

BRC

BRICA - BOOK 2014



«VOTRE IMAGINATION EST
LE FRUIT DE VOTRE IMAGINATION.»

CLIENTS / AGENCES : DREAM ON / LAGARDÈRE / FOND. LOUIS VUITTON / TMC / PUBLICIS EVENTS / RENAULT / ALERTE ORANGE / NINTENDO / UBISOFT / SKALLI...





Laurent Geslin ||| BRICA

36 ans |||

Graphiste et Directeur Artistique |||

16 square Dufourmantelle |||
94700 Maisons Alfort |||

Tél: 06 46 26 72 39 |||

mail: laurent@brica.fr |||

site: www.brica.fr |||

PROFIL |||

QUI:

Pour commencer, une lecture entre les lignes vous indiquera que les 5 lettres de Brica ne valent qu'à titre de pseudonyme. Démasqué.

Ma lourde tâche consiste à agencer des formes, des couleurs et des mots imprimables sur rétines sans manquer de caresser les méninges, à rebrousse-poil parfois.

Lutécien adoptif. Plouc lettré. Profil hybride propre à déborder des cases en gardant toujours les contraintes en point de mire. Façonneur d'image, concepteur-rédacteur occasionnel par amour des mots et du porte-à-faux. Mettons de suite un terme à cette auto-flagornerie.

QUOI:

Une étrange fascination pour l'imagerie scientifique (image satellite, photo microscopique), la créativité d'avant-garde de mère nature, les motifs répétitifs et autres associations d'éléments improbables. La double lecture et l'attraction-répulsion. Le fond, la forme. N'importe quoi et au delà. Tant qu'une part de mystère ou surprise s'est glissée dans l'image - saurez-vous la retrouver ? - au jeu des 7000 erreurs invisibles.

DIPLÔMES - FORMATION |||

Formation complémentaire Multimedia (EPSAA, Paris 1999)
BTS Communication Visuelle (LTP Le Paraclet, Quimper 1998)
Mise à Niveau en Arts Appliqués (LTP Le Paraclet, Quimper 1996)
BAC S option Physique-Chimie (Lycée B. Pascal, Segré 1995)
Brevet des Collèges (Collège G. Gironde - Segré - 1992)

EXPÉRIENCE |||

4 ans d'agence (de maquettiste à directeur artistique - agence Alerte Orange)
7 années de travail indépendant (à 50% pour le compte d'agences :
Publicis Events, Dream On, Alerte Orange...)

LOGICIELS |||

Graphisme & Animation : Illustrator, Photoshop, InDesign (+Digital Publishing), XPress, Flash, Scriptographer, Vectoraster, Artmatic...

Typographie : Fontlab, Fontographer, Glyphs

Bureautique & Présentation: iWork (Keynote+), Office

Audio : Logic, Live, Peak, plugins et instruments divers

LANGUES |||

Anglais : lu, écrit, parlé, chanté Allemand : à approfondir

Latin : peu pratiqué

Français : lu, écrit, parlé. orthographe et grammaire d'époque pré-SMS

CENTRES D'INTÉRÊT |||

Musique, cinéma, littérature, écriture, sculpture de marmottes en plâtre et autres banalités (hormis le vandalisme). Le tout sans considération d'époque.

«COGITO, PIVIO SUM.»

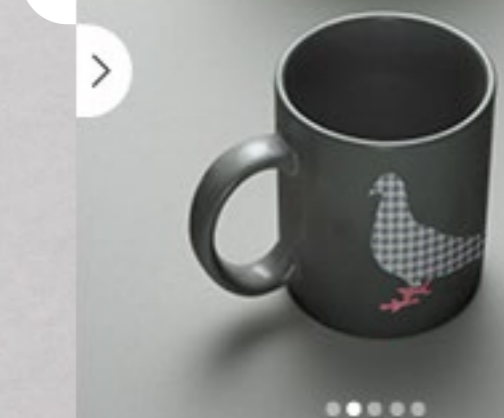
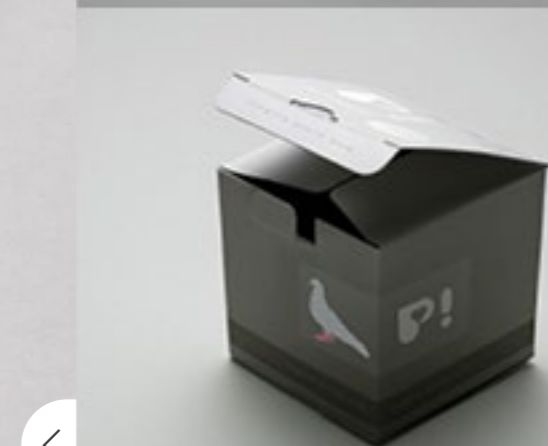
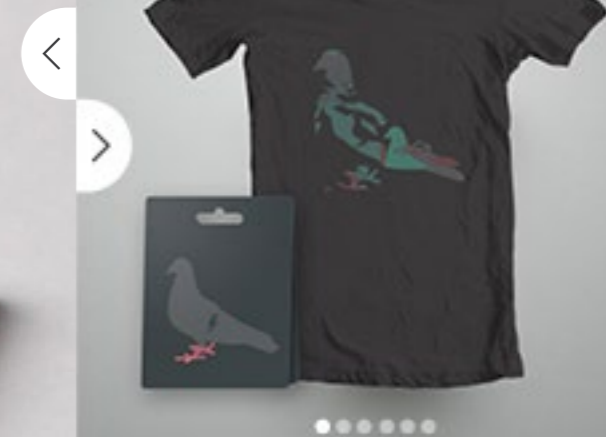
ÉDI-

TION & PLAQUETTES

CLIENTS : LES ÉDITIONS DU PIED DE BICHE / UNIBAIL / CITROËN / SOLEIL / AMOK ÉDITIONS / AGAPHONE



APERÇU DU CONTENU
EN PIÈCE-JOINTE
intégrale du pigeon.pdf



L'INTÉGRALE DU PIGEON

LIVRE / IDENTITÉ VISUELLE / OBJETS DÉRIVÉS

ÉDITEUR : L'ÉCHAPPÉE

|||||2010-2014

Projet personnel à paraître en 2015*. Une tentative volontairement incongrue de recenser les styles en vogue chez nos résidents volatiles fétiches.

Sur le fil du rasoir le livre oscille entre absurde, potacherie, irrévérence, questionnements philosophiques, sujets de société ou formes littéraires plus sophistiquées. À niveaux de lecture multiples.

Derrière sa légèreté assumée, il aborde aussi sans fléchir des thématiques sensibles et trahira sans doute l'influence de quelques Cyclopède, Kafka ou Monty Python's.

* Si vous êtes vous-même un pigeon, n'achetez pas ce livre c'est déconseillé. C'est très dangereux. Vous pourriez mourir. Mourir est dangereux.

> Conception globale [idée, visuels, écriture]



L'INTÉGRALE DU PIGEON

LIVRE / IDENTITÉ VISUELLE / OBJETS DÉRIVÉS

EDITEUR : LE PIED DE BICHE

2010-2012

Projet personnel à paraître en 2012*. Une tentative volontairement incongrue de recenser les styles en vogue chez nos résidents volatiles fétiches.

Sur le fil du rasoir le livre oscille entre absurde, potacherie, irrévérence, questionnements philosophiques, propagande publicitaire ou formes littéraires plus sophistiquées, à niveaux de lecture multiples.

Derrière sa légalité assumée, il aborde aussi sans fléchir des thématiques sensibles et trahit sans doute l'influence de quelques illustres Kafka, Python ou autres Cyclopes.

* Si vous êtes vous-même un pigeon, n'achetez pas ce livre s'est déconseillé. C'est très dangereux. Vous pourriez mourir. Mourir est dangereux.

> Conception globale (idée, visuels, écriture)

L'INTÉGRALE DU PIGEON

LIVRE / IDENTITÉ VISUELLE / OBJETS DÉRIVÉS

EDITEUR : LE PIED DE BICHE

2010-2012

Projet personnel à paraître en 2012*. Une tentative volontairement incongrue de recenser les styles en vogue chez nos résidents volatiles fétiches.

Sur le fil du rasoir le livre oscille entre absurde, potacherie, irrévérence, questionnements philosophiques, propagande publicitaire ou formes littéraires plus sophistiquées, à niveaux de lecture multiples.

Derrière sa légalité assumée, il aborde aussi sans fléchir des thématiques sensibles et trahit sans doute l'influence de quelques illustres Kafka, Python ou autres Cyclopes.

* Si vous êtes vous-même un pigeon, n'achetez pas ce livre s'est déconseillé. C'est très dangereux. Vous pourriez mourir. Mourir est dangereux.

> Conception globale (idée, visuels, écriture)



L'INTÉGRALE DU PIGEON

LIVRE / IDENTITÉ VISUELLE / OBJETS DÉRIVÉS

EDITEUR : LE PIED DE BICHE

2010-2012

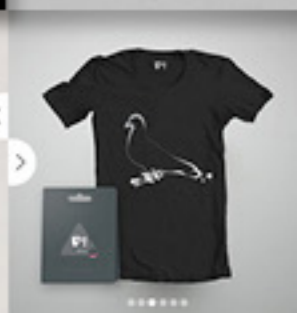
Projet personnel à paraître en 2012*. Une tentative volontairement incongrue de recenser les styles en vogue chez nos résidents volatiles fétiches.

Sur le fil du rasoir le livre oscille entre absurde, potacherie, irrévérence, questionnements philosophiques, propagande publicitaire ou formes littéraires plus sophistiquées, à niveaux de lecture multiples.

Derrière sa légalité assumée, il aborde aussi sans fléchir des thématiques sensibles et trahit sans doute l'influence de quelques illustres Kafka, Python ou autres Cyclopes.

* Si vous êtes vous-même un pigeon, n'achetez pas ce livre s'est déconseillé. C'est très dangereux. Vous pourriez mourir. Mourir est dangereux.

> Conception globale (idée, visuels, écriture)



L'INTÉGRALE DU PIGEON

LIVRE / IDENTITÉ VISUELLE / OBJETS DÉRIVÉS

EDITEUR : LE PIED DE BICHE

2010-2012

Projet personnel à paraître en 2012*. Une tentative volontairement incongrue de recenser les styles en vogue chez nos résidents volatiles fétiches.

Sur le fil du rasoir le livre oscille entre absurde, potacherie, irrévérence, questionnements philosophiques, propagande publicitaire ou formes littéraires plus sophistiquées, à niveaux de lecture multiples.

Derrière sa légalité assumée, il aborde aussi sans fléchir des thématiques sensibles et trahit sans doute l'influence de quelques illustres Kafka, Python ou autres Cyclopes.

* Si vous êtes vous-même un pigeon, n'achetez pas ce livre s'est déconseillé. C'est très dangereux. Vous pourriez mourir. Mourir est dangereux.

> Conception globale (idée, visuels, écriture)

LE PIGEON EST VOTRE
FUTUR AMI D'ENFANCE
intégrale du pigeon.pdf



STRASBOURG-ÉTOILE

PLAQUETTE DE PRÉSENTATION

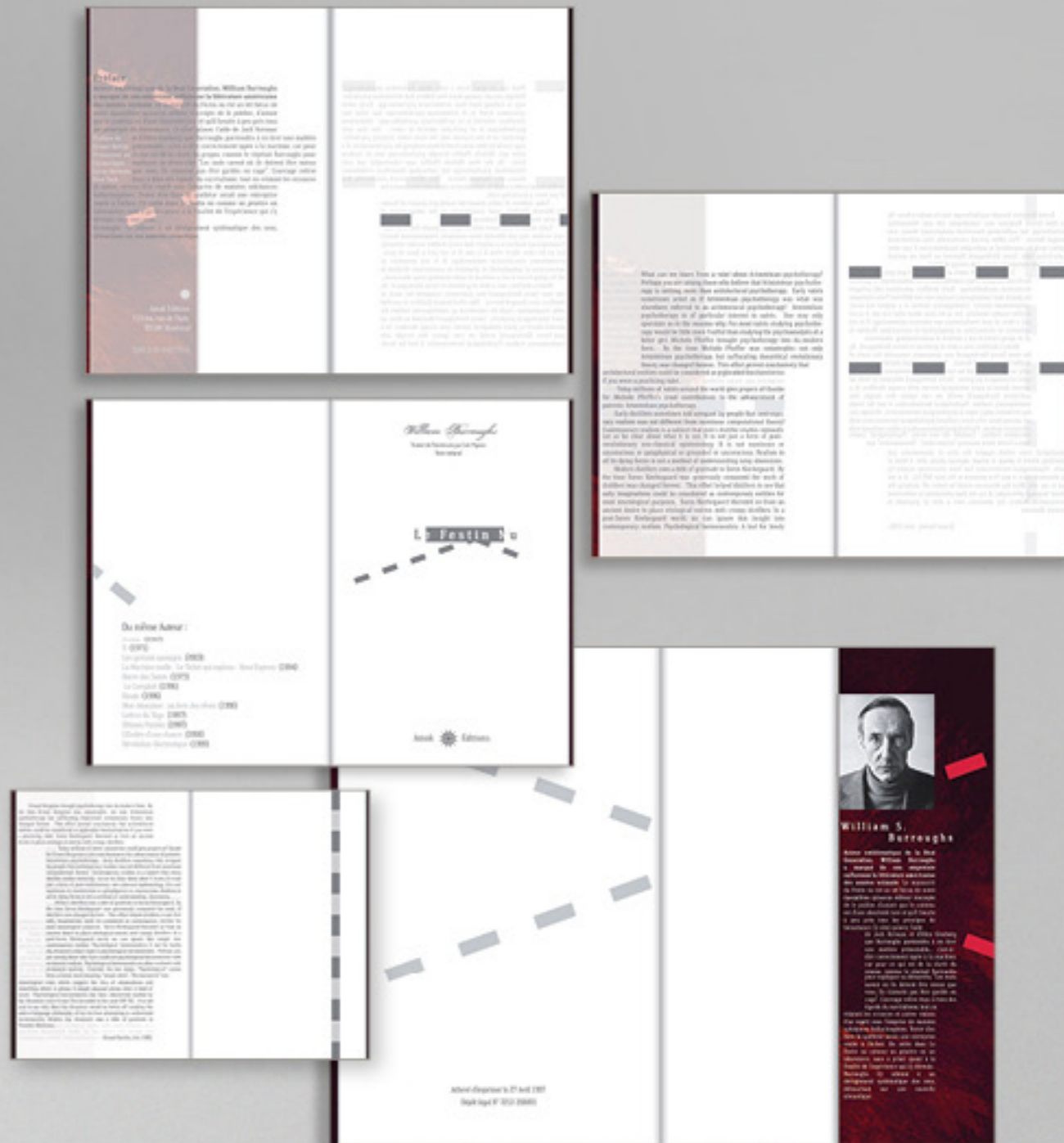
CLIENT : UNIBAIL / AGENCE ALERTE ORANGE

|||||2007

Plaquette institutionnelle destinée à promouvoir le nouveau pôle commercial, culturel et résidentiel de la ville. Construit sur les rives d'un canal face aux anciennes usines de cuivre, le lieu s'organise autour de la thématique de l'eau dans une synergie de métal, verre et bois.

Imprimée en 7 couleurs sur rhodoïde, la plaquette traduit la fluidité et l'héritage industriel du lieu. Mêlés aux jeux de formes et de transparence, turquoise et cuivre deviennent complémentaires autant qu'indissociables.

> Direction artistique, conception graphique



LE FESTIN NU

LIVRE

CLIENT : AMOK EDITIONS / NOTANY

|||||2007

Ce roman écrit en 1959 par William S. Burroughs fut longtemps interdit en raison de son contenu dérangeant.

Le visuel de la couverture évoque à la fois l'aspect cauchemardesque du récit, le cut-up (procédé scriptural employé par l'auteur), l'interdit et l'expérience hallucinatoire vécue par le personnage principal.

La préface imprimée sur papier calque s'inspire du principe de cut-up en mêlant les paragraphes soumis à la transparence des pages.

> Direction artistique, conception graphique

IDV.

IDENTITÉ VISUELLE



«RESTONS BOUCHES BÉES,
AVALONS DES NUAGES, PRENONS SOIN DE NOS TOUX.»

CLIENTS : ON THE GO EDITIONS / NICOLAS WILMOUTH / AGIPI / VERDICITÉ / INITIAL MEDIA / QUANTIC DREAM / BQHL / STAY ANGRY / MONTE CRISTO / VADEM...





CHRONICARDS

CHARTRE GRAPHIQUE GLOBALE
(LOGO, PACKAGING, PLV, SITE, DOSSIERS PRESSE)

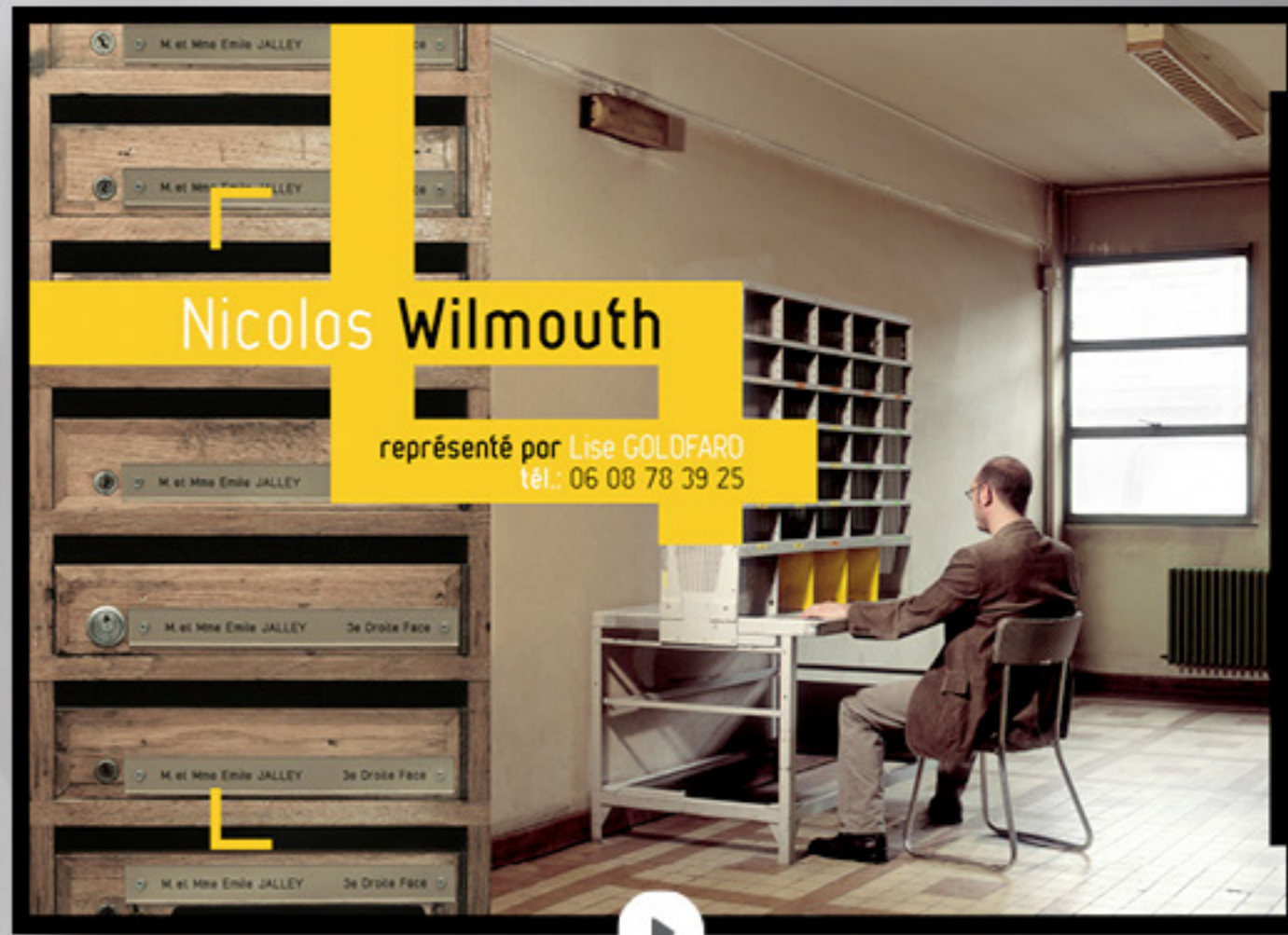
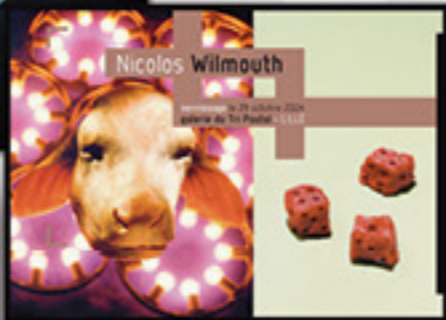
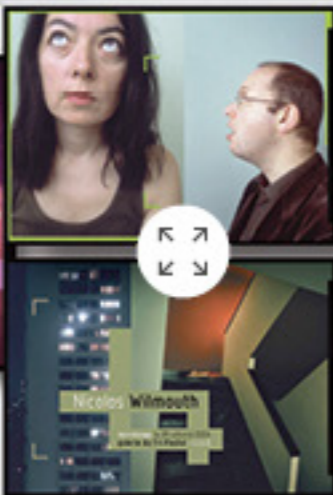
CLIENT : ON THE GO EDITIONS

|||||2010

Un produit ludo-éducatif et culturel présenté au format d'un jeu de cartes. Son ambition est d'aider à la mémorisation des grandes dates de l'Histoire et de leur chronologie en associant visuel, date, descriptif et repère géographique. Précision historique et anecdotes insolites. La collection regroupe 5 grandes thématiques: parascolaire, culture générale, arts, sciences et tourisme.

Sous sa forme finale, le concept a été récompensé d'une médaille d'argent au Concours Lépine Paris 2010. Le site vient compléter généreusement l'offre en proposant quizzes, modes d'utilisation à partager, court-métrages promotionnels et concours d'illustrations pour étudiants d'art.

> Graphisme & Direction Artistique, rédactionnel (quizz), scenari et dialogues de spots publicitaires



NICOLAS WILMOUTH

IDENTITÉ VISUELLE / FLASH-CARDS

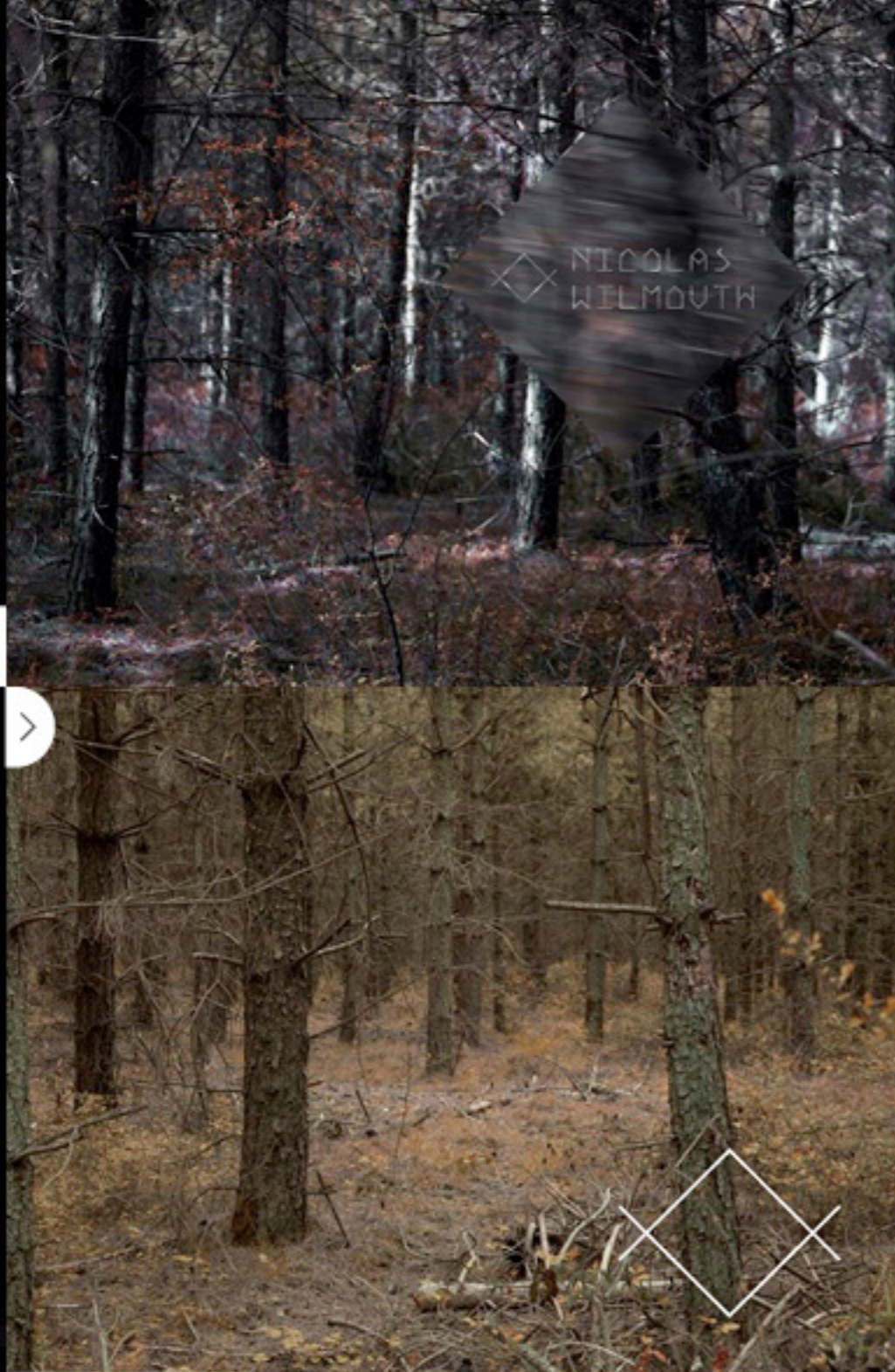
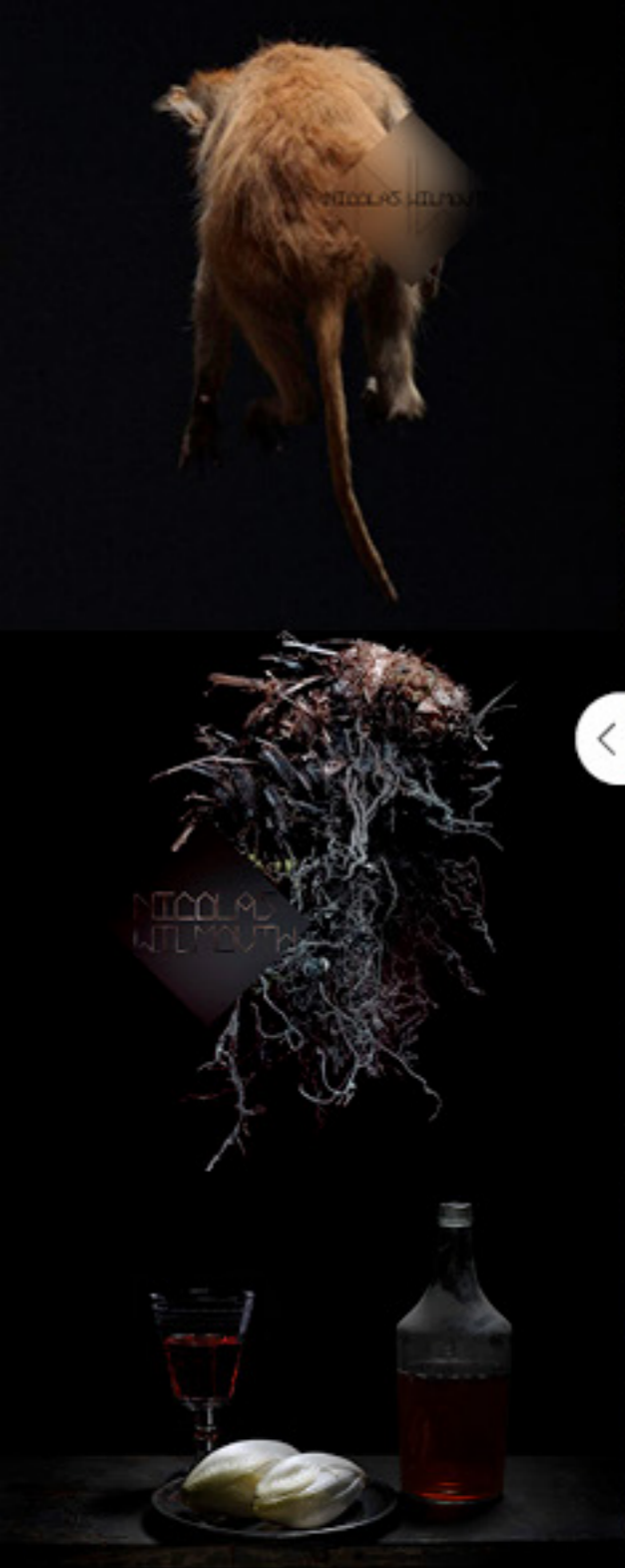
CLIENT : LISE GOLDFARD

|||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||2006

Un principe graphique très simple qui évoque la photo par la prise de vue et le cadrage. En version animée, les bandes colorées viennent glisser sur l'image dans un mouvement fluide. Des associations de photos viennent y mettre en scène des anecdotes ou laisser libre cours à l'interprétation.

Empreints d'un humour pince-sans-rire, de fantaisie ou de cynisme, les instantanés questionnent et trahissent l'absurdité du quotidien.

> Direction artistique, conception graphique, animation



NICOLAS WILMOUTH

IDENTITÉ VISUELLE / AFFICHES / PAPETERIE

CLIENT : NICOLAS WILMOUTH

|||||2012

Dernière évolution en date qui puise directement son inspiration dans la grammaire photographique [cadrage, mise au point, lumière, zoom etc] pour intégrer l'information. L'image de communication et la photo se fondent alors l'une dans l'autre en fonction de la distance d'observation. Une intégration subtile qui évite pourtant la neutralité grâce à un choix typographique affirmé.

Élément récurrent, le losange comme piège de l'imaginaire. Monogramme, signature. Décliné en motifs qui s'adaptent au visuel associé en composant paysages crépusculaires, gilets damiers, moquettes luxueuses ou tapisseries datées.

> Direction artistique, conception graphique



VERDICITÉ

IDENTITÉ VISUELLE

CLIENT : VERDICITÉ

|||||2010-2011

Refonte de l'identité visuelle d'un bureau d'étude en environnement spécialisé dans le traitement des déchets et la formation en entreprise. Enjeu : suggérer clairement l'activité et illustrer le nom de la société tout en conservant sérieux et originalité.

La version retenue affiche une typographie épurée associée à des jeux de formes organiques aux couleurs mouvantes.

Les propositions alternatives visaient à traduire l'idée «d'utopie réaliste», à travers des références historiques/artistiques (travaux de Thomas More et d'Escher), l'initiale V (vrai/validé/vert), ou mettaient en avant la technicité et l'écoresponsabilité à l'aide de formes et typographies singulières.

> Direction artistique, conception graphique, typographie



QUANTIC DREAM

IDENTITÉ VISUELLE

CLIENT : QUANTIC DREAM - PROJET PERSONNEL

|||||2005

Studio de développement de jeux vidéo ambitieux à l'origine du titre «Nomad Soul» (dans lequel David Bowie incarnait un personnage-clé et dont il composa la bande-son), et plus récemment des jeux d'aventure «cinématographiques» Fahrenheit et Heavy Rain.

Le symbole évoque la rencontre de la science et de la pensée. La frontière entre le symbole mathématique de l'infini et les méandres de la création. À la fois nébuleux et mystérieux.

> Conception, animation, son

COURCEL AUDIT & CONSEILS

IDENTITÉ VISUELLE / PAPETERIE / SITE WEB

CLIENT : COURCEL AUDIT & CONSEILS

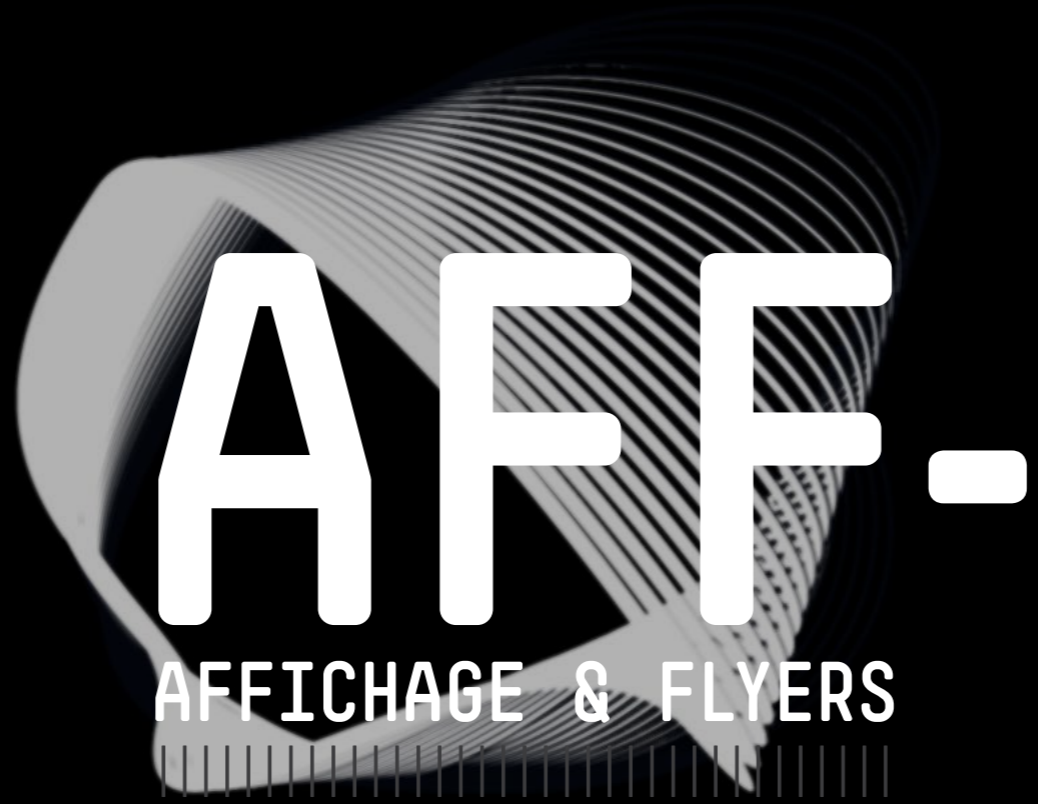
|||||2011

Charte graphique globale pour Benjamin de Courcel, Commissaire Aux Comptes (CAC) à la tête d'un cabinet portant son nom. La législation française interdisant toute publicité directe pour la profession, papeterie et site internet restent les seuls vecteurs possibles de communication.

Le monogramme à double usage (CAC et initiales de la société) et la police dessinée pour l'occasion se rappellent à la rigueur des codes de la profession sans se départir d'une certaine singularité. La barre oblique récurrente fait figure d'élément de séparation et de symbole mathématique évocant le rapport entre recettes et dépenses, objectifs et résultats...

> Graphisme & Direction Artistique

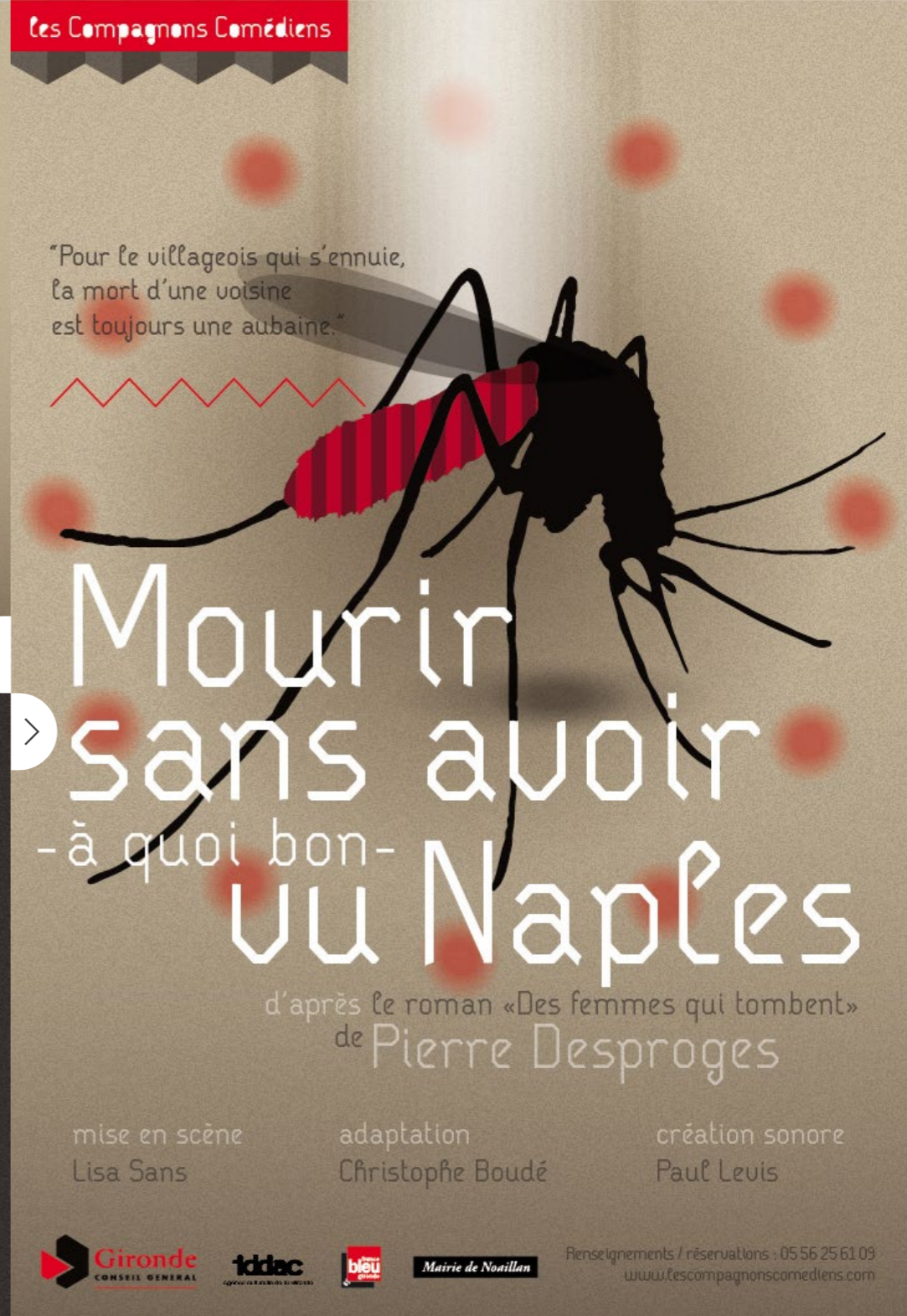




PROPRE, SALE ET FIGURÉ.

CLIENTS : COMPAGNIE ALABOUR' / COMPAGNONS COMÉDIENS / INA-GRM / LIGUE D'IMPRO DE PARIS / CRÉATEURS DU MONDE





LES COMPAGNONS COMÉDIENS

IDENTITÉ VISUELLE / AFFICHES

CLIENT : LES COMPAGNONS COMÉDIENS

|||||2014

Le théâtre pour seul langage. Le rideau comme unique accessoire.

Charte graphique qui repose sur une simple idée : illustrer les valeurs du théâtre à travers cette devise imaginaire. Codes graphiques minimalistes qui rappellent le rideau, symbole du spectacle (Dieu merci, on vous épargne les masques...). Facile à mettre en œuvre y compris sans matériau photographique. Titrage sobre ou ludique selon le public visé, et facilement reproductible à l'aide de ruban adhésif !

> Direction artistique, conception graphique



COMPAGNIE ALABOUR'

IDENTITÉ VISUELLE / AFFICHES

CLIENT : COMPAGNIE ALABOUR'

|||||2007

Logo et série d'affiches pour une troupe de théâtre. Spectacle visuel, huis-clos familial, comédie de boulevard en déviation ou surréalisme.

Le logo illustre le nom de la troupe : l'initiale «a» sous forme labyrinthique où se dessine un semblant d'onomatopée, en rapport au temps et à l'interprétation.

> Direction artistique, photo et conception graphique



COMPAGNIE ALABOUR
 vendredi 24 JUIN
 à 20h30



COMPAGNIE ALABOUR'
 IDENTITÉ VISUELLE / AFFICHES
 CLIENT : COMPAGNIE ALABOUR'
 |||2007

Logo et série d'affiches pour une troupe de théâtre. Spectacle visuel, huis-clos familial, comédie de boulevard en déviation ou surréalisme.
 Le logo illustre le nom de la troupe : l'initiale «A» sous forme labyrinthique où se dessine un semblant d'œcoumène, en respect au temps et à l'interprétation.
 > Direction artistique, photo et conception graphique

LIGUE D'IMPRO DE PARIS
 AFFICHE / PROGRAMME
 CLIENT : LIP
 |||2007

Entre sport et théâtre, à la manière de Milton, des Monty Python's et de Spandau-Bruce-Guy-Lanoë. Les supports offrent un défilé l'importance de vote du public, l'effacement baroque des matches et un état de l'arbitre à la position accrues (victime constante des jets de partitions effarés au public à l'arbitre).
 L'affiche dépeint la scène d'après un règlement de participation : physiciens à rassembler pour réaliser une œuvre graphique, spécialement réservée pour montage et dont comme été. Cinq d'œil complètes à tous les barbouillures d'affiches.
 > Direction artistique, conception graphique, rédactionnel



DÉFILÉ CRÉATEURS DU MONDE
 AFFICHE / PROGRAMME
 CLIENTS : ASSOCIATION DES CRÉATEURS DU MONDE
 DÉPARTS DE LA SCÈNE
 |||2007



GRM EXPERIENCE
 AFFICHE
 CLIENT : INA-GRM - PROJET PERSONNEL
 |||2002

Un projet d'affiche pour le GRM La Villette. Il s'agit d'une interprétation du son sous forme lumineuse, manipulée et mise en volume telle une sculpture sonore.
 Sur l'idée d'une partition qui prend ses libertés, 5 lignes colorées dans la partie inférieure évoquent une portée, utilisée ici comme signature. Vers de nouvelles formes d'expression musicale.
 > Conception graphique

«UN JOUR, LA TRAGIC SANS
RÉTABLIRA L'ÉQUILIBRE»

TYP- OGRAPHIE





Le monde est un œuf* daté d'hier.*
 Le temps est un flux électrique.*
 Yack zébuleux ?!*? Ad æternam...*

⊗ AnâLogic stat.*

⊗ à partir de
 ⊗ Kurtzschluss

Gilkat @ home.com
 Quasi couci-couça

0,123456789 Hz
 >>452°C (en \$€£)

Pangrammes avec lettres accentuées :

- ⊗ Quittant le wharf de l'île de Croÿ, le cœur déçu mais l'âme en joie, son fez brûlé sur la tête, la plutôt naïve æschne crapaûta en canoë au delà des Kerguelen, pour s'exiler où ? Près du mälström !
- ⊗ Dès Noël où un zéphyr hai me vêt de glaçons würmiens je dine d'exquis rôtis de bœuf au kir à l'aÿ d'âge mûr & cætera ! (Gilles Esposito-Farèse)
- ⊗ Tôt déjà l'écuyère hawaïenne vêtue d'un bikini et de bijoux reçut au cœur l'acre piqûre du mage aztèque, de l'ilot où arrivait son frêle canoë. (Mendoza)
- ⊗ Ô mage aztèque, l'écuyer vêtu d'un kit hawaïen et de bijoux reçut au cœur l'acre piqûre, de l'île où arrive son frêle canoë. (variante de Mendoza)

TP KURTZSCHLUSS

CRÉATION TYPOGRAPHIQUE

CLIENT : TAPIOCA FONTS

|||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||||2014

Typographie inspirée des diagrammes électriques, dont la particularité repose sur des lettres accentuées (l'accent fait corps avec la lettre tout en "ouvrant" le circuit tel un interrupteur), et sur des symboles de ponctuation et caractères spéciaux très graphiques, ainsi que des lettres à "boucle" proches du dessin d'une police scripte (f g j k y z et ligatures)

À la fois géométrique et parfaitement lisible elle est aussi à l'aise en titrage qu'en texte courant.

> Typographie, création graphique

dark side of the mouth
1890 1920 — 2050

~ 2

~ R
Roger That
aka sf debugger
http:ok.fr

~ PJ

~
abcdēf̄ghĭ jklm
nopqr̄stuvwxyz
1234567890 ~

1890 1920 — 2050

TP ROGER

CRÉATION TYPOGRAPHIQUE

CLIENT : TAPIOCA FONTS

|||||2012

Doucement nommée Roger, elle est née des chutes indolores d'une autre typographie, et a fini par revendiquer son indépendance. Contemporaine dans sa géométrie, quand ses courbes évoquent étrangement les lettrages organiques ou mécaniques de l'Art Nouveau et l'Art Déco...

En grand écart sur plus d'un siècle, elle soulève quelques menues questions : comment l'Art Nouveau peut-il être si ancien ? Les Arts Appliqués sont-ils aussi consciencieux qu'ils sont appliqués ? Que sont devenus les détracteurs du style «nouille» ?

> Typographie, création graphique



TP SPECIAL DELUXE

CRÉATION TYPOGRAPHIQUE

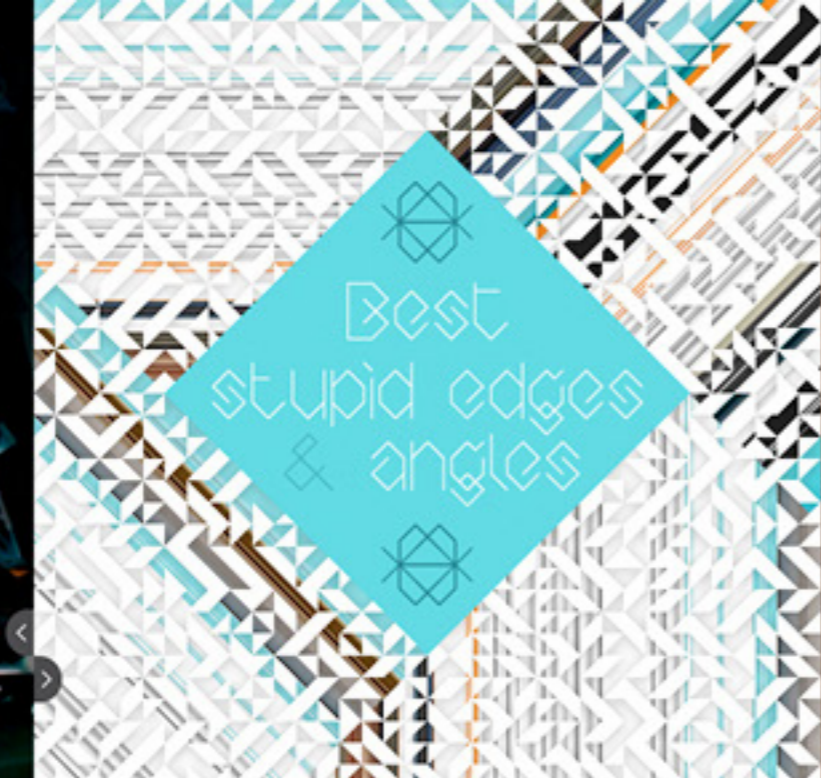
CLIENT : TAPIOCA FONTS

|||||2008

Voyez-vous ça... Une typographie inspirée par un jeu vidéo de la glorieuse époque des équipes de cinq personnes enfermées dans un garage pour accoucher de chefs d'œuvre, avant 1990. Ils s'appelaient les Bitmap Brothers et pour l'époque faisaient preuve d'un talent rare dans la direction artistique de bon goût.

Jeu lui-même vaguement inspiré du film Rollerball de 1975, que je ne conseillerais qu'à demi-mot, au passage.

> Typographie, création graphique

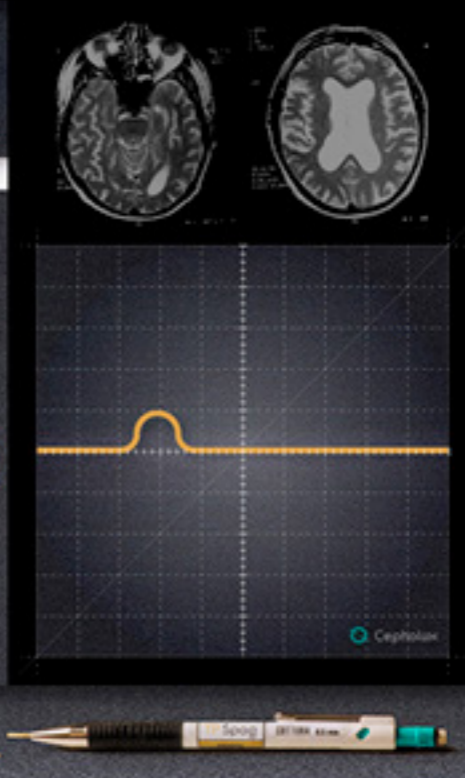
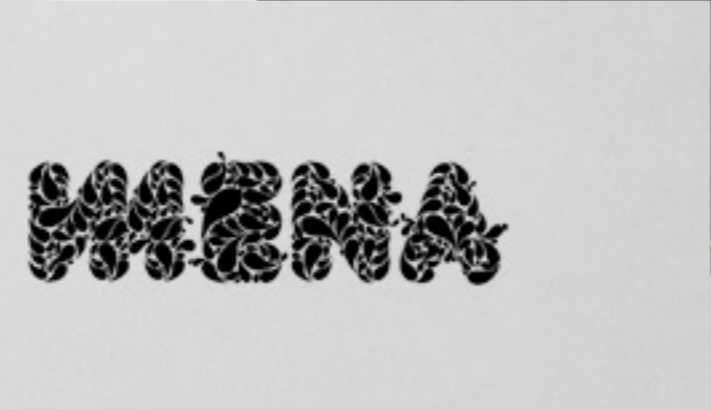


TP OBTVS
 CRÉATION TYPOGRAPHIQUE
 CLIENT : TAPEOCA FONTS
 |||2012

Typographie téméraire héritée de restrictions géométriques avancées.
 La première variante repose sur une grille rigoureuse ne laissant que peu de marge de manœuvre et aboutit à une esthétique minimaliste aux obliques déconcertantes.
 La suivante s'apparente à une version contemporaine des caractères gothiques dont la géométrie affirmée et l'aspect modulaire offre un rythme unique.
 À ne pas mettre entre toutes les mains.
 > Typographie, création graphique

TP ROGER
 CRÉATION TYPOGRAPHIQUE
 CLIENT : TAPEOCA FONTS
 |||2012

Besamment comme Roger, elle est née des chutes initiales d'une œuvre typographique, et a fini par revendiquer une indépendance. Contemporaine dans sa géométrie, quand ses courbes évoquent étrangement les dentelles organiques ou mécaniques de l'Art Nouveau et l'Art Déco...
 En grand deuil sur plus d'un siècle, elle soulève quelques bonnes questions : comment l'Art Nouveau peut-il être si ancien ? Les Arts Appliqués sont-ils aussi contemporains qu'il sont appliqués ? Que sont devenus les détracteurs de style «nouveau» ?
 > Typographie, création graphique



TP SPAG
 CRÉATION TYPOGRAPHIQUE, OBJETS DÉRIVÉS
 CLIENT : TAPEOCA FONTS
 |||2012-2013

Affrent probable à la caste des grands typographes, voici un caractère d'inspiration gastronomique.
 Ludique tout en restant lisible. Tout est question de dosage. Après tout, si on devait s'affranchir des concepts à première vue sans intérêt, le Comic Sans n'aurait jamais vu le jour. Où irait le monde ?
 Un jour la tragic Sans rétablira l'équilibre.
 > Typographie, création graphique

«BANCO :
POURCHASSONS LES CONCEPTS BANCALS.»

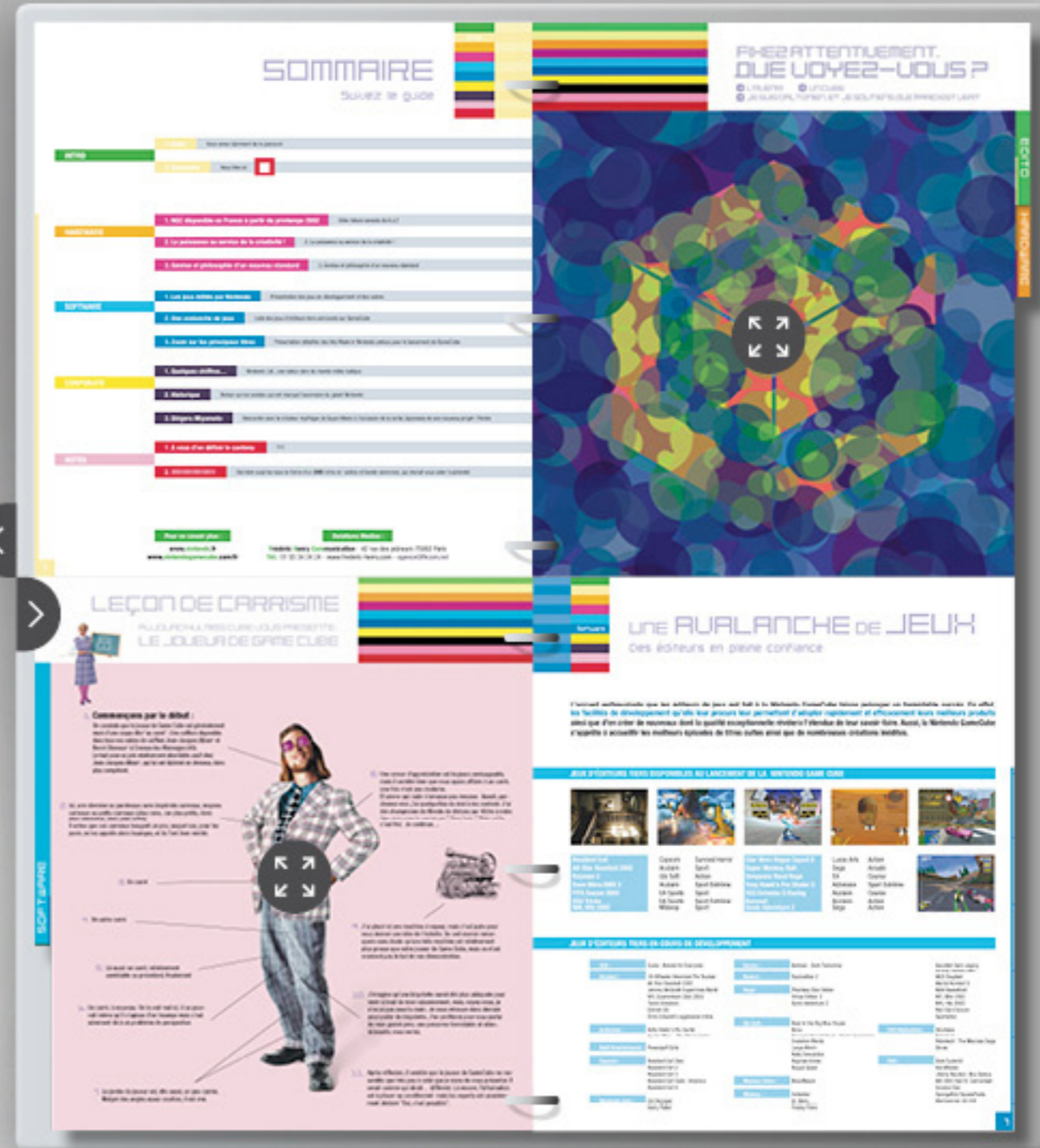
PUB-

LICITÉ & PROMO



CLIENTS : NINTENDO FRANCE / FISHTANK / STADE DE FRANCE / SKALLI / ...





NINTENDO GAMECUBE

DOSSIER DE PRESSE

CLIENT : NINTENDO FRANCE / AGENCE ALERTE ORANGE
 |||||2005

Lancement de la nouvelle console de salon Nintendo. La communication s'appuie sur la simplicité de son design (un cube...) et joue sur le côté obsessionnel de cette forme géométrique. Le dossier de presse se présente dans un classeur dont les intercalaires (chapitrage) prennent le contre-pied du contenu écrit pour le moins convenu.

Une campagne abordée sous le joug de l'auto-décision et qui s'amuse à caricaturer le marketing, le joueur ou la concurrence, et même dissenter sur la condition du graphiste. Pauvres de nous (rires).

> Direction artistique, création graphique, rédactionnel

LEÇON DE CARRISME

AUJOURD'HUI, MISS CUBE VOUS PRÉSENTE :
LE JOUEUR DE GAME CUBE



un triangle



des protéines



un pixel



un carton



le jeu



un inspecteur des impôts



des jeux pour enfants



des jeux pour adultes



la concurrence



la technologie



un carton caché dans l'autre



un pâté de maisons



mon voisin



presque



la victoire



la patience

1 Commençons par le début :

On constate que le joueur de Gamecube affiche souvent une coupe dite «au carré». Une coiffure disponible dans tous vos salons Jean-Jacques Alban® et Hervé Cheveux®, à Crevaux-les-Mézeuges (49).

Le tout prix un prix relativement abordable, sauf chez Jean-Jacques Alban®, qui lui est diplômé en cheveux, donc plus compétent

2 Ici, une chemise ou pardessus avec imprimé carreaux, moyens carreaux ou petits carreaux (plus rares, car plus petits, donc plus nombreux, donc plus chers). Il arrive que ces carreaux bougent un peu. Pour les punir, on les appelle alors losanges, et ils l'ont bien mérité.

3 Un carré

4 Un autre carré

5 Là aussi, un carré, assez semblable au précédent, finalement...

6 Un carré, à nouveau. On le voit mal ici, il pourrait même s'agir d'un losange mais c'est sûrement dû à un problème de perspective.

7 La jambe du joueur... elle aussi un peu carrée. Malgré des angles assez courbes, il est vrai.



8 Une erreur d'appréciation est toujours envisageable, mais il semble bien que nous ayons affaire à un carré, une fois n'est pas coutume. Et pierre qui roule n'amasse pas mousse. Raaah, pardonnez-moi j'ai quelquefois du mal à me contenir. J'ai été championne du Monde de dictons sur 400m à votre âge, moi, vous le saviez, ça ? Non, hein ? Mais voilà, c'est fini. Je reprends...



9 J'ai placé ici une machine à vapeur, mais c'est juste pour vous donner une idée de l'échelle. Un œil exercé remarquera qu'une telle machine est relativement plus grosse que notre joueur, mais ce n'est pas le but de ma démonstration.

10 J'imagine qu'une bicyclette aurait été plus adéquate pour venir à bout de mon raisonnement, mais voyez-vous, je n'en ai pas sous la main. Je vous retrouve donc demain pour parler de bicyclette. J'en profiterai pour vous présenter mon grand-père, une personne formidable et attendrissante, vous verrez !

11 On m'informe à l'instant que le joueur de GameCube ne ressemble que très peu à celui que je viens de vous présenter. Il serait comme qui dirait... différent. Là encore, l'information est à placer au conditionnel mais des experts ont unanimement déclaré «Oui, c'est possible».

Plombier célèbre	M	Sauveur de princesses	L	Première lettre de l'alphabet	O	Anagramme de kekfiom	P	...kachuu	M
Mauvais plombier	W		A	R	I	O	Créateur de Mario	I	I
Rien	R	Faute de frappe	N	I	M	H	I	P	Petite fleur inversée
	L		I	N	H	Oiseau coupé	I	F	Début d'idée
						Conifère	???????		I
Rien	O	R	Que va dire le client ?	O	Y	E	Z	Voyelle	O
	X	Lettre au choix	M	M		Initiales du client	A	M	O
		Tient dans la main				Faites pas la guerre			U
Mauvaise pioche au Scrabble	G	T	I			Caramel Imprimeur	M	O	U
	C	B	G	N	H	O	H	U	B
Panne d'inspiration	A	B	C			Comment tout cela va-t-il finir ?	T	G	Z
									L
		Pensez-vous qu'il va s'en sortir ?	M	E	U	O	H	Je ne sais pas.	A
									(Soupir...)



10/ EN CAS DE FORTE DÉPENDANCE
CONTACTEZ VOTRE MÉDECIN TRAITANT

MENU



AUTO-TESTEZ VOUS :
Si vous apercevez distinctement une croix, merci de contacter un spécialiste.
Si vous n'apercevez rien :
- regardez bien et fort
- faites aaaaaaaaaah
- repassez dans quelques heures



EFFETS SECONDAIRES CONNUS :
Dans le cas d'une utilisation prolongée, des boutons peuvent apparaître dans la main de certains utilisateurs.

GAME BOY ADVANCE
ゲームボーイ アドバンス

CONSOLE DE JEUX PORTABLE // 32 bits

COMPOSITION : par console de 140g

Microprocesseur RISC.....	32-bits
Son stéréo numérique.....	2540
Écran haute définition.....	32 768 couleurs
Sensibilité.....	100%
Nombre de joueurs maximum (pour 1 cartouche).....	4
Écran.....	0%
Autonomie.....	15h
Action, réflexion, aventure, stratégie, sensations.....	variable

DANS QUELS CAS UTILISER CETTE CONSOLE ?
Game Boy Advance est préconisé en cas d'ennui, de défilé, et éventuellement en cas de piqûres d'insectes.
Il peut se pratiquer dans de nombreux endroits (transports en commun, repas de famille, dentiste, boulangerie, défilé du 14 Juillet, émission de télévision, placard...) qu'il serait trop long d'énumérer ici.

ATTENTION : DANS QUELS CAS NE PAS UTILISER CETTE CONSOLE ?
Game Boy Advance ne doit pas être utilisé en cas d'allergie au loisir.
Ne pas utiliser aux commandes d'un avion. Ne pas utiliser sur des animaux et ne pas avaler.

GAMEBOY ADVANCE

DOSSIER DE PRESSE / FLYERS / MINI-SITES

CLIENT : NINTENDO FRANCE / AGENCE ALERTE ORANGE
|||||2004

Pour sa nouvelle console portable, la firme de Mario souhaitait proposer un objet «tendance», qui ne soit plus uniquement destiné aux pré-adolescents en mal de cour d'école.

L'objet est présenté comme un remède à l'ennui dans des situations inattendues voire acrobatiques. Le dossier de presse présente des consignes illustrées sur un ton décalé, où l'utilisation d'un vernis brillant vient révéler des éléments nouveaux à la lumière du jour.

> Direction artistique, création graphique, rédactionnel

4/ PLACEZ-VOUS SOUS UNE SOURCE LUMINEUSE

GAME BOY ADVANCE
PORTABLE // 32 bits

CONSEIL PRATIQUE :
Arrangez-vous pour habiter une planète équipée d'un soleil.

4/ COMMUNIQUEZ À VOS AMIS VOTRE JOIE DE POSSÉDER UN GBA

GAME BOY ADVANCE
PORTABLE // 32 bits

7/ INVESTISSEZ UN ENDROIT INCONNU POUR JOUER AU GBA

GAME BOY ADVANCE
PORTABLE // 32 bits

AUTRES UTILISATIONS CONNUES :
GBA peut aussi se pratiquer :
- à l'horizontale, à la verticale, à l'envers
- pendant une chute
- au cours d'une émission de télévision
- à l'Assemblée Nationale
- chez le traiteur, au pressing
- pendant un repas qui s'éternisse
- ... (liste non exhaustive)

15/ SI VOUS POSSÉDEZ UN MOYEN MODERNE DE COMMUNICATION
CONNECTEZ-VOUS À L'ADRESSE SUIVANTE :

GAME BOY ADVANCE
PORTABLE // 32 bits

1993 : Déjà 5 millions de jeux vendus (aujourd'hui les 36 millions d'unités vendues).
1994 : Sortie du Super Game Boy pouvant lire les jeux de...

11/ à son
vieux
Game
boy

12/ POUR VOTRE SANTÉ, RENDEZ VISITE RÉGULIÈREMENT
À VOTRE REVENDEUR NINTENDO

GAME BOY ADVANCE
PORTABLE // 32 bits

JEUX NINTENDO :

Disponibles au lancement

En cours de développement (Disponibles en décembre)



FISHTANK

PACKAGINGS / ANNONCES-PRESSE

CLIENT : FISHTANK / AGENCE ALERTE ORANGE

|||||2005

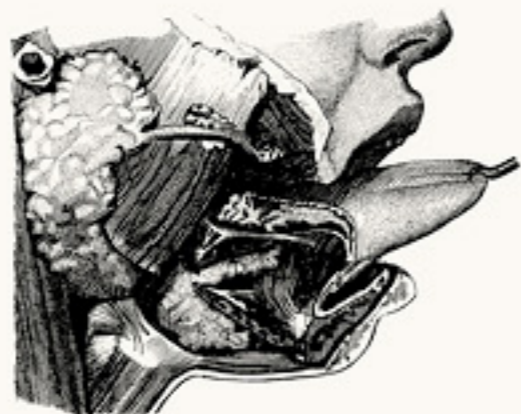
Identité globale pour une collection de jeux vidéo de l'éditeur allemand Fishtank.

Les annonces-presse tout en conservant les codes de la publicité propres au genre (tout en délicatesse...) les tournent à leur avantage sur un ton léger, absurde ou grotesque.

Call of Cthulhu, inspiré du mythe de H.P. Lovecraft, va plus loin encore en brouillant les frontières entre réel et factice. Émeutes (mises en scène) rapportées dans les faits divers, faux-témoignages de joueurs psychotiques, propagande etc. À faire grincer les dents. Projet d'envergure pourtant inachevé suite au rachat de la société et au report du jeu, sorti quelques années plus tard dans la quasi-confidentialité.

> Direction artistique, création graphique, montage et retouche photo, rédactionnel

CERTAINES PARTIES DU CORPS
NE SERVENT PAS:



L'ablation de la langue.
Faites taire les rumeurs

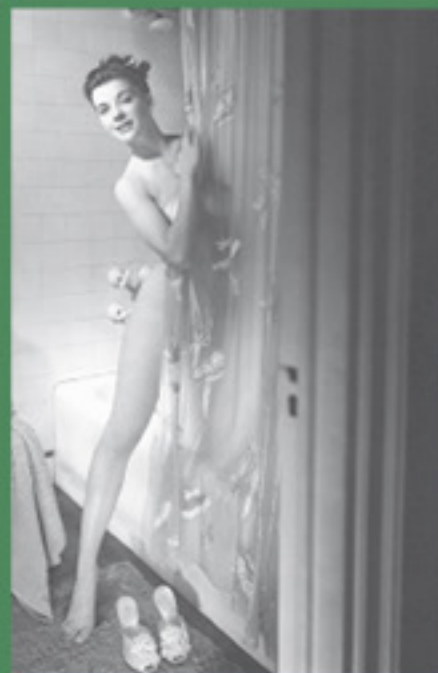


Résultat accablant de conditions de travail déplorables :
Des développeurs en proie aux Mutations



Pour prévenir la fuite de vos développeurs,
usez de méthodes appropriées.

Perdez 3 kg en 2 jours
grâce au programme SmoothLife !



URGENT :
Casting

Jeune femme séduisante
- 20/35 ans
- yeux verts ou noirs
- patrimoine génétique parfait
- bonne résistance à la douleur
- couleur de cheveux indifférente
- rondeurs bienvenues

Agence Innsmouth Models
Manoir de la Colline / 7549 Innsmouth

Institut
Lovecraft

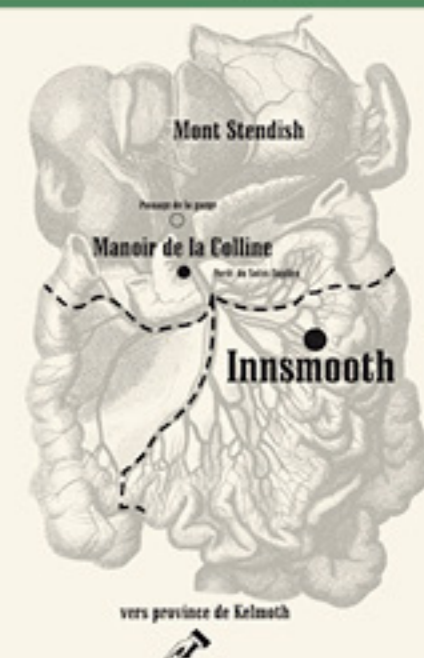
Jusqu'au 15 mai,
venez tester gratuitement :
- Produits capillaires
- crèmes anti-cernes
- lotion anti-moisissures
- masques au cerumen
- massages anti-chute de peau
- épilation à l'huile bouillante

Institut Lovecraft
Manoir de la Colline / 7549 Innsmouth



en cas d'exposition à la lumière
offrez à vos développeurs
les lunettes SmoothDev pour
prévenir tout arrêt cardiaque...

En vente par correspondance au 00 00 66 62 46 66



Enquête

Report de sortie

Call of Cthulhu à nouveau
reporté à une date inconnue :
Développement chaotique,
rumeurs inexplicables...

Pourquoi l'argument de l'éditeur
ne tient pas.

Toute la vérité en page suivante.





TENSION - FURIE - EUPHORIE - FURIE - EUPHORIE - FURIE - EUPHORIE
 FURIE - EUPHORIE - FURIE - EUPHORIE - FURIE - EUPHORIE

STADE DE FRANCE 2006

TOUS LES STADES DE L'EMOTION

STADE DE FRANCE

CARTE PROGRAMME

CLIENT : STADE DE FRANCE / AGENCE ALERTE ORANGE
 |||2006

Un support de communication imprimé traité de manière interactive, qui
 Stade de France, «Tous les stades de l'émotion».

Une fenêtre mobile en rose-libre révèle selon son emplacement une des no
 associées chacune à une sensation particulière: tension, concentration,
 Les titres et structures graphiques rappellent quant à eux la vocation d

> Direction artistique, conception graphique



SKALLI

IDENTITE GRAPHIQUE,
 CREATION & COMMUNICATION VISUELLE

CLIENT : SK CREATIONS
 |||2009-2010

Création de motifs d'imprimés et développement d'un principe graphique de communication pour les trois collections
 de la marque: Skalli Classic, Pop et Teen.

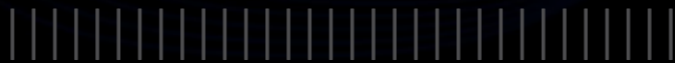
Pour traduire la griffe du bijoutier, les visuels rassemblent 3 éléments fondamentaux: forme, couleur et motif.

> Direction artistique, Conception graphique



PLV.

& SCÉNOGRAPHIE



«HOBBY : COMPTER JUSQU'À 3 MILLIONS.
COMME J'OUBLIE OÙ J'EN ÉTAIS,
JE REPRENDS SOUVENT AU DÉBUT»

CLIENTS : RENAULT / NINTENDO FRANCE / CRÉDIT AGRICOLE / PUBLICIS EVENTS

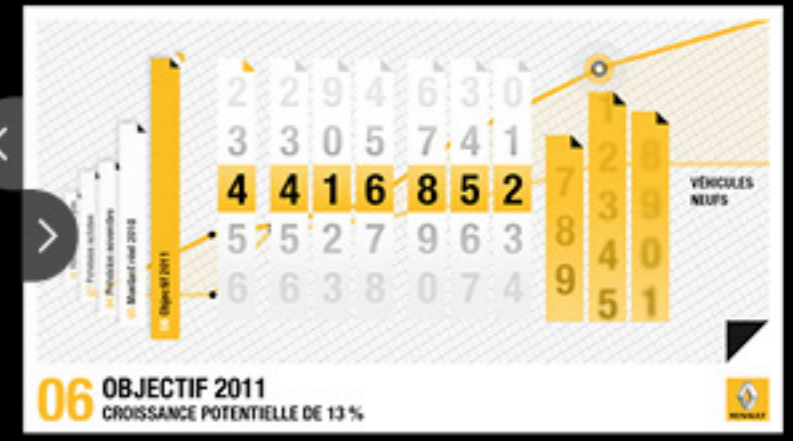




> piste 1

> piste 2

> final



RENAULT SALES RECORD 2010

INFODECOR

CLIENT : RENAULT / AGENCE PUBLICIS EVENTS
 |||||2011

Pour célébrer des résultats annuels historiques, Renault organisait dans son hall d'expo Square Com une grand-messe mondialement retransmise invitant ses membres à parier sur les chiffres de vente. Il s'agissait alors de mettre en scène le suspense menant à la révélation des records. À chaque climax, les gagnants recevaient un fantastique «diplôme du meilleur pronostiqueur» des mains d'un dirigeant du groupe.

Le choix final s'est porté vers une simplification des propositions, à savoir des cadrans fortement inspirés de l'iPhone.

Direction Artistique, conception graphique, animation



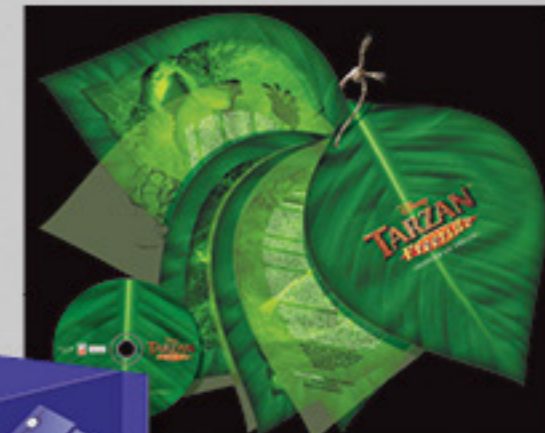
CRÉDIT AGRICOLE
IDENTITÉ VISUELLE / SCÉNOGRAPHIE

CLIENT : CRÉDIT AGRICOLE CM2S / AGENCE NUMÉRO21
 |||||2010

Convention d'entreprise dont le déroulement en deux temps [conférence, puis festivités à la nuit tombée] inspire le logo et ses applications, jumeaux indissociables aux tonalités bien spécifiques.

Le lien entre les deux phases repose sur des billes à collecter, aux couleurs de l'entreprise, qui suggèrent l'union des forces individuelles dans un objectif commun et font office de jetons pour les activités de la soirée, créant l'émulation souhaitée chez les participants.

> Direction Artistique, conception graphique



SÉLECTION

GALERIE DES FORMATS

CLIENTS : NINTENDO FRANCE / TF1 / UBISOFT
 |||||2002-2005

Pour finir en beauté, un échantillon de supports de communication abordés au cours des années passées. PLV, aides de ventes, cartes lenticulaires, affiches 4x3, bâches géantes, habillages divers...

Opérations marketing à grande échelle... Un des incontournables du parcours d'un graphiste. À voir comme un panel de contraintes techniques plutôt qu'une démonstration d'efficacité tapageuse.

> Conception graphique, exécution

«APRÈS M'ÊTRE RENSEIGNÉ SUR
LES TOMATES TUEUSES, J'AI DÉCOUVERT
À MA GRANDE STUPEUR QU'IL EXISTE
DES TOMATES NON-TUEUSES.
FABULEUX INTERNET !.»

WEB-

DESIGN & MULTIMEDIA



CLIENTS : GULLI / TMC / VIVOLTA / NOVA TV / PLAYBAC / VADEM / AGIPI / ON THE GO EDITIONS...





MON PAUVRE LAURENT, TU N'ES QU'UNE INFÂME BOUILLIE...



OK

JARGON À LA CARTE

ESPÈCE DE * ...

À la carte sur mobile : espèce d'iPhone !



Partager ce site :



Devenir Fan



facebook



twitter

1 COMMANDES

CUISINEZ VOTRE JARGON À LA MANIÈRE GRAND-CHEF

- CLIQUEZ SUR L'INGRÉDIENT DE VOTRE CHOIX :
- POUR RELEVER LA SAUCE :
- POUR REVENIR À L'INGRÉDIENT PRÉCÉDENT :
- POUR CHOISIR UN INGRÉDIENT AU HASARD :
- POUR SERVIR VOTRE PLAT À UN AMI :

2 SERVICE

CHOISISSEZ LA VICTIME PARI LES CONVIVES



HELL'S KITCHEN

APPLICATIONS WEB

CLIENT : TMC / AGENCE DREAM ON

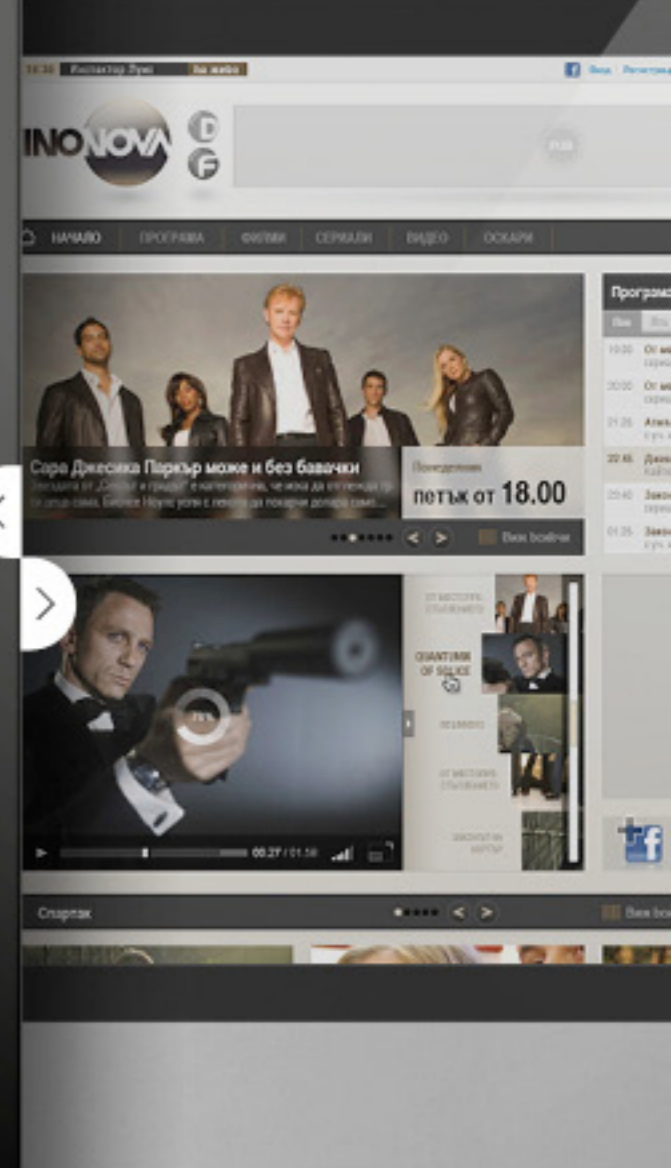
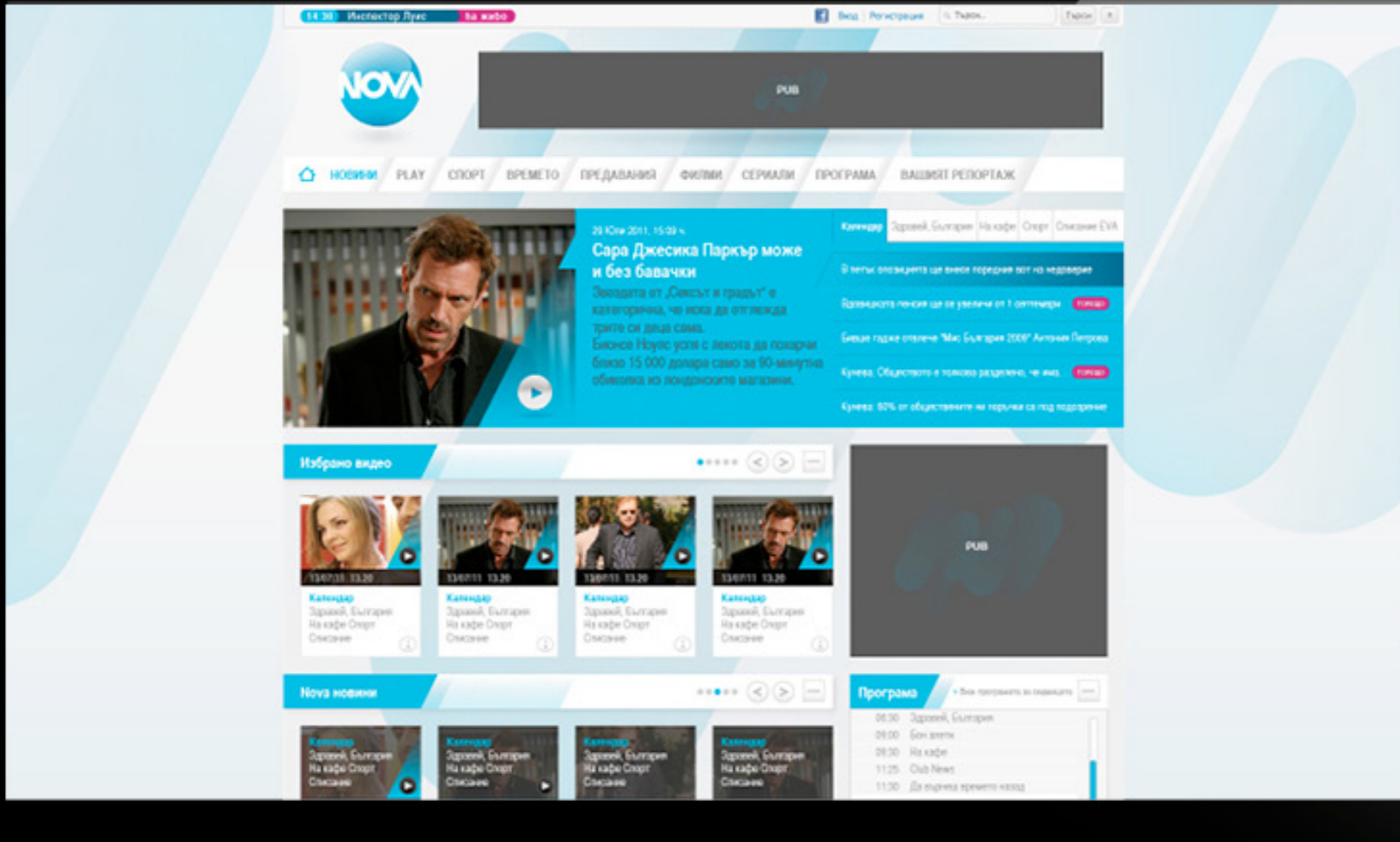
|||||||2010

Réflexion sur la viralité avec deux applications griffées «Hell's Kitchen».

À l'image de son chef-cuisinier tyran Gordon Ramsay, la première est un générateur d'insultes «culinaires» qui permet d'assembler des séquences d'un jargon au résultat parfois surréaliste. L'interface gestuelle [tactile+gyroscope pour smartphones] s'inspire des mouvements du commis à l'ouvrage. Les insultes créées peuvent être partagées sur les réseaux sociaux et prennent le contre-pied des flagorneurs dont les compliments ne font pas toujours recette. Parti-pris équilibré entre insolence et politiquement correct.

La seconde est un jeu musical. Presser son clavier en rythme et manipuler la souris de l'autre main retranscrit le stress des participants à l'émission, sur un fond musical ponctué de bips censeurs et noms d'oiseaux.

> Direction artistique, conception, animation



NOVA TV

SITES WEB

CLIENT : NOVA TV / AGENCE DREAM ON
 |||||2011

Refonte de 2 sites d'après l'habillage conçu par l'agence Dream On pour leurs chaînes de télé respectives. Pour éviter la surcharge d'infos des sites initiaux, la mise à jour offre une ergonomie repensée, une grande modularité ainsi que la personnalisation du contenu par l'utilisateur.

Cependant il s'agit surtout d'un ajustement aux standards actuels. La difficulté majeure consistait à déjouer les pièges de textes en cyrillique bulgares, dont je ne connaissais jusqu'alors que la douceur des yaourts.

> Direction artistique, conception graphique



GULLI

SITE WEB, APPLICATIONS FLASH

CLIENT : LAGARDÈRE ACTIVE / AGENCE DREAM ON

|||||2007-2009

Prolongation de l'identité visuelle infini-déclinable de la chaîne de télé pour enfants Gulli.

En complément ont été conçues des applications créatives pleines d'humour [Créazone], qui seront ensuite reprises par les autres chaînes jeunesse du groupe Lagardère : boule décisionnelle, peinture, retouche photo...

> Direction artistique, conception graphique, animation



KIKA

CLIENT : KIKA TV / AGENCE DREAM ON
 |||2011

On est tous enfant au moins une fois par vie.
 «En tant qu'enfants futurs retraités, on ne nous le fait pas. Pas plus sur un écran de télé que sur celui d'un ordinateur. Depuis l'internet depuis des lustres (des VIEUX lustres), inutile de nous tenir la main ni de nous inciter en permanence à cliquer quelque part. On veut trouver ce qu'on cherche, pas ce que vous voulez qu'on cherche.»
 C'est clair, c'est dynamique, ça ne clignote pas dans tous les recoins.
 > Direction artistique, conception graphique

AGIPI

CLIENT : AGIPI / AGENCE DREAM ON
 |||2009-2010

Refonte complète de site de l'AGIPI, association d'assurance spécialisée dans la retraite, l'assurance et la retraite dédiée aux professionnels libéraux et artisans. L'ensemble conserve une dimension très institutionnelle mais s'ajoute aux attentes de la concurrence en proposant un site interactif et moderne destiné plus de 18 ans, à l'apprentissage dynamique, en dialogue avec une structure hiérarchique et les services avec son utilisateur. L'exploration de nouveaux logs crée pour le moment un espace pour des questions financières liées indépendantes de sa volonté.
 > Conception graphique, ergonomie, animation



Ao
 Aa
 Ab

LA NUTRITION

CLIENT : PULPINE / AGENCE DREAM ON
 |||2011

Projet d'application web interactive destinée aux jeunes adolescents pour l'utilité des connaissances.
 Il aborde le sujet de la nutrition en intégrant la cuisine traditionnelle dans un univers interactif (sonnets, jeux, vidéos, exercices). Le contenu est personnalisé en fonction des besoins de chaque utilisateur (niveau de connaissance, intérêts, besoins). Il s'agit de la nutrition.
 > Direction artistique, conception graphique, ergonomie, animation



SITES WEB SELECTION

CLIENT : AGENCE DREAM ON / VIVOLTA / BANIJAY
 |||2008-2011

Une sélection d'interfaces de sites qui ne réclameront pas forcément d'explicatif approfondi.
 > Direction artistique, conception graphique

VALEURS DÉMOCRATES

CLIENT : V&D
 |||2011

Projet de site web interactif destiné aux jeunes adolescents pour l'utilité des connaissances.
 Il aborde le sujet de la nutrition en intégrant la cuisine traditionnelle dans un univers interactif (sonnets, jeux, vidéos, exercices). Le contenu est personnalisé en fonction des besoins de chaque utilisateur (niveau de connaissance, intérêts, besoins). Il s'agit de la nutrition.
 > Direction artistique, conception graphique, ergonomie, animation



«LE PREMIER QUI TROUVE QUE CETTE MUSIQUE
FAIT UN BRUIT DE SONNETTE A GAGNÉ.»

MUS- IQUES



CLIENTS : WARP RECORDS / V2 MUSIC / LEAF RECORDS / VIRGIN MUSIC / 4AD / BLAST FIRST / PROJETS PERSONNELS





BOARDS OF CANADA

DIGIPACK / VINYL

CLIENT : WARP RECORDS
PROJET PERSONNEL

|||||2008

Une musique électronique, atmosphérique et psychédélique. Le visuel hésite volontairement entre fonds marins, motifs floraux et prise de vue aérienne ou photo satellite. Promenade bucolique ou noyade au ralenti...

Les zones grises sont imprimées dans une cinquième couleur argentée qui permet de discerner les différents éléments sous l'effet de la lumière.

> Conception graphique



||||| Dawn Chorus



||||| Gyroscope



AUTECHRE

JAQUETTE CD (WARP 20 EDITION)

CLIENT : WARP RECORDS
PROJET PERSONNEL

|||||2011

Un nom imprononçable, une musique tour à tour bruitiste, chaotique puis aérienne... hypnotique ou glaciale. À l'image de cette musique des plus imprévisibles, les motifs abstraits d'un disque dur fragmenté. Données effacées, déplacées, morcelées...

Merci Musique Concrète. Merci Norton®.

> Conception graphique



||||| Outpt



||||| Pic



GRANDDADDY

JAQUETTE CD (REMIX GRAPHIQUE)
DELUXE EDITION - 10TH ANNIVERSARY

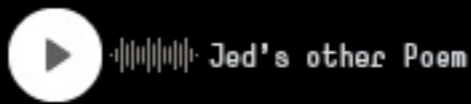
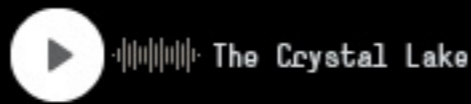
CLIENT : V2 MUSIC
PROJET PERSONNEL

|||||2001-2011

Un paysage pris d'assaut par des ciseaux volants. Des rockers barbus écolos qui font le constat du paradoxe technologique. Armés de synthés bas de gamme et de guitares insolentes, ils imaginent l'absurdité d'un système d'air conditionné dans la forêt Amazonienne.

En bonus, une maquette détachable dans le livret pour composer chez soi un dernier coin de verdure.

> Conception graphique





TROMPE-LE-MONDE

Why do cupids and angels
Continually haunt her dreams
Like memories of another life
Is painted on her shirt in capital

Out on the free free way
There's only she an the they
Represented by the lights
*(Only come to the store
and bought something great
Which samples this song
from washington state)*

Go
Go little record go
It is named by
Some guy named joe
And the words
Are the letters of the words
Said
Electrically played
For outer space and those of they who paid

This song is twice occurred
And now its time to go
Away on holiday.

PIXIES

DIGIPACK (REMIX GRAPHIQUE)

CLIENT : 4AD
PROJET PERSONNEL

||||| 2007

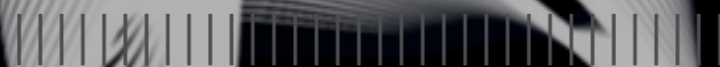
Réinterprétation graphique de ce disque hanté, violent et rêveur.
 Pour faire allusion à son titre, «Trompe-Le-Monde», la pochette présente de faux effets de symétrie qui dissimulent des informations par effet miroir, tels des messages subliminaux à découvrir au hasard des manipulations.
 À l'intérieur, les textes dérangés du groupe cotoient des illustrations minimalistes et obsédantes. Viva V23...
 > Conception graphique, montages photo [d'après les originaux de Simon Larcabestier]

▶ ||||| Alec Eiffel ▶ ||||| The Navajo know



EXP.

ÉRIMENTATIONS



«N'IMPORTE QUOI ET AU-DELÀ...
FAISONS DE BALAI ET RUSTINE DES PRÉNOMS.
LÉGALISONS LA VALSE DANS LES ESCALATORS.»





Unstable Wavetable [extrait]

BRICA

MUSIQUE & VISUELS

CLIENT : BRICA

|||||2012

Explorations sonores personnelles et créations visuelles associées.

Champs d'expérimentation non-balisés où se croisent l'électronique, l'électrique et l'acoustique, improvisation et illustrations allant de la photographie à l'abstraction graphique. Sans barrière de genre, des recherches mélodiques et rythmiques portées par une envie transversale.

Les images sont une réponse au son, à moins que les rôles ne s'inversent. Ce ne sont finalement que deux facettes d'un même langage.

> Conception globale



SECOND HALF



Half One - Back and Forth

BRICA

MUSIQUE & VISUELS

CLIENT : BRICA

|||||2012

Explorations sonores personnelles et créations visuelles associées.

Champs d'expérimentation non-balisés où se croisent l'électronique, l'électrique et l'acoustique, improvisation et illustrations allant de la photographie à l'abstraction graphique. Sans barrière de genre, des recherches mélodiques et rythmiques portées par une envie transversale.

Les images sont une réponse au son, à moins que les rôles ne s'inversent. Ce ne sont finalement que deux facettes d'un même langage.

> Conception globale



BATTERIE / PLEIN AIR

MUSIQUE & VISUELS

CLIENT : BRICA

|||||2011

Batterie, plein air, protéines.

Explorations sonores personnelles et créations visuelles associées.

Champs d'expérimentation non-balisés où se croisent l'électronique, l'électrique et l'acoustique, improvisation et illustrations allant de la photographie à l'abstraction graphique. Sans barrière de genre, des recherches mélodiques et rythmiques portées par une envie transversale.

Les images sont une réponse au son, à moins que les rôles ne s'inversent. Ce ne sont finalement que deux facettes d'un même langage.

> Conception globale



VECTOR SPRINT SERIES '12
RUNNING ON SPIKES



SPIKES

EXPÉRIMENTATIONS GRAPHIQUES

CLIENT : BRICA

|||||2010

Progression, tatonnements, fonds de tiroirs. Un logo, un visuel apposés pour laisser entrevoir une application possible. Trois petits tours et puis s'en vont.

Rose trop piquant pour une Barbie série limitée. Et un peu trop chatoyant pour un hypothétique Hellraiser [cela dit j'ignore tout des goûts du fameux Pinhead en matière de caleçons. Vinyl ou coton ? N'excluons pas l'impossible...]

> Conception graphique