

GraphikShaker

DesignStudio since 2009

El Porfolio •

• **en GraphikShaker
hacemos
diseño gráfico
desde 2009**

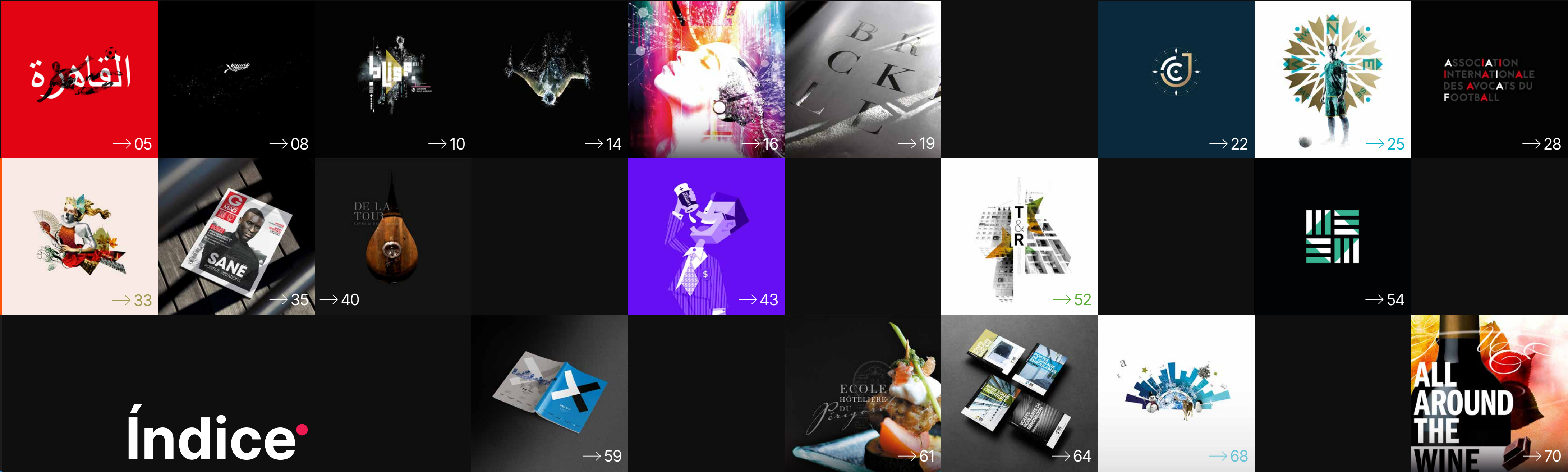
Somos un estudio independiente de branding y diseño gráfico con sede en Granada, España. Lo nuestro es resolver problemas de comunicación visual.

Para servir a los objetivos estratégicos de nuestros clientes, combinamos conocimientos artísticos y técnicos que traducen nuestro pensamiento a imágenes.

A continuación, nuestros clientes distribuyen nuestras creaciones gráficas por canales de impresión, digitales o audiovisuales o las emplean en decoración.

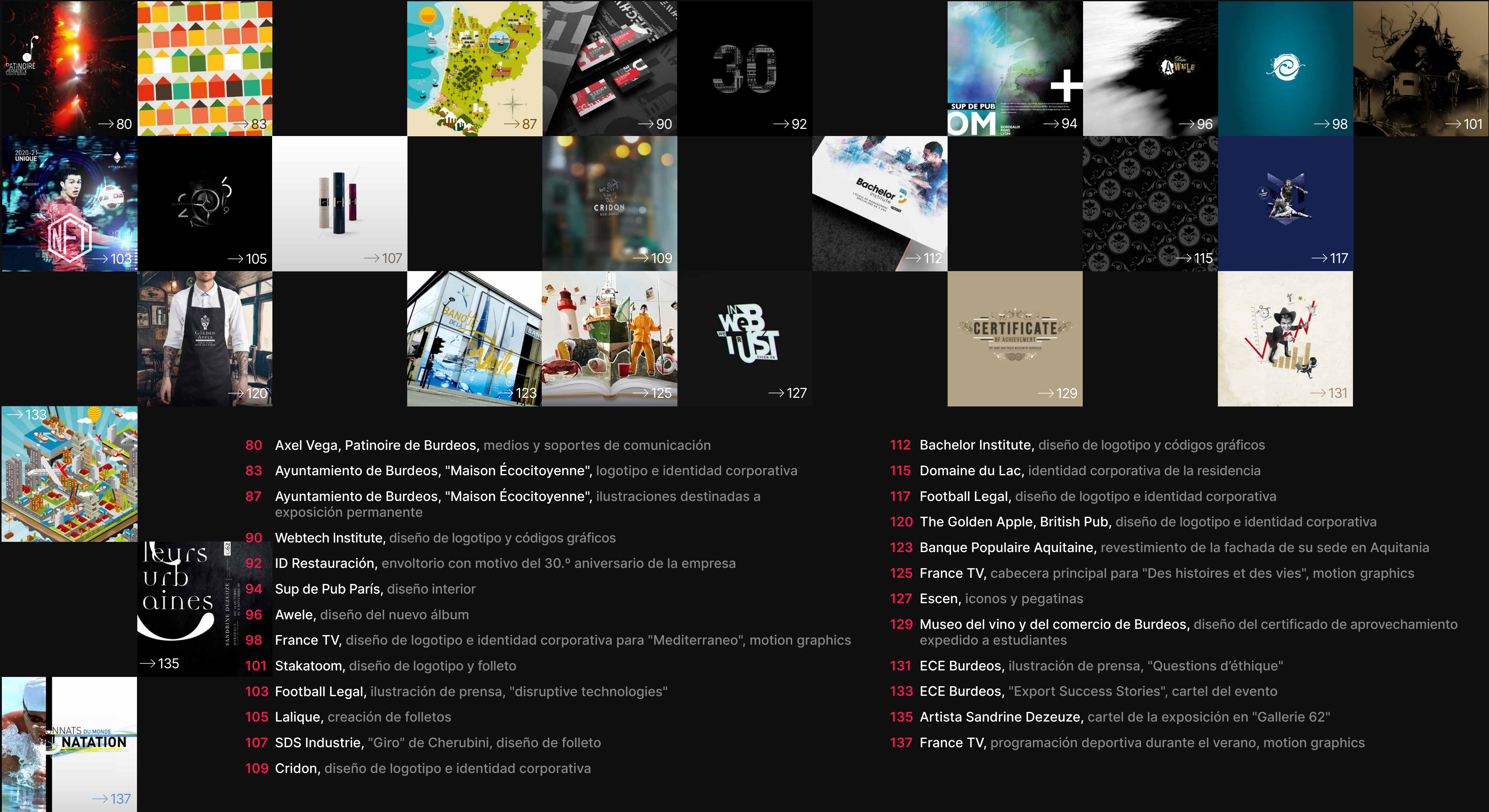
GraphikShaker es un estudio de diseño gráfico independiente cofundado por Nicolas Billaud en mayo de 2009. Con su sede de Burdeos desde su creación, el estudio adquiere una dimensión europea a partir de 2025 con la apertura de una segunda oficina en Granada.

Ya sea en diseño de marca o en campañas de comunicación, el objetivo es proporcionarte herramientas optimizadas y gráficamente originales para una gestión controlada y eficaz de tu comunicación visual.



Índice

- 05 AIAF, Asociación Internacional de Abogados de Fútbol, responsables de comunicación del 7.º congreso de la AIAF en El Cairo, Egipto
- 08 France TV, clip cinema Cannes, motion graphics
- 10 Compañía Rêvolution, danza contemporánea, diseño del logotipo y la identidad corporativa del espectáculo "Bliss"
- 14 Compañía Rêvolution, danza contemporánea, cartel de la gira europea del espectáculo "Bliss"
- 16 ECE París, decoración de las instalaciones de la escuela de ingeniería
- 19 Brickell et Carat, libros, diseño gráfico de libros de lujo
- 22 Cyril Jouison Fotógrafo, diseño de logotipo e identidad corporativa
- 25 AIAF, Asociación Internacional de Abogados de Fútbol, creación de la comunicación del 8º Congreso de la AIAF en Sevilla, España
- 28 AIAF, Asociación Internacional de Abogados de Fútbol, diseño de logotipo e identidad corporativa
- 31 Sup de Pub Burdeos y París, decoración interior de instalaciones
- 33 Provincia de Indre-et-Loire, exposición "Costumer l'Histoire"
- 35 FC Girondins de Burdeos, n.º135 de la revista "Girondins Mag", creación del nuevo diseño de la revista oficial del Club "Girondins Mag"
- 40 Destilería De La Tour, diseño de logotipos e identidad corporativa
- 43 Ilustraciones, diseño de personajes
- 52 Node Arquitectura, diseño del logotipo "T&R" y folleto de exhibición
- 54 Agencia ARTéSITE, diseño de logotipos e identidad corporativa
- 57 Pure Concept, diseño de la identidad visual
- 59 Grupo Next-U Education, diseño de folleto corporativo
- 61 Cámara de Comercio e Industria de Dordoña, identidad corporativa de la École Hôtelière de Périgord, Francia
- 64 SDS Industrie, diseño de nuevos folletos corporativos
- 68 France TV, clips de juego, motion design (2)
- 70 ECE Bordeaux, "All around the wine", cartel del evento
- 72 France TV, clips de juego, motion design (1)
- 74 Festival "En el corazón de los libros ambulantes", logotipo, ilustración y edición, mancomunidad de Saint-Loubès, Francia
- 77 Axel Vega, Pista de hielo de Burdeos, diseño de logotipo e identidad corporativa



- 80 Axel Vega, Patinoire de Burdeos, medios y soportes de comunicación
- 83 Ayuntamiento de Burdeos, "Maison Écocitoyenne", logotipo e identidad corporativa
- 87 Ayuntamiento de Burdeos, "Maison Écocitoyenne", ilustraciones destinadas a exposición permanente
- 90 Webtech Institute, diseño de logotipo y códigos gráficos
- 92 ID Restauración, envoltorio con motivo del 30.º aniversario de la empresa
- 94 Sup de Pub París, diseño interior
- 96 Awele, diseño del nuevo álbum
- 98 France TV, diseño de logotipo e identidad corporativa para "Mediterraneo", motion graphics
- 101 Stakatoom, diseño de logotipo y folleto
- 103 Football Legal, ilustración de prensa, "disruptive technologies"
- 105 Laliqe, creación de folletos
- 107 SDS Industrie, "Giro" de Cherubini, diseño de folleto
- 109 Cridon, diseño de logotipo e identidad corporativa

- 112 Bachelor Institute, diseño de logotipo y códigos gráficos
- 115 Domaine du Lac, identidad corporativa de la residencia
- 117 Football Legal, diseño de logotipo e identidad corporativa
- 120 The Golden Apple, British Pub, diseño de logotipo e identidad corporativa
- 123 Banque Populaire Aquitaine, revestimiento de la fachada de su sede en Aquitania
- 125 France TV, cabecera principal para "Des histoires et des vies", motion graphics
- 127 Escen, iconos y pegatinas
- 129 Museo del vino y del comercio de Burdeos, diseño del certificado de aprovechamiento expedido a estudiantes
- 131 ECE Burdeos, ilustración de prensa, "Questions d'éthique"
- 133 ECE Burdeos, "Export Success Stories", cartel del evento
- 135 Artista Sandrine Dezeuze, cartel de la exposición en "Galerie 62"
- 137 France TV, programación deportiva durante el verano, motion graphics



< Volver al índice



AIAF Las Ediciones Droitdusport.com Eventos Fútbol Jurídico Deporte
Cartel Diseño editorial Folleto Diseño web

AIAF, Asociación Internacional de Abogados de Fútbol, responsables de comunicación del 7.º congreso de la AIAF en El Cairo, Egipto

En la misma línea de colaboración iniciada con la identidad corporativa de la AIAF (Asociación Internacional de Abogados de Fútbol), GraphikShaker vuelve a ser nombrada responsable de la comunicación visual del 7.º Congreso anual, que tendrá lugar esta vez en El Cairo, Egipto. Proyecto realizado en cooperación con Ediciones droitdusport.com. GraphikShaker diseñó el cartel tras diferentes propuestas y elaboró las versiones impresas y digitales del programa del Congreso, así como la nueva página web de la AIAF.

aiaf-law.com









france•tv

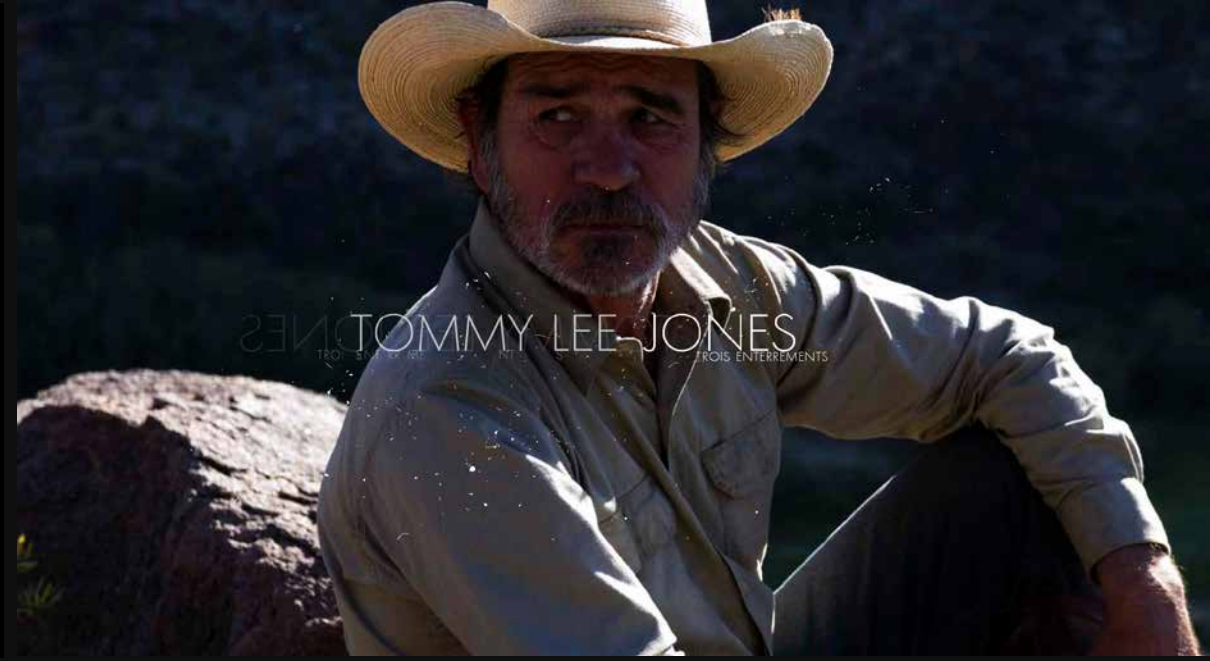
[France TV](#) [Arte visual](#) [Cultural](#) [Evento](#) [Gráficos animados](#)

France TV, clip cinema Cannes, motion graphics

¡La aventura de France Télévision continúa! GraphikShaker firma la creación gráfica del Clip Cinéma para France 3 en colaboración con Jean-François Orlac'h, que se encargó del desarrollo técnico. Este clip tiene como objetivo promocionar la programación cinematográfica de la cadena durante el Festival de Cannes. El clip está en emisión en France 3.

france.tv

→ [ver el vídeo](#)





< [Volver al índice](#)



Compañía Rêvolution **Arte visual** **Danza** **Cultural** **Evento** **Música** **Logotipo e identidad corporativa**

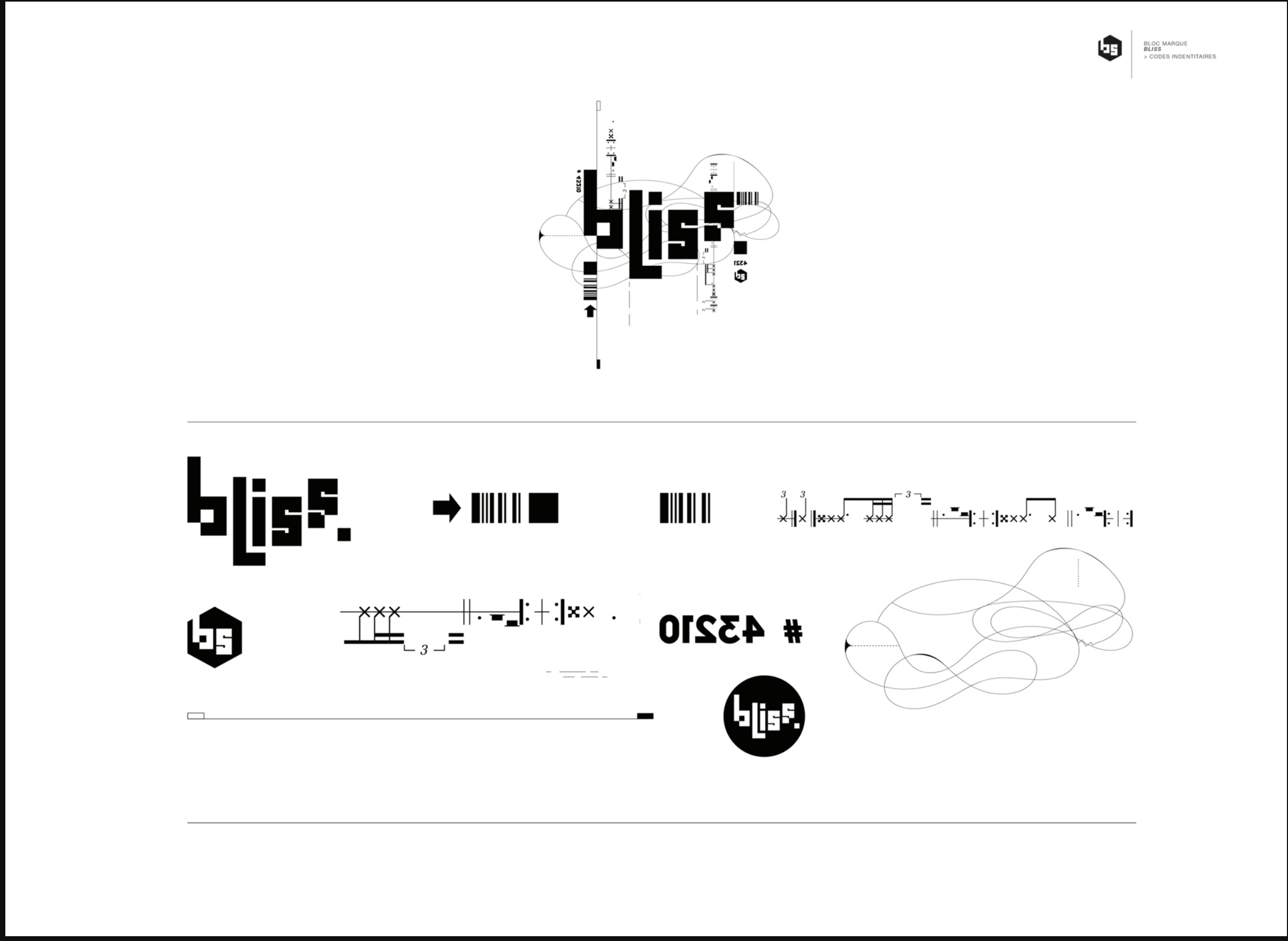
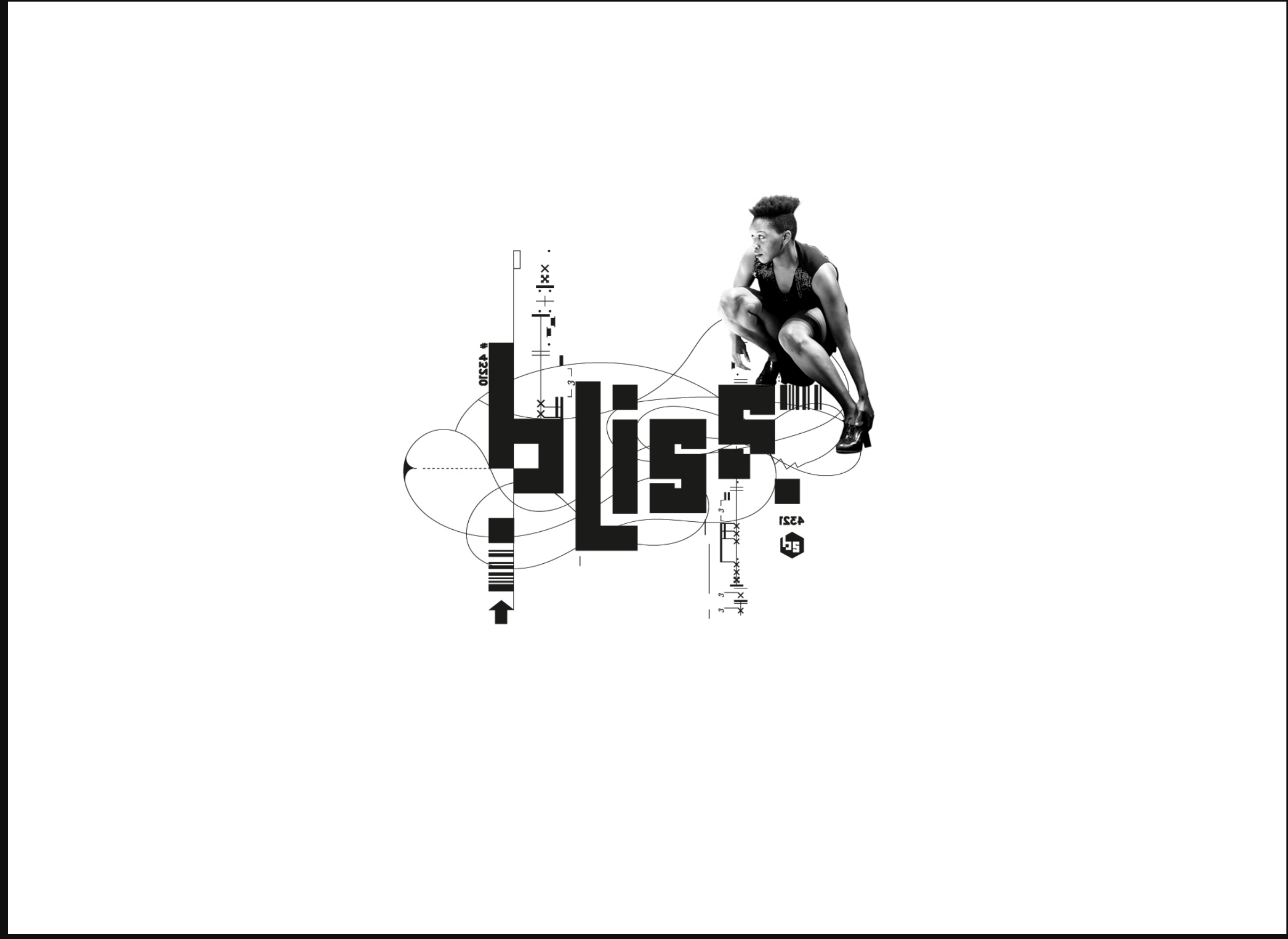
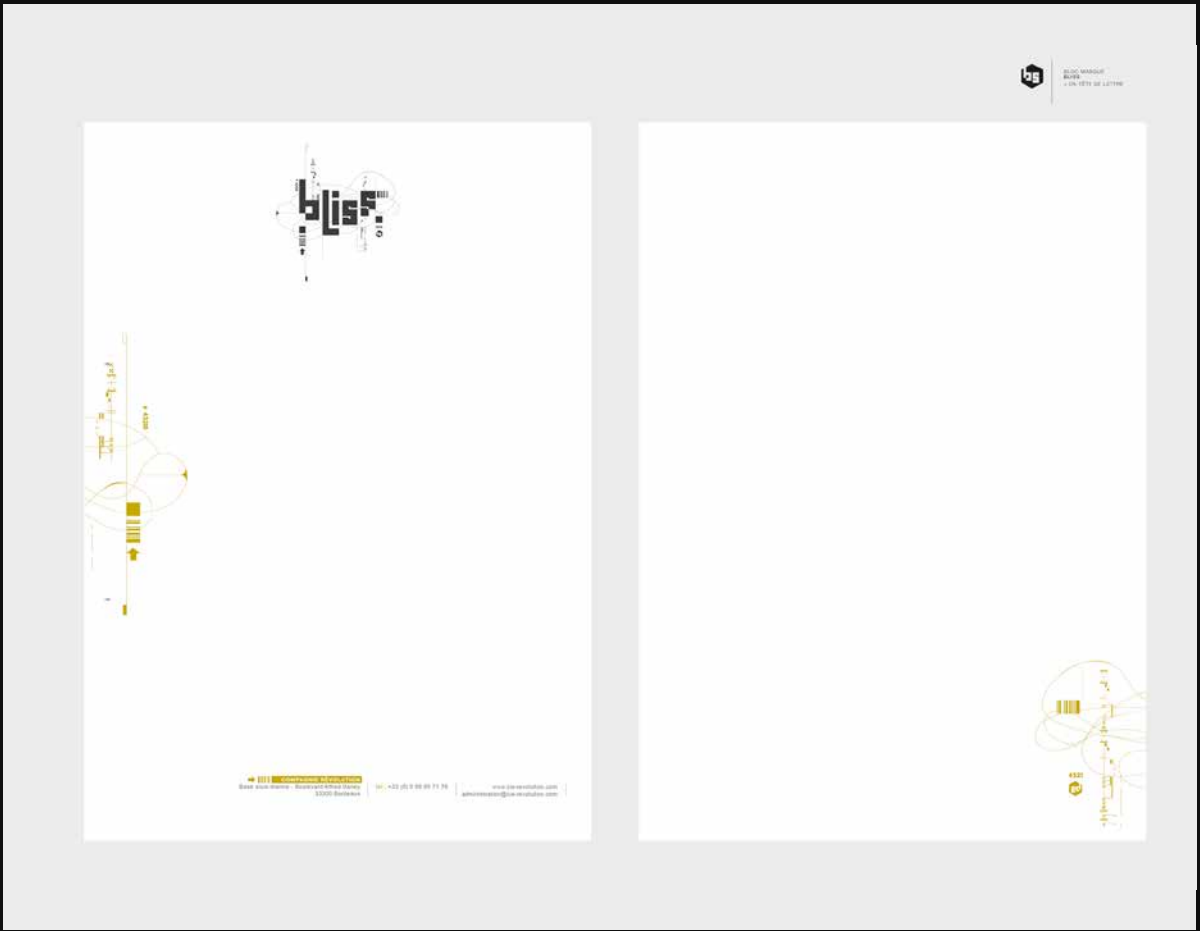
Compañía Rêvolution, diseño del logotipo y la identidad corporativa del espectáculo "Bliss"

GraphikShaker hace su ballet con el diseño de la identidad y todos los soportes de comunicación del último espectáculo de danza contemporánea de la Compagnie Rêvolution: "BLISS". Transponiendo el mundo del clubbing, BLISS es un cruce entre la sensibilidad del coreógrafo Anthony Égéa y el mundo de los clubs: una inmersión en las fantasías y extravagancias de estos lugares. Los bailes que allí cobran vida se nutren de técnicas de hip-hop para desarrollar un movimiento híbrido y contemporáneo.

Preestreno en Estocolmo (Suecia) y gira por Francia.

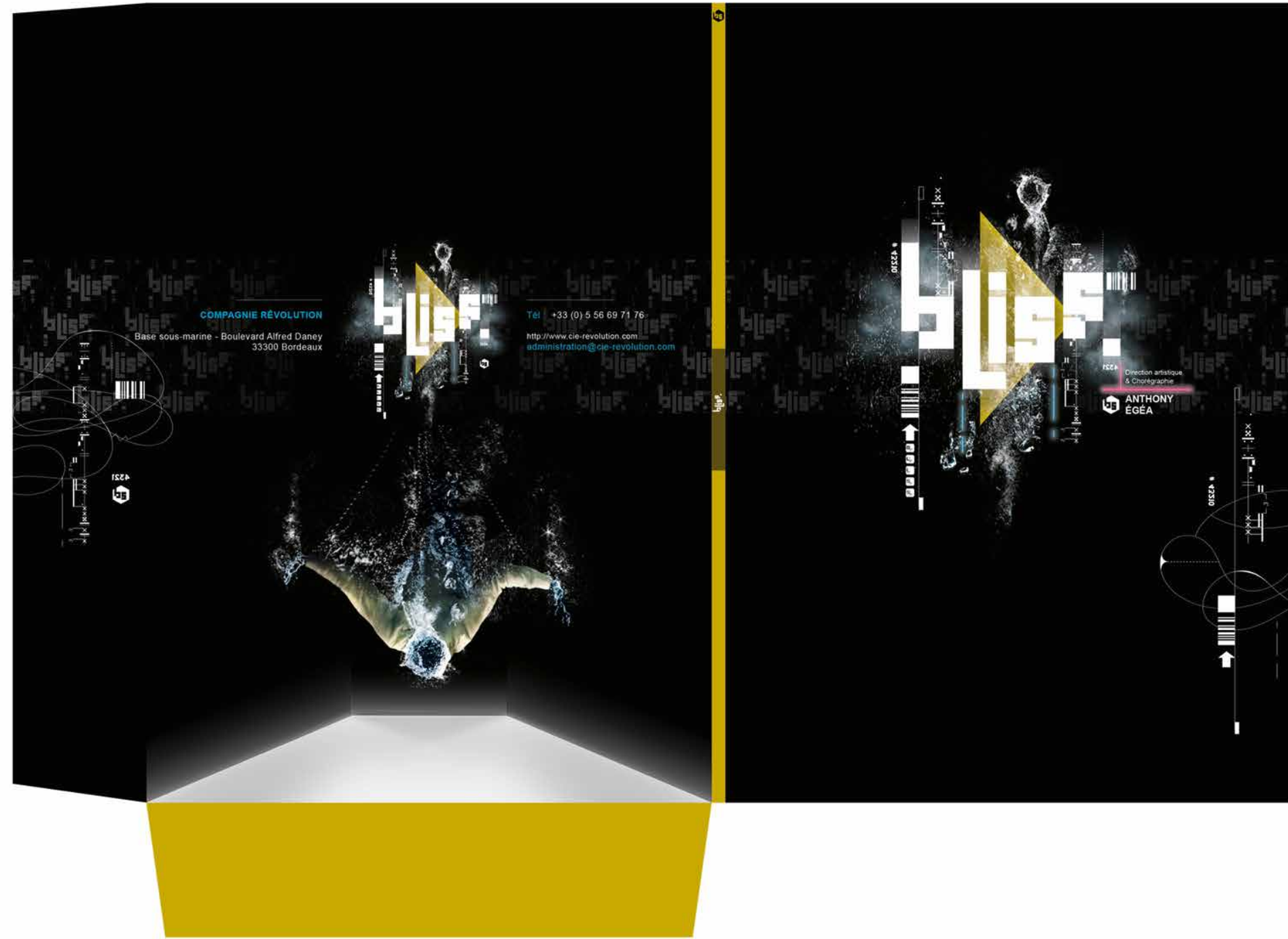
cie-revolution.com



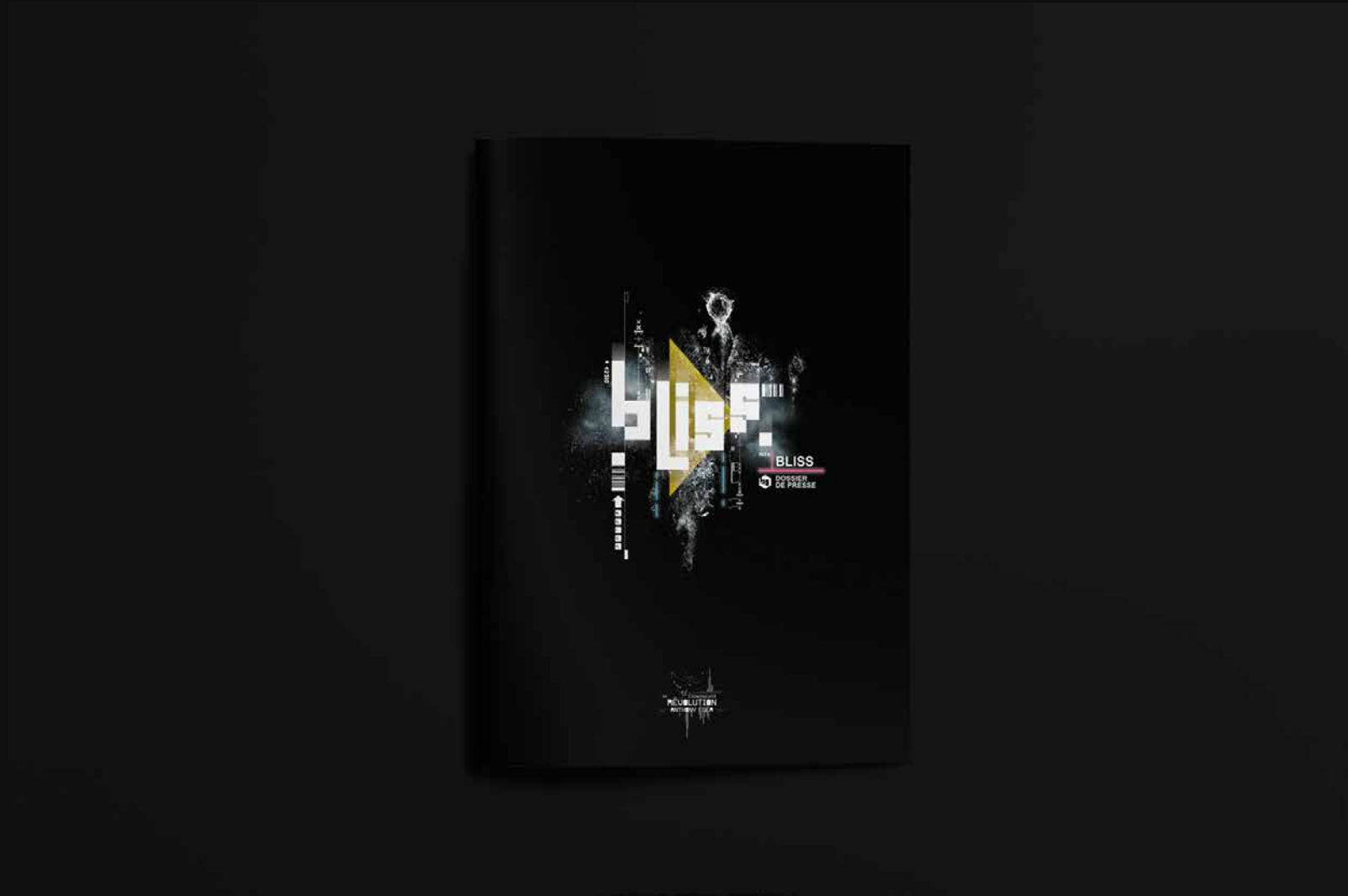




BLOC MARQUE
BLISS
> CARTON DE CORRESPONDANCE



BLOC MARQUE
BLISS
> CHEMISE À RABATS 2 VOLETS
POUR FORMAT A3





[← Volver al índice](#)



[Compañía Rêvolution](#) [Arte visual](#) [Danza Cultural](#) [Evento](#) [Música](#) [Cartel](#) [Diseño editorial](#) [Folleto](#)

Compañía Rêvolution, cartel de la gira europea del espectáculo "Bliss"

La Compagnie Rêvolution, de danza contemporánea, continúa con este cartel del espectáculo "Bliss" su gira europea y lo acompaña con un dossier de prensa.

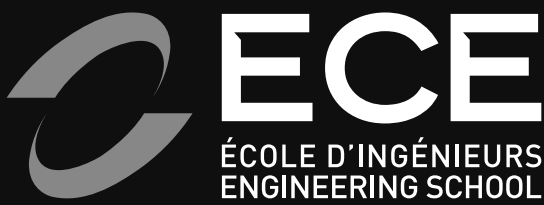
cie-revolution.com







< [Volver al índice](#)



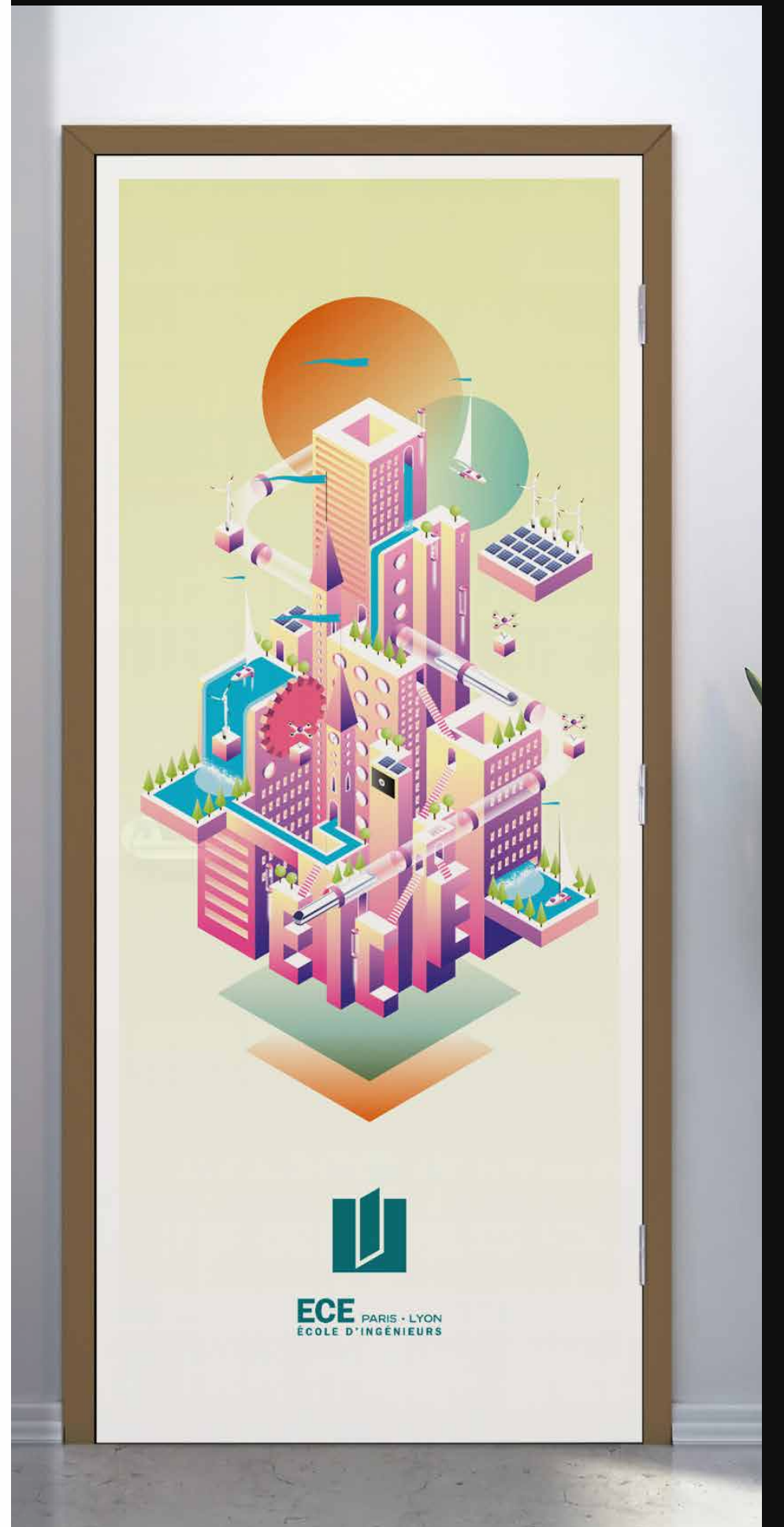
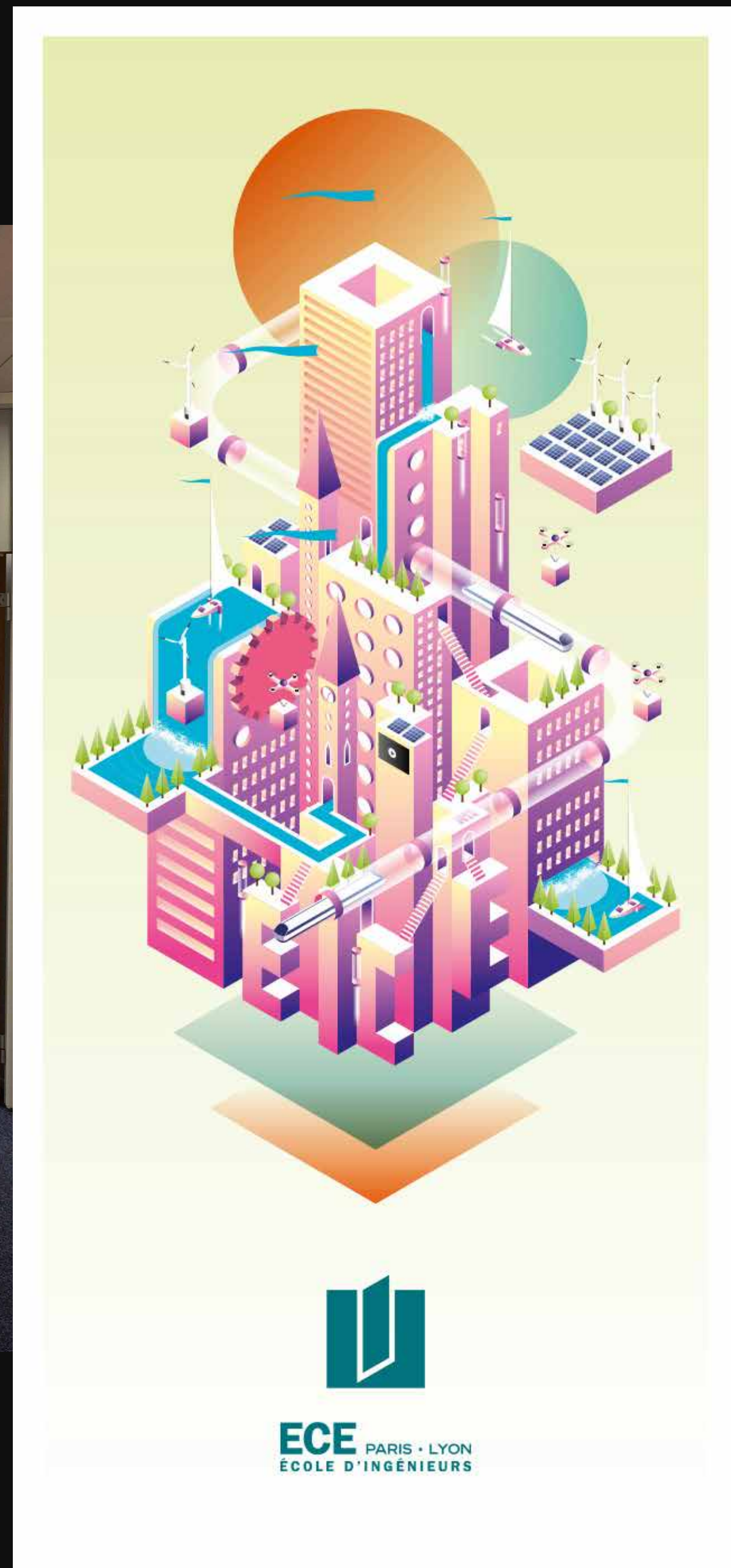
INSEEC Group ECE Paris Enseñanza superior Ilustracion Diseño mural

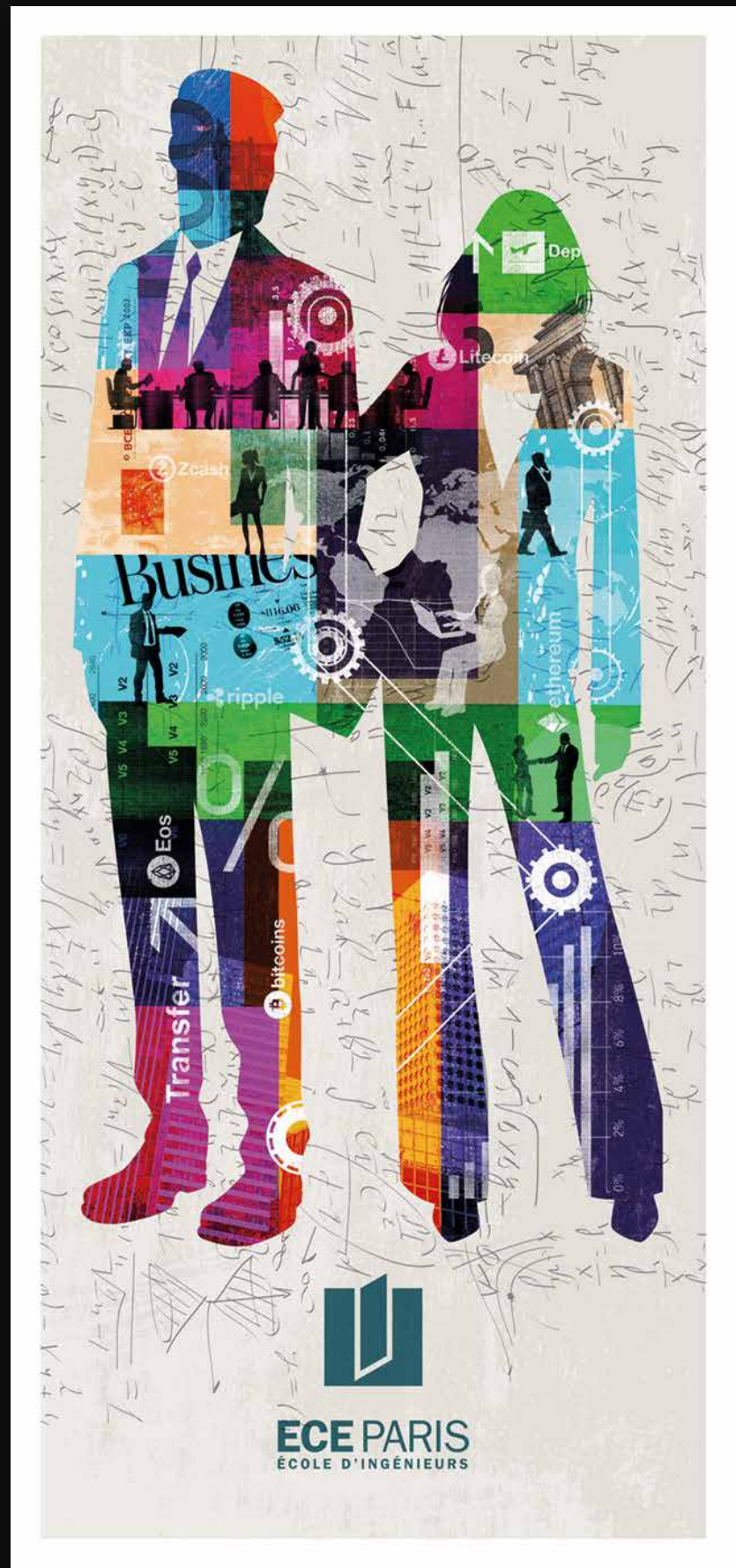
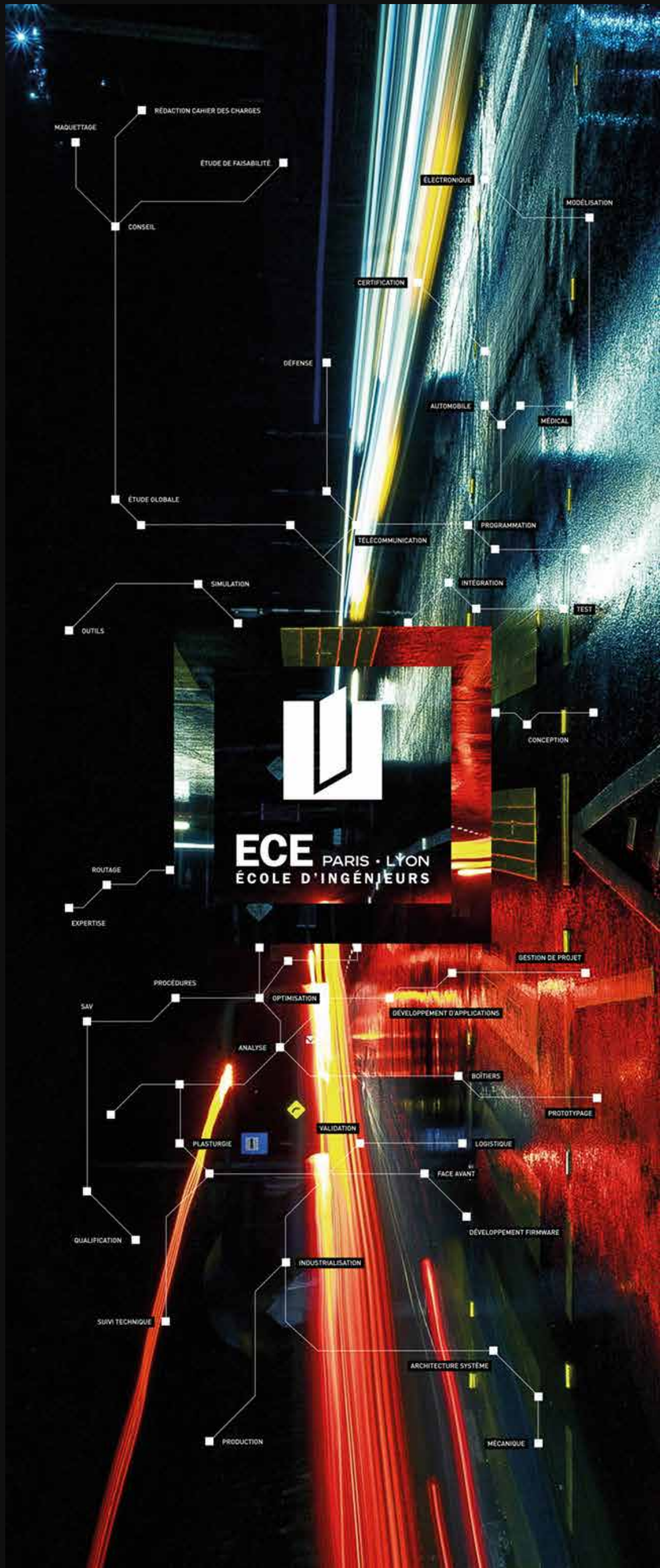
ECE Paris, decoración de las instalaciones de la escuela de ingeniería

Tras la decoración de la escuela de negocios ESCE, el grupo INSEEC acudió a GraphikShaker para que diseñáramos los distintos programas propuestos por la escuela de ingeniería del grupo ECE Paris.

ece.fr









[← Volver al índice](#)

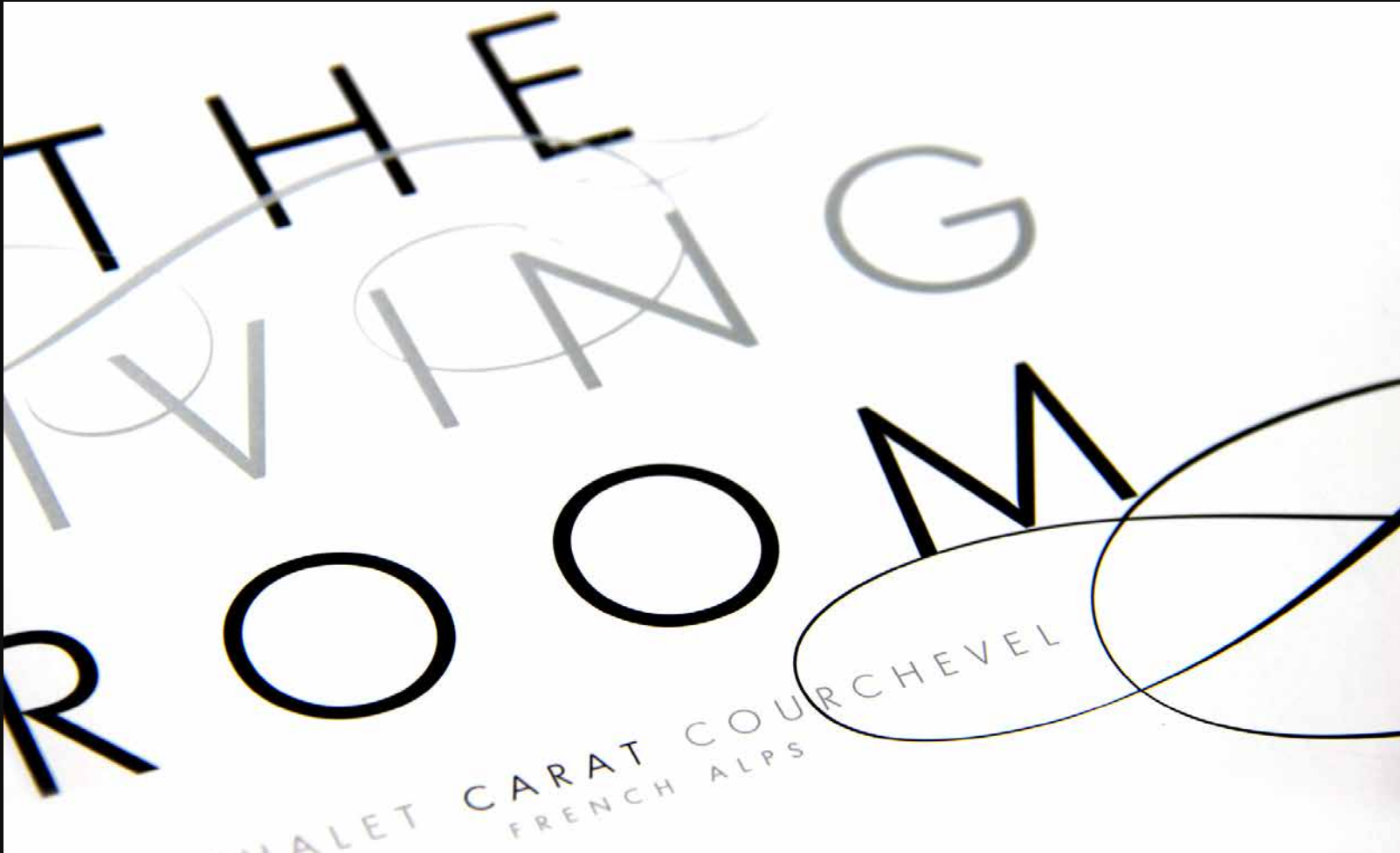
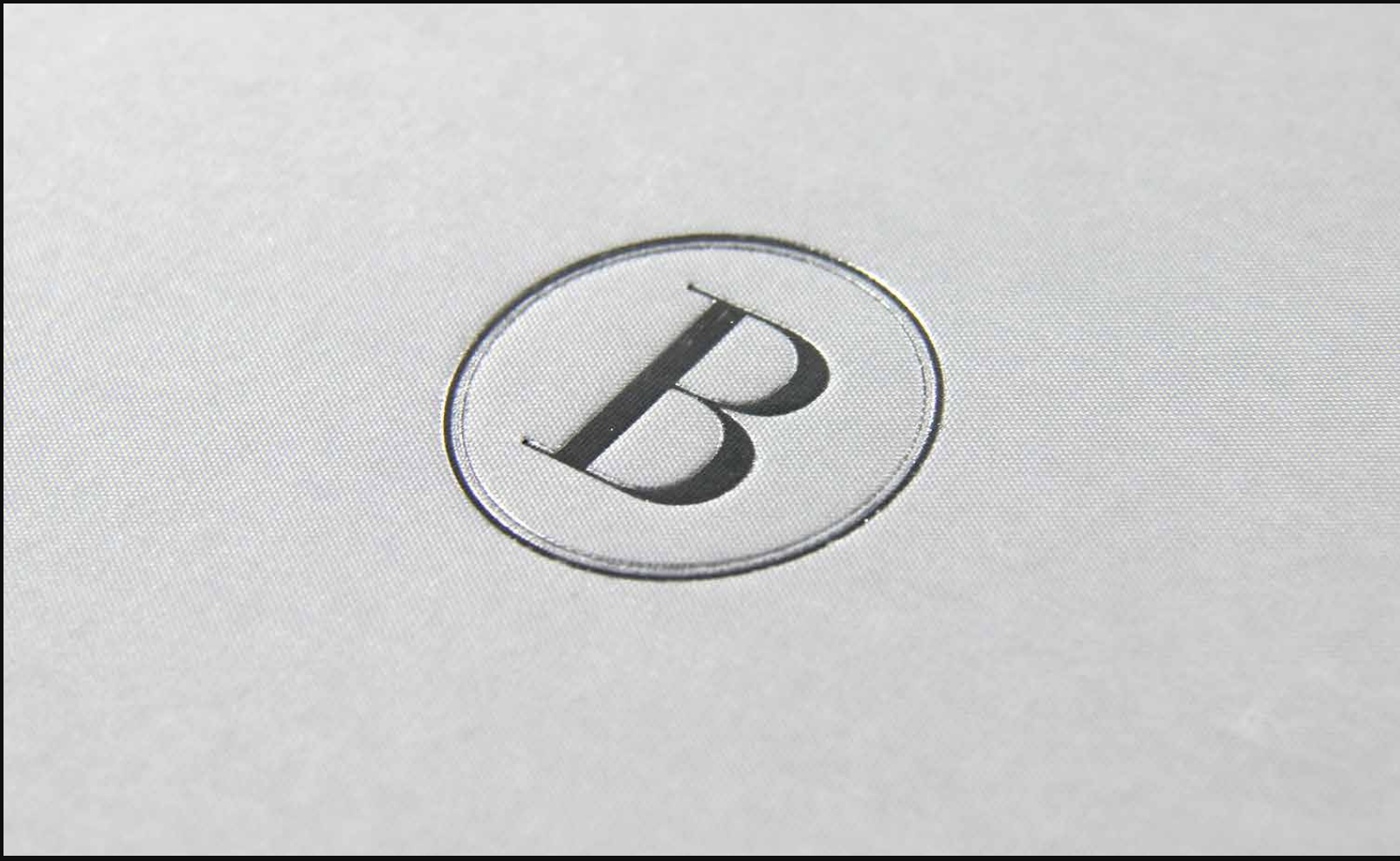
[Agence Pernet](#) [Brickell y Carat](#) [Libros de lujo](#) [Lujo](#) [Diseño editorial](#)

Brickell et Carat, diseño de libros de lujo

Agencia Pernet. Diseño de dos obras exhibitivas para dos chalets de lujo en Megève y Courchevel: Brickell y Carat.
agencepernet.fr

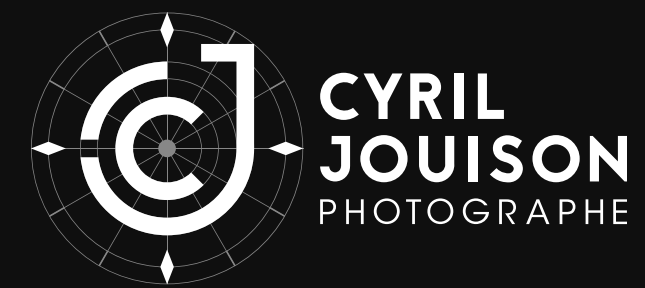








< [Volver al índice](#)

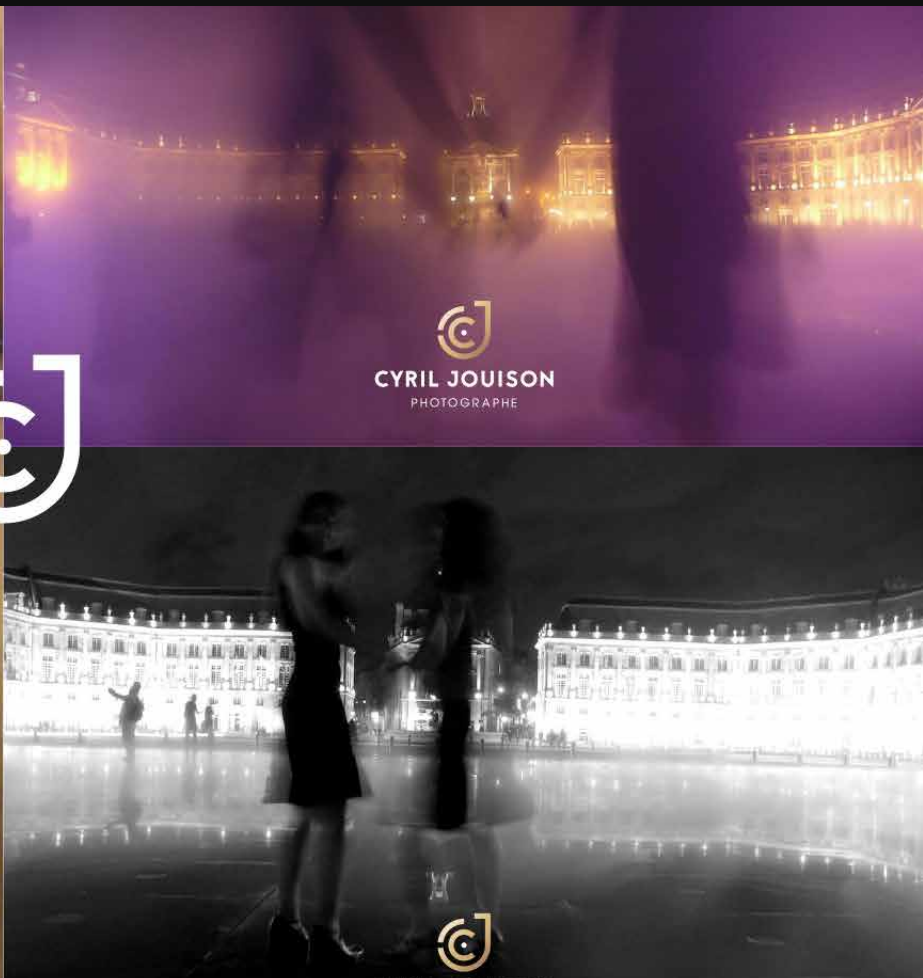


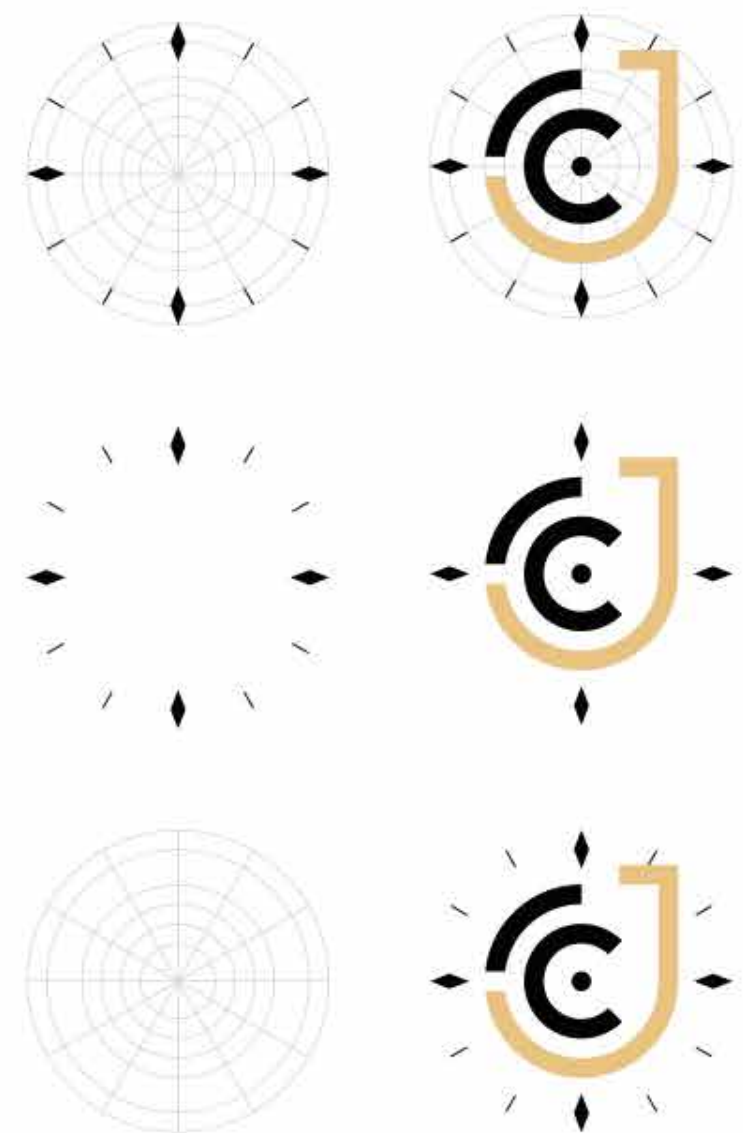
[Cyril Jouison](#) [Fotógrafo](#) [Arte visual](#) [Cultural](#) [Logotipo e identidad corporativa](#)

Cyril Jouison Fotógrafo, diseño de logotipo e identidad corporativa

Para GraphikShaker es todo un orgullo haber diseñado la nueva identidad visual del fotógrafo Cyril Jouison.
cyriljouison.com

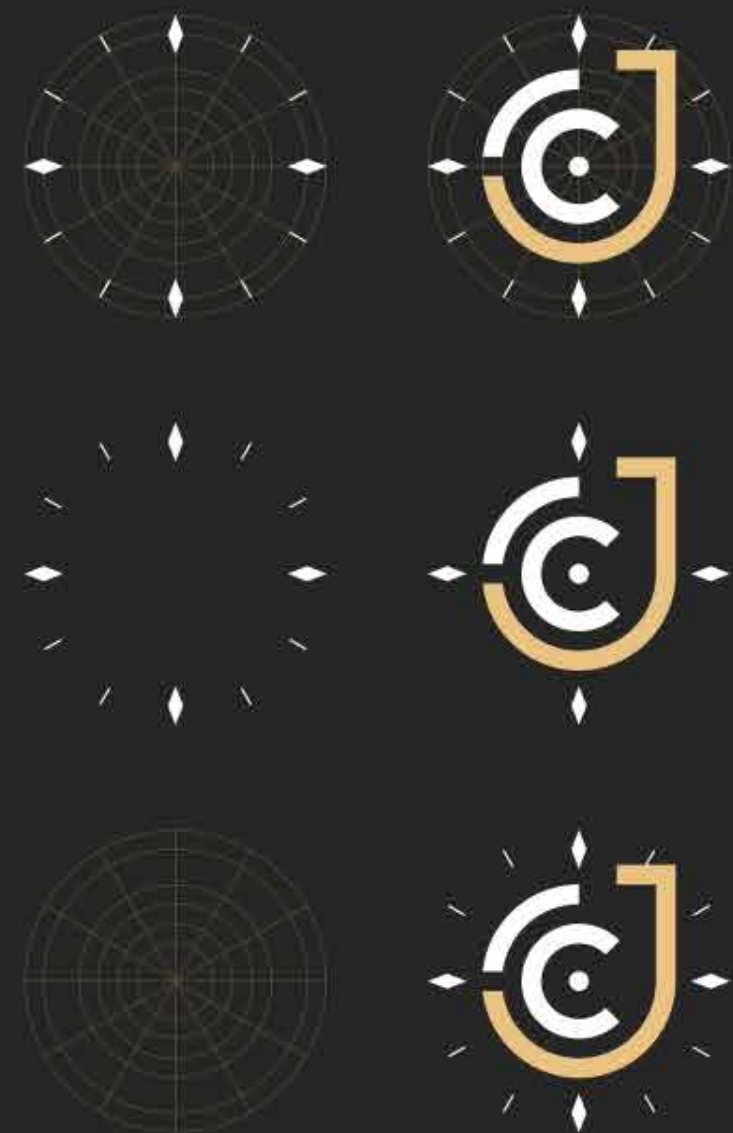






CYRIL JOUISON
PHOTOGRAPHE

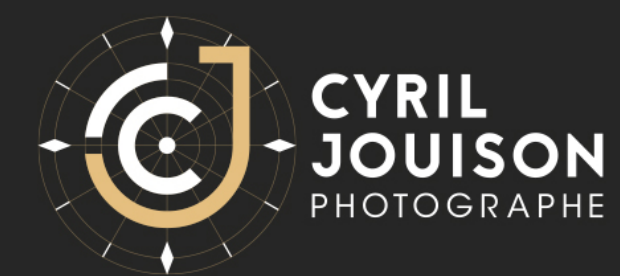
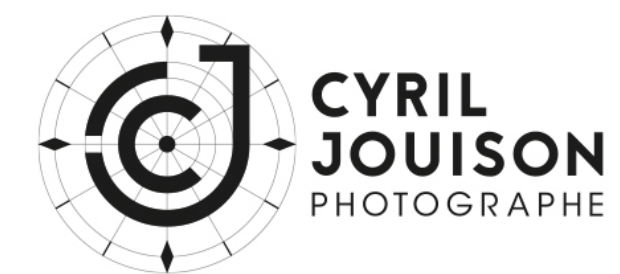
CJ | CHARTE GRAPHIQUE CYRIL JOUISON
→ CODES GRAPHIQUES



CYRIL JOUISON
PHOTOGRAPHE

CJ - 16

CJ | CHARTE GRAPHIQUE CYRIL JOUISON
→ DÉCLINAISON DE L'IDENTITÉ VISUELLE



CJ - 15



< Volver al índice



AIAF Las Ediciones Droitdusport.com Evento Fútbol Jurídico Deporte
Cartel Diseño editorial Folleto Página web

AIAF, Asociación Internacional de Abogados de Fútbol, creación de la comunicación del 8º Congreso de la AIAF en Sevilla, España

¡Después de Egipto, España! GraphikShaker vuelve a recibir el encargo de la comunicación del 8.º congreso anual de la AIAF que, este año, tendrá lugar en Sevilla. Proyecto realizado en colaboración con Ediciones droitdusport.com. GraphikShaker fue responsable del conjunto de soportes de comunicación visual para el congreso celebrado en la capital hispalense.

aiaf-law.com





AIAF
ASSOCIATION INTERNATIONALE
DES AVOCATS DU FOOTBALL



QUO VADIS FOOTBALL?

8th AIAF CONGRESS

SEVILLA-SPAIN
4/5 NOVEMBER 2021

NEW REGULATIONS

NEW COMPETITIONS

DIGITAL FOOTBALL

@aiaflaw #AiafCongress

Scientific Partner:

Partners:





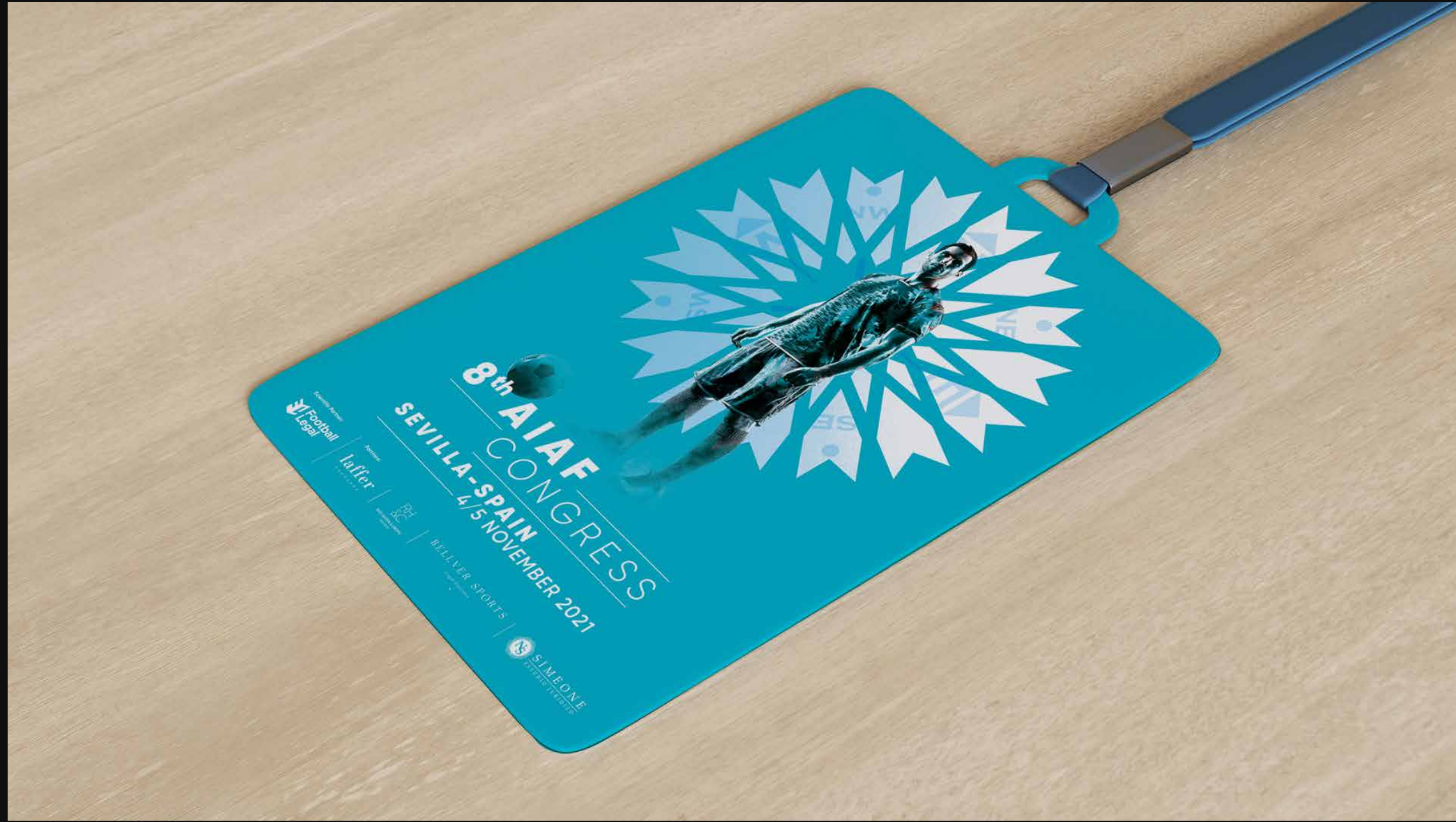














CHARTe GRAPHIQUE

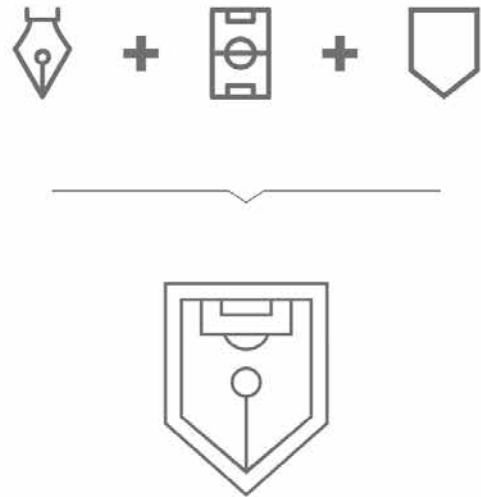
Partie 01 - Le logotype
→ Le symbole

Le visuel présente un blason qui fait bien-entendu référence aux blasons des équipes de football professionnelles tout en véhiculant l'ADN de l'AIAF par son contenu graphique :

En effet, celui-ci propose un visuel issu de la conjugaison de deux symboles forts :

- le terrain de football
- le style plume

Il nés, de la synthèse graphique de ces deux éléments, un symbole unique, signifiant, et surtout à fort pouvoir identifiant, conciliant les valeurs de travail et de rigueur de l'AIAF.



AIAF - 05

Partie 01 - Le logotype
→ Couleur

Le traitement graphique s'inscrit dans les tendances visuelles actuelles et véhicule ainsi une forte idée de modernité.

La typographie (Montserrat), amène les notions de clarté et de lisibilité tout en restant tout à fait impactante pour répondre aux impératifs d'efficacité en terme de communication visuelle.

La version couleur est la version corporale officielle : il est obligatoire d'utiliser cette version en priorité.



AIAF - 06



Quadrichromie
C: 0 / M: 52 / Y: 100 / K: 0
R: 255 / V: 255 / B: 255
HTML
FFFFFF

Quadrichromie
C: 0 / M: 100 / Y: 100 / K: 0
Pantone Color Bridge Coated
Pantone 685 C
Pantone Premium Metallic Coated
Pantone 18165 C
R: 227 / V: 4 / B: 17
HTML
E26A13



Quadrichromie
C: 0 / M: 52 / Y: 100 / K: 0
Pantone
Pantone Process Black C
R: 0 / V: 0 / B: 0
HTML
000000



Partie 02
Les codes graphiques → Les polices de caractère

Jaapokki → à utiliser pour les titres les plus importants
Jaapokki est une police de caractères avec 2 alternatives - « substract » et « enhance » - et un grand nombre de glyphes. Il a été conçu par Mikko Neittaanmäki, en Finlande.

Il a les caractéristiques sans empattement avec une légère saveur vintage, et son trait audacieux dans la nature le rend idéal pour les titres d'affichage, et aussi une belle police de caractères pour le mélange et la correspondance avec d'autres polices. Alors que les deux autres variantes sont basées sur la version régulière sans modification trop obagérée.

Montserrat > à utiliser pour les titres, sous-titres et le texte courant
Montserrat, une police qui rappelle la typographie urbaine de la première moitié des années 1900, est ici utilisée en combinaison avec la police sans empattement Jaapokki. Très lisible dans les petites tailles également, Montserrat est également utilisé pour les titres et sous-titres (support imprimé ou numérique). En tant que police géométrique composée de formes simples, Montserrat s'intègre bien avec une police polyvalente comme Jaapokki, qui combine à la fois sérieux et chaleur dans sa personnalité.

Cette police de caractère a été conçue par Julieta Ulanovsky, Zeycky, un studio de design de Buenos Aires en Argentine.



Jaapokki regular
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Jaapokki enhance
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Jaapokki substract
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AIAF - 12



Montserrat Thin
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Thin Italic
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat ExtraLight
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat ExtraLight Italic
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Light
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Light Italic
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Regular
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Regular Italic
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Medium
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Medium Italic
AIAF
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AIAF - 13

CHARTER GRAPHIQUE AIAF
- 9 TITRES GRAPHIQUES - 1 CARTOUCHE

AIAF

Partie 02
Les applications du logotype
→ Les cartouches couleurs
(variantes)

La zone de protection se décline ici en
cartouches de couleurs permettant au logotype
d'être apposé sur des visuels complexes sans
que la lisibilité et l'identification soient altérées.

AIAF logo variants on colored backgrounds (black, red, white) with and without the full name 'ASSOCIATION INTERNATIONALE DES AVOCATS DU FOOTBALL'.

AIAF - 15

CHARTER GRAPHIQUE AIAF
- 9 TITRES GRAPHIQUES - 1 CARTOUCHE

AIAF

Partie 03
Les codes graphiques et déclinaisons
→ Codes graphiques

Dans le but de renforcer la notoriété de la
marque et d'élargir son territoire d'expression,
des codes graphiques issus de l'identité visuelle
sont proposés :

- icône web
- composition typographiques

Ces visuels peuvent être utilisés directement
sur différents supports mais peuvent également
constituer une ressource graphique pour
l'élaboration d'autres créations.

AIAF graphic codes and typographic compositions, including large 'A' letters and the full name in various styles.

AIAF - 20

CHARTER GRAPHIQUE AIAF
- 9 TITRES GRAPHIQUES - 1 CARTOUCHE

AIAF

Partie 03
Les codes graphiques et déclinaisons
→ Codes graphiques

Dans le but de renforcer la notoriété de la
marque et d'élargir son territoire d'expression,
des codes graphiques issus de l'identité visuelle
sont proposés :

- composition typographiques

Ces visuels peuvent être utilisés directement
sur différents supports mais peuvent également
constituer une ressource graphique pour
l'élaboration d'autres créations.

AIAF typographic compositions, including the full name in various styles and the AIAF logo.

AIAF - 21

CHARTER GRAPHIQUE AIAF
- 9 TITRES GRAPHIQUES - 1 CARTOUCHE

AIAF

Partie 03
Les codes graphiques et déclinaisons
→ Codes graphiques

Dans le but de renforcer la notoriété de la
marque et d'élargir son territoire d'expression,
des codes graphiques issus de l'identité visuelle
sont proposés :

- visuels pour signalétique
(stand ou signalétique sur site)
- éléments de mise en page pour l'édition
- Visuel générique déclinable

Ces visuels peuvent être utilisés directement
sur différents supports mais peuvent également
constituer une ressource graphique pour
l'élaboration d'autres créations.

AIAF graphic codes and typographic compositions, including large 'A' letters and the full name in various styles.

AIAF - 25

CHARTER GRAPHIQUE AIAF
- 9 TITRES GRAPHIQUES - 1 CARTOUCHE

AIAF

V2 - CORRESPONDENCE CARD (210 X 98 MM)

AIAF correspondence card (210 X 98 MM) with the AIAF logo and the full name.

AIAF - 30

CHARTER GRAPHIQUE AIAF
- 9 TITRES GRAPHIQUES - 1 CARTOUCHE

AIAF

ASSOCIATION
INTERNATIONALE
DES AVOCATS DU
FOOTBALL

AIAF - 35



[← Volver al índice](#)



[INSEEC Group](#) [Sup de Pub](#) [Enseñanza superior](#) [Ilustración](#) [Diseño mural](#)

Sup de Pub Burdeos y Paris, decoración interior de instalaciones

La serie continúa con cinco visuales nuevos para el diseño interior de los centros de la escuela de comunicación Sup de Pub en París y Burdeos.

supdepub.com







< [Volver al índice](#)

TOURAINÉ
LE DÉPARTEMENT

Provincia Indre-et-Loire **Arte visual** **Diseño expositivo** **Cultural** **Evento** **Festival** **Institucional** **Cartel**
Ilustración

Provincia de Indre-et-Loire, exposición "Costumer l'Histoire"

¡Fiesta de disfraces en GraphikShaker! Trabajamos para el Conseil Général d'Indre-et-Loire para realizar toda la comunicación de la exposición "Costumer l'Histoire" en la Cité Royale de Loches. Una exposición que presenta el vestuario desde la Edad Media hasta el Renacimiento a través de las artes del espectáculo (cine, teatro, etc...).

touraine.fr



17 SALLES
107 COSTUMES
DURÉE DE LA VISITE DE L'EXPOSITION : 1 H 30.

22
MARS
AU
21
SEPTEMBRE
2014



COSTUMER
L'HISTOIRE

DU MOYEN-ÂGE À LA RENAISSANCE
PAR LES ARTS DU SPECTACLE

Loches
Touraine - Châteaux de la Loire

ANCIENNE
TOURNAINE
LOCHES

UN SITE DU
CONSEIL GÉNÉRAL
D'INDRE-ET-LOIRE

17 SALLES
107 COSTUMES
DURÉE DE LA VISITE DE L'EXPOSITION : 1 H 30.

22
MARS
AU
21
SEPTEMBRE
2014



DU MOYEN-ÂGE À LA RENAISSANCE
PAR LES ARTS DU SPECTACLE

COSTUMER
L'HISTOIRE

À LA CITÉ ROYALE
DE LOCHES

Loches
Touraine - Châteaux de la Loire

ANCIENNE
TOURNAINE
LOCHES

UN SITE DU
CONSEIL GÉNÉRAL
D'INDRE-ET-LOIRE



[← Volver al índice](#)



FC Girondins de Bordó Girondins mag 2012 Fútbol Deporte Diseño editorial Revista

El Football Club Girondins de Bordó, creación del nuevo diseño de la revista oficial del Club "Girondins Mag"

El Football Club Girondins de Burdeos ha vuelto a confiar a GraphikShaker el diseño y la producción de su revista "Girondins Mag", que cambia radicalmente de formato para la temporada deportiva 2012-2013 y pasa a ser trimestral ¡con 124 páginas! "Fútbol. Deportes. Estilos de aquí". Estas cinco palabras están unidas como una promesa editorial. La redacción del Girondins de Burdeos amplía su campo de investigación y adopta un tono decididamente adulto. El fútbol y el club siguen siendo los temas principales, la revista pasa a cubrir también la actualidad deportiva y cultural en general, y de Aquitania en particular. En este primer número, te esperan muchos reportajes, ya disponibles en tu quiosco. Esperamos que disfrutes de la lectura.

girondins.com





MAG n°136 — 948



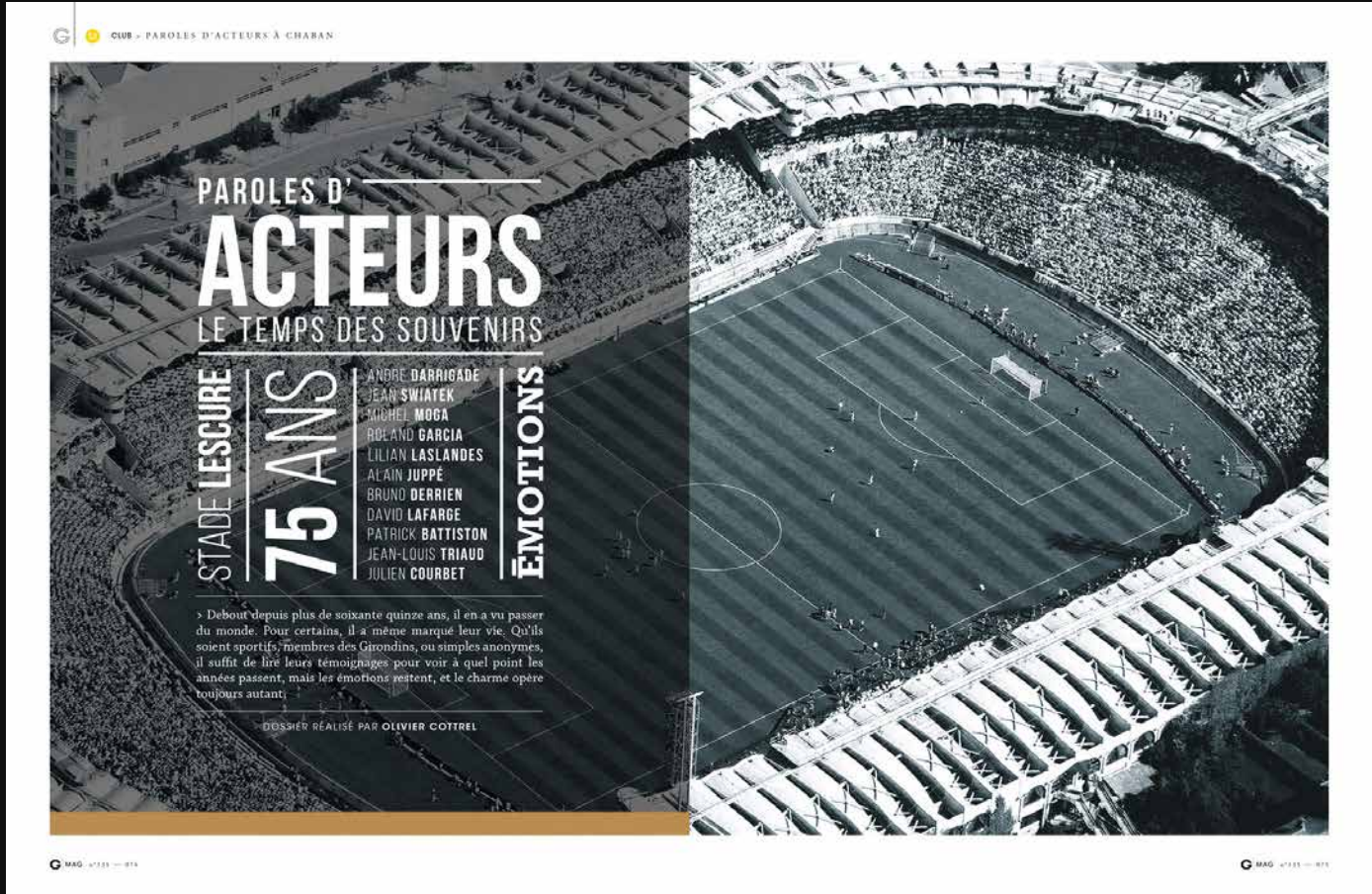
MAG n°137 — 948



MAG n°137 — 947



MAG n°136 — 947



DE LA
TOUR
CAVES & DISTILLERIES



< Volver al índice



Destilería De La Tour Lujo Vinos y licores Logotipo e identidad corporativa

Destilería De La Tour, diseño de logotipos e identidad corporativa

La Distillerie De La Tour es una de las destilerías más importantes de Charente y de Francia, reconocida en el mundo del vino y los espirituosos como un proveedor de calidad, especializado en vinificación y destilación. Especializada inicialmente en la producción de coñac, se diversificó en los años 90 y 2000 (destilación de brandy, vodka, vinificación). GraphikShaker fue el elegido para desarrollar el nuevo diseño de la identidad visual global y su adaptación a distintos soportes de comunicación.

distillerie-de-la-tour.com





DE LA
TOUR
CAVES & DISTILLERIES



MÉLANGE HOMOGÈNE. SOUS
L'EFFET DE LA CHALEUR, LES
SUBSTANCES SE VAPORISENT
SUCCESSIVEMENT, ET LA
VAPEUR QUI EN ÉLÈVE, SE
FÈRE POUR DONNER LE DISTILLAT.

DE LA
TOUR
CAVES & DISTILLERIES



DE LA
TOUR
CAVES & DISTILLERIES

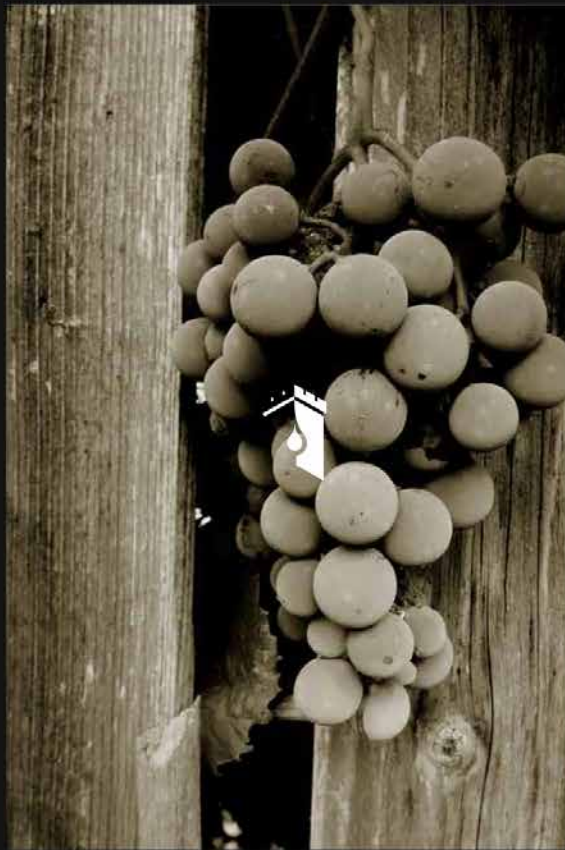


DE LA TOUR

MÉLANGE HOMOGÈNE. SOUS
L'EFFET DE LA CHALEUR, LES
SUBSTANCES SE VAPORISENT
SUCCESSIVEMENT, ET LA
VAPEUR OBTENUE EST LIQUÉ-
FIÉE POUR DONNER LE DISTIL-
LAT.

La distillation est un procédé de
séparation de mélanges de substances
liquides dont les températures
d'ébullition sont différentes. Elle
permet de séparer les constituants
d'un mélange homogène. Sous l'effet
de la chaleur, les substances se
vaporisent successivement, et la
vapeur obtenue est liquéfiée pour
donner le distillat.

Depuis l'XVIII^e siècle, des opérations
de « distillation » sont réalisées dans
l'industrie pour obtenir encore autres
du « cube à partir de la rouille, ou des
gas mentheux ». Ces opérations
doivent être plus soigneusement
appliquées. Le terme « pyrolyse » est
apparu probablement au XIX^e siècle
pour désigner les opérations de
décomposition ou thermolyse. D'un
côté, on comprend que la chaleur
pour obtenir d'autres produits (gaz et
résidus) qu'il ne contient pas dans
la pyrolyse, les résidus ne dérivent
On peut supposer que par analogie,
la chaleur des autres résidus dans les
opérations de distillation donnera son
nom à ces résidus en matière
résiduelle véhiculée dans les
opérations de pyrolyse. Sans qu'il
n'existe pas, grand chose de nouveau
entre les deux.



CHARTRE GRAPHIQUE

DE LA TOUR

Habillage Véhicule

Application de l'identité sur
véhicule de la société.



DISTILLERIE DE LA TOUR

MENU

PRODUCTION DE VINS, COGNAC, BRANDY, VODKA ET AUTRES SPIRITUEUX

Distillerie de la Tour, c'est à la fois la passion d'un terroir, la transmission d'un
savoir-faire et la volonté d'entreprendre.

Amoureux du vignoble Charentais où je suis né, j'ai créé Distillerie de la Tour en
1989. Animé d'une farouche intention de valoriser cette production, j'ai depuis
inlassablement investi dans des outils performants afin de vous offrir aujourd'hui
l'immense richesse de notre territoire viticole et même au-delà. Au fil des ans, je me
suis également entouré de collaborateurs dont les compétences nous permettent de
répondre à de nombreuses demandes en vin, cognac, brandy, vodka et autres
spiritueux.

Nous sommes fiers de pouvoir vous présenter nos implantations de vinification, de
distillation et de rectification, comptant parmi les plus remarquables de la région.

Nous avons un seul but : faire de Distillerie de la Tour votre partenaire et
fournisseur privilégié de vins et spiritueux de qualité.

Jean-Michel NAUD, Président

L'ENTREPRISE	NOS PRODUITS	PARTENAIRES	CONTACT
Qui sommes-nous ?	Vin	Ils nous font confiance	Contactez-nous
Notre démarche qualité	Cognac		Plan du site
Services & Logistique	Eau-de-vie de vin & Brandy		Mentions légales
	Vodka		



[← Volver al índice](#)

Ilustración

Ilustraciones, diseño de personajes

Una pequeña selección de ilustraciones realizadas para diferentes trabajos y, sobre todo, ¡por diversión! :)









LE RÊVE AFRICAIN À PORTÉE DE MAIN

L'Afrique est depuis des siècles considérée comme le continent le plus pauvre du monde. Mais contrairement à ce que l'on croit, il existe beaucoup d'opportunités et travailler avec ce continent peut être un atout dans les affaires. Les pays d'Afrique étant pour la plupart en développement, nombreux sont les secteurs porteurs et les places de cadres à prendre...

L'Afrique subsaharienne vit actuellement sa plus forte période d'expansion économique soutenue depuis le début des années 1970. Après une moyenne de 2,3 % dans les années 1990, la croissance économique a doublé pour atteindre 5 % de 2001 à 2006. Ce sont évidemment les matières premières (hydrocarbures et mines) qui tirent la croissance vers le haut. Par ailleurs, la bonne gouvernance commence à porter ses fruits, notamment sur le plan de l'amélioration du climat des affaires. Le taux d'investissement a ainsi augmenté de 13 % entre 2005 et 2007. Pour 2009, la Banque mondiale prévoit une augmentation de 12,5 %. Cette conjoncture favorable est adossée à une croissance de la consommation publique (dépenses d'investissement et de fonctionnement) de 6 % à 7 % par an entre 2006 et 2008. On observe 6 % d'augmentation de la consommation privée (éducation, santé, logement. Le commerce extérieur des pays de la CEEAG (Communauté Economique des Etats de l'Afrique Centrale) est dominé par l'exportation de produits bruts, matières premières et produits de base comme le pétrole et les produits miniers et agricoles.

Des secteurs porteurs très nombreux
Les secteurs de l'agroalimentaire se portent très bien. Au Maroc, mais surtout en Algérie, ce secteur a un poids considérable dans l'économie. Excepté le domaine des hydrocarbures, il reste leader si on inclut dans sa définition l'agriculture, dont il dépend en amont. En Algérie, l'emploi dans cet ensemble d'activités représente 23 % de la population active. Dans le domaine industriel, le secteur totalise 55 % des produits ouivrages dans le pays. Ce secteur

est également porteur en Afrique subsaharienne. L'Afrique du Sud est un grand pays exportateur de produits agricoles. Ce secteur contribue à hauteur de 4,3 % dans le PIB de l'Afrique du Sud et emploie 30 % de la population active. Le tourisme est également un secteur créateur d'emplois et de richesse. La bonne santé du marché touristique se constate aussi bien dans le domaine de l'hôtellerie, de la restauration que de l'artisanat.

Par ailleurs, les perspectives sont de même très favorables pour l'industrie électronique. L'Afrique du Sud s'est dotée d'une industrie électronique performante et innovante. Ce pays est un acteur de poids dans ce secteur sur le continent. Très actives, les entreprises conservent également une avance sans égale en recherche et développement et sont de plus en plus présentes sur les marchés internationaux. L'industrie électronique sud-africaine représente aujourd'hui 7 % de l'activité industrielle du pays. Au Maroc, les niches de délocalisations représentent 5 000 acteurs cibles pour un marché de 6 milliards d'euros. Cette activité émergente, et notamment la fabrication de composants électroniques, présente une forte vocation exportatrice. L'essor des télécommunications et l'implantation de groupes internationaux au Maroc ouvrent à ce marché de grandes perspectives d'avenir. En Tunisie, le secteur représente environ 20 % de l'ensemble des exportations tunisiennes. Cisco, STMicroelectronics, Delphi, General Electric, Siemens, Valeo, Lucent Technologies, Lear, Alcatel, Microsoft et Philips font partie des sociétés internationales qui ont choisi d'implanter leurs opérateurs en Tunisie.

Du fait de l'accroissement de la population et de ses conséquences sur les besoins de transports de masse performants mais aussi sur la congestion urbaine, les transports ferroviaires et urbains connaîtront certaine-

ment dans un futur proche le même succès. Autre secteur porteur, celui du textile et de l'habillement. En Afrique du Sud, il figure au premier rang du processus d'industrialisation du pays. Pour le Maroc, c'est un marché défini comme un des plus stratégiques.

De même, le secteur de l'aéronautique présente de sérieuses opportunités. Au cours des deux dernières années, la France a conclu avec l'Algérie la vente de cinq appareils A 330 et de six ATR, pénétrant ainsi au sein de la compagnie nationale Air Algérie jusqu'alors dévolue à Boeing. Le Maroc possède de grands atouts sur le marché méditerranéen et africain de la maintenance : une technicité reconnue, des coûts compétitifs. En outre, les pouvoirs publics ont lancé de grands projets dans l'habitat social, le balnéaire (Plan Azur) et les infrastructures portuaires, routières et ferroviaires. Ces projets sont de nature à impulser le secteur. Les indicateurs financiers du bâtiment restent favorables. En Afrique du Sud, la construction a généré en 2004 2,8 % du PIB grâce notamment à l'augmentation continue des constructions immobilières, mais également grâce à une politique de revitalisation du centre-ville des municipalités de Durban, Cape-Town et Johannesburg.

Les marchés porteurs sont encore nombreux, ce qui souligne bien le potentiel surprenant de l'Afrique.

Opportunités d'emploi et de stages
L'école de commerce est la voie n°1 à privilégier pour réussir en Afrique. Les sites de recherche d'emploi tels qu'ipowa.com, africanrrières.com, ou michaelpageafrica.com montrent les nombreuses places de cadres à prendre. Le site français de l'ANPE en offre aussi un grand nombre. Concernant les stages, les sites sont également très nombreux, emploi.carrière-algerie.com, idealiste.org, kunjani.org, coastingafrica.com... Pour réussir en Afrique, un bon diplôme ne suffit pas. Il faut choisir scrupuleusement son orientation en fonction du poste que l'on convoite ou de l'entreprise pour laquelle

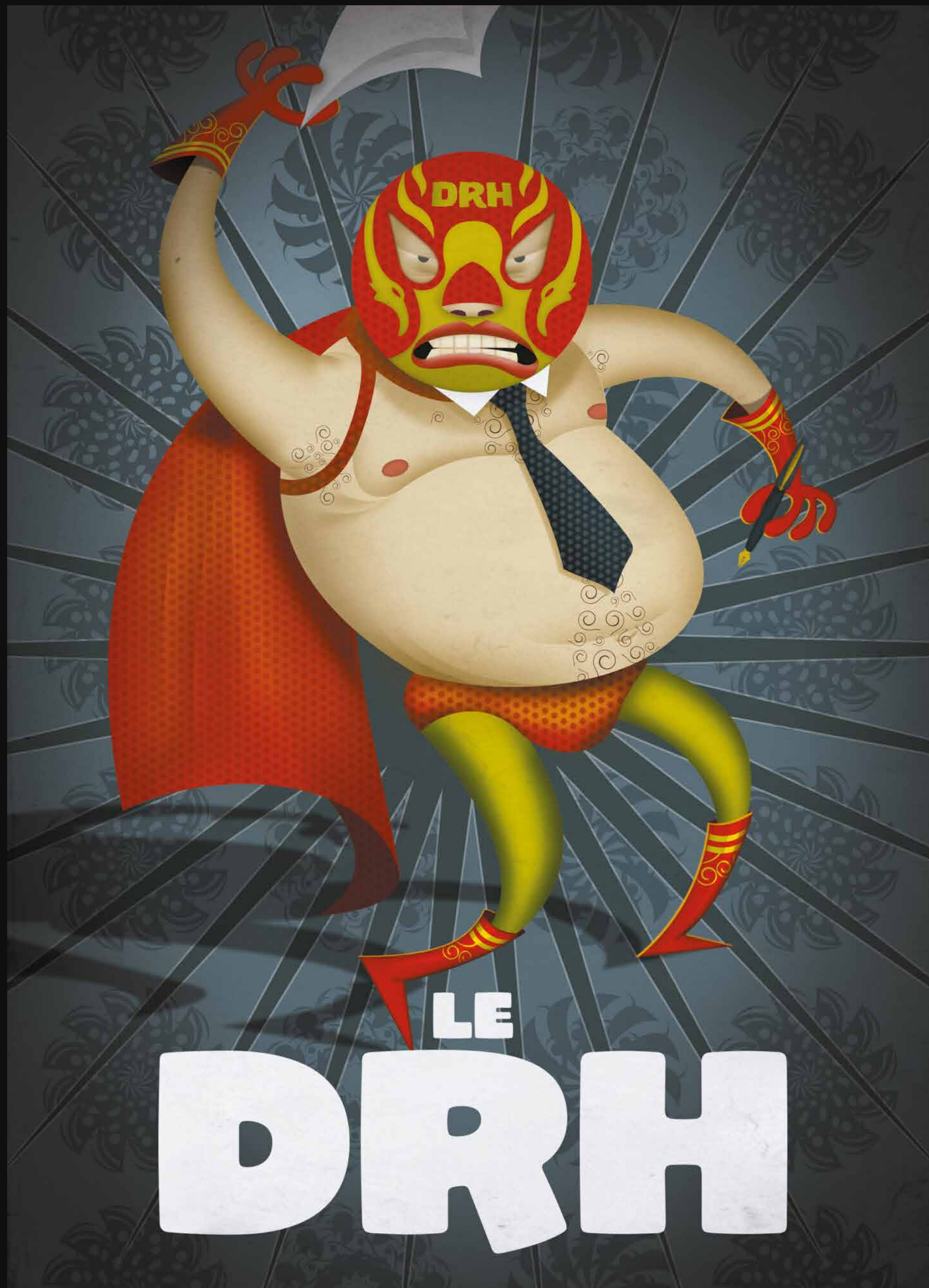


Français de cœur




Français de cœur


SPLIT 151 JANUARY 2005





» RIEN A CHANGÉ DANS LE MEILLEUR DES MONDES ! <

Le 13 janvier 1898 L'affaire Dreyfus soulève les passions et Emile Zola conçoit sa lettre au Président du procès par ces mots assénés qui résonnent encore de tout leur poids. C'est certainement le symbole incontestable de l'engagement, la défense courageuse du bouc-émissaire.

Georges Clemenceau dira plus tard que c'était le « bouc-émissaire du jacobinisme » l'œuvre « il en fait de son origine primaire. Le bouc-émissaire à une source religieuse c'est une théorie classique. Le bouc de la bible que l'on sacrifiait ou encore celui qu'on repoussait dans le désert après l'avoir chargé de tous les péchés de l'humanité c'est est être vivant qu'une communauté accable pour se décharger bonne conscience ou détourner l'attention sur ses propres faiblesses ou écarts.

Ce rite expiatoire perdure. Le Bouc-émissaire reste celui qui a la faute. C'est la personne désignée par un groupe pour endosser les torts. Bien souvent toute désignée par son caractère atypique ou sa singularité, elle rassemble le groupe à son encontre il la pourchasse et lui fait son souffre-douleur ou le répréhensible de mœurs divers et variés. Cette personne subit la haine, l'injustice ou les tourments.

La haine à grande échelle conduit à des exactions inhumaines. La thématique du « bouc-émissaire » apparaît avec l'analyse au sortir de la seconde guerre mondiale du génocide juif, la question était de savoir ce qui a poussé le racisme des nazis à l'extermination massive d'êtres humains.

Aujourd'hui la notion est malheureusement pérenne, à croire qu'elle fait partie de nous. Le conflit est normal dans une entreprise dynamique, où les idées circulent. L'absence de tension serait même plutôt mauvais signe. Cette mécanique se développe souvent dans une équipe dont l'identité est mal établie et où la notion de bouc-émissaire renforce l'identité du groupe. Si un bouc-émissaire donne est écarté, un autre fera surface. Il représente une soupape d'échappement qui détourne l'attention des autres problèmes.

La Théorie idéologique prend le pas sur la théorie classique dans le monde économique et l'idéologie est sous-jacente, l'opinion sur l'autre ne suscite pas forcément un savoir-erre-exemplaire. Lorsqu'un groupe se trouve en situation de dépression sociale ou économique, ce groupe cherche dans son environnement les causes potentielles. Le harcèlement professionnel est une réalité qui pousse au désespoir.

Cette situation extrême revêt un aspect pathologique, un sentiment parfois ambigu on vitienne et l'autre profite de la situation et se tirent un

avantage concomitant. A l'école nous n'échappons pas à ce phénomène. Le sujet est de circonstance et le concept de « triangle mimétique » est bien d'actualité. Le système tripartite de deux êtres et un modèle. Chacun joue son rôle, on modèle, a contribue à l'émergence de l'autre en tant que rival.

Les scénarios ont leur bouc-émissaire et au-delà de leurs regards les pires travers pour acquiescer une identité une convenance et ombrer les vrais

problèmes et les insuffisances. Aucun facteur à risque n'est à craindre pour chaque élève mais chacun est une cible potentielle.

Ceci a rien d'une fable et moniteur de la Fontaine avait eu d'excellents sujets dans la cour de l'ECG. Chaque promotion, chaque classe a le sien, Les bouc-émissaires coexistent soit là... HATRO SUR LE BAUDET :

DEFINITION

D'origine religieuse, l'expression bouc-émissaire désigne en langage courant la personne qui est désignée par un groupe comme devant endosser un comportement social que ce groupe souhaite évacuer. Cette personne est alors exclue du groupe, au sens propre ou figuré, parfois punie, ou condamnée.

Le phénomène de bouc-émissaire est omniprésent dans notre société. Ce mécanisme ne cesse de se reproduire en changeant de forme et de victime. Ce phénomène aurait-il une fonction régulatrice si primordiale que les communautés ne puissent s'en passer ?

Il est intéressant d'étudier ce sujet d'un point de vue managérial. Xavier Camps, intervenant et consultant RH à l'ECG Bordeaux (École de Commerce Européenne) a répondu à nos questions et nous a apporté son regard de consultant-manager.

A la question peut-on prévoir l'apparition d'un bouc-émissaire au sein d'une entreprise la réponse est non. Il faut plutôt se poser la question : « est-ce que ce phénomène est utile dans une organisation ? » Oui, un groupe se désigne une personne pour lui faire endosser ses maux et les lui faire porter. Cette personne les subit mais n'a aucune raison de les subir. Elle va être utilisée comme une « soupape de sécurité ». Dans une situation financière délicate au sein d'une entreprise par exemple, on va licencier la personne responsable de ce département pour lui faire endosser la faute. Pour l'institution, c'est par stratégie et c'est un moyen de se décharger du problème. L'entraîneur d'une équipe de football qui se fait licencier pour mauvais résultats de son équipe est un autre exemple récurrent. Cette démarche permet de le punir comme seul responsable. Dans ces situations délicates il faut impérativement un fauteur.

On peut alors se demander si le manager a un rôle à jouer. Comment peut-il gérer le conflit ? Il est difficile pour lui de gérer ce phénomène une fois qu'il est installé. Il est alors indispensable d'anticiper. Le conflit est quelque chose de normal dans une organisation et le manager se doit d'intervenir avant qu'il n'éclate. Mais existe-t-il un profil type de personnes harcelées ? Non. Le bouc-émissaire ne se régit pas comme de ce qu'il se passe et ne se remet pas en cause. La personne concernée n'a pas peut-être pas assez de recul sur la situation pour faire pencher la balance.





MA PLANETE, *ma*VILLE ET MOI





[← Volver al índice](#)

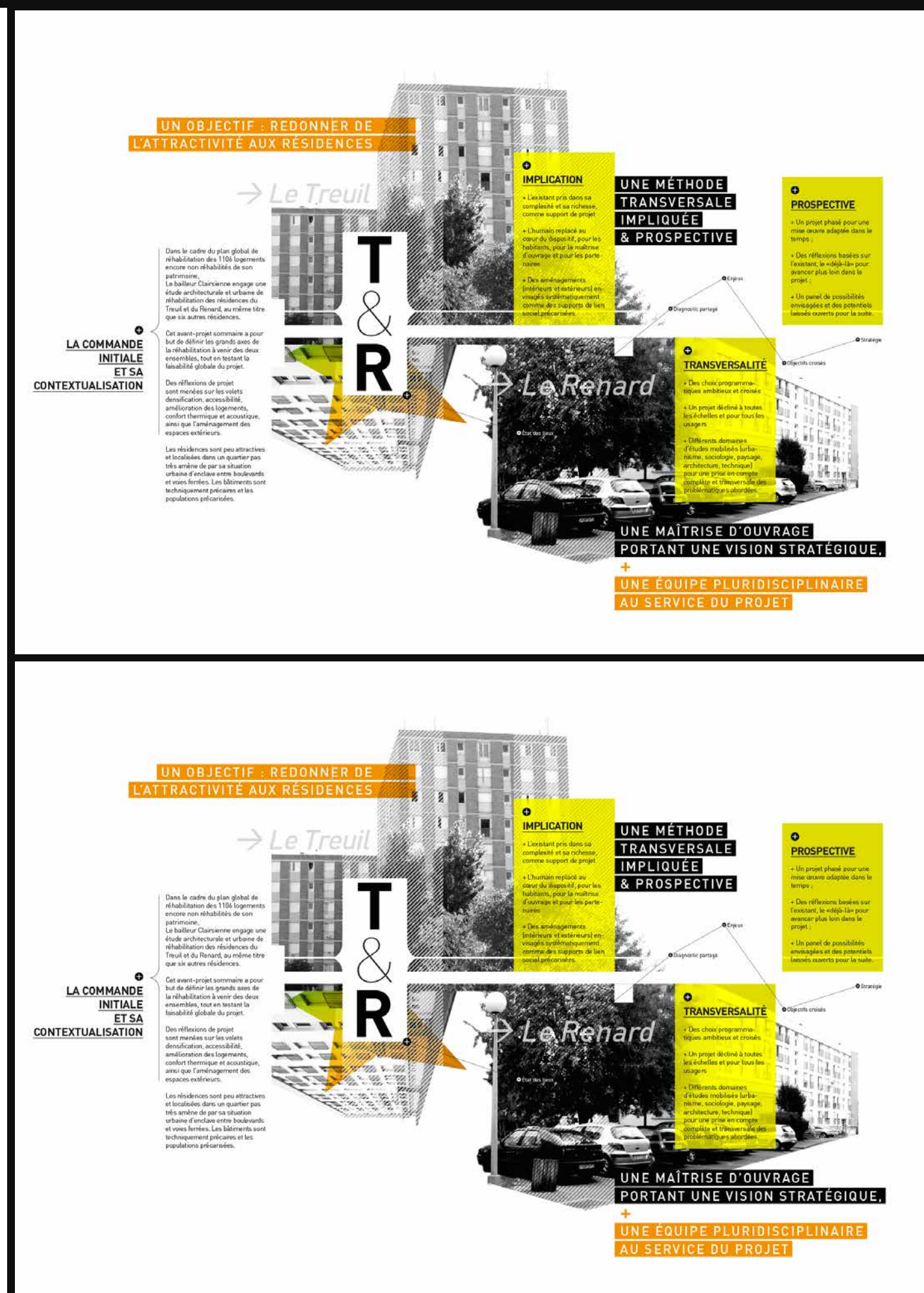
Catherine Duret Arquitecto **Arquitectura** **Logotipo e identidad corporativa** **Editorial** **Folleto**

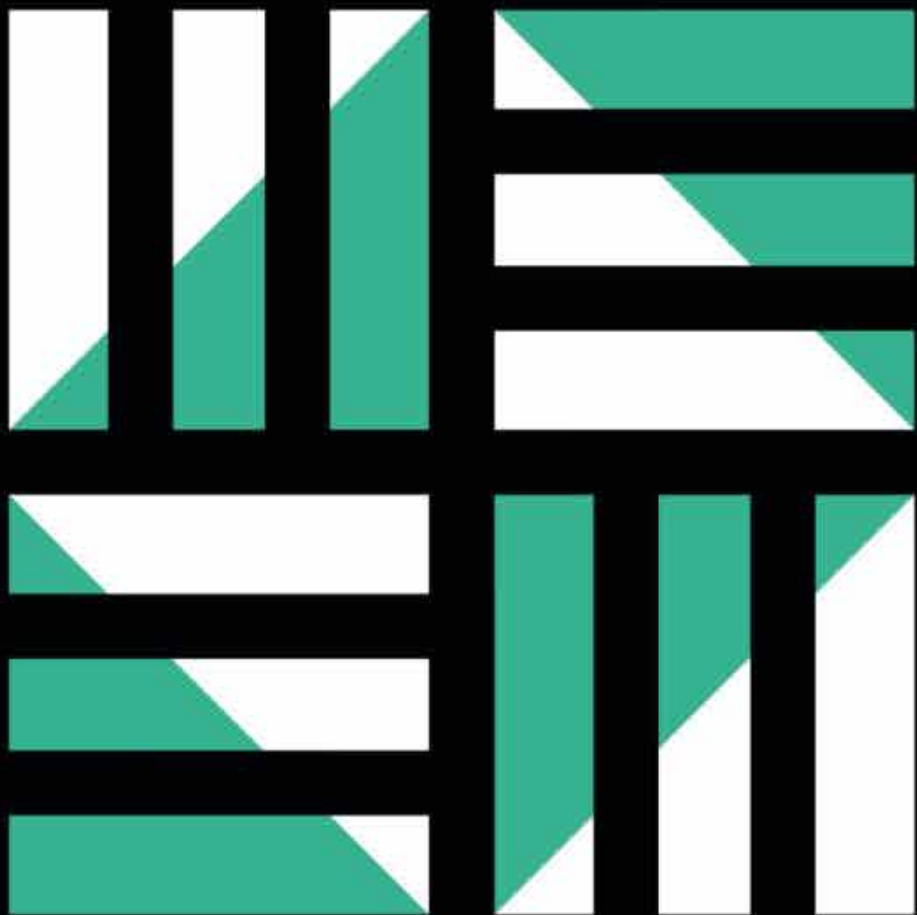
Node Arquitectura, diseño del logotipo "T&R", y folleto de exhibición

Creación de la identidad visual y del folleto de presentación del proyecto "T&R". Proyecto de rehabilitación de las residencias Treuil y Renard en Burdeos.

architectes-pour-tous.fr







Artésite arquitecto urbanista Arquitectura Logotipo e identidad corporativa

Agencia ARTÉSITE, diseño de logotipos e identidad corporativa

GraphikShaker diseñó la identidad visual de ARTÉSITE, una agencia de paisajismo y urbanismo con sede en Pau. Asistimos a Virginie y Vincent en el diseño de su logotipo y la creación de su identidad corporativa para aplicarla a todos sus soportes de comunicación.

artosite.fr



Logotype et éléments de base
LOGOTYPE

Le logotype ART4SITE est composé de trois éléments :

- le symbole (1) : des formes géométriques qui s'embolent véhiculant cette idée de construction. Ce symbole répété, auquel on ajoute des rotations peut former une trame qui nous permette de renforcer l'identité par la suite.
- le nom : artésite
- la baseline : paysagistes / urbanistes

Les proportions et la composition de ces trois éléments sont immuables. Cependant ces éléments sont dissociables, dans certains cas le logo peut-être utilisé sans baseline (2).

Le logotype ART4SITE, tel qu'il est défini, s'applique sur tous les supports dans le respect de ses proportions, couleurs et règles (détallées plus loin).

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

01

(1)

(2)

(3)

ARTÉSITE

paysagistes
ARTÉSITE
urbanistes

paysagistes
ARTÉSITE
urbanistes

Univers typographique
LOGOTYPE

L'univers typographique de ARTÉSITE comprend :

- GOTHAM, cette typographie est utilisée pour le nom ARTÉSITE.
- La PLUTO est la typographie utilisée pour la baseline du logo ARTÉSITE. Cette typographie pourra être utilisé pour de nombreuses déclinaisons, elle est par exemple utilisée pour les titres de cette charte graphique.

Polices annexes :

- La BENTON sera utilisée de manière occasionnelle, c'est une typographie condensée qui permet une utilisation spécifique pour des tableaux par exemple. Elle permet de relater un grand nombre d'informations tout en restant lisible.

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

06

GOTHAM
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

GOTHAM
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

GOTHAM
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

PLUTO
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

PLUTO
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

BENTON
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

BENTON
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

En-tête et suite de lettre
PAPETERIE

En-tête de lettre
Format A4 (210 x 297 mm)
Typographie des textes : Gotham
Suite de lettre
Format A4 (210 x 297 mm)

La typographie utilisée pour la saisie est la gotham (corps 10 pts, interligne 12 pts).

Le verso de la page est composée de la trame créée pour la papeterie. (Ceci est optionel le verso pouvant rester vierge.)

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

08

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

08

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

08

Cartes de visites
PAPETERIE

Format 70 x 70 mm
Typographie des textes : Gotham

Plusieurs versions couleur sont possibles. Une couleur principale pour chacun des membres de l'agence.

Les cartes de visites sont rainées dans la diagonale afin de pousser le concept développé et de permettre de les utiliser comme un objet à part entière.

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

09

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

09

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

09

Cartes de correspondance
PAPETERIE

Format 210 x 100 mm
Typographie des textes : Gotham

Suivant le principe des cartes de visites les cartons de correspondances sont au nombre de deux.

Le carton noir doit-être utilisé avec un stylo blanc afin d'apporter une touche originale.

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

10

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

10

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

10

Enveloppes
PAPETERIE

Formats 220 x 110 mm et 230 x 161 mm

Dans le cas des enveloppes les codes de la charte sont repris afin de rester cohérent avec le reste de la papeterie.

Le logo peut-être appliqué de deux façons différentes, soit en haut à gauche de l'enveloppe, soit de manière transversale.

La trame de fond est utilisée à l'intérieur des enveloppes.

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

11

ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

11

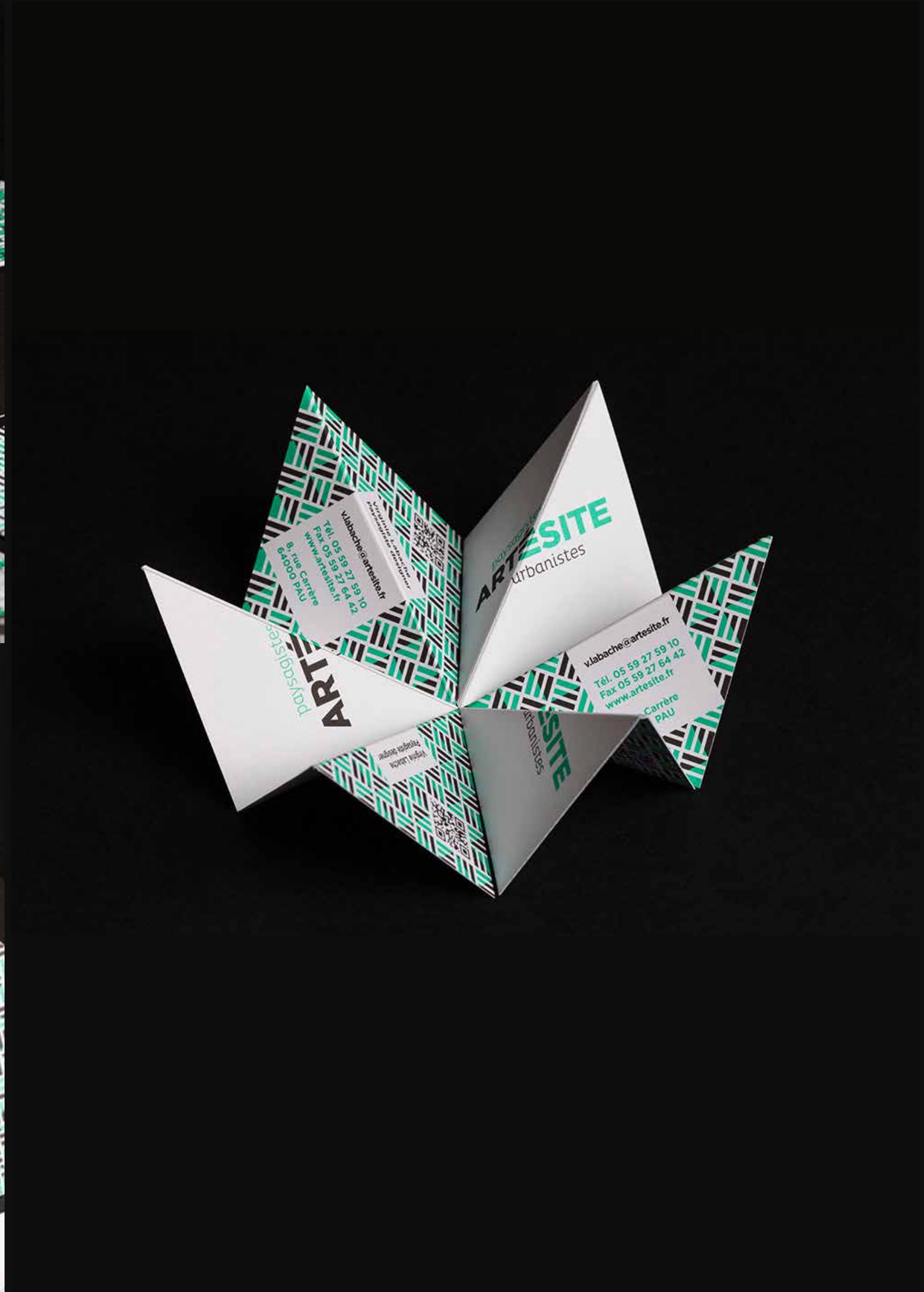
ARTÉSITE

CHARTRE GRAPHIQUE ARTÉSITE

11

En-tête de lettre (recto) présentation à 60%, cotes en mm.

En-tête de lettre (verso) présentation à 60%, cotes en mm.





Agencia Pernet Pure Concept Lujo Logotipo e identidad corporativa

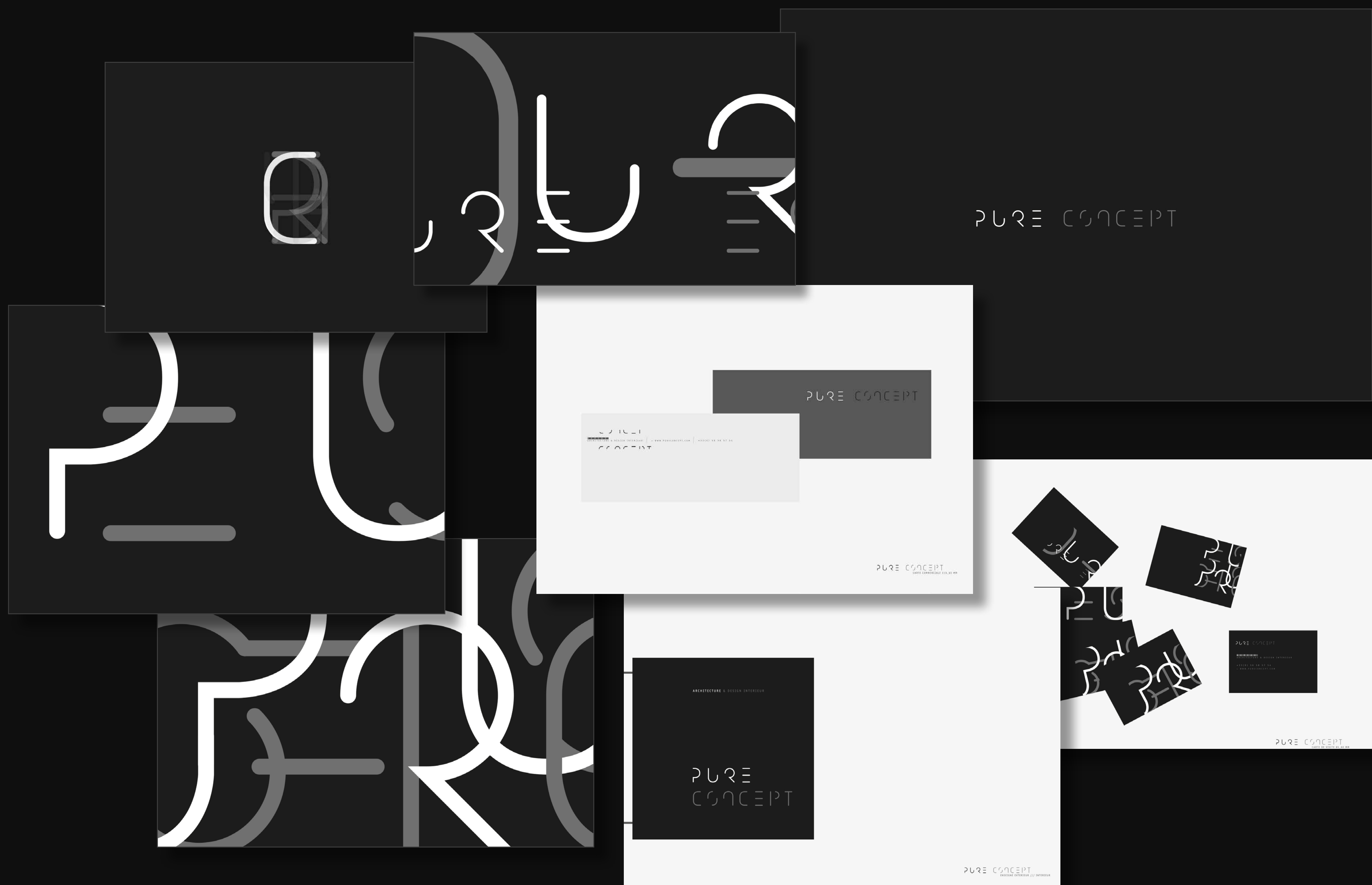
Pure Concept, diseño de la identidad visual

Creación de la identidad visual de Pure Concept, promotor inmobiliario suizo. También vamos a poner a su disposición dos obras de exhibición de dos chalets de lujo en Megève y Courchevel. Próximamente...

Proyecto realizado por cuenta de la agencia Pernet.

agencepernet.fr







Next-U Atlas Institute Bachelor Institute Escen Magnum Institute Webtech Institute
Enseñanza superior Institucional Diseño editorial Folleto

Grupo Next-U Education, diseño del folleto corporativo

Diseño del folleto institucional (oficial) del grupo de Educación superior Next-U (72 páginas) en el que se presentan las escuelas Escen, WebTech Institute, Bachelor Institute, Atlas Institute y Magnum Institute.

next-u.eu







< Volver al índice



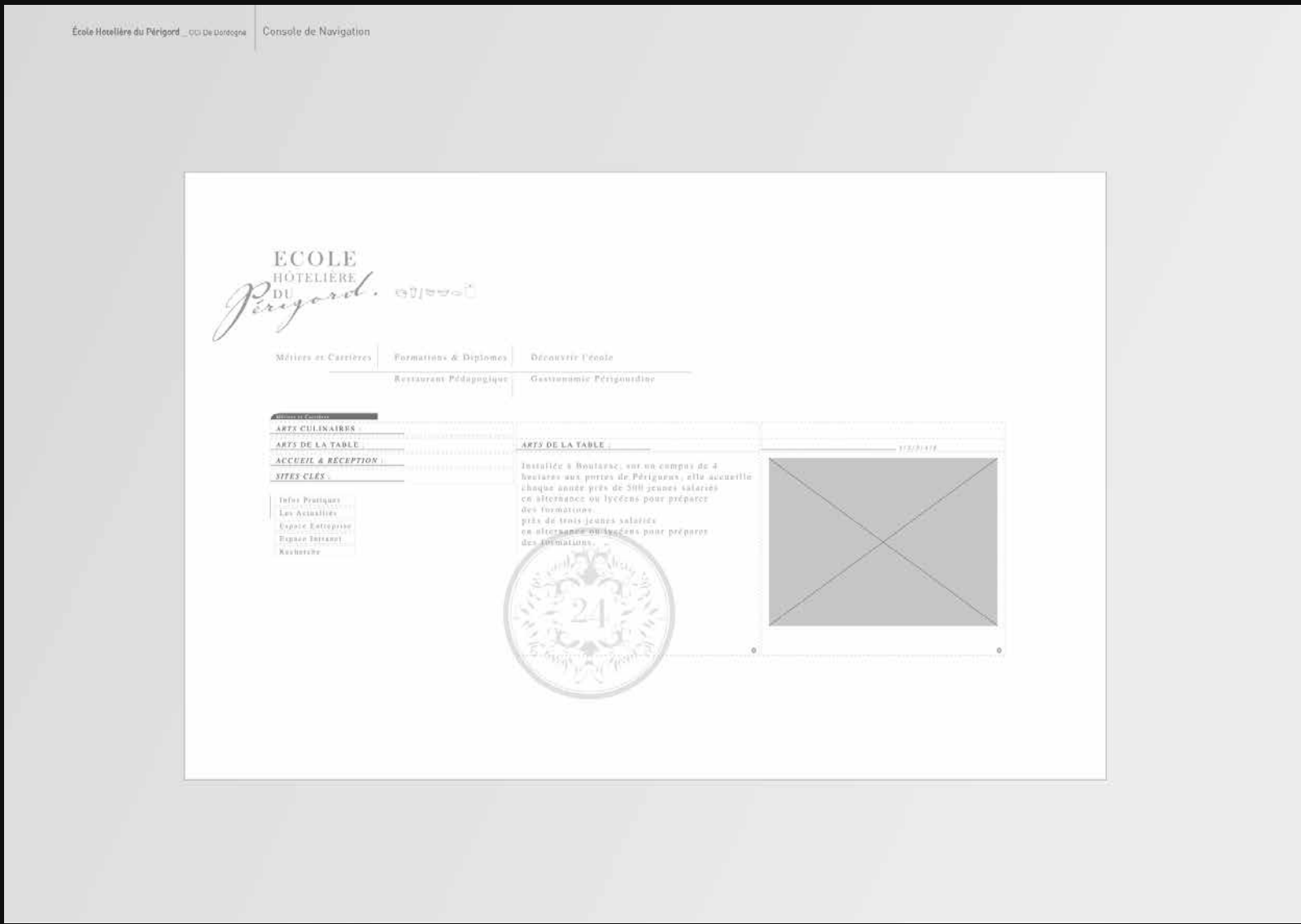
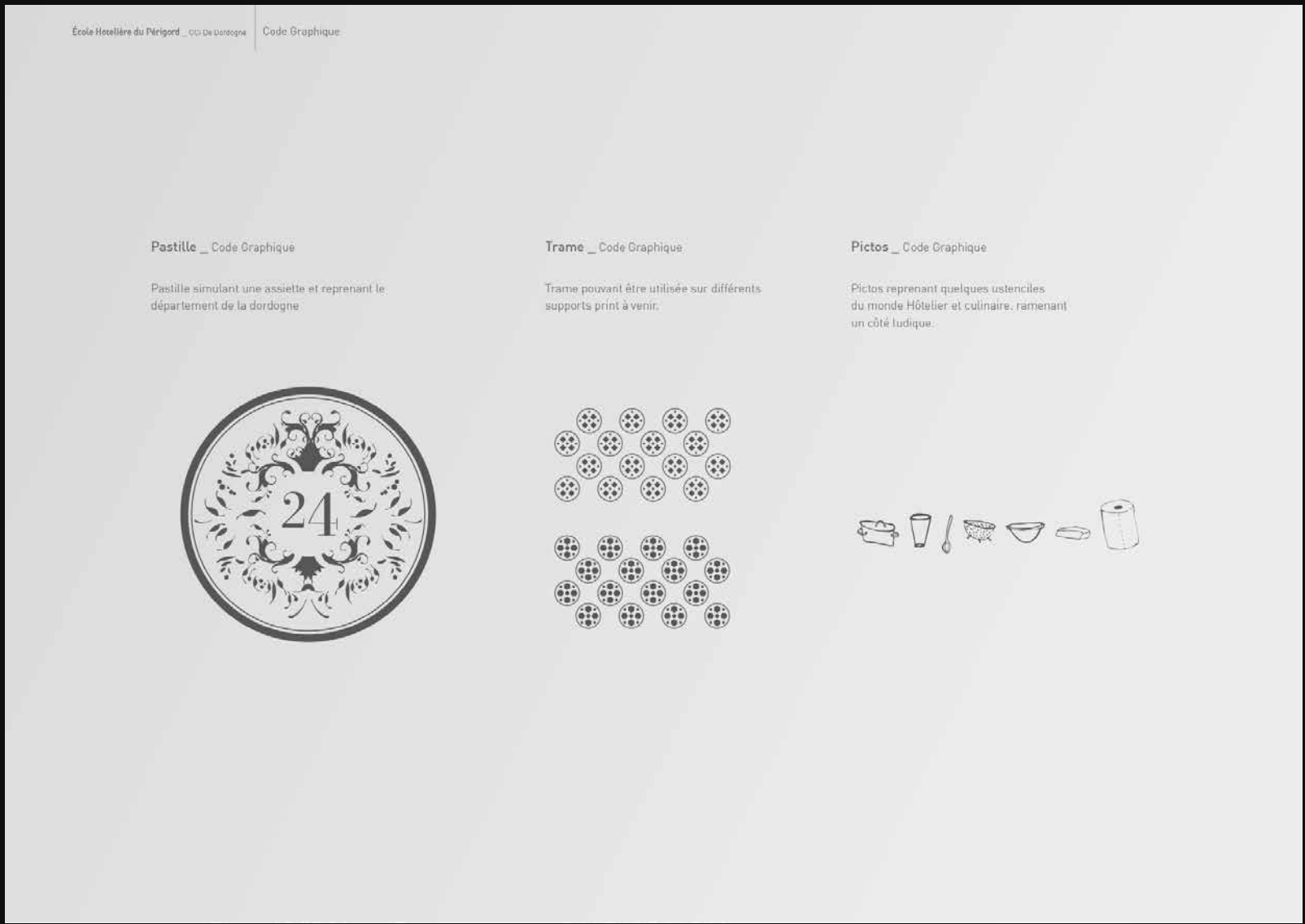
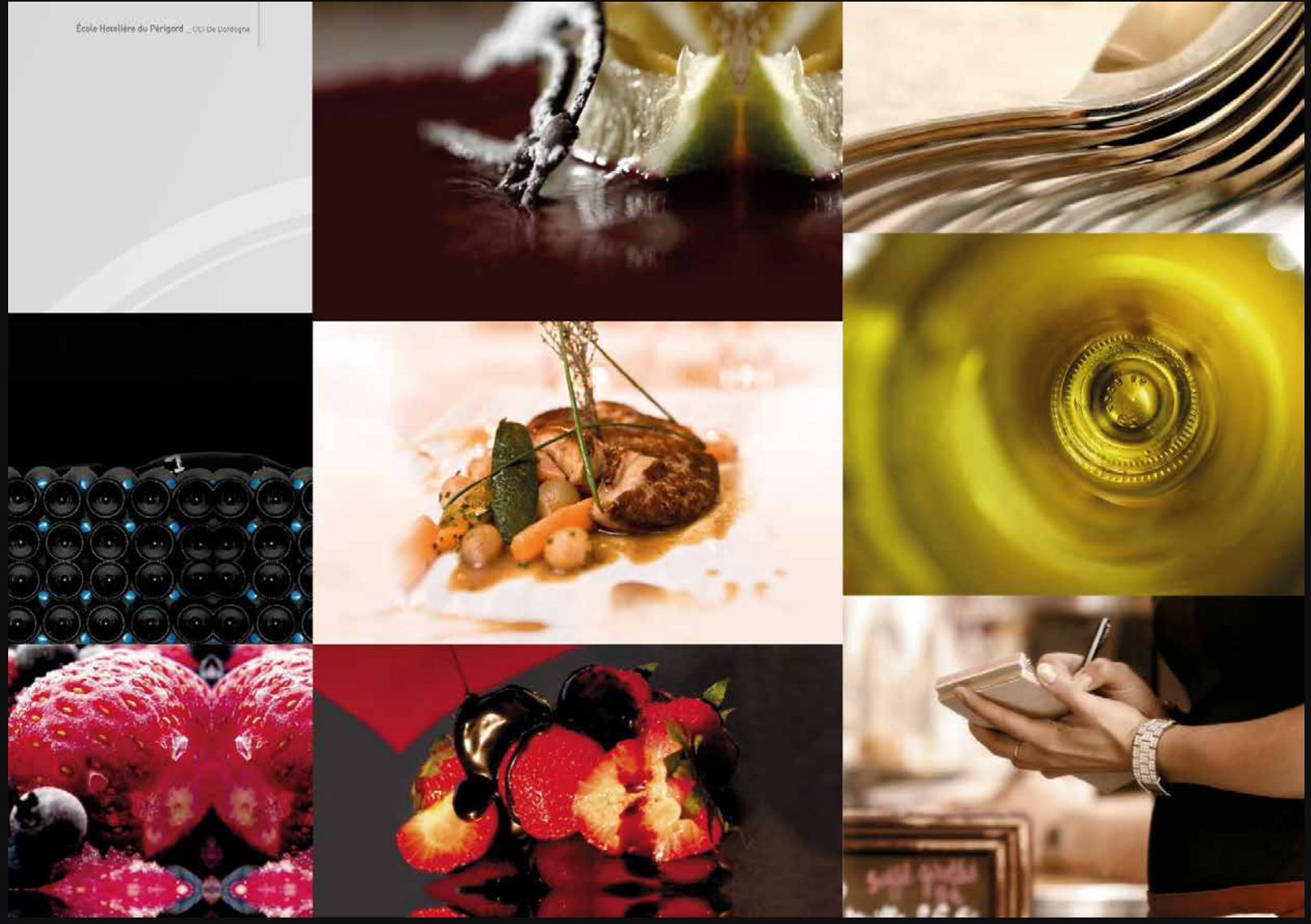
CCI Dordogne Enseñanza superior Hostelería Institucional Lujo
Logotipo e identidad corporativa Diseño editorial

Cámara de Comercio e Industria de Dordoña, identidad corporativa de la École Hôtelière de Périgord, Francia

GraphikShaker salió victorioso del concurso organizado por la CCI Dordoña sobre creación de identidades visuales para la École Hôtelière Périgord. Trabajamos en el diseño de la marca, la firma tipográfica, la creación de ilustraciones, así como en numerosos materiales impresos (el sitio web se encuentra aún en fase de desarrollo).

ecoles.dordogne.cci.fr





École Hôtelière du Périgord _ co de europe

Page de Garde

Page _ Animation flash

Un défilement d'images accompagne la composition de la page de garde avec une animation typographique



École Hôtelière du Périgord _ co de europe

Page de Garde

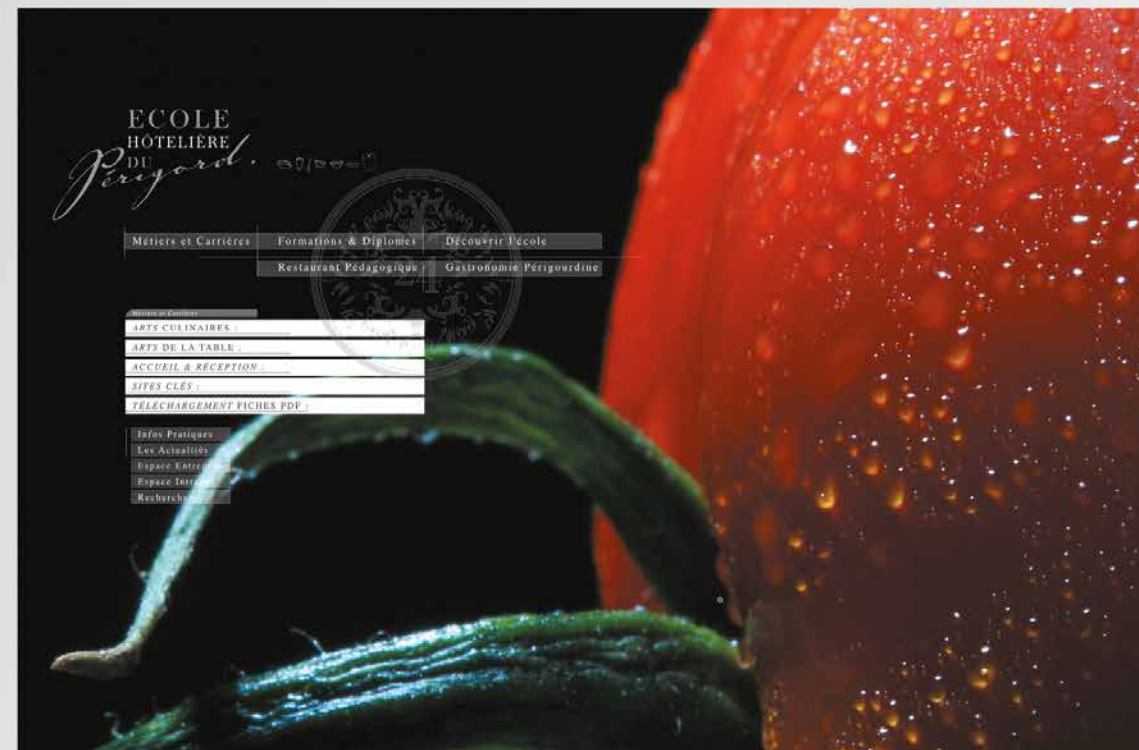
Page accès à la console de navigation _
Choix photos à définir.



École Hôtelière du Périgord _ co de europe

Page intérieur du site

Page _ Métiers et carrières / Arts culinaires
Choix photos à définir.



École Hôtelière du Périgord _ co de europe

Page intérieur du site

Page _ Métiers et carrières / Arts de la Table
Choix photos à définir.



École Hôtelière du Périgord _ co de europe

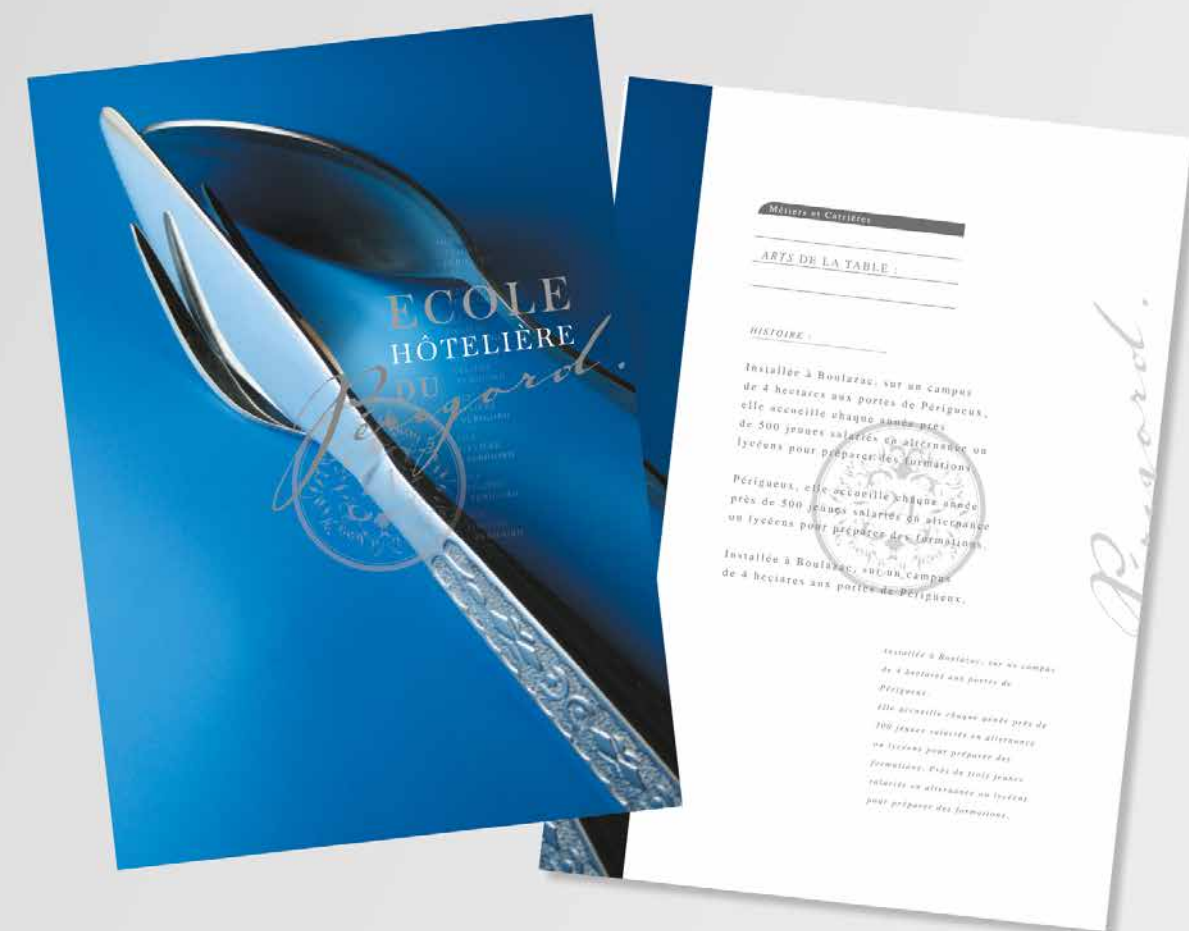
Page intérieur du site

Page _ Métiers et carrières / Accueil & Réception
Défilement des menus



École Hôtelière du Périgord _ co de europe

Fiche Technique





< Volver al índice



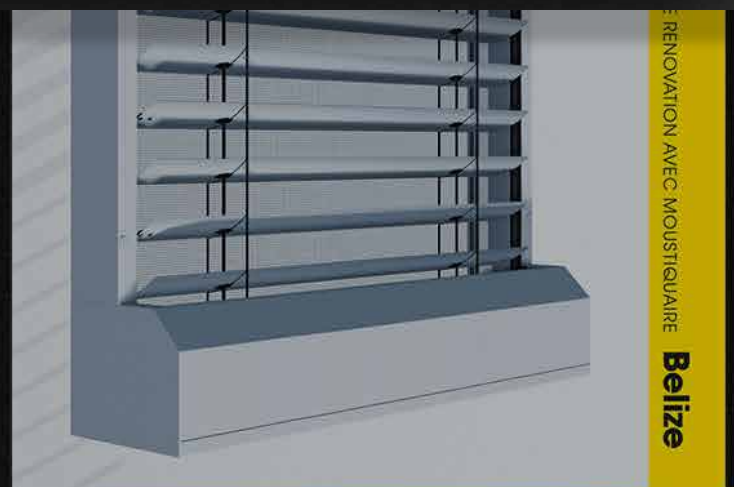
SDS Industria Industria Diseño editorial Folleto

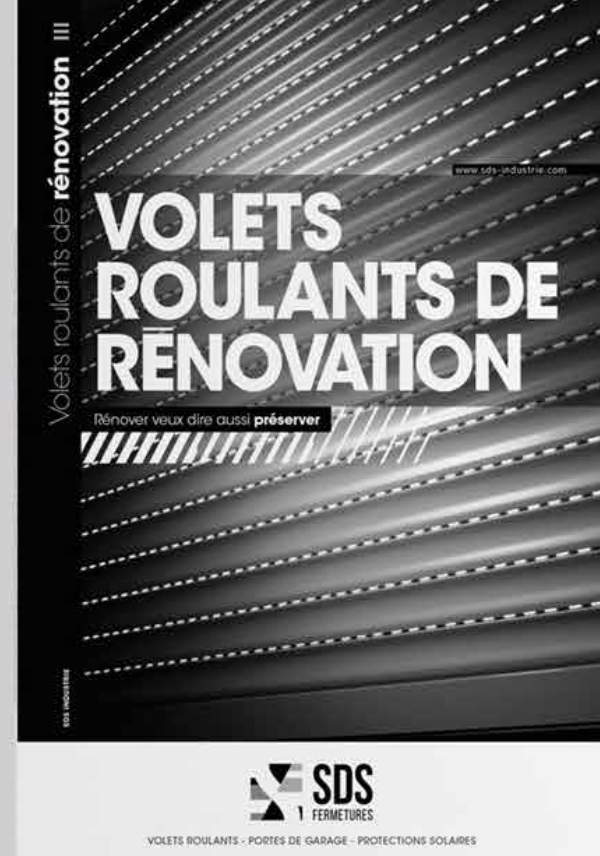
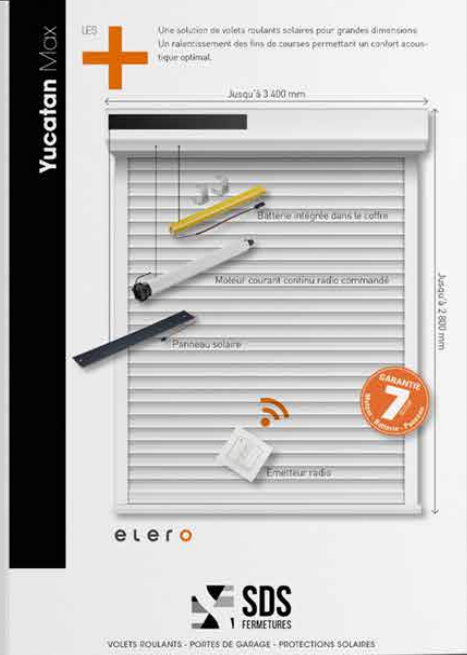
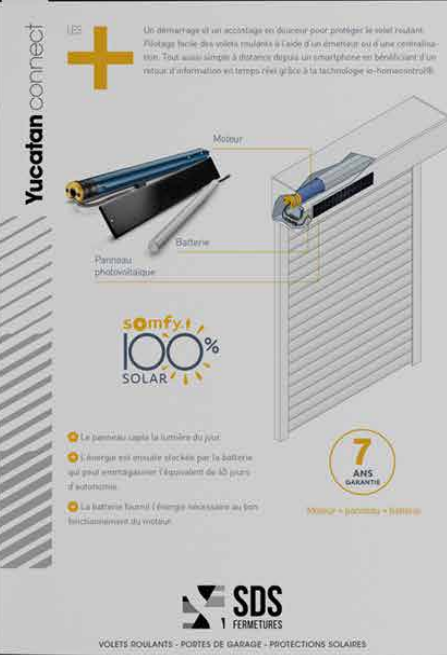
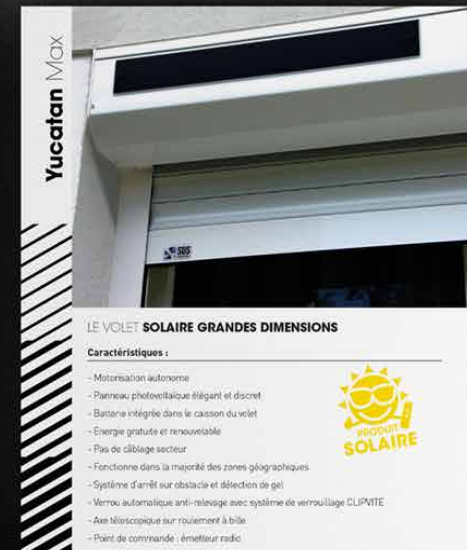
SDS Industrie, diseño de nuevos folletos corporativos

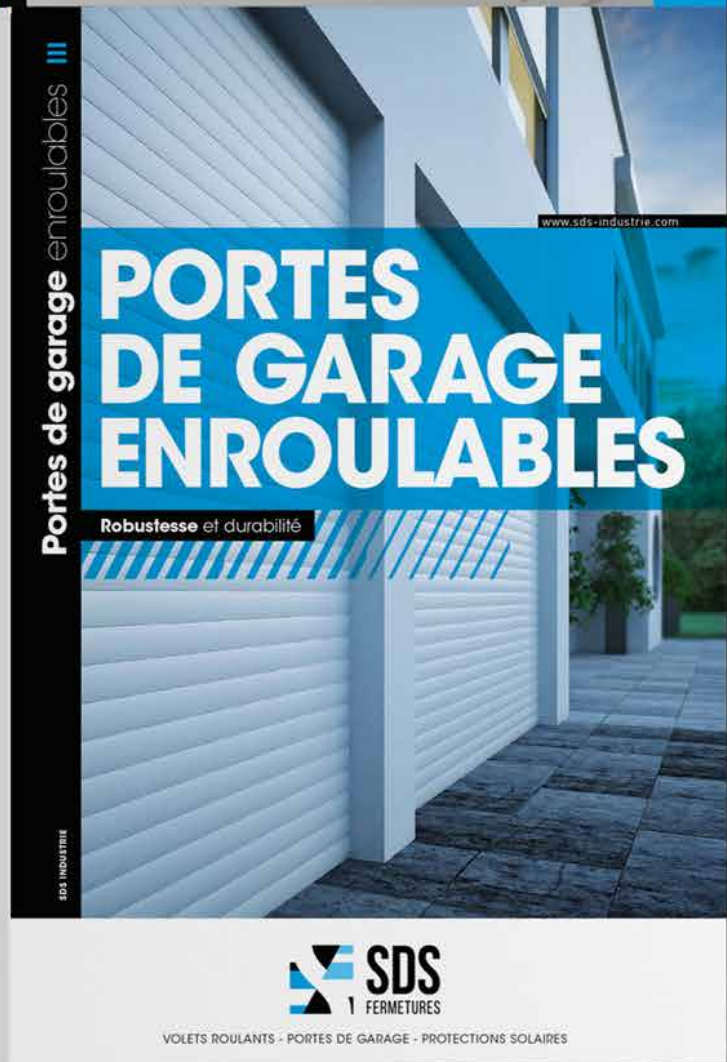
¡Nuevos códigos gráficos, nuevos folletos de productos! GraphikShaker ha confeccionado cuatro nuevos folletos en formato A5, al presentar las nuevas gamas de persianas de renovación (4 muestras), parasoles ajustables (3 muestras), puertas enrollables para el garaje (3 muestras) y persianas integradas Bloc Baie (2 muestras).

sds-industrie.com











< [Volver al índice](#)

france•tv

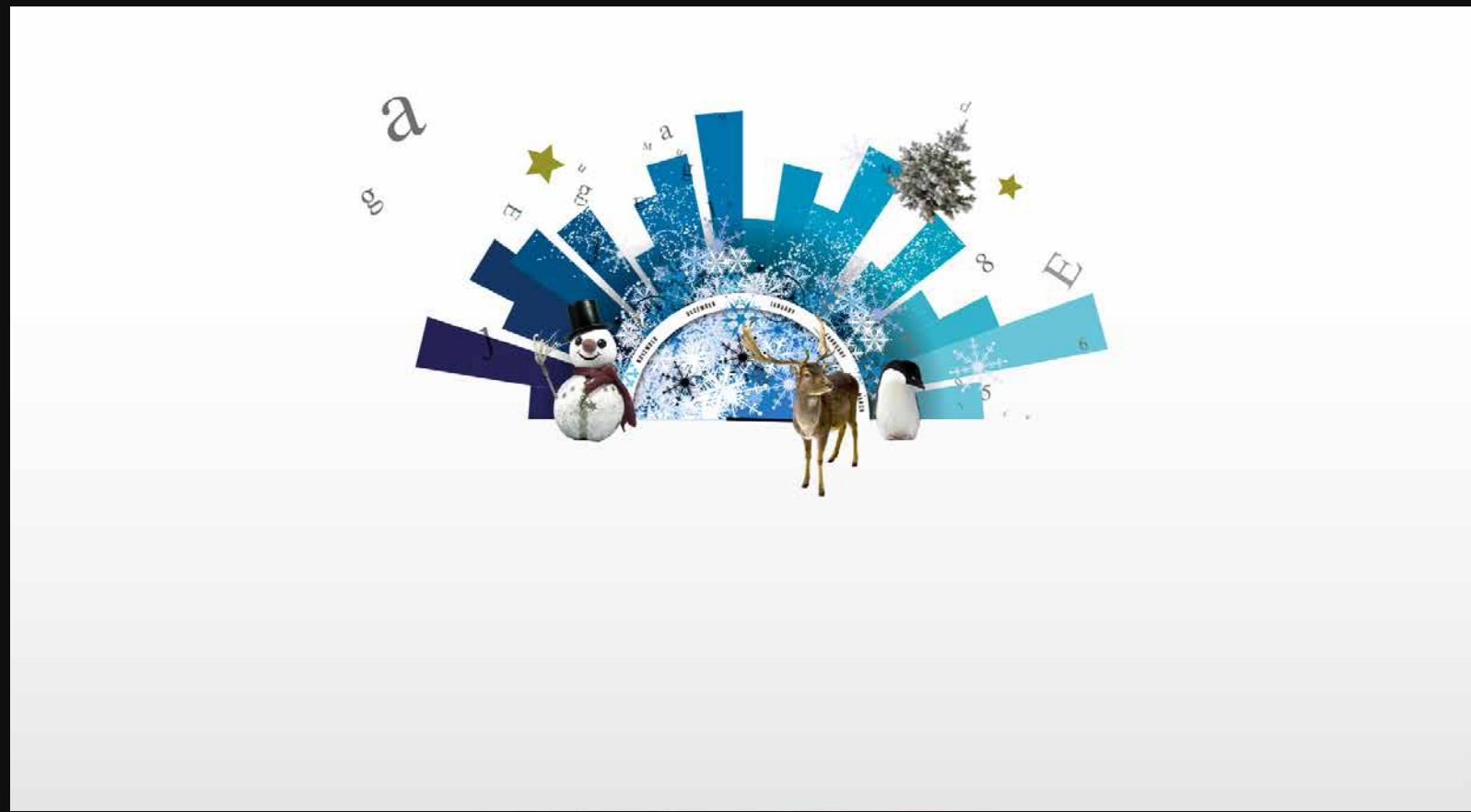
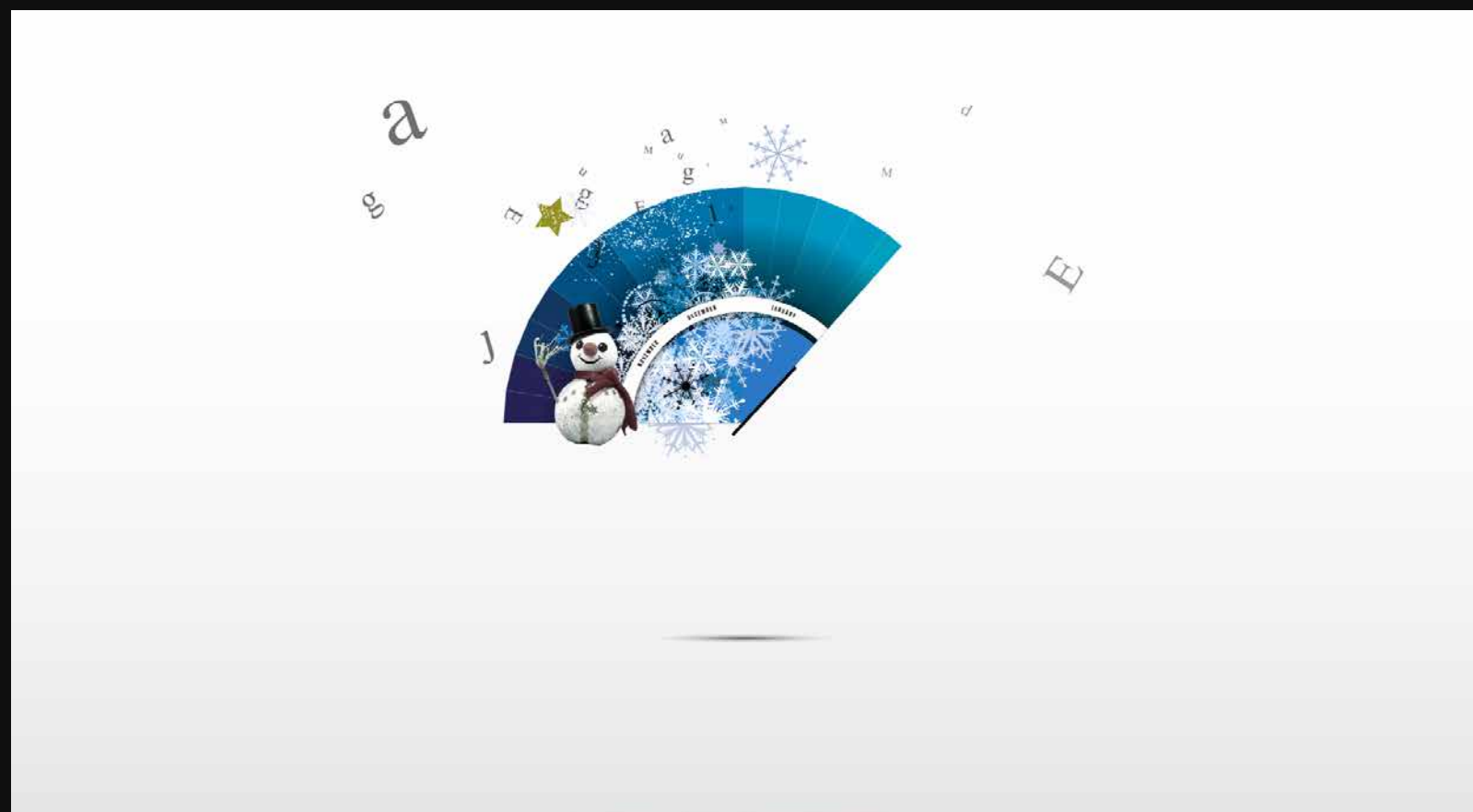
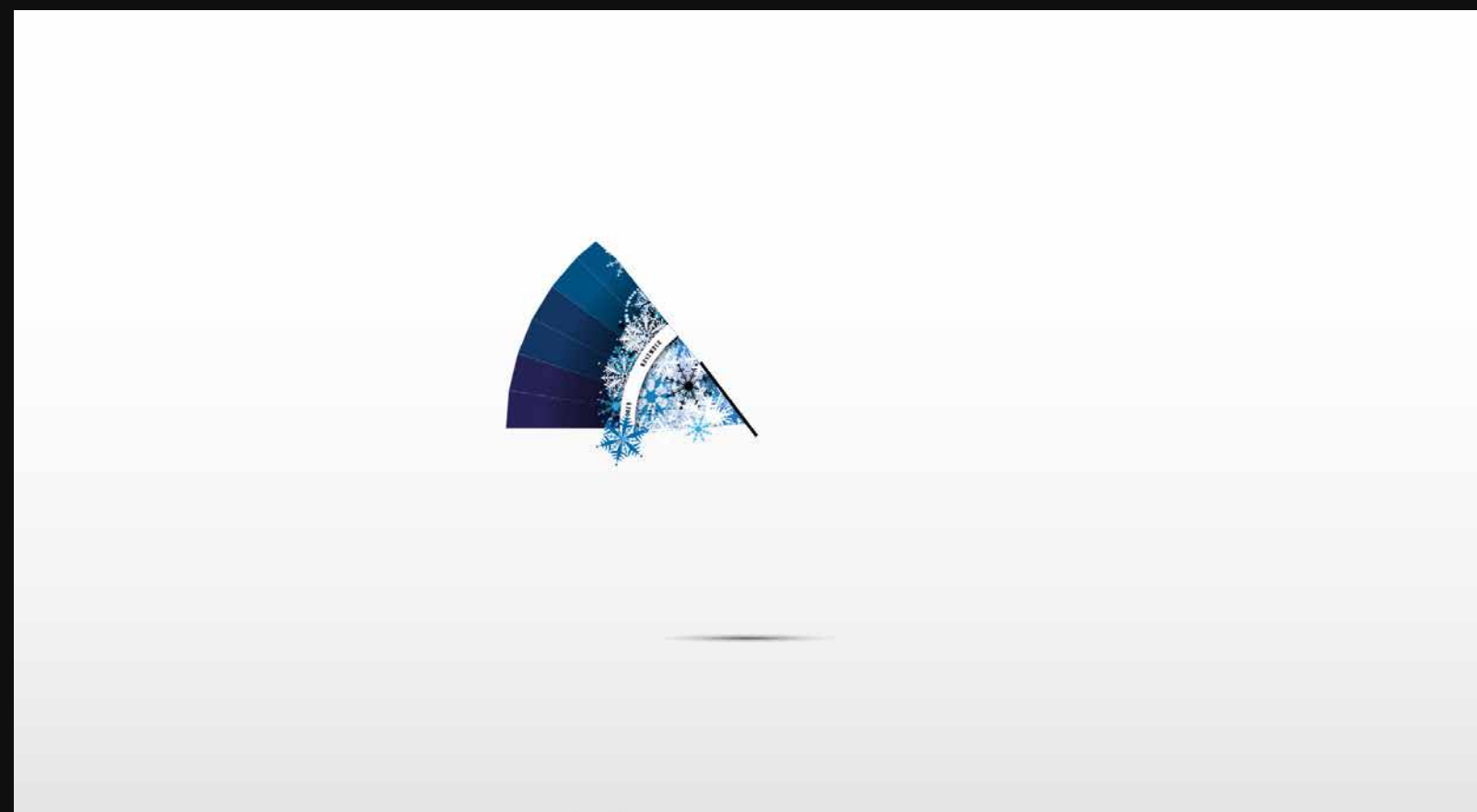
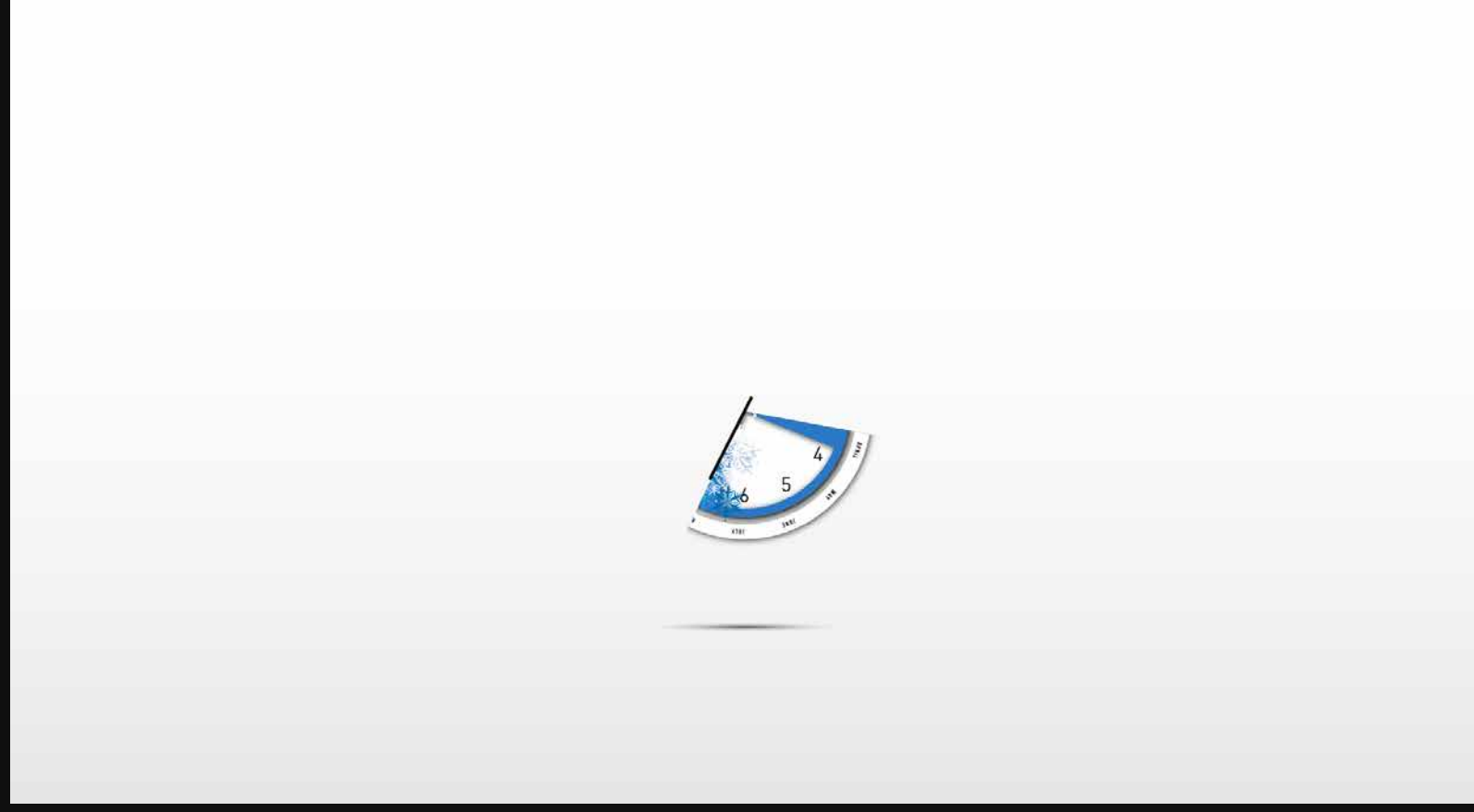
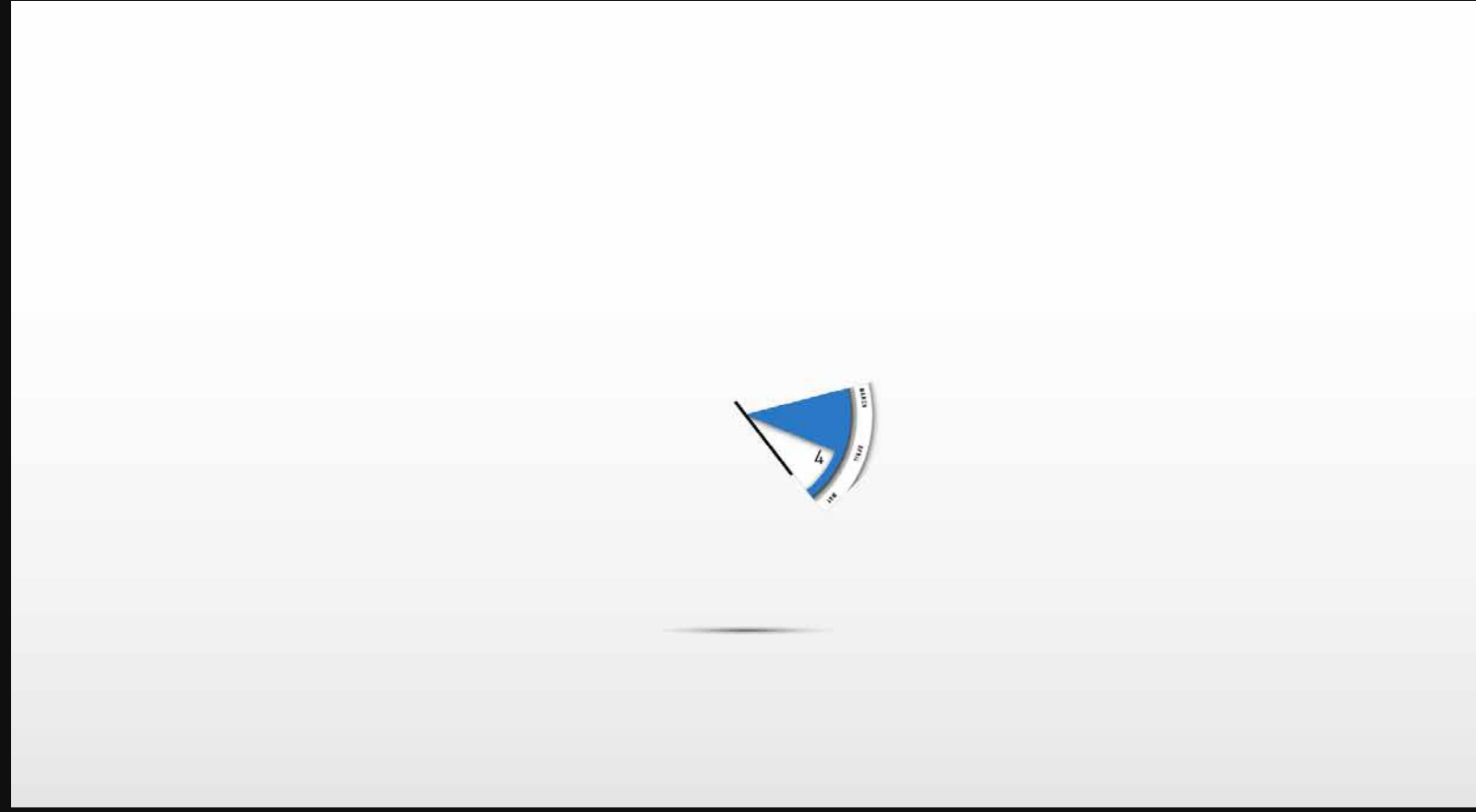
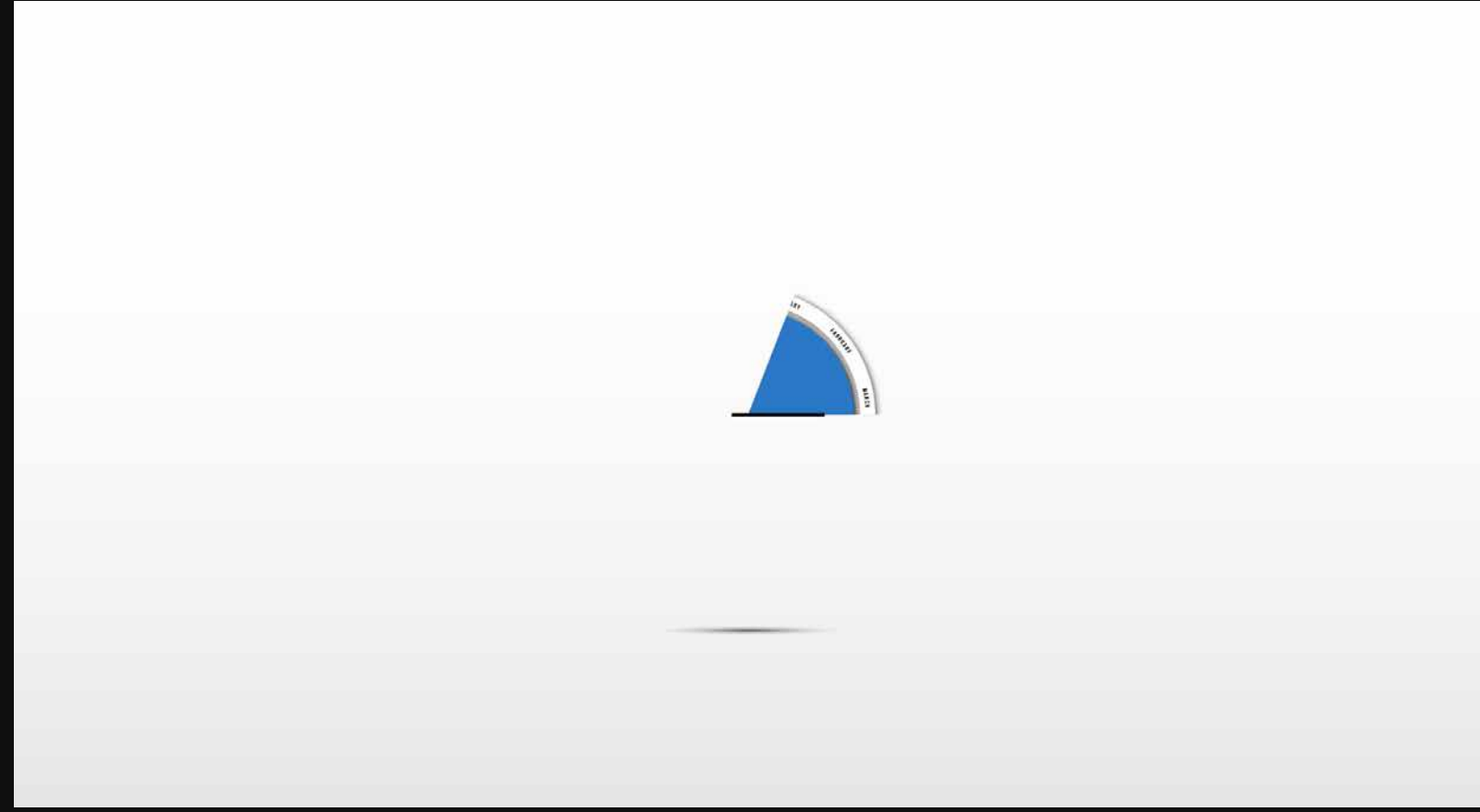
France TV Gráficos animados

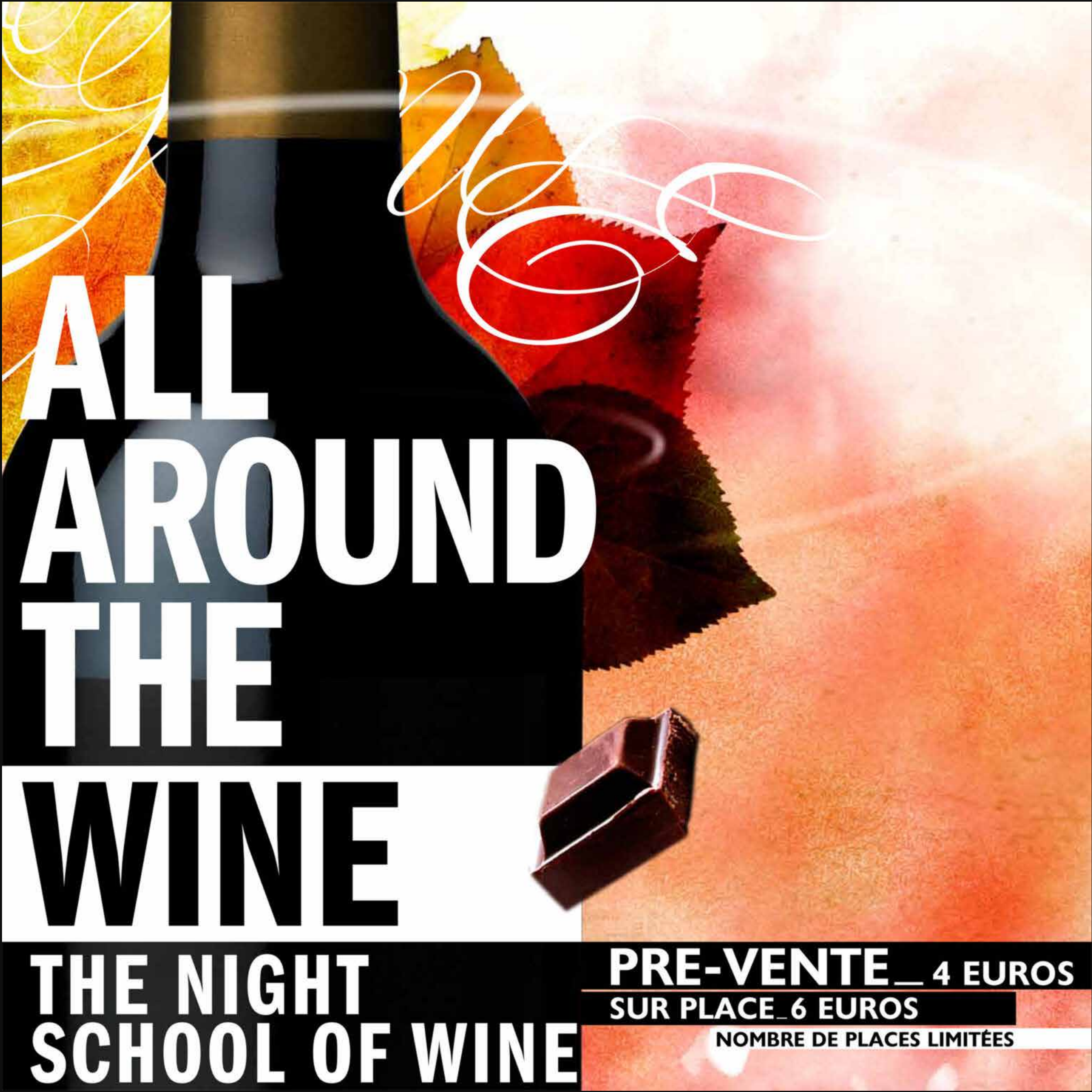
France TV, clips de juego, motion design (2)

En colaboración con Maképrod, GraphikShaker recibe como encargo de France 3 desarrollar pistas creativas para que France 3 las pueda utilizar como clips de cabecera en la edición de noche de sus juegos.

[france.tv](#)







< [Volver al índice](#)

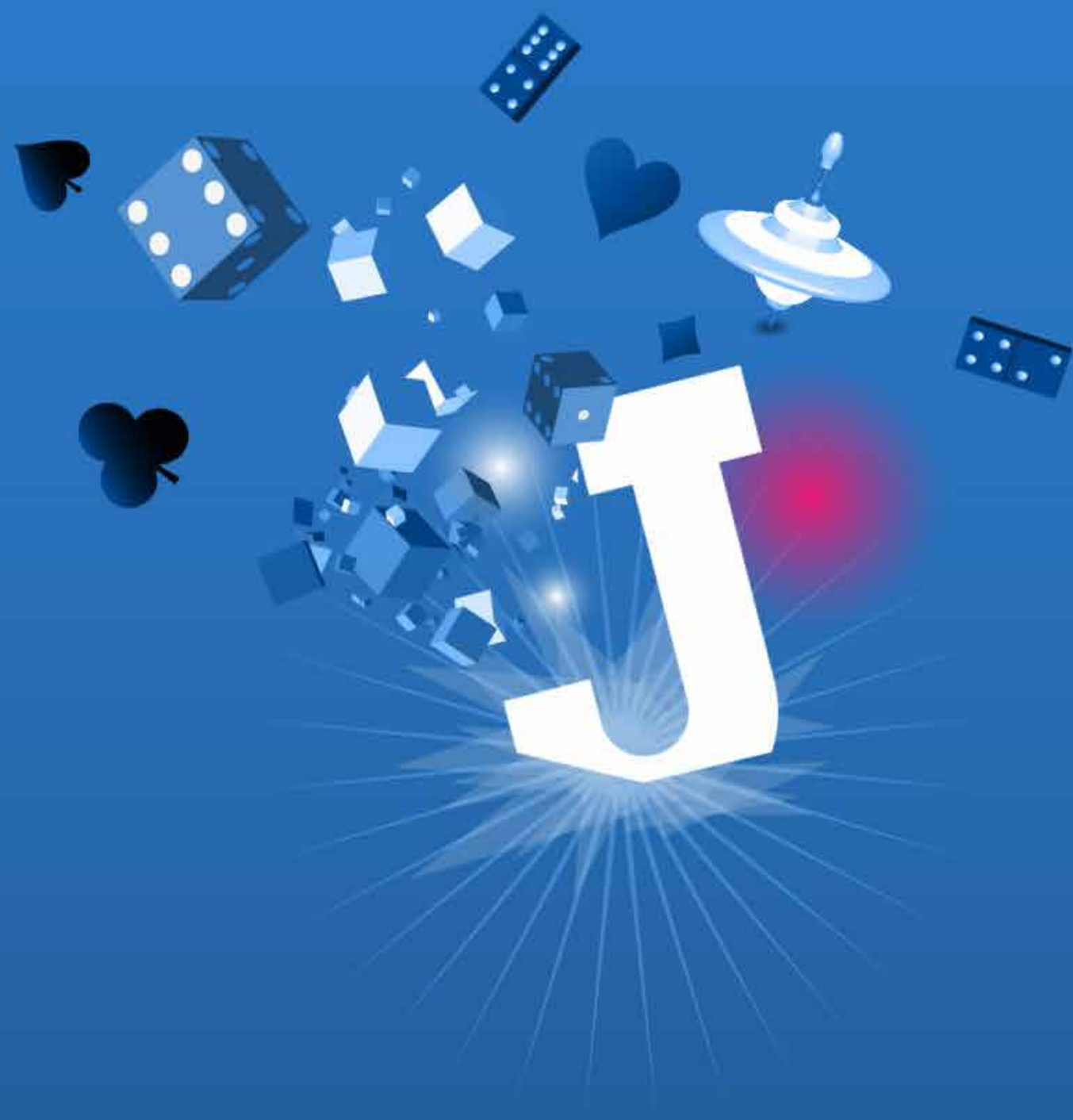


[All around the Wine](#) [ECE Burdeos](#) [Cultural](#) [Enseñanza superior](#) [Evento](#) [Vinos y licores](#) [Cartel](#)

ECE Bordeaux, All around the wine, cartel del envento

El cartel de "Todo en torno al vino 2009". El tema de esta quinta edición (¡ya!): vino y gastronomía.





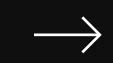
france•tv

France TV Gráficos animados

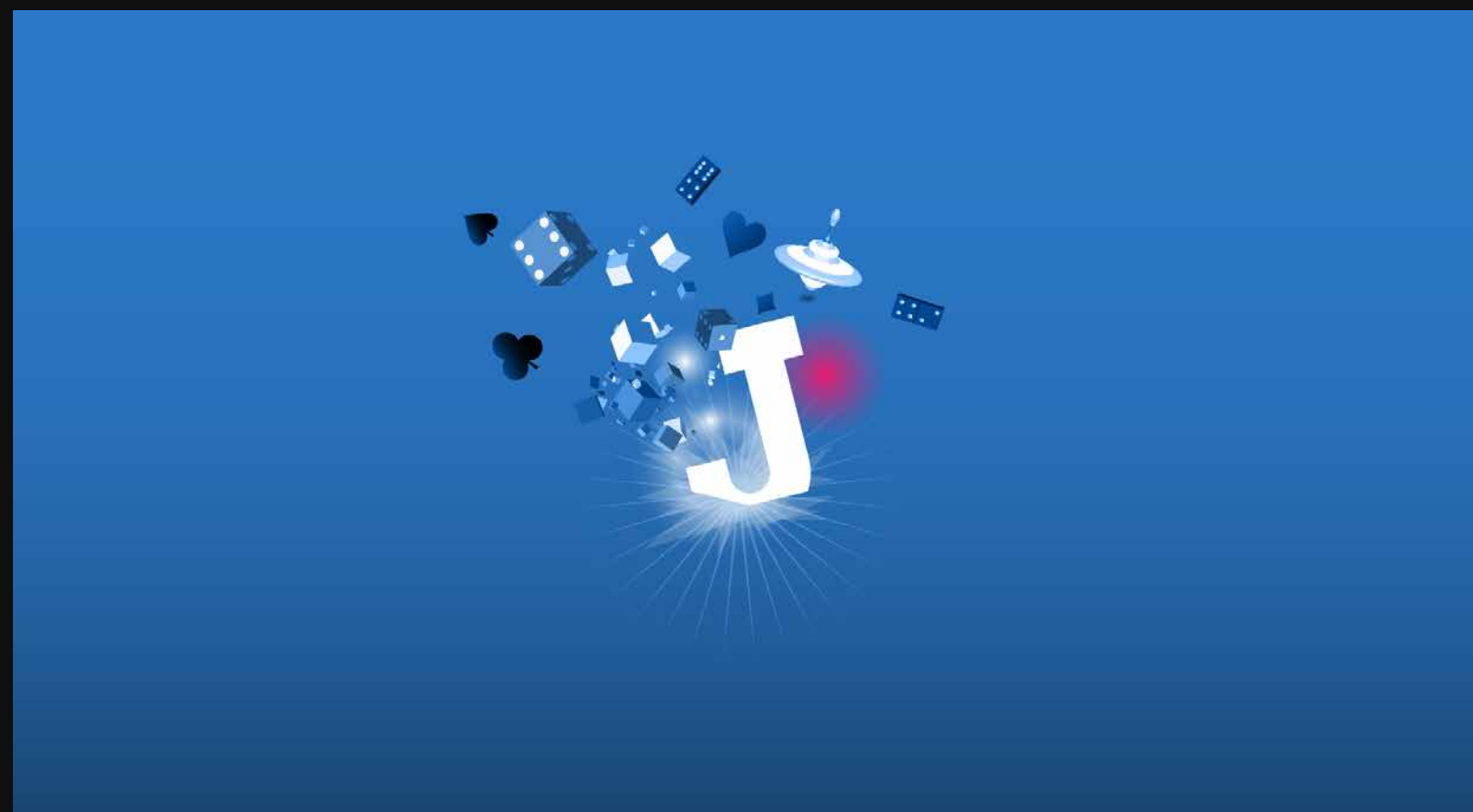
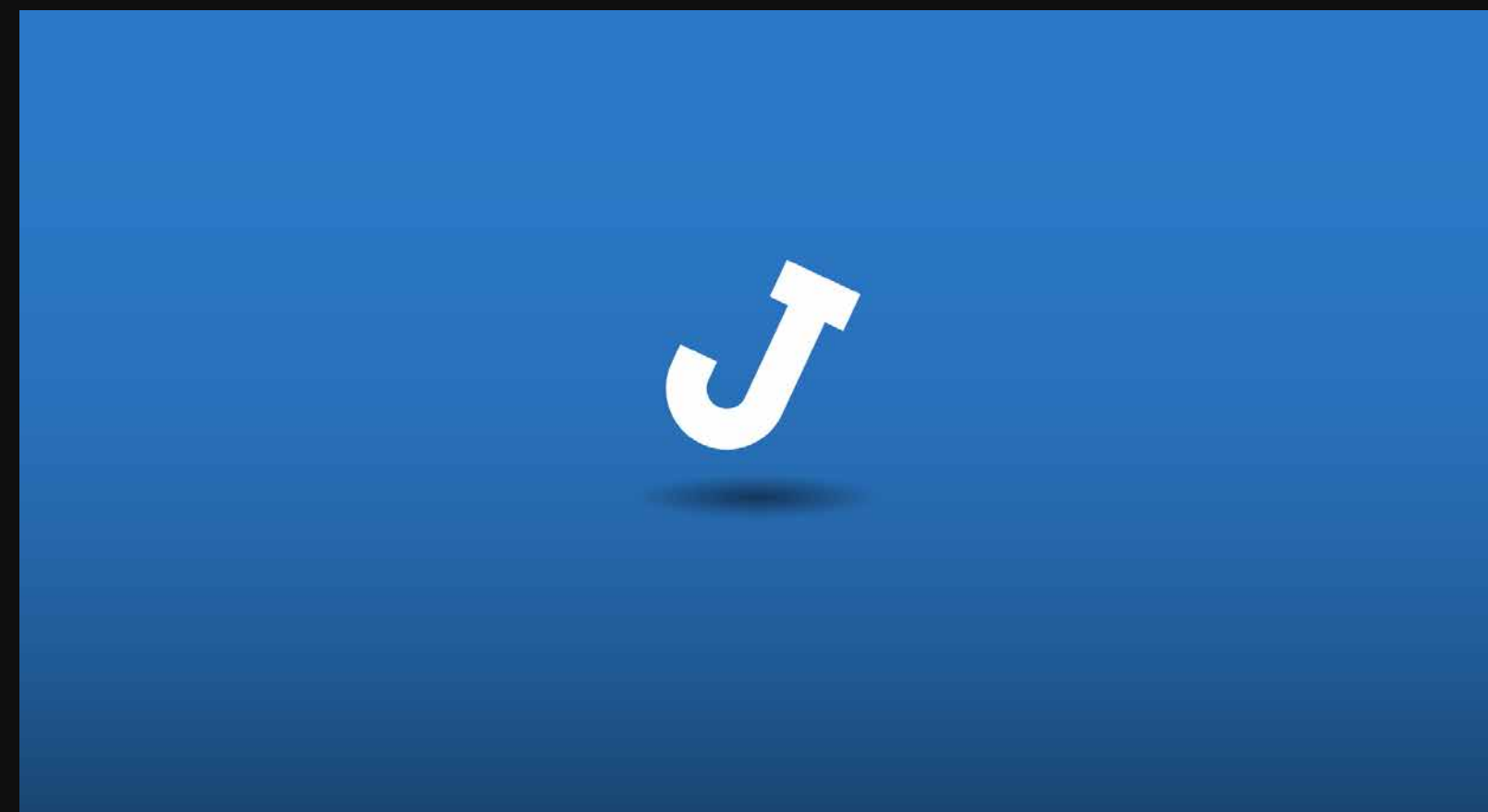
France TV, clips de juego, motion design (1)

En colaboración con Maképrod, GraphikShaker recibe como encargo de France 3 desarrollar pistas creativas para que France 3 las pueda utilizar como clips de cabecera en la edición de noche de sus juegos.

france.tv



< Volver al índice





< Volver al índice



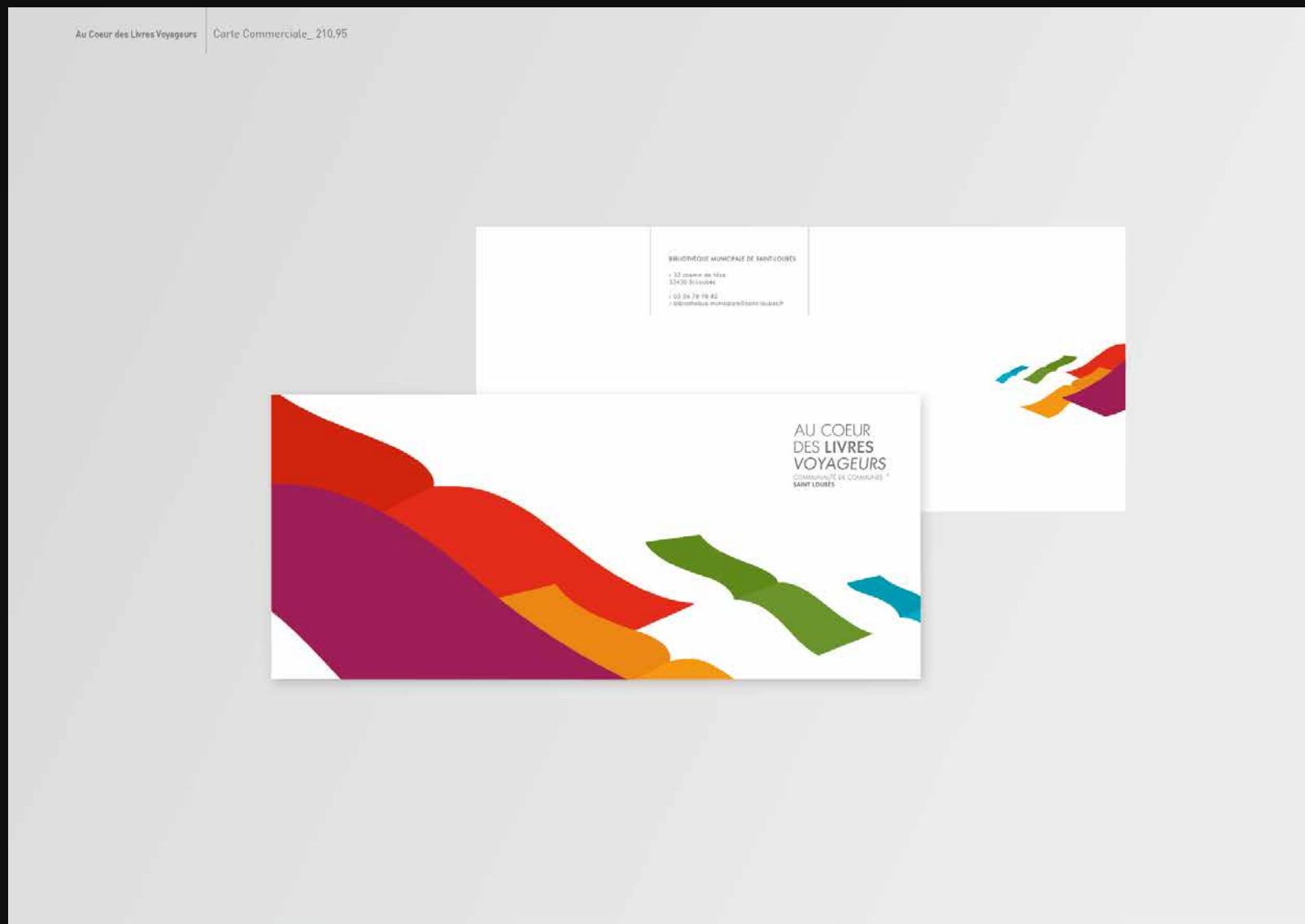
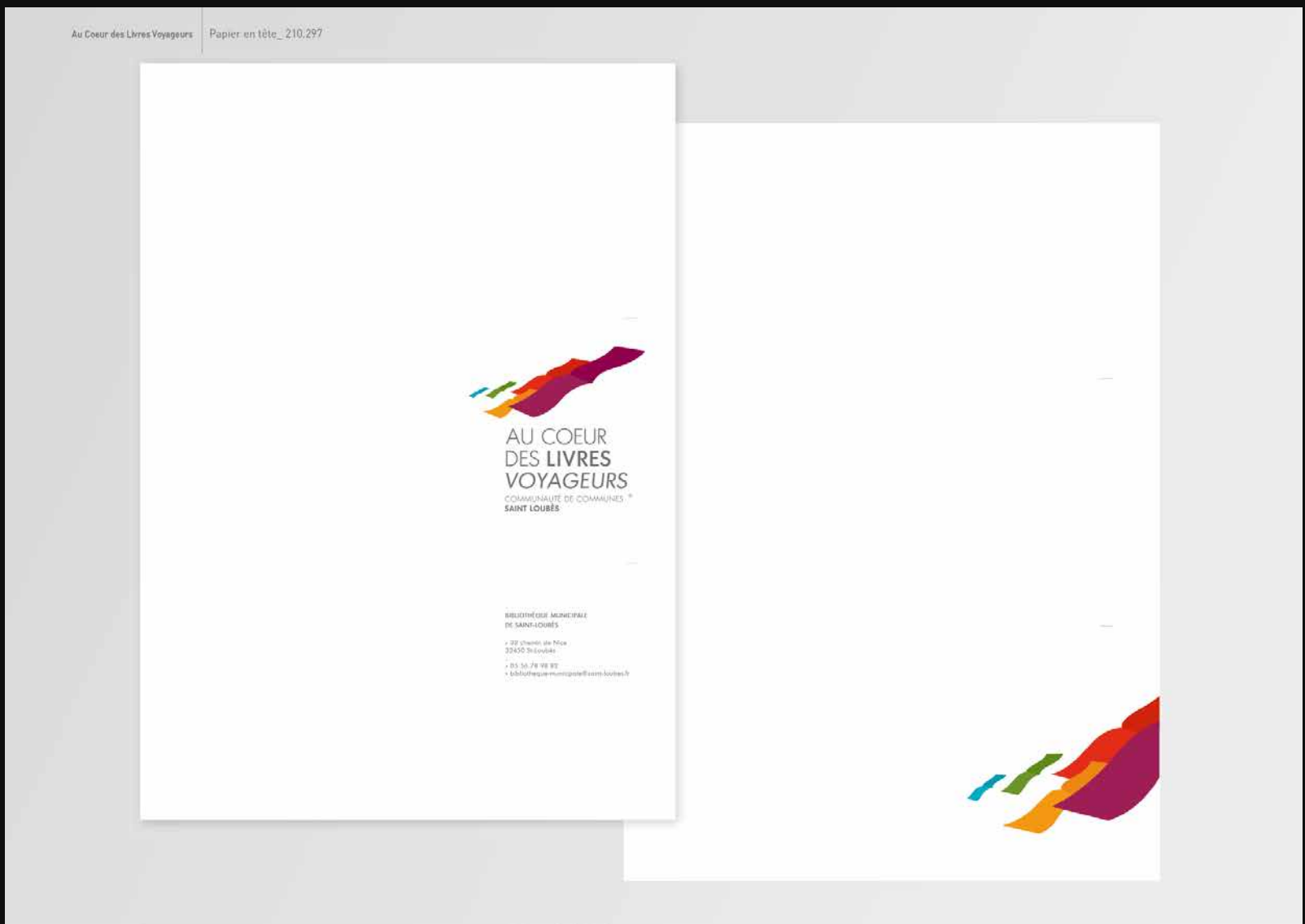
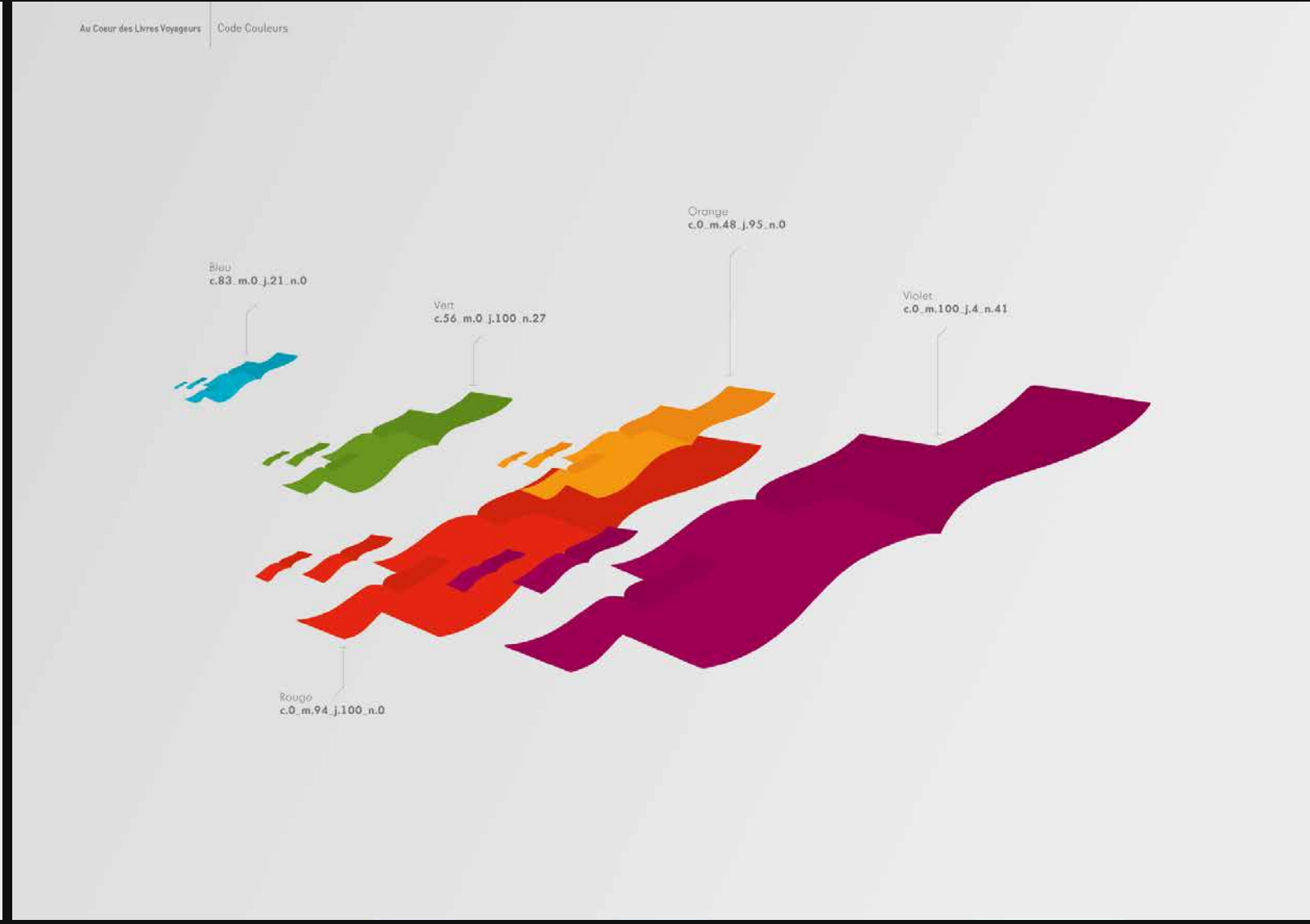
Comunidad de municipios de St-Loubès Literatura Cultural Evento Institucional Cartel
Logotipo e identidad corporativa Diseño editorial Ilustración Folleto

Festival "Au cœur des livres voyageurs" de Saint-Loubès, logotipo, ilustración y edición

Creación del logotipo "Au cœur des livres voyageurs" ("En el corazón de los libros ambulantes") para el grupo de trabajo de las bibliotecas y mediatecas municipales que organiza los actos del "Comité de Lecture" para niños de primaria. Creación de una ilustración genérica para la comunicación del evento, una invitación y el folleto del "Comité de Lecture" (40 páginas).

cdcsaintloubes.fr





Au Coeur des Livres Voyageurs | Carte de Visite_ Carte Commerciale_ Enveloppe



Au Coeur des Livres Voyageurs | Signalétique pour utilisation variée



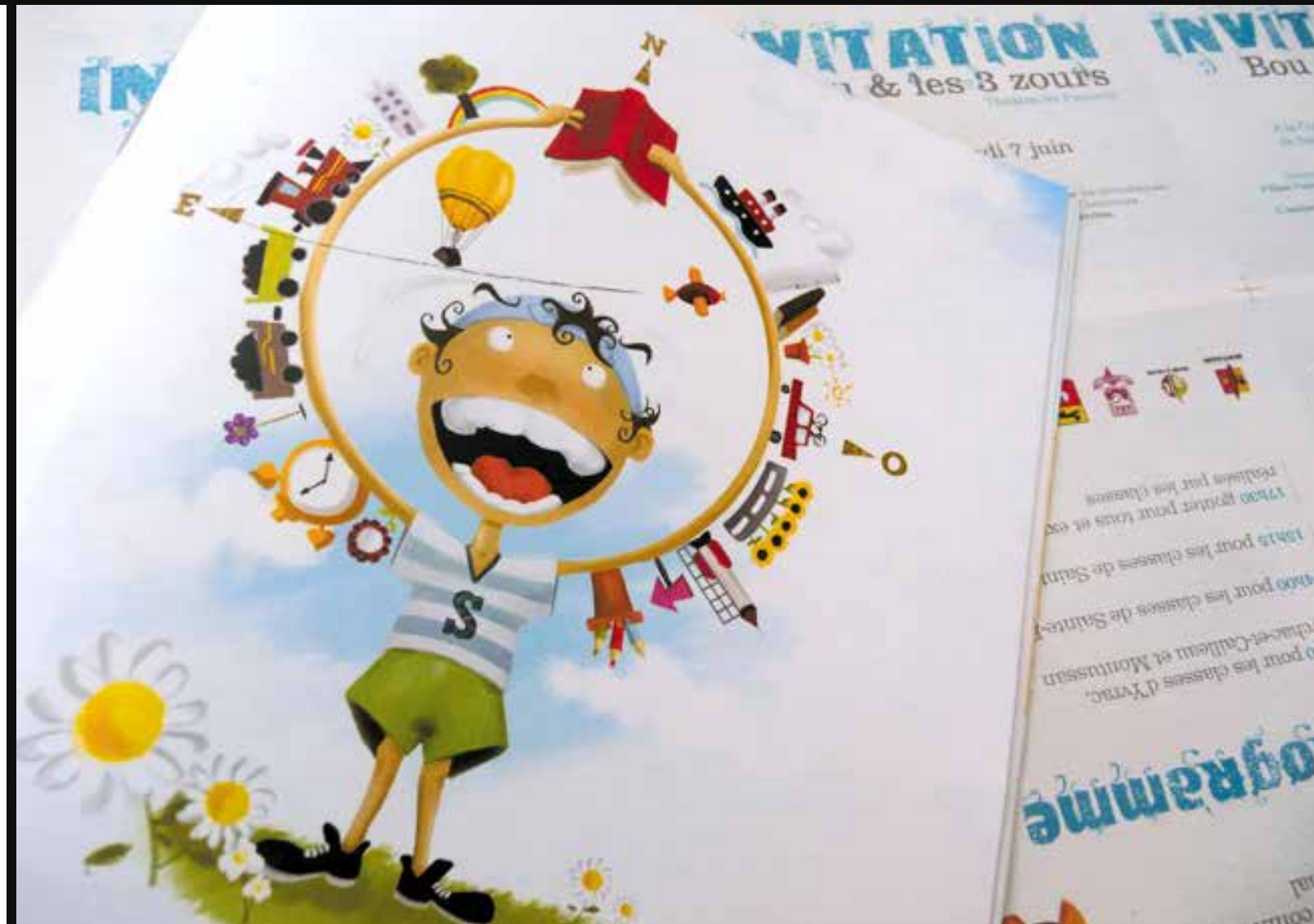
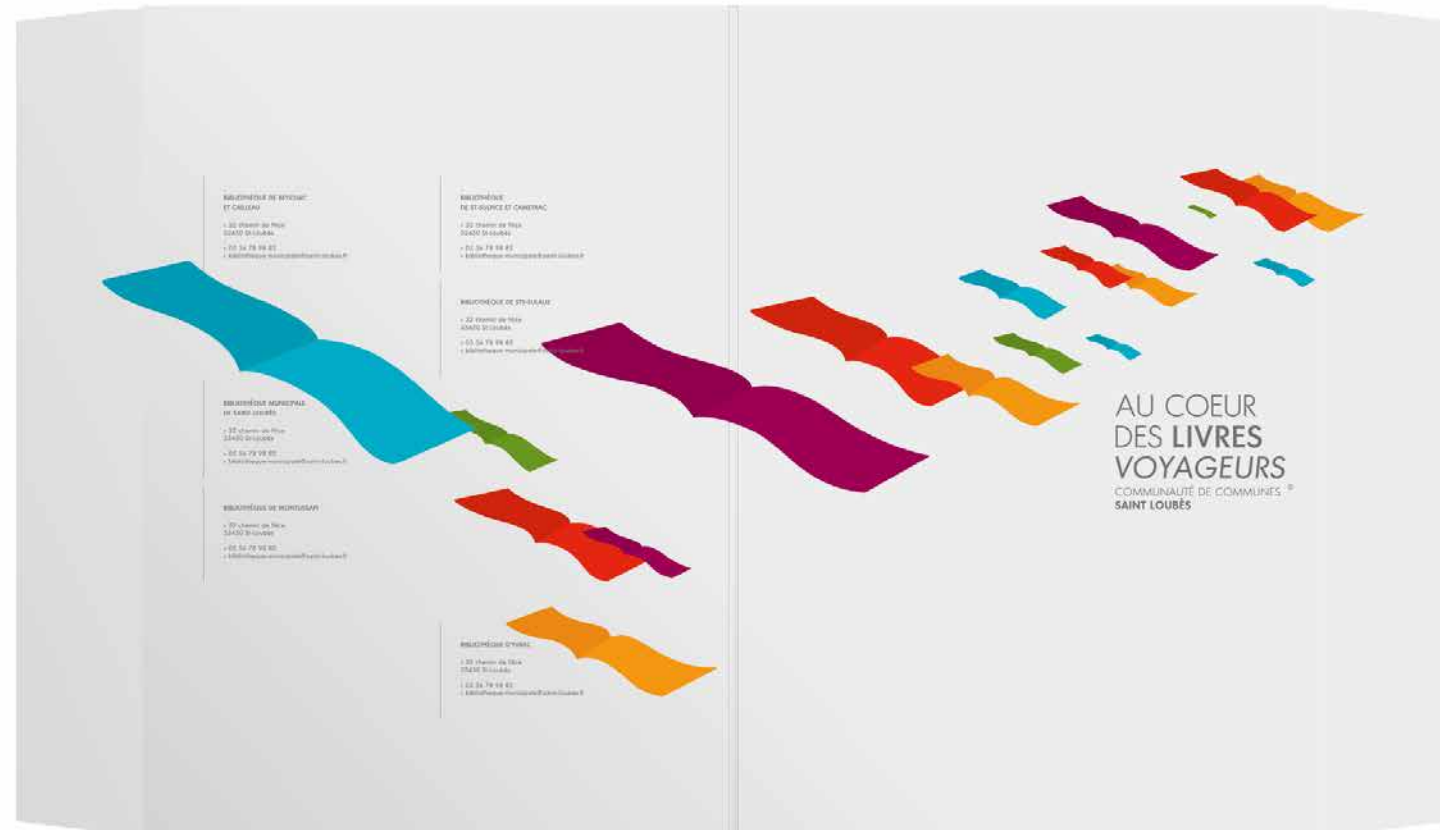
Au Coeur des Livres Voyageurs | Plaquette_210.297

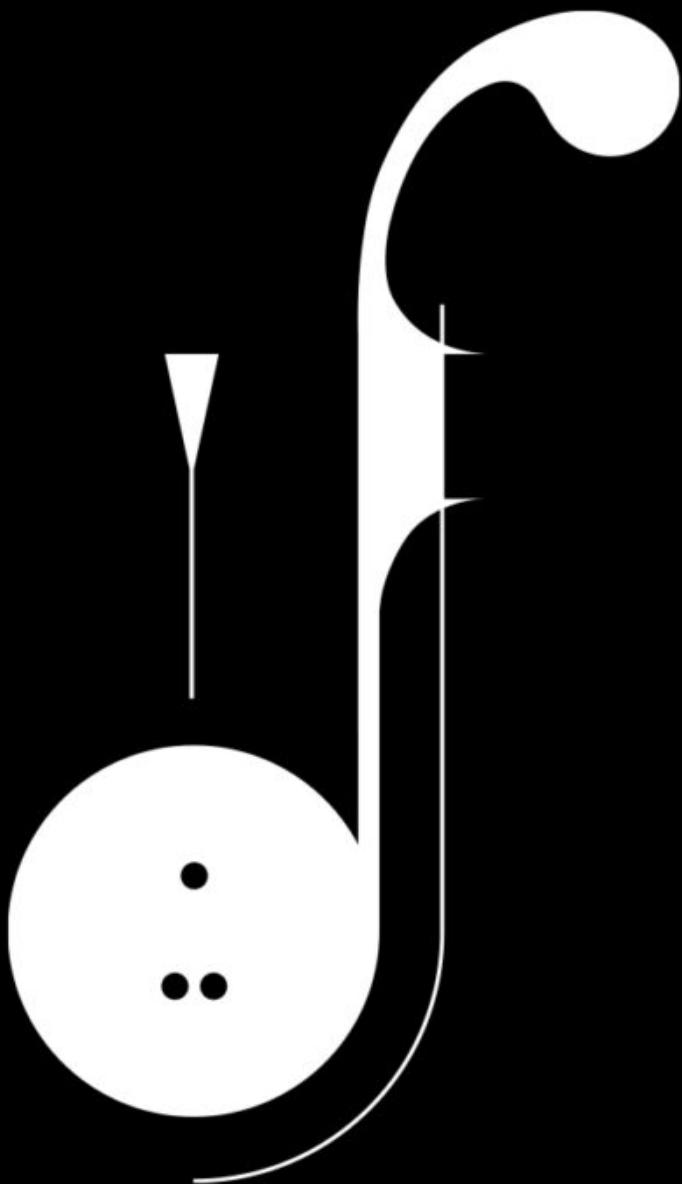


COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

YVRAC
MONTUSSAN
SAINT-LOUBÈS
SAINT-EULALIE
SAINT-SULPICE ET CAMEYRAC
BEYCHAC ET CAILLEAU

Au Coeur des Livres Voyageurs | Plaquette_210.297





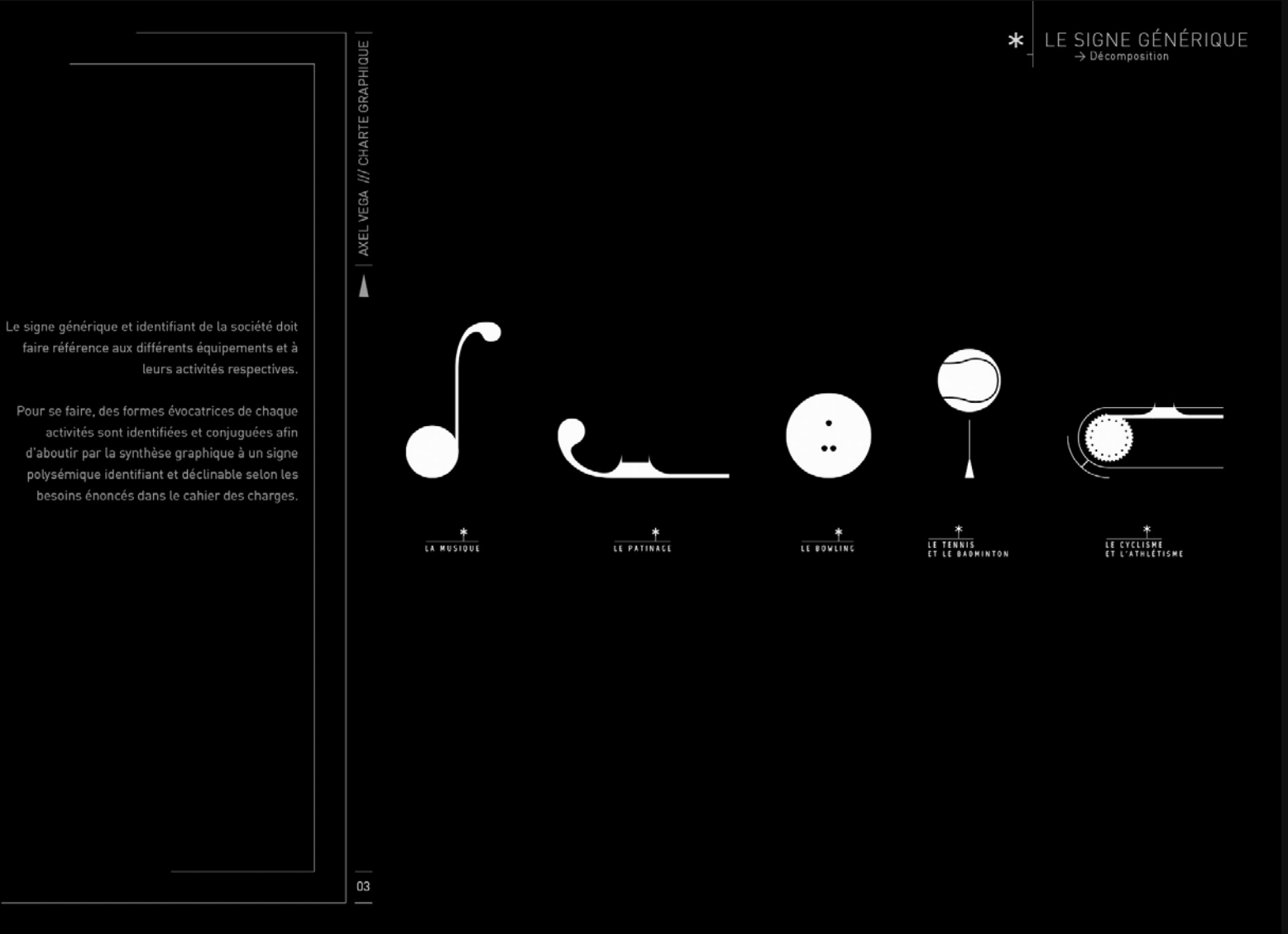
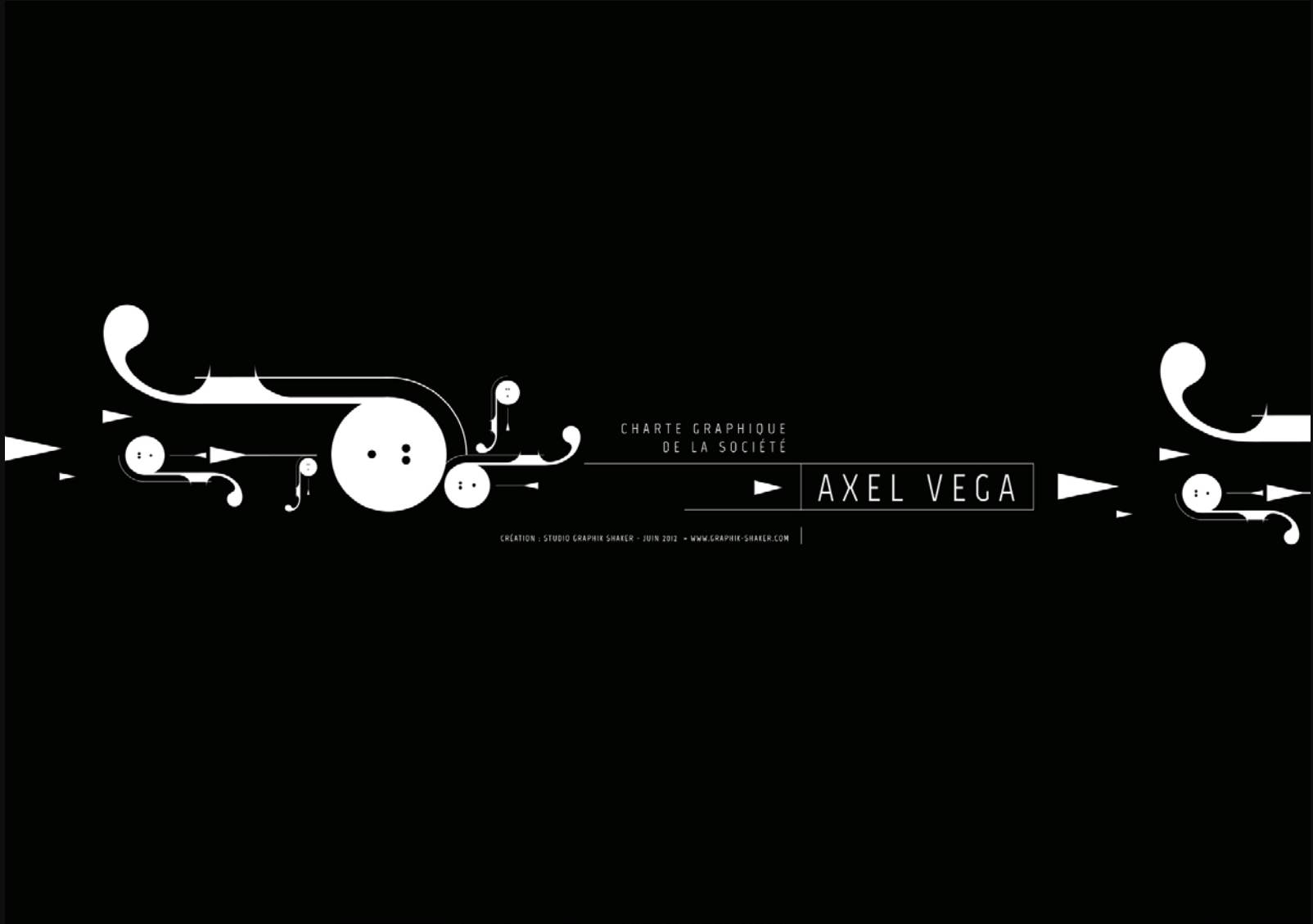
Axel Vega **Pista de Hielo de Burdeos** **Evento** **Música** **Deporte** **Logotipo e identidad corporativa**

Axel Vega, Patinoire de Burdeos, diseño de logotipo e identidad corporativa

¡GraphikShaker ha sido seleccionado por Axel Vega para trabajar en el diseño de su nueva identidad! Axel Vega gestiona cuatro de las mayores instalaciones deportivas de Burdeos: la pista de hielo, las pistas de tenis y la bolera de Mériadeck y el estadio vélodrome de Bordeaux Lac. En conjunto, las instalaciones acogen cada año a cerca de 500 000 personas. Axel Vega es una filial del grupo Vega.

En el programa: logotipos, identidad corporativa, carteles para marquesinas de autobús, carteles de 4×3 m, folletos, octavillas... ¡El equipo del departamento de comunicación de Axel Vega tuvo incluso la suerte de disfrutar de una sesión formativa de dos días impartida por GraphikShaker!







* | Le Logotype de la
Patinoire de Bordeaux Mériadeck

AXEL VEGA // CHARTE GRAPHIQUE

Le logotype de la Patinoire de Bordeaux Mériadeck est composé de trois éléments indissociables qui ne peuvent être modifiés, déplacés ou altérés : le symbole graphique, le nom « Patinoire », et la dénomination « Bordeaux Mériadeck ».

Les proportions, couleurs et la composition des ces trois éléments sont immuables.

Le logotype, tel qu'il est défini, s'applique sur tous les supports dans le respect de ses proportions, couleurs et règles définies dans ce dossier.

07



* LOGOTYPE PATINOIRE
→ principes généraux

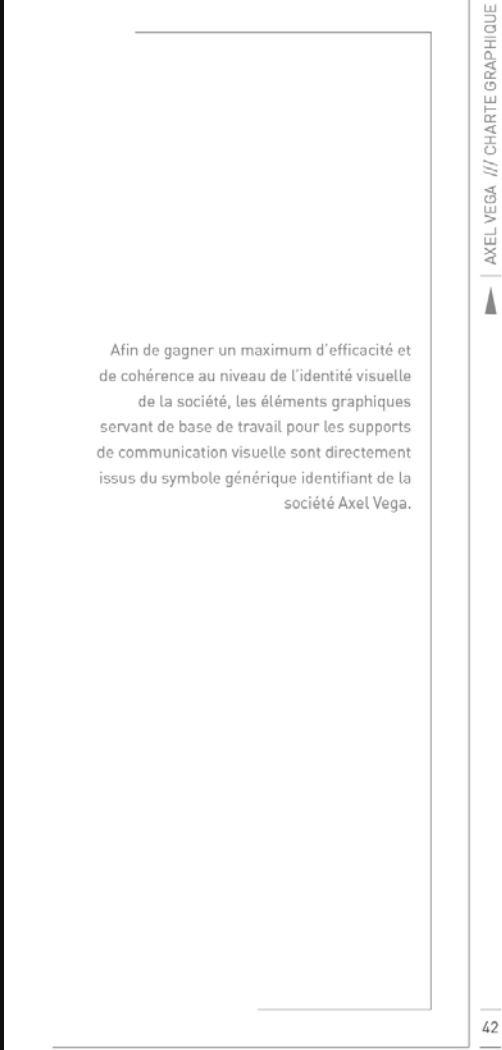
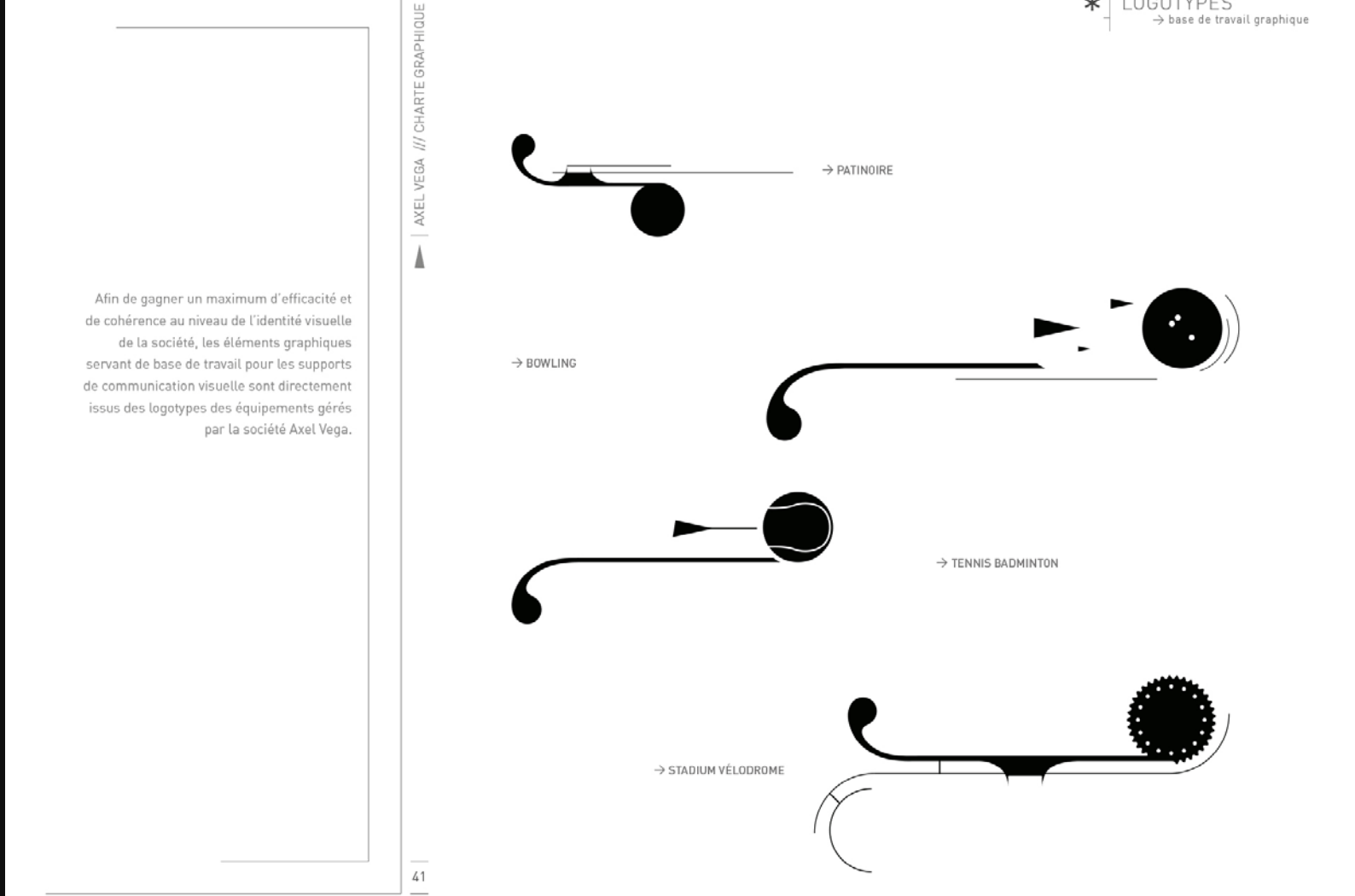
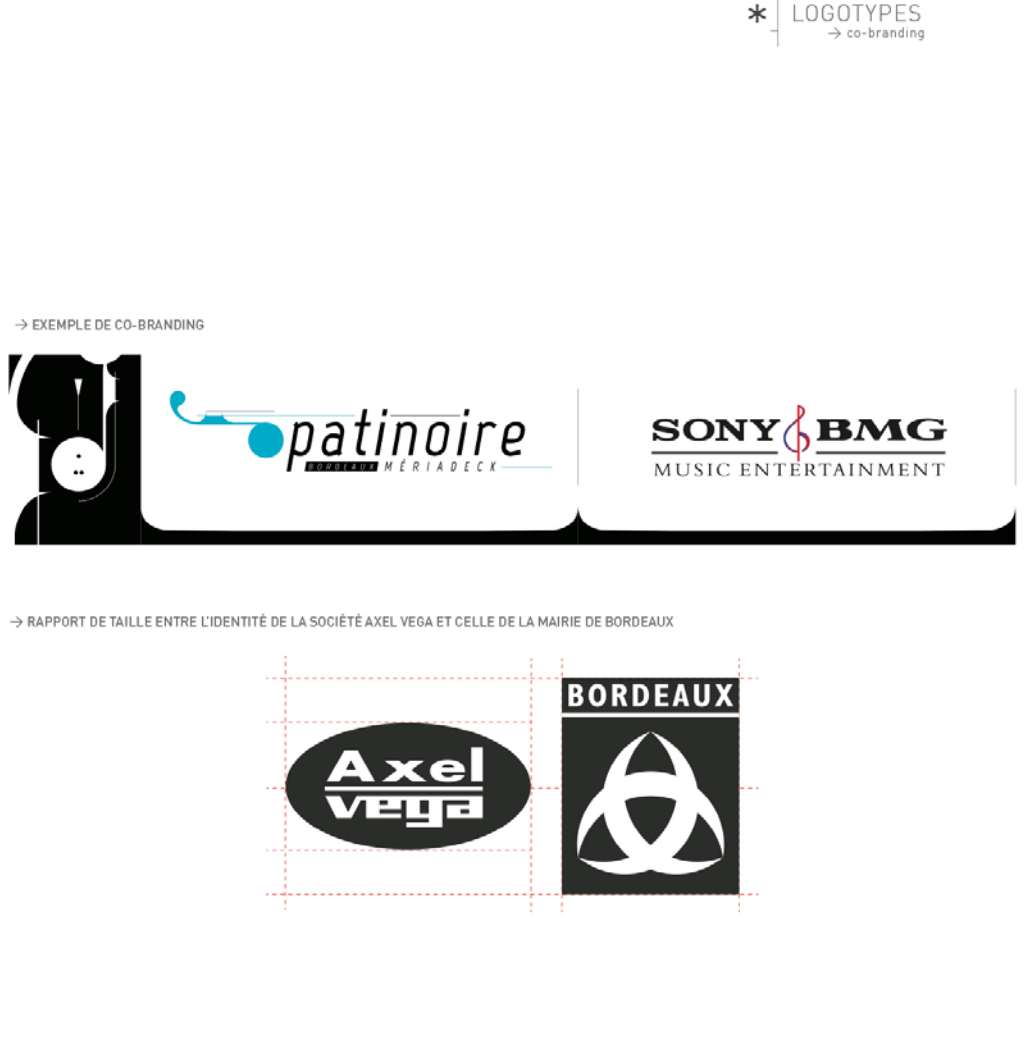
AXEL VEGA // CHARTE GRAPHIQUE

Dans le cadre de partenariat une structure graphique de co-branding a été mise en place.

La structure reprend les codes graphiques de la charte de manière à renforcer la visibilité du partenariat.

La structure est extensible selon le nombre de logos partenaires.

39

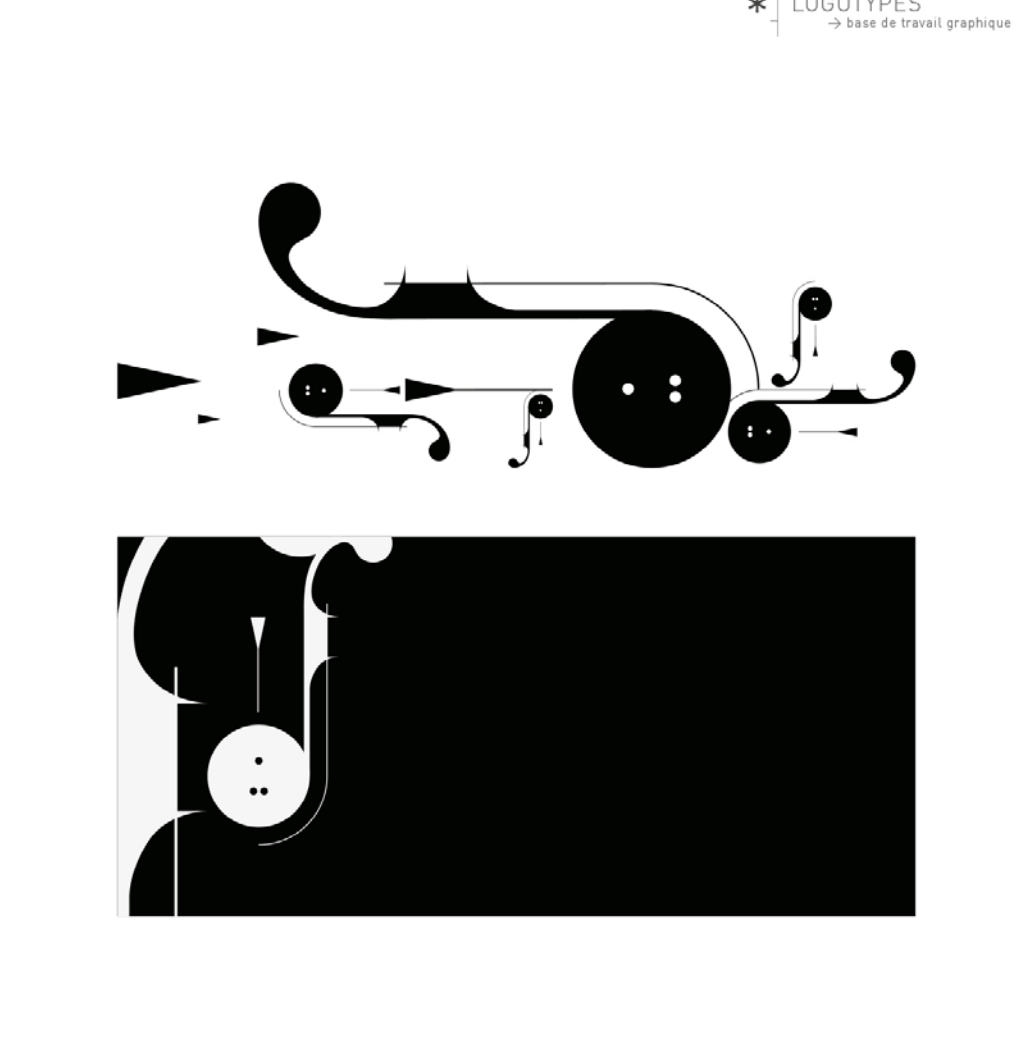


* LOGOTYPES
→ base de travail graphique

AXEL VEGA // CHARTE GRAPHIQUE

Afin de gagner un maximum d'efficacité et de cohérence au niveau de l'identité visuelle de la société, les éléments graphiques servant de base de travail pour les supports de communication visuelle sont directement issus du symbole générique identifiant de la société Axel Vega.

43





< [Volver al índice](#)



Axel Vega Pista de hielo de Burdeos Evento Música Deporte Cartel Folleto

Axel Vega, Patinoire de Burdeos, medios y soportes de comunicación

¡GraphikShaker ha sido seleccionado por Axel Vega para trabajar en el diseño de su nueva identidad! Axel Vega gestiona cuatro de las mayores instalaciones deportivas de Burdeos: la pista de hielo, las pistas de tenis y la bo- lera de Mériadeck y el estadio Vélodrome de Bordeaux Lac. En conjunto, las instalaciones acogen cada año a cerca de 500 000 personas. Axel Vega es una filial del grupo Vega.

En el programa: logotipos, identidad corporativa, carteles para marquesinas de autobús, carteles de 4×3 m, folle- tos, octavillas... ¡El equipo del departamento de comunicación de Axel Vega tuvo incluso la suerte de disfrutar de una sesión formativa de dos días impartida por GraphikShaker!







▲ AXEL VEGA // CHARTE GRAPHIQUE |



PRINCIPE DE MISE EN PAGE ET SIGNATURE EN ÉDITION ET PUBLICITÉ → DÉPLIANT PROGRAMME PATINOIRE DE BORDEAUX 2 PLIS CROISÉS

| 55

* APPLICATIONS
→ Dépliant programme

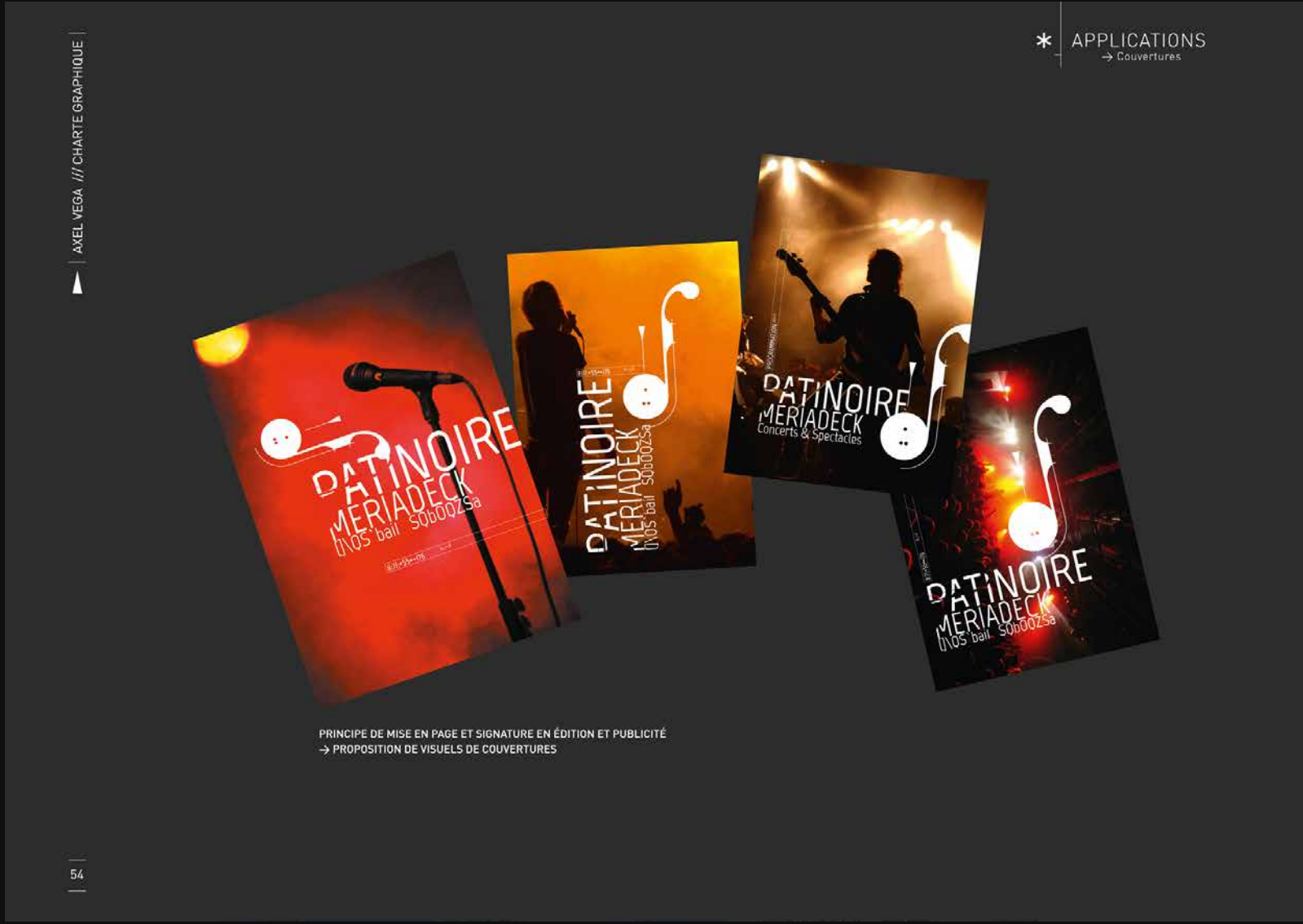
▲ AXEL VEGA // CHARTE GRAPHIQUE |



PRINCIPE DE MISE EN PAGE ET SIGNATURE EN ÉDITION ET PUBLICITÉ → DÉPLIANT PROGRAMME PATINOIRE DE BORDEAUX 2 PLIS CROISÉS

| 56

* APPLICATIONS
→ Dépliant programme



PRINCIPE DE MISE EN PAGE ET SIGNATURE EN ÉDITION ET PUBLICITÉ
→ PROPOSITION DE VISUELS DE COUVERTURES

| 54

* APPLICATIONS
→ Couvertures

▲ AXEL VEGA // CHARTE GRAPHIQUE |



PRINCIPE DE MISE EN PAGE ET SIGNATURE EN ÉDITION ET PUBLICITÉ → DÉPLIANT PROGRAMME PATINOIRE DE BORDEAUX 2 PLIS CROISÉS

| 56

* APPLICATIONS
→ Dépliant programme

▲ AXEL VEGA // CHARTE GRAPHIQUE |



PRINCIPE DE MISE EN PAGE ET SIGNATURE EN ÉDITION ET PUBLICITÉ → DÉPLIANT PROGRAMME PATINOIRE DE BORDEAUX 2 PLIS CROISÉS

| 57

* APPLICATIONS
→ Dépliant programme



< Volver al índice



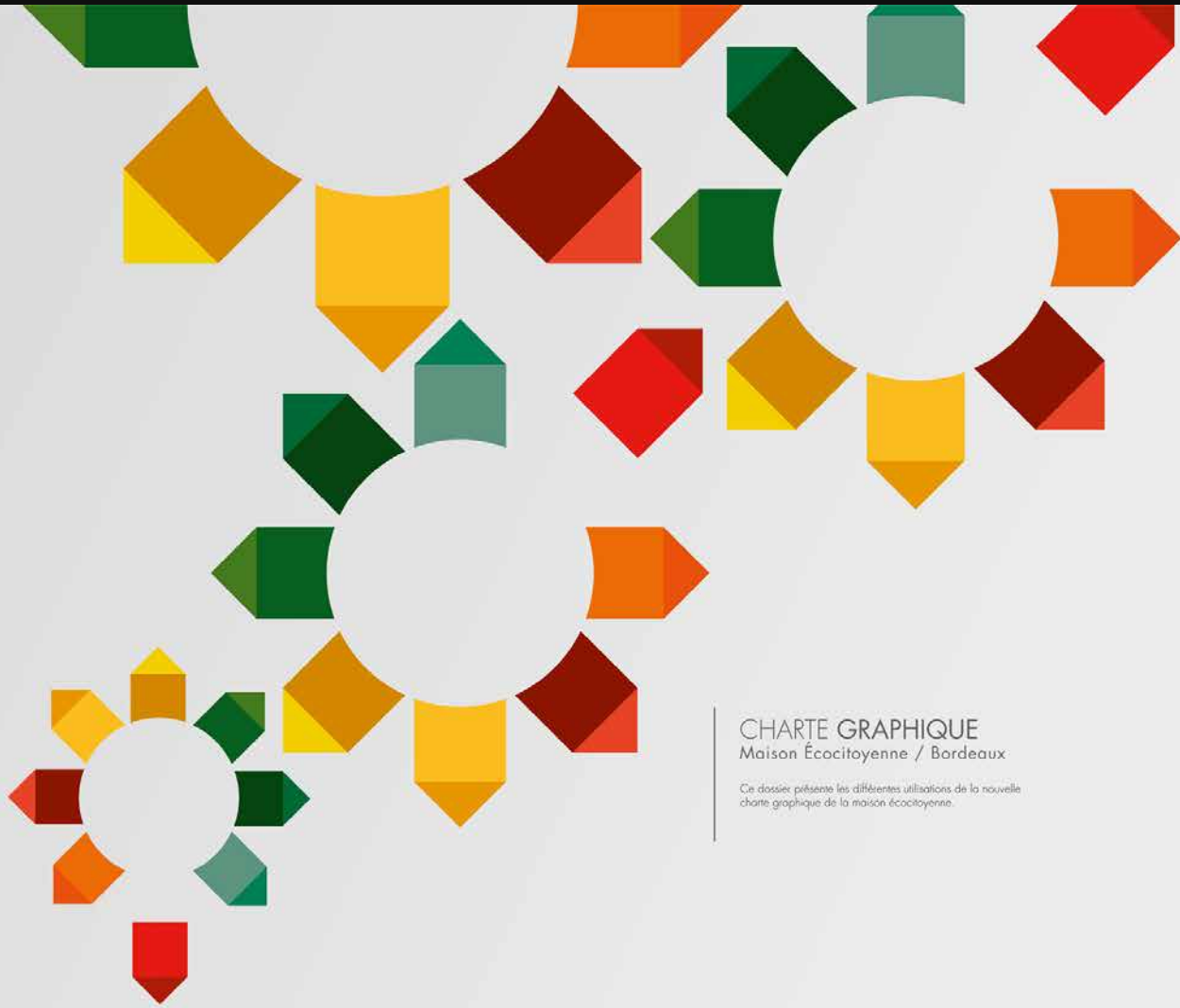
Ayuntamiento de Burdeos Maison Écocitoyenne Diseño expositivo Cultural Institucional
Logotipo e identidad corporativa

Ayuntamiento de Burdeos, "Maison Écocitoyenne", logotipo e identidad corporativa

Burdeos presenta su casa de la ecología, y GraphikShaker se enorgullece de poder decir que ha ganado el concurso organizado por el ayuntamiento de Burdeos para la creación de la identidad visual de la Maison Écocitoyenne ("casa ecociudadana") de Burdeos. GraphikShaker también se encargó de la maquetación de los paneles de la exposición permanente, así como de la creación de distintas ilustraciones. La Maison Écocitoyenne es una expresión concreta del compromiso de la ciudad con el desarrollo sostenible. Su objetivo es sensibilizar, informar, educar sobre el desarrollo sostenible y desarrollar nuevas formas de gobernanza. Enclavada en Les Bassins des Lumières, al pie del puente de Piedra, la Maison Écocitoyenne de Burdeos abrió sus puertas en octubre de 2010.

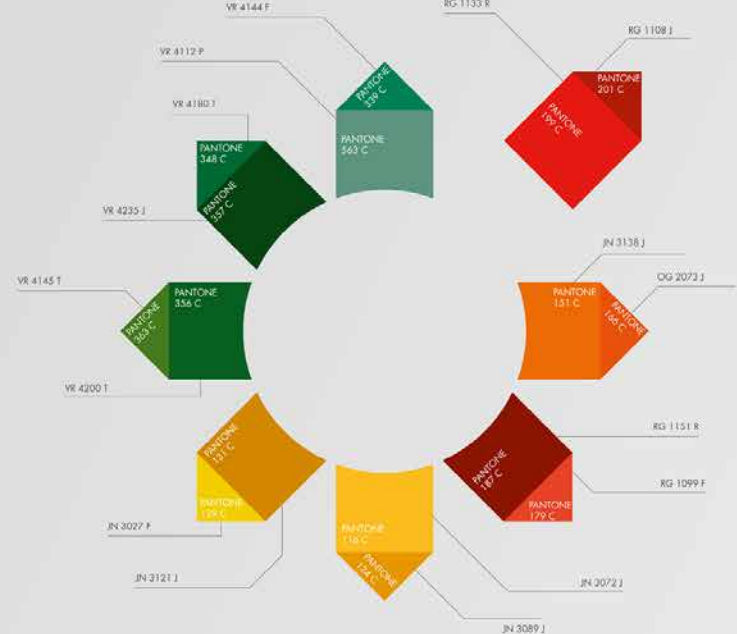
maisoneco.bordeaux-metropole.fr





CHARTÉ GRAPHIQUE
Maison Écociroyenne / Bordeaux

Ce dossier présente les différentes utilisations de la nouvelle charte graphique de la maison Écociroyenne.



TYPOGRAPHIE - 01 FUTURA
UTILISATION POUR LES CHARTES

Maison Écociroyenne / Bordeaux

Color swatches and codes:

- VR 4144 T
- VR 4112 P
- VR 4180 T
- VR 4225 J
- VR 4145 T
- VR 4200 T
- JN 3027 F
- JN 3121 J
- JN 3089 J
- JN 2072 J
- RG 1155 B
- RG 1108 J
- RG 1151 B
- RG 1099 F
- OU 2073 J
- JN 3158 J

Color swatches and codes:

- C 0 / M 95 / J 100 / N 29
- C 0 / M 95 / J 100 / N 0
- C 0 / M 79 / J 100 / N 0
- C 0 / M 68 / J 100 / N 0
- C 0 / M 84 / J 88 / N 0
- C 0 / M 97 / J 100 / N 50
- C 0 / M 44 / J 100 / N 7
- C 0 / M 39 / J 91 / N 0
- C 0 / M 46 / J 100 / N 18
- C 0 / M 12 / J 100 / N 7
- C 65 / M 0 / J 100 / N 42
- C 85 / M 0 / J 100 / N 55
- C 85 / M 0 / J 91 / N 42
- C 79 / M 0 / J 100 / N 75
- C 100 / M 0 / J 77 / N 22
- C 56 / M 0 / J 44 / N 33

TYPOGRAPHIE - 01 FUTURA
UTILISATION POUR LES CHARTES

Maison Écociroyenne / Bordeaux

Futura Light

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

4567

Futura Book

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

1234567

Futura Book Oblique

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

abcdef

Futura Medium

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

ghijklm

Futura Bold

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

123

Futura Bold Oblique

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

GHIJ

Futura Extra Bold

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

ghijklm

Futura Bold

ABDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;:?.

123



MAISON
ÉCOCITOYENNE

LOGOTYPE
UTILISATION VERTICALE
Maison Écociroyenne / Bordeaux



MAISON
ÉCOCITOYENNE

LOGOTYPE
UTILISATION HORIZONTALE
Maison Écociroyenne / Bordeaux



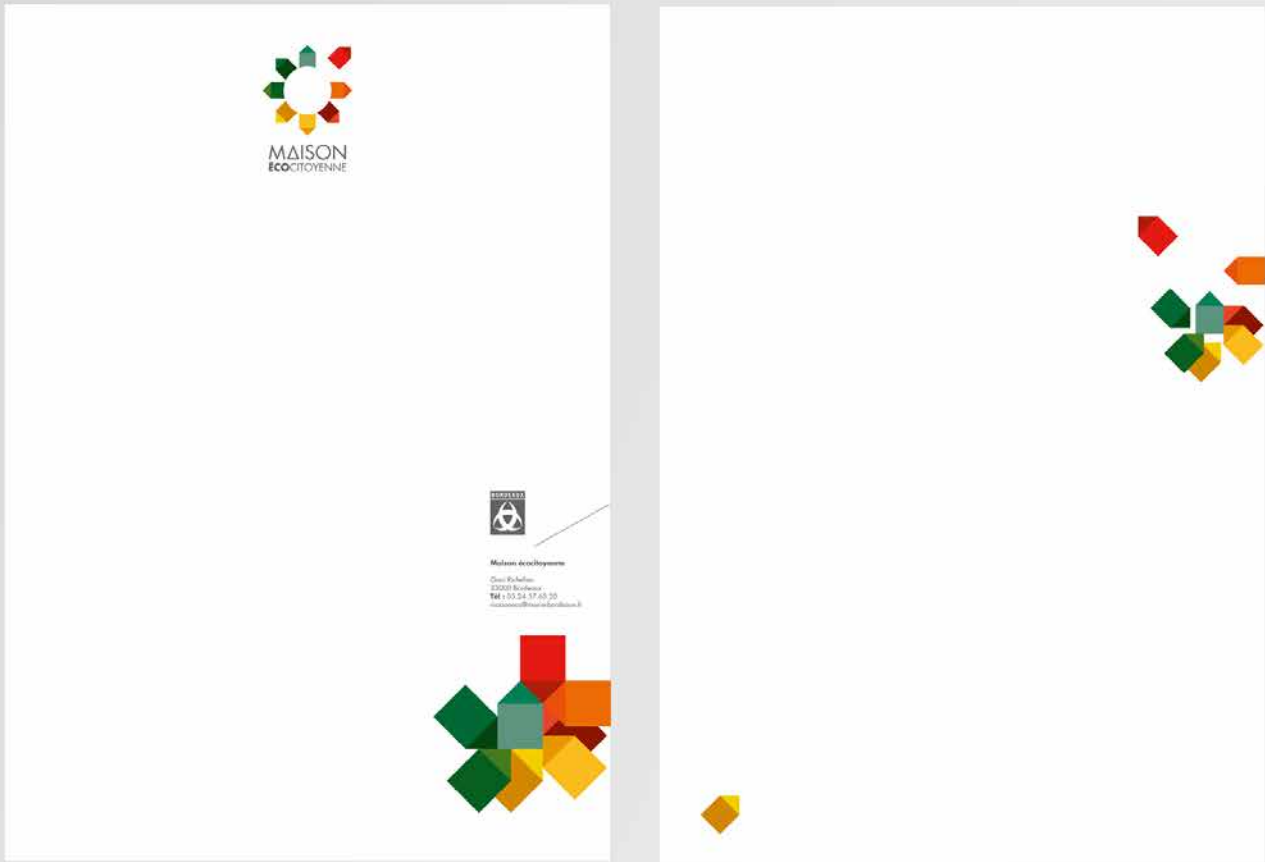
MAISON
ÉCOCITOYENNE

BORDEAUX



LOGOTYPE
UTILISATION AVEC MARQUE DE BORDEAUX
Maison Écociroyenne / Bordeaux

PAPETERIE
PAVÉ EN VÊTE, 21x102x107
Maison Ecocitoyenne / Bordeaux



PAPETERIE
CARTE COMMERCIALE, 10x14x100
Maison Ecocitoyenne / Bordeaux



PAPETERIE
CARTE DE VÊTE, 55x80
Maison Ecocitoyenne / Bordeaux



SIGNALETIQUE - INTERIEUR
VISUALISATION POUR SIGNEPOSTER
Maison Ecocitoyenne / Bordeaux



SIGNALETIQUE - INTERIEUR
VISUALISATION POUR SIGNEPOSTER
Maison Ecocitoyenne / Bordeaux



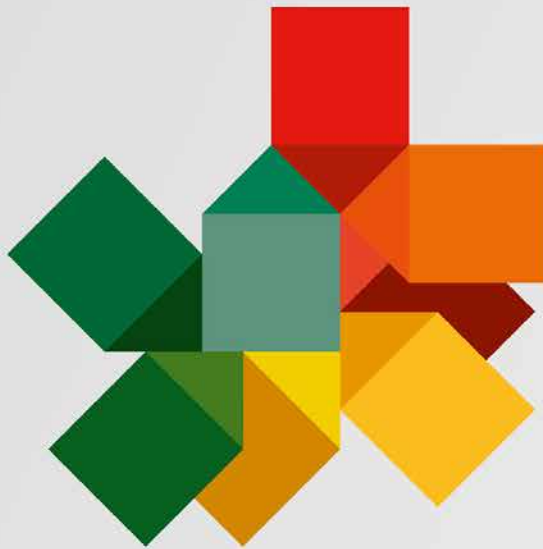
TYPOGRAPHIE - 01 FUTURA
VISUALISATION POUR SIGNEPOSTER
Maison Ecocitoyenne / Bordeaux



PAPETERIE
CARTE DE VISITE 15x80
Maison Écociroyenne / Bordeaux



CODE GRAPHIQUE
VISUALISATION DES INFORMATIONS
Maison Écociroyenne / Bordeaux



PRINCIPE MISE EN PAGE
ARRETOCHES EXTERIEUR
Maison Écociroyenne / Bordeaux



DÉCLINAISONS
TOUTE LA GAMME
Maison Écociroyenne / Bordeaux



CARTON D'INVITATION
TOUTE LA GAMME
Maison Écociroyenne / Bordeaux





< Volver al índice



Ayuntamiento de Burdeos Casa Ecociudadana Diseño expositivo Cultural Institucional Ilustración

Ayuntamiento de Burdeos, "Maison Écocityenne", ilustraciones destinadas a exposición permanente

Tras ganar el concurso de diseño de identidades visuales y corporativas de la Maison Écocityenne de Burdeos, GraphikShaker continúa con la maquetación de los paneles de la exposición permanente y la creación de numerosas ilustraciones.

La Maison Écocityenne es una expresión concreta del compromiso de la ciudad con el desarrollo sostenible. Su objetivo es sensibilizar, informar, educar sobre el desarrollo sostenible y desarrollar nuevas formas de gobernanza. Enclavada en Les Bassins des Lumières, al pie del puente de piedra, la Maison Écocityenne de Burdeos abrió sus puertas en octubre de 2010.

maisoneco.bordeaux-metropole.fr





L'HABITAT DURABLE

LA CONSTRUCTION AU CŒUR DES ENJEUX DU DEVELOPPEMENT DURABLE

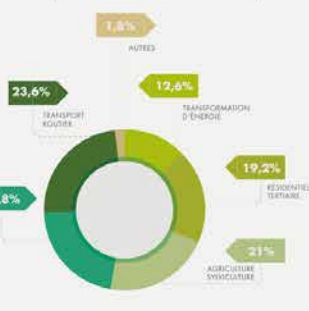
Elle a des répercussions sur :

NOTRE ENVIRONNEMENT :
pollution, énergie, eau, déchets...

NOTRE SANTÉ, NOTRE CONFORT :
qualité de l'air intérieur, éclairage naturel, acoustique, accessibilité aux réseaux de transport...

NOTRE ÉCONOMIE :
production locale, accessibilité à l'achat, coûts d'exploitation maîtrisés...

IMPACTS PAR SECTEUR



REJETS DE GES (Gaz à effet de serre)



SOURCE : ADEME

ÉNERGIE CONSOMMÉE

L'EFFET DE SERRE

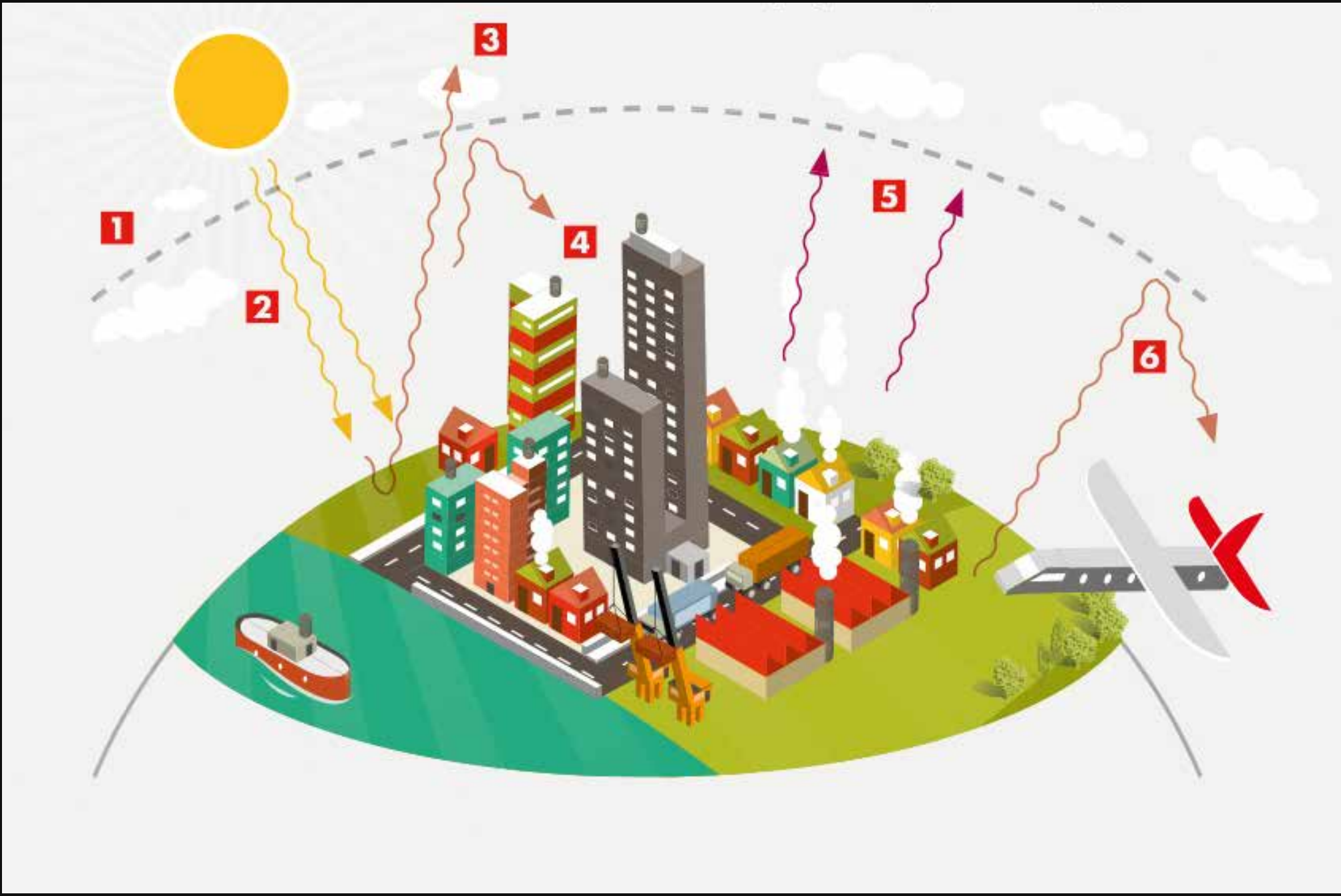


L'HABITAT IMPACTE L'ENVIRONNEMENT

Le bâti représente 46% de la consommation totale d'énergie en France. Il génère environ 20% des émissions de gaz à effet de serre en partie responsables du dérèglement climatique.

UN HABITAT DURABLE RESPECTE LA RÈGLE DE TROIS !

- 01 Une coquille saine
- 02 Des équipements performants
- 03 Des comportements adaptés



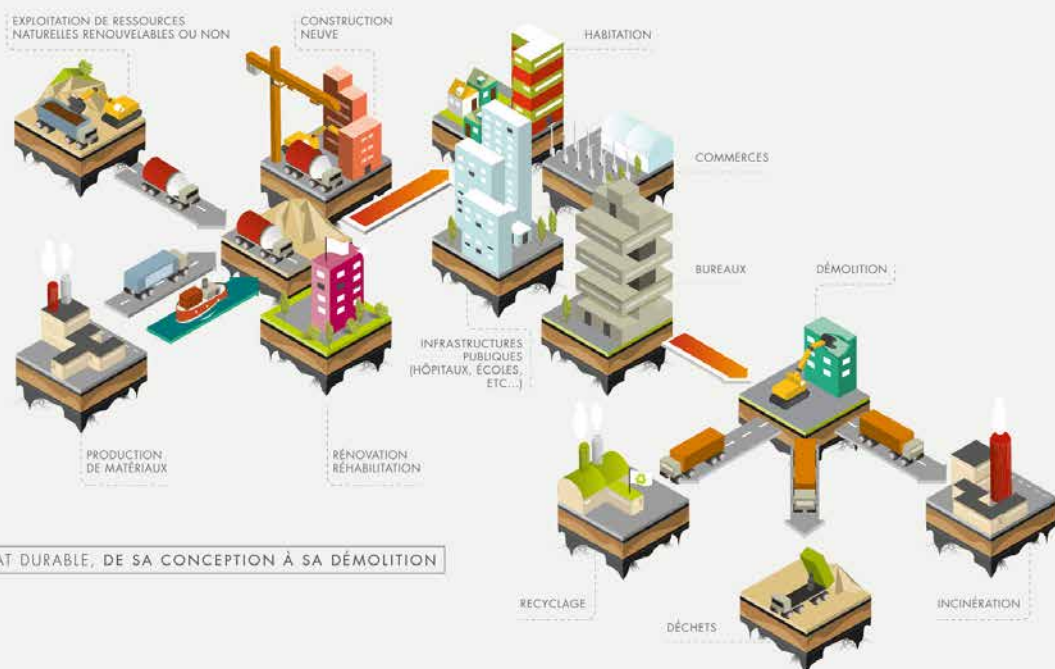
L'HABITAT DURABLE

UN HABITAT DURABLE, QU'EST-CE QUE C'EST ?

C'est un habitat réfléchi pour tenir compte à la fois de l'environnement, la santé et l'économie à chaque étape de son cycle de vie.

UN HABITAT DURABLE TIENT COMPTE DE :

- 01 LA PRODUCTION et le lieu de production des matériaux utilisés.
- 02 L'EXEMPLARITÉ DU CHANTIER : transport des matériaux, équipements, main d'œuvre, consommation énergétique et gestion des déchets...
- 03 LA VIE DU BÂTIMENT : achat des équipements et du mobilier, consommation d'énergie, déplacement de ses habitants, gestion des déchets...
- 04 LA DÉMOLITION OU LA RÉHABILITATION : gestion des matériaux dus à la démolition totale ou partielle.



UN HABITAT DURABLE, DE SA CONCEPTION À SA DÉMOLITION

EXPLOITATION DE RESSOURCES NATURELLES RENOUVELABLES OU NON

CONSTRUCTION NEUVE

HABITATION

COMMERCE

BUREAUX

DÉMOLITION

INFRASTRUCTURES PUBLIQUES (HÔPITAUX, ÉCOLES, ETC...)

RÉNOVATION RÉHABILITATION

PRODUCTION DE MATÉRIEAUX

RECYCLAGE

DÉCHETS

INCINÉRATION

UN HABITAT DURABLE, DE SA CONCEPTION À SA DÉMOLITION

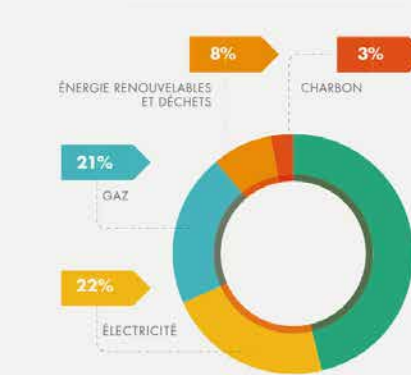
QU'EST-CE QUE L'ÉNERGIE ?

L'ÉNERGIE EST UNE PUISSANCE D'ACTION QUI PERMET :

de faire un travail, de produire un mouvement, de la chaleur, de la lumière...

Le soleil qui chauffe la terre, le vent qui souffle, l'eau qui coule sont des énergies. Certaines substances ont besoin d'être brûlées pour libérer leur énergie : le bois, le pétrole, le charbon, le gaz...

LES TYPES D'ÉNERGIES UTILISÉES EN FRANCE EN 2010



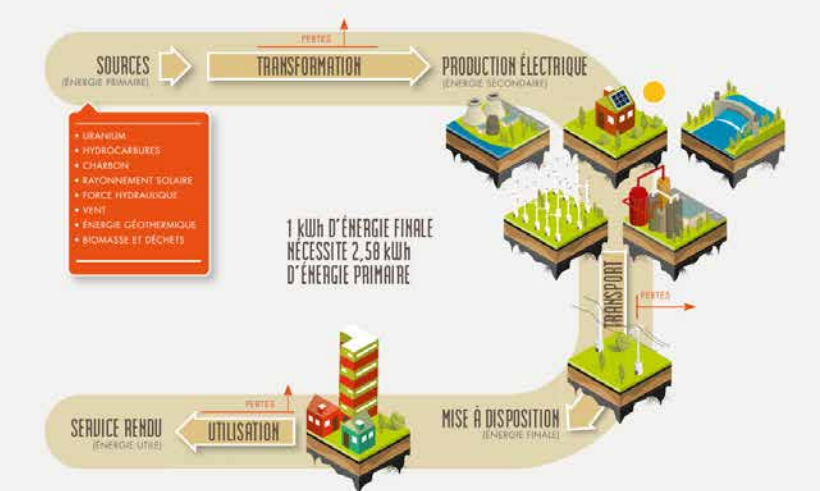
COMPARAISON DES ÉMISSIONS DE CO₂



SOURCE : MINÉRI

SOURCE : LES CHIFFRES CLÉS DE L'ÉNERGIE

LE PARCOURS DE L'ÉLECTRICITÉ



1 kWh d'énergie finale nécessite 2,58 kWh d'énergie primaire

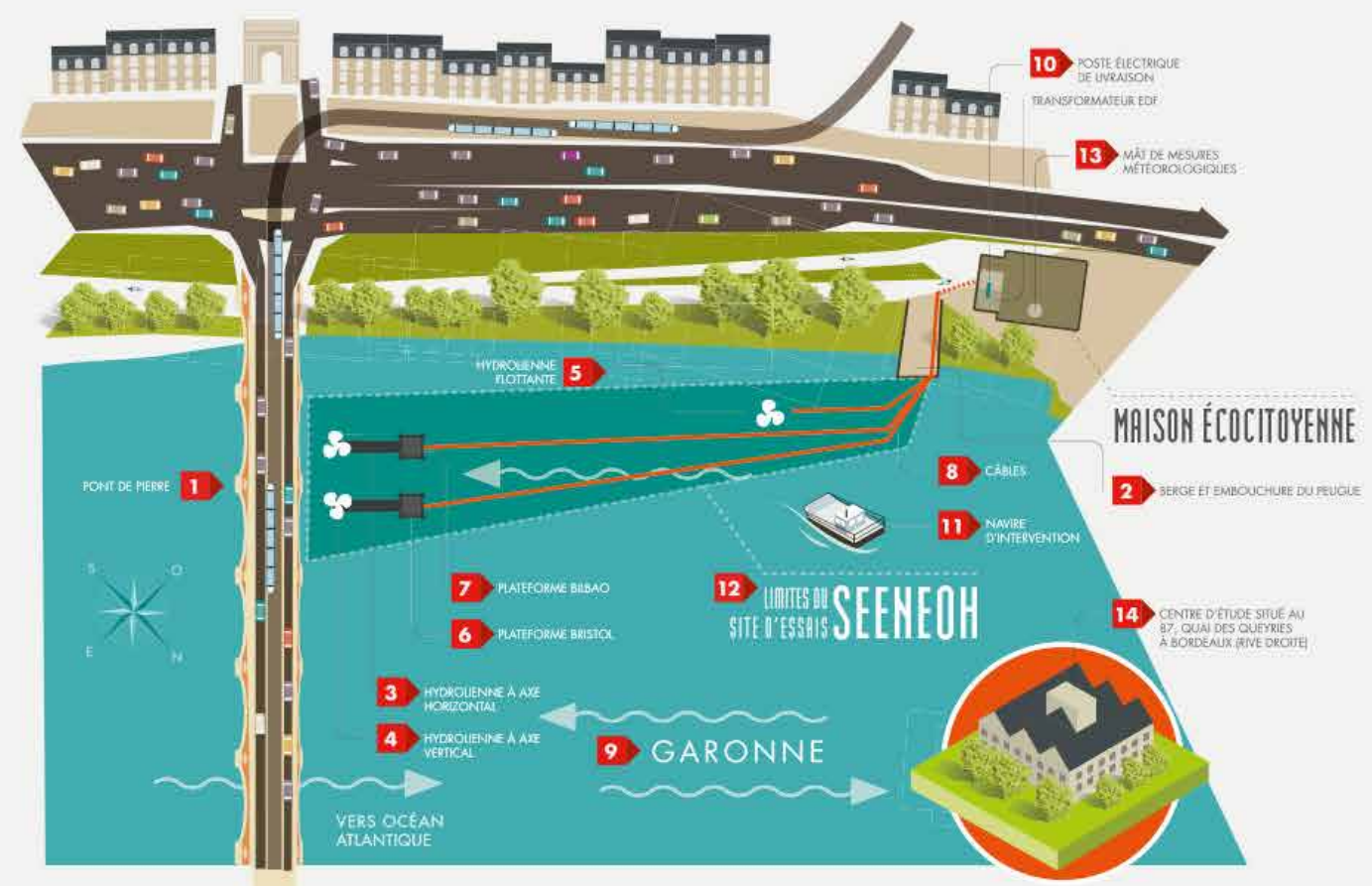
L'ÉNERGIE EST NÉCESSAIRE À TOUTE ACTIVITÉ ET PROVIENT DE :

- 01 RESSOURCES FOSSILES OU FOSSILES : pétrole, gaz, charbon, uranium, plutonium... Ce sont les énergies de stock, non renouvelables, leurs réserves sont limitées.
- 02 RESSOURCES RENOUVELABLES : solaire thermique et photovoltaïque, vent, force des cours d'eau et des marées, chaleur du sol et du sous-sol, biomasse et déchets. Ce sont des énergies de flux, qui se renouvellent après consommation et sont inépuisables.

PROJET SEENEON : BORDEAUX CHOISIE COMME SITE EXPERIMENTAL ESTUARIEN NATIONAL POUR L'ESSAI ET L'OPTIMISATION D'HYDROLIENNES.

CE SITE D'ESSAIS EST UN LABORATOIRE EN MILIEU NATUREL QUI PERMETTRA DE TESTER LES HYDROLIENNES DE DEMAIN !

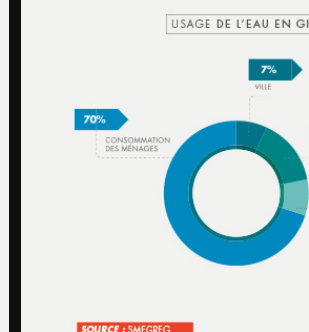
- 1 PONT DE PIERRE : Long de 400,88 mètres, le pont de Pierre a été ordonné par Napoléon pour franchir la Garonne à la hauteur de Bordeaux. Conçu par Claude Desdamps, ce pont offre de véritables processus techniques de conception, tout en permettant un faible poids de l'ouvrage entièrement conçu pour ne peser que 1,5 gène. Terminé en 1821, il est désormais inscrit au Patrimoine mondial de l'humanité.
- 2 BERGE & ENBOUCHURE DU PRUGUE : La berge de la rive gauche, classée en zone Natura 2000, est protégée car elle représente un habitat remarquable avec des espèces botaniques rares comme l'Angelique des rivières (Angelica heterophylla). Pour éviter toute intrusion dans cette berge, le site a été équipé d'une hydrolienne au poutre de l'ouvrage s'élève l'embouchure bétonnée de la rivière caennaise qui coule sous Bordeaux, le Prugue.
- 3 HYDROLIENNE A AXE HORIZONTAL : La plateforme permet de tester une famille d'hydroliennes dotées d'un axe de rotation des pales en position horizontale. Cette famille d'hydroliennes sera utilisée pour la production d'énergie.
- 4 HYDROLIENNE A AXE VERTICAL : La plateforme permet aussi de tester une famille d'hydroliennes dont l'axe de rotation des pales est en position verticale.



RESSOURCES À PROTÉGER

L'EAU, UN BIEN PRÉCIEUX À UTILISER AVEC RAISON

En Gironde, nous avons la chance d'avoir une eau très abondante et 100% de l'eau consommée provient des ressources souterraines (contre 60% en France). Sur les 40 milliards de mètres cubes qui se renouvellent chaque année, seule une infime partie peut être bue à la source sans traitement. C'est l'eau des nappes souterraines qui chemine très lentement sous nos pieds à grande profondeur. Nous la buvons mais d'autres usages en dépendent aussi.



SOURCE : SAGE G

LE SAVIEZ-VOUS ?

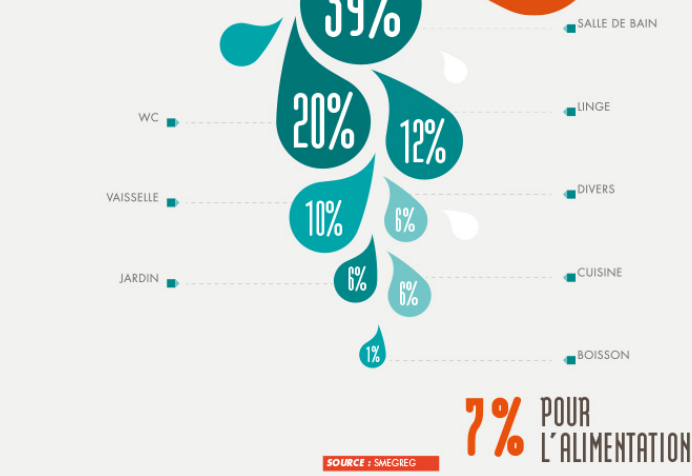
C'est une eau de pluie tombée du temps de l'homme de Cro-Magnon qui a mis 20000 ans pour arriver sous Bordeaux !
Or, l'eau de ces nappes profondes s'écoule très lentement d'est en ouest vers l'océan où elle se déverse en profondeur. Pendant ce trajet, l'eau est sous pression et ne demande qu'à remonter dans les forages, parfois jusqu'à l'air. Cette pression est une protection contre les pollutions.
Si nous surexploitions les nappes profondes, elles deviennent moins productives avec une pression diminuée, s'avèrent plus vulnérables aux pollutions et risquent d'être envahies par l'eau de mer.

QUELLES AUTRES SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ?

- 01 Traiter l'eau des fleuves et des rivières ? Technique complexe et cher.
- 02 Dessaler l'eau de mer ? Plus facile, mais excessivement cher.
- 03 Aller chercher de l'eau souterraine plus loin, où elle est encore abondante ? Le transport de l'eau sur de longues distances est onéreux.

LA SOLUTION LA PLUS EFFICACE ET LA MOINS CHÈRE POUR DIMINUER LES PRÉLEVEMENTS DES NAPPES : L'ÉCONOMIE D'EAU, AUTREMENT DIT SURVEILLER NOTRE COMPORTEMENT AU ROBINET !

93% POUR L'HYGIÈNE ET LE NETTOYAGE



SOURCE : SAGE G

RÉCUPÉRONS L'EAU OFFERTE PAR NATURE !

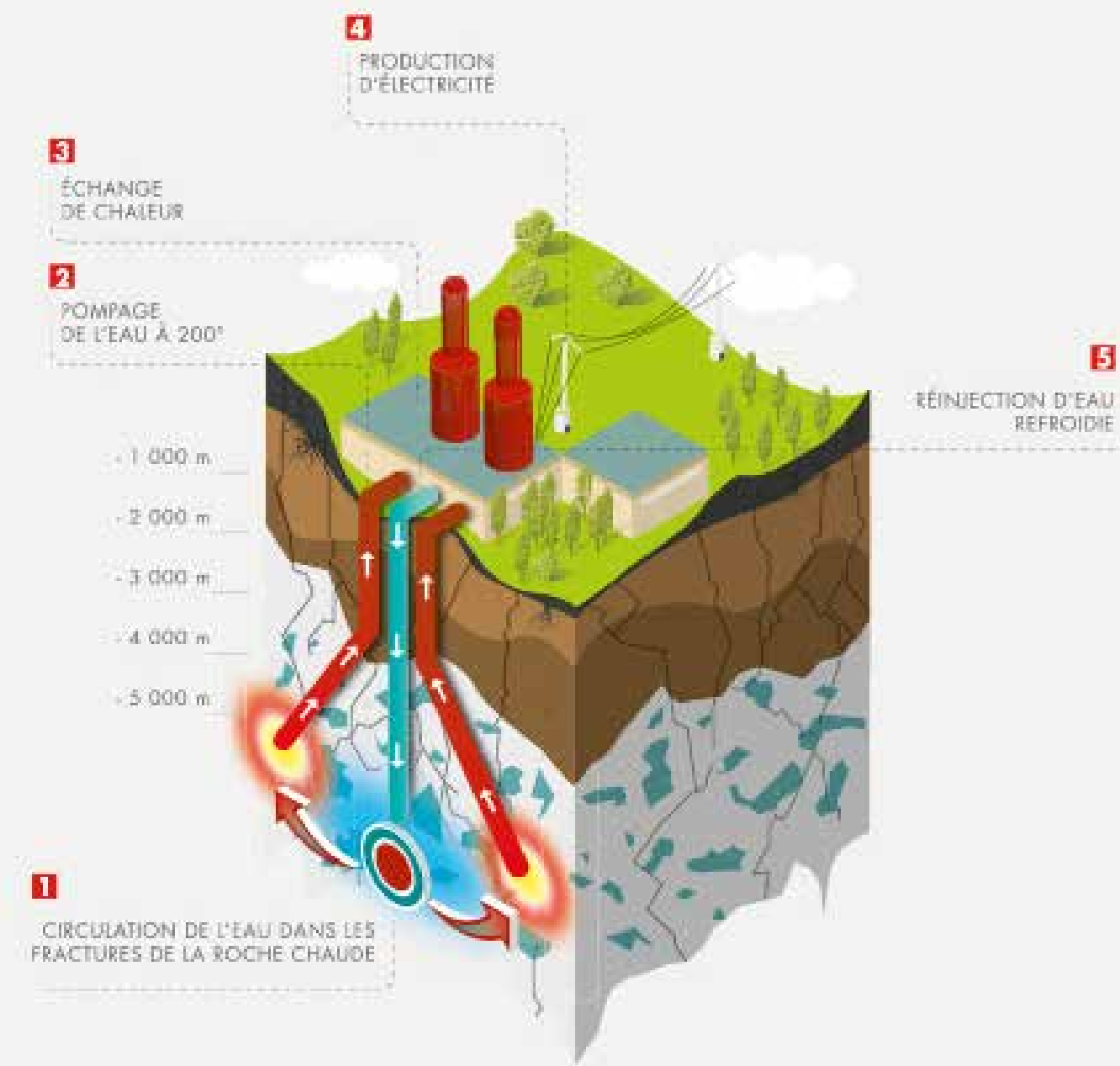
Pas besoin d'eau potable pour nos menus travaux.

- 01 Un récupérateur d'eau pluviale n'est pas si cher et permet d'économiser l'eau du robinet pour arroser votre jardin, nettoyer votre voiture ou le matériel d'extérieur.
- 02 Une forage dans une nappe superficielle reste aussi une bonne alternative pour ces usages.

UNE PREMIÈRE : UNE LOI LOCALE SUR L'EAU

Notre département est le premier à avoir adopté son Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SAGE) des nappes profondes de Gironde pour une gestion et une préservation optimale de sa ressource souterraine et de ses cours d'eau.

Les réseaux de distribution d'eau potable n'étant pas parfaitement étanches, les pertes vont de 20% à 50% du volume pompé. C'est aux collectivités de contrôler le bon fonctionnement de leurs réseaux.



REINJECTION D'EAU REFRIGÉRÉE

- 5 HYDROLIENNE FLOTTANTE : Ici, des industriels du monde entier pourront tester des hydroliennes qui sont suspendues sous un flotteur. La puissance de ces technologies peut atteindre 50 kilowatts (kW) pour un tirant d'eau de 10 mètres maximum.
- 6 PLATEFORME BRISTOL // PLATEFORME BILBAO : Elles permettent de tester les hydroliennes sans impacter les fondations du vieux pont de pierre mais également de simplifier les phases de maintenance des tests d'hydroliennes et d'être garant de leur environnement et de performance. Ces plateformes ont des caractéristiques d'une super structure : 25 mètres de longueur, elles sont dans la vase à plus de 12 mètres de profondeur pour un poids total de 41 tonnes. Elles ont été conçues par le bureau d'études CERENIS et installées dans la Garonne par GYM Sud-Ouest.
- 8 CÂBLES : Le tracé des câbles, qui longe le fleuve, est adapté aux forts courants de la Garonne. Les câbles acheminent la production et les données techniques depuis les hydroliennes jusqu'au poste de livraison. Les câbles sont fixés par des poids sur tout leur long et maintenus dans la vase, au fond du fleuve.
- 9 GARONNE : Le site d'essais SEENEON est situé sur la « Garonne maritime », soumise à l'influence des marées malgré sa situation à plus de 100 km de l'océan. Le cycle de marée à Bordeaux est particulier : 7 à 8 heures de courant descendant (appelé jusant), puis 4 à 5 heures de courant montant (appelé flot). Les courants de marée sont très forts à Bordeaux et sont considérablement accélérés par le pont de pierre.
- 10 POSTE ÉLECTRIQUE DE LIVRAISON : Ce local, propriété de la ville de Bordeaux, abrite des moyens électrotechniques qui permettent de transformer l'énergie produite par les hydroliennes (en rouge) en une énergie utilisable par le réseau électrique.
- 11 NAVIRE D'INTERVENTION : Pour comprendre les interactions entre l'environnement et les hydroliennes, l'équipe d'océanographie du bureau d'études Energie de la Lune utilise un bateau d'intervention pour mesurer très régulièrement des paramètres physiques et bathymétriques.
- 12 LIMITES DU SITE D'ESSAIS SEENEON : La périmètre du site d'essais SEENEON a été décidé en concertation avec les différents usagers du fleuve. La Grand Port Maritime de Bordeaux, propriétaire de cette zone, a délivré une autorisation d'occupation temporaire (AOT). Cette zone est bordée par des bords et des parois fixes sur le pont. Les arches 4-5 et 5-6 du pont, sont interdites à la navigation.
- 13 MÂT DE MESURES MÉTÉOROLOGIQUES : Sur le toit de la Maison écocitoyenne un mât de mesures météorologiques permet de connaître en temps réel les conditions météo du site et de prévoir les meilleurs moments pour la maintenance des hydroliennes.
- 14 CENTRE D'ÉTUDE : Le centre d'étude, point névralgique du site d'essais SEENEON, est situé au 87, quai des Quatreis à Bordeaux, au sein de l'écocitoyenne Bordeaux et de l'écocitoyenne Darwin. Cette ancienne caserne militaire en cours de réhabilitation offre les locaux de l'équipe opérationnelle du site d'essais. C'est ici que sont analysées les données techniques et environnementales des hydroliennes.



[Volver al índice](#)



[Next-U](#) [Webtech Institute](#) [Enseñanza superior](#) [Informática](#) [Logotipo e identidad corporativa](#)

Webtech Institute, diseño de logotipo y códigos gráficos

¡El grupo de Educación superior Next-U funda una nueva escuela de informática!

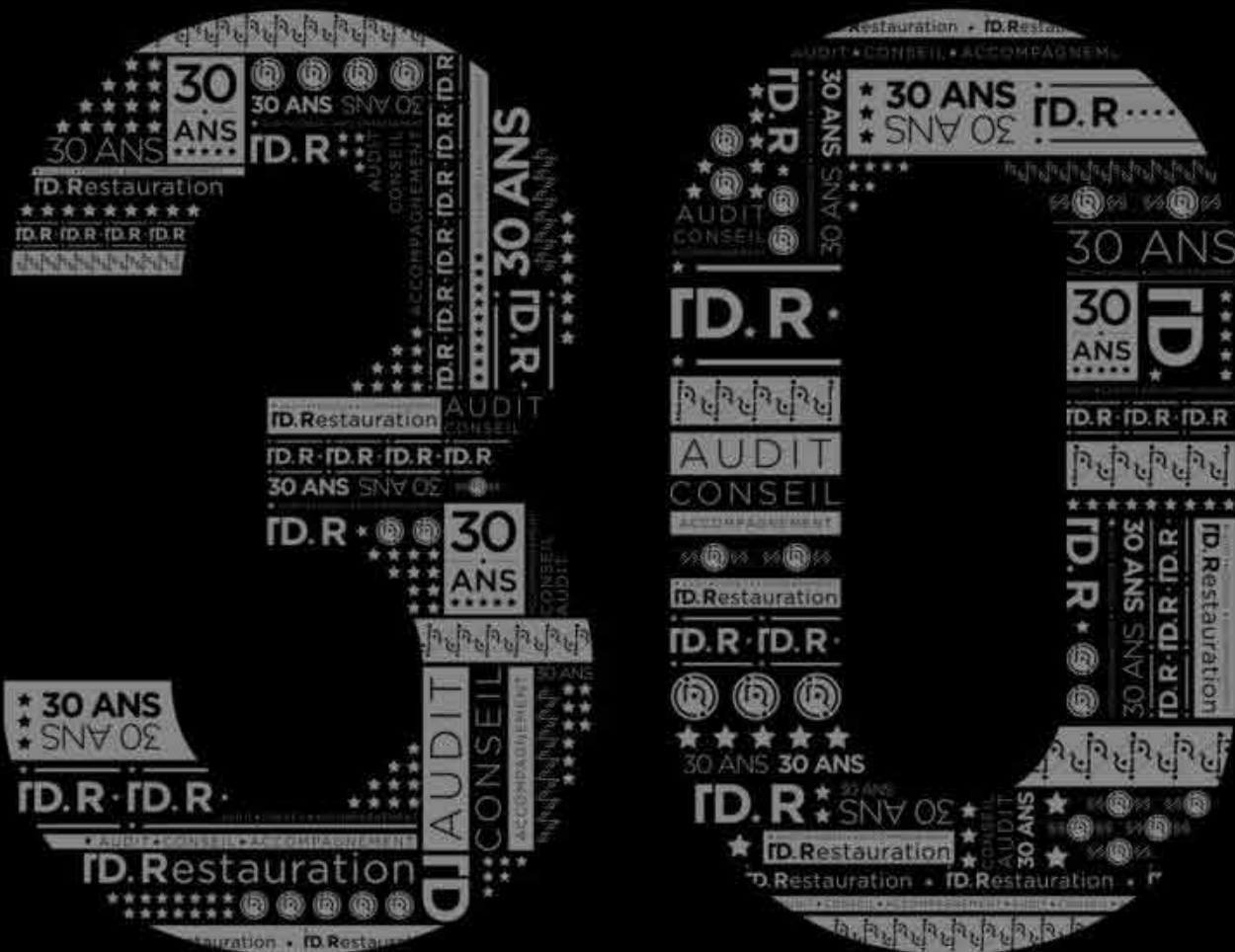
Sedes en París, Burdeos y Lyon. La creación del Instituto Webtech ha servido para constatar tres hechos: la carencia recurrente de empleados en las profesiones informáticas, la falta de transversalidad internacional de las actuales escuelas de informática la creciente relevancia de la programación en las nuevas profesiones relacionadas con la web y la domótica. Ante tal contexto, es fundamental cultivar la transversalidad tecnológica.

Gracias a su experiencia en la empresa y la economía digital, el grupo Next-U ofrece ahora formaciones completas en dichos sectores y ha confiado a GraphikShaker el diseño de su identidad visual corporativa.

webtech.institute







< Volver al índice



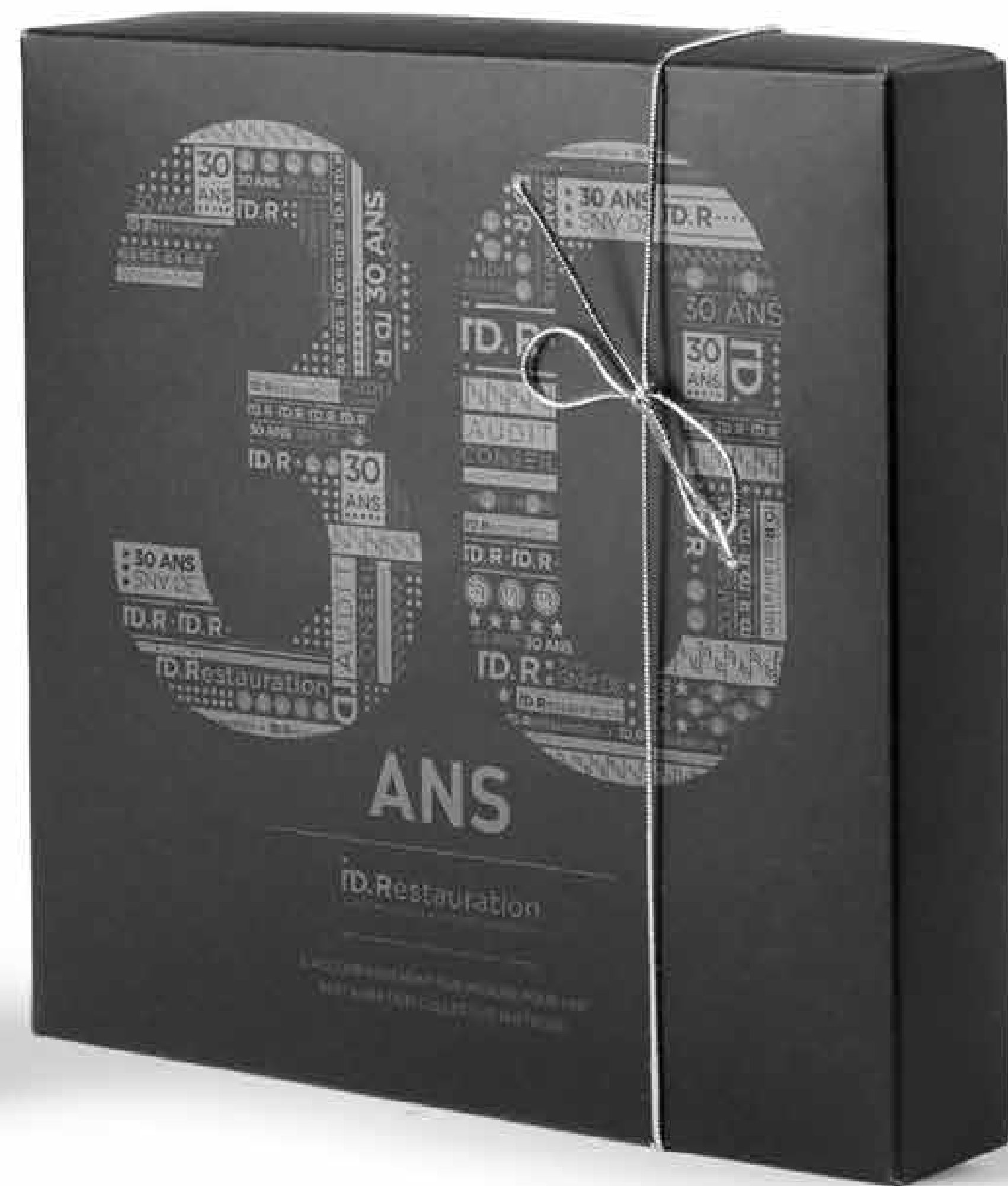
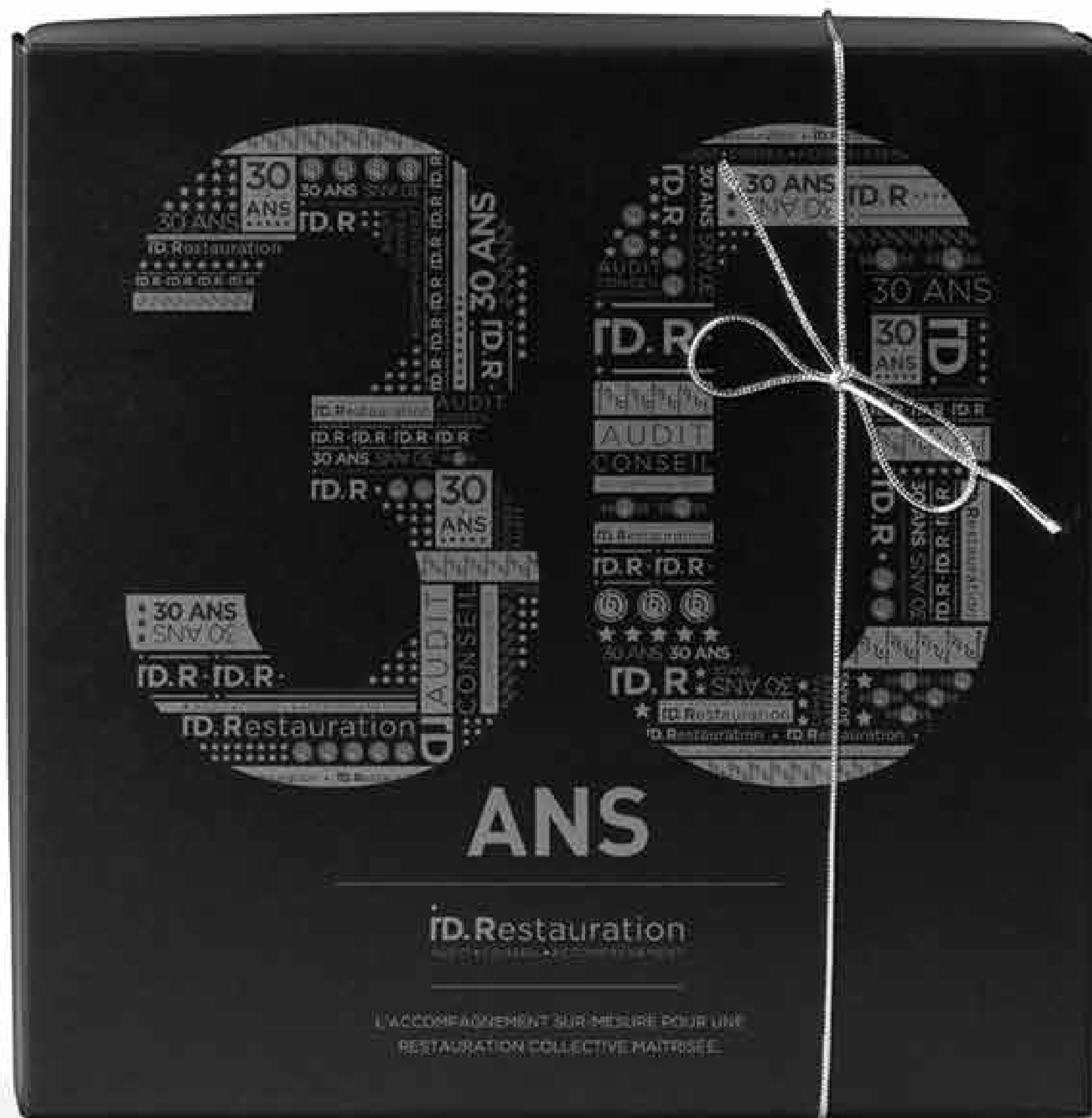
ID Restauración Hostelería

ID Restauración, envoltorio con motivo del 30.º aniversario de la empresa

¡ID Restauration cumple 30 años! Para la ocasión, la empresa ha tenido la espléndida idea de ofrecer a sus socios una caja-regalo. Diseñada por GraphikShaker, todo se diga.

id-restauration.fr







< [Volver al índice](#)



INSEEC Group **Sup de Pub** **Enseñanza superior** **Diseño mural**

Sup de Pub Paris, diseño interior

Tres nuevos visuales para las puertas de los locales de la escuela de comunicación parisina Sup de Pub.
Continuaremos con una nueva serie que ahora mismo se está gestando :)

supdepub.com







< [Volver al índice](#)

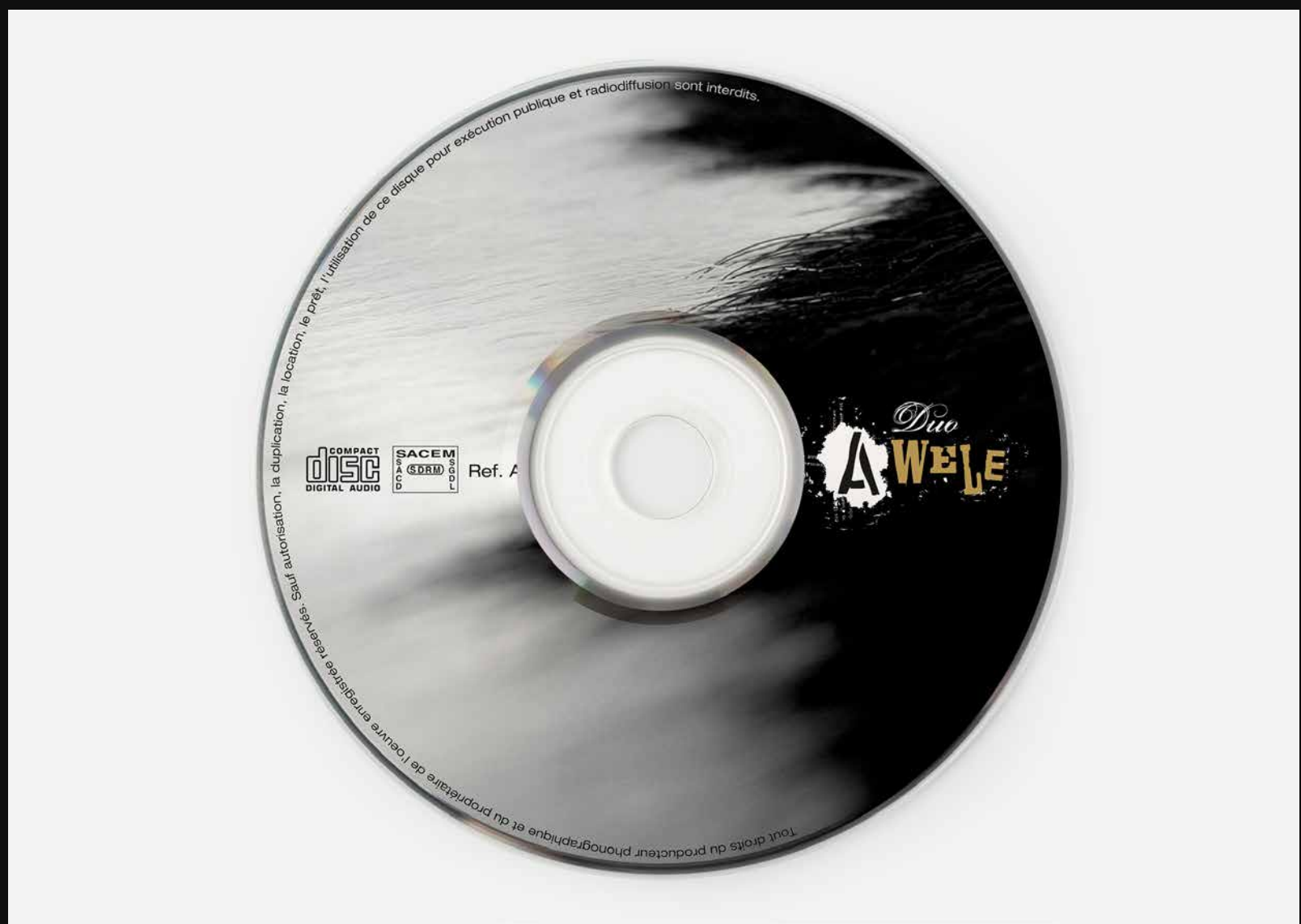
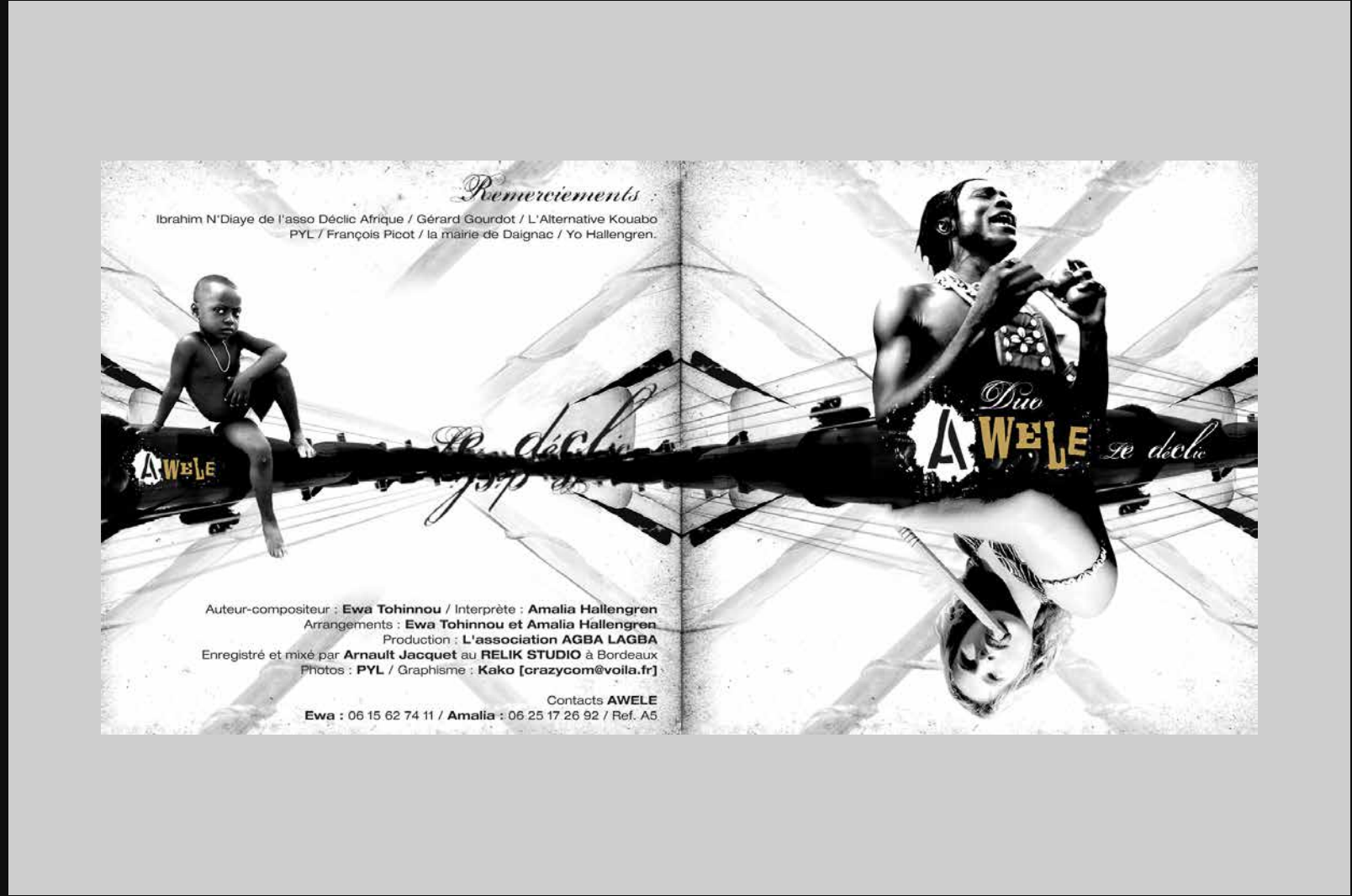
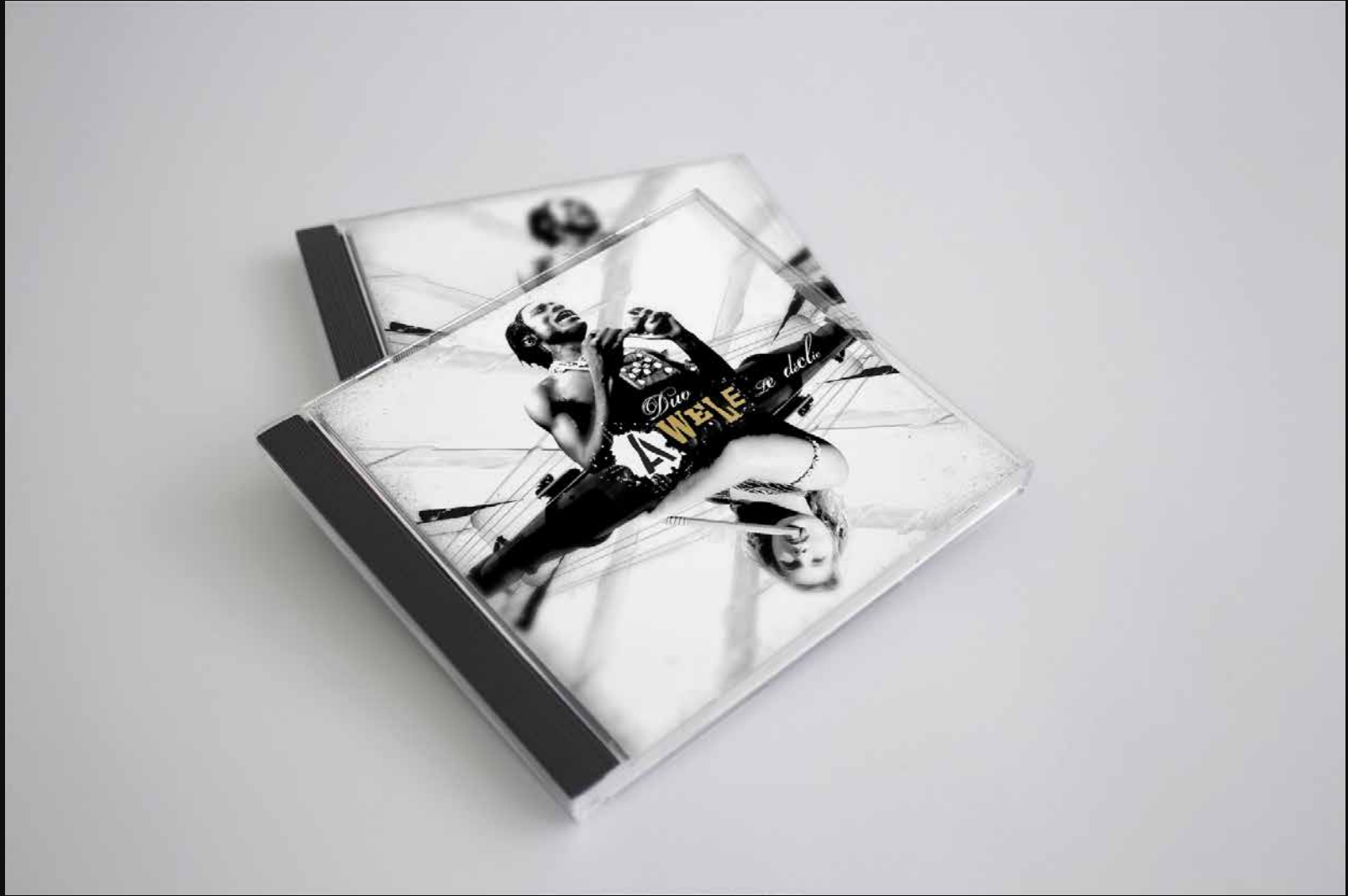


Awele **Cultural** **Música** **Logotipo e identidad corporativa**

Awele, grupo de música, diseño del nuevo álbum

Diseño de la identidad visual y del nuevo álbum del grupo musical francobeninés "Dúo Awele", integrado por las artistas Ewa Tohinnou y Amalia Hallengren Tohinnou.







france•tv

France TV Cultural Logotipo e identidad corporativa Gráficos animados

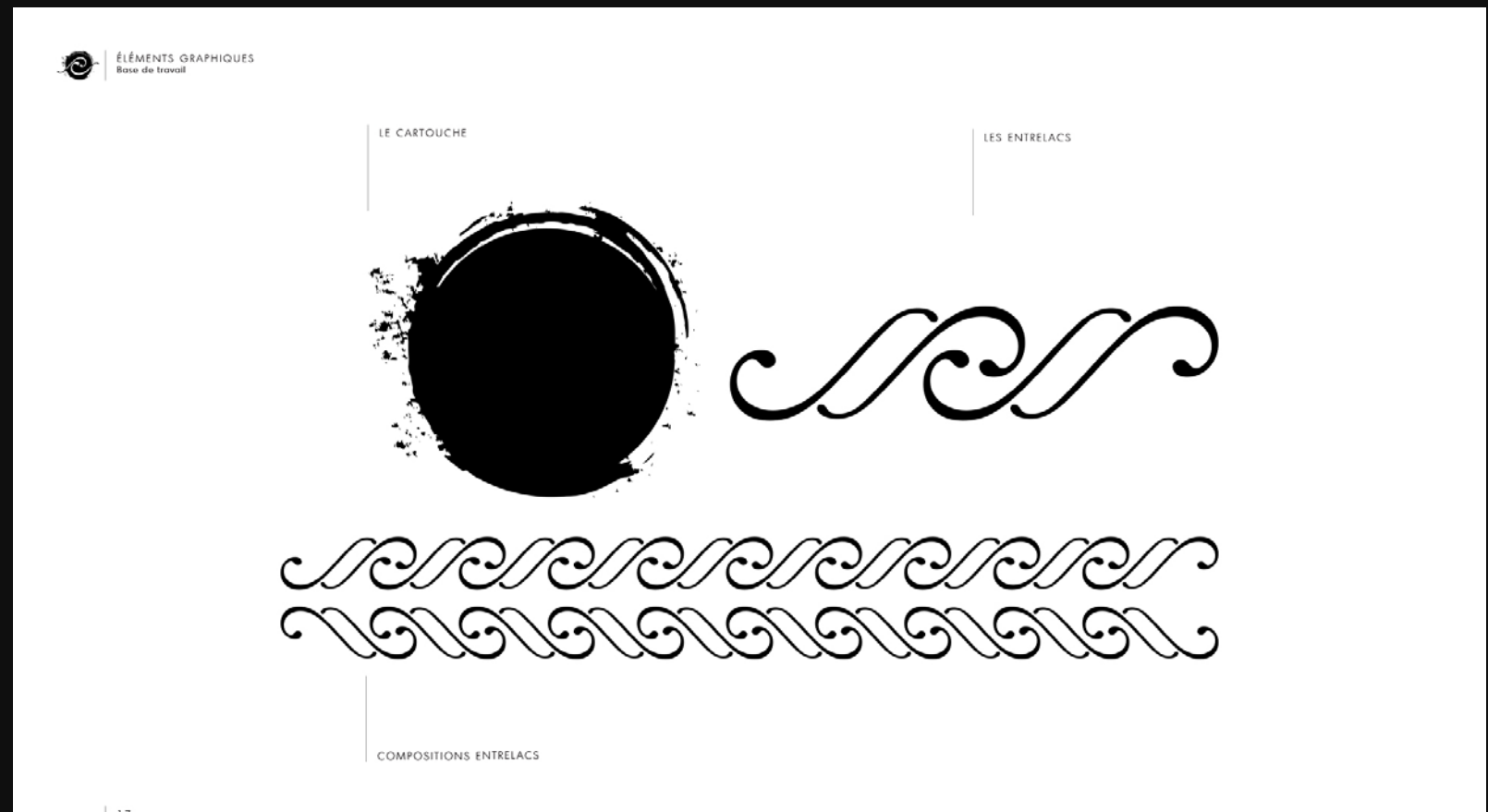
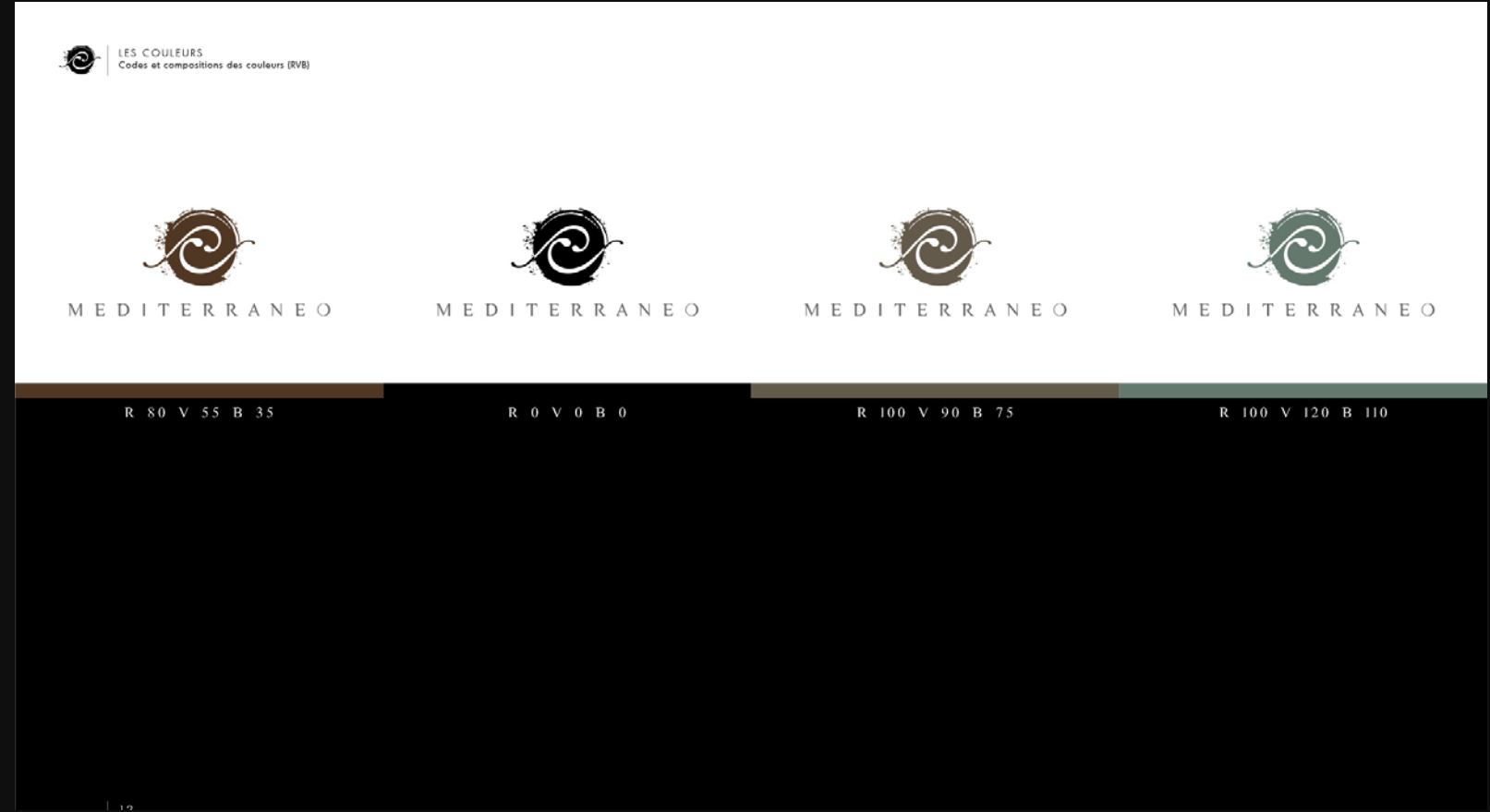
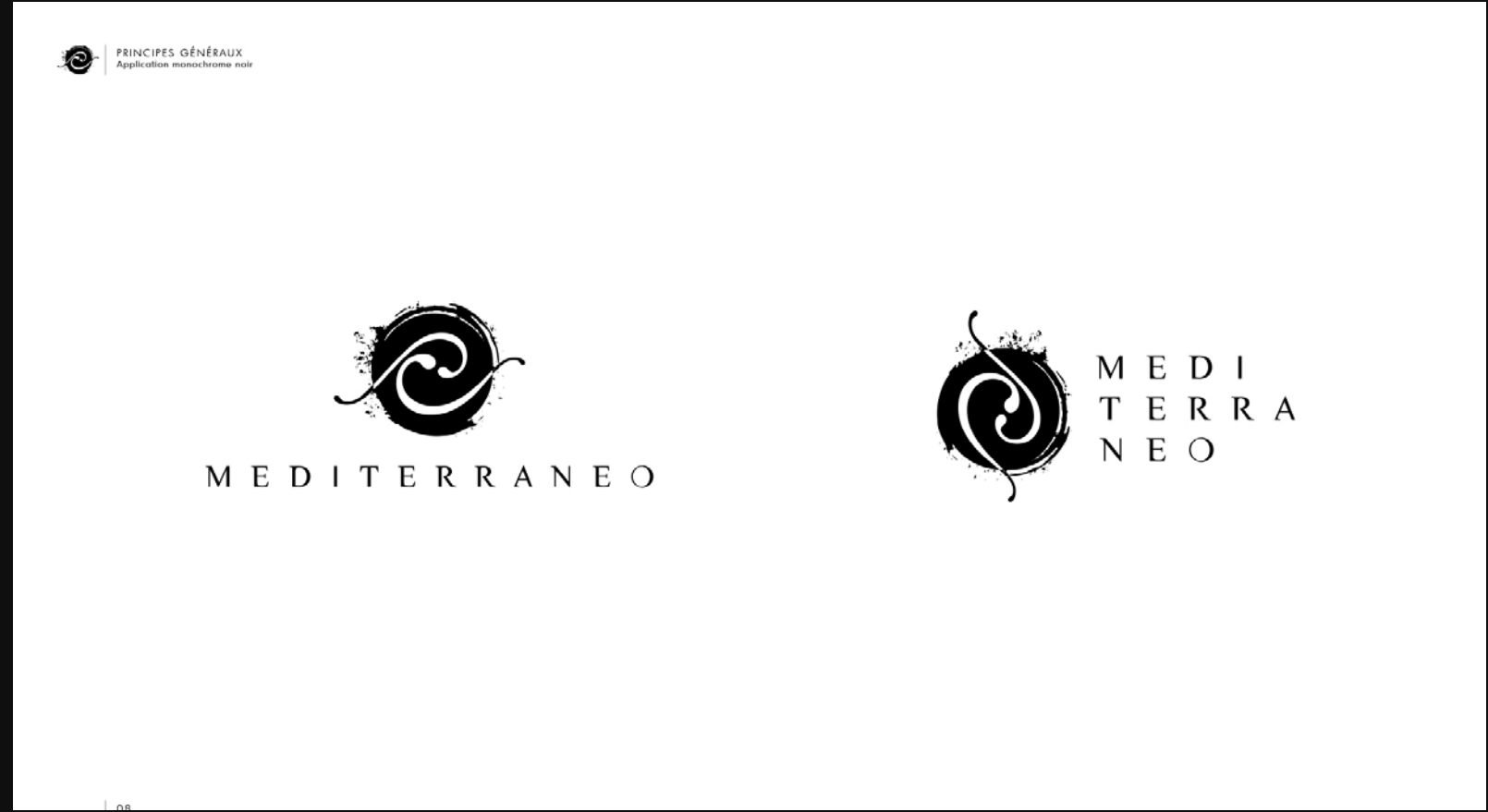
France TV, diseño de logotipo e identidad corporativa para "Mediterraneo", motion graphics

"Descubrir cada semana distintos aspectos del mundo mediterráneo" es lo que propone el magacín TV Mediterraneo: economía, cultura, medio ambiente, sociedad, patrimonio: el Mediterráneo, crisol de civilizaciones de gran riqueza y diversidad, está en el centro de todos los cambios, conflictos y evoluciones de nuestro siglo". "Mediterraneo" se emite en France 3 Méditerranée, pero también en muchos otros países: España, Italia, Grecia, Marruecos, Argelia, Túnez, Egipto, Libia, Israel, Líbano, Turquía, Irán, Senegal, Mali, República Democrática del Congo, Camerún, Zimbabue, Yibuti, Madagascar...

Con la ayuda del diseñador gráfico Damien Cazeils y de la productora audiovisual Maképrod, reconfiguramos la nueva identidad visual del programa: logotipo, códigos visuales, elección de fotos y guion del diseño gráfico (introducción, encabezamientos de temas, créditos, resumen, etc.). Los vídeos se encuentran al final de este artículo..

france.tv







Edition
Daniele Randazzo



MEDITERRANEO



MEDITERRANEO



Anto
Italie

Napoli
Italie
France 3

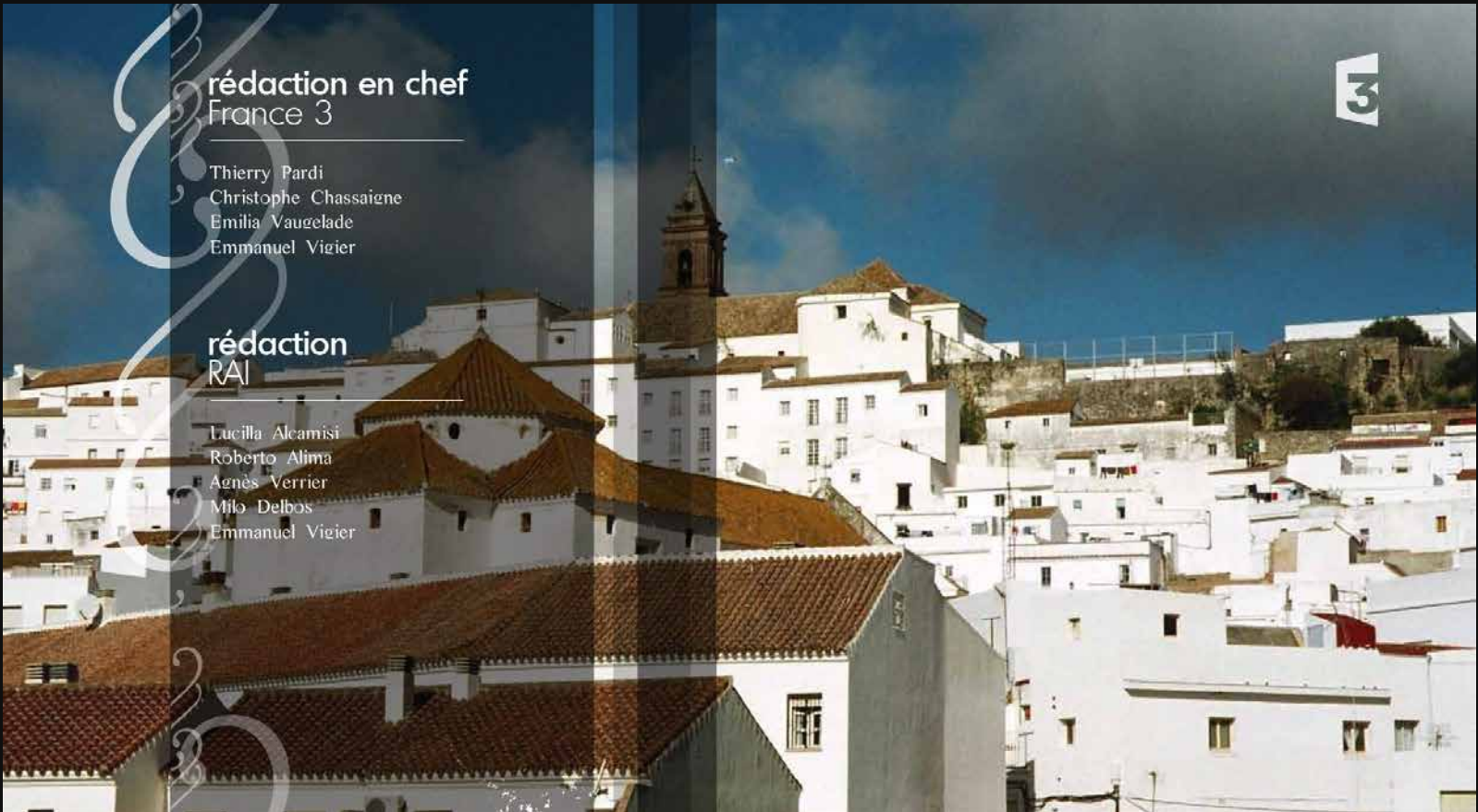


Gaza,
terre occupée

Stéfana Lancini
Pedro Antonedo
Milo Delbos



Artan Puto
Historien



rédaction en chef
France 3

Thierry Pardi
Christophe Chassaïgne
Emilia Vaugelade
Emmanuel Viziér

rédaction
RAI

Lucilla Alcamisi
Roberto Alima
Agnes Verrier
Milo Delbos
Emmanuel Viziér





[← Volver al índice](#)

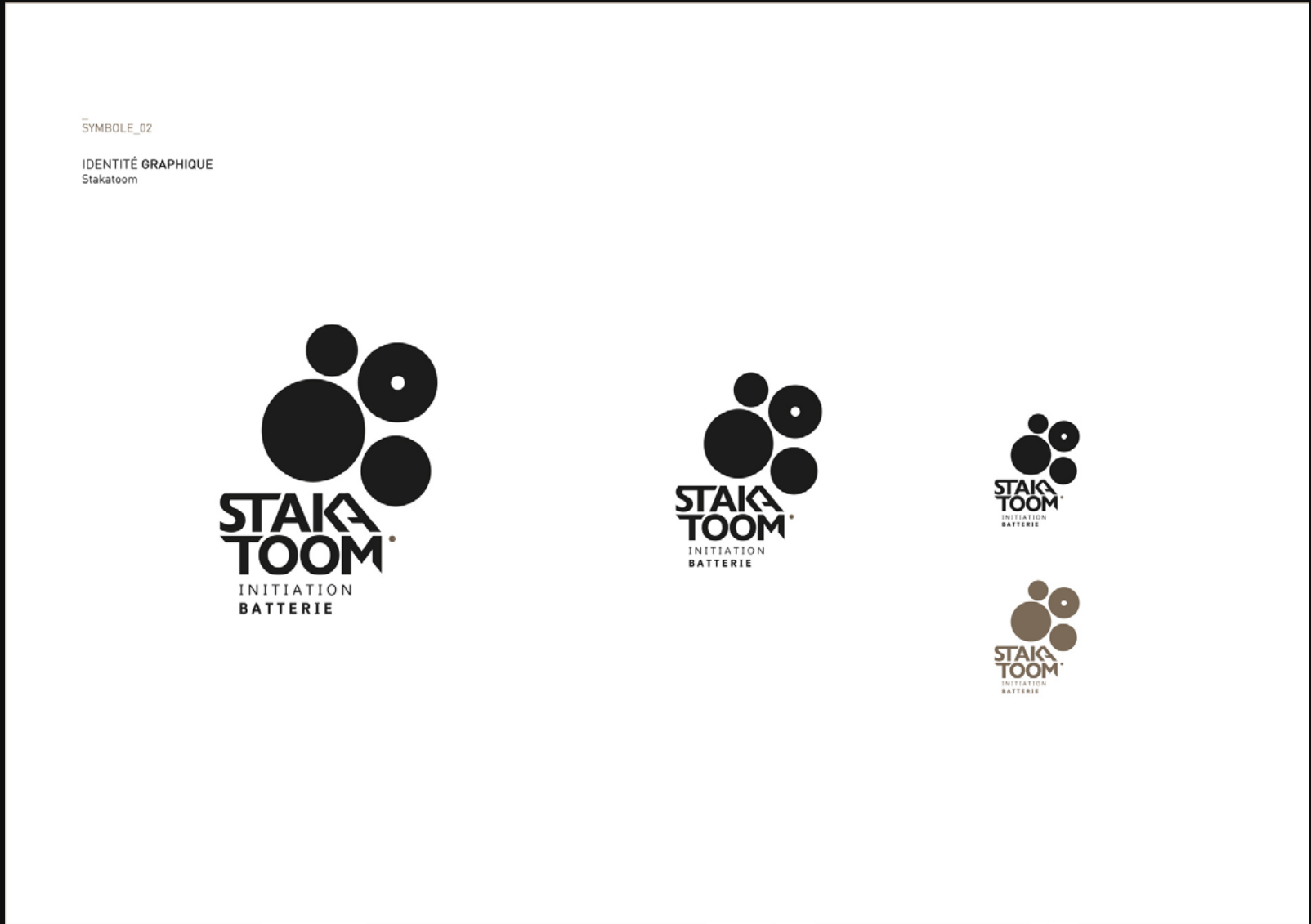


[Stakatoom](#) [Cultural](#) [Música](#) [Logo e identidad corporativa](#) [Diseño editorial](#) [Folleto](#)

Stakatoom, diseño de logotipo y folleto

Tras un día duro, no hay nada mejor para desahogarse que el centro de formación STAKATOOM de Libourne. ¡Ofrece sesiones de batería a domicilio o en tu empresa! ¡GraphikShaker le ha dado bien al coco para el diseño de la identidad, el folleto y los visuales!







< [Volver al índice](#)

103



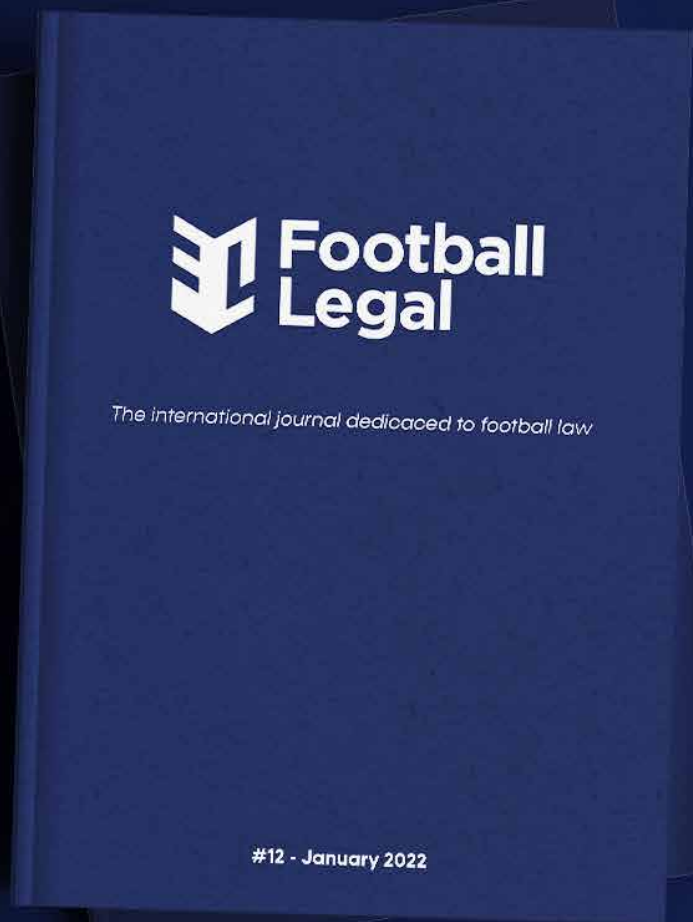
Las Ediciones Droitdusport.com Prensa Fútbol Jurídico Deporte Ilustración Revista Football Legal

Football Legal, ilustración "disruptive technologies"

Ilustración de prensa para la publicación Football Legal, especializada en Derecho en el fútbol profesional. Se abordan temas como la llegada de las nuevas tecnologías, las criptomonedas y los NFT en el mundo del fútbol profesional (Ediciones droitdusport.com).

football-legal.com







[← Volver al índice](#)

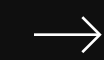
Agencia Pernet **Lalique** **Lujo** **Diseño editorial**

Lalique, creación de folletos

Diseño gráfico de tres folletos con solapa para la Maison Lalique. Próximamente, tres nuevos folletos.

Proyecto realizado por cuenta de la Agencia Pernet.

agencepernet.fr



TOURBILLONS
1926



LALIQUE



TOURBILLONS
LALIQUE





SDS Industria Industria Diseño editorial Folleto

SDS Industrie, "Giro" de Cherubini, diseño de folleto

El nuevo folleto de SDS Industrie presenta "Giro", de Cherubini, el nuevo emisor de la marca, dotado de un diseño innovador y ergonómico que permite el control centralizado de persianas y toldos exteriores.

sds-industrie.com







< [Volver al índice](#)



Cridon **Juridico** **Logotipo e identidad corporativa**

Cridon sud ouest, diseño de logotipo e identidad corporativa

La renombrada agencia de publicidad bordelesa Le Vestiaire solicitó a GraphikShaker el rediseño de la identidad visual de CRIDON y de la correspondiente identidad corporativa. El CRIDON Sud-Ouest es un centro de investigación e información creado en 1966 por notarios y para notarios. CRIDON ofrece consultas telefónicas y por escrito, así como información, documentación, formación e investigación aplicada e impartida en talleres que reúnen a asesores jurídicos y notarios.

cridon-so.fr





CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ LE LOGOTYPE

CRIDON

Partie 01 - Le logotype
→ Couleur

L'idée est essentiellement visuelle : proposer une refonte du logotype actuel en modernisant l'identité grâce à des codes graphiques plus actuels, résolument enracinés dans les tendances graphiques développées depuis l'avènement du numérique.

Les notions de clarté et de transparence sont toujours présentes, la typographie est épurée et privilégie une forte lisibilité.

Le signe identitaire générique est suffisamment fort et porteur de sens pour capitaliser sur celui-ci.

L'ensemble des supports de communication deviennent alors identifiables auprès du public comme émanant du Cridon tout en permettant de développer par la déclinaison le caractère spécifique de chacun d'eux.

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ LES COULEURS

CRIDON

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ LES COULEURS

CRIDON

Partie 02
Les applications du logotype
→ Les couleurs

Le logotype du Cridon est composé de 3 couleurs distinctes et d'un dégradé, référencés ci-contre.

Néanmoins, selon les supports et leur mode de diffusion, ces couleurs pourront être adaptées de façon à se rapprocher optiquement le plus possible des références quadrichromies.

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ LES COULEURS

CRIDON

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ VERSION SIGNATURE + CARTOUCHES

CRIDON

Partie 02
Les applications du logotype
→ Version signature + cartouches

La zone de protection se décline ici en cartouche blanc, permettant au logotype d'être apposé sur des visuels complexes sans que sa lisibilité et son identification en soit altérée.

Dans les cartouches issus du code couleur, le logotype Cridon et / ou la typographie apparaissent en réserve blanche.

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ LES TRAMES

CRIDON

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ LES TRAMES

CRIDON

Partie 03
Les codes graphiques et déclinaisons
→ Les trames

Dans le but de renforcer la notoriété de la marque, un système de trame construit sur la base du logotype est proposé.

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ LES TRAMES

CRIDON

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ HIERARCHIE TYPOGRAPHIQUE

CRIDON

Partie 03
Les codes graphiques et déclinaisons
→ Hiérarchie typographique

Sur la base des typographies utilisées pour le logotype, un système de construction typographique est préconisé.

Tout en permettant d'étendre l'identification forte et cohérente des documents émanants du Cridon, il permet surtout une hiérarchisation des informations.

Ce principe peut-être exploité sur l'ensemble des publications du Cridon.

CHARTRE GRAPHIQUE CRIDON SUD-OUEST
→ HIERARCHIE TYPOGRAPHIQUE

CRIDON





< [Volver al índice](#)



Next-U Bachelor Institute Enseñanza superior Logotipo e identidad corporativa

Bachelor Institute, diseño de logotipo y códigos gráficos

El grupo Next-U inaugura su nueva escuela de gestión especializada: Bachelor Institute. La escuela, que cuenta con campus en París, Burdeos y Lyon, ofrece ocho especialidades: lujo, gestión deportiva, gestión de eventos, comunicación digital, desarrollo empresarial, "e-gaming", turismo y vino. Los programas del Bachelor Institute permiten a sus estudiantes formarse en las especialidades de mayor renombre. De la práctica a la teoría: los planes de estudios favorecen un aprendizaje basado en proyectos y la inmersión en el mundo empresarial para que el currículum de sus estudiantes se forme progresivamente.

Con todo lo dicho en mente, el grupo Next-U ha vuelto a confiar en GraphikShaker el logotipo y los códigos visuales de su WebTech Institute.

bachelor-institute.com





Marketing
& Business Developer



Wine
Marketing



Tourisme
Management des
activités de tourisme



Sport
Business
Management



E-gaming
Management



Luxury
Management



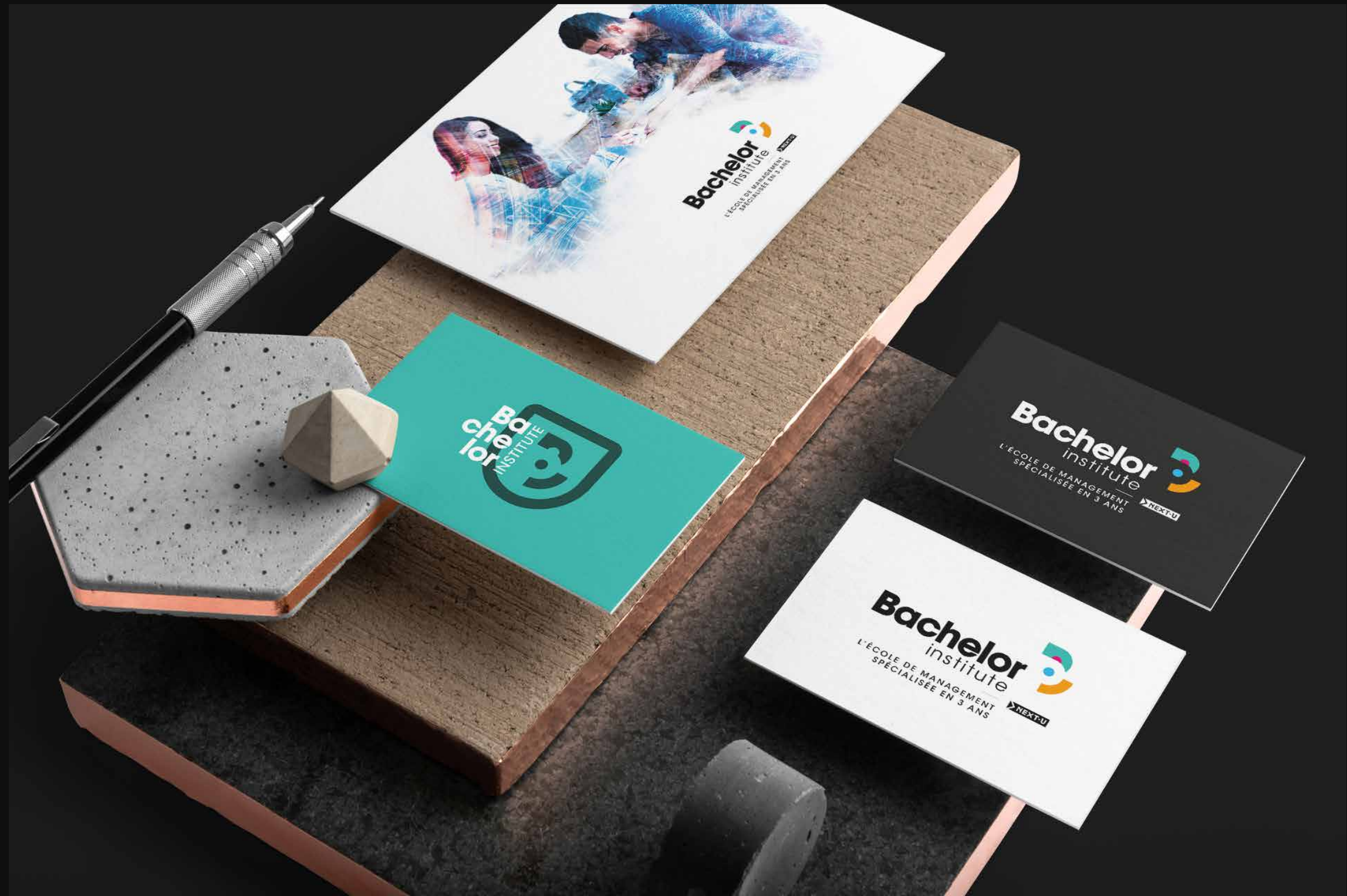
Event
Management



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

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





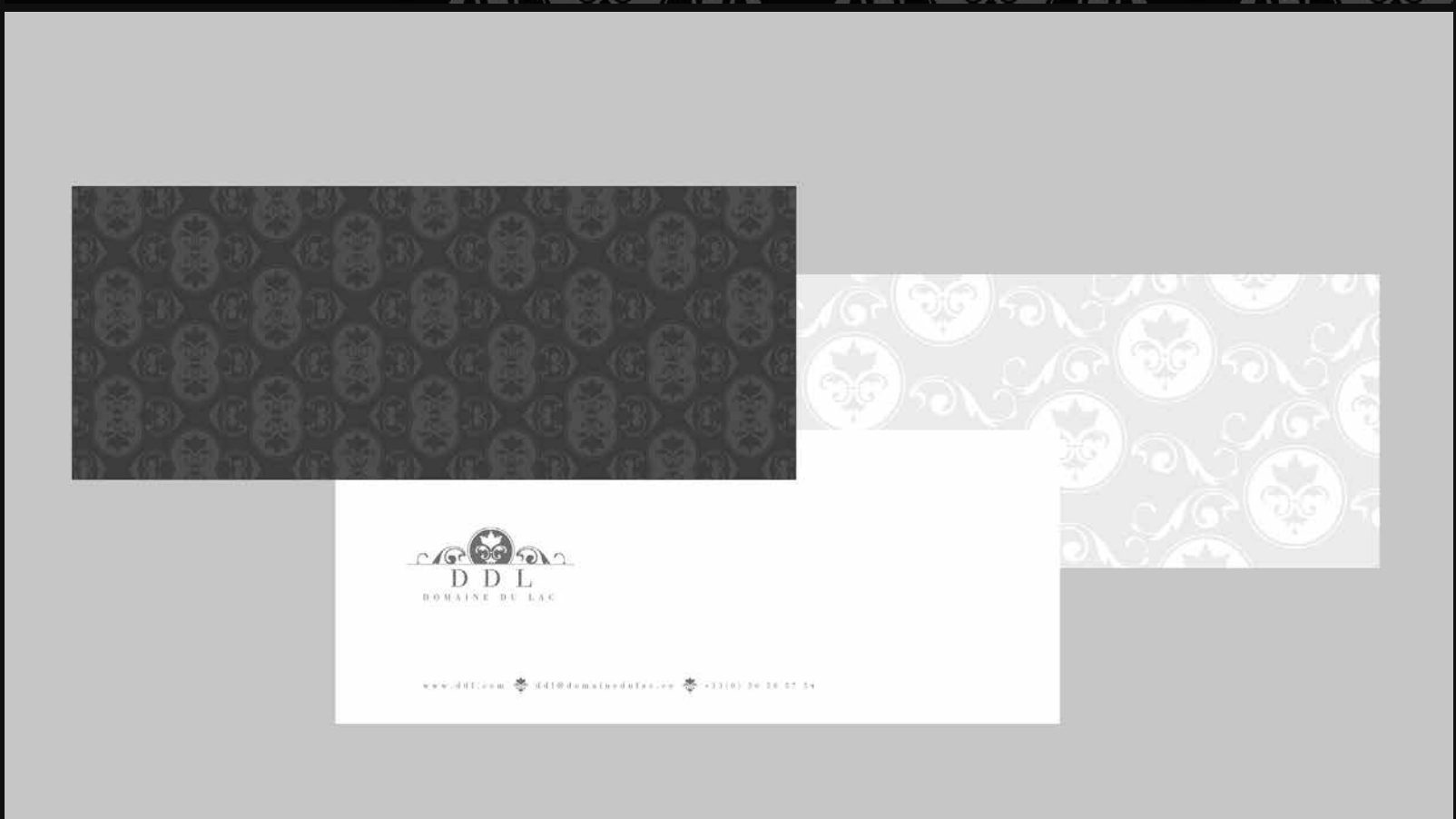
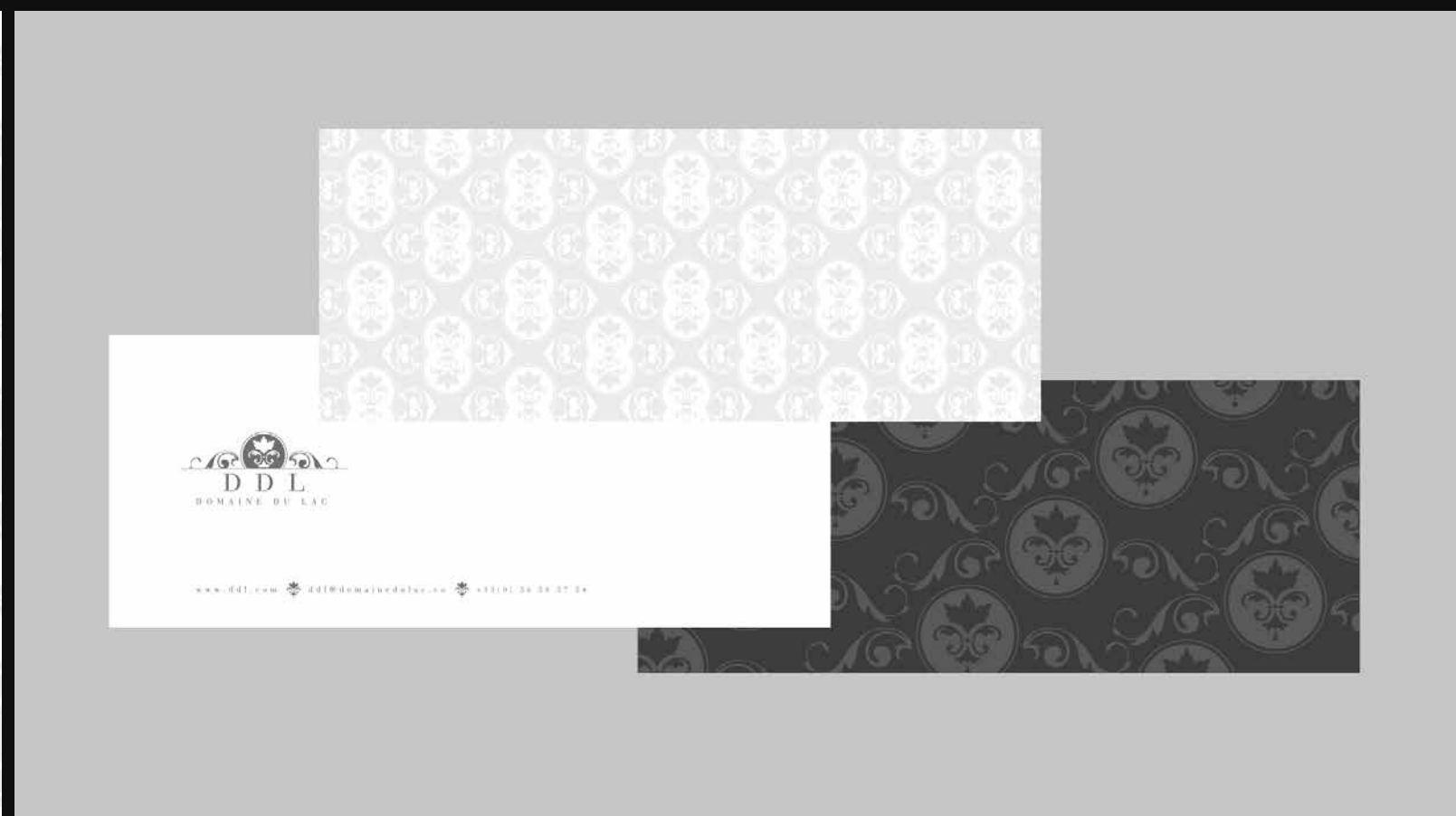


Agencia Pernet Domaine du Lac Lujo Logotipo e identidad corporativa

Domaine du Lac, identidad corporativa de la residencia

Nos encargaron la creación de la identidad de Domaine du Lac, una reputada residencia situada en Marrakech.
agencepernet.fr







Las Ediciones Droitdusport.com Fútbol Jurídico Deporte Logotipo e identidad corporativa
Football Legal

Football Legal, diseño de logotipo e identidad corporativa

Football Legal fue constituido en 2014 por Ediciones droitdusport.com

Football Legal lanza dos revistas al año y contenido en línea que ofrece una visión general de las últimas novedades en Derecho del fútbol a nivel nacional e internacional. Con colaboradores entre los que se encuentran algunos de los abogados deportivos más reputados del mundo, Football Legal es líder en publicación de Derecho Deportivo y se ha convertido en referencia para los actores clave del sector.

GraphikShaker se encargó de crear el logotipo y la identidad corporativa.

football-legal.com





Football Legal
www.football-legal.com

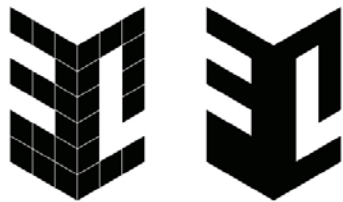
Football Legal
111, cours du Médoc
33300 Bordeaux
www.football-legal.com

Partie 01 - Le logotype
→ Le symbole

Le visuel du logotype propose de capitaliser sur un monogramme des initiales de Football Legal.

Le principe de synthèse graphique et typographique permet au monogramme de faire également figure d'armoiries, notant ainsi les valeurs de travail et de rigueur de la marque tout en faisant référence aux blasons des équipes de football professionnel.

FL + [Shield] + [Chevron]



FOOTBALL LEGAL - 05

Partie 01 - Le logotype
→ Noir

Le traitement graphique s'inscrit dans les tendances visuelles actuelles et véhicule ainsi une forte idée de modernité.

La typographie [Gotham], amène les notions de clarté et de lisibilité tout en restant tout à fait impactante pour répondre aux impératifs d'efficacité en terme de communication visuelle.

La version noire sera utilisée en priorité pour la communication de la marque.

Football Legal

FOOTBALL LEGAL - 04



Partie 02
Les applications du logotype
→ La zone de protection

Le logotype Football Legal est entouré d'une zone de protection qui garantit sa bonne lisibilité et permet une reconnaissance fidèle.

Cette zone de protection est un rectangle technique invisible dans lequel aucun élément ne peut être présent.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in

FOOTBALL LEGAL - 09

Football Legal

Football Legal

Football Legal

Partie 02
Les applications du logotype
→ Les couleurs

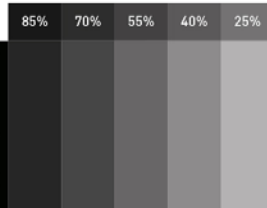
Le logotype Football Legal est proposé en deux couleurs :

- la version bleue
- la version noire

Selon les supports et leur mode de diffusion, ces couleurs pourront être adaptées de façon à se rapprocher optiquement le plus possible des références quadrichromies référencées ci-contre.

La version bleue est la version corporate officielle : il est obligatoire d'utiliser cette version en priorité.

CHARTRE GRAPHIQUE FOOTBALL LEGAL - 4 LES COULEURS



Quadrichromie
C: 40 / M: 52 / Y: 15 / K: 100
Pantone Process 3005 C
RVB
R: 0 / V: 0 / B: 0
HTML
000000

Quadrichromie
C: 100 / M: 85 / Y: 15 / K: 50
Pantone 2766 C
RVB
R: 21 / V: 34 / B: 91
HTML
152761

FOOTBALL LEGAL - 11

Adobe
Garamond Pro
+
Gotham

Partie 02
Les codes graphiques → Les polices de caractère

Les polices de caractères et leurs combinaisons constituent des facteurs essentiels du logotype et renforcent l'identité visuelle de la marque.

La police Gotham est la police principale utilisée pour sa grande lisibilité et son impact. Elle sera privilégiée pour les textes courants et pour les titres importants. La police de caractère Gotham est dessinée par Tobias Frere-Jones en 2001, elle propose de nombreuses variations de graisses, elle tire son nom de la ville de Batman inspirée par les bas-fonds new-yorkais. La police remporte un grand succès, à tel point qu'elle est peu à peu en train de s'imposer comme LA typographie américaine des années 2000 par excellence. Elle combine les notions de classe, d'élégance, de luxe, de masculinité, de solennité, d'ordre, de stabilité et de confiance.

La police Adobe Garamond amène les notions de rigueur et de précision inhérentes au secteur du Croisé. Elle sera utilisée principalement pour certains titres et sous-titres. Créer par Claude Garamont vers 1550, le Garamond est un caractère magnifique aux proportions parfaites et à l'élégance inégalée, il n'a jamais perdu de sa force ni de son succès ; à la fois ancien et intemporel. Il évoque la noblesse, la tradition, la culture française qui associe le raffinement italien et la rigueur germanique, la littérature, le sérieux, très chaleureux, il est presque féminin, dans sa version italique.

Garamond Regular 24 pt.
Football Legal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Garamond Italic 24 pt.
Football Legal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Garamond Semibold 24 pt.
Football Legal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Garamond Semibold Italic 24 pt.
Football Legal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Garamond Bold 24 pt.
Football Legal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Garamond Bold Italic 24 pt.
Football Legal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

FOOTBALL LEGAL - 12

[illegible]

Football Legal	OFFRE DE SERVICE 2018		
	ENGLISH	ESPAÑOL	FRANÇAIS
 NEWS	 190 euros	 365 euros	 Disponible en 2019
 PUBLICATION	 690 euros	 490 euros	 Disponible en 2019
 DATABASE	 1.590 euros	 Disponible en 2019	 Disponible en 2019

CHARTRE GRAPHIQUE FOOTBALL LEGAL
« VISUEL, CRAFTING DESIGN II »

Football Legal

Partie 05
→ Le visuel générique (version 2)

La deuxième version propose un système graphique basé sur la forme du symbole en jouant sur un contraste de chrome entre le visuel contenu, traité en en noir et blanc, et la superposition de celui-ci en couleur.

CHARTRE GRAPHIQUE FOOTBALL LEGAL
 (à visualiser, à télécharger ou imprimer)

Football Legal

Partie 05
→ Le visuel générique (version 2)

La deuxième version du visuel générique peut être exploitée sur fond bleu ou blanc.

D'autres éléments issus des codes graphiques peuvent venir agrémenter le visuel.

Football Legal

Football Legal

Adresse : 10 rue de la République
 92000 Nanterre
 France

Tél. : +33 (0)1 41 39 10 10

Email : info@football-legal.com

www.football-legal.com

Société créée par loi n° 2002-27
 du 11 janvier 2002

N° SIREN : 482 000 124

CHARTRE GRAPHIQUE FOOTBALL LEGAL
« VISUEL, CLASSEMENT DÉTERMINÉ »

Football Legal

Partie 05
→ Le visuel générique (version 2)

Il autres éléments issus des codes graphiques
peuvent venir agrémenter le visuel.

La photographie ci-contre est issue de la section
« Foot - affaires » de la partie « Iconographie ».

Football Legal

Éditions développement
100, rue de la République
92000 Nanterre
France
Tél. : +33 (0)1 47 00 00 00
www.football-legal.com

ISSN : 1120-1111
100, rue de la République
92000 Nanterre

FOOTBALL LEGAL - 39

A collection of branding materials for 'Football Legal' is displayed on a light grey surface. The items include: a letter with a signature and a large black redaction box; a business card with a soccer player image; a notebook with a stadium photo; a folder with a soccer field image; and several other business cards and a letterhead. The 'Football Legal' logo, featuring a stylized 'F' and 'L' inside a circle, is prominent on all items. A black wire mesh cube and silver paper clips are also visible.



[Volver al índice](#)



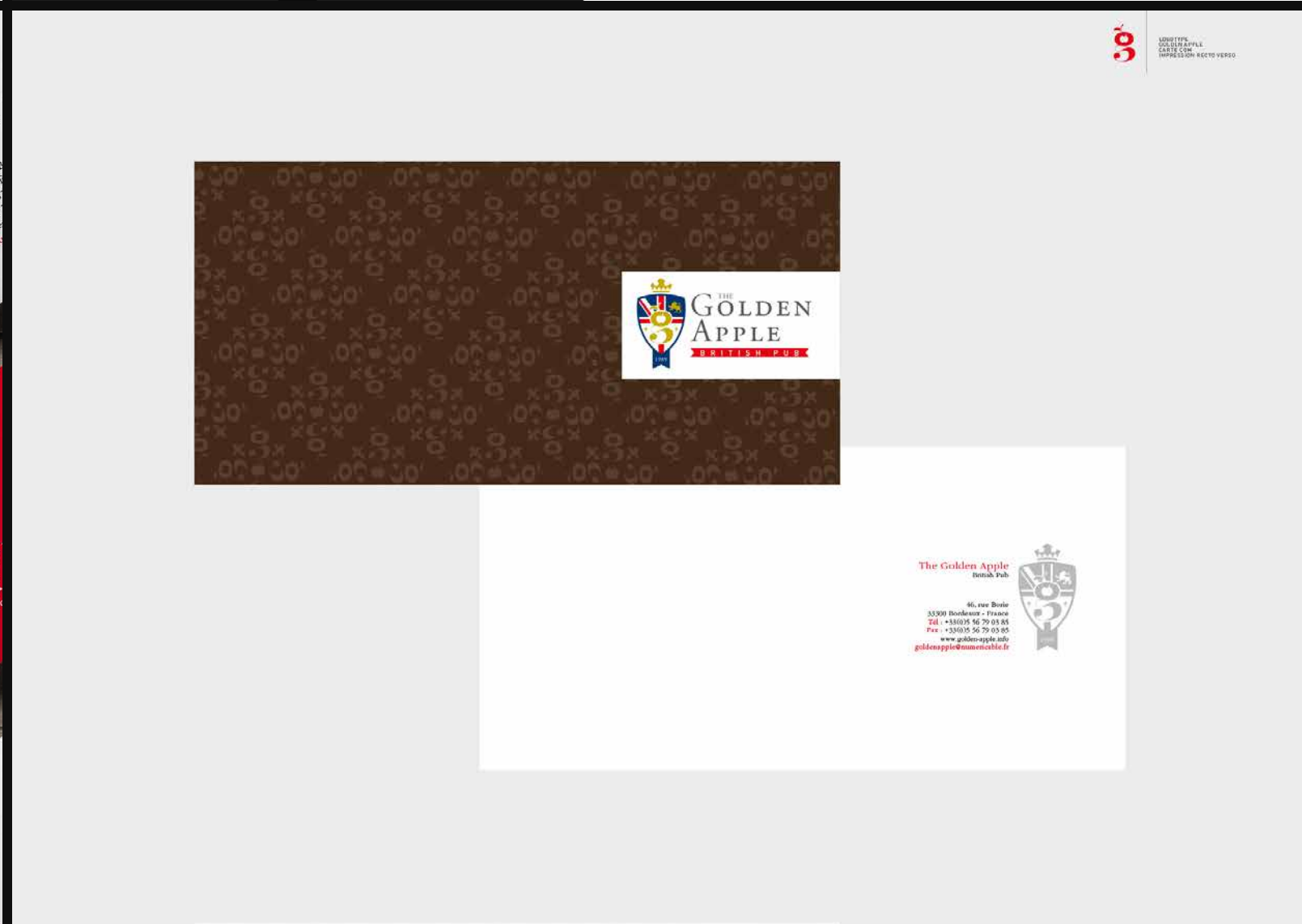
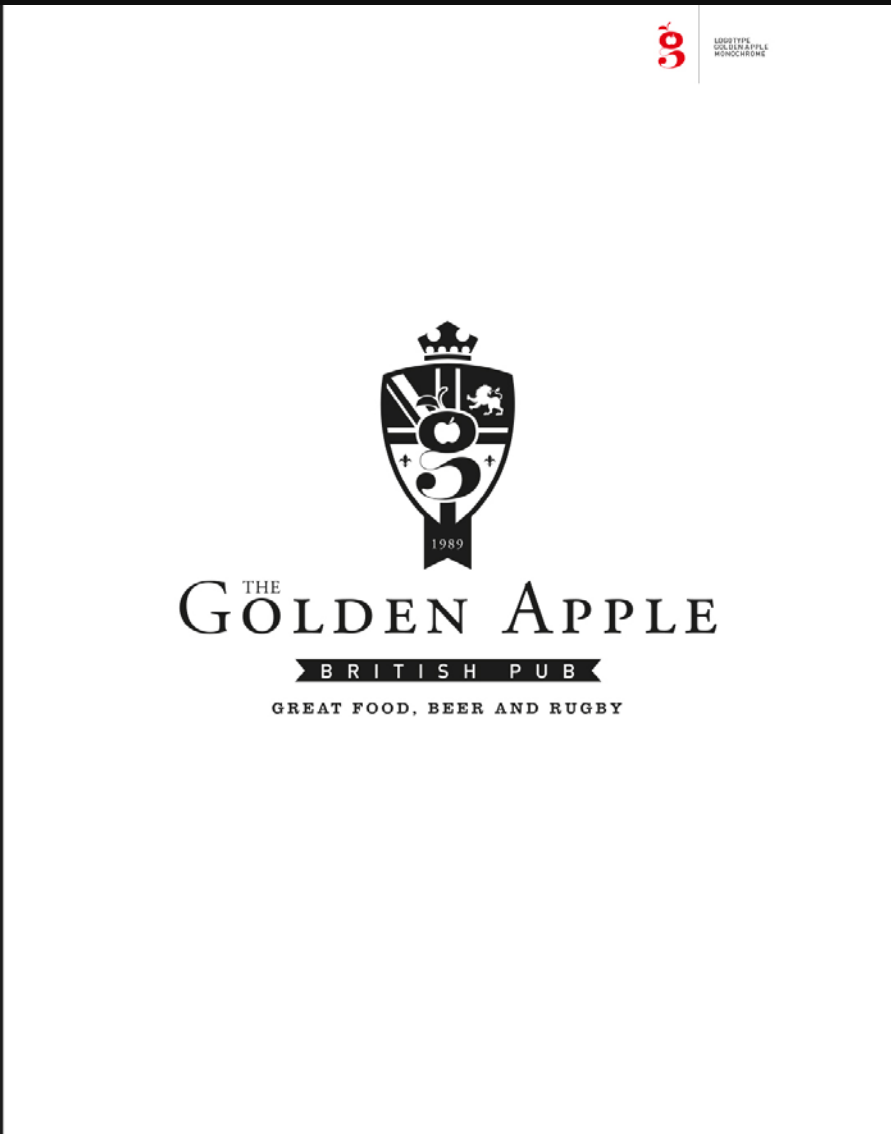
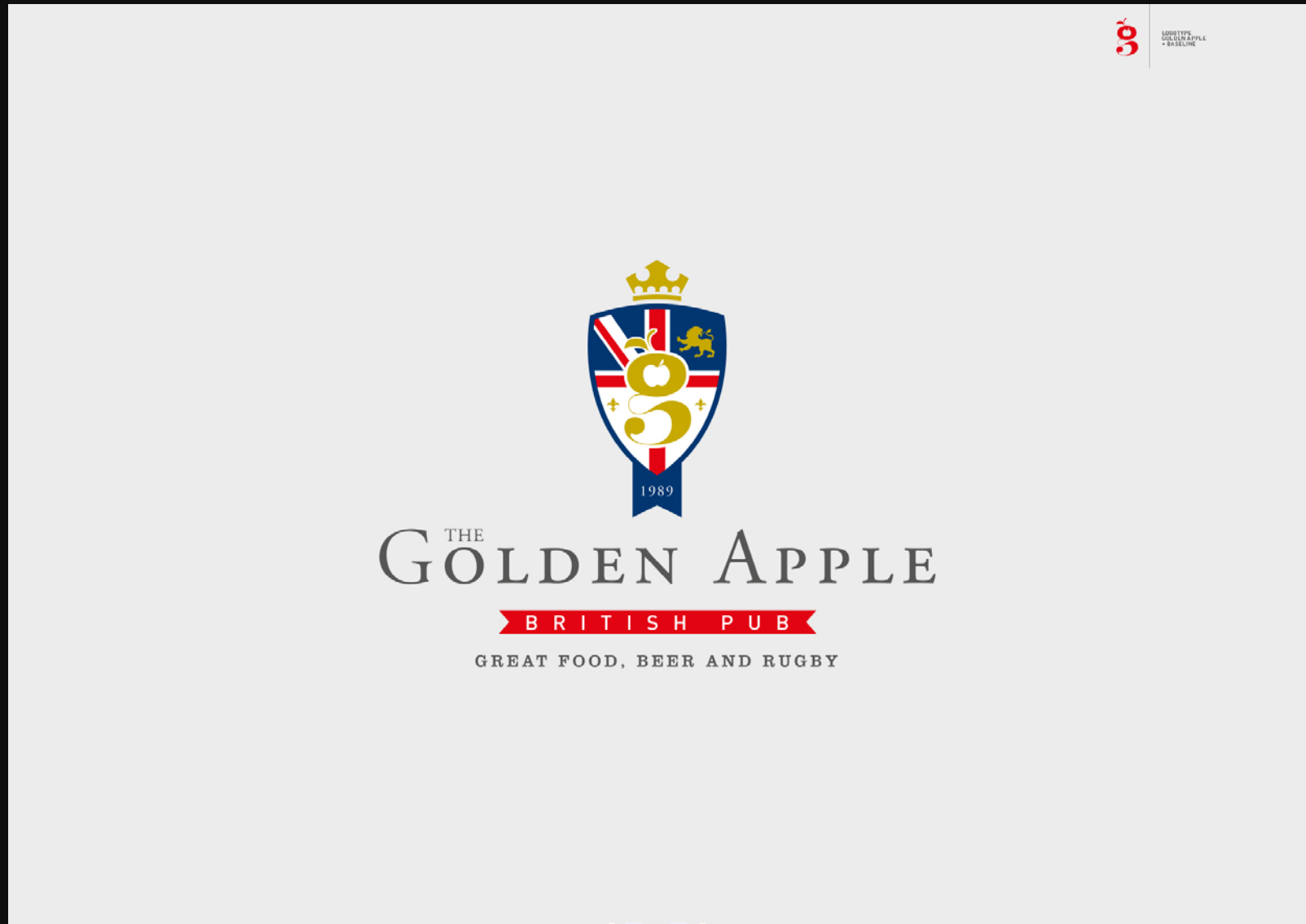
The Golden Apple Hostelería Logotipo e identidad corporativa

The Golden Apple, British Pub, diseño de logotipo e identidad corporativa

¡Tras diez años de vida en el barrio de Chartrons de Burdeos y una diligente presencia en la institución con mayúsculas del barrio, el famoso pub inglés THE GOLDEN APPLE, GraphikShaker ha firmado (por fin) la identidad visual del famoso establecimiento! Hemos arramplado con todo, la verdad. ¡BUENA COMIDA, CERVEZA Y WHISKY! (espera, no, quería decir ¡RUGBY!)

golden-apple.fr









< Volver al índice



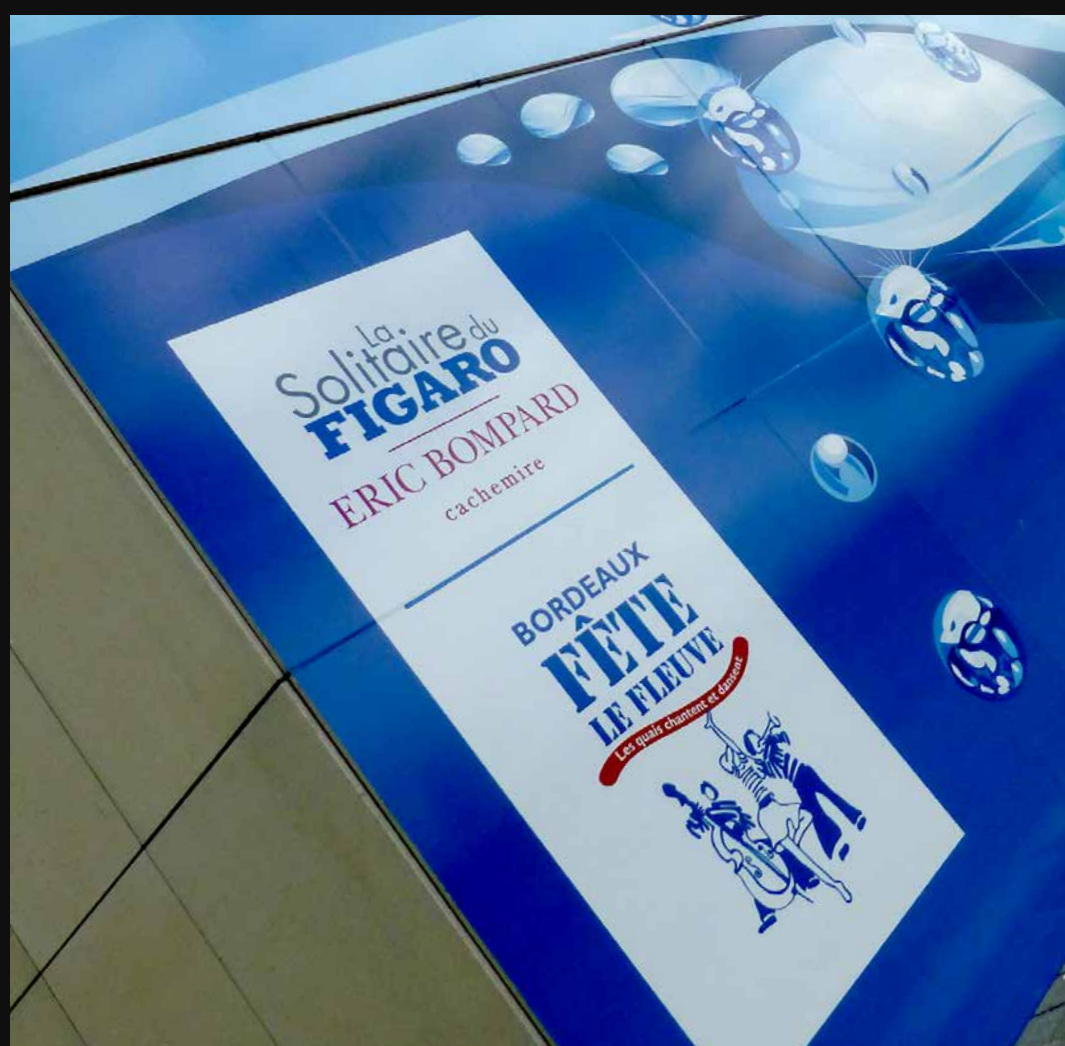
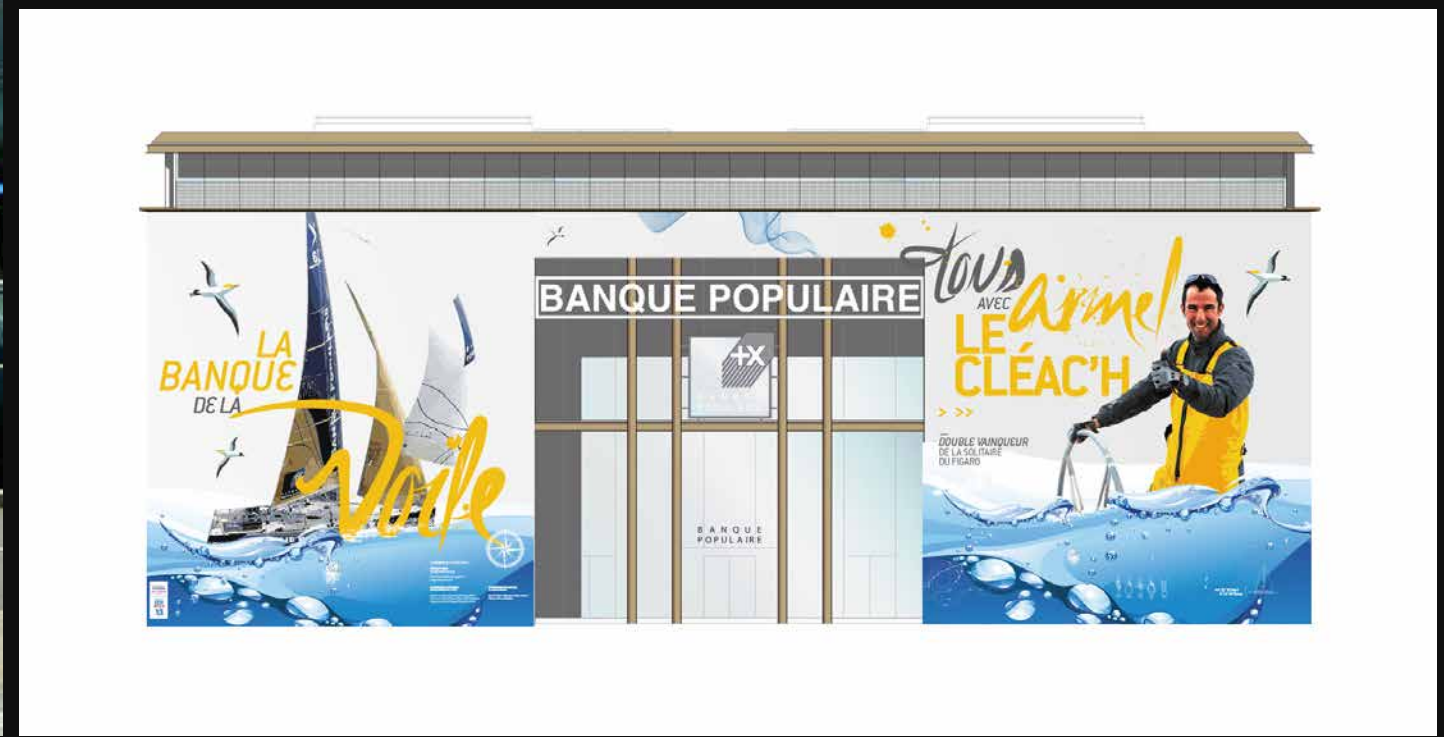
Banque Populaire Aquitaine Banco Ilustración Diseño mural

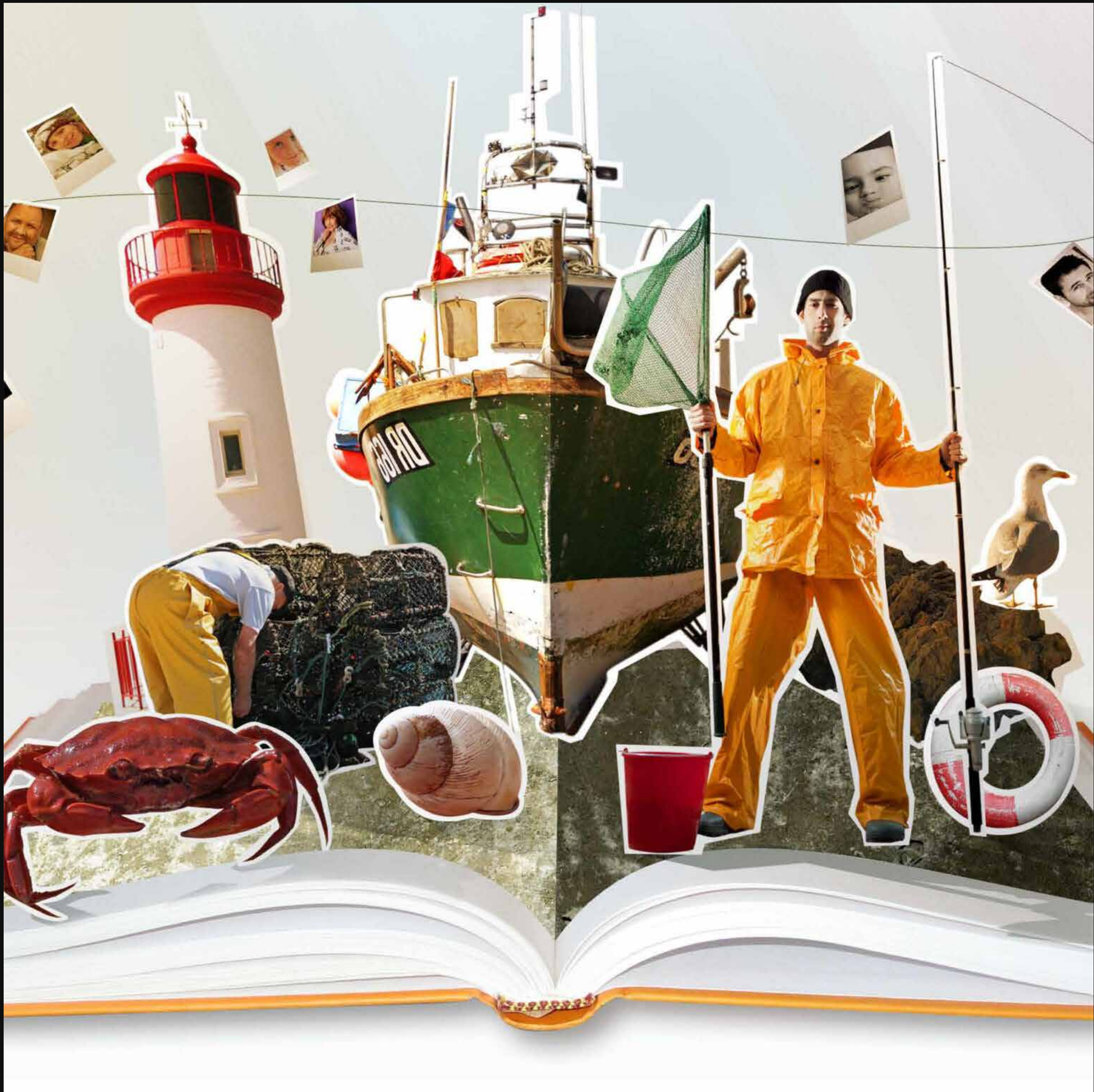
Banque Populaire Aquitaine, revestimiento de la fachada de su sede en Aquitania

Con motivo de la Fête du Fleuve (la Fiesta del río) en la ciudad de Burdeos y el inicio de la 44.^a edición de la Solitaire du Figaro Eric Bompard el 2 de junio de 2013, el Banque Populaire Aquitaine, socio del evento y patrocinador del regatista Armel Le Cléac'h, encargó a GraphikShaker el diseño del revestimiento visual de la fachada de su sede en Burdeos (500 m²).

voile.banquepopulaire.fr







< Volver al índice

france•tv

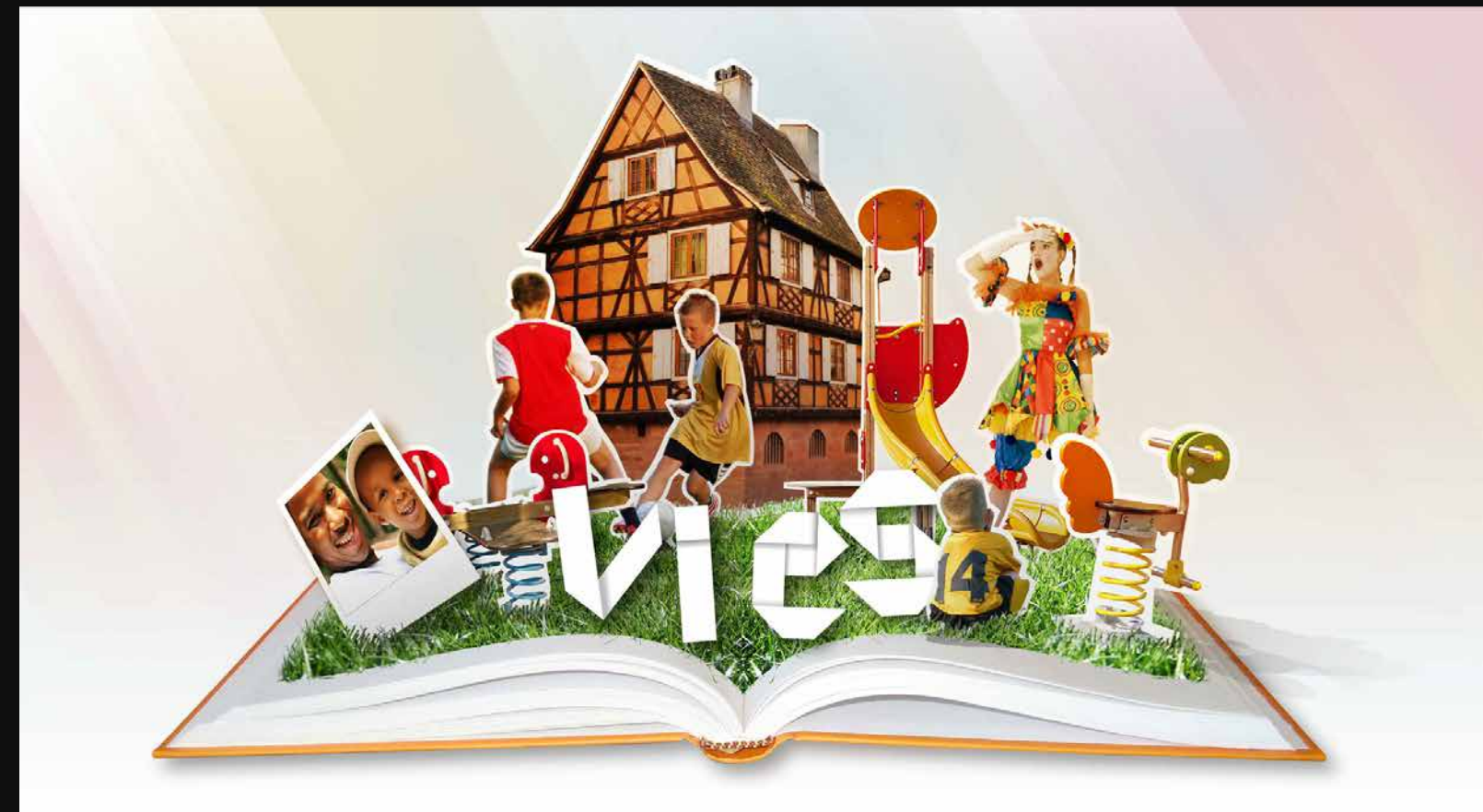
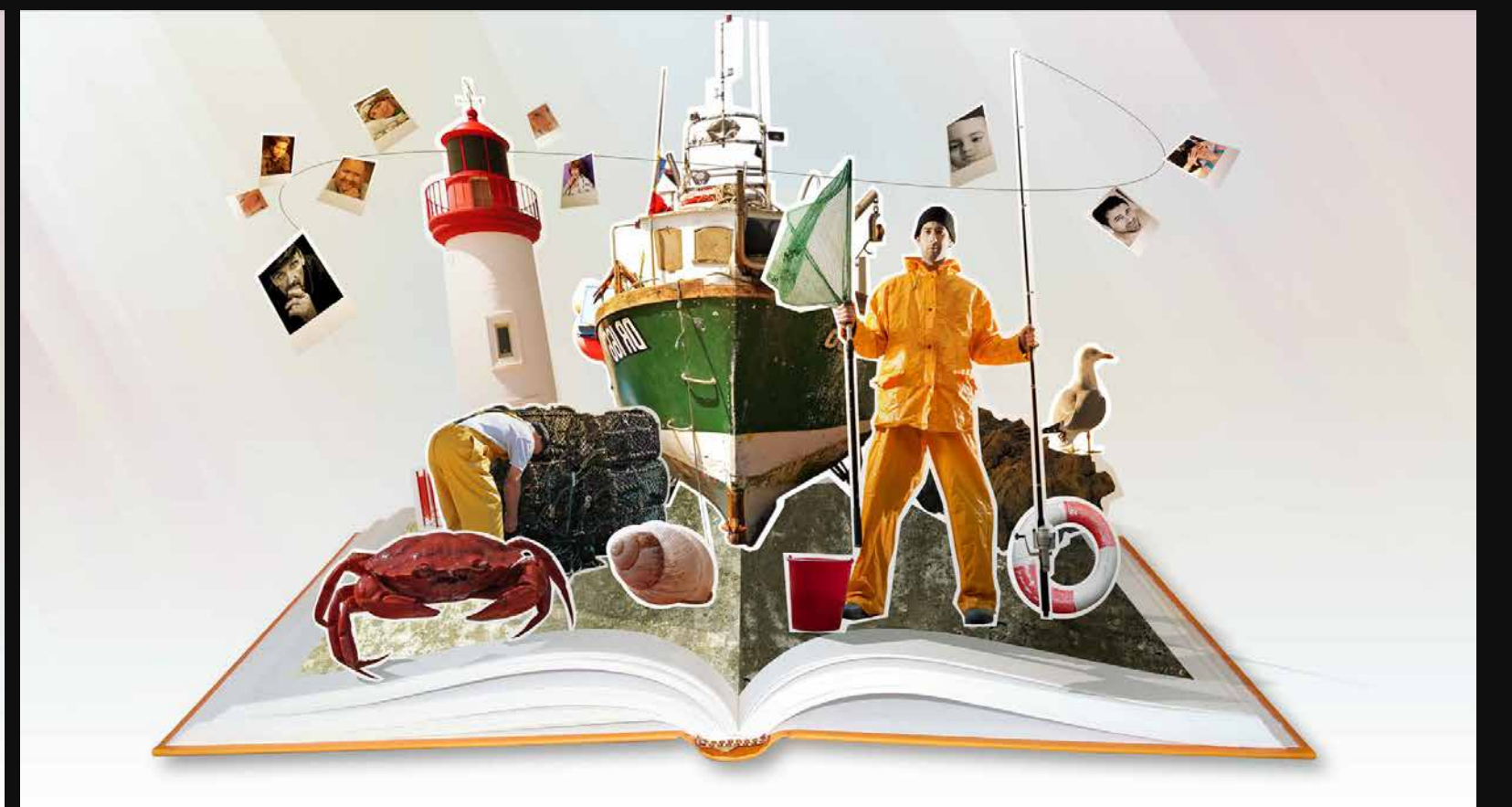
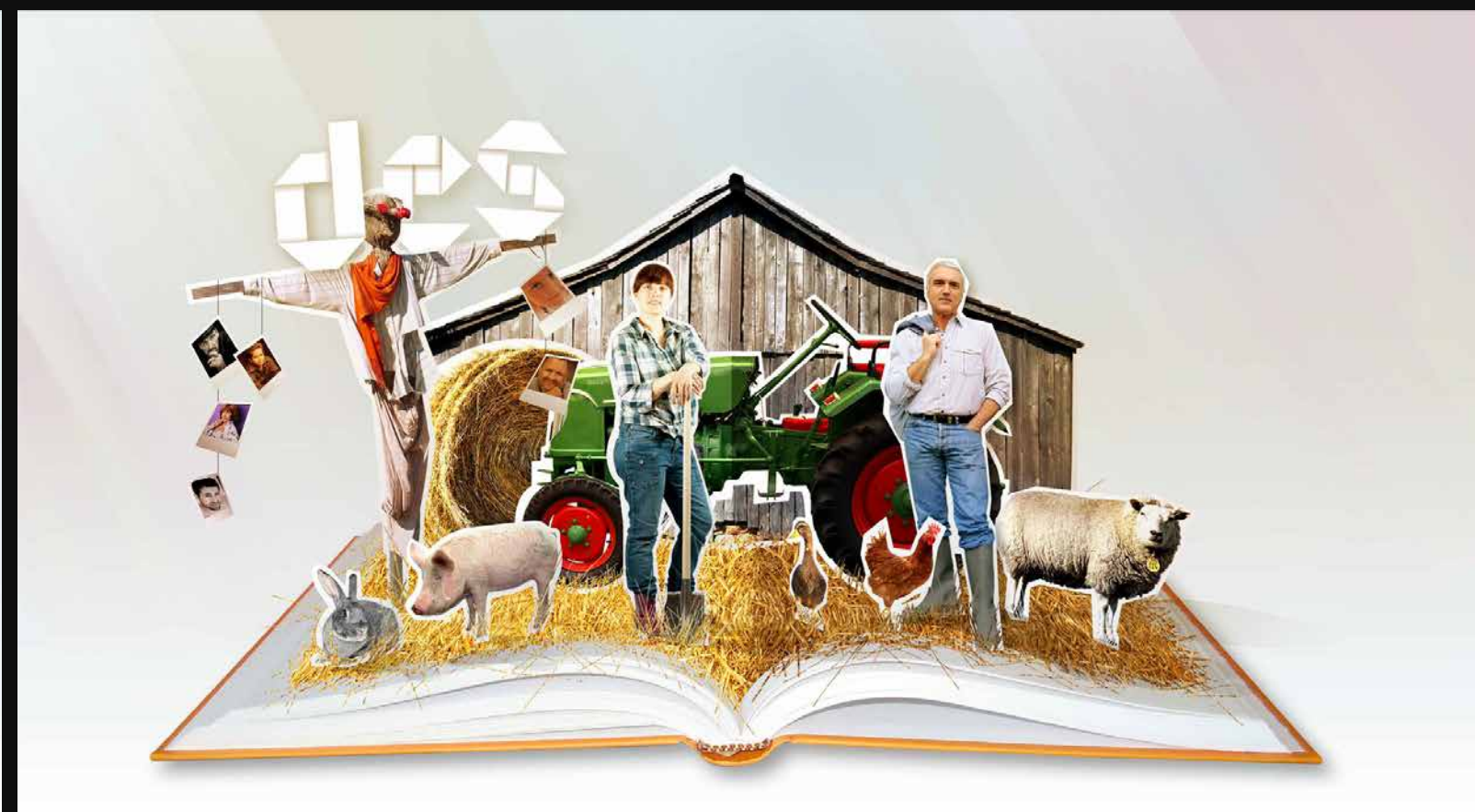
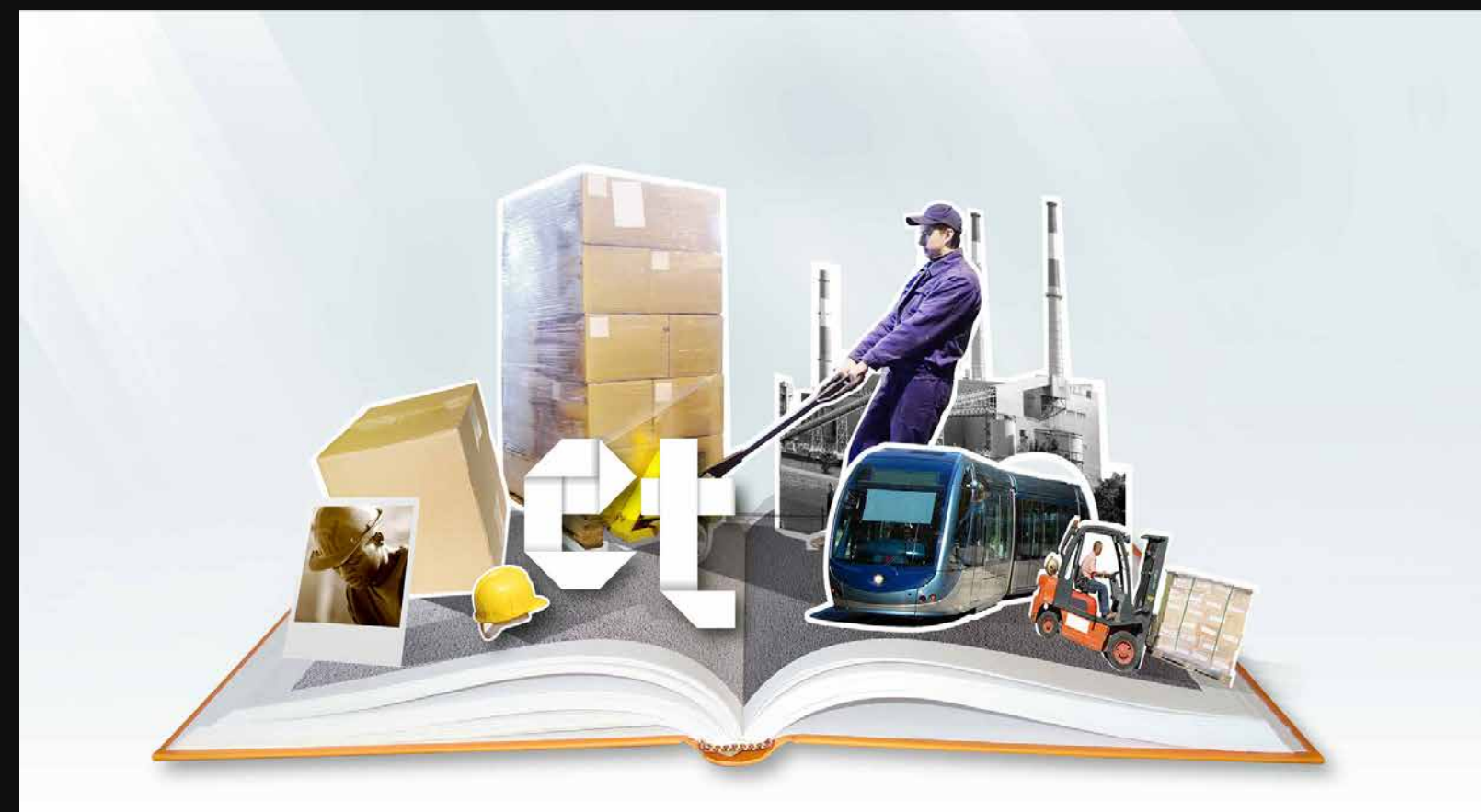
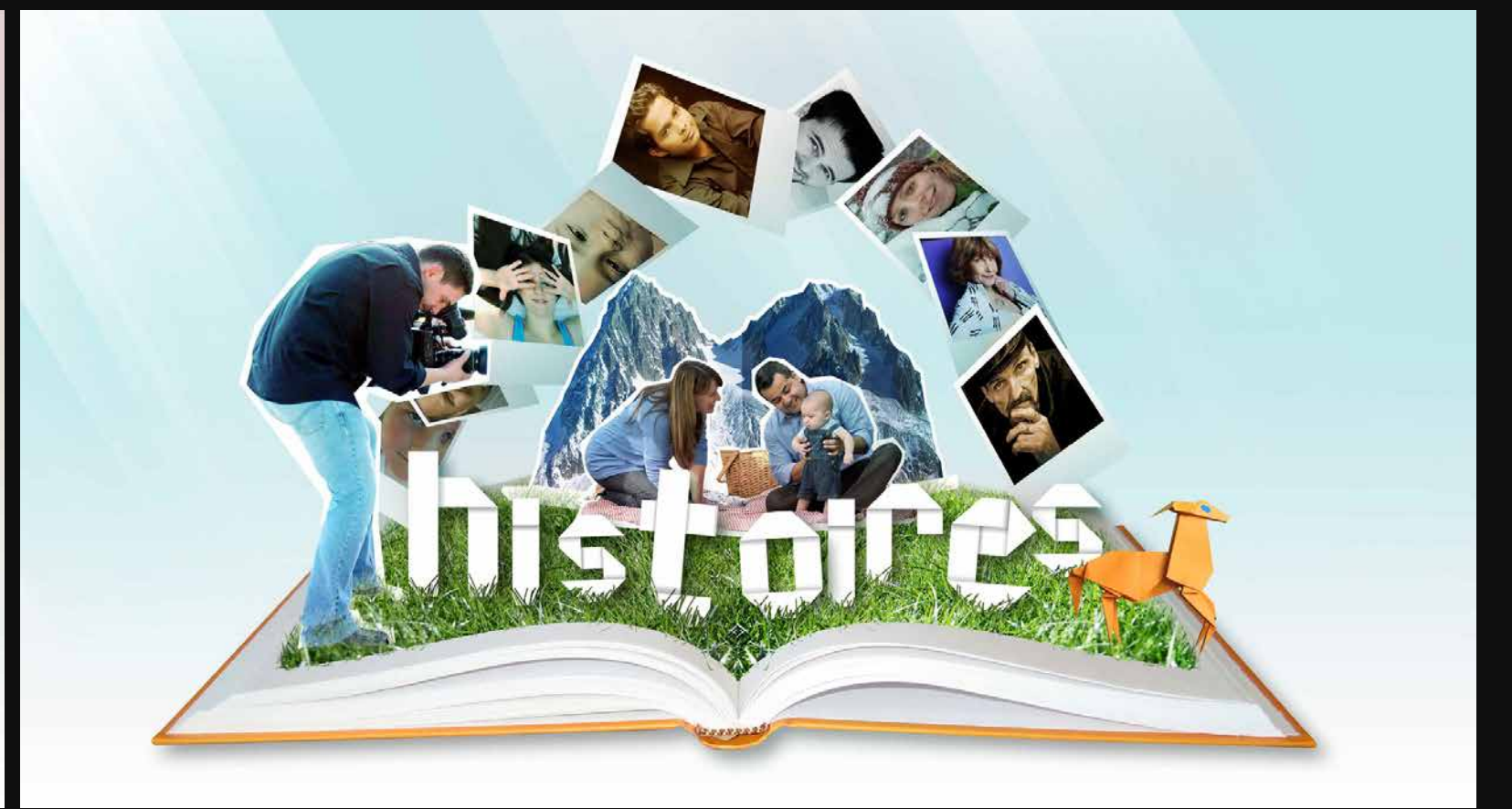
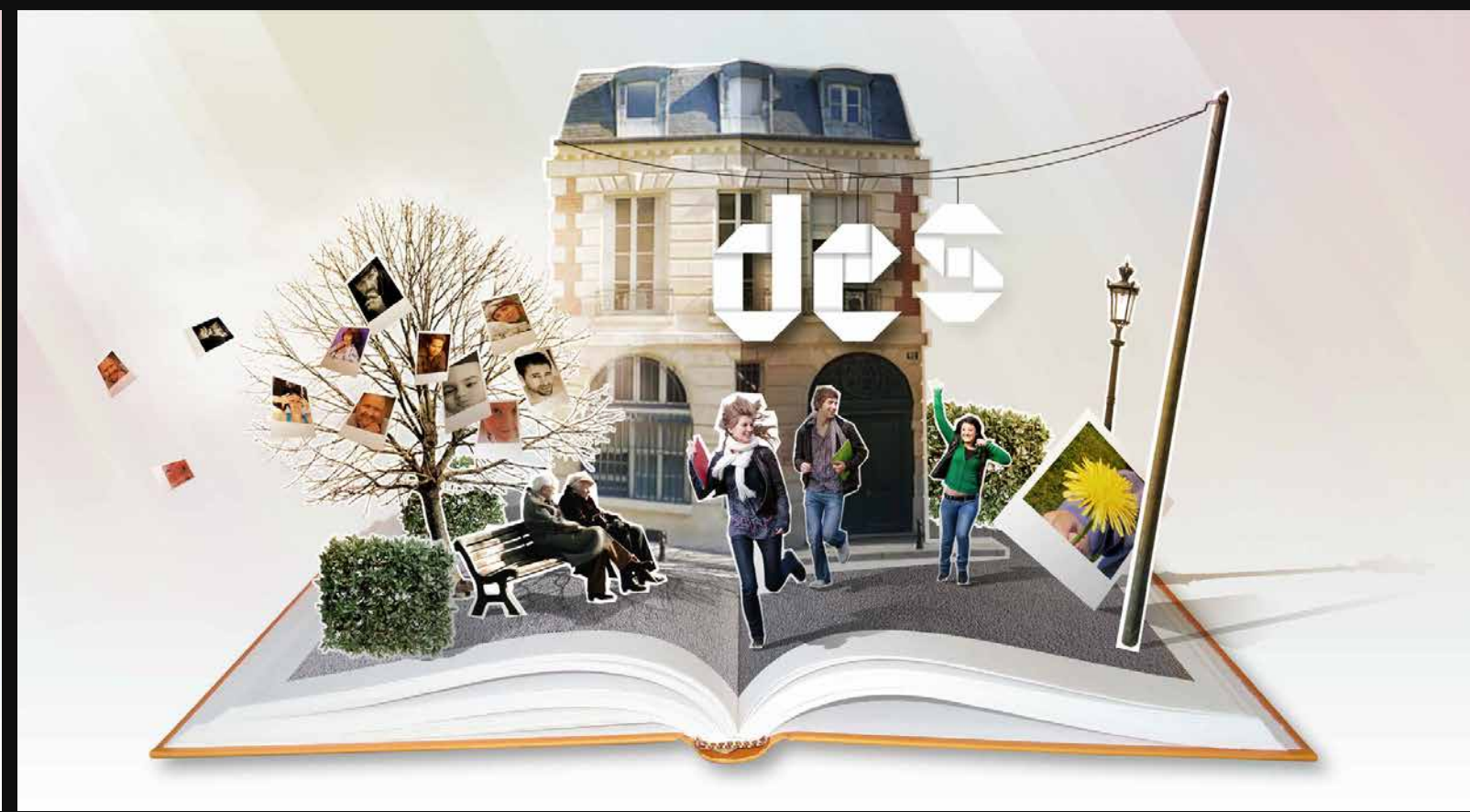
France TV Gráficos animados

France TV, cabecera principal para "Des histoires et des vies", motion graphics

En colaboración con Jean-François Orlac'h, GraphikShaker se encargó del grafismo de los títulos de crédito del programa "Des histoires et des vies" ("relatos y vidas") emitido en France 3. El programa comparte las experiencias y pasiones de hombres y mujeres de toda Francia.

france.tv

→ [ver el vídeo](#)





Next-U Escen Enseñanza superior Pegatinas

Escen, iconos y pegatinas

La Escuela Superior de Comercio y Economía Numérica (ESCEN) solicitó a GraphikShaker que diseñara un icono "ESCEN" para extender la identidad visual del centro, además de una serie de pegatinas. Este icono puede utilizarse en Internet, en aplicaciones para smartphones y tabletas, así como en aplicaciones de "merchandising".

escen.fr

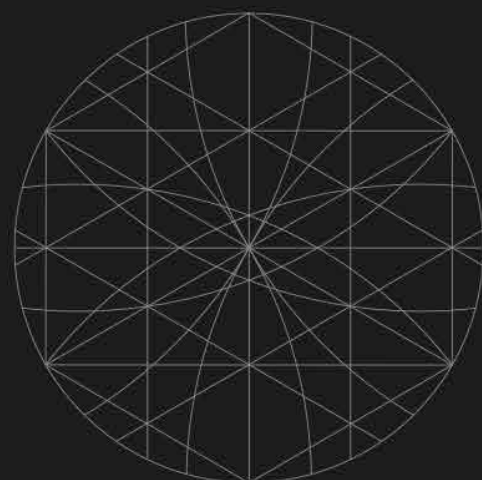


→ LE CODE
COULEUR



+

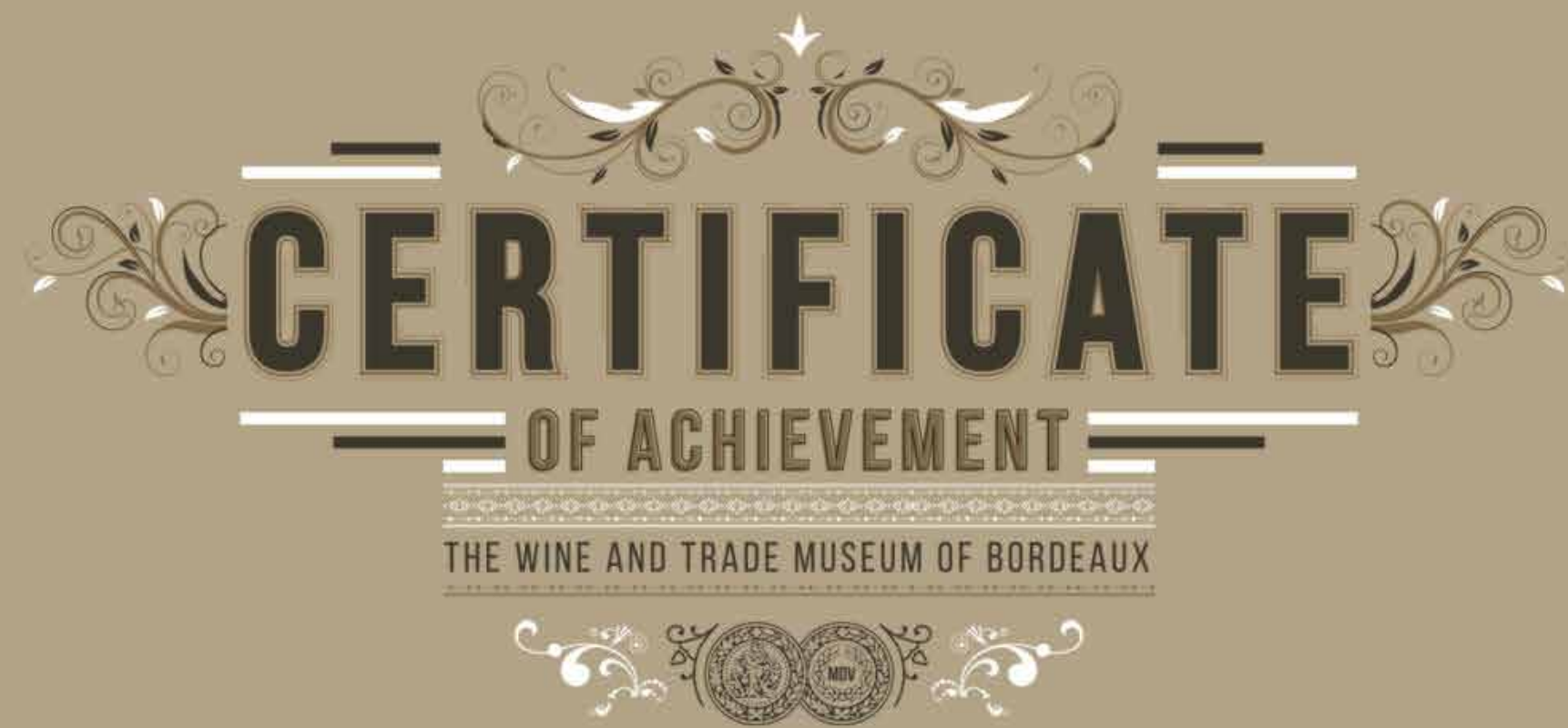
→ LA SPHÈRE, LE RÉSEAU,
LES CONNEXIONS, LES LIENS



+

→ LE E-COMMERCE





< [Volver al índice](#)



Museo del Vino y del Comercio de Burdeos **Vinos y licores** **Diseño editorial**

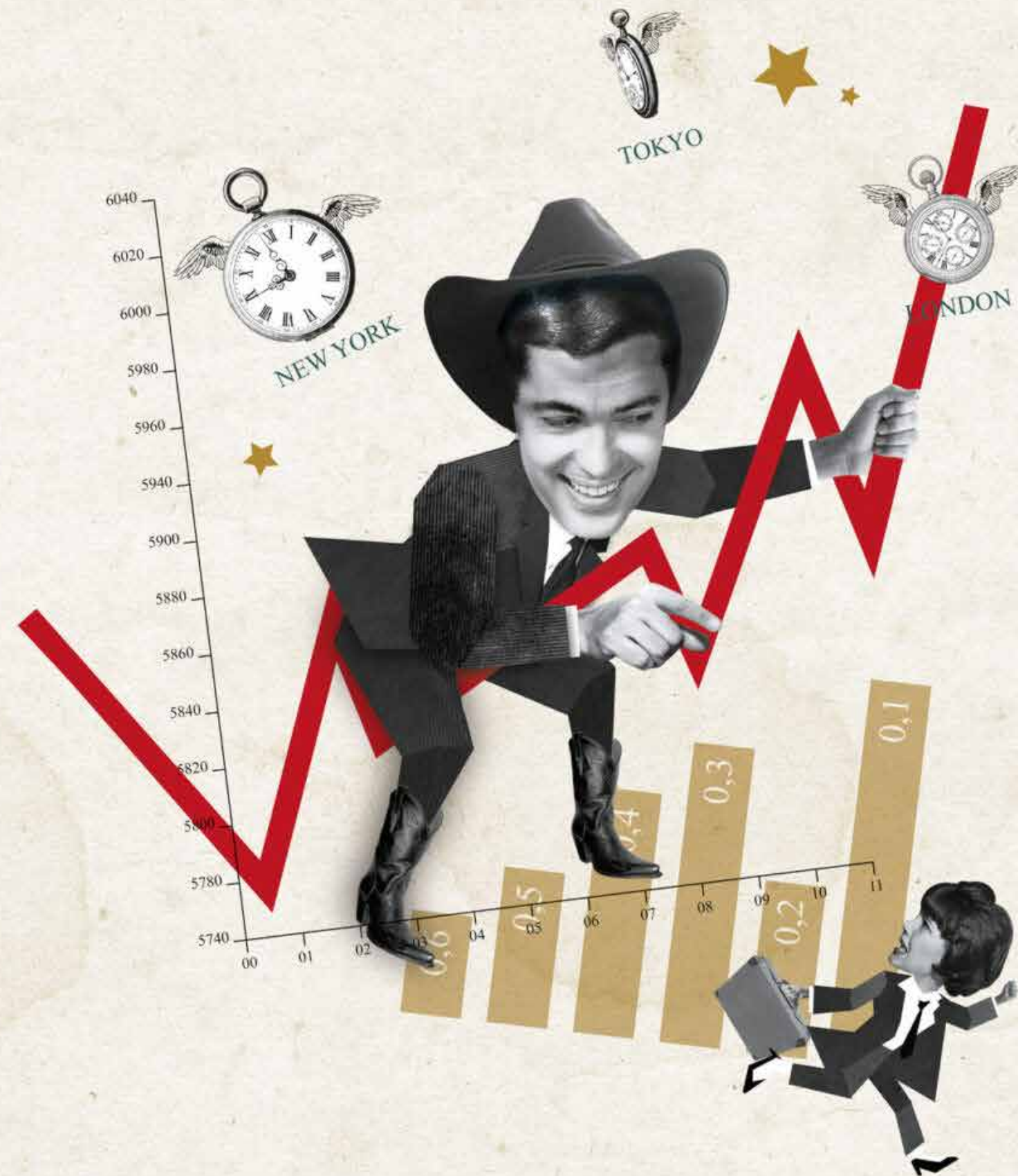
Musée du Vin et du Négoce de Burdeos, diseño del certificado de aprovechamiento expedido a estudiantes

El Musée du Vin et du Négoce de Burdeos recompensa a sus visitantes más meritorios entregándoles el diploma oficial del museo. Diploma diseñado por GraphikShaker, ¡quién si no! ;)

museeduvinbordeaux.com







< [Volver al índice](#)

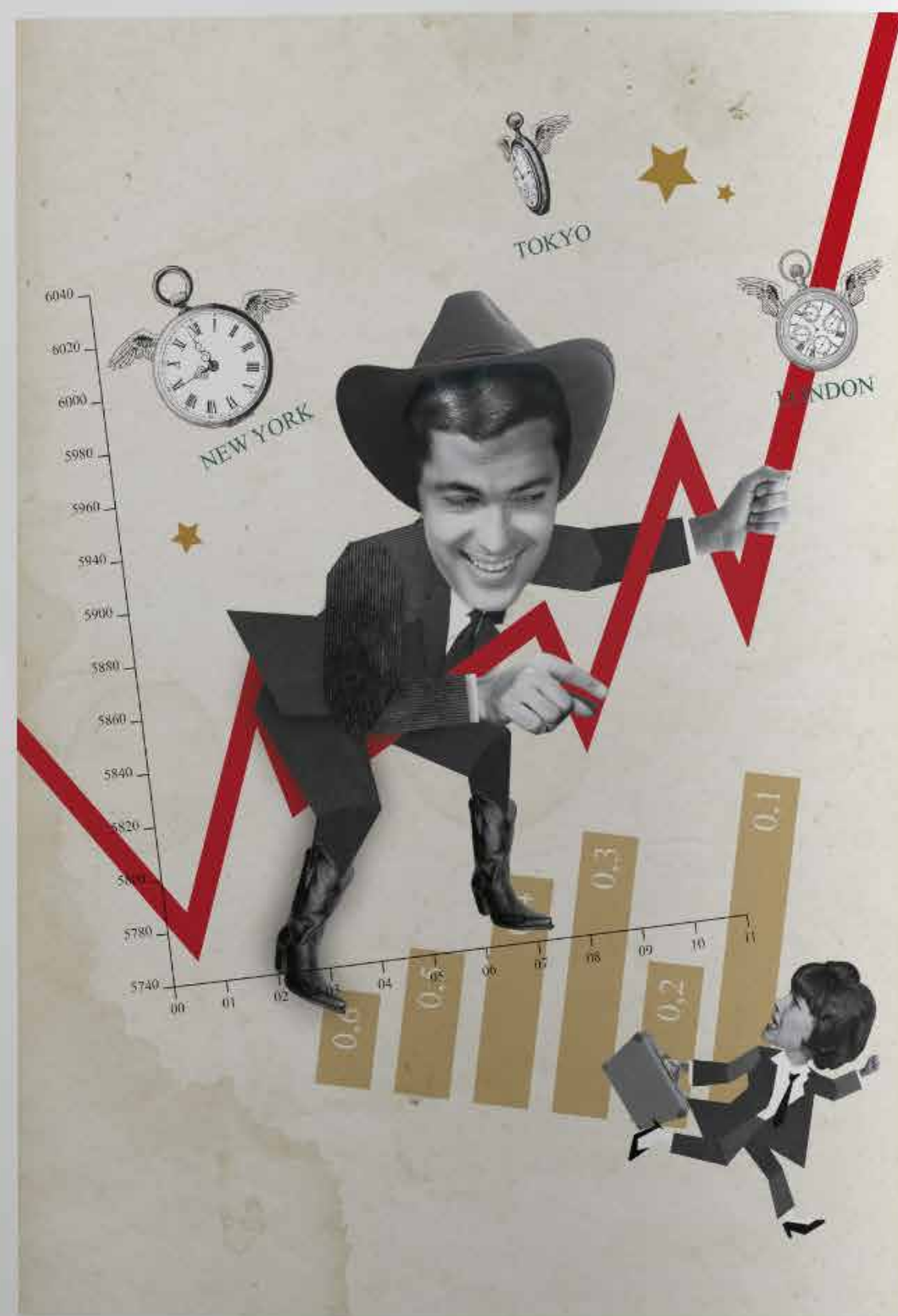


INSEEC Group ECE Burdeos Prensa Enseñanza superior Ilustración

ECE Burdeos, ilustración de prensa, "Questions d'éthique"

Ilustración de prensa sobre el tema "L'éthique en entreprise" ("La ética en la empresa") para una publicación de la escuela de negocios bordelesa ECE (Grupo INSEEC).





SPLIT 2 JANVIER 2008

Questions d' ETHIQUE

> UN SUJET TABOU <

Étant maintenant engagés dans une formation commerciale nous sommes arrivés à un stade où la question de la morale dans notre future profession devient un sujet d'interrogations.

Effectivement le commercial, rime souvent avec arnaqueur, c'est l'homme pour qui la fin justifie les moyens. Cet homme n'a aucun sentiment, aucune compassion. Son seul but est de vendre. Le profit, il l'a aura d'ailleurs aucun état d'âme à vendre une paire de lunettes à un aveugle. C'est avec en tête ces stéréotypes que nous avons voulu pousser plus loin notre réflexion. Nous en sommes donc arrivés à une question majeure : y a-t-il réellement une limite entre la morale et le business ?

Le plus frustrant dans cette affaire, et nous pesons nos mots, c'est l'incohérence constatée entre les idées mises en avant par la société et ce qui se passe concrètement. En effet, les recherches sur le phénomène « éthique et business » ont été fructueuses au travers de nombreux journaux. Cependant, en ce qui concerne les rencontres de professionnels qui auraient pu nous apporter beaucoup plus de précision et surtout nous auraient fait comprendre ce que ressentent les personnes impliquées dans de telles situations, les résultats ont été simplement très décevants. Le fait est que nous avons d'abord réussi à obtenir des rendez-vous avec des entreprises dans des positions spéciales du point de vue éthique. Mais puis nous précisons l'objectif de notre article, plus les portes se fermaient. Nous avons fait face à une réelle indisponibilité des professionnels, peut-être justifiée par le fait que le sujet occasionnait.

On nous explique que notre monde change, que la part de conscience et de responsabilité prend de l'ampleur, qu'il est nécessaire de se poser des questions d'ordre moral. Pourtant, notre impression la plus flagrante est que ce sujet reste et restera un « TABOU ». Personne ne veut nous rencontrer, et nous constatons que même les étudiants, les « jeunes » ne se sentent finalement pas concernés. Nous avons la preuve d'une hypocrisie généralisée : on cherche à se déculpabiliser des maux de la société (le travail des enfants, la fabrication d'armes...) En créant un idéal de pensée qui ne sera jamais concrétisé. Malgré tout ce que l'on peut entendre aujourd'hui, le constat est formel, le profit reste en tête, et efface toute forme de culpabilité.

Quelques REFLEXIONS cependant

Où s'arrête la morale dans les affaires, quelle est la limite à ne pas franchir ? La question d'éthique en affaire est ambiguë, floue. Prenons l'exemple des entreprises de défense ou celles vendant des armes. Elles sont considérées d'emblée comme immorales, comme étant un vecteur de mort, de guerre. Cependant, deux États possédant des armes de destruction massive réfléchiront à deux fois avant de jeter la première pierre. Ainsi donc, ne peut-on pas considérer ces armes comme un moyen efficace de dissuasion et donc le meilleur rempart contre la guerre ?

SPLIT 3 JANVIER 2008





< [Volver al índice](#)

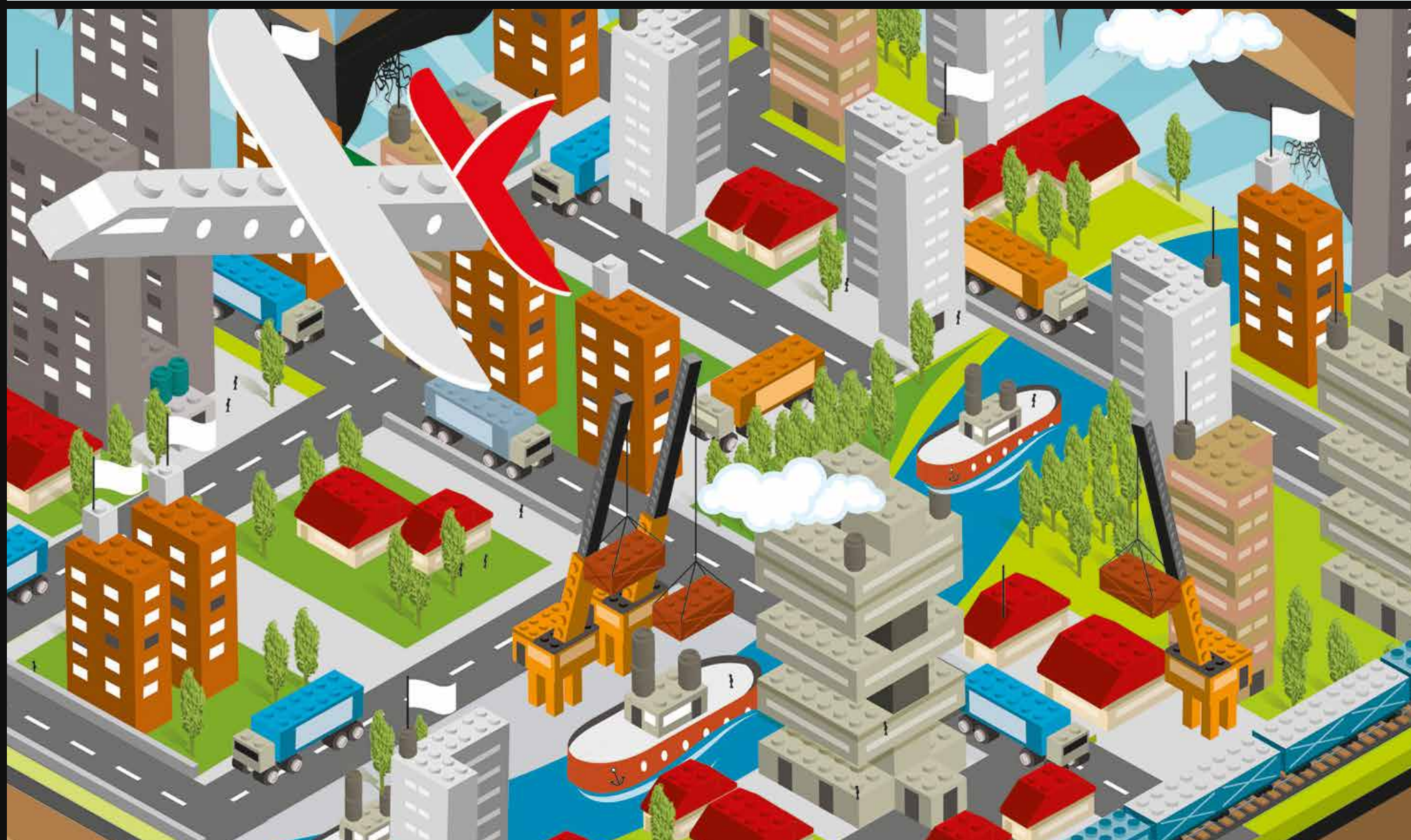
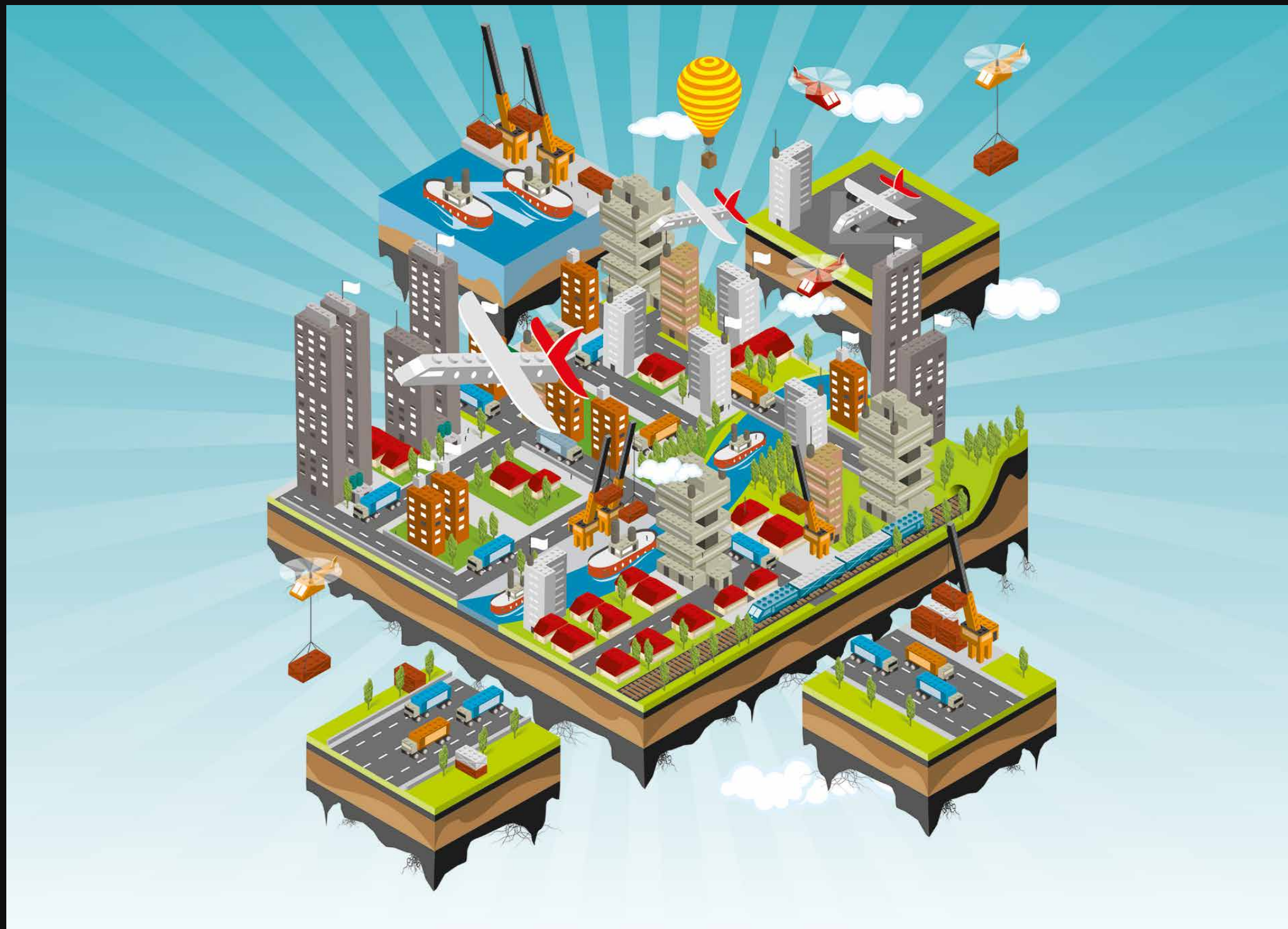


INSEEC Group ECE Burdeos Enseñanza superior Evento Cartel Ilustración

ECE Burdeos, Export Success Stories, cartel del evento

Diseño del cartel para la comunicación del evento "Export Success Stories" organizado por la ECE de Burdeos (Grupo INSEEC), con la exportación como tema principal.

→

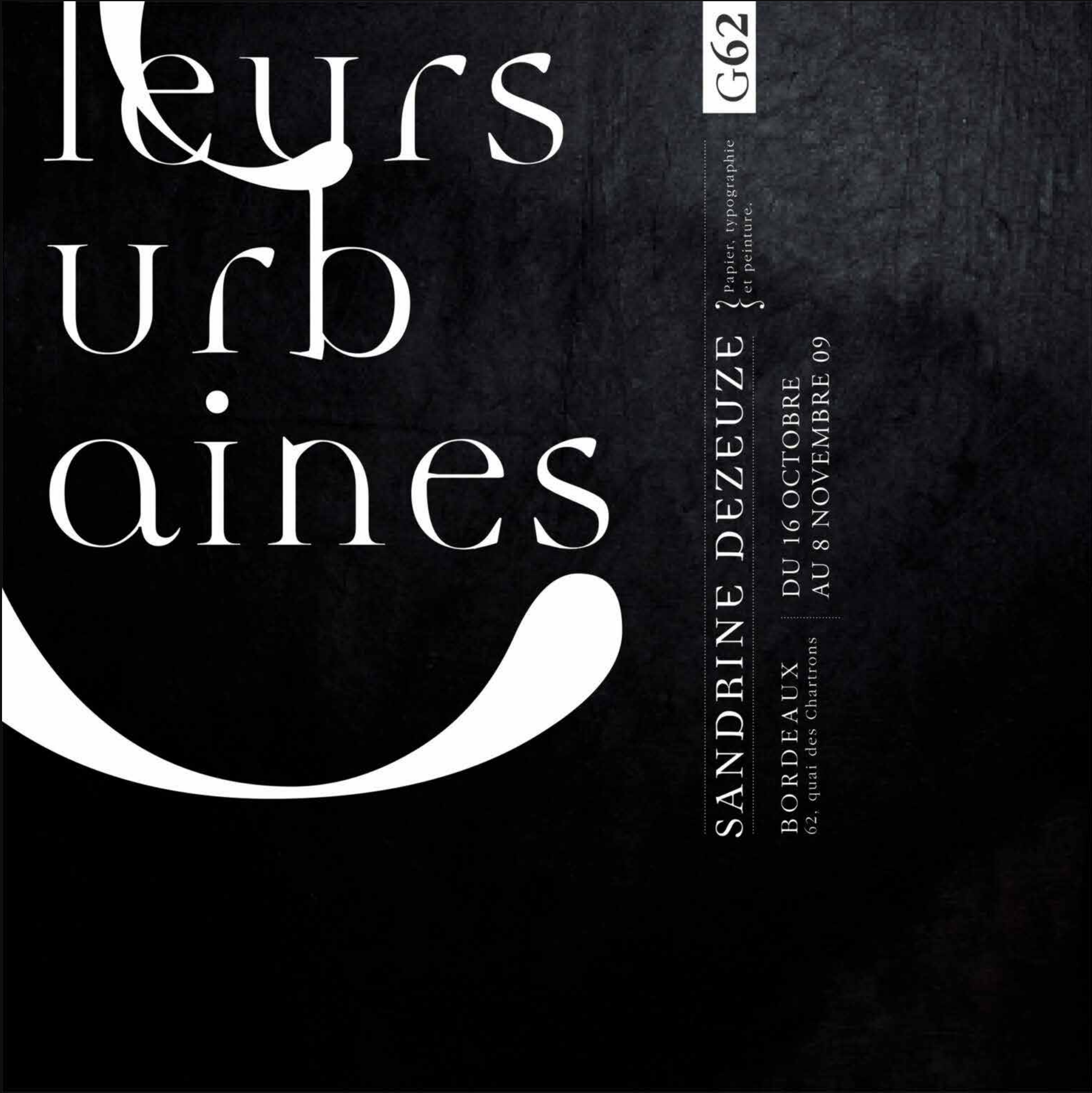


ECE
École de Commerce Européenne
BORDEAUX - LYON
INSEEC

Export Success stories

L'École de Commerce Européenne ECE vous invite le :
JEUDI 18 DÉCEMBRE 2008 À 18H00
 à la soirée :
« ECE EXPORT SUCCESS STORIES »
 au **SEEKO'O HOTEL**
 54, quai de Bacalan
 33300 BORDEAUX

MEDEF



[← Volver al índice](#)

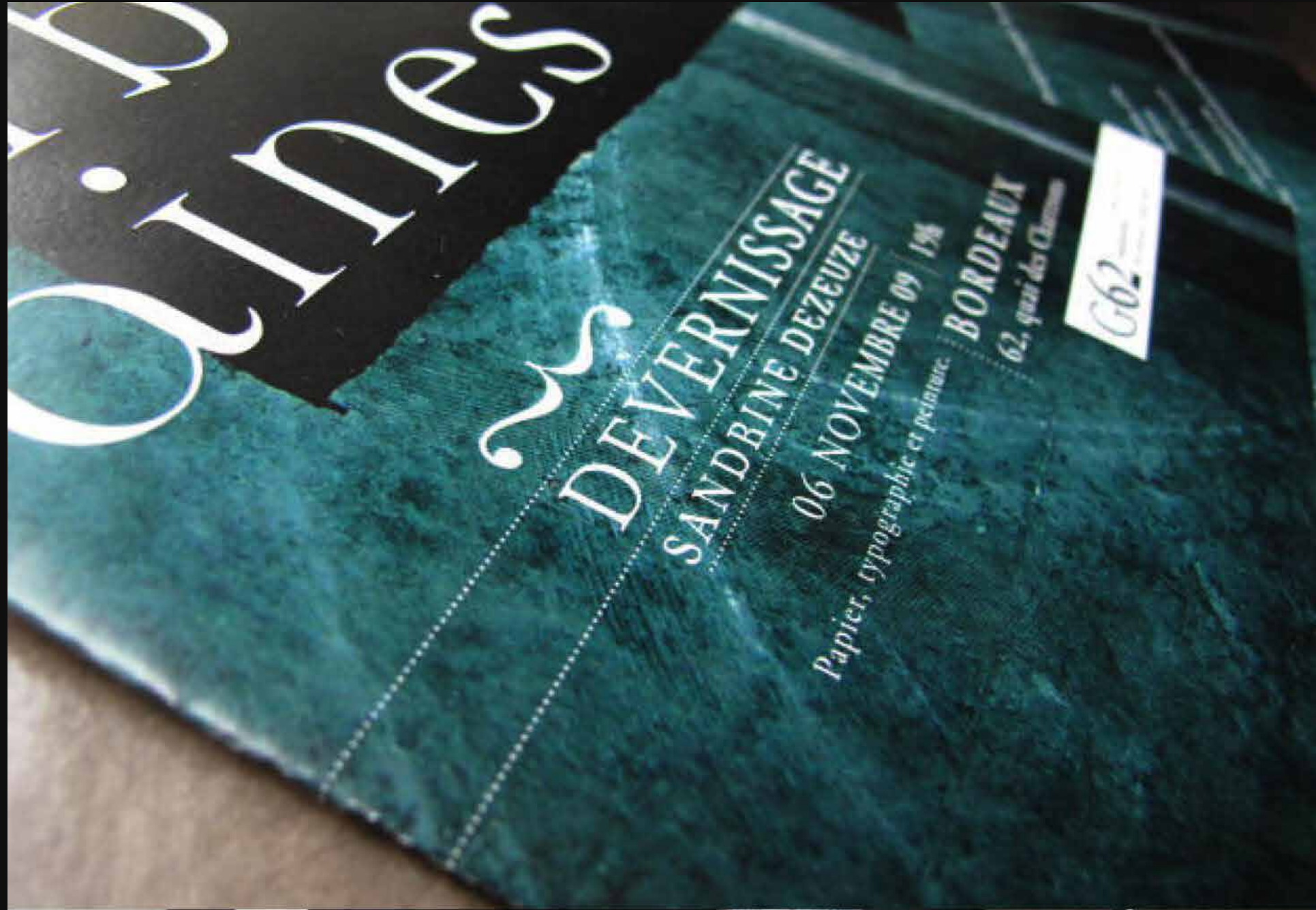


Sandrine Dezeuze **Arte visual** **Diseño expositivo** **Cultural** **Evento** **Cartel**

Artista Sandrine Dezeuze, cartel de la exposición en Galerie 62

Realizamos la invitación y el cartel para la exposición de Sandrine Dezeuze, en la Galerie 62, Quai des Chartrons en Burdeos. Esperamos con impaciencia la próxima exposición. ¡Hasta la próxima aventura gráfica (quizá con nosotros, quién sabe)!







< [Volver al índice](#)

137

france•tv

France TV · Deporte · Gráficos animados

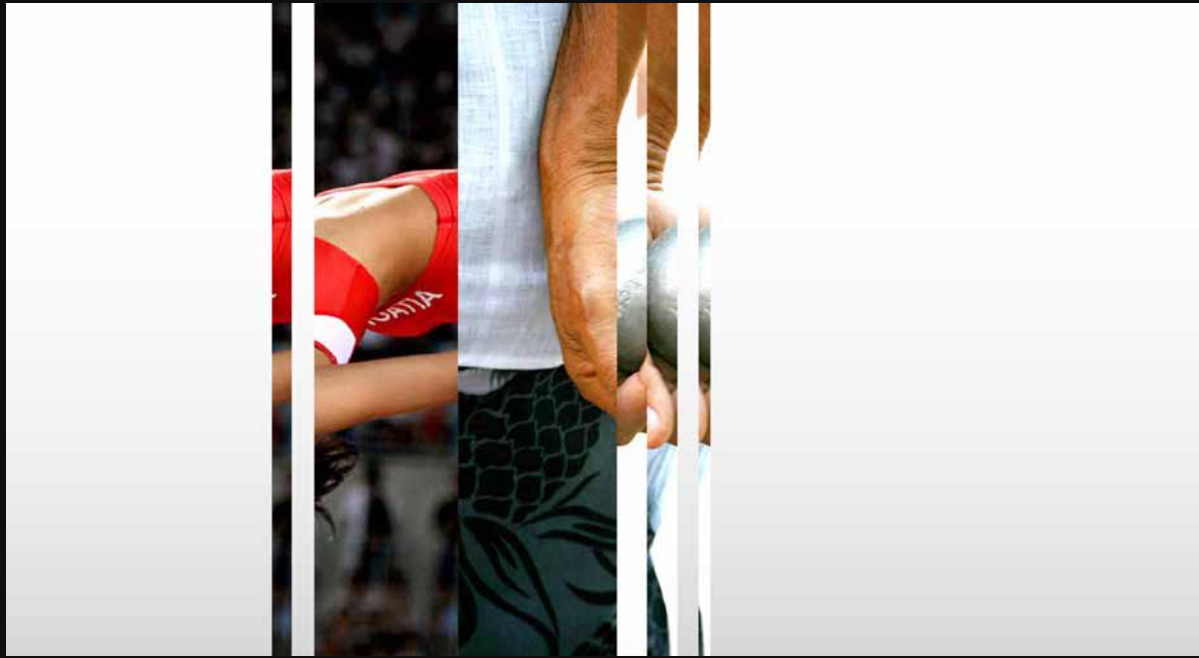
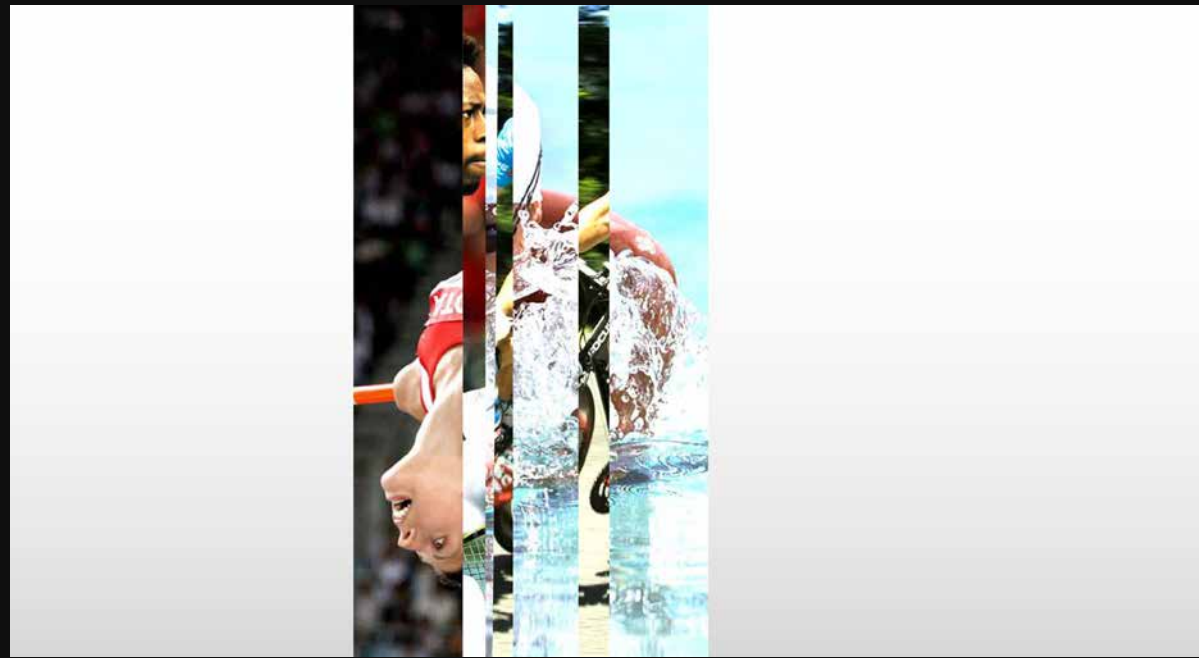
France TV, programación deportiva durante el verano, motion graphics

Acabamos de entregar a France Télévision el clip de cabecera del programa deportivo de France 3. Un trabajo realizado siempre de la mano de Jean-François Orlac'h para lograr un acabado excepcional.

¡Cuidado con las agujetas!

france.tv

→ [ver el vídeo](#)



Desde 2009, nuestro trabajo ha servido a las necesidades de:



Desde 2009, nuestro trabajo ha servido a las necesidades de:



Y muchos más.....

GraphikShaker

DesignStudio since 2009

[El Porfolio](#)

Contáctenos!

España

Calle Andorra 1, 5B

18009 Granada

De lunes a viernes, 9:00 a 20:00

Tel. +34 618 437 709

Francia

59, avenue John Fitzgerald Kennedy

33150 Cenon

De lunes a viernes, de 9:00 à 1900

Tel. +33 (0) 6 24 59 89 61

Contacto comercial

info@graphik-shaker.com

Web

www.graphik-shaker.com

Información jurídica:

NIF: Y7973919V

Nº de IVA intracomunitario: ESY7973919V

Actividad económica: 7410

(actividades de diseño especializado)

