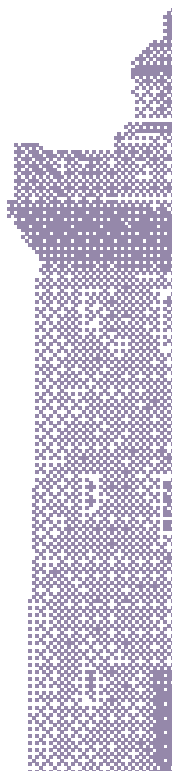




INSPIRÉ PAR

**LA BRETAGNE
L'ANIMATION
LA CULTURE INTERNET**



**6 années
de réalisations**
5 expériences
4 périodes
**3 minutes
de lecture**
**2 jours
de travail**
1 document



S'approprier une marque	_____	01
Donner le ton de la nouveauté	_____	02
Guider un client	_____	03
Être attribué une mission	_____	04
Se reorésenter soi-même	_____	05

LOGO : DONNER LES MOYENS DE S'APPROPRIER SA MARQUE

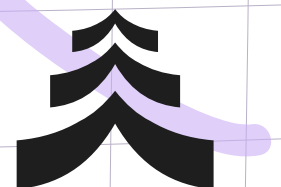
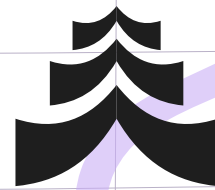
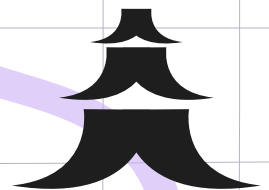
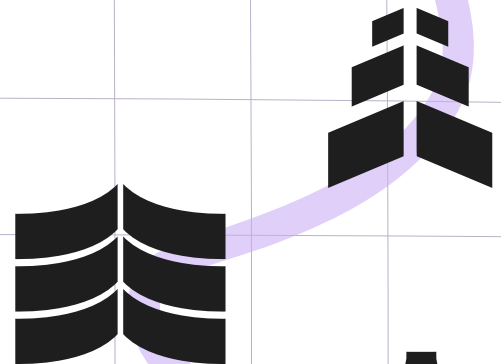
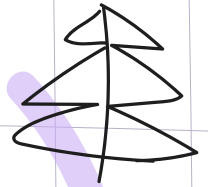
Expérience client

Graphisme

Suite à la demande d'une amie, j'avais la tâche de créer une logo pour une **marque de fournitures d'art ciblée** pour des étudiants.

C'est en combinant plusieurs symboles en un seul que j'ai pu créer un logo avec plusieurs lectures possibles.

L'intérêt d'une telle démarche est à la fois de donner un corps conséquent au logo, mais aussi de donner les clés pour que le client puisse **se l'approprier à sa manière**, donner du sens à un motion design par exemple ou à son utilisation sur différents formats : être favorable aux futurs processus créatifs.



Coup de pinceau

A

Lettre A



Livre / Education,
formation, études



Arbre / Paysages
en peinture

 **Artia**

La création en grand



BRANDING : DONNER LE TON DE LA NOUVEAUTÉ

Branding

Graphisme

Photographie

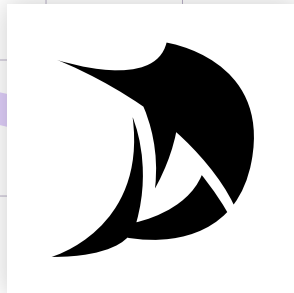
Vidéo

En tant que chargé de communication pour un fabricant naval, j'avais eu la tâche de monter l'ensemble du branding d'une nouvelle marque de bateaux ciblant un nouveau marché.

Logo, vidéos, catalogue, photos, tout a été revu pour représenter le nouveau ton de la marque, mettre en avant sa qualité de production et remplacer l'ancien logo désuet.



Logo original



Ma création

La communication doit être alors la corrélation des actions d'un groupe, d'une organisation, et non son moteur, être au service des changements de messages.

Sans action, les paroles restent futiles.



GUIDER UN CLIENT POUR GUIDER SON AVIS

Expérience client

Branding

Récemment, en tant que freelance, j'ai pu aider un client avec son logo en tant qu'indépendant.

J'en ai alors profité pour produire un guide de design graphique, pour lui apporter les ressources nécessaires à un choix éclairé.

CE QUI DOIT ÊTRE CONSERVÉ / ENLEVÉ - 01
Explications des choix

Ce que le logo doit évoquer :

1ère valeur - **Stabilité**
Prévisibilité, résistance, résilience

2ème valeur - **Élégance**
Confiance, accueil, fluidité

Il faut alors prendre en compte que :

Lignes droites, angles marqués :

- Stabilité, faire bloc, immovable inchangé face aux éléments
- Froideur, indifférence, imperturbabilité

Les angles ronds pourraient être à proscrire dans ce cas.
Ils viennent parasiter les valeurs de solidité et de stabilité.
Dans l'idée originale, ils sont là pour apporter de la douceur et on peut alors agir différemment pour y arriver.

C'EST QUOI UN LOGO - 03
Explications à prendre en compte
Théorie avant la pratique.

✗

Titre principal
Titre secondaire

Différence trop légère

✓

Titre principal
Titre secondaire

■ **Titre principal**

*Monogramme de même taille / importance qu'un caractère
> Doit se détacher*

■ **Titre principal**

Ceci fait, le choix entre plusieurs versions devient alors réfléchi : tout le monde ne pouvant pas connaître les bons usages, il faut alors les partager pour produire la meilleure qualité possible.

Cela étant dit, même s'il peut déservir, un logo ne doit pas être une priorité, car il soutient mais ne définit pas la qualité d'une organisation.

PROPOSITIONS
Partie 01

 **GP COURTAGE**
Courtier en prêts immobiliers

POLICE DE BASELINE ORIGINAL E - FUTURA ROUND

POLICE DE TITRE ORIGINALE

 **GP COURTAGE**
Courtier en prêts immobiliers

POLICE DE TITRE 01 ALGREYA, SANS

 **GPCOURTAGE**
Courtier en prêts immobiliers

POLICE DE TITRE 02 LEXEND, PETA

 **GP COURTAGE**
Courtier en prêts immobiliers

POLICE DE BASELINE ALÉO

 **GP COURTAGE**
Courtier en prêts immobiliers

 **GPCOURTAGE**
Courtier en prêts immobiliers

 **GP COURTAGE**
Courtier en prêts immobiliers

MARQUE BRETAGNE : PARTICIPER AU RAYONNEMENT DE SA RÉGION

Expérience équipe

Graphisme

Photographie

Expérience partenaires

Réseaux sociaux

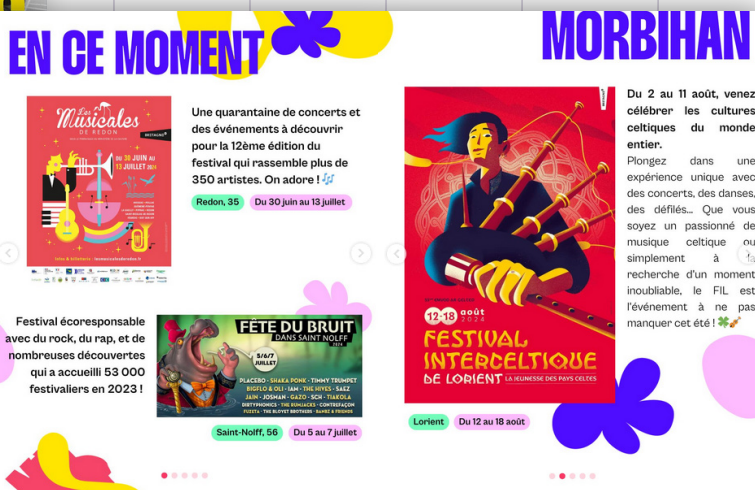
Organisation

La marque Bretagne fut mon introduction au marketing territorial, un contexte favorable à de nombreuses missions : organisation d'événements professionnels, contact avec les partenaires, relation avec les prestataires, gestion d'une boutique, ... L'occasion d'apprendre à changer de casquette mais en ayant le même objectif en tête, tout en aidant les collègues grâce à des compétences spécifiques.



Expérience marquante, j'ai pu participer à des ateliers de réflexion sur la raison d'être de la marque, pour définir l'étendu de ses missions, son domaine d'action, et donner un socle solide à ses actions.

Pour ne pas agir mécaniquement mais avoir des objectifs clairs, leur définition est essentielle, pour être sûr de mettre de l'intention dans nos actions et leur donner de l'impact.



PORTFOLIO : LE DÉFI DE SE REPRÉSENTER SOI-MÊME

Branding

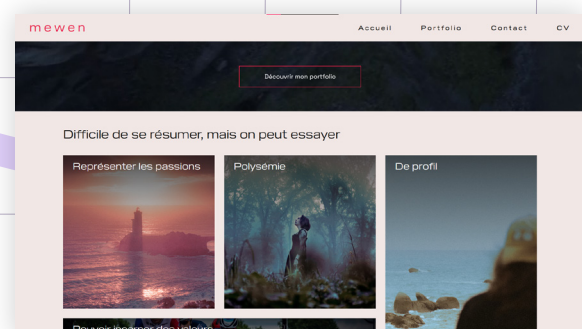
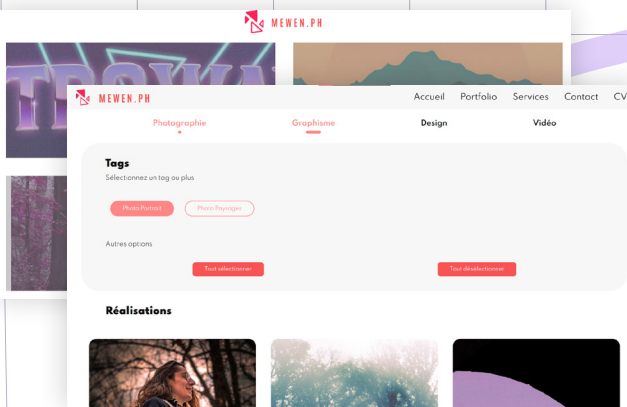
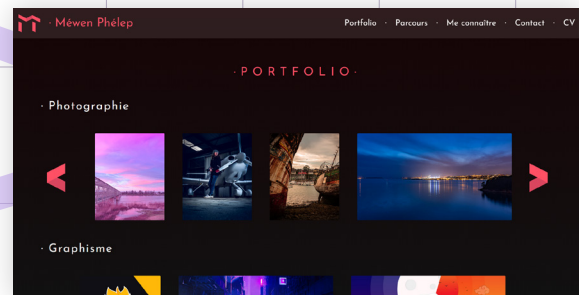
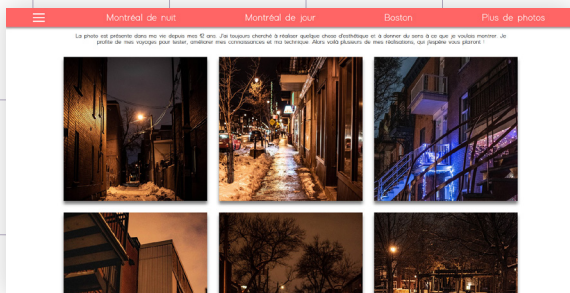
Graphisme

Intégration Web

Depuis 2018, je tiens à jour mon portfolio rassemblant mes réalisations en tant que graphiste, vidéaste et autres, sur un site web.

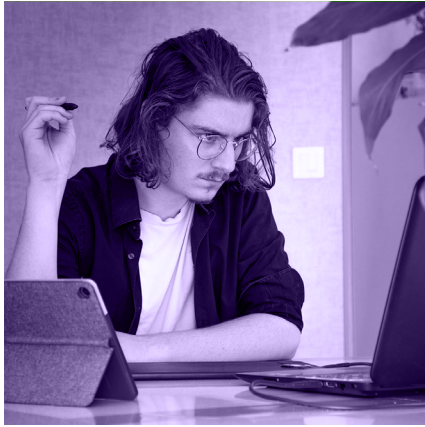
Son avancée est le parallèle de mon parcours, et la preuve qu'il y a toujours quelque chose à apporter et à améliorer. L'objectif est d'en faire une expérience plaisante à l'exploration et pas seulement à la consultation.

Je considère que pour s'approprier un format déjà établi, il faut être conscient de ses limites, les dépasser, pour procurer de l'inattendu, pour rester pertinent dans cette mission de présenter ses capacités, ses compétences.



POUR LA SUITE

Maintenant que vous savez que je sais faire plus que des logos, je suis disponible ici :

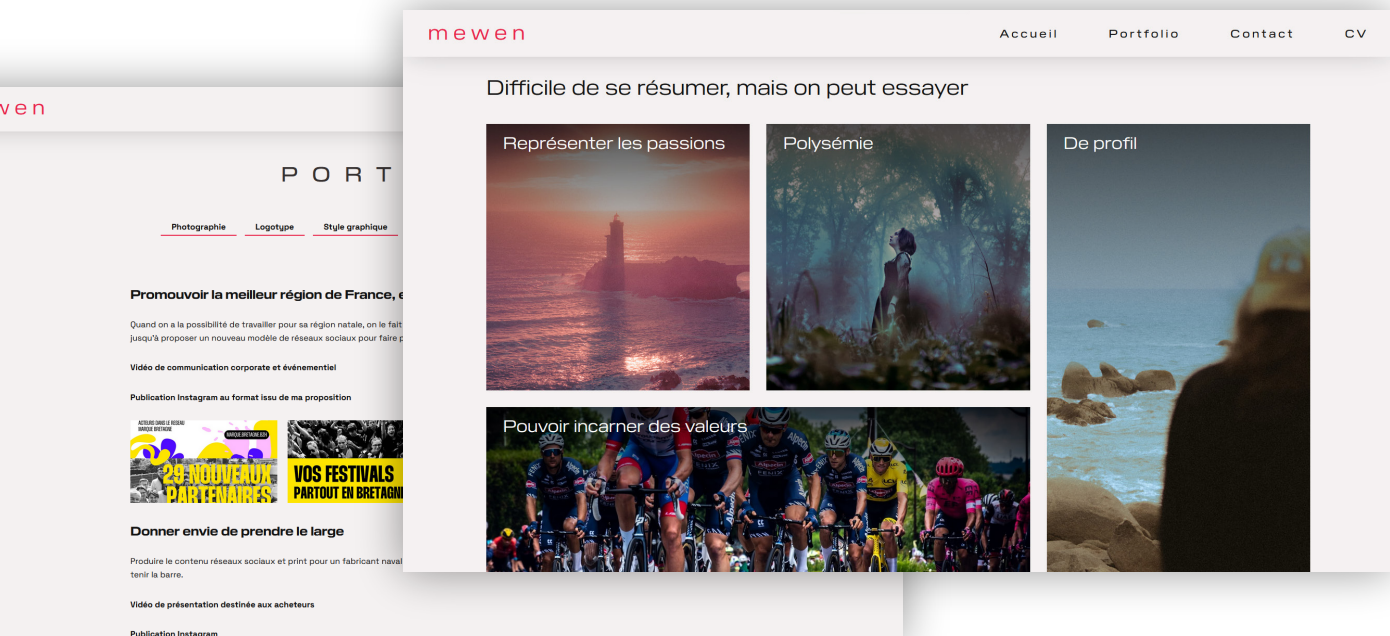


0671133806
mw.phelep@gmail.com

Du lundi au vendredi
9h00-12h00 // 13h00-17h00

Ou pour en voir plus :

mewenphelep.fr



La communication est un environnement en constant apprentissage, alors apprenons.