

# *Rapport de stage*

---

L'ATELIER DE BALTHAZAR

Graphisme & Webdesign





# Sommaire

INTRODUCTION .....	5
PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE .....	6
LES MISSIONS	
Évasion Coiffure .....	8
Haute-Maurienne Vanoise .....	13
Siracuse .....	16
Vertige .....	23
Ford .....	26
Les Offices de Tourisme de France .....	28
Technolac Fiesta .....	33
Axialis .....	36
CONCLUSION .....	38
GLOSSAIRE .....	39
ANNEXES .....	40

## INTRODUCTION

Actuellement étudiante en deuxième année de DUT MMI (Métiers du Multimédia et de l'Internet), j'ai eu l'occasion d'effectuer un stage de fin d'année du 03 avril au 09 juin 2017.

Le stage dont ce rapport fait l'objet a pour but de mettre à l'épreuve, de façon concrète, toutes les compétences acquises lors de ces deux années de formation, mais aussi de découvrir la vie en entreprise.

Passionnée par le graphisme et le digital, j'ai voulu effectuer ce stage de fin d'année dans une agence de communication et création graphique. Je voulais également être au sein d'une petite agence afin d'avoir plus de proximité au sein de l'équipe et du coup de pouvoir observer plus en détail chacun des postes. En découvrant l'Atelier de Balthazar, j'ai directement trouvé que cette agence avait une signature graphique originale et soignée, rendant leur communication efficace, pertinente et stratégique.

En effet, cela m'a permis d'effectuer des tâches variées, que ce soit en graphisme en ayant la possibilité de faire des créations Web et Print, mais aussi dans d'autres domaines tels que l'audiovisuel.

# *L'Atelier de Balthazar*

B CREATIVE | B HAPPY | B BALTHAZAR

## M E M B R E S

- **Michaël Planès** : Directeur artistique et dirigeant
- **Vanessa Chaboud** : Conceptrice rédactrice
- **Thibault Petiprez** : Développeur web
- **Laure-Anne Gobet** : Community manager
- **Bertrand Dugast** : chargé de développement

L'atelier de Balthazar est une agence de communication et création graphique basée à Aix-les-Bains.

C'est une agence qui accompagne et répond aux besoins de communication d'entreprises ou d'institutions. Elle s'occupe des recommandations stratégiques, des plans de communication, des concepts de communication et également des créations de supports Print et Web. La pluridisciplinarité de cette équipe permet une très large gamme de compétences, c'est une de ses grandes forces.

## LES LOCAUX

L'agence travaille en open-space\*. Au niveau du matériel, chaque bureau est équipé d'un poste fixe muni de la suite Adobe. Pour le graphisme il y a une tablette graphique à disposition. Il y a également du matériel destiné à la photographie tel qu'un appareil photo, un pied d'appareil photo, des éclairages et un fond blanc.

## MÉTHODES DE TRAVAIL

Afin d'avoir un suivi continu sur les projets en cours, chaque mardi matin a lieu une réunion d'agence. Lors de cette réunion, pour chaque projet en cours il y a un descriptif de son avancement et des tâches qu'il reste à faire. On passe en revue chaque projet en cours et chaque membre chargé du projet annonce les tâches qu'il a effectué pour ce dernier et ce qu'il lui reste à faire. Si de nouvelles tâches se rajoutent, elles sont distribuées au fur et à mesure.

# *Les Missions*



# Evasion Coiffure

## CONTEXTE

Evasion Coiffure est un salon de coiffure basé à Annecy. L'enseigne de magasin n'étant plus aux goûts du jour, il fallait refaire un nouveau logo et trouver un moyen de le disposer dessus.

### MISSIONS

- Refaire l'identité graphique de la boutique
- Créer la charte graphique
- Créer des cartes de visite
- Créer un panneau pour les horaires

### CONTRAINTE

- Panneau avec un tuyau au centre
- Proposer 3 logos différents au départ
- Ne pas donner une image trop « girly »

Une fois la planche tendance terminée, j'ai commencé à créer mes logos. Je voulais faire trois logos de style différent :

- 1) Un logo fait avec uniquement une typographie
- 2) Un logo avec une typographie accompagnée d'un élément graphique
- 3) Un logo avec une typographie décorée

Pour le premier logo, je tenais à ce que le mot « Évasion » soit plus stylisé que le « Coiffure ». C'est le mot qui représente l'identité du magasin, il devait donc être mis en avant.

En ce qui concerne le premier type de logo, je suis partie d'une typographie manuscrite que j'ai complètement retravaillée. Je l'ai vectorisée puis modifiée afin de la soigner davantage.

## LA DÉMARCHE

### CRÉATION DE L'IDENTITÉ GRAPHIQUE :

Tout d'abord, j'ai commencé par créer une planche tendance avec des idées d'ambiance graphique. J'ai voulu rester dans des couleurs plutôt douces et pastel. Je suis allée sur Pinterest sélectionner des inspirations.

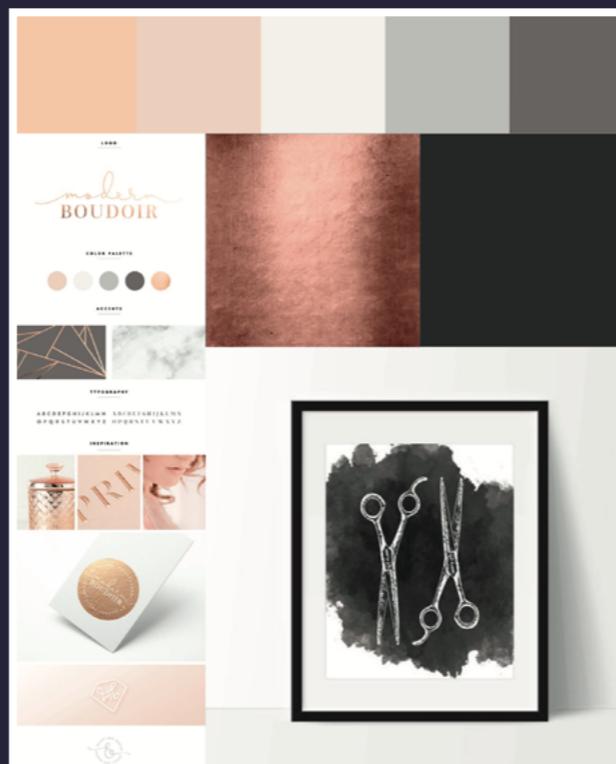


Planche tendance

*évasion*

COIFFURE

Première proposition

Pour le second type de logo, j'ai dessiné une forme abstraite en demi-cercle faisant un peu penser à un demi-soleil. J'ai choisi une typographie assez simple pour ne pas que le logo soit trop chargé.

*évasion*

COIFFURE

Deuxième proposition

Pour le troisième type de logo, j'ai gardé la même typographie que le deuxième mais j'ai rajouté des cercles de tailles différentes pour habiller le texte.

*évasion*

COIFFURE

Troisième proposition

Ensuite, je me suis occupée des couleurs. J'ai défini trois teintes : rose effet cuivré, argenté et doré. La cliente n'avait pas aimé la cuivrée du coup je l'ai remplacée par un blanc cassé. Pour le choix du logo, la cliente avait beaucoup de mal à se décider. De ce fait, nous nous sommes rendu au salon afin d'avoir une idée plus claire de ses attentes.

En arrivant au salon, j'ai pu rencontrer la cliente et sa fille. Je leur ai demandé de me montrer des images pouvant illustrer au plus près ce qu'elles attendaient. Au final, j'ai pu comprendre qu'elles souhaitaient un logo avec une typographie à empattement\*.



Première proposition avec mise en situation sur la vitrine

Suite à ma visite j'ai créé de nouveaux logos. Elles ont préféré celui écrit en minuscule (Cf «Logo 2»). Pour la couleur elles ont décidé de prendre le blanc cassé qui correspondait plus avec leur décoration intérieure.

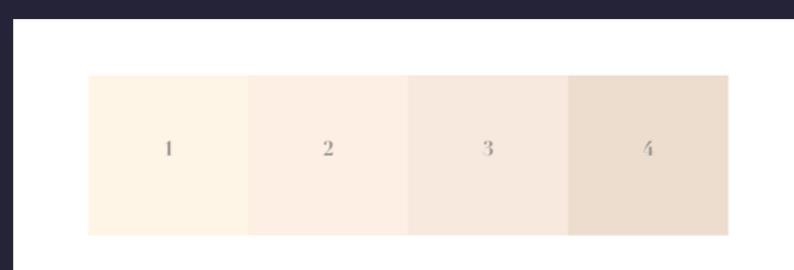


Logo 1



#### CHOIX DU BLANC CASSÉ :

Suite à la validation du logo il a fallu que je propose différentes teintes de beige. Pour cela j'ai créé un nuancier afin que la cliente puisse les comparer et choisir celui qu'elle préfère.



#### CRÉATION DE LA CHARTE GRAPHIQUE :

Suite à la validation du logo, j'ai réalisé la charte graphique répertoriant les teintes utilisées et les conditions d'utilisation de ce dernier.



Logo final sur fond clair



Logo final sur fond foncé

#### CRÉATION DES CARTES DE VISITE :

Pour les cartes de visites, j'ai réutilisé les couleurs de la charte graphique. J'ai fait trois propositions en variant la disposition des couleurs. Au dos de la carte j'ai fait des cercles pour les points de fidélité.



Proposition 1

Proposition 2

Proposition 3

## CRÉATION DU PANNEAU HORAIRE :

Pour le panneau horaire, j'ai utilisé une typographie simple. J'ai fait deux propositions, une plus simplifiée que l'autre.



Panneau horaire simplifié



Panneau horaire détaillé

## CONCLUSION

C'est pour moi l'un des projets que j'ai préféré lors de ce stage car j'ai eu la possibilité de le réaliser complètement. J'ai eu l'opportunité de gérer entièrement le rendez-vous client, ce qui m'a fait d'autant plus réaliser à quel point il est important de cerner correctement la demande. Le manque de prise de contact au début du projet avait engendré une perte de temps.

# Haute-Maurienne Vanoise

## CONTEXTE

Haute-Maurienne Vanoise est une communauté de commune regroupant au total 10 communes dont 3 stations de ski. Il y a quelques années, ils ont fait appel à l'Atelier de Balthazar dans le but de créer un nouveau logo pour chacune des communes afin de créer une harmonie graphique. Désormais, tous les logos sont identiques, seul la couleur change entre chaque. Il y a également une petite illustration d'accompagnement représentant un élément propre à la station.

Cette année, 3 nouvelles stations se sont rajoutées à Haute-Maurienne Vanoise : La Norma, Aussois et Valfréjus.

## MISSIONS

- Associer une nouvelle couleur à chacun des nouveaux logos
- Créer une illustration représentant chacune des 3 nouvelles stations

## LA DÉMARCHE

J'ai commencé par effectuer des recherches sur chaque stations afin de trouver des pistes de couleurs. La difficulté était de trouver des couleurs qui n'étaient pas déjà utilisées pour les logos des autres stations et qui soit également facile à distinguer de celle-ci (cf Annexe)

## LA NORMA :

*Caractérisation de la station : protectrice, ouverte, chaleureuse, sportive, familiale, cosy.*

En allant voir sur le site actuel, j'ai pu remarquer que la couleur dominante était le rose. Mon choix s'est donc rapidement porté sur cette couleur qui correspondait parfaitement à ces caractéristiques. Ensuite, j'ai retravaillé la couleur afin de l'harmoniser celles des autres logos.



Ancien logo



Nouveau logo avec nouvelle couleur



Illustration  
La Norma

En ce qui concerne l'illustration, je me suis penchée encore une fois sur les caractéristiques de la station. En faisant quelques croquis, j'ai fini par trouver une idée en dessinant un cœur enveloppant des montagnes. En effet, cette configuration pouvait rappeler le côté protecteur, familial et chaleureux avec le cœur, et le côté sportif et hivernal avec les montagnes.

#### AUSSOIS :

*Caractérisation de la station : authentique, patrimoine historique et culturel, paisible.*

De la même façon que pour La Norma, je me suis rendue sur le site et j'ai pu voir que la couleur dominante était le orange. Je me suis donc servie de cette couleur pour la retravailler.

Pour l'illustration, je me suis basée sur leur ancien logo représentant le clocher symbolique du village que j'ai redessiné en le simplifiant davantage.



Ancien logo Aussois



Nouvelle illustration

#### VALFRÉJUS :

*Caractéristiques : sportive, dynamique, innovante, familiale.*

La couleur pour cette station fut la plus compliquée à trouver, car la couleur de son ancien logo était le rouge. Or, dans les couleurs des logos de Haute-Maurienne Vanoise le rouge était déjà attribué à Bessans. La commune étant très attachée à cette couleur, avait beaucoup de mal à se projeter avec une autre. Je leur ai proposé un violet, un jaune, un vert menthe et un bleu gris. Cependant, les élus n'arrivaient à se mettre d'accord sur aucune des couleurs.



Propositions de couleurs pour Valfréjus

Quelques jours plus tard, après une concertation entre les membres de la station, ils nous ont envoyés une suggestion de couleur et d'illustration.

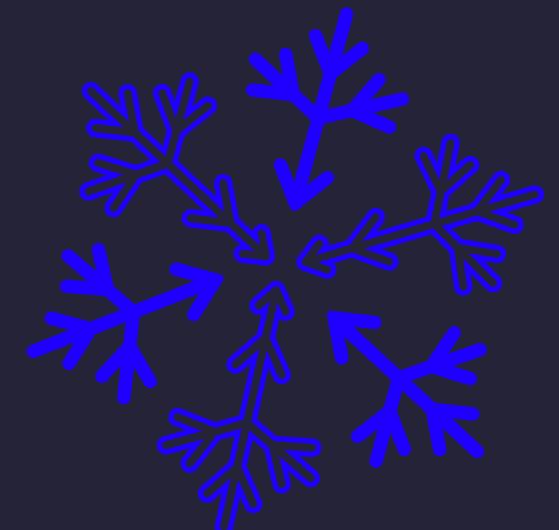
Cependant, il y avait plusieurs problèmes. Ce bleu électrique étant très éclatant en RVB n'allait pas pouvoir avoir le même rendu en CMJN pour l'impression. Il y avait également un mauvais contraste avec la couleur associative (le bleu foncé). De ce fait nous les avons prévenus, mais ils ne voulaient pas changer d'avis. C'est donc à contrecœur que nous avons gardé cette couleur.



En ce qui concerne l'illustration, ils nous ont suggéré de faire un flocon. Afin qu'il soit un peu plus original, j'ai créé un flocon avec une partie où les formes sont remplies par la couleur et une autre où elles sont mises en contour.

#### CONCLUSION

Pour ce projet, j'ai pu voir à quel point il était compliqué de choisir une couleur. Pour ce genre d'organisme qu'est Haute-Maurienne Vanoise, il est très important que la couleur soit choisie avec soin. En effet chaque station va devoir garder cette couleur pendant des années et il est impératif qu'elle plaise.





# Siracuse

## CONTEXTE

Siracuse est une marque proposant des produits à base de citrons récoltés en Sicille. À l'heure actuelle, la marque souhaite se développer en renforçant sa communication. En effet, avant de travailler avec Balthazar, la marque était très peu active sur les réseaux sociaux et n'avait pas de réelle identité visuelle.

À l'heure actuelle, Balthazar se charge de faire vivre leurs pages sur les réseaux sociaux, créer leurs supports de communication (site web, affiches, cartes de visite, etc.) ainsi qu'élaborer leur stratégie de communication.

### MISSIONS

- Photographier les produits de la marque puis les détourer et les retoucher pour les intégrer sur le site web
- Photographier les produits de la marque et retoucher les photos pour les réseaux sociaux
- Réaliser des gif\* pour les réseaux sociaux
- Faire une vidéo de recette de boisson au jus de citron Siracuse et au gingembre
- Réaliser un visuel pour les conseils et astuces de la marque sur Facebook
- Faire une vidéo de démonstration du site web

### CONTRAINTE S

- Pas de contrainte particulière pour ces différents projets mis à part toujours mettre la marque un maximum en évidence.

## LA DÉMARCHE

### PHOTOGRAPHIES DES PRODUITS DESTINÉS À ÊTRE SUR LE SITE WEB :

Ce projet fut mon tout premier projet photo au sein de l'agence. Passionnée par la photographie depuis plusieurs années, j'avais hâte de réaliser ce type d'exercice. Je n'avais jamais photographié de produits de marque auparavant. Cela allait donc être une occasion pour moi de découvrir ce domaine.

Michaël étant un photographe amateur, avait en sa possession du matériel de photographie haut de gamme. J'ai pu utiliser un pied d'appareil photo et des éclairages de type studio. Pour créer un fond blanc permettant un détourage plus simple des produits, nous nous sommes munis de feuilles A3 vierges. Nous les avons ensuite collées entre elles pour que la surface soit suffisamment grande pour remplir le cadre de l'appareil.

Pour la prise de photo, j'ai fait les réglages de l'appareil en mode manuel pour que toutes les photos soient en harmonie et qu'il y ait le moins de différence d'éclairage entre chaque produit.

Il a fallu être très minutieux avec chaque produit et bien veiller à ce que les étiquettes et bouchons soient correctement placés et les bouteilles bien nettoyées. Les produits devaient être à leur avantage pour être présentés sur le site.

Une fois tous les produits photographiés, Michaël et moi nous sommes répartis les détourages et les retouches afin d'aller plus vite. Nous avons d'une part travaillé sur Lightroom pour faire les retouches. Ce logiciel est très pratique pour la retouche de groupe de photo car il permet d'appliquer des mêmes réglages sur plusieurs photos en même temps. Ensuite, pour que les photos soient publiables sur le web, il fallait respecter l'échelle des tailles entre les bouteilles et exporter les images en un format png optimisé pour le web.



Photo avant détourage



Photo après détourage

### GIFS POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :

Toujours dans la même journée que la prise des produits, nous en avons profité pour prendre d'autres photos où les produits étaient mis en scène et en mouvement pour réaliser des stop motion\* au format gif destinés à aller sur les réseaux sociaux.

Au niveau du matériel, Laure-Anne avait rapporté quelques petits accessoires colorés pour accompagner les produits ainsi que des feuilles A3 de papiers colorés à utiliser en guise de fond.

Avant de commencer nos mises en scènes des produits, nous avons suivi nos scénarios réalisés en amont pour chaque stop motion :

- Réaliser un cinégraphe\* avec pour seule zone de mouvement le filet de jus de citron (mettre vidéo)
- Faire bouger des citrons en papier tout autour de la bouteille de citron
- Crée un gif pour pâque avec des œufs disposés en cercle et une bouteille en rotation au centre pour représenter une horloge.
- Crée un fond aux couleurs de l'Italie et faire défiler les produits

En ce qui concerne la technique pour réaliser un stop motion, il suffit de placer l'appareil sur un pied et de prendre une photo avant chaque mouvement en gardant bien les mêmes réglages.

En revanche, j'ai pu remarquer que la plupart des stop motion étaient instables. Cela est dû à mon manque de stabilité sur le pied. En voyant ces erreurs seulement une fois les photos importées sur l'ordinateur j'ai pu réaliser qu'il fallait avant plus de stabilité pour ce genre de projet.



Visuel « Astuce »

Visuel « Conseil »

En ce qui concerne les couleurs, je suis restée dans l'identité de la marque, c'est-à-dire un vert et un jaune qui sont deux couleurs très pétantes et qui attirent l'œil.



Captures d'écran des différents gif

Pour palier un maximum ces secousses, j'ai tenté de recadrer mes photos sur Photoshop. Cela a fonctionné en partie mais on les distingue toujours.

#### VISUEL POUR PRÉSENTER LES ASTUCES ET CONSEILS DE LA MARQUE SUR FACEBOOK :

Pour ce projet, j'ai eu l'idée de réaliser un visuel, mais de deux couleurs différentes. Une couleur pour les astuces et une autre couleur pour les conseils. Cela permettrait par la suite de les distinguer rapidement.

Au niveau des éléments, il fallait intégrer une vespa qui est l'élément phare de la marque. J'ai ensuite placé les éléments de texte dans une bulle.



Captures d'écran de la vidéo  
<https://www.facebook.com/siracusefrance>

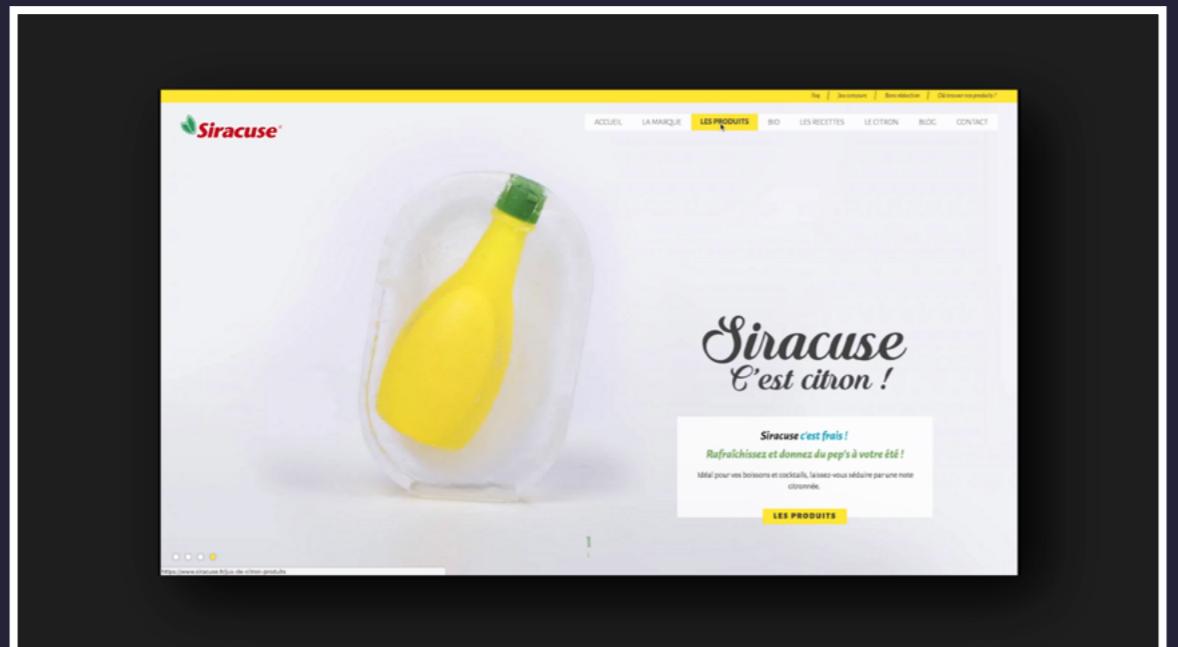
Au départ la vidéo finale durait environ 1 mn 30 s et la cliente voulait une vidéo de 1 mn. J'ai donc raccourcis certains plans pour y arriver. J'ai également rajouté le logo de la marque en fixe sur toute la vidéo puis un autre à la fin après la demande de la cliente.

La vidéo est actuellement en ligne sur la page Facebook Siracuse.

#### **VIDÉO DE DÉMONSTRATION DU SITE WEB :**

Pour partager le site sur les réseaux sociaux et donner envie aux utilisateurs d'aller le visiter, nous avons souhaité réaliser une démonstration du site. Pour ce faire, Laure-Anne a capturé une vidéo de son écran lorsqu'elle naviguait sur le site puis me l'a transférée pour que je m'occupe du montage.

La première vidéo qu'elle m'avait donnée n'étais pas de bonne qualité. La résolution était inférieure à 700 pixel, rendant la vidéo inutilisable en dehors de mobiles. J'ai donc demandé s'il était possible d'avoir une vidéo en 1920x1080 (format Haute Définition) afin qu'elle soit visionnable sur toutes les plateformes.



Capture d'écran de la vidéo  
<https://www.facebook.com/siracusefrance>

Ensuite, pour le montage, cela a été assez simple. J'ai simplement créé un fond gris foncé puis ajouté la vidéo par-dessus en ajoutant une ombre portée.

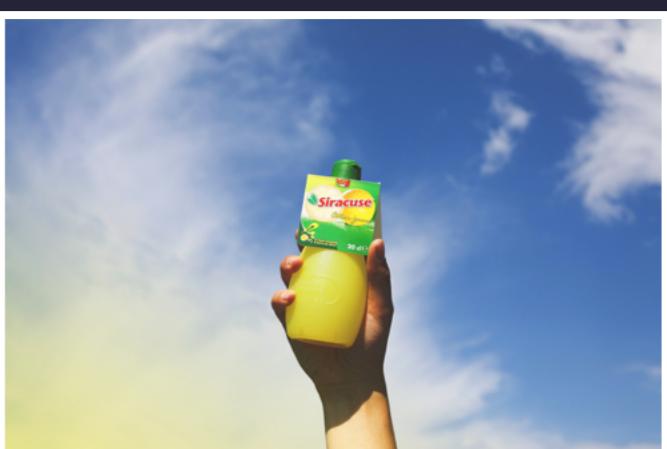
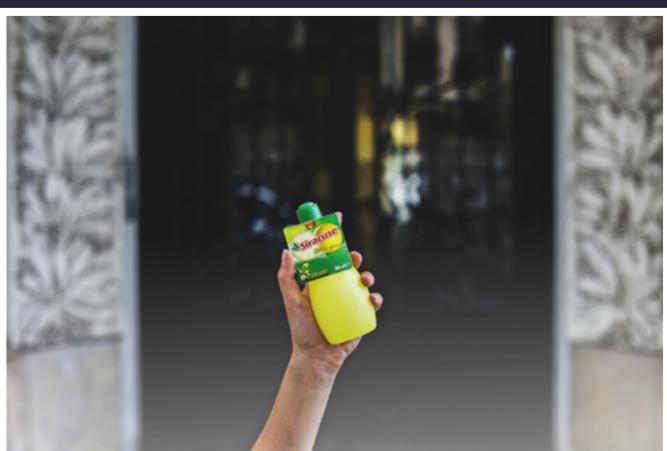
Une telle mise-en-scène permet un rendu plus propre plutôt qu'une simple vidéo de présentation de site. Cela donne un effet plus soigné.

#### **PHOTOGRAPHIER LES PRODUITS DE LA MARQUE EN LES METTANT EN VALEUR POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :**

Pour ce projet, Laure-Anne et moi nous sommes déplacées dans différents lieux de Aix-les-Bains afin de trouver des mises en scène pour les produits. Nous sommes allés aux Thermes Chevalley, au parc de Verdure puis au bord du lac.

Nous avons improvisé en quelque sorte, car avant de partir nous n'avions pas d'idée particulière de mise en scène.

Pour chaque photo, j'ai fait en sorte que le produit soit l'élément central. Sur chaque photo il est placé au centre.



Au niveau de la retouche des images, j'ai retravaillé les couleurs et la luminosité de chaque photo. Sachant que chaque photo à des réglages différents, il a fallu que je retouche les photos une par une. Ensuite, j'ai ajouté un léger dégradé de couleur. La couleur de ce dégradé dépendait des autres couleurs présentes sur la photo afin qu'elle soit en accord avec celle-ci.

## CONCLUSION

Toutes ces missions pour la marque Siracuse m'ont beaucoup plu, car elles m'ont permises à la fois de pratiquer de l'audiovisuel, mais aussi car il n'y avait pas de limites à la créativité. Le client nous laissait assez libre sur nos choix.



## CONTEXTE

Vertige est un magazine qui traite de l'actualité sportive d'Annecy et de ses montagnes à travers une sélection de reportages, d'interviews et de portraits illustrés par des photos. C'est un magazine gratuit qui est distribué chaque saison dans les stations des Aravis et sur le bassin Annécien. Il est réalisé entièrement par l'Atelier de Balthazar.

Ce magazine a pour particularité d'avoir une couverture identique pour chacune de ces éditions avec pour seul changement la couleur globale et la photo.

Sachant qu'il y a très peu de budget pour le financer, il ne faut pas de surcoût au niveau des techniques d'impression. De ce fait, la touche d'originalité de sa couverture se trouve au niveau sa teinte. En effet les éditions précédentes ont été faites avec l'utilisation d'un pantone\* fluorescent.

Pour cette 7ème édition, le magazine a pour sujet principal le VTT en montagne.

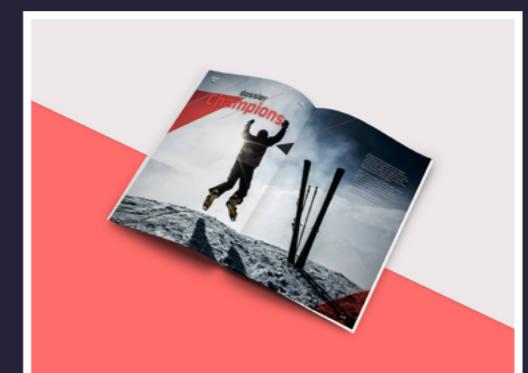
### MISSIONS

- Trouver une nouvelle couleur originale pour la couverture
- Trouver une photo pour la couverture

### CONTRAINTE S

- La dernière couleur fluorescente qui n'a pas été utilisée est le jaune.
- Le jaune fluo n'est pas très voyant sur le blanc
- Le format de la photo de couverture est carré
- La photo doit avoir un angle de vue un peu particulier

Vertige



Édition de l'année précédente →

## LA DÉMARCHE

En débutant ce projet, le choix de la couleur avait été fait assez rapidement puisque comme j'avais remarqué que seul le jaune n'avait pas encore été utilisé, cela pourrait être intéressant de le sélectionner pour cette édition.

Je me suis donc ensuite occupée de chercher une image qui pouvait illustrer le magazine. Pour cela j'ai donc cherché des images de VTT sur la banque d'image iStock. J'ai fait une sélection de 4 images avec des angles de vu que je trouvais peu communs. Je les ai ensuite intégré sur la couverture pour montrer au client. Il a retenu certaines images, mais avait tout de même mentionné l'idée de demander à Kilian Bron (un des champions de VTT interviewé pour le magazine) s'il n'avait pas des photos à nous envoyer.



4 images sélectionnées



Photo de Kilian Bron

## CONCLUSION

Ce projet fut enrichissant, car il m'a permis d'apprendre à cibler des images mais également à devoir respecter le faible coût de production.

Photo de Kilian Bron

Dossier

Spécial VTT  
Pédalez en toute  
liberté !

Légende

Edgar Grospiron,  
l'idole d'une génération

Exclusif

Interview de  
Kilian Bron

Trail

Le Bélier  
la course phare de  
La Clusaz

Couverture finale



## CONTEXTE

La concession Ford de Chambéry organisait une vente privée de voiture. De ce fait, elle avait besoin de stickers à coller sur la vitrine du magasin.

## LA DÉMARCHE

### MISSIONS

- Réaliser 2 proposition de stickers pour la vitrine du magasin

### CONTRAINTE S

- Pour le sticker faire un format rond ou carré de façon à ce qu'il soit simple à découper

Sachant qu'ils n'avaient pas demandé de couleur particulière j'ai tout d'abord proposé du noir et blanc puis ils ont suggéré du rouge.



### CRÉATION DE LA DEUXIÈME PROPOSITION :

Pour la deuxième proposition je suis partie sur un format rond. Pour la typographie j'ai sélectionné une typographie simple mais avec un V en triangle ajoutant une touche d'originalité. La typographie d'accompagnement quant à elle est très simple avec une graisse moins forte.

C'est cette proposition que fut validée par le client.



Logo final validé

## CONCLUSION

Je n'avais jamais eu l'opportunité de travailler sur un support sticker. J'ai trouvé intéressant le fait d'avoir un projet sans illustration, demandant du coup de trouver un autre moyen de lui donner un aspect graphique travaillé.

# Les Offices de Tourisme de France

## CONTEXTE

L'agence chargée de l'évènementiel des Offices de Tourisme de France organise tous les deux ans un congrès regroupant l'ensemble des offices de tourisme de France. Pour chaque édition le congrès est organisé dans un lieu différent et cette année il se passe à Chambéry. Pour cette occasion l'agence a contacté Balthazar afin s'occuper de toute la communication liée à cet événement.

### MISSIONS

- Créer deux identités visuelles
- Les décliner sur plusieurs supports (web, affiche, mise en scène, bandeau)

### LA DÉMARCHE

Afin de laisser au client plusieurs choix, Michaël a voulu proposer 3 identités différentes. Il s'est chargé d'en faire une et j'ai fait les deux autres.

#### CRÉATION DE LA PREMIÈRE IDENTITÉ:

Pour la première identité j'ai voulu trouver un moyen de rassembler dans un même visuel les thèmes de la famille, des activités sportives et des 4 saisons. Pour les activités sportives, j'ai eu l'idée d'utiliser des pictogrammes en rapport avec celles-ci. Ensuite, pour les saisons, j'ai défini 4 dégradés de couleurs représentants chacun une saison. Puis, pour représenter la famille, j'ai intégré tous ces éléments dans une forme ronde rappelant le cocon familial et illustrant un paysage par la même occasion.

Pour le texte à intégrer, j'ai utilisé une typographie assez simple que j'ai mis sur deux couches pour le titre afin de créer une perspective.

C'est cette identité qui fut la favorite du client.



## **CRÉATION DE LA DEUXIÈME IDENTITÉ :**

Pour la deuxième identité, je voulais partir sur quelque chose de plus imagé avec des photographies. De ce fait, mes recherches se sont plutôt tournées sur le moyen que j'allais utiliser pour intégrer des images tout en gardant un esprit graphique. Finalement, j'ai eu l'idée de les intégrer dans des polygones, ce qui pouvait me permettre d'en assembler plusieurs les uns autour des autres. En testant plusieurs configurations, je me suis aperçue qu'alterner entre des polygones de couleurs unies et des polygones remplis par des images fonctionnait bien. J'ai donc appliquée cette idée.

Pour la sélection des photos, je suis allée chercher des images libres de droit représentant les activités en famille.

En ce qui concerne les couleurs, j'ai cherché des couleurs un peu pétantes pour les faire ressortir sur le fond blanc.

## **DÉCLINAISON SUR LES AUTRES SUPPORTS :**

Pour décliner ces deux identités sur les autres supports, il m'a fallu simplement réorganiser les éléments en fonction de la taille du document. Concernant la maquette web, sachant que je n'avais aucun contenu, j'ai simplement fait plusieurs blocs avec des pictogrammes, du texte et une image afin d'avoir plusieurs agencements différents.

## **PREMIÈRE IDENTITÉ :**

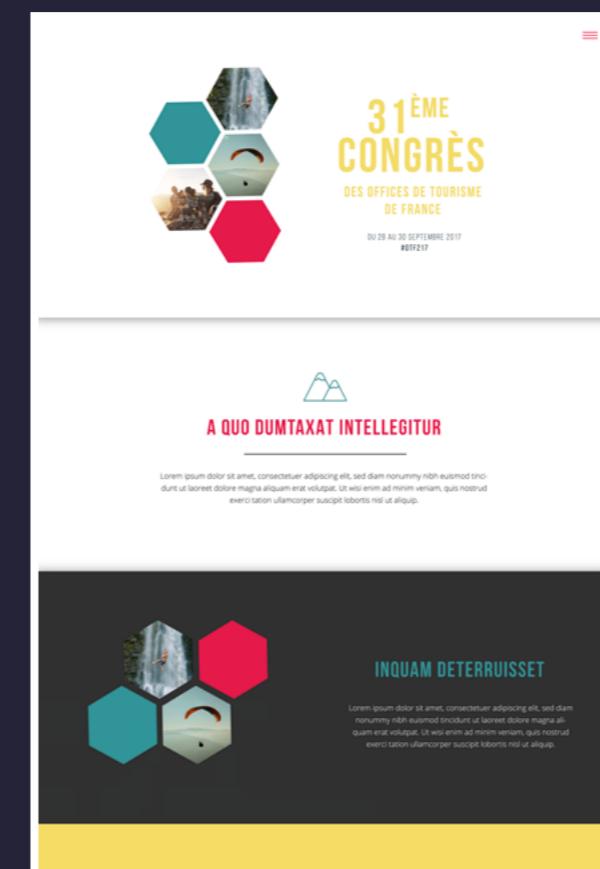


Déclinaison maquette web



Déclinaison mise en scène

## **DEUXIÈME IDENTITÉ :**



Déclinaison maquette web



Déclinaison mise en scène

## CONCLUSION

Ce que je retiens de ce projet c'est qu'il m'a permis d'apprendre à faire deux propositions graphiques très différentes sur un même sujet. Une des plus grosses difficultés que j'ai rencontrée a été de totalement me détacher de ma première proposition pour en créer une deuxième. J'ai également dû être rapide, car j'avais seulement une journée pour créer en tout 8 supports différents. Cela m'a demandé de la concentration pour gérer correctement mon temps et garder mon calme.



## CONTEXTE

Technolac Fiesta est un événement organisé chaque année à Savoie Technolac. Cet événement regroupe près de 800 technopolitains venant s'amuser et rencontrer des producteurs locaux. Cette année aura lieu les 30 ans de Savoie Technolac.

Comme chaque année, Balthazar s'occupe de faire les supports de communication liés à cet événement.

### MISSIONS

- Créer une affiche
- Créer un flyer
- Créer des tickets utilisables lors de la soirée
- Créer un document regroupant les activités de la soirée

### CONTRAINTE

- Rester dans le thème de l'identité des années précédentes



Affiche année précédente

## LA DÉMARCHE

### CRÉATION DE L'AFFICHE :

Pour créer l'affiche, je me suis basée sur celle de l'année précédente. Il fallait que je garde approximativement la même disposition des informations. Du coup, graphiquement, les évolutions que je devais apporter pour cette nouvelle édition se trouvaient au niveau de la couleur du fond, des illustrations et des pictogrammes.

J'ai commencé par m'occuper de trouver une nouvelle couleur pour le fond. J'ai choisi d'utiliser un dégradé bleu et vert.

Pour le décor de l'affiche j'ai voulu utiliser des éléments du ciel. J'ai placé un soleil, des nuages, un ballon et un cerf-volant. Tous ces éléments peuvent rappeler l'été, la fête et les activités estivales.

Au niveau des pictogrammes, il fallait qu'ils soient en rapport avec les activités proposées lors de la soirée et qu'ils aient tous un style commun. Toutes les affiches des années précédentes avaient des pictogrammes très géométriques. Pour cette édition j'ai voulu utiliser des pictogrammes dessinés à la main. Je trouvais qu'ils étaient beaucoup plus vivants que les autres et que cela donnait plus de style à l'affiche.

#### **CRÉATION DU FLYER :**

Pour le recto du flyer, j'ai simplement repris les informations présentes sur l'affiche. En ce qui concerne le verso, il y avait beaucoup d'informations à placer. Pour cela il fallait optimiser l'espace au maximum. J'ai mis la taille de la police en 9pt et pour structurer les éléments j'ai varié les graisses.



Flyer recto



Flyer verso



Affiche

#### **CRÉATION DES TICKETS UTILISABLES LORS DE LA SOIRÉE :**

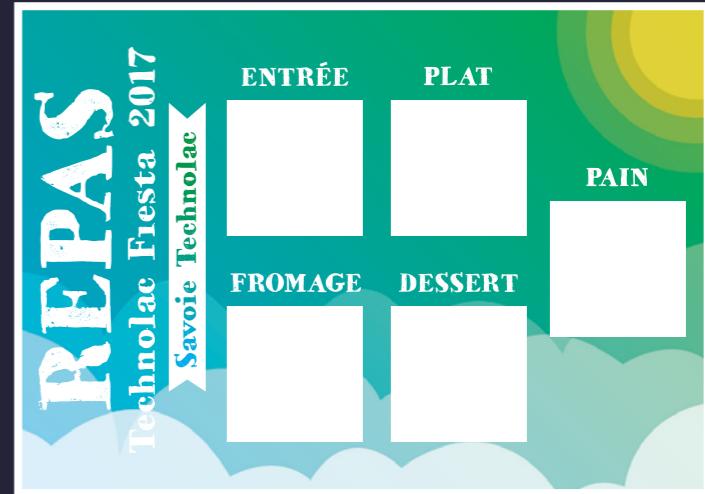
Les tickets ont été fait très rapidement car ils étaient identiques à ceux de l'année précédente. Il fallait simplement modifier la date et le fond. Pour le fond, j'ai simplement décliné celui que j'avais créé pour l'affiche.

#### **CRÉATION DU DOCUMENT REGROUANT LES ACTIVITÉS DE LA SOIRÉE :**

Ce document a été assez simple à réaliser également car je me suis encore une fois basée sur celui de l'année précédente. Les informations à mettre dessus étaient les mêmes, il y avait seulement quelques évolutions que j'ai corrigées.

#### **CONCLUSION**

Ce projet m'a plu mais j'ai été un peu déçue de ne pas avoir pu laisser plus libre court à ma créativité. Mon seul moment de créativité a été lorsque j'ai créé les éléments d'illustration de l'affiche et lorsque j'ai sélectionné les pictogrammes. Cependant cela m'a tout de même permis de trouver un moyen d'organiser un contenu dense sur une petite surface.



Document programme de la soirée

## CONTEXTE

Axialis est une entreprise qui s'occupe de la fabrication de matériel et systèmes de signalisation routière, que ce soit dans les zones urbaines ou pour les chantiers. Ils étaient dans la nécessité d'avoir un site web regroupant leur savoir-faire afin d'avoir une meilleure visibilité auprès de leurs clients potentiels.

### MISSIONS

- Concevoir deux maquettes (produit, chronologie) en se basant sur la page d'accueil qui avait déjà été designé.

### CONTRAINTEES

- Trouver un moyen d'organiser le contenu du site pour créer un modèle de page pouvant se répéter et s'adapter à un contenu pouvant différer d'une page à l'autre.

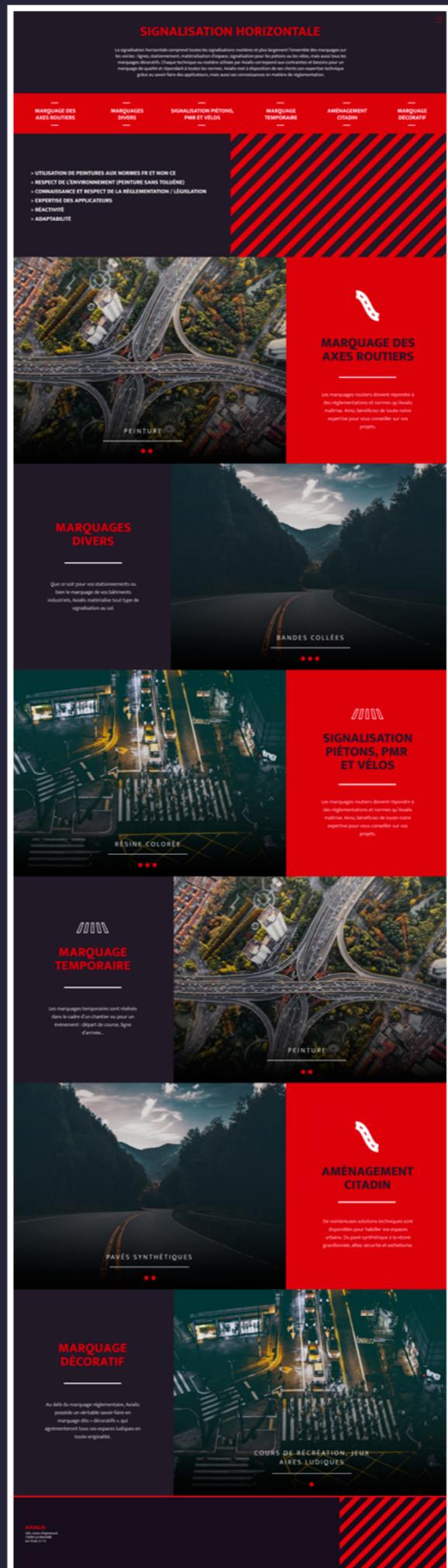
### CRÉATION DE LA PAGE CHRONOLOGIE :

Cette page devait regrouper toutes les dates et données importantes ayant marqué l'histoire de l'entreprise. Pour cela, j'ai eu l'idée de faire une frise verticale avec des blocs regroupant chaque information.

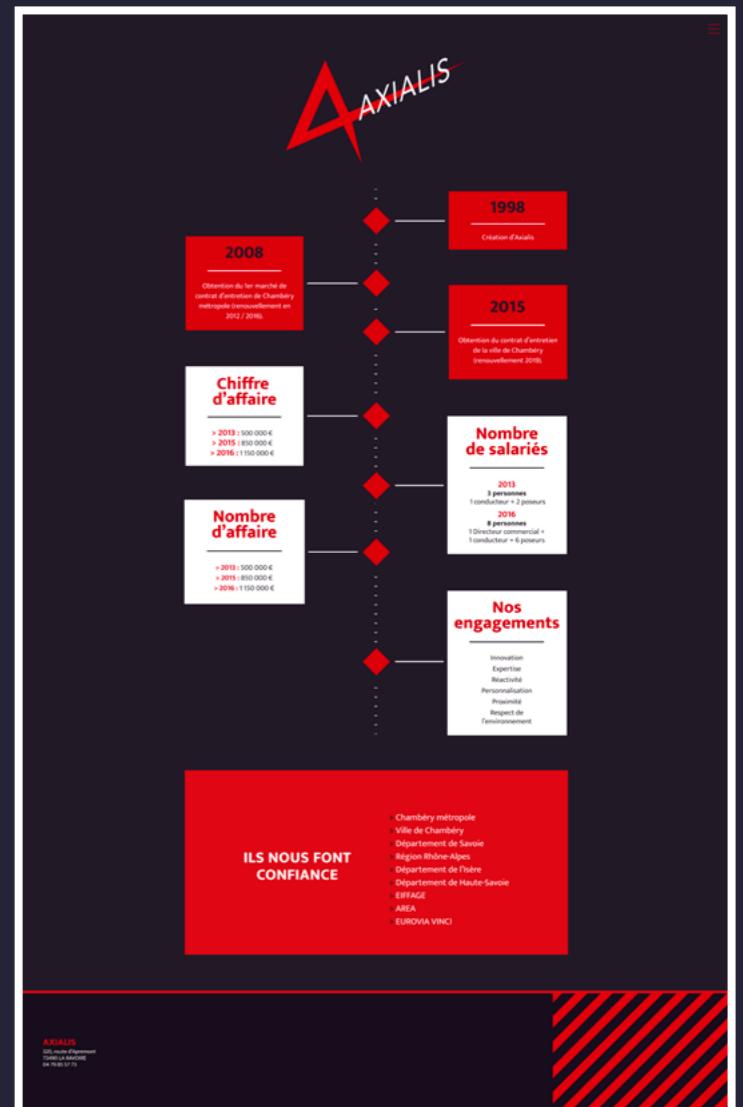
J'ai également pensé à l'animation lors du scroll\* de la page. Chaque bloc apparaît au fur et à mesure.

### CONCLUSION

Ce projet m'a beaucoup plu car c'était mon premier projet web réalisé lors de ce stage. Il m'a permis de trouver un moyen d'organiser le contenu tout en pensant au fait que tout devait être administrable par la suite.



Maquette page « Produit »



Maquette page « Chronologie »



Site : <http://axialis.latelierdebalthazar.com/>



# Annexes



Récapitulatif des couleurs des logos des stations

FICHE D'APPRECIATION – STAGE DUT MMI (IUT CHAMBERY)

ENTREPRISE : L'ATELIER DE BALTHAZAR  
MAITRE de stage (nom, fonction) : Michèle Planteau  
Nom STAGIAIRE : Solène Callens

- Nature des tâches effectuées pendant le stage :

Création graphique, vidéos,

- Le travail de l'étudiant-stagiaire a-t-il répondu à vos attentes ? :

Complètement

- La formation de l'étudiant-stagiaire vous a-t-elle semblé suffisante et adéquate ? :

Très bien formé et totalement auto-home

- Si non, l'étudiant-stagiaire a-t-il su faire preuve d'adaptabilité ? De quelle manière ?

.....

- Sur une échelle de 1 à 5 (« note » maximum), merci de bien vouloir évaluer les points suivants :

- Intégration dans l'entreprise : 1 – 2 – 3 – 4 – 5
- Compétence : 1 – 2 – 3 – 4 – 5
- Autonomie : 1 – 2 – 3 – 4 – 5
- Ponctualité & Assiduité : 1 – 2 – 3 – 4 – 5
- Dynamisme : 1 – 2 – 3 – 4 – 5

- Seriez-vous prêt à accueillir dans le futur un autre stagiaire MMI ? :

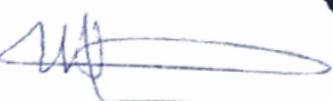
OUI  NON

Appréciation générale sur l'étudiant stagiaire :

très satisfait de Solène, qui a réussi son intégration et a très bien travaillé à l'atelier

Date : 9/6/17

Signature & Cachet :





Solène CALLENS  
Graphisme & Webdesign  
[soleneallens@gmail.com](mailto:soleneallens@gmail.com)  
06 86 26 04 29  
<http://www.bloomphoto.fr>



