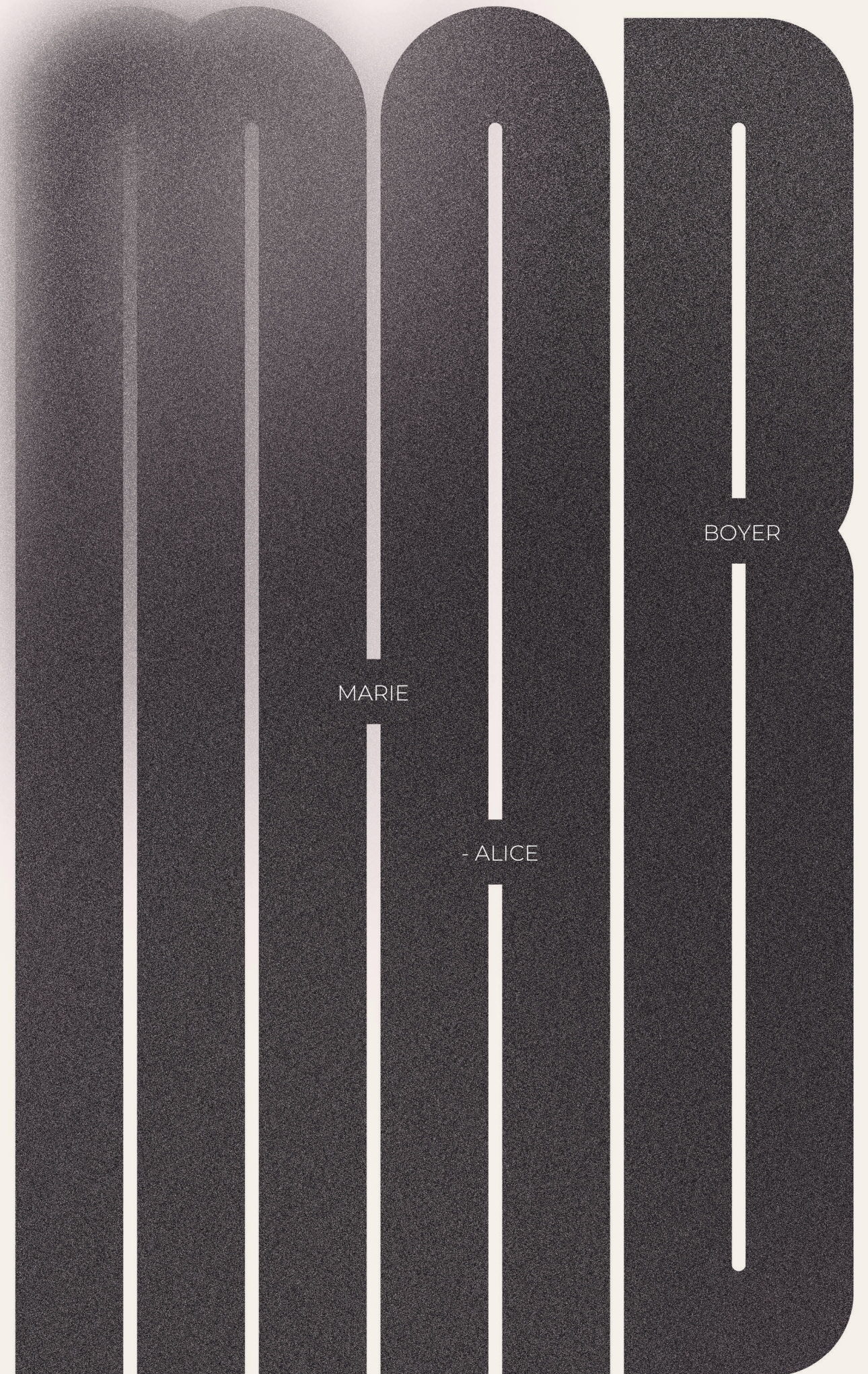
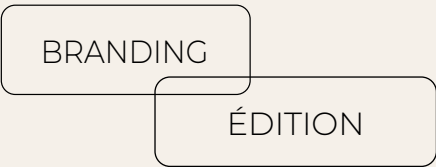


BRAND BOOK





+

PROJETS CORPORATE

REDÉFINIR LE VOCABULAIRE DE MARQUE - CHÂTEAU HAUT-BAILLY

+

COMPÉTITION - REBRANDING DES FACULTÉS LOYOLA PARIS

+

ARCHITECTURE DE MARQUE - ECHOSYS CAPITAL

+

REBRANDING - ASSOCIATION EVOCAE

+

AKUO - ILLUSTRATION INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

LA MAISON DU CITRON DEVIENT MAISON GANNAC

COBALT INSTITUTE - REBRANDING

NOUVELLE CHARTE ÉDITORIALE - MAGAZINE ACTEURS PUBLICS

LOGOTYPE DU 15^e SOMMET DE LA FRANCOPHONIE

REBRANDING POUR L'ASSOCIATION PARTAGE

CRÉATION DE MARQUE BRETONNE ENGAGÉE - MAISON LE GOFF

UX - UI - EFFET SPLEET SCREEN - CINÉ FRANCE STUDIOS

CAVIAR - ROBUCHON INTERNATIONAL

MISE EN PAGE & ILLUSTRATIONS DU MANIFESTO ARTEMIS DOMAINES

LE GUIDE DE LA COM' RESPONSABLE - CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES

NOUVEAU SYMBOLE POUR VAE SOLIS COMMUNICATIONS

ENDA - L'ÉCOLE D'ART DE LA BIENNALE DE PARIS

HAUT- BAILLY

LE FOND – Grand Cru Classé en Bordeaux, Château Haut-Bailly cultive avec exigence l'élégance et la précision, tant dans ses vins que dans son art de recevoir.

Comment construire une marque d'exception ?

LA FORME – Construire une narration sensible et cohérente sur chacun de ses supports d'expression à partir de l'existant. Analyser et déterminer les *assets* de la marque. S'inspirer de l'histoire et des lieux pour raffermir les contours de l'identité visuelle en valorisant son approche sensitive : couleurs, matières, lumières, odeurs...

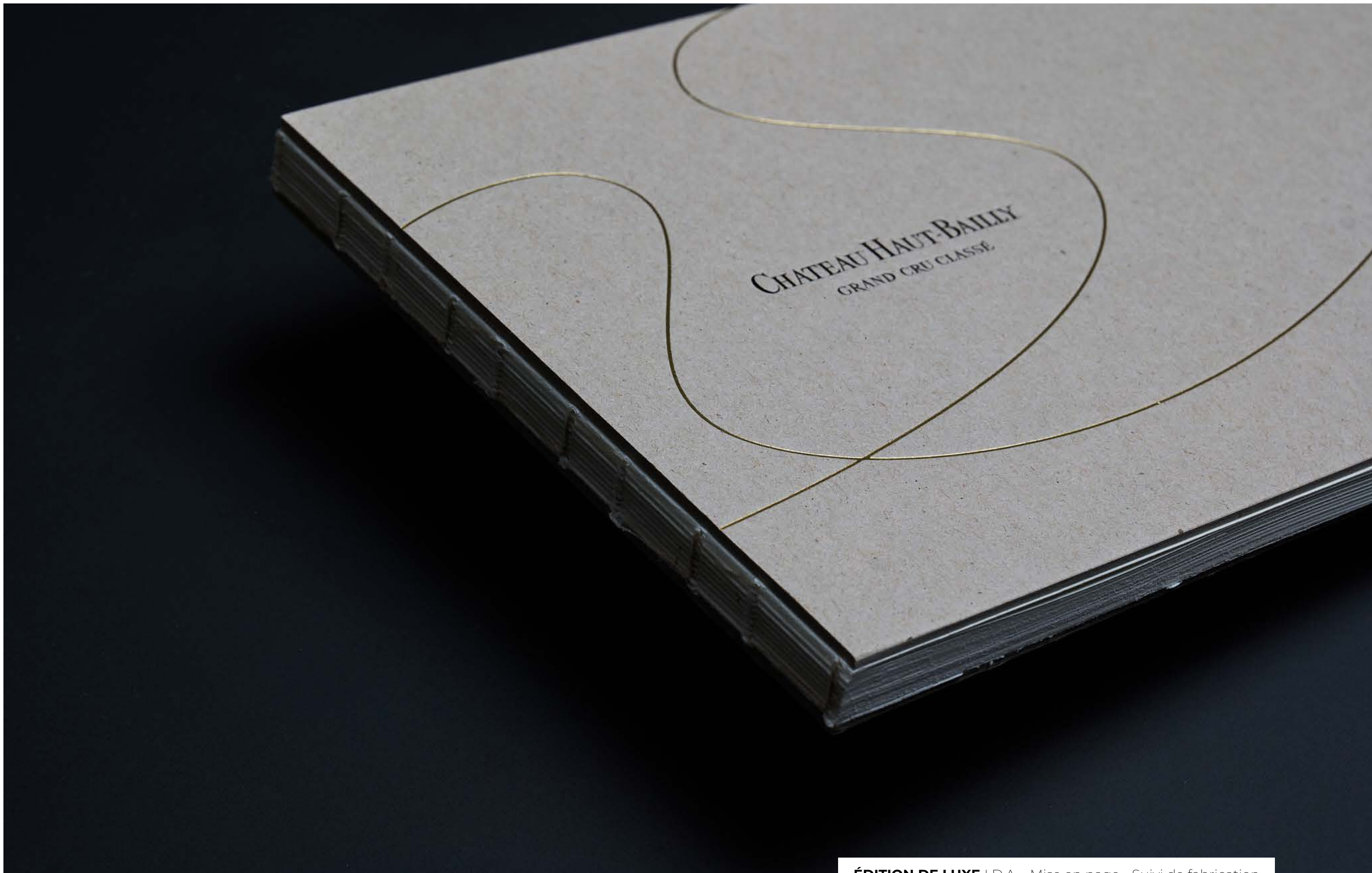
IDENTITÉ VISUELLE

ÉDITIONS

PRINT

DIGITAL

REDÉFINIR LE VOCABULAIRE DE MARQUE



MOAD BORD

Lumière●Matériau●Corps●Esprit

DE LA LUMIÈRE À LA MATIÈRE
UN LIEU UNIQUE

Le terroir

la vigne

la lumière

la pierre

le design

le geste

le sol

le béton

le bois

les filts

le chai

le rouge

le vin

le présent

la dégustation

la passion

le contrepoint

« Non, reflets surpres »
« ardent brillant »
« dark berry »
« igneux purpura »
« robe d'acier »
« de la profondeur »

« De travailleur
la nature autour de la vigne
comme la travaillent
la vigne »

« Sol de sables
mélés à des GRAVES
glorieux du terroir
en faluns »

Pierre de Fontenay,
de Brétigny ou de Sireuil.
Pierre de couleur claire,
une teinte orangée,
beige presque blanche,
mélange harmonieux.

Espace●Temps

LE CYCLE DE LA VIGNE
LA VIGNE EN SON ÉCRIN

L'écrin

le jardin

la vigne

le fruit

le domaine

le château

la biodiversité

la croupe

le feuillage

les 4 saisons

de la terre
au ciel

la richesse

la pureté

la passion

le rouge

le vin

le présent

la dégustation

la passion

le contrepoint

« Non, reflets surpres »
« ardent brillant »
« dark berry »
« igneux purpura »
« robe d'acier »
« de la profondeur »

« De travailleur
la nature autour de la vigne
comme la travaillent
la vigne »

« Sol de sables
mélés à des GRAVES
glorieux du terroir
en faluns »

Pierre de Fontenay,
de Brétigny ou de Sireuil.
Pierre de couleur claire,
une teinte orangée,
beige presque blanche,
mélange harmonieux.

LES BASES DU VOCABULAIRE HB

Logotype

NOIR
BRILLANT

CHATEAU HAUT-BAILLY
GRAND CRU CLASSÉ

La griffe

HB

Typographie > parole

« Chaque décision du présent
résulte ainsi d'une compréhension
intime du passé et intègre
une vision dynamique du futur »

Point > contrepoint

2023.

Couleurs > continuum

Gamme chaude

SABLE GRÈCE OR GRAVES CHÊNE CEP OMBRE NOIR TANIN BORDEAU ROUGE

Gamme froide

Matière > contraste

CHATEAU HAUT-BAILLY
GRAND CRU CLASSÉ

CHATEAU HAUT-BAILLY
GRAND CRU CLASSÉ

CHATEAU HAUT-BAILLY
GRAND CRU CLASSÉ

CHATEAU HAUT-BAILLY
GRAND CRU CLASSÉ

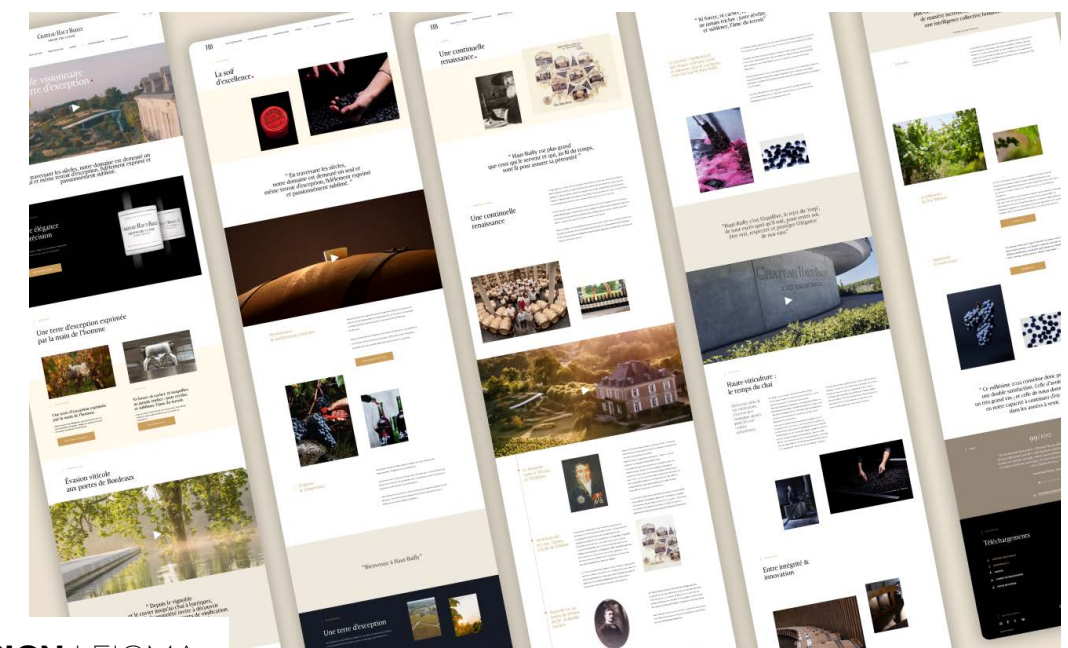
Images > métonymie & dialogue

CHATEAU HAUT-BAILLY
GRAND CRU CLASSÉ

CHATEAU HAUT-BAILLY
GRAND CRU CLASSÉ



MANIFESTO | Une narration immersive, à travers les 6 piliers de la marque





WORK IN PROGRESS | Typographie primeur 2023 : Odyssée



ODY
SÉE

PRO
PHET
IQUE

ÉNE
RGIE



CARTE DE VŒUX | Mise à l'honneur du château - Forme de découpe

LOYOLA

LE FOND - Pour son cinquantième anniversaire, le Centre Sèvres devient Facultés Loyola Paris et souhaite adopter une nouvelle image.

Comment faire du pèlerin une figure moderne ?

LA FORME - L'esprit d'Ignace de Loyola, est incarné dans le nouveau logotype par le symbole du pèlerin. Excellence universitaire philosophique et théologique, ouverture internationale et identité jésuite : les 3 piliers de la démarche éducative jésuite se trouvent au cœur de la grande simplicité de la nouvelle identité.

IDENTITÉ VISUELLE

CHARTÉ

SIGNALÉTIQUE

COMPÉTITION POUR LE NOUVEAU BRANDING DU CENTRE SÈVRES

ancien logo

Le pèlerin a été choisi comme
symbole pour la nouvelle marque
FACULTÉS LOYOLA PARIS



Personnification d'Ignace de Loyola,
il est l'illustration de son périple spirituel entre
Espagne, France, Italie, Terre Sainte. Le « pèlerin
de Dieu », fondateur de la Compagnie de Jésus,
qui cherche sans cesse à dépasser et
réconcilier les concepts d'immanence
et de transcendance.

Le pèlerin représente la quête permanente
de connaissance et de découverte de
Jésus-Christ en toutes choses et toutes
circonstances.

Il incarne parfaitement les 3 piliers
des FACULTÉS LOYOLA PARIS:

- Ambition universitaire
- Identité Jésuite
- Esprit d'ouverture



FACULTÉS
LOYOLA
PARIS

Appelés à la Liberté

CARMIN

TERRE D'OMBRE



FACULTÉS
LOYOLA
PARIS



FACULTÉS
LOYOLA
PARIS

FACULTÉ
DE PHILOSOPHIE

Philosophie

Éthique



FACULTÉS
LOYOLA
PARIS

FACULTÉ
DE THÉOLOGIE

Théologie

Religions
& Spiritualités

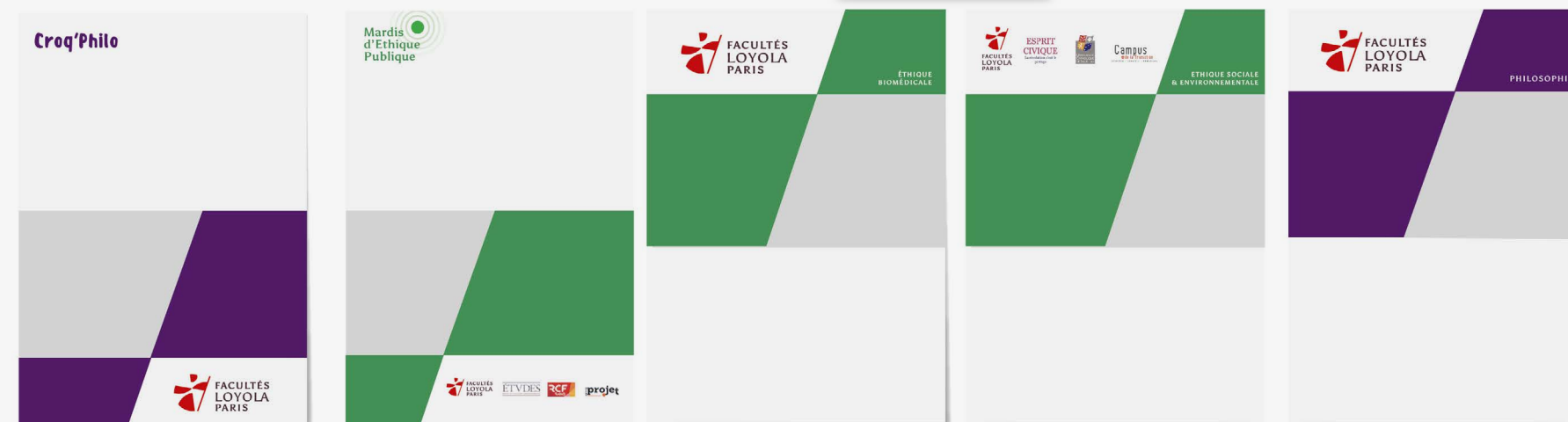
Enseignement global,
interdisciplinaire

Institut Ricci

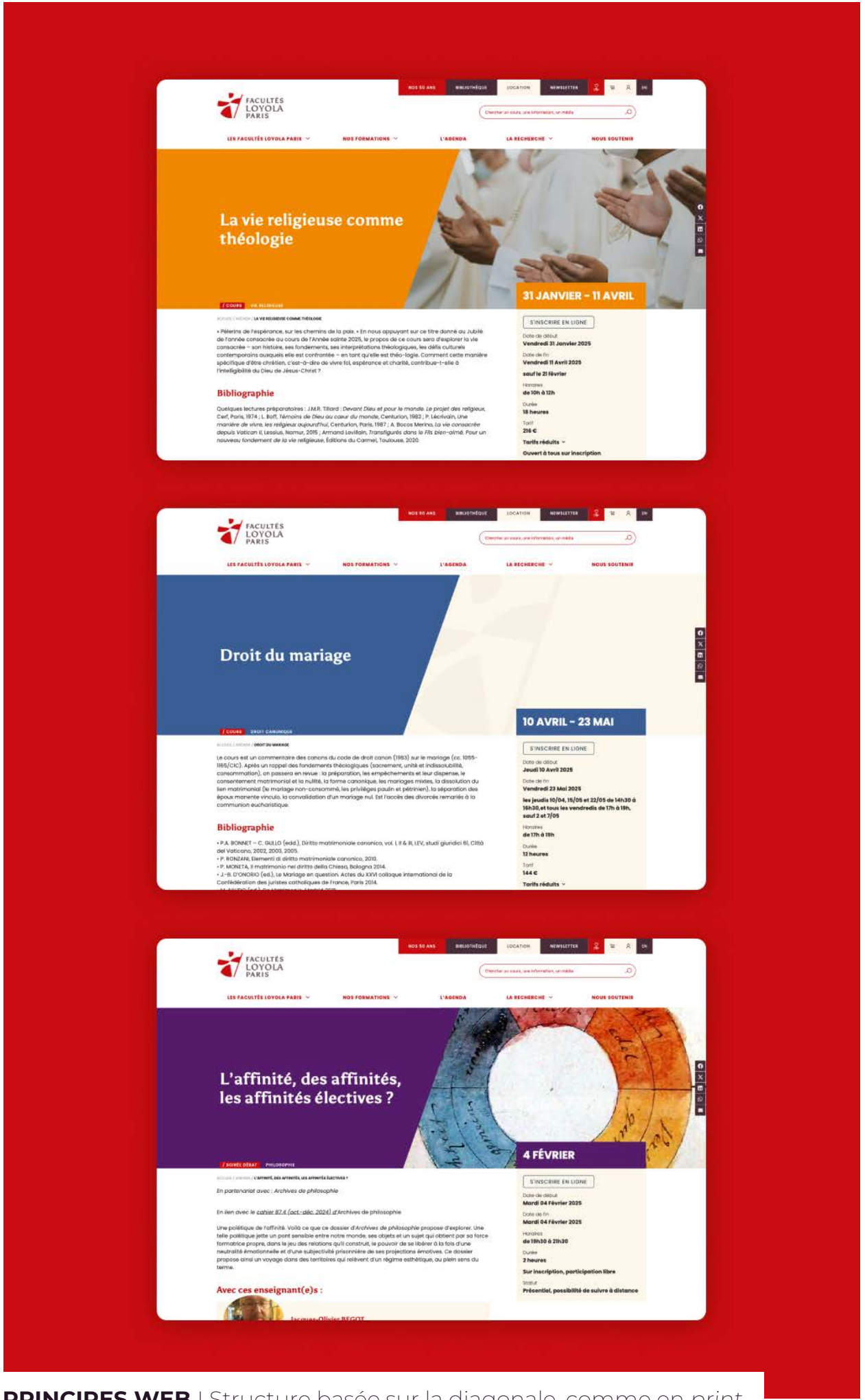
ARCHITECTURE DE MARQUE & UNIVERS GRAPHIQUE



*Appelés
à la liberté*

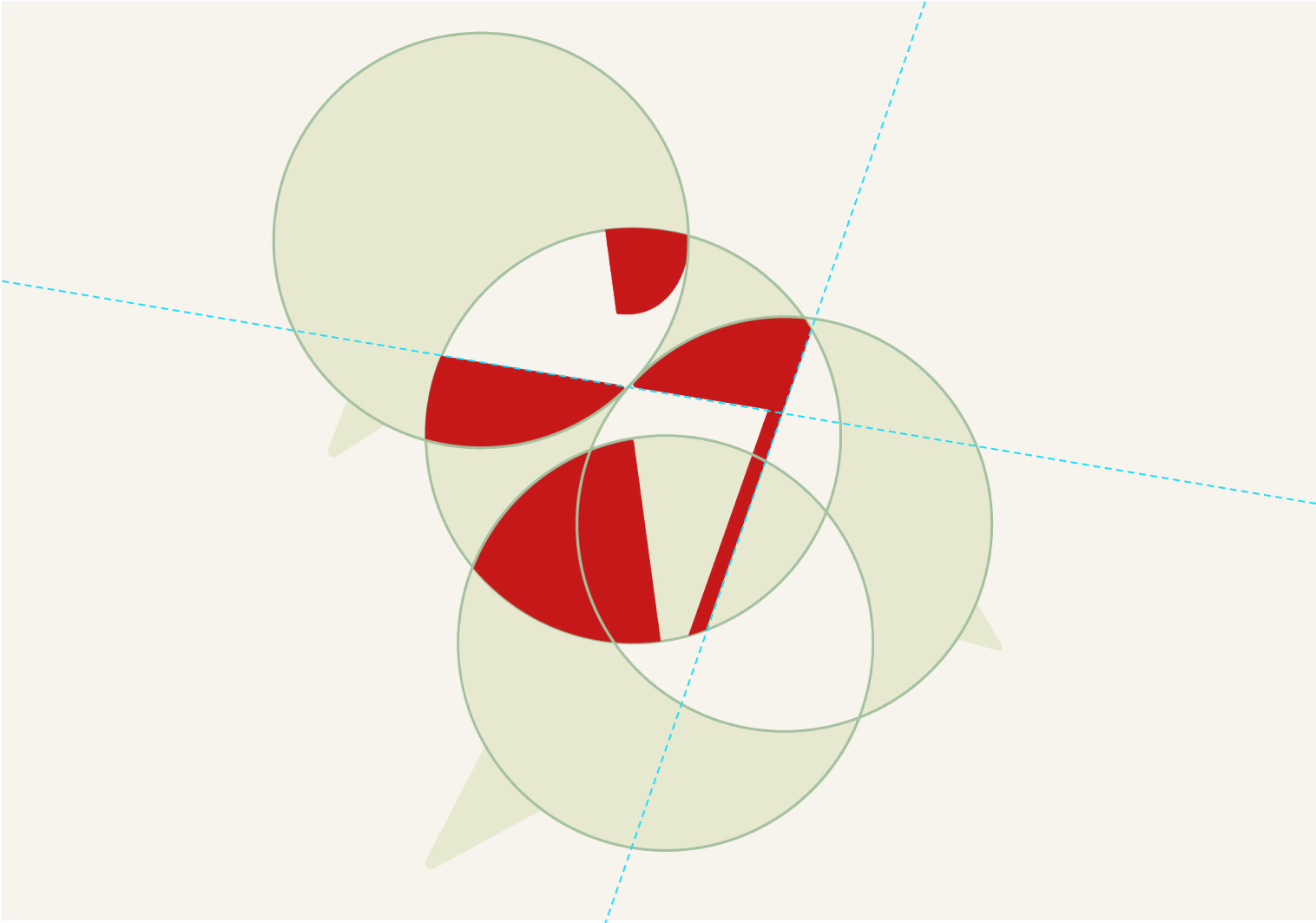


PRINCIPES D'ÉDITION | Structure basée sur la dynamique du bâton du pèlerin



PRINCIPES WEB | Structure basée sur la diagonale, comme en print





IDENTITÉ FILLE POUR LE FORUM

ECHOSYS CAPITAL

LE FOND - Echosys Advisory et Echosys Invest (JV RGreen) se réunissent sous une identité commune comme filiales du groupe Echosys Capital.

Comment développer sa marque et conserver l'intégrité de son univers, quand on partage son branding avec un co-actionnaire ?

LA FORME - Le nouveau territoire explore le symbole de la feuille, héritage de la filiale Advisory. Dans un souci d'épure, il intègre la typographie dans la lettre Y, telle une pousse et son bourgeon. L'univers graphique est élaboré à partir de variantes de cette glyphe : pictogrammes, principes éditoriaux et web.

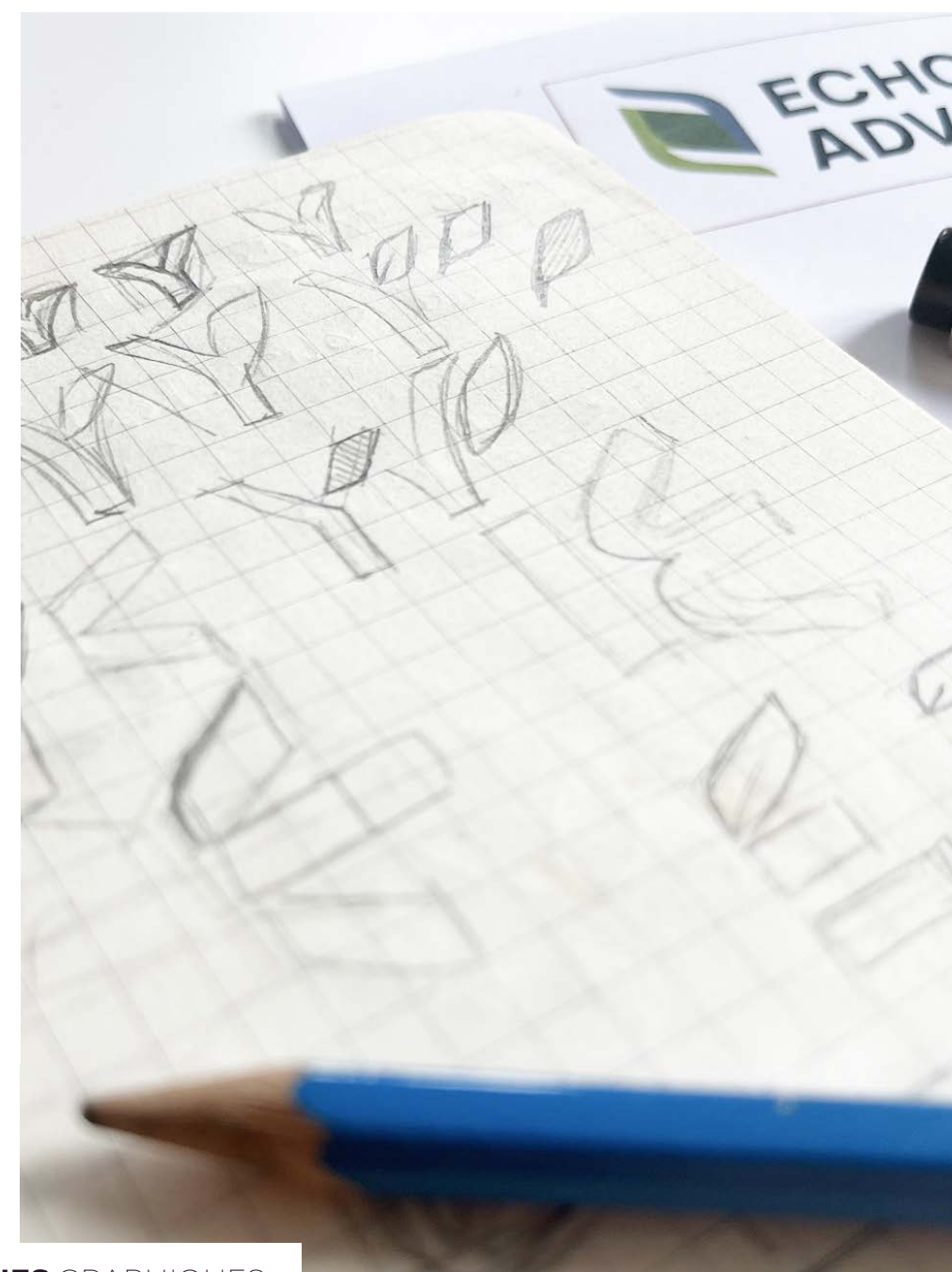
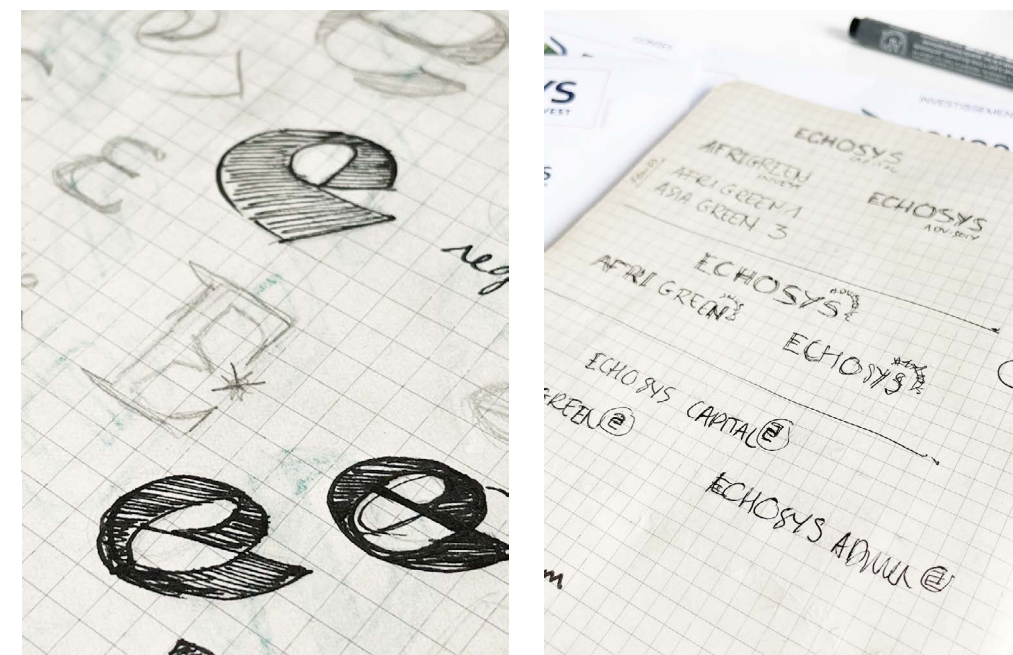
La filiale Invest, elle, fait un pas de côté via la couleur, en conservant sa gamme bleue et orange pour honorer son actionnariat avec RGreen et se conformer à une communication bipartite.

ARCHITECTURE DE MARQUES

PRINCIPES GRAPHIQUES

BRANDING VERT ENTRE FILIATION ET INDÉPENDANCE

ECHOSYS CAPITAL





ECHOSYS CAPITAL

Groupe

ECHOSYS
CAPITAL

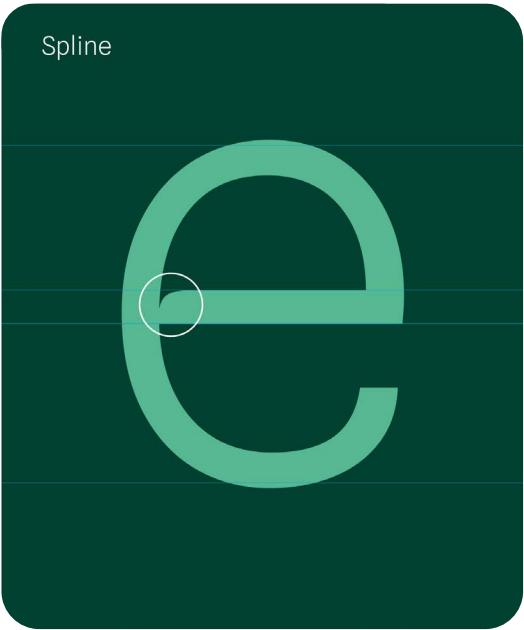
Conseil

ECHOSYS
ADVISORY

Investissement

ECHOSYS
INVEST

ARCHITECTURE DE MARQUES : GROUPE - 2 FILIALES



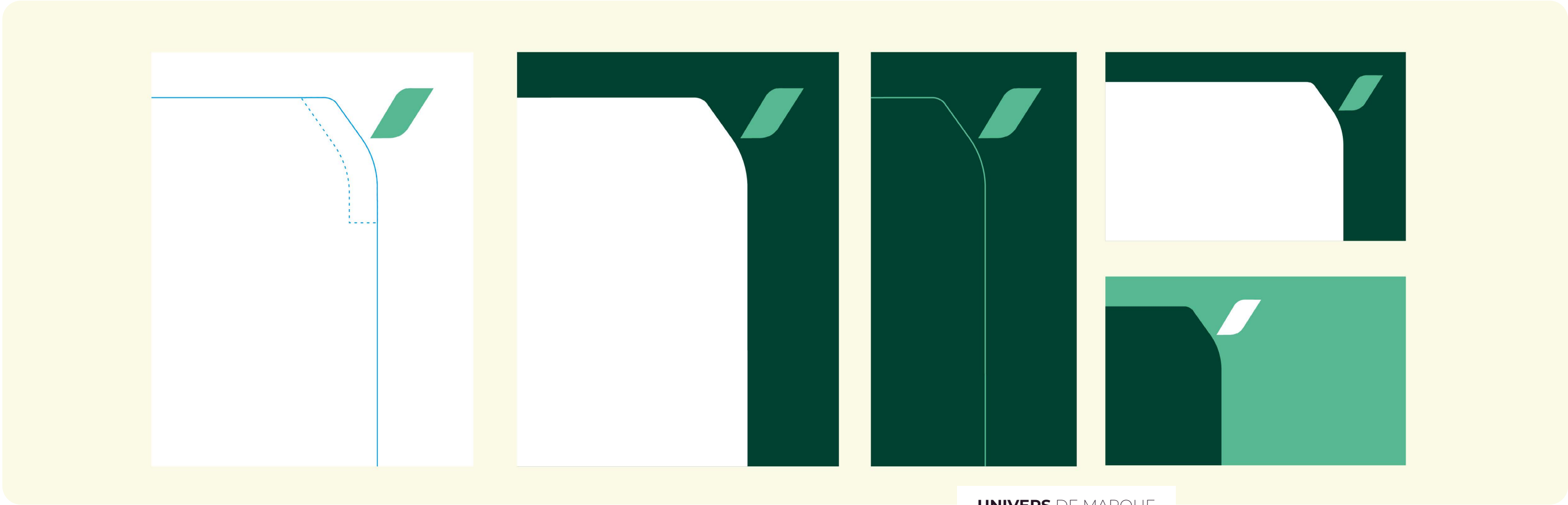
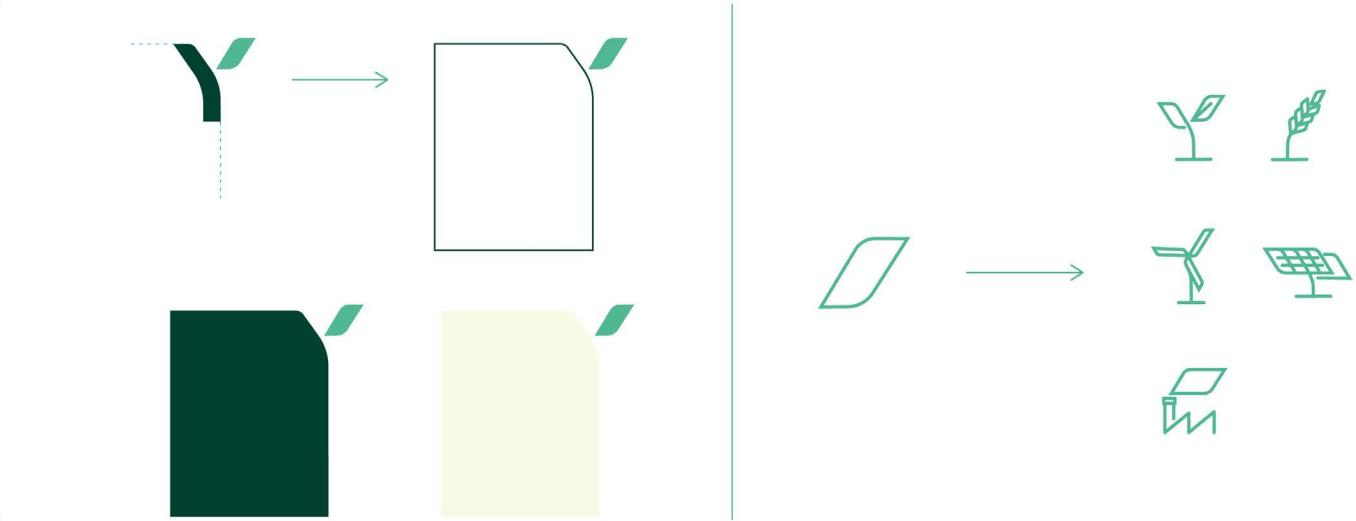
Spline sans

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890







ECHOSYS CAPITAL

ACCUEIL MISSIONS PRESTATIONS QUI SOMMES-NOUS? CONTACT

Financing the Green Transition

Cabinet de conseil spécialisé dans les infrastructures **vertes**



Investir durablement pour la liberté financière

Nous aidons les investisseurs à déployer intelligemment leur argent, et les développeurs et les entreprises industrielles à obtenir un financement efficace. Nous intervenons dans les secteurs où nous pouvons avoir le plus d'impact sur le changement climatique.



La production d'énergie est l'activité qui contribue le plus aux émissions de CO₂.

Les centrales solaires, éoliennes, à biomasse et hydroélectriques peuvent se substituer à la consommation de combustibles fossiles et réduire le réchauffement climatique.



Les terres et forêts abritent la biodiversité et les systèmes naturels de captage de CO₂ les plus efficaces.

Les projets agricoles et énergétiques peuvent être de puissants contributeurs à l'usage durable des terres, à la restauration des écosystèmes et à la réduction du CO₂.



L'industrie représente 20 % de la consommation mondiale d'énergie et 20 % des émissions de gaz à effet de serre.

60 à 80% de cette énergie est de la chaleur perdue qui peut être récupérée via de multiples applications industrielles

Nos services

Nous offrons des services de conseil aux investisseurs, aux gouvernements, aux développeurs et aux entreprises industrielles



2 expertises pour une action durable

Nous aidons les investisseurs à déployer intelligemment leur argent, et les développeurs et les entreprises industrielles à obtenir un financement efficace. Nous intervenons dans les secteurs où nous pouvons avoir le plus d'impact sur le changement climatique.

ECHOSYS ADVISORY



ECHOSYS INVEST





EVOCAE

LE FOND - Evocae forme et accompagne les étudiants à trouver leur voie, révéler leur potentiel et choisir un avenir qui leur corresponde.

Comment redonner à l'identité la même clarté et la même force que leur mission de la marque

LA FORME - La rose des vents, déjà présente dans l'identité, devient le point de départ de la refonte. Symbole d'orientation et de guidance, elle se transforme en un signe graphique fort, simple et immédiatement identifiable. Une typographie plus structurée, un univers graphique plus mature et une palette de couleurs dynamisée viennent renforcer ce nouveau territoire.

L'identité ne change pas l'histoire d'Evocae : elle la clarifie, l'affirme et lui donne une nouvelle portée. À l'image de sa mission, elle devient un repère qui montre la direction à suivre.

REBRANDING

CODES GRAPHIQUES

EVOCAE GARDE LE CAP

ANCIEN LOGO



V1



V2



V3

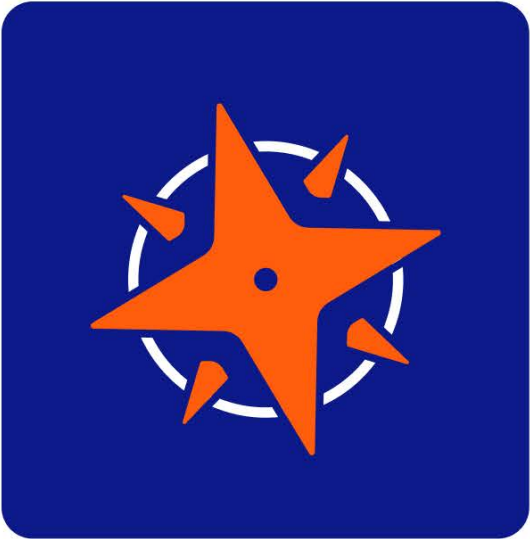
RECHERCHES - LIFTING AUTOUR DU SYMBOLE DE LA BOUSSOLE

EVOCAe

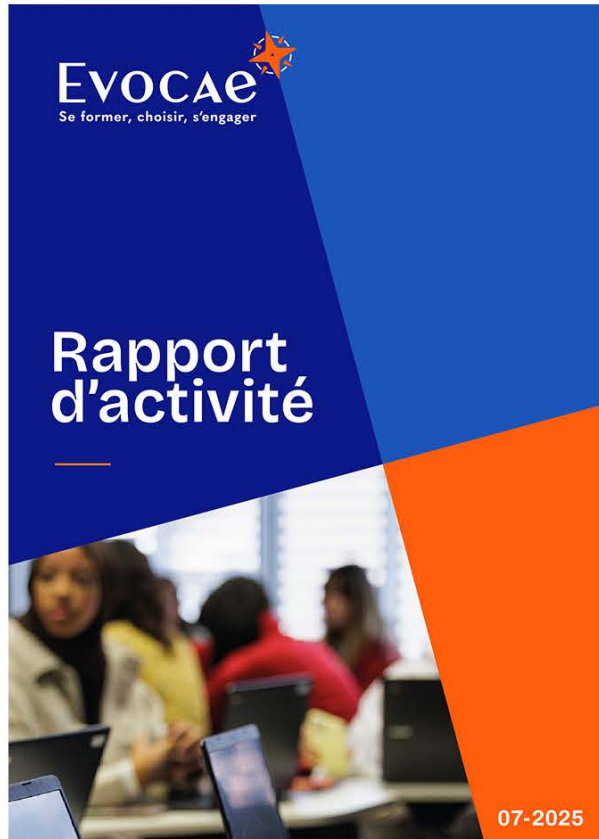
Se former, choisir, s'engager



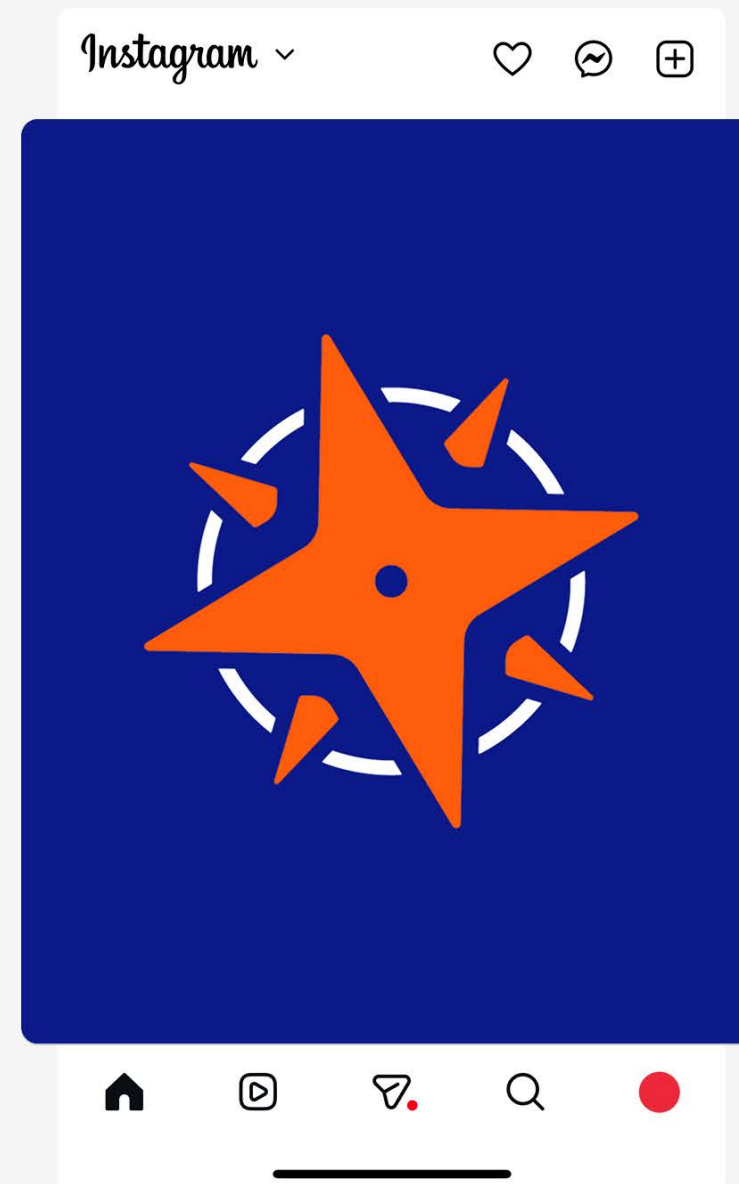
LOGOTYPE : **UN SYMBOLE STRUCTURANT**



UNIVERS GRAPHIQUE : LES ASSETS DE MARQUE



PRINCIPE DE «**DÉCOUPAGE**» A PARTIR DE LA BOUSSELE



EXEMPLE DE **COMMUNICATION RESEAUX**

POUR EN

VOIR

UNE PAGE - UN PROJET

PLUS...

mariealiceboyer.com



IMAGES EN **I.A.**

MISE EN PAGE

D.A. DE L'ILLUSTRATEUR

RAPPORT ANNUEL AKUO - « UN GROUPE SOLIDE »



LOGOTYPE

COLLABORATION AVEC LA **BNF**

LA MAISON DU CITRON DEVIENT **MAISON GANNAC**



LOGOTYPE

APPLICATIONS

COBALT INSTITUTE - REBRANDING



LOGOTYPE

CHARTÉ

ÉDITION

NOUVELLE CHARTE ÉDITORIALE - MAGAZINE ACTEURS PUBLICS



DAKAR
XV^È SOMMET
DE la francophonie

LOGOTYPE

COMPÉTITION - 15^e SOMMET DE LA FRANCOPHONIE

PARTAGE

avec les enfants du monde

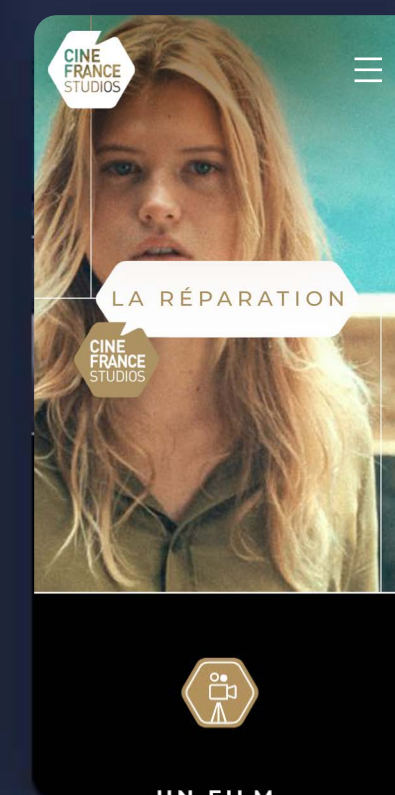
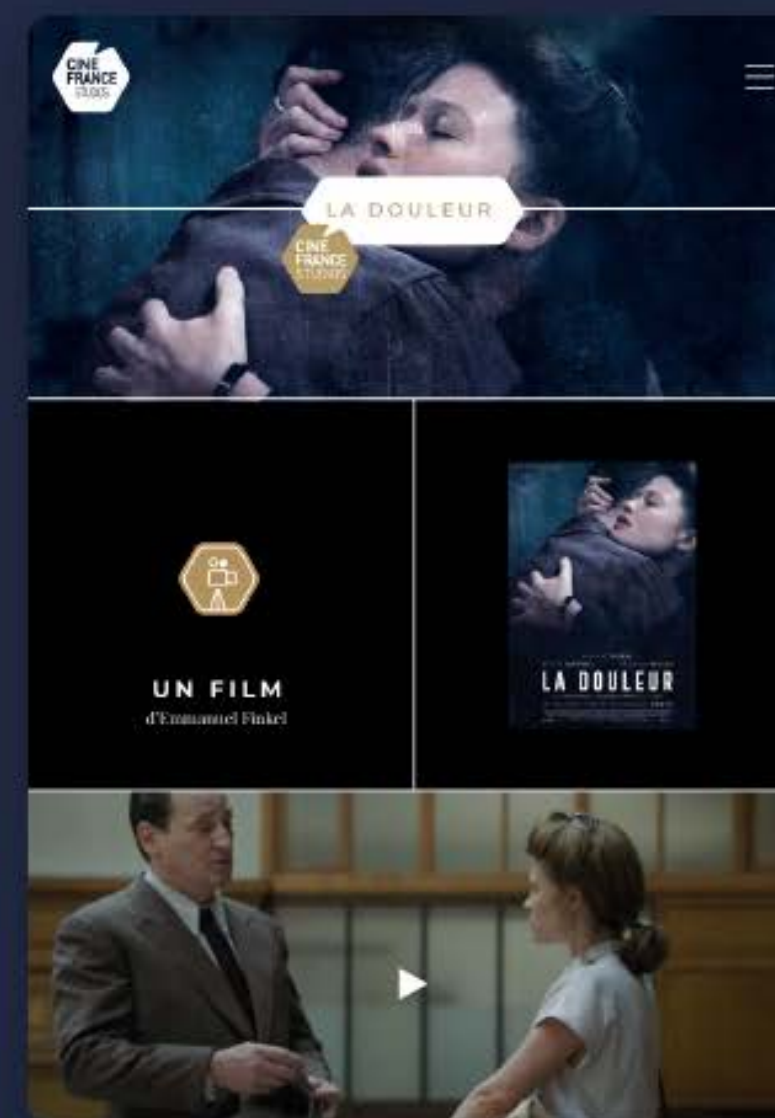
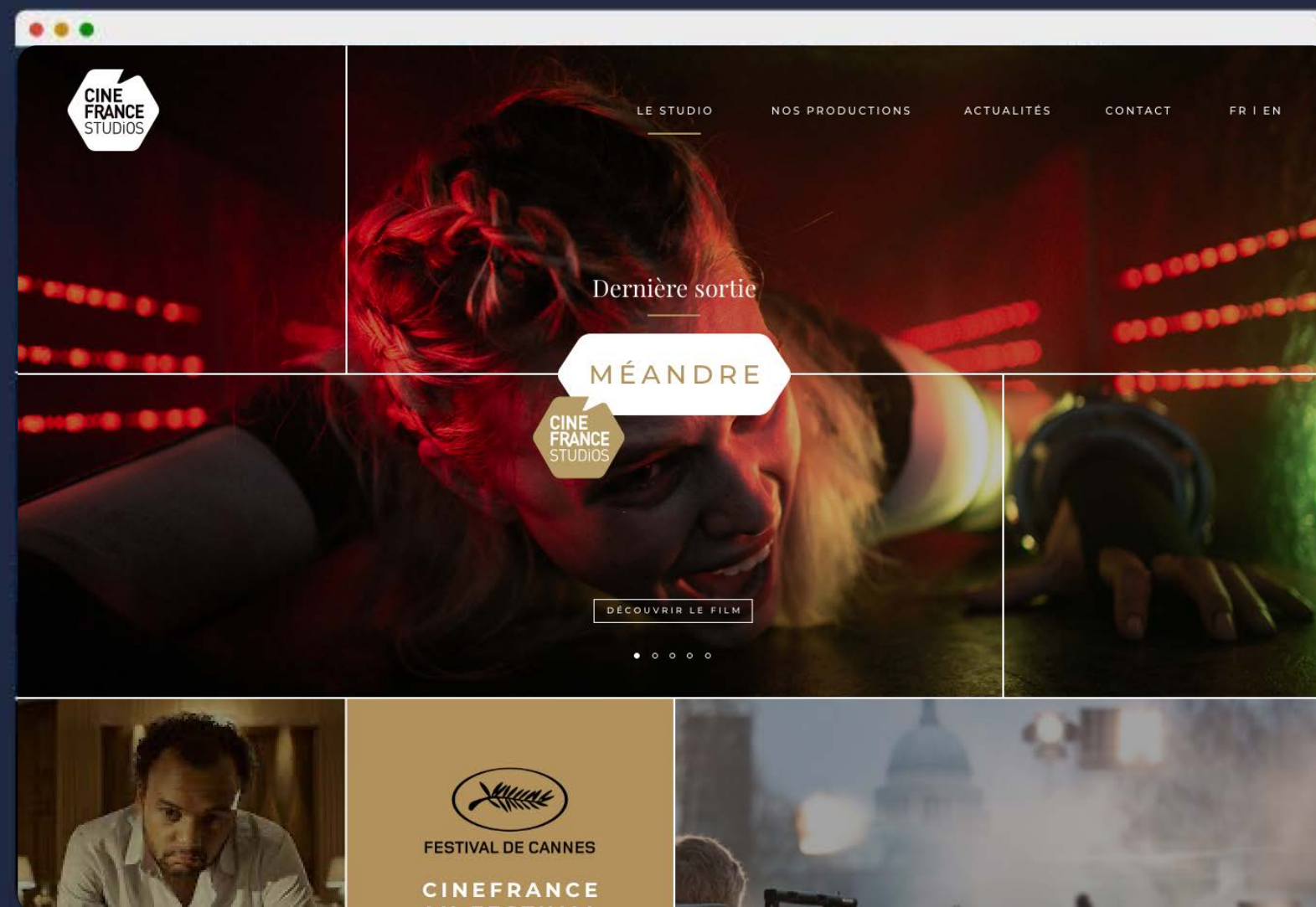




BRANDING

PACKAGING

CRÉATION DE MARQUE - UNE BISCUITERIE BRETONNE ENGAGÉE



WEB DESIGN

EFFET **SPLEET SCREEN** POUR CINÉ FRANCE STUDIOS (.EU)



ILLUSTRATION

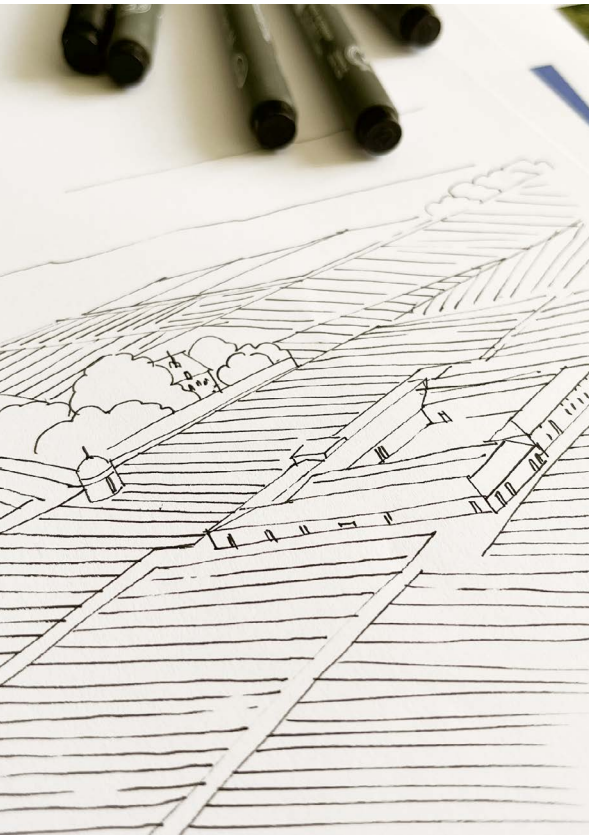
ÉTIQUETTES

CAVIAR - ROBUCHON INTERNATIONAL



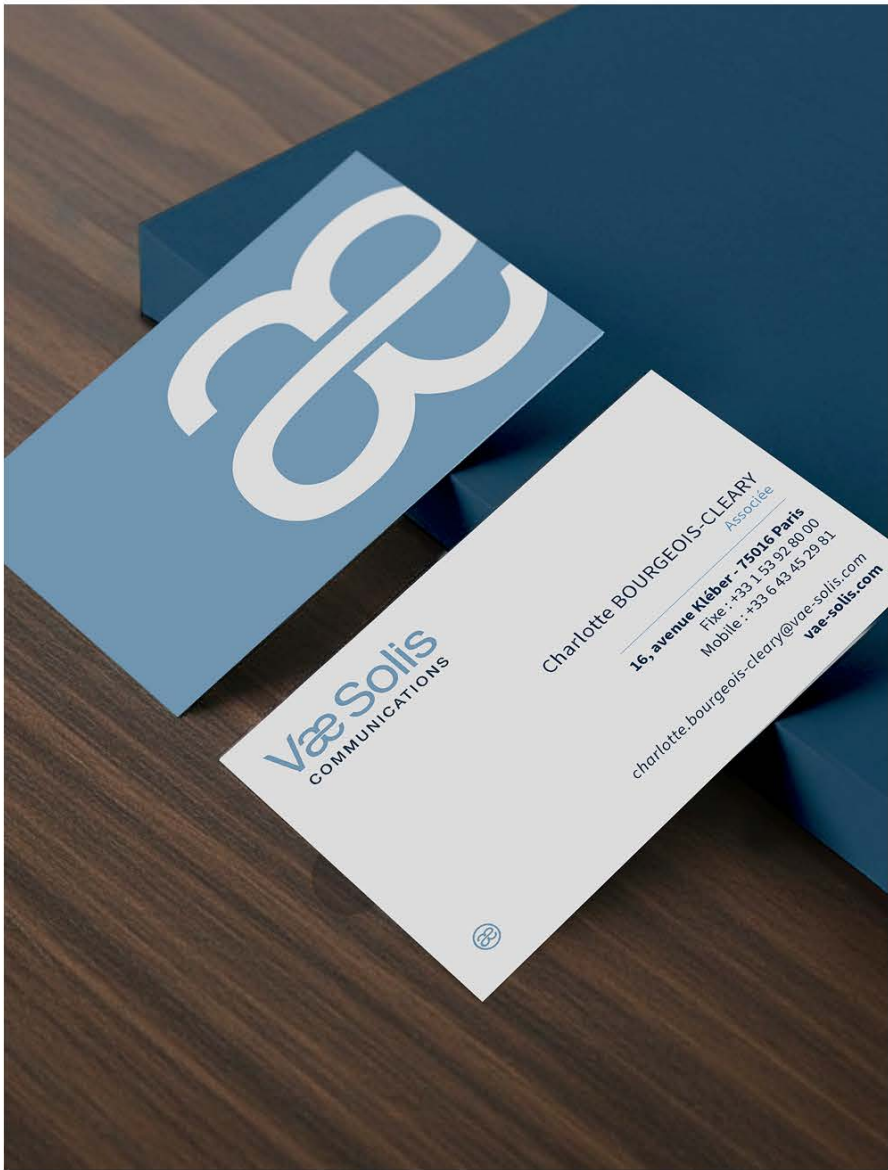
MISE EN PAGE

ILLUSTRATION



MANIFESTO **ARTEMIS DOMAINES** - COMMENT UNIFIER 7 DOMAINES ?





UN SYMBOLE POUR VAE SOLIS COMMUNICATIONS

ENDA

Ecole Nationale d'Art de Paris

Radical is new classic



Virginia Woolf

Biennale de Paris

ENDA

Ecole Nationale d'Art de Paris

Regene rate art



Bauhaus

Biennale de Paris

ENDA

Ecole Nationale d'Art de Paris

for Rad Art

Biennale de Paris

J E V O U S
E X P L I Q U E
T O U T

RENCONTRONS-NOUS !

mariealiceboyer@gmail.com