



BOOK

Concepteur Communication Visuelle



Paula Bravo

LE CHAPERON ROUGE

Journal des faits divers

LE CLASSIQUE «LE CHAPERON ROUGE» DE CHARLES PERRAULT RE VISITÉ.

Le Petit Chaperon rouge est un conte appartenant à la tradition orale. La puberté, la sexualité, la violence et l'anthropophagie sont des sujets traités dans cette histoire de l'époque médiévale. Étrangement ces sujets, très gores ne sont pas si distantes de notre réalité lorsqu'on lit un journal des faits divers. Alors j'ai voulu raconter ce classique à travers de vrais faits divers trouvés dans les médias.



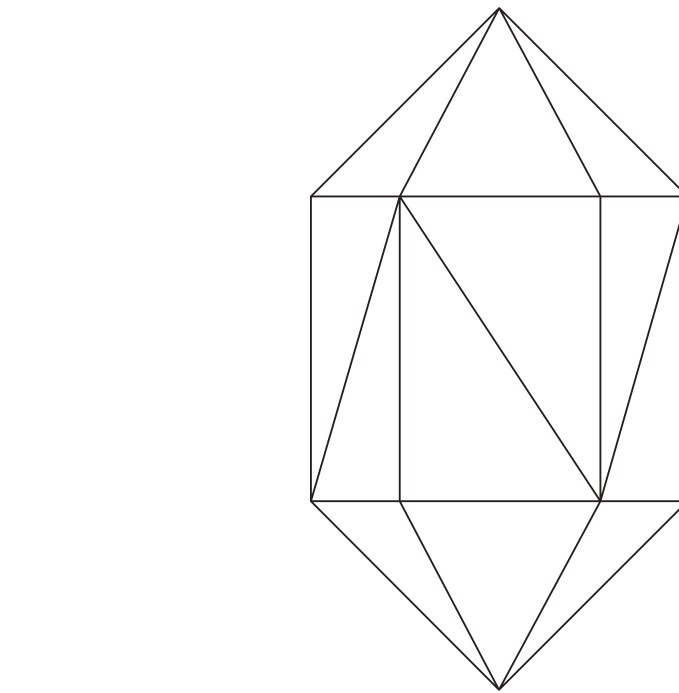
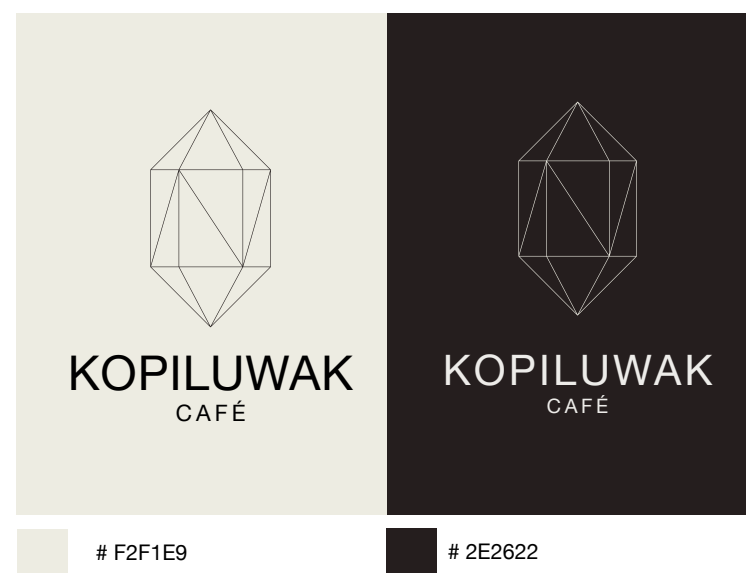
KOPILUWAK

Le diamant brut

IDENTITÉ VISUELLE ET COMMUNICATION DU PRODUIT
LUXE: KOPI LUWAK.

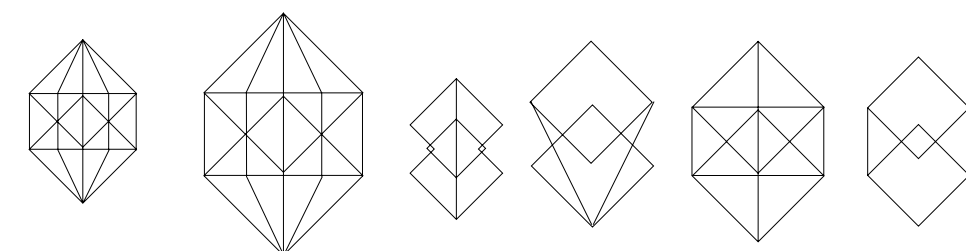
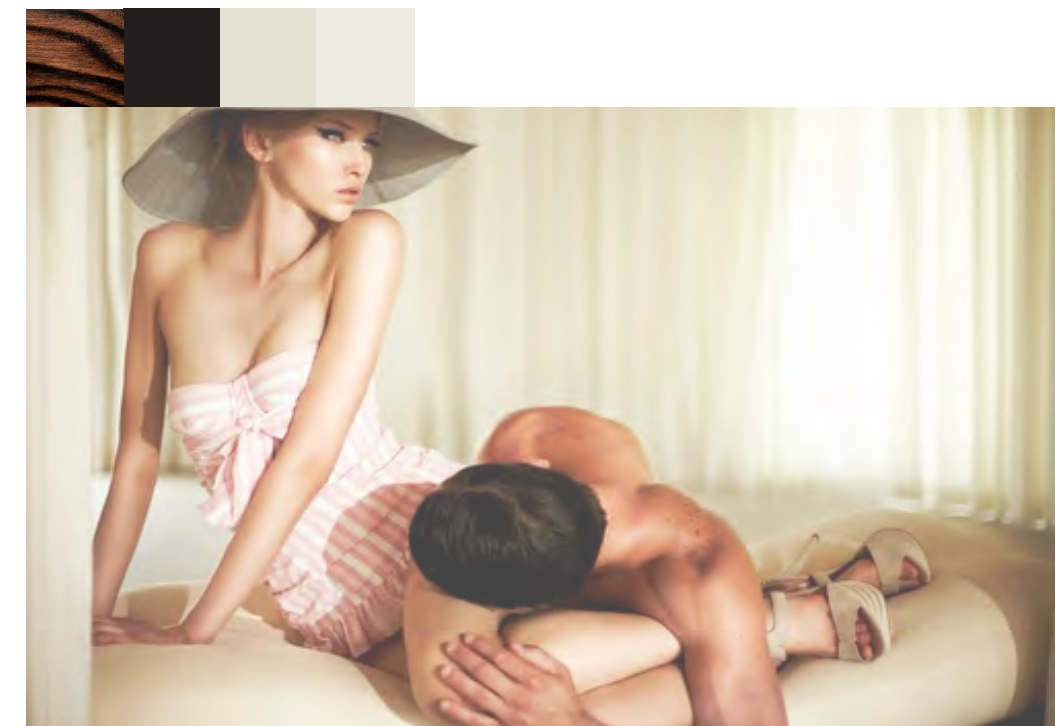
Kopi Luwak est le café le plus cher au monde, il est fait à base d'excréments de la civette. J'ai choisit comme concept: Le diamant brut.

Le diamant brut est une forme pure et organique. Composée d'un assemblage d'atomes et minéraux cette forme interprète noblement la matière prime du café Kopi Luwak (excréments de la civette), tant au niveau de la forme comme dans sa qualité de matériel précieux. Un gamme des couleurs élégantes comme le chocolat et le beige viendront accompagner de matériaux nobles comme le bois.

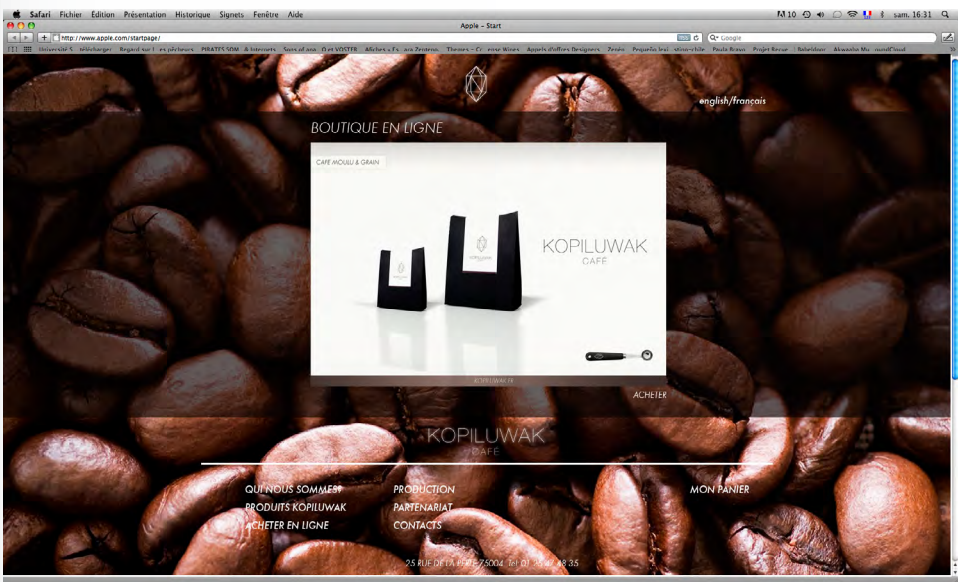
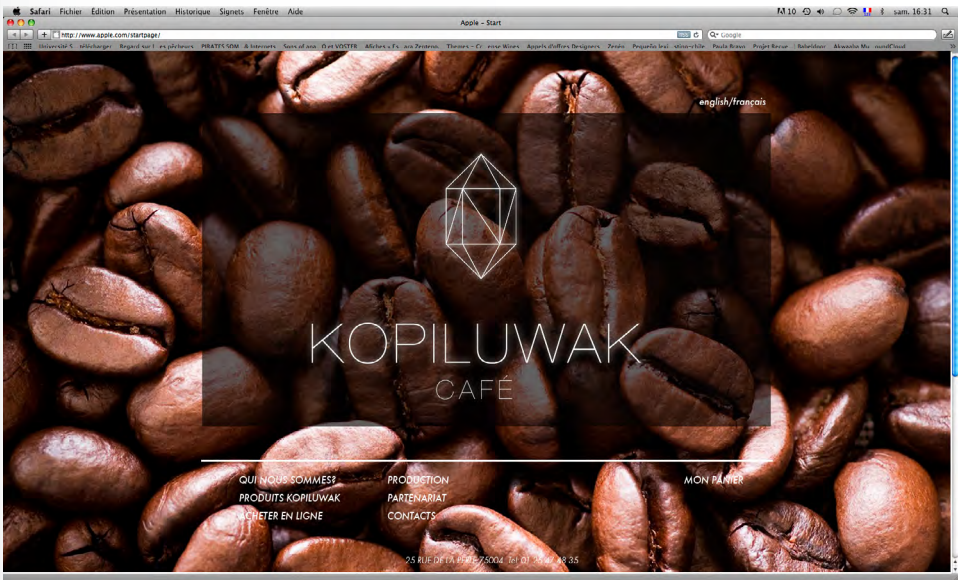


KOPILUWAK

CAFÉ



Pack : café au poids et café en dosettes.



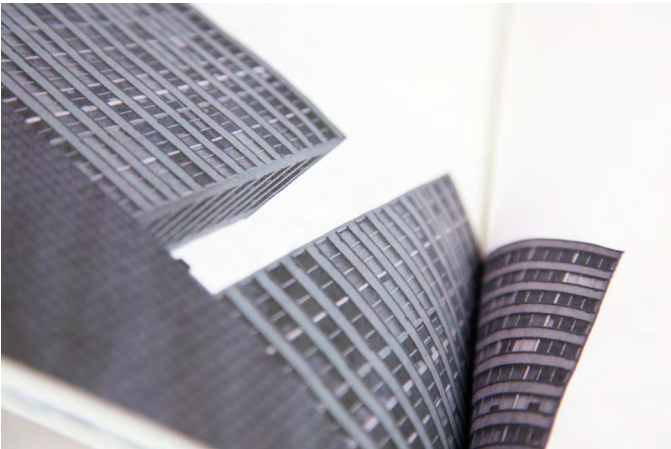
Com : site Web de vente en ligne, papeterie, façade boutique, affichage.



VU DU SOL

Etude photographique sur le
13eme arrondissement

CONCEPTION, RÉALISATION ET PHOTOGRAPHIE DE
L'OUVRAGE «VU DU SOL». J'ai ^parcouru le 13ème avec un
appareil photographique en train de dénicher et recueillir
les sensation que j'éprouvais en regardant le quartier.

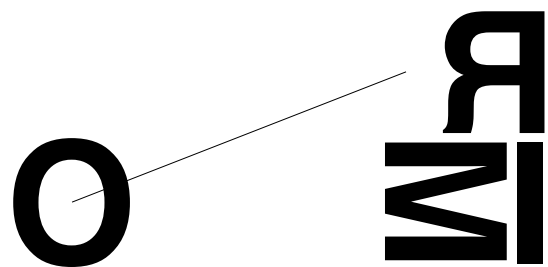


ORMI

Organisation Routiere
Maritime Illegale

RÉALISATION D'UN SYSTÈME DES SIGNES POUR TRANSMETTRE DES INFORMATIONS DANS UN CONTEXTE OÙ LA COMMUNICATION SERAIT INTERDITE ET LES MOTS PROSCRITS.

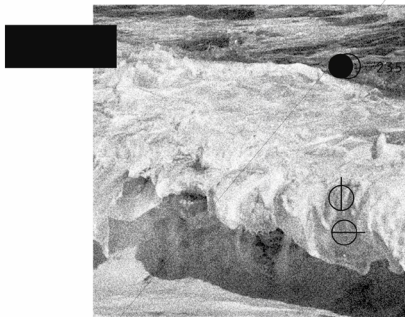
L'ORMI est un organisme multinational d'origine protégé. C'est entreprise agit en toute impunité dans les eaux somaliennes pour effectuer des opérations de pêche illégale et de décharge de résidus toxiques. Un code maritime s'est alors établi pour guider aux points opérantes les clients, sans être aperçus par les systèmes de radars. Les codes indiquent aux cargos, venant d'Europe principalement, le sens, la distance, et la position, à cela on rajoute une carte que retrace de façon codifiée la route à l'aide d'un itinéraire aussi codifié.



ORMI

ORGANISATION
DES ROUTES
MARITIMES
ILLÉGALES

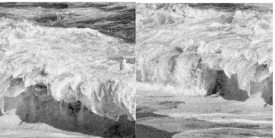
SENS
DISTANCE
POSITION



+39,29
-78,5

235

+39,29
-78,5



+800

Bateaux étrangers exploitent la zone.

On estime que la pêche illégale fait perdre 300 millions de dollars chaque année à la Somalie.

CHIFFRES 2010

QUATRE
CENT CIN-
QUANTE
MILLIONS
DOLLARS

De revenus annuels issus uniquement de l'INN en côtes Somaliennes



POUR NOS CLIENTS



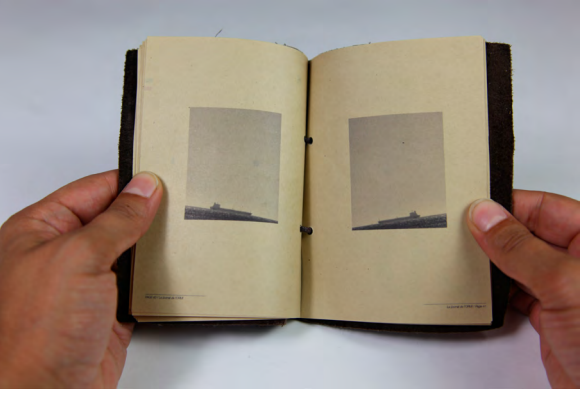
SOMALIE
2014

STRATÉGIE

FONCTION

Au sein notre cette société, un vaste et pertinent équipe de professionnels, travaille jour et nuit pour mise en oeuvre de toute les itinéraires maritimes qui conduisent aux points de destination. Parallèlement un deuxième équipe s'en charge de l'appropriation de ces eaux étrangères pour les re-attribuer ainsi a chacun de nos clients.

MISSION



1 Plan explicative du projet
2 Journal de la société

ACQUÊT
CESSION

ORMI/FR

ORMI/FR

ORMI/FR

ORMI/FR

THIRTY-ONE

	0	12.50%	30.00%
5	15	12.00%	03.60%
10	30	12.00%	28.80%
15	45	11.00%	29.40%
20	60	10.40%	29.70%
25	75	10.40%	30.00%
30	90	10.00%	30.30%
35	105	10.00%	30.60%
40	120	10.00%	30.90%
45	135	10.00%	31.20%
50	150	10.00%	31.50%
55	165	10.00%	31.80%
60	180	10.00%	32.10%
65	195	10.00%	32.40%
70	210	10.00%	32.70%
75	225	10.00%	33.00%
80	240	10.00%	33.30%
85	255	10.00%	33.60%
90	270	10.00%	33.90%
95	285	10.00%	34.20%
100	300	10.00%	34.50%
105	315	10.00%	34.80%
110	330	10.00%	35.10%
115	345	10.00%	35.40%
120	360	10.00%	35.70%
125	375	10.00%	36.00%
130	390	10.00%	36.30%
135	405	10.00%	36.60%
140	420	10.00%	36.90%
145	435	10.00%	37.20%
150	450	10.00%	37.50%
155	465	10.00%	37.80%
160	480	10.00%	38.10%
165	495	10.00%	38.40%
170	510	10.00%	38.70%
175	525	10.00%	39.00%
180	540	10.00%	39.30%
185	555	10.00%	39.60%
190	570	10.00%	39.90%
195	585	10.00%	40.20%
200	600	10.00%	40.50%
205	615	10.00%	40.80%
210	630	10.00%	41.10%
215	645	10.00%	41.40%
220	660	10.00%	41.70%
225	675	10.00%	42.00%
230	690	10.00%	42.30%
235	705	10.00%	42.60%
240	720	10.00%	42.90%
245	735	10.00%	43.20%
250	750	10.00%	43.50%
255	765	10.00%	43.80%
260	780	10.00%	44.10%
265	795	10.00%	44.40%
270	810	10.00%	44.70%
275	825	10.00%	45.00%
280	840	10.00%	45.30%
285	855	10.00%	45.60%
290	870	10.00%	45.90%
295	885	10.00%	46.20%
300	900	10.00%	46.50%
305	915	10.00%	46.80%
310	930	10.00%	47.10%
315	945	10.00%	47.40%
320	960	10.00%	47.70%
325	975	10.00%	48.00%
330	990	10.00%	48.30%
335	1005	10.00%	48.60%
340	1020	10.00%	48.90%
345	1035	10.00%	49.20%
350	1050	10.00%	49.50%
355	1065	10.00%	49.80%
360	1080	10.00%	50.10%
365	1095	10.00%	50.40%
370	1110	10.00%	50.70%
375	1125	10.00%	51.00%
380	1140	10.00%	51.30%
385	1155	10.00%	51.60%
390	1170	10.00%	51.90%
395	1185	10.00%	52.20%
400	1200	10.00%	52.50%
405	1215	10.00%	52.80%
410	1230	10.00%	53.10%
415	1245	10.00%	53.40%
420	1260	10.00%	53.70%
425	1275	10.00%	54.00%
430	1290	10.00%	54.30%
435	1305	10.00%	54.60%
440	1320	10.00%	54.90%
445	1335	10.00%	55.20%
450	1350	10.00%	55.50%
455	1365	10.00%	55.80%
460	1380	10.00%	56.10%
465	1395	10.00%	56.40%
470	1410	10.00%	56.70%
475	1425	10.00%	57.00%
480	1440	10.00%	57.30%
485	1455	10.00%	57.60%
490	1470	10.00%	57.90%
495	1485	10.00%	58.20%
500	1500	10.00%	58.50%
505	1515	10.00%	58.80%
510	1530	10.00%	59.10%
515	1545	10.00%	59.40%
520	1560	10.00%	59.70%
525	1575	10.00%	60.00%
530	1590	10.00%	60.30%
535	1605	10.00%	60.60%
540	1620	10.00%	60.90%
545	1635	10.00%	61.20%
550	1650	10.00%	61.50%
555	1665	10.00%	61.80%
560	1680	10.00%	62.10%
565	1695	10.00%	62.40%
570	1710	10.00%	62.70%
575	1725	10.00%	63.00%
580	1740	10.00%	63.30%
585	1755	10.00%	63.60%
590	1770	10.00%	63.90%
595	1785	10.00%	64.20%
600	1800	10.00%	64.50%
605	1815	10.00%	64.80%
610	1830	10.00%	65.10%
615	1845	10.00%	65.40%
620	1860	10.00%	65.70%
625	1875	10.00%	66.00%
630	1890	10.00%	66.30%
635	1905	10.00%	66.60%
640	1920	10.00%	66.90%
645	1935	10.00%	67.20%
650	1950	10.00%	67.50%
655	1965	10.00%	67.80%
660	1980	10.00%	68.10%
665	1995	10.00%	68.40%
670	2010	10.00%	68.70%
675	2025	10.00%	69.00%
680	2040	10.00%	69.30%
685	2055	10.00%	69.60%
690	2070	10.00%	69.90%
695	2085	10.00%	70.20%
700	2100	10.00%	70.50%
705	2115	10.00%	70.80%
710	2130	10.00%	71.10%
715	2145	10.00%	71.40%
720	2160	10.00%	71.70%
725	2175	10.00%	72.00%
730	2190	10.00%	72.30%
735	2205	10.00%	72.60%
740	2220	10.00%	72.90%
745	2235	10.00%	73.20%
750	2250	10.00%	73.50%
755	2265	10.00%	73.80%
760	2280	10.00%	74.10%
765	2295	10.00%	74.40%
770	2310	10.00%	74.70%
775	2325	10.00%	75.00%
780	2340	10.00%	75.30%
785	2355	10.00%	75.60%
790	2370	10.00%	75.90%
795	2385	10.00%	76.20%
800	2400	10.00%	76.50%
805	2415	10.00%	76.80%
810	2430	10.00%	77.10%
815	2445	10.00%	77.40%
820	2460	10.00%	77.70%
825	2475	10.00%	78.00%
830	2490	10.00%	78.30%
835	2505	10.00%	78.60%
840	2520	10.00%	78.90%
845	2535	10.00%	79.20%
850	2550	10.00%	79.50%
855	2565	10.00%	79.80%
860	2580	10.00%	80.10%
865	2595	10.00%	80.40%
870	2610	10.00%	80.70%
875	2625	10.00%	81.00%
880	2640	10.00%	81.30%
885	2655	10.00%	81.60%
890	2670	10.00%	81.90%
895	2685	10.00%	82.20%
900	2700	10.00%	82.50%
905	2715	10.00%	82.80%
910	2730	10.00%	83.10%
915	2745	10.00%	83.40%
920	2760	10.00%	83.70%
925	2775	10.00%	84.00%
930	2790	10.00%	84.30%
935	2805	10.00%	84.60%
940	2820	10.00%	84.90%
945	2835	10.00%	85.20%
950	2850	10.00%	85.50%
955	2865	10.00%	85.80%
960	2880	10.00%	86.10%
965	2895	10.00%	86.40%
970	2910	10.00%	86.70%
975	2925	10.00%	87.00%
980	2940	10.00%	87.30%
985	2955	10.00%	87.60%
990	2970	10.00%	87.90%
995	2985	10.00%	88.20%
1000	3000	10.00%	88.50%

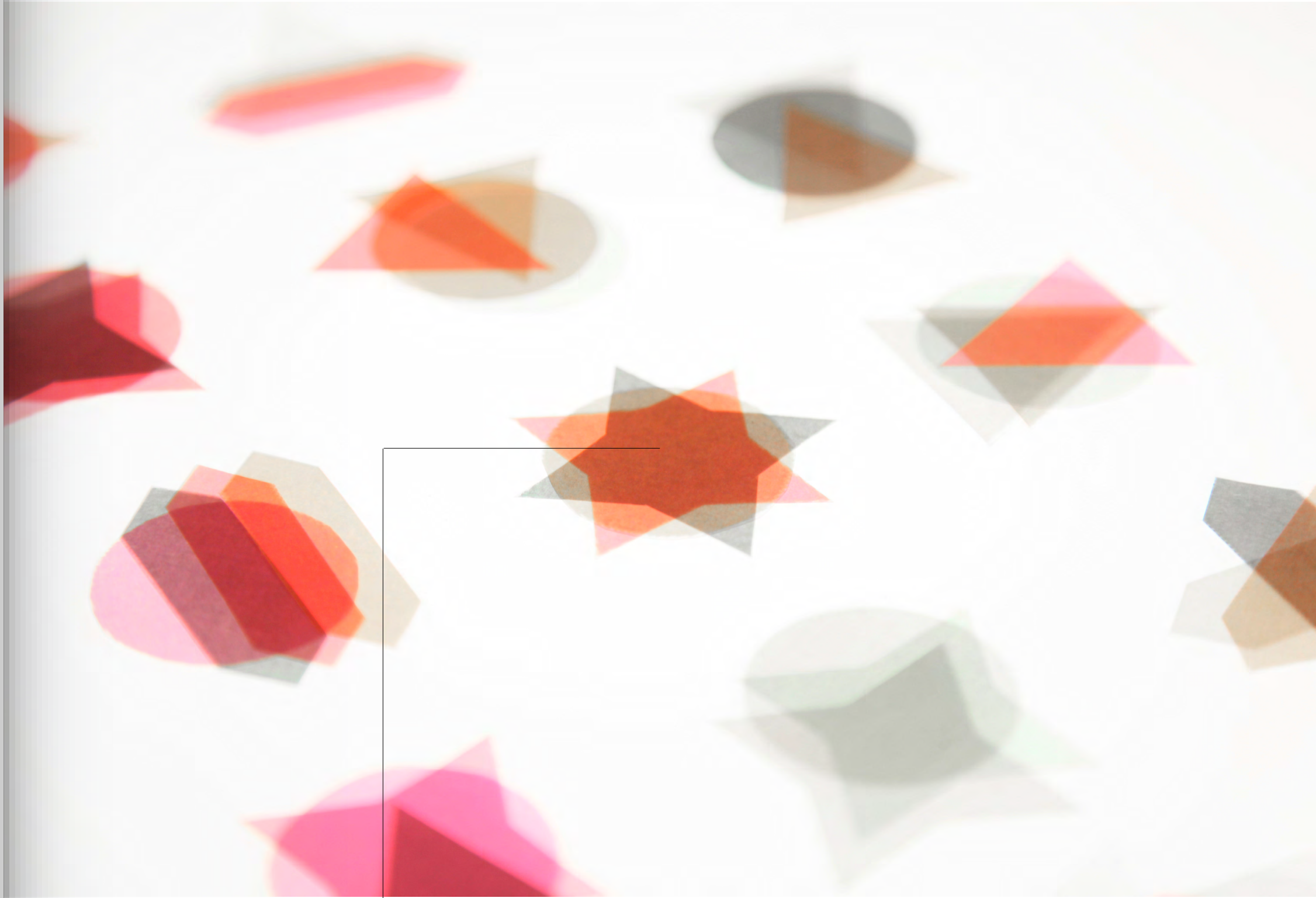
œ

Maître Œnologue

REVISITER LE METIER D'ŒNOLOGUE. DEVELOPPEMENT D'UNE NOUVELLE METHODE DE DEGUSTATION VISUELLE.

Maître Œnologue développe une nouvelle méthode d'approche du vin. C'est un concept expérimental, le but : démocratiser la dégustation. Le fonctionnement est simple, ludique et accessible à tous.

Or si le vin est un boisson populaire, La dégustation est souvent réservée aux érudits du métier. C'est en contestation de cette réalité que ce projet est née. Pour cela une théorie abordable à tous a été créée, un système des symboles très simple à utiliser. Les goûts traduits par des formes basiques (rond, triangle, etc.) et les principaux arômes traduits par des couleurs. Les pièces vous serviront à faire une composition visuelle lorsque vous dégustez un vin.



Casillero del Diablo
Carmenere. 2005
Vigne Concha y Toro

Étiquette à accrocher dans la bouteilles lors d'une dégustation





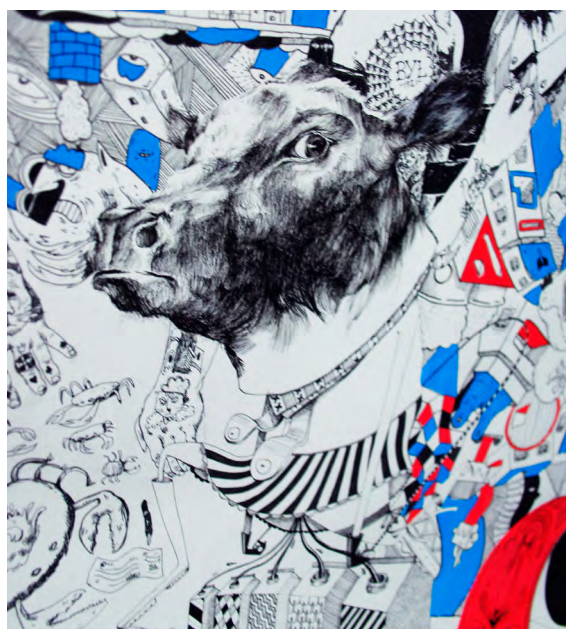
- 1 Instruction d'utilisation
- 2 Livret mémoire des signes
- 3 Papeterie
- 4 Kit de dégustation



FRISE

Collectif Moustachu

Le collectif moustachu réalise une Frise entièrement illustrée de 1,50 mts. de largeur par 10 mts de longueur. Technique : stylo encre noir et posca rouge et bleu. Cette frise a été exposée à l'école EPSAA.



CHILE

*Les années du Chili
en France*

RÉALISATION DE L'IDENTITÉ VISUELLE DE L'ÉVÉNEMENT
«LES ANNÉES DU CHILI EN FRANCE»

Le Chili possède un riche patrimoine graphique, dont les protagonistes sont des artisans. L'iconographie de la communication populaire joue un rôle essentiel, elle est présente partout où l'on va. Cette identité graphique particulière naît et mort de façon spontanée dans la rue.

Le travail artisanal implique une liberté face aux règles académiques. Le peintre *letrista* a une approche intuitive aux caractères, aux volumes, à la lisibilité du texte, aux contrastes, couleurs, etc.

J'ai voulu reprendre ces caractères populaires et les retravailler vectoriellement pour réaliser le logo et une famille de nombres pour le calendrier 2011.

CHILE

1 2 3 4 5 6 7
8 9 10 11 12
13 14 15 16 17
18 19 20 21 22
23 24 25 26
27 28 29 30 31



Carnet de recherches typographiques



Carton d'invitation
Carte de visite
Calendrier 2011

BERLIN

En 9 pièces

LORS D'UN VOYAGE AU BERLIN ON A DECIDÉ DE CRÉER UN JEU DE CASSE-TÊTE EN UTILISANT LES PHOTOS DU VOYAGE. PROJET EN COOPERTION AVEC JEAN SIMON ROCH

NEUF PIÈCES est un modeste jeu qui teste vos connaissances sur la ville de Berlin.

Règles du jeu

- 1) Ouvrez la boîte N°1 et retirez le puzzle de NEUF PIÈCES qui se trouve à l'intérieur.
- 2) Composez agilement le puzzle et devinez l'endroit qui se cache derrière ce casse-tête.
- 3) Aidez-vous de l'indice associé proposé dans ce livret.
- 4) Répétez l'action pour les 3 puzzles suivants.

-VOUS AVEZ TROUVÉ, VOUS AVEZ GAGNÉ!-



DITCH

Tout est dans l'équilibre

CONCOURS POUR LA MARQUE DITCH, RÉALISATION DE L'IDENTITÉ VISUELLE, AFFICHE, PACKAGING ET PLV.

Ditch est une marque que construit des Decks pour les trottinettes free style. Le concept est: - Tout est dans l'équilibre-. Dans le logo cherche interpréter cette notion de vitesse et équilibre, talents fondamentaux pour réaliser ce sport. La diagonale , élément directif du projet, cherche à refléter l'esprit de l'entreprise, jeune et dynamique.

LA MARQUE

Ditch est une marque innovatrice, jeune et moderne. C'est une marque française avec un esprit tranquille et street à la fois. La construction du logo est guidé par une ligne directrice: une diagonale qui représente le dynamisme et l'équilibre indispensable dans un sport de glisse.

FFFFFF

00BDDC

E80002D

000000

PRODUIT & PACK

Légereté Rigidité Qualité de glisse

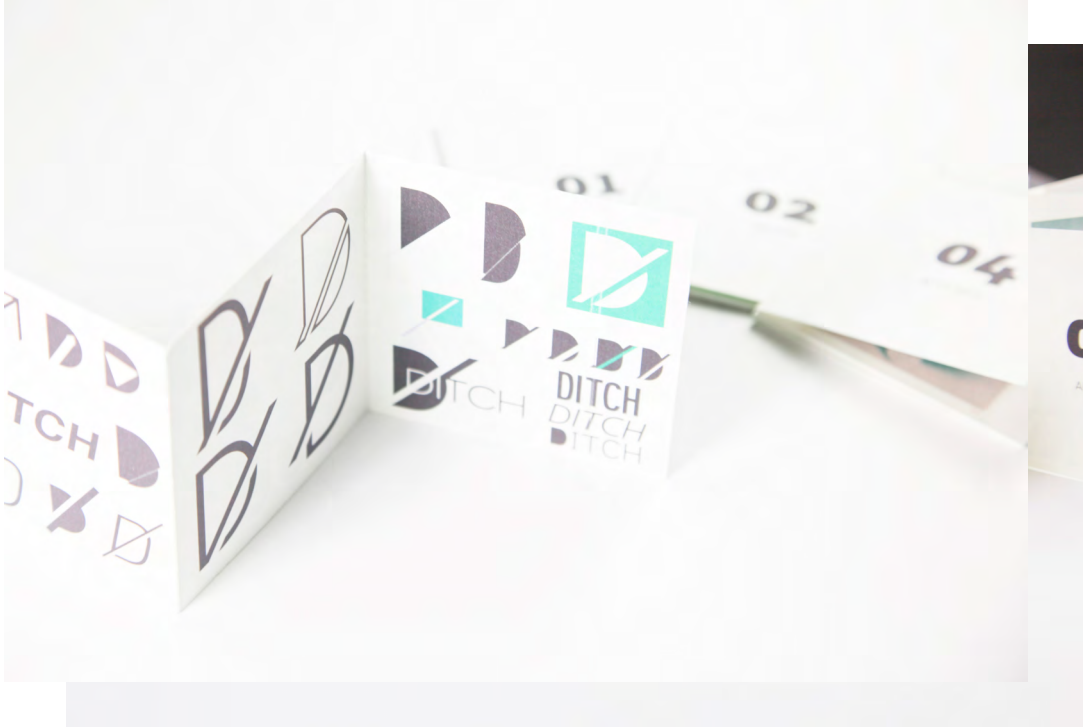
Grâce à sa structure pendre et usinée dans la masse et aux épaisseurs optimisées. Plateau, double de direction et centre renforcé sur les zones très sollicitées. Excellente répartition des masses et roues EAGLES qui sont la référence mondiale.

Packaging 100% recyclable.

DITCH S'ENGAGE

Ditch travaille avec des matières écologiques qui protègent l'environnement. La marque présente alors une PLV responsable et design à la fois. Dans les codes du dynamisme et la légèreté.

Packaging 100% recyclable.

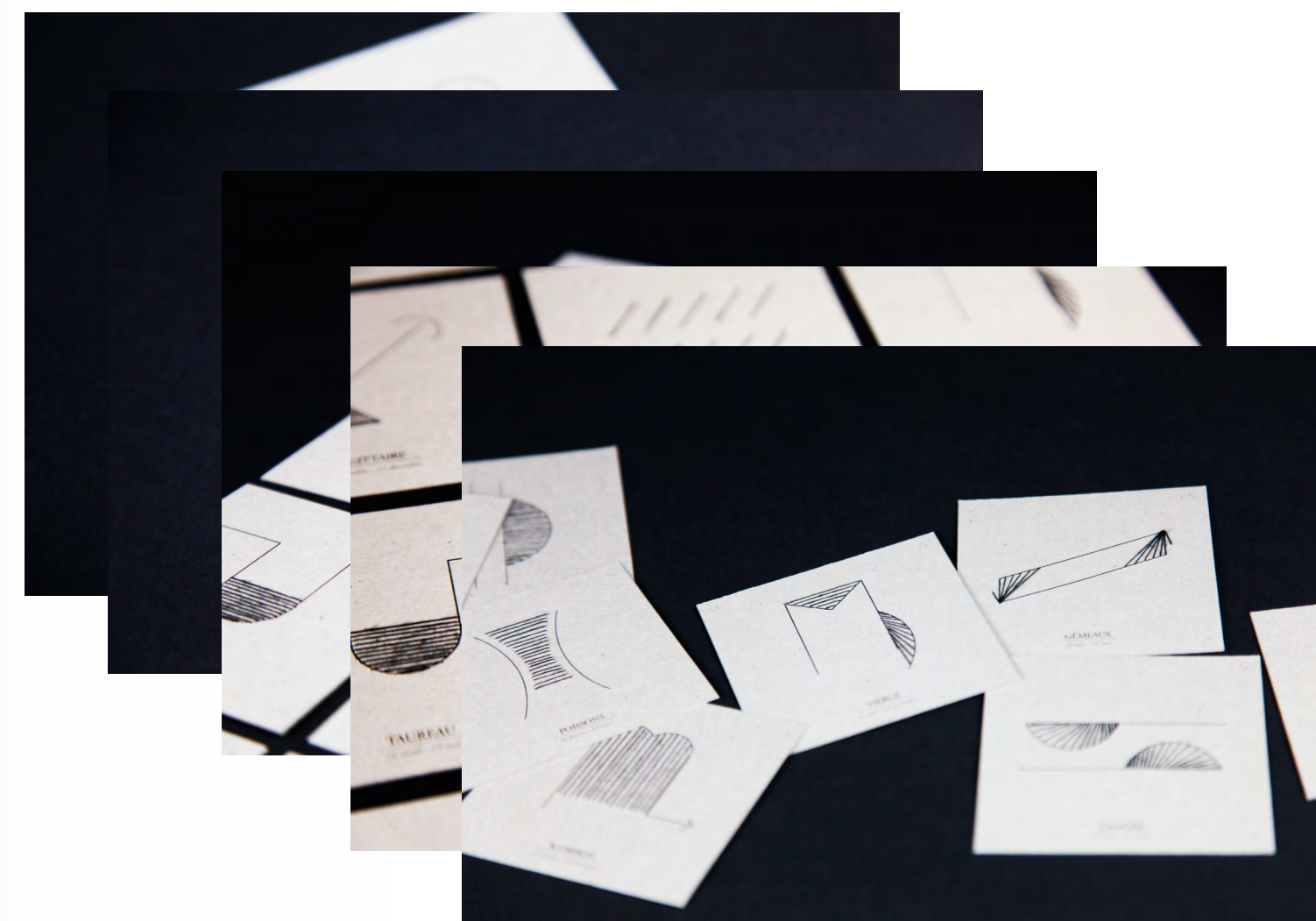
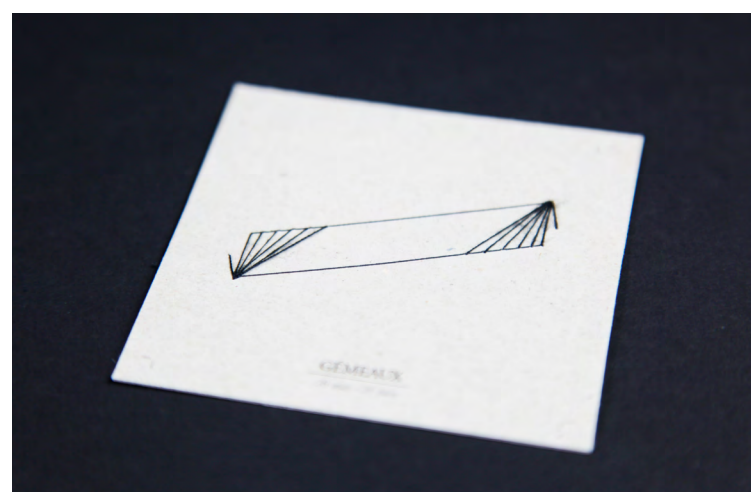


ZOODIAQUE

Au fil du destin

RE INTERPRÉTATION DES SIGNES DU ZODIAQUE.

Travail avec du fil et du carton, recherche des signes et pictogrammes traditionnelles.

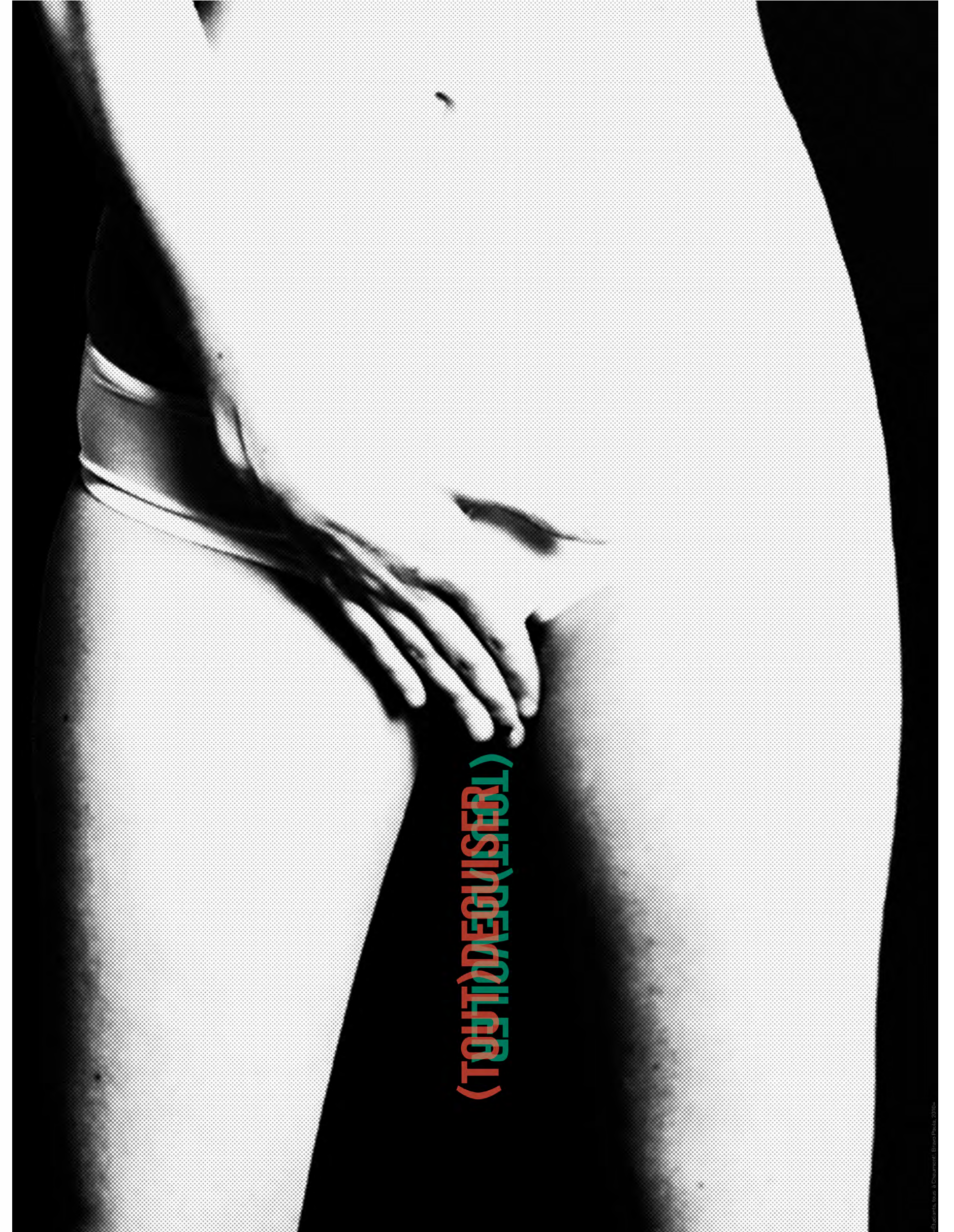
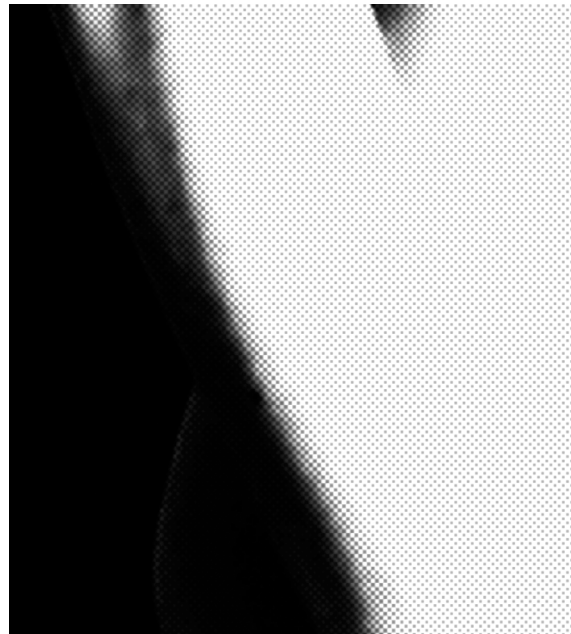


CHAUMONT

«(tout) déguiser, (tout) dévoiler»

PARTICIPATION AU FESTIVAL INTERNATIONAL DE L'AFFICHE ET DU GRAPHISME DE CHAUMONT. LE THÈME DE L'ANNÉE 2010 ÉTAIT: «LE GRAPHISME QU'EST CE QUE C'EST?».

Suite à multiples questions sur ce métier, ou façon de voir la vie, peut être, je ne conçoit pas cette question comme ayant une seule réponse mais plusieurs possibilités. Une d'elles, la capacité du graphisme à déguiser en «Beau» l'objet qui ne l'est pas. Paradoxalement cette action peut être vue comme une capacité de dévoiler la beauté de l'objet.



PARIS NATURE

«Manger autrement: facile comme un jeu d'enfant!»

BROCHURE TE DEPLIANT POUR LE FESTIVAL ECOCYTOYEN PARIS NATURE. POUR LA PROMOTION DE LA NOURRITURE BIOLOGIQUE.

L'évenement dédié aux enfants est de caractere informa- tive mais aussi ludique. Leur apprendre à bien manger est simple et divertissant. Ce sont les concepts avec les quels le projet Paris Nature a été conçue. Pensé pour les enfants, il inclu des jeux à remplir, les couleurs sont vives et les graphisme dynamique. Des cartons avec des informations sur les activités sont à detacher de la brochure, en guise de mémoire ou d'invitation.



TILLABÉRI

Association Kala a tonton

KALA A TONTON est né en 2010 de la volonté de deux étudiants en graphisme de l'EPSAA.

Convaincus du réel pouvoir de l'image et de sa capacité universelle à communiquer, nous souhaitions transformer ce qui ne devait être qu'un simple séjour de découverte (au Niger) en un projet photographique ayant pour essence même les personnes que nous allions rencontrer. Plutôt que d'offrir une énième vision forcément faussement représentative des Nigériens, nous avons souhaité leur permettre de proposer eux-mêmes, grâce à un simple appareil photo argentique jetable, leur vision personnelle de leur quotidien ou quelque'autre sujet leur tenant à coeur. La suite était de réaliser un livre recueillant ces photographies et les textes rédigés par les participants. Premier projet encore en cours de réalisation, nous souhaitons qu'il soit le commencement d'une longue série et que les recueils obtenus lors de chaque action servent de base à des échanges, à des discussions.

Kala a tonton signifie à bientôt en Zarma, une des langues nigériennes, expression qui résume bien les liens indispensables et pérennes nécessaires dans tout échange.



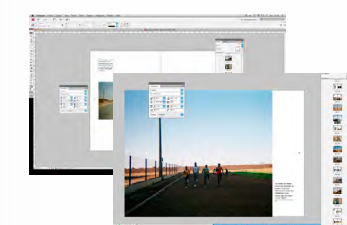
Photo de groupe



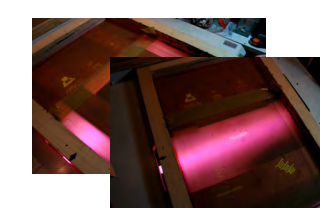
Logo et livre «Tillabéri»



1



2



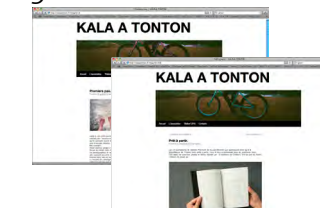
3



4



5

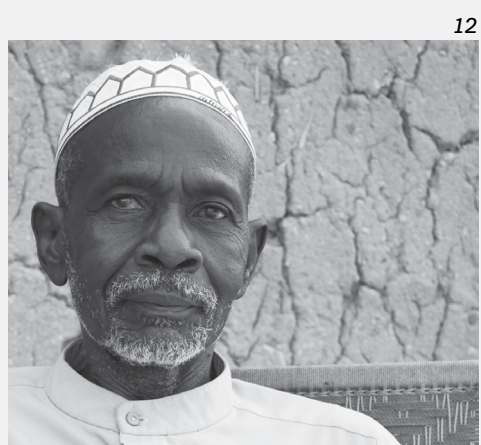
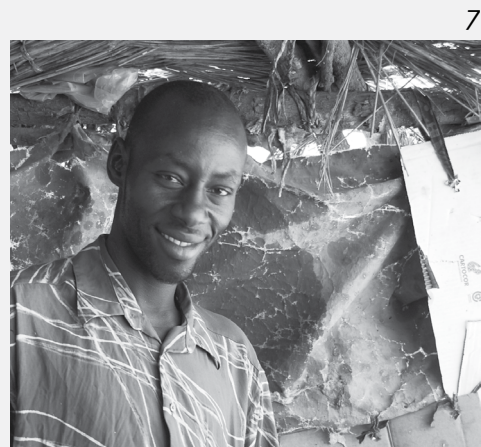


6



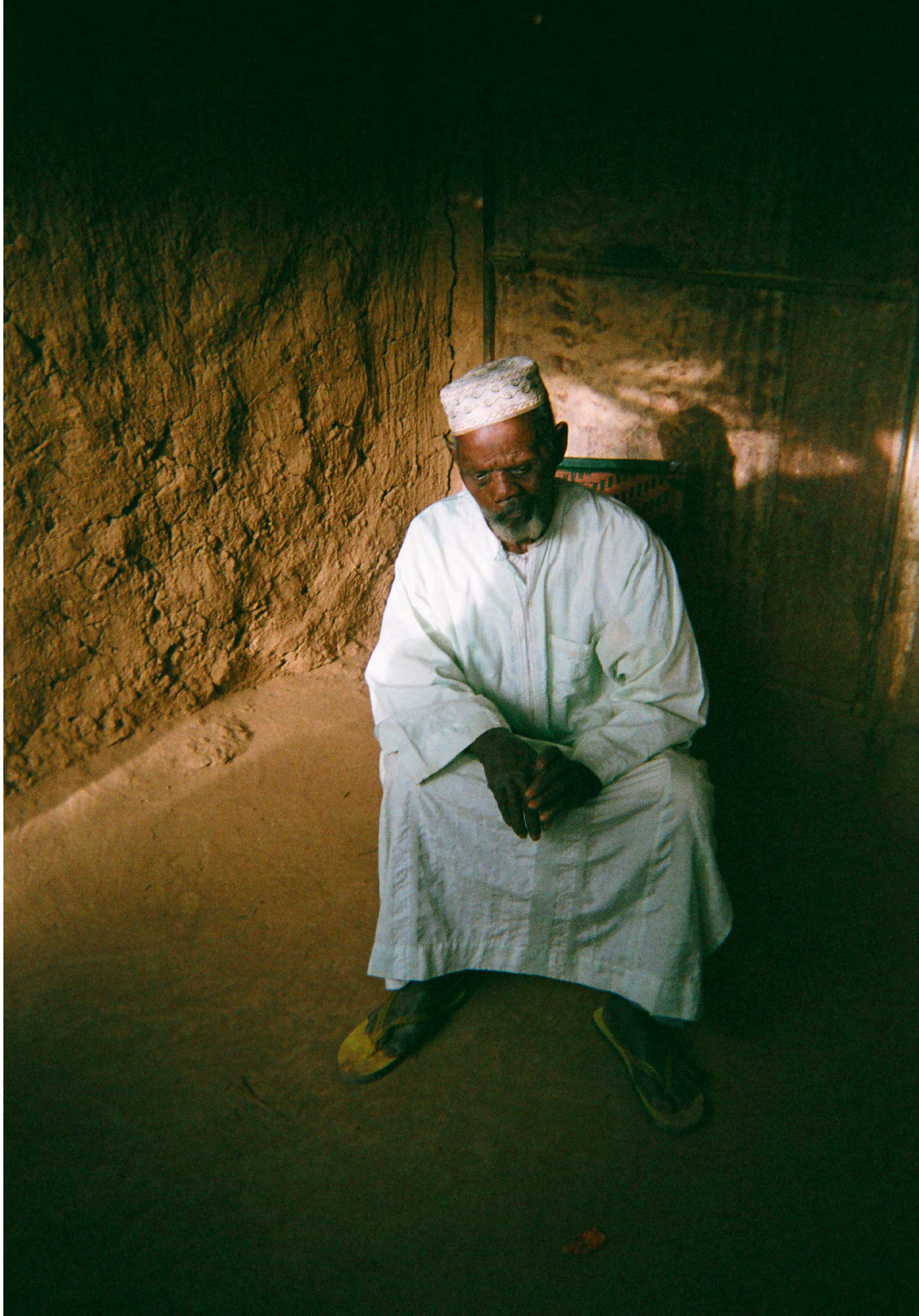
- 1 Mise en page du livre
- 2 Cadres de serigraphie pour le titre
- 3 Logo serigraphié sur le dos
- 4 Timbre de l'association
- 5 Blog de l'association
- 6 Communication de l'association: photos des participants à détacher.

Le groupe du projet Tillabéri c'est donc deux professeurs de lycée, un forgeron, un tisserand, un jardinier, une journaliste, trois lycéens, une élève de primaire, un ancien combattant, un étudiant, et un boucher.



- 1 Salim Abdou Dade
2 Salamatou Bada
3 Issa Hassane
4 Ramatou Abdoulaye
5 Rafiatou Alzouma
6 Hamidou Harouna
7 Moussa Mahamadou
8 Mahamadou Mounkaila
9 Halidou Moussa
10 Amina Halidou
11 Abdou Saidou
12 Djibo Mounkaila
13 Boubacar Soumana

Photos réalisées
par les partici-
pants au projet





Affiches 40X60 réalisées avec les photographies lors de la journée de la solidarité à Juvisy



Le 22 janvier 2011 à peine un an après les 7 jours passés à Tillabéri, 13 exemplaires ont donc été remis aux participants ainsi qu'un exemplaire destiné à la bibliothèque municipale de Tillabéri. Lors de la remise une projection du site internet réalisée pour le projet a été effectuée.

PAULA BRAVO MARCHANT
BRAVOPAU@GMAIL.COM - 66300266