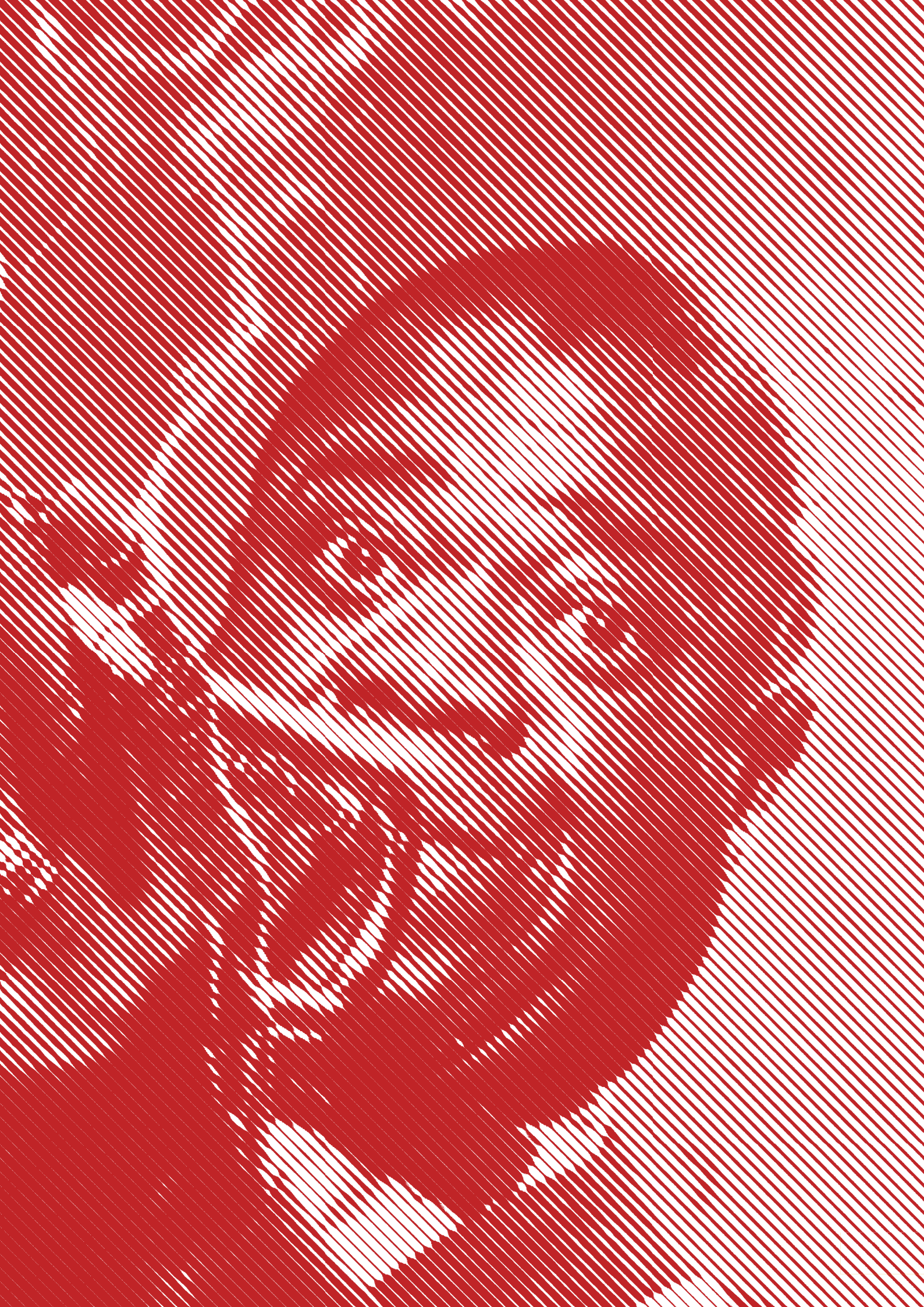


LOUIS AURAY

LIVRET

JANV







6

**BRIEF DEMANDE / AXE
DE COMMUNICATION**

7

**RECHERCHES
ICONOGRAPHIQUES**

9

**RECHERCHES
TYPOGRAPHIQUES**

11

**RECHERCHES, PISTES
DE TRAVAIL**

13

PROPOSITION LOGO

14

**MISE AU POINT (GRILLE,
ZONE DE PROTECTION)**

15

**LES COULEURS, TAILLE,
TYPOGRAPHIE**

15

LES INTERDITS

16

**LES DÉCLINAISONS POUR
LA SIGNALITIQUES**

17

LES MOCKUPS

■ BRIEF DEMANDE / AXE DE COMMUNICATION



Le Commanditaire

Le commanditaire de ce projet est Le Voyage à Nantes, c'est une manifestation culturelle estivale de la ville de Nantes, qui propose un parcours artistique au sein de la cité. C'est une visite qui permet de revisiter l'histoire de Nantes : cité portuaire et industrielle avec un passé esclavagiste très sombre et assumer, la ville décide de regarder ce passé dans les yeux avec le mémorial de l'esclavage sur les quais de Loire. Le Voyage à Nantes souhaite renouveler son identité graphique pour l'été 2022 afin de transformer La Cantine Du Voyage, un lieu dédié à la restauration des visiteurs. Ce lieu se transformera en bar de Jazz et changera donc de nom, le New Jazz Club. Un hommage est rendu aux grandes personnalités noires du monde du jazz comme Josephine Baker, Duke Ellington, Louis Armstrong, Lester Willis ou encore Cab Calloway.

L'axe de Communication

Le DA (Directeur Artistique) nous a demandé de travailler sur l'axe graphique « Modulation, entre figuration et abstraction » en faisant des recherches sur les créations du mouvement surréaliste entre les années 1920 et 1930. Le but est d'obtenir une version moderne et

actuelle malgré les influences anciennes, en utilisant les recherches surréaliste en les associant avec le jazz. L'identité visuelle doit mettre en évidence une identité forte mêlant créativité, métissage des cultures afro-américaine et européenne. Nantes veut établir ainsi un pont avec l'Amérique lié à son histoire portuaire et malheureusement esclavagiste mais en proposant un voyage aller-retour valorisant pour tous.

La Demande

Vous devez composer un dossier complet sur l'identité graphique :

→ Qui explique la refonte et la signification du logotype typographique qui sert d'enseigne au lieu (scan des recherches et des pistes de travail)

→ Qui réunit les éléments techniques de réalisation sous forme de charte graphique : le logo, les couleurs, les typographies, son utilisation et les interdits, ses déclinaisons sur les différents supports signalétiques et l'habillage du lieu, les objets dérivés comme verre, set de table.

→ L'identité visuelle permettra une présentation client avec des mock-up sur le lieu. Vous devez aussi fournir des éléments numériques finalisés : le logo (format ai), des exports print et web du logo, les polices.

■ RESSOURCES ICONOGRAPHIQUES



Duke Ellington (1899-1974)



Art Tatum (1909-1956)



Lester Willis Young
(1909-1956)





Joséphine Baker (1906-1975)



Cab Calloway (1907-1994)

■ RESSOURCES TYPOGRAPHIQUES

BIFUR

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Typo Bifur – Cassandre – 1929

PEIGNOT

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Typo Peignot – Cassandre – 1937

**WIENER
INTERNATIONALE
MESSE
18.-24. MÄRZ 1923**

Neuland - Karl Hermann - 1930

Broadway

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Typo Broadway – Benton – 1929

ACIER NOIR

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Typo Acier – Cassandre



Kabel - Rudolf Koch - 1928

■ RECHERCHES, PISTES DE TRAVAIL

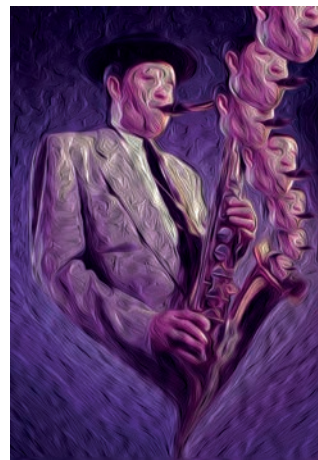
Proposition #1 : Peinture à l'huile

Techniques/Procédés utilisés :

- 1 - Galerie des filtres : Peinture à l'huile
- 2 - Outil Duplication
- 3 - Outil Brush, Outil Doigt

Justification :

Mon idée pour ces images était de mettre l'effet «peinture à l'huile» qui va à l'encontre de la photographie. Le surréalisme est un mouvement caractérisé par sa transdisciplinarité et la peinture fait partie de ce mouvement. Ce ne sont donc plus des photos mais des peintures. La duplications des éléments et l'ajout de brush en jouant avec les instruments permettent de renforcé ce côté surréaliste. Les instruments sont la marque du Jazz, c'est donc pour cela que j'ai tenté de travailler sur ces objets pour obtenir cette expressivité.



Proposition #2 : Contour postérisé

Techniques/Procédés utilisés :

- 1 - Galerie des filtres : Contour postérisé
- 2 - Jeu avec la saturation : Outil Densité - et Outil Densité +
- 3 - Mise en couleur de photo en Nuance de Gris

Justification :

J'ai choisi des images déjà colorisés ou que j'ai du colorisé et j'ai ajouté le filtre «Contour postérisé». Cet effet apporte un côté dessiné à la photographie, donc du surréalisme. Le fait d'avoir des images en couleurs permet de nous projeter dans cette époque très festive et également très colorée qu'était les années 30, l'époque du jazz.



Proposition sélectionnée



Proposition #3 : Filtre Chromatique

Techniques/Procédés utilisés :

- 1 - Sélection > Plage de Couleur
- 2 - Galerie des filtres : Esquisse > Chrome

Justification :

J'ai décidé de retirer à chaque fois soit les tons clairs, les tons moyens ou les tons foncés. Avec l'outil gomme je décide quelles zones sélectionnées je supprime pour ajouter le filtre «chrome». Ce filtre ajoute un effet de fluidité et c'est comme si les images se transformait en un fluide.



Expérimentations



■ PROPOSITION LOGO

Proposition #1 : Proposition sélectionnée

BIFUR

Typo Bifur – Cassandre – 1929

Cette typographie est reprise de ma deuxième proposition iconographique. Ma démarche était de donner plus de profondeur, donc de dupliquer les blocs noirs de la typo de base pour pouvoir appliquer de la couleur. L'effet « contour postéréisé » permet de retrouver un lien avec ma proposition iconographique et également de contrasté un peu plus la police.



Dérivés :

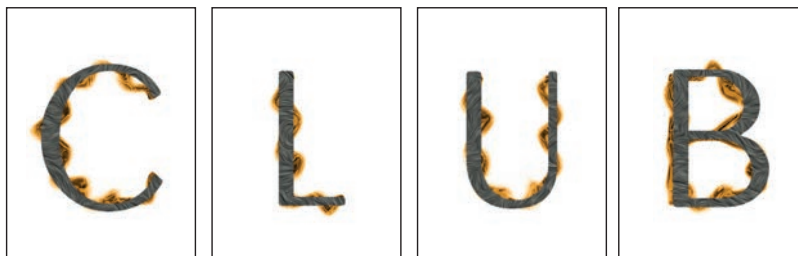


Proposition #2 :

PEIGNOT

Typo Peignot – Cassandre – 1937

La typographie Peignot est une typographie plutôt simple dans ses formes, ce qui m'a en même temps compliqué la tâche pour la modifier mais qui, avec son résultat final, me permet d'obtenir une typographie qui n'est pas trop imposante et qui peut être intéressante pour des sous-titres. Dans ma démarche, j'ai mis l'effets de « peinture à l'huile » dans la typographie en premier plan et la typographie de derrière avec un autre calque, j'ai créer plusieurs déformations avec l'outil doigt sur Photoshop. J'ai appliqué par la suite une couleur dorée avec un claque en mode de fusion « Couleur ». Tout ces éléments nous ramènent au surréaliste avec des formes sur la typographie dorée qui se transforme presque comme des roses, on a l'impression qu'elle s'enroule autour de la typographie en premier plan. On pourrait aussi croire que c'est une sorte d'énergie, l'énergie musical du Jazz.



Dérivés :

CLUB CLUB CLUB

Proposition #3 :

Broadway

Typo Broadway – Benton – 1929

Pour cette dernière proposition, je me suis inspiré de ma troisième proposition iconographique : « Chromatique ». Cette effet chromatique paraît irréel, illusoire, ... cet effet de transparence renforce cette idée. Pour en arriver à ce résultat, j'ai dupliqué plusieurs fois ma typographie sur Photoshop initialement vectorisée sur Illustrator et j'ai paramétré la transparence des calques dupliqués. Cette impression que la typographie se déplace est également liée à l'effet chromatique. Le chrome est un élément chimique qui est tout le temps en mouvement, c'est l'effet que j'ai recherché. Avec des calques en mode de fusion « Couleur » on peut avoir un aperçu de comment peut rendre la couleur sur la typographie.



Dérivés :

CLUB CLUB CLUB CLUB

■ LES COULEURS, TAILLE, TYPOGRAPHIE

Pantone
Process Black



Pantone
7550 UP



Pantone
476 UP



Pantone
7622 UP



HTML
#1d1d1b

HTML
#efa91f

HTML
#664b24

HTML
#c02226

RVB
R29 - V29 - B27

RVB
R239 - V169 - B31

RVB
R102 - V75 - B36

RVB
R192 - V34 - B38

CMJN
C0 - M0 - J0 - N100

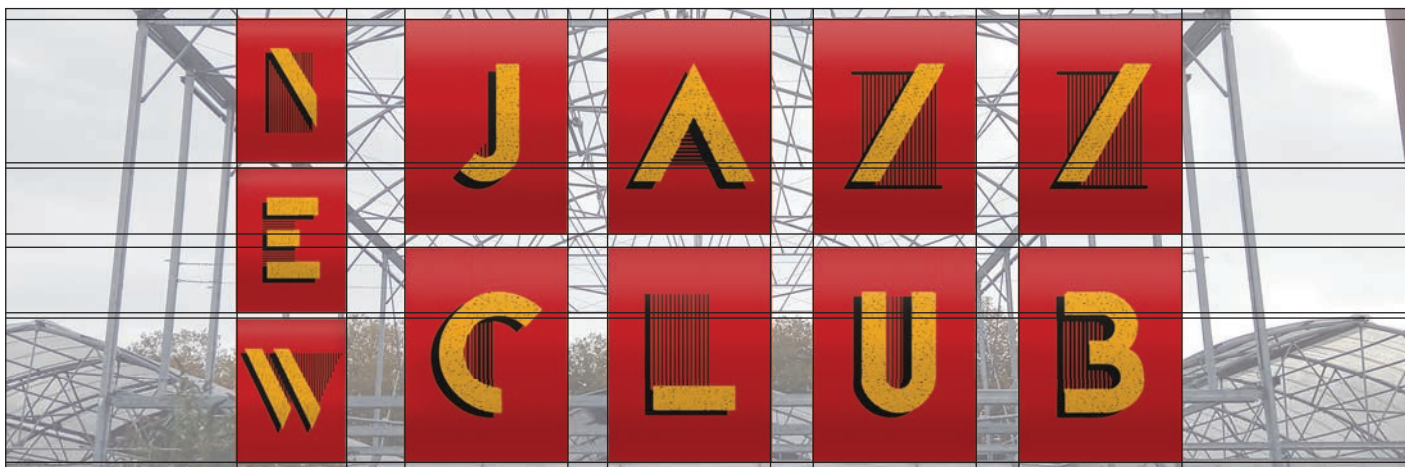
CMJN
C5 - M38 - J92 - N0

CMJN
C48 - M59 - J88 - N45

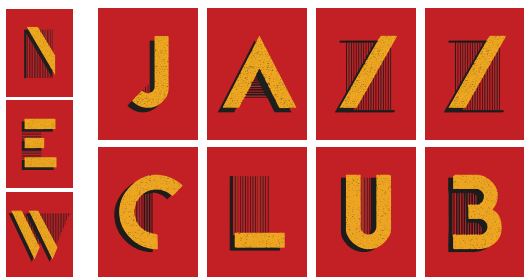
CMJN
C17 - M97 - J88 - N7

	Police d'écriture	Option de police	Taille de police
Titre	ACIER	Text solid	25pt
Sous-titre	Fashion Fetish Heavy	Regular	16pt
Texte	Circular Std	Medium	12pt
Pagination	Impact	Regular	16pt

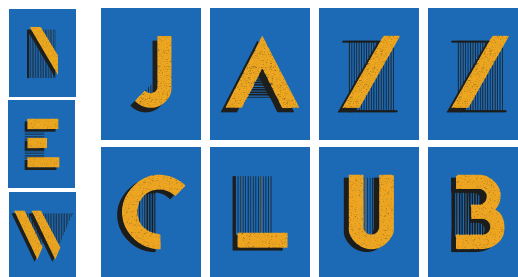
■ MISE AU POINT (GRILLE, ZONE DE PROTECTION)



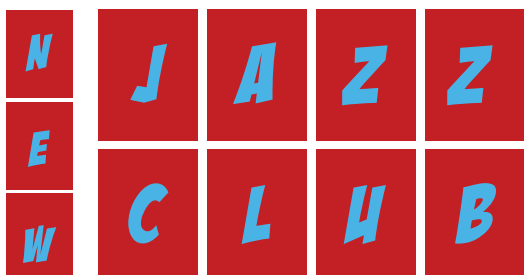
■ LES INTERDITS



Logo correct



Ne pas changer la couleur de fond



Ne pas changer la typographie ni sa couleur

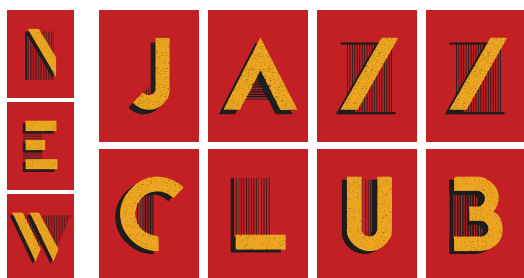


Ne pas changer la couleur de fond par un dégradé de couleur



Ne pas déformé le logo, que ce soit en horizontal ou en vertical

■ LES DÉCLINAISONS POUR LA SIGNALITIQUES

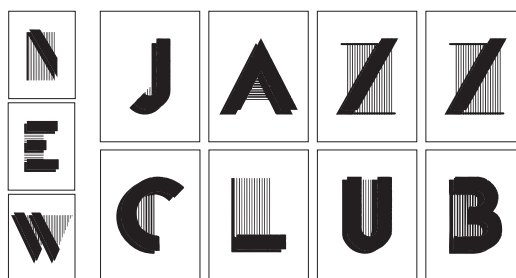


Logo quadri :

A utiliser pour des documents imprimés en couleurs. Le logo doit rester sur un fond blanc.

Logo noir :

C'est une version simplifiée avec 100% d'encre noire. A utiliser pour des documents imprimés en noir uniquement.

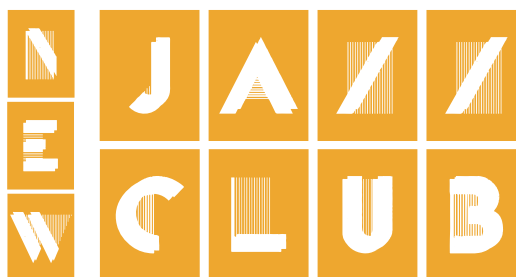
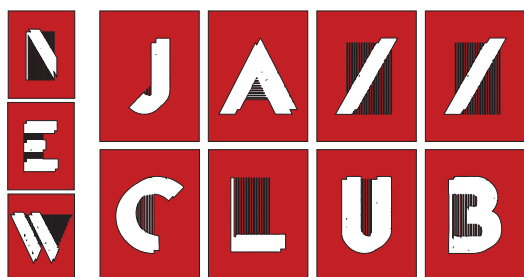
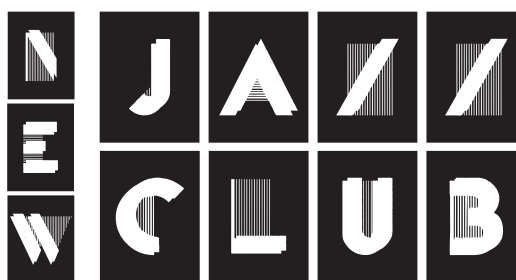


Logo blanc :

A utiliser pour des documents imprimés sur un fond de couleur unie foncée ou fond noir.

Logo blanc :

A utiliser pour des documents imprimés sur un fond de couleur unie foncée ou fond noir.

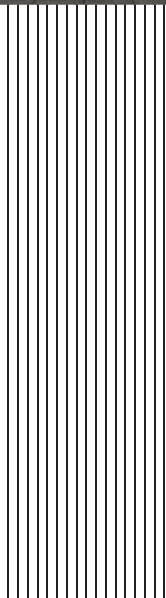


■ LES MOCKUPS



Mock-up des lieux

Mock-up sur la structure de la Cantine du Voyage

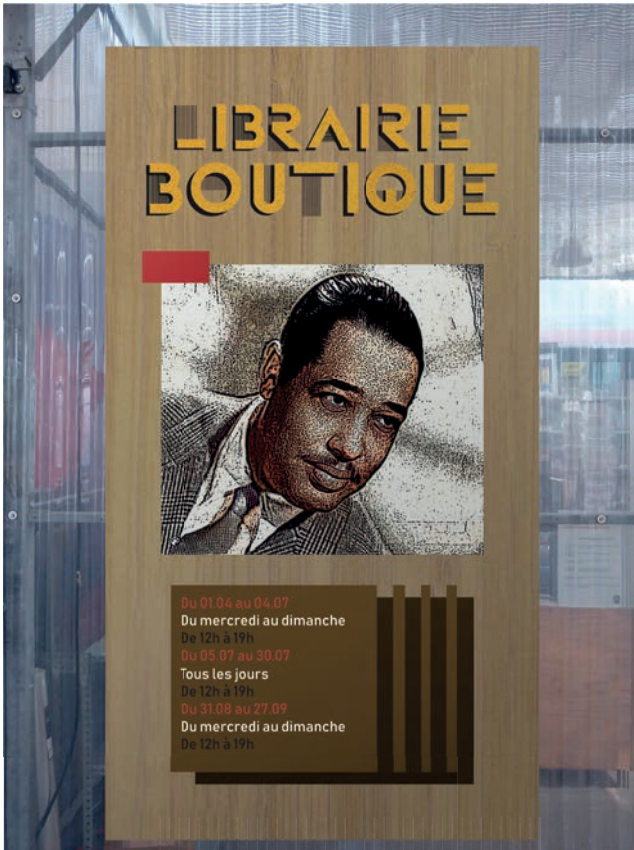


Mock-up du bar de la Cantine du Voyage



Mock-up du panneau desserts

Mock-up panneaux d'affichages



Mock-up du panneau
Librairie Boutique



Mock-up du panneau
d'entrée de la cantine



TICKETS

BAR

GLACES

LA
COLLINE

TOILETTES

Autres mock-up et produits dérivés



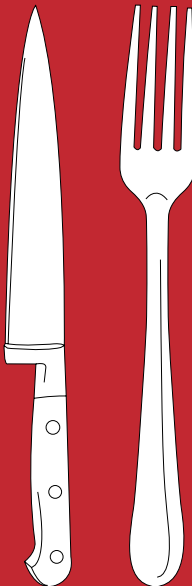
Logo Facebook



Mock-up gobelet



Packaging du range couverts de la cantine



Entrée / Starter

La petite salade de la Cantine
New Jazz Club's season salad
+ Plat / main course
Poulet Fermiers d'Ancenis et pommes de terre Ancenis farm
chicken with potatoes
+ Boisson / drink
Au choix : 1/4 de vin, bière, cidre, boisson sans alcool, eau minérale
Choice of : 1/4 of
wine, beer, cider or soft drink.
Hors formule / extra cost
- Dessert/3,50
- Boisson complémentaire au bar Extra drinks to the bar

Un plat unique

Le poulet Fermiers d'Ancenis se met à table ! Constant dans sa qualité de nos prairies à votre assiette, il noue de belles alliances entre le goût et le terroir, la rusticité et la finesse, la générosité et la simplicité. Elevé en plein air, il gratte, picore, se perche à l'abri de haies bocages dans un environnement tout ce qu'il y a de plus naturel et préservé. Plat de partage, chaleureux et toujours généreux, ce poulet pommes de terre, une habitude bien ancrée dans notre patrimoine culinaire, réjouit par sa chair tendre, savoureuse et sa peau croustillante. Parfumé aux épices, il promet un bon moment gourmand. Les Fermiers d'Ancenis sont proches de vous par nature ! Le Potager du New Jazz Club, conçu par le maraîcher Olivier Durand en 2016, permet de développer un travail pédagogique sur l'agriculture urbaine et le maraîchage à la nantaise. En 2020, le Potager se pare de l'oeuvre « Invendu - Bottes » de Lilian Bourgeat. Le New Jazz Club est soutenu par les Poulets Fermiers d'Ancenis. Le New Jazz Club a été créé en 2013 dans le cadre de Nantes, Capitale Verte de l'Europe. New Jazz Club was realized with the support of Fermiers d'Ancenis. New Jazz Club was created in 2013 for Nantes, European Green Capital.

Bienvenue au New Jazz Club.

Une formule unique vous est proposée. En échange de votre ticket acheté au bar, le serveur vous apportera votre repas. Si vous souhaitez des boissons complémentaires et/ou un dessert, merci de vous adresser au bar.

Welcome to New Jazz Club.

Only one menu is proposed.
In exchange for your ticket bought at the Bar, a waiter will serve you your meal. If you would like extra beverages or/and dessert, please go to the Bar.

Packaging du set de table de la cantine



