



PORTFOLIO

Graphisme - Direction artistique - Gestion de projet

2024



CTAL / CMO + L POUR UNE MEILLEURE EXPERIENCE



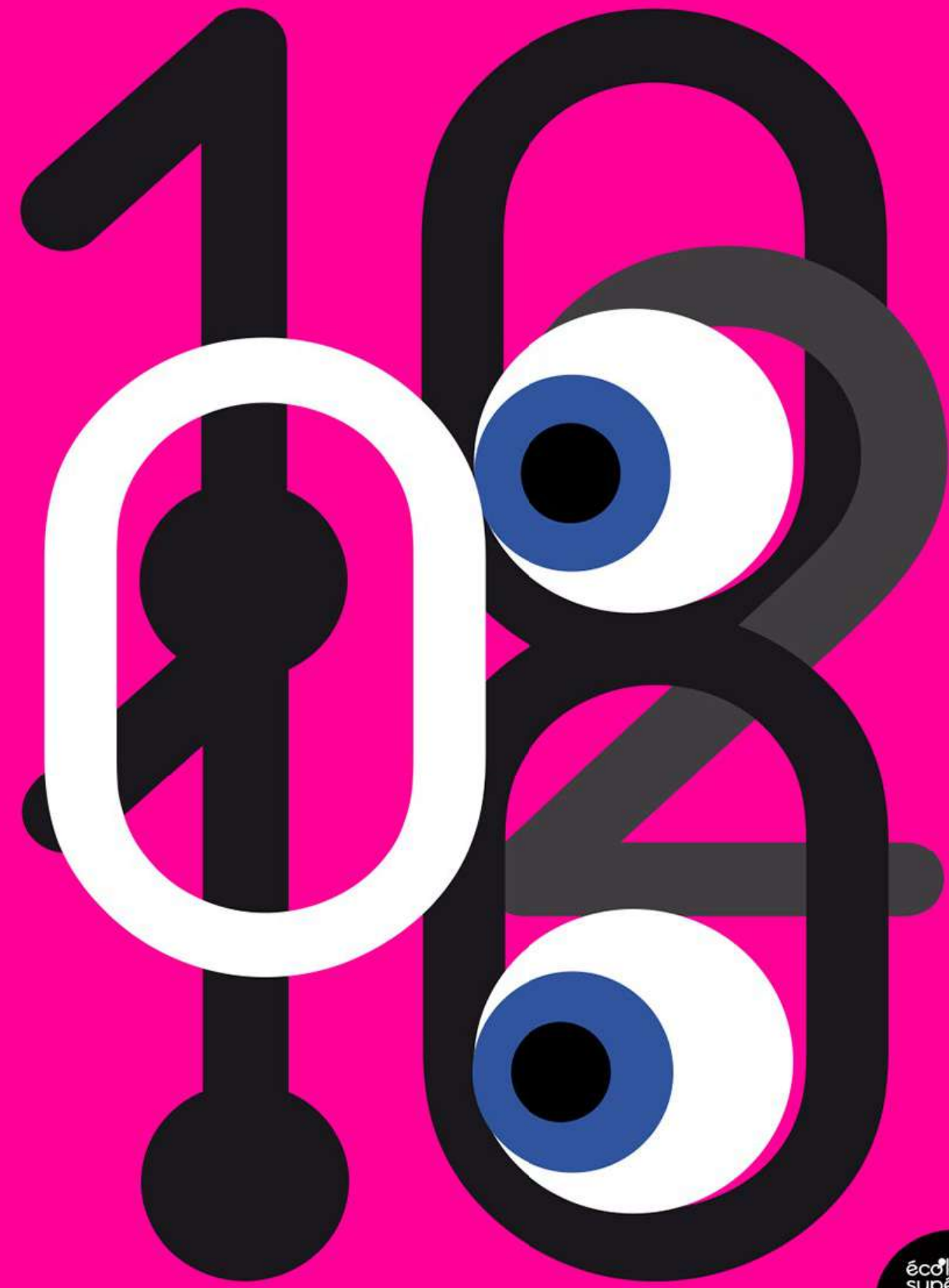
Graphiste depuis 15 ans, je me suis formé en prépa à la MJM de Rennes, j'ai ensuite obtenu un DNAT (Diplôme National d'Art et Technique) à l'ésam de Caen Cherbourg (école supérieure d'art et média). J'ai terminé mes études supérieures par un Master de Création de Produit Multimédia à l'université Rennes 2. Par la suite, durant ma carrière j'ai eu l'opportunité de suivre une formation d'un an au métier de chef de projet digital à l'IFOCOP et plus récemment j'ai suivi une formation sur l'Intelligence Artificielle sur Photoshop à l'école des Gobelins.

école
supérieure
d'arts &
médiat
de Caen

ésam de Caen-Cherbourg 2007 - 2010

DNAT obtenu en 2010

JE N'AI PAS REALISE CE LOGOTYPE



17 cours Caffarelli
14 000 Caen
02 14 37 25 00
info@esamcaen.fr
www.esamcaen.fr

Options
Art / Communication - Médias / Design graphique

L'ésam de Caen vous convie
à ses portes ouvertes le mercredi 10 février 2010

Cette école prépare aux diplômes nationaux
DNAT / DNAP / DNSEP

Les épreuves pour les concours d'entrée
sont en ligne jusqu'au 27 avril 2010

Les commissions d'admission en cours de cursus
auront lieu le mercredi 9 et le jeudi 10 juin 2010



J'ai notamment gagné l'appel à projet pour la réalisation de l'affiche des « Portes Ouvertes » 2010 de l'école supérieure d'art et média de Caen Cherbourg (ésam). Toute la promotion L3 préparant le DNAT était en compétition pour la conception de cette affiche. Le jury de sélection se composait du directeur de l'école, de certains professeurs et des 2 directeurs artistiques de l'agence qui avait réalisé la charte graphique de l'école.

1 000 Affiches collées
10 000 Flyers distribués





LOUD WAVE RECORDS

2008 - 2011

Label de musique électronique



DJ'S HEAD GEAR REQUIRED



En parallèle de mes études, j'ai été graphiste d'un jeune label indépendant de musique techno « Loudwave Records », pour lequel j'ai réalisé la communication et l'identité visuelle. Création de l'ensemble du graphisme nécessaire au Label, des logos des DJ's aux affiches pour les concerts, en passant par les pochettes vinyls et le design textile.



LOW
WAVE
RECORDS

AFTER
NORDIK
APPART
07 OCT
À L'ETAGE
DÈS 20H
MUSIC BY
DEEP BUBBLE
T-BEAR



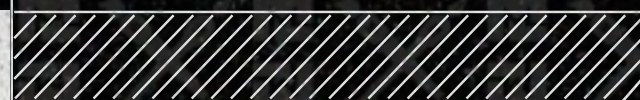
Illustration graphique: Martin Luyet - m.luyet@lowwave.fr



FONCIM Immobilier

2011 - 2012

Promoteur et aménageur immobilier





J'ai commencé ma carrière professionnelle dans une société immobilière, « FONCIM », pour laquelle j'ai refondu l'identité visuelle, créé la charte graphique et uniformisé tous les supports de communication. Cette expérience fut formatrice, en effet, j'étais le seul créatif de la société, embauché afin de redéfinir complètement la communication visuelle de l'entreprise.

Des cartes de visite aux panneaux publicitaires en 4 X 3 mètres, en passant par les plaquettes commerciales et autres supports de communication, ou encore des courtes animations en motion design, diffusées sur des bornes publicitaires interactives, j'ai pu appréhender beaucoup de notions liées à la communication visuelle d'entreprise.



De nos terrains à bâtir,
nous avons le cœur de concevoir
ses quartiers à vivre ...
Quand l'urbain devient humain!

Dossier consultable en mairie de Moulins

NOUVEAU
à partir de 50 000€

MOULT
LE VAL DES CIGONES

34 TERRAINS A BÂTIR

choix libre de constructeur

322 m² à 396 m²

02.31.38.37.44

contact@foncim.fr

www.foncim.fr



FONCIM

37 Avenue du Six Juin
14000 CAEN

PA (permis d'aménager) : N° PA01445612D001 obtenu le 29/05/12





AZTEC MUSIQUE

AZTEC Musique

2009 - 2024

Production de musique



J'ai ensuite rejoint un label de production musicale, « AZTEC Musique ». J'y avais été en stage durant un mois pendant mes études. À la fin de celles-ci, le patron m'a rappelé, pour que je poursuive mon travail créatif au sein de l'équipe.

Je réalise le graphisme des pochettes d'album et des supports de communication, de la publication presse à l'affichage métro. Digipack, coffret, jewel ou pochette vinyle n'ont plus de secrets pour moi.



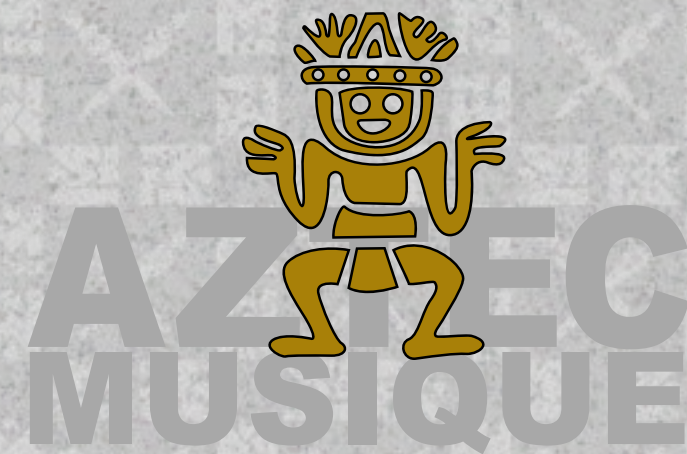




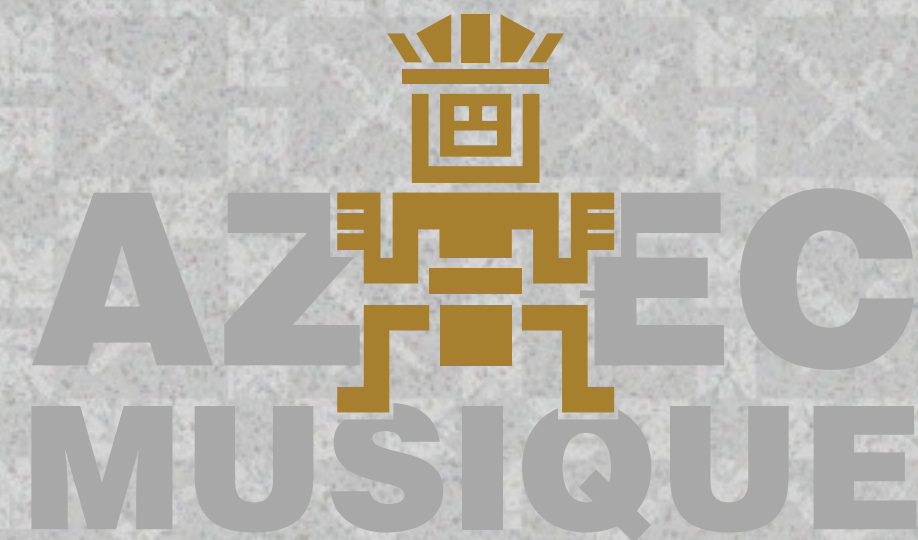
Refonte de l'identité visuelle du Label

« AZTEC Musique » est toujours resté un des clients de mon auto-entreprise. Naturellement, avec le temps, je suis devenu le directeur artistique de la structure. J'ai récemment refondu l'identité visuelle du label et j'ai créé le site internet, et avec la collaboration d'un développeur, nous avons mis en place la boutique en ligne.

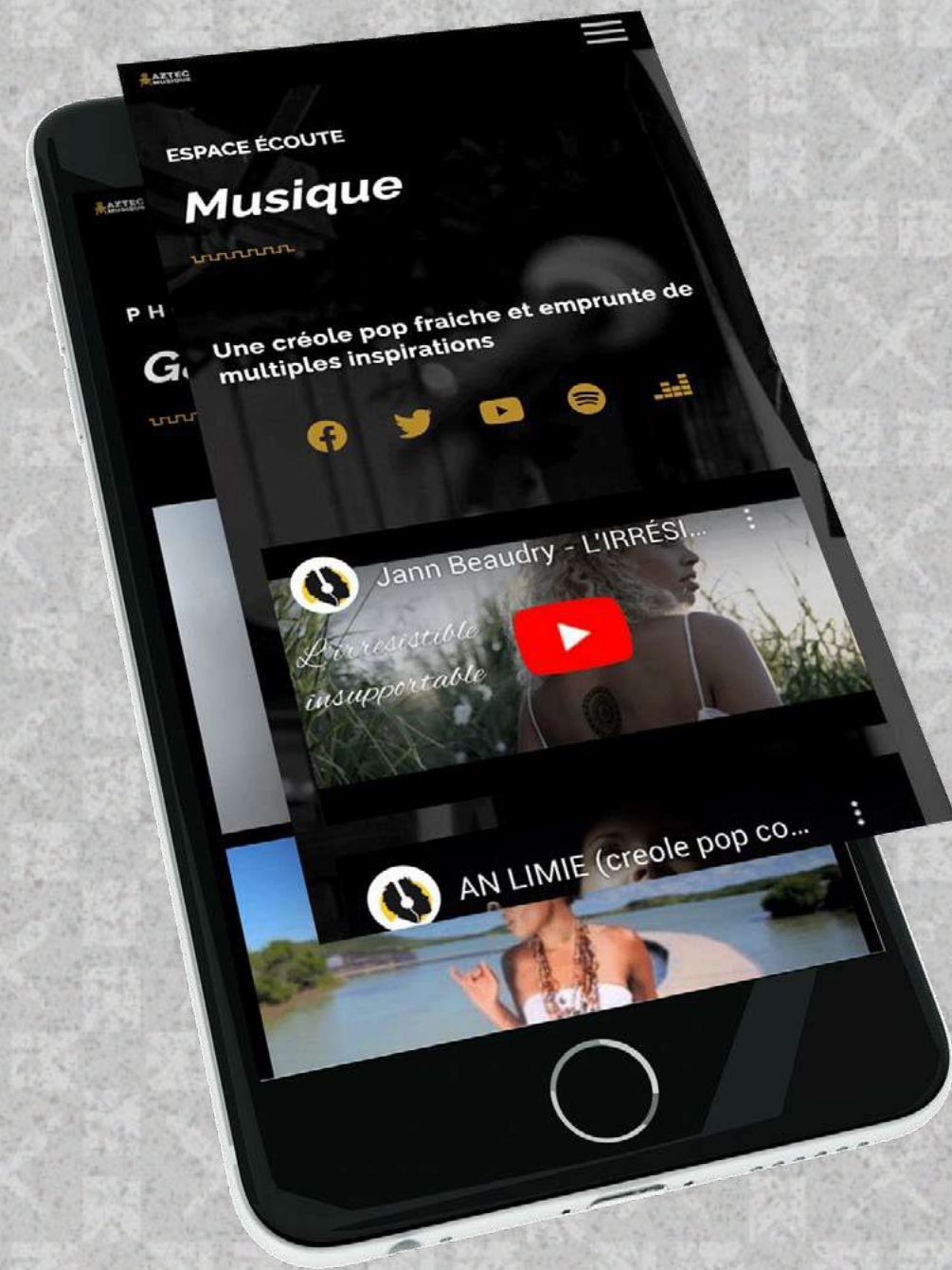
AVANT



APRÈS



Création du site internet responsive, comprenant une boutique en ligne



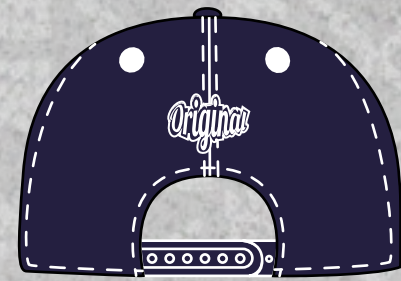
www.aztec musique.com/accueil



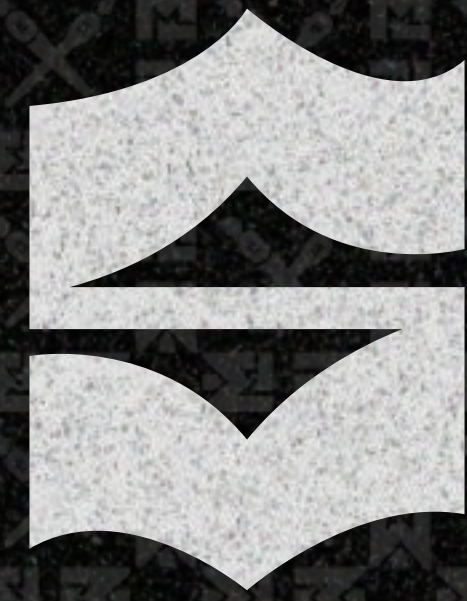
CITY INSTITUTE OF MUPYA

2012

Association étudiante Rennaise



« CIM (City Institute of Mupya) » était une jeune association étudiante de Rennes. Les créateurs voulaient fédérer les différentes écoles supérieures Françaises autour d'évènements et de la distribution d'une collection textile. J'étais chargé de réaliser le design textile.



SHANGRI - LA

SHANGRI - LA

2014

Palace Parisien

JE N'AI PAS REALISE CE LOGOTYPE

En 2014, j'ai réalisé la plaquette commerciale des « Salons de réception » du palace le « Shangri-La ». De la mise en page jusqu'au choix du papier, l'équipe de communication du palace m'a fait confiance.





LA MAISON BLEUE

2014 - 2021

Restaurant sur la côte Normande

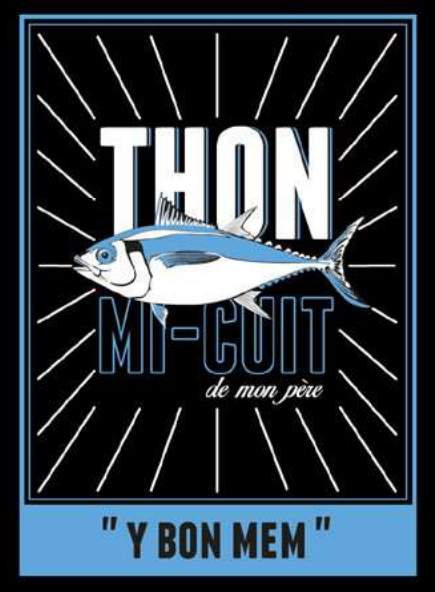




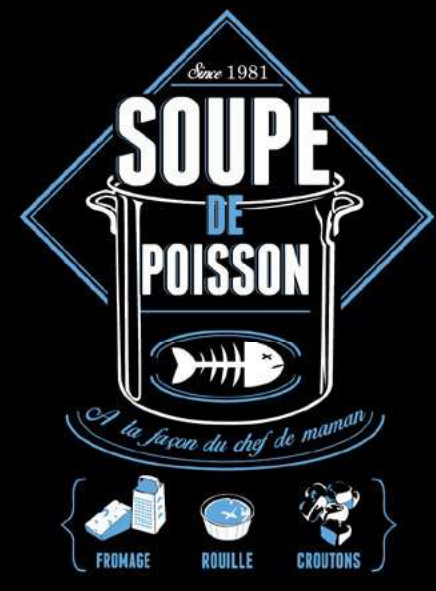
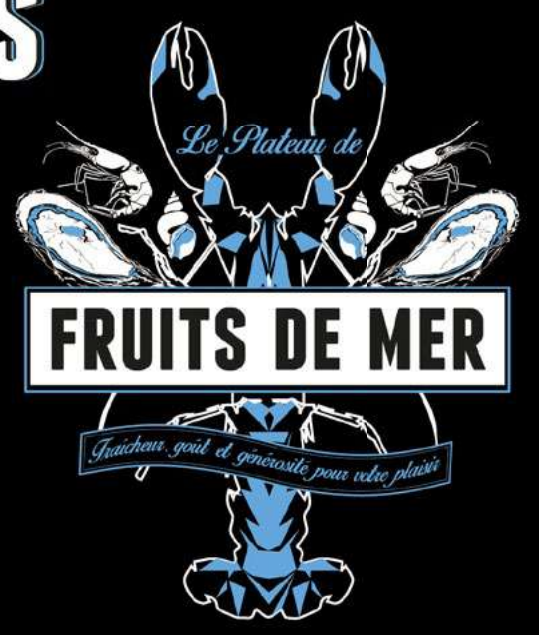
Le Restaurant « La Maison Bleue » m'a missionné pour mettre en page et illustrer les plats incontournables de son menu. Il s'agissait ensuite de les peindre sur l'un des murs de la salle de restaurant.

Ainsi les clients peuvent déjà prendre connaissance des plats permanents, complémentaires à la carte.

Par ailleurs, la refonte et la déclinaison de l'identité visuelle sur différents supports, des tabliers aux lettrages lumineux en façade en passant par les carafes ou les porte-serviettes fut pour moi une très bonne expérience en branding. Je me suis vu confier, également, le design des étiquettes des produits transformés par le chef de la Maison Bleue.



LES INCONTOURNABLES de la MAISON Bleue



AVANT



APRÈS





THON
MI-CUIT
de mon père
"Y BON MEM"

LES INGREDIENTS
de la
MAISON
Bleue

FRUITS DE MER

MOJITO

Aujourd'hui
CHEF

La Planche du
CHASSEUR

La
SOLE
façon
MEUNIÈRE

-TARTE-
Tatin

Depuis 1981
SOUPE
DE
POISSON
Façon Pato de ma Mère
FROMAGE BOULLE CROUTONS

LA DOUZAINÉ
LES HUITRES
du COCOTIER

Le Spécial
BURGER

COCKTAIL
Bleu
AMERICANO







Le
Clou
de
Girofleur

LE CLOU DE GIROFLE

2015

Restaurant du centre-ville de Caen

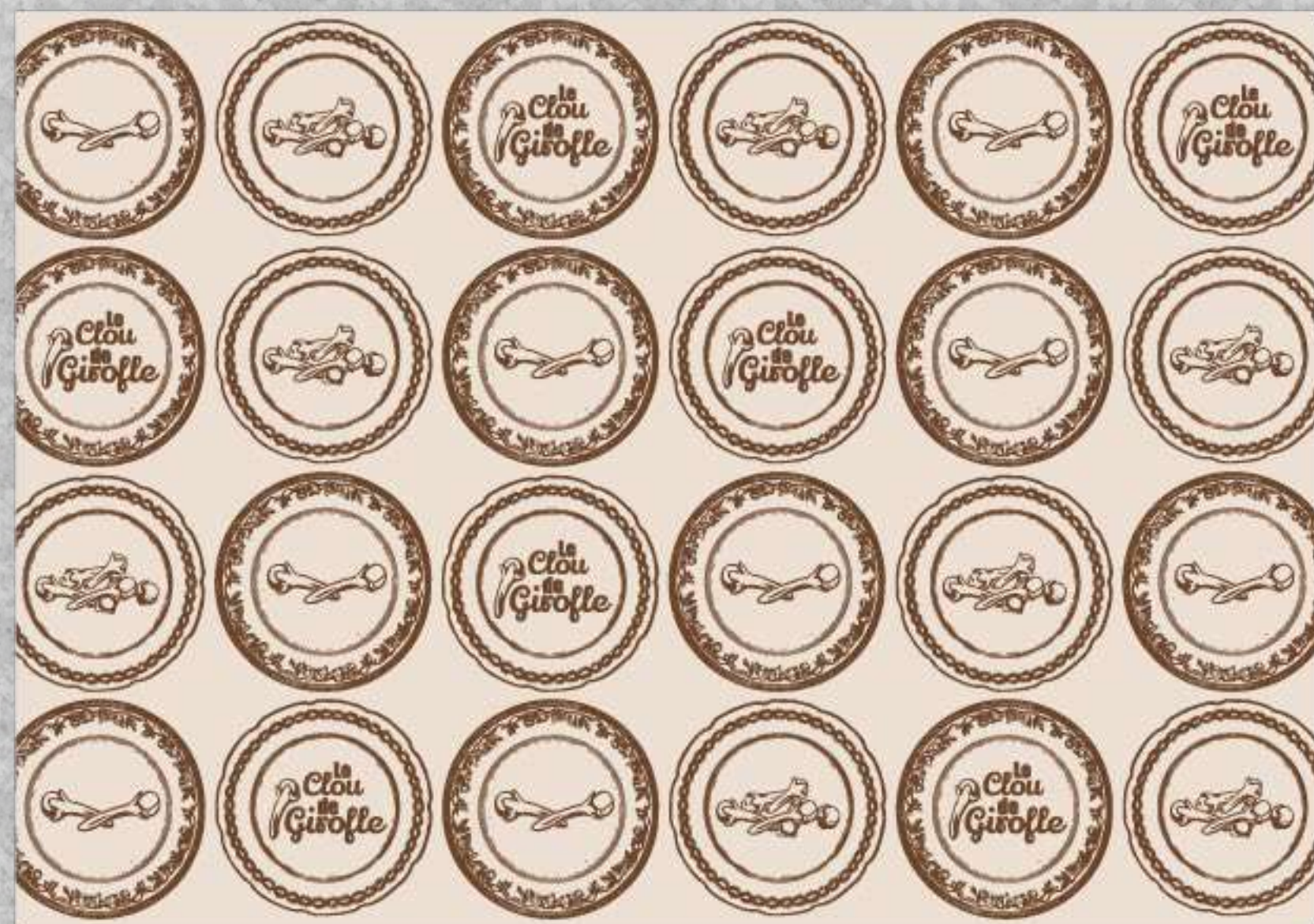
Le Clou
de
Gisofle

Le Clou de Gisofle

Fermez les yeux, retrouvez-vous dans
la cuisine de nos grands-mères et savourez
des plats gourmands et généreux...
BIENVENUE AU CLOU DE GISOFLE

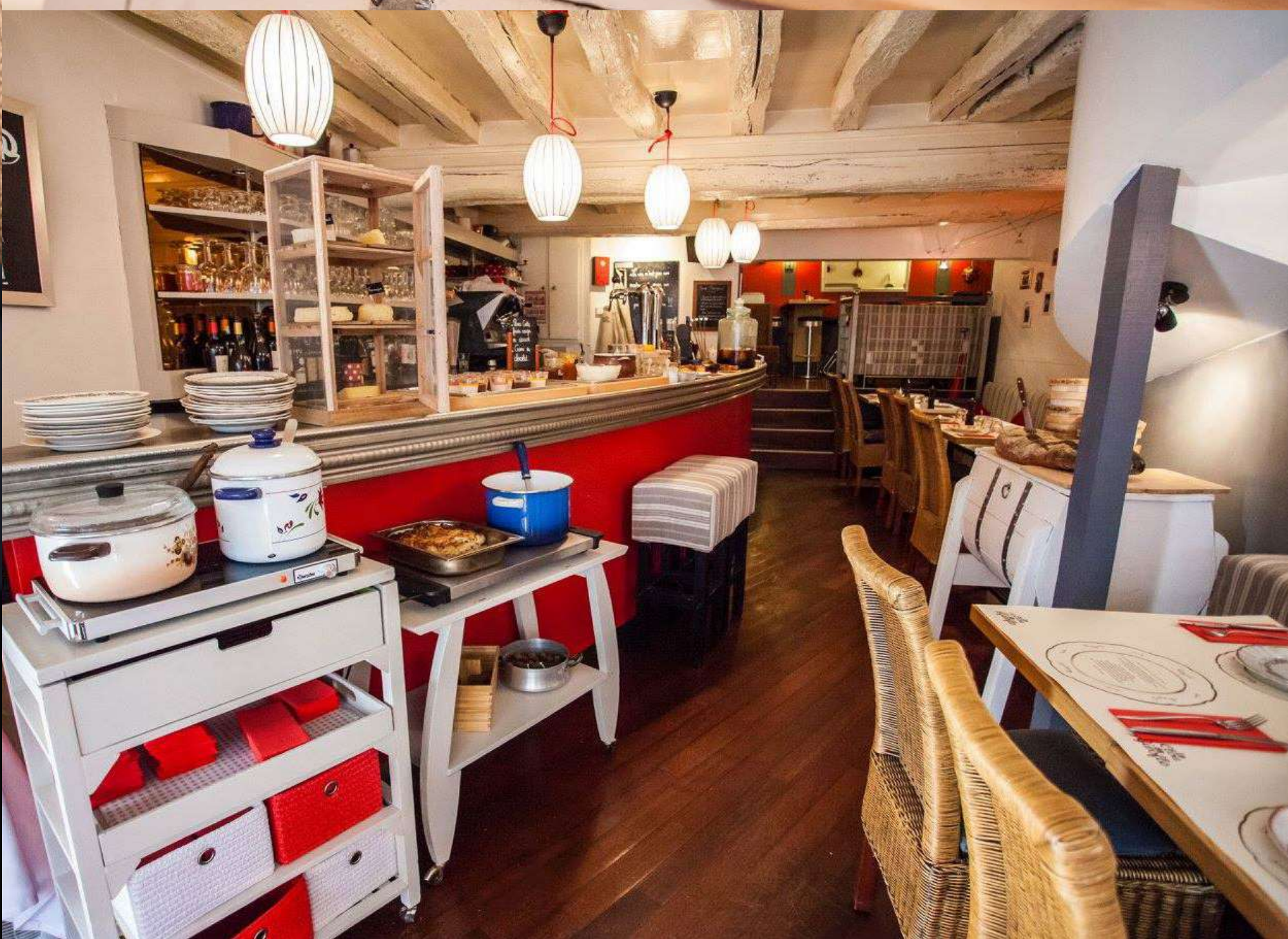
BUFFET A VOLONTÉ
Formule Déjeuner
19€
Formule Dîner
22€

Le Boudoir à D'o'



J'ai été missionné par l'agence « Michèle Fréné Conseil » pour réaliser l'identité visuelle du restaurant «Le Clou de Girofle» à Caen. Du logotype à la devanture, en passant par les corbeilles à pain, les tabliers, les sets de table et les cartes de visite, j'ai décliné l'identité avec plaisir.









UBISOFT

UBISOFT

2015

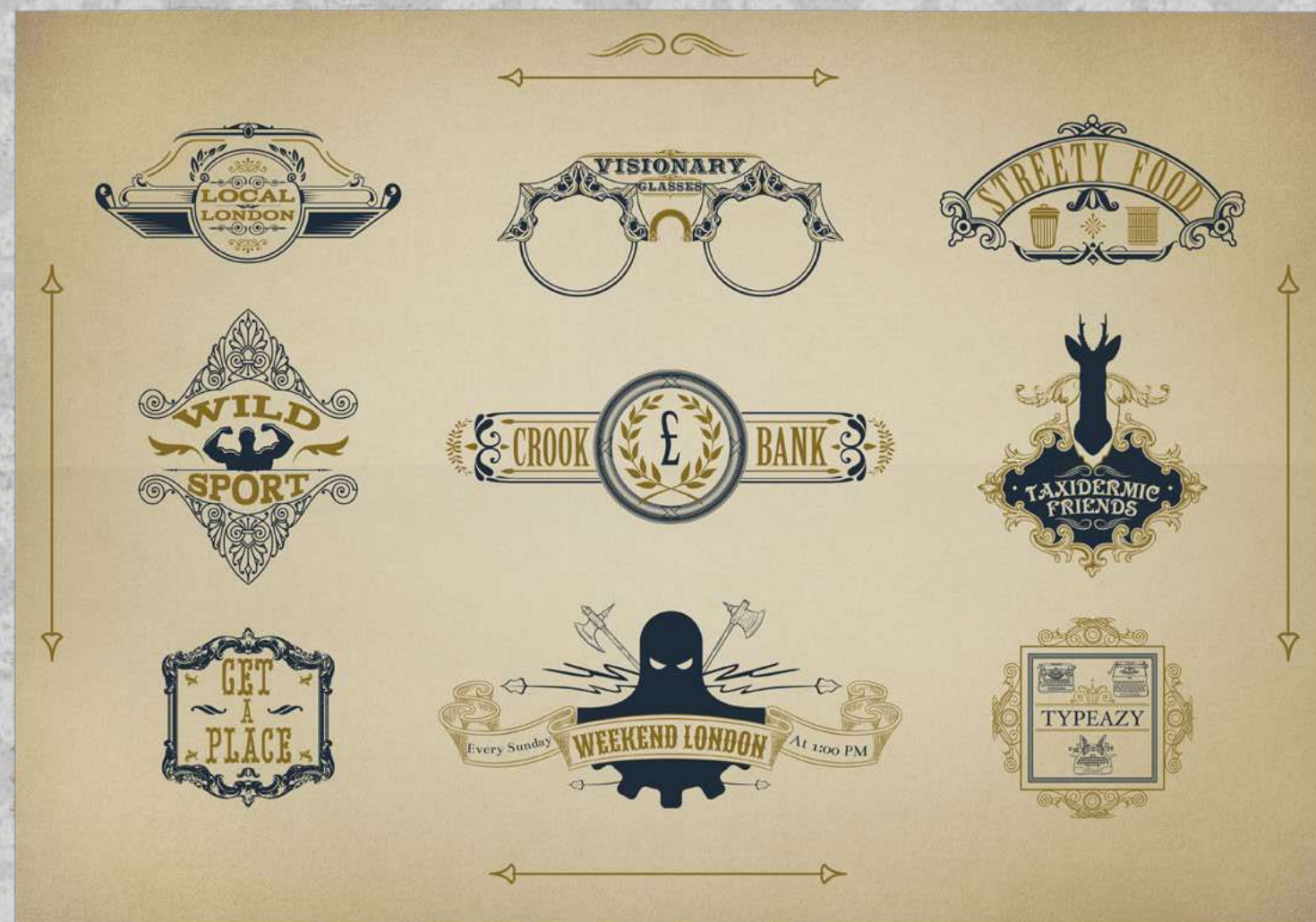
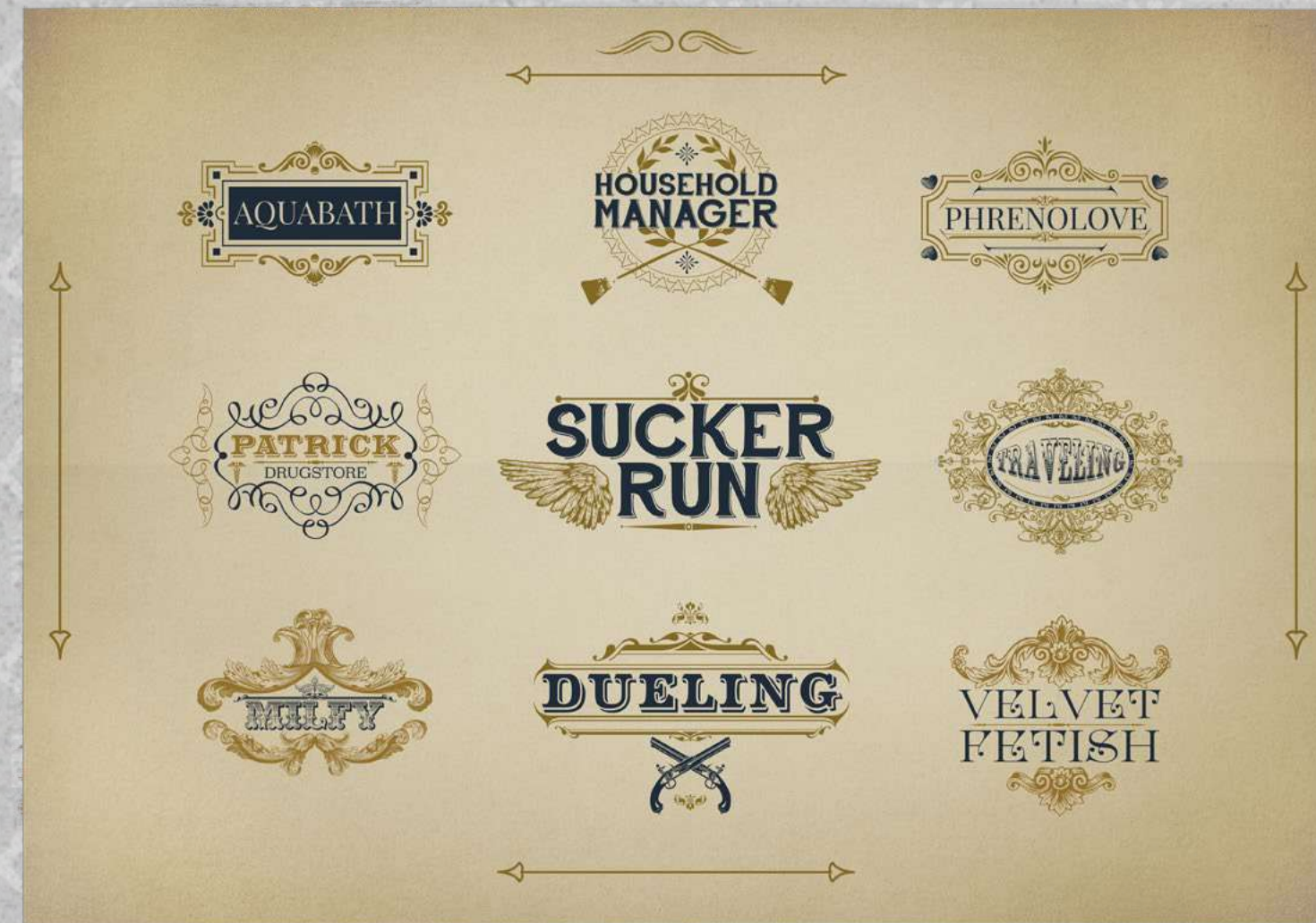
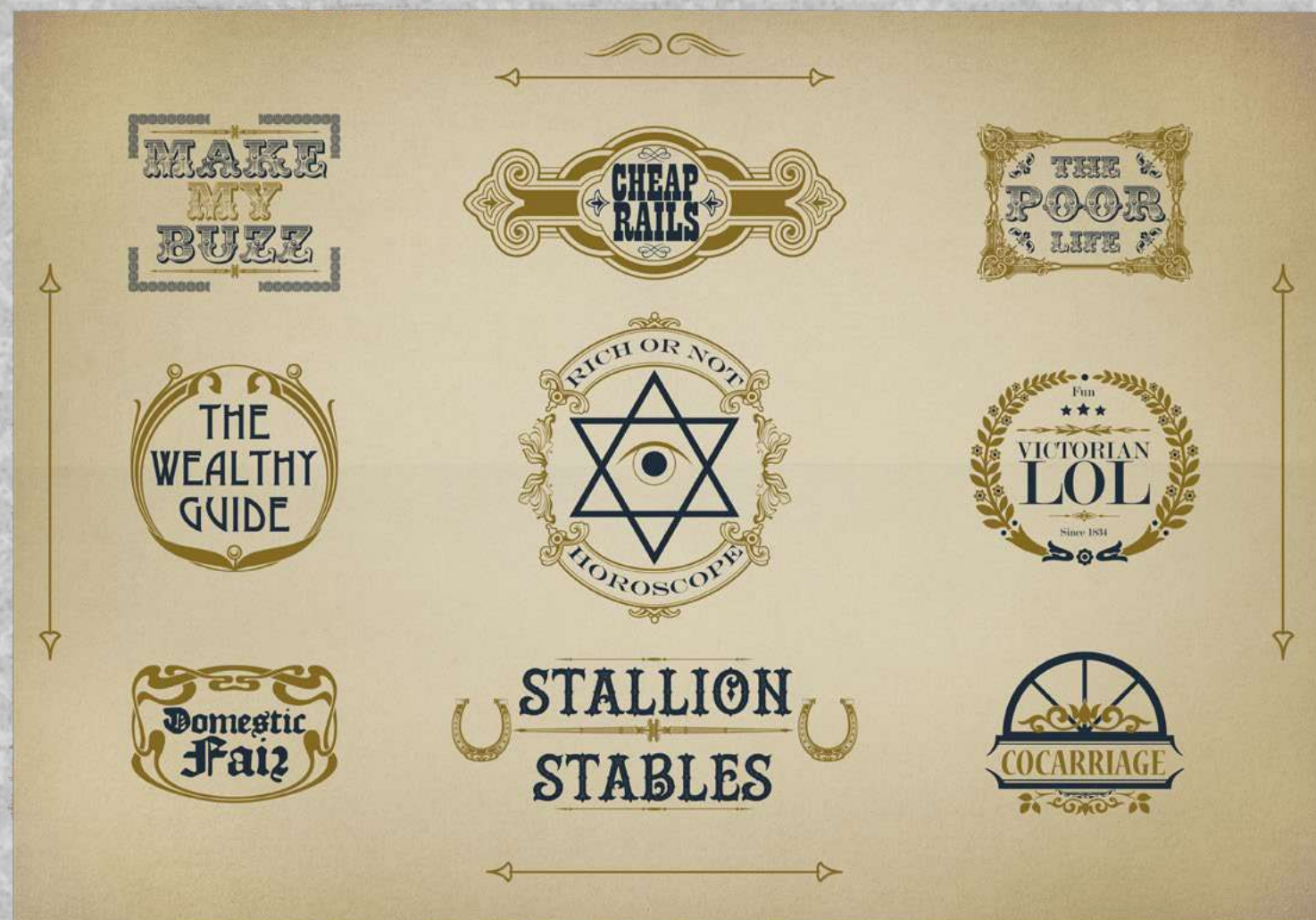
Immersive Garden

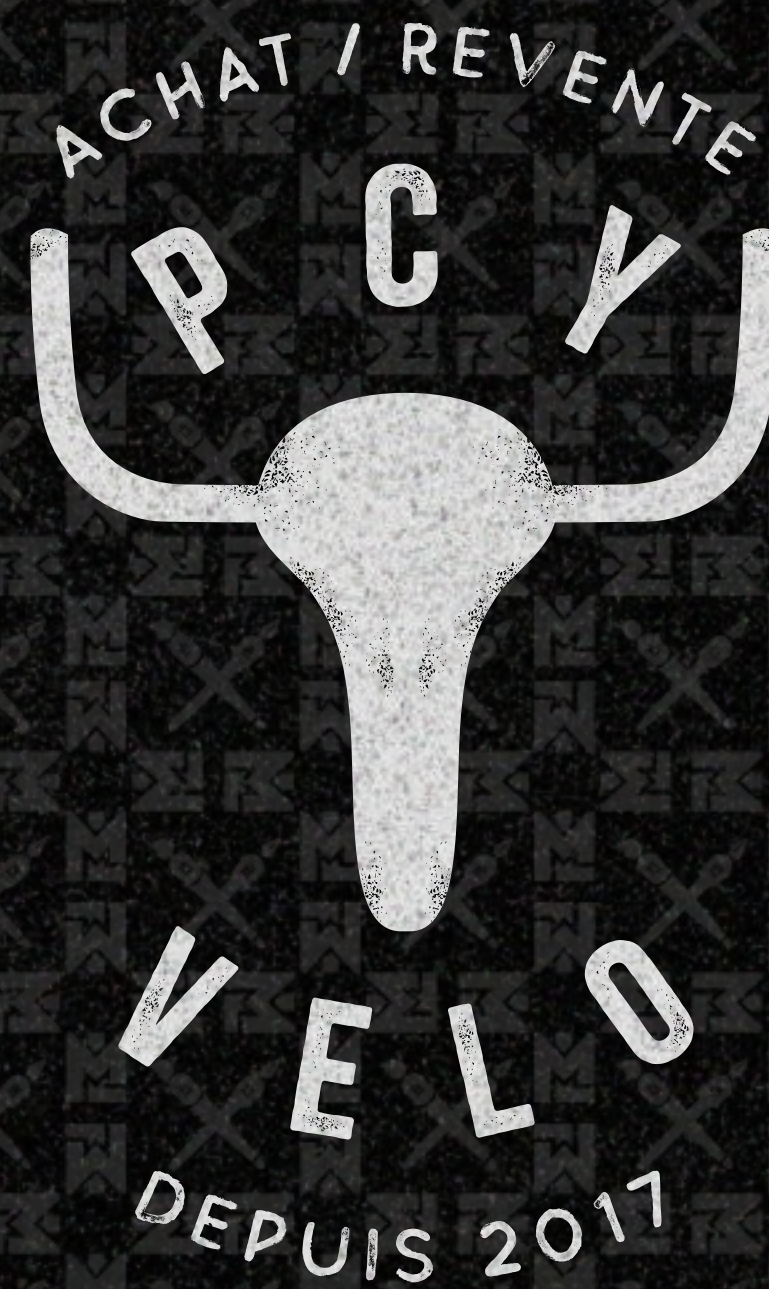
JE N'AI PAS REALISE CE LOGOTYPE



SUCKER
RUN

Dans le cadre de la communication pour la sortie du jeu vidéo « Assassin's Creed Syndicate », Ubisoft a confié à l'agence Immersive Garden le soin de réaliser une interface web fictive à l'époque victorienne, période durant laquelle se déroule l'histoire du jeu. L'idée était de créer des fausses boutiques ayant un site internet de l'époque. Dans ce cadre, ma mission était de créer les logos de chaque boutique afin de les intégrer à leur interface respective.





PCY VÉLO

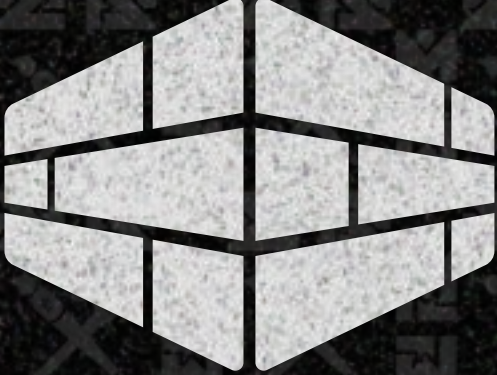
2017

Achat, réparation et revente de vélos



« PCY Vélo » est une jeune auto-entreprise, portée par un passionné de vieux vélos, qui retape à neuf d'anciens vélos de caractère. J'ai imaginé son logotype en partant de l'œuvre de Picasso «Tête de taureau», chère au cœur de PCY. J'ai également réalisé une variante du logotype plus ronde, intégrée dans une roue.



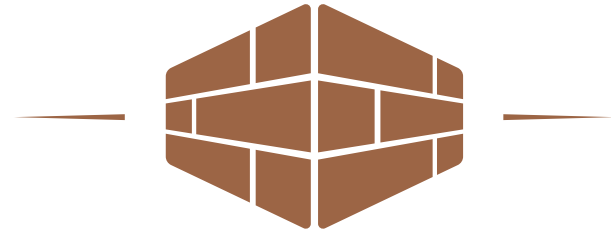
NDA  **CAM**
&
DEVELOPPEMENT

NDA - CAM

2018

Constructeur africain éco-responsable

NDA - CAM



&
DEVELOPPEMENT





« NDA - CAM & Développement » est une entreprise du bâtiment Camerounaise éco-responsable, construisant ses édifices en briques de terre crue (fabriquées sur place). J'ai réalisé leur identité visuelle.



déclic

UN LABEL D'AZTEC MUSIQUE

DÉCLIC

2019

Label de musique

décllic

UN LABEL D'AZTEC MUSIQUE

décllic

UN LABEL D'AZTEC MUSIQUE

déclic
UN LABEL D'AZTEC MUSIQUE

« Déclic » est un label de Jazz dépendant de la société de production « AZTEC Musique ». J'ai proposé une refonte de l'identité du label. Avec la création d'un logo fort, la déclinaison des supports de communication ne fut que du plaisir.

AVANT



APRÈS





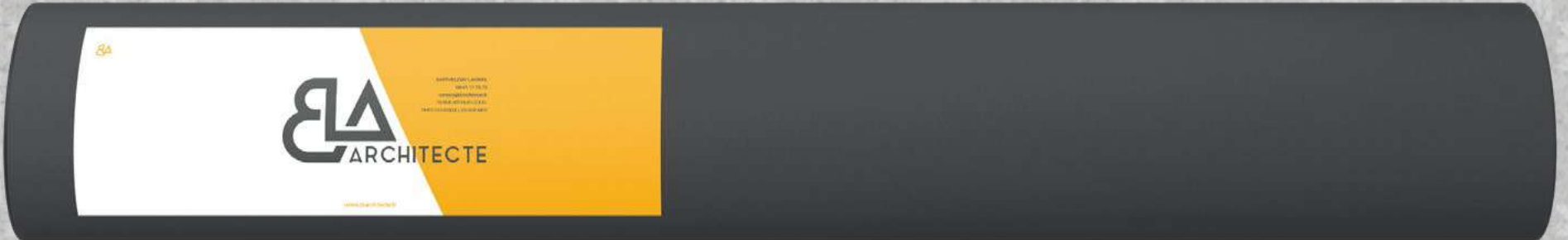
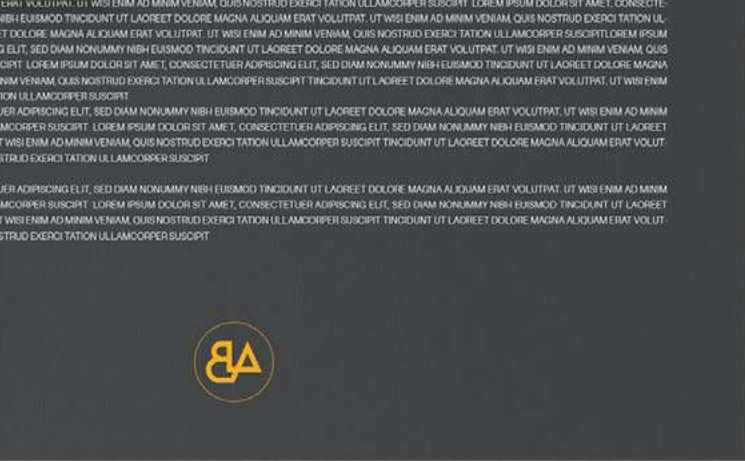


BLA ARCHITECTE

2019

Barthélémy Laignel Architecte HMONP





« Barthélémy Laignel » est Architecte depuis quelques années. Il a ouvert son cabinet en 2019 à Courseulles-Sur-Mer, en Normandie. Il m'a confié la tâche de réaliser son identité visuelle et ses supports de communication. Son souhait était de lier ses initiales et celui de son métier, B L A, pour Barthélémy Laignel Architecte. J'ai donc pensé le logo avec des « ligatures ». Une fois le logotype défini et la gamme de couleurs choisie, j'ai pensé les supports de communication comme des mini-outils pour l'architecte. Les cartes de visite, par exemple, comportent donc des petites règles millimétrées.



3.5t



Barthélémy LAIO

ARCHITECTE

BA
ARCHITECTE

LE BON NUMÉRO

LE BON NUMÉRO

AGENCE MULTIMÉDIA

2017 - 2020

JE N'AI PAS RÉALISÉ CE LOGO TYPE



J'ai été embauché en CDI en 2017 au sein de l'agence « Le Bon Numéro ». Cette expérience a été très enrichissante. J'ai fait essentiellement de l'interfaçage web, mais j'ai aussi été amené à travailler différents types de médium comme la photographie, la vidéo ou le motion design. Dans cette toute petite agence, nous nous partageons les tâches créatives avec le directeur de la création et moi-même. « Au Bon Numéro » j'ai pu travailler sur des projets de plus grande envergure et l'appui d'une équipe technique web très pointue donnait à chaque réalisation une dimension applicable vraiment intéressante.



La
SMPHONIE
du MARAIS
HUGO REYNE

LA SIMPHONIE DU MARAIS

2019

ENSEMBLE MUSICAL

JE N'AI PAS REALISE CE LOGOTYPE



« La symphonie du Marais » était un ensemble musical mené par Hugo Reyne. J'ai été missionné pour réaliser le dépliant présentant le programme 2019. Par ailleurs, je leur ai conçu l'identité de leur festival « Marais Baroque ».





ATELIER J

2020

Architecte HMONP



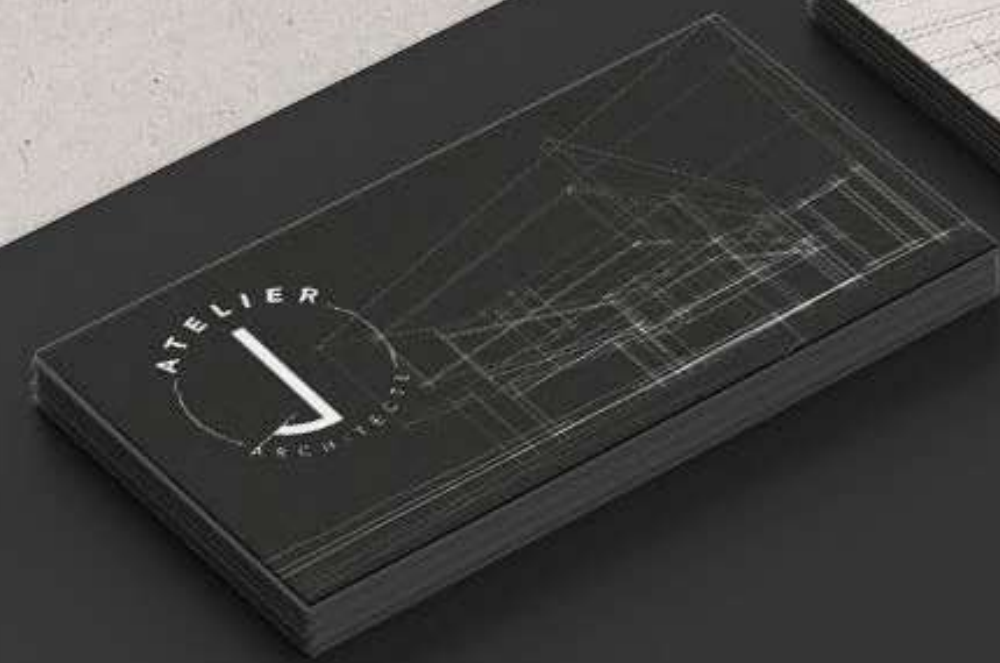
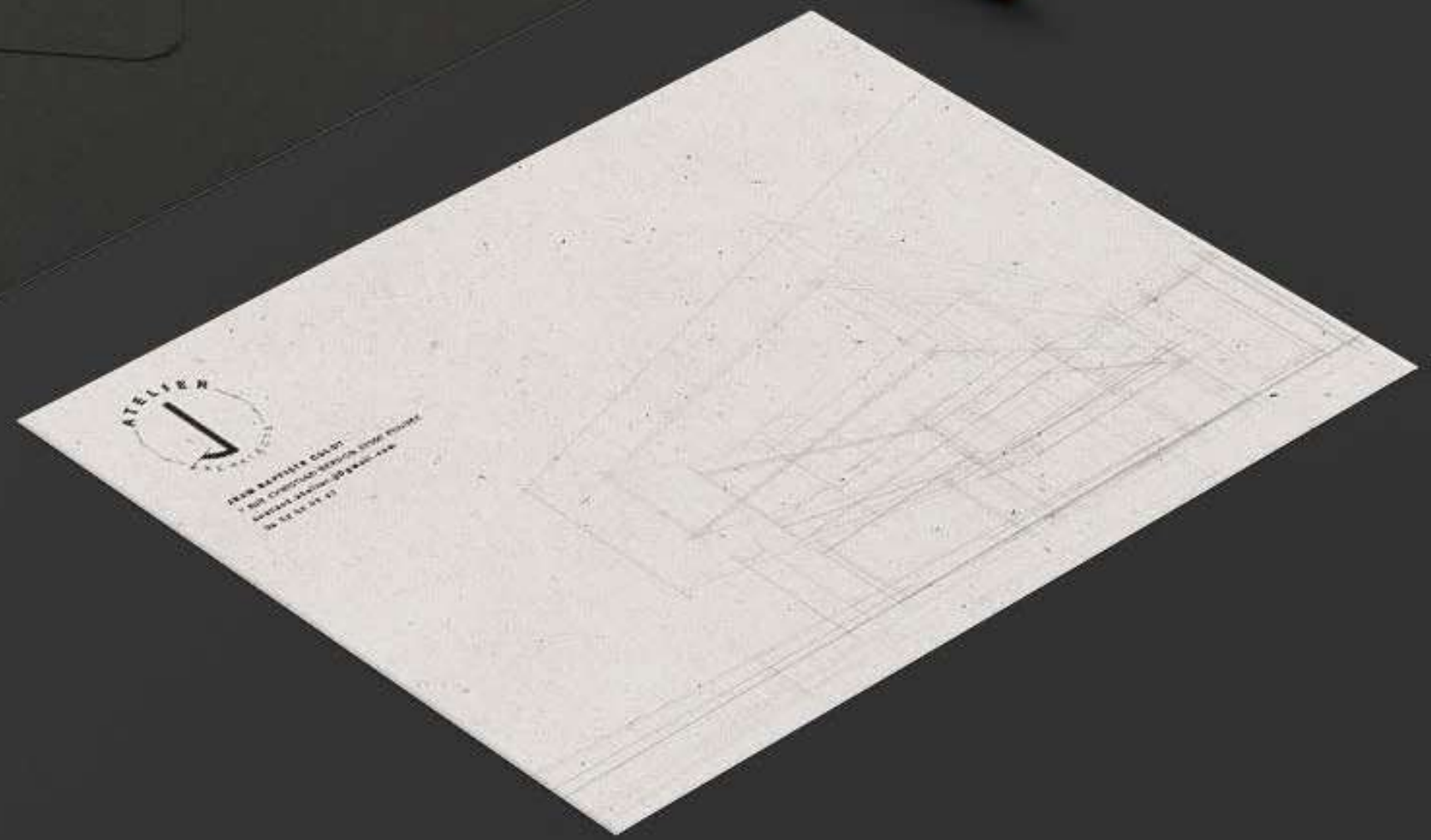
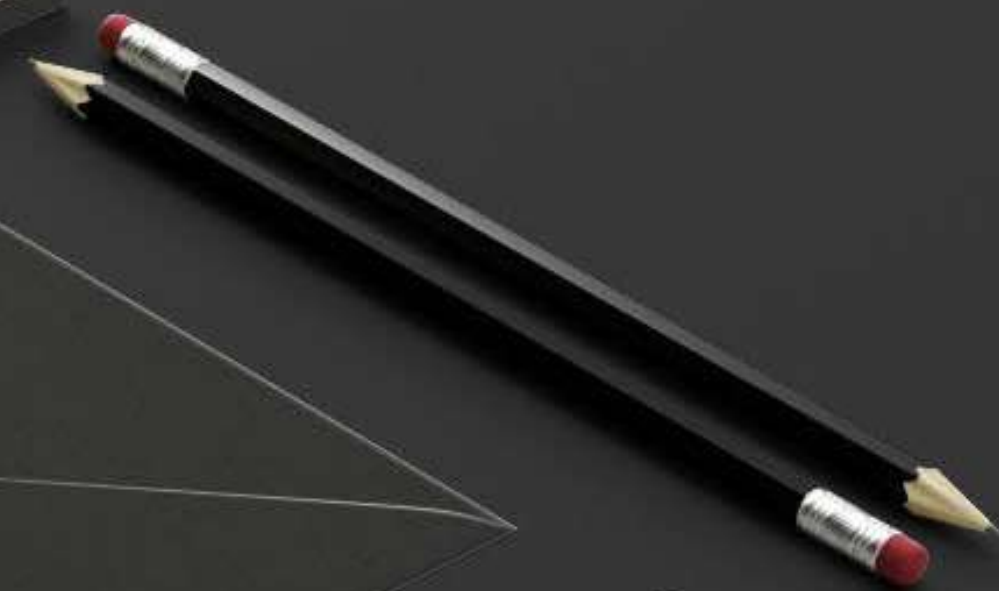
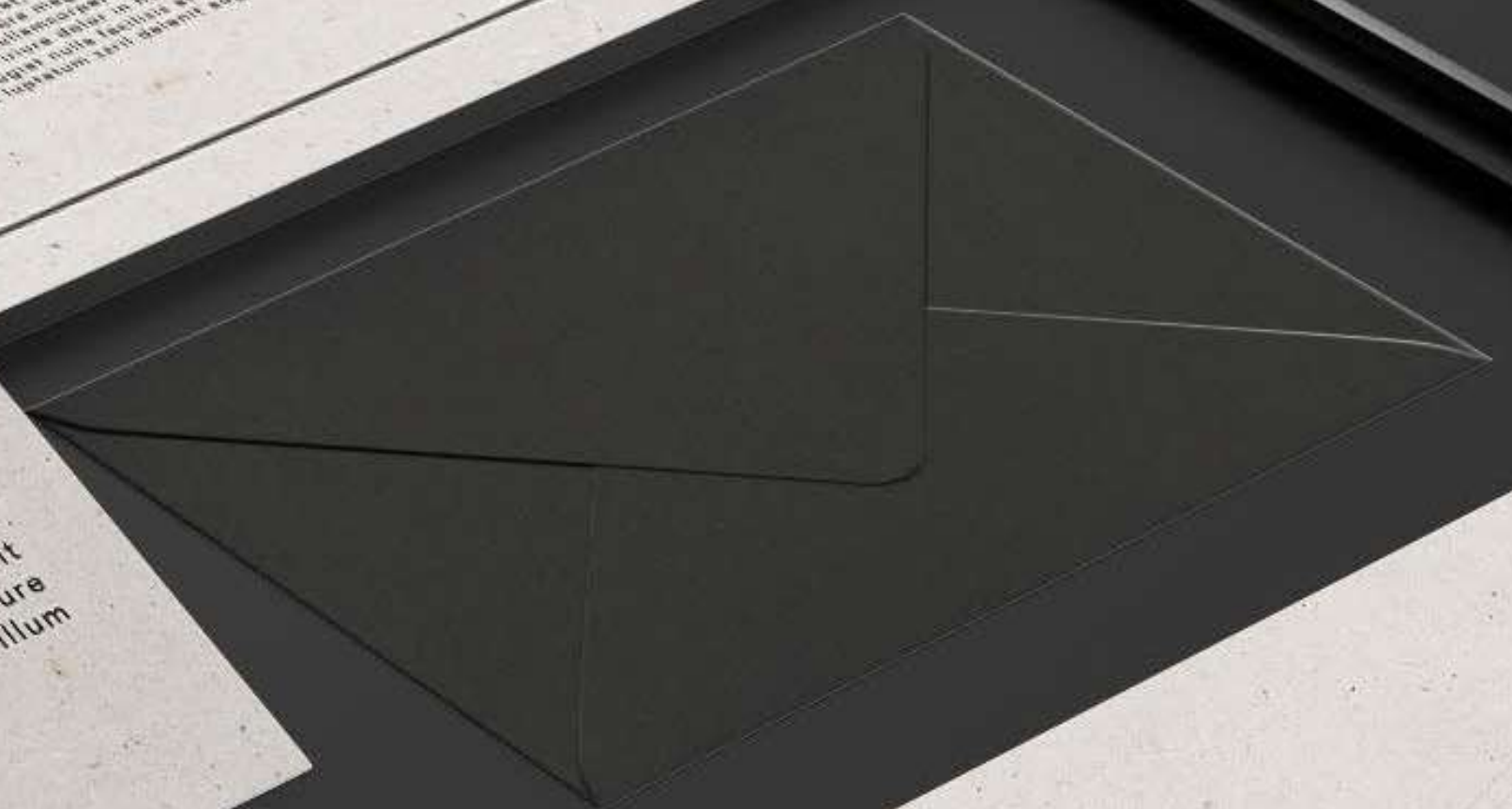
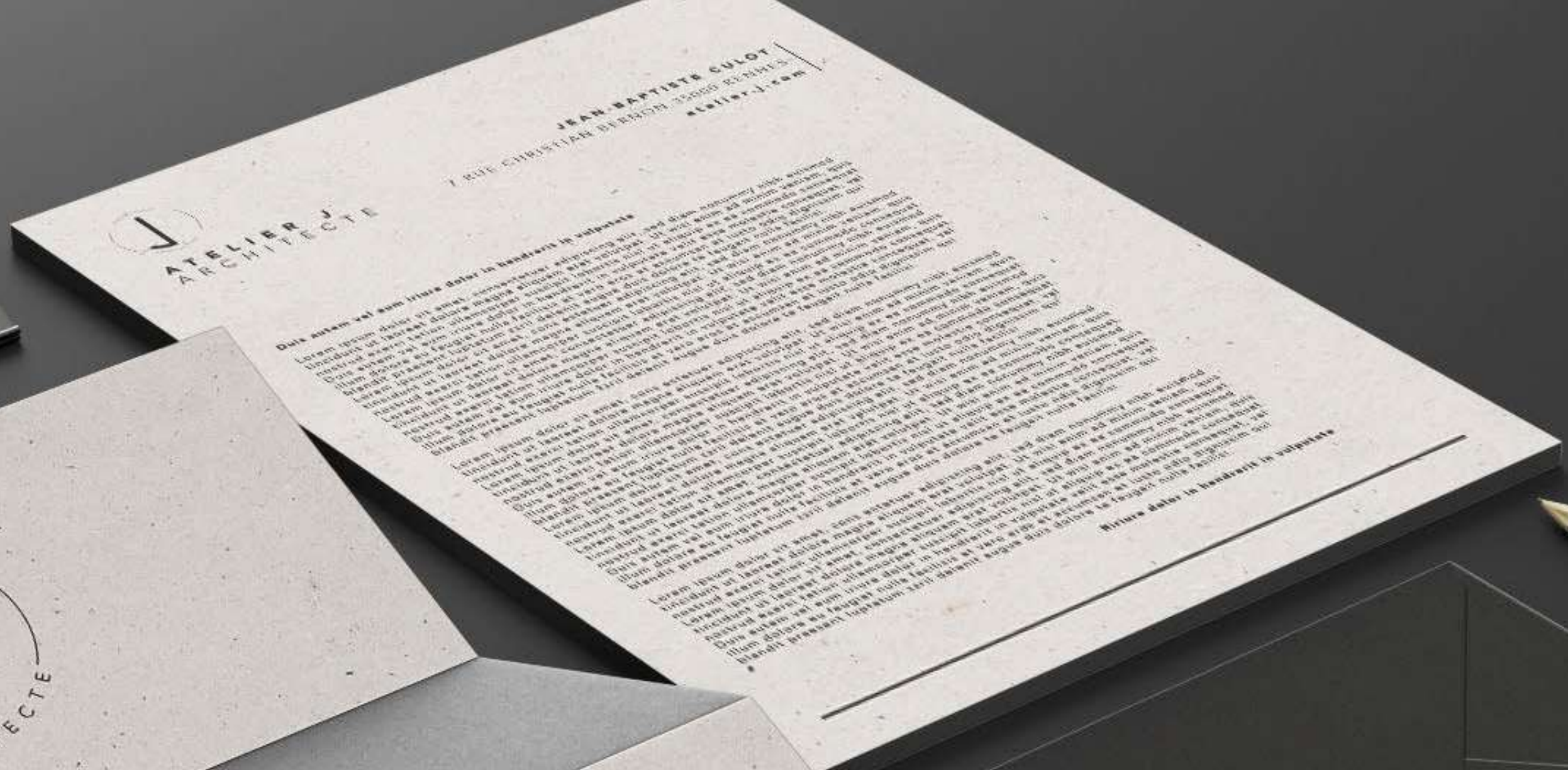
« Atelier J » est un cabinet d'architecte mené par Jean-Baptiste Culot créé en 2020. Il m'a confié la réalisation de l'identité visuelle du cabinet et des supports de communication.

La demande était d'abord portée sur un logo très épuré avec l'utilisation de typographies grasses et maigres, de préférence en rond avec des droites rappelant l'activité d'architecture.

Une fois le logotype défini, j'ai proposé une gamme de couleurs très neutre, restant dans les niveaux de gris, à la fois pour rappeler les matériaux de construction, mais aussi pour laisser la part belle aux projets réalisés par l'agence. J'ai, ensuite, pensé les supports de communication dans des matières recyclées pour rappeler la philosophie du cabinet.







Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate :
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros.

ATELIER J ARCHITECTE
 JEAN-BAPTISTE CULOT
 7 RUE CHRISTIAN BERNON 35009 RENNES
 Contact: atelier.j@gmail.com
 06 52 83 99 47

ATELIER J ARCHITECTE
 JEAN-BAPTISTE CULOT
 7 RUE CHRISTIAN BERNON 35009 RENNES
 06 52 83 99 47

JEAN-BAPTISTE CULOT
 7 RUE CHRISTIAN BERNON 35009 RENNES
 atelier.j@gmail.com



HAUT JARDIN ÉLAGAGE

2021

Paysagiste et élagueur



HAUT JARDIN
ÉLAGAGE





« Haut Jardin » était une entreprise paysagiste basée dans le Sud-Ouest, qui se démarque par l'activité d'élagage de très grands arbres. Avec différents grimpeurs spécialisés dans leur équipe, ils interviennent dans de grandes propriétés arborées.

J'ai été missionné pour concevoir leur identité visuelle, qu'ils voulaient axée sur leur spécialité tout en dégagant un esprit classe et vintage.

Du logo jusqu'au covering des véhicules en passant par les supports de communication habituelle et les tenues de l'équipe, ce fut pour moi un réel plaisir de collaborer avec les dirigeants.





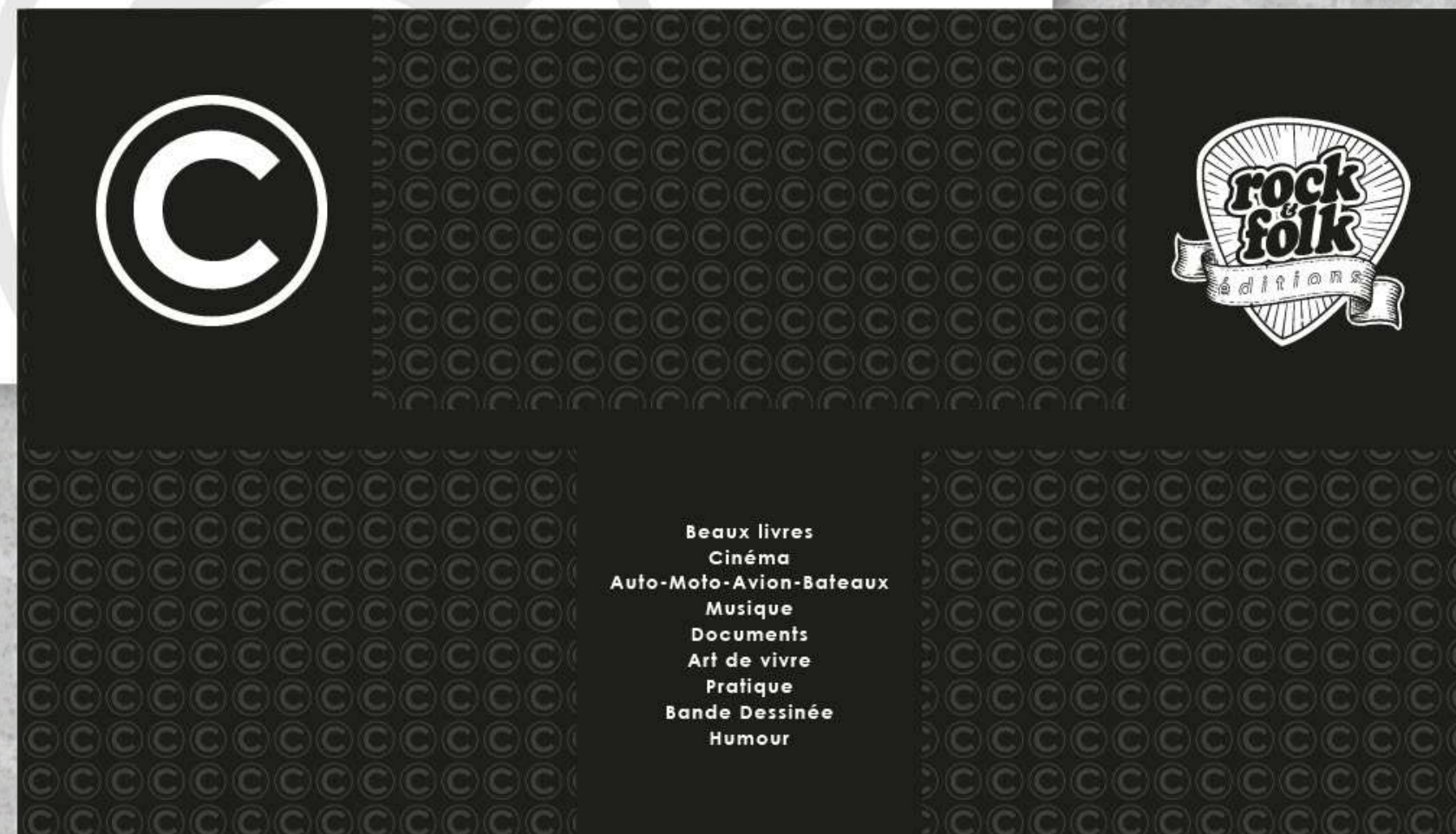
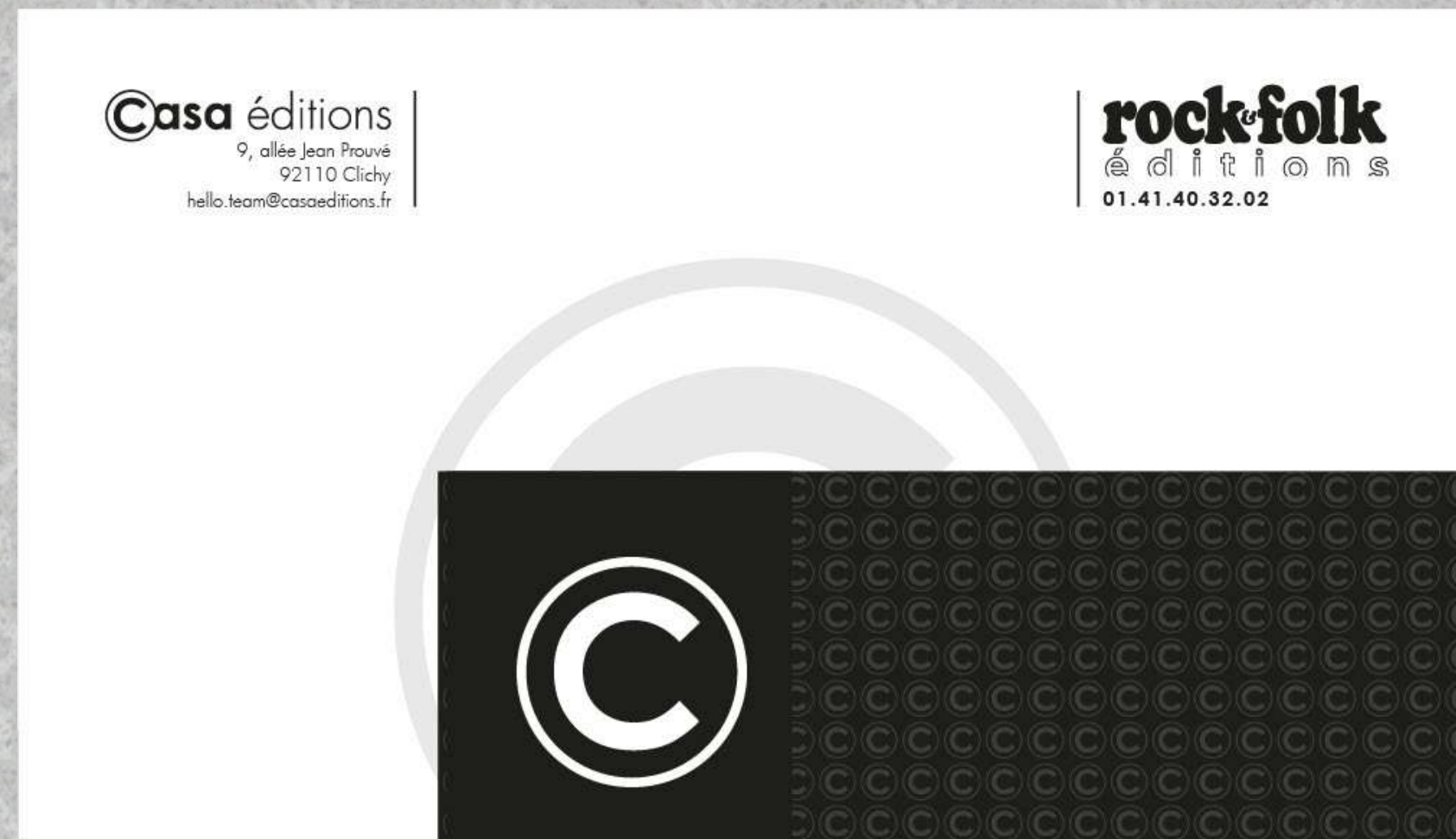
Casa éditions

CASA ÉDITIONS

2020 - 2024

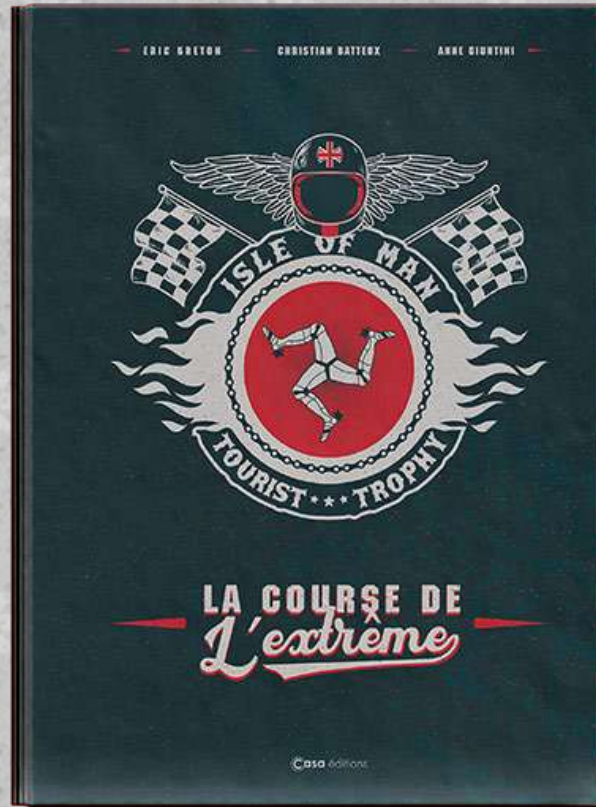
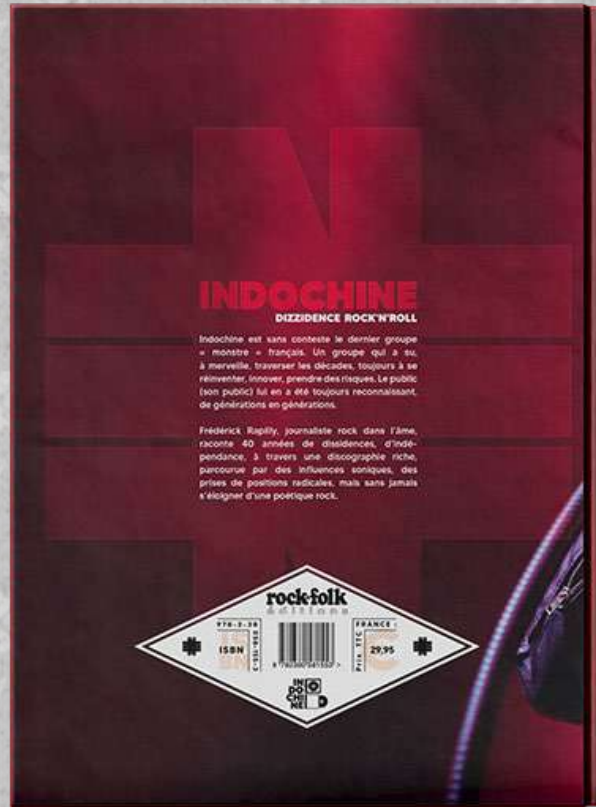
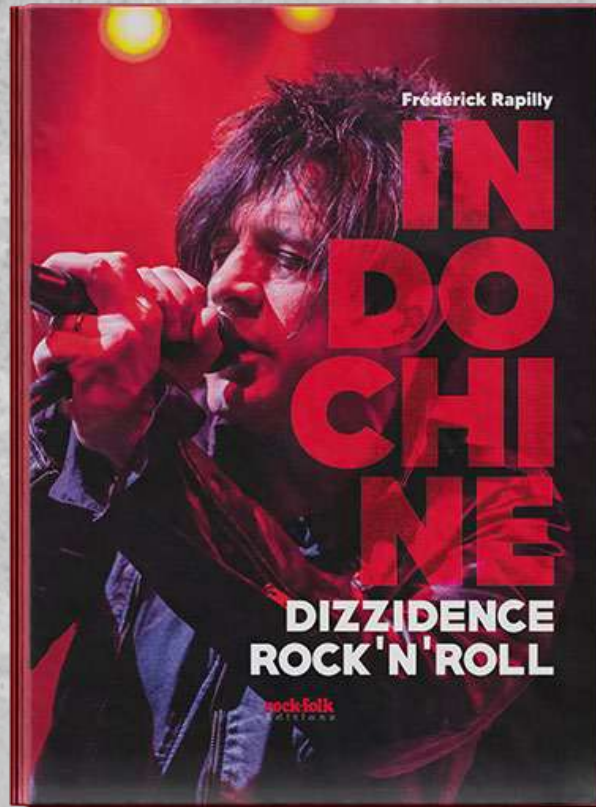
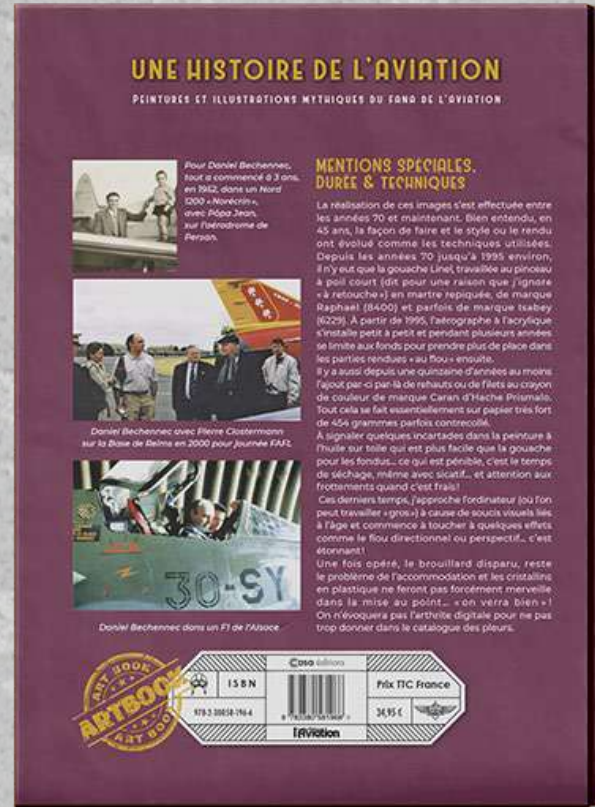
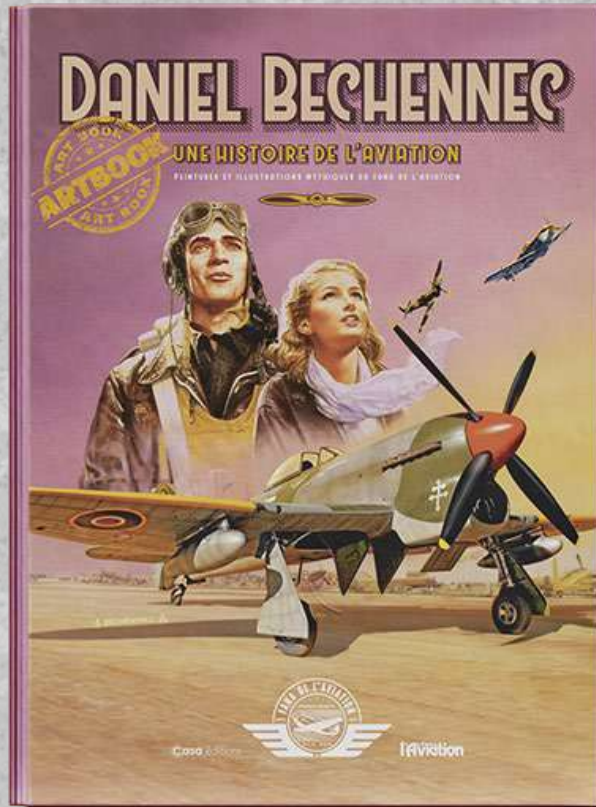
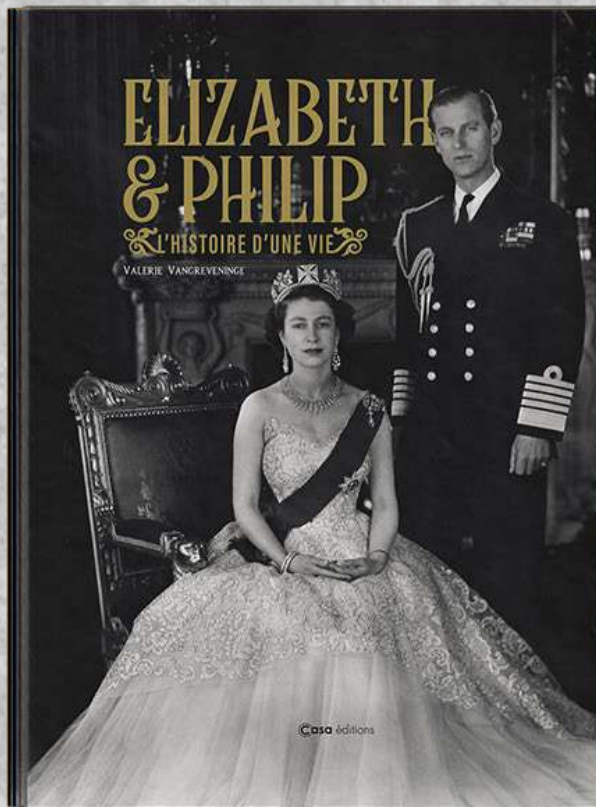
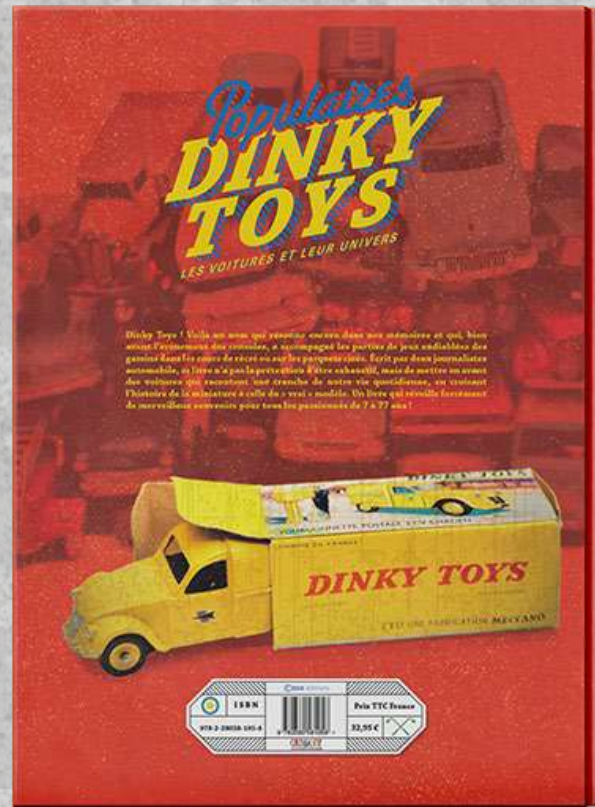
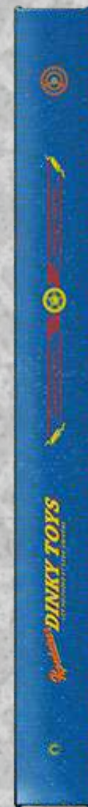
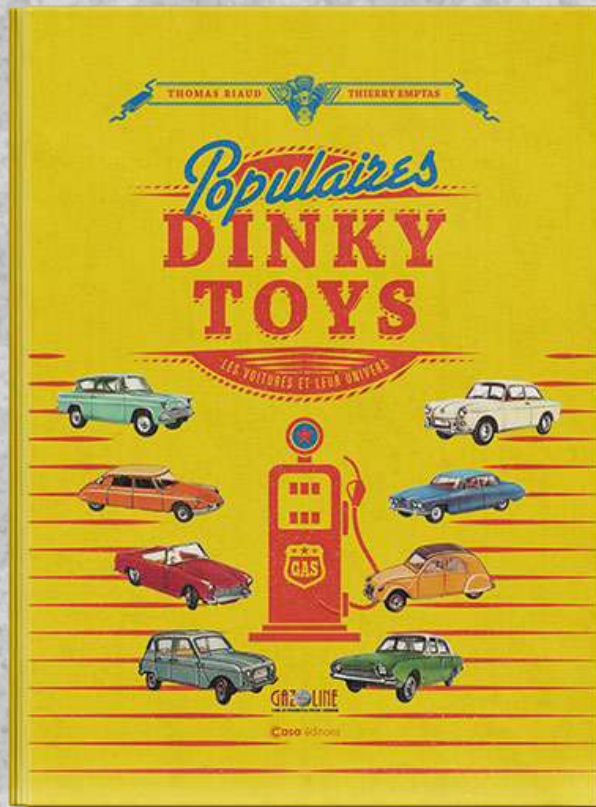
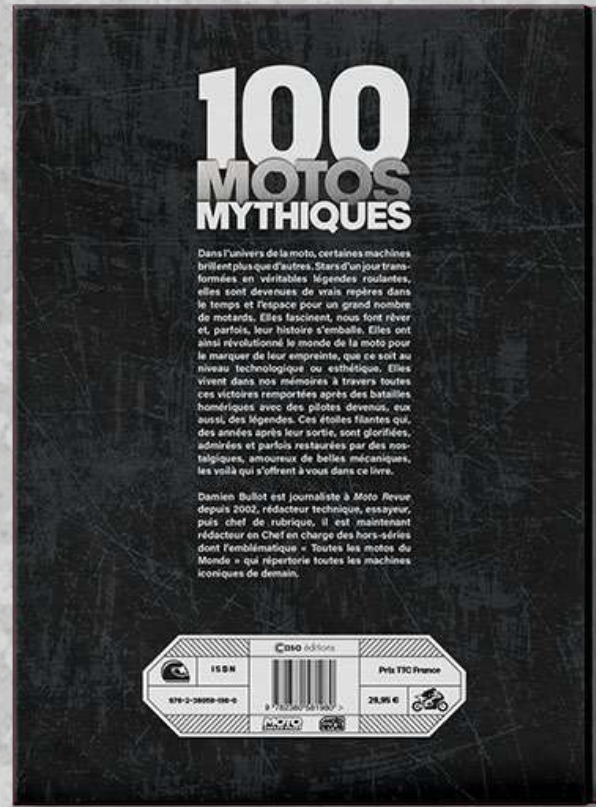
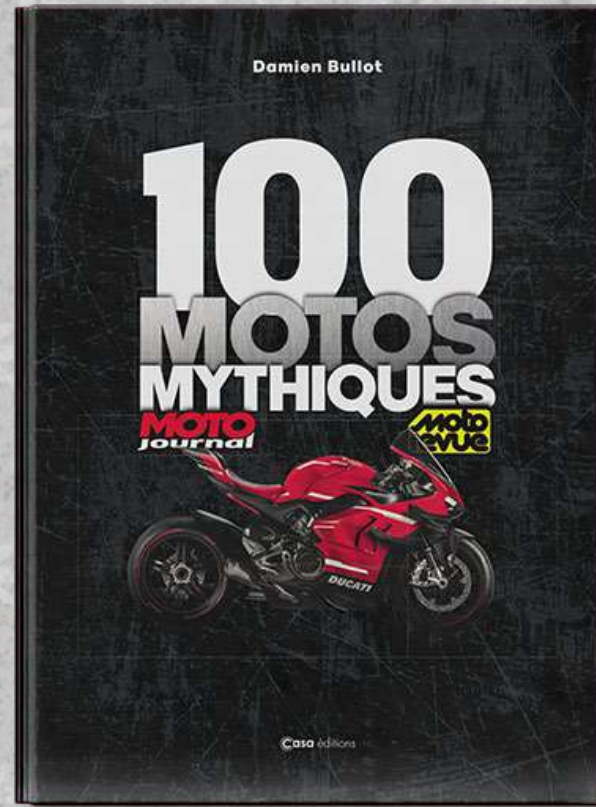
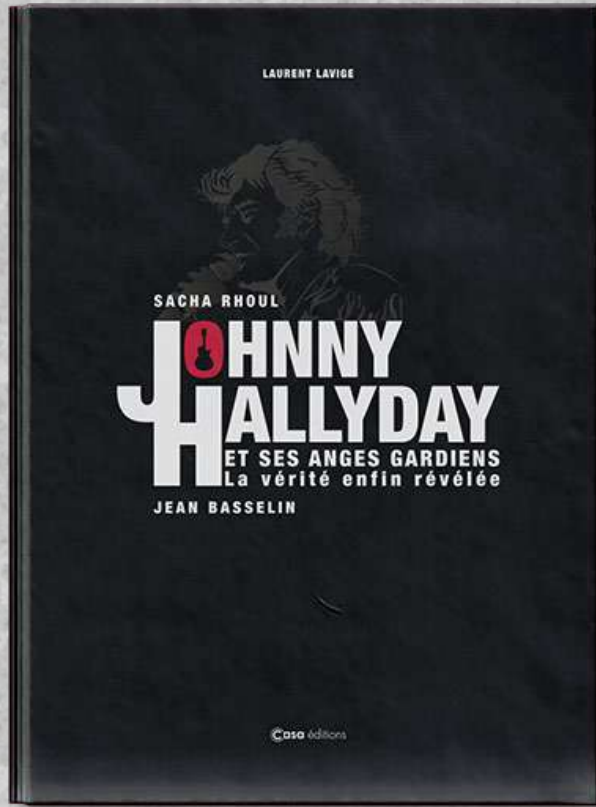
Édition de livres

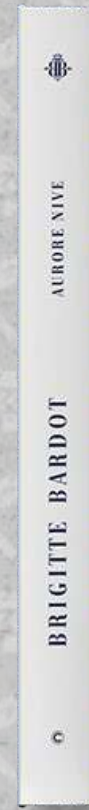
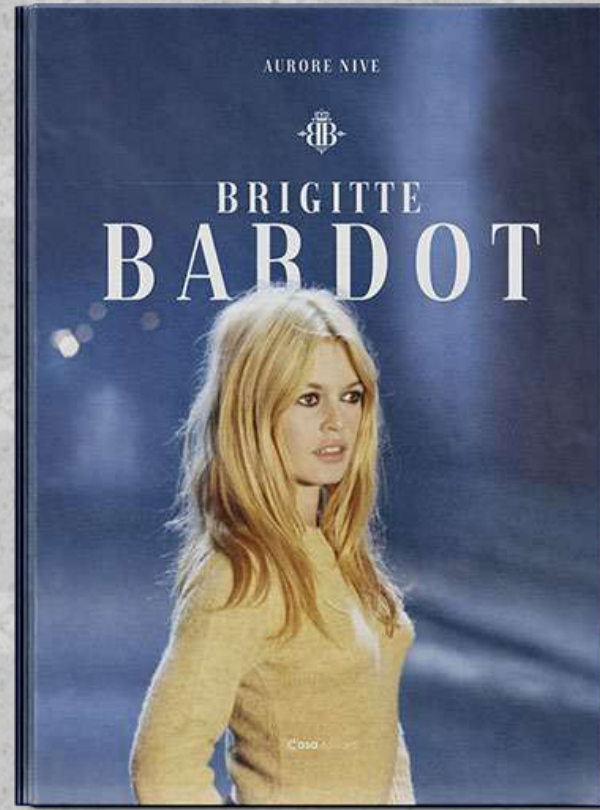
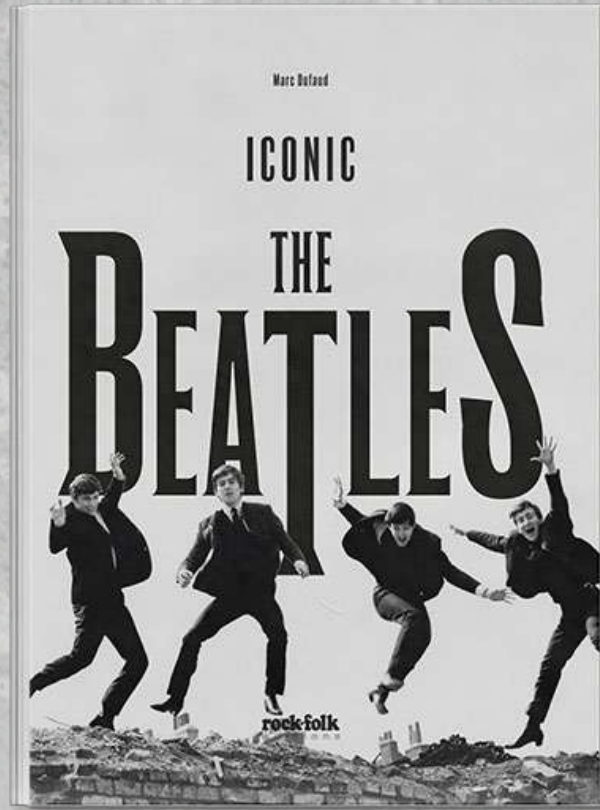
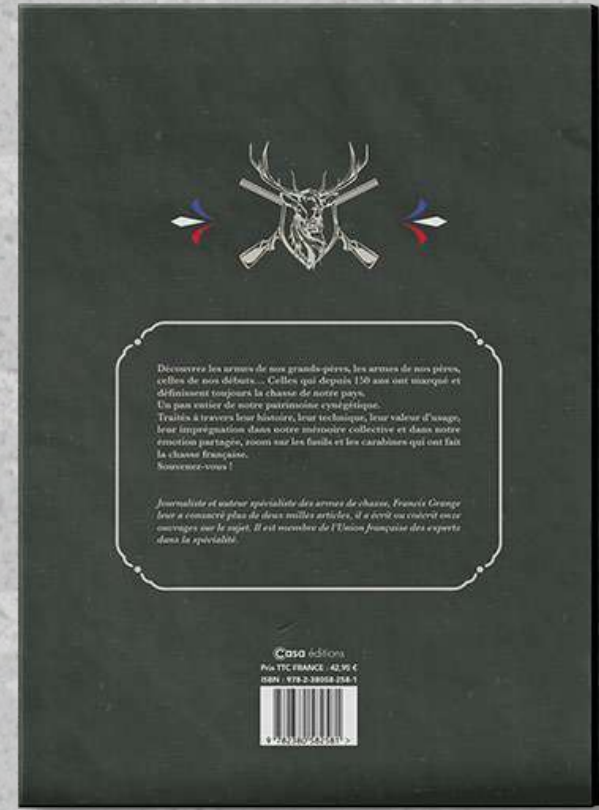
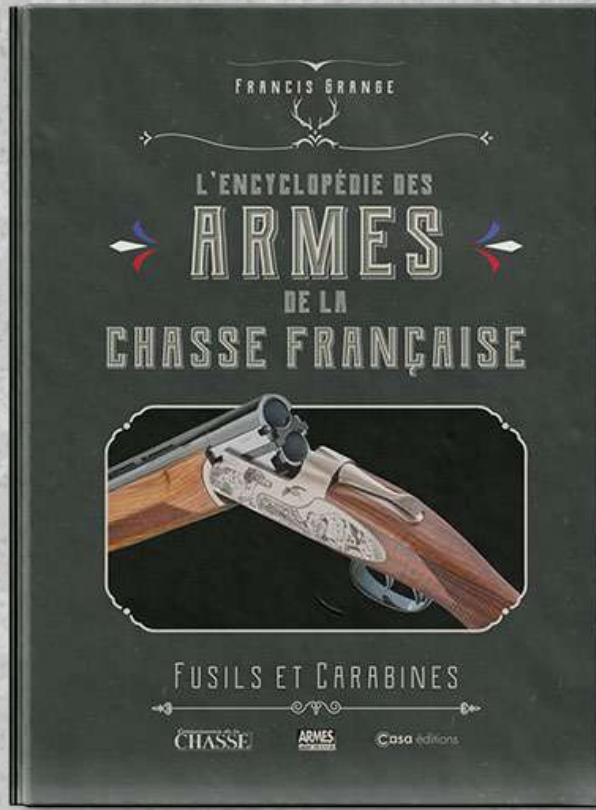
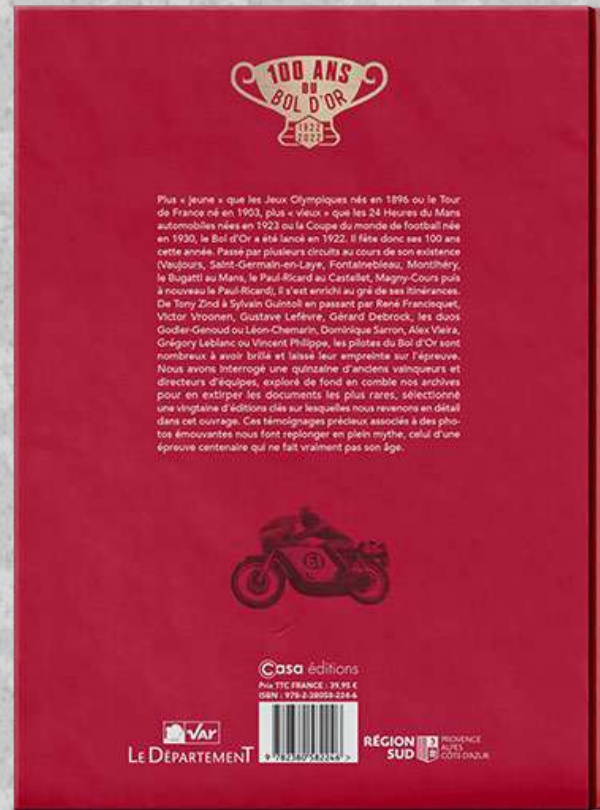
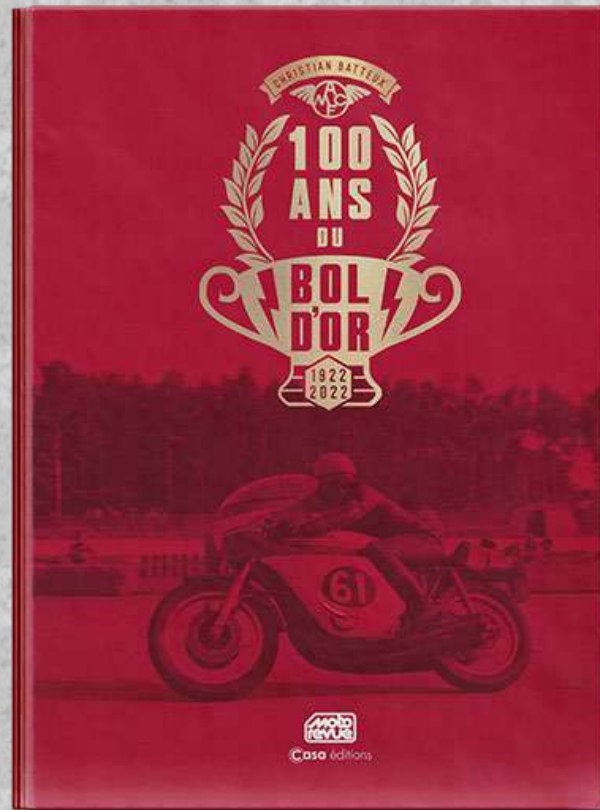
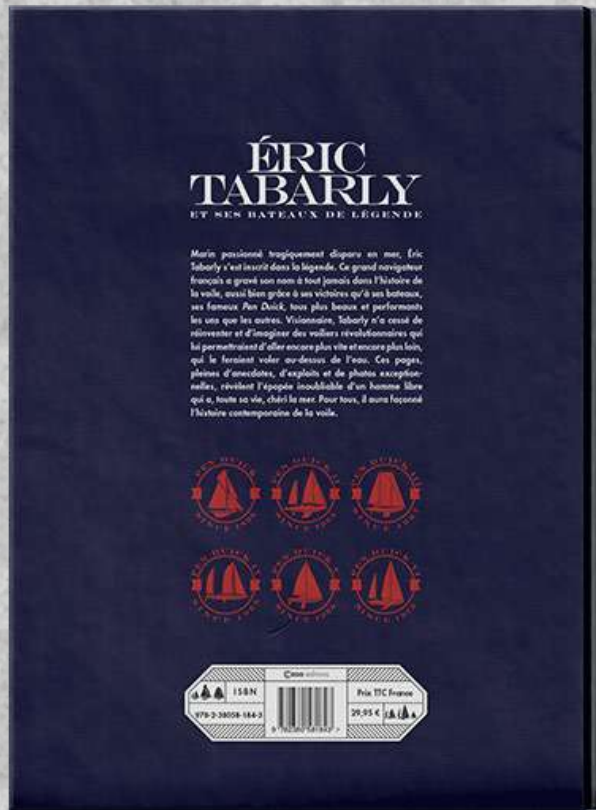
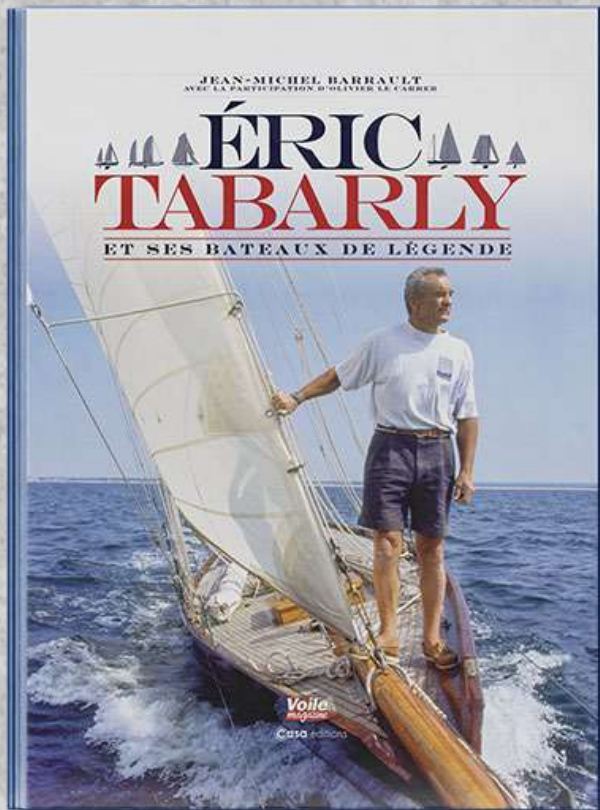
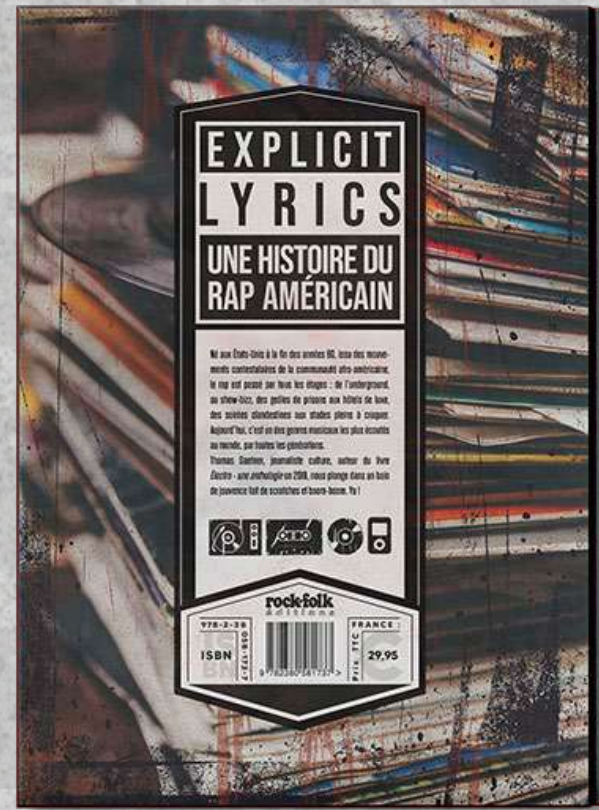
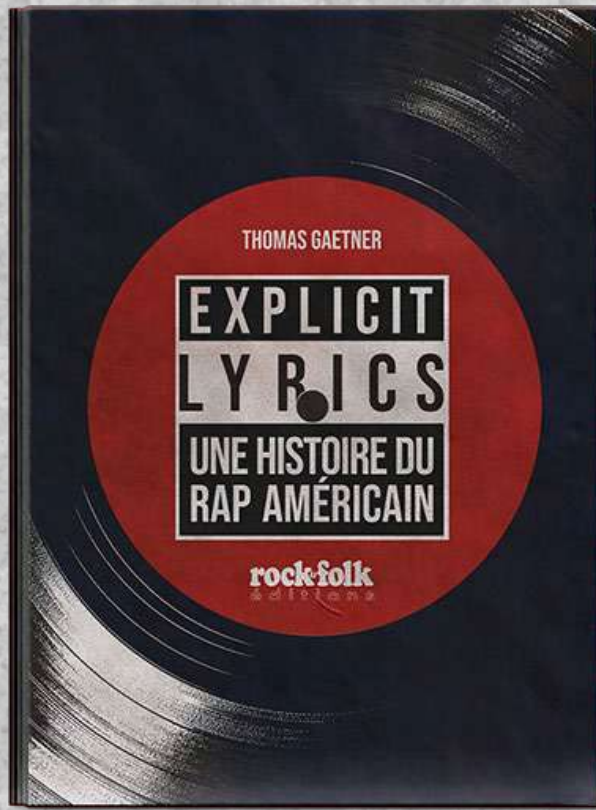
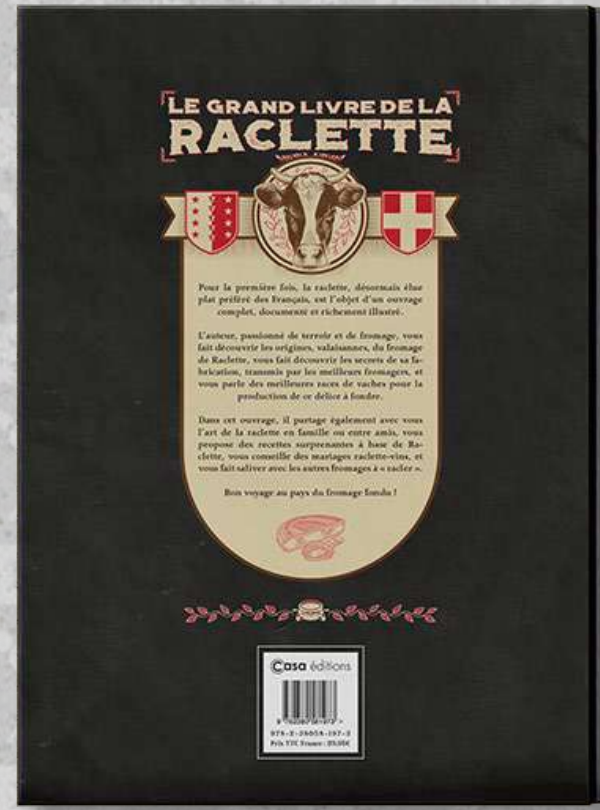
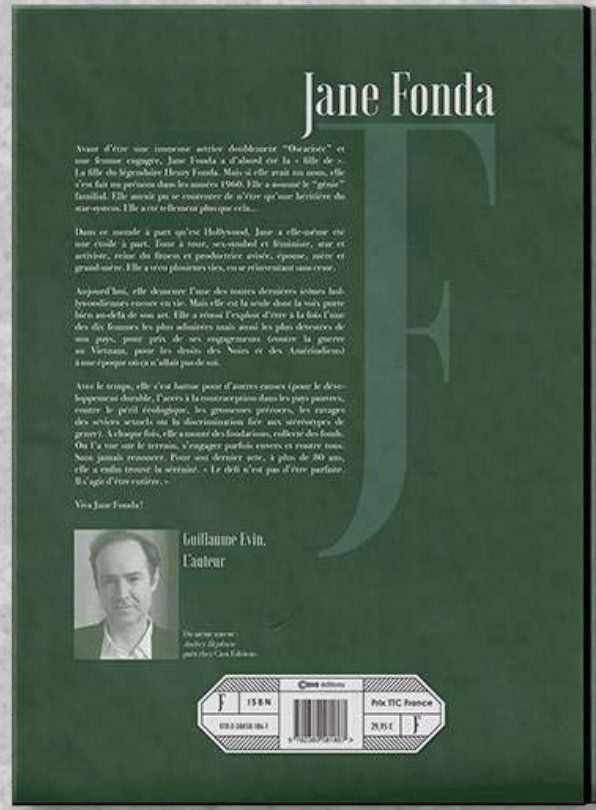
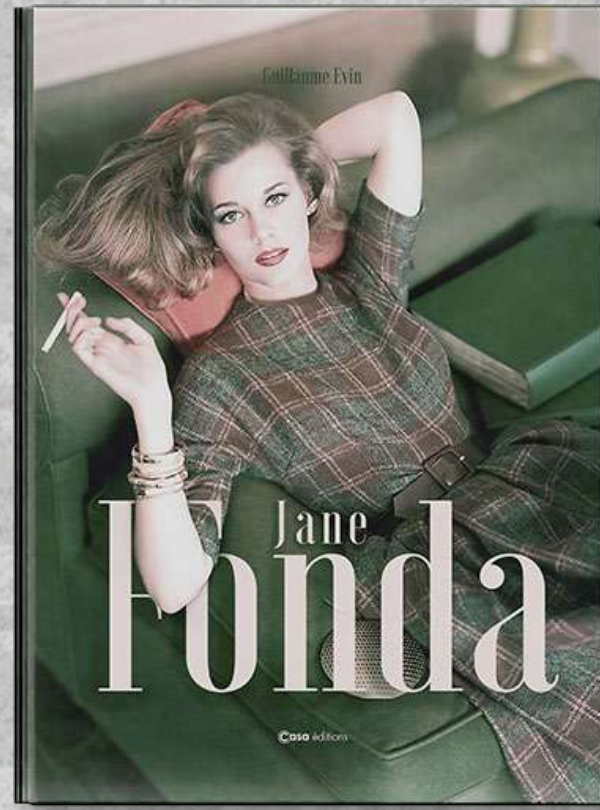
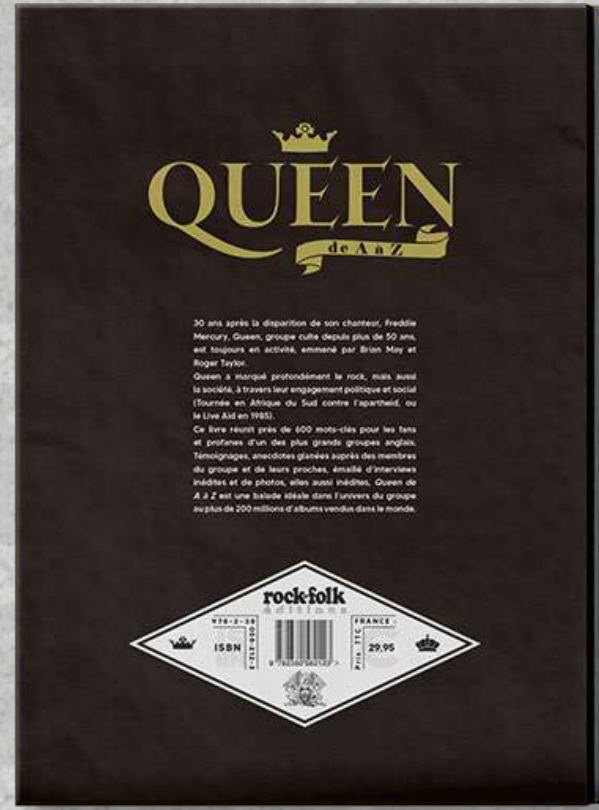
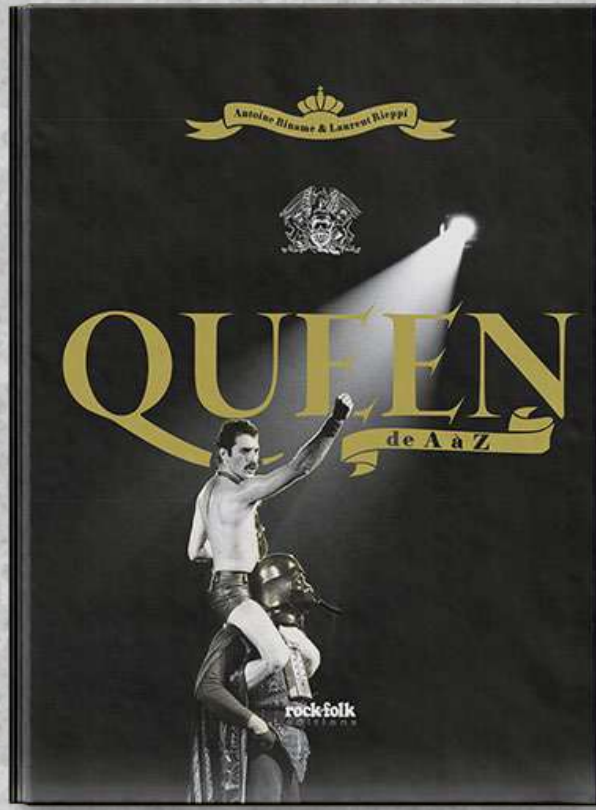
JE N'AI PAS REALISE CE LOGOTYPE

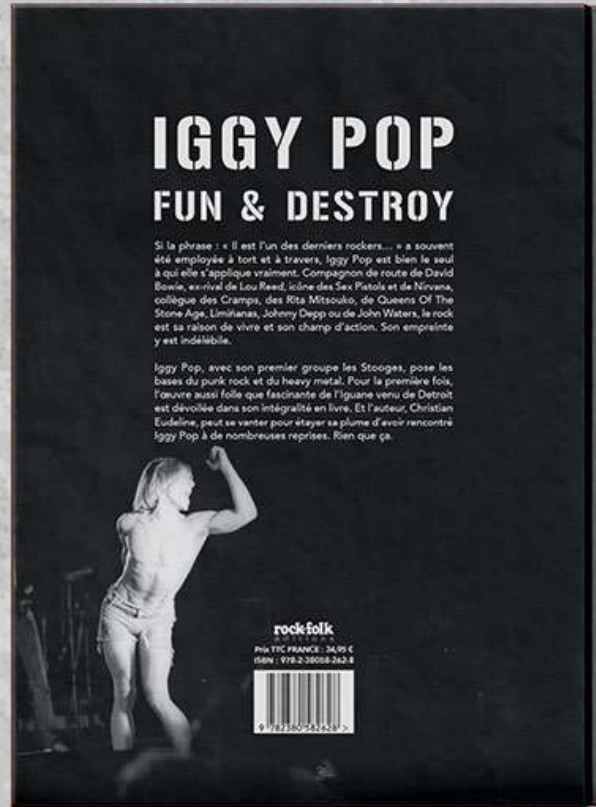
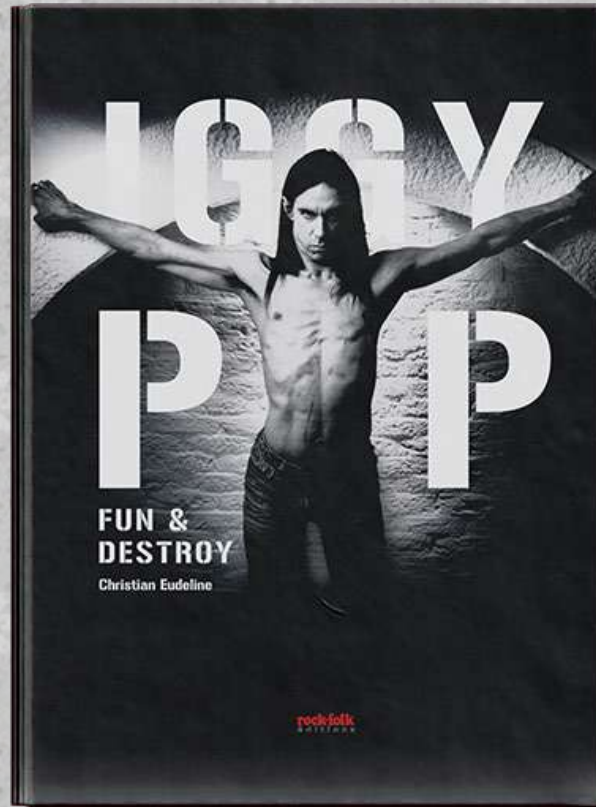
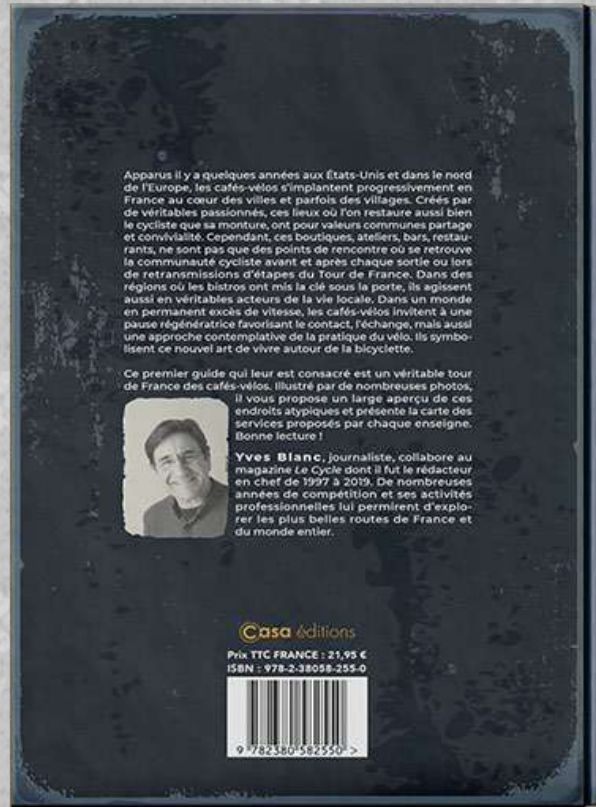
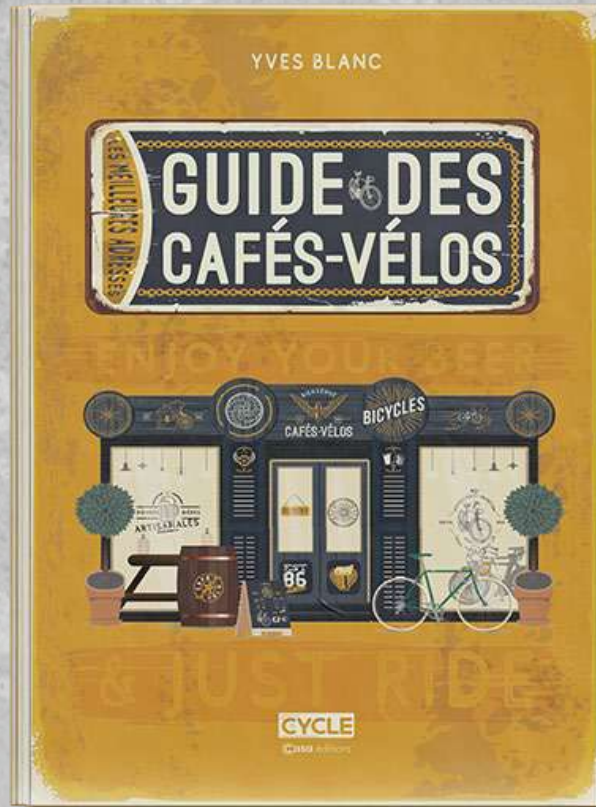
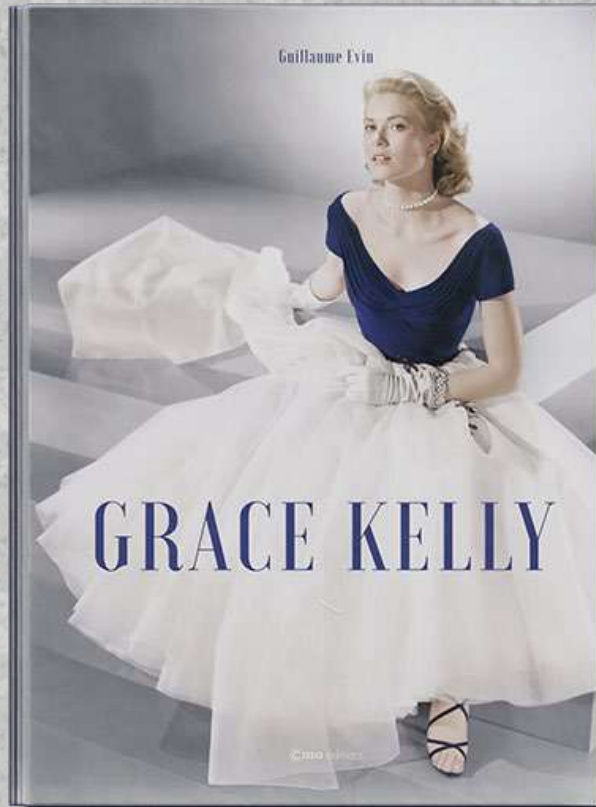
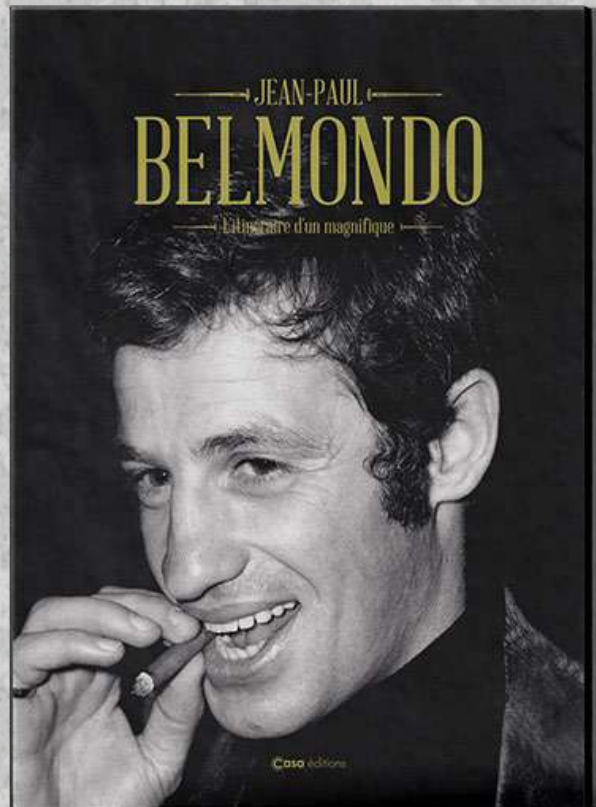
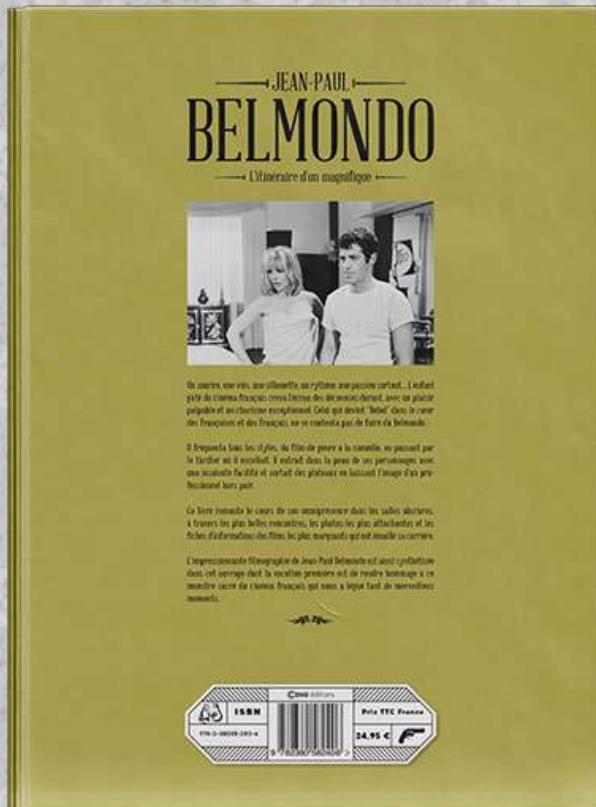
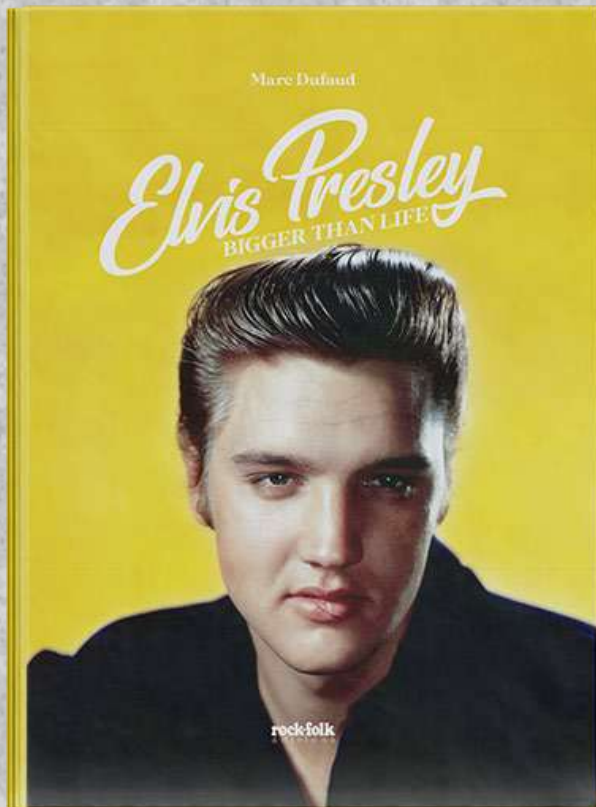
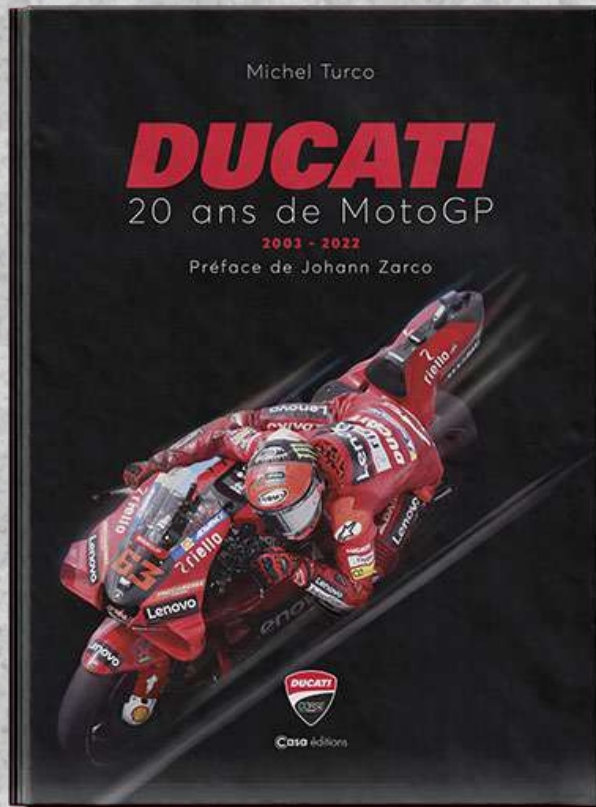
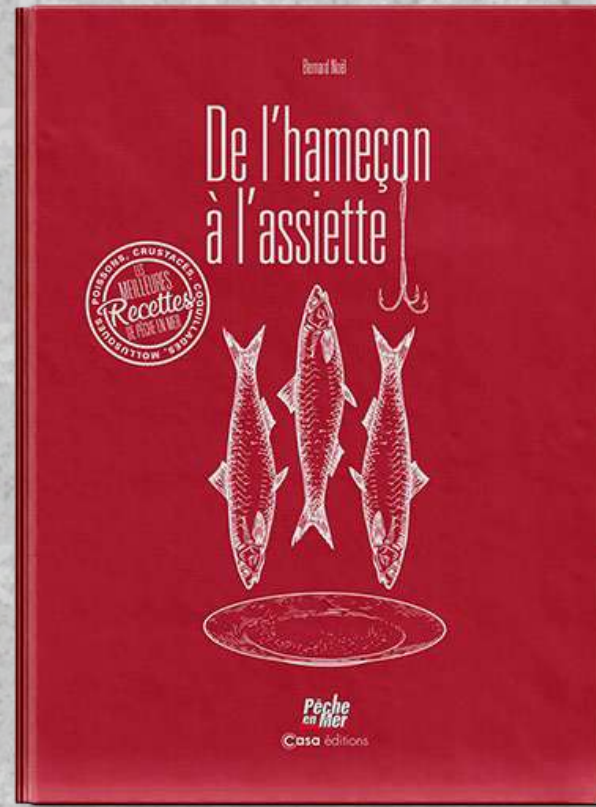
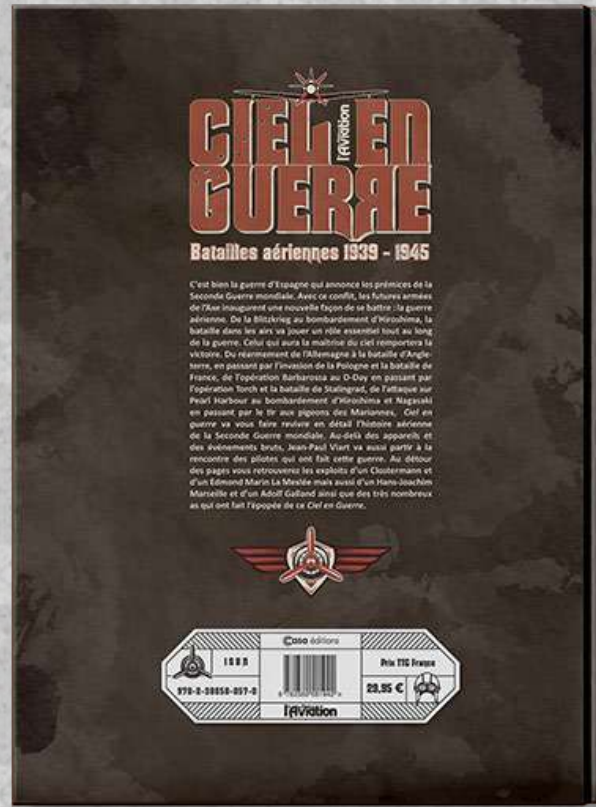
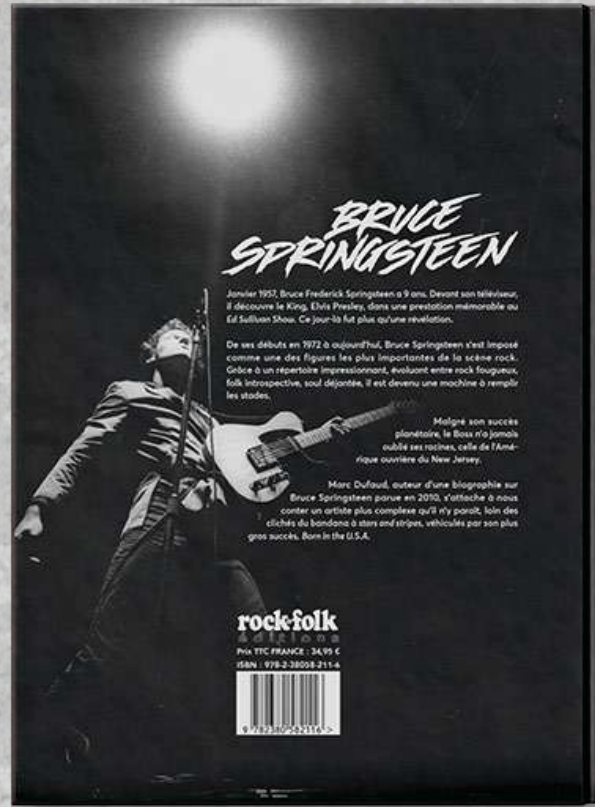
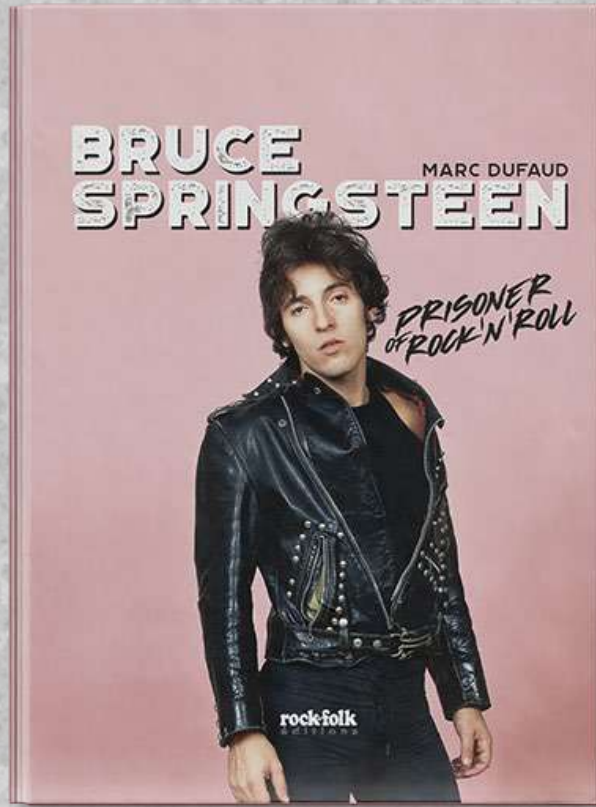


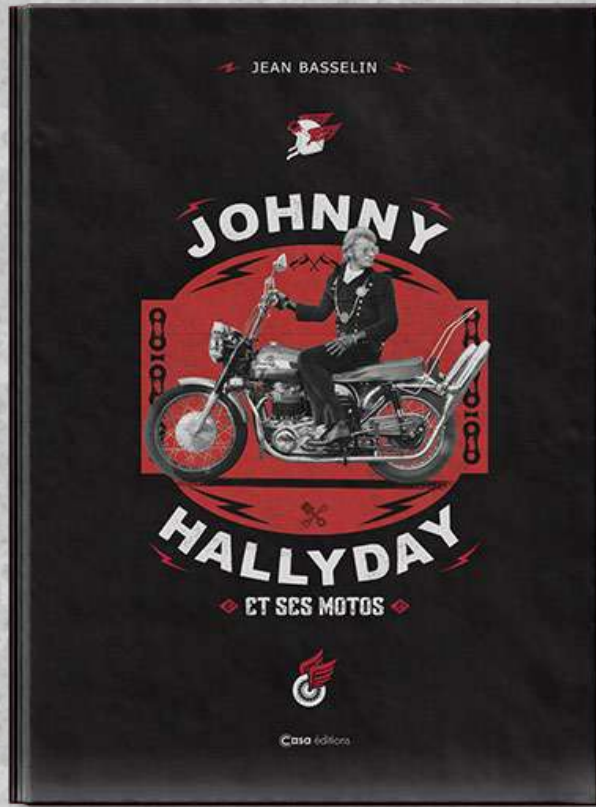
« Casa Éditions » fait partie du groupe de presse spécialisé, les « Éditions Larivière ». Cette entité a été créée en 2019 pour éditer des livres sur les thèmes des magazines du groupe et d'autres sujets. En 2020, la direction de « Casa Éditions » cherchait activement un directeur artistique afin de coordonner les aspects graphiques de l'édition de livres et donner une véritable identité à chaque ouvrage réalisé, tout en assurant une certaine cohérence graphique. Ma candidature a été retenue parmi plusieurs autres pour, selon le directeur éditorial, ma capacité à logotyper les titres des ouvrages et trouver pour chaque livre une identité visuelle cohérente au sujet traité. Pendant 4 ans, je me suis appliqué à respecter ce pourquoi j'avais été embauché. Cette expérience fut pour moi des plus plaisantes. Le fait de changer de thème à chaque ouvrage, de devoir constamment m'interroger sur ce que les puristes de chaque sujet s'attendaient à trouver comme identité visuelle, fut pour moi un véritable défi que j'ai toujours relevé avec joie. En 4 ans, j'ai réalisé plus de 300 couvertures de livres, géré l'identité visuelle complète de plus d'une centaine d'ouvrages. En plus, j'avais également en charge la réalisation des supports de communication des différents événements littéraires auxquels « Casa Éditions » participait. Bref, ce fut mon expérience, de loin, la plus prolifique.



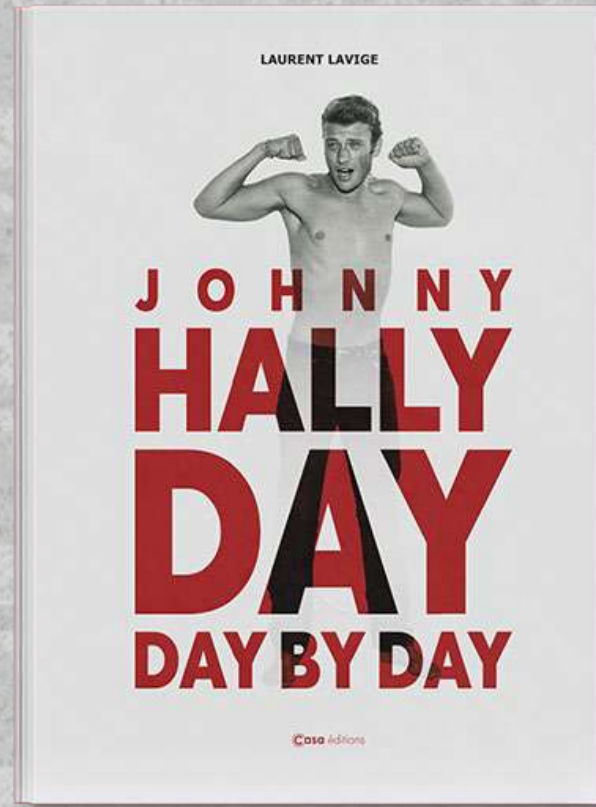








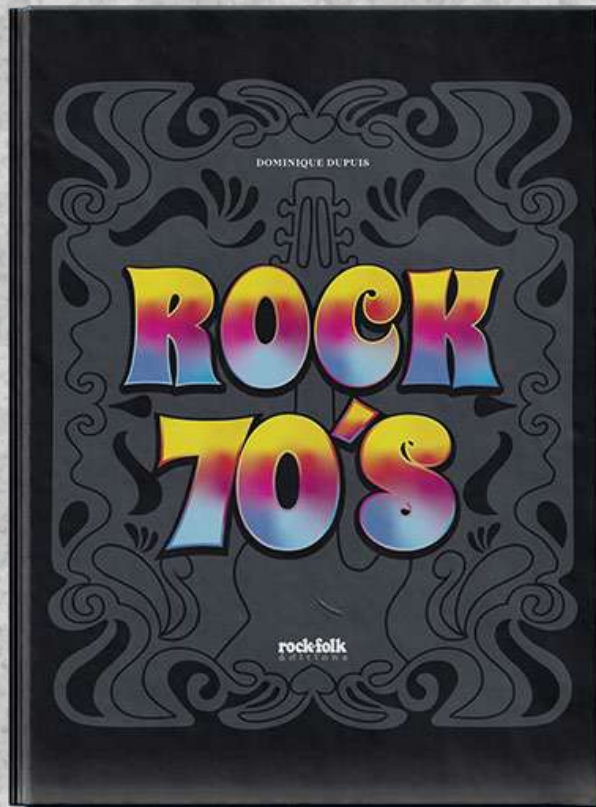
JOHNNY HALLYDAY ET SES MOTOS JEAN BASSELIN



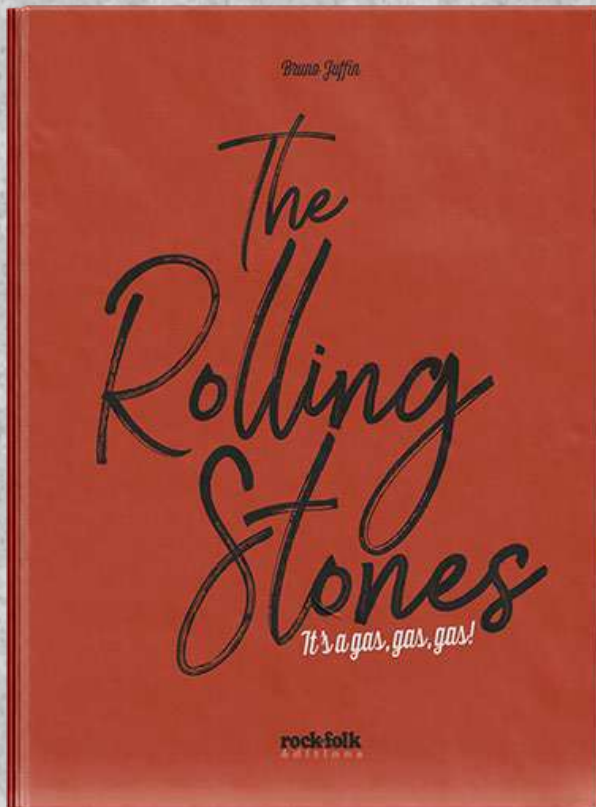
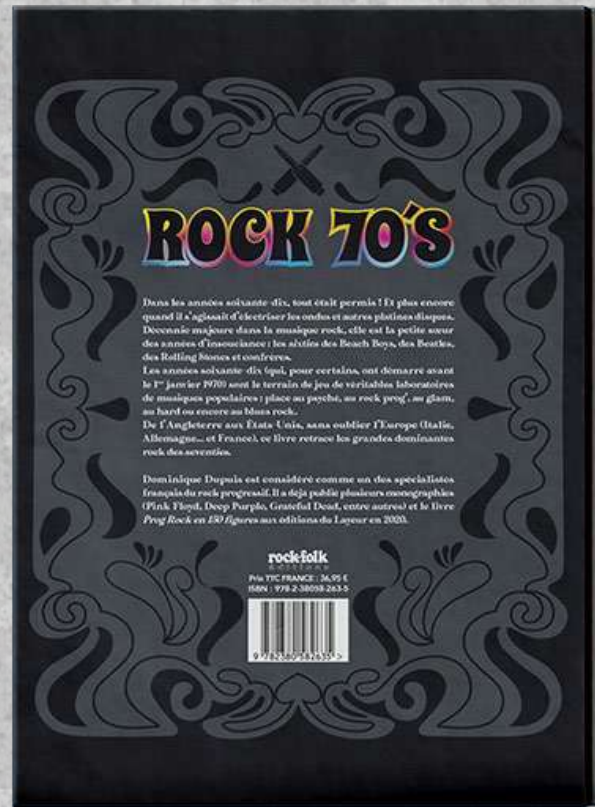
JOHNNY HALLYDAY DAY BY DAY LAURENT LAVIGNE



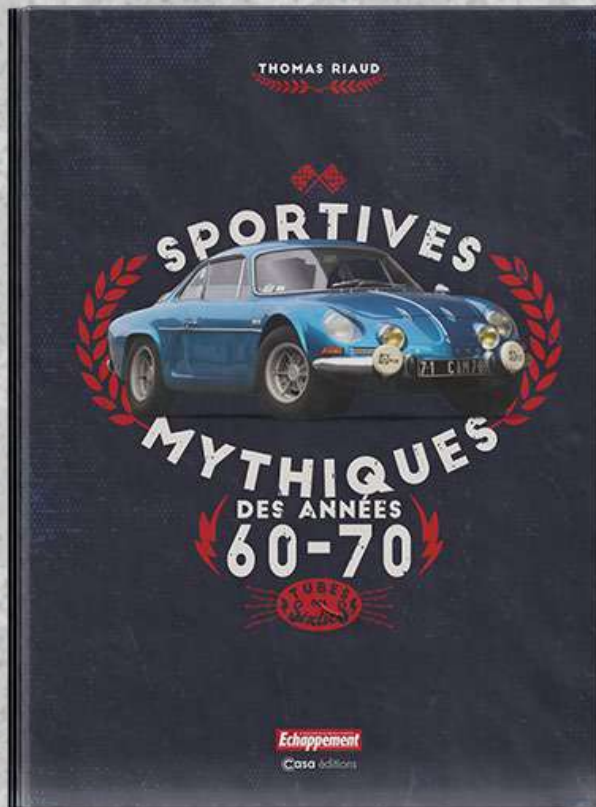
Lady Diana une tragédie moderne LAURENT LAVIGNE



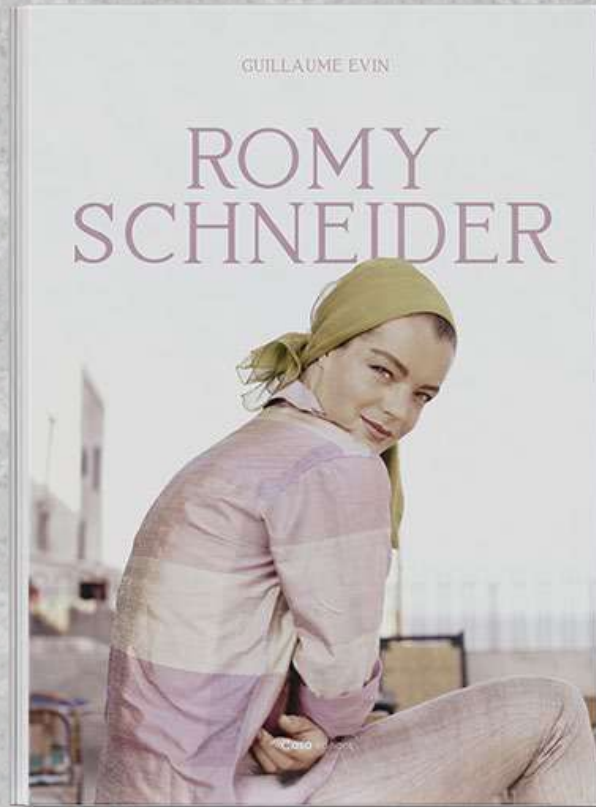
ROCK 70'S DOMINIQUE DUPUIS



The Rolling Stones It's a gas, gas, gas! THOMAS JOFFE



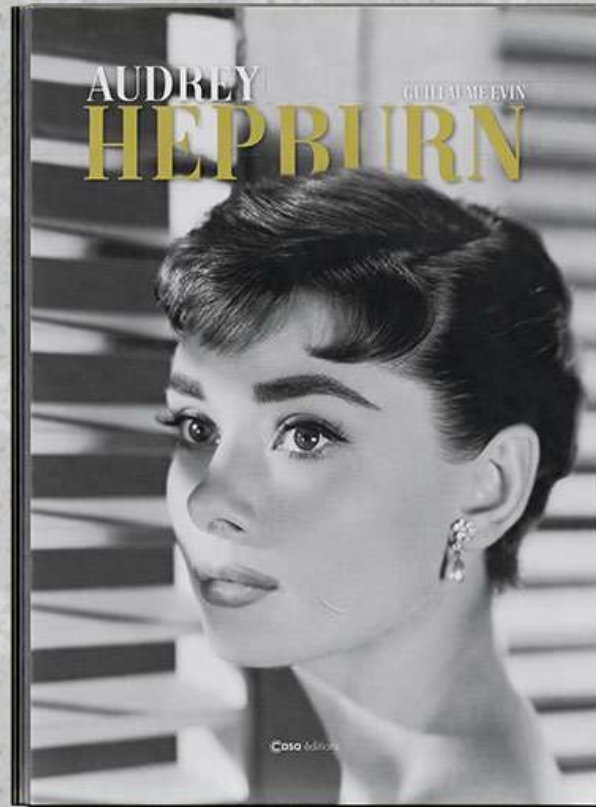
SPORTIVES MYTHIQUES DES ANNÉES 60-70 THOMAS RIAUD



ROMY SCHNEIDER GUILLAUME EVVIN



50 ANS DE MUSIQUE BRETONNE ERIC BASSET



AUDREY HEPBURN GUILLAUME EVVIN

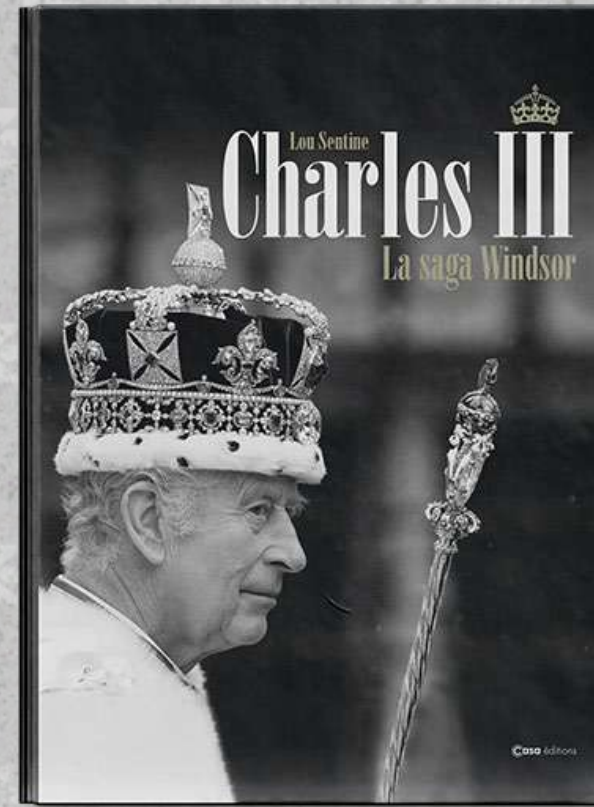




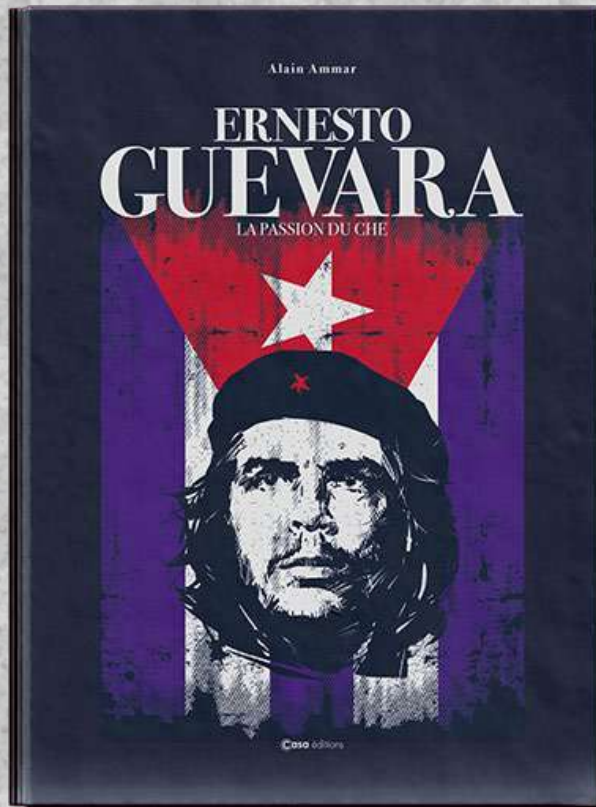
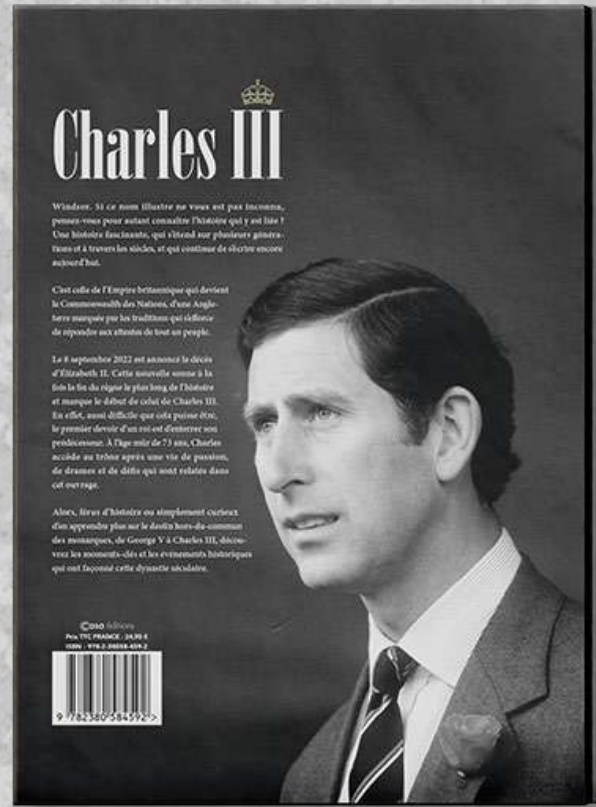
Sa Majesté Royale LA REINE ELIZABETH II



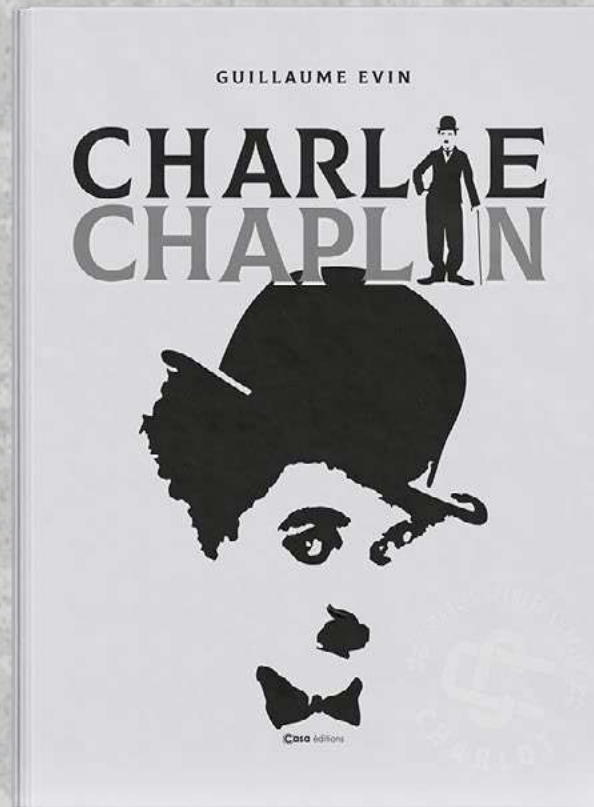
CHAMPIONNATS DU MONDE DE CYCLISME ET LEUR LÉGENDE



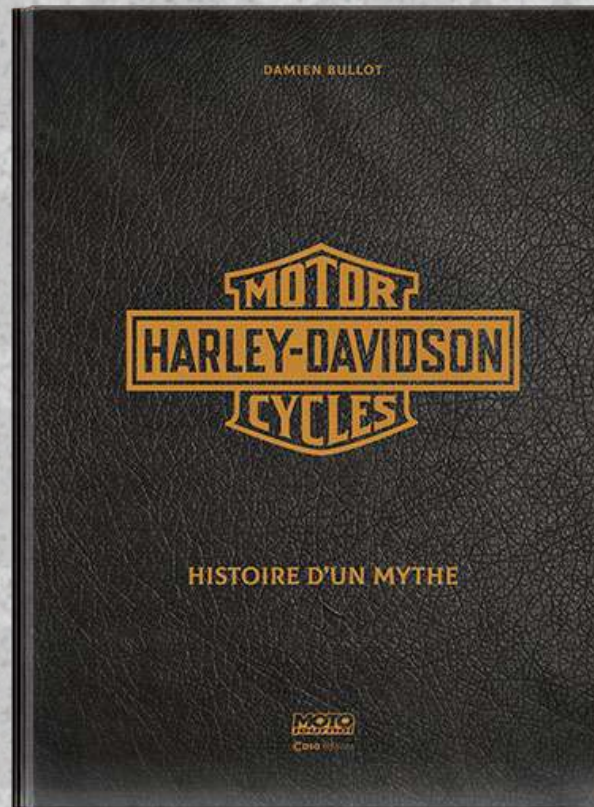
Charles III La saga Windsor



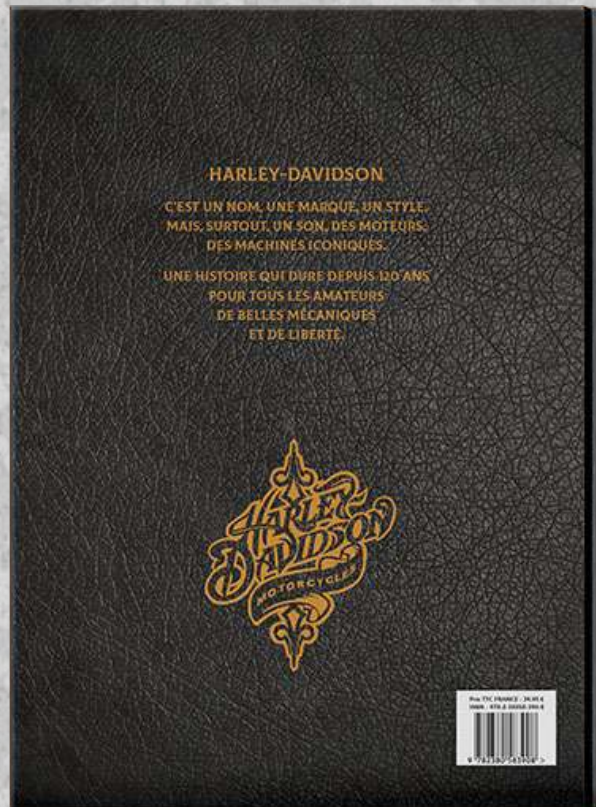
ERNESTO GUEVARA LAPASSION DU CHE



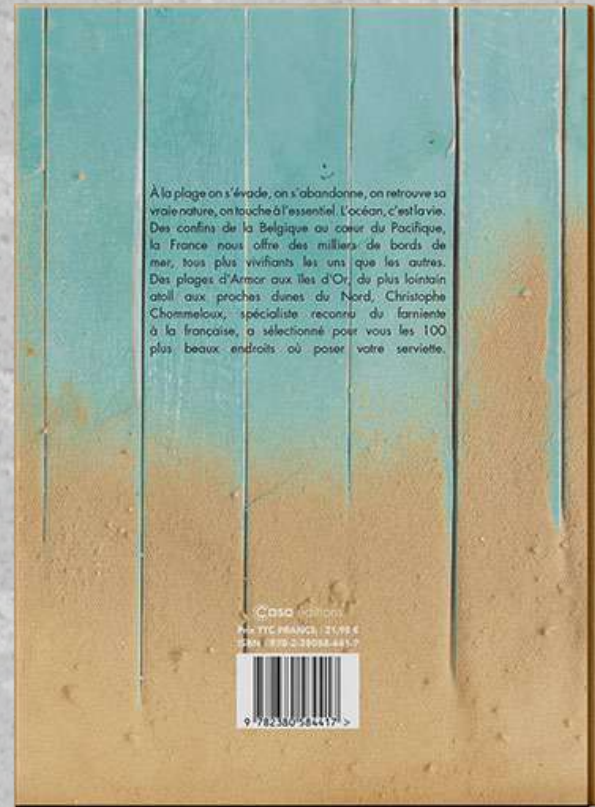
CHARLIE CHAPLIN



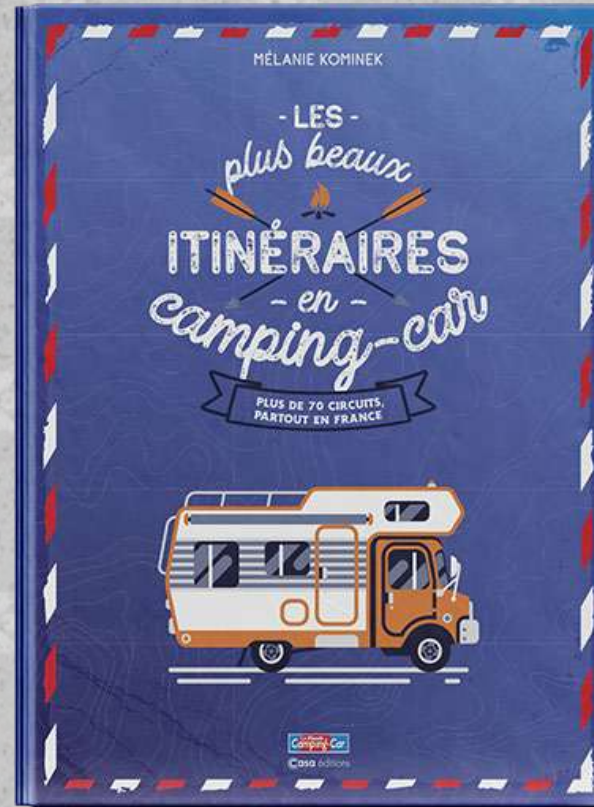
HARLEY-DAVIDSON HISTOIRE D'UN MYTHE



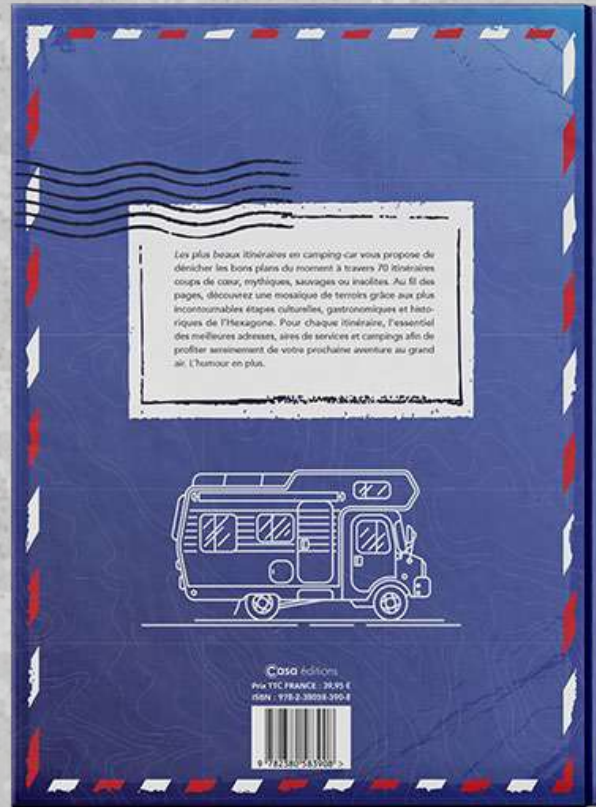
Les plus belles PLAGES de France

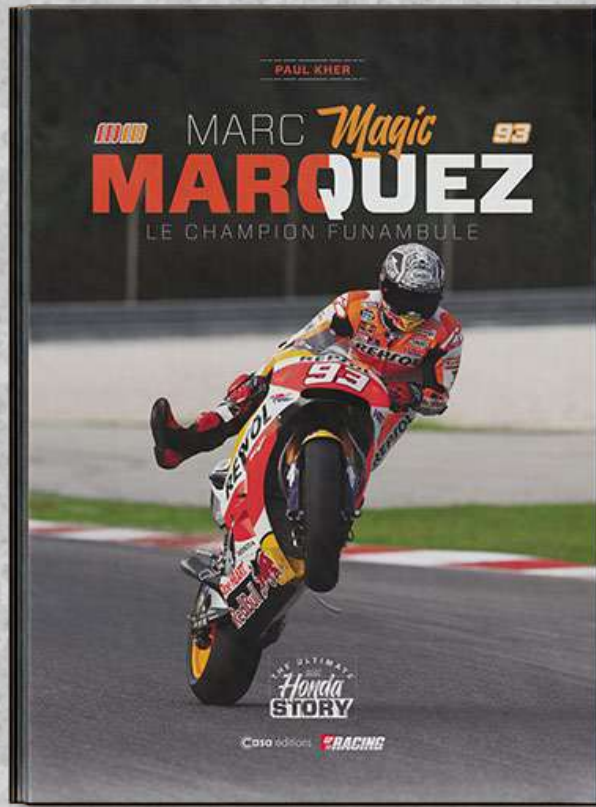


LÉGENDAIRES D'AGOSTINI À QUARTARARO

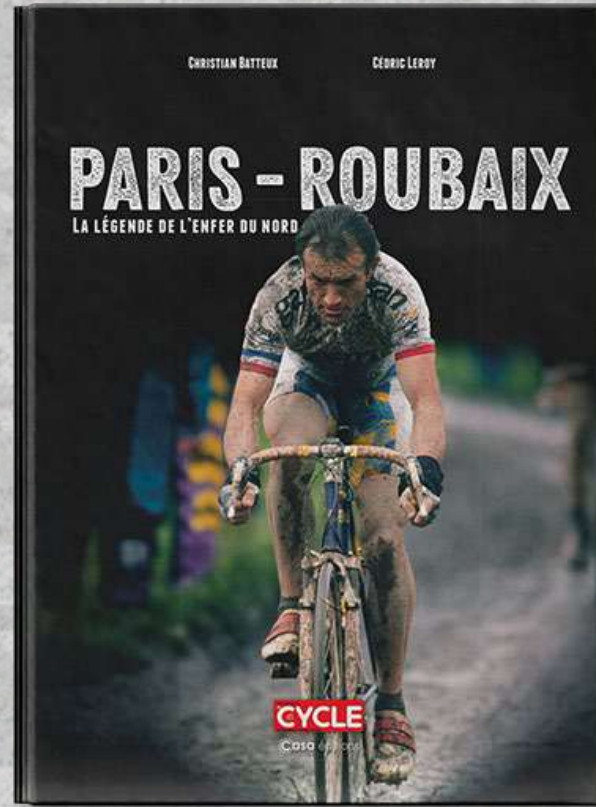
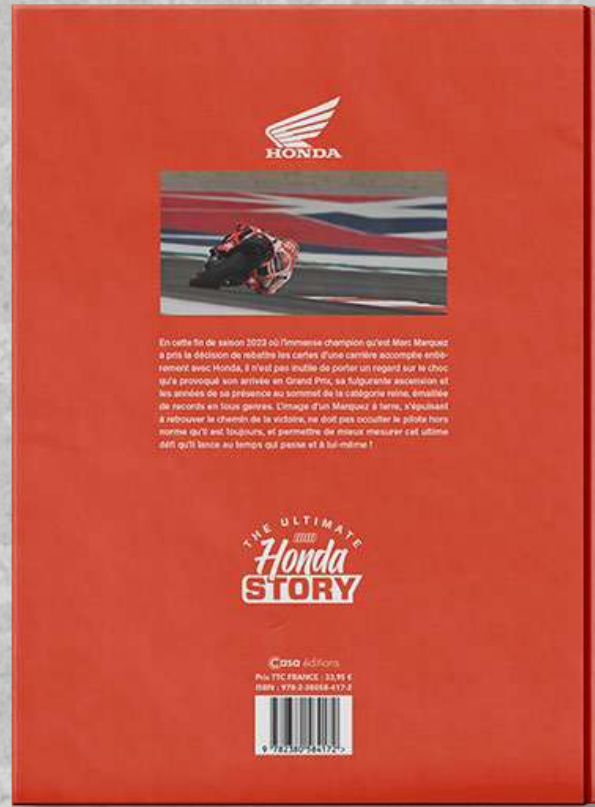


LES plus beaux ITINÉRAIRES en camping-car

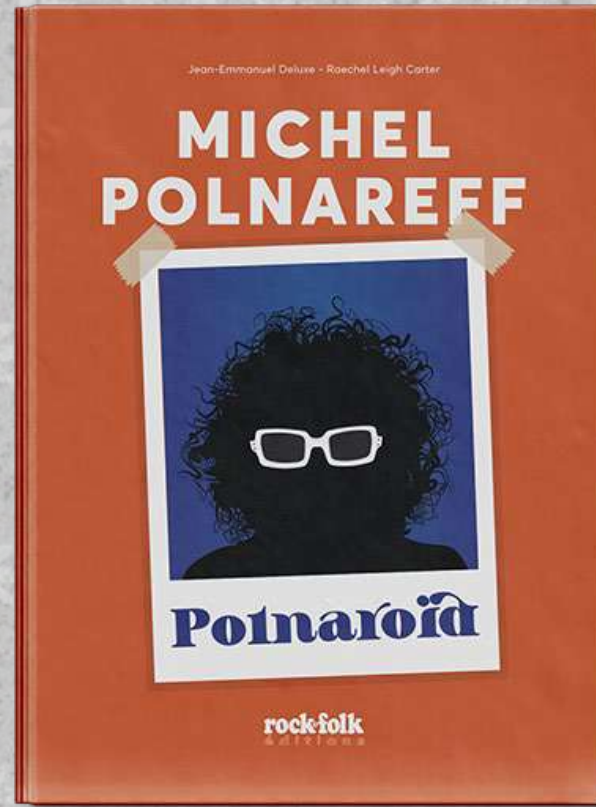
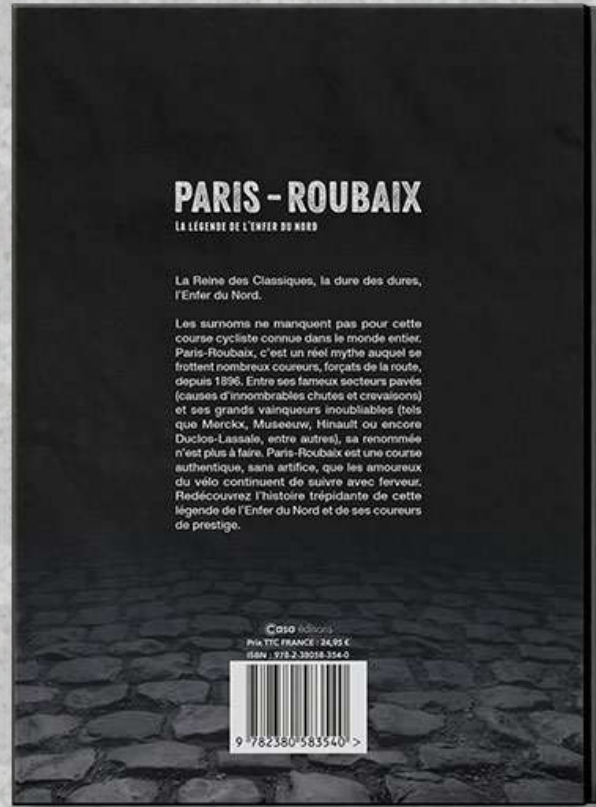




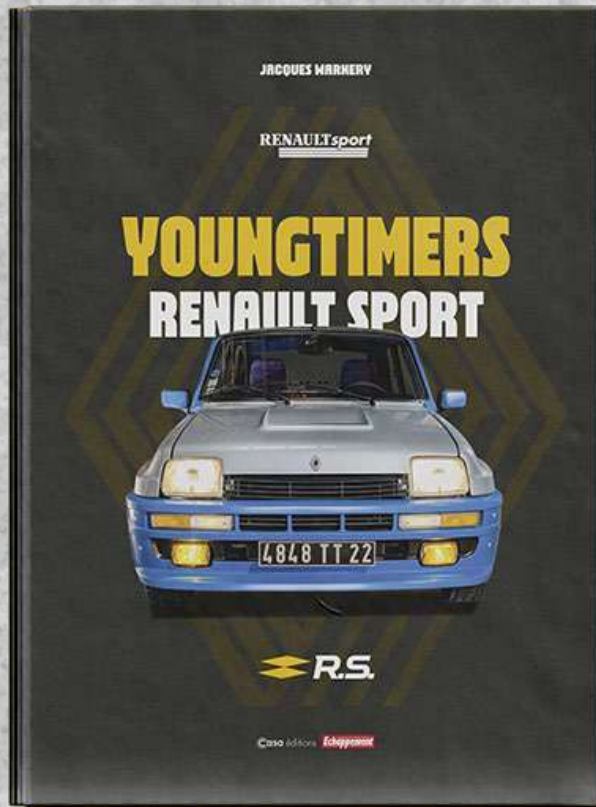
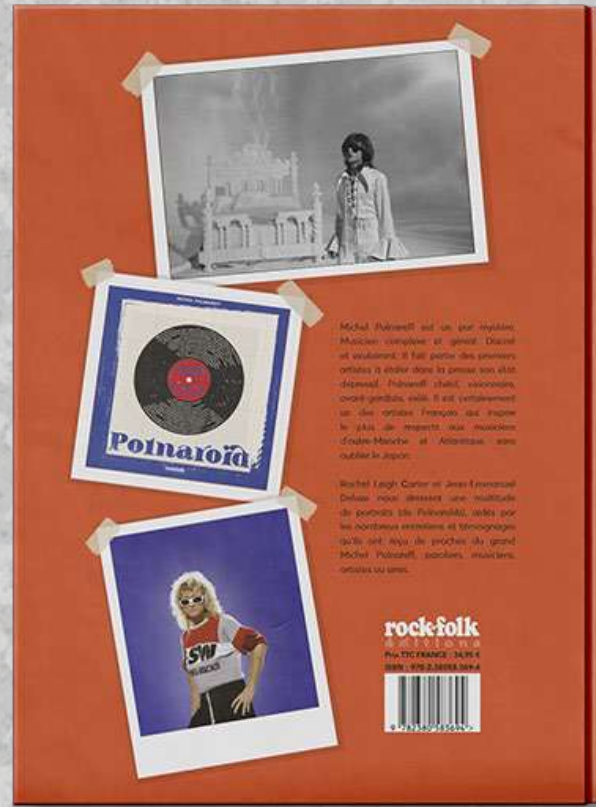
MARC MARQUEZ



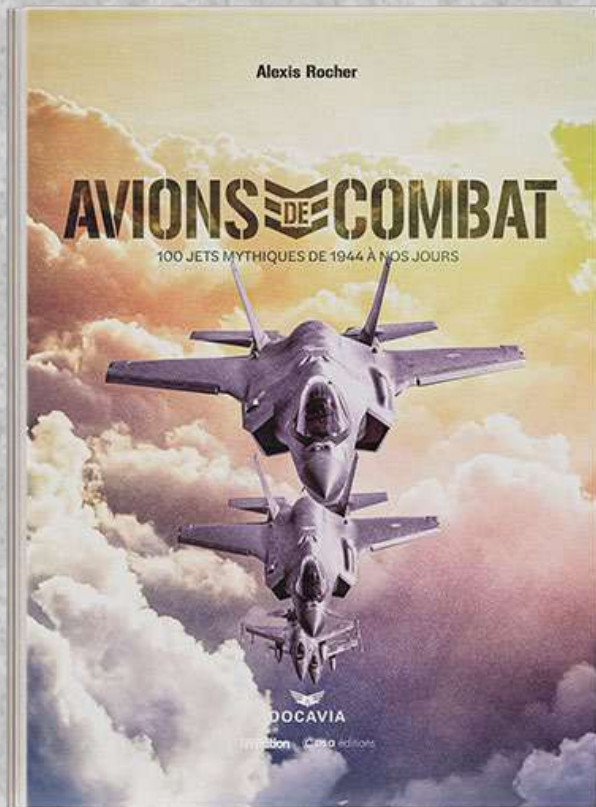
PARIS-ROUBAIX



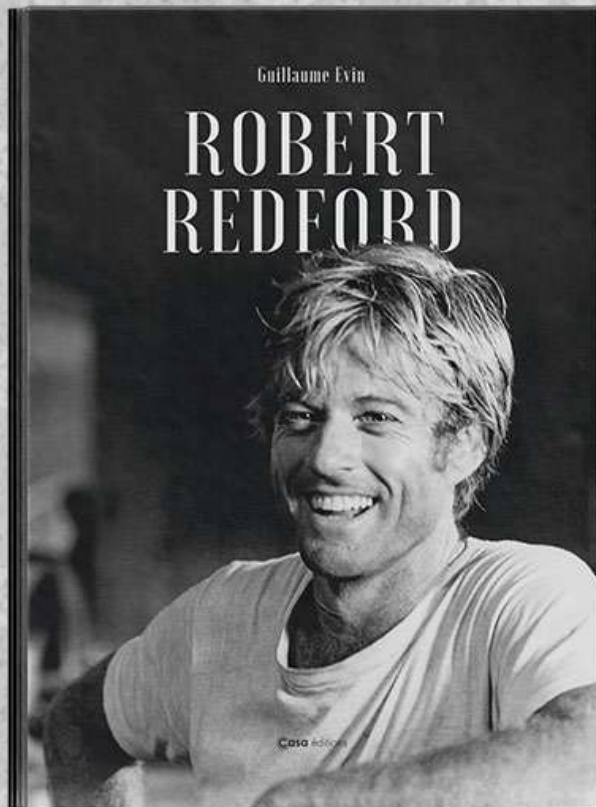
MICHEL POLNAREFF



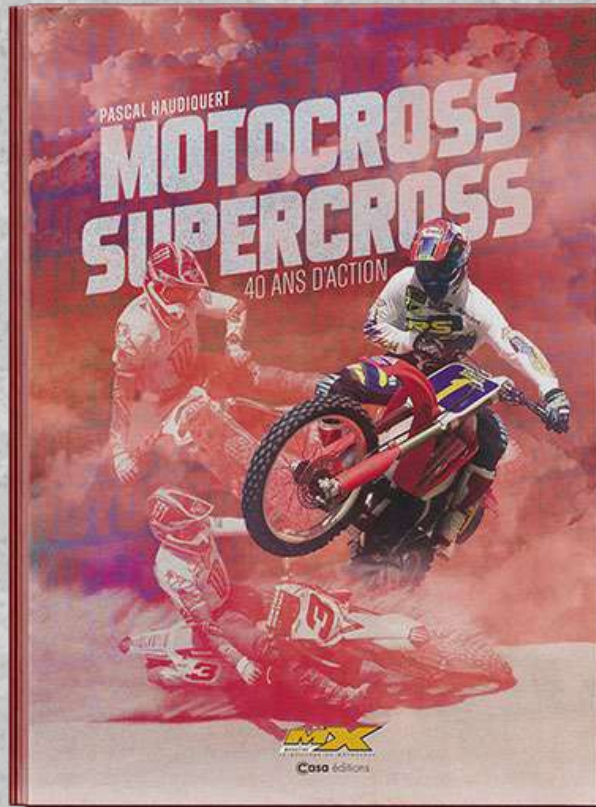
YOUNGTIMERS RENAULT SPORT



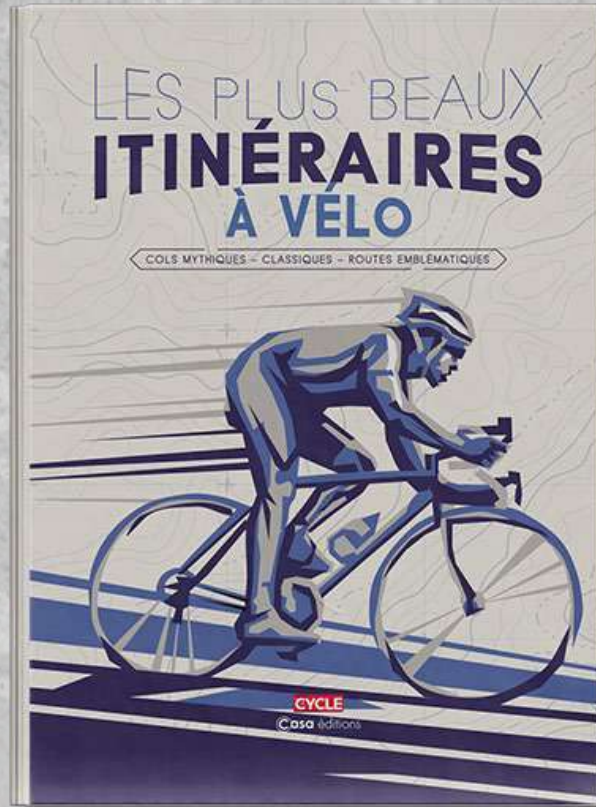
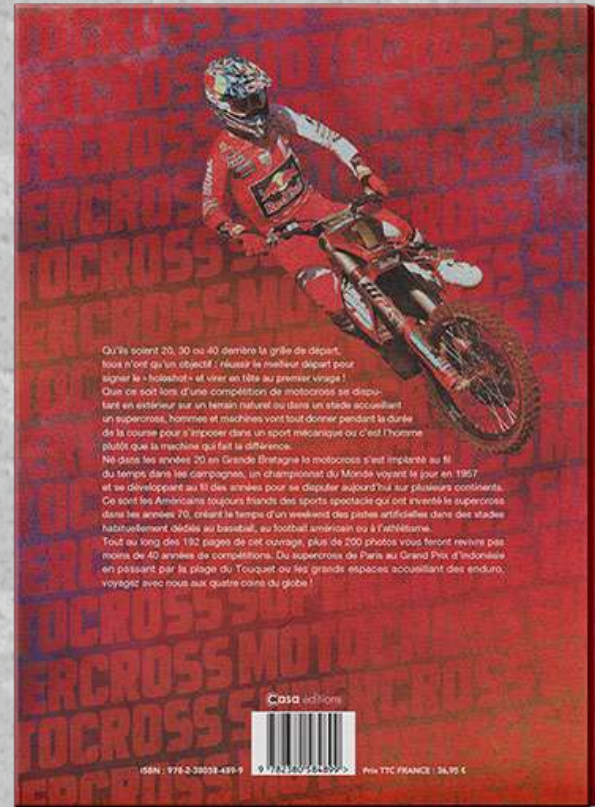
AVIONS DE COMBAT



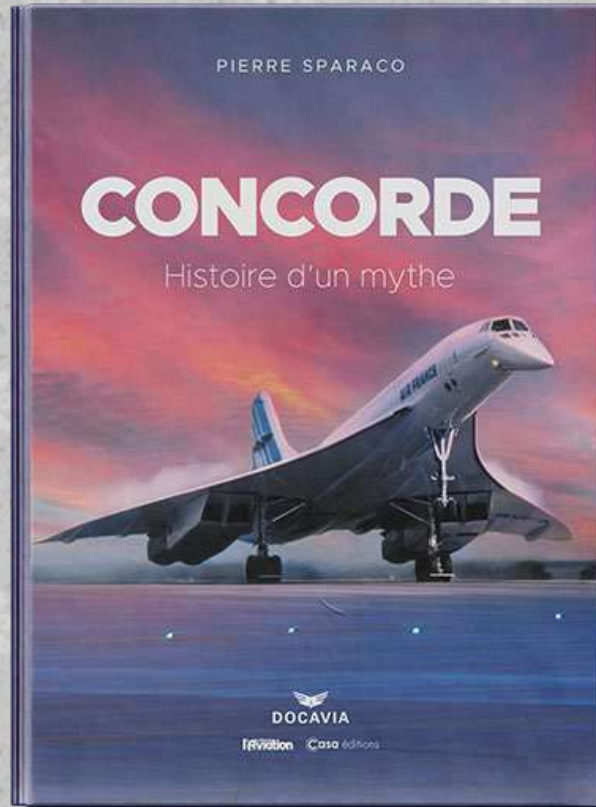
ROBERT REDFORD



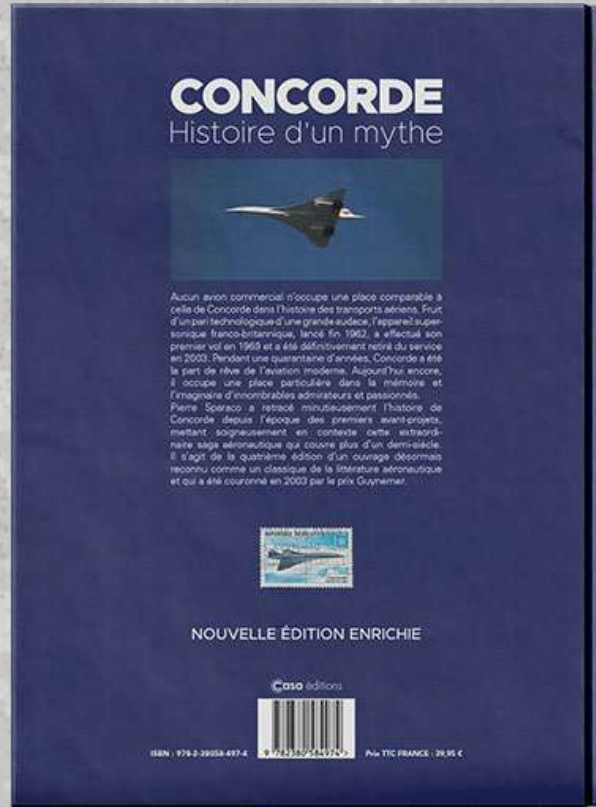
MOTOCROSS SUPERCROSS

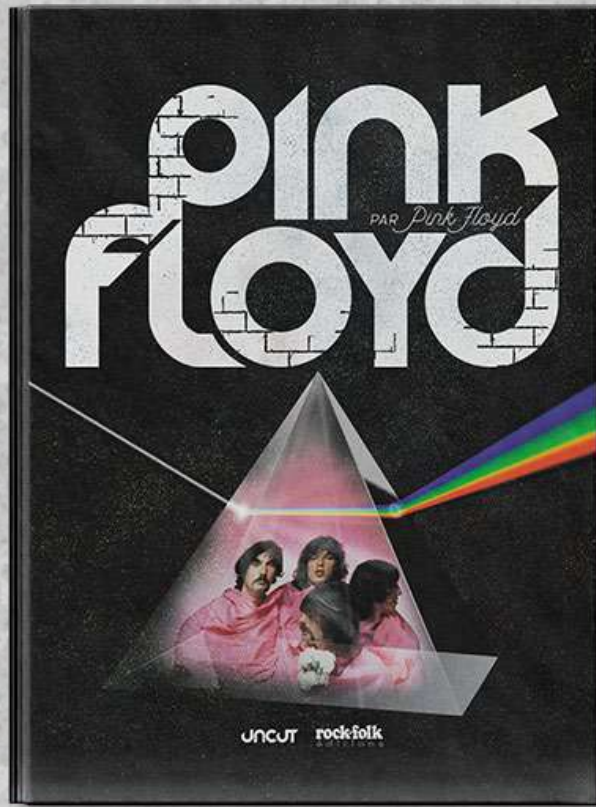


LES PLUS BEAUX ITINÉRAIRES À VÉLO

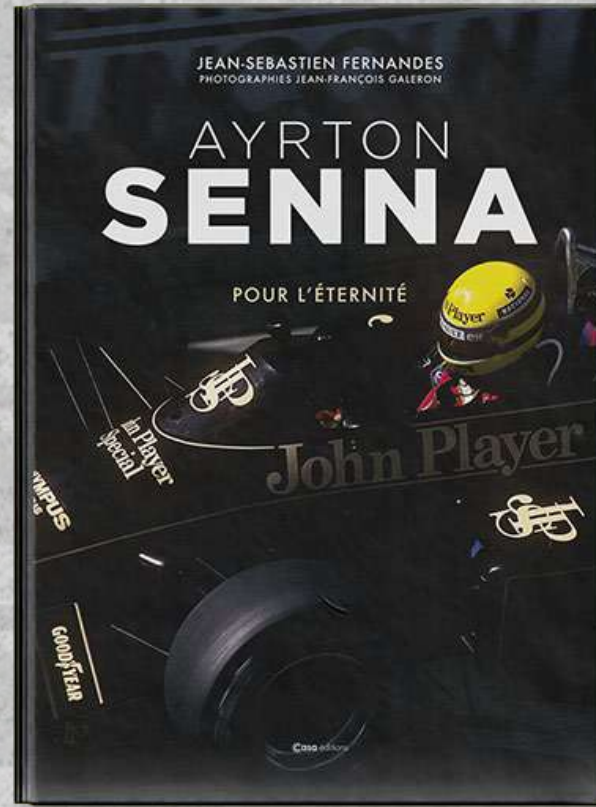
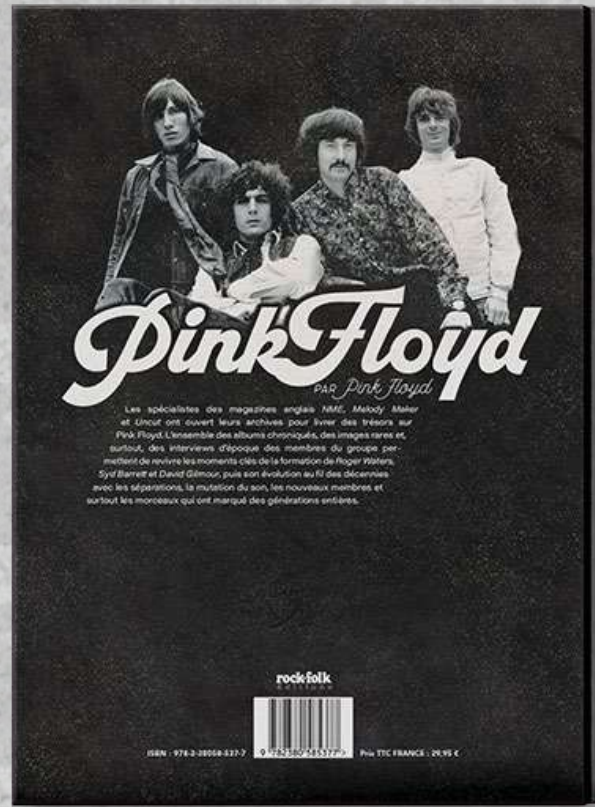


CONCORDE Histoire d'un mythe

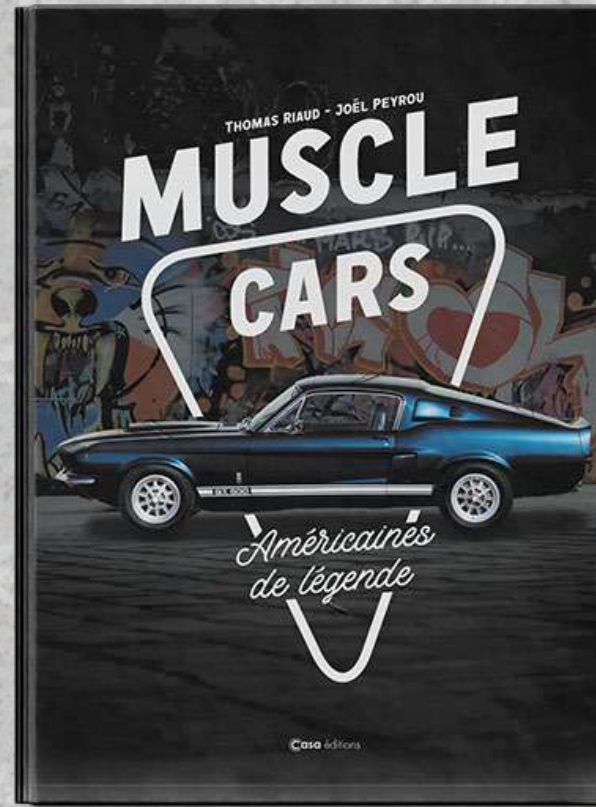
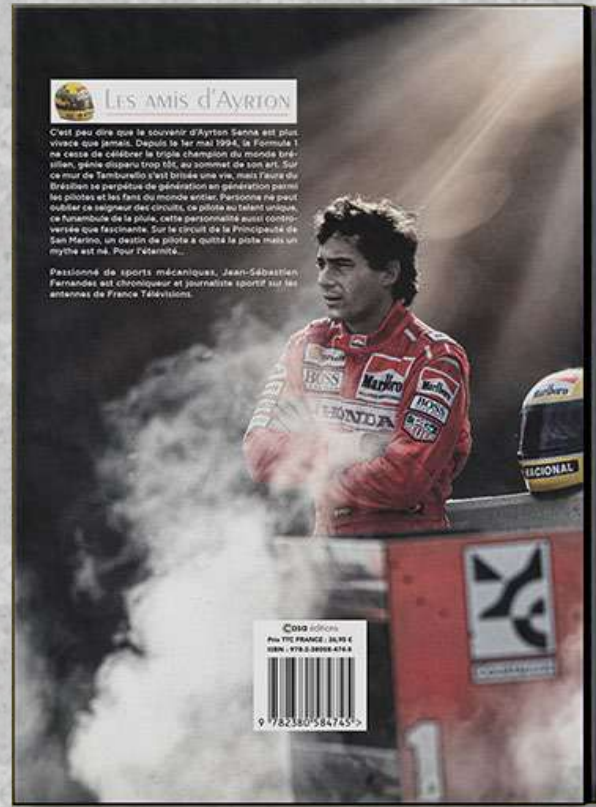




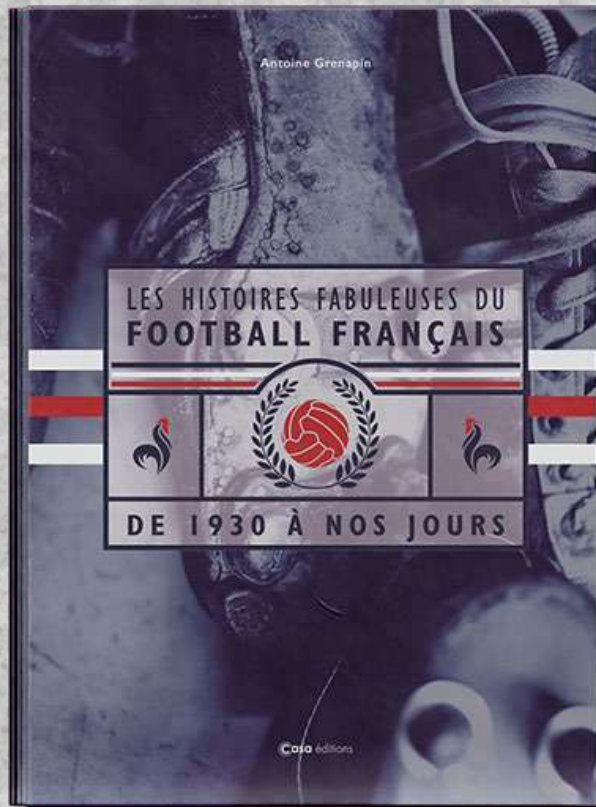
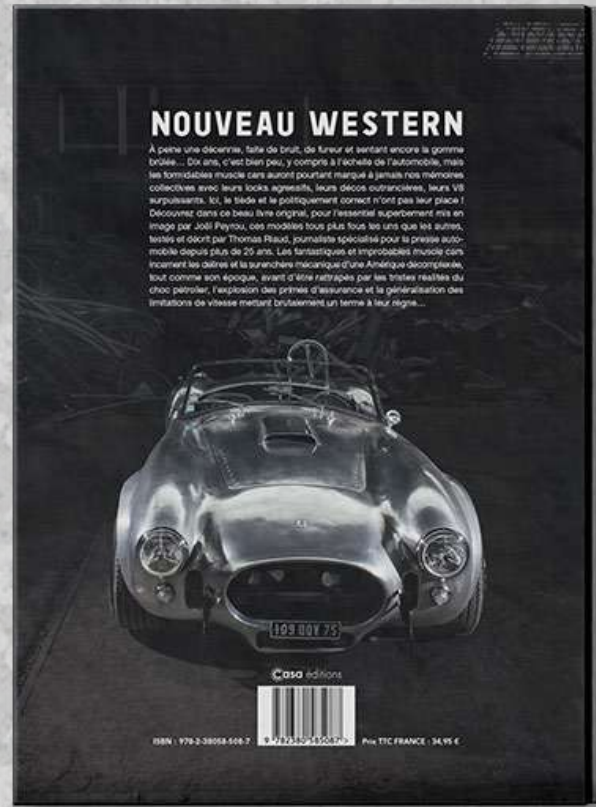
Pink Floyd
COSA ÉDITIONS



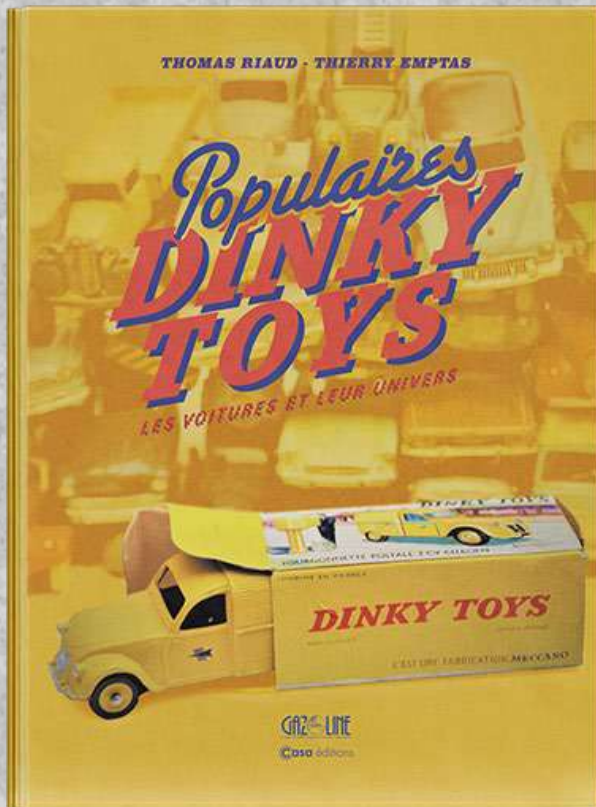
Ayrton Senna
COSA ÉDITIONS



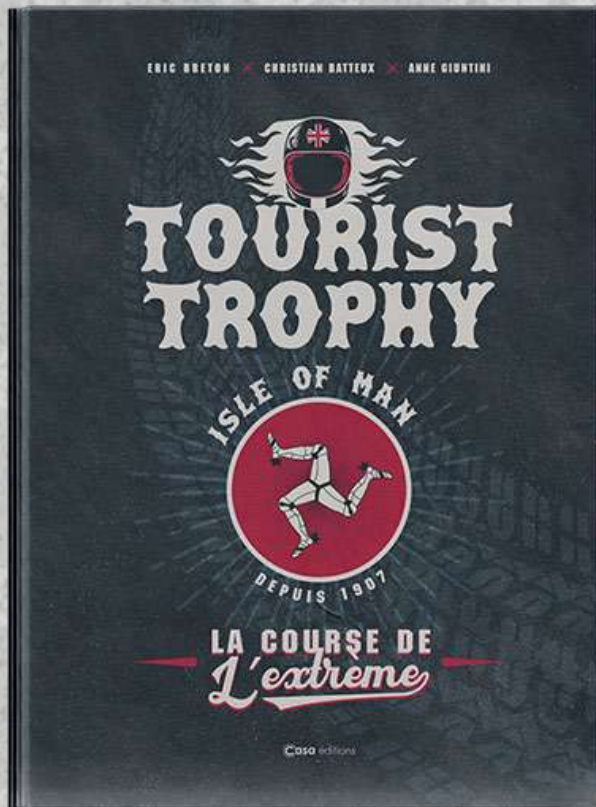
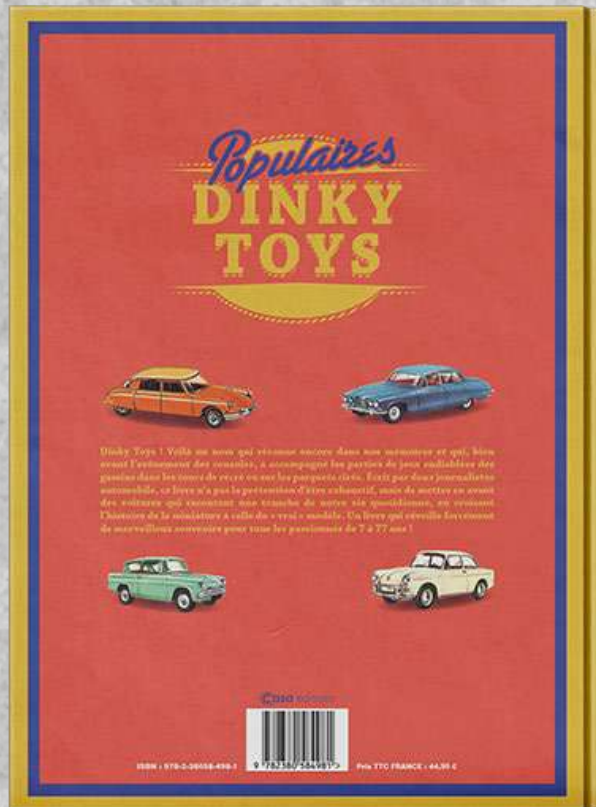
Muscle Cars
COSA ÉDITIONS



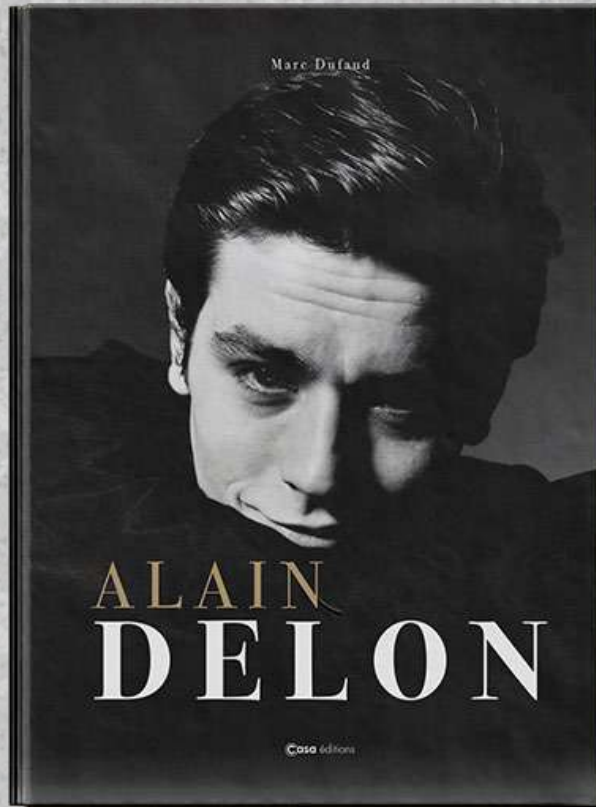
Football Français
COSA ÉDITIONS



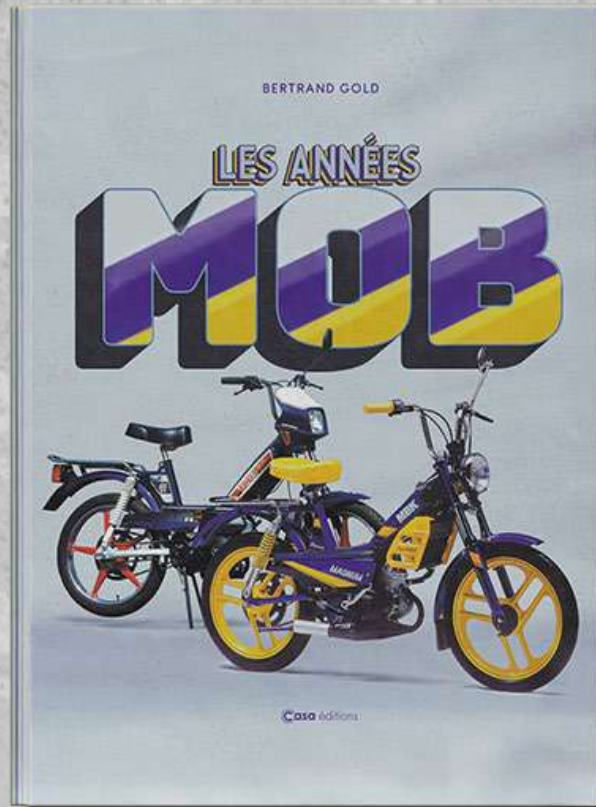
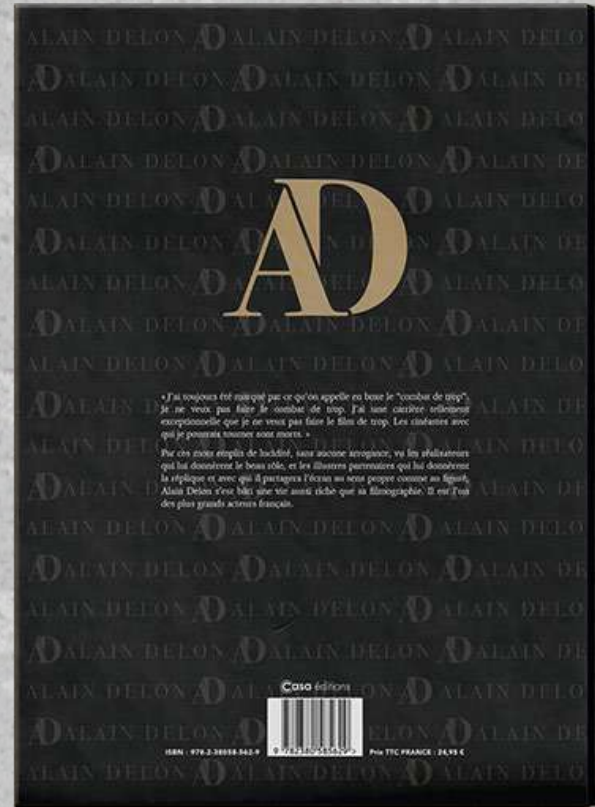
Populaires Dinky Toys
COSA ÉDITIONS



Tourist Trophy
COSA ÉDITIONS



Alain Delon
COSA ÉDITIONS



Les Années MOB
COSA ÉDITIONS



Les 100 plus belles destinations en camping-car
COSA ÉDITIONS





FROOZEN BY PICARD

2022

GLACIER FICTIF - POJET ÉTUDIANT



Dans le cadre de l'accompagnement d'une alternante au sein des éditions CASA, j'ai été challengé par le groupe d'étude en communication visuelle de cette dernière, pour leur proposer une version aboutie d'une identité de marque de glacier. C'est un projet pour étudiants, donc fictif.



  **FROOZEN** 
BY PICARD 



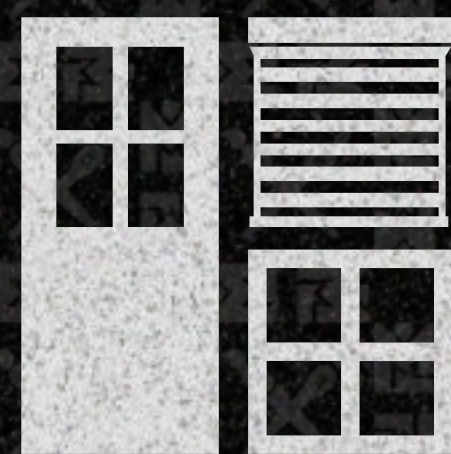
Glaces

FROOZ POMME D'ELICE	4.50 €
FROOZ CARAMEL	4.50 €
CORNET FROOZ FRAISE	3.00 €
CORNET FROOZ CHOCOLAT	3.00 €

Boissons

CACOLAC	1.50 €
JUS DE POMME	1.00 €
LIQONADE	1.50 €
EAU	0.70 €

 *Froozen* 



FPBA

CONCEPT

FPBA CONCEPT

2023

POSE D'HUISSERIES, PORTAILS ET CLOTURES





« FPBA CONCEPT » est une entreprise spécialisée dans la pose d'ouvertures (fenêtre, porte, volet, store, portail, porte de garage, clôture et vélux). Ils m'ont confié la charge de refondre leur identité visuelle. L'idée était de moderniser et rendre plus lisible leur activité au travers d'un logo plus explicite.

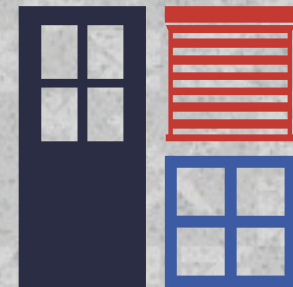
AVANT

FPBA CONCEPT




FENETRES PVC BOIS ALUMINIUM

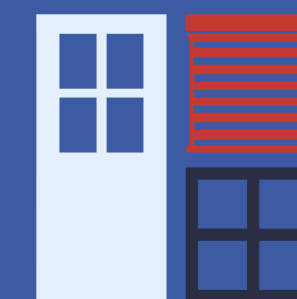
APRÈS

 **FPBA**
CONCEPT
FENÊTRE - PVC - BOIS - ALUMINIUM



 **FPBA** **CONCEPT**
FENÊTRE - PVC - BOIS - ALUMINIUM


FPBA
CONCEPT



LE BIEN MANGER
COMMENCE DÈS LE
POTAGER

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge ! »

VEGGIE BOX

2023

Boîte ludique sur le potager

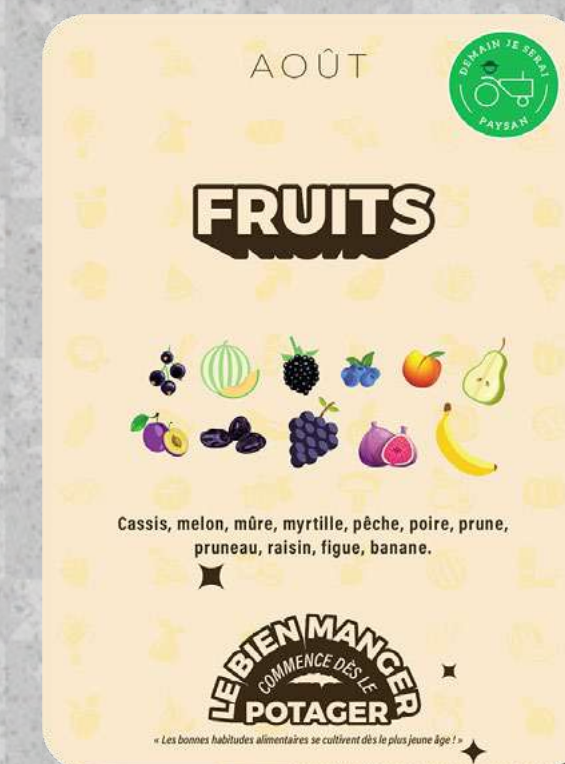
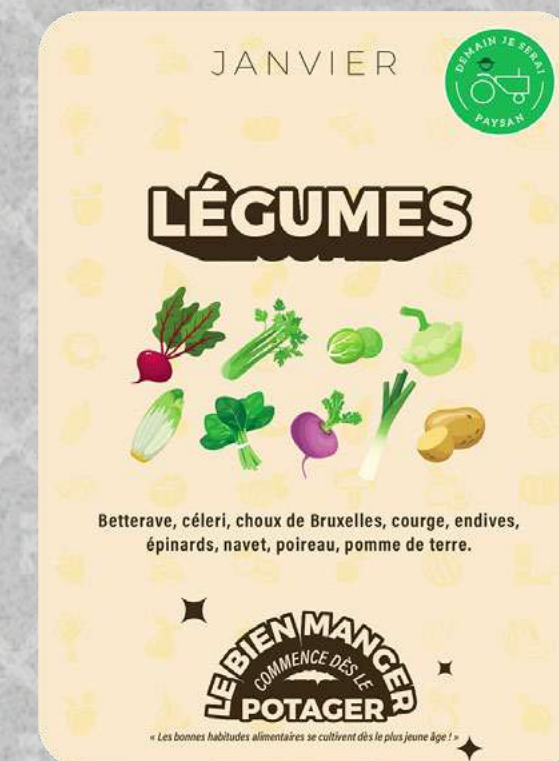


L'association « Demain, je serai paysan » a pour but de promouvoir les métiers de l'agriculture et de reconnecter le public avec la terre et la nature.

Quoi de mieux que de s'adresser directement aux plus jeunes ?

Ils ont donc développé une box pédagogique pour découvrir le potager.

Cette boîte contient donc 2 sachets de semis et les 2 cartes correspondantes, avec en recto, la méthode de semi et d'entretien de sa plante; et au verso, une délicieuse recette à faire avec le légume ou fruit produit, ainsi que 12 cartes recto-verso présentant les légumes et fruits à consommer mois par mois. L'imprimerie créative Artnéo m'a confié la direction artistique de ce projet qui a été testé en école dès la rentrée 2024-25.





SEMER LE RADIS

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

LE BIEN MANGER COMMENCE DÈS LE POTAGER

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

DEMAIN JE SÈME PAYSAN

COMMENT LES ENTREtenir ?

À la fin de 21 jours, de beaux radis sont prêts à être récoltés. Regardez si vous voyez apparaître un morceau de radis dépassant légèrement de la terre. Si c'est le cas, il ne vous reste plus qu'à tirer sur la tige et le mettre dans votre panier.

RECETTE DE TOMATES CERISES

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

LE BIEN MANGER COMMENCE DÈS LE POTAGER

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

DEMAIN JE SÈME PAYSAN

COMMENT LES ENTREtenir ?

À la fin de 21 jours, de belles tomates cerises sont prêtes à être récoltées. Regardez si vous voyez apparaître un morceau de tomate dépassant légèrement de la terre. Si c'est le cas, il ne vous reste plus qu'à tirer sur la tige et le mettre dans votre panier.

RECETTE DE PURÉE DE RADIS

1 botte de radis
6 pommes de terre
3 carrés de fromage frais ou 125 ml de crème fraîche épaisse
1 cuillère d'huile d'olive
Sel
Poivre

On commence par laver les radis et les pommes de terre. On coupe les extrémités des radis et on les coupe en deux. On épluche les pommes de terre et on les coupe en morceaux. On met les morceaux de radis et de pommes de terre ensemble et on les fait cuire à la vapeur entre 12 et 25 minutes. Ensuite, on mixe le tout en ajoutant les carrés frais ou la crème fraîche, le sel, le poivre et une cuillère d'huile d'olive. On peut également ajouter un peu d'eau si l'on souhaite une purée un peu plus liquide. Et voilà, il ne reste plus qu'à déguster.

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

LE BIEN MANGER COMMENCE DÈS LE POTAGER

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

DEMAIN JE SÈME PAYSAN

COMMENT SEMER LES TOMATES CERISES ?

À faire entre février et avril. On prend un pot et on y met de la terre. On y plante la graine. On met le pot près d'une source de chaleur à l'intérieur de la maison. On arrose légèrement avec un vaporisateur. On regarde le plant grandir et sortir de terre.

COMMENT LES ENTREtenir ?

Dès le 15 mai, on va pouvoir replanter le plant. On le met soit en pleine terre, soit dans un grand pot sur la terrasse ou le balcon. On creuse un trou d'environ 30 centimètres et on y dépose le plant, puis on rebouche en mettant de la terre. On lui pose un tuteur pour l'aider à grandir. On arrose au pied (pas sur les feuilles, et sur la tige) 1 fois par semaine le matin et s'il fait très chaud, on passe à 2 fois par semaine.

COMMENT LES RÉCOLTER ?

Dès que les tomates cerises prennent de belles couleurs (rouges, jaunes, noires), vous pouvez les cueillir.

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

LE BIEN MANGER COMMENCE DÈS LE POTAGER

« Les bonnes habitudes alimentaires se cultivent dès le plus jeune âge »

DEMAIN JE SÈME PAYSAN

Le Kiosque
Beaujard
JONATHAN VERRA
ARTISAN FLEURISTE
Fleurs

LE KIOSQUE BEAUJARD

2024

ARTISAN FLEURISTE



Le « Kiosque Beaujard » est une institution installée depuis plus de 40 ans dans son village. Idéalement situé, et comme son nom l'indique, dans un kiosque avec une vue panoramique sur la principale place du lieu-dit. Le nouveau propriétaire de l'enseigne, voulait garder ce joyaux local, tout en lui redonnant ses lettres de noblesse. J'ai donc été choisi pour imaginer un nouveau logo et ses déclinaisons.





49°18'303" - 0°29'309"

L'ATELIER DU



MAKRO



CONSERVERIE DE LA MER

L'ATELIER DU MAKRO

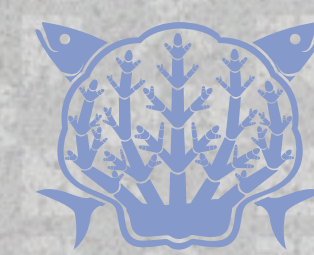
2024

PRODUITS DE LA MER



« L'Atelier du Makro » est une entreprise de transformation et vente de produits de la mer. Les créateurs sont un couple dont le mari est pêcheur, propriétaire de son chalutier. Avec sa femme, ils ont décidé de réaliser différentes recettes des produits issus de leurs pêches afin de les commercialiser.

J'ai été recommandé par d'anciens clients. Ils ont aimé mon travail et m'ont confié la création de leur marque : du conseil en stratégie en passant par la définition d'une identité de caractère, et toute la déclinaison graphique de leur image de marque, c'est encore aujourd'hui un réel plaisir d'accompagner des professionnels tels que ce couple, ancrés régionalement et privilégiant la qualité.



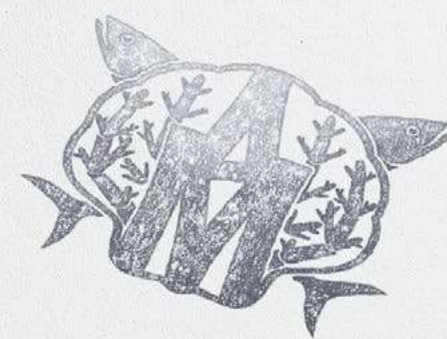
49°18'303' - 0°29'309'
L'ATELIER DU
MAKRO
CONSERVERIE DE LA MER

49°18'303' - 0°29'309'
L'ATELIER DU
MAKRO
CONSERVERIE DE LA MER











LA CONCIERGERIE DU 80

2024

CONCIERGERIE EN BAIE DE SOMME



« La Conciergerie du 80 » est une société basée en Baie-de-Somme, spécialisée dans la conciergerie de lieux liés au décès (crématorium, cimetière, etc.). Ils font également du gardiennage de clefs, qui est l'un des savoir-faire typiques de la région. Ils souhaitent une image un peu vintage afin de faire ressortir leurs savoir-faire et un pan de l'histoire de leur région, qu'ils véhiculent par leur activité. J'ai donc créé un logo et ses déclinaisons pour les différentes utilisations de celui-ci.



La **CONCIERGERIE** *du* 80







LE DUO

INTERMEZZO



LE DUO INTERMEZZO

2024

DUO DE MUSIQUE CLASIQUE



« Intermezzo » est un duo classique porté par Aurélie Marill, au piano et Boris Frenkel, au hautbois. Ils souhaitent une image de marque classique et épurée. Je leur ai donc confectionné une identité visuelle élégante avec un logo et un monogramme intégrant leurs deux instruments.





LE DUO
INTERMEZZO



AU CONCEPT

2024

TATOO SHOP



LA Farine
DE Valentine



LA FARINE DE VALENTINE

2024

AGRICULTRICE ET MEUNIÈRE NORMANDE



Valentine Amette, est une jeune agricultrice qui s'est lancée, à 18 ans, dans la production céréalière en 2021. Avec un caractère très affirmé et une envie de performer dans un monde professionnel en crise, elle s'est vite mis en tête que la rentabilité de son activité passerait par la transformation de sa matière première, et supprimerait ainsi un maximum d'intermédiaires entre elle et le consommateur définitif de ses céréales. Elle a donc investi pour créer son propre moulin. Étant très intéressé (à titre personnel) par ce type de projet, je lui ai proposé de l'accompagner dans la création de sa marque.

Je suis très content d'avoir su trouver une identité à son image, qu'elle aime et utilise au quotidien.



LA FARINE DE VALENTINE
FARINE DE NORMANDIE
ÉCRASÉE À LA MEULE DE PIERRE
PLUS NUTRITIVE, PLUS DIGÈSTE
PLUS SOUPLE, PLUS FACILE À TRAVAILLER

DE VALENTINE
FARINE DE NORMANDIE
ÉCRASÉE À LA MEULE DE PIERRE
PLUS NUTRITIVE, PLUS DIGÈSTE
PLUS SOUPLE, PLUS FACILE À TRAVAILLER

LA FARINE DE VALENTINE

LA Farine DE Valentine



LA Farine DE Valentine



LA Farine DE Valentine

LA FARINE DE VALENTINE
FARINE DE NORMANDIE
ÉCRASÉE À LA MEULE DE PIERRE
PLUS NUTRITIVE, PLUS DIGÈSTE
PLUS SOUPLE, PLUS FACILE À TRAVAILLER

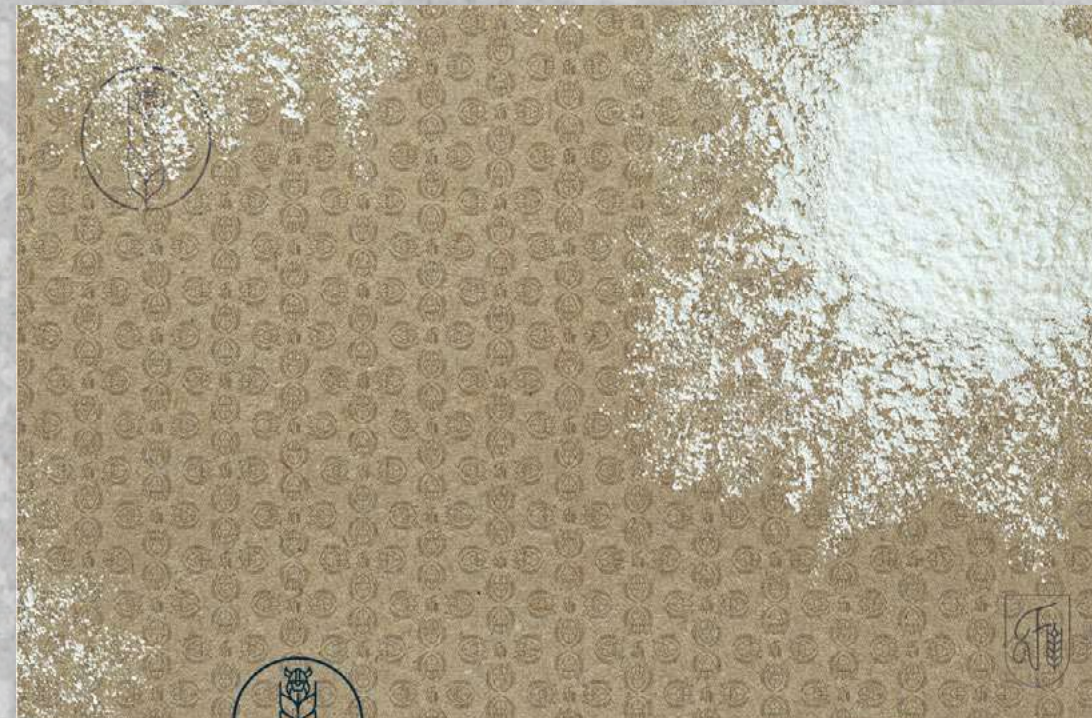
DE VALENTINE
FARINE DE NORMANDIE
ÉCRASÉE À LA MEULE DE PIERRE
PLUS NUTRITIVE, PLUS DIGÈSTE
PLUS SOUPLE, PLUS FACILE À TRAVAILLER




LA FARINE DE VALENTINE










FARINE DE NORMANDIE
 ÉCRASÉES À LA MEULE DE PIERRE
 PLUS NUTRITIVE, PLUS DIGESTE
 PLUS SOUPLE, PLUS FACILE À TRAVAILLER








FARINE DE NORMANDIE
 ÉCRASÉES À LA MEULE DE PIERRE
 PLUS NUTRITIVE, PLUS DIGESTE
 PLUS SOUPLE, PLUS FACILE À TRAVAILLER

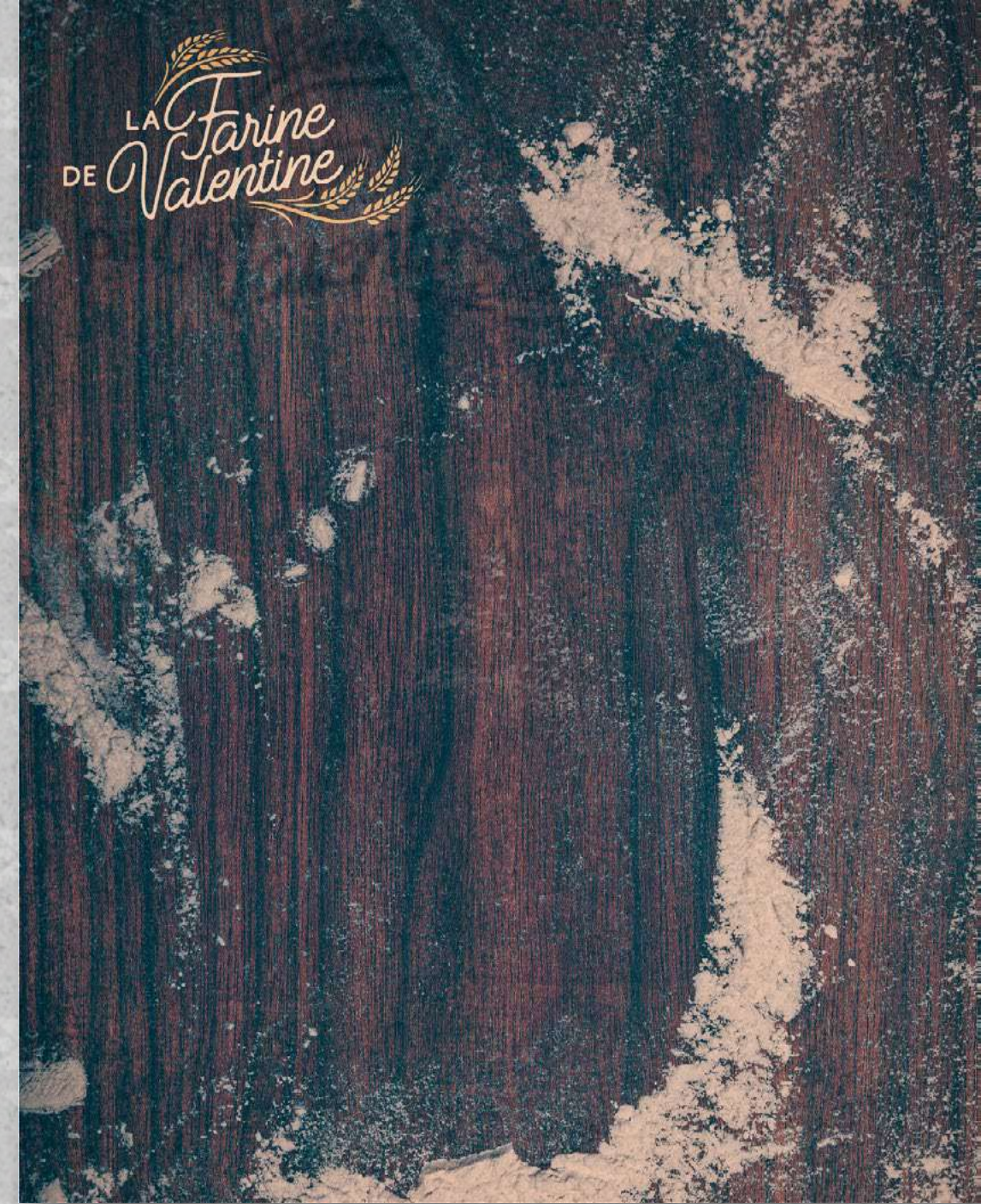
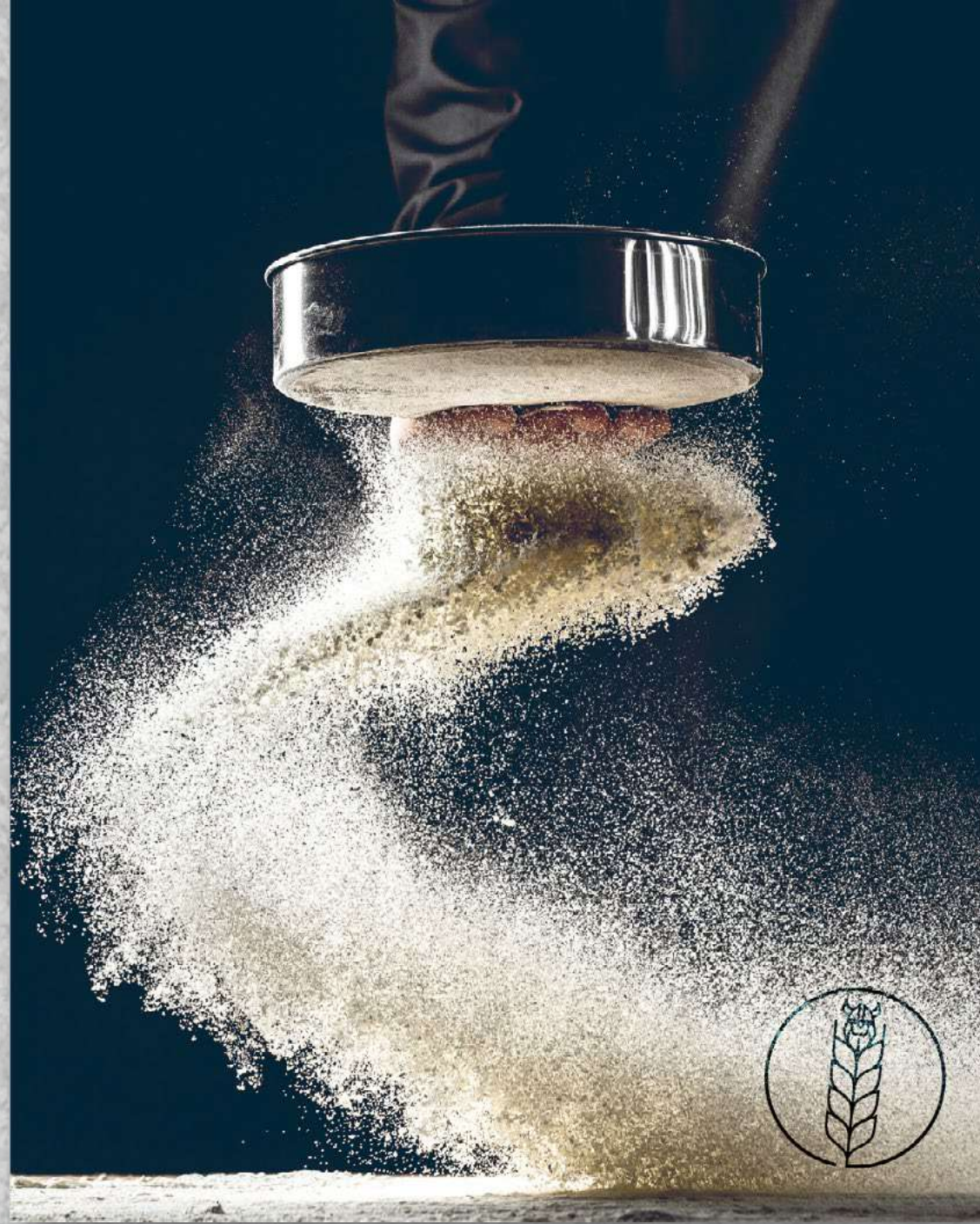


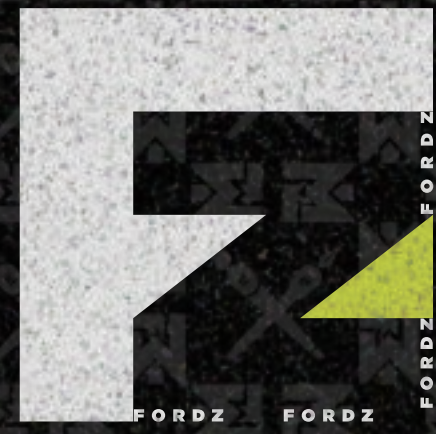


FARINE DE NORMANDIE
 ÉCRASÉES À LA MEULE DE PIERRE
 PLUS NUTRITIVE, PLUS DIGESTE
 PLUS SOUPLE, PLUS FACILE À TRAVAILLER









AGENCE
FORDZ
RELATIONS MEDIA

AGENCE FORDZ	2024
RELATION MÉDIA	



« FORDZ » est une agence de relation presse/média, développée par Élise Fornero et Déborah Zeitoun. Pour participer à un appel à projet du Salon International de l'Agriculture, ces deux indépendantes ont eu besoin de se rassembler sous une seule et même bannière : « FORDZ ». Elles m'ont fait confiance pour la réalisation de leur identité visuelle.



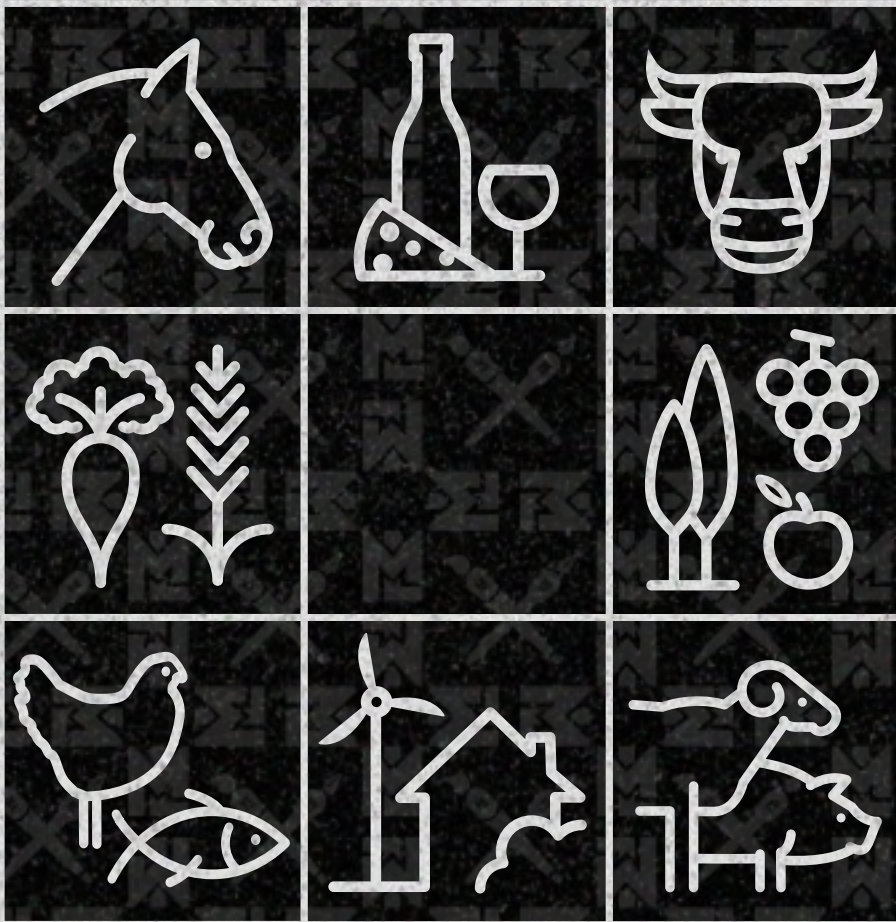


AGENCE

FORDZ

RELATIONS MEDIA

SALON
INTERNATIONAL
DE
L'AGRI
CULTURE



SALON DE L'AGRICULTURE

2024 - 2025

AGENCE FORDZ

JE N'AI PAS REALISE CE LOGOTYPE

Communiqué de presse : mardi 8 octobre 2024

QUELLE RACE SERA À L'HONNEUR AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE 2025 ?



Chaque année, c'est un événement dans l'événement ! Depuis 2012, le Salon International de l'Agriculture (SIA) sélectionne une vache et son éleveuse ou éleveur pour incarner l'image du Salon. Ce duo représente le travail de l'ensemble des agriculteurs français et illustre l'engagement de tous pour une agriculture de qualité.

En attendant de découvrir qui succédera à la Normande Orellette, l'égérie 2024, et ses éleveurs, le SIA dévoile la race qui sera mise à l'honneur lors de la prochaine édition : «*Présente à Paris dès le 1^{er} Concours Général Agricole en 1870, je suis une race à viande de grand format. Célèbre pour ma robe froment vit, je viens d'une région à dominante herbagère.*»

2^e allaitante française et premier Label Rouge créé en race bovine, je suis présente dans tous les départements français, y compris à La Réunion. Je suis, je suis... La race Limousine !

Pour sa 61^e édition, qui aura lieu du 22 février au 2 mars 2025 à Paris Expo Porte de Versailles, le SIA choisit donc l'une des plus anciennes races françaises. Grande habitué du Salon, la Limousine est présente chaque année au Concours Général Agricole, depuis sa participation à la première édition en 1870. Reconnaisable à sa robe froment vit, c'est une race à viande de grand format, également reconnue pour son équilibre entre qualités maternelles et qualités bouchères. Façonnée au fil des siècles par sa région natale à dominante herbagère – le Limousin, aujourd'hui intégré à la Nouvelle-Aquitaine –, elle est appréciée pour son grain très fin, son onctuosité et sa jutosité.

Aujourd'hui, la race Limousine est élevée dans 80 pays à travers les 5 continents, faisant d'elle la première race à viande à l'export.

LA RACE LIMOUSINE, EN QUELQUES CHIFFRES :

- 2^e race allaitante française avec 1 100 000 mères-vaches
- 30 000 élevages de vaches Limousines en France
- 2 vaches sur 3 sont des Limousines, en Nouvelle-Aquitaine
- 1^{er} Label Rouge créé en race bovine
- 1^{er} race à viande à avoir mené des travaux de recherches sur la sélection génomique en France

PROCHAIN RENDEZ-VOUS EN NOVEMBRE POUR RENCONTRER LE MUFLE DE L'ÉGÉRIE 2025 !



CENECA
Centre National des Expositions & Concours Agricoles

COMEXPOSIUM

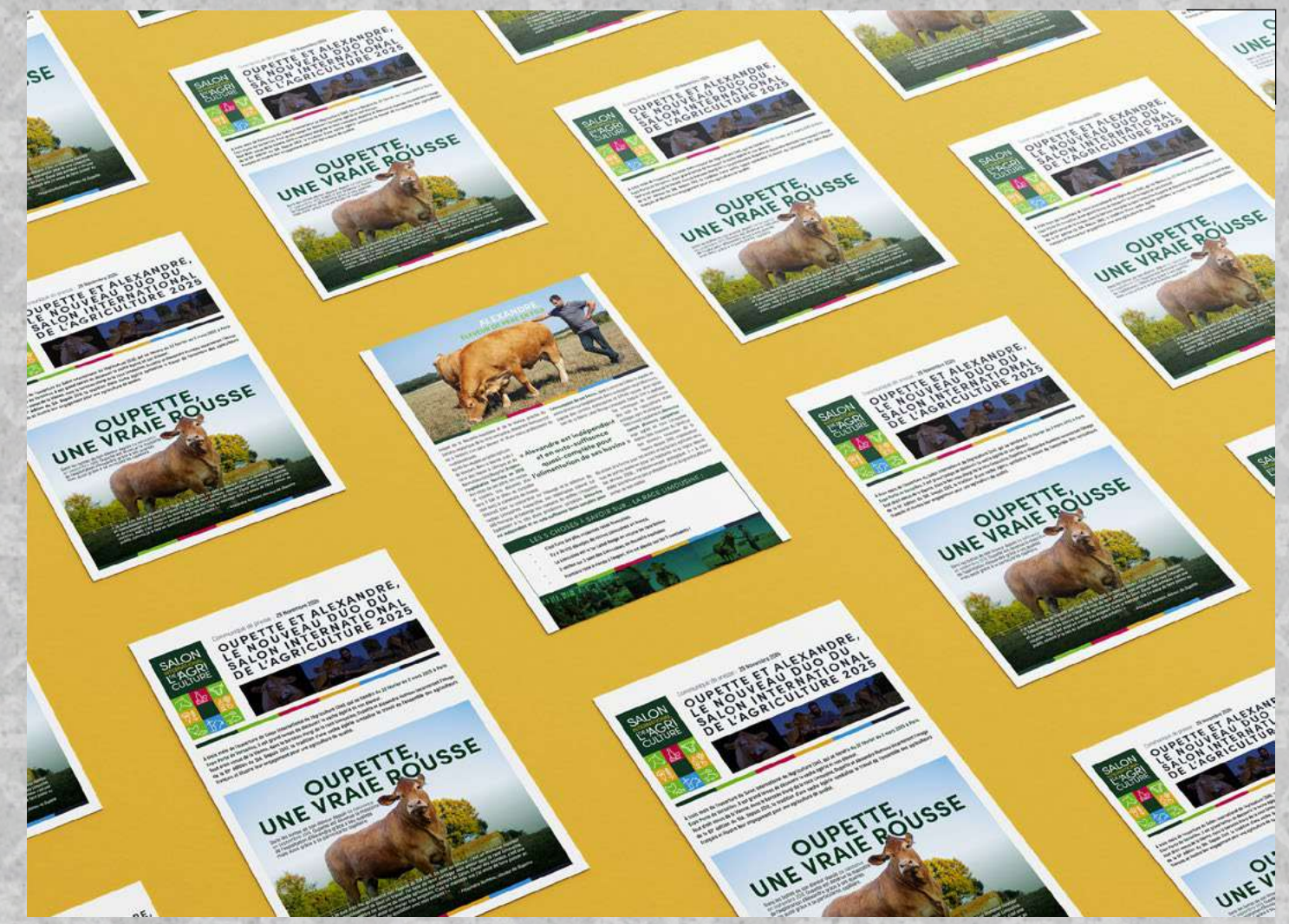
À PROPOS DU CENECA :
Le Centre National des Expositions et Concours Agricoles, est une Société Anonyme constituée des grandes interprofessions agricoles françaises, banques et institutions du secteur. Le CENECA est propriétaire du Salon International de l'Agriculture et du Salon du Cheval de Paris ainsi qu'organisateur, propriétaire du Championnat du Monde du Cheval Arabe. Il est par ailleurs copropriétaire du CSA avec le Ministère de l'Agriculture, de la Souveraineté alimentaire et de la Forêt.

À PROPOS DE COMEXPOSIUM :
Le Groupe Comexposium est l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements et de l'animation de conférences autour de leur business et de leurs passions. Comexposium organise plus de 150 événements professionnels et grand public, couvrant plus de 10 secteurs d'activité (agriculture/alimentation, retail/digital, mode/lécessoires, loisirs...). Le groupe met en relation 48 000 exposants et 3,5 millions de visiteurs, 385 jours par an dans 22 pays. Créateur d'expériences et de rencontres entre les individus, Comexposium permet à ses communautés d'être connectées toute l'année via des leviers omnicanaux efficaces et ciblés, grâce à ses événements (SIAL, AIAPack emballage paris, Paris Retail Week, One to One Monaco & Biarritz, Foire de Paris, Biéromobile...) et leurs contenus associés.

AGENCE FORDZ
RELATIONE PRESSE

DÉBORAH ZEITOUN
06 25 69 87 59
deborah@fordz.fr

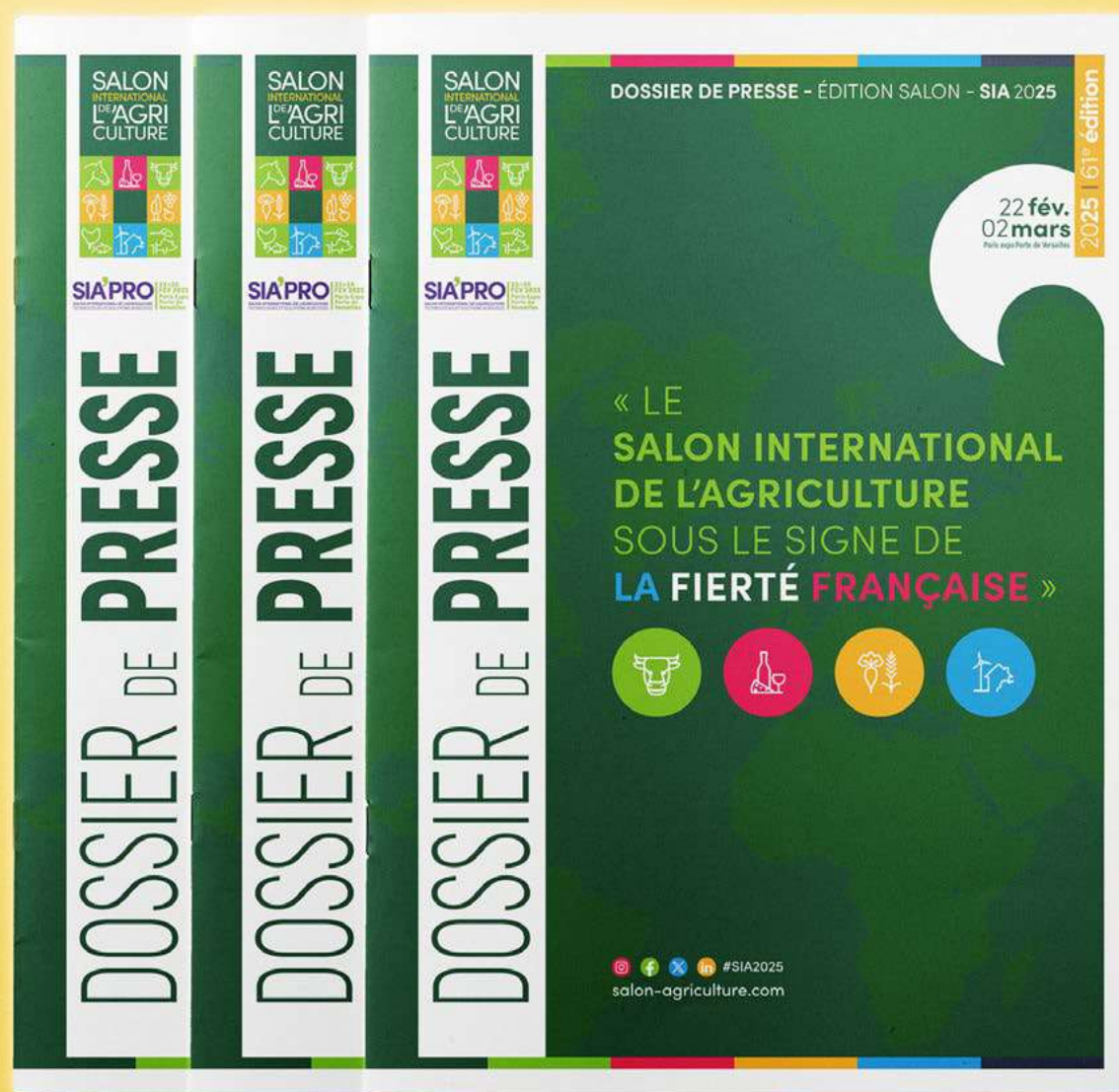
ELISE FORMERO
06 63 86 70 78
elise@fordz.fr



Dans le cadre de ma collaboration avec l'agence FORDZ, j'ai réalisé les supports média pour le « Salon International de l'Agriculture » 2025. La première étape était de définir un template, Puis de réaliser les communiqués de presse.

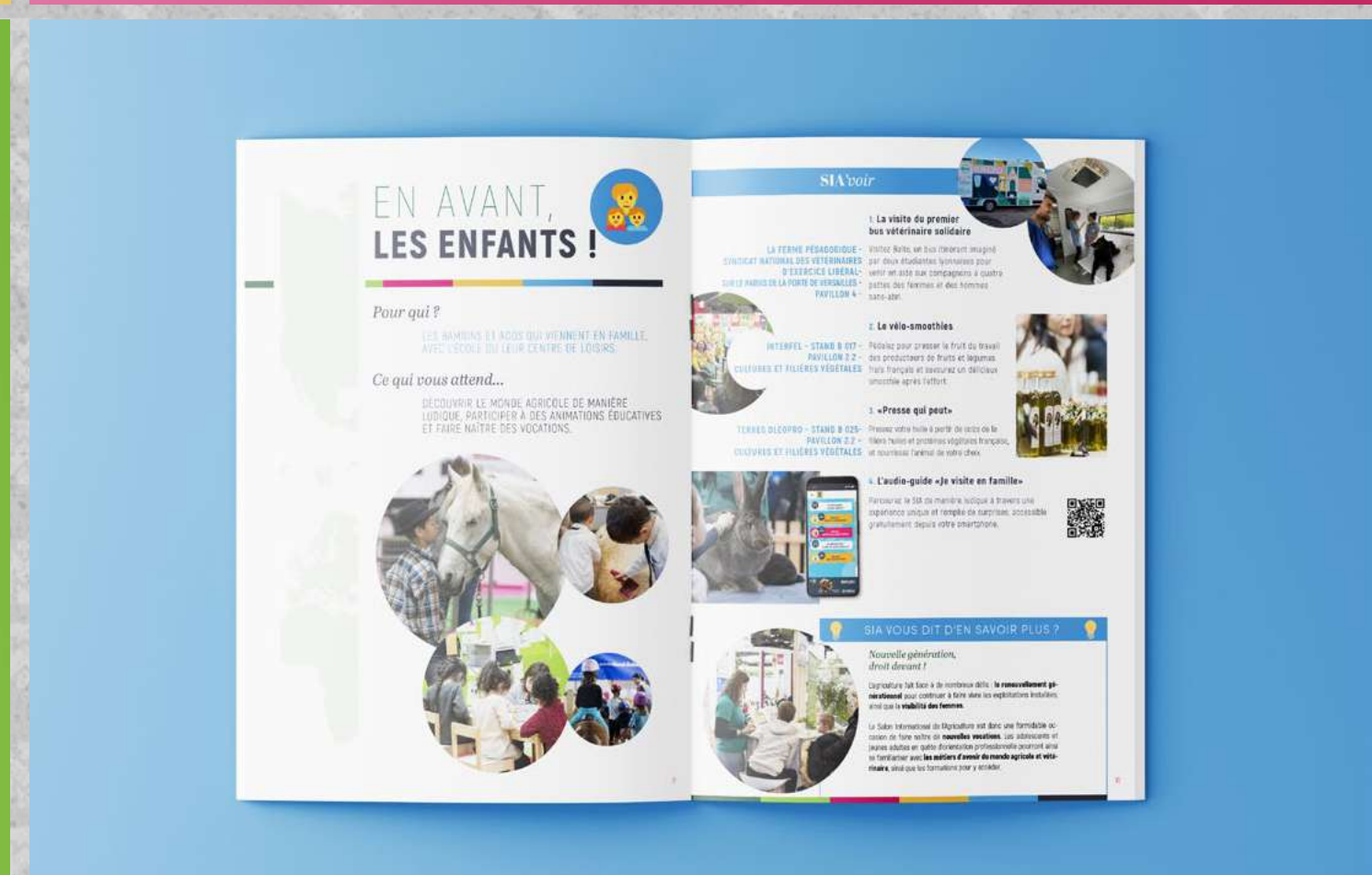


J'ai ensuite réalisé la mise en page du dossier de presse BtoB, 20 pages présentant le déroulement du Salon de l'Agriculture 2025 pour les professionnels.





Et finalement, j'ai réalisé la mise en page du dossier de presse BtoC, 20 pages présentant le déroulement du Salon de l'Agriculture 2025 pour les particuliers.





Head of ideas.

STAEDTLER

2024 - 2025

SUPPORTS DE COMMUNICATION

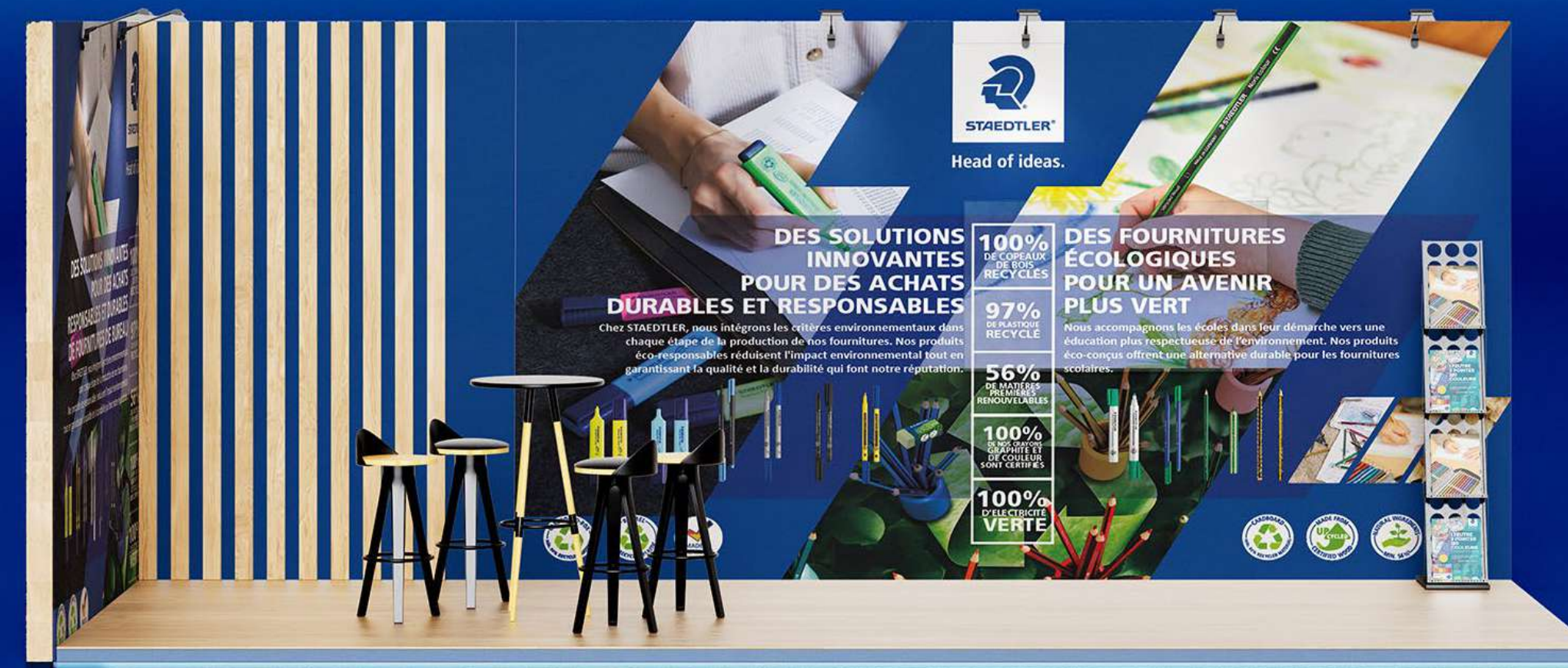
JE N'AI PAS REALISE CE LOGOTYPE



L'équipe « STAEDTLER France » recherchait un nouveau prestataire graphique pour réaliser leur communication visuelle 2025. Recommandé par FOREL Conseil, l'équipe de communication de « STAEDTLER France » a apprécié mon travail. J'ai donc eu le plaisir de me voir confier la communication visuelle pour l'année à venir et plus si affinité.

Les premiers travaux :

- conception d'un stand pour le « Salon des Maires de France » (enjeu majeur pour STAEDTLER)
- réalisation d'une publicité dans un magazine BtoB.
- conception de la brochure Nouveautés 2025.
- conception de couverture de magazine BtoB
- réalisation de kakémono pour la gamme enfant.
- customisation du logo STAEDTLER sur différents thèmes correspondant aux différentes gammes de produits.



NOUVEAU DESIGN INNOVANT NORIX

NOUVEAU GRAND JEU CONCOURS !

BACK TO SCHOOL! Take part now & win!

33x Plus pour l'école
33x Plus de nouveautés
33x Plus de cadeaux

ARTIST SERIES

NORIS® JUNIOR 2 ANS + / NORIS® JUNIOR 4 ANS +

90 NOUVEAUTÉS
1 JEU CONCOURS :
PLUS DE 300 000 CADEAUX À GAGNER
UN DESIGN INÉDIT QUI RÉVÈNTE
LE STYLE ET L'INNOVATION
UNE GAMME ÉCORESPONSABLE ENRICHIE

NOUVEAUTÉS 2025

RENTRÉE DES CLASSES 6 ANS +

97 % DE PLASTIQUE RECYCLÉ

ANNIVERSAIRE MARS® 125 ANS

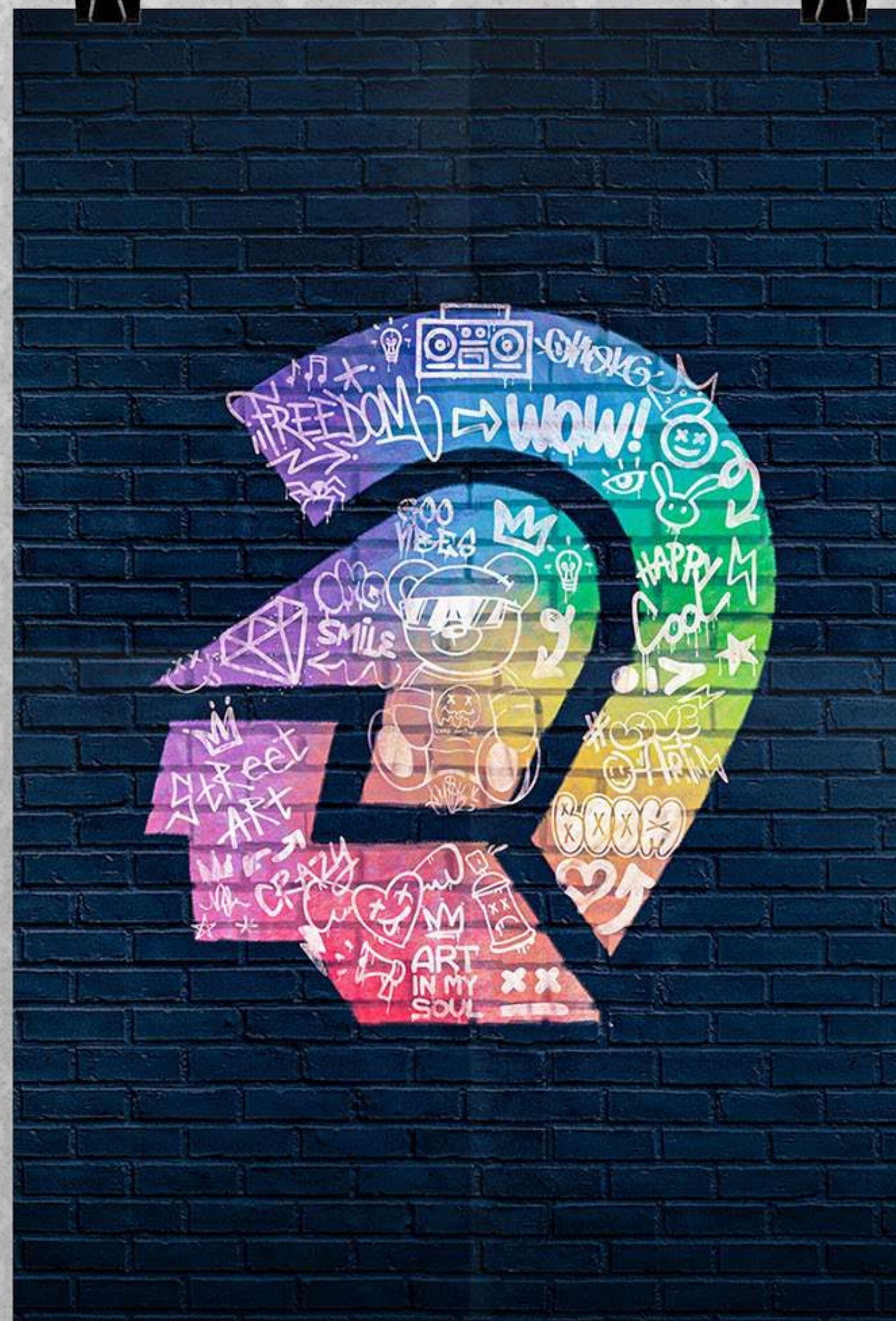
FEUTRES DOUBLE POINTE

TRIPLUS® COLOR 123 / TRIPLUS® PINKLETT 134

DESIGN JOURNEY









PRIMO-J

RÉALISATIONS IMMOBILIÈRES

PRIMO J

2025

PROMOTION IMMOBILIÈRE



Primo-J est un acteur incontournable de la promotion immobilière en Basse-Normandie. Il s'agissait de créer un logo moderne, représentant l'agilité et la maîtrise d'un métier en perpétuelle évolution.

J'ai eu l'idée de travailler avec les perspectives, afin de signifier, tout d'abord, le bâti, mais ensuite de montrer les différentes facettes de ce métier, toutes imbriquées dans une seule société, Primo-J.



PRIMO-J

RÉALISATIONS IMMOBILIÈRES



PRIMO-J

 **PRIMO-J**





MERCI POUR VOTRE ATTENTION

SI VOUS SOUHAITEZ EN VOIR PLUS, VOICI LE LIEN VERS MON SITE INTERNET



in @ Bē

MARTIN LAIGNEL