BOOK

DÉCOUVRIR LES RÉALISATIONS ↓



SOMMAIRE

BRANDING 3

Sacré rémois 4
Lejeune 7
Pet's park 9
Doc' Temps 12
Welcome Toutou 14
CPTS Actes Santé 17
Abellia 20
Cultiver la ville, ensemble. 20
Valmer 23
Cœur carnolès 25
DREAL 28
Le Clos d'arthélie 31
Agence FWC 33
Sammie 35
Four Stones 37
Quartier la Molette 39
Sunskine 41
Enviprov 43
Les Allées Douces 45
Académie MSS 47
Regency School 49
Apprendre, s'ouvrir, échanger. 49

CAMPAGNE 51

Var. Up 52
Jazz à Toulon 54
Sana'cup 58
Electro festival 59
Secrets d'Entraîneurs 60

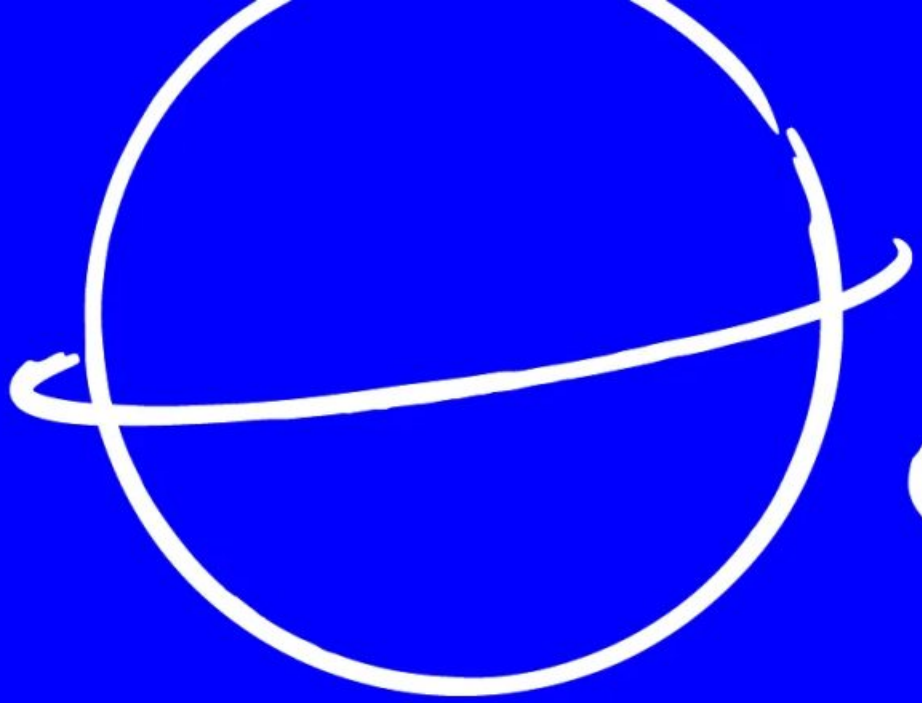
ÉDITION 62

Destination Dracénie 63
Théâtre du Vésinet 65
Chalucet 66
Centre hospitalier Princesse Grace 68
Extended Monaco 69
Dracénie 70
Plan Local d'Urbanisme Métropolitain 71
Contrat de relance et de transition écologique 72

CARTOGRAPHIE 73

Promenade verte des poudrières 74
Parc aux oiseaux 75
Centre historique de Hyères 76
Belvédère de San Peire 77
Méditerranée Porte des Maures 78
Port de Bandol 79

BOOK



BRANDING

SACRÉ RÉMOIS

L'esprit rémois, à porter.

VÊTEMENTS & ACCESSOIRES · REIMS
DEPUIS 2018 | BRANDING, ILLUSTRATIONS

Sacré Rémois célèbre Reims et la Champagne à travers une collection de vêtements et d'accessoires. L'univers de la marque mêle élégance et clins d'œil aux références locales, avec une envie : partager la fierté de sa région jusque dans les pièces du quotidien.





SACRÉ RÉMOIS

UNE SIGNATURE AUX ACCENTS ROYAUX.

Une couronne stylisée et une typographie élégante font écho à l'héritage royal de Reims. Le logo pose les bases de l'identité, tandis que les illustrations apportent une expression plus libre et complice, entre blasons revisités, silhouettes de la ville et jeux de mots.





DES CRÉATIONS QUI RACONTENT LEUR RÉGION.

De « Mon p'tit bouchon » à « C'est moi qui reims », chaque illustration explore une facette de cet attachement au territoire. Broderies et impressions donnent vie à cet univers sur les sweats, t-shirts, tote bags, pochettes et mugs. La boutique en ligne, réalisée sous PrestaShop, prolonge l'identité et réunit les collections.

C'est moi qui REIMS







Champagne Lovers

LEJEUNE

Savoir-faire du bâtiment

ENTREPRISE DE BTP · NICE
2024 | REFONTE DE L'IDENTITÉ VISUELLE

Implantée à Nice, Lejeune cultive son savoir-faire dans le bâtiment depuis 1966. La refonte de son identité visuelle s'articule autour d'une signature affirmée, où le nom de l'entreprise et son histoire occupent une place centrale.









UNE SIGNATURE CONSTRUITE AUTOUR DU NOM.

Les lettres « l » et « j » s'assemblent en un monogramme compact, associé à une typographie en bas de casse. Le rouge et le vert rythment le logotype et ses déclinaisons, tandis que la mention « Depuis 1966 » souligne l'ancrage historique de l'entreprise.

lejeune
Le savoir-faire du bâtiment depuis 1966





UNE IDENTITÉ QUI PREND PLACE SUR LE TERRAIN.

Du format d'une carte de visite à celui d'une palissade de chantier, l'identité se décline à différentes échelles. Véhicules, casques et textiles reprennent le même vocabulaire graphique, avec une place privilégiée donnée au nom, au monogramme et aux couleurs de la marque.





PET'S PARK

Un terrain de jeu à quatre pattes.

CENTRE AÉRÉ CANIN · VAR
2025 | BRANDING · IDENTITÉ VISUELLE · ILLUSTRATION

C'est un centre de loisirs et centre aéré pour chiens situé dans le Var, qui propose un espace aménagé de jeux, de piscine, de parcs dédiés au bien-être et à l'exercice des animaux.



UNE IDENTITÉ AU CARACTÈRE JOUEUR.

Le logo associe un lettrage généreux à une tête de chien intégrée au nom. Les formes arrondies et la palette mêlant rose, bleu, lilas et jaune composent un univers joyeux. Les illustrations au trait spontané apportent du mouvement et prolongent le caractère ludique de la marque.













LE JEU JUSQUE DANS LES DÉTAILS.

Pattes, balles, os et jouets composent un répertoire illustré inspiré du quotidien canin et des activités du parc. Ces éléments se combinent et changent d'échelle sur les textiles, les gamelles et les accessoires de jeu, pour faire vivre l'identité au plus près des chiens et de leurs humains.





DOC' TEMPS

Le temps entre de bonnes mains.

ARTISAN HORLOGER · SANARY-SUR-MER
2025 | IDENTITÉ VISUELLE

Doc' Temps donne un visage à la passion d'un artisan horloger. L'identité visuelle développe l'idée du « docteur de la montre », en associant la précision de l'horlogerie à la symbolique du soin.

LE SOIN COMME SIGNATURE.

Un serpent s'enroule autour d'une montre, dans une composition inspirée du caducée. Ses courbes évoquent le mouvement et la transformation, tandis que le dessin au trait fin fait écho à la minutie du travail horloger. Une typographie à empattements et un monogramme réunissant les lettres « D » et « T » complètent la signature.









Doc' Temps
ARTISAN HORLOGER

DE L'ATELIER À LA VITRINE.

Le bordeaux et les tons crème composent un univers sobre et chaleureux. Du petit pochon à l'enseigne, les différentes versions du logo permettent de décliner l'identité sur la papeterie, les accessoires et la signalétique, en conservant la finesse du dessin et la présence du nom.

WELCOME TOUTOU

Sortir ensemble, tout simplement.



PLATEFORME DE BONNES ADRESSES DOG-FRIENDLY

2026 | IDENTITÉ VISUELLE · ILLUSTRATIONS · WEBDESIGN

Implantée à Nice, Lejeune cultive son savoir-faire dans le bâtiment depuis 1966. La refonte de son identité visuelle s'articule autour d'une signature affirmée, où le nom de l'entreprise et son histoire occupent une place centrale.

welcome toutou

DES CHIENS QUI ONT DU CARACTÈRE.

Les illustrations mettent en scène des chiens expressifs, aux silhouettes et aux attitudes variées. Associées au jaune et au prune, elles composent un univers chaleureux et complice. Le dessin apporte une touche d'humour et raconte ces petits moments que l'on partage avec son chien.







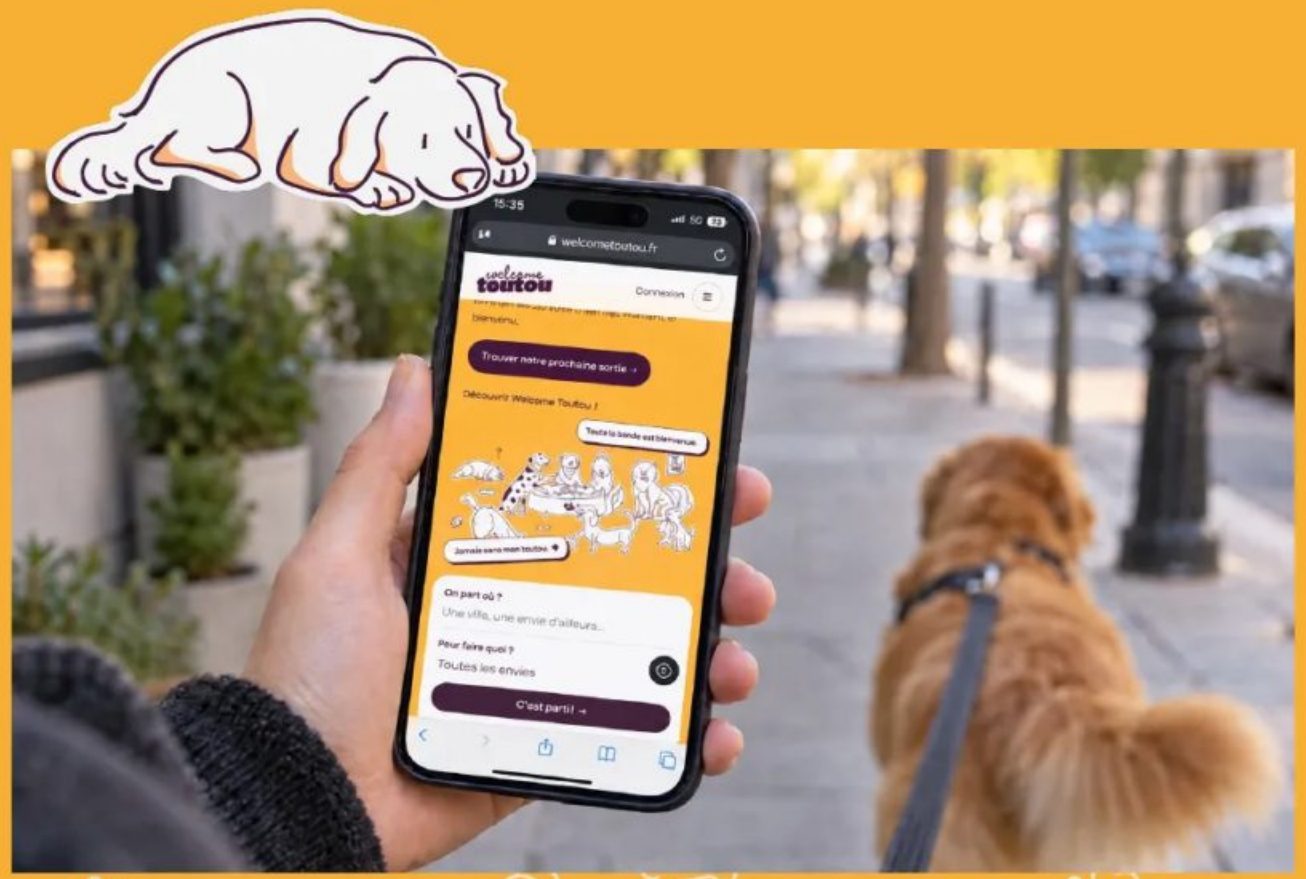






DE L'ÉCRAN AU SIGNE DE BIENVENUE.

Le webdesign met au premier plan la recherche de lieux et les informations utiles pour préparer une sortie. L'identité se prolonge sur les autocollants de vitrine, les textiles et les accessoires. Des repères visuels qui relient la plateforme aux lieux où les chiens ont toute leur place.













CPTS ACTES SANTÉ

Créer du lien, au service du soin.

COMMUNAUTÉ PROFESSIONNELLE TERRITORIALE DE SANTÉ · MARSEILLE

2025 | IDENTITÉ VISUELLE · ILLUSTRATIONS · ÉDITION

Actes Santé réunit des professionnels de santé des 14e, 15e et 16e arrondissements de Marseille. Cette CPTS porte une ambition commune : renforcer les liens entre praticiens pour mieux accompagner les patients. L'identité visuelle traduit cette dynamique collective à travers une signature commune.

UN SYMBOLE OUVERT SUR LE COLLECTIF.

Trois formes colorées s'organisent autour d'un même centre, évoquant la rencontre, l'ouverture et la coopération. Les accents jaunes, rouges et bleus se détachent sur une base bleu nuit. Le symbole devient aussi un motif graphique, capable de se répéter et de changer d'échelle pour structurer les compositions.







CPTS
ACTES
Santé
14e, 15e et 16e
arr. de Marseille







UNE IDENTITÉ POUR INFORMER ET RASSEMBLER.

Affiches, brochures, papeterie et signalétique partagent le même langage visuel. Les motifs issus du logo et les pictogrammes liés à la santé créent des repères dans les supports. L'ensemble accompagne la communication de la CPTS auprès des professionnels et du public, en donnant une cohérence à ses différentes prises de parole.

ACTES Santé

CONNAÎTRE, RELIER, SOIGNER





ABELLIA

Cultiver la ville, ensemble.

PROMOTION IMMOBILIÈRE
2025 | IDENTITÉ VISUELLE · ÉDITION · WEBDESIGN · MOTION DESIGN

Abellia envisage la promotion immobilière comme un travail de lien entre élus, propriétaires et habitants. Inspiré de l'abeille, son nom exprime cette vision collective de la ville, pensée comme un écosystème vivant où chaque acteur contribue au projet.

GP : Comme une image · Illustrations : Vincent Mahé.





ABELLIA
HAPPY CULTURE URBAINE

L'ABEILLE COMME POINT DE RENCONTRE.

Le logo réunit deux alvéoles entrelacées dans une abeille stylisée, évoquant l'union et la collaboration. La typographie à empattements, le vert profond et les tons dorés composent une signature élégante. Les alvéoles deviennent également un motif graphique qui prolonge l'identité sur les différents supports.

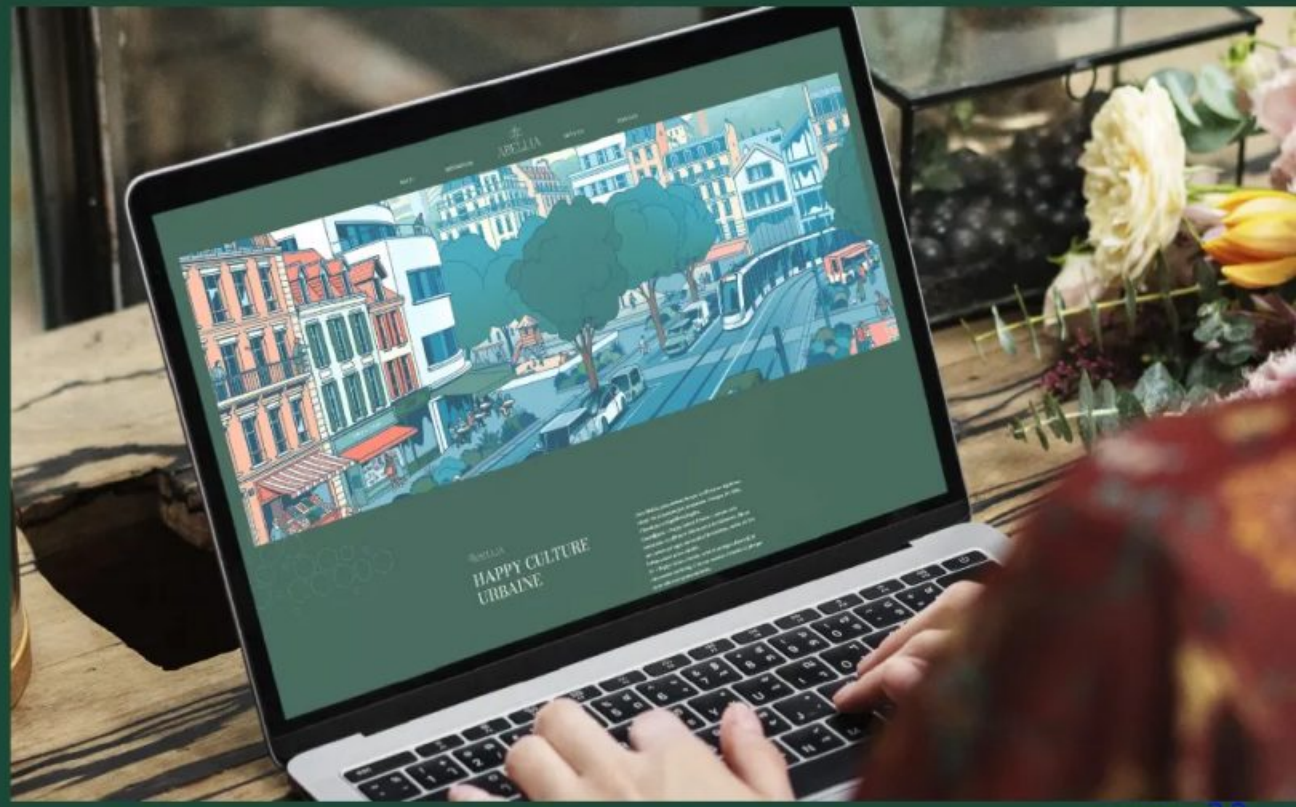


UNE CULTURE URBAINE QUI PREND VIE.

Supports éditoriaux, site internet et animations déclinent l'univers « Happy Culture Urbaine ». Les illustrations mettent en scène la ville, ses habitants et ses usages, tandis que les motifs géométriques assurent la continuité entre les compositions imprimées et numériques.

ABELLIA
HAPPY CULTURE URBAINE







VALMER

La belle vie de bord de mer.

IMMOBILIER · SAINT-LAURENT-DU-VAR
2025 | IDENTITÉ VISUELLE

À Saint-Laurent-du-Var, Valmer porte la promesse d'une adresse de standing ouverte sur la Méditerranée. L'identité traduit cette rencontre entre architecture, paysage et art de vivre à travers une expression sobre, où chaque détail participe au caractère du lieu.

GP : Comme une image

VALMER

SAINT-LAURENT-DU-VAR



UN V, UNE ÉTOILE, UN HORIZON.

Le signe s'appuie sur le V qui structure le projet architectural, ponctué d'une étoile. Il associe l'ancrage du bâtiment à une idée d'ouverture et d'élévation. Les typographies Amandine et Mundial équilibrent élégance et lisibilité, tandis que les verts doux, les beiges et les nuances terracotta évoquent la végétation et les matières du Sud.



UNE IDENTITÉ À HABITER.

Le V et l'étoile se détachent du logotype pour devenir des éléments de composition à part entière. Présentée sur une plaque murale, un porte-clés et une brochure, l'identité établit une continuité entre l'adresse, ses supports de présentation et les objets du quotidien.

CŒUR CARNOLÈS

Un nouveau cœur au sein de la ville.

PROJET D'ÉCOQUARTIER · ROQUEBRUNE-CAP-MARTIN
2026 | IDENTITÉ VISUELLE · ÉDITION

Porté par Emerige et Icade, Cœur de Carnolès vise à transformer une ancienne friche militaire de Roquebrune-Cap-Martin en un nouveau quartier. L'identité visuelle ancre le projet dans son territoire, en faisant dialoguer le patrimoine local et le paysage méditerranéen.

GP : Comme une image





LA MÉDITERRANÉE COMME SIGNATURE.

Le logo réunit le soleil, la mer, le végétal et la tour emblématique de Roquebrune-Cap-Martin dans un médaillon au trait fin. Une palette associant bleu-vert profond et tons sable, accompagnée d'une typographie à empattements, prolonge cet univers entre nature et architecture.







CŒUR DE CARNOLÈS
ROQUEBRUNE-CAP-MARTIN

DONNER À VOIR UN FUTUR LIEU DE VIE.

La brochure, l'affichage et les animations déclinent la même signature à différentes échelles. Les compositions associent vues du territoire, perspectives architecturales et contenus de présentation pour rendre le projet lisible et permettre de se projeter dans ce nouveau cadre de vie.









DREAL

Rendre l'action climatique lisible.

ENVIRONNEMENT & ACTION CLIMATIQUE · RÉGION PACA

2025 | IDENTITÉ VISUELLE · ILLUSTRATIONS · ÉDITION

Le Réseau PACA Climat coordonne les efforts de lutte contre le changement climatique et d'adaptation à ses effets. L'identité visuelle traduit cette approche transversale, en donnant une expression commune aux différents domaines concernés.



UN TRAIT QUI RELIE LES ENJEUX.

Mobilité, bâtiment, énergie et environnement prennent forme à travers un répertoire de pictogrammes au trait. Leur dessin et leurs combinaisons expriment les connexions entre ces sujets. Une palette de bleus, de verts et de jaunes accompagne cet univers graphique et ses déclinaisons.



RÉSEAU PACA CLIMAT

RÉSEAU PACA CLIMAT

DES REPÈRES POUR COMPRENDRE ET AGIR.

Guides, brochures et affiches reprennent le même vocabulaire visuel. La mise en page hiérarchise les contenus et les données, tandis que les illustrations identifient les thématiques abordées. L'ensemble crée un cadre cohérent pour informer, sensibiliser et accompagner les acteurs du territoire dans leurs démarches.









LE CLOS D'ARTHÉLIE

Faire fleurir le quotidien.

PROGRAMME IMMOBILIER · COMBS-LA-VILLE
2026 | IDENTITÉ VISUELLE · ÉDITION · WEBDESIGN

Porté par Abellia, Le Clos d'Arthélie est un programme immobilier dont l'identité évoque l'épanouissement et la douceur du quotidien. L'univers graphique puise dans l'enfance, le végétal et les gestes simples pour donner au projet une expression chaleureuse.

GP : Comme une image

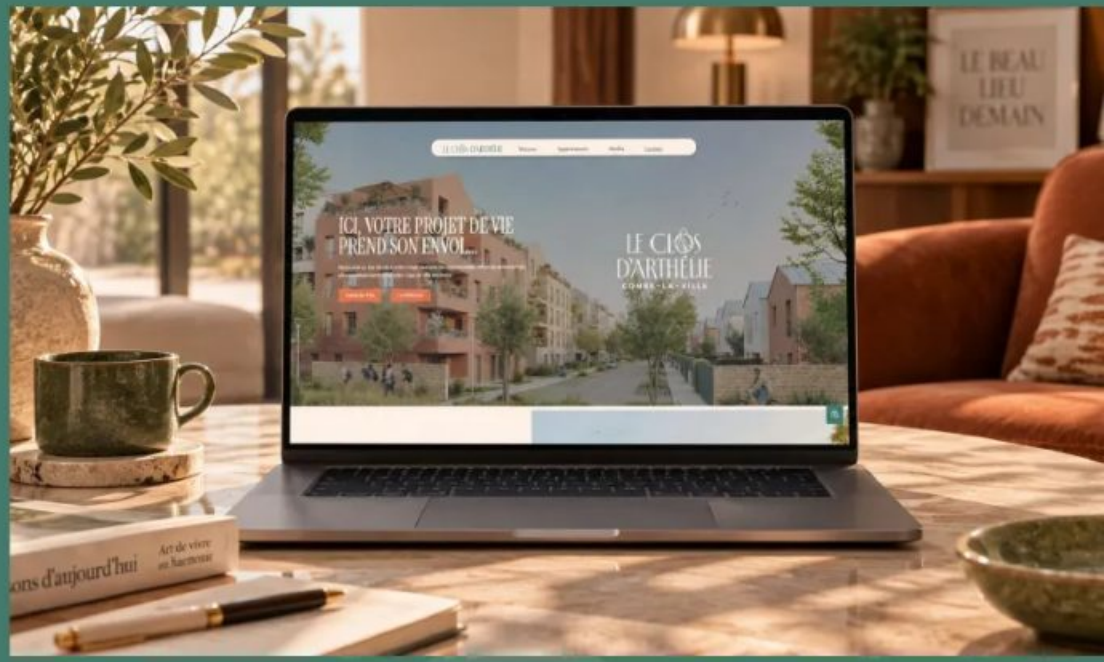


UN GESTE AU CŒUR DU NOM.

Deux mains d'enfant cueillent une fleur avec délicatesse. Intégré au « O » de « Clos », ce dessin s'associe à une typographie élancée et devient le signe distinctif du projet. Les tons de vert, de terracotta et de crème prolongent cette atmosphère douce et accueillante.

LE CLOS D'ARTHÉLIE

LE CLOS D'ARTHÉLIE

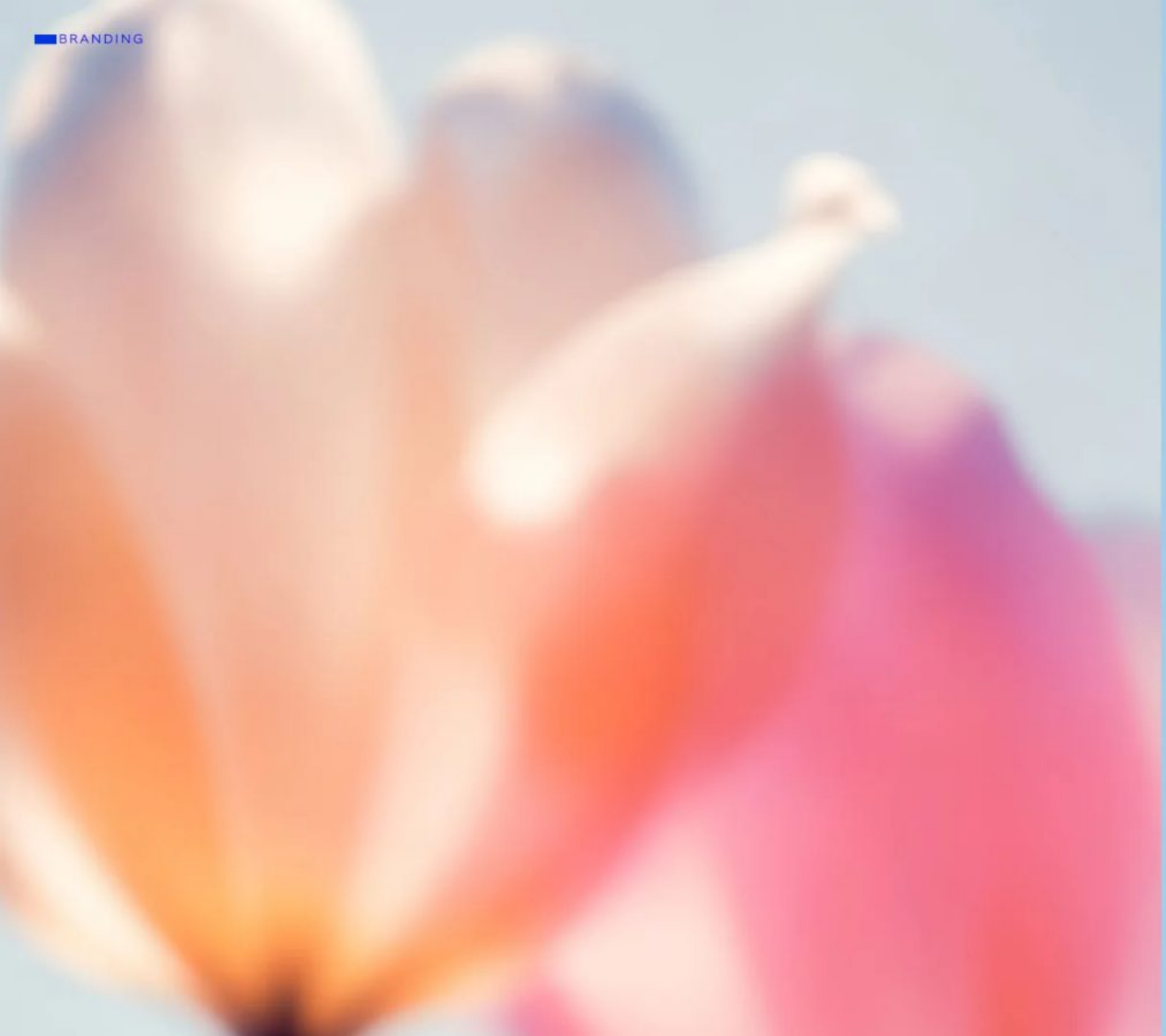




ACCOMPAGNER LA DÉCOUVERTE DU LIEU.

La brochure et le site internet déclinent le même univers, en associant illustrations, perspectives architecturales et contenus de présentation. La mise en page met en valeur les espaces et les ambiances pour accompagner la découverte du programme et permettre de s'y projeter.





AGENCE FWC

Faire rayonner les idées.

FINE WORDS CONSULTING · CONSEIL EN MARKETING & COMMUNICATION
2026 | IDENTITÉ VISUELLE · ILLUSTRATIONS

Fine Words Consulting défend une approche accessible et directe du marketing et de la communication. L'identité visuelle traduit cette volonté de clarté dans un univers chaleureux et expressif, où les mots et le végétal occupent une place centrale.

FINE WORDS CONSULTING

LE MARKETING QUI CONVERTIT





UNE IDENTITÉ QUI PREND LA PAROLE.

Visuels de communication, textiles et objets déclinent le même langage graphique. Le tournesol peut vivre seul ou aux côtés du nom, tandis que les accroches occupent une place privilégiée dans la mise en page. L'ensemble donne à FWC une présence cohérente et personnelle, au service d'une communication claire et affirmée.

LE TOURNESOL COMME SIGNATURE.

Un tournesol dessiné au trait accompagne une typographie à empattements, fine et élancée. Les jeux d'italique donnent du rythme aux compositions, tandis que le bordeaux et les tons crème installent une atmosphère douce. Des visuels floraux en grand format enrichissent cet univers et créent un dialogue entre la précision des lettres et la liberté des formes végétales.



SAMMIE

La simplicité en mouvement.

ÉQUIPEMENTS DE TRAIL & RUNNING · MARQUE FRANÇAISE
2026 | IDENTITÉ VISUELLE

Sammie développe des accessoires de portage pour le trail et le running. L'identité visuelle traduit la simplicité et la technicité de ses produits dans un univers qui évoque l'aventure et s'adresse, au-delà des coureurs, à tous les passionnés d'activités de plein air.

Photos : Agence FWC.



Sammie®

L'ACCESSOIRE QUI LIBÈRE VOTRE MOUVEMENT

UNE LIGNE INSPIRÉE DES SOMMETS.

Le dessin des « m » évoque une succession de sommets et donne au logotype son rythme particulier. Détaché du nom, ce signe devient un élément graphique à part entière, capable de traverser les compositions. Le vert profond, le chocolat, le lilas et le framboise composent une palette qui associe des teintes naturelles à des accents plus vifs.



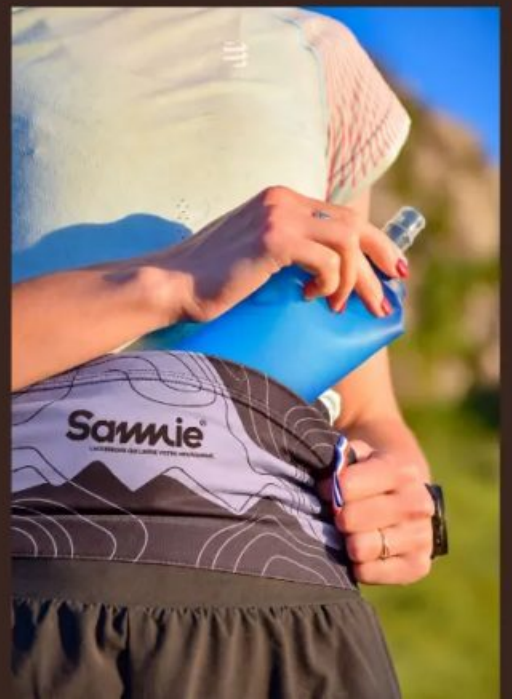




Sammie®

L'ACCESSOIRE QUI LIBÈRE VOTRE MOUVEMENT.





UNE IDENTITÉ À EMPORTER.

Le dessin des « m » évoque une Textiles, gourdes et supports de communication reprennent ce vocabulaire visuel. Le symbole joue sur les cadrages et les changements d'échelle, tandis que les photographies ancrent la marque dans la pratique et les paysages. Les compositions donnent autant de place aux produits qu'à l'expérience du plein air.



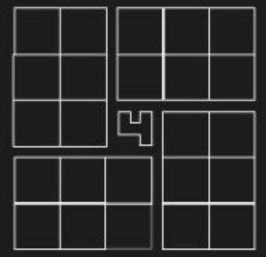
FOUR STONES

Les artisans urbains.

PROMOTION IMMOBILIÈRE & VALORISATION DU PATRIMOINE
2023 | REFONTE DE L'IDENTITÉ VISUELLE · ÉDITION · WEBDESIGN

Four Stones associe promotion immobilière et valorisation du patrimoine. La refonte de son identité traduit cette double approche dans un univers structuré, pensé pour fédérer les différentes branches de l'entreprise et affirmer leur appartenance à une même marque.

GP : Comme une image - Illustrations : Martin Etienne



QUATRE FORMES, UNE CONSTRUCTION COMMUNE.

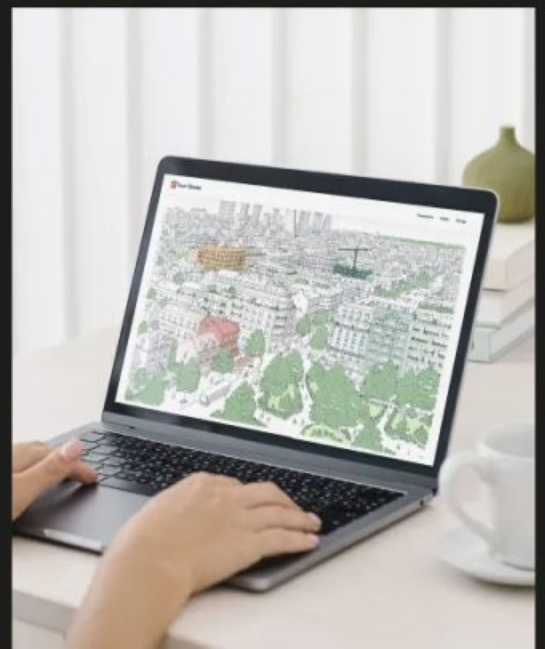
Le symbole assemble quatre formes géométriques dans une construction compacte. Associé à une typographie sans empattement, il donne à la marque une expression sobre et affirmée. Le rouge brique porte l'identité principale, tandis que les déclinaisons colorées distinguent les différentes branches. Le système conserve ainsi une cohérence d'ensemble, tout en laissant à chaque activité ses propres repères.

Four Stones



DU CHANTIER À LA PRESENTATION DES PROJETS.

Papeterie, brochure et supports de chantier déclinent ce vocabulaire graphique, prolongé par une landing page. Les compositions hiérarchisent les informations et mettent en valeur les projets immobiliers. L'identité accompagne ainsi les différents points de contact de la marque, de la découverte de son activité à sa présence sur le terrain.





Four Stones immobilier · Four Stones revalorisation · Four Stones patrimoine · Four Stones promotion

QUARTIER LA MOLETTE

Accompagner un quartier en devenir.

RENOUVELLEMENT URBAIN · LE BLANC-MESNIL
2023 | IDENTITÉ VISUELLE · SUPPORTS IMPRIMÉS

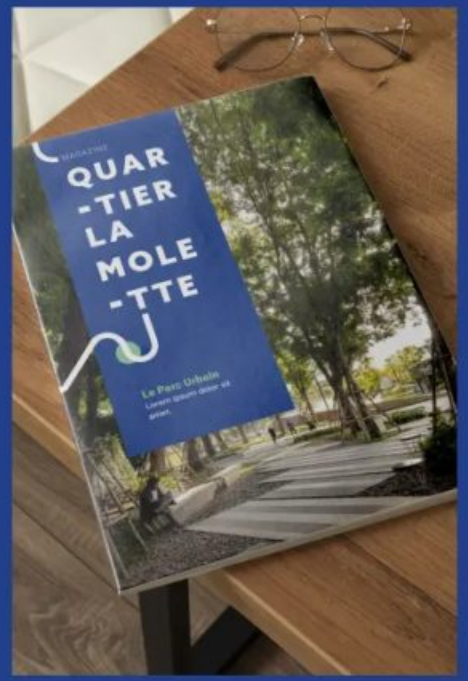
Au Blanc-Mesnil, le projet de transformation de La Molette fait évoluer une ancienne zone industrielle vers un quartier résidentiel. L'identité visuelle accompagne cette transition et donne une expression commune à la communication du quartier, à ses nouveaux lieux et à ses temps forts.





UN TRAIT QUI CRÉE DU LIEN.

Le logo associe un contour de maison ouvert à une typographie en capitales. Une ligne souple prolonge cet univers et circule dans les compositions, reliant les images, les textes et les pictogrammes. La palette de bleus et de verts accompagne cette idée de continuité entre l'habitat, les espaces naturels et la vie de quartier.





LA MOLETTE
LE BLANC-MESNIL

QUARTIER
LA MOLETTE

RACONTER LA TRANSFORMATION.

Affiches, invitations et magazine déclinent cette identité, tandis qu'une banderole chronologique déroule les étapes du projet. Le fil graphique devient un parcours de lecture, ponctué de photographies et de repères illustrés. L'ensemble permet de présenter les évolutions du quartier et de rendre le projet lisible dans l'espace public.



SUNSKINE

Le soleil à fleur de peau.

CRÈME SOLAIRE
2023 | NAMING · IDENTITÉ VISUELLE · PACKAGING

Le nom Sunskine fait écho au soleil et à la peau, au cœur de l'univers de cette crème solaire. La création graphique prolonge cette association dans une identité douce et lumineuse, qui évoque le soin et les sensations de l'été.





LA DOUCEUR DU TRAIT.

Des silhouettes féminines dessinées au trait se mêlent à des motifs floraux. Leur tracé souple contraste avec un logotype en bas de casse, aux formes franches. Le corail, le rose pâle et le vert menthe composent une palette qui associe chaleur et fraîcheur, tout en distinguant les différentes déclinaisons de la gamme.





DU SOIN AUX INSTANTS DE PLAGE.

Pots, tubes et étuis reprennent les mêmes repères graphiques, en associant le nom, les illustrations et les informations produit. Sur un sac ou une serviette de plage, les silhouettes changent d'échelle et deviennent le motif principal. L'identité se prolonge ainsi au-delà du packaging, dans un univers estival cohérent et reconnaissable.



ENVIPROV

Donner un visage à la transition.

TRANSITION AGROÉCOLOGIQUE · FILIÈRE DES VINS DE PROVENCE
2023 | IDENTITÉ VISUELLE

Porté par la filière des Vins de Provence, Enviprov s'appuie sur l'analyse du cycle de vie pour évaluer les impacts environnementaux et orienter les actions à engager. L'identité visuelle accompagne cette démarche en reliant l'univers du vin à celui de l'agroécologie.

LE VÉGÉTAL DANS LA LETTRE.

Le logotype associe une typographie à empattements à de discrets détails végétaux. Un monogramme réunissant les lettres « e » et « p » offre une signature complémentaire. Le vert profond, les fonds clairs et les photographies de vignobles composent un univers sobre, directement lié au territoire et à son activité viticole.









FAIRE CONNAÎTRE UNE DÉMARCHE COMMUNE.

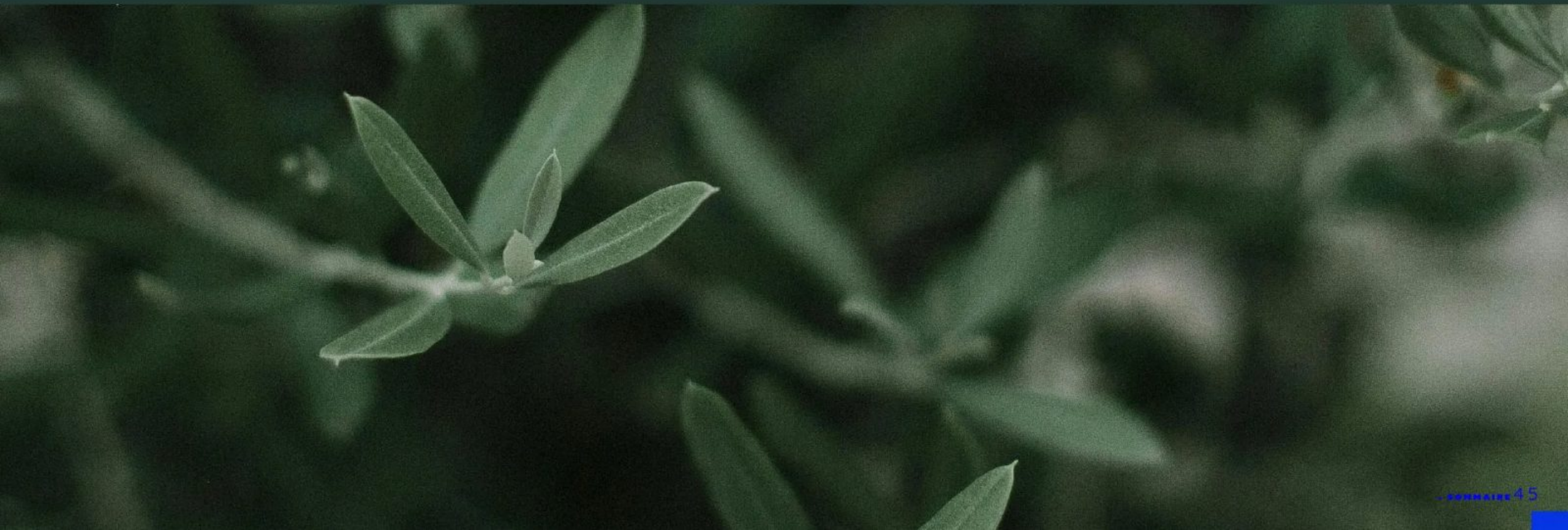
Affiches, supports éditoriaux et autocollants déclinent cette identité à différentes échelles. Les compositions alternent vues de vignobles, images du raisin et messages de sensibilisation. Le nom et le monogramme assurent la continuité visuelle, pour rendre la démarche identifiable auprès des acteurs de la filière et du public.

LES ALLÉES DOUCES

La douceur comme point de départ.

IMMOBILIER · SAINTE-ANNE-D'ÉVENOS
2025 | IDENTITÉ VISUELLE · WEBDESIGN

À Sainte-Anne-d'Évenos, Les Allées Douces est une résidence dont l'identité prend appui sur le paysage environnant. L'enjeu : traduire la promesse d'un cadre de vie apaisant, en donnant une place centrale au végétal et aux cheminements qui organisent le site.



LES ALLÉES DOUCES
SAINTE-ANNE D'EVENOS

LES ALLÉES DOUCES
SAINTE-ANNE D'EVENOS

UN PAYSAGE DANS UN CERCLE.

L'emblème réunit les reliefs d'Évenos, la végétation et la distribution des allées dans une construction circulaire. Sa ligne centrale évoque à la fois un chemin piéton et une tige, tandis que ses courbes dessinent un relief doux. La typographie Kalnia apporte du contraste et du caractère à cet ensemble dessiné au trait.



DU LIEU À SES SUPPORTS.

Le crème, le bleu gris, le rose poudré et la brique prolongent cet univers naturel. Utilisé seul ou associé au nom, le symbole conserve sa présence sur les différentes mises en situation : sac, marquage mural et couverture de document. Une identité pensée pour relier le lieu à sa communication.



ACADÉMIE MSS

Le cheval au cœur de la transmission.

FORMATION AU BIEN-ÊTRE ÉQUIN · CANADA
2021 | IDENTITÉ VISUELLE

L'Académie MSS consacre ses formations au bien-être équin. Son identité visuelle place le cheval au centre d'un univers délicat, qui évoque l'attention portée à l'animal et le lien avec celles et ceux qui l'accompagnent.











UN TRAIT SENSIBLE, UNE SIGNATURE PERSONNELLE.

Un cheval dessiné au trait s'associe aux initiales MSS, tracées comme une signature manuscrite. Les capitales espacées du mot « Académie » structurent l'ensemble et contrastent avec la souplesse du dessin. Le bordeaux et les tons clairs prolongent cette expression sobre et chaleureuse.


CAVALIER


PROPRIÉTAIRE


ENTRAÎNEUR



UNE IDENTITÉ QUI ACCOMPAGNE L'APPRENTISSAGE.

Cartes de visite, carnets, textiles et gourdes reprennent le même vocabulaire graphique. Les emblèmes du programme Relève distinguent ses différents publics : cavaliers, propriétaires et entraîneurs. Chaque déclinaison conserve la finesse du trait et la signature de l'académie, pour construire un ensemble cohérent jusque dans les supports du quotidien.



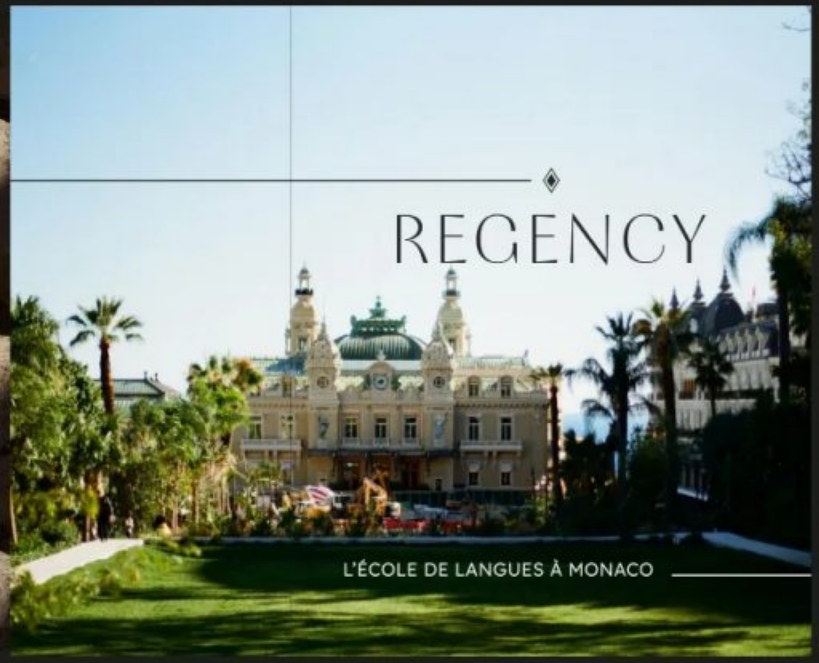
REGENCY SCHOOL

Apprendre, s'ouvrir, échanger.

ÉCOLE DE LANGUES · MONACO
2025 | IDENTITÉ VISUELLE

À Monaco, The Regency School of Languages s'adresse aux particuliers et aux entreprises. Cette proposition d'identité met en avant le nom Regency et son histoire, rappelée par la mention « Depuis 1985 », à travers une expression sobre et contemporaine.





DEUX LANGUES, PLUSIEURS EXPRESSIONS.

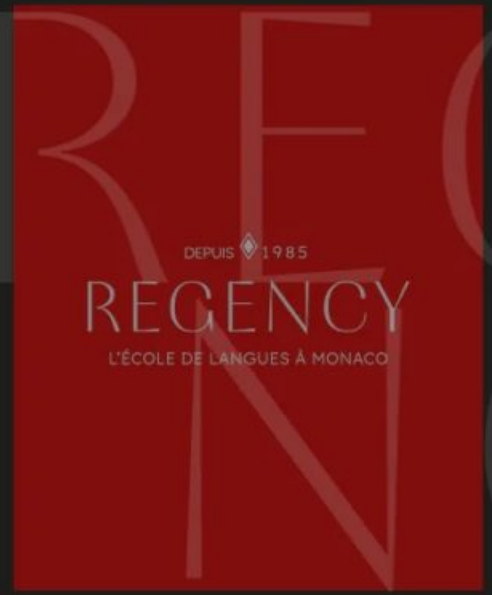
Le rouge et le blanc font écho à Monaco, au sein d'une palette élargie aux bleus, au jaune et à l'orange. Le logo se décline en français et en anglais. Agrandis et recadrés, les lettres et le prisme permettent aussi des compositions plus expressives, tout en conservant la finesse et la structure du signe.



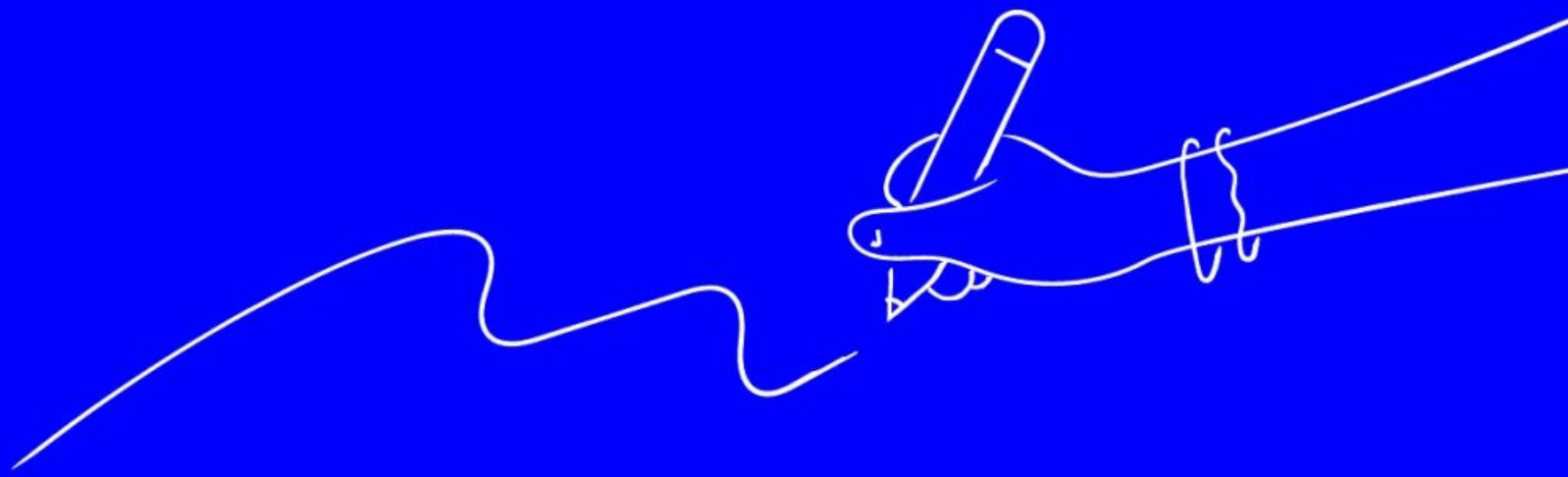


LE PRISME COMME POINT DE DÉPART.

Un double losange forme un prisme, choisi pour évoquer la transformation, la diversité et l'équilibre. Ce repère géométrique accompagne des capitales fines et espacées. Le rythme des lettres, les contrastes du dessin et les espaces laissés autour du nom composent une identité élégante, attentive à la lisibilité.







CAMPAGNE

VAR UP

Var. Up anniversaire.

SALON DE L'ENTREPRISE · TOULON
2022 | RÉALISATION DE CAMPAGNE

La campagne célèbre les 20 ans de Var.Up à travers un grand « 20 » illustré, animé de scènes de rencontre et d'échange. Le jaune lumineux et le bleu nuit structurent la composition, tandis que les personnages apportent une dimension conviviale. L'ensemble traduit « L'esprit d'entreprise », signature de cette édition 2022 organisée à Toulon.





VAR UP

Var. Up édition sport.

SALON DE L'ENTREPRISE · TOULON
2021 | RÉALISATION DE CAMPAGNE

Pour la 19e édition de Var.Up, la campagne illustre la signature « L'entreprise, c'est sport ! » en mêlant les codes du travail et de l'activité sportive. Une raquette, des ballons et un personnage en tenue de bureau composent une scène décalée, portée par des nuances de bleu et des touches de corail et de jaune. L'illustration traduit avec légèreté l'énergie, l'engagement et l'adaptabilité qui accompagnent la vie d'une entreprise.









JAZZ À TOULON

Le jazz prend des couleurs.

FESTIVAL · TOULON
2018 | RÉALISATION DE CAMPAGNE

Pour l'édition 2018 de Jazz à Toulon, la campagne met la musique en scène à travers un univers illustré vivant et coloré. Musiciens, instruments et lignes graphiques composent une scène rythmée, où les aplats de bleu, de jaune et de rose évoquent l'énergie des concerts.









UN MÊME RYTHME, PLUSIEURS FORMATS.

Pour l'édition 2018 de Jazz à Toulon, la campagne donne le rythme à travers un univers illustré vivant et coloré. Musiciens, instruments et lignes graphiques composent une scène où les aplats de bleu, de jaune et de rose évoquent l'énergie des concerts. Déclinée sur les affiches et le programme, cette composition crée un fil conducteur entre les supports et traduit l'atmosphère festive du rendez-vous musical toulonnais.

JAZZ À TOULON

Le jazz aux couleurs du Sud.

FESTIVAL · TOULON
2021 | RÉALISATION DE CAMPAGNE

Pour l'édition 2021 de Jazz à Toulon, la campagne installe les musiciens dans un décor urbain baigné de soleil. Palmiers, façades colorées et teintes chaudes composent une scène méditerranéenne, où chanteuse et instrumentistes donnent vie à l'affiche. Les jaunes, les orangés et les touches de rouge traduisent l'atmosphère estivale du festival.





jazz à TOULON

DE L'AFFICHE AU PROGRAMME.

L'illustration se décline sur les supports de communication, avec une place centrale sur l'affiche et la couverture du programme. Les personnages, les instruments et les palmiers constituent un vocabulaire graphique commun, qui relie les formats et accompagne la présentation des artistes.



SANA'CUP

L'esprit d'entreprendre prend le large.

COURSE DE RÉGATES · SANARY-SUR-MER
2022 | RÉALISATION DE L'AFFICHE

Pour la Sana'Cup, régate à Sanary-sur-Mer, l'affiche associe l'univers de la voile à l'énergie de l'entrepreneuriat. Les voiliers illustrés, les cadrages resserrés et les diagonales donnent une sensation de mouvement, en plaçant le spectateur au plus près de la course.





ELECTRO FESTIVAL

Une vibration rétro.

FESTIVAL · TOULON
2022 | RÉALISATION DE L'AFFICHE

Pour l'Electro Festival à Toulon, l'affiche fait dialoguer l'énergie des musiques électroniques et l'ambiance des plages du Mourillon. Un soleil stylisé, des vagues graphiques et des éclairs composent un paysage estival, où l'univers maritime rencontre les codes de la fête.

CAMPAGNE

SECRETS D'ENTRAÎNEURS

Les rencontres de la performance.

ÉVÉNEMENT SPORTIF · PARIS
2026 | RÉALISATION DE LA CAMPAGNE

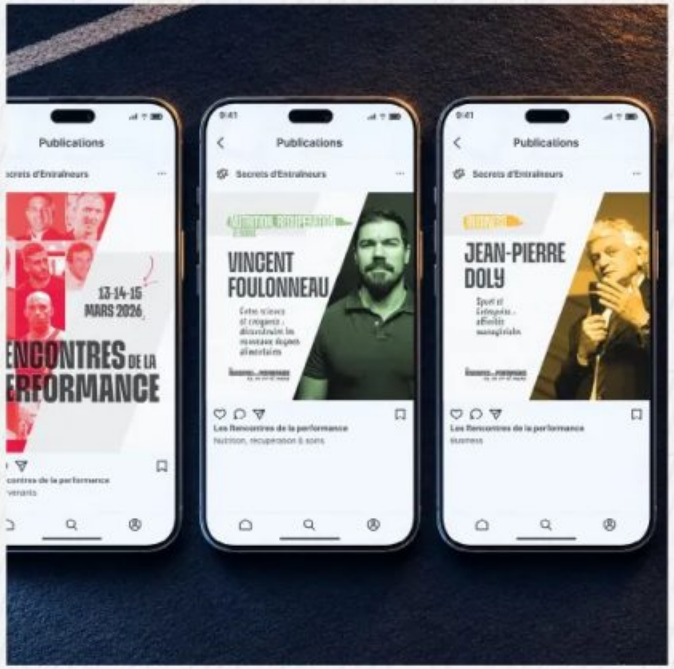
Conçue pour les Rencontres de la Performance à Créteil, l'affiche place les sportifs et l'intensité du geste au premier plan. Les photographies détourées, la grande diagonale et les effets de superposition composent une image qui traduit le mouvement, l'effort et l'engagement.

LES RENCONTRES DE LA PERFORMANCE



UNE TYPOGRAPHIE QUI DONNE LE TON.

Le rouge, le noir et le blanc accompagnent un titre monumental, travaillé en plein et en contour pour faire dialoguer les mots avec les images. Les annotations manuscrites, les flèches et les repères au trait apportent de la spontanéité et orientent le regard vers les dates, le lieu et les temps forts de l'événement.









ÉDITION





DESTINATION DRACÉNIE

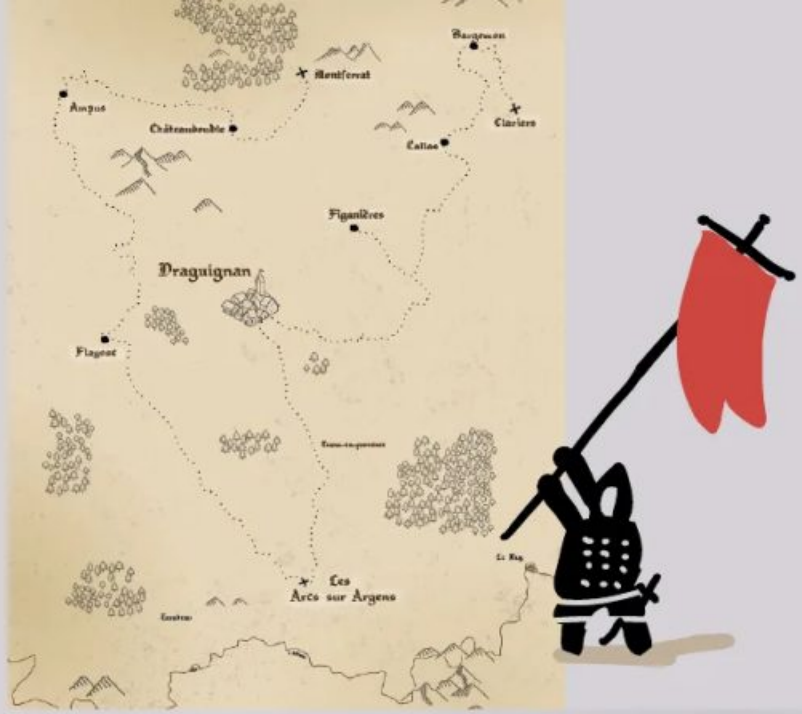
Un récit qui se parcourt.

GUIDE TOURISTIQUE · DRACÉNIE
2022 | BROCHURE 72 PAGES · ILLUSTRATION · MISE EN PAGE · CARTOGRAPHIES

Pensé comme un guide familial, le Livret des Chevaliers invite à découvrir le territoire de la Dracénie à travers un parcours mêlant patrimoine, jeux et exploration. La mise en page alterne contenus pédagogiques, illustrations et repères visuels pour rendre la lecture accessible et ludique.







APPRENDRE EN EXPLORANT.

Pensé comme un guide familial, le Livret des Chevaliers invite à découvrir le territoire de la Dracénie à travers un parcours mêlant patrimoine, jeux et exploration. La mise en page alterne contenus pédagogiques, illustrations et repères visuels pour rendre la lecture accessible et ludique.





ÉDITION

THÉÂTRE DU VÉSINET

Un univers qui se décline.

PROGRAMME · VÉSINET
2022 | BROCHURE · ILLUSTRATION

Pour le Théâtre du Vésinet, l'illustration accompagne la programmation culturelle dans un univers graphique à la fois poétique et contemporain. Formes végétales, mains, astres et aplats colorés composent une image riche, pensée pour évoquer la diversité des spectacles et des émotions proposés au fil de la saison.

La couverture du programme devient le point de départ d'un langage visuel décliné sur différents supports de communication. Les illustrations, les formes organiques et la palette pastel créent une identité reconnaissable, capable de vivre aussi bien sur l'édition imprimée que sur les formats numériques.









CHALUCET

Mettre en scène les voix du projet.

ARCHITECTURE & CULTURE · TOULON
2021 | ILLUSTRATION · MISE EN PAGE

Le livret Chalucet présente la naissance d'un nouveau quartier culturel au cœur de Toulon. La mise en page accompagne ce récit architectural en faisant dialoguer textes, photographies, citations et illustrations, pour rendre la lecture à la fois documentée et vivante.

Chalucet



RACONTER UN QUARTIER EN TRANSFORMATION.

Les témoignages des architectes et des différents acteurs du chantier occupent une place importante dans la composition. Jeux de citations, variations d'échelle et éléments illustrés rythment les pages et mettent en valeur les différentes visions qui ont contribué à la réalisation de Chalucet.













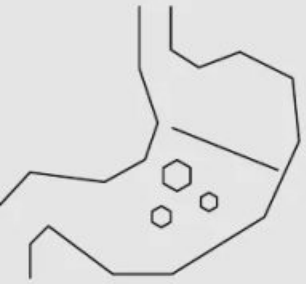
ÉDITION

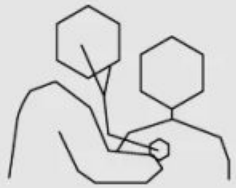
CENTRE HOSPITALIER PRINCESSE GRACE

Un langage visuel sobre et identifiable.

SANTÉ · MONACO
2022 | ILLUSTRATION · MISE EN PAGE

Pour le magazine du Centre Hospitalier Princesse Grace, la mise en page organise des contenus médicaux et institutionnels dans une composition claire et accessible. Photographies, titres, encadrés et éléments graphiques structurent les articles tout en conservant une lecture fluide.













EXTENDED MONACO

Donner du rythme aux données.

INSTITUTIONNEL · MONACO
2022 | GRAPHIQUES · MISE EN PAGE

Réalisé pour le bilan du Gouvernement Princier, le document Extended Monaco présente les actions et les avancées liées à la transformation numérique de la Principauté. La mise en page organise les différents niveaux d'information pour faciliter la lecture d'un contenu institutionnel dense.



DRACÉNIE

Des vœux qui prennent racine.

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE · DRACÉNIE
2022 | ILLUSTRATION · CARTE DE VŒUX SUR PAPIER À PLANTER

Pour la carte de vœux 2023 de Dracénie Provence Verdon Agglomération, l'illustration s'inspire du territoire et du végétal. Les formes dessinées composent un univers chaleureux et naturel, pensé pour accompagner un message de nouvelle année avec simplicité.

Imprimée sur un papier à planter, la carte devient un objet à faire pousser après sa lecture. Ce choix de support prolonge l'illustration et donne au projet une dimension durable, en transformant le message de vœux en geste concret.











PLAN LOCAL D'URBANISME MÉTROPOLITAIN

Donner une image aux grands enjeux.

URBANISME & TERRITOIRE · MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR
2024 | ILLUSTRATION · COUVERTURE DE BROCHURE

Pour la couverture du diagnostic territorial du Plan Local d'Urbanisme Métropolitain, l'illustration rassemble les différentes facettes du territoire niçois dans une composition continue. Montagnes, villages, agriculture, patrimoine, espaces naturels, littoral et mobilités dessinent un paysage qui relie la métropole de l'arrière-pays jusqu'à la Méditerranée.

Chaque environnement est représenté par un vocabulaire illustré simple et identifiable, permettant d'évoquer les thématiques du document : environnement, habitat, économie, mobilités et patrimoine. La palette vive et les changements d'échelle donnent du rythme à la composition, tandis que le territoire devient le fil conducteur de la couverture.

CONTRAT DE RELANCE
ET DE TRANSITION
ÉCOLOGIQUE

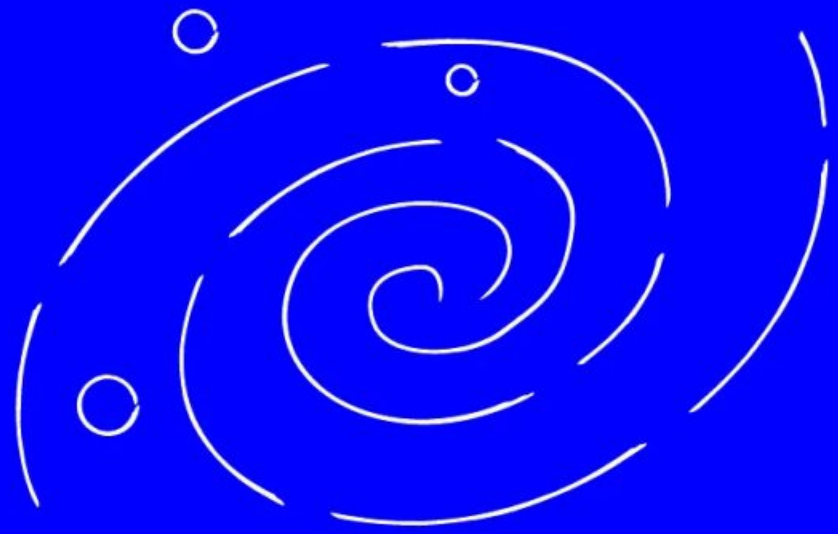
Donner forme à la transition.

TERRITOIRE & TRANSITION ÉCOLOGIQUE · PAYS DE LA CHÂTRE EN BERRY
2024 | ILLUSTRATION · COUVERTURE DE BROCHURE

Pour la couverture du Contrat de relance et de transition écologique du Pays de la Châtre en Berry, l'illustration rassemble les différentes composantes du territoire dans une même composition. Mobilités douces, énergies renouvelables, agriculture, patrimoine, paysages et habitants dessinent une vision vivante et accessible des enjeux locaux.

La carte devient le fil conducteur de l'image et relie les différents projets représentés. Les personnages, les éléments naturels et les repères architecturaux permettent d'évoquer concrètement les transformations du territoire, tandis que la palette de verts et de tons naturels renforce l'idée de transition écologique et de dynamisme local.





CARTOGRAPHIE



PROMENADE VERTE DES POUDRIÈRES

Une promenade à découvrir pas à pas.





PARC & PROMENADE URBAINE · TOULON
2020 | ILLUSTRATION · MISE EN PAGE

La carte de la Coulée Verte accompagne la découverte de la promenade verte des Poudrières à Toulon. Elle réunit tracés, repères et illustrations dans une lecture simple, pensée pour aider les visiteurs à se situer tout au long du parcours.

Bâtiments, arbres et éléments du site sont représentés dans un langage illustré coloré qui donne à la carte une dimension plus vivante. Déclinée sur les supports de signalétique et le dépliant, elle permet de relier orientation, découverte du lieu et identité visuelle.

CARTOGRAPHIE

PARC AUX OISEAUX

Se repérer dans un univers vivant.

PARC URBAIN · TOULON
2021 | ILLUSTRATION · MISE EN PAGE

La carte du Parc aux Oiseaux accompagne les visiteurs dans la découverte du site à travers une représentation claire et illustrée. Les différents espaces du parc sont organisés pour faciliter l'orientation tout en mettant en valeur son environnement naturel.

Oiseaux, végétation et repères du parcours composent un vocabulaire illustré coloré qui donne à la carte une dimension ludique. Déclinée sur la signalétique et le plan imprimé, elle associe information, orientation et découverte du parc dans un même univers graphique.

















CENTRE HISTORIQUE DE HYÈRES

Le patrimoine comme fil conducteur.

PATRIMOINE & TOURISME · HYÈRES
2019 | ILLUSTRATION · MISE EN PAGE

La carte du centre historique de Hyères met en valeur les principaux monuments et points d'intérêt du cœur de ville. Le dessin simplifié du territoire permet de structurer l'information tout en donnant une lecture immédiate des différents lieux à découvrir.

Les monuments sont représentés par des silhouettes illustrées qui servent de repères visuels sur la carte et dans la légende. Ce vocabulaire graphique permet d'identifier rapidement les lieux emblématiques et donne à la cartographie une identité claire, directement liée au patrimoine hyérois.

CARTOGRAPHIE

BELVÉDÈRE DE SAN PEIRE

Un sentier à lire en chemin.

RANDONNÉE & DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE
2021 | ILLUSTRATIONS · MISE EN PAGE

La cartographie du Belvédère de San Peire accompagne les randonneurs tout au long du parcours. Le tracé, les étapes et les différents points d'intérêt sont réunis dans une représentation claire, pensée pour faciliter l'orientation tout en donnant envie de découvrir le site.

Personnages, végétation et éléments remarquables du parcours sont dessinés dans un style vivant et accessible. Ces illustrations ponctuent la carte et créent des repères visuels qui rendent la lecture plus intuitive, tout en donnant au support une identité directement liée à l'expérience de la randonnée.

MÉDITERRANÉE PORTE DES MAURES

Sur la route des vignobles

ŒNOTOURISME & TERRITOIRE
2022 | ILLUSTRATION · MISE EN PAGE

La carte œnotouristique de Méditerranée Porte des Maures accompagne la découverte du territoire à travers ses domaines viticoles et ses principaux points d'intérêt. La cartographie organise les informations pour permettre une lecture simple du parcours et faciliter l'exploration des différentes étapes.

Illustrations, tracés et repères graphiques rythment la composition et donnent à la carte une dimension plus vivante. L'ensemble associe orientation, découverte des vignobles et valorisation du territoire dans un support pensé autant pour informer que pour inviter à parcourir la destination.



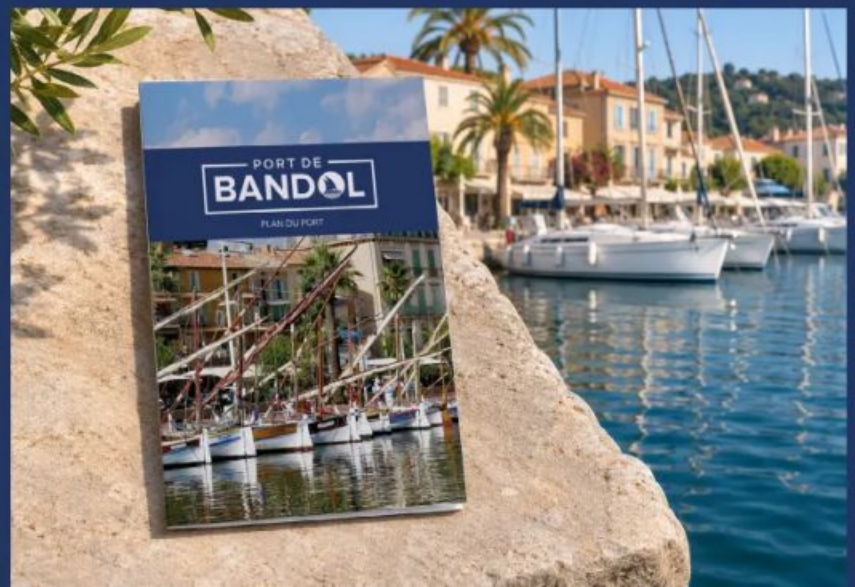




CARTOGRAPHIE







PORT DE BANDOL

Bien vivre le port

PORT & PLAISANCE · BANDOL
2026 | ILLUSTRATION · MISE EN PAGE

Le plan du Port de Bandol organise l'ensemble des informations utiles aux plaisanciers dans une cartographie illustrée et accessible. Pontons, équipements, services, plages, parkings et principaux repères urbains sont réunis dans une même représentation pour faciliter les déplacements entre le port et son environnement immédiat.

La cartographie se prolonge dans un dépliant réunissant informations portuaires, bonnes pratiques, sensibilisation à la protection de la Posidonie et numéros utiles. Pictogrammes, illustrations et codes couleurs permettent de hiérarchiser les contenus et de créer un support à la fois fonctionnel, accueillant et directement lié à l'univers maritime de Bandol.

Le Studio Pol'n transforme les idées en identités, façonne des univers et imagine des expériences mémorables et rayonnantes.

Pol'n

Merci d'y avoir jeter un oeil