

# **Les silences du Cosmos**

#édition

*Le client*

*La cité de l'espace / Parc à thème scientifique*

*La demande*

*Mettre en page une collection de livre poétique sur la thématique des silences du Cosmos*

*Les recherches*

- \* Travail autour du concept de distance et de décalage
- \* Jouer avec les limites de la perception et la compréhension humaine à l'aide des différentes échelles typographiques
- \* Déformation, masquage, saturation des images

*Le final*

- \* Mise en page met en évidence un système poétique où image et poème forme un tout.
- \* Sur ce système vient s'ajouter par un jeu de transparence un texte à l'échelle typographique aléatoire qui vient brouiller notre compréhension des poèmes.
- \* L'objectif était de montrer à quel point le Cosmos est difficile à appréhender pour nous les humains dans son rapport au temps, à la distance ... Les silences du Cosmos c'est toutes ces données que nous avons mais qui pourtant nous dépassent en tout point.

# **Salut c'est cool**

#Packaging

*Le client*

*Salut c'est cool / Groupe électro punk français*

*La demande*

*Réaliser le packaging d'un coffret pouvant contenir 2 albums*

*Respecter l'univers du groupe qui se définissent selon 3 principes :*

- Mauvais goût comme ligne de conduite,
- Honte comme énergie
- DIY comme savoir faire

*Les recherches*

- \* Travail autour de visuel à la fois drôles, improbables et dérangeants
- \* Expérimentation à partir de découpage, collage, assemblage ...
- \* Jouer avec le sens, couleur, transparence, accumulation d'images ...

### *Le final*

- \* Identité aux influences diverses : pop art / minimalisme / baroque / punk
- \* Volonté de créer un véritable objet graphique : album + porte CD
- \* Ajout de la touche DIY porte cd livré en kit avec son mode d'emploi

**FFAP**

#identité visuelle #édition

### *Le client*

Fédération Française des Artistes Prestidigitateurs

### *La demande*

Renouvellement de l'identité visuelle sur tous les supports de papeterie standard et sur un ensemble de goodies. Réalisation de la maquette du journal trimestrielle « illusion » publié par la FFAP. Le projet était de donner à la FFAP une nouvelle image, moderne et attractive, accompagnant une démarche de reconnaissance auprès des institutions mais également du public français.

### *Les recherches*

- \* Travail autour de différents axes :
  - Le visible et l'invisible : deux éléments constitutif de la discipline
  - L'extraordinaire rendu accessible par la magie
  - L'illusion : un effet caractéristique du spectacle de magie
- \* Expérimentation à partir de découpage, collage, assemblage ...
- \* Expérimentation typographique (du figuratif à l'abstrait)
- \* Jeu sur le sens, les matières, la transparence

### *Le final*

- \* Identité visuelle ludique et poétique autour du concept de « Perte de repères ». Repères symbolisés ici par la typographie, outil de langage, moyen d'expression et partage d'informations.
- \* Création d'une typographie modulable et évolutive avec différents niveaux de lecture
- \* Maquette du journal qui chamboule les codes de mise en page traditionnelle tout en reprenant les codes graphiques de l'identité visuelle.

# Faute de langage

#Affiche

## Le projet

- \* Série d'affiches sur le thème des expressions idiomatiques « revisitées »
- \* Volonté d'illustrer ses « fautes de langage » que l'on retrouve de plus en plus dans notre quotidien (particulièrement visible dans les émissions de télé réalité).
- \* Mettre en lumière un problème de société en recrudescence sur un ton volontairement humoristique et non moralisateur.

## Le final

- \* Affiche réalisées par le biais des impressions artisanales (sérigraphie / linogravure / marbré / dorure à chaud)
- \* Travail sur des visuels à la fois décalé, poétique et drôle.
- \* Choix d'une typographie manière en titrage (permet de retranscrire l'idée d'une parole spontanée) + ajout d'un sous titre (référence direct à l'univers de la télé).

# Croyance et superstition

#Pictogramme

## Le client

Maison d'édition Hoebeke

## La demande

Réalisation d'une banque de pictogramme sur le thème des croyances et des superstitions à destination du coffret « Superstition et Croyances populaires » édité par la maison d'édition Hoebeke.

## Les recherches

- \* Travailler sur le concept de contrôle. 2 sens possibles : Contrôler et être contrôlé.
- \* Expérimentation autour de la symbolique de l'oeil

## Le final

- \* Pictogramme représente les multiples pouvoirs/caractéristiques des superstitions à travers l'image de l'oeil.
- \* Utilisation du noir et blanc reflète le côté manichéen des superstitions.

# Surface d'affichage

#Expo #Signalétique #édition

## Le projet

- \* Interroger le public sur la perception qu'il se fait du graffiti par rapport à d'autre discipline artistique car bien que le street art se démocratise, il continue à être réduit par beaucoup à un acte de vandalisme.
- \* Travail autour de la problématique : Comment démocratiser le street art aux yeux du public sans pour autant dénaturer son origine ?

## Le final

- \* Organisation d'une « exposition permanente éphémère »
- \* Transposer le cadre du musée dans l'univers du street art ( scénographie, signalétique, affichage ).
- \* Réalisation d'une micro édition pour l'exposition. Livret imprimé sur du papier préalablement bombé.

# Levopil

#identité #packaging

## Le client

Levopil (nouvelle marque chilienne)

## La demande

- \* Travail sur le logo et le packaging d'une nouvelle marque de pilule du lendemain
- \* L'identité doit représenter cette nouvelle marque de médicament qui se veut facile d'accès et abordable

## Le final

- \* Identité vient casser les codes du graphisme « pharmaceutique » comme on n'a l'habitude de le voir
- \* Volonté de représenter un produit fiable et professionnelle à destination d'un public jeune et féminin

# 24H solidaires

#événement

## Le client

AFEV (association ayant pour objectif de lutter contre les inégalités dans les quartiers populaires)

## La demande

- \* Créer l'affiche et le flyer de l'événement « les 24h solidaires » de L'AFEV

## Le final

- \* Volonté

## ***Pot d'accueil des engagés***

*#identité*

## ***Association Rimbaud***

*#Campagne*