

**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

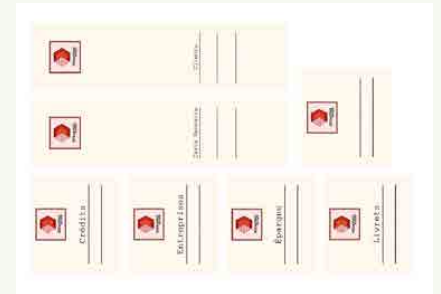
«Matinée»  
1980, Galerie Aura Paris



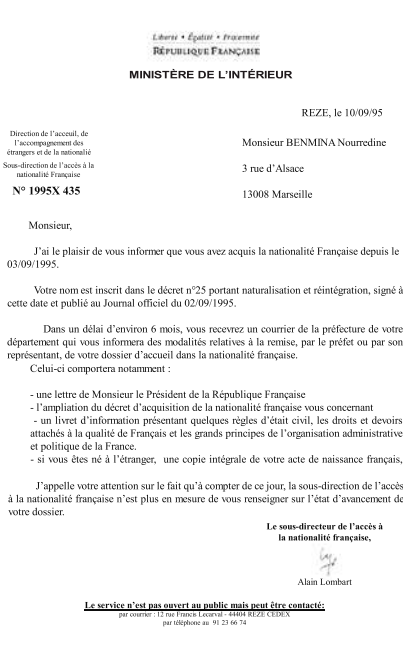
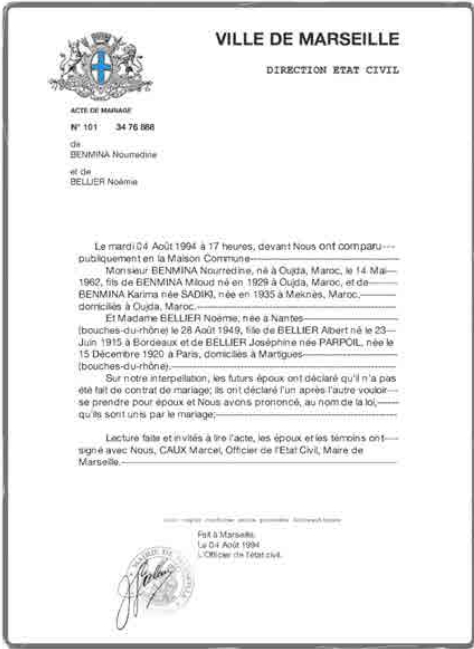
LÉA BELLINI

«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 : Thiers Mercier									
Adresse : 28 rue de la République									
du : 01/09/95 au : 30/09/95									
Nom : Benmina Nourredine									
Adresse : 28 rue de la République 13001 Marseille									
N° de Sécurité sociale :									
Emploi : Grade / Fonction / Date d'embauche ou toute autre information utile									
Employeur polyvalent									
SALAIRE BRUT									
Employeur									
SALAIRE NET									
SALAIRE NET IMPÔTABLE									
SALAIRE NET À PAYER									

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 gâteaux, salades 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 ?**

Francoise, 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 parcs de la Vallée de l'Aa  
14 Place Henriette Casatoli 13001 Marseille  
01 78 38 30 00

**MARSEILLE**

**DIM 29 MAI**

**BROCANTE  
VIDE GRENIER**

Organisé par le **COMITÉ DES FÊTES**



**BUVETTE ET RESTAURATION**

**A 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**

Préparez dans le cadre de l'accompagnement mené à l'emploi pour tous les travailleurs en chômage partiel à l'ADGCR. Pour plus de renseignements appelez le 91.33.44.34 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 FAMILLE DU  
QUARTIER

Venez fêter la fête avec nous à Quai de France et Quai du Port  
à partir de 17h.

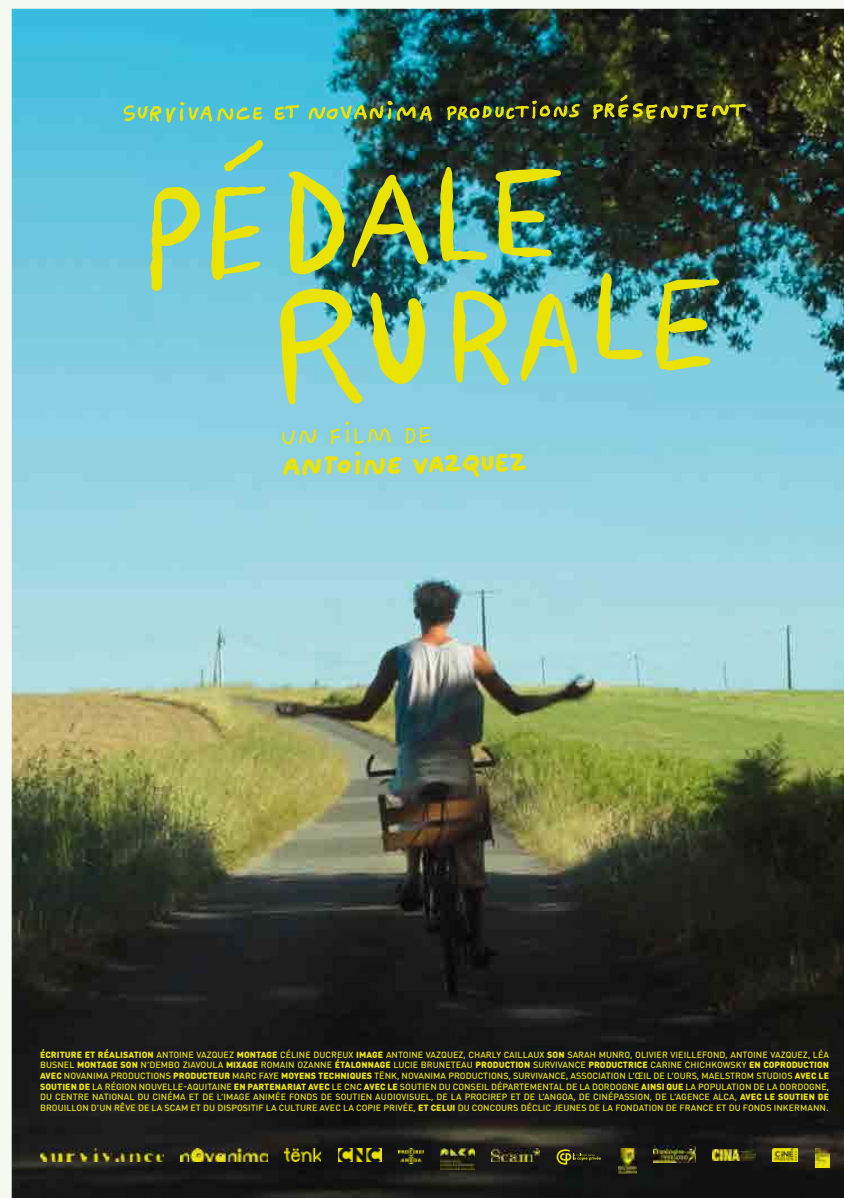
Cette fête d'été sera ouverte à tous.

## ACCESSOIRES - Étiquettes





**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.

## 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 lien entre le prompt et son résultat humoristique et surprenant. Nous souhaitons une campagne amusante et acidulée, aux couleurs vives rappelant l'idée de célébration.



### 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.



## 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 diversifié aux nouvelles technologies, elles vont être centrales pour certains 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.

### Seniors

(51 et +)  
Pour les seniors, 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 seniors 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.

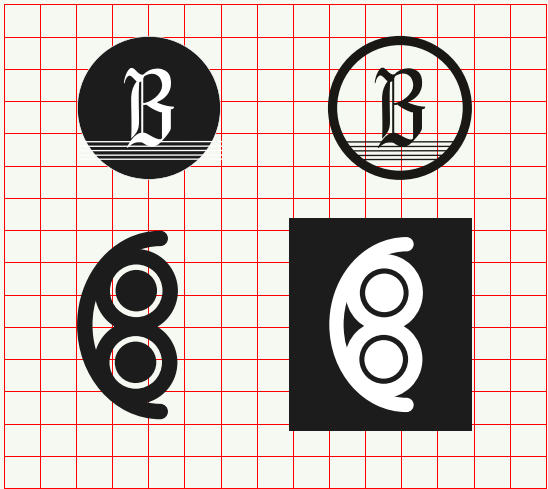
Elles montrent la transformation d'un bonbon étrange en personne centenaire, ce qui crée une créature mi-humain mi-bonbon.

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.

