

Portfolio

JE SUIS DIRECTEUR ARTISTIQUE JUNIOR EN RECHERCHE D'ALTERNANCE.
SPÉCIALISÉ EN STRATÉGIE DE COMMUNICATION, DESIGN DE MESSAGE, ÉDITION
ET MOTION DESIGN.

CONTACT

TEL : 07.67.47.17.29

MAIL : gaetanfaucherpr0@gmail.com

WEBSITE : <https://gaetan-faucher.github.io/fugitif-studio> ↗

Réflexion de Diplôme

Mémoire - le design circulaire dans la mode, **Performance** - Worth dénonce la fast-fashion



Branding et Identité

VirgII - une marque de vêtements à base d'orties, **La Villette** - le cinéma en plein air se renouvelle, **Tom of Holland** - un créateur brodeur dans le visible mending



Expérimentations

Lucid - l'agence de voyage futuristique, **Les 6 Vacances** - Un jeu de société aux ingrédients naturels



Communication print

Gigantisme - redonnons une place aux insectes, **Robot LAMA** - une fiche explicative et didactique pour le MAM, **JPO** - l'affiche des jpo 2022 pour l'ELMAD Auguste-Renoir





mémoire

1/16

LE DESIGN CIRCULAIRE DANS LA MODE

Ce mémoire approfondit la transition du design linéaire au design circulaire dans l'industrie de la mode, en mettant en avant le rôle essentiel du design graphique dans la **promotion** de pratiques durables envers de **jeunes adultes**. Le modèle linéaire, impulsé



par la consommation immédiate, a engendré une dégradation environnementale alarmante. Le design circulaire, par l'appui d'une communication graphique cherche à maximiser la valeur des produits sur plusieurs «**vies**» en portant constamment un point d'orgue à la réduction des déchets.



Face à la confusion persistante qu'apporte le **greenwashing** généralisé, l'intervention du design graphique en tant que **catalyseur** devient un outil puissant dans la **démystification** entre pratiques durables et revendications éco-responsables trompeuses, démantelant ainsi les **normes consuméristes**.



performance 1/2

1 suicide toutes les 30 minutes.

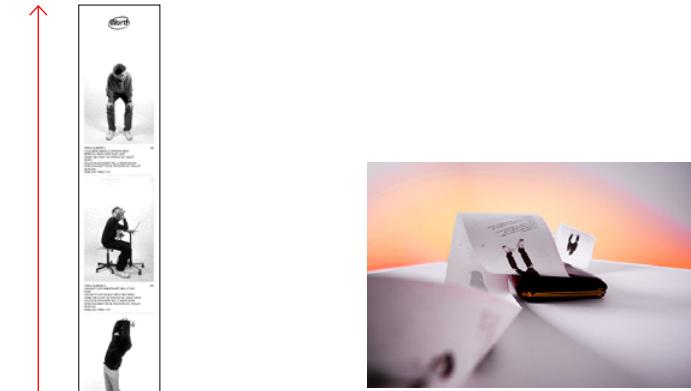
C'est à cette cadence que des hommes et des femmes, surexploités par l'industrie polluante de la fast-fashion, **choisissent la mort** plutôt que de continuer à subir les conditions de travail insoutenables qui leur sont imposés.



Worth est une performance qui questionne notre rapport à cette surconsommation. Ainsi, toutes les **30 minutes**, une tenue est intégralement remplacée, repoussant les limites de la surconsommation et accélérant inexorablement cette catastrophe et les morts qui s'ensuivent.

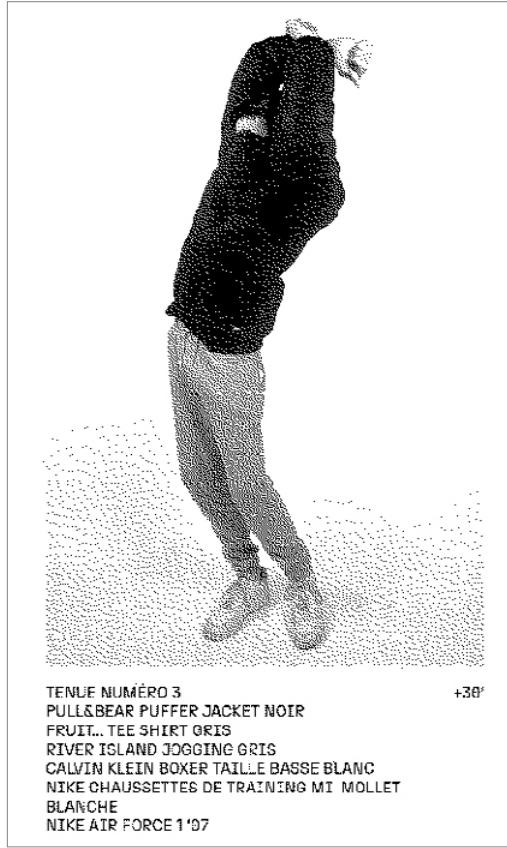


Sous la forme d'un **ticket de caisse**, les photographies caractéristiques de cette industrie s'enchaînent, nous laissant nous questionner sur **le réel coût** de ces prix bradés, ainsi qu'à la quantité affolante de vêtements que nous utilisons.



Continuer la sensibilisation
par le biais du film
«The True Cost»,
réalisé par Andrew MORGAN.

performance 2/2





virgil 1/3

Branding total d'une marque de vêtements circulaire et responsable à forte valeur ajoutée faite à base d'orties. L'enjeux est de rendre **attrayant** aux yeux du consommateur la matière de l'ortie, souvent considérée comme **désagréable** par l'imaginaire collectif.

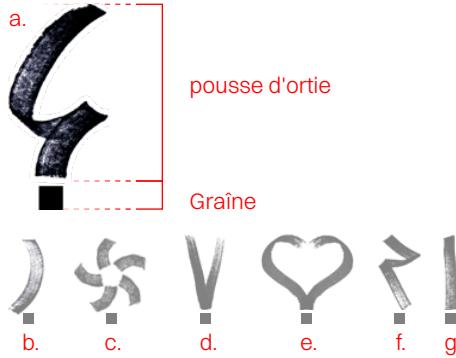


www.virgil.com — 9 Rue du Helder, 75009 Paris — 01 42 62 32 38

Virgil présente un vestiaire **streetwear haut de gamme**, inspiré des orties, et évoque un **oxymore social** entre douceur et piquant. Elle encourage l'expression instinctive des émotions par le biais de la **ponctuation alternative**, incitant les nouvelles générations à transcender les **normes**, telles des mauvaises herbes à Versailles.

Ligne directrice :

greenhushing vestiaire capsule streetwear
normes sociales déployer son essence propre
minimalisme audacieux



- a. ironie
- b. moquerie
- c. joie
- d. acclamation
- e. amour
- f. doute
- g. exclamation

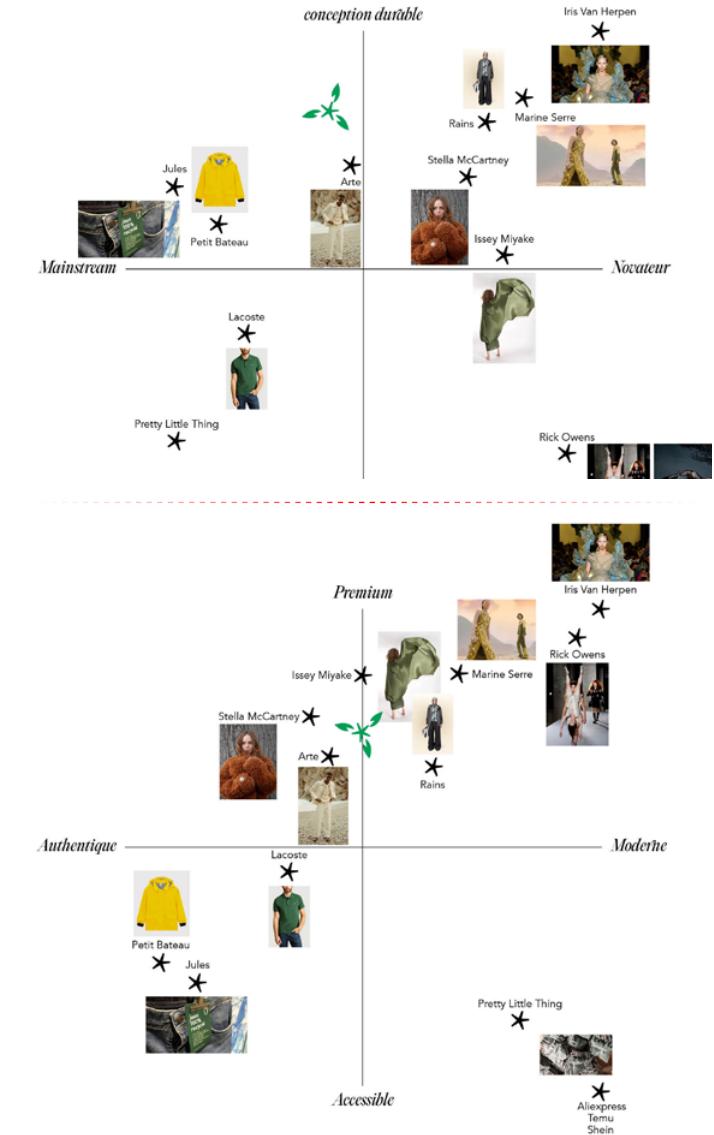
PERSONNAE • Matteo, 24 ans

Étudiant en architecture et passionné de photographie urbaine, Matteo incarne l'essence d'une **individualité discrète**. Son petit studio en plein cœur du Marais est exclusivement composé de meubles **fonctionnels** avec des touches de **couleur bien choisies**. Évitant la surcharge, chaque élément est à sa place afin de garantir une **harmonie visuelle parfaite**. Mattéo accorde une importance particulière à son style qu'il qualifie de **minimaliste**. Évitant les clichés, il préfère l'**authenticité** à la conformité. D'apparence il a l'air de ne pas se prendre la tête, son style est «**basic**», mais en réalité il ne se contente pas d'être un adepte des tendances mainstream. Il sélectionne des pièces pour leur originalité et leur capacité à **sortir du lot**, grâce à des **détails subtils et des coupes ingénieuses**, teintées de couleurs plutôt **neutres** tels que le gris anthracite, le beige et le vert anglais. Il n'aime pas être le centre de l'attention, mais ça c'est ce qu'il dit ;) Pour Mattéo, être original est plus qu'une question de vêtements, **c'est une attitude**.

virgil 2/3



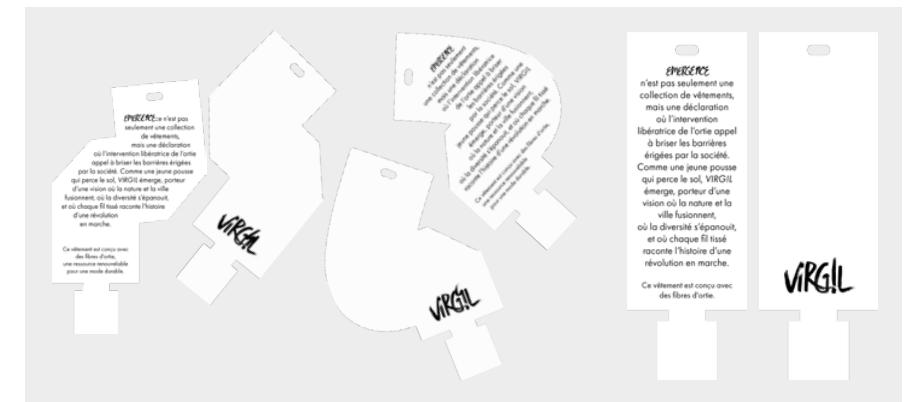
CARTE PERCEPTUELLE





Collections : 1- Emergence / 2- Parvenu / 3- Mauvais garçon

virgil 3/3





Influence psychédélique



la villette

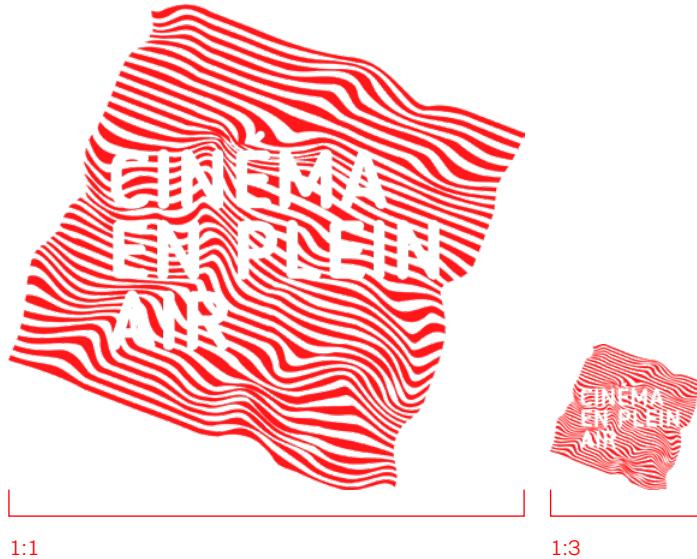
1/2

Le cinéma en plein air de **LA VILLETTE** est un rendez-vous phare de l'été parisien. La prairie du triangle devient durant vingt-huit soirées la plus grande salle de cinéma de Paris à ciel ouvert. La Villette cherche alors à **construire un système d'identité visuelle** pour cet évènement estival et annuel, en articulation avec son identité.

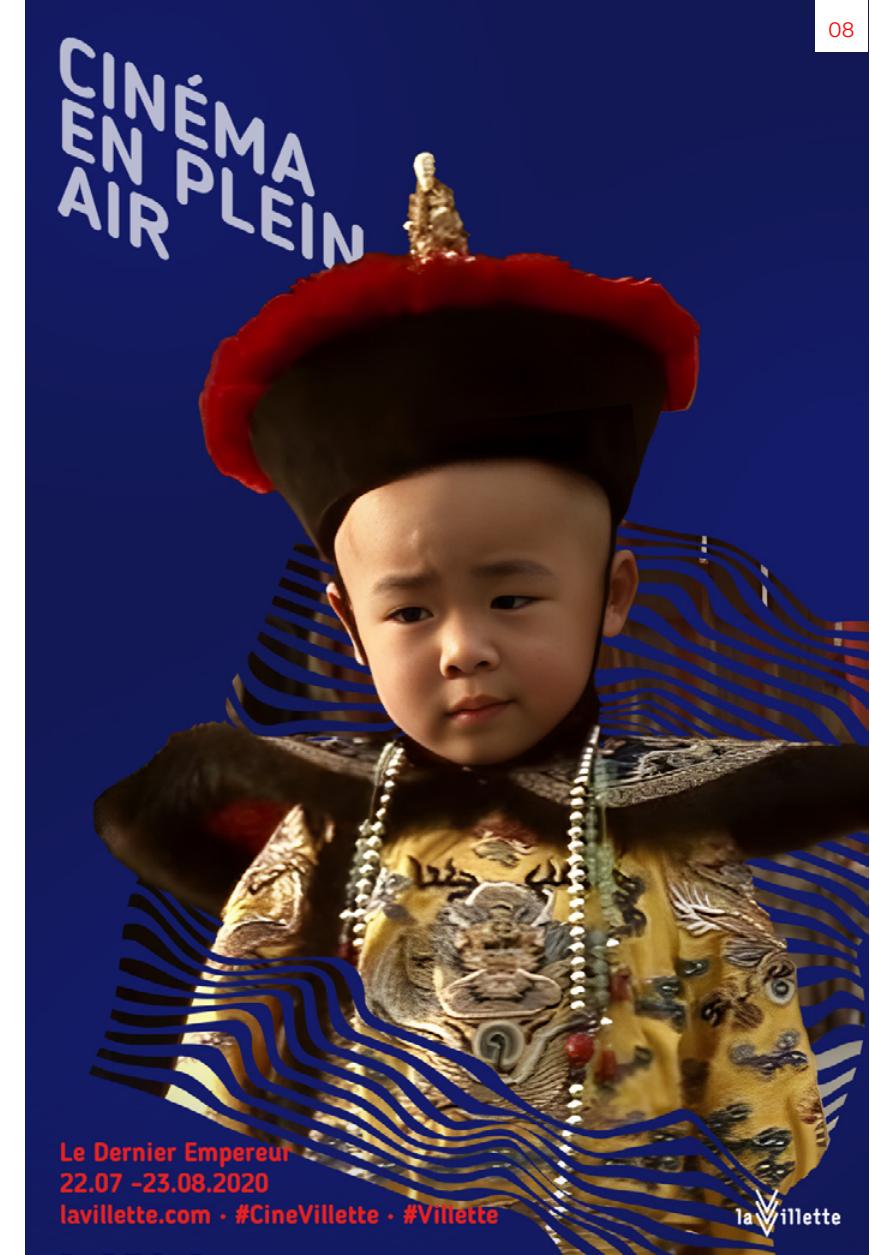


Ligne directrice :

contemporain public large (familial, jeune) partage
convivialité identifiable spectacle vivant



la villette 2/2



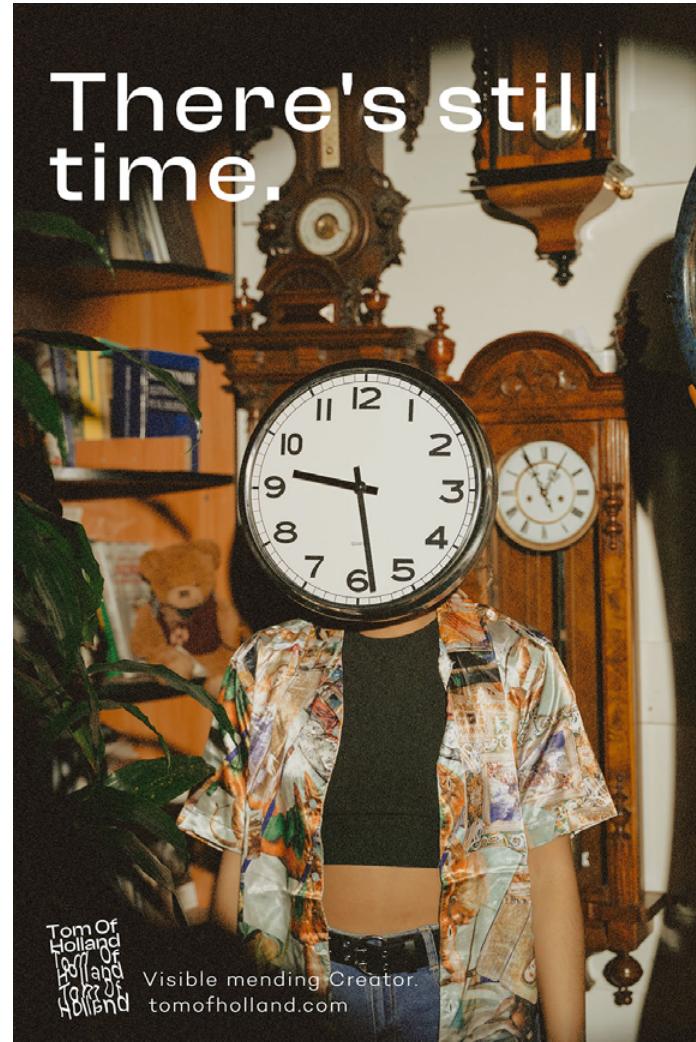


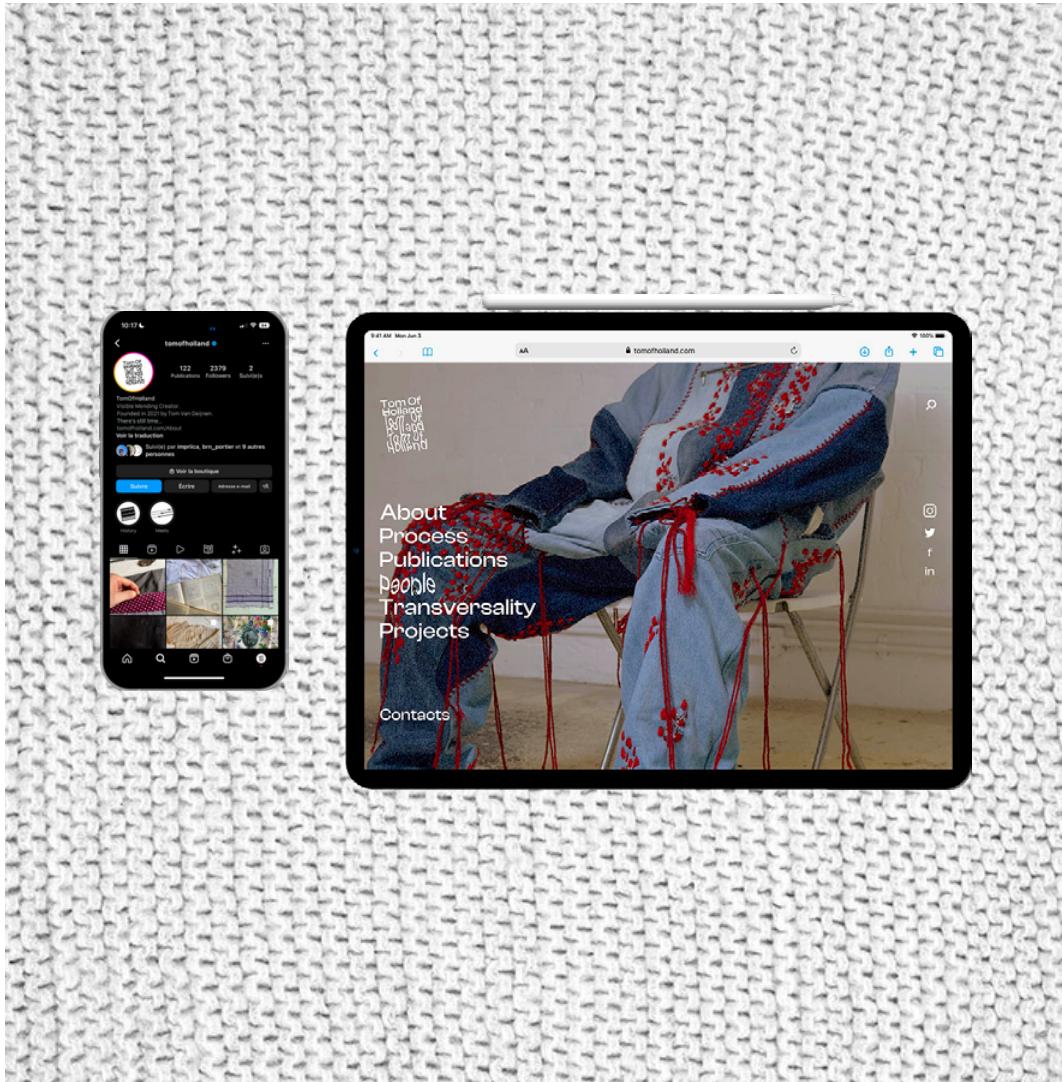
tom of holland 1/2

TOM OF HOLLAND, couturier-brodeur spécialisé dans le **visible mending** à Brighton (U.K), souhaite ouvrir une boutique-atelier à son nom pour élargir son carnet de commandes, ses actions, et **pérenniser** son activité. Cela lui permettra d'asseoir sa **notoriété**, imposer son activité, et affirmer sa crédibilité de créateur

Ligne directrice :

- savoir-faire
- singularité
- marqueur d'identité de créateur
- incarner, diffuser sa marque
- Revendiquer, valoriser, sublimer les traces du temps





tom of holland 2/2

passé



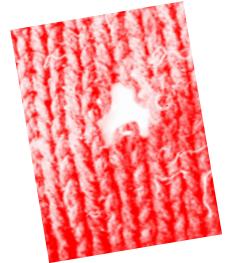
présent



futur



Tom Of
Holland
Tom Of
Holland
Tom Of
Holland



Clash grotesk Display Medium

Pièges à encre > authenticité

Campton
Light

=

Gill Sans
Light

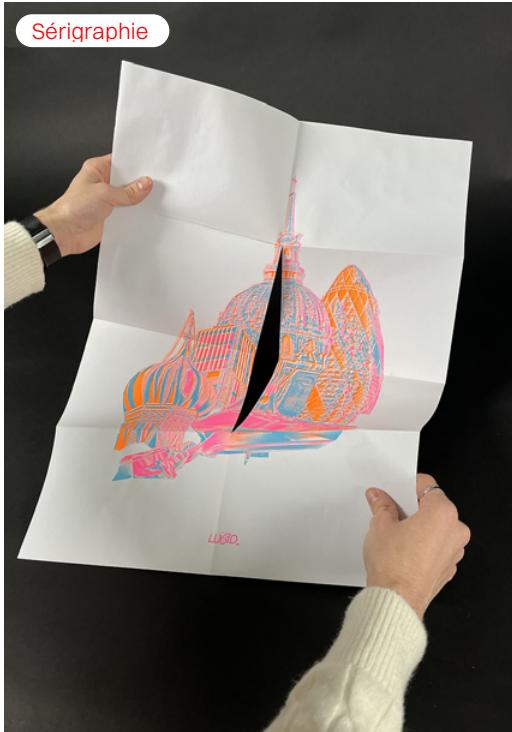
+

Johnston Underground
Light

Origine anglo-saxonne

(Démocratisation de ces typographies dans le secteur ferroviaire anglais + absence d'accent dans la police Campton).

Sérigraphie



lucid

1/1

Lucid est une **agence de voyage futuriste** qui propose une nouvelle vision du voyage sur-mesure et **accessible** à tous, en se basant sur la technologie florissante de l'IA, et ce en écho à l'exposition **Faut-il voyager pour être heureux ?**, organisée du 20 mai 2022 au 02 Avril 2023 par la Fondation groupe EDF.

Ligne directrice :

voyage immobile évasion virtuelle onirique





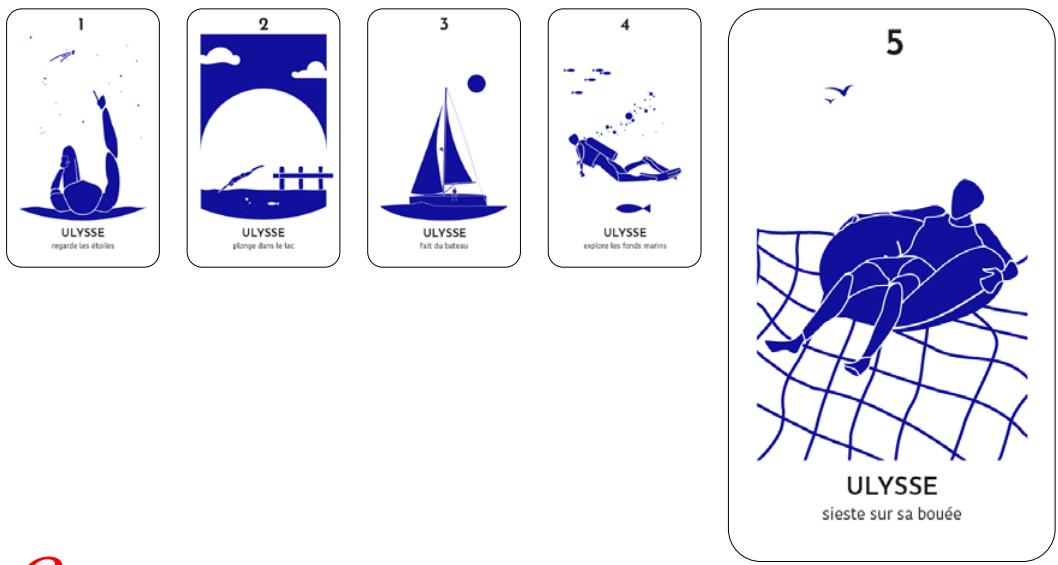
6 vacances 1/2

Réalisation **collaborative** d'un jeu de société sérigraphié avec de l'**encre naturelle** à l'occasion de l'intervention de RO Studio lors d'un workshop.

Inspiré du jeu des 7 familles, le jeu des 6 vacances adopte une hiérarchie colorimétrique, sujet principal de ce workshop.

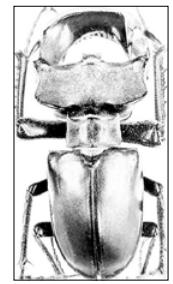
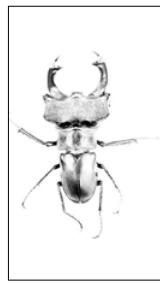
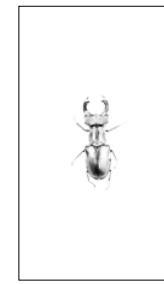


Après avoir expérimenté de multiples recettes végétales (baies, choux rouge) et minérales, j'en ai conclu que la poudre de lapis lazuli serait la plus adéquate pour représenter l'univers aquatique de mon personnage «Ulysse», (célèbre héros de la mythologie grecque).



6 vacances 2/2





gigantisme 1/2

Le Musée National d'Histoire Naturelle de Paris souhaite diffuser une collection constituée de plusieurs coffrets qui mettent chacun en exergue une famille d'insectes. Cette collection a pour but **d'informer** et **d'instruire**, cela permettant à terme le développement d'un intérêt nouveau favorisant de nouvelles pratiques et une **reconsidération du**

vivant sous toutes ses formes.
L'objectif est donc de concevoir l'identité visuelle d'un minimum de **3 kits collectionnables** à forte valeurs ajoutée, prenant chacun pour sujet une famille d'insecte ou une catégorie dans celle-ci.

Ligne directrice :

informier instruire
reconsidération du vivant sous toutes ses formes préciosité
l'insecte bijoux

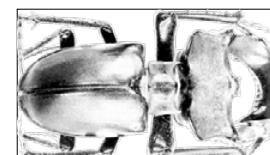
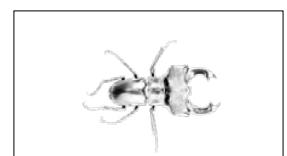
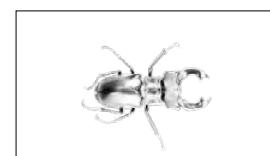
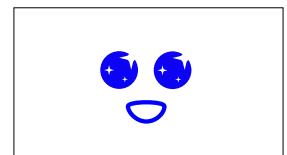
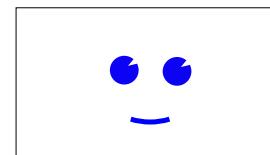
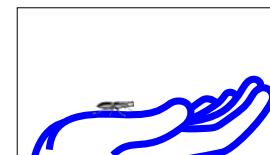
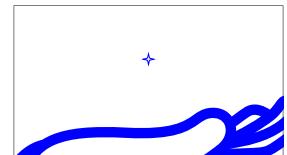
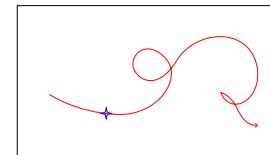


gigantisme & animation

Réalisaiton d'une animation et storyboard à l'occasion
d'un workshop en motion design avec l'intervenante

Melody Dafonseca.

Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=udWgW1zgcms>



ROBOT LAMA, 1990

Lavochkin Alcatel Model Autonomous

Développement : LAAS Laboratoire d'analyse et d'architecture des systèmes à Toulouse.
Acquisition : Alcatel Space Industries (1995)
Conception du Châssis mécanique articulé : VNII Transmash à Saint-Pétersbourg, en Russie.

Sa conception s'inscrit à la suite du développement du programme 'Mariner' par les USA entre 1962 et 1973 jusqu'à sa perfection. Malheureusement le robot LAMA n'aura jamais eu l'occasion de pénétrer l'atmosphère de la planète rouge.

Je suis destiné à l'exploration et à la cartographie de la planète Mars.



INSTRUMENTS



Gyroscope à fibre optique

(capte le mouvement des roues)



Inclinomètre piézoélectrique

(capte l'inclinaison des roues par rapport à la ligne d'horizon)



Capteur de position

(capte l'inclinaison des articulations)



4 processeurs

(traitent les informations)

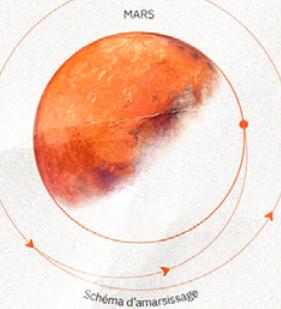
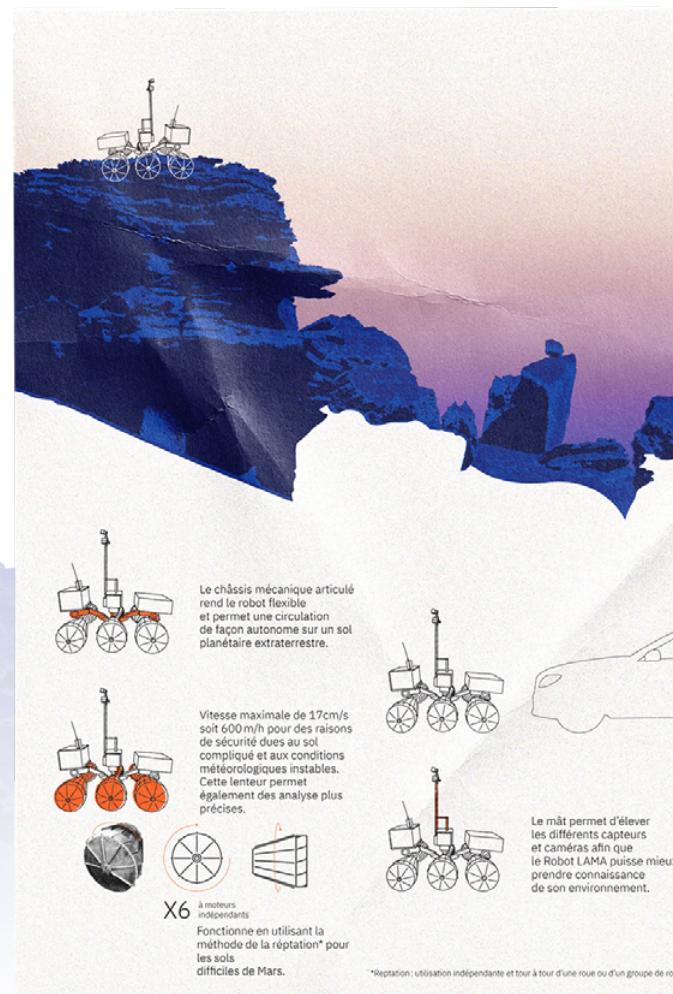


Schéma d'amarrage

Le Robot construit sa propre carte selon l'espace parcouru, et décide seul en fonction de celle-ci de ses futurs déplacements, créant une nouvelle carte et ainsi de suite.



*Reptation : utilisation indépendante et tour à tour d'une roue ou d'un groupe de roues

robot lama 1/1

Réalisation d'un cartel explicatif et éducatif sur le robot LAMA en étroite collaboration avec le CNAM, et à destination du **grand public** (12 ans et plus) du **Musée des Arts et Métiers** (Paris).

Il se doit d'être **didactique, attractif, et stimulant** afin qu'un simple visiteur puisse facilement en connaître davantage.

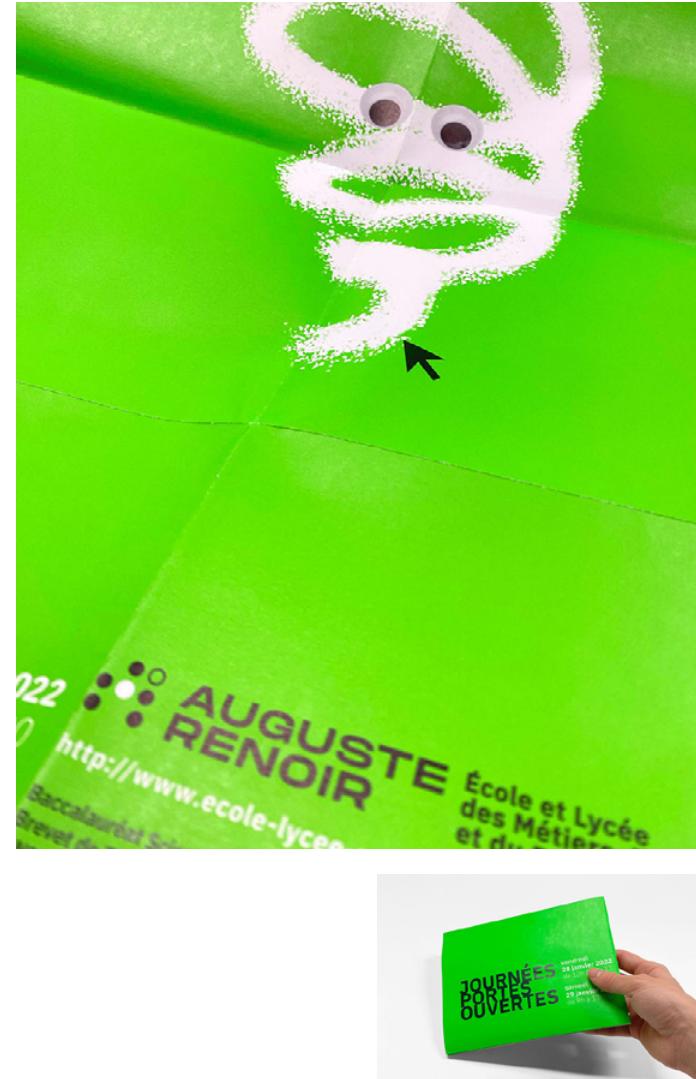
L'ensemble du document est tonifié par quelques touches de couleurs ocre et bleutées, significatives de la planète **Mars** et de ses couchers de soleils bleus caractéristiques. Le robot LAMA, souvent traité en noir et blanc, **contraste** avec son environnement et s'en dégage. J'ai fait le **partit pris** d'utiliser

un fond blanc, ce qui permet une meilleure mise en lumière du robot, ainsi qu'une lecture du contenu plus **digeste**, même si cela s'oppose aux couleurs sombres de l'univers. Le **grain photographique** ajouté en arrière-plan, lui, rappelle les signaux brouillés que pourrait émettre l'appareil durant ses missions.

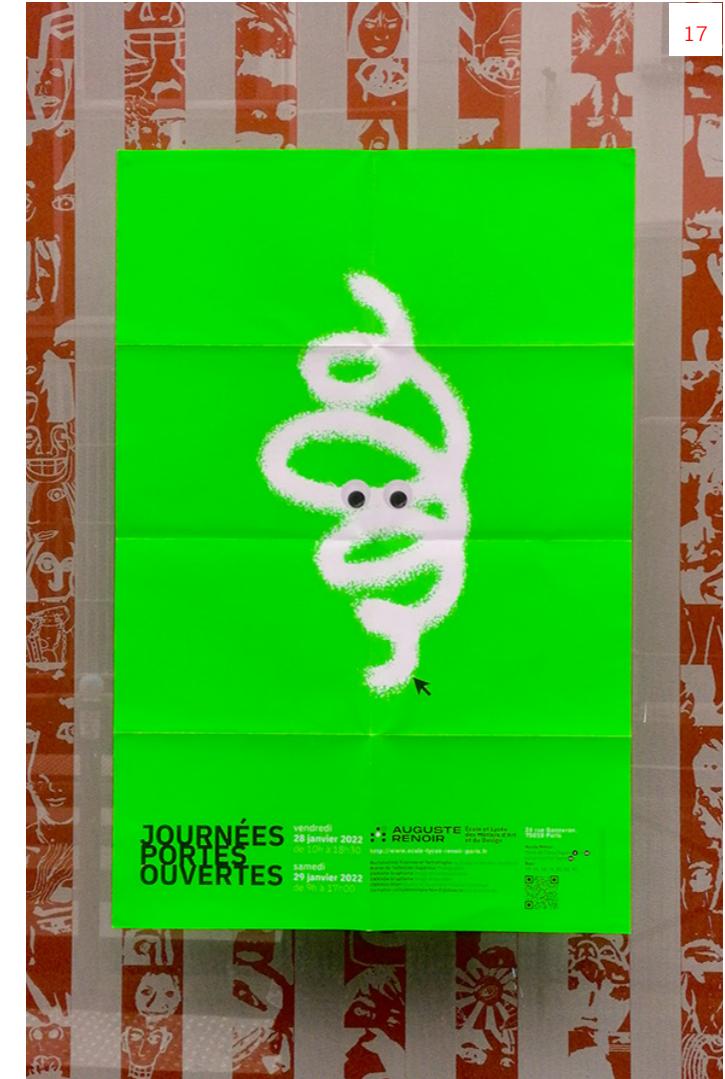


jpo 1/1

Comme chaque années, l'ELMAD Auguste Renoir a fait concourir ses étudiants afin de réaliser les affiches de ses JPO. L'enjeux était avant tout de **transmettre les valeurs** fondatrices de l'établissement en corrélation avec son identité visuelle, dans un contexte social bousculé par la **Covid-19** en 2022.



Par une spirale de particules en fusions, symbole de **dynamisme** et d'**effervescence créative**, j'ai mis en avant avec l'icône « pointeur » de la souris l'univers **digital** dans lequel ces JPO ont été plongées. **Anthropomorphisé** par deux yeux mobiles autocollants, la composition reflète le futur candidat.



Portfolio

MERCI !

CONTACT

TEL : 07.67.47.17.29

MAIL : gaetanfaucherpr0@gmail.com

WEBSITE : <https://gaetan-faucher.github.io/fugitif-studio> ↗

LINKEDIN : www.linkedin.com/in/gaetanfaucher20 ↗

INSTAGRAM : fugitif_studio