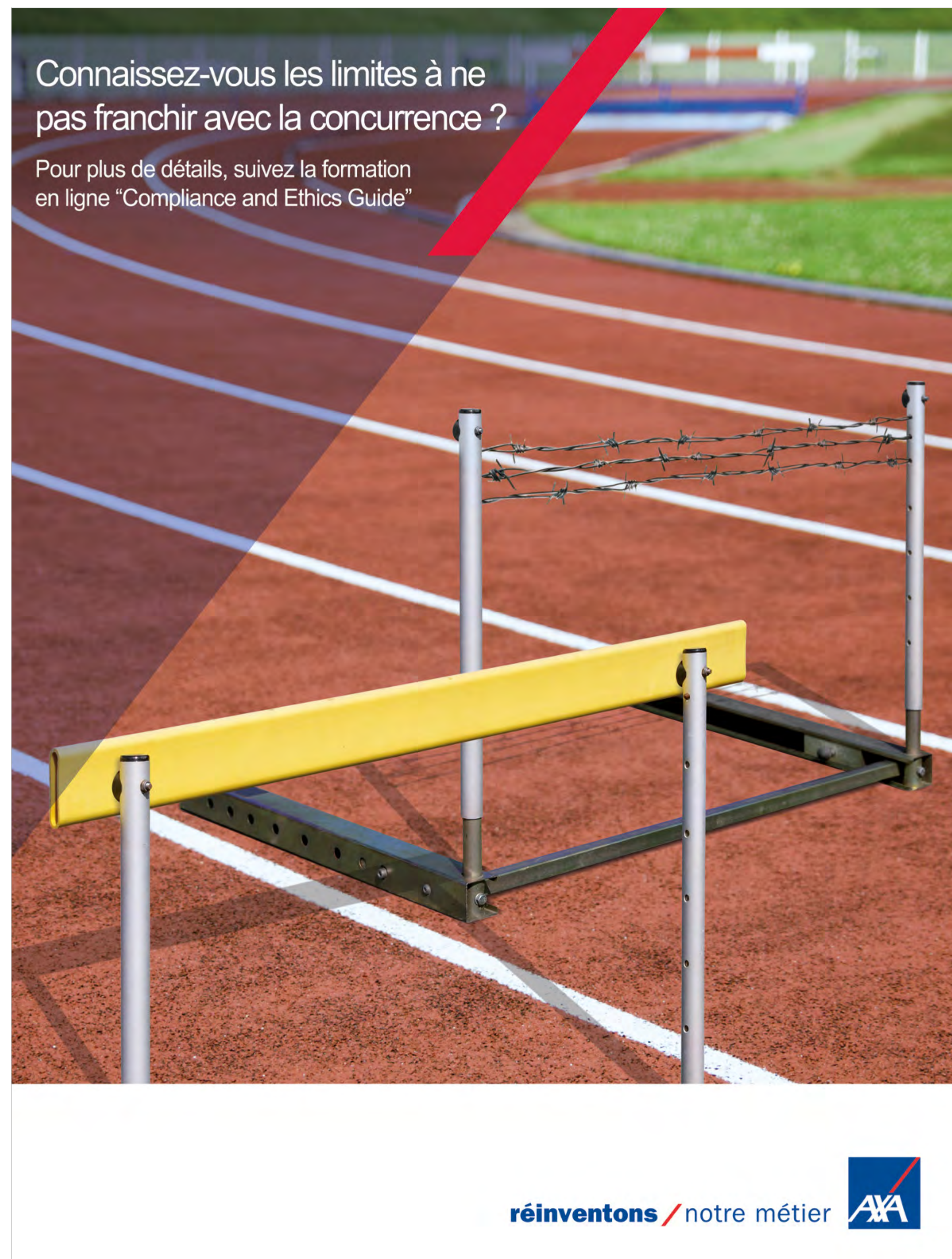
Marché : Assurances, banque — France, Europe

Rôle : DA — Alternance

Apport : Conception de la campagne, maquettes

- Concurrence déloyale — Affiche
- Conformité des process — Affiche
- Corruption financière — Affiche
- Corruption en nature — Affiche
- Délit d’initié — Affiche

■ COMMUNICATION



■ COMMUNICATION

POLITIQUE

POLITIQUE

Campagne présidentielle

Début 2017, Le pôle graphique de la campagne présidentielle de Benoît Hamon est en souffrance : il ne reste plus qu'un graphiste au QG, et le directeur de création est aux abonnés absents. Dans ce contexte, et alors que le pôle riposte cherche également quelqu'un, on me contacte pour rejoindre l'équipe.

Client : Benoît Hamon — 2017

Marché : Politique — France

Rôle : Graphisme, exécution — Salarié

Apport : Sous la contrainte d'une charte graphique déjà établie, déclinaison de nombreux supports, visuels pour les réseaux sociaux, préparation de fichiers pour l'impression

- Affiche
- Passage média Benoît Hamon — Post Twitter
- Passage média Christiane Taubira — Post Twitter
- Passage média Vincent Peillon — Post Twitter

■ COMMUNICATION

BENOIT HAMON

ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE : 23 AVRIL - 7 MAI 2017



FAIRE BATTRE
LE CŒUR
DE LA FRANCE

#HAMON
2017



POLITIQUE

Campagne
Présidentielle

Plaquette 'Projet'

2017



MON PROJET
POUR
FAIRE BATTRE
LE CŒUR
DE LA FRANCE

ELECTION PRÉSIDENTIELLE, 23 AVRIL ET 7 MAI 2017

BENOIT HAMON

#HAMON 2017 | benoithamon2017.fr



Mes chères concitoyennes,
Mes chers concitoyens,

Ce qu'on appelle depuis de longues années « la crise » est un changement de monde. Il suscite bien des inquiétudes, des tensions. Il peut être au contraire source d'espoir et de progrès. En tournant la page des solutions du passé, nous pouvons anticiper pour ne pas subir. Nous avons le pouvoir de casser la machine à désespérer. Je vous propose de construire le projet d'un futur désirable et commun.

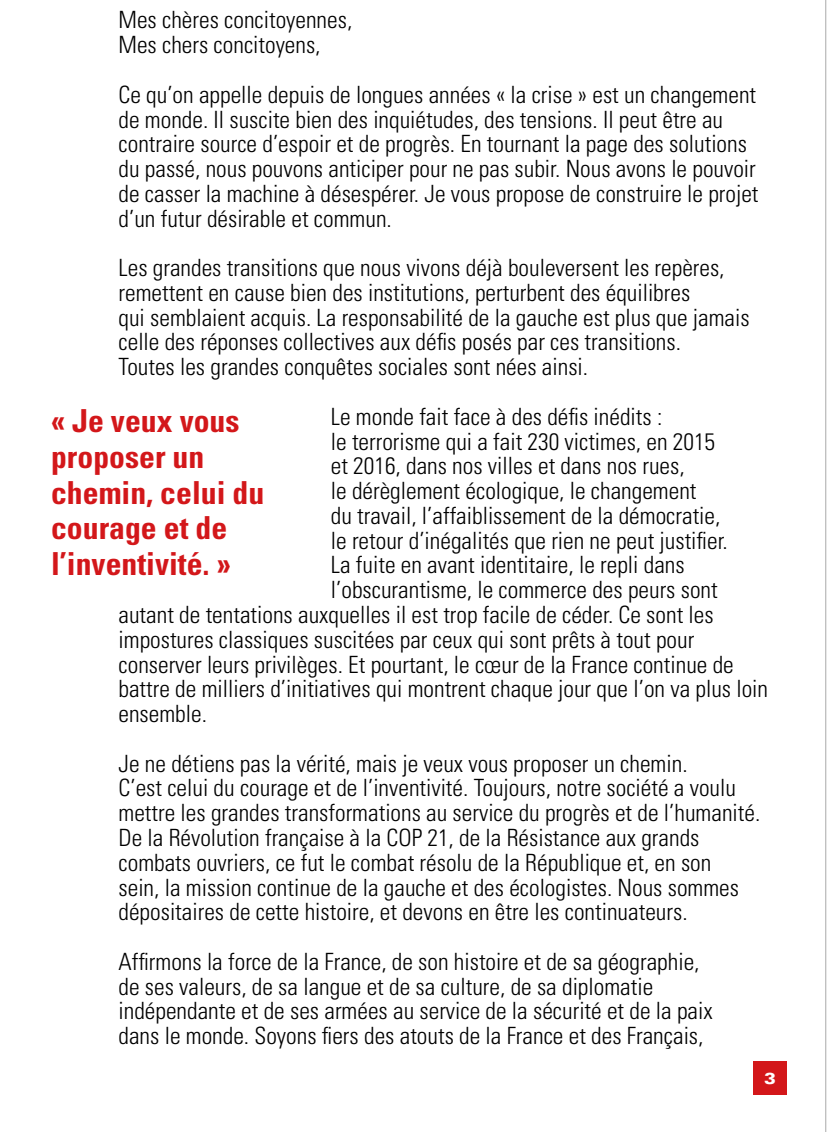
Les grandes transitions que nous vivons déjà bouleversent les repères, remettent en cause bien des institutions, perturbent des équilibres qui semblaient acquis. La responsabilité de la gauche est plus que jamais celle des réponses collectives aux défis posés par ces transitions. Toutes les grandes conquêtes sociales sont nées ainsi.

« Je veux vous proposer un chemin, celui du courage et de l'inventivité. »

Le monde fait face à des défis inédits : le terrorisme qui a fait 230 victimes, en 2015 et 2016, dans nos villes et dans nos rues, le dérèglement écologique, le changement du travail, l'affaiblissement de la démocratie, le retour d'inégalités que rien ne peut justifier. La fuite en avant identitaire, le repli dans l'obscurantisme, le commerce des peurs sont autant de tentations auxquelles il est trop facile de céder. Ce sont les impostures classées suscitées par ceux qui sont prêts à tout pour conserver leurs privilèges. Et pourtant, le cœur de la France continue de battre de milliers d'initiatives qui montrent chaque jour que l'on va plus loin ensemble.

Je ne détiens pas la vérité, mais je veux vous proposer un chemin. C'est celui du courage et de l'inventivité. Toujours, notre société a voulu mettre les grandes transformations au service du progrès et de l'humanité. De la Révolution française à la COP 21, de la Résistance aux grands combats ouvriers, ce fut le combat résolu de la République et, en son sein, la mission continue de la gauche et des écologistes. Nous sommes dépositaires de cette histoire, et devons en être les continuateurs.

Affirmons la force de la France, de son histoire et de sa géographie, de ses valeurs, de sa langue et de sa culture, de sa diplomatie indépendante et de ses armées au service de la sécurité et de la paix dans le monde. Soyons fiers des atouts de la France et des Français.



de notre jeunesse, de notre recherche, de notre agriculture, de notre industrie, de notre artisanat, de nos territoires en Hexagone et dans les outre-mer, des plus anciennes aux plus récentes. La gauche et les écologistes portent une espérance qui est aussi une exigence : progresser et protéger.

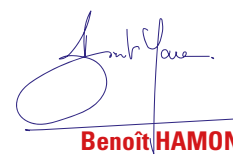
Oui, j'affirme qu'il est possible de progresser. Notre pays revendique l'ouverture au monde et croit à la coopération internationale en même temps qu'il veut fixer des règles à la mondialisation et des limites à un modèle de développement dévoreur de ressources naturelles et générateur d'inégalités. Cette volonté de conjuguer économie et écologie, démocratie et justice sociale est attendue par notre peuple et par ceux du monde entier. Je veux le progrès dans toutes ses dimensions.

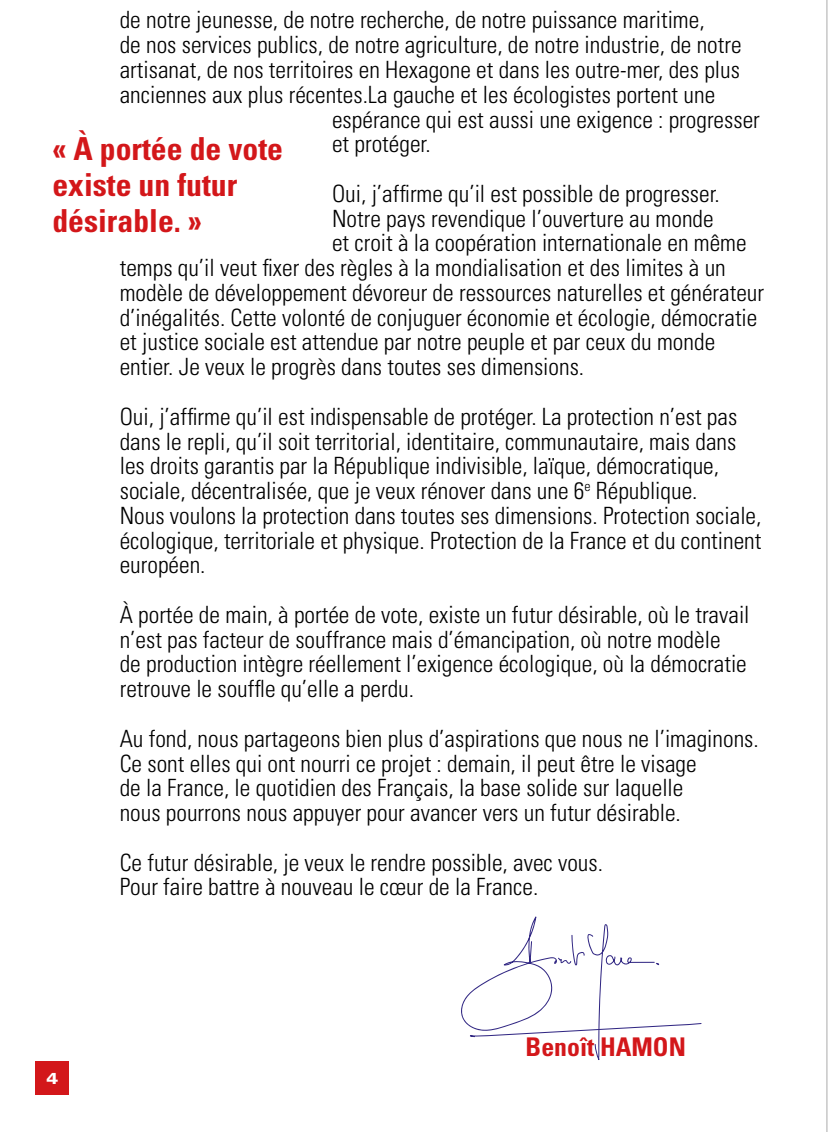
Oui, j'affirme qu'il est indispensable de protéger. La protection n'est pas dans le repli, qu'il soit territorial, identitaire, communautaire, mais dans les droits garantis par la République indivisible, laïque, démocratique, sociale, décentralisée, que je veux rénover dans une 6^e République. Nous voulons la protection dans toutes ses dimensions. Protection sociale, écologique, territoriale et physique. Protection de la France et du continent européen.

À portée de main, à portée de vote, existe un futur désirable, où le travail n'est pas facteur de souffrance mais d'émancipation, où notre modèle de production intègre pleinement l'exigence écologique, où la démocratie retrouve le souffle qu'elle a perdu.

Au fond, nous partageons bien plus d'aspirations que nous ne l'imaginons. Ce sont elles qui ont nourri ce projet : demain, il peut être le visage de la France, le quotidien des Français, la base solide sur laquelle nous pourrions nous appuyer pour avancer vers un futur désirable.

Ce futur désirable, je veux le rendre possible, avec vous. Pour faire battre à nouveau le cœur de la France.


Benoît HAMON



« À portée de vote existe un futur désirable. »

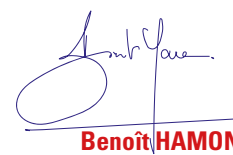
Oui, j'affirme qu'il est possible de progresser. Notre pays revendique l'ouverture au monde et croit à la coopération internationale en même temps qu'il veut fixer des règles à la mondialisation et des limites à un modèle de développement dévoreur de ressources naturelles et générateur d'inégalités. Cette volonté de conjuguer économie et écologie, démocratie et justice sociale est attendue par notre peuple et par ceux du monde entier. Je veux le progrès dans toutes ses dimensions.

Oui, j'affirme qu'il est indispensable de protéger. La protection n'est pas dans le repli, qu'il soit territorial, identitaire, communautaire, mais dans les droits garantis par la République indivisible, laïque, démocratique, sociale, décentralisée, que je veux rénover dans une 6^e République. Nous voulons la protection dans toutes ses dimensions. Protection sociale, écologique, territoriale et physique. Protection de la France et du continent européen.

À portée de main, à portée de vote, existe un futur désirable, où le travail n'est pas facteur de souffrance mais d'émancipation, où notre modèle de production intègre pleinement l'exigence écologique, où la démocratie retrouve le souffle qu'elle a perdu.

Au fond, nous partageons bien plus d'aspirations que nous ne l'imaginons. Ce sont elles qui ont nourri ce projet : demain, il peut être le visage de la France, le quotidien des Français, la base solide sur laquelle nous pourrions nous appuyer pour avancer vers un futur désirable.

Ce futur désirable, je veux le rendre possible, avec vous. Pour faire battre à nouveau le cœur de la France.


Benoît HAMON



« À portée de vote existe un futur désirable. »

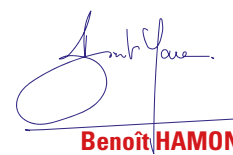
Oui, j'affirme qu'il est possible de progresser. Notre pays revendique l'ouverture au monde et croit à la coopération internationale en même temps qu'il veut fixer des règles à la mondialisation et des limites à un modèle de développement dévoreur de ressources naturelles et générateur d'inégalités. Cette volonté de conjuguer économie et écologie, démocratie et justice sociale est attendue par notre peuple et par ceux du monde entier. Je veux le progrès dans toutes ses dimensions.

Oui, j'affirme qu'il est indispensable de protéger. La protection n'est pas dans le repli, qu'il soit territorial, identitaire, communautaire, mais dans les droits garantis par la République indivisible, laïque, démocratique, sociale, décentralisée, que je veux rénover dans une 6^e République. Nous voulons la protection dans toutes ses dimensions. Protection sociale, écologique, territoriale et physique. Protection de la France et du continent européen.

À portée de main, à portée de vote, existe un futur désirable, où le travail n'est pas facteur de souffrance mais d'émancipation, où notre modèle de production intègre pleinement l'exigence écologique, où la démocratie retrouve le souffle qu'elle a perdu.

Au fond, nous partageons bien plus d'aspirations que nous ne l'imaginons. Ce sont elles qui ont nourri ce projet : demain, il peut être le visage de la France, le quotidien des Français, la base solide sur laquelle nous pourrions nous appuyer pour avancer vers un futur désirable.

Ce futur désirable, je veux le rendre possible, avec vous. Pour faire battre à nouveau le cœur de la France.


Benoît HAMON



« À portée de vote existe un futur désirable. »

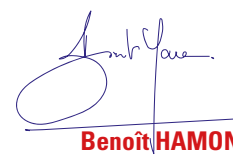
Oui, j'affirme qu'il est possible de progresser. Notre pays revendique l'ouverture au monde et croit à la coopération internationale en même temps qu'il veut fixer des règles à la mondialisation et des limites à un modèle de développement dévoreur de ressources naturelles et générateur d'inégalités. Cette volonté de conjuguer économie et écologie, démocratie et justice sociale est attendue par notre peuple et par ceux du monde entier. Je veux le progrès dans toutes ses dimensions.

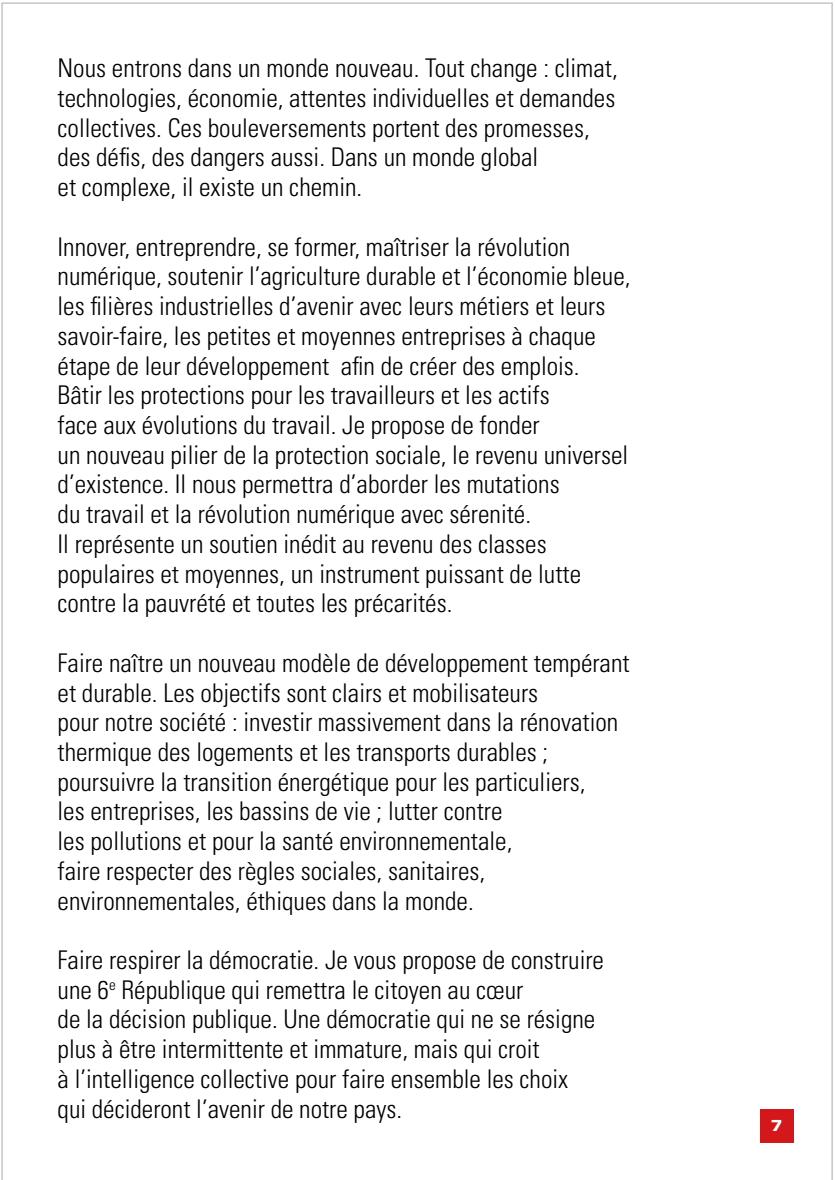
Oui, j'affirme qu'il est indispensable de protéger. La protection n'est pas dans le repli, qu'il soit territorial, identitaire, communautaire, mais dans les droits garantis par la République indivisible, laïque, démocratique, sociale, décentralisée, que je veux rénover dans une 6^e République. Nous voulons la protection dans toutes ses dimensions. Protection sociale, écologique, territoriale et physique. Protection de la France et du continent européen.

À portée de main, à portée de vote, existe un futur désirable, où le travail n'est pas facteur de souffrance mais d'émancipation, où notre modèle de production intègre pleinement l'exigence écologique, où la démocratie retrouve le souffle qu'elle a perdu.

Au fond, nous partageons bien plus d'aspirations que nous ne l'imaginons. Ce sont elles qui ont nourri ce projet : demain, il peut être le visage de la France, le quotidien des Français, la base solide sur laquelle nous pourrions nous appuyer pour avancer vers un futur désirable.

Ce futur désirable, je veux le rendre possible, avec vous. Pour faire battre à nouveau le cœur de la France.


Benoît HAMON

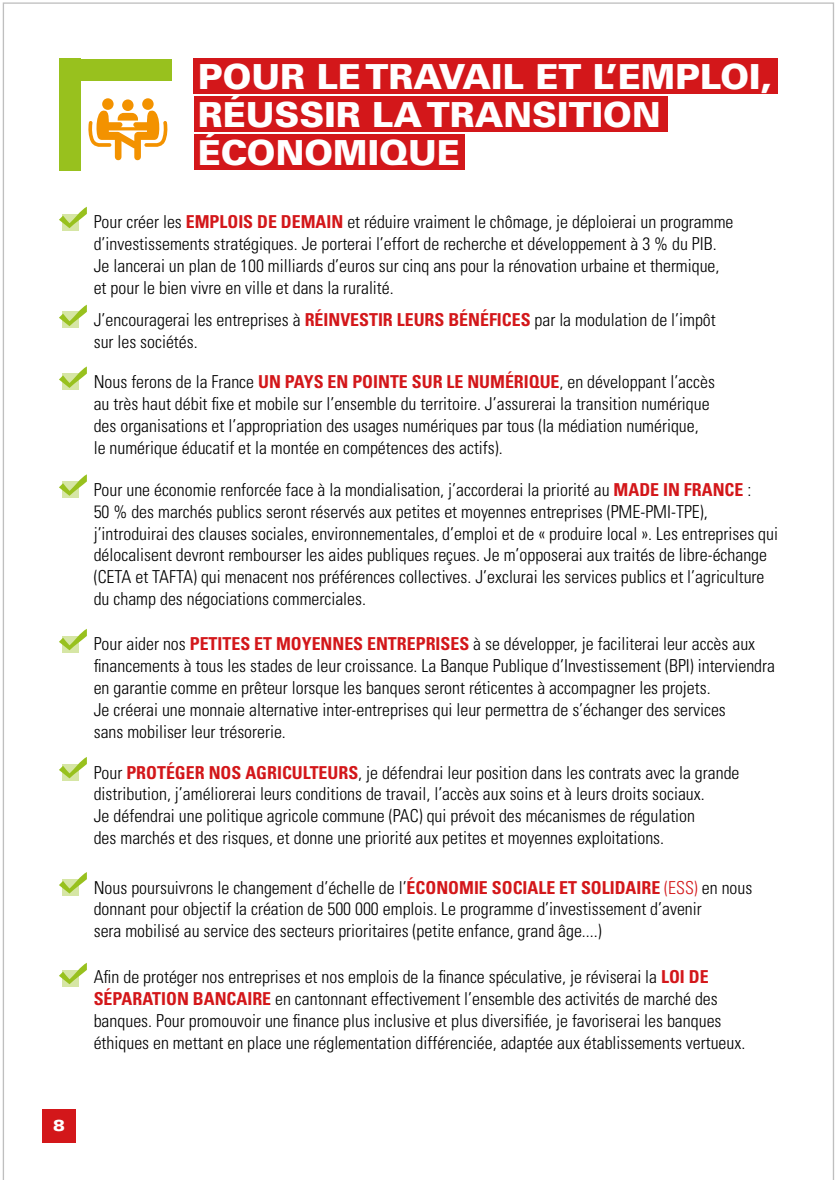


Nous entrons dans un monde nouveau. Tout change : climat, technologies, économie, attentes individuelles et demandes collectives. Ces bouleversements portent des promesses, des défis, des dangers aussi. Dans un monde global et complexe, il existe un chemin.

Innovet, entreprendre, se former, maîtriser la révolution numérique, soutenir l'agriculture durable et l'économie bleue, les filières industrielles d'avenir avec leurs métiers et leurs savoir-faire, les petites et moyennes entreprises à chaque étape de leur développement afin de créer des emplois. Bâtir les protections pour les travailleurs et les actifs face aux évolutions du travail. Je propose de fonder un nouveau pilier de la protection sociale, le revenu universel d'existence. Il nous permettra d'aborder les mutations du travail et la révolution numérique avec sérénité. Il représente un soutien inédit au revenu des classes populaires et moyennes, un instrument puissant de lutte contre la pauvreté et toutes les précarités.

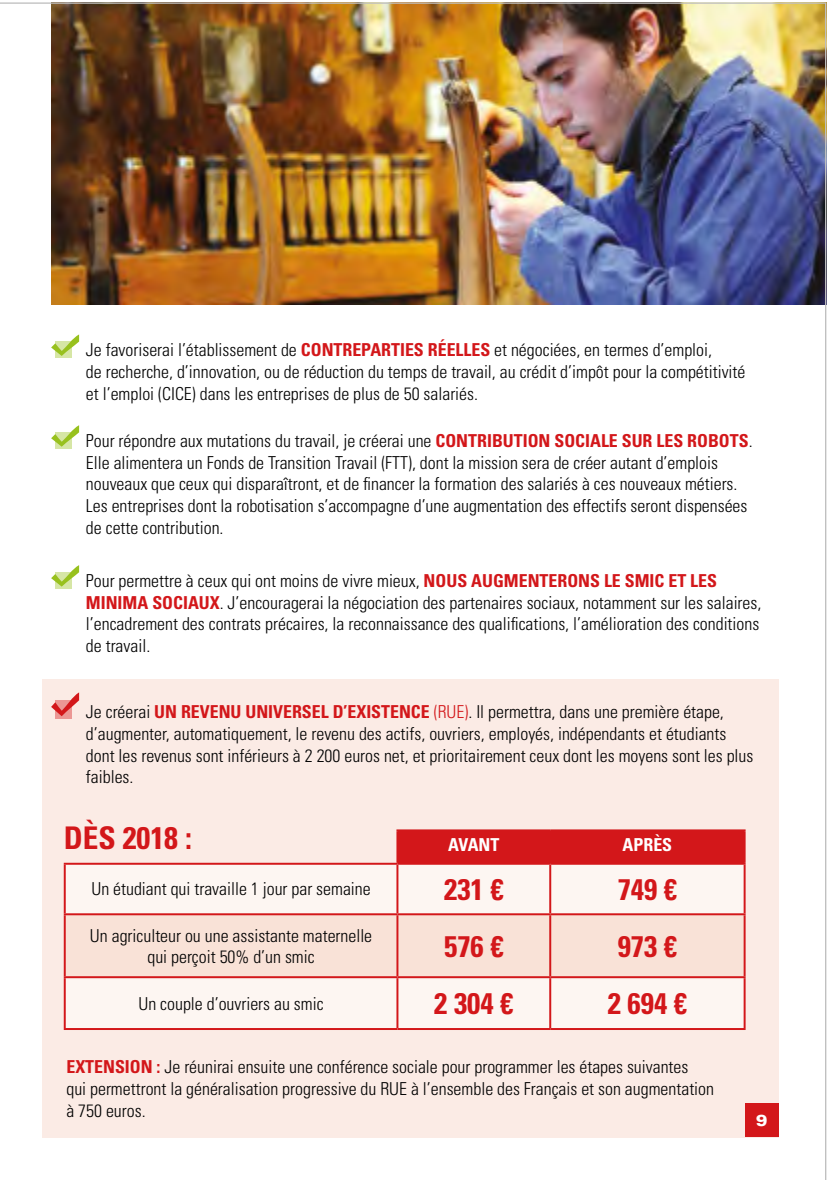
Faire naître un nouveau modèle de développement tempéré et durable. Les objectifs sont clairs et mobilisateurs pour notre société : investir massivement dans la rénovation thermique des logements et les transports durables ; poursuivre la transition énergétique pour les particuliers, les entreprises, les bassins de vie ; lutter contre les pollutions et pour la santé environnementale, faire respecter des règles sociales, sanitaires, environnementales, éthiques dans la monde.

Faire respirer la démocratie. Je vous propose de construire une 6^e République qui remettra le citoyen au cœur de la décision publique. Une démocratie qui ne se résigne plus à être intermittente et immature, mais qui croit à l'intelligence collective pour faire ensemble les choix qui décideront l'avenir de notre pays.



POUR LE TRAVAIL ET L'EMPLOI, RÉUSSIR LA TRANSITION ÉCONOMIQUE

- Pour créer les **EMPLOIS DE DEMAIN** et réduire vraiment le chômage, je déploierai un programme d'investissements stratégiques. Je porterai l'effort de recherche et développement à 3 % du PIB. Je lancerai un plan de 100 milliards d'euros sur cinq ans pour la rénovation urbaine et thermique, et pour le bien vivre en ville et dans la ruralité.
- J'encouragerai les entreprises à **REINVESTIR LEURS BÉNÉFICES** par la modulation de l'impôt sur les sociétés.
- Nous ferons de la France **UN PAYS EN POINTE SUR LE NUMÉRIQUE**, en développant l'accès au très haut débit fixe et mobile sur l'ensemble du territoire, l'ouverture la transition numérique des organisations et l'appropriation des usages numériques par tous (la médiation numérique, le numérique éducatif et la montée en compétences des actifs).
- Pour une économie renforcée face à la mondialisation, j'accorderai la priorité au **MADE IN FRANCE** : 50 % des marchés publics seront réservés aux petites et moyennes entreprises (PME-PMI-TPE), j'introduirai des clauses sociales, environnementales, d'emploi et de « produire local ». Les entreprises qui délocalisent devront rembourser les aides publiques reçues. Je m'opposerai aux traités de libre-échange (CETA et TAFTA) qui menacent nos préférences collectives. J'exclurai les services publics et l'agriculture du champ des négociations commerciales.
- Pour aider nos **PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES** à se développer, je faciliterai leur accès aux financements à tous les stades de leur croissance. La Banque Publique d'Investissement (BPI) interviendra en garantie comme en prêteur lorsque les banques seront réticentes à accompagner les projets. Je créerai une monnaie alternative inter-entreprises qui leur permettra de s'échanger des services sans mobiliser leur trésorerie.
- Pour **PROTÉGER NOS AGRICULTEURS**, je défendrai leur position dans les contrats avec la grande distribution, j'améliorerai leurs conditions de travail, j'accède aux soins et à leurs droits sociaux. Je défendrai une politique agricole commune (PAC) qui prévient des mécanismes de régulation des marchés et des risques, et donne une priorité aux petites et moyennes exploitations.
- Nous poursuivrons le changement d'échelle de **l'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE (ESS)** en nous donnant pour objectif la création de 500 000 emplois. Le programme d'investissement d'avenir sera mobilisé au service des secteurs prioritaires (petite enfance, grand âge...)
- Afin de protéger nos entreprises et nos emplois de la finance spéculative, je réviserai la **LOI DE SÉPARATION BANCAIRE** en contraignant effectivement l'ensemble des activités de marchés des banques. Pour promouvoir une finance plus inclusive et plus diversifiée, je favoriserai les banques éthiques en mettant en place une réglementation différenciée, adaptée aux établissements vertueux.



DÈS 2018 :

	AVANT	APRÈS
Un étudiant qui travaille 1 jour par semaine	231 €	749 €
Un agriculteur ou une assistante maternelle qui perçoit 50% d'un an	576 €	973 €
Un couple d'ouvriers au smic	2 304 €	2 694 €

EXTENSION : Je réunirai ensuite une conférence sociale pour programmer les étapes suivantes qui permettront la généralisation progressive du RUE à l'ensemble des Français et son augmentation à 750 euros.



Pour progresser tout au long de la vie, chaque actif aura **DROIT À UN AN DE CONGÉ-FORMATION** pour acquérir un diplôme ou une qualification. Je développerai également l'apprentissage.

Je reconnaitrai le **BURN-OUT** (syndrome d'épuisement professionnel) comme maladie professionnelle, et j'inviterai les entreprises à engager des actions de prévention.

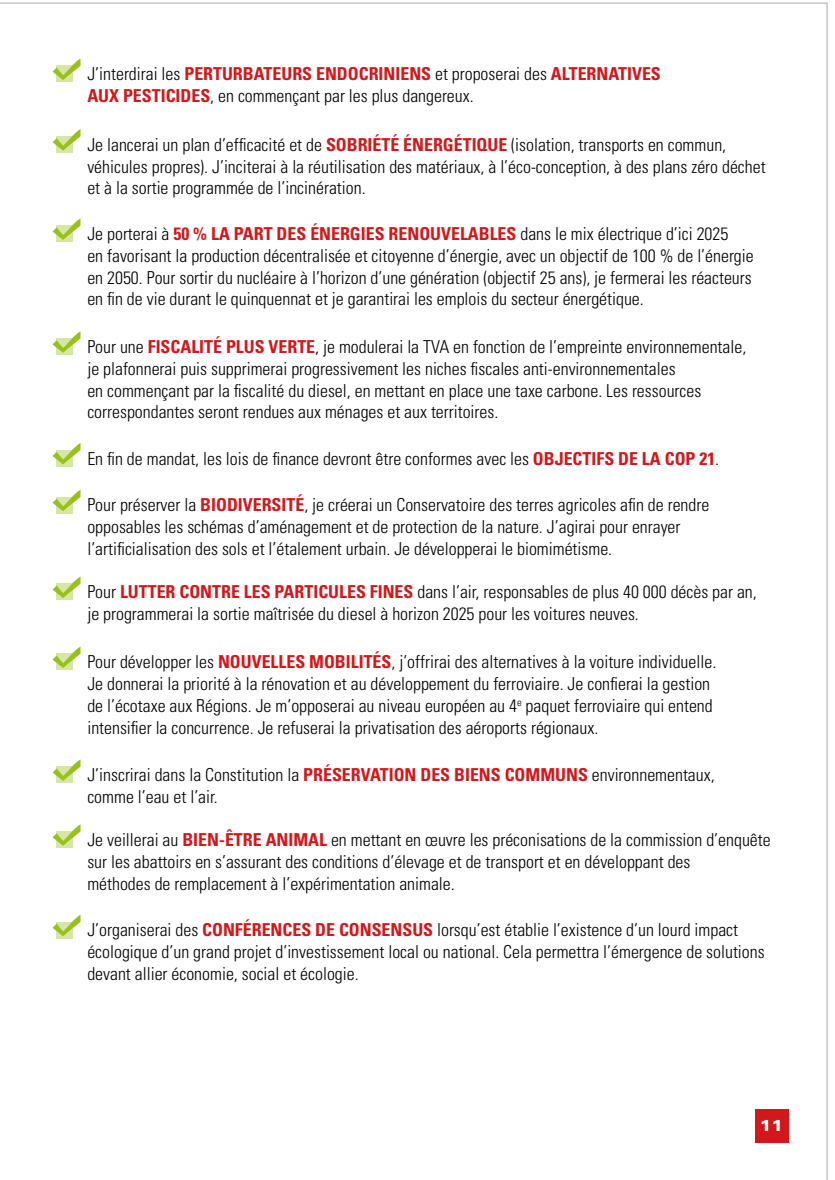
Nous **REEMPLACERONS LA LOI TRAVAIL PAR UNE NOUVELLE LOI**, qui, en concertation avec les partenaires sociaux, encouragera la poursuite de la réduction collective du temps de travail sur la base du volontariat et par la réaffectation, renforcera le compte pénibilité et le temps personnel d'activité, confortera le droit à la déconnexion, rétablira le principe de l'aveu.

Nous engagerons la **RÉFORME DU RÉGIME SOCIAL DES INDÉPENDANTS (RSI)** pour qu'ils aient les mêmes droits que les salariés.

Pour garantir à tous le meilleur niveau de protection et lutter contre l'ubérisation débridée, je créerai un **STATUT DE LACTIF**. Il permettra aux travailleurs qui ne bénéficient pas aujourd'hui de la protection du Code du travail et du régime général de la Sécurité sociale d'accéder à un socle de protections et de droits fondamentaux.

POUR PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE, TRANSFORMER NOTRE MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT

Au moins **50 % DE DÉPENS BOU** ou issues des circuits courts seront servies dans la restauration collective. J'appliquerai un taux de TVA réduit aux produits bio et j'ajoutai à la structuration des filières de production biologique et équitable.



J'interdirai les **PERTURBATEURS ENDOCRINIENS** et proposerai des **ALTERNATIVES AUX PESTICIDES**, en commençant par les plus dangereux.

Je lancerai un plan d'efficacité et de **SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE** (isolation, transports en commun, véhicules propres), j'inciterai à la réutilisation des matériaux, à l'éco-conception, à des plans zéro déchet et à la sorte programmée de l'incinération.

Je porterai à **50 % LA PART DES ÉNERGIES RENOUVELABLES** dans le mix électrique d'ici 2025 en favorisant la production décentralisée et citoyenne d'énergie, avec un objectif de 100 % de l'énergie en 2050. Pour sortir du nucléaire à l'horizon d'une génération (objectif 25 ans), je fermerai les réacteurs en fin de vie durant le quinquennat et je garantirai les emplois du secteur énergétique.

Pour une **FISCALITÉ PLUS VERTE**, je modulerai la TVA en fonction de l'empreinte environnementale, je plafonnerai puis supprimerai progressivement les niches fiscales anti-environnementales en commençant par la fiscalité du diesel, en mettant en place une taxe carbone. Les ressources correspondantes seront rendues aux ménages et aux territoires.

En fin de mandat, les lois de finance devront être conformes avec les **OBJECTIFS DE LA COP 21**.

Pour préserver la **BIODIVERSITÉ**, je créerai un Conservatoire des terres agricoles afin de rendre opposables les schémas d'aménagement et de protection de la nature. J'agirai pour enrayer l'artificialisation des sols et l'étalement urbain. Je développerai le biométrie.

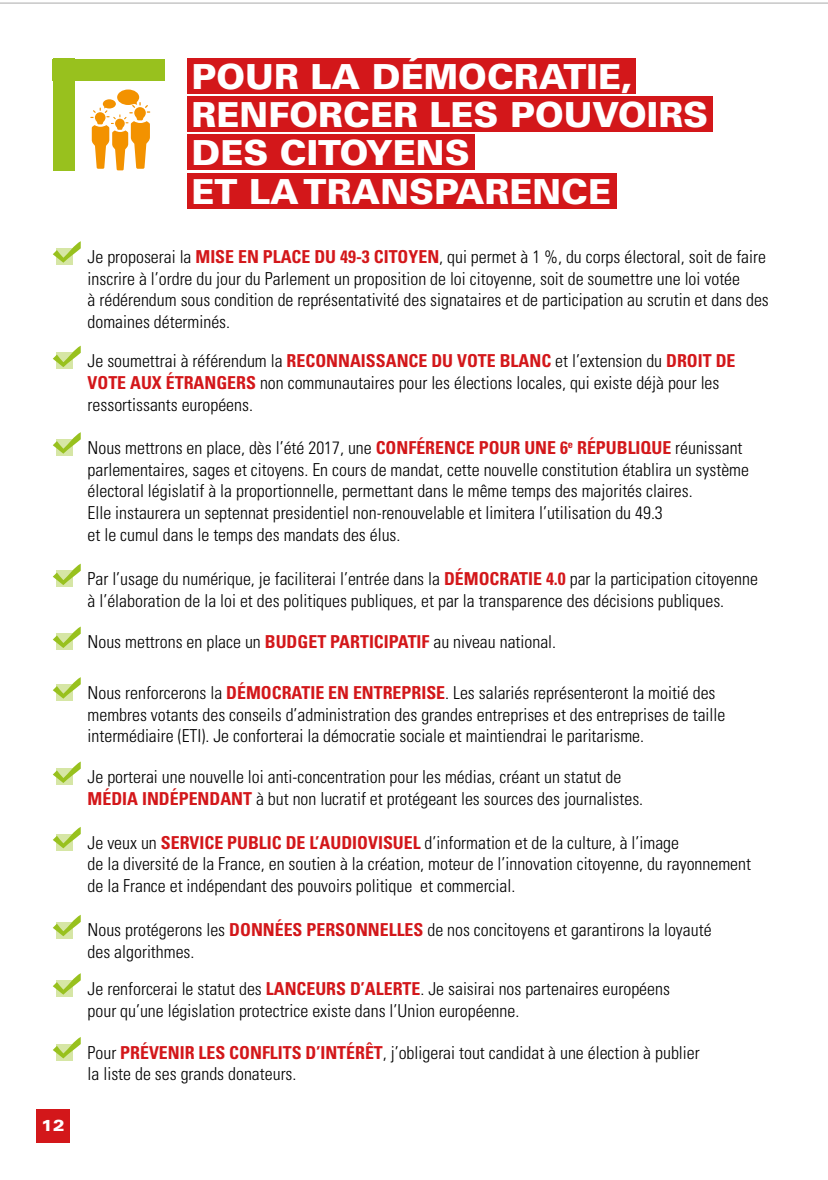
Pour **LUTTER CONTRE LES PARTICULES FINES** dans l'air, responsables de plus 400 000 décès par an, je programmerai la sortie maîtrisée du diesel à horizon 2025 pour les voitures neuves.

Pour développer les **NOUVELLES MOBILITÉS**, j'offrirai des alternatives à la voiture individuelle. Je donnerai la priorité à la rénovation et au développement du ferroviaire. Je confèrera la gestion de l'actozax aux Régions. Je m'opposerai au niveau européen au 4^e paquet ferroviaire qui entend intensifier la concurrence, je réduirai la privatisation des aéroports régionaux.

J'inscrirai dans la Constitution la **PRÉSERVATION DES BIENS COMMUNS** environnementaux, comme l'eau et l'air.

Je veillerai au **BEN-ÊTRE ANIMAL** en mettant en œuvre les préconisations de la commission d'enquête sur les abattoirs en assurant des conditions d'élevage et de transport et en développant des méthodes de remplacement à l'expérimentation animale.

J'organiserai des **CONFÉRENCES DE CONSENSUS** lorsqu'il est établi l'existence d'un lourd impact écologique d'un grand projet d'investissement local ou national. Cela permettra l'émergence de solutions devant allier économie, social et écologie.



POUR LA DÉMOCRATIE, RENFORCER LES POUVOIRS DES CITOYENS ET LA TRANSPARENCE

- Je proposerai la **MISE EN PLACE DU 49-3 CITOYEN**, qui permet à 1 % du corps électoral, soit de faire inscrire à l'ordre du jour du Parlement une proposition de loi citoyenne, soit de soumettre une loi votée à référendum sous condition de représentativité des signataires et de participation au scrutin et dans des domaines déterminés.
- Je soumettrai à référendum le **RECONNAISSANCE DU VOTE BLANC** et l'extension du **DROIT DE VOTE AUX ÉTRANGERS** non communautaires pour les élections locales, qui existe déjà pour les ressortissants européens.
- Nous mettrons en place, dès l'été 2017, une **CONFÉRENCE POUR UNE 6^e RÉPUBLIQUE** réunissant parlementaires, sages et citoyens. En cours de mandat, cette nouvelle constitution établit un système électoral législatif à la proportionnelle, permettant dans le même temps des majorités claires. Elle instaurera un septennat présidentiel non-renouvelable et limitera l'utilisation du 49-3 et le cumul dans le temps des mandats des élus.
- Par l'usage du numérique, je faciliterai l'entrée dans la **DÉMOCRATIE 4.0** par la participation citoyenne à l'élaboration de la loi et des politiques publiques, et par la transparence des décisions publiques.
- Nous mettrons en place un **BUDGET PARTICIPATIF** au niveau national.
- Nous renforcerons la **DÉMOCRATIE EN ENTREPRISE**. Les salariés représenteront la moitié des membres votants des conseils d'administration des grandes entreprises et des entreprises de taille intermédiaire (ETI). Je conforterai la démocratie sociale et maintiendrai le partenariat.
- Je porterai une nouvelle loi anti-concentration pour les médias, créant un statut de **MÉDIA INDÉPENDANT** à but non lucratif et protégeant les sources des journalistes.
- Je veux un **SERVICE PUBLIC DE L'AUDITOIRISME** d'information et de la culture, à l'image de la diversité de la France, en soutien à la création, moteur de l'innovation citoyenne, du rayonnement de la France et indépendant des pouvoirs politique et commercial.
- Nous protégerons les **DONNÉES PERSONNELLES** de nos concitoyens et garantirons la loyauté des algorithmes.
- Je renforcerai le statut des **LANCIEURS D'ALERTE**. Je saisiirai nos partenaires européens pour qu'une législation protectrice existe dans l'Union européenne.
- Pour **PRÉVENIR LES CONFLITS D'INTÉRÊT**, j'obligierai tout candidat à une élection à publier la liste de ses grands donateurs.



POUR UNE RÉPUBLIQUE BIENVEILLANTE ET HUMANISTE

La République, c'est une promesse.

C'est la promesse que chacun, quelque soit son milieu d'origine, puisse réussir, s'émanciper et trouver sa place dans la société.

La République, je la veux bienveillante et humaniste, afin que la dignité de l'être humain soit au cœur de tous nos choix politiques.

Une République bienveillante et humaniste, c'est une République qui ne tolère pas les discriminations en raison de son sexe, de sa religion, de sa couleur de peau, de son handicap ou de son orientation sexuelle. Elle lutte, sans complaisance, contre le racisme et l'antisémitisme.

C'est une République qui donne toutes ses chances à chaque citoyen depuis la petite enfance et l'école, et tout au long de la vie.

Une République qui fait confiance à sa jeunesse, valorise son engagement au service de la collectivité, lui donne les moyens de s'impliquer pour façonner le monde de demain, ouvre des horizons, notamment grâce à la culture, prend soin des familles et de ses aînés.

Une République bienveillante et humaniste, c'est une République où les services publics garantissent à chacune et chacun, et dans tous les territoires, l'égalité réelle, la protection sociale, la sécurité, la justice, la redistribution des richesses.

Une République bienveillante et humaniste, c'est une République qui protège les libertés, ouvre de nouveaux droits et garantit la liberté de conscience.



POUR UNE RÉPUBLIQUE BIENVEILLANTE ET HUMANISTE

La République, c'est une promesse.

C'est la promesse que chacun, quelque soit son milieu d'origine, puisse réussir, s'émanciper et trouver sa place dans la société.

La République, je la veux bienveillante et humaniste, afin que la dignité de l'être humain soit au cœur de tous nos choix politiques.

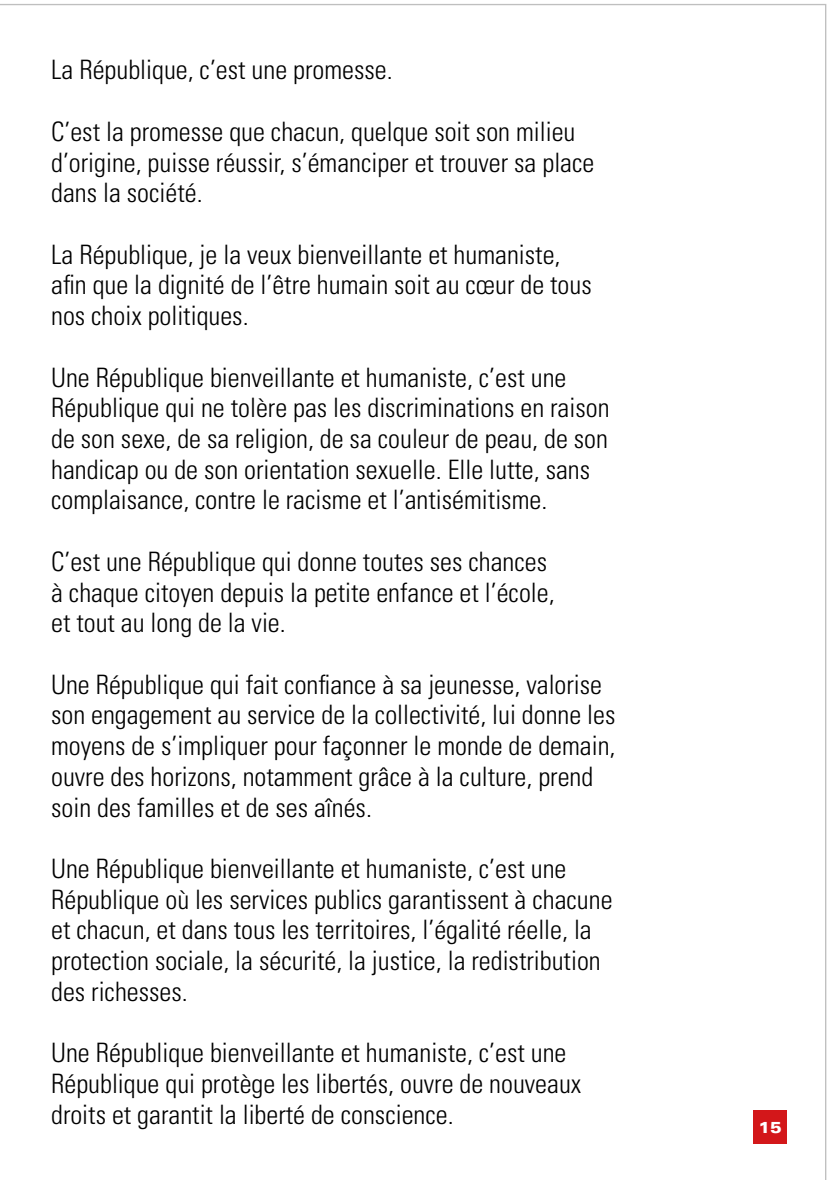
Une République bienveillante et humaniste, c'est une République qui ne tolère pas les discriminations en raison de son sexe, de sa religion, de sa couleur de peau, de son handicap ou de son orientation sexuelle. Elle lutte, sans complaisance, contre le racisme et l'antisémitisme.

C'est une République qui donne toutes ses chances à chaque citoyen depuis la petite enfance et l'école, et tout au long de la vie.

Une République qui fait confiance à sa jeunesse, valorise son engagement au service de la collectivité, lui donne les moyens de s'impliquer pour façonner le monde de demain, ouvre des horizons, notamment grâce à la culture, prend soin des familles et de ses aînés.

Une République bienveillante et humaniste, c'est une République où les services publics garantissent à chacune et chacun, et dans tous les territoires, l'égalité réelle, la protection sociale, la sécurité, la justice, la redistribution des richesses.

Une République bienveillante et humaniste, c'est une République qui protège les libertés, ouvre de nouveaux droits et garantit la liberté de conscience.

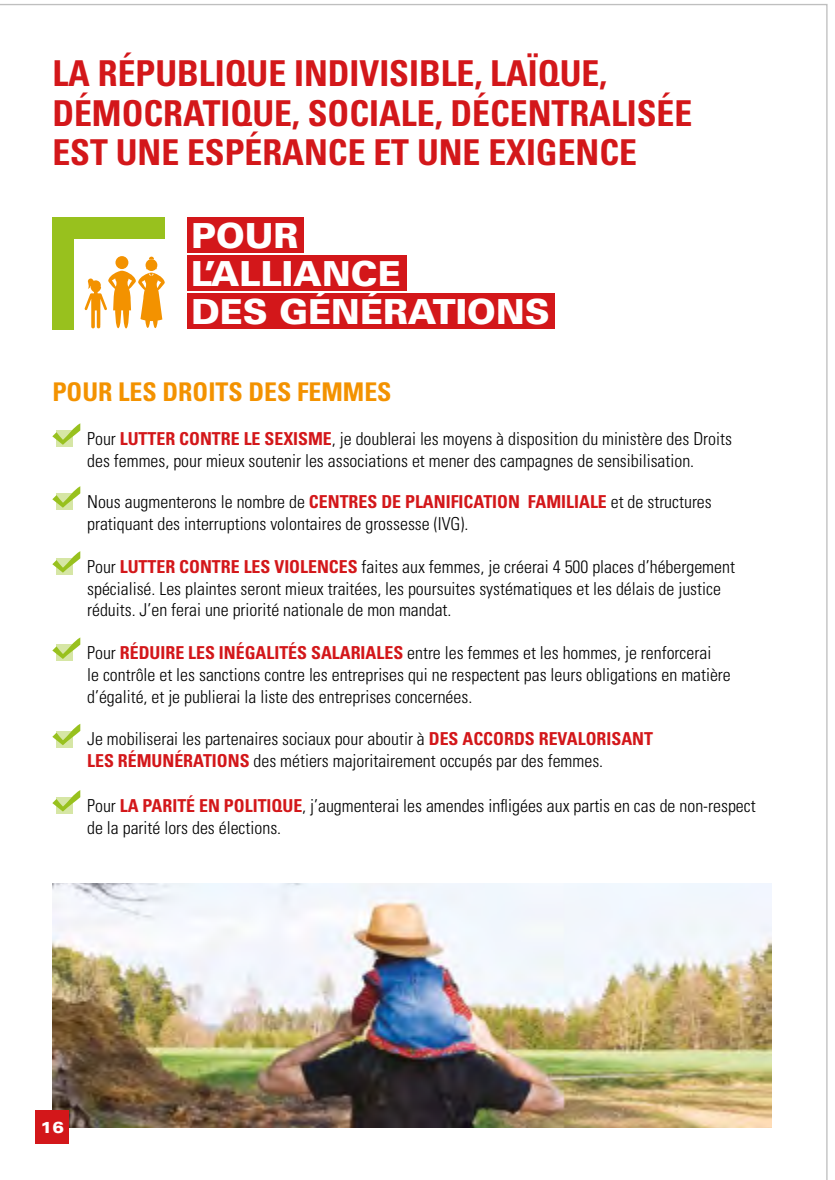


LA RÉPUBLIQUE INDIVISIBLE, LAÏQUE, DÉMOCRATIQUE, SOCIALE, DÉCENTRALISÉE EST UNE ESPÉRANCE ET UNE EXIGENCE

POUR L'ALLIANCE DES GÉNÉRATIONS

POUR LES DROITS DES FEMMES

- Pour **LUTTER CONTRE LE SEXISME**, je doublerai les moyens à disposition du ministère des Droits des femmes, pour mieux soutenir les associations et mener des campagnes de sensibilisation.
- Nous augmenterons le nombre de **CENTRES DE PLANNIFICATION FAMILIALE** et de structures pratiquant des interruptions volontaires de grossesse (IVG).
- Pour **LUTTER CONTRE LES VIOLENCES** faites aux femmes, je créerai 5 400 places d'hébergement spécialisé. Les plantes seront mieux traitées, les poursuites systématiques et les délais de justice réduits. J'en ferai une priorité nationale de mon mandat.
- Pour **RÉDUIRE LES INÉGALITÉS SALARIALES** entre les femmes et les hommes, je renforcerai le contrôle et les sanctions contre les entreprises qui ne respectent pas leurs obligations en matière d'égalité, et je publierai la liste des entreprises concernées.
- Je mobiliserai les partenaires sociaux pour aboutir à **DES ACCORDS REVALORISANT LES RÉMUNÉRATIONS** des métiers majoritairement occupés par des femmes.
- Pour **LA PARITÉ EN POLITIQUE**, j'augmenterai les amendes infligées aux partis en cas de non-respect de la parité lors des élections.



LA RÉPUBLIQUE INDIVISIBLE, LAÏQUE, DÉMOCRATIQUE, SOCIALE, DÉCENTRALISÉE EST UNE ESPÉRANCE ET UNE EXIGENCE

POUR L'ALLIANCE DES GÉNÉRATIONS

POUR LES DROITS DES FEMMES

- Pour **LUTTER CONTRE LE SEXISME**, je doublerai les moyens à disposition du ministère des Droits des femmes, pour mieux soutenir les associations et mener des campagnes de sensibilisation.
- Nous augmenterons le nombre de **CENTRES DE PLANNIFICATION FAMILIALE** et de structures pratiquant des interruptions volontaires de grossesse (IVG).
- Pour **LUTTER CONTRE LES VIOLENCES** faites aux femmes, je créerai 5 400 places d'hébergement spécialisé. Les plantes seront mieux traitées, les poursuites systématiques et les délais de justice réduits. J'en ferai une priorité nationale de mon mandat.
- Pour **RÉDUIRE LES INÉGALITÉS SALARIALES** entre les femmes et les hommes, je renforcerai le contrôle et les sanctions contre les entreprises qui ne respectent pas leurs obligations en matière d'égalité, et je publierai la liste des entreprises concernées.
- Je mobiliserai les partenaires sociaux pour aboutir à **DES ACCORDS REVALORISANT LES RÉMUNÉRATIONS** des métiers majoritairement occupés par des femmes.
- Pour **LA PARITÉ EN POLITIQUE**, j'augmenterai les amendes infligées aux partis en cas de non-respect de la parité lors des élections.

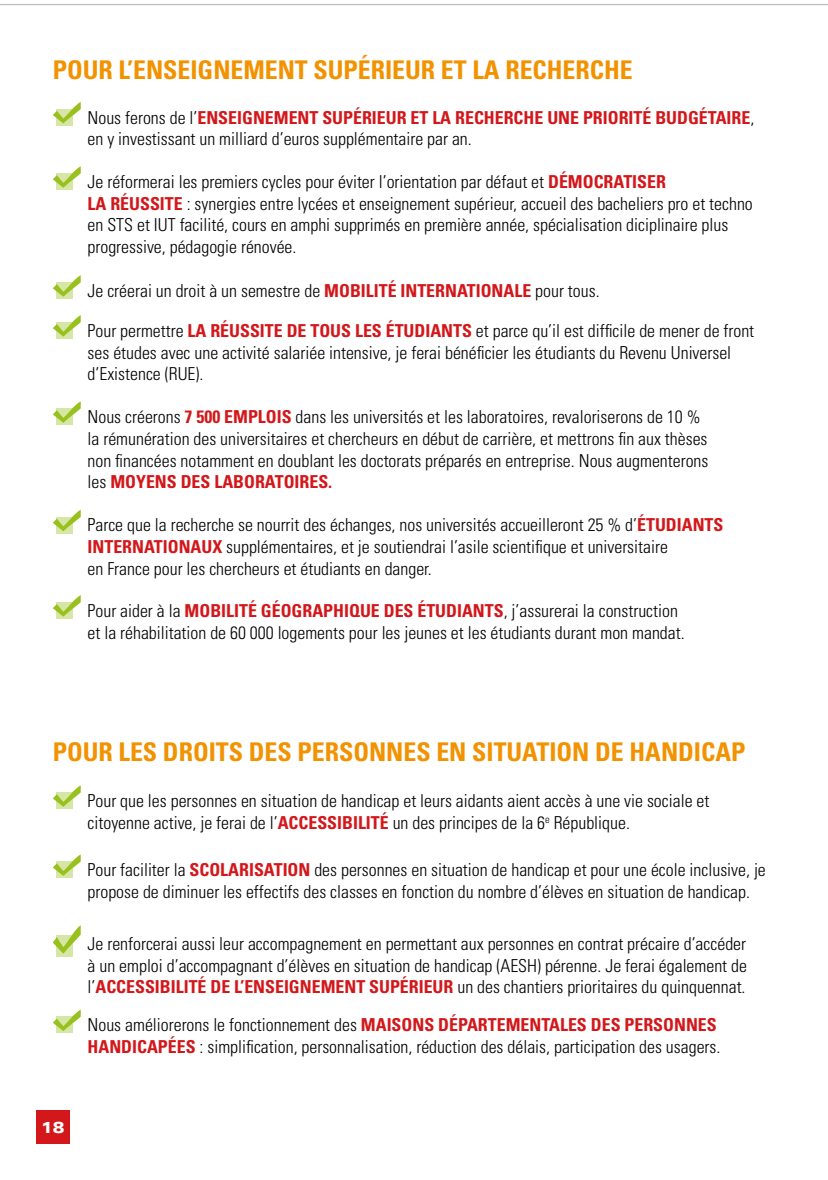


POUR LA PETITE ENFANCE

- Pour que les jeunes parents, notamment les mères isolées, puissent mener de front vie parentale et vie professionnelle, je créerai un **SERVICE PUBLIC DE LA PETITE ENFANCE**, avec 250 000 nouvelles places d'accueil à horaires adaptés en 5 ans.
- Pour répondre à l'attente des jeunes parents et favoriser le partage des tâches parentales, j'allongerai le **CONGÉ PATERNITÉ À SIX SEMAINES**, soit 11 jours obligatoires.
- Nous ouvrirons le **DROIT AUX ALLOCATIONS FAMILIALES** dès le premier enfant.

POUR L'ÉCOLE

- Pour lutter contre les inégalités scolaires, nous rendrons l'**INSTRUCTION OBLIGATOIRE DES ÂGES DE 3 ANS**, et garantirons un droit à la scolarisation dès l'âge de 2 ans dans les écoles en éducation prioritaire et en outre-mer.
- Pour **DEVELOPPER LA MIXITÉ SOCIALE ET SCOLAIRE** sur tout le territoire, je rétablirai la carte scolaire dans le cadre d'un dialogue qui associera l'enseignement public et l'enseignement privé.
- Pour donner à tous les élèves les mêmes chances de réussir à l'école, je mettrai en place un **SERVICE PUBLIC DU SOUTIEN SCOLAIRE**, et développerai la coéducation avec les parents et les mouvements d'éducation populaire.
- Nous les pays ayant investi dans la **FORMATION CONTINUE DES ENSEIGNANTS** ont vu les résultats des élèves progresser. En France aussi, je veux un plan de formation continue des enseignants. Chaque enseignant bénéficiera de trois, cinq ou dix jours de formation tous les ans.
- Nous mènerons la **RÉFORME DU LYCÉE** avec les enseignants, les parents et les élèves. J'allouerai plus de moyens aux lycées qui ont le plus besoin grâce à un nouvel indicateur social plus juste et plus proche des réalités du territoire.
- Je défendrai **LES LYCÉES PROFESSIONNELS** pour qu'ils deviennent des voies d'excellence. J'y favoriserai les possibilités de poursuites d'études.
- Je revaloriserai les **CONDITIONS DE TRAVAIL DES ENSEIGNANTS** et des personnels administratifs, en matière de rémunération comme de gestion des carrières et de médecine du travail.
- Pour atteindre ces objectifs ambitieux, je recruterai **40 000 ENSEIGNANTS EN CINQ ANS**, je garantirai le droit à l'innovation pédagogique, et favoriserai l'usage du numérique pour faire réussir tous les élèves dans leurs apprentissages.



POUR L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET LA RECHERCHE

- Nous ferons de **l'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET LA RECHERCHE UNE PRIORITÉ BUDGÉTAIRE**, en y investissant un milliard d'euros supplémentaire par an.
- Je réformerai les premiers cycles pour éviter l'orientation par défaut et **DÉMOCRATISER LA RÉUSSITE** : synergies entre lycées et enseignement supérieur, accueil des bacheliers pro et techno en STS et VET, facilité, cours en anglais supprimés en première année, spécialisation disciplinaire plus progressive, pédagogie renouée.
- Je créerai un droit à un semestre de **MOBILITÉ INTERNATIONALE** pour tous.
- Pour permettre **LA RÉUSSITE DE TOUS LES ÉTUDIANTS** et parce qu'il est difficile de mener de front ses études avec une activité salariale intensive, je ferai bénéficier les étudiants du Revenu Universel d'Existence (RUE).
- Nous créerons **7 500 EMPLOIS** dans les universités et les laboratoires, revaloriserons de 10 % la rémunération des universitaires et chercheurs en début de carrière, et mettrons fin aux thèses non financées notamment en doublant les doctorats préparés en entreprise. Nous augmenterons les **MOYENS DES LABORATOIRES**.
- Pour que la recherche se nourrisse des échanges, nous universités accueilleront 25 % d'**ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX** supplémentaires, et je soutiendrai l'aille scientifique et universitaire en France pour les chercheurs et étudiants en danger.
- Pour aider à la **MOBILITÉ GÉOGRAPHIQUE DES ÉTUDIANTS**, j'assurrai la construction et la réhabilitation de 60 000 logements pour les jeunes et les étudiants durant mon mandat.

POUR LES DROITS DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Pour que les personnes en situation de handicap et leurs aidants aient accès à une vie sociale et citoyenne active, je ferai de **l'ACCESSIBILITÉ** un des principes de la 6^e République.
- Pour faciliter la **SCOLARISATION** des personnes en situation de handicap et pour une école inclusive, je propose de diminuer les effectifs des classes en fonction du nombre d'élèves en situation de handicap.
- Je renforcerai aussi leur accompagnement en permettant aux personnes en contrat précaire l'accéder à un emploi d'accompagnant d'élèves en situation de handicap (AESH) pérenne. Je ferai également de **l'ACCESSIBILITÉ DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR** un des chantiers prioritaires du quinquennat.
- Nous améliorerons le fonctionnement des **MAISONS DÉPARTEMENTALES DES PERSONNES HANDICAPÉES** : simplification, personnalisation, réduction des délais, participation des usagers.

COMMUNICATION

POLITIQUE

Campagne Présidentielle

Verbatim — Post Twitter

2017



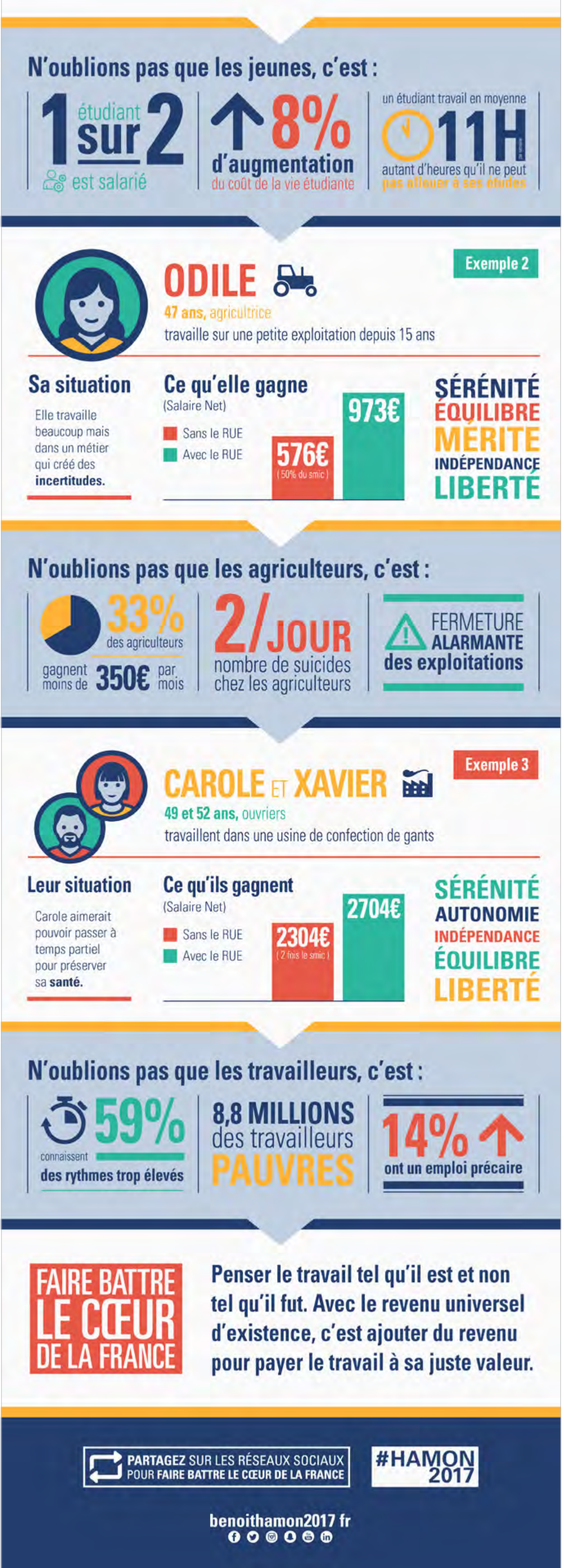
COMMUNICATION

Campagne Présidentielle

Infographie détaillant les effets du Revenu Universel d'Existence, mesure phare de Benoît Hamon.

Hélas complètement vidée de sa substance après de nombreux ajustements demandés par l'aile droite du PS, le R.U.E ne convaincra pas, et ne reviendra pas dans les programmes du bloc de gauche, 5 ans plus tard.

2017



POLITIQUE

Campagne Présidentielle

Riposte — Posts Twitter

2017

80% des attaques du pôle riposte se portent sur Emmanuel Macron. Au premier abord, cela fait sens, puisque celui-ci grignotte l'électorat de centre gauche au gré des défections dans les rangs des anciens candidats à la primaire socialiste, Manuel Valls en tête.

C'est pourtant bien par la gauche, que Benoît Hamon se fera doubler, trop timoré dans ses attaques envers Jean-Luc Mélenchon. Et pour cause, les deux candidats avaient officiellement passé un accord de non-agression en début de campagne.

Si moralement, ce choix honore nos protagonistes, dans les faits, pour Hamon, il s'agit probablement de la plus grosse erreur stratégique de la campagne.



Novembre 2016 :
La colonisation
a apporté des
« éléments de
civilisation et
de richesse »



#MaCrontradiction

Février 2017 :
La colonisation
est un
« crime contre
l'humanité »

Emmanuel Macron
dit « avoir un
programme
beaucoup plus
précis et réaliste
que nombre
d'autres
candidats »
(février 2017)



#MaCrontradiction

Le programme de
E.Macron « n'est
pas compatible
avec l'engagement
pris de respecter
les règles
européennes »
(COE-Rexecode,
juin 2016)

Septembre 2016 :
« Je crois que
la légalisation a
une forme
d'efficacité »



#MaCrontradiction

Février 2017 :
« Je ne crois
pas à la
dépénalisation
des petites
doses »

9 février 2017 :
« Etre écologiste
aujourd'hui,
c'est se
préoccuper de
l'humanité »



#MaCrontradiction

15 mars 2017 :
À propos du
programme des
écologistes :
« Je me suis
arrêté à la ligne
sur le nucléaire
et ça m'a suffi. »

DÉCHÉANCE DE NATIONALITÉ

Février 2016 :
« J'ai un
inconfort
philosophique »



#MaCrontradiction

Janvier 2016 :
La déchéance de
nationalité « ne
me choque pas »

POLITIQUE

Campagne
Présidentielle

Riposte — Posts Twitter
2017

LA BANLIEUE SELON MACRON

SOIT DEALER



SOIT UBER

ON VAUT MIEUX QUE ÇA !

#JeVoteHamon

KAPITALISME
SAUVAGE

Emmanuel Macron
veut rétablir
la chasse à courre

Assez de la monarchie
présidentielle ?

#JeVotePour
une 6e République
#Hamon2017



MACRÔN
candidat de l'argent !



POUR MACRON

Le harcèlement
des femmes
n'est qu'une incivilité
au même titre que le graffiti
ou les crachats...
(dans son programme)

#JournéeDesDroitsDesFemmes



MACRON VEUT
PASSER EN FORCE
POUR RÉFORMER
LE CODE DU TRAVAIL.

ÇA VOUS RAPPELLE
QUELQU'UN ?



EMMANUEL MACRON
tellement transparent
qu'il en devient
INVISIBLE



LA VIE SOUS MACRON

Emmanuel Macron
Vous n'aurez pas le droit de refuser plus de
deux offres d'emploi. Sinon, vous perdrez tout
chômage. #BourdinDirect



POLITIQUE

Campagnes législatives

Suite à la campagne présidentielle, et malgré le maigre score de Benoît Hamon, de nombreux candidats aux législatives souhaitent mettre en avant leur proximité avec l'ex-candidat. Je suis donc sollicité par plusieurs d'entre eux pour créer leurs identités visuelles en respectant plus ou moins la charte graphique Hamoniste.

Client : Candidats divers — 2017

Marché : Politique — France

Rôle : DA, graphisme, exécution — Freelance

Apport : Identité visuelle, déclinaison de nombreux supports, visuels pour les réseaux sociaux, préparation de fichiers pour l'impression

- Pascal Cherki — Affiche
- Mathieu Hanotin — Affiche
- Législatives — Logotypes divers

Anecdote : La création la plus ridicule qu'on m'ait payé date probablement de cette période : François Hollande quitte l'Élysée et le PS cherche quelqu'un pour créer une bache d'adieu, à accrocher à Solférino, le remerciant pour ses loyaux services... Hélas, ou tant mieux, le fichier est perdu !

■ COMMUNICATION



Majorité
Socialiste
et
Ecologiste

Soutenu par
Benoît
Hamon

Bloche
2017

PSÉ
parti socialiste écologiste

#CHERKI
2 0 1 7

CRÉATION PERSONNELLE

dessin — démarche artistique — projet créatif

■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Darius Pronowski

Alter ego artistique
2019 - 2026



■ CRÉATION PERSONNELLE

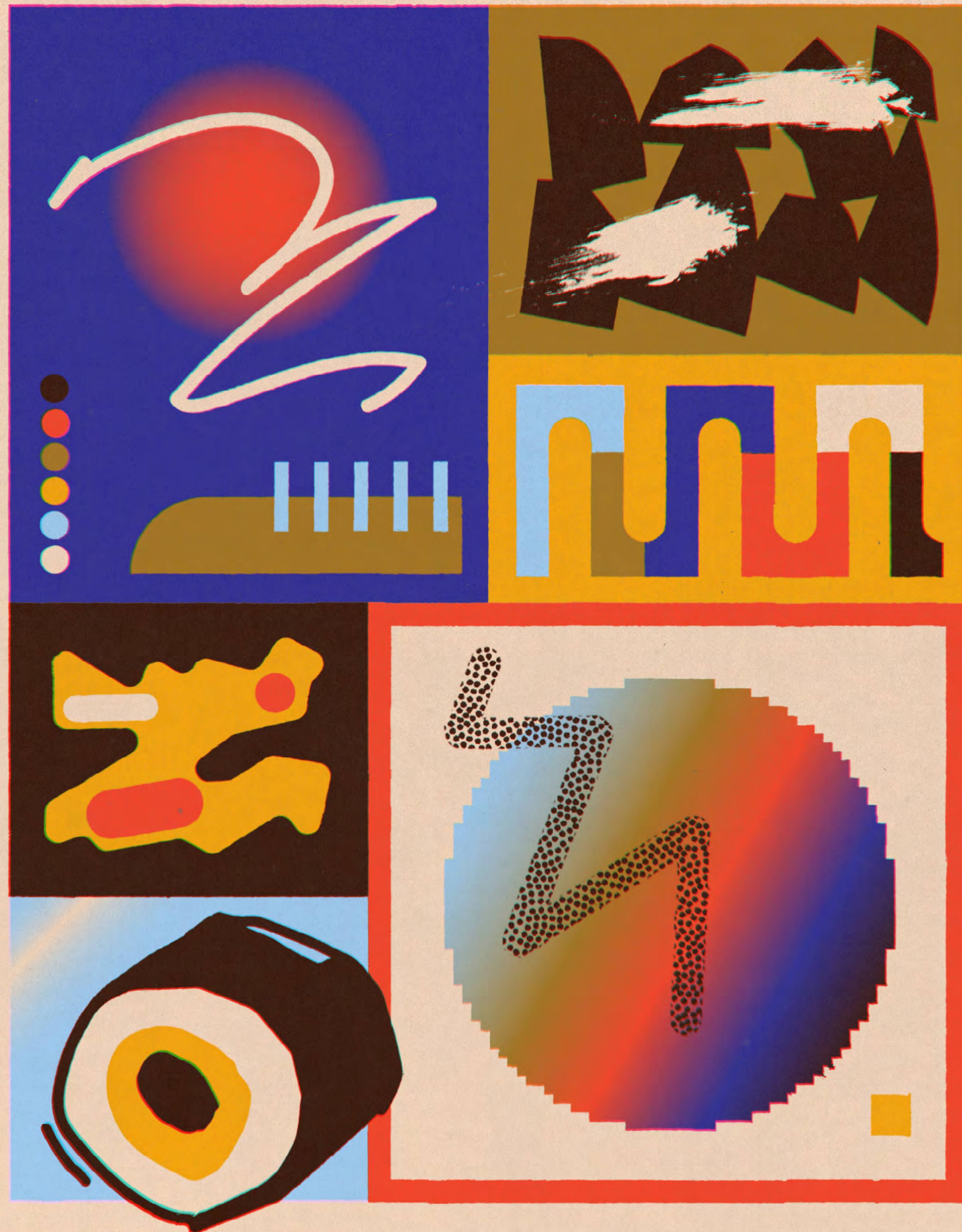
ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026

■ CRÉATION PERSONNELLE



ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Darius Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



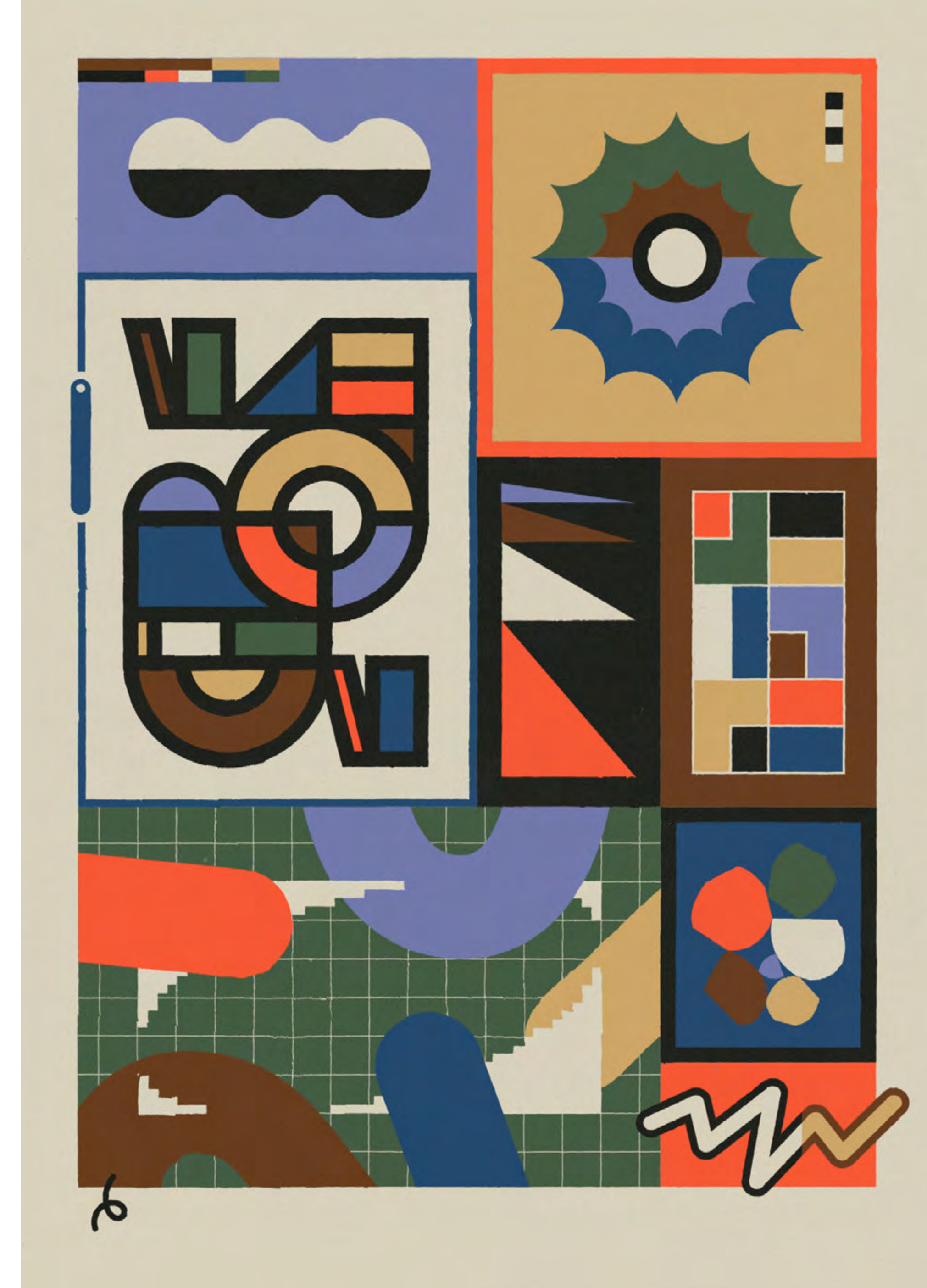
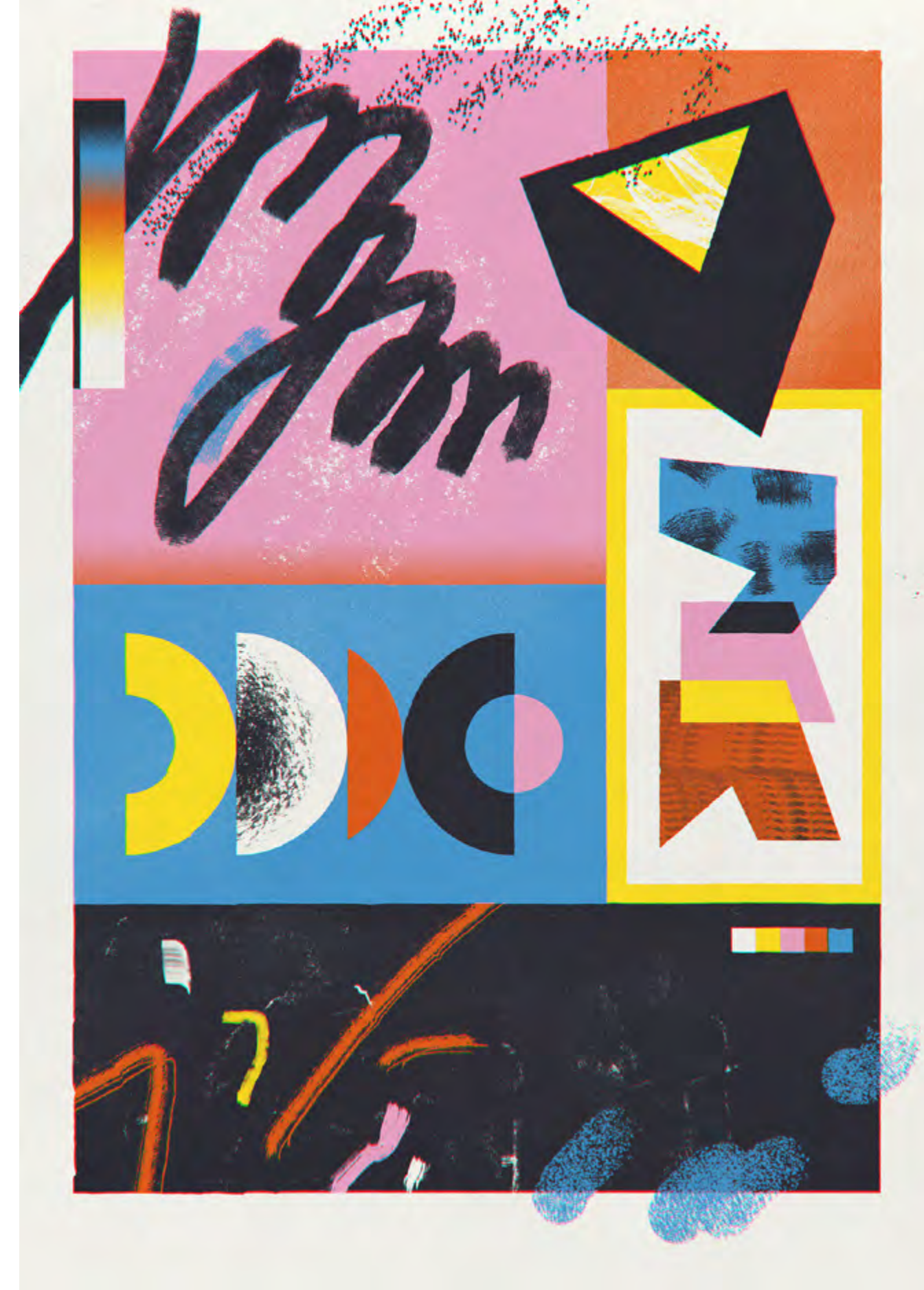
■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



■ CRÉATION
PERSONNELLE

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



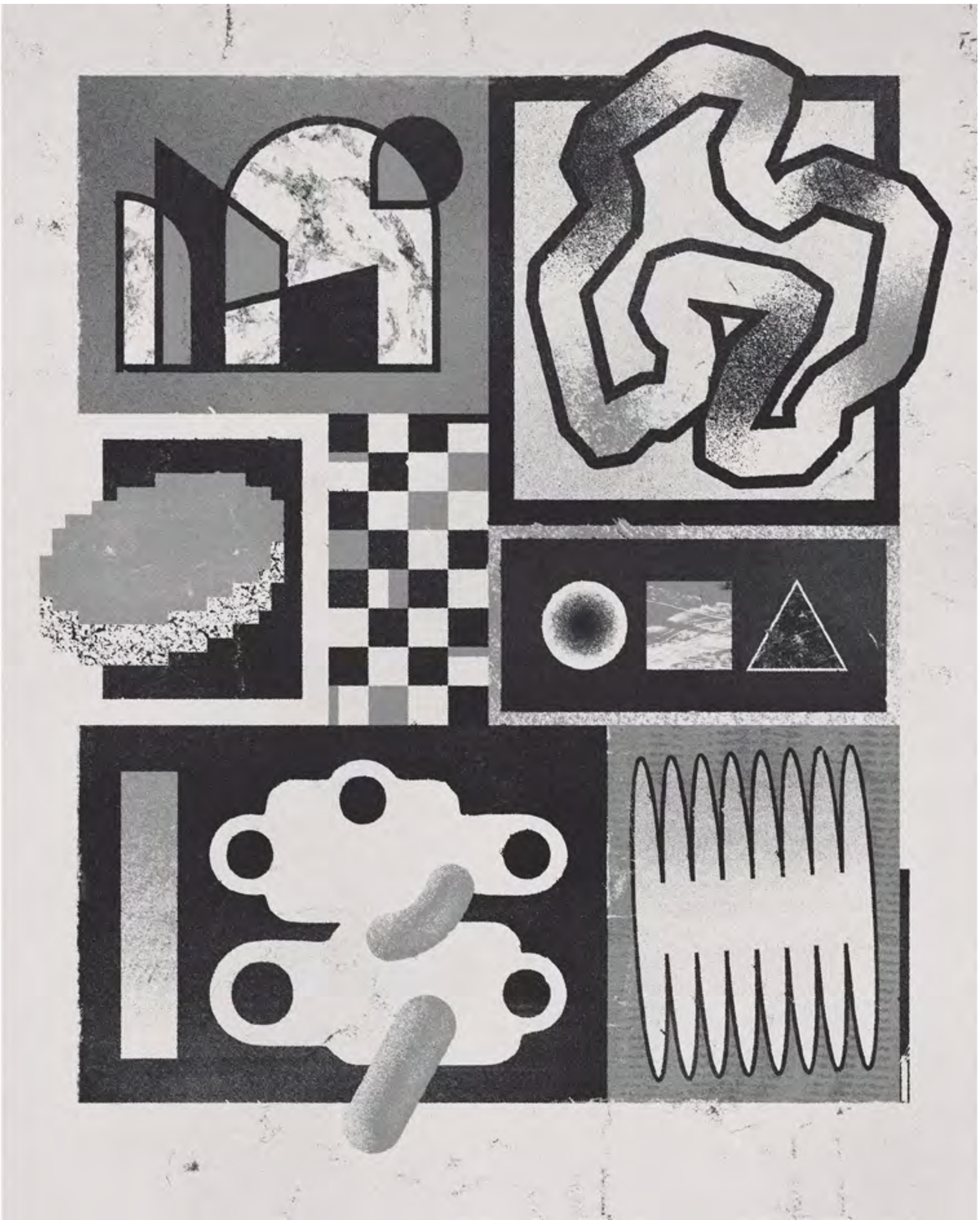
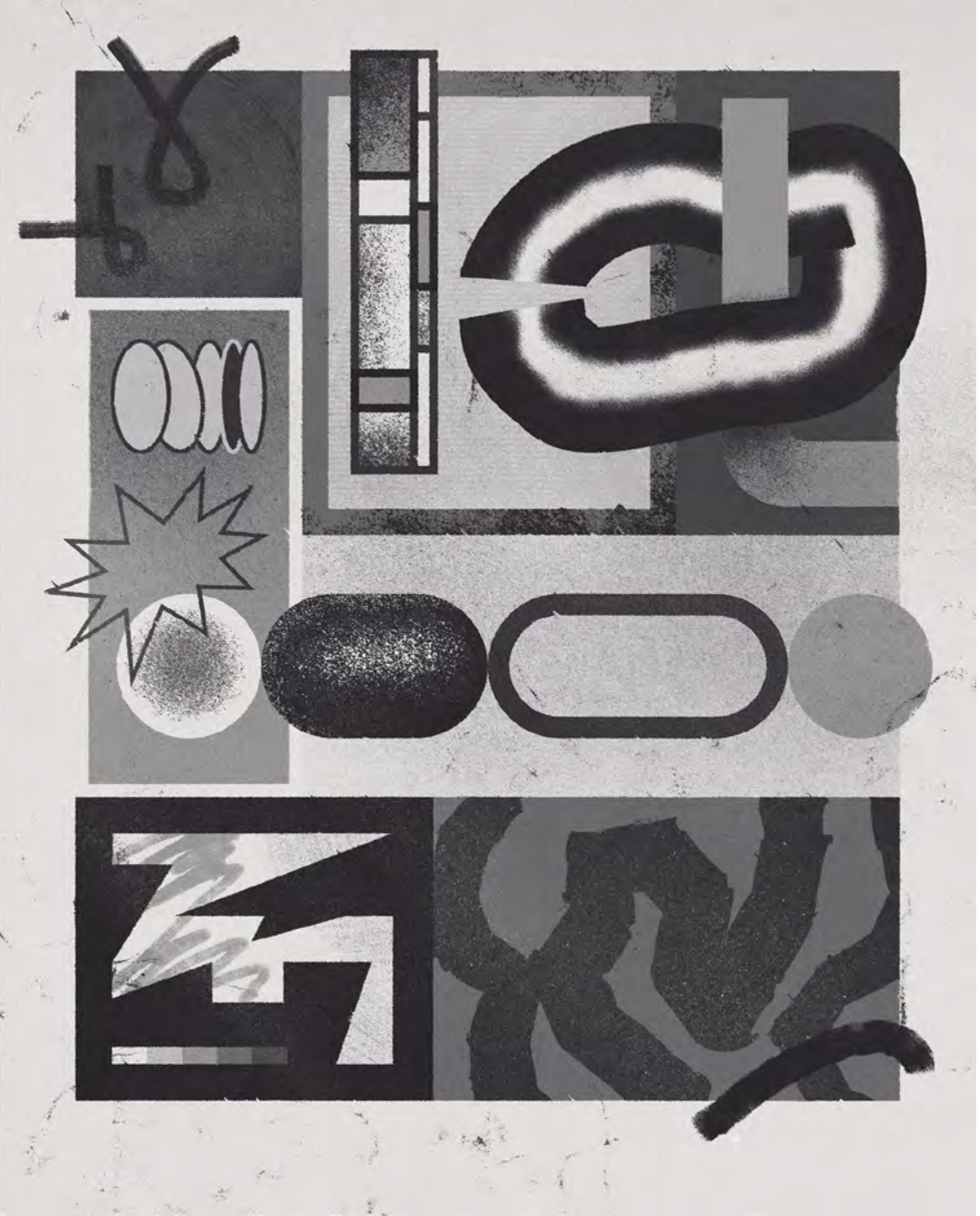
■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Darius Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



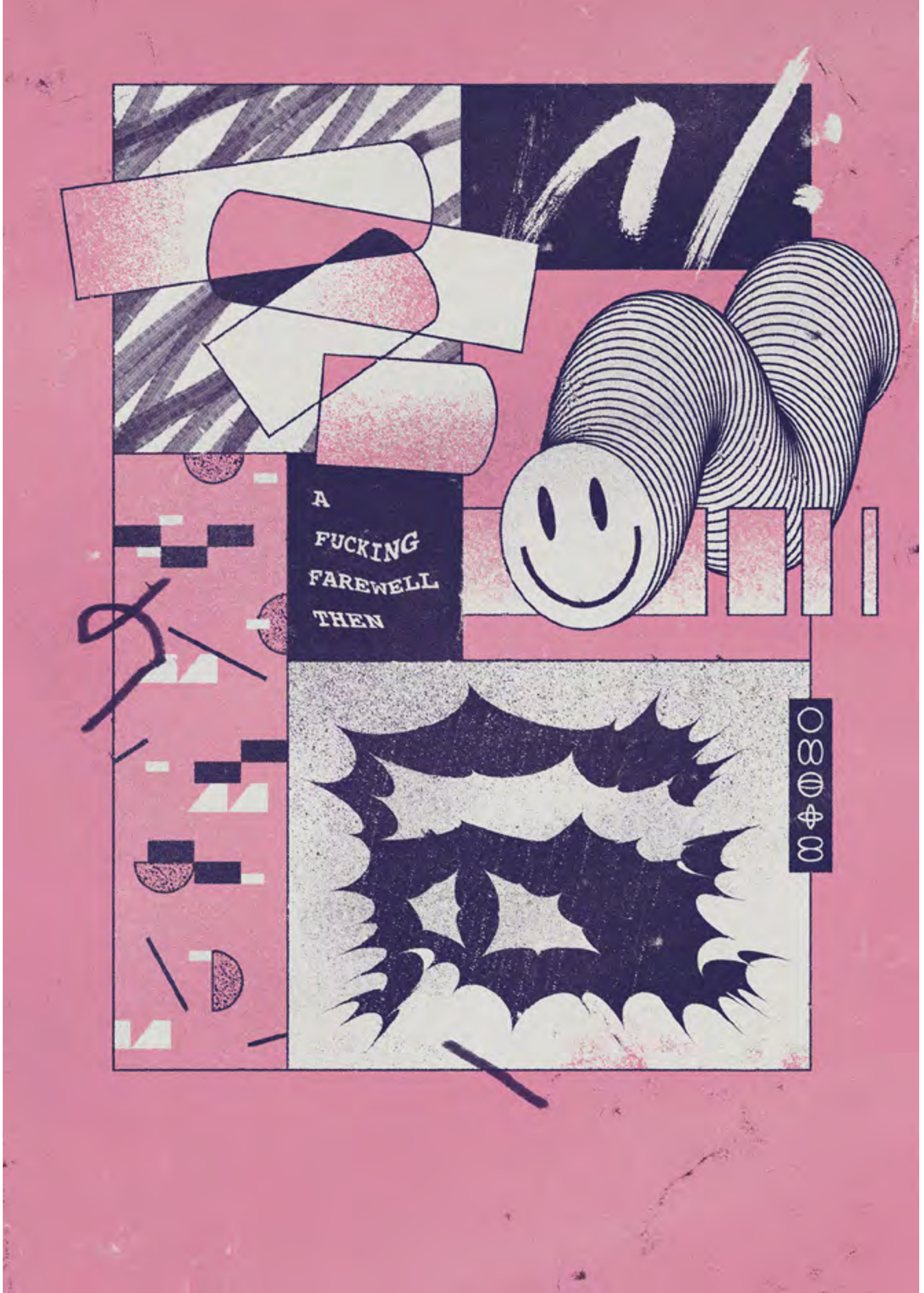
■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Darius Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



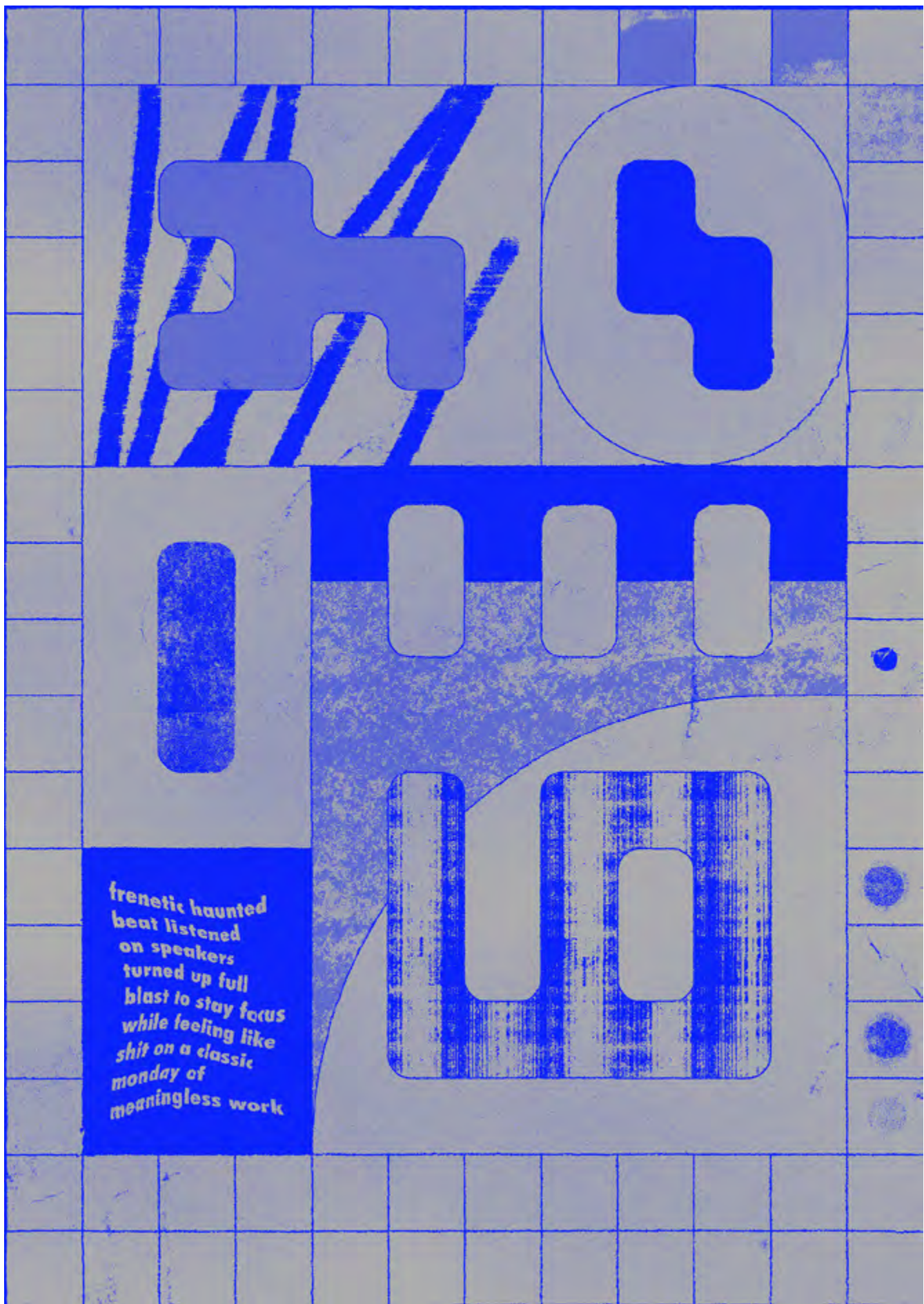
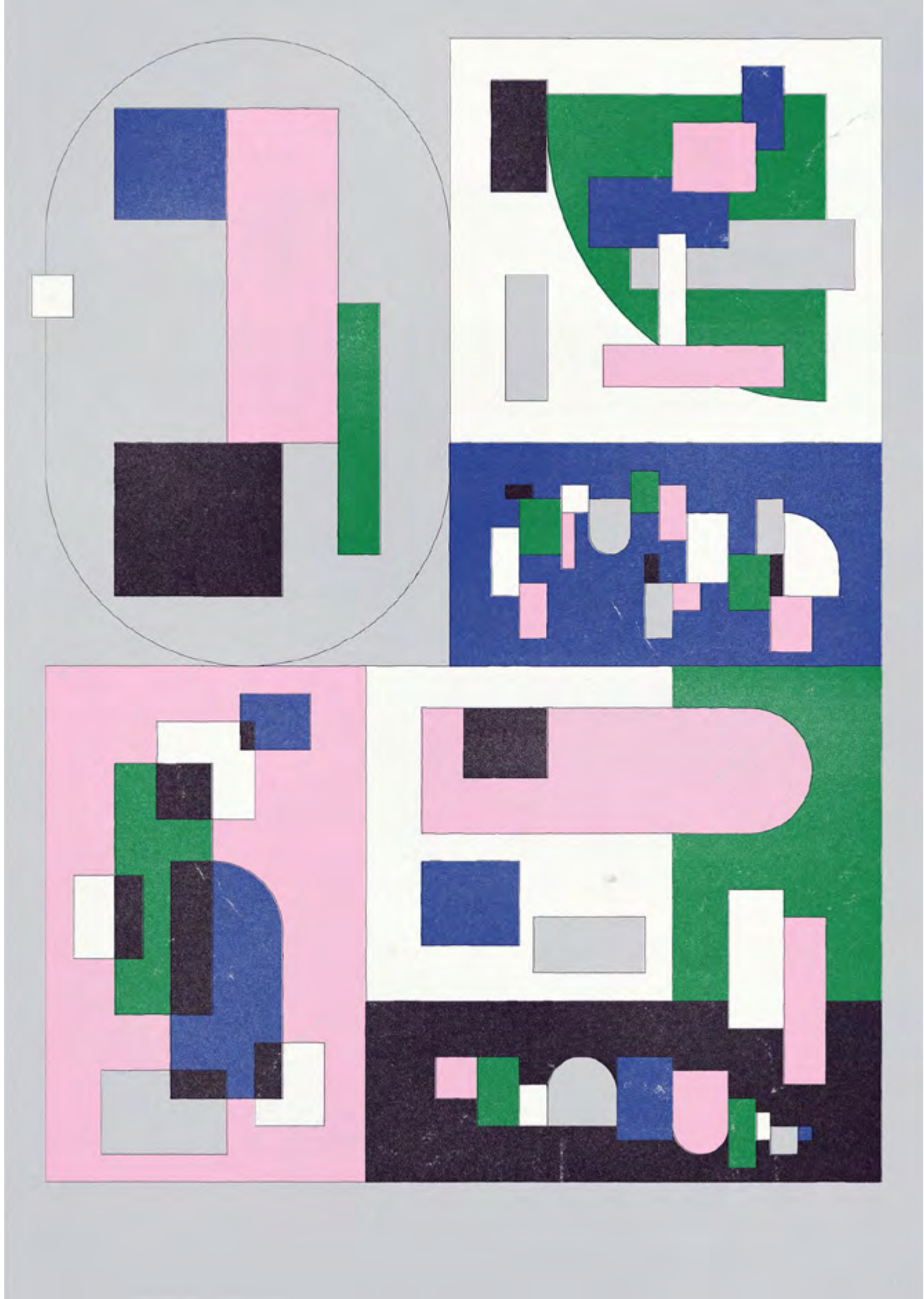
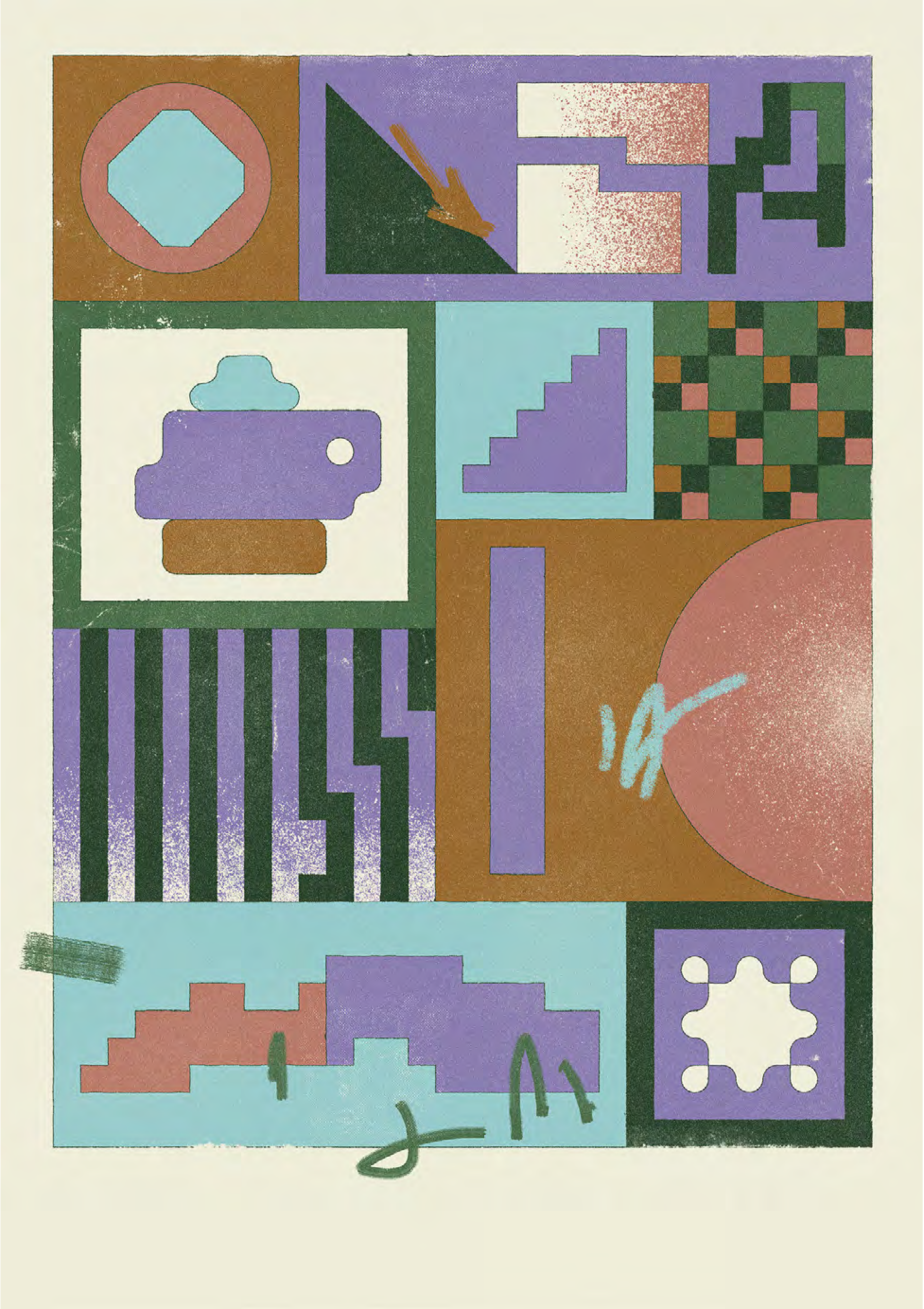
■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Darius Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



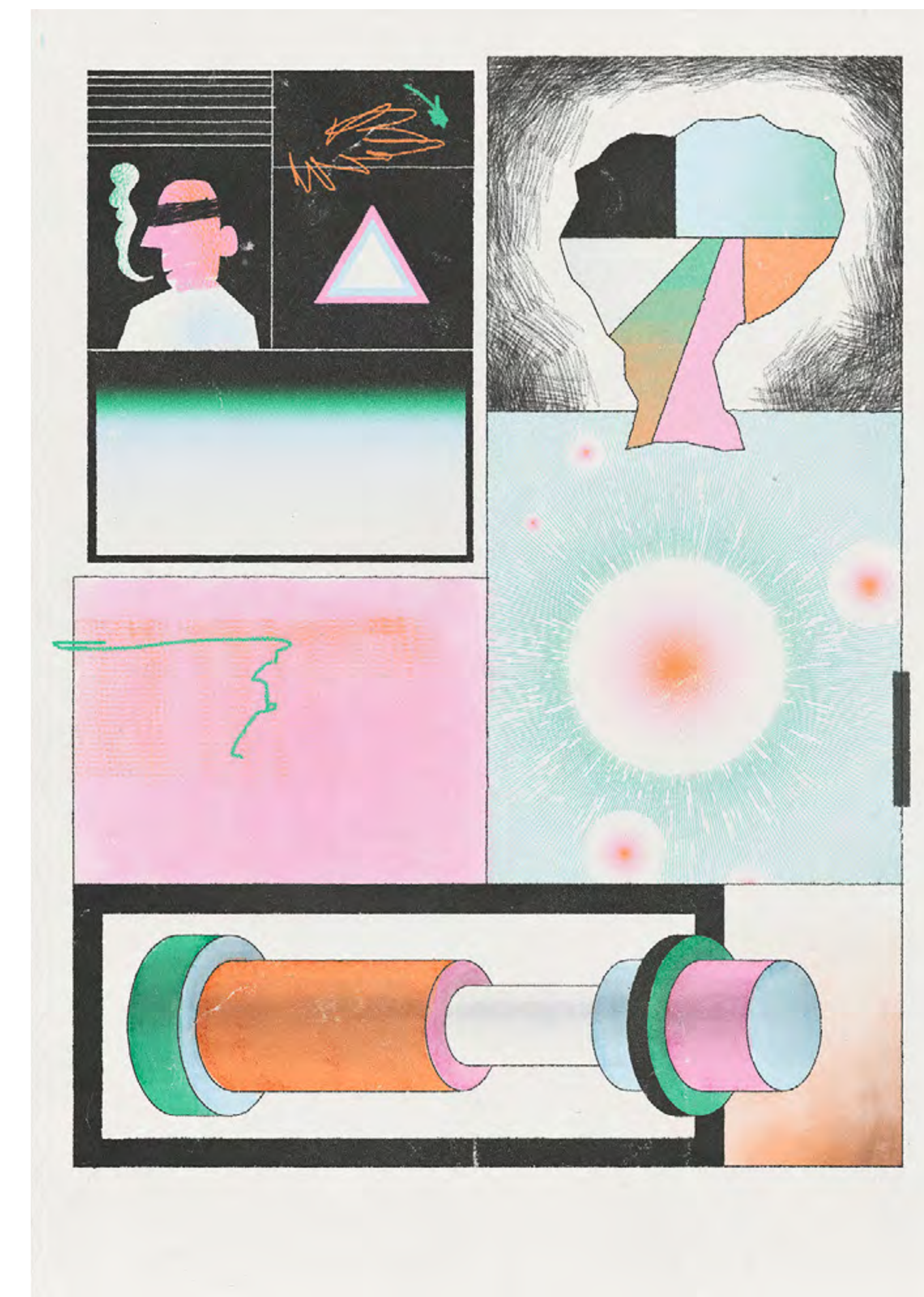
■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026

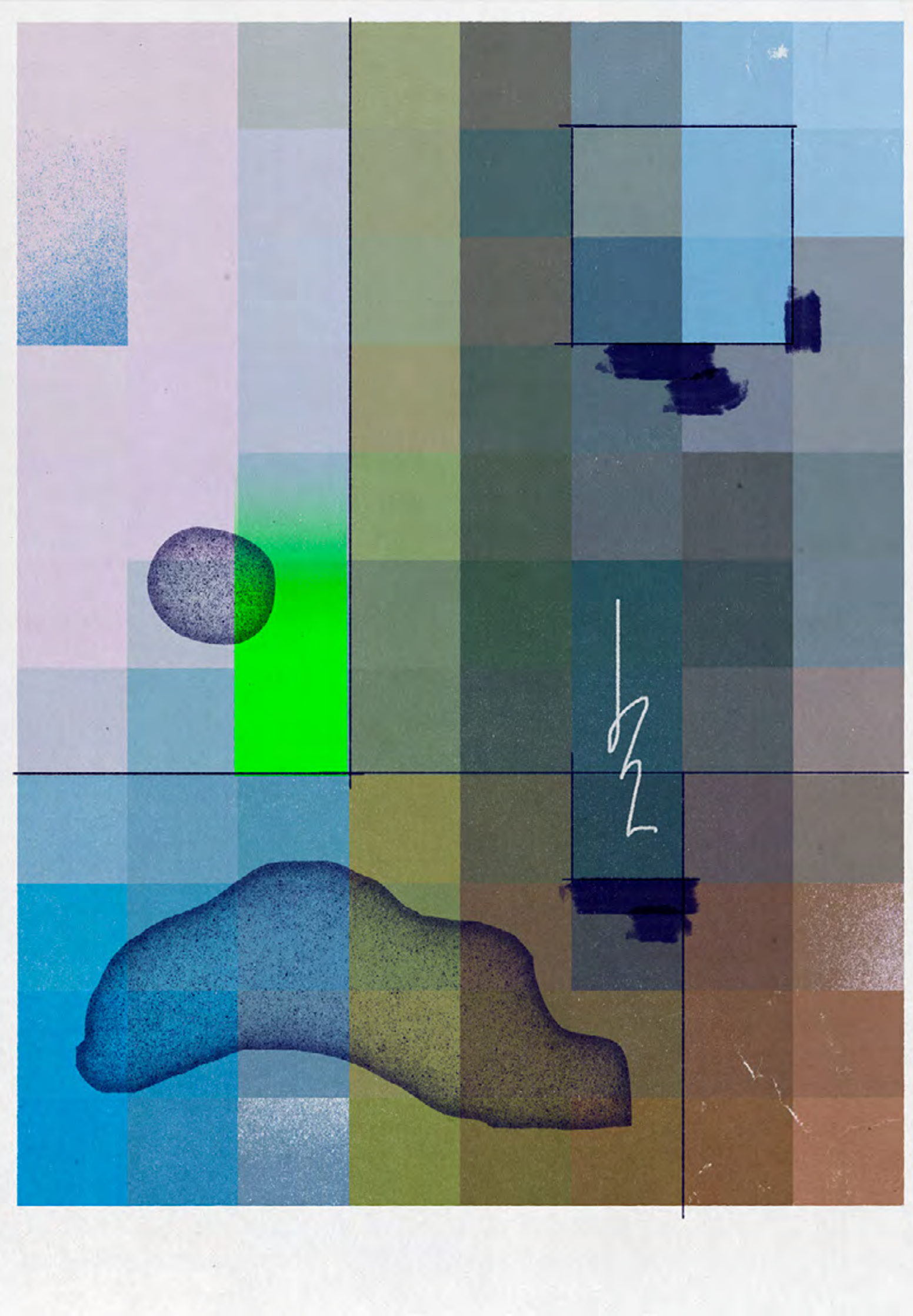


ART VISUEL

Darius Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026



■ CRÉATION PERSONNELLE



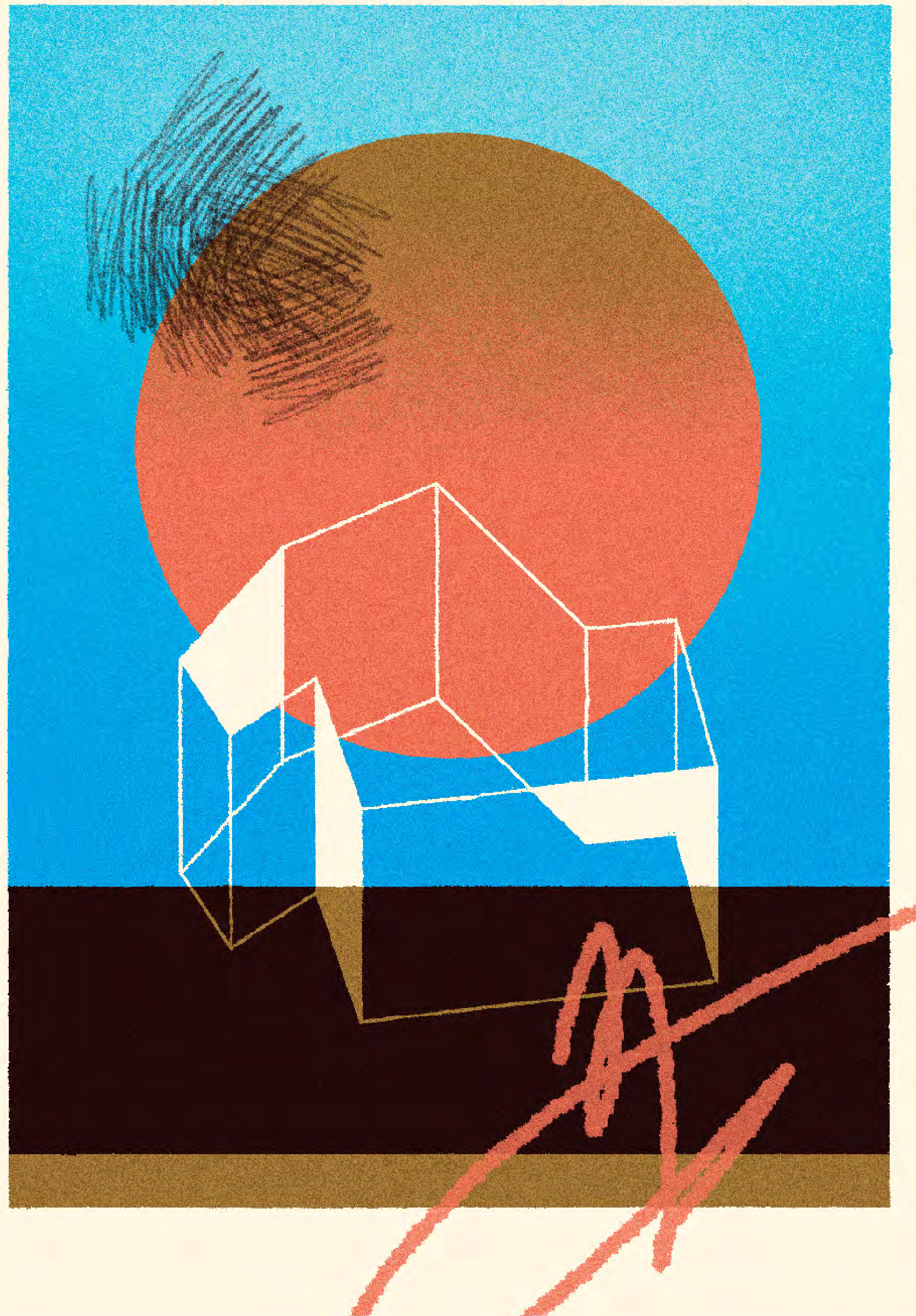
ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Alter ego artistique

2019 - 2026

■ CRÉATION PERSONNELLE



ART VISUEL

Dariusz Pronowski

Collages

2019 - 2026

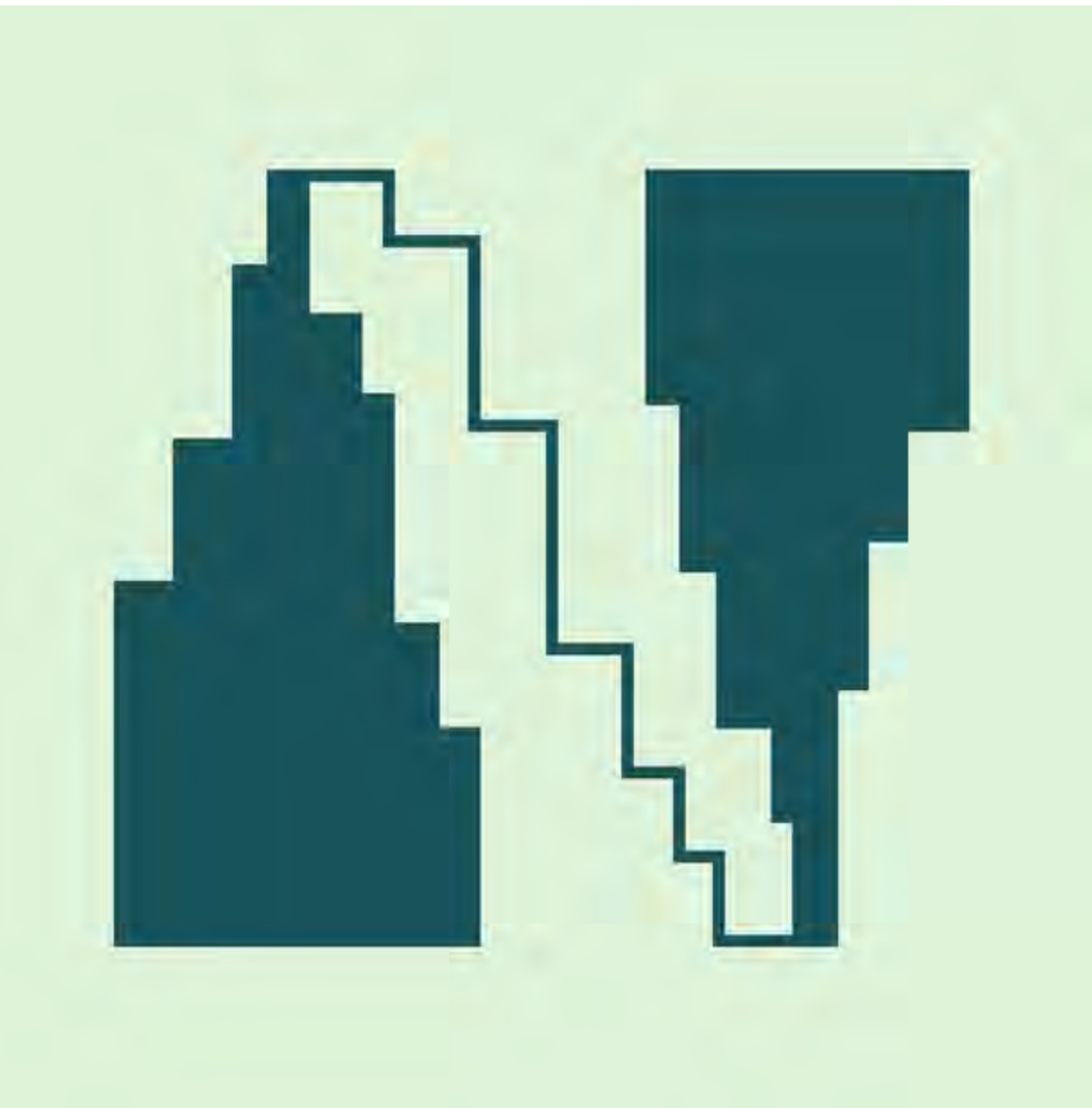


■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

36 Days of Type #6
2019



■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

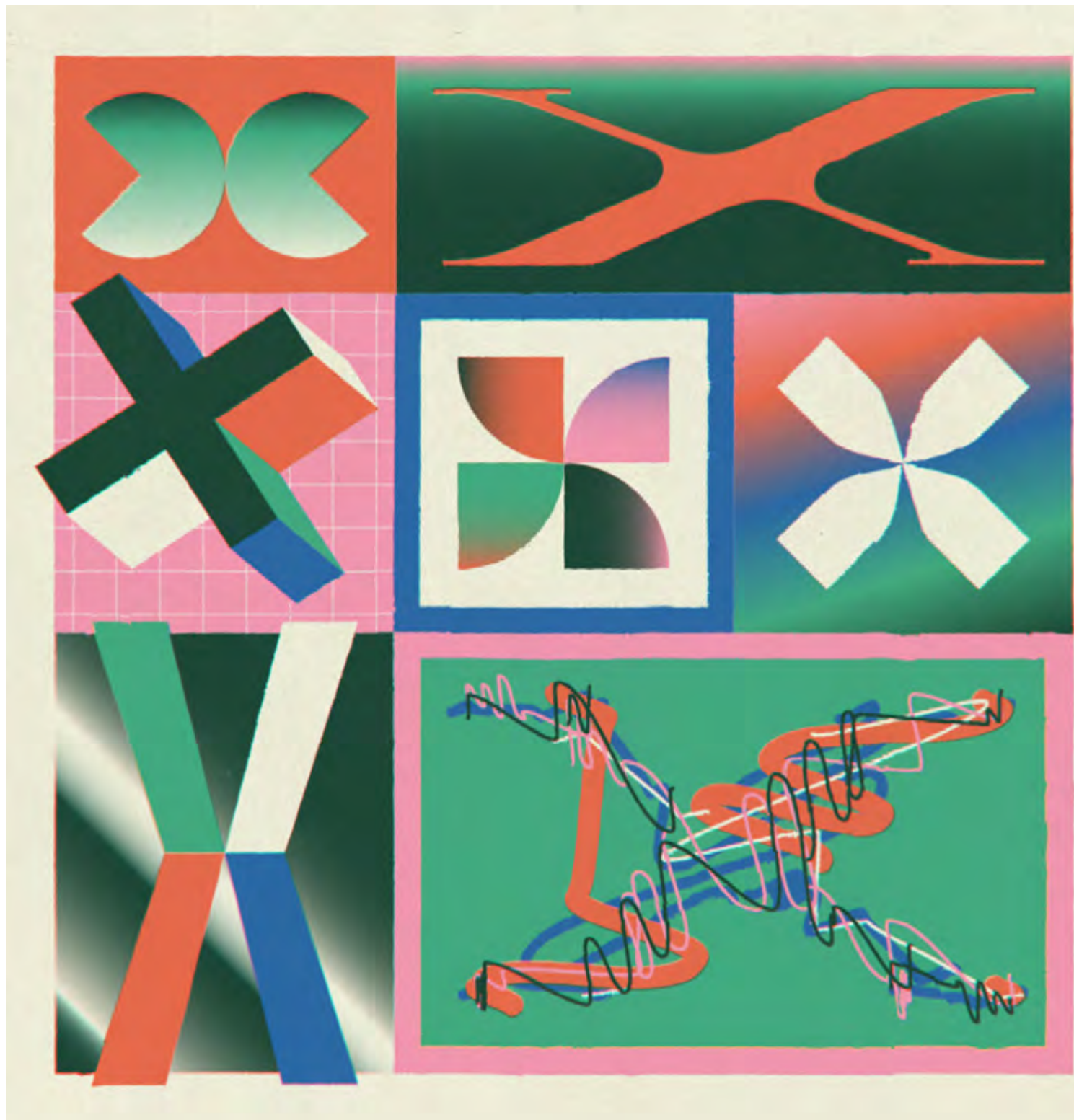
36 Days of Type #7
2020



ART VISUEL

Dariusz Pronowski

36 Days of Type #8
2021



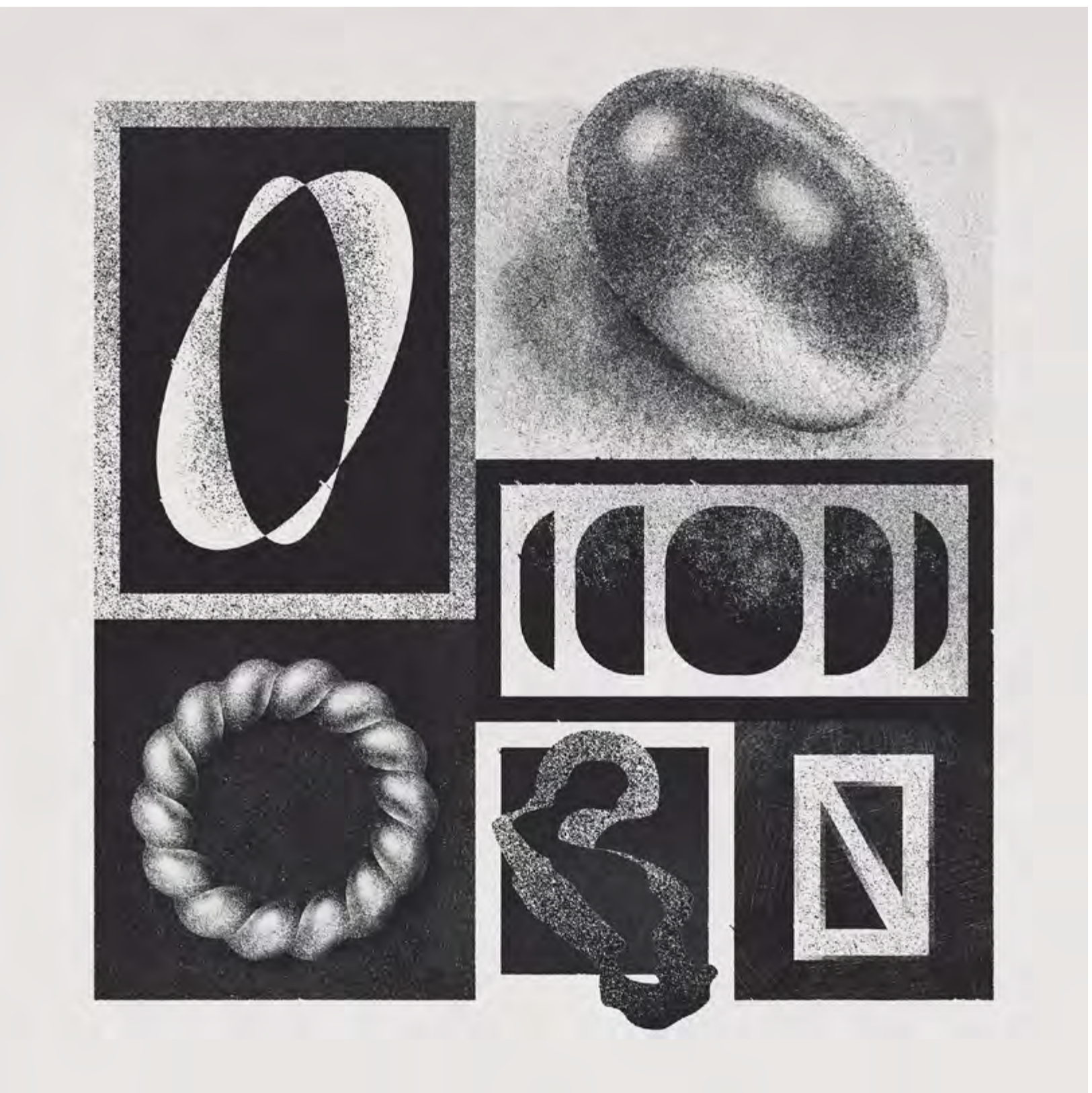
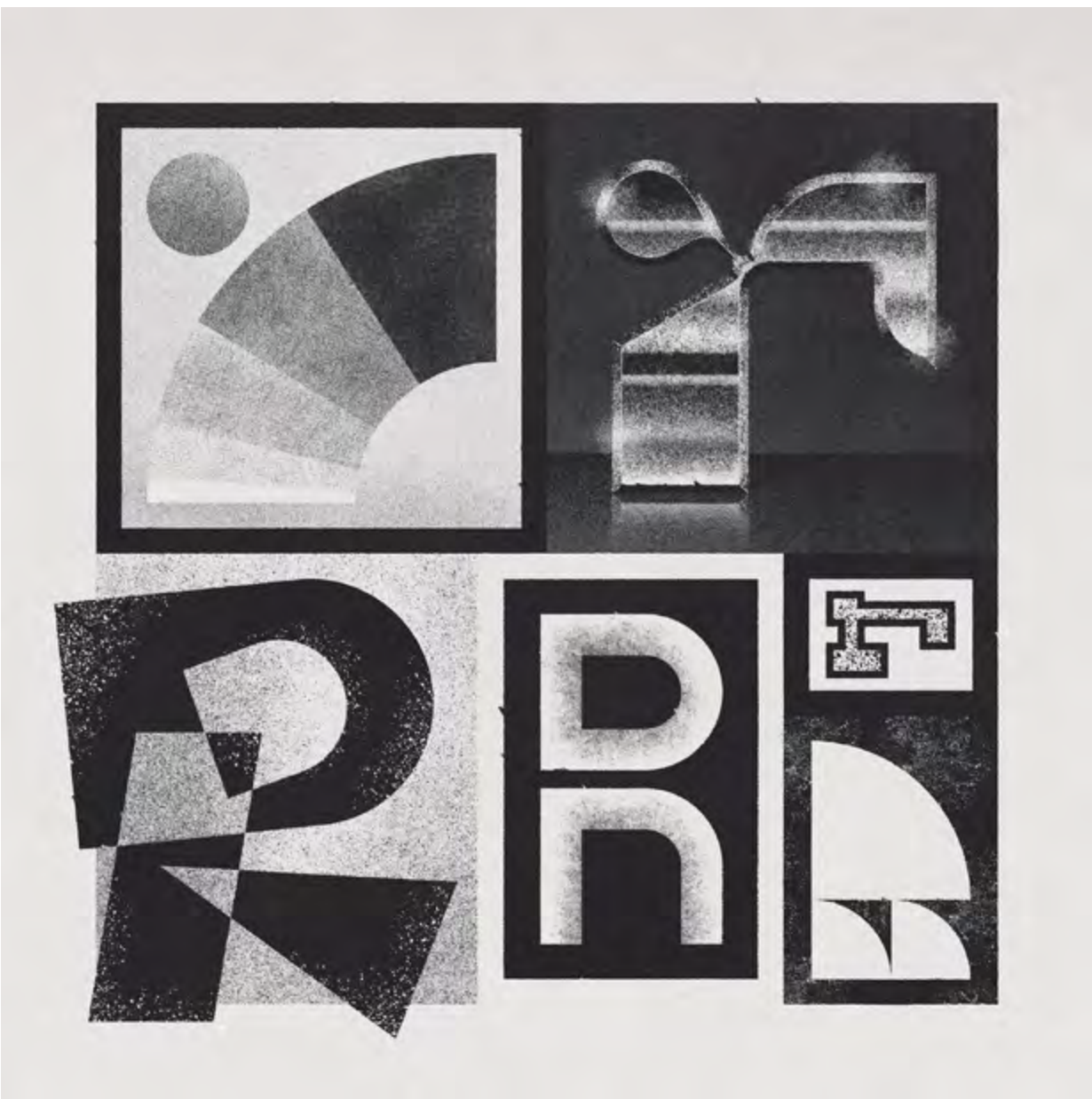
■ CRÉATION PERSONNELLE

ART VISUEL

Dariusz Pronowski

36 Days of Type #9

2022



ART VISUEL

Dariusz Pronowski

36 Days of Type #10
2023



■ CRÉATION PERSONNELLE

■ CRÉATION PERSONNELLE

ILLUSTRATION

ILLUSTRATION

Y'a que la Techno !

Affiche et flyer engagés contre les violences policières.

2023



■ CRÉATION PERSONNELLE



ILLUSTRATION

Divers

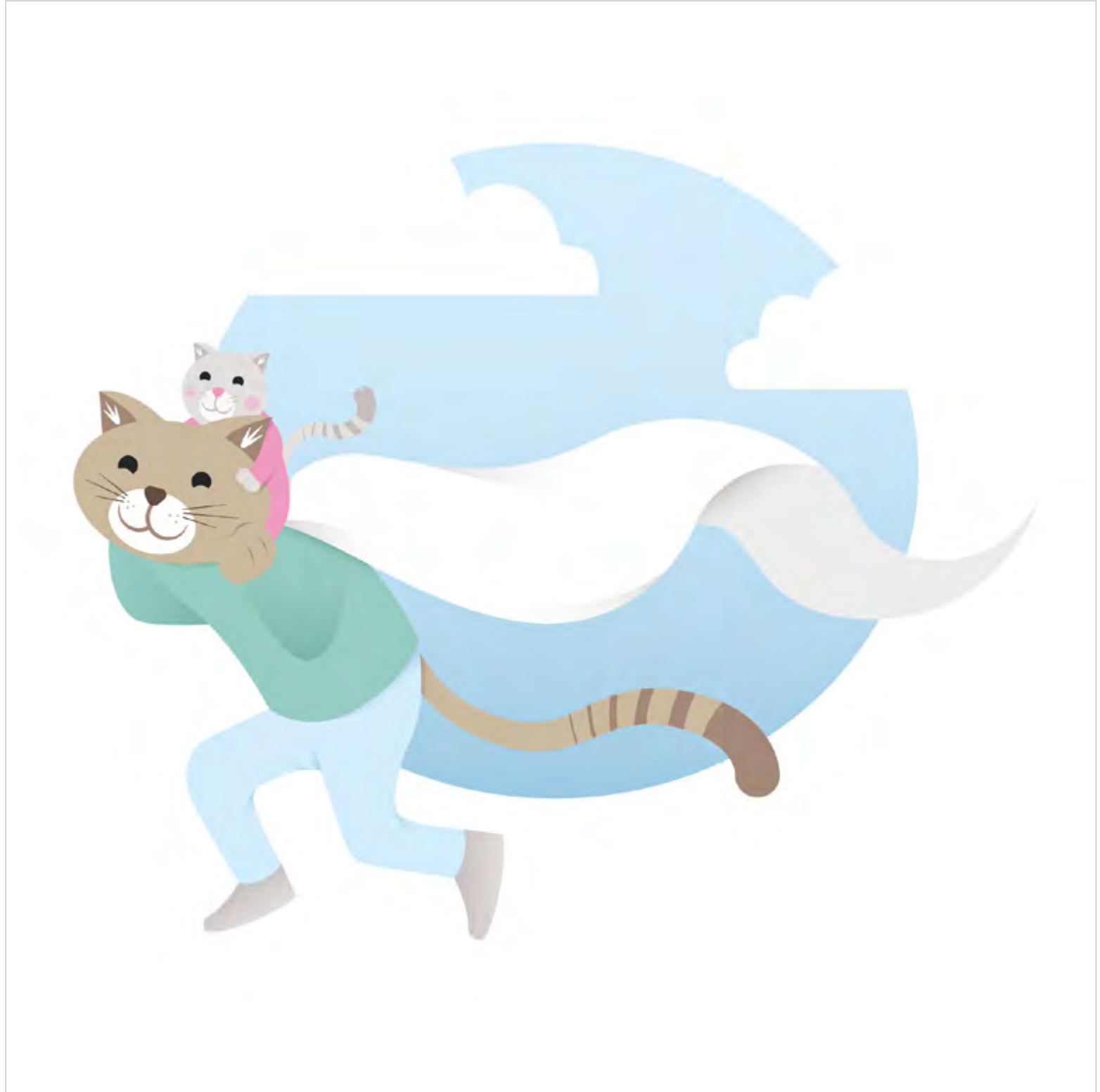
Musique, mascottes, dessin
2013 - 2021

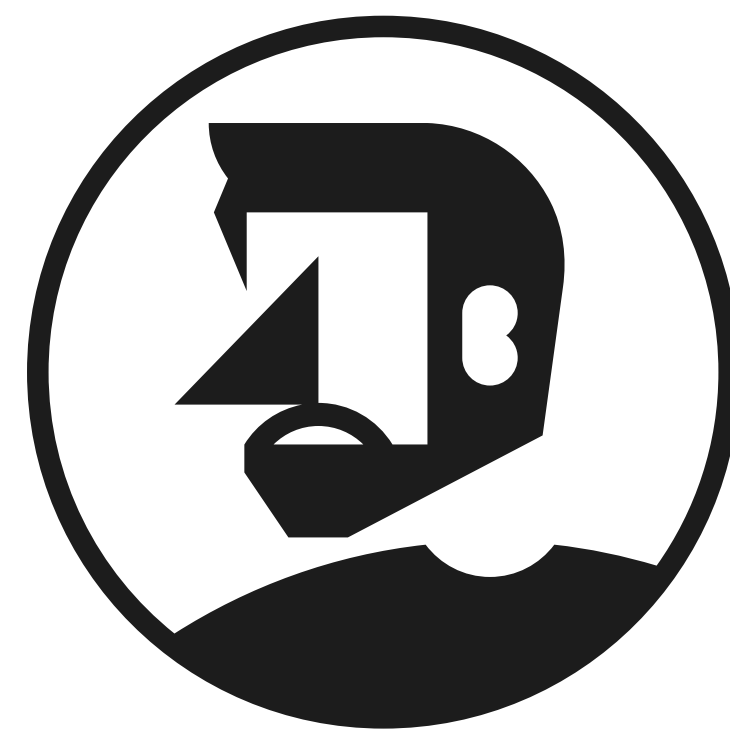


ILLUSTRATION

Divers

Dessins pour enfants
2015 - 2023





A R T H U R V A L E N T I N

[linkedin.com/in/arthur-valentin](https://www.linkedin.com/in/arthur-valentin) — arthurjeanvalentin@hotmail.fr — arthurvalentin.com