

BONJOUR

*Enchanté de vous voir,*

Bienvenue sur mon Portfolio

2021

*Bonjour,*

Je suis *Andy Rajoelisoa*, un designer *graphique* et *digital*. Je crois profondément en *l'esthétisme*, vecteur d'expériences *remarquables* et *émotionnelles*. Soucieux du détail, je considère mon oeil graphique comme un *atout*.

*Identité, Site Web*

## MNMA STUDIO

4

*Animation, Experience*

## AD ASTRA LAB

11

*Design Éditorial*

## BOYS DON'T CRY

15

*Motion Design*

## LABO MOTION

18

*Site Web*

## LA M.E.P.

25

*Design web, Animation*

## LABO WEB

28

*Site Web*

## STÉPHANE AZAR

34

*Campagne digitale*

## MYMUESLI

37

*Design graphique*

## LABO GRAPHIQUE

41

# MNMA Studio

## Refonte

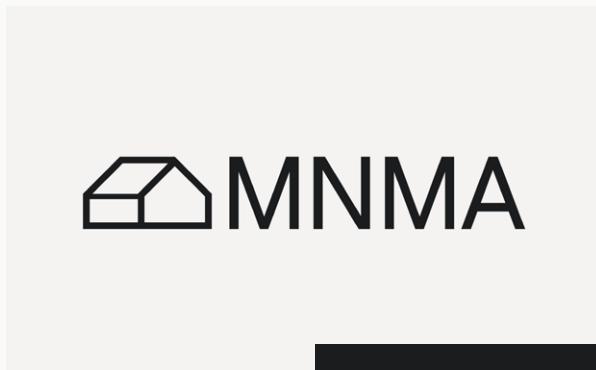
LE SITE ORIGINAL →

Comme projet personnel, je voulais redesigner une marque et son site. J'ai découvert **MNMA Studio, studio d'architecture brésilien**, et leurs travaux m'ont tout de suite marqué. Malgré leurs sublimes photos, le site web original n'était pas à leur avantage : mauvaise UX, design pas fini, peu d'éléments de leur identité. C'est pourquoi j'ai repensé leur identité dans un premier temps pour ensuite refaire le site. L'objectif est de proposer une expérience de navigation rafraîchissante mêlant imagerie architecturale et typographie élégante. Polices utilisées : Kaftan Serif et Suisse Int'l. **Toutes les photos utilisées dans ce projet appartiennent à Andre Klotz.**

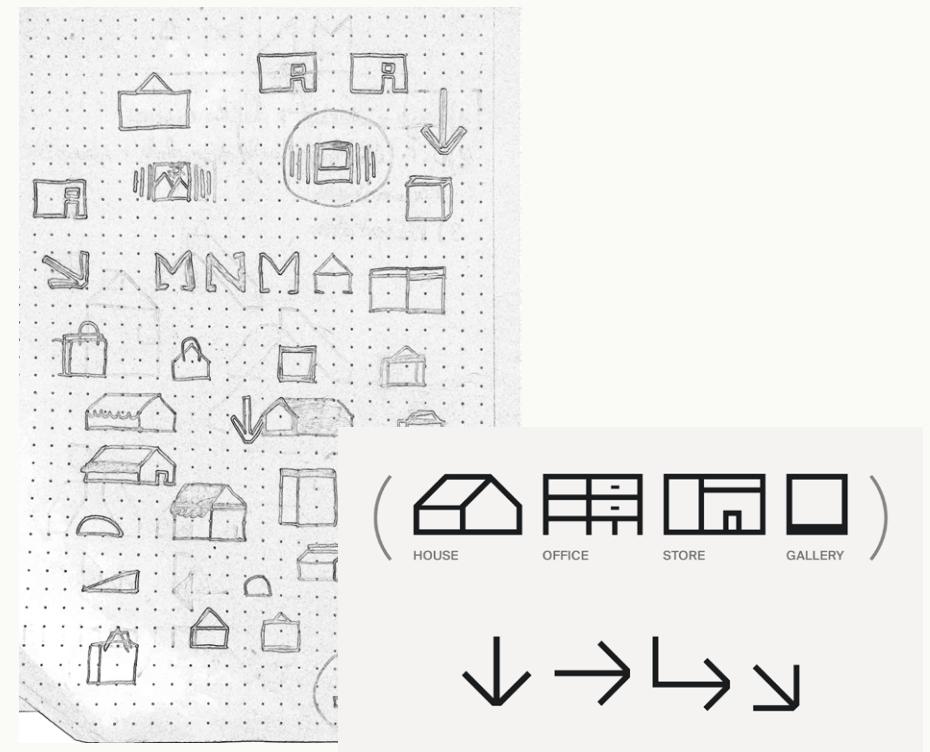
*Logotype, icônes, typographie..*

## IDENTITÉ VISUELLE

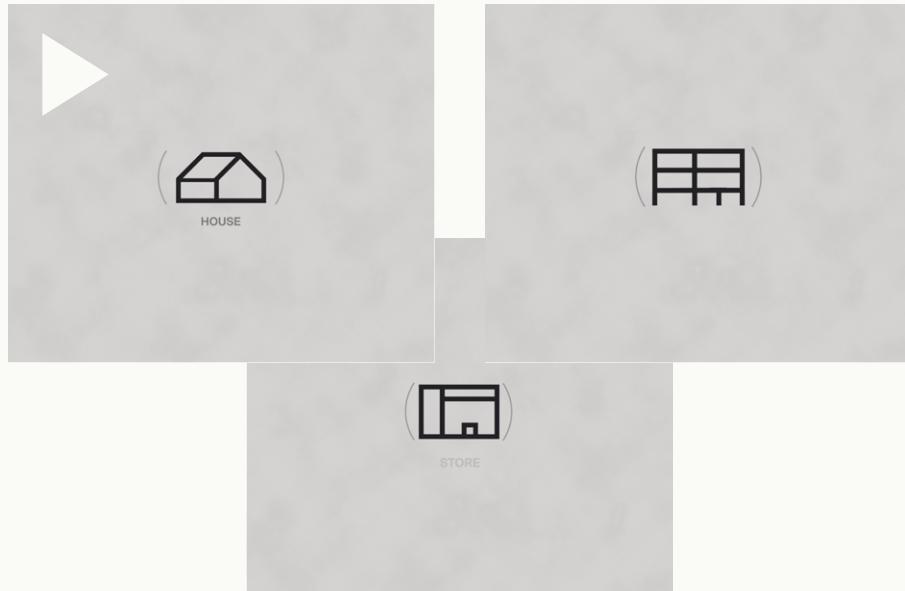
Logo et Iconographie :



Le logo géométrique et la typographie au style suisse renforcent l'idée d'architecture. L'ajout d'une légère texture vient déposer la signature du studio. En effet, MNMA porte un intérêt particulier au choix des matériaux et aux textures. J'ai aussi créé des icônes représentant leurs types de projet afin de classer leurs travaux et rester en phase avec l'identité établie.



## Animation de l'identité :



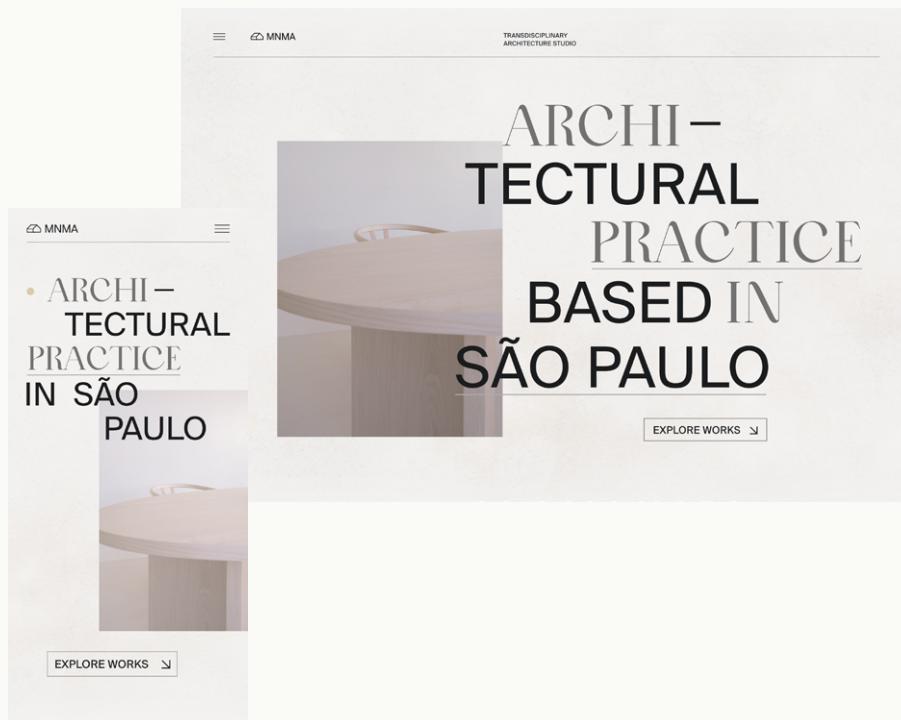
## Carte de visite :



*Web, Mobile design*

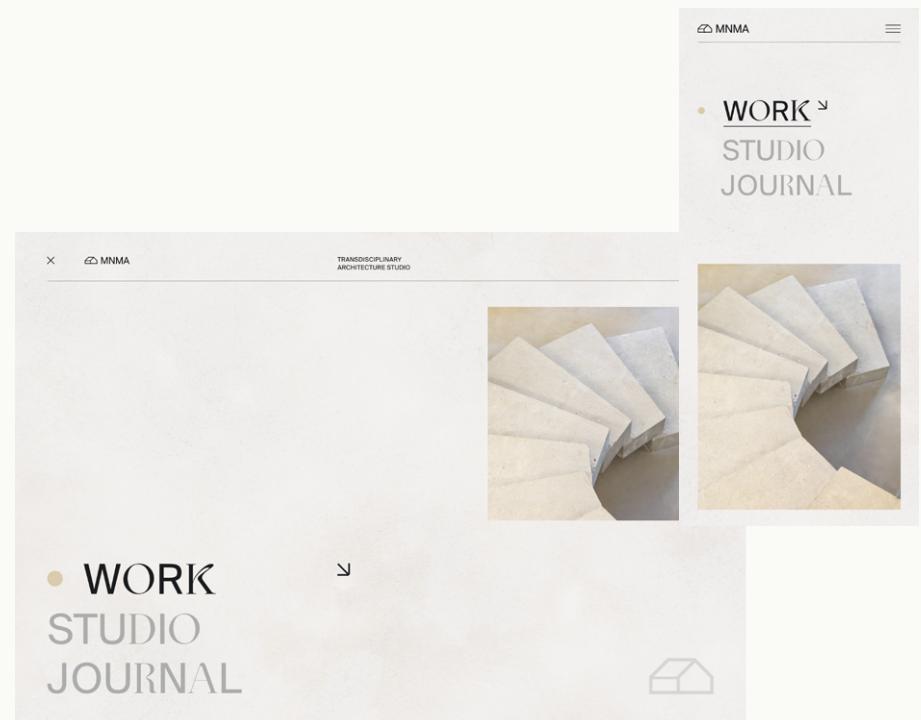
## CONCEPTION DU SITE

**Home Page :**



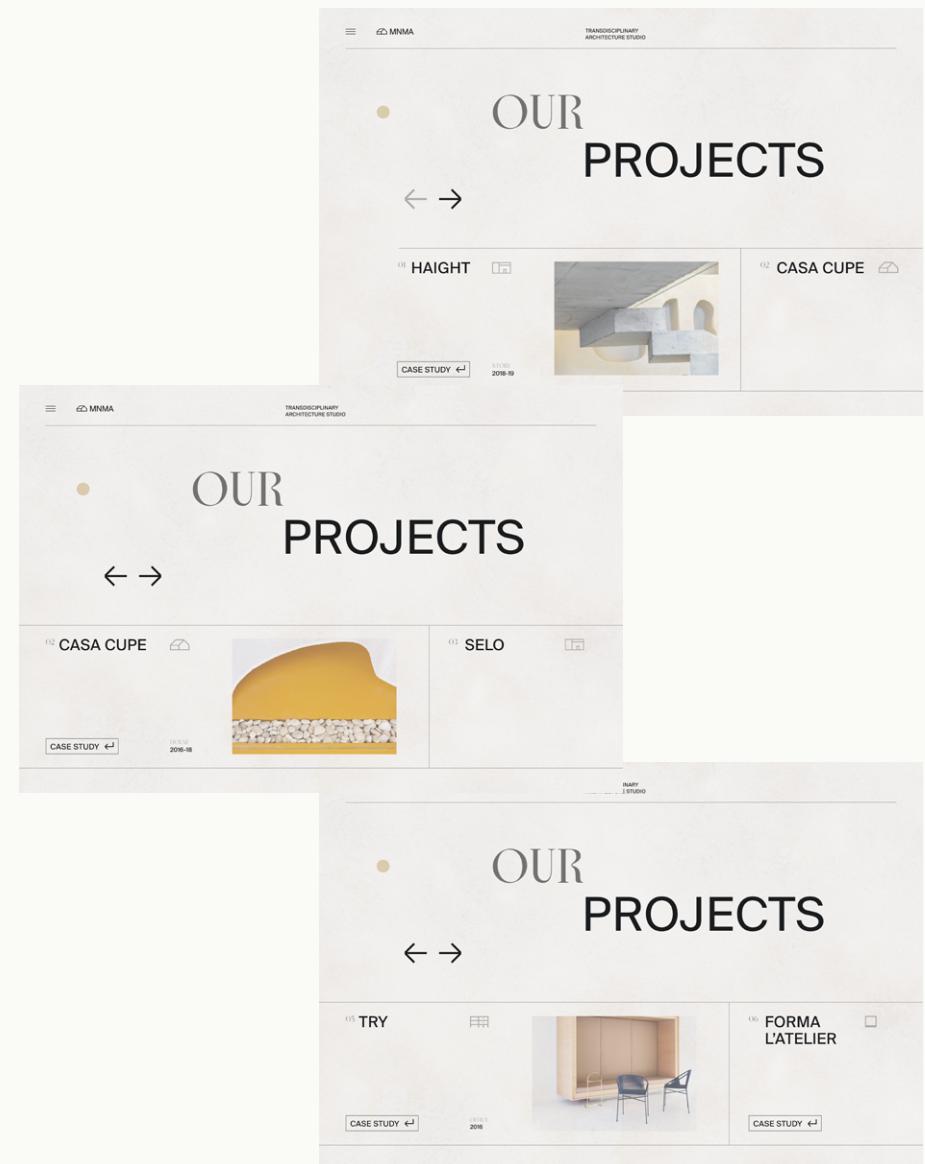
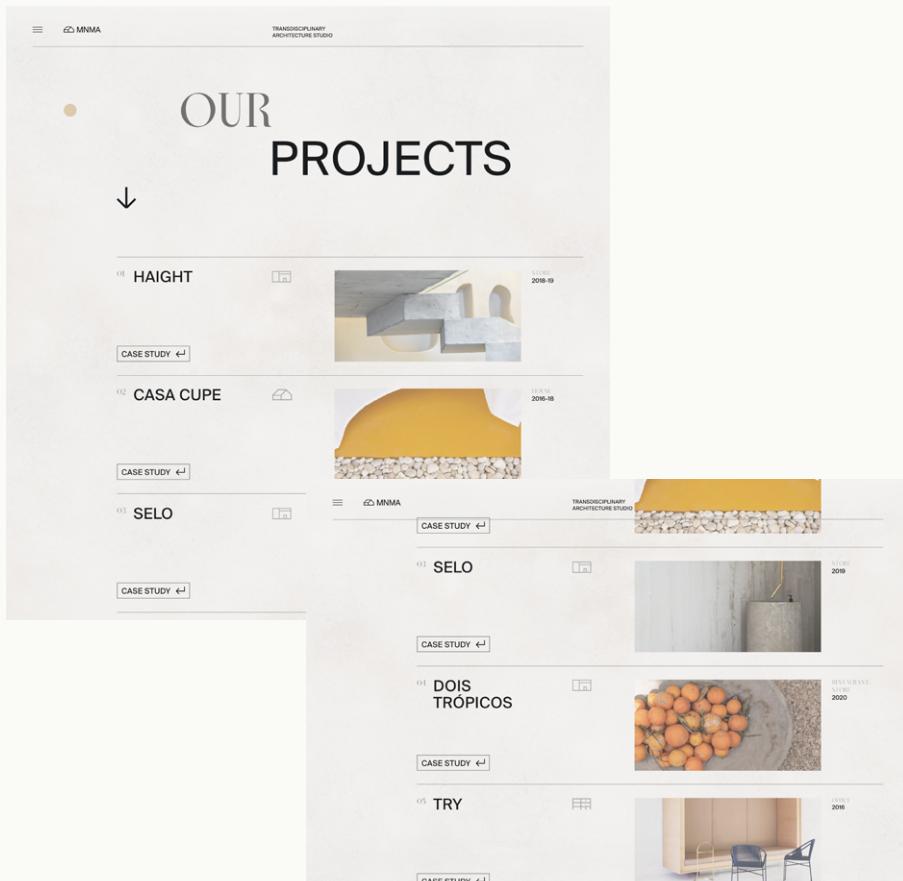
Le design du site est basé sur de la **grosse typographie combiné aux photos architecturales**. J'ai surtout joué avec le rapport des éléments entre eux (décalage, superposition, symétrie..), le contraste entre les deux typographies et la texture. Mis tous ensemble, j'ai voulu créer une interface unique et captivante.

**Menu :**



## “Work” page (liste des projets) :

J'ai designé deux types de navigation pour cette page : un scroll vertical et un scroll horizontal. L'utilisateur a le choix de son type de navigation. Il “l'arrange” à sa manière comme un designer d'intérieur pourrait le faire.



## Page Projet :

• SELO DE CONTROLE (100 M<sup>2</sup>) STORE IN SÃO PAULO (2019)

Photographed by André Kutz  
Retail Store in São Paulo (Brazil)

The 100 square meter retail restoration project for Selo brand of handmade shoes inspired us to create a kind of brief escapism atmosphere. MNMA studio's core process of developing ideas.

[EXPLORE ↗](#)

• CASA CUPE (250 M<sup>2</sup>) HOUSE IN PERNAMBUCO (2018)

Photographed by André Kutz  
Retail Store in São Paulo (Brazil)

A large yellow slab enriched by a porch was the element that

• DOIS TROPICOS (2 KM<sup>2</sup>) RESTAURANT IN SÃO PAULO (2020)

Photographed by André Kutz  
Restaurant and store in São Paulo (Brazil)

In Dois Tropicos, the limit between an architectural project and its production becomes incredibly thin and sensitive, emerging into a result where empirical experimentation and calibrated architectural decisions always fuel and impact each other.

[EXPLORE ↗](#)

ATTENTION TO TEXTURES AND MATERIALS

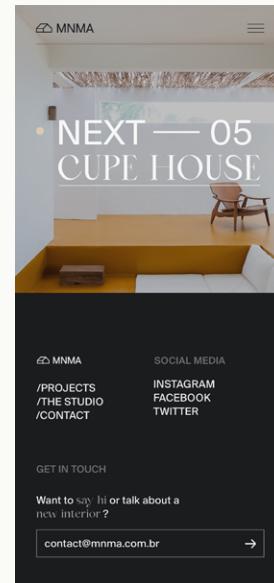
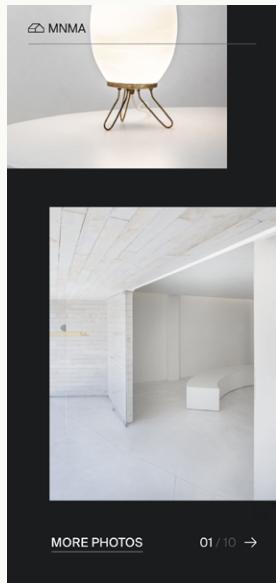
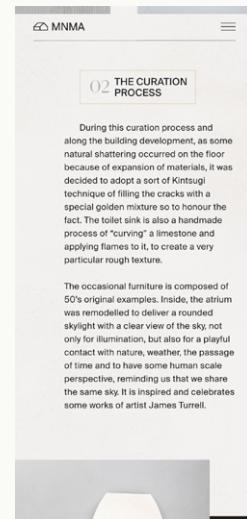
OUR CURATION PROCESS

During the curation process and during the building development, MNMA studio pursued a process of research on the textures and expansion of materials. It was decided to adopt a sort of 'knock' technique of filling the cracks with a special silicon mixture to 3D honour the fact. The toilet sink is also a handmade process of "curing" a limestone and applying flames to it, to create a very particular rough texture.

01 / 10 → [MORE PHOTOS](#)

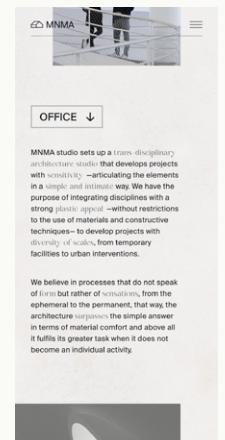
NAPT studio

• NEXT – CUPE HOUSE



← SOMMAIRE

## Page À propos :



# *Ad Astra Lab*

## Experience

TEST EN LIGNE →

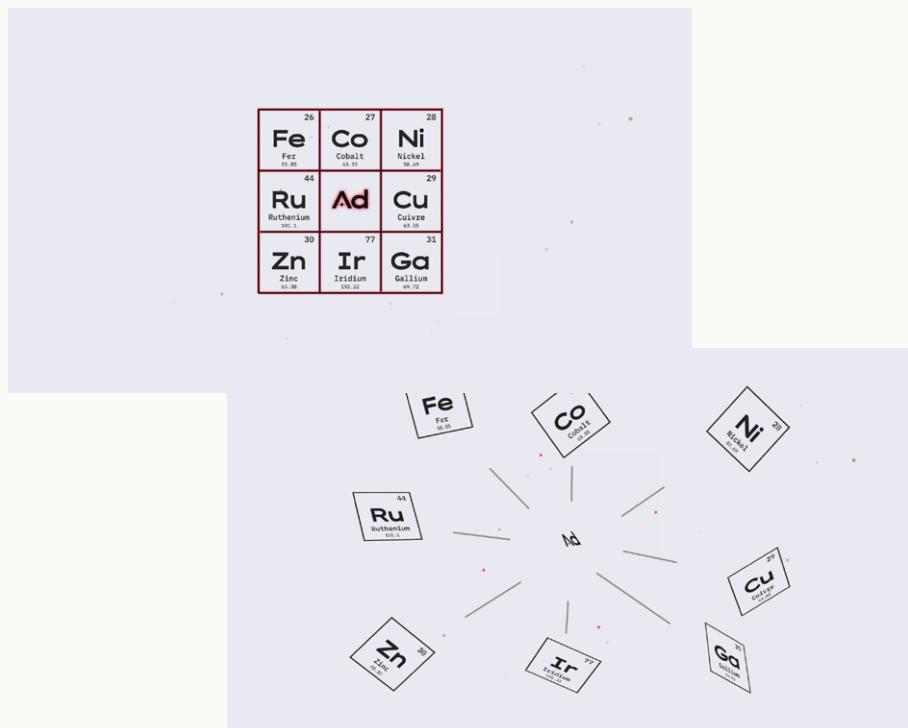
VIDÉO INTRODUCTIVE →

Ce projet a été réalisé à l'École Estienne. Nous avons créé *Ad Astra Lab*, une équipe de 3 chercheurs et scientifiques (Kamil Izaret, Axel Anastacio et moi) qui promettent **de trouver la planète qui vous correspond** à travers un test de personnalité (10 questions). À partir des résultats, nous sommes capables de générer la planète idéale ainsi que l'humanoïde adapté à y survivre. Chaque planète a donc sa propre forme de vie extraterrestre. Voici ma contribution à la réalisation de ce projet. **Vous pouvez effectuer le test (créé et développé par [Kamil Izaret](#)) avec le lien ci-contre (sur mobile idéalement).**

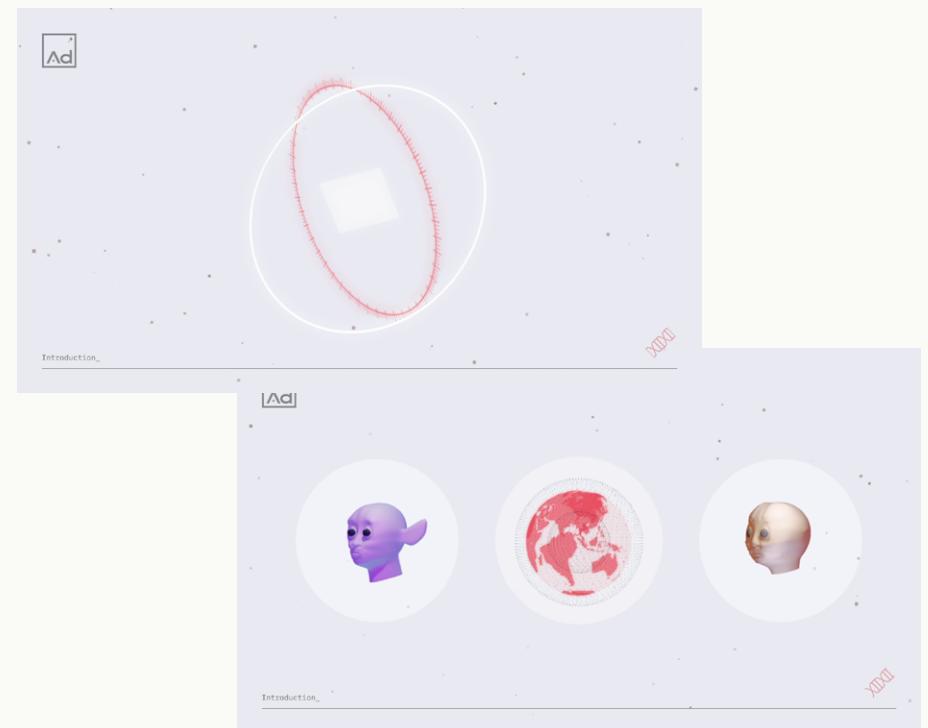
## Motion Design 2D/3D

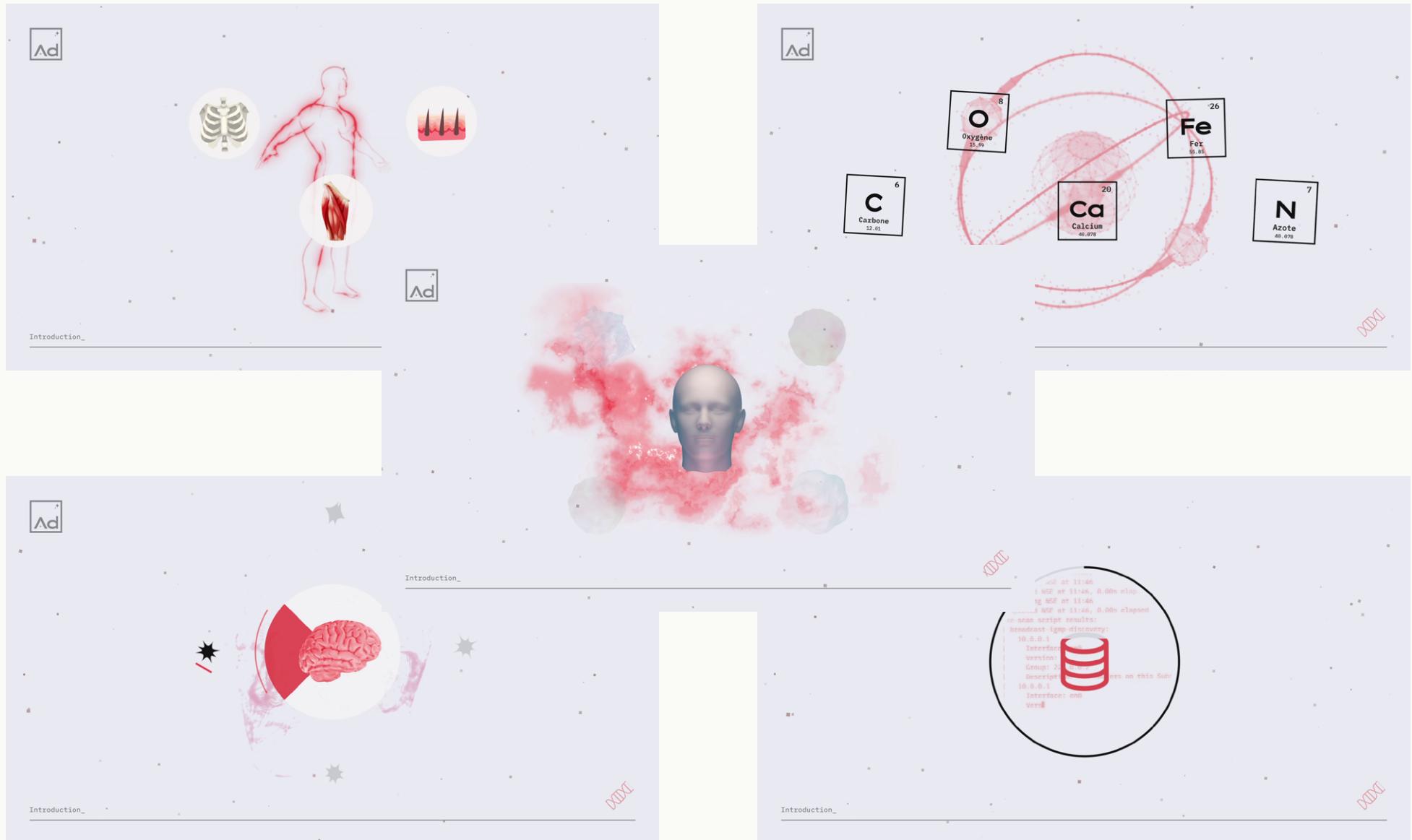
# VIDÉO INTRODUCTIVE

**LIEN VIMEO →**

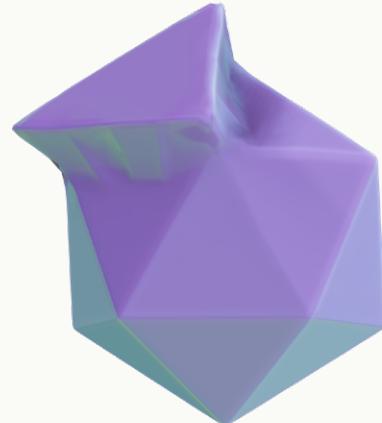
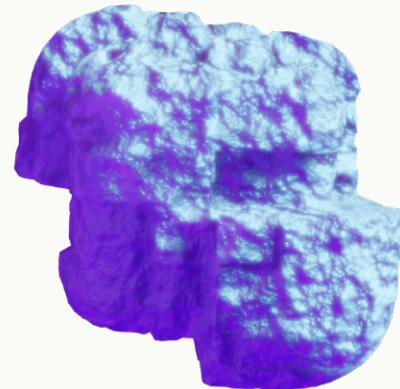


Afin de présenter l'expérience, j'ai créé une vidéo introduisant le manifeste d'Ad Astra, notre promesse et le déroulement de l'expérience. Tout a été fait avec **After Effects et Blender** en mélangeant animation 2D et 3D. J'ai utilisé quelques vidéos de banques de ressources en ligne pour l'arrière-plan, pour ensuite les retoucher et correspondre à la D.A choisie. La voix-off et la mélodie d'ambiance ont été composées par [Axel Anastacio](#).

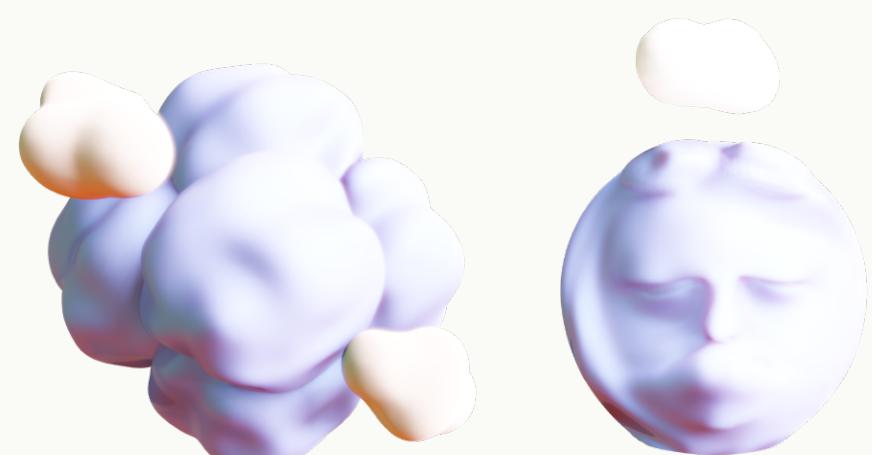




# PLANÈTES ET HUMANOÏDES



À la fin de la vidéo, nous affichons un QR code aux participants de l'expérience pour qu'ils soient redirigés vers le site du test. Ce dernier peut générer 12 planètes et humanoïdes différents. Les planètes sont attribués selon le symbole dominant affiché lors du résultat. Voici les planètes que j'ai créées ainsi que leurs créatures respectives.



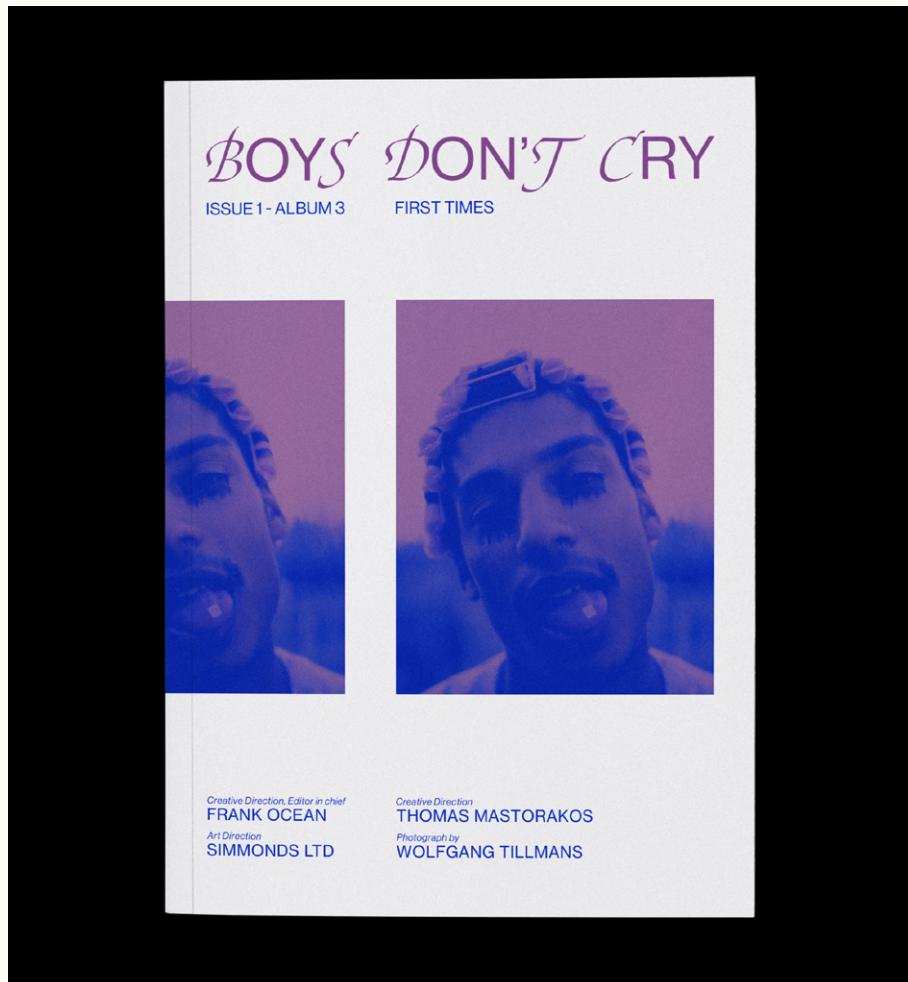
# Boys Don't Cry Magazine

POST INSTAGRAM 1 →

POST INSTAGRAM 2 →

Concept éditorial pour le magazine “Boy’s Don’t Cry - First Times issue” publié par l’artiste **Frank Ocean** en août 2016 pour la sortie de son album **“Blonde”**. L’œuvre originale est brillamment réalisée avec une imagerie riche. Son contenu traite principalement des voitures, de la mode, mais c’est aussi un aperçu de l’intimité de Frank. Pour cette version repensée, j’ai voulu tenté une approche différente en me focalisant uniquement sur **le titre de l’œuvre** et sur **une série particulière de photos** déjà dans le magazine. **Vous pouvez cliquer sur les liens pour découvrir le projet détaillé en anglais.**

## Couverture :



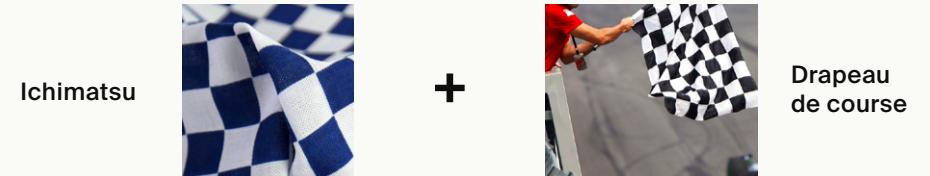
Le premier design est la page de couverture. Le bleu et violet combinés soulignent le **mystère et la passion** parce que “*Boys Don't Cry*” était un projet énigmatique dont on ne connaissait que le titre. Personne ne savait à quoi s'attendre avant sa sortie. J'ai illustré le titre **ironiquement** : une photo d'un homme qui semble pleurer, amenant le spectateur à **se questionner**. Le choix typographique, j'ai couplé une police grotesque suisse à des lettres **fantaisistes** et plus prononcées. Cette combinaison dissimule une personnalité **cachée**, à l'image de l'artiste qui se dévoile très peu au public et toujours **imprévisible**.

## Série photographique : 2 double-pages.



**"Fishtail"** signifie "tête à queues" lorsqu'on parle d'une voiture. Cette perte de contrôle résulte d'une mauvaise manipulation du véhicule. Ainsi, les photos sont disposées **anormalement** suivant un damier. **Ce motif à carreaux**, allant de haut en bas, représente **le comportement imprévisible** du véhicule (à l'image de Frank Ocean) durant un tête à queues. C'est aussi une référence aux drapeaux de course et à culture japonaise. **"Ichimatsu"** est le nom d'un motif traditionnel kabuki ressemblant au damier.

**"Fishtail"** est une série de photos prises par Michael Mayren qui met en avant **Tokyo et sa scène automobile**. Cette métropole rappelle le violet et le bleu avec sa richesse **florale** : Sakura, Shibazakura or Nemophila. **Ces fleurs et les couleurs qui en ressortent font partie intégrante** de la culture japonaise.



# Laboratoire *Motion design*

Le laboratoire Motion est une sélection de vidéos animées pendant ces dernières années. De la direction artistique, de l'illustration et de l'animation. Des œuvres principalement 2D mais aussi quelques expérimentations 3D.

*Intro d'émission en direct*

# DANS LA BOX

[LIEN VIMEO →](#)

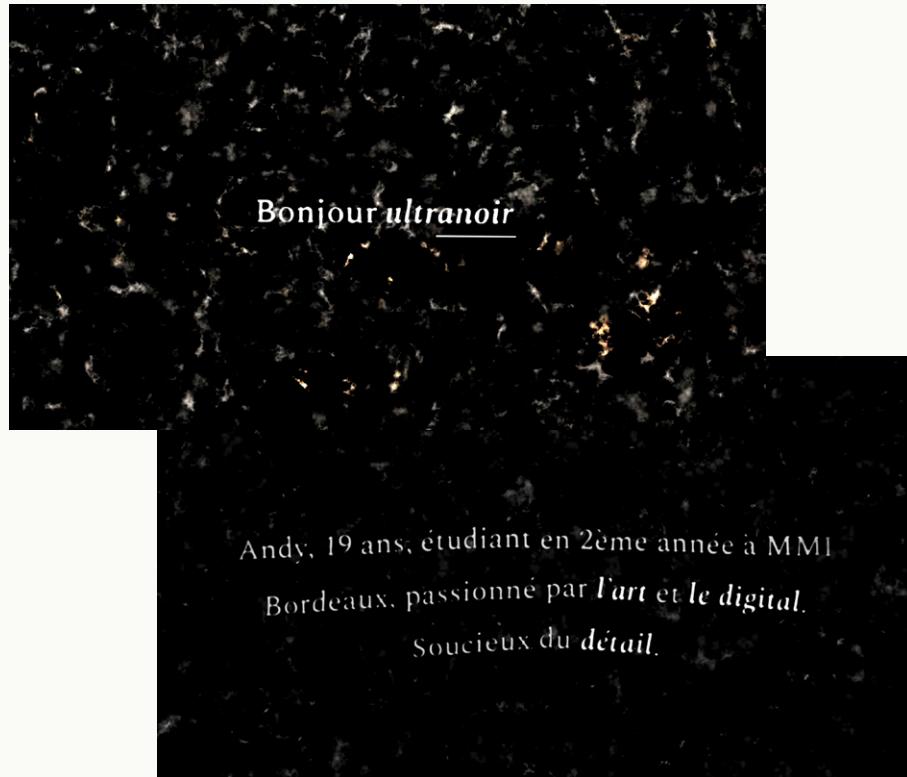
[SOUND DESIGNER →](#)



Candidature de stage

# ULTRANOIR

VIMEO →



Début 2020 (avant l'arrivée du COVID), j'étais à la recherche d'un stage et l'agence digitale "**ultranoir**" m'a tapé dans l'oeil. Marqué par leur identité et leur travail, j'ai tout de suite su que je devais faire **une candidature unique pour être sur d'attirer leur attention**. J'ai donc décidé de créer **une candidature animée spécialement pour eux** en quelques jours. **Composition, animation et design sonore** faits par moi-même.

Afin de rester fidèle à l'ADN de l'agence et les marquer, j'ai voulu **retranscrire leur identité**. Inspiré de leur site, j'ai créé une ambiance visuelle et sonore **plutôt spatiale mais avec une touche d'élégance**. Le script était simple mais droit au but : **qui je suis, ce que je veux, pourquoi moi, pourquoi eux et ce que je voulais faire dans le futur**.

## Aperçus de la vidéo :



Vos projets me correspondent.

À la fois  
GRAND PRIX D'HORLOGERIE DE  
GENÈVE 2019  
Interactifs et Élégante



*Animation 3D*

# THE 3D ORB

POST INSTAGRAM →

SOUND DESIGNER →

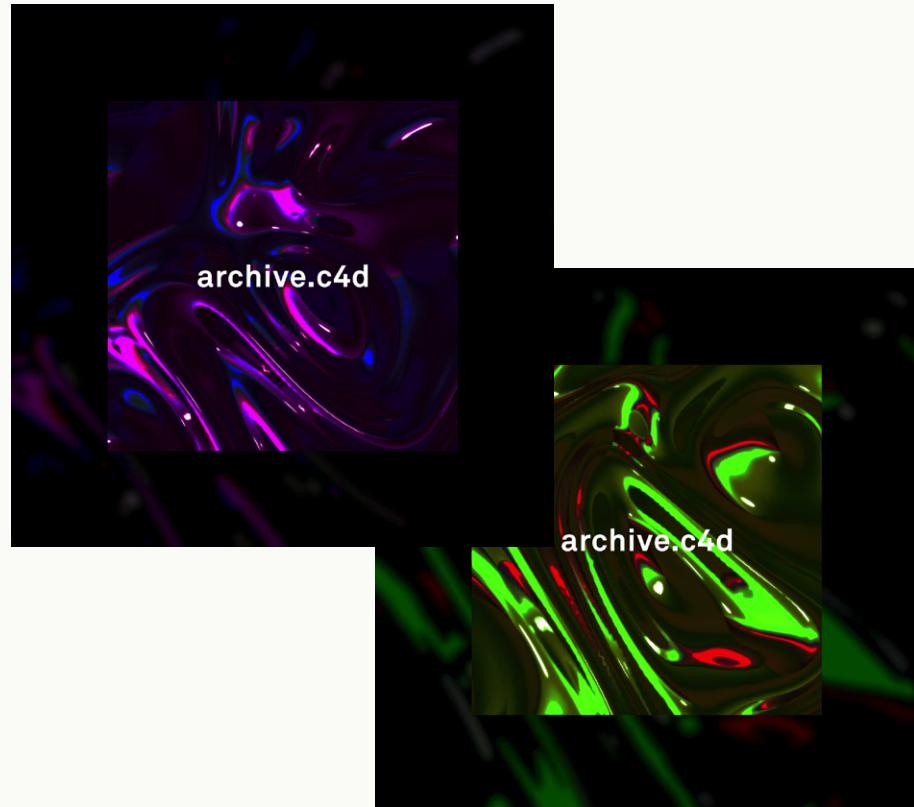


Cette courte animation 3D représente **une orbe** qui éclot et se referme sur elle même (en boucle). J'ai collaboré avec un sound designer pour renforcer l'atmosphère futuriste. Merci à [Antoine Ratsimbazafy](#), encore une fois, **pour le son**. Modélisé et animé sur **CINEMA 4D**. Post-production sur After Effects. **Le lien est juste à gauche.**



*Animations 3D*

# ARCHIVE.C4D

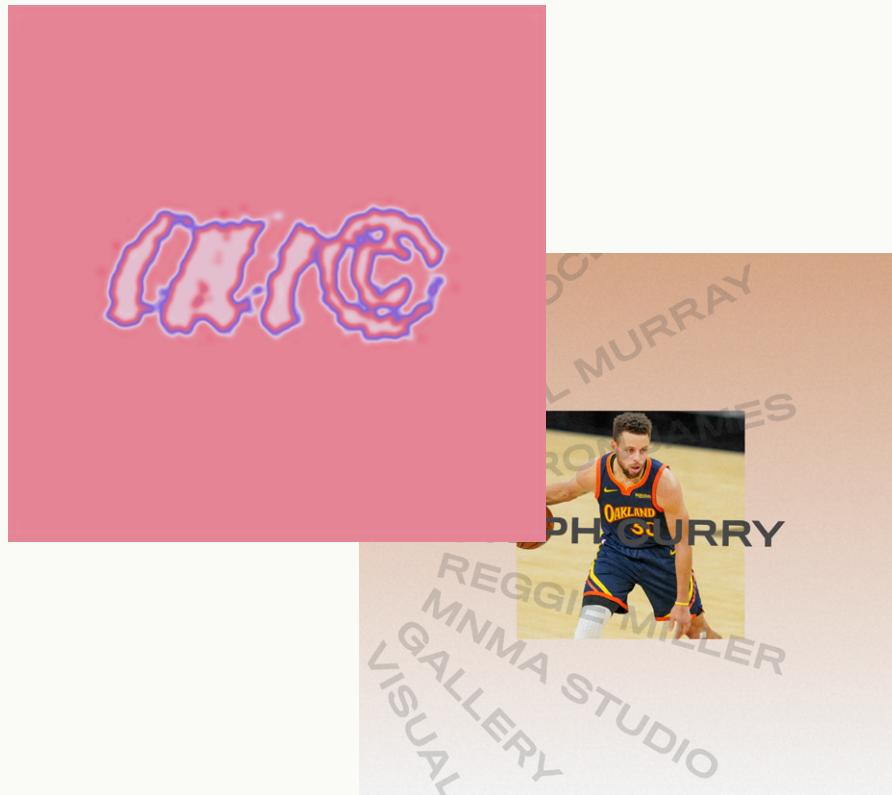


**archive.c4d** est une série de courtes animations 3D explorant la déformation de formes et les dégradés animés. Mes premières sur **CINEMA 4D**. Post-production sur After Effects. Cliquer sur les miniatures pour voir les animations.

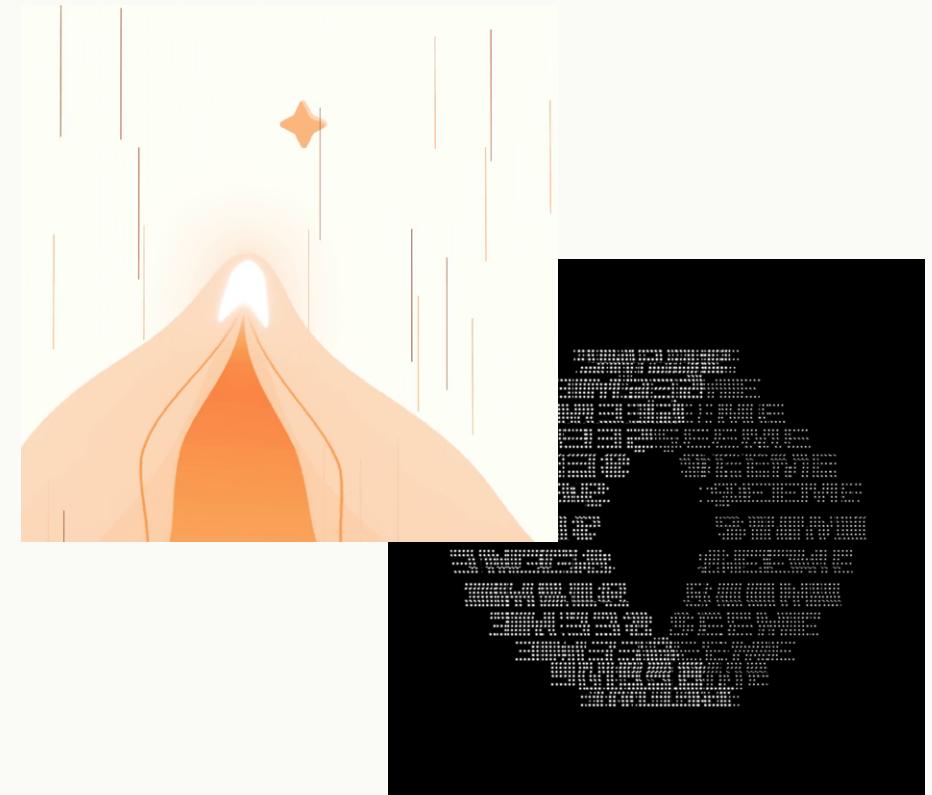


*Animation 2D*

# EXPÉRIMENTATIONS



Quelques courtes animations en vue d'expérimenter les possibilités d'After Effects.



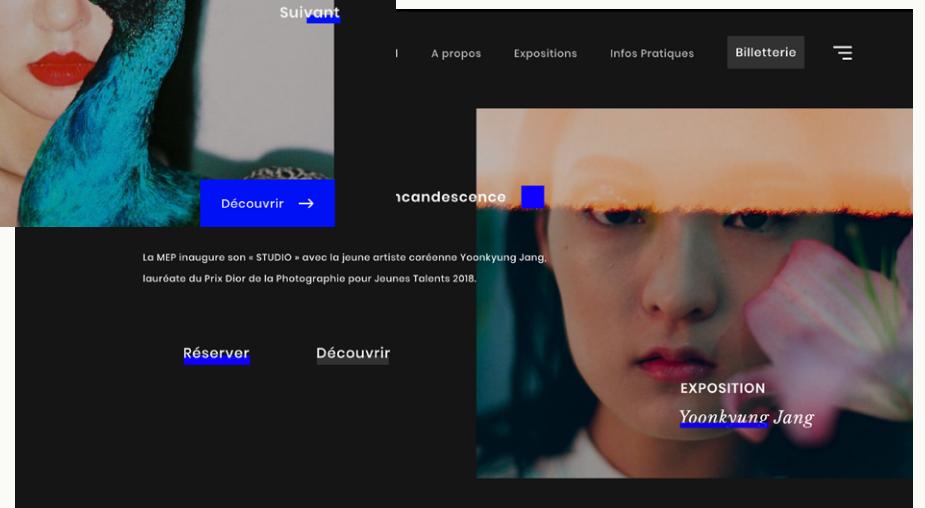
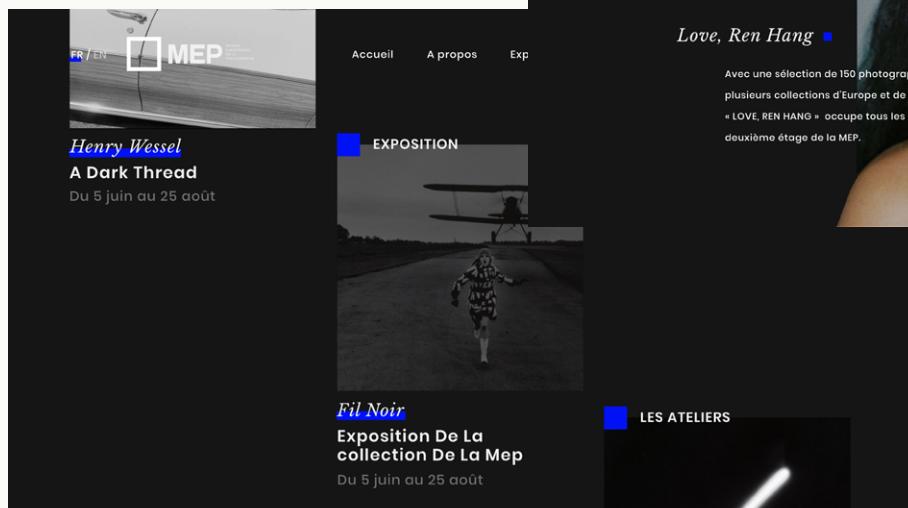
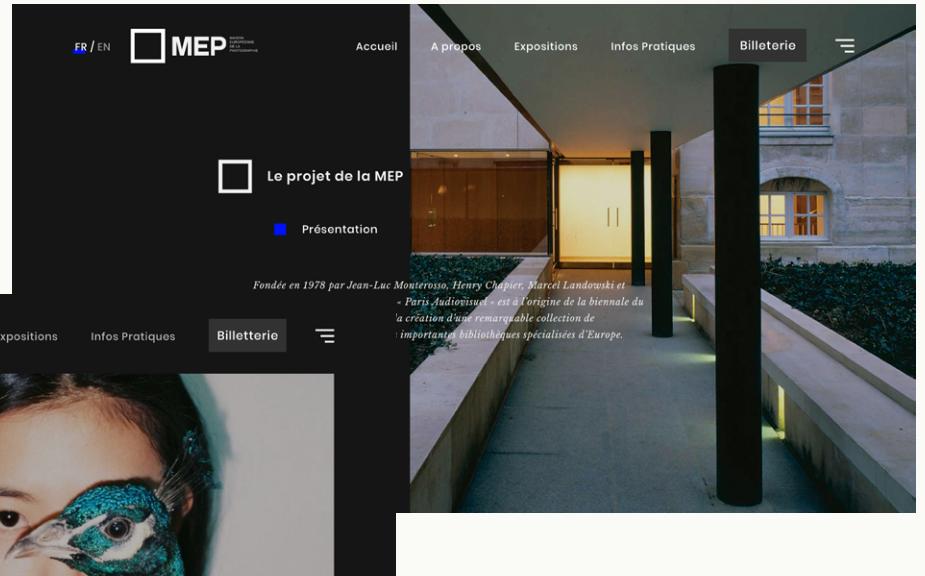
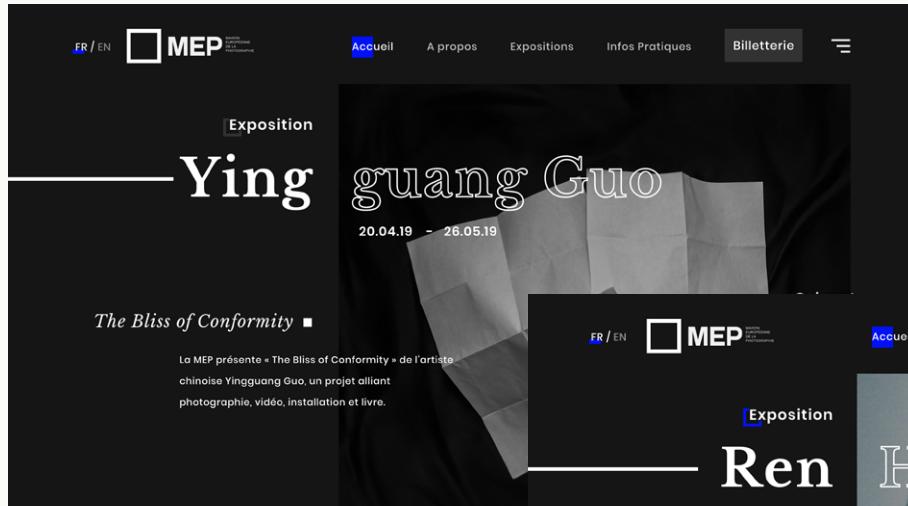
# *La Maison Européenne de la Photographie*

CAS BEHANCE →

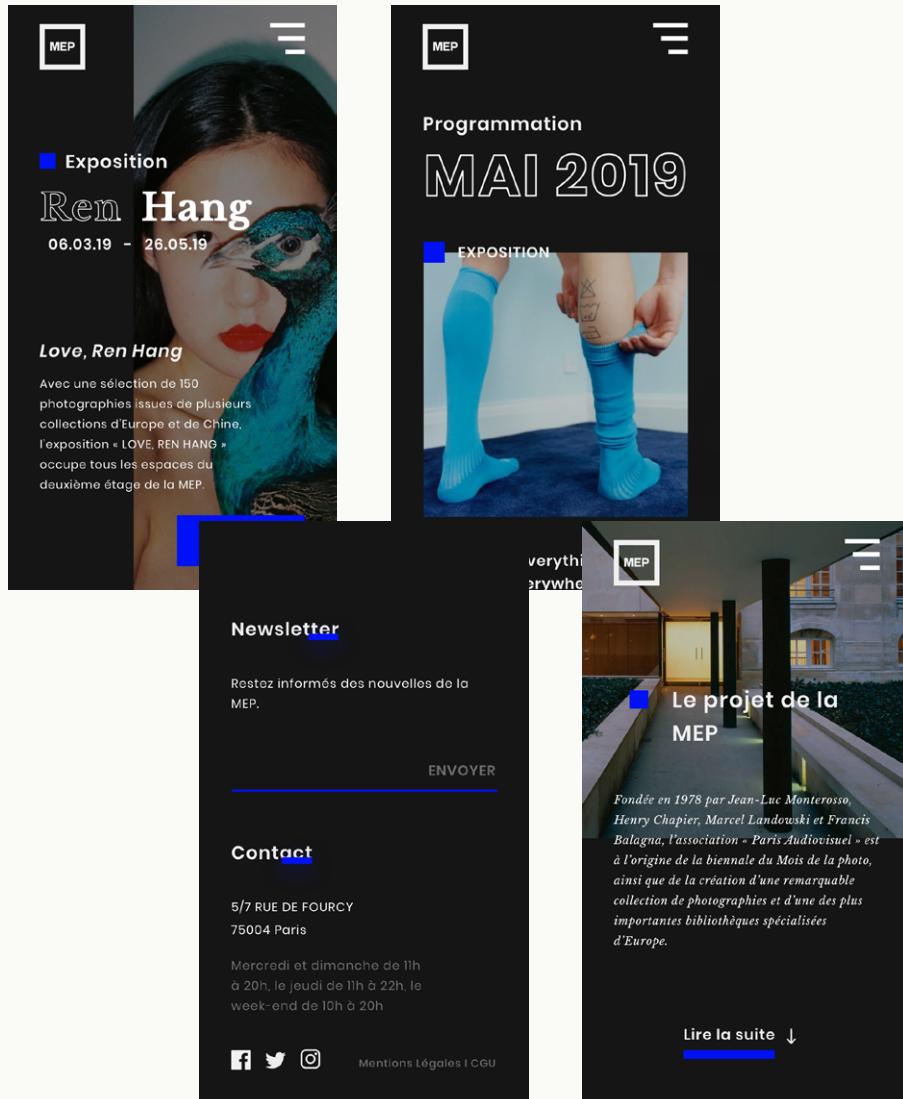
TEASER →

Durant mon DUT MMI, nous avons été briefés pour refondre un site web de notre choix (graphiquement) en 5 jours. Mon choix s'est porté vers *La Maison Européenne de la Photographie*, un musée parisien qui m'intriguait. J'ai pu endosser le rôle de D.A digital et j'ai pu exprimer mon univers graphique. Les objectifs étaient de fournir une meilleure expérience et renforcer l'identité du musée à travers un site fidèle au lieu physique. Les choix graphiques s'inspirent du logo initial en mettant le cadre photo en avant. Ce projet m'a permis de m'améliorer en direction artistique, en web design et en animation. Le projet complet est disponible sur Behance. J'ai aussi produit un "teaser" sur Instagram.

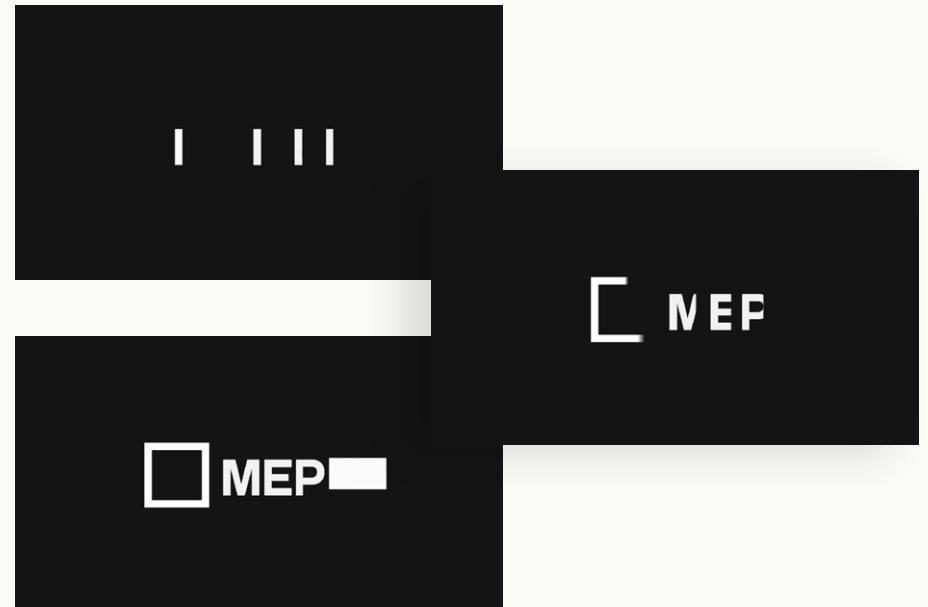
## Desktop :



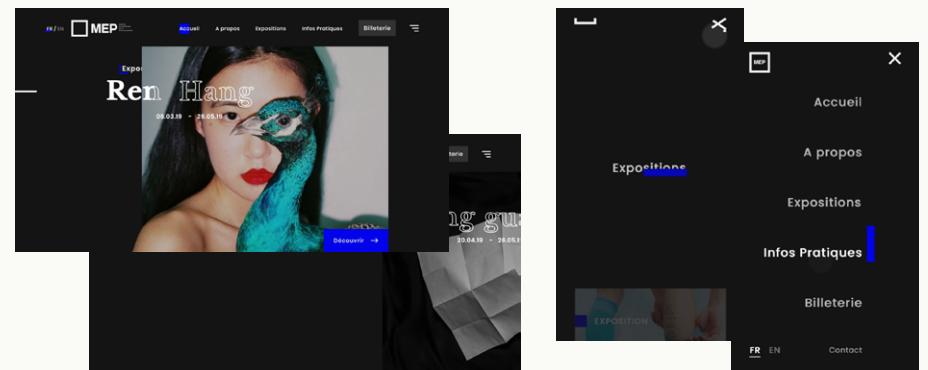
## Mobile :



## Animation du logo :



## Animations d'interface :



# Laboratoire *Web*

INSTAGRAM →

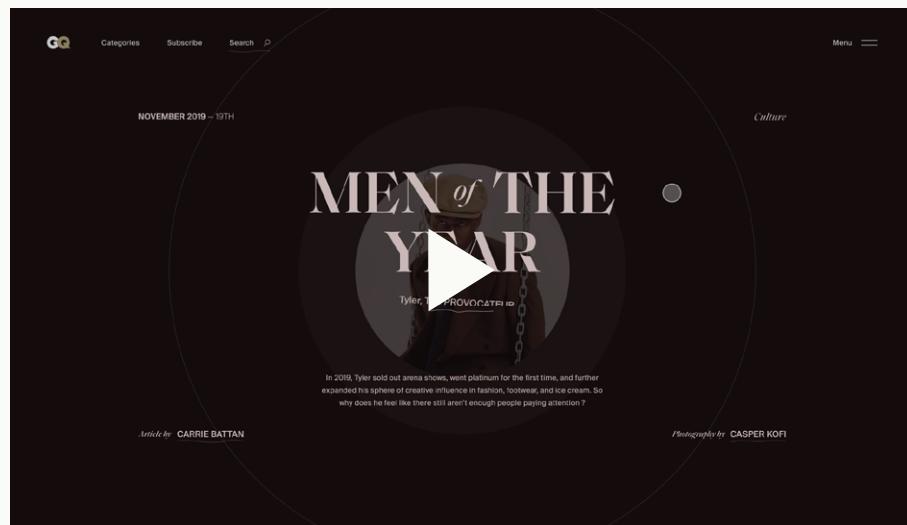
Le laboratoire web est une sélection de design d'interfaces faites ces dernières années. Le but était de m'entraîner et améliorer mes compétences en **direction artistique, en web et en animations (via After Effects)**. Mon travail est fortement influencé par la mode, le luxe et la culture américaine dans lesquels je baigne continuellement.

# GQ MAGAZINE

LIEN VIMEO →

J'ai choisi le site de **GQ**, un magazine lifestyle, pour une interface élégante et riche en animations. J'ai animé les interactions et le menu.

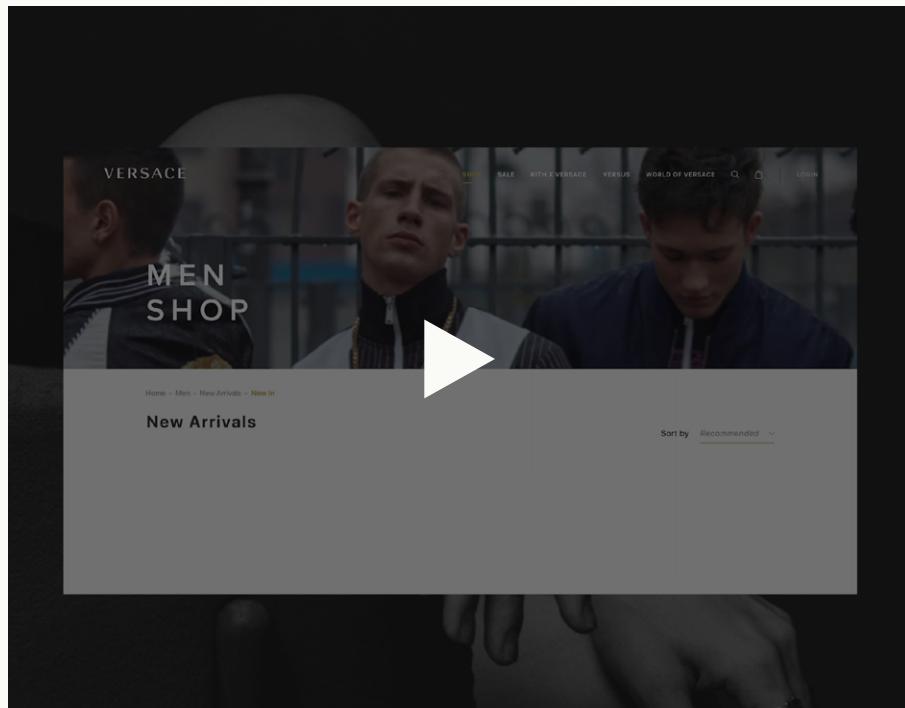
L'animation :



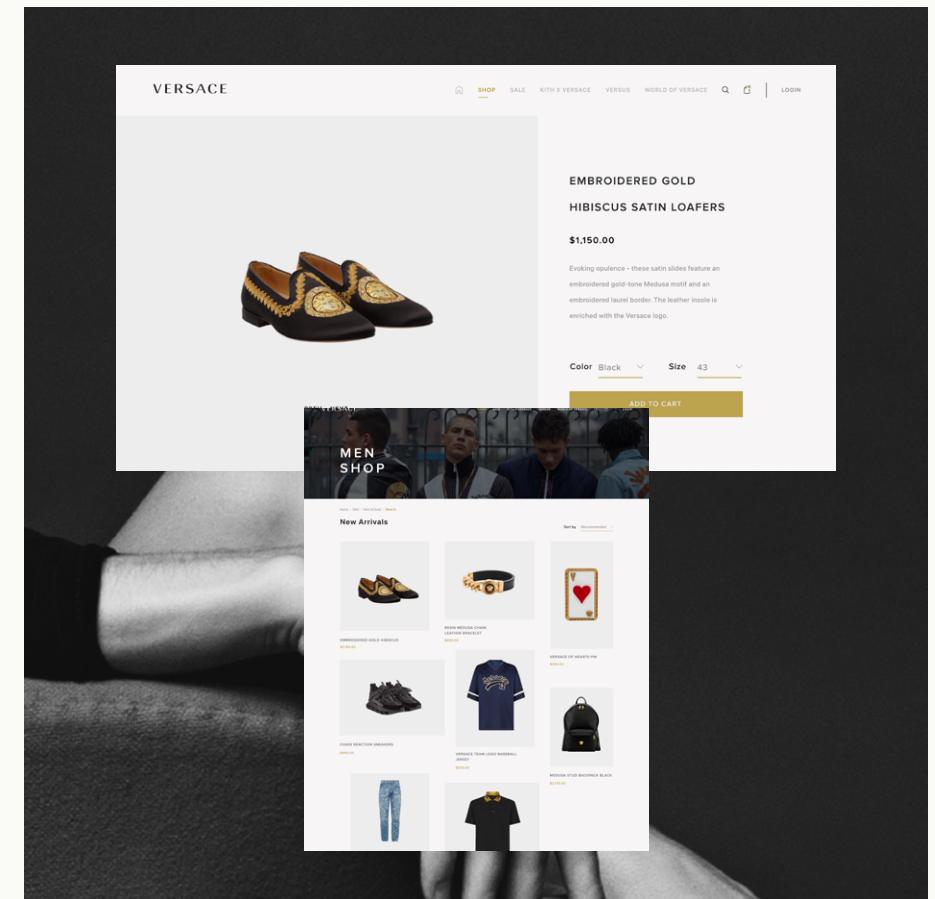
# VERSACE E-SHOP

LIEN VIMEO →

L'animation :



Design d'interfaces et d'interactions du site de **Versace**. : J'ai repensé la page shop pour Homme et la page produit puis les animations entre celles-ci.



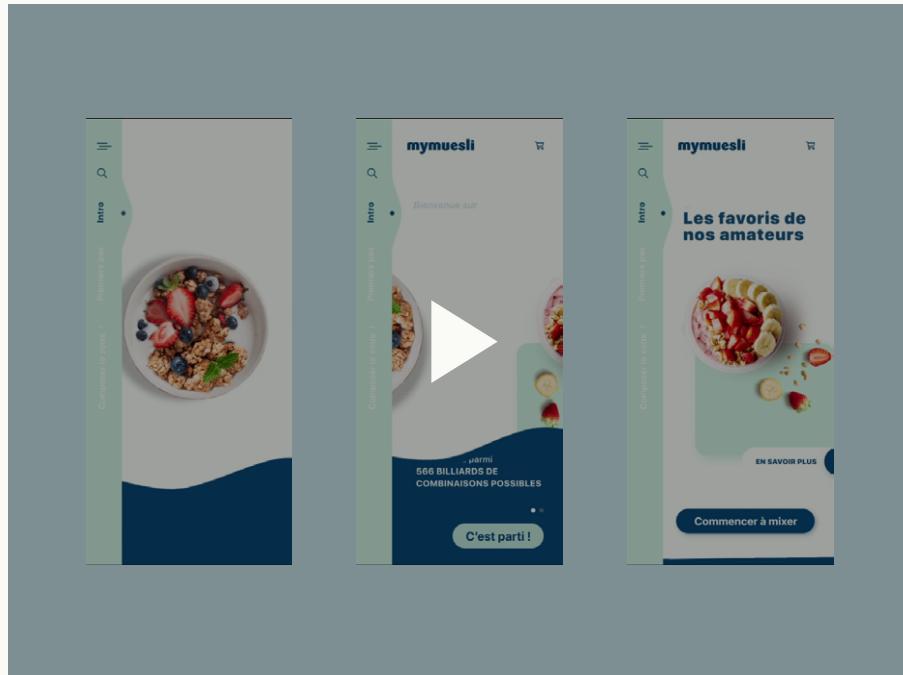
# MYMUESLI MOBILE

LIEN VIMEO →

ALLER AU PROJET MYMUESLI →

Voir le projet "Campagne mymuesli" pour en savoir plus.  
Voici l'animation du site mobile.

Animation Mobile :

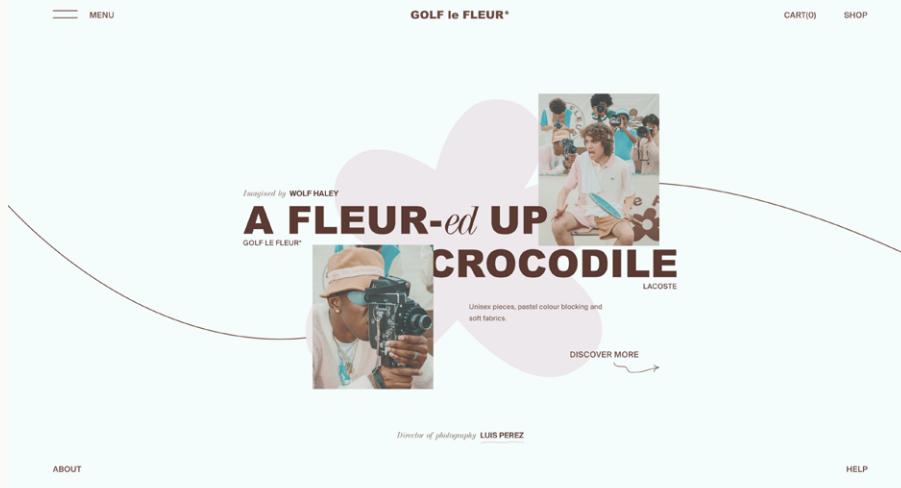


# GOLF le FLEUR x LACOSTE

[LIEN VIMEO →](#)

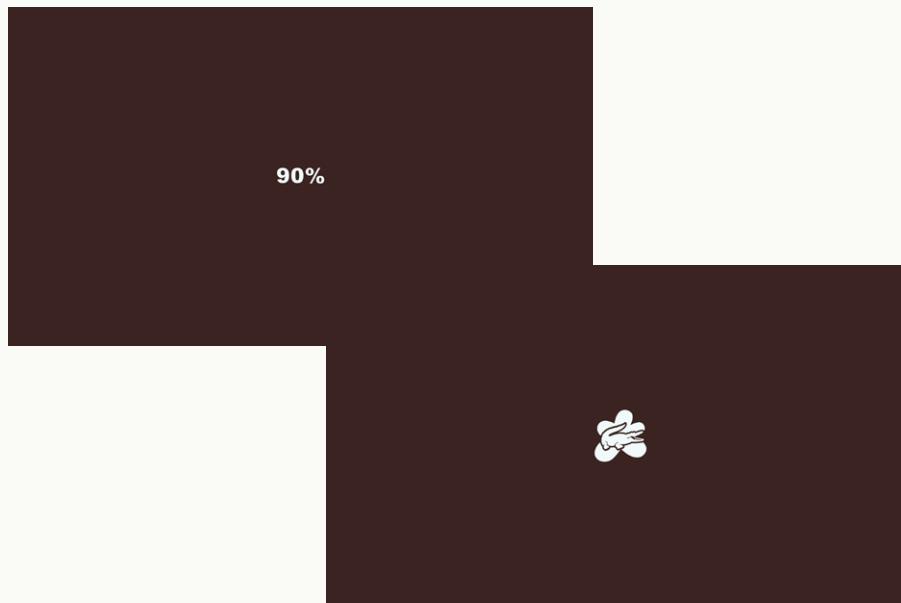
Un concept de landing page pour la collaboration entre les marques de vêtements : **GOLF Le FLEUR et Lacoste**. J'ai choisi la marque GOLF le Fleur car son créateur, *Tyler, The Creator*, m'inspire beaucoup par sa personnalité unique qui se ressent dans son art. Crée avec Adobe XD et After Effects.

Le design :



Pour le design, j'ai utilisé la palette de couleurs déjà établie pour les produits de la collaboration : **bleu pâle, rose pâle et marron**. J'ai choisi la police *Arial*, venant du logo original de GOLF, combiné à une serif plus élégante représentant **Lacoste**. La fleur en arrière-plan symbolise le logo de **GOLF Le FLEUR**. Les lignes viennent embellir la fleur puisqu'elles représentent **des tiges**.

## L'animation :



Tout d'abord, il y a un écran de chargement où l'on aperçoit le logo de la collaboration. La fleur apparaît en éclosion et les autres éléments s'accordent autour d'elle : les tiges poussent de chaque coté pour finir attachées à la fleur. Les photos apparaissent comme des pétales et se connectent à la tige.



# Stéphane Azar Portfolio

WEBSITE (UNDER CONSTRUCTION) →

Site web pour un **monteur vidéo et photographe** : **Stéphane Razafindramanana**. Il souhaitait un portfolio visuellement fort pour exposer ses projets. Son travail gravite essentiellement autour de la scène rap/hip-hop : clip vidéos, pochettes d'album... Je suis en charge de la **direction artistique** et du **web design** et collabore avec une développeuse web : [Julie de Mendonca](#). Expérience enrichissante où j'ai pu partager ma vision avec le client et le développeur. Mon objectif : refléter la personnalité de Stéphane et son esprit créatif. Je vous partage ici une sélection d'aperçus du site final.

**Stéphane Azar**

**work**

• 01 / 08

**Dosseh**  
**BOITE À SHOES**  
Filming - Making of - VFX

Stéphane Azar

• 08 / 08

**EXPERIMENTS**  
Design - Motion - Video

about

• 02 / 08

**OLYMPIA REPORT**

**13 BLOCK REPORT**

**RK REPORT**

**NIXON**

**LUNI**

**BLURRY VISION**

about

contact

**SHOES - BOITE À SHOES**

**BOITE À SHOES -**

Client  
Year  
Role  
Clip vidéo  
Making of  
Photography

work

work

project list

↓

↓

D.A. WEB DESIGN

2020

Stéphane Azar

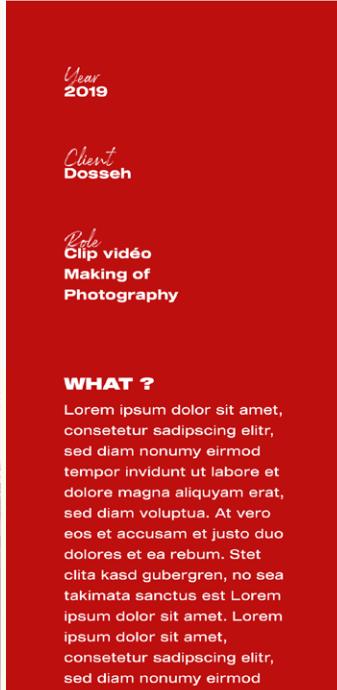


• 04 / 08

**EXPERT**  
Graphic Design



↓



Year  
2019

Cheat  
Dosseh

Role  
Clip vidéo  
Making of  
Photography

**WHAT ?**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod

**WHO AM I ?**  
I'm Stéphane "Azar" Razafindramana, a 20 year-old photographer, videomaker and graphic designer based in Bordeaux, France focused on visual and art direction. Currently a second year student in Multimedia and design at IUT Bordeaux Montaigne, I'm looking for a 3 months minimum internship in art direction.

**WHAT I DO**  
Photography  
VFX  
Filmmaking  
Graphic Design  
Etc

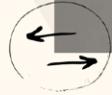
**SAY HI**

Stéphane Azar



• 08 / 08

**BLURRY VISION**  
Experimental Video



**01** ~~BOITE À CHOSES~~

**DOSSEH OLYMPIA**

**13 BLOCK REPORT**

**RK REPORT**

**NIXON**

**LUNI**

**BLURRY VISION**

**PROJET NOIR**

2020 Tous droits réservés.

D.A.

WEB DESIGN

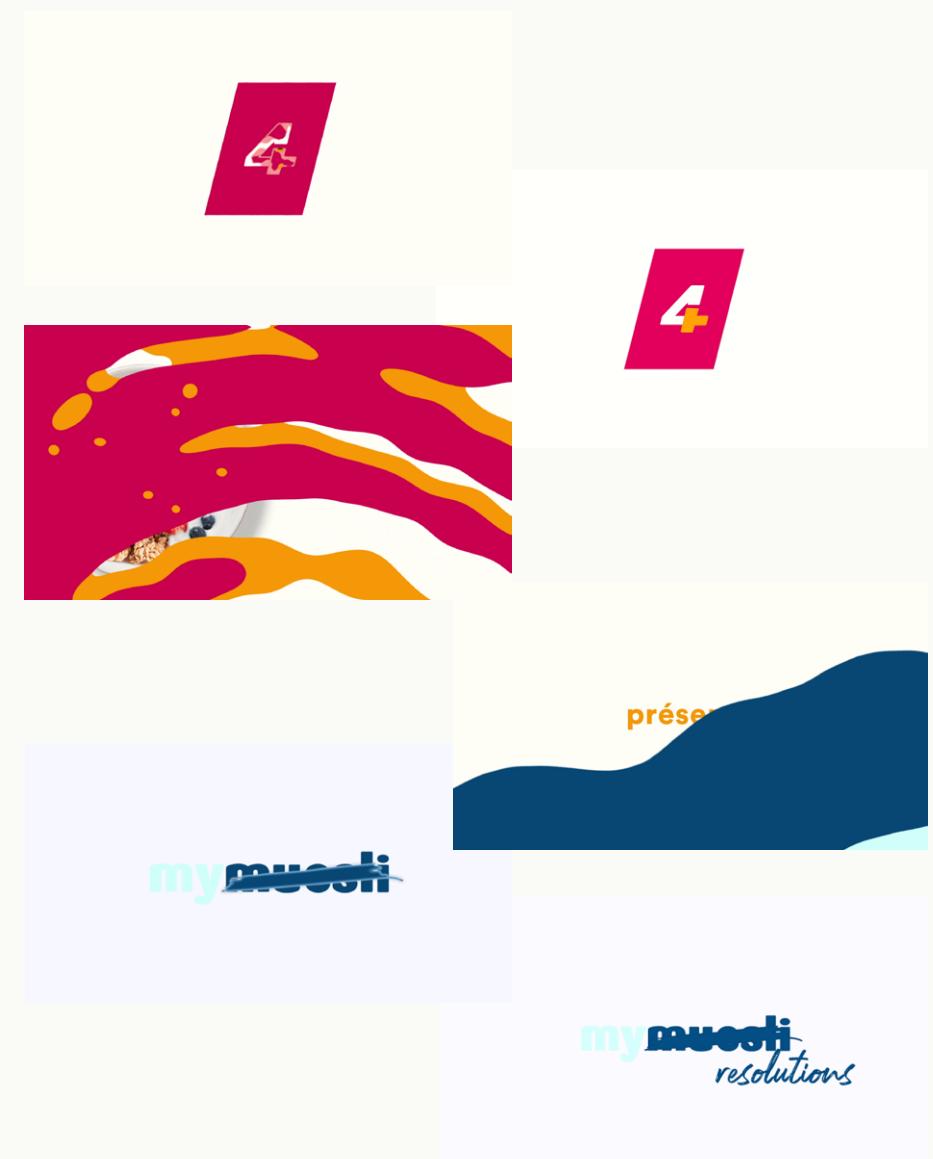
2020

# Campagne *mymuesli*

PDF DE PRÉSENTATION →

En DUT MMI, nous (par groupe de 6) avons été briefés pour créer une **campagne digitale** pour le client : *mymuesli*, marque de mueslis allemande. Nous avions **4 jours** pour développer une stratégie 100% digitale, faire de la marque un leader premium du marché en France, et promouvoir l'outil de personnalisation. Pour consulter le projet en détail (analyse, stratégie,...) , **cliquer sur le lien du PDF de présentation**. Ici, j'exposerai uniquement **ma contribution créative**.

Pour la présentation orale, je voulais que nous démarriions de manière impactante. Le moyen le plus adéquat selon moi : **le motion design.**



**Cliquez sur les miniatures correspondantes pour voir les animations.**

Pour résumer, basé sur nos analyses, nous avons constaté que les Français **culpabilisaient** d'être gourmands. Notre objectif : les aider à **déculpabiliser** en promouvant le muesli : **un repas à la fois gourmand et sain.**



C'est ainsi que nous avons imaginé **#myresolutions**. Et pour introduire ce concept, j'ai réalisé **une courte vidéo de transition avec de nouvelles couleurs.**

Nous voulions lancer #myresolutions durant le nouvel an 2020, période de résolutions. Le concept est simple : si les gens ne tenaient pas leurs résolutions, *mymuesli* leur offrirait des mueslis en échange pour qu'ils arrêtent de culpabiliser. Nous avons diffusé la campagne à travers différents canaux : réseaux sociaux, articles de blog, print, influenceurs, site mobile.

## Prototype mobile :



## Print + Réseaux Sociaux :

ON VOUS OFFRE VOTRE  
ABONNEMENT  
À LA SALLE DE SPORT  
EN MUESLI



**mymuesli**  
#MYRESOLUTIONS

À la fin du parcours consommateur, nous invitons les participants à commander leurs mueslis offerts sur **le site mobile**. Nous avons repensé **l'expérience mobile** exclusivement pour la campagne, le but étant de promouvoir l'ultra-personnalisation avec **"Le Mixer"**. De plus, ils peuvent **partager leurs recettes de mueslis**. Cliquez sur l'image pour voir le parcours mobile.

Une fois commandés, les clients reçoivent leurs mueslis offerts dans un **emballage exclusif**. Nous l'avons imaginé avec l'identité de **#myresolutions** et des **citations réconfortantes** inscrites sur la boîte avec toujours le même objectif : **les faire déculpabiliser**.



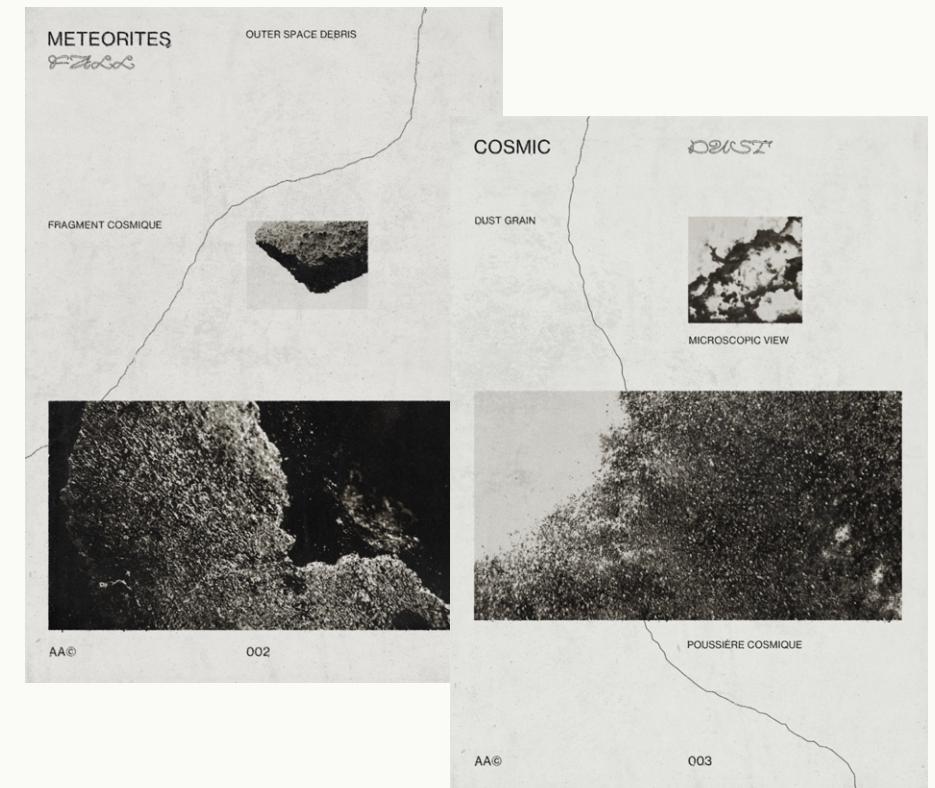
**"Libéré, Délivré"** est aussi une référence à une collaboration passée entre **mymuesli** et le film **"La Reine des Neiges"**.

# Laboratoire *Graphique*

Le laboratoire graphique est une sélection de divers travaux artistiques et graphiques : des expérimentations, des concepts... **Tout type de créations sont réunis.**

*Série de posters*

# OUTER SPACE BODIES

[POST INSTAGRAM →](#)
[VOIR EN HAUTE QUALITÉ →](#)


Couverture d'album

# FROST GOD

POST INSTAGRAM →

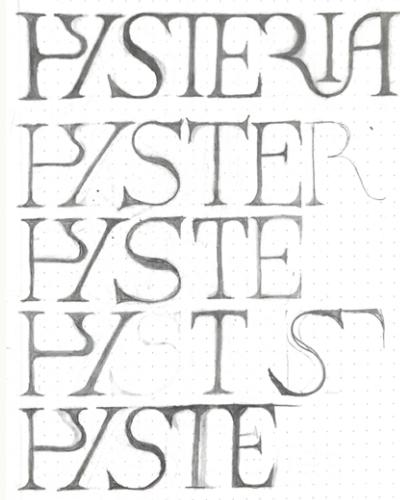
Concept de couverture (avant et arrière) pour la mixtape sorti en 2016 de Yung Lean : "Frost God". Le titre m'a directement fait penser aux silhouettes visibles à travers la glace. Je me suis donc basé sur ce type de photos aux tons froids. Ces mystérieuses ombres effrayantes aux tons bleus véhiculent l'ambiance que l'on ressent à travers l'album. Le mock-up de CD a été scanné à la main. Les photos originales sont de [Glenn Scott](#), [David Rosen](#), [Matthias Lueger](#).



*Typographie et lettrage*

## DESIGN TYPOGRAPHIQUE

### “HYSTERIA” - Conception



# HYSTERIA

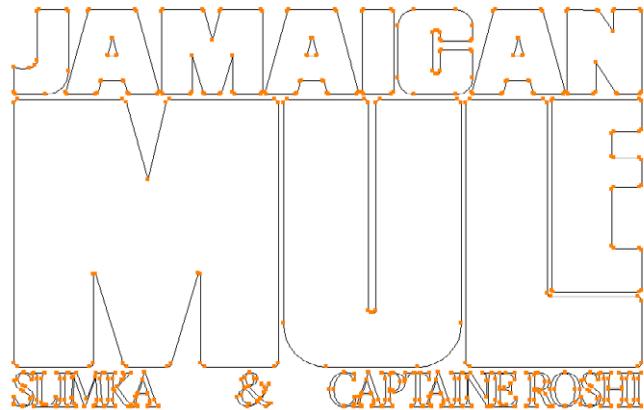
Depuis début 2021, mon intérêt pour la typographie a grandi. J'ai donc commencé à vouloir découvrir et essayer le dessin de caractères pour ensuite créer une oeuvre autour, en voici les extraits.

### Visuels

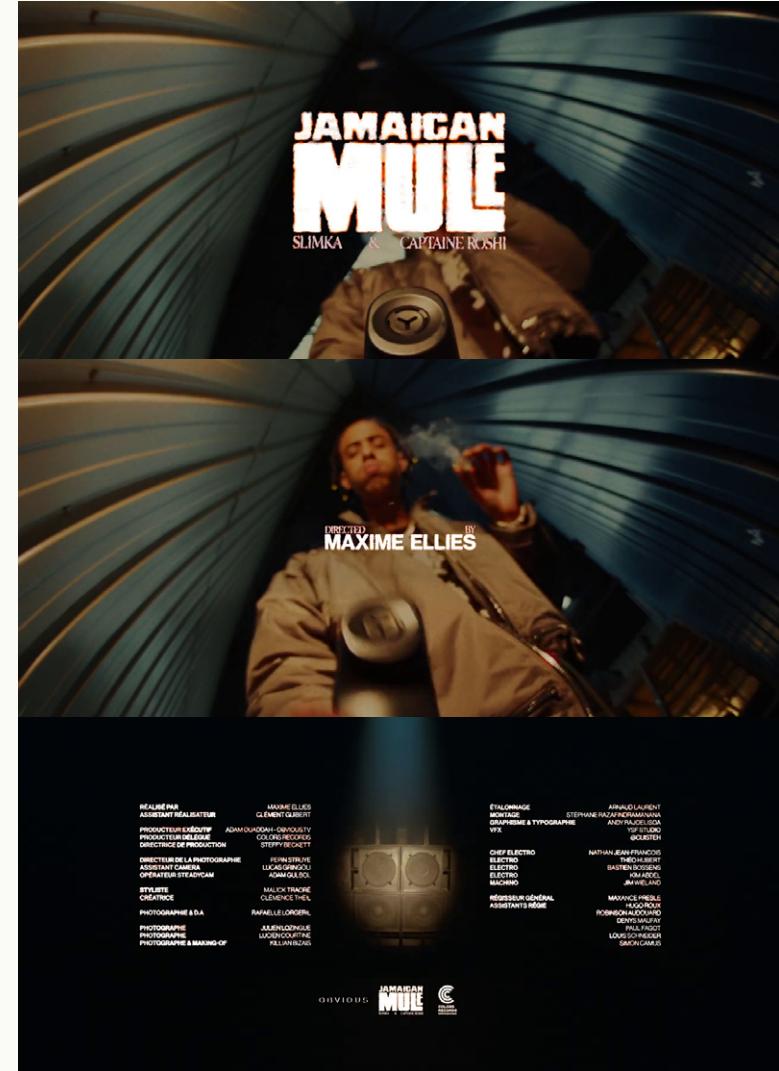


## “JAMAICAN MULE” - Conception

[LIEN DU CLIP →](#)



## Titrage + Crédits - Final :



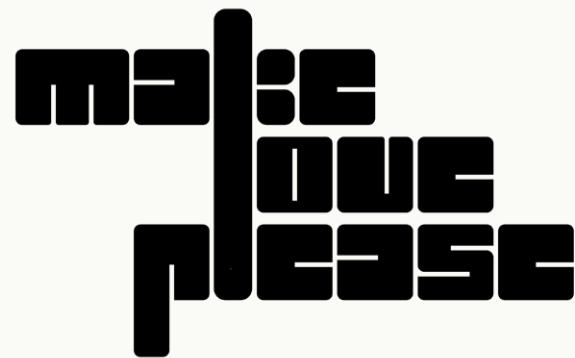
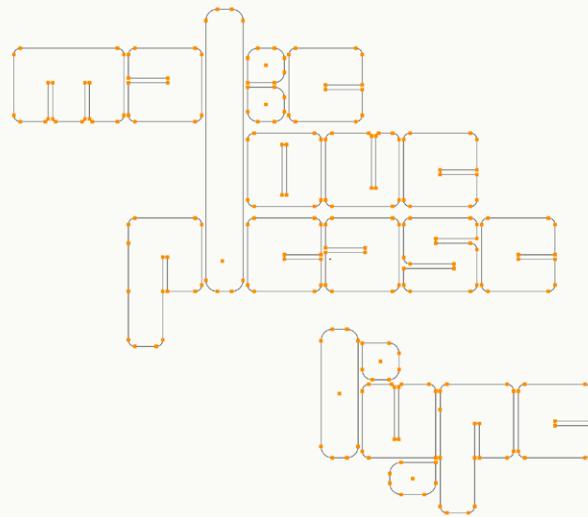
## “PHASE” - Conception



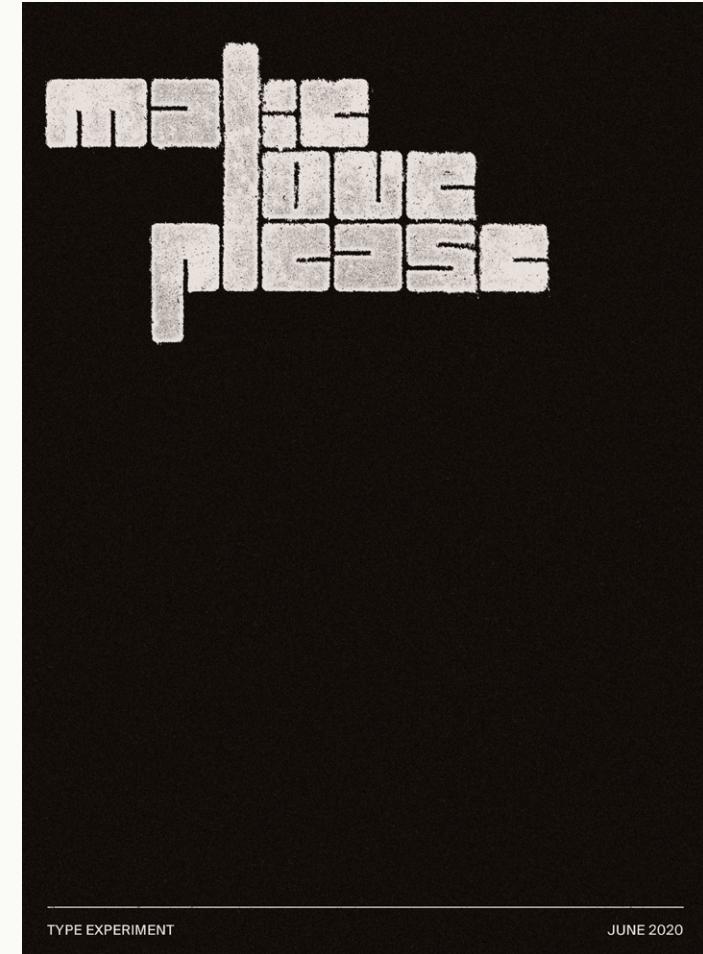
## Visuel



## “make love please” - Conception



## Visuel

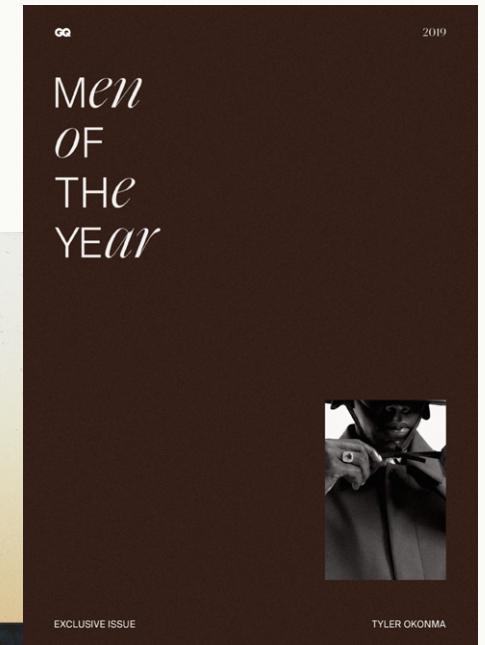
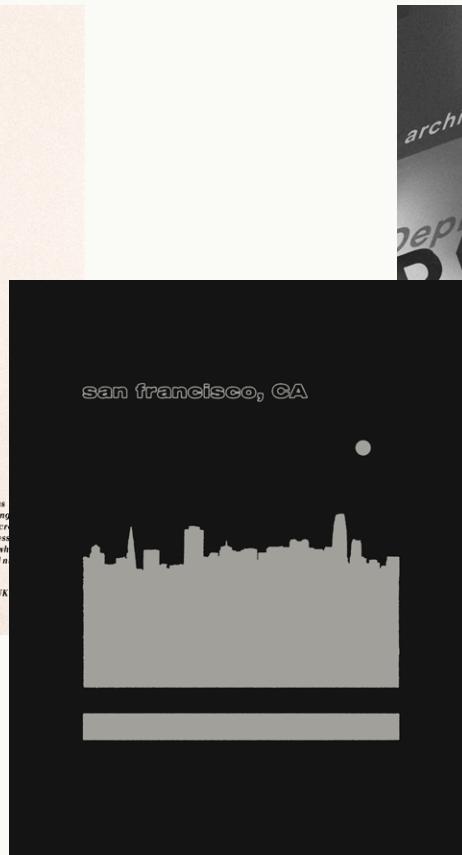


TYPE EXPERIMENT

JUNE 2020

*Posters et typographie*

# POSTERS



À BIENTÔT

*Merci,*  
vous êtes arrivé(e) *au bout.*  
Il est temps de collaborer, vous ne croyez pas ?  
[andyrajopro@gmail.com](mailto:andyrajopro@gmail.com)