

**LA MER AU LOIN** - Réalisateur : Saïd Hamich Benlarbi - **Cheffe déco** : Teresa Hurtado - **Barney Production**



**DÉCOR** - reproduction de peintures dans le bureau d'une directrice de banque et photos de vacances en famille 90's (IA)



LÉA BELLINI

«Cohérence»  
1980, Galerie Aura Paris



CAMILLE BELLINI

«Matinée»  
1980, Galerie Aura Paris



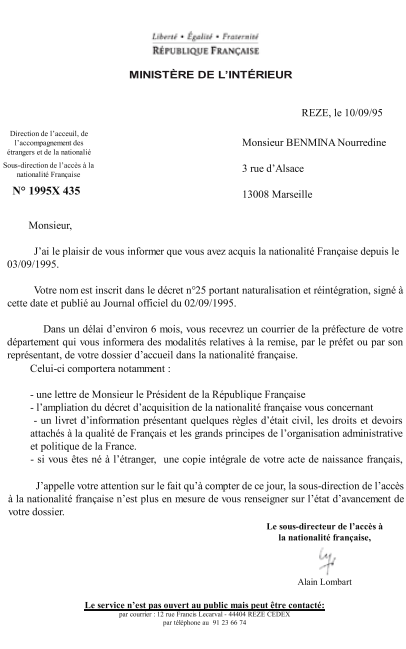
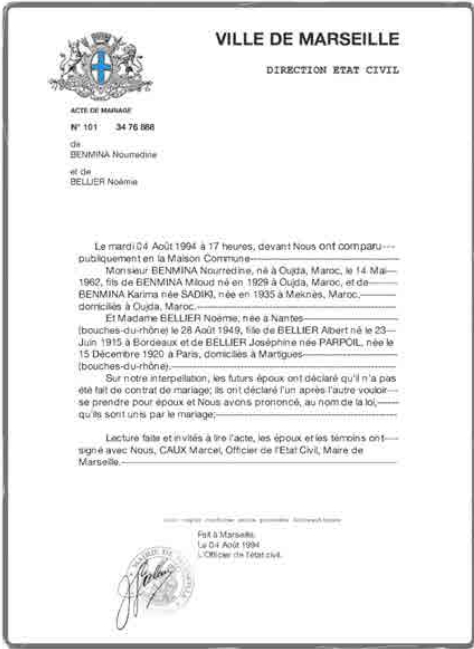
LÉA BELLINI

«Cohérence»  
1980, Galerie Aura Paris

**DÉCOR** - étiquettes classeur



ACCESSOIRES - Papiers officiels, acte de naissance, titre de séjour 90's



BULLETIN DE PAIE					
Nom de l'employeur : Thierry Menard					
Adresse : 23 rue des sapins					
du 12 au 30					
Nom : Benmina Nourredine					
Adresse : 23 Cours Belduc 13001 Marseille					
N° de Sécurité sociale :					
Emploi / Grade / Service / Date d'embauche ou toute autre information utile :					
Employé polyvalent					
SALAIRE BRUT					
3000 Fr					
Retenues					
Base	Taux	Cot.	Taux	Retenues	
CSG (déductible)	3000		6,800%	66,81	
CSG (non déductibles)	3000		2,400%	23,58	
CRDS (non déductibles)	3000		0,500%	4,91	
Maladie	3000	13,800%	130,00	0,750%	7,50
Vieillesse plafonnée	3000	8,550%	85,50	6,900%	69,00
Vieillesse déplafonnée	3000	1,900%	19,00	0,400%	4,00
Retraite complémentaire *	3000	3,100%	31,00	4,750%	47,50
Chômage	3000	4,050%	40,50	0,950%	9,50
Cotisation retraite	3000	1,200%	12,00	0,800%	8,00
Allocations familiales	3000	5,250%	52,50	-	-
Accidents du travail	3000	2,100%	21,00	-	-
Fonds national d'aide au logement	3000	0,100%	1,00	-	-
Cotisation Prévoyance	3000	0,910%	9,10	0,000%	-
Formation professionnelle	3000	0,350%	3,50	-	-
Contribution de solidarité autonomie	3000	0,300%	3,00	-	-
Mutuelle					
Syndicat					
Comité d'entreprise					
TOTAL Retenues				152,56 Fr	
SALAIRE NET				2896,45 Fr	
SALAIRE NET IMPOSABLE				2896,45 Fr	
Autres avantages					
SALAIRE NET A PAYER				2730,45 Fr	
Pour faire valoir vos droits, conservez ce bulletin sans limitation de durée					
Base CSG / CRDS	98,25%				

DÉCOR - Affiches disparition enfants 90's

Aidez-nous à retrouver

**LILA ( 3 ans )**

Disparue à MARSEILLE le Lundi 3 Septembre 1989



Appelez 24h/24h au

**91 56 87 45**

ou prévenez la gendarmerie la plus proche

AVIS DE RECHERCHE



Maxime, 4 ans  
disparu  
à Martigues le 02/13/1986

**91 03 03 87**



DÉCOR - posters divers et photo de foot pour chambre d'enfant 90's (IA)



DÉCOR - Affiches diverses

# Vide Grenier

Samedi 21 Mai

Réservation des emplacements au tarif de 15f le stand de 2mX3m

## Renseignements

### 91-22-80-21

Buvette sur place avec des boissons chaudes et froides, mais également des gourmandises salées et sucrées tout au long de la journée

Organisé par l'Association Indépendante Des Parents d'Elèves Ecole Marcel Pagnol, afin de financer de beaux projets pour les enfants de l'école

# Du fil à la maille...

Une envie d'apprendre à tricoter ?

Françoise, Madeleine et Giselaïne proposent de vous initier !

GRATUIT

Un Vendredi tous les 15 jours, de 13h30 à 15h30, à la Panetta

SUR INSCRIPTION

Atelier pour débutant (matériel fournis)

Maison des jeunes de la Belle de Mai, 11 Place Ernest Casterot 13001 Marseille 91 26 20 02

# MARSEILLE

DIM 29 MAI

## BROCANTE VIDE GRENIER

Organisé par le COMITÉ des FÊTES

BUVETTE ET RESTAURATION À PARTIR DE 11H

GALETTE CUITE AU FEU DE BOIS SUR PLACE

MANÈGE POUR LES ENFANTS

1f le mètre linéaire, les 6 premiers mètres offert pour les habitants de la commune.

1 café ou 1 jus de fruit offert à chaque participant.



# COURS DE LANGUES

## LE VENDREDI SOIR

Notre équipe de professeurs proposent des cours de langues pour tous les travailleurs le vendredi soir à 20h.


Tous niveaux

Français - Anglais - Espagnol - Arabe - Italien Allemand

Proposé dans le cadre de l'accompagnement retour à l'emploi pour tous les travailleurs ou chômeurs inscrits à l'ANCDER. Pour plus de renseignements appelez le 91 33 46 34 ou rendez-vous à votre agence la plus proche.

# Forum des métiers

## Devenez CHARPENTIER



Prenez des cours de menuiserie toutes les semaines le mardi et jeudi après-midi. Apprentissage d'un savoir faire et transmission entre jeunes et passionnés.

INSCRIPTIONS

au 36 rue Paradis 13006 Marseille

Le quartier du vieux port présente:

# FÊTE DE QUARTIER DE SAISON

ENTRÉE GRATUITE POUR LA FÊTE DE LA SAISON

Venez dans le Miroir avec Quiz de l'été, concours et Quiz du Port à partir de 17h.

Place aux Châliennes, samedi 11 mai 2018

ACCESSOIRES - Étiquettes



Malt de tradition, ferment de Bié, 3lit

Brasserie des Alpes, Levens Haute Alé, 5,4% vol.



Malt de tradition, ferment de Bié, 3lit

Brasserie des Alpes, Levens Haute Alé, 5,4% vol.



La Douceur en un Éclair

1337 1995

Swift Lager

QUINCE BREWERY

100% PREMIUM QUALITY



CAV S17 TA



CAV S17 TA



S17 CAV TA



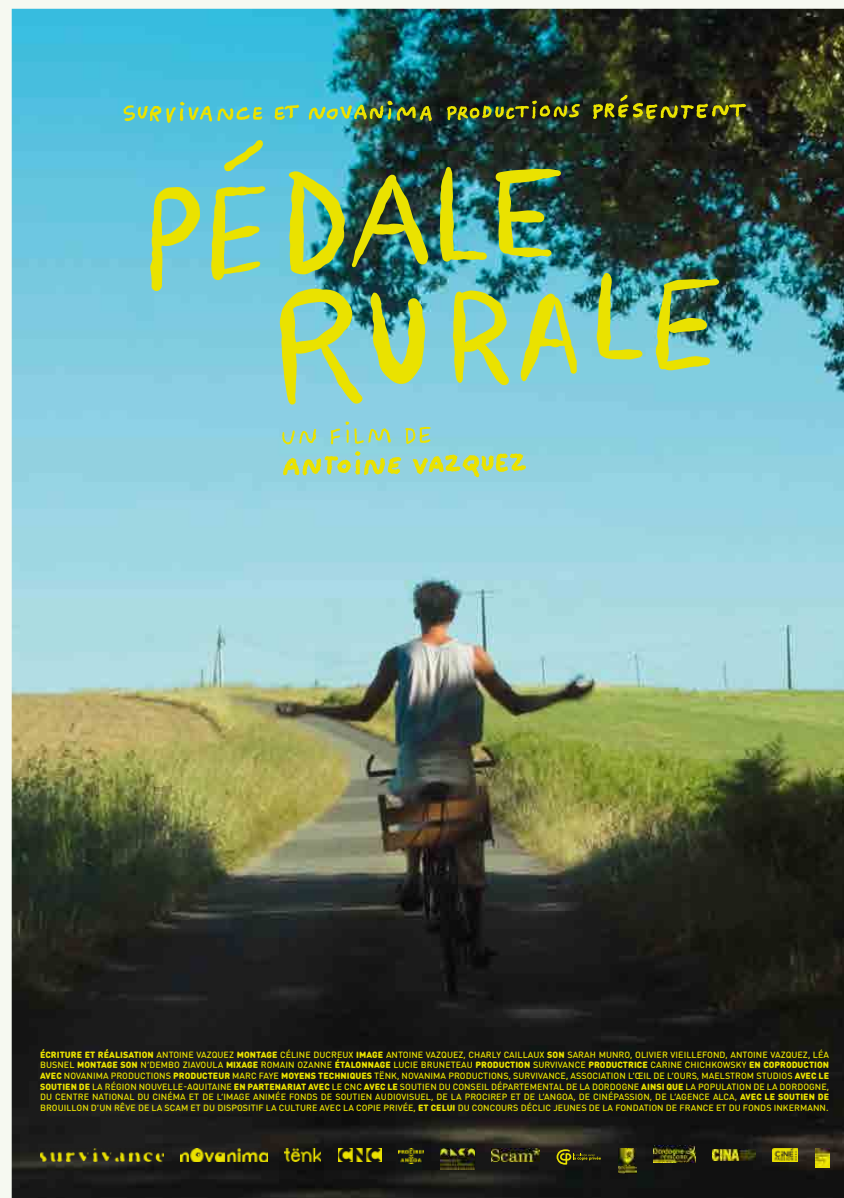
S17 CAV TA



S17 CAV TA



**AFFICHE PÉDALE RURALE - Réalisateur : Antoine Vazquez - Mise en page, colorimétrie et retouche photo (IA)**



FORMATION INFOGRAPHISTE - Mandyben Marseille 2023 - Extraits de mon dossier de certification composé de travaux réalisés pendant la formation

# Campagne des 100 ans de Haribo

Dans le cadre de la formation, nous avons réalisé un workshop sur 3 jours pour la création d'une campagne publicitaire complète. Il s'agissait des 100 ans de la marque Haribo. La première journée a été consacrée à la découverte du brief, en recherchant un peu l'histoire de la marque et de ses campagnes précédentes. Ensuite, nous devons identifier la concurrence et la cible. Nous avons aussi fait un brainstorming pour trouver le ton et le message à utiliser, en réfléchissant à comment s'adresser à cette cible mais également afin de s'approprier l'univers de la marque afin

d'être plus efficace et de trouver des idées en travaillant ensemble. L'idée ensuite était de commencer à réaliser notre proposition de campagne, créer plusieurs visuels avec une accroche adaptée et rédiger une note d'intention qui explique notre idée. Nous devons aussi réfléchir à des déclinaisons pour les différents canaux de diffusions et à un concept de street marketing.

J'ai eu l'idée d'utiliser des IA afin de créer des visuels mêlant des personnes très âgées avec des bonbons haribo, dans l'idée d'un résultat

humoristique et joyeux. Mon accroche était «Même à 100 ans on est dans le coup», qui faisait référence à l'utilisation de l'IA qui est une technologie très moderne comparé au grand âge de la marque, qui malgré le temps d'adapte toujours et sait se renouveler.

Le dernier après midi était consacré à la présentation de notre projet devant le groupe sous forme d'un rendu PDF expliquant notre concept et nos idées en plus de montrer nos réalisations.

## ACCROCHE

La phrase «Même à 100 ans, on est dans le coup !» renforce le message de modernité et d'innovation en jouant sur une la longévité de la marque et sa capacité de se réinventer et de regarder vers l'avenir tout en conservant son héritage.

## PROMPT

Sous chaque image, le prompt ayant servi à générer l'image est affiché dans une boîte de saisie caractéristique, offrant un aperçu des coulisses créatives et soulignant l'usage de la technologie IA pas tout à fait maîtrisée par l'équipe car le résultat ne ressemble pas au prompt mais apparaît plutôt décalé et drôle, tout en se référant à l'anniversaire des 100 ans de haribo.



## VISUEL

Les affiches présentent des images générées par IA où des personnes âgées sont transformées pour ressembler à des bonbons Haribo. Chaque visuel est unique et surprenant, capturant l'essence ludique et colorée de la marque. Un bandeau dégradé personnalisé reprenant les couleurs de l'image se trouve sous chaque affiche afin d'accueillir le prompt et la signature de la marque. Il renforce les couleurs acidulées de la campagne.

## LOGO

Le logo est placé en bas à droite de chaque visuel, bien visible.

# NOTE D'INTENTION

Pour célébrer le centenaire de Haribo, nous souhaitons marquer cette occasion spéciale avec une campagne qui allie tradition et modernité. Les visuels sont créés à partir d'une intelligence artificielle, qui permet de générer des images souvent absurdes mais amusantes. Les prompts seront affichés en dessous des images afin d'accentuer le côté humoristique, jouant sur l'idée que l'utilisation de l'IA n'est pas totalement maîtrisée par l'équipe des graphistes et de la population en générale, mais également sur le contraste entre le prompt et son résultat humoristique et surprenant. Nous souhaitons une campagne traditionnelle et acidulée, aux couleurs vives rappelant l'idée de célébration.



# CIBLE DÉTAILLÉE

## Enfants et Adoléscent

(3 - 19 ans)  
Cette génération est très réceptive aux nouvelles technologies : la campagne utilisant l'intelligence artificielle captivera leur attention et éveillera leur curiosité.

## Adultes

(20 - 50 ans)  
Cette génération à un rapport diversifiée aux nouvelles technologies, elles vont être centrales pour certain.e.s et absentes pour d'autres, mais elle comprendra tout de suite la référence à l'IA, ce qui ne la laissera pas indifférente. Haribo représente pour elle un gage de qualité, une référence et évoque la nostalgie de leur enfance.

## Séniors

(51 et +)  
Pour les séniors, Haribo est un symbole de longévité et de fiabilité. Elle les a accompagnés tout au long de leur vie et représente un lien intergénérationnel fort, riche de souvenirs de famille partagés et de convivialité. Les séniors reçoivent aussi le message que la technologie s'adresse aussi à eux et que la modernité peut être adoptée à tout âge.



Les vidéos sont réalisées en IA également.

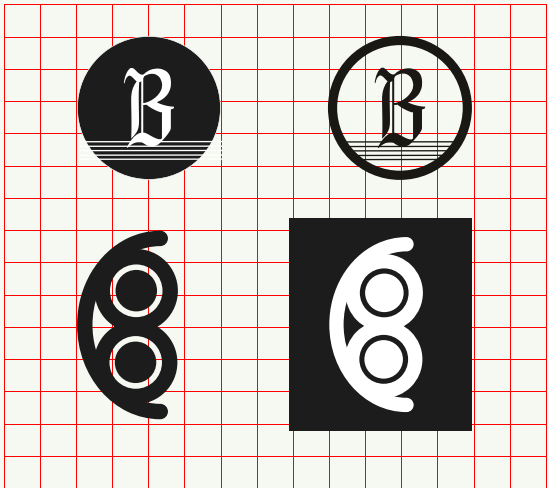
Elles montrent la transformation d'un bonbon étrange en personne centenaire, ce qui crée une créature mi-humain mi-bonbon.

La transformation reste très étrange, mouvante et drôle.



# VIDÉOS

création de logos



LES MOUFLONS, CHOCOLAT DES ALPES

Dans le cadre de la formation, nous devons créer l'identité visuelle complète d'une marque de chocolat appelée **Les Mouflons**, avec comme baseline «Le goût des cimes» et le slogan «Chocolat des Alpes». Nous devons donc créer le logo mais aussi toute la charte graphique ainsi que le patron d'une boîte de chocolat, faire des mockups etc.

Pour ce projet, j'ai choisi d'associer des couleurs vives et pastel, dans l'idée de se démarquer par un univers visuel atypique pour une marque de chocolat, tout en gardant le côté traditionnel avec le logo représentant une tête de mouton au coeur de sommets enneigés, symbolisant à la fois la robustesse et la majesté des Alpes. Ce design permet de refléter les valeurs de la marque : la qualité et le savoir-faire, tout en introduisant un côté novateur. Le choix de cette palette de couleurs

peut paraître singulier voire excentrique pour une marque de chocolat mais était important pour moi. Je voulais que la marque se démarque visuellement, tout en respectant son héritage traditionnel. Ce mélange d'éléments modernes et classiques donne à la marque une allure unique, à la fois fraîche et ancrée dans son histoire.

Pour le packaging, j'ai utilisé Illustrator pour coloriser le patron de la boîte de chocolat, en m'assurant d'intégrer les visuels de manière cohérente avec la charte graphique. Le maquettage a permis de coller le logo et les autres éléments graphiques sur le patron. J'ai aussi fait quelques mockups.

