



2019-2025

tania.vaton@gmail.com

E-commerce | Graphisme | Digital
Mode + art contemporain



Tania Vaton

Sommaire

Sélection du portfolio : Création de l'exposition Full Love	3 > 14
<u>I. Conception des éléments structurels de la charte graphique</u>	3
1. La charte et ses composantes :	
• Logotype & typographie	
2. Gabarits des différents supports pour la communication imprimée et numérique :	4 > 12
• Dossier de presse	4
• Dépliant institutionnel	4
• Programmation & billet d'entrée	5
• Newsletter & emailing	6
• Supports de médiation physique et virtuelle	7-8
• Mécénat et Amis	9
• Documents administratifs	10
• Communication urbaine	11
• Réseaux sociaux & formes de déclinaisons commerciales	12
<u>II. Éléments de signalétique dans les espaces :</u>	13
• Visite virtuelle	
• Cartels des œuvres	14
<u>III. Site internet</u>	
Travaux réalisés pour la scène culturelle et artistique en tant qu'agent	15 > 19
• Quentin Chabrillac – Toulouse	15-16
• Padre – Toulouse	17
• Cédric Delmont – Genève	18
• Galerie Anthony Roth – Paris	18
• Résidence artistique La Pépinière – Toulouse	19
Travaux réalisés pour particuliers en tant que graphiste	20 > 26
• Salon de bien-être – Identité visuelle	20
• Artisan Fleuriste Studio Aster – Dossier d'appel à projet & création visuelle	21-24
• Dépliant pour professionnel de santé	25
• Maison Gabriel Joaillier – Création visuelle	26
Travaux d'UX/UI	27 > 29
• Safe walkeuse	27
• Medic'Life	28-29
Travaux issus de l'industrie de la mode	30 > 41
• Projet création de marque Esimode – Meilleure note de la promo	30-33
• CCF d'art appliqués – Meilleure note de la promo	34-37
• Moulage, couture et réalisations de BTS Métiers de la Mode	38-40
• Dessins techniques	39-41

Sélection dans le portfolio : Création de l'exposition Full Love

I. Conception des éléments structurels de la charte graphique 1. La charte et ses composantes

Logotype & typographie Exposition Full Love

CHARTE GRAPHIQUE

Retravaillé sur Illustrator
Espacement : 28
Interlignage : 0.97
Italique & Bold

Aa

MONTSERRAT

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z

**FULL
LOVE**

Dans notre charte graphique, la typographie joue un rôle essentiel dans la création d'une identité visuelle distinctive et mémorable. Chaque caractère, chaque courbe, et chaque espace sont minutieusement sélectionnés et pensés pour refléter notre style, notre personnalité et nos valeurs.

COMMUNICATION SITE WEB NEWSLETTER INVITATION

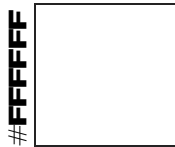
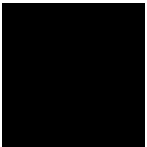
Aa

Bauer Bodoni
Titres Principaux

Aa

Montserrat
Corps

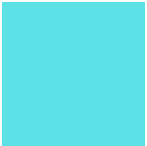
#000000



#F616E0



#5CE1E6



#2C58F4

#2C58F4



Nos déclinaisons de logo sont des variations ingénieuses qui conservent l'intégrité et l'essence de l'identité visuelle tout en s'adaptant aux besoins spécifiques de divers supports et contextes. Chaque déclinaison a été soigneusement élaborée pour garantir une cohérence visuelle sans compromis sur l'impact et la reconnaissance de l'exposition.

La palette de couleurs choisie pour notre charte graphique incarne l'essence de notre marque, tout en créant une expérience visuelle mémorable et cohérente. Chaque teinte a été soigneusement sélectionnée pour transmettre nos valeurs, notre personnalité et notre identité unique.



RETROSPECTIVE, nous sembla le terme le plus juste. Se remémorer non seulement de leur travail en tant que tel mais surtout d'une passion commune pour le graffiti.

FULL, traduction de "plein" qui fera écho au travail de Full1. Totale immersion dans la plénitude de ses paysages pleins de couleurs, de joie de vivre, d'histoires à raconter et de bienveillance.

LOVE, pour un Julien papa, fou de ses enfants et de sa femme, il signait régulièrement ses oeuvres d'un "LOVE" en majuscules et de touches de rose.

FULL LOVE, car nous avons décidé que c'était le nom qui leur ressemblait le plus et qu'ils auraient pu eux-mêmes choisir. Parce qu'avant tout ce qui unissait cette amitié fraternelle, ce sont les valeurs communes auxquelles chacun tenait. Solidarité, amour, entraide, amitié, famille et passion.

2. Gabarits des différents supports pour la communication imprimée et numérique Documents génériques

Dossier de presse contenant : Flyer des expositions et événements, invitation pour les vernissages et plus encore. Ce document à été envoyé aux médias de la région Occitanie, de Toulouse ou les médias spécialisé dans l'art et nous a valu une parution dans La Dépêche.

RETROSPECTIVE FULL LOVE
Exposition commémorative
Full1 & Jibeone - Pierre Audebert & Julien Blanc

les Abattoirs
FRAC Midi-Pyrénées

Galerie des publics
Du 22 mars au 2 avril

Les Abattoirs, Musée - Frac Occitanie Toulouse
76 allées Charles de Fitte - 31300 Toulouse

Tania Vaton
Organisatrice de
l'exposition rétrospective

La Région Occitanie
Pyrénées-Midi-Pyrénées

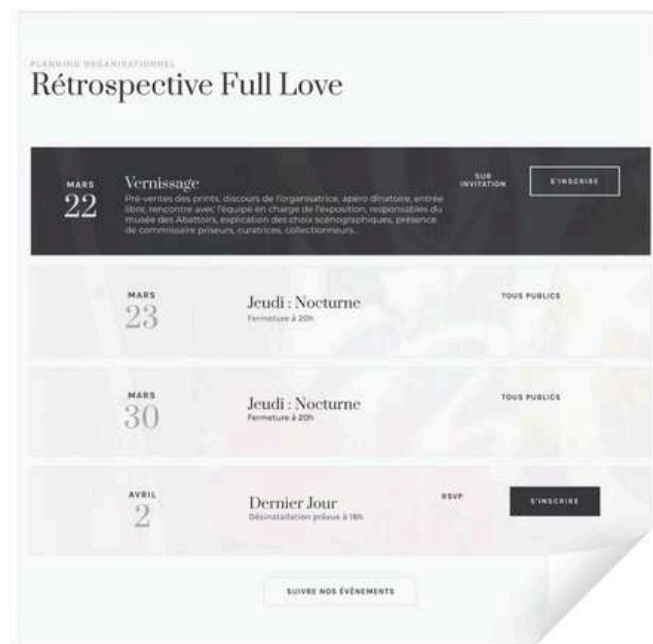
MAIRIE
DE TOULOUSE

Philippe Joachim
Président association Les
Amis des Abattoirs

Cliquez sur le document ci-dessus pour ouvrir le lien.

Dépliant institutionnel

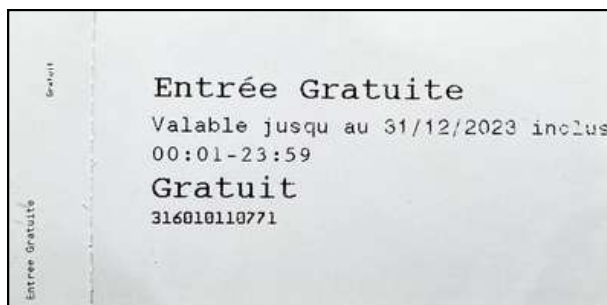




Programme des évènements
Visible sur la page d'accueil du site en format numérique et au dos de l'invitation au vernissage, en format papier.

Billet d'entrée

Les Abattoirs x Full Love (visuel non contractuel)



Newsletter & emailing

Formulaire d'abonnement désactivé depuis du site, qui invitait au vernissage avec un bref récapitulatif des dates importantes.

les Abattoirs
FRAC OCCITANIE TOULOUSE

NEWSLETTER

MUSÉE LES ABATTOIRS
22 Mars - 2 Avril 2023

EVENEMENT

Exposition Commémorative

Rétrospective organisée du 22 mars au 2 avril, au sein de la galerie des publics, rendant hommage aux deux artistes Full et Jibeone, Pierre Audebert et Julien Blanc, de leurs vrais noms. Exposition commémorative réalisée grâce à l'aide de Philippe Joachim, directeur de l'association Les Amis du Musée des abattoirs. L'entrée est gratuite, des impressions de leurs œuvres miniatures seront vendues sur place dont les fonds seront reversés aux familles des défunts.

Les artistes que nous célébrons aujourd'hui ont laissé leur empreinte dans les villes du monde entier avec leur style unique et leur vision innovante. Leur travail reflète les préoccupations sociales, politiques et culturelles de leur époque. Nous espérons que cette rétrospective vous permettra de découvrir ou de redécouvrir le travail et les œuvres emblématiques de ces deux artistes talentueux et d'ainsi comprendre leur impact sur le mouvement graffiti qu'ils ont contribué à faire grandir.

Rejoignez-nous pour célébrer la mémoire de ces artistes exceptionnels et rendre hommage à deux grands artistes, mais aussi d'inviter le public à cet univers parfois perçu comme difficile d'accès, dans le cadre unique et inspirant du Musée des Abattoirs FRAC Occitanie Toulouse.

La team Full Love.

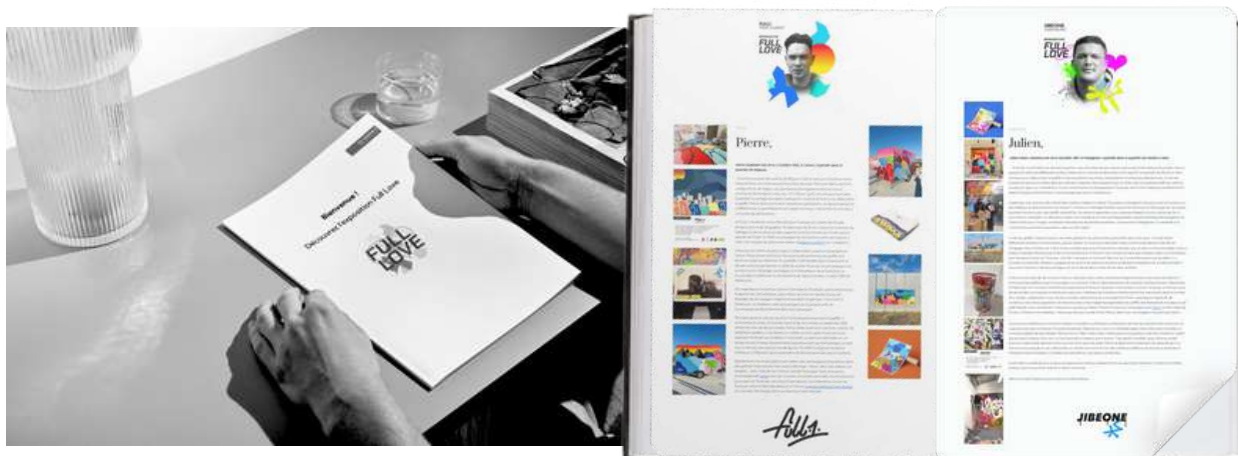
22 Mars 2023
À partir de 18h

Pré-ventes des prints, discours de l'organisatrice, apéro dinatoire, entrée libre, rencontre avec l'équipe en charge de l'exposition, responsables du Musée des Abattoirs, explication des choix scénographiques.

NEWSLETTER
EVENEMENT
Exposition Commémorative
La team Full Love.

Supports de médiation
Livret d'aide à la visite adulte.

En format physique
Sous la forme d'un livret de 2 pages recto verso.



Ou en format virtuel
Grâce à la visite virtuelle qui relie aux différentes pages de médiation.



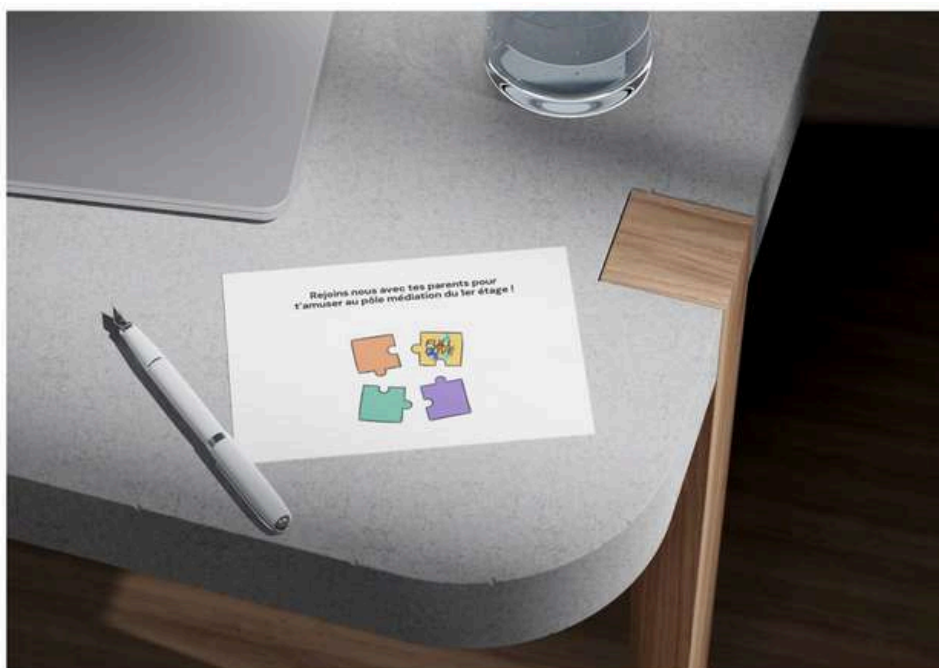
Connectez vous directement à la visite virtuelle sur votre mobile ou scannez le QR Cartel.

Supports de médiation Livret d'aide à la visite jeune public

En format physique
Adapté sous la forme d'un livret de 2 pages recto verso avec des jeux et des objets à trouver.



Invitation pour les activités jeune public



Mécénat et Amis de la Collection Lambert :

Dossier et pochettes mécénat, logo et police déclinés à partir de la charte graphique générale pour les « Amis ». (Imaginé à partir de la vraie brochure.)

CHARTRE GRAPHIQUE

Espacement : -14
Bold

Aa

Agrandir Grand

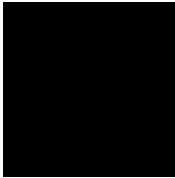
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

les Amis
**FULL
LOVE**

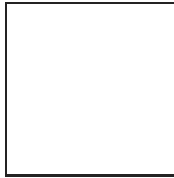
les Abattoirs
FRAC Midi-Pyrénées

les Abattoirs
FRAC Midi-Pyrénées

#000000



#FFFFFF



#E3333C



POURQUOI DEVENIR AMI DES ABATTOIRS ?

Faites entrer les Abattoirs dans votre vie culturelle. Le Musée - Frac Occitania Toulouse à vocation nationale et internationale est une référence en art moderne et contemporain de notre région : plus de 4 000 œuvres à découvrir, une fréquentation toujours en hausse avec 165 000 visiteurs en 2016.

Soyez curieux de la richesse de votre environnement culturel
Venez découvrir une programmation riche et variée autour d'artistes contemporains reconnus et émergents.

Bénéficiez de moments privilégiés
Découvrez en avant-première les nouvelles expositions lors des vernissages privés avec les commissaires ou les conservateurs du musée. Vous aurez d'un moment privilégié d'échange avec les artistes et les commissaires d'exposition autour d'un cocktail.

Laissez-vous surprendre
Chaque exposition temporaire est l'occasion de rencontres inédites et complètes entre le monde de l'art et une personnalité autour de dîners privés au cœur du musée. Ces dîners de gala permettent aux Abattoirs de poursuivre sa politique d'acquisition d'œuvres.

Week-ends découvertes
Excursions, courts séjours thématiques en France et en Europe pour suivre les événements marquants de l'art contemporain (biennales, grandes expositions et visites de collections privées...)

Nous rejoindre, c'est contribuer activement au rayonnement des Abattoirs !

AVANTAGES ET ADHÉSION

En nous rejoignant, vous intégrez un groupe dynamique et motivé qui se mobilise tout au long de l'année pour promouvoir les actions des Abattoirs, soutenir financièrement les acquisitions, et contribuer ainsi à son rayonnement.

Avec votre carte, vous allez bénéficier de nombreux avantages :

- Accès gratuit aux expositions, collections, conférences, concerts et performances organisés par les Abattoirs.
- Découverte en avant-première des expositions temporaires lors de vernissages privés réservés aux Amis.
- Abonnement à la Newsletter.
- Réduction de 5 % à 10 % à la librairie du musée.
- Possibilité pour les détenteurs d'organiser une visite privilégiée au cours de l'année avec un conférencier pour un groupe de 10 personnes.

Pour les particuliers (personnes physiques), une déduction fiscale de 66 % est appliquée sur le montant de la cotisation, plafonnée à 20 % des revenus imposables.

Pour les entreprises (personnes morales), la déduction fiscale appliquée est de 66 % dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaire hors taxes de l'exercice en cours. Délivrance de votre reçu fiscal par l'association.

OFFRE ENTREPRISE A partir de 1 000 €, bénéficie d'une offre sur mesure ! Contactez directement le Service des Amis pour plus d'informations sur les avantages : amis@musseedesabattoirs@gmail.com

JE DEVIENS AMI

Adhésion ou Renouvellement

Nom : _____

Prénom : _____

Téléphone : _____

E-mail : _____

Nom : _____

Prénom : _____

Téléphone : _____

E-mail : _____

Adresse : _____

Code Postal : _____ Ville : _____

Adhérent(e) à la société des Amis des Abattoirs (reçu de : _____)

Membres(e)
 Solo (70 €) Duo (140 €)

Donateurs(e)
 Solo (200 €) Duo (400 €)

Offre entreprise (à partir de 1 000 €)

Date : _____

Signature : _____

Toute nouvelle adhésion reçoit dans les quatre derniers jours de l'année un kit de bienvenue.

Le paiement doit être effectué par chèque à l'ordre de Les Amis des Abattoirs, à adresser accompagné du bulletin d'adhésion.

Les Amis des Abattoirs
76 allées Charles de Fitte, 31300 Toulouse
Vous recevrez par courrier votre carte d'Ami des Abattoirs.

Pour toutes questions :
amis@musseedesabattoirs@gmail.com



Documents administratifs :
Papier en-tête et carton de correspondance, carte
de visite, signature des courriels.



Communication urbaine

Affiche A3, 40x60 cm

Vendus au public lors du vernissage dont les bénéfices ont été reversés aux familles.



<https://fulllove.fr/print-edition-limitee/>

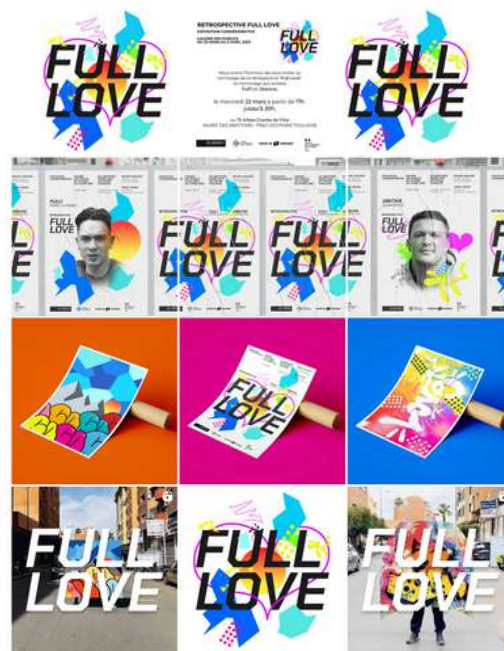


Bâches et kakémono

Affiches imprimés format A2 pour affichage urbain.



Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn) Gabarits pour post texte, visuel et vidéo.



Formes de déclinaisons commerciales envisageables :
Carte postale, tote bag en tissu, sac pour la librairie, goodies.



II. Éléments de signalétique dans les espaces :

Titres et textes explicatifs des expositions dans les espaces, marquage et signalétique des espaces, panneaux d'informations à l'entrée du musée, répertoire des symboles et icônes



Cliquez sur le document ci-dessus pour ouvrir le lien.

Cartels des œuvres

J'avais mis en place des QR Cartel, c'est-à-dire des QR code qui redirigeaient au site avec un historique de l'artiste et de son oeuvre, la rencontre des deux artistes et le préambule.



AVANT-PROPOS

Préambule

Ecrire son nom,
Ecrire son nom pour qu'on ne l'oublie pas.
Parce qu'il est viscéralement nécessaire,
Par analogie à l'acte de peindre, de l'écrire.
S'épanouir, s'accomplir, se démarquer dans l'invisageable,
Dans l'infaisable, dans l'insoupçonnable.

Devenir quelqu'un,
partant de rien dans un monde qui n'offre que le rien.
Devenir quelqu'un, devenir tout, par l'audace, le talent et la détermination.
Le Musée Des Abattoirs FRAC Occitanie Toulouse,
À l'honneur de vous présenter deux artistes,
Dont les travaux prennent source dans l'écho de cette pratique,
interdite et incomprise qu'est le graffiti.

L'urgence et le risque faisant office de terreau,
Sans aucune comparaison possible,
Quant à leur cheminement.
Leurs oeuvres, si différentes soient-elles,
S'inscrivent dans la défense d'un propos commun de par le travail,
Qu'importe l'heure, qu'importe l'interdit, qu'importe le Monde.

Entre délicate poésie de l'iris et subtile complexité rétinienne,
Accompagnons les regards enjoués et critiques,
De ces artistes hors du commun,
Qui ont dédié leurs vies au travail.

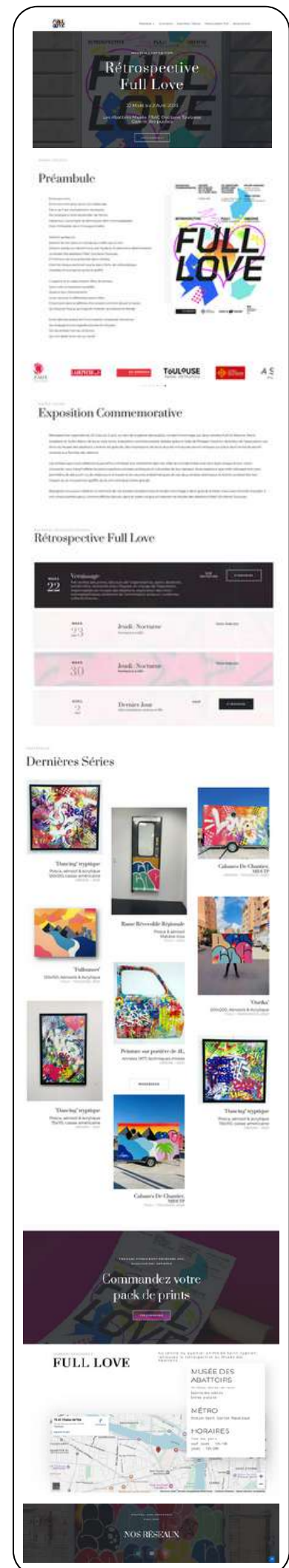
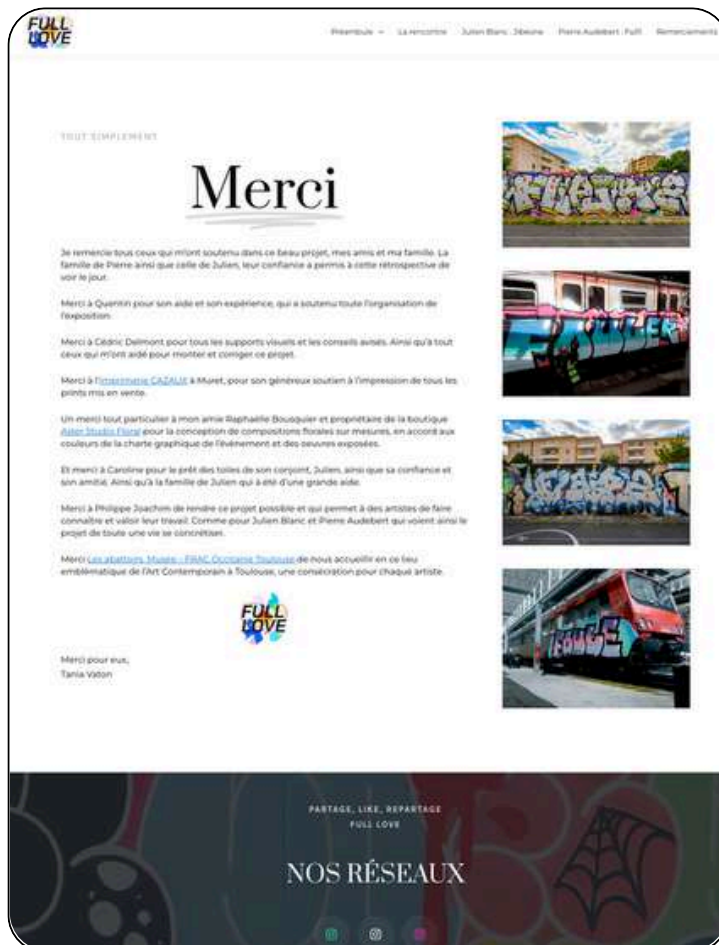
III. Site internet



www.fullove.fr

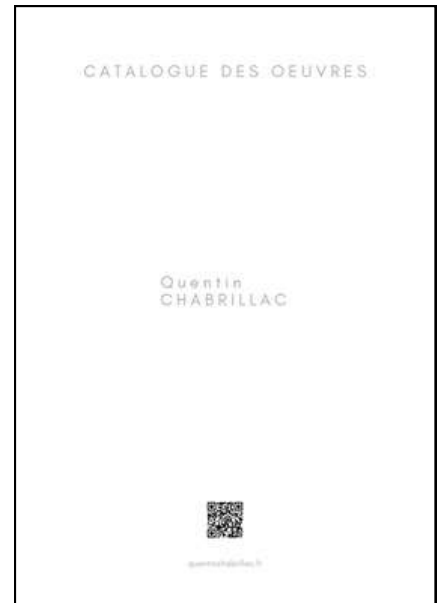
Page d'accueil du site de l'exposition

Créé sur wordpress



Travaux réalisés pour la scène culturel et artistique en tant qu'agent

Quentin Chabrillac : Réalisation de divers supports de communication pour l'artiste peintre (site web, catalogue des oeuvres, invitation de vernissage, affiches, aide à l'organisation d'expositions) – Toulouse



[Cliquez ci-dessus pour ouvrir le lien](#)

Quentin Chabrillac est un artiste français né en 1988.

L'influence du vide sur le plein ou comment l'esprit comble intuitivement le manque qu'il perçoit comme sien : Quentin Chabrillac décortique sa peinture comme une étude de ce phénomène, partie intégrante de l'action humaine. Comment l'absence guide nos choix ? Par quel processus le vide devient du plein ou élément déclencheur, moteur du présent, du palpable ?

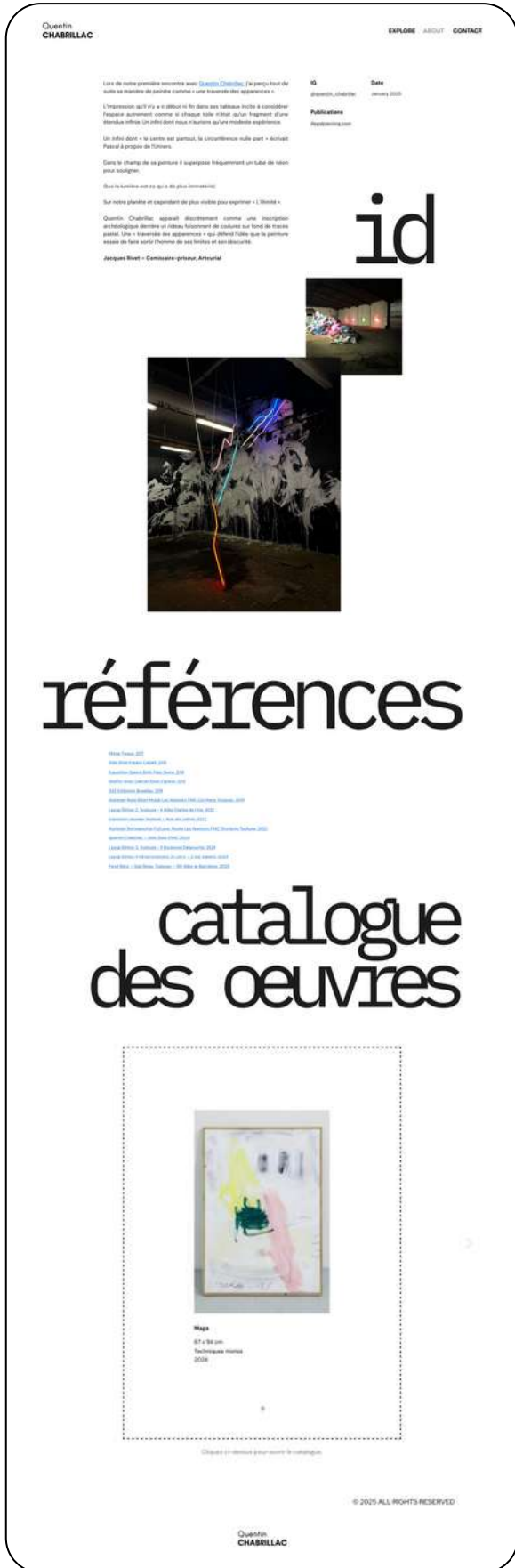
Pour Quentin Chabrillac, ces questions ont une résonance toute particulière car elles font écho à son histoire. Le choix des couleurs, des motifs, du geste, de la composition, lui permettent de recréer un ressenti issu de l'œuvre le replongeant dans les moments passés. Tel un parfum de printemps faisant réapparaître des sensations oubliées, ravissant au passage l'esprit du plaisir délicat d'un souvenir d'enfance.



www.quentinchabrilac.fr

Page d'accueil, contact et informations
créé pour un artiste

Créé sur wordpress, SEO, optimisation
des images et animation.



Padre : Réalisation de divers supports de communication pour l'artiste graffeur (cartels, visuels de communication, invitation vernissage, organisation d'exposition) – Toulouse



EXPOSITION
layup
2024

VERNISSAGE JEUDI 2 MAI
à partir de 18h

EXPOSITION GRATUITE
Vendredi 3 Mai - Vendredi 21 Juin 2024

11-13 Boulevard Delacourtie, 31400 Toulouse

Layup Team

rafaela.expolayup@gmail.com

Chargée de projet
Rafaëla Bailles : 06 16 95 52 23

Directeur Artistique
Loïc André : 06 13 92 05 23

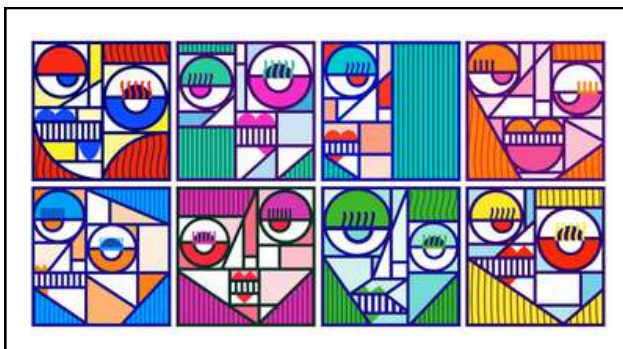
expolayup
 www.expolayup.com

Padre Team

Agent
Tania Vaton : 06 55 15 46 24
pa.drspaintere@gmail.com

padre.dr
 www.quentinchabrilac.com

Cédric Delmont : Démarchage et réseautage – Genève



WUSE
en faveur de

FONDATION DES FEMMES

EDITION LIMITEE
WMN PDF

- 30 exemplaires numérotés et signés
- Impression en sérigraphie par NEBELPRESS
- Format: 20x32 cm
- 4 couleurs : Rose, Bleu, Aqu, Blanc et Rouge
- Imprimé sur papier Munkun Print White 300g

100% DES VENTES ONT ÉTÉ VERSÉES À LA FONDATION DES FEMMES

La Collection WMN est issue du constat des violences et du sentiment d'insécurité que les femmes subissent. Il me semblait essentiel de lui donner un sens plus profond en l'insérant dans une démarche associative. J'ai décidé de créer un pont spécial pour soutenir la Fondation des Femmes à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes et de soutenir le travail des bénévoles actives en faveur de l'association.

Wuse prend comme toile de fond le constat des violences faites aux femmes et du sentiment d'insécurité auquel elles font face quotidiennement. Son travail questionne les inégalités de genre, la charge mentale et la nécessaire performance que la société leur impose.

Il met aussi en lumière la pression sociale des canons de beauté et stéréotypes sexistes qui sont banalisés par nos sociétés.

WMN dépeint la souffrance, émouvante et unique, de ces femmes qui sont les gueules cassées de notre époque.

Dans la série WMN, l'expression artistique se traduit par des formes géométriques fragmentées, donnant naissance à une mosaïque singulière. L'utilisation des couleurs vives et exacerbées, ne respecte plus une réalité observable mais bien une réalité intérieure, picturale. Elle trace un parallèle avec la résilience de ces femmes.

Ces visages aux facettes déconstruites oscillent dans un équilibre entre failles et puissance, impliquant le carré pour limite, comme encore enfermés dans un carcan social opprimant.

JEU, SET & BENCH : UN LIVRE ALLIANT PASSION POUR LE DESIGN ET LE TENNIS

Passionné de design et de tennis, et j'ai récemment créé un livre de 32 pages qui explore de manière unique le lien entre ces deux domaines.

Ce livre se concentre sur un élément parfois négligé mais essentiel des courts de tennis : les bancs. Ces éléments sont bien plus que de simples sièges. Ils jouent un rôle à la fois esthétique et fonctionnel dans cet environnement sportif.

À travers ce projet, j'ai souhaité mettre en lumière l'importance de ces bancs dans le monde du tennis. Ces pièces, souvent discrètes, contribuent de manière significative à l'expérience visuelle et pratique des joueurs.

Pour illustrer cette exploration, j'ai choisi la photographie. Mon but était de donner aux lecteurs une perspective originale et captivante sur les bancs de tennis. Vous découvrirez à travers ces images la diversité des designs, les détails subtils, et le caractère unique de chaque banc.

Le projet "Jeu, Set & Bench" a déjà reçu une reconnaissance dans le monde du tennis et du design. Une sélection de photos de ce projet a été publiée dans le magazine de tennis, COURTS.

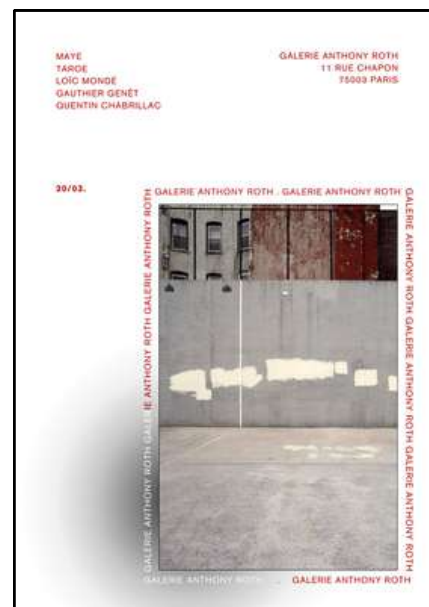
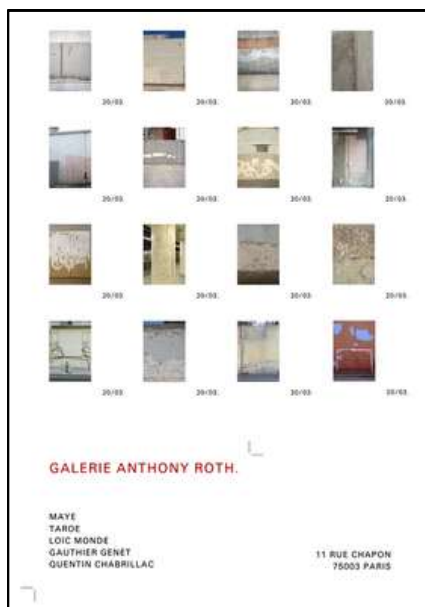
Son auteur, Cédric Delmont,

Directeur de Création au sein d'une agence de communication, apporte son expertise en design et sa passion pour le tennis dans ce projet unique. Issu d'un parcours scolaire et professionnel orienté vers le design, il a suivi une trajectoire professionnelle dédiée à l'expression visuelle et esthétique. Sa passion pour le tennis a pris racine duel entre Agassi et Sampras. Ces deux légendes du sport ont été une source majeure d'inspiration pour lui, marquant le début de son attachement au monde du tennis.

En capturant des images de bancs de tennis, il partage une perspective originale sur l'intersection entre le design et le tennis. Ses photographies ont été prises dans son club de tennis, ajoutant une dimension personnelle et locale à ce projet.



Galerie Anthony Roth : Création d'affiches et visuels de communication – Paris



Résidence artistique La Pépinière : Création de visuels de communication pour les vernissages des artistes résidents – sept 2021 à avril 2022



Travaux réalisés pour particuliers en tant que graphiste

Création d'une identité visuelle pour un salon de bien-être – août 2024



Aa

GOTHAM
A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z

Celle-ci plus simple et donc plus lisible pour les titres secondaires et donner des informations.

AA

CINZEL
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

Celle-ci est particulière puisque la minuscule et la majuscule se différencient que très peu, mais ce n'est pas grave car elle sera utilisée pour le nom.

"Venez vous faire **chouchouter** dans une ambiance **zen** avec des produits sains et doux Pour un massage **corps** ou un soins **visage**.

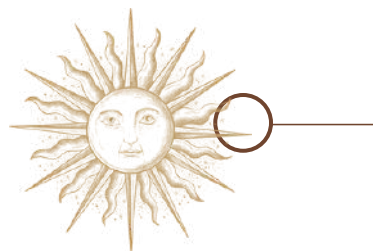
Esthéticienne de formation, je me suis spécialisée dans les **massages bien être**. Je prends les choses en mains et **à cœur**, dans mon salon à Connax, pour que votre moment de détente **vous ressource profondément**.

Je travaille mes soins visage avec de la **slow cosmétique** c'est à dire des produits **éthiques**, respectueux de l'environnement et de fabrication française. Contenant de nombreux **principes actifs naturels** et biologiques, en excluant les ingrédients chimiques, contrairement aux cosmétiques industriels classiques."

Cathy



Son style scripte évoque une écriture à la fois raffinée et délicate, ce qui peut refléter une approche intemporelle de la beauté du massage qui a tendance à vieillir très vite stylistiquement parlant.



Le soleil et les étoiles qui scintillent représentent l'excellence et se réfèrent à la qualité des services et des produits utilisés. À eux deux ils représentent un niveau d'attention tout particulier apporté à notre clientèle, mais aussi au respect de la nature faisant référence à notre savoir faire de grande qualité et la traçabilité des ingrédients et soins.

À CORPS & À COEUR
SOINS ET MASSAGES BIEN ÊTRE

Cette typographie est construite sur une géométrie équilibrée, avec des lignes droites et des formes arrondies qui confèrent à la police une apparence moderne et professionnelle.

Aide à la réalisation du dossier d'appel à projet et création de visuels - février 2022 à 2024

Des créations uniques, artisanales et responsables **ASTER** souhaite vous faire découvrir le savoir-faire et l'artisanat français.

Raphaëlle, jeune auto-entrepreneur qui s'est lancé il y a tout juste un an, dans l'aventure d'ouvrir sa **propre boutique**.

Après 1 an de préparation, et de formation au Jardin Saint-Jérôme, artisan fleuriste du quartier de Saint-Georges.

Le local de 36 m² situé au **17 Rue Arnaud Bernard à Toulouse**, mis en place par Toulouse métropole correspond totalement aux attentes d'un commerce végétal. Toulouse métropole a lancé un appel à projet afin de répondre au besoin de **revalorisation** et de diversité des commerces du quartier **Arnaud Bernard**.

Proposant un service qui vient parfaitement **s'intégrer** dans le quartier, **ASTER** vient offrir un service complémentaire aux habitants et qui fréquentent le quartier.



Appel à Projet - Toulouse métropole
Dossier élaboré par BOUSQUIER Raphaëlle

2022



Clientèle ciblée

On connaît aujourd'hui une véritable tendance à acheter des plantes, à en faire quasiment une collection vivante, les plantes font réellement partie de la décoration d'intérieur depuis quelques années. Les plantes et les fleurs apportent une touche de fraîcheur, de par leur vivant ou leur couleur, que d'autres objets de décorations ne pourront pas remplacer. Pour déterminer la clientèle cible, nous avons procédé à une analyse des données collectées auprès de sources diversifiées. Les principales informations ont été résumées ci-après.

Il est possible de répartir la clientèle en 3 catégories distinctes :

- les passionnés de fleurs ;
- les amateurs occasionnels
- Et les indifférents.

En ce qui concerne le quartier Arnaud Bernard, après observation nous nous attendons à plusieurs types de clientèle, des étudiants, des jeunes parents et citadins entre 25 et 40 ans, et des personnes âgées. Dans cette clientèle il y a une partie des passants qui empruntent la rue pour regagner le centre, ou pour rejoindre leur domicile. La présence de L'Église Saint-Sernin aussi est un atout principal, son patrimoine exceptionnel est un attrait touristique important pour le quartier Arnaud Bernard/Capitole, et elle offre aux fleuristes de nombreuses occasions d'avoir l'honneur de fleurir les cérémonies de celle-ci.

Dans ces catégories, nous avons dressé le profil de nos clients types :

1. **Le passionné de fleurs** est surtout une passionnée. En effet, il s'agit d'une femme de plus de 40 ans et propriétaire d'au moins 1 animal ou plus, mère de famille qui vient régulièrement à la boutique acheter des bouquets, vient habiller ses nouveaux vases en fleur séchée et occasionnellement des plantes pour ses enfants, ou son intérieur.
2. Ensuite, viennent les **amateurs occasionnels** qui sont plutôt des hommes de 25 à 35 ans. Ceux-ci n'achètent que chez un fleuriste. Ce client type serait un homme avec un enfant en bas âge qui est souvent invité à dîner et dont le ou les enfants sont à l'école rue du Taur, ou dans l'hypercentre, qui passe par la boutique pour prendre un bouquet pour sa conjointe et s'arrête au passage à la librairie pour les enfants. On trouve aussi dans cette catégorie des femmes de 20 à 35 ans qui ont, pour une partie d'entre elles, des enfants sont sensibles aux causes environnementales, végétariennes voir véganes, et achètent essentiellement dans les commerces de proximité, du pain bio par exemple dans la boulangerie adjacente.
3. Viennent enfin les **indifférents** qui ne considèrent les végétaux que sous l'angle des contraintes liées. Un homme âgé de 60 ans, qui vient à la boutique car elle est sur son chemin stratégique acheter un bouquet, ou une fleur unique, à sa femme pour leur anniversaire de mariage par exemple.



L'appel à projet à été validé et ASTER ouvrira ses portes le 28 Janvier 2023.

Sommaire

1. Résumé opérationnel	4. Stratégie de l'entreprise
	Plan marketing :
2. Naissance du projet	La politique de prix
Origines du projet	La politique de communication
Parcours de la fondatrice	La politique de Fournisseur
3. Le service en tant que fleuriste	Position géographique :
Description du produit - service	Emplacement stratégique
Licences et autorisations diverses	Histoire, évolution et attente du quartier
Stade d'avancement	5. Montage juridique et financement
4. Le marché	Forme juridique
Nature et tendance du marché	Répartition du capital /
Clientèle ciblée	Plan de financement
Concurrence	

1. Résumé Opérationnel

Des créations uniques, artisanales et responsables

ASTER souhaite vous faire découvrir le savoir-faire et l'artisanat français, en proposant des créations uniques et responsables.

Confectionnées à TOULOUSE, mes créations sont toutes réalisées à la main avec beaucoup d'amour. Pour vous suivre dans votre décoration d'intérieur, de tous les jours, dans vos bouquets, lors d'événements ou tout simplement pour dire à des êtres qui vous sont chers, combien vous les aimez.

Mes créations sont réalisées autant que possible avec des fleurs locales et des matières nobles. J'adore découvrir et créer de nouveaux univers, de nouvelles matières, de nouvelles tendances. Afin de vous proposer des produits issus d'un savoir-faire unique, français, aux facettes multiples et inattendues.

ASTER se veut nouveau, conceptuel et en constant renouvellement afin de répondre au mieux aux attentes de notre clientèle. Tout en conservant son esprit terre-à-terre, artisanal et éthique, qui lui est propre.



28 | 01 | 23

@ASTERFLWRS

ASTER FLOWERS



17 RUE ARNAUD BERNARD

OUVERTURE LE
28 | 01 | 23

OUVERTURE LE
28 | 01 | 23

OUVERTURE LE
28 | 01 | 23

OUVERTURE LE
28 | 01 | 23

OUVERTURE LE
28 | 01 | 23

OUVERTURE LE
28 | 01 | 23

²⁴
OUVERTURE LE
28 | 01 | 23

Rémunération :

- Chèques emploi service universel (CESU - URSSAF)

- ✓ Personnes atteintes de démence et Alzheimer
- ✓ Personnes en situation de handicap psychiques ou moteur (enfants-adultes)
- ✓ Personnes âgées
- ✓ Personnes en perte d'autonomie
- ✓ Retour d'hospitalisation



Un accompagnement pour conserver votre autonomie et rendre possible le maintien à domicile.



Mme *****
06 ** * * * *

- Présentation**
- Gestes de la vie quotidienne**
- Maintien de la vie sociale**
- Soutien aux aidants**

Mes services

Soutien aux aidants

- Vous apporter du temps libre,
- Vous soulager dans vos charges du quotidien,
- Répit psychologique,
- Relai et soutien la nuit,
- Accompagnement à l'extérieur,
- Partager, échanger, écouter.

Gestion de la vie quotidienne

- Aide à la personne (hygiène, confort, transfert),
- Aide au lever et au coucher,
- Aide à la toilette,
- Préparation et aide à la prise de repas selon régime spécifique,
- Garde malade et présence de nuit,
- Accompagnement aux rendez-vous médicaux, aide au transport,
- Accompagnement aux courses,
- Assistance administrative (rédaction de courriers simples, classification de documents,
- L'aide à la prise de traitement,
- Maintien de l'autonomie.

Présentation

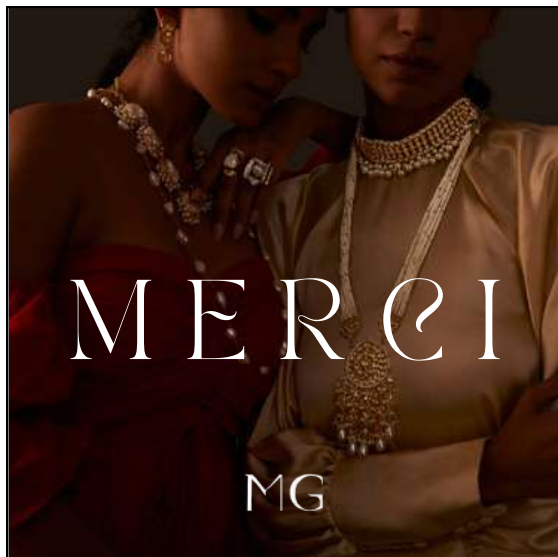
Jeune femme active de 34 ans, forte de plus de 10 années d'expériences, dans le service d'aide à la personne. Diplômé d'état en tant qu'aide soignante depuis 8 ans, à l'IFSI Avignon. Ainsi que d'un BEP sanitaire et sociale.

Expériences professionnelles :

- F.A.M.
- M.A.S.
- I.M.E.
- E.H.P.A.D.
- CHU Avignon
- Accueil de crise fermée Mont Favet
- Hospitalisation à domicile

Maintien de la vie sociale

- Accompagnement en dehors du domicile (balades, courses, rendez-vous médicaux...),
- Soins esthétiques pour l'estime de soi (manucure, pédicure, massages bien-être, soins du visage, petite épilation),
- Gymnastique douce,
- Stimulation de l'activité cognitive et de la mémoire,
- Compagnie, occupation ludique, jeux
- Atténuer la solitude avec des interactions animales.



MG

Maison
Gabriel

Maison Gabriel
Joillier Créateur
Paris . Toulouse

A B C D
E F G H
I J K L
M N O P
Q R S
T U V W
X Y Z

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

DM Sans
Bodoni Sans

Espacement 144
Interligne 1,4



Maison Gabriel vous remercie pour votre achat.

Grâce à vous, cet achat encourage l'artisanat français. Nos prix garantissent une fabrication avec des matières premières d'une qualité exceptionnelle, mais surtout une rémunération juste des personnes ayant collaboré avec nous. Nous travaillons à partir d'or recyclé ainsi que de pierres et diamants certifiés, avec des processus de fabrication respectueux de l'environnement.

Car vous comptez pour nous, votre avis compte aussi.

N'hésitez pas à nous laisser une note google.
Pour toutes demandes, contactez nous
via contact@gabriel-joaillier.com.

Maison
Gabriel



Travaux d'UX/UI :

Logo réduit :  Logo initial : 

a b c d **SafeWalkeuse**
 e f g h
 i j k l **safe**
 m n o p
 q r s **abcdefghijklmnopqrstuva**
 t u v w **abcdefghijklmnopqrstuva**
 x y z

Vous garantir un quotidien facile et sans encombres ne devrait pas être un luxe.

Tout au long de notre vie la sécurité des femmes à été minimisée et négligé.

Notre priorité, s'assurer que vous rentriez en sécurité à votre domicile, et vous accompagnez sur tous vos trajets du quotidien.

Sémantique :
Noir et Blanc pour être lisible, non genré, intemporel et surtout universel.

D'après notre veille concurrentielle :
Les applications de transports et de sécurité sont relativement basiques elles doivent être intuitive et efficace mais souvent le design est délaissé. Nous avons donc voulu allier les deux aspects design et efficacité.

ex : Waze, Tisséo, Google Maps, Quivive

Marre d'être inquiète sur le chemin du retour pour vous ou vos proches ?
C'est fini vous n'écourterez plus vos soirées.
Rentrer après le travail à 17h ne sera plus une angoisse avec SafeWalkeuse.

Télécharger l'application

Trouver un partenaire de marche en temps réel pour partager un trajet avec un utilisateur à proximité. Inviter vos amis, des membres de votre famille ou d'autres utilisateur/trices de l'application à vous accompagner virtuellement lors de vos trajets.

Géolocalisation en direct pour suivre votre position, rester connecté et s'assurer que tout se passe bien grâce à un standard qui veille sur les alertes de ses utilisateurs.

Bouton d'alerte qui appelle la police en ligne directe et lance une sirène sur le téléphone en cas d'urgence, appuyer 3 fois d'affilée sur le bouton de veille.

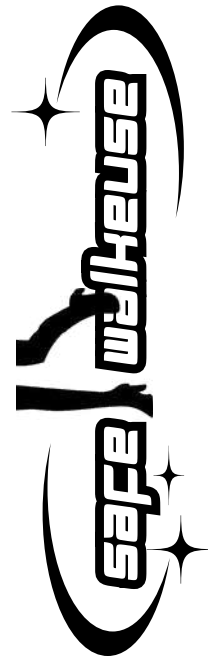
Propositions de différents itinéraires sécurisés en fonction de la zone et de l'heure, en utilisant les données de sécurité locales. Choisissez les chemins les plus sûrs, l'application vous propose différents modes de transports vous n'avez plus qu'à vous laissez guider.

Une communauté de SafeWalkeuse partager vos expériences de marche en toute sécurité via le chat et en partageant directement vos numéros si vous avez besoin d'un soutien ou d'une personne à qui parler le temps du trajet.

Si toutefois votre trajet ne vous convient plus ou ne vous semble pas safe, commandez un taxi. Tous nos conducteurs sont des collaborateurs dédiés à la communauté, c'est-à-dire qu'ils sont vérifiés préalablement. Nous favorisons aussi les conductrices femmes, tout en vous faisant payer un tarif avantageux uniquement pour notre communauté de SafeWalkeuse.



Projet d'application exercice d'UX Design : création de la landing page et du parcours utilisateur d'une application - Janvier 2024



Exercice d'UX : création de l'interface de base d'une application de livraisons de médicaments - Octobre 2022



Fira Sans Medium

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medic'Life

Les médicaments ne sont pas automatiques, nous sommes là pour vous garantir un accès de qualité et à tous.

Tout au long de notre vie ce qui nous régit c'est être en bonne santé.

Faire de votre santé, une priorité.

Sémantique :

Le bleu : L'éternel, protection, confiance, sécurité, sérénité, infini...
Le blanc : pureté, équilibre, neutre, valeurs positives, liberté, paradis, propreté...

D'après notre veille concurrentielle :

- tout ce qui se rapporte à la santé / médical est de couleur bleu,
- ex : Doctolib



1

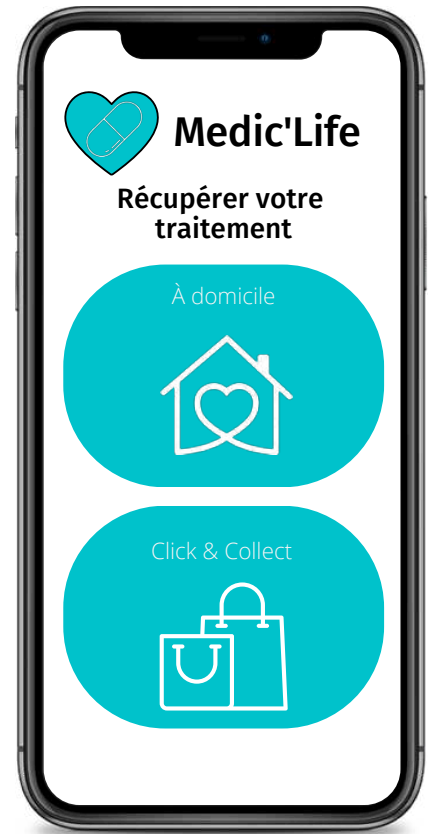
Créer votre compte utilisateur, renseigner votre **identité** et vos spécificités, autoriser la **géolocalisation** et c'est partie !

À partir de votre **ordonnance** qu'elle soit en format **papier** ou directement connecté à votre compte **Doctolib**.

2

3

Nous nous chargeons de vous proposer dans la **pharmacie la plus proche de vous ou de votre domicile**, un service adapté avec les **prix affichés** et des alternatives.



Choisissez **votre créneau** de livraison à votre **domicile**, ou en **click and collect** dans votre pharmacie de quartier.

4

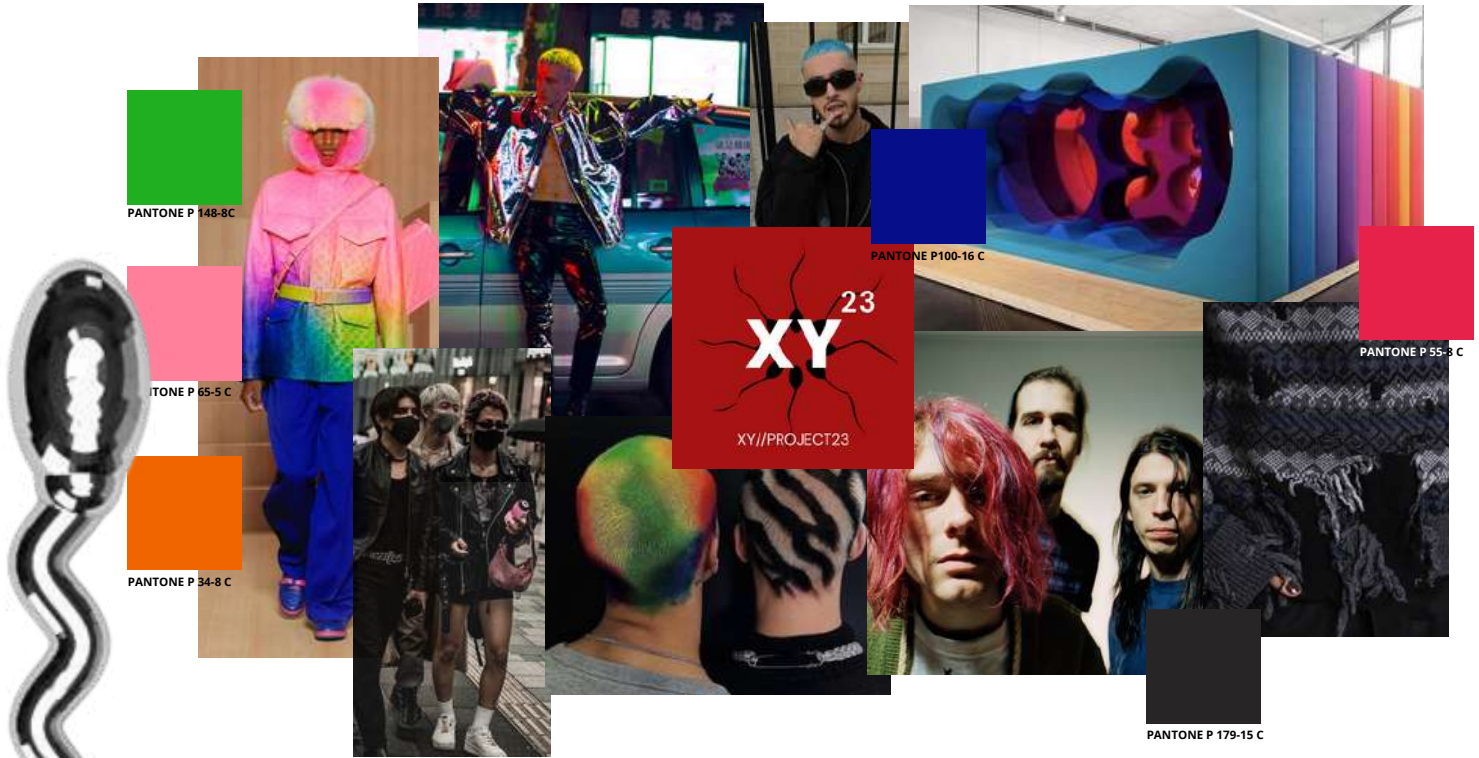


- Pour les personnes âgées, les personnes en situation d'isolement, en cas d'invalidité... ;
- Permet un suivi du traitement plus pratique pour le corps médaille (infirmerie à domicile, auxiliaire vie...);
- Service 24h/24 et 7j/7 avec des pharmacies de garde ;
- En cas d'urgence, permet d'appeler plus facilement les secours ou les urgences;
- facilite la prise de rendez vous avec votre médecin traitement ou pour renouvellement de traitement ;
- Pour les situations inédites (ex: confinement, cas contacts...).



Travaux d'école de mode

Extrait du projet de création d'une marque ESIMODE :
 Etude de marché, branding, plan de collection, packaging, stratégie e-commerce (...)
 Meilleure note de la promo 2021-2022



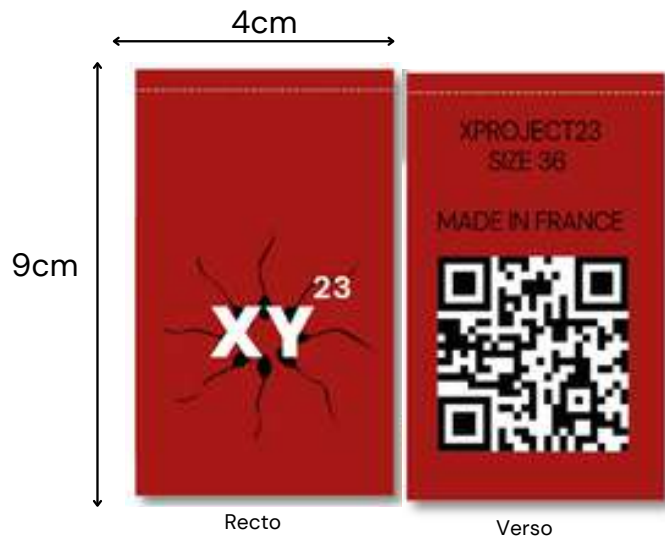
RAF SIMONS



WALTER VAN BEIRENDONCK



RICK OWENS



ÉGÉRIE SULIVAN GWED

La marque sort de l'anonymat et devient une personnalité avec :

- Un physique
- Un caractère
- Un style

Mémorable dans l'inconscient du client
Le client a besoin de s'identifier à une star.
La cible : la génération Z

DE LA COMMUNICATION SUR LE PRODUIT,
VERS LA COMMUNICATION DE LA MARQUE.



Coloris



PANTONE P 65-5 C
Baby gummies

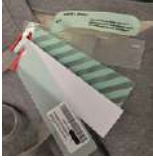


PANTONE P 179-15 C
Black riot



VARIATION LOGO

Matières



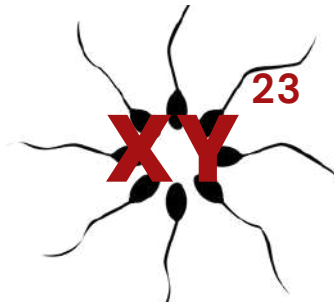
Silicone



Coton tricoté



Epingle à nourrice
22MM ARGENT 25P

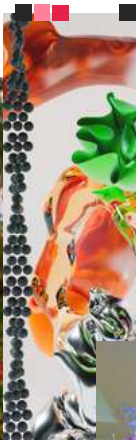
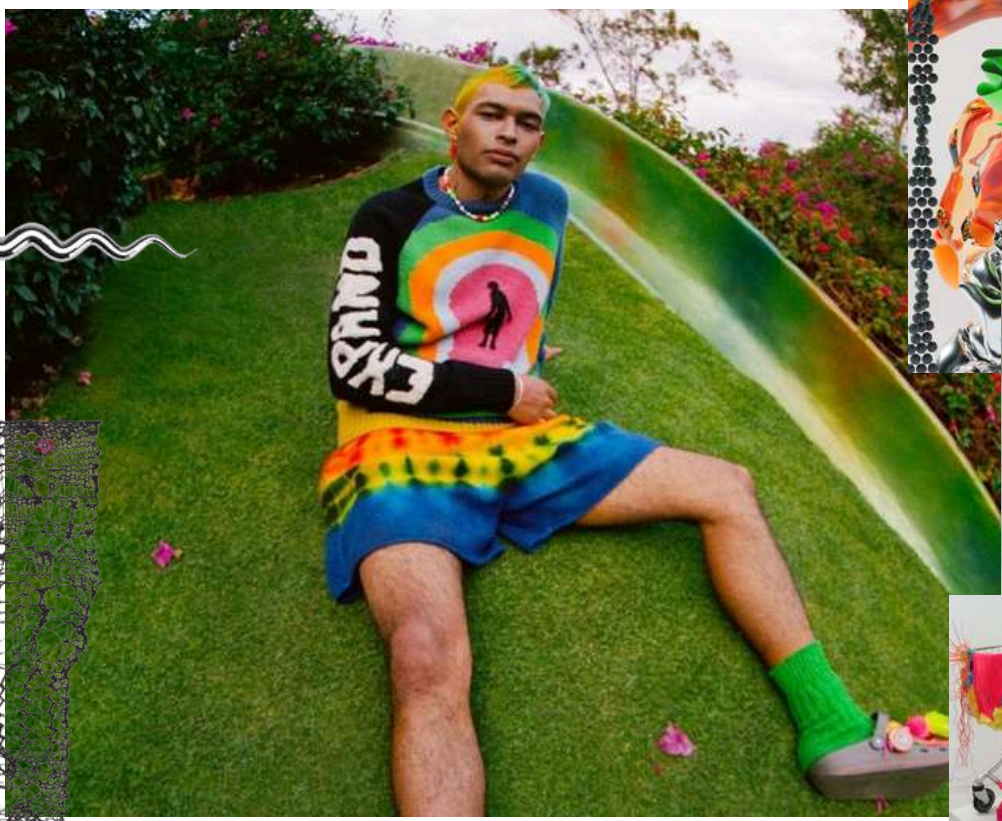
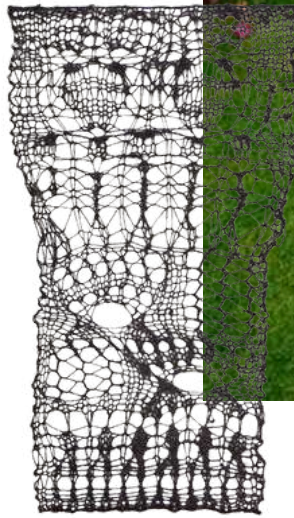


METAMORPHOSIS
F/W 23-24

GAMME COULEUR
PANTONE P 165-15 C
New born grass

MANTEAUX ET VESTES	BUTTERFLY COAT OEDIPE /001 • LAINAGE • DOUBLURE • TRIPULURE 1 575 € XXS au XXXL	COAT NACRE /005 • LAINAGE • DOUBLURE • TRIPULURE 1 500 € XXS au XXXL	SPONGE COAT MISS /004 • LAINAGE • JERSEY ÉPONGE • DOUBLURE • TRIPULURE 1 400 € XXS au XXXL	JACKET 840 €
	SHIRT NEMUSIEN / 016 450 € XXS au XXXL	PULLOVER PERLORGNONIUM /011 LAINAGE 675 € XXS au XXXL	SLEEVES	390 €
HAUTS	TROUSER NOIR /025 JEANS UPCYCLÉ 405 € XXS au XXXL	TROUSER LUCINE /023 JEANS UPCYCLÉ 645 € XXS au XXXL	SKIRT CALLOPHRYS /019 JEANS UPCYCLÉ 535 € XXS au XXXL	TROUSERS 620 €
	PIÈCES ENTÈRES			
BAS	ACCESSOIRES			
	RINGS ICARUS /027 150 €	BAG CELASTRINA /026 LAINAGE 150 €	GLASSES ORGYA /029 325 €	MITTENS 250 €

PANTONE P 165-15 C New born grass	PANTONE P 93-4 C Confused	PANTONE P100-16 C Royalty
PANTONE P 179-15 C Black riot	PANTONE P 34-8 C San Francisco	
PANTONE P 55-8 C Glow up	PANTONE P 65-5 C Baby gummies	
PANTONE P 148-8 C Glow worm		

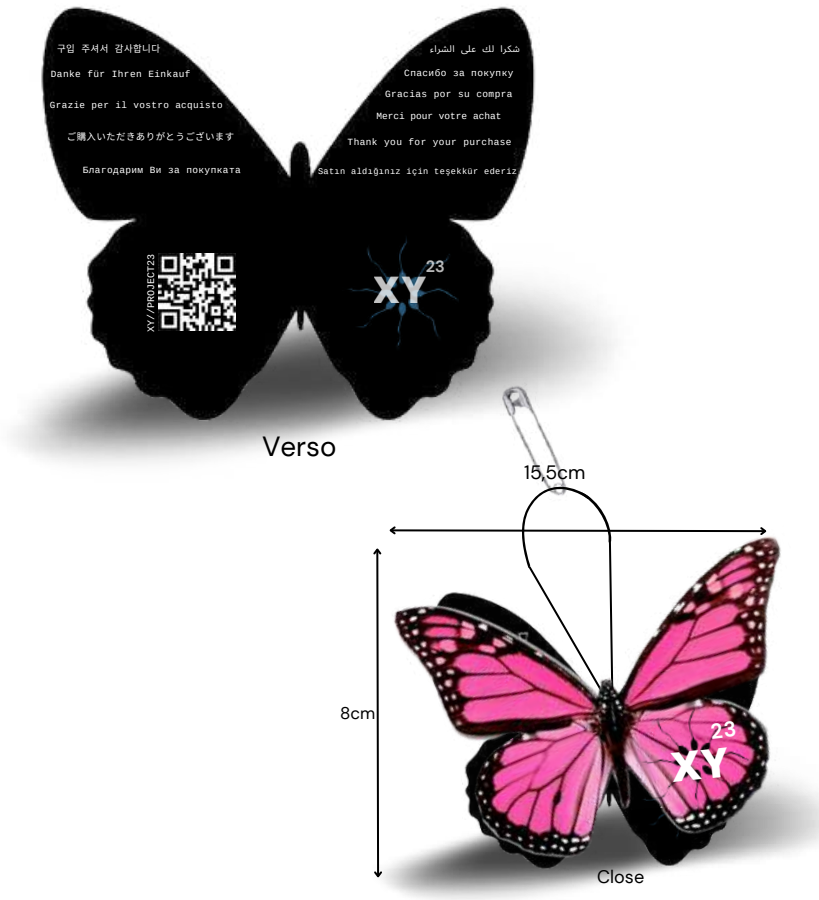


METAMORPHOSIS
F/W 23-24

Extrait du book commercial : <https://www.calameo.com/books/007058683349eb8ee95a8>



COULEURS							MOTIFS	MATIÈRES																																			
NFT																																											
BLAZER AZURÉ /002 • GABARDINE • TRANCHE • DOUBLURE	BLAZER LYCAON /006 • GABARDINE • DOUBLURE • JERSEY COTON • TRANCHE/PIPPINE	BLAZER CUPIDO /007 • GABARDINE • DOUBLURE • JERSEY COTON	BLAZER HIPPARCHA /008 • GABARDINE • DOUBLURE • JERSEY COTON	JOGGING IPHIS /009 • JERSEY BOUCLETTE • DOUBLURE	SLEEVELESS JACKET CEPHALE /010 • GABARDINE • COTON JERSEY • DOUBLURE	TRENCH COAT MONARQUE /003 • GABARDINE • DOUBLURE	COAT BOMBYX/034	JACKET TIMANDRA/035	SS PULLOVER ABRICA /012 LAINAGE	SHIRT MACHAON /015 COTON JERSEY	PULLOVER PERLORONIUM /013 COTON JERSEY	T-SHIRT NYMPHALIS /014 COTON JERSEY	SHIRT LITHOSIE /036	SHORTS ORPHODIE 2 /026 • GABARDINE • DOUBLURE • JERSEY COTON	SHORT PROSCRIS /021 • GABARDINE • DOUBLURE • JERSEY COTON	TROUSER ORPHODIE /026 • GABARDINE • DOUBLURE • JERSEY COTON	TROUSER SPHINX /024 JERSEY BOUCLETTE	TROUSER PAON /022 JEANS UPCYCLÉ	SHORT ABRICA /020 COTON JERSEY	PANT MÉLITÉE/037	JEANS BRINTESIA/038	DRESS AMARYLLIS /018 COTON JERSEY	SUIT MORPHO /017 JERSEY LYCRA	DRESS PIERIS/039	SENS SATURNIA /030	BALACLAVA PYRONIA /031	BALACLAVA TYRIA /032	BALACLAVA SACAI /033	FOURNITURES														
40 €		850 €		995 €		650 €		880 €		420 €		350 €		320 €		620 €		500 €		790 €		740 €		350 €		30 €		30 €		5 au L		MÉTAL XY		CROCHET FLOWER		MÉTAL BUTON		MÉTAL ZIP		BALACLAVA PUPPY/040		MULTI-POCKETS RHAMNI/041	



HOSIS 4

- En matière silicone pour le papillon rose,
- En matière carton pour le papillon noir,
- Écrit dans différentes langues pour notre clientèle internationale,
- Le QR code rejoint à notre publicité sur l'inclusivité.
- Ref : HTI



Je ciblerais un produit prêt du corps, une combinaison, pour vous accompagner dans toutes les occasions. Mixant formes abstraites abyssales et ode aux volumes des corps. Associé à des motifs répétés comme une accumulation, pour rappeler celle des écailles du poisson, des mélanges d'aquarelle reflet des couleurs des fonds marins lorsque le soleil s'y reflète.

Mon produit se voudra unisexe et n'exclura personnes. La combinaison s'appellera "Flotte" en référence au choix de la société de flotter ou de couler. Rester à la surface de l'eau comme les bouteilles de plastique désormais recyclées, en choisissant de consommer mieux. Ou couler avec la flotte de cette société qui consomme mal et abîme la Terre.



LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION DANS LA MODE

TANIA VATON

Pour répondre à la problématique posée, je me suis intéressée aux alternatives à la surconsommation dans l'industrie textile. Lucy Hughes est lauréate du James Dyson Award et étudiante à l'Université de Sussex. Elle a créé MarinaTex, une matière faite à partir de déchets de poissons issus de l'industrie de la pêche, transformés en plastique entièrement biodégradable.

L'attraction de l'Homme pour les fonds marins remonte à la mythologie, puis les sciences et les questionnements ont fusé, pourtant le mystère qui entoure les hôtes de ces abysses, demeure indemne. Les nuances que créent les reflets du soleil à la surface de l'eau, les couleurs froides et chaudes à la fois, les textures sableuses et voluptueuses, la biodiversité qui s'y joint seront les éléments clés de mon produit. Les surfeurs ont rejoint les sirènes et les poissons, et le monoï a imprégné le paysage.

Cette idée m'a inspiré à aller plus loin et proposer MarinaTex pour l'industrie de l'habillement, mon produit se voudra innovant, esthétique et éthique.



COMBINAISON FLOTTE SS21 :

Assemblage de l'élément central en surpiqures rouges.

Col montant qui rejoint un masque détachable.

Des surpiqures esthétiques grises et rouges pour souligner les formes des hanches et cuisses.

Une ceinture pour accentuer la taille.

Fermeture invisible sur le côté droit.

Manches longues.

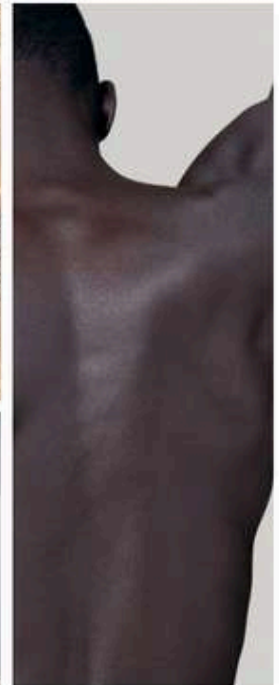
Jambes qui se terminent sur la cheville.



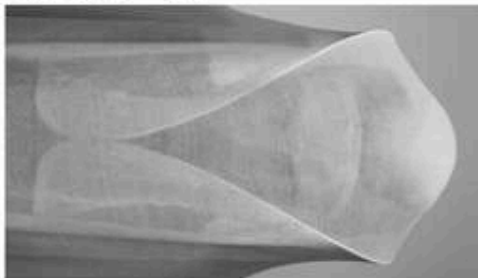
LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION | 09

LE PRODUIT

COMBINAISON FLOTTE SS21



MOTIFS
PLASTIQUE
ILLUSIONS
NATUREL



LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION | 05

Le monde a produit environ 242 millions de tonnes de déchets plastiques en 2016, rappelons que le prêt-à-porter est le deuxième plus grand pollueur au monde, après l'industrie pétrolière.

A l'heure actuelle MarinaTex ne serait une alternative que pour le plastique dit de "consommation", les emballages de produits alimentaires par exemple.

Ce tissu aux caractéristiques similaires à celles du plastique, serait fait grâce aux restes d'une seule morue et permettrait à Lucy Hughes de produire 1 400 sacs. Un véritable film transparent, compact et résistant, sans produits chimiques, compostable et biodégradable.

LES MATIÈRES RECYCLÉES : LA SOLUTION À LA

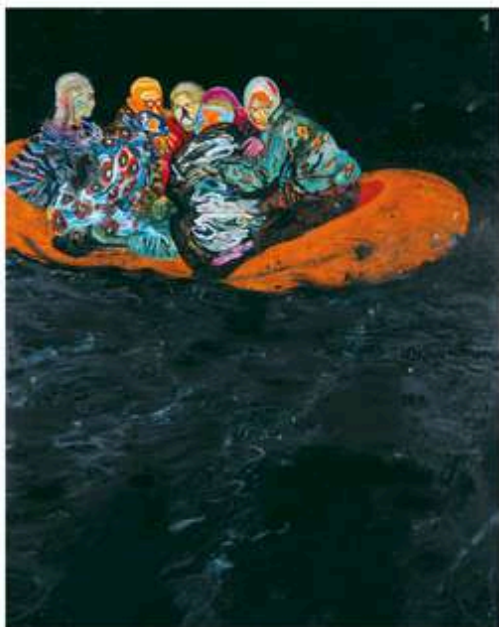
SURCONSOMMA

Mais le sujet connaît ses limites et la fast fashion permet aussi la réalisation du chiffre d'affaires de bons nombres d'entreprises et créer des millions d'emplois à travers le monde. Penser à tout ce qu'impacterait de tels changements : une consommation plus locale forcée, des substances chimiques interdites, des droits du travail égaux partout dans le monde, des stocks de matières premières responsables suffisantes, et tout cela sans que les prix de vente n'augmentent.

Vous vous doutez bien que cette utopie est quasi impossible à atteindre, le recyclage et la seconde main ne suffirait pas. Les entreprises devraient alors aussi repenser toute leur chaîne de production, des matières premières, à la sous-traitance, jusqu'au transport. Un suivi des vêtements pourrait être pensé avec des labels exposant explicitement l'empreinte carbone produite par le produit, classés en A.B.C.D... La mode écolo ne serait donc évidemment pas profitable à tous.

LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION | 06

TEXTURES



1. Daniel Richter (German, b. 1962), *Tarifa*, 2001. Oil on canvas, 350 x 250 cm.
2. Betta Splendens - the Siamese fighting fish
3. Iris Van Herpen *S/S 11*
4. Lu Song: *The Drunken Beggar on Horseback* Exhibitions - Nicodim Gallery
5. Alla Ali - *Cultural Identity Seen Through the Politics of Thread*
6. No source - taobao-media.tumblr.com

LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION | 02

Mécanique des fluides

ACCUMULATION

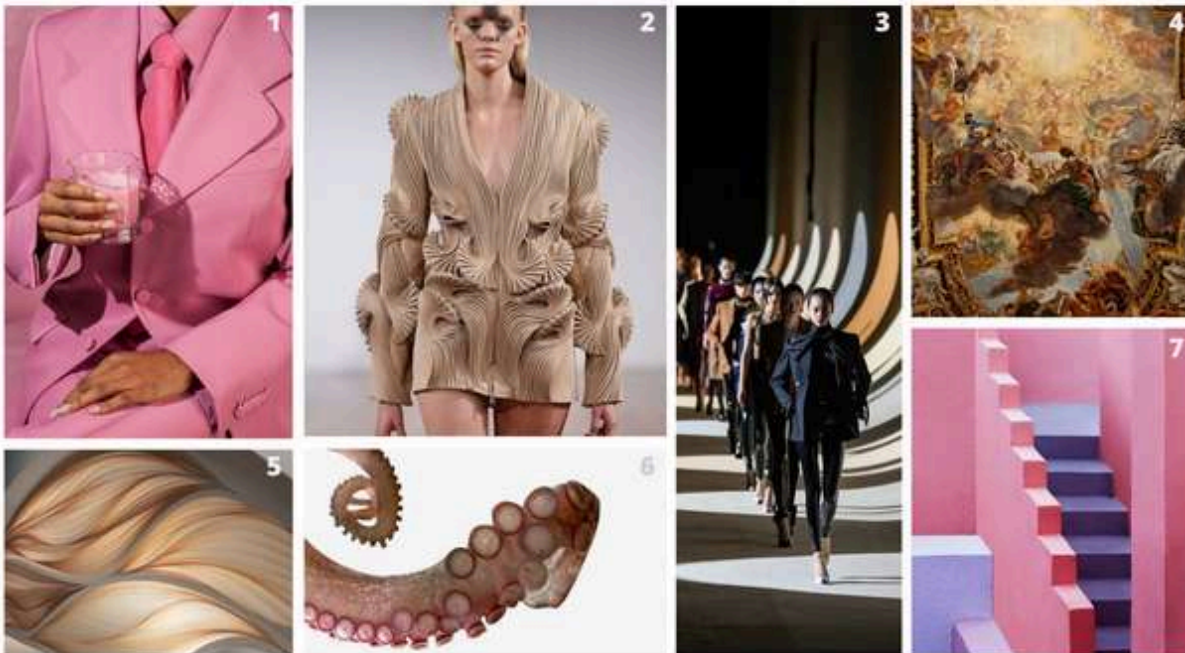


1. Photographie anonyme - magazine américain Life
2. Installation «Fluid» de Claire Morgan - Corbeau Fraises
3. Gather Journal - Marcus Nilsson
4. Motion - The Principles of Design poster serie by Gen Desi
5. Escalier hélicoidal design Mozart sculptural blanc, tout acier, réalisation 2015
6. No source - @archillinks
7. Paper Dresses by Marie Stenton
8. Peter Gentenaar - Paper Sculpture

LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION | 01

Superpositions et Mouvements

NUANCES

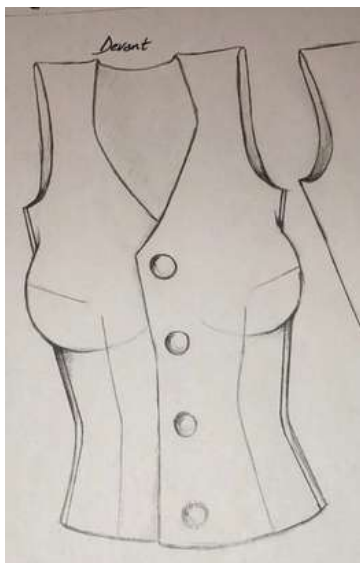


1. Kelsey McClellan - Photograph
2. Iris van Herpen Spring 2010 - Ready-to-Wear Collection
3. Collection photos from Saint Laurent Autumn/Winter 2020 Ready-To-Wear - British vogue
4. The vault ceiling in the Church of the Gesù in Rome - Giovan Battista Gaulli - Baciccio (1639-1709)
5. Marc Fish, Eternal Desk, UK, 2018 - Todd Merrill Studio
6. Pink Octopus Tentacles Spiral Creative Sucker on pngtree.com
7. No source - fubl.net

LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION | 03

Peau et tons neutres

Extraits de réalisations de BTS MMV : moulage, dessins, patronage





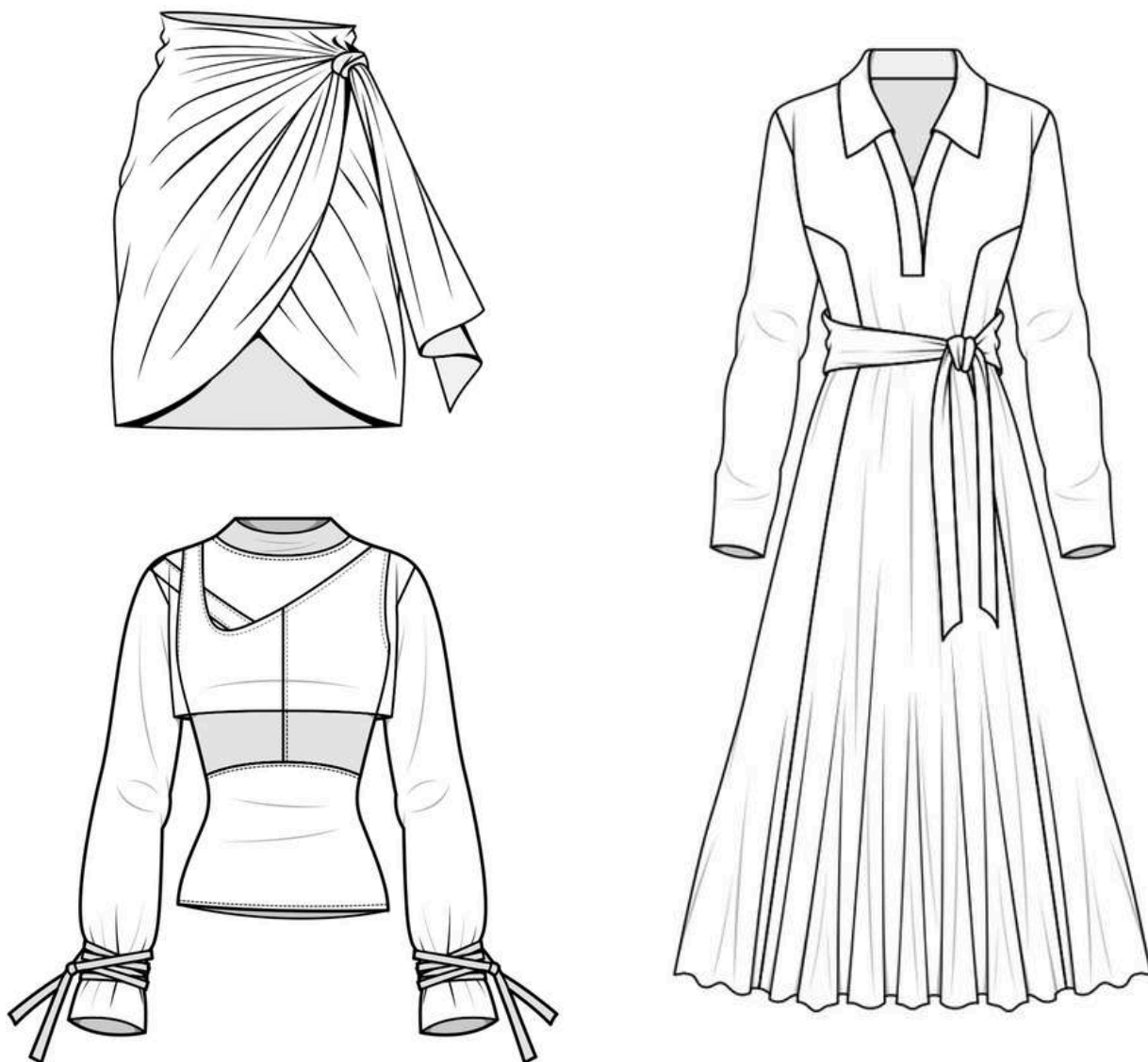
Veste de tailleur



Pantalon de tailleur



Propositions de dessins techniques pour Tea Studio avec
Maison Monzerian - Février 2022



Tania
Vaton



tania.vaton@gmail.com