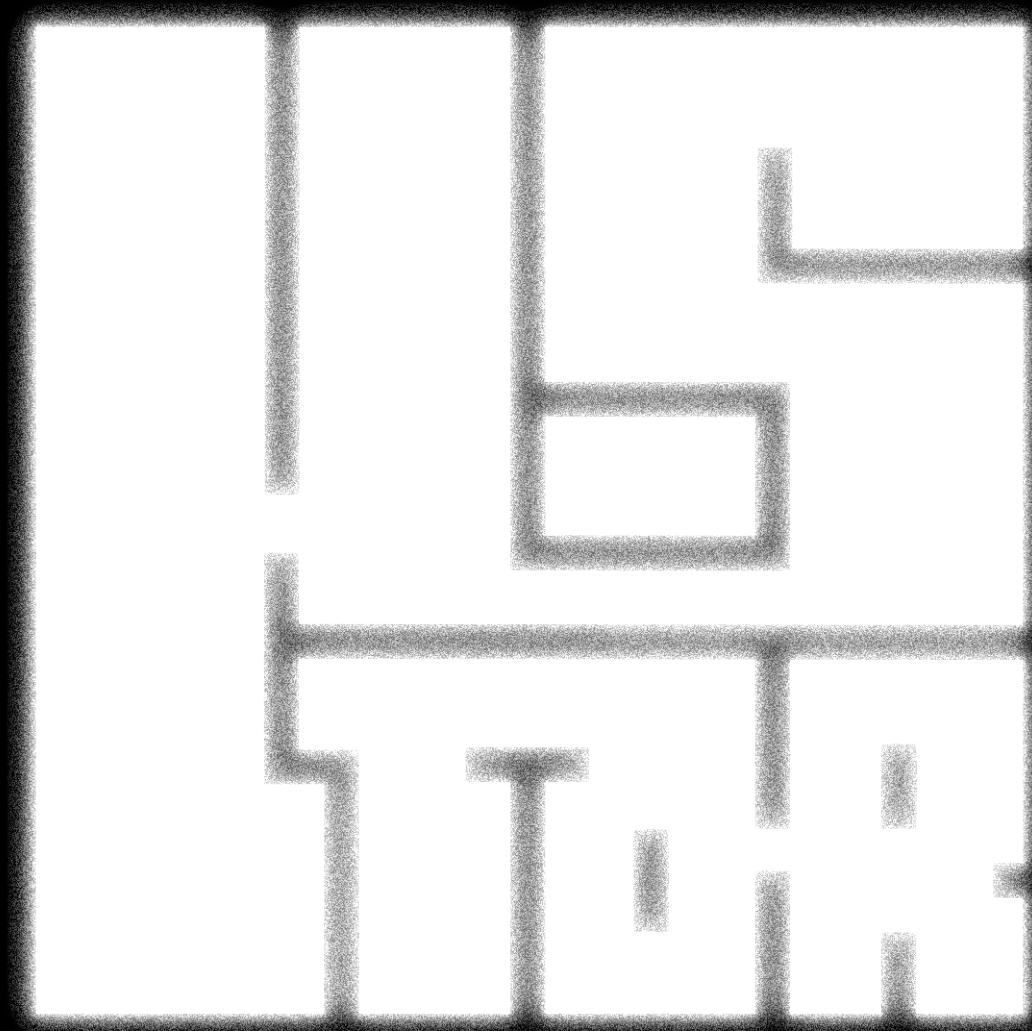


PORTFOLIO



HISTOR 24-25

PORTFOLIO

24-25

JIAHE

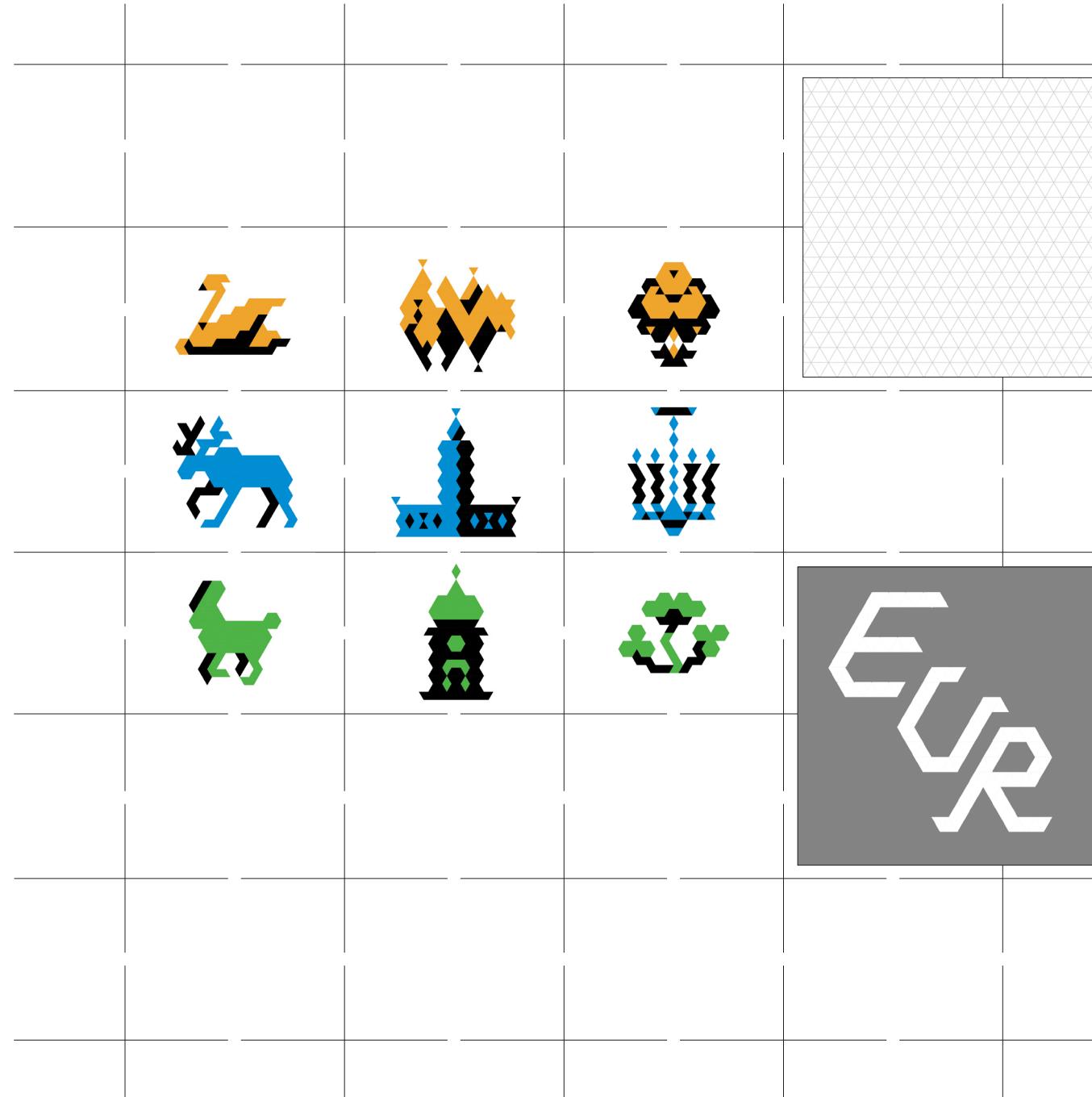


PICTOGRAMME DE 3 VILLES EUROPEENNES

Une série de pictogrammes pour 3 villes européennes, en utilisant leurs couleurs emblématiques et leurs éléments caractéristiques.

- █ Helsinki
- █ Stockholm
- █ Dublin

L'originalité de cette série de monogrammes réside dans l'utilisation de formes géométriques pour représenter visuellement un objet de manière aussi fidèle que possible, ce qui rappelle l'esthétique du pixel art. L'usage de seulement deux couleurs limite les détails, tout en constituant un véritable défi en matière de synthèse visuelle.



Pour garantir l'uniformité du style des 9 monogrammes, j'ai utilisé une grille triangulaire comme base de conception.

Le verso reprend la même grille triangulaire que le recto, avec la couleur emblématique de la ville en fond et le blanc pour les motifs, afin de mieux distinguer les deux faces. Le design du verso reste volontairement sobre pour ne pas détourner l'attention du recto.

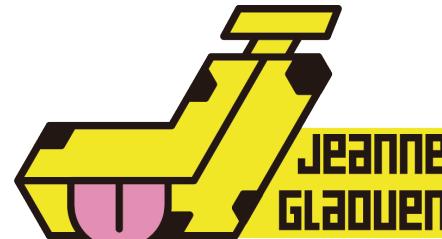
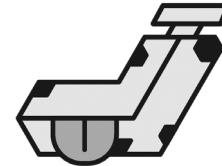
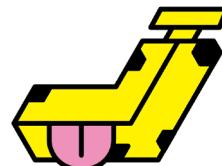
PICTOGRAMME
DE 3 VILLES
EUROPEENNES



CHARTE GRAPHIQUE D'ARTISIEN

Création d'une identité visuelle pour une artiste artisan.e, comprenant :

- 1 logotype
- 1 déclinaison papeterie (carte de visite, carte de correspondance et entête)
- 1 déclinaison web



L'artiste sélectionnée adopte un style global à la fois humoristique et décalé, en utilisant des couleurs vives et fortement contrastées comme tonalité principale.



PARIS



LONDON



SHOP



EXPO

Afin de rester fidèle à l'univers de l'artiste et à ses œuvres centrées sur des aliments tirant la langue, un logo représentant une banane tirant la langue a été conçu.

Quatre combinaisons de couleurs différentes ont été proposées afin de permettre une application flexible de la marque dans la communication et la promotion.

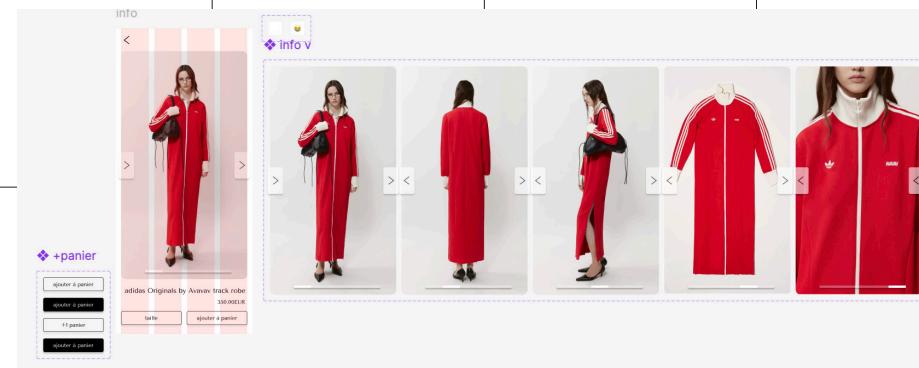
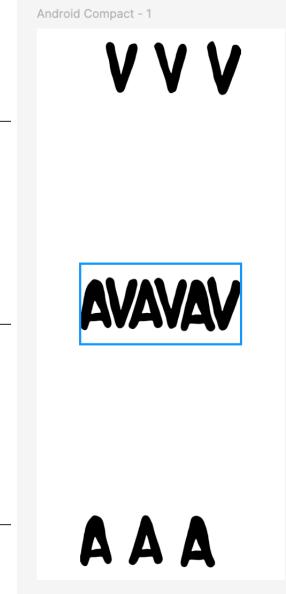
CHARTE GRAPHIQUE D'ARTISIEN



PROTOTYPE SUR UNE MARQUE

Un prototype statique Figma,
Entre 3 à 5 pages (home,
Un prototype interactif
comprenant des micro-
interactions, présenté dans
son contexte sous forme de
mock-ups animés.

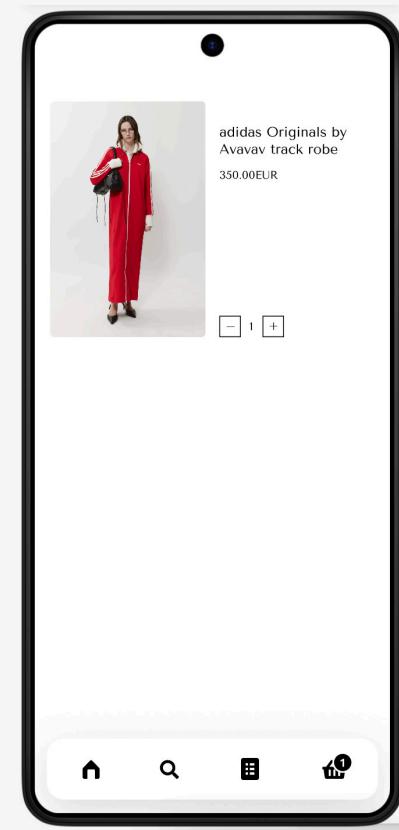
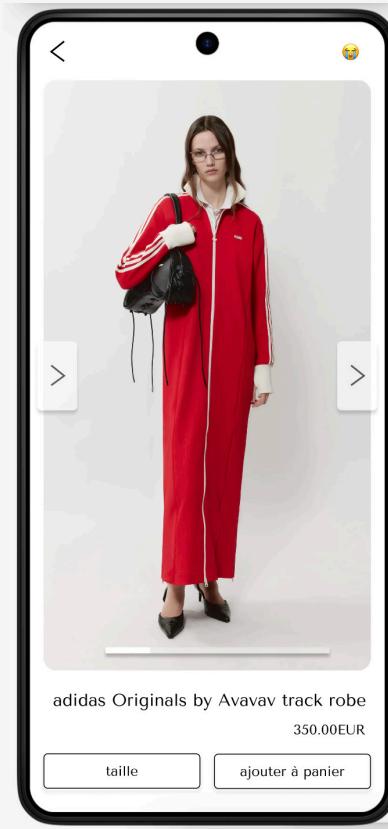
3 - La création d'un UI kit
rassemblant l'ensemble
des éléments visuels uti-
lisés dans la création du
prototype.



Avant d'accéder à l'interface principale, j'ai réalisé une animation d'introduction simple.

J'ai réalisé un effet de défilement basique comprenant le défilement automatique, le défilement manuel (glissement) et le défilement via des boutons, en m'inspirant des bannières publicitaires que l'on retrouve dans les applications d'achat en ligne.

PROTOTYPE SUR UNE MARQUE



PROTOTYPE REDISIGN DU SITE

Créer un parcours utilisateur pour le site institutionnel d'un studio ou d'une agence d'architecture. Un redesign consiste à cibler un client réel dont l'identité ou la communication visuelle laissent à désirer afin de lui proposer un nouveau design plus qualitatif.

J'ai choisi du studio d'architecture Coop Himmelb(l)au pour faire le redesign. Pour faire écho à la signification de son nom — « ciel bleu » — j'ai utilisé un bleu ciel comme couleur principale, tandis que le gris foncé rappelle son identité visuelle d'origine.



Une animation simple a été conçue à l'entrée de la page d'accueil du site : lorsque l'utilisateur fait défiler vers le bas, le logo sous le curseur s'élève doucement, évoquant l'effet de flottement d'un nuage.

The image shows two versions of a website page for the 'Musée des Confluences' project side-by-side. Both pages have a light blue header with the 'c H_B' logo. The left page features a large image of the building at night, with the text 'language' at the top right. Below the image, the text reads 'Musée des Confluences' and 'The Crystal Cloud of Knowledge', followed by 'Lyon, France 2001/2010-2014'. A dark gray sidebar on the right contains the text 'Questions regarding the future will be decided within transitional fields situated between technology, biology, and ethics which are the central themes of the Musée des Confluences'. The right page has a similar layout but with a different image of the building at night.

PUBLICITE DE LA FONDATION

Faire une publicité de la Fondation pour le Logement en appelant les gens à faire des dons pour aider les sans-abri.

La nouvelle identité de la Fondation Abbé Pierre s'ancre dans une campagne au ton volontairement décalé :

« Nous Passons à l'Immobilier », qui détourne les codes de la publicité immobilière pour mieux dénoncer les situations de sans-abrisme. En jouant d'abord sur l'humour et le grotesque, la campagne capte l'attention avant de basculer vers un message grave et engagé.

The image shows two screenshots of a mobile website for 'FONDATION POUR LE LOGEMENT'. The left screenshot displays a listing for a studio under a bridge, featuring a small concrete platform over water. The listing details are as follows:

- EN DOIT POUR TOUT**
- Nouveauté**
- La maison de vos rêves!**
- Un rapport qualité-prix exceptionnel et un taux d'occupation imbattable.**
- 2m²**
- 0€**
- 360°**
- Appartement ultra-luxueux, situé sous un pont**
- 0€ pour le premier mois**
- Vue imprenable sur la rue**
- FAIRE UN DON**

The right screenshot shows a similar listing for another studio under a bridge, with the following details:

- FONDATION POUR LE LOGEMENT**
- RECHERCHE**
- NOUVEAU**
- 0.00€**
- 2m²**
- 360°**
- Appartement ultra-luxueux, 0€ pour le premier mois !**
- JE VEUX SOUTENIR**

Both screenshots include small images of people living in these tiny spaces under bridges.

J'ai réalisé une maquette de site web pour mobile et ordinateur, reprenant le format d'une plateforme immobilière. Le contenu décrit de manière ironique les conditions de vie des sans-abri, dans le but de sensibiliser et d'inciter aux dons.

DEPLIANT SUR LE DESIGN GRAPHIQUE

Réalisation fictive d'un dépliant pour le musée de l'imprimerie et de la communication graphique de Lyon, en respectant la charte graphique du lieu.

musée de l'imprimerie et de la communication graphique

musée de l'imprimerie et de la communication graphique

- L'identité visuelle
- Le marketing et la publicité
- L'édition
- Le packaging
- L'art et l'illustration
- L'environnement
- L'interface utilisateur

DESIGN DEFINITION DU GRAPHIQUE

En raison de l'ajout de plusieurs images, un style épuré a été adopté afin d'éviter une composition visuelle trop chargée.

L'art et l'illustration 05

Le design de l'art et de l'illustration est souvent perçu comme équivalent au design graphique. Cependant, ces deux domaines sont très différents. Les artistes et les illustrateurs créent des compositions esthétiques pour exprimer et résoudre des problèmes. Les artistes utilisent leur imagination pour créer des œuvres originales. Leur art prend plusieurs formes, qu'il s'agisse de peinture, de dessin ou d'illustration vectorielle.

Même si l'art graphique et les illustrations ne sont pas toutes considérées comme design graphique, les deux domaines sont néanmoins liés par l'utilisation officielle de parler de l'un sans faire référence à l'autre.

06

L'environnement

Le design graphique environnemental est une pratique multidisciplinaire qui englobe la conception de l'architecture d'intérieur, du paysage, et de design industriel. Il vise à créer des espaces fonctionnels et conviviaux pour les professionnels. Il est nécessaire pour planifier et implémenter leurs designs. Pour cette raison, ces professionnels doivent être familiers avec les principes de design graphique et être capables de faire des croquis de planification.

Le design dans l'environnement connaît également une tendance à des endroits de sorties à améliorer les résultats. En créant des lieux plus mémorables, il peut aider les visiteurs à se sentir plus intéressés au tout simplement plus facile à naviguer.

07

L'interface utilisateur

Cela comprend tous les éléments avec lesquels les utilisateurs interagissent (écran, clavier, souris) mais dans le contexte du design graphique, il s'agit surtout de l'expérience visuelle sur écran des utilisateurs. C'est-à-dire les boutons, les menus, les micro-interactions, etc. Le travail d'un graphiste UI est de trouver le bon équilibre entre esthétique et fonctionnalité.

08

Le design graphique environnemental est une pratique multidisciplinaire qui englobe la conception de l'architecture d'intérieur, du paysage, et de design industriel. Il vise à créer des espaces fonctionnels et conviviaux pour les professionnels. Il est nécessaire pour planifier et implémenter leurs designs. Pour cette raison, ces professionnels doivent être familiars avec les principes de design graphique et être capables de faire des croquis de planification.

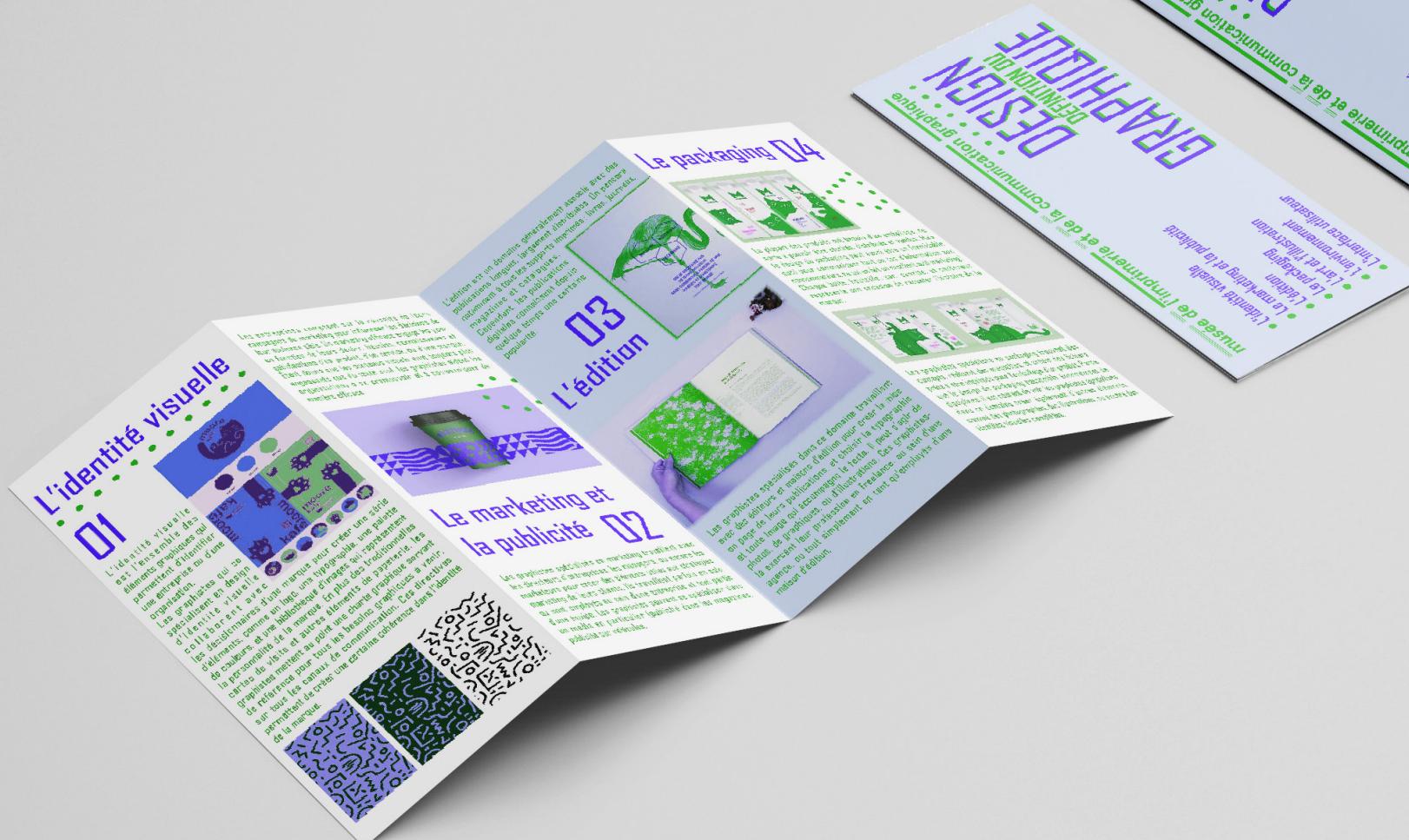
musée de l'imprimerie et de la communication graphique

- L'identité visuelle
- Le marketing et la publicité
- L'édition
- Le packaging
- L'art et l'illustration
- L'environnement
- L'interface utilisateur

DESIGN DEFINITION DU GRAPHIQUE

Les rangées de points circulaires présentes dans la composition servent d'élément graphique unificateur tout au long du dépliant, tout en évoquant l'aspect visuel du papier perforé.

DEPLIANT SUR LE DESIGN GRAPHIQUE

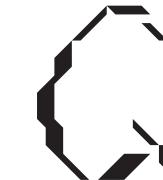
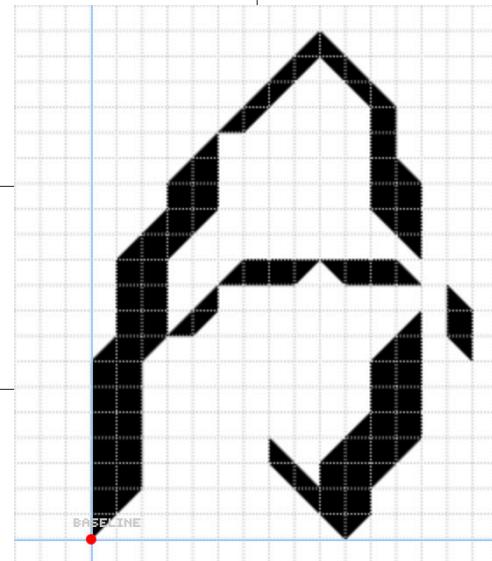


TYPOGRAPHIE

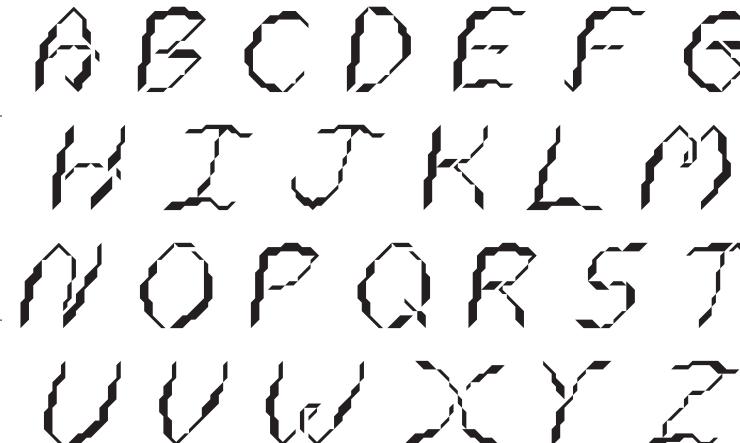
SÉRIE 1

RONCE ONE

En utilisant les cinq formes géométriques ci-dessous et en limitant la hauteur à exactement 20 cases, une typographie composée des 26 lettres majuscules a été conçue.



À titre d'exemple, la lettre "A" illustre les principes de cette typographie, dont le design s'inspire des liaisons et variations d'épaisseur caractéristiques de l'écriture manuscrite, sans pour autant en reprendre l'aspect traditionnel.



Afin d'améliorer la lisibilité des traits des lettres, certains espacements ont été volontairement ajoutés lors de la conception.

Cette typographie est composée de différents parallélogrammes, ce qui lui donne une apparence évoquant des épines — une inspiration à l'origine de son nom.

En raison des contraintes liées au sujet, le rendu final reste encore imparfait.

Il est possible que je reprenne ce travail plus tard afin de le faire évoluer.

TYPOGRAPHIE

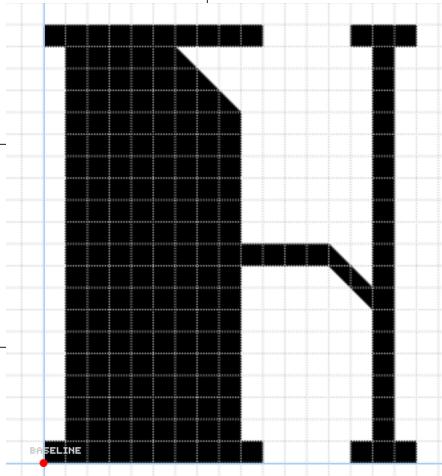
SERIE 2

GEO PHASE

En utilisant les cinq formes géométriques ci-dessous et en limitant la hauteur à exactement 20 cases, une typographie composée des 26 lettres majuscules a été conçue.



Comparée à la précédente, cette création typographique adopte une forme plus conventionnelle dans son ensemble, tout en introduisant des modifications subtiles dans les détails afin d'affirmer son originalité.



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

X Z

Des modifications ont été apportées aux structures initialement verticales ou horizontales, en y intégrant des inclinaisons à 45 degrés.

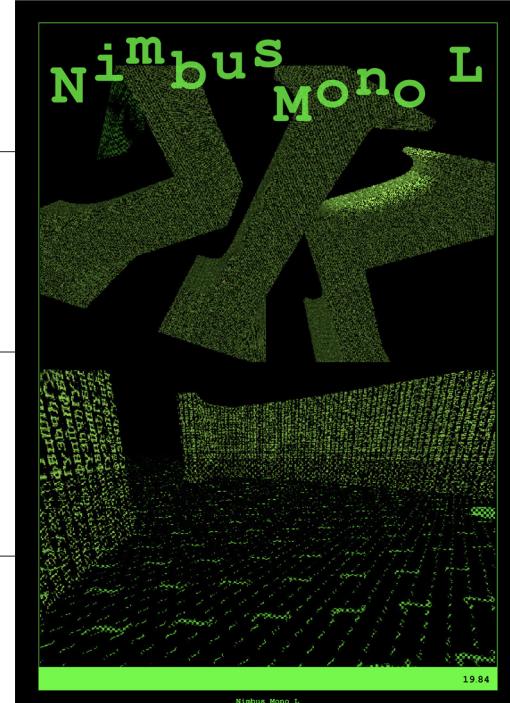
Afin de conserver l'angle de la barre oblique tout en maintenant une largeur horizontale cohérente pour les lettres, j'ai choisi de déformer le fût dans la conception.

AFFICHE DE TYPOGRAPHIE

Deux affiches thématiques.
Affiche 1 : une affiche consacrée à une typographie, où seuls le nom de la police et son année de création sont présentés.

Affiche 2 : une affiche dédiée à une personnalité, représentée à travers le choix typographique et la mise en page.

La police monospace, couramment utilisée dans le codage informatique, m'a conduit à choisir une palette emblématique des anciennes interfaces : fond noir et texte vert. Le contenu principal de l'affiche est basé sur des illustrations en caractères ASCII.



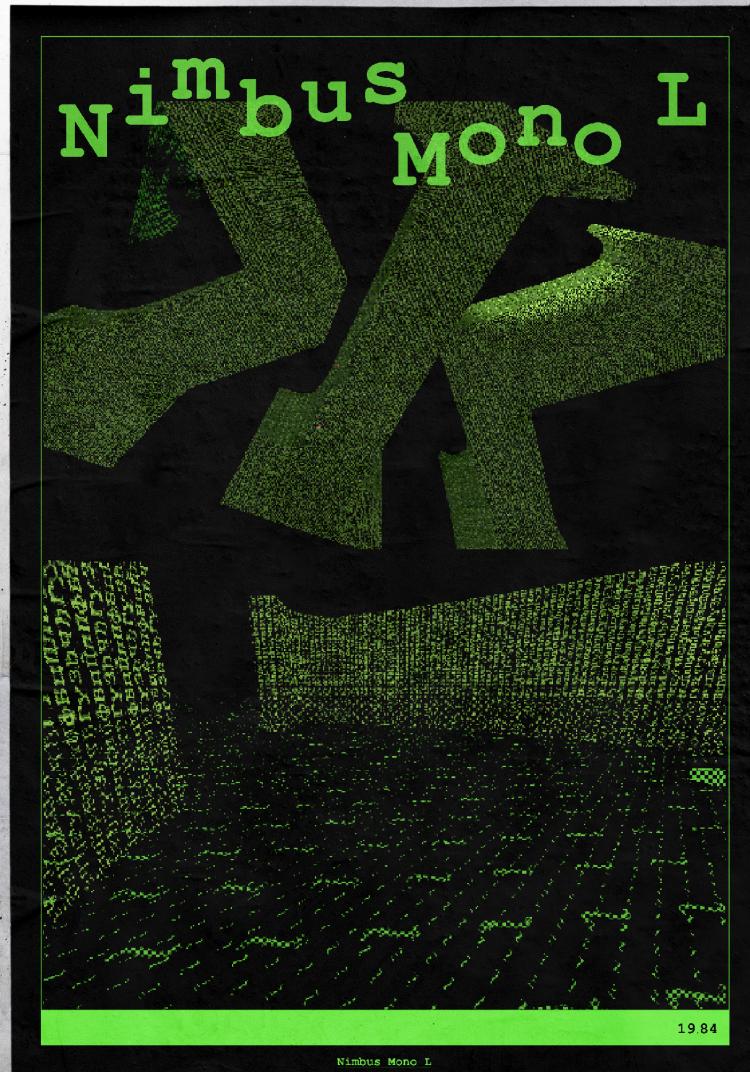
affiche 1



affiche 2

Personnalité : Hideaki Anno
La mise en page de l'affiche s'inspire des mots-clés et de l'esthétique visuelle propres aux œuvres animées qu'il a réalisées, tout en reprenant une forme de communication typique utilisée pour leur promotion.

AFFICHE DE
TYPOGRAPHIE

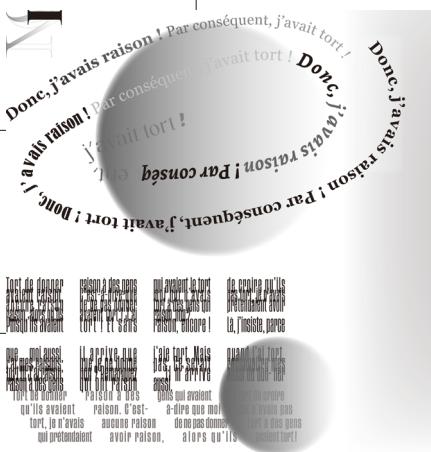


ANNO HIDEAKI 鹿野秀明
 NIHILISME ニヒリズム
 ANIMATEUR アニメーター
 ANIMATION MÉCANIQUE 鉄道
 機械アニメーション RAILWAY
 メーティア 使徒 GAI
 ELECTRIC POLES
 電柱 DAICON III & IV
 OPENING ANIMATION
 ナクス NAX
 ガイナ GAI
 ブラグスース ツクス
 チルドレン 黒き月
 文書 文書
 プラグスース
 デチレ PAR LA CONTROVERSE
 議論を浴びる
 TYPO:MATISSE EB 会議
 特撮 映画監督
 マティス-EB RÉALISATEUR
 ANIMATION D'EXPLOSION 心理描写
 爆発原画 心の壁
 ELÉMENTS RELIGIEUX
 POSTMODERNISME
 REPRÉSENTATION
 PSYCHOLOGIQUE
 LE VRAI ORIGINAL
 DANS CE MONDE
 N'EST QUE SA
 PROPRE VIE.
 原点回帰
 ANTI THÈSE
 ANTHOLOGIE
 SHIN GODZILLA
 GODZILLA
 シン・ゴジラ
 「現実対虚構」
 RETOUR AUX
 ORIGINES
 大クローズアップ
 SYNTHÈSES
 ジンテーゼ
 觀客への復讐
 FLASHBACK DE TEXTE
 文字回想シーン
 RÉALITÉ CONTRE FICTION
 22/05
 1960
 GROS PLAN
 やくこく
 ハイフリックの限界
 ベースシステム
 REPRÉSAILLES SUR LE PUBLIC
 RÉTROÉCLAIRAGE
 非シンクロ率
 やくこく
 EMERGENCY PASSAGE
 交通信号
 心の壁
 RÉTROÉCLAIRAGE
 非シンクロ率
 やくこく
 ハイフリックの限界
 ベースシステム
 EMERGENCY PASSAGE
 TRAFFIC SIGNAL
 LIGHTS

BANNIERE DISPOSITION DU TEXTE

Une réplique de stand-up a été mise en forme uniquement par la composition typographique. À partir d'une police de base imposée, des variations ont été explorées pour créer une mise en page originale et ludique.

Le passage choisi, empreint de philosophie et de réflexion, m'a conduit à intégrer des éléments cosmiques dans la composition, tout en créant une atmosphère vaste et vide pour en accentuer la profondeur.



A TORT OU À RAISON

On ne sait jamais qui a raison ou qui a tort.

MOI j'ai longtemps donné raison à tout le monde. Jusqu'au jour où je me suis aperçu que la plupart des gens à qui je donnais raison avaient tort !

...conséquent, j'avais tort.

J'ai raison, non ? Remarquez ... il m'arrive aussi de donner raison à des gens qui ont raison aussi. Mais, là encore, c'est un tort. C'est comme si je donnais tort à des gens qui ont tort. Il n'y a pas de raison ! En résumé, je crois qu'on a toujours tort d'essayer d'avoir raison devant des gens qui ont toutes les bonnes raisons de croire qu'ils n'ont pas tort !

On ne sait jamais qui a raison ou qui a tort. C'est difficile de juger.
Moi, j'ai longtemps donné raison à tout le monde. Jusqu'au jour où je me suis aperçu que

la plupart des gens à qui je donnais raison avaient tort ! Donc, j'avais raison ! Par conséquent, j'avais tort !
En résumé, je crois qu'on a toujours tort d'essayer d'avoir raison devant des gens qui ont toutes les bonnes raisons de croire qu'ils n'ont pas tort !

En raison des contraintes liées au choix de la typographie, j'ai modifié le texte de différentes manières — couleur, inclinaison, opacité, trajectoire — afin d'enrichir l'expression visuelle.

BANNIERE DISPOSITION DU TEXTE

