

An abstract painting with vibrant colors and textures. The background is a mix of blue, green, yellow, and purple, with visible brushstrokes and layered colors. The overall effect is dynamic and expressive.

# Portfolio

2022

camille e|sayan

créer comme  
respirer



# Bonjour! Je m'appelle Camille Esayan et je suis directrice artistique depuis 2016.

## Je conçois des identités visuelles, des illustrations et des ateliers sur mesure, au service des acteurs de la santé et du bien-être.

J'ai toujours eu la fibre entrepreneuriale. C'est pourquoi, après des études transversales en design graphique, en illustration et en design de produits, je me suis naturellement lancée en tant qu'indépendante, collaborant avec des associations et des petites et moyennes entreprises issues de secteurs variés. En parallèle, j'ai également co-fondé l'atelier de design graphique, d'illustration et de typographie emballage collectif, ainsi qu'un podcast autour du design graphique, Le radiographe, tous deux actifs jusque mi-2018.

L'année 2019 marque un tournant dans mon activité professionnelle. Pendant l'été, on me diagnostique un cancer bronchique qui aboutit au retrait de l'intégralité de mon poumon droit deux mois plus tard. Cette expérience me permettra finalement de trouver davantage de sens aux projets que je développe et de me positionner de manière plus engagée vis-à-vis de la clientèle à laquelle je m'adresse aujourd'hui : les acteurs de la santé et du bien-être.

Au travers de chaque projet que l'on me confie, qu'il s'agisse d'identités visuelles, d'illustrations ou d'ateliers, je pratique ce que j'ai baptisé le design co-main, qui convoque la participation de chacun de mes interlocuteurs dans le processus créatif, au travers d'une méthodologie et d'outils dédiés.

L'écriture de mon mémoire, Manipulation(s) ainsi que la réalisation de mon projet de fin d'études, (Dé)marques, en 2015, ont posé les fondations de ce design co-main, dont vous pouvez avoir un aperçu ci-dessous.

En parallèle de mes activités de direction artistique, je suis à l'initiative de projets auto-initiés et j'écris pour plusieurs médias, à commencer par mon blog.



# Identités visuelles

N'ATTENDEZ  
PAS LA  
SEIN-GLINGLIN

POUR  
VOUS FAIRE  
DÉPISTER!

AU MOINDRE DOUTE, ET, DÈS 50 ANS, UNE MAMMOGRAPHIE TOUS LES DEUX ANS.

**RIEN N'ARETILA  
FRANKLIN**



**HORMIS UNE  
TUMEUR  
NEURO-ENDOCRINE**

#1mois  
#1poster  
#1cancer

Depuis 2021

Mieux vaut prévenir que guérir. Cette phrase est on ne peut plus vraie quand on parle de cancer. En connaissance de cause, je souhaite désormais réfléchir à de nouveaux modes de communication pour faciliter la prévention autour des cancers, à commencer par les tumeurs neuro-endocrines, dont j'ai été atteinte.

#1mois#1poster#1cancer est un projet artistique où je me mets au défi chaque mois pendant une durée indéterminée de réfléchir et de concevoir des affiches de prévention et de sensibilisation, en traitant chaque mois un cancer différent.



**A-MCA**  
Agence des Médecines Complémentaires et Alternatives

**MERCREDI 9 DÉCEMBRE**  
**COLLOQUE VIRTUEL – TRANSITIONS SOCIÉTALES**

**MODÉRÉ PAR**  
Serge Guérin  
Sociologue  
Professeur à INSEEC  
Président A-MCA

Colloque organisé par  
**INSEEC U.**

**FOCUS TABLE RONDE DE 11H45 À 12H45 VERS UNE SANTÉ INTÉGRATIVE?**

L'approche occidentale de la santé reste limitée par une vision technicienne et focalisée sur la pathologie, comment s'orienter vers une vision holistique et relationnelle du soin?

**Programme et accès gratuit (sur inscription)**  
**Liens en commentaires**

**PARTICIPANTS**

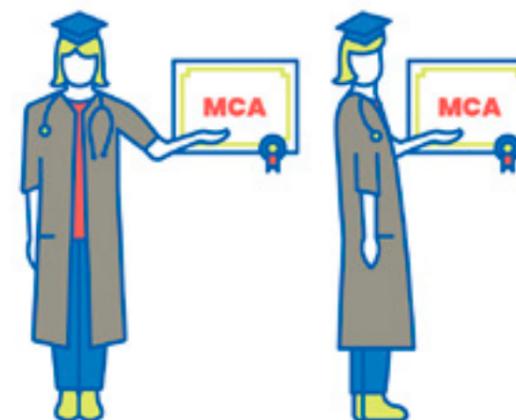
**Véronique Guessa**  
Docteur en psychologie  
Directrice Générale A-MCA

**Valérie Polinart**  
Directrice Générale  
Laboratoires BOIRON

**Philippe Denormandie**  
Chirurgien et conseiller Néla  
Conseiller médical A-MCA

**Alain Ducardinet**  
Cardiologue et journaliste  
Ella Santé

**Alain Toledano**  
Oncologue radiothérapeute  
Co-fondateur de l'Institut Rafail



### Pôle Actions

Projets en cours

projets sont pilotés par l'équipe opérationnelle en lien avec des coordinateurs de projets chercheurs experts acteurs de terrain  
concrets de projets en assurent le suivi sous la responsabilité des coordinateurs/conseillers de projets dédiés à chaque projet  
projets sont en lien direct les **diffusions bénévoles** portées par le **comité d'experts de l'AMCA** (scientifiques, professionnels, sociologues)  
projets sont régulièrement l'objet de partenariats avec l'écosystème (Sous de soins, associations, entreprises, lieux de recherche).

#### 1. Projets en matière de FORMATION

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p><b>Diplôme Universitaire</b></p> <p>Formation des soignants</p> <p>D'acquies des connaissances et des compétences cognitives d'élaborer la qualité de vie des malades.</p> | <p><b>Séminaire annuel</b></p> <p>Sensibilisation aux risques/bénéfices en santé</p> <p>verts. Développer pour les étudiants, le dialogue avec leurs futurs directeurs en poste.</p> | <p><b>Enseignement</b></p> <p>Définition des médecines complémentaires</p> <p>ambition qu'ils soient amenés à tenir. à décider d'une stratégie institutionnelle dans le domaine.</p> |
|---|--|--|

**Paroles d'experts (1min)**  
**Voix de l'élue**

**« Les enjeux d'un déploiement adapté et sécurisé des MCA au bénéfice des soignants et des patients »**

**Myriam El-Khomri**  
Ancienne ministre  
Directrice du conseil Groupe Siaci St-Honoré  
Auteure du rapport ministériel sur l'attractivité des métiers du Grand âge

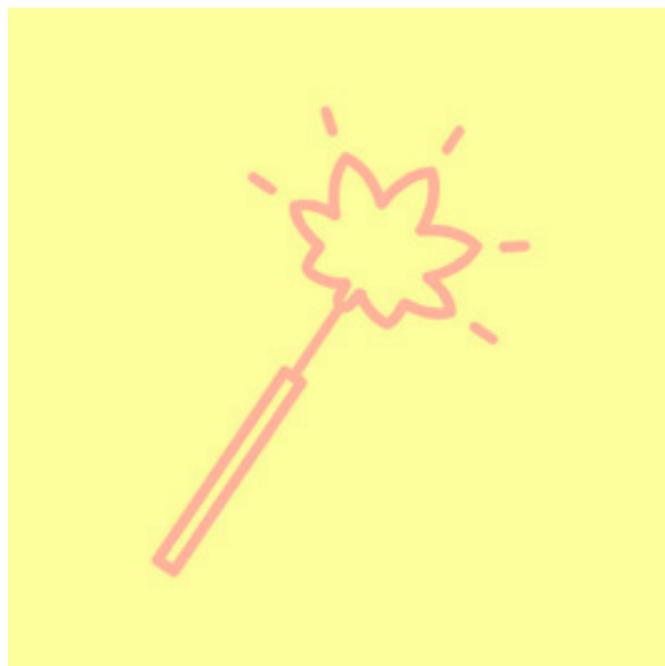
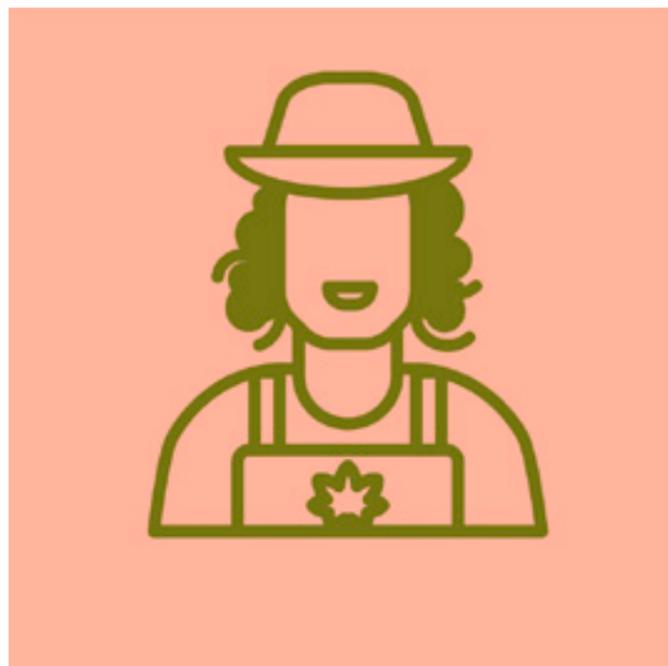
[www.agencemca.org](http://www.agencemca.org)

# Agence des médecines complémentaires et alternatives 2021

L'Agence des Médecines Complémentaires et Alternatives, qui a vu le jour en 2020, s'est donnée pour mission de favoriser l'essor des pratiques complémentaires adaptées tout en luttant contre les méthodes alternatives et les dérives thérapeutiques en santé. Ayant moi-même fait appel dans mon parcours de soins aux médecines complémentaires, lorsque j'ai eu connaissance de cette agence j'ai trouvé l'initiative brillante et je me suis tout de suite demandée s'ils pouvaient avoir des besoins en matière de graphisme.

J'ai ainsi accompagné l'agence sur la création de gabarits pour leurs supports de communication interne, et j'ai également réfléchi à des infographies et des pictogrammes pour leur site internet.

S'agissant d'un projet bénévole, mes réalisations et recherches n'ont jamais été véritablement utilisées mais c'est typiquement un exemple de projet convoquant autant mes compétences en design graphique qu'en illustration sur lequel j'aimerais travailler en étant rémunérée à l'avenir!



# Le chanvrier d'à côté

## 2021

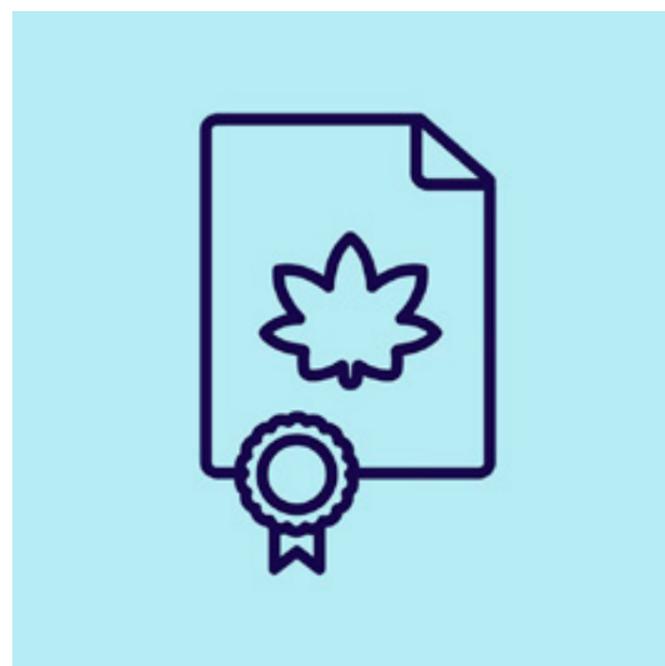
Lorsqu'Antoine m'a parlé de son projet de lancer une boutique en ligne de vente de produits autour du CBD, ma première réaction a été d'être sceptique. Bien que les marques vendant du CBD fleurissent désormais partout sur Internet, j'avais une mauvaise image de ce produit, l'associant à tort au cannabis, qui est lui illégal. Très bien renseigné sur ses produits et leur législation, Antoine a su trouver les mots pour me convaincre de l'accompagner dans la création de son identité visuelle.

Ainsi, portant fièrement les valeurs de bien-être et de sympathie inhérentes au projet, le logotype du chanvrier d'à côté se veut véhiculer à la fois l'idée de proximité et d'amour du produit, évoquant subtilement l'emblématique feuille de chanvre. La typographie choisie, l'Antipasto, l'accompagne de ses formes rondes et chaleureuses. L'univers coloré est inspiré de la nature mais aussi des nuances de la nuit et de l'aube, puisqu'Antoine a commencé à consommer du CBD parce qu'il avait des problèmes de sommeil : la figure du chanvrier, sa démarche et son engagement est donc centrale dans le projet.

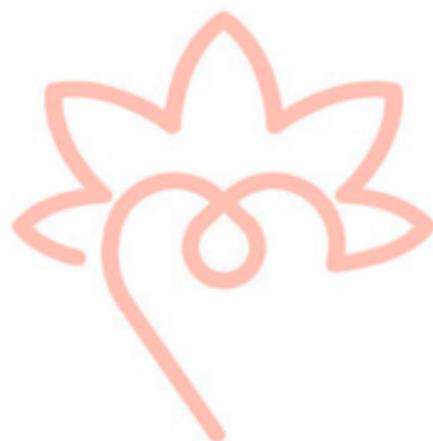
Enfin, les pictogrammes détournent la feuille de chanvre de ses représentations habituelles pour illustrer tantôt les bienfaits du CBD, les nouveautés de la boutique, les avis clients, ou encore s'arborer sur le tablier du chanvrier...

J'ai pensé chacun des éléments graphiques de telle sorte qu'Antoine puisse les agencer comme il le souhaite, et puisse réaliser indépendamment les visuels des posts de son compte Instagram. J'ai beaucoup apprécié qu'il me fasse pleinement confiance et aborde chaque idée que je pouvais lui soumettre avec beaucoup d'enthousiasme.

Nos échanges étaient très fluides et j'ai pu véritablement injecter de ma « patte » graphique dans cette identité ! Cette expérience réussie m'a même donné envie de tester le CBD !



le chanvrier  
d'à côté



**Camille** Une tumeur carcinoïde bronchique

Mon itinéraire pour le diagnostic de ma TNE

Diagnostiqué(e) confirmé(e) avec : *3 ans*

Nombre de médecins vus : *3*

Pour quelle TNE ? *carcinoïde bronchique*

Spécialité du docteur : *oncologie*

### Diagnostics suspects

DES SYMPTÔMES, UNE ERRANCE DE DIAGNOSTIC, PAS DE COÏNCIDENCE.

TUMEURS NEURO-ENDOCRINES : DES CANCERS MÉCONNUS, 4 PATIENTS SUR 5 N'ONT PAS REÇU DE DIAGNOSTIC CORRECT LA PREMIÈRE ANNÉE.

L'APTED (ASSOCIATION DES PORTEURS DE TUMEURS ENDOCRINES DÉTENDUES) a été créée en 2014 pour accompagner les personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines. Elle regroupe des personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines détendues et de tumeurs neuro-endocrines suspectes. Les membres de l'association sont : ALISON, ANICK, CAMILLE, GICÉL, CLÉMENT, COLLETTE, FABIENNE, JONNY, MARILLE, JÉRÔME, JOANA, LAURA, LAURENCE, MELISSA, INÉZKA, INÉLISE, PIERRE, JULIE, VIRGINIE, YVETTE. Pour en savoir plus, contactez-nous sur notre site internet : www.apted.fr ou par mail : apted@apted.fr. L'APTED est une association à but non lucratif. Elle est agréée par le Ministère de la Santé. Elle est membre de l'Association Française pour l'Étude des Tumeurs Neuro-Endocrines (AFETNE).

**Pierre** Un carcinoïde bronchique atypique avec métastases au foie et ganglions

Mon itinéraire pour le diagnostic de ma TNE

Diagnostiqué(e) confirmé(e) avec : *1 an*

Nombre de médecins vus : *1*

Pour quelle TNE ? *carcinoïde bronchique atypique*

Spécialité du docteur : *oncologie*

### Diagnostics suspects

DES SYMPTÔMES, UNE ERRANCE DE DIAGNOSTIC, PAS DE COÏNCIDENCE.

DANS PRÈS DE LA MOITIÉ DES CAS, LES TUMEURS NEURO-ENDOCRINES SONT DIAGNOSTIQUÉES À UN STADE MÉTASTATIQUE.

L'APTED (ASSOCIATION DES PORTEURS DE TUMEURS ENDOCRINES DÉTENDUES) a été créée en 2014 pour accompagner les personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines. Elle regroupe des personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines détendues et de tumeurs neuro-endocrines suspectes. Les membres de l'association sont : ALISON, ANICK, CAMILLE, GICÉL, CLÉMENT, COLLETTE, FABIENNE, JONNY, MARILLE, JÉRÔME, JOANA, LAURA, LAURENCE, MELISSA, INÉZKA, INÉLISE, PIERRE, JULIE, VIRGINIE, YVETTE. Pour en savoir plus, contactez-nous sur notre site internet : www.apted.fr ou par mail : apted@apted.fr. L'APTED est une association à but non lucratif. Elle est agréée par le Ministère de la Santé. Elle est membre de l'Association Française pour l'Étude des Tumeurs Neuro-Endocrines (AFETNE).

**Joana** Une tumeur neuro-endocrine du pancréas

Merci pour le diagnostic de ma TNE !

De Nom : *Joana*

Localisation de la tumeur : *pancréas*

### Découvertes fortuites

DES SYMPTÔMES, UN DIAGNOSTIC ACCIDENTEL, PAS DE COÏNCIDENCE.

TUMEURS NEURO-ENDOCRINES : UNE PRISE EN CHARGE QUI SE LIMITE PARFOIS À UNE SIMPLE SURVEILLANCE.

L'APTED (ASSOCIATION DES PORTEURS DE TUMEURS ENDOCRINES DÉTENDUES) a été créée en 2014 pour accompagner les personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines. Elle regroupe des personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines détendues et de tumeurs neuro-endocrines suspectes. Les membres de l'association sont : ALISON, ANICK, CAMILLE, GICÉL, CLÉMENT, COLLETTE, FABIENNE, JONNY, MARILLE, JÉRÔME, JOANA, LAURA, LAURENCE, MELISSA, INÉZKA, INÉLISE, PIERRE, JULIE, VIRGINIE, YVETTE. Pour en savoir plus, contactez-nous sur notre site internet : www.apted.fr ou par mail : apted@apted.fr. L'APTED est une association à but non lucratif. Elle est agréée par le Ministère de la Santé. Elle est membre de l'Association Française pour l'Étude des Tumeurs Neuro-Endocrines (AFETNE).

# Diagnostics suspects Découvertes fortuites, APTED 2020

Les tumeurs neuro-endocrines, dont j'ai moi-même été atteinte, sont des cancers rares, qui occasionnent la plupart du temps un retard de diagnostic du fait de leur symptomatologie pouvant être confondue avec d'autres maladies bénignes. Comment alors sensibiliser le grand public à ces tumeurs ?

La campagne vidéo que nous avons imaginée avec Anton Yourtchouk, réalisateur, détourne les codes d'un film bien connu des années 90, The Usual Suspects, pour communiquer autour des tumeurs neuro-endocrines.

Merci à l'APTED et à Christine Rodien-Low pour sa confiance !

**Alisson** Une tumeur carcinoïde bronchique

Mon itinéraire pour le diagnostic de ma TNE

Diagnostiqué(e) confirmé(e) avec : *7 ans*

Nombre de médecins vus : *3*

Pour quelle TNE ? *carcinoïde bronchique*

Spécialité du docteur : *oncologie*

### Diagnostics suspects

DES SYMPTÔMES, UNE ERRANCE DE DIAGNOSTIC, PAS DE COÏNCIDENCE.

LES TUMEURS NEURO-ENDOCRINES SONT PARFOIS D'ORIGINE GÉNÉTIQUE.

L'APTED (ASSOCIATION DES PORTEURS DE TUMEURS ENDOCRINES DÉTENDUES) a été créée en 2014 pour accompagner les personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines. Elle regroupe des personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines détendues et de tumeurs neuro-endocrines suspectes. Les membres de l'association sont : ALISON, ANICK, CAMILLE, GICÉL, CLÉMENT, COLLETTE, FABIENNE, JONNY, MARILLE, JÉRÔME, JOANA, LAURA, LAURENCE, MELISSA, INÉZKA, INÉLISE, PIERRE, JULIE, VIRGINIE, YVETTE. Pour en savoir plus, contactez-nous sur notre site internet : www.apted.fr ou par mail : apted@apted.fr. L'APTED est une association à but non lucratif. Elle est agréée par le Ministère de la Santé. Elle est membre de l'Association Française pour l'Étude des Tumeurs Neuro-Endocrines (AFETNE).

**Clément** Une tumeur carcinoïde de la valve iléo-cœcale

Mon itinéraire pour le diagnostic de ma TNE

Diagnostiqué(e) confirmé(e) avec : *1 an*

Nombre de médecins vus : *1*

Pour quelle TNE ? *carcinoïde de la valve iléo-cœcale*

Spécialité du docteur : *oncologie*

### Diagnostics suspects

DES SYMPTÔMES, UNE ERRANCE DE DIAGNOSTIC, PAS DE COÏNCIDENCE.

LES TUMEURS NEURO-ENDOCRINES SONT DES CANCERS QUI REPRESENTENT 1 À 5 NOUVEAUX CAS PAR AN POUR 100 000 PERSONNES.

L'APTED (ASSOCIATION DES PORTEURS DE TUMEURS ENDOCRINES DÉTENDUES) a été créée en 2014 pour accompagner les personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines. Elle regroupe des personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines détendues et de tumeurs neuro-endocrines suspectes. Les membres de l'association sont : ALISON, ANICK, CAMILLE, GICÉL, CLÉMENT, COLLETTE, FABIENNE, JONNY, MARILLE, JÉRÔME, JOANA, LAURA, LAURENCE, MELISSA, INÉZKA, INÉLISE, PIERRE, JULIE, VIRGINIE, YVETTE. Pour en savoir plus, contactez-nous sur notre site internet : www.apted.fr ou par mail : apted@apted.fr. L'APTED est une association à but non lucratif. Elle est agréée par le Ministère de la Santé. Elle est membre de l'Association Française pour l'Étude des Tumeurs Neuro-Endocrines (AFETNE).

**Fanny** Une tumeur carcinoïde bronchique

Mon itinéraire pour le diagnostic de ma TNE

Diagnostiqué(e) confirmé(e) avec : *1 an*

Nombre de médecins vus : *1*

Pour quelle TNE ? *carcinoïde bronchique*

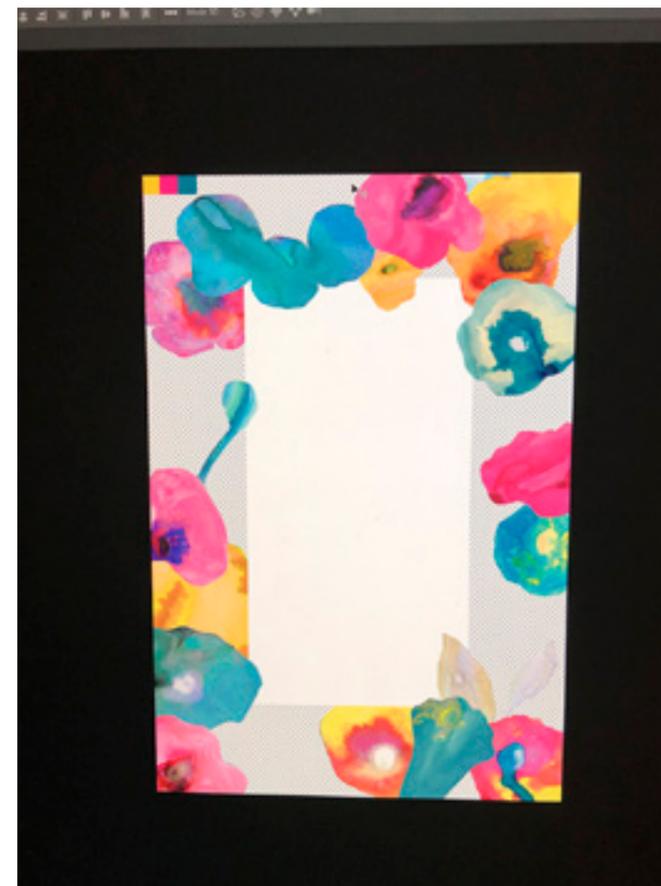
Spécialité du docteur : *oncologie*

### Diagnostics suspects

DES SYMPTÔMES, UNE ERRANCE DE DIAGNOSTIC, PAS DE COÏNCIDENCE.

LES PERSONNES ATTEINTES DE TUMEURS NEURO-ENDOCRINES VOIENT EN MOYENNE DEUX MÉDECINS AVANT DE RECEVOIR LE BON DIAGNOSTIC.

L'APTED (ASSOCIATION DES PORTEURS DE TUMEURS ENDOCRINES DÉTENDUES) a été créée en 2014 pour accompagner les personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines. Elle regroupe des personnes atteintes de tumeurs neuro-endocrines détendues et de tumeurs neuro-endocrines suspectes. Les membres de l'association sont : ALISON, ANICK, CAMILLE, GICÉL, CLÉMENT, COLLETTE, FABIENNE, JONNY, MARILLE, JÉRÔME, JOANA, LAURA, LAURENCE, MELISSA, INÉZKA, INÉLISE, PIERRE, JULIE, VIRGINIE, YVETTE. Pour en savoir plus, contactez-nous sur notre site internet : www.apted.fr ou par mail : apted@apted.fr. L'APTED est une association à but non lucratif. Elle est agréée par le Ministère de la Santé. Elle est membre de l'Association Française pour l'Étude des Tumeurs Neuro-Endocrines (AFETNE).



# Cancer Pride 2020

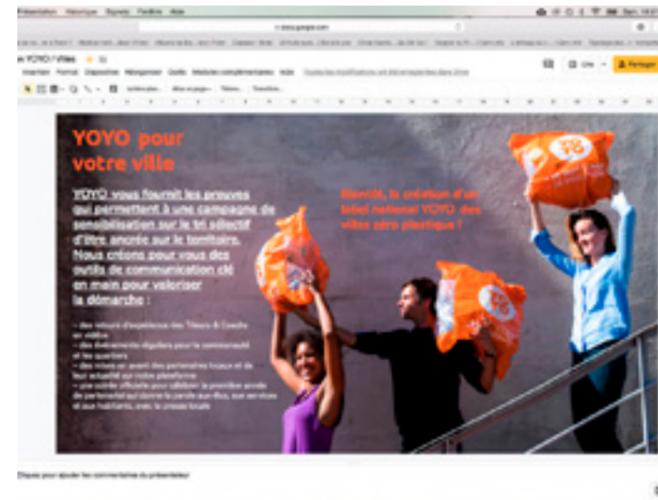
La Cancer Pride est un événement initié par l'association Kicking Cancer, dont les actions œuvrent en faveur de la libération de la parole autour des cancers.

La première édition de la Cancer Pride s'est tenue le 13 avril 2019 place de la République à Paris, et a rassemblé plus de 58 partenaires, avec une marche, des activités thématiques, des rencontres entre patients...

Karine, la fondatrice de l'événement, m'a proposé début 2020 de réfléchir à l'affiche de la prochaine édition de la Cancer Pride, qui aurait dû se tenir le 16 mai 2020 mais qui a été reportée à date ultérieure au vu du contexte sanitaire de l'époque.

En dépit du fait que l'affiche n'ait pas été finalisée ni utilisée, je tenais à vous la partager. Il s'agissait pour moi de choisir un parti pris graphique s'éloignant des représentations traditionnelles d'événements en rapport avec le cancer, et de véhiculer ainsi une image festive, colorée, joyeuse, empreinte d'espoir et d'optimisme, à l'image de cette manifestation qu'est la Cancer Pride!

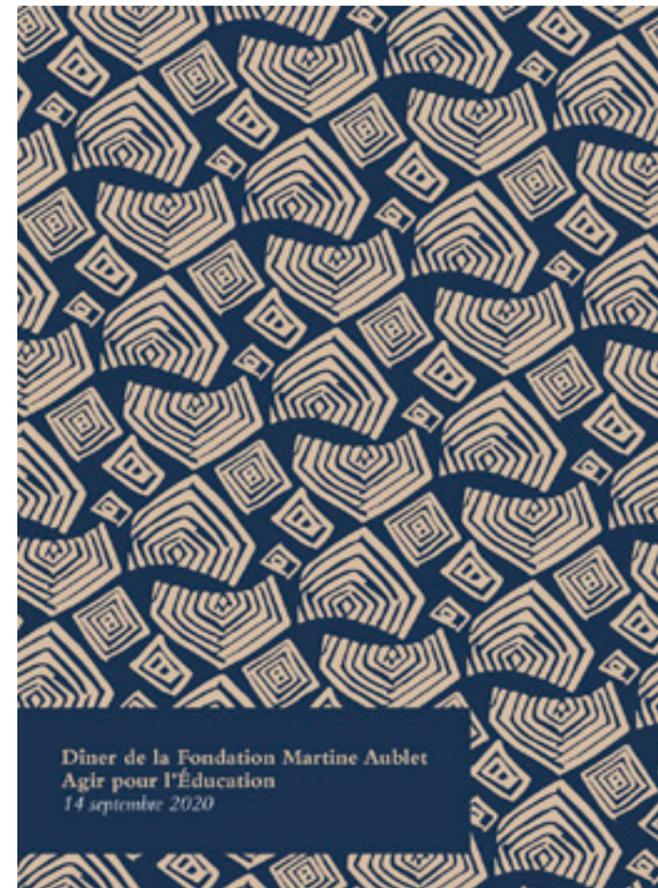




# Corporate

## Depuis 2016

Souvent réalisés dans des délais très courts, avec un cahier des charges et une charte graphique déjà en place, ce type de travaux requièrent surtout un savoir-faire technique et une souplesse quant à leur forme finale car il s'agit souvent de documents qui seront modifiés par la suite par le client... Malgré tout, je m'emploie à trouver et à proposer au client l'astuce graphique qui fera la différence. C'est un challenge que d'être créatif avec ce type de projets mais cela fait à mon sens également partie des missions d'un directeur artistique.

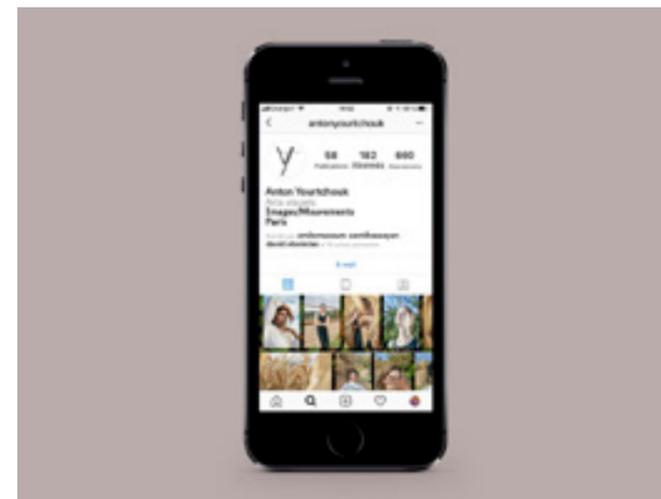
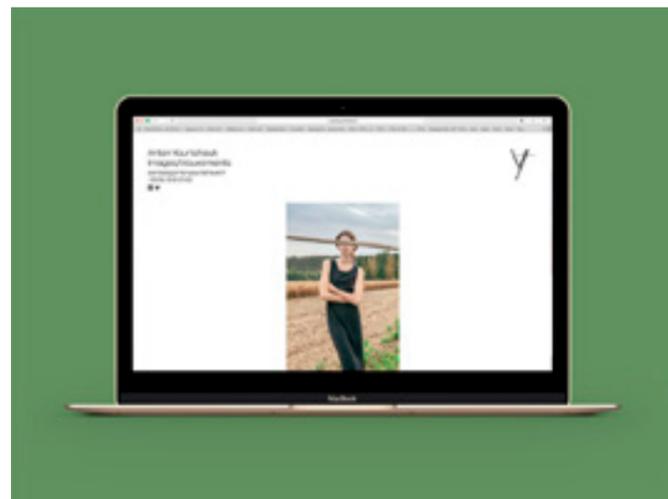
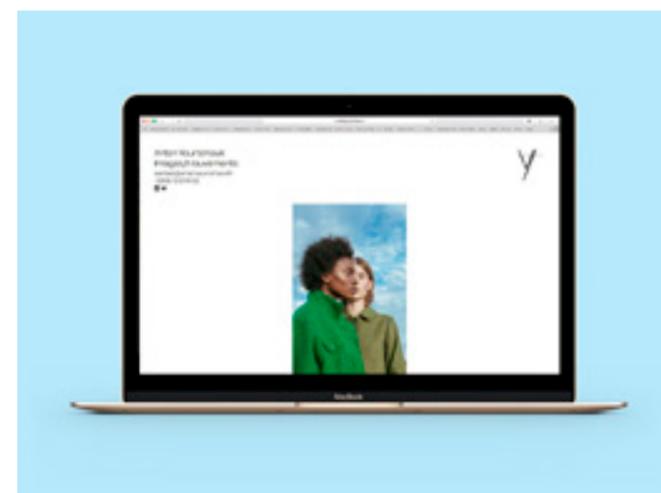




# Anton Yourtchouk 2019

Anton Yourtchouk travaille aussi bien la photographie que la vidéo dans ses projets et son identité visuelle ambitionne de témoigner des deux versants de sa pratique.

Reprenant la notion d'Images/Mouvements empruntée à Gilles Deleuze, le site internet s'articule autour d'un diaporama d'images fixes ou animées, tandis que ses cartes de visite sont comme les fragments d'une pellicule argentique que l'on aurait découpée.





# Centre national du livre 2018

Le Centre National du Livre organise chaque année le programme Partir en Livre, qui célèbre le livre jeunesse et le plaisir de lire au travers d'une manifestation festive et populaire, avec de nombreux événements organisés dans toute la France.

L'enjeu était donc de concevoir un support ludique et coloré, attirant l'œil des petits et grands au Salon du Livre et de la Presse Jeunesse de Seine Saint-Denis. J'ai finalement conçu un visuel sur mesure, aux formes abstraites et aux couleurs pop, dans lesquelles tout un chacun peut se projeter.

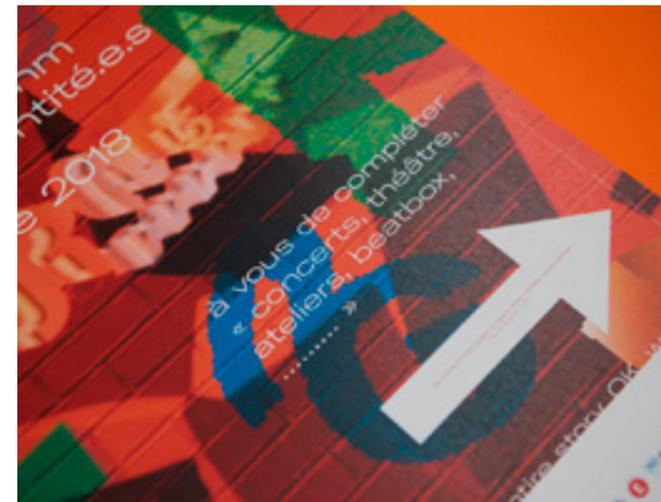




# Team Spi Rythm 2018

Team Spi Rythm est un collectif transdisciplinaire qui se propose de fédérer, stimuler et former des entreprises par le biais d'expériences artistiques, notamment des ateliers autour de la musique.

Pour la réalisation de leur premier festival, le collectif m'a consultée pour que je réfléchisse à des supports interactifs : une belle occasion pour moi de mettre en œuvre le design co-main que je revendique !





# Beillevaire (avec emballage collectif)

2017

La marque Beillevaire, à la fois fromagerie et crèmerie, produisant sa propre gamme de produits, est une institution sur le territoire français, fournissant notamment les grandes entreprises et restaurants gastronomiques de la capitale en plateaux de fromages.

Ainsi, quand nous a été offerte l'opportunité de réaliser la décoration de Noël d'une des boutiques de la marque, dans le XV<sup>e</sup> arrondissement de Paris, la thématique était-elle toute trouvée : nous allons jouer sur cette notion de plateau, en entendant néanmoins le mot dans son acception géographique. Nous avons alors décliné, en partant de textures de fromages déformées par nos soins, une scénographie complète habillant le magasin. Un véritable paysage de fromages, somme toute!

Avec ce projet d'installation, nous sommes définitivement sorties de notre zone de confort et j'ai personnellement réussi à rapprocher la conception de formes en trois dimensions. Bien que l'ampleur de la tâche et les délais auraient nécessité que l'on soit plus de deux pour le réaliser, nous avons relevé Marion et moi ce challenge haut la main!





# FJT Jeune Cordée (avec emballage collectif) 2017



Le FJT (acronyme de foyer de jeunes travailleurs ou jeunes travailleuses) Jeune Cordée est un lieu d'habitation situé dans le 9<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Grâce à un réseau implanté sur tout le territoire français, les FJT permettent à des apprenti.e.s, à des salarié.e.s ou à des stagiaires en fin d'études, entre 18 et 25 ans, de pouvoir bénéficier d'un logement et de nombreux services pour une somme abordable.

Afin de renouveler l'identité du FJT Jeune Cordée, nous avons ainsi travaillé autour de la notion de foyer, comme un endroit où il fait bon vivre, servant de socle rassurant pour permettre aux jeunes travailleuses (puisque'il s'agit là d'un foyer féminin) de voler par la suite de leurs propres ailes. Le logotype, qui a été dessiné à partir des plans architecturaux du foyer, ainsi que tous les supports de communication que nous avons réalisés s'inspirent de cette idée d'envolée, d'évolution.



J'ai beaucoup apprécié travailler sur l'identité visuelle d'un lieu chargé de symboles, avec une réelle ambition solidaire et une collaboration bienveillante.



# Topy

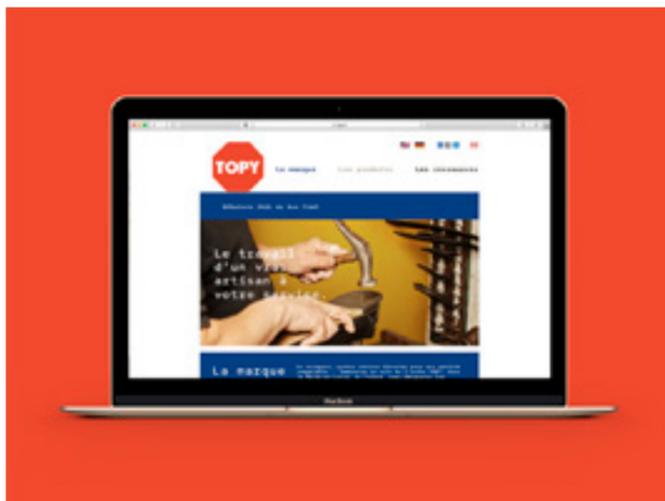
## 2017/2020

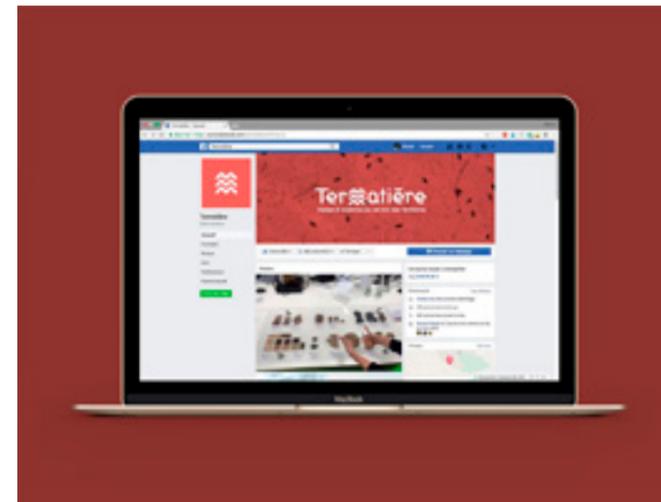
TOPY est une marque phare dans le domaine du caoutchouc et de la cordonnerie depuis plus de 60 ans, fabriquant des semelles et des talons.

M'inscrivant dans la lignée de leur communication préexistante « fait maison », j'ai repensé chacun de leur support de communication dans le fond comme dans la forme afin que les cordonneries, les grossistes et le grand public puissent s'en emparer et que l'histoire et les valeurs de la marque (entreprise familiale, basée en France avec manufacture de produits de grande qualité) rayonnent davantage.



Parmi les ingrédients mis en place, le ton léger et les jeux de mots contribuent à un sentiment de proximité avec la marque, tandis que la part belle faite à l'illustration et aux infographies tend à rendre celle-ci plus accessible à un public non averti. J'apprécie beaucoup ma collaboration avec TOPY car ma créativité y trouve un terrain favorable pour s'y déployer et qu'il est plutôt enthousiasmant de pouvoir m'investir dans un projet à 360°, convoquant aussi bien du naming, que de la photographie, de l'UX Design...





# Termatière (avec emballage collectif)

2017

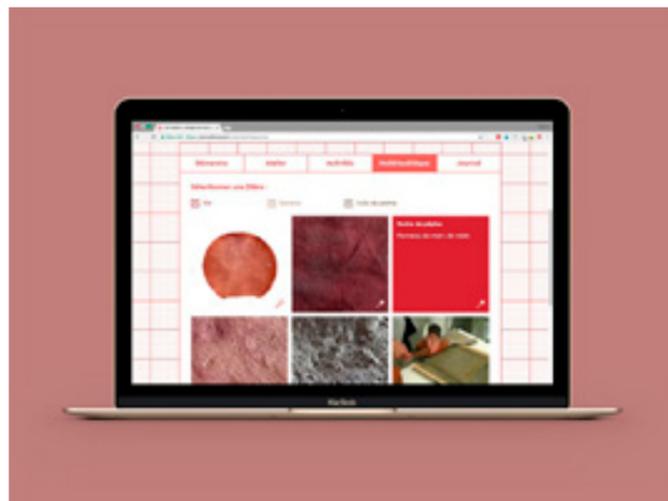
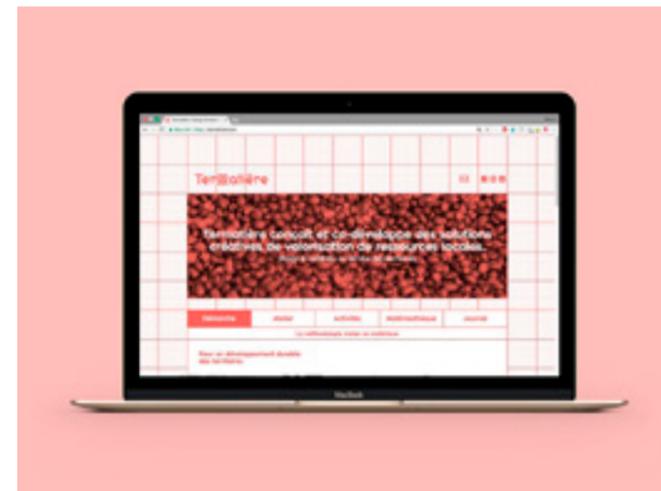
Termatière conçoit et co-développe des solutions créatives de valorisation de ressources locales, au travers d'une approche prospective associant design et matériau, entre la France et l'Afrique.

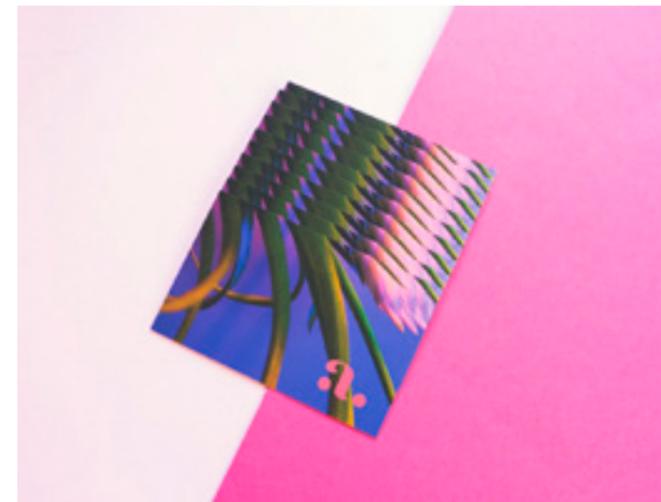
À l'image du caractère éminemment scientifique et donc expérimental de la démarche de Caroline Grellier, à l'origine du projet, nous avons imaginé une identité graphique s'inspirant de ces codes.

Ainsi, le site internet s'articule-t-il autour d'une grille pouvant rappeler une paillasse de laboratoire sur laquelle sont posés des intercalaires de contenus, tandis que chacune des images est assortie d'une loupe, permettant de s'arrêter sur chaque détail des matériaux.

Le logotype est une typographie dessinée également à partir de la grille, sur mesure, au dessin charpenté pouvant rappeler certaines décorations des maisons traditionnelles de la ville de Tiébélé, au Burkina Faso.

J'ai beaucoup apprécié travailler avec Caroline, elle-même designer et nous laissant exprimer notre créativité. M'étant attelée davantage au site internet, cela m'a permis d'acquérir des notions d'UX Design qui me sont encore précieuses dans ma pratique aujourd'hui.





# Amazillia (avec emballage collectif)

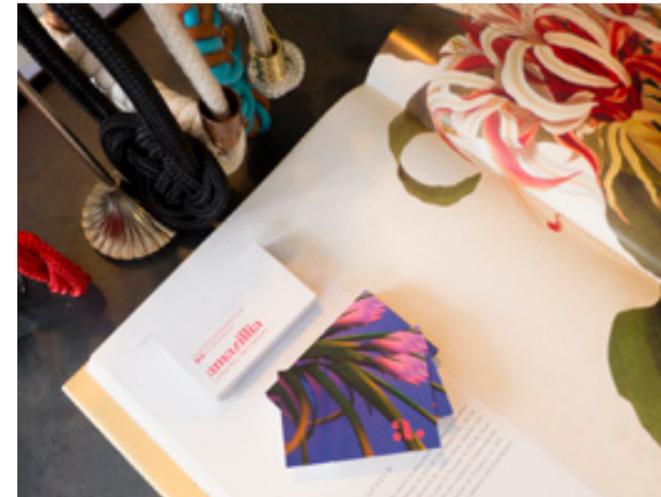
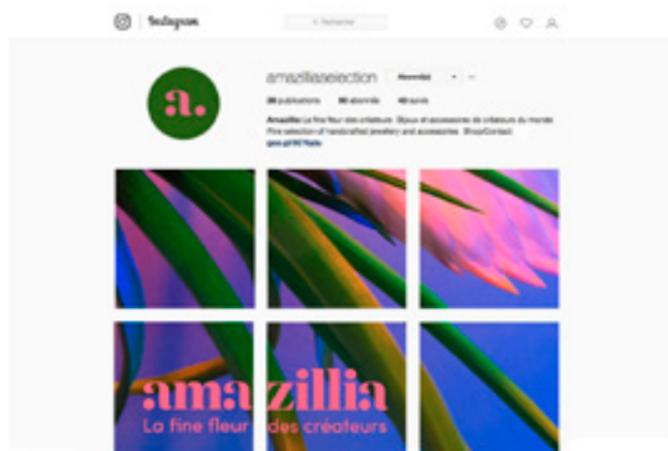
## 2017

Amazillia est une marque se proposant de mettre à l'honneur la création de bijoux locale et artisanale, en provenance du monde entier.



Au travers du nom de la marque et de son identité graphique, nous avons ainsi voulu évoquer l'idée de voyage, de pollinisation et de cabinet de curiosité. En effet, l'amazilia, orthographié avec un seul l, est le nom latin pour désigner les oiseaux pollinisateurs appartenant à la famille des colibris, à l'instar de la curatrice de la marque, qui butine et sélectionne avec soin « la fine fleur des créateurs ».

C'est donc tout naturellement que nous avons photographié une tillandsia, devenue dès lors l'emblème des supports de communication de la marque. S'agissant du premier projet réalisé au sein d'emballage collectif, il a forcément nécessité quelques ajustements, Marion et moi-même n'étant pas encore rôdées à l'époque à travailler ensemble, mais avoir l'opportunité d'accompagner un tel projet à son démarrage était très réjouissant.



J'ai adoré passer derrière l'objectif pour réaliser les illustrations photographiques!



# Générateur d'idées (avec emballage collectif)

Depuis 2017

Outre de petits projets fictifs qui peuvent prêter à sourire, nous avons réalisé la maquette d'un site ressource de formation en ligne, Livetutor, inspiré du site existant Livementor. Ces projets étaient pour emballage collectif un moyen d'étoffer notre portfolio et de nous permettre ainsi de toucher plus de clients!





# Agence Nouvelle des Solidarités Actives

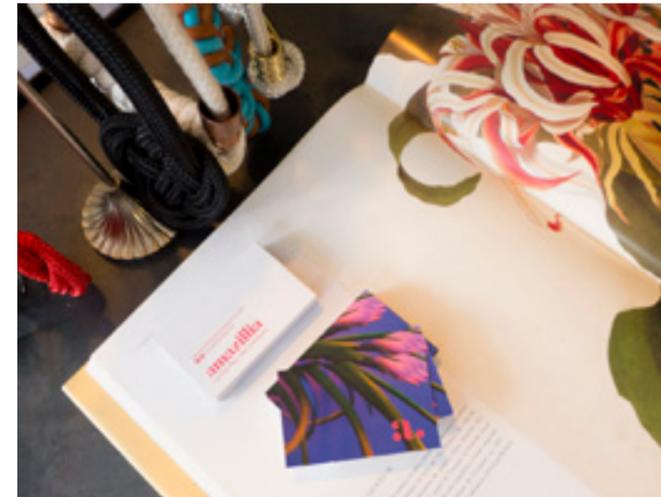
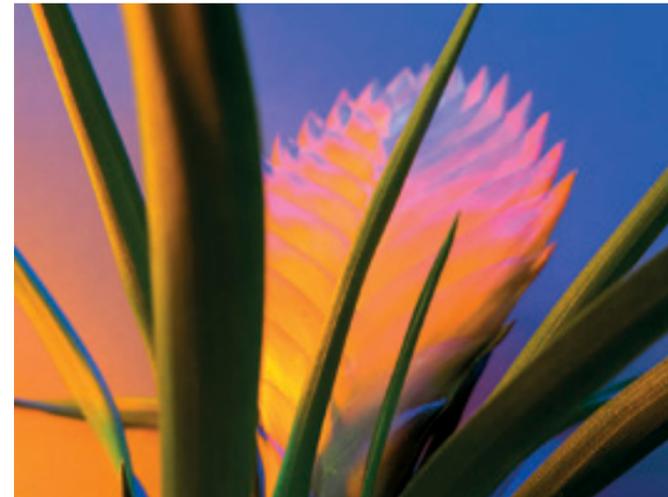
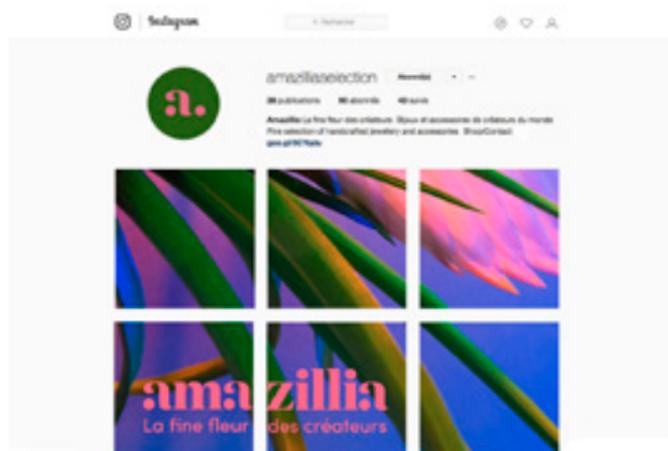
2016/2019



L'Agence Nouvelle des Solidarités Actives est une association à but non lucratif créée en janvier 2006 qui participe au déploiement de l'innovation et de l'expérimentation sociale, afin de lutter contre la pauvreté et pour l'inclusion.

Lorsque l'Agence Nouvelle des Solidarités Actives a fait appel à mes services début 2017, elle était à la recherche d'un nouveau logotype pour célébrer ses 10 ans d'existence et désirait une communication visuelle reflétant davantage les valeurs d'audace, d'efficacité et de solidarité portées par l'association.

Au-delà du travail de création réalisé sur le logotype, j'ai mis en place une charte graphique, des supports et des outils dont l'équipe peut encore aujourd'hui se saisir et se (ré)approprier. Avec la confiance et la complicité de ma cliente, j'ai pu proposer à l'association des supports imprimés originaux et joueurs permettant à l'Agence Nouvelle des Solidarités Actives de se positionner de manière plus engagée dans le paysage associatif parisien.



J'ai vraiment apprécié faire évoluer mon travail d'une année sur l'autre, en me sentant la liberté d'oser proposer des idées faisant bouger les lignes des supports graphiques existants.



# Les Jeudis Arty 2016/2019

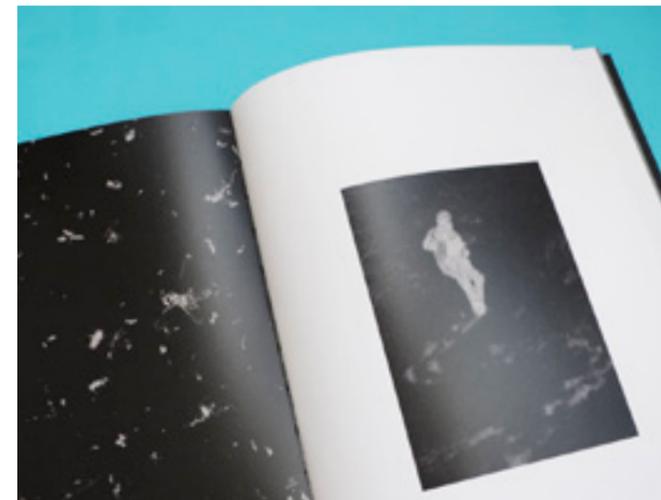
Jusqu'à mi-2019, Les Jeudis Arty ont eu à cœur de rendre l'art accessible à tous en proposant des parcours parmi les galeries d'art du Marais et en y organisant des vernissages d'exposition, des performances, des visites guidées et des rencontres avec les artistes.

Se déployant sur de nombreux supports, aussi bien digitaux qu'imprimés, l'identité visuelle se devait d'être modulable, attractive et haute en couleurs, afin de se démarquer parmi l'offre culturelle parisienne.



Constituant mon premier projet en tant qu'indépendante, j'ai pleinement saisi l'opportunité de m'exprimer au travers des Jeudis Arty, et de faire évoluer mon travail au fil des saisons afin de l'affiner, de le faire se renouveler avec les précieux retours des galeristes et des participants de l'événement.





# Constantin Schlachter

## 2016

Constantin Schlachter est un artiste basé à Paris qui utilise principalement la photographie. La nature, l'invisible et la matière sont les thèmes principaux de son travail. Par eux, il crée des fictions sensorielles, où il explore les notions de réminiscence, de paysages mentaux et d'un retour spirituel à la nature. Il travaille d'une manière instinctive, et constitue un flux continu d'images. Chaque projet ponctue ce flux en cristallisant ses émotions mouvantes.

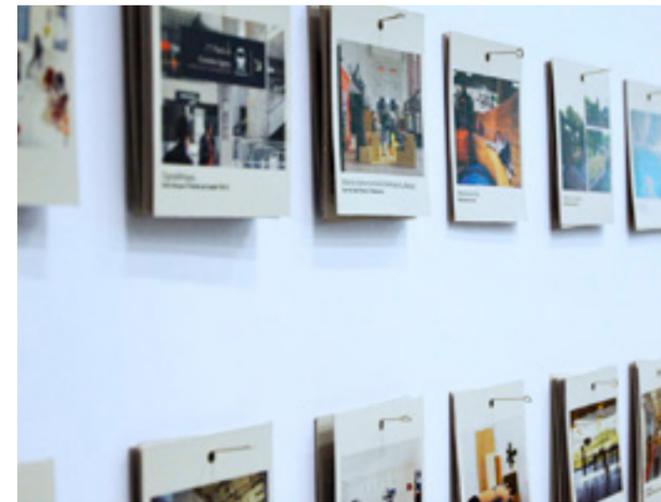
J'ai travaillé avec Constantin à l'élaboration de son premier ouvrage auto-édité, intitulé La trajectoire du Gyrovague.



# AREP 2016

AREP est une agence d'architecture interdisciplinaire, filiale de SNCF Gares & Connexions, qui concentre ses savoir-faire autour des espaces de la mobilité et développe des solutions créatives et robustes pour l'urbanisme résilient, les architectures bas carbone et le design écologique.

Le designlab se revendique être un laboratoire centré sur les besoins utilisateurs dans les gares, depuis le mobilier urbain jusqu'à la signalétique en passant par les bâtiments eux-mêmes... L'enjeu était donc de refléter ces aspirations au sein de l'identité du designlab, au travers d'objets graphiques appropriables et joueurs.





# Emmaüs Défi

## 2015

Emmaüs Défi est un laboratoire d'innovations sociales qui a pour mission sociale de rechercher les meilleures solutions pour lutter contre la grande exclusion et permettre à chacun de retrouver sa dignité et sa place dans la société. Il s'agit d'une association de loi 1901 appartenant au mouvement Emmaüs, qui est née de la crise du Canal Saint-Martin en 2007, et qui vit notamment des dons d'objets qu'Emmaüs Défi revalorise et revend dans ses deux boutiques du XIX<sup>e</sup> arrondissement de Paris.

Lorsque je suis arrivée dans l'association en septembre 2015, alors fraîchement diplômée en design graphique, j'étais initialement destinée à m'occuper de leur communication digitale et de leurs relations presse... mais l'occasion était trop belle de repenser plus en profondeur leur identité visuelle, et ainsi de mettre à profit mes compétences en la matière!

J'ai ainsi pu m'exprimer sur une large palette de supports : de la scénographie de la cafétéria des salariés en insertion à la signalétique du magasin, en passant par le community management sur les réseaux sociaux, les affiches, les flyers, les cartes de visite... de telle sorte de réharmoniser une communication qui jusqu'alors n'était pas cohérente avec les valeurs véhiculées par l'association.

Finalement, je garde de ce stage une grande liberté d'expression, et la fierté d'avoir apporté ma pierre à l'édifice d'un tel projet d'innovation sociale.

