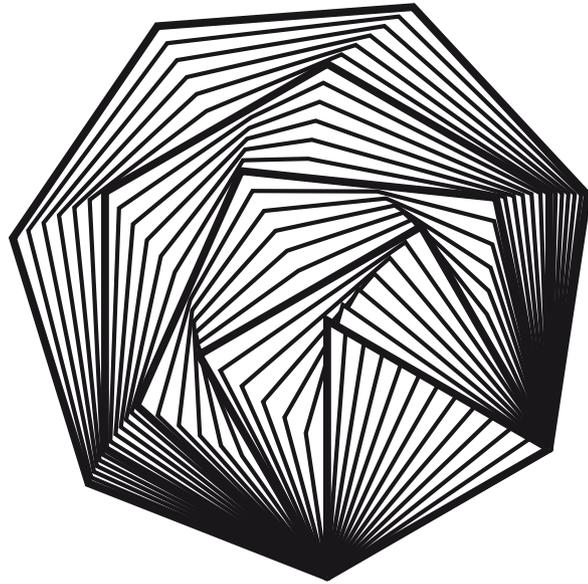


# *Scribe*

**SCRIBE** - 2013 - *Création du nom, du logo, utilisation d'une typographie existante.*

En Egypte antique le Scribe était celui qui écrivait et dessinait pour les autres. L'écriture étant à base de hiéroglyphes, les deux ne faisaient qu'un. Aujourd'hui Scribe est un prestataire de rédaction variée (lettres, présentations marketing, slogans, noms) et de création d'identité visuelle (logos). Les compétences combinées en écriture et en graphisme chez une même personne renforcent la cohérence générale du discours.

Le logo Scribe représente à la fois un œil, une bouche, et la communication qui les traverse. La forme minimale semble plutôt un ideogramme qu'un logo. Le placement du signe dans la continuité du mot Scribe renforce cette impression qu'il est en une traduction directe. Écrire, dessiner, traduire les idées en texte et en signes, voilà bien le travail du Scribe depuis des millénaires. Le nom est écrit dans la typographie Times, un classique qui traverse les époques.



# SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DE RECHERCHE EN MUSIQUE

**SQRM - 2017 -** *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.*

La structure du logo est à la fois simple et complexe, versatile et homogène, stable et animée, dans un équilibre entre ordre et chaos, entre créativité et rigueur... Comme la musique. Même en aplat de couleur unie, cette trame génère de la richesse et des nuances. Le déploiement des lignes dans une logique concentrique évoque la propagation des ondes sonores dans l'espace, la communication, le réseau qui s'étend, la communauté qui grandit. La superposition des formes en 2 dimensions crée une sensation de volume 3D. Cette mutation dimensionnelle façonne une esthétique résolument moderne à l'ensemble et exprime l'ambition, l'exploration et l'expérimentation : recherche et avant-garde. Les lignes épaisses sont les polygones triangle, carré, pentagone, hexagone, heptagone : ils expriment une progression efficace et une harmonie dans la polyphonie et la diversité.

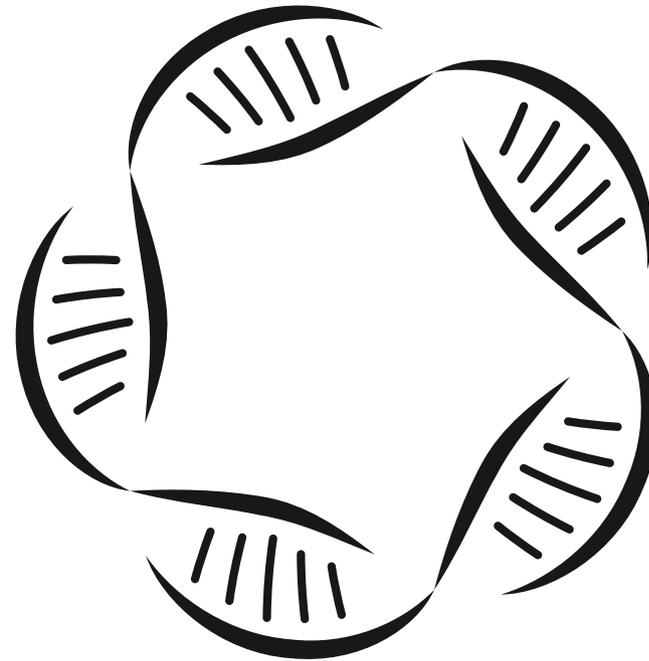
## BIODIVNET

2009

*Création logo, Utilisation  
de typographie existante.*

Biodiv-Net est une ONG qui a pour objectif le développement et la mise en oeuvre de réseaux sociaux, d'échanges et de transferts des informations sur la biodiversité et les services écosystémiques, en utilisant les nouvelles technologies d'information et de communication.

Le logo représente un brin d'ADN, symbole universel de la biodiversité, qui dessine une boucle pour exprimer les réseaux d'informations.



# BiodivNet



# *Copernicea*

**COPERNICEA - 2017 - *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.***

Copernicea est une coopération scientifique et technique permettant de développer de nouveaux indicateurs dans le cadre d'une comptabilité écosystémique, biophysique et socioéconomique en Afrique. Le logo est fait de 3 formes périphériques jaune bleue et marron qui représentent les données et leur traitement. Les formes se croisent et la superposition des couleurs forme une apostrophe verte, qui représente le continent africain et la synthèse des données. La virgule jaune représente les ressources en énergie, le soleil, l'information, le développement. L'emphase est mise sur la zone géographique initiale du projet (Sahara-Sahel). La forme est également une lettre C pour Copernicea, ouvrant le logo, l'intention. La flèche bleue représente les ressources en eau, l'intelligence, la projection et le conseil. Le diamant marron représente les ressources en bio-carbone, l'extrusion et la collecte des données. L'apostrophe verte représente le recouplement des données, la synthèse, la promesse d'abondance, elle forme le continent africain de façon stylisée, le territoire, le contexte global du projet.



Ancien Logo



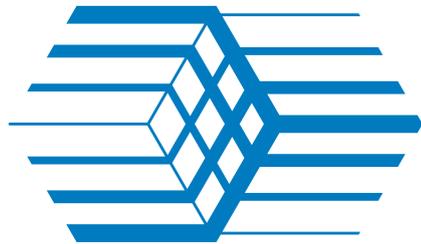
# Brioude Internet

**BRIOUDE INTERNET - brioude-internet.fr 2010 - Création de logo / Utilisation de typographie existante.** Brioude Internet est une agence de référencement Internet.

Les carrés concentriques rouges sont l'expression de l'expertise technique de Brioude Internet, la fiabilité et la rigueur de ses outils de référencement, la justesse des analyses et la pertinence des stratégies mises en œuvre.

Le cercle rayonnant orange symbolise la diffusion de l'information, les réseaux sociaux, la diversité de la clientèle, la capacité de Brioude Internet à s'y adapter, et le retour sur investissement (fleur, soleil).

La boucle «infini» incarne le dialogue entre Brioude Internet et ses clients, le suivi permanent, la répétition du processus de référencement et la souplesse requise dans le monde très changeant d'internet.



BLUEFREE

**BLUEFREE** - 2016 - *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.*

Les rayons forment suivent la forme du prisme qu'ils traversent. Les rayons épais ressortent moins nombreux, les rayons fins plus ressortent plus nombreux qu'à l'entrée, symbolisant l'action du filtre anti rayons-bleus.



**K PRODUCTION** - 2014 - *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.*

K Production offre des services complets de production vidéo, du tournage à la réalisation. Le logo représente une lettre K multicolore autour du triangle rouge symbolisant le bouton de lecture vidéo. Le graphisme est compact, comme le nom, pour évoquer la qualité du travail et l'impact des réalisations. Les couleurs rappellent la synthèse de la lumière et l'univers ludique de la vidéo.



# fragrance.me

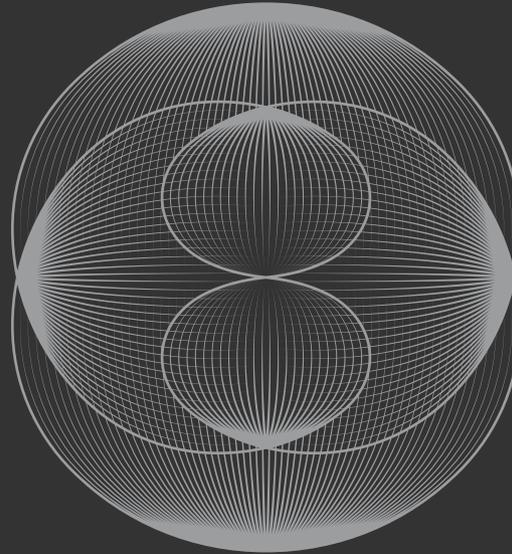
*Éprouvez l'alchimie*



icône de l'application

**FRAGRANCES.ME - 2018** - *Création du logo et du slogan, utilisation d'une typographie existante.*

Fragrance.me établit un profil olfactif pour chaque client via une application mobile et propose tous les mois une sélection personnalisée de parfums. Les courbes du logo évoquent les volutes de parfum, la boucle continue connote la succession des sélections, l'affinement du profil olfactif personnalisé et l'expertise des parfums. Les couleurs reflètent la variété des senteurs et le cycle des saisons, elles évoquent la modernité de l'interface de l'application mobile. La typographie élégante souligne l'intemporalité et le raffinement caractéristiques de l'univers du parfum.



UNANIMA

**UNANIMA** - 2017 - *Création du nom et de la typographie.*

Unanima a pour vocation de diffuser, étendre et approfondir le champ de science transversal appelé «Discernologie», qui se rapporte aux différentes intelligences de discernement et aux structures sémantiques sur lesquelles se façonnent les perceptions du monde, les croyances, les mentalités et les opinions. Le logo Unanima est inspiré par les structure des discernements perceptifs : on distingue 3 échelles de perceptions superposées les unes dans les autres, séparées chacune en deux parties symétriques représentant les perceptions polarisées dans l'espace ou dans le temps. Le tout est une forme qui s'apparente à un cosmos ou à une planète. La boucle qui délimite le logo et ses parties est une seule ligne continue, elle représente l'univers global qui transcende la subjectivité des perceptions.

**1D**  
SPATIAL  
VALEURS  
intensités, importances

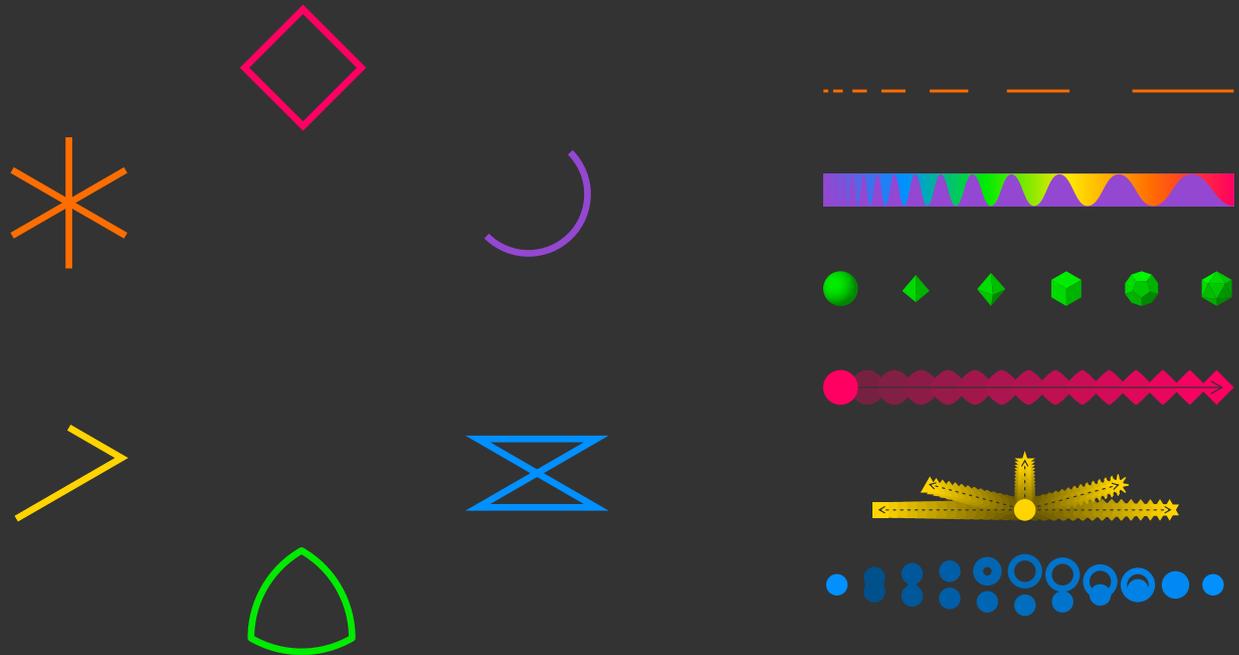
**2D**  
SPATIAL  
SENSATIONS  
aspects, apparences, émotions

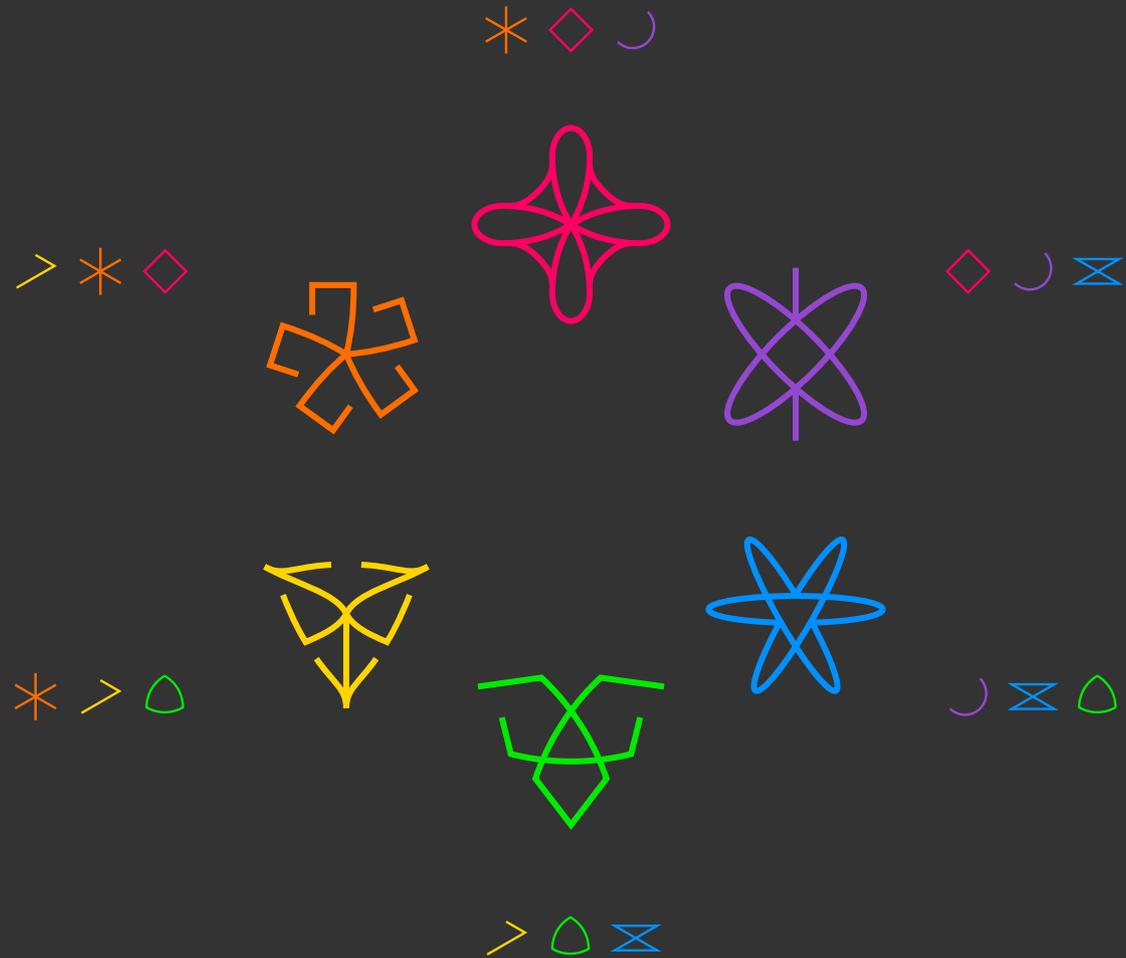
**3D**  
SPATIAL  
CONFIGURATIONS  
êtres, objets, caractères

**4D**  
TEMPOREL  
TRANSITIONS  
actions, états, statuts, possessions

**5D**  
TEMPOREL  
RELATIONS  
potentiels, probabilités

**6D**  
TEMPOREL  
PRINCIPES  
processus, concepts, fonctions

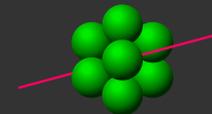




4D - TRANSITIONS  
BON TEMPOREL



le BON  
MATIÈRE / INSTINCT



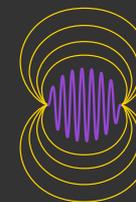
3D - CONFIGURATIONS  
BON SPATIAL



5D - RELATIONS  
BEAU TEMPOREL



le BEAU  
VIBRATIONS / ÉMOTIONNEL



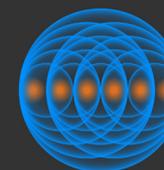
2D - SENSATIONS  
BEAU SPATIAL



6D - PRINCIPES  
VRAI TEMPOREL

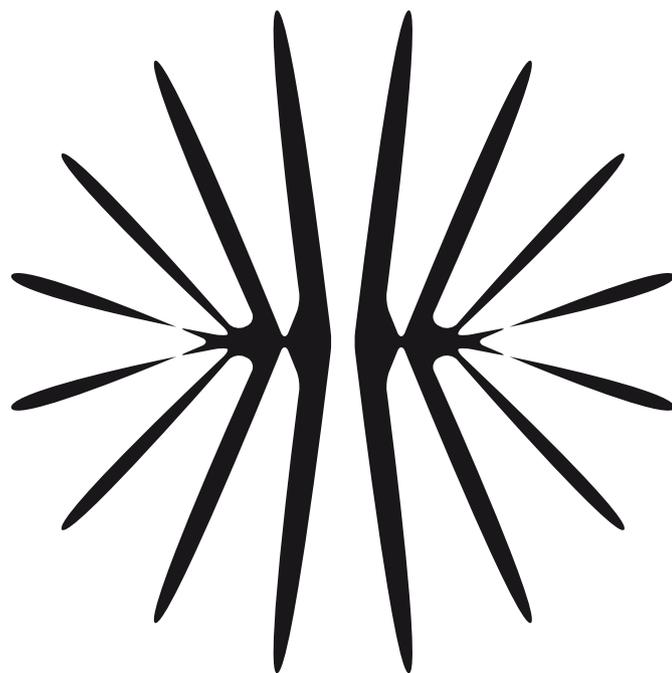


le VRAI  
QUANTA / MENTAL



1D - VALEURS  
VRAI SPATIAL





PARASITE

## LA MARQUE PARASITE

*2002 - Création logo*

*2009 - Création nouvelle typo.*

Parasite dessine des accessoires d'avant garde, exclusifs, soignés et près du corps. Par la maîtrise du design, des technologies et de la qualité de fabrication, Parasite crée des produits haut de gamme, intelligents et novateurs : Ils sont légers, souples, adaptables, confortables, protecteurs, performants et solides. Porter Parasite c'est entrer dans une relation de symbiose avec l'objet au travers d'une ergonomie subtile, un confort exclusif et un style authentique. Le logo Parasite exprime l'ensemble de ces aspects.

PARASITE SYMBIOSIS

**GAMME PARASITE SYMBIOSIS : 2010 - *Création typographie.***

Les lunettes Symbios sont des montures «vivantes» fines et légères qui s'adaptent à la morphologie du visage pour un confort optimal. Elles semblent se fondre sur le visage, elles sont le produit originel de la marque Parasite, et elles en portent les cellules souches. La typographie évoque l'aspect vivant avec des ajouts de traits comme les branches supplémentaires des lunettes Parasite Stereo.



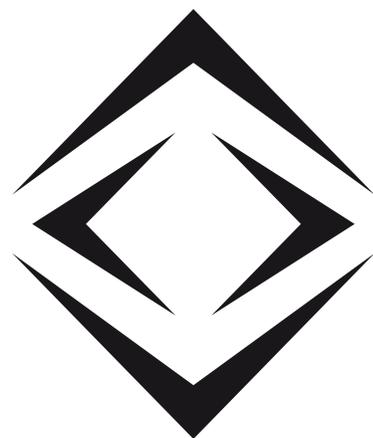
**GAMME PARASITE SCANNERS : 2010 - *Création Logos et typographie.***

Les lunettes Scanners sont des montures rigides moins enveloppantes et symbiotiques que les modèles exclusifs de la marque. Un nom et un logo spécifiques s'imposaient pour décliner l'esprit technologique de Parasite dans un style plus conventionnel, rétro futuriste, avec une typographie inspirée par les jeux vidéo des années 80 et 90.



**GAMME PARASITE SHIELDS - ACCESSOIRES DE PROTECTION : 2009 - *Création Logo et typographie.***

Les pixels rouges forment les yeux d'un visage protégé par deux arceaux de protection fait de pixels bleus. L'ensemble comme une tête de robot évoque le design technologique des masques de ski Parasite.



**OVERLUX**  
*POLARIZED*

**OVERLUX - VERRES SOLAIRES POLARISANTS : 2009 - *Création logo, modification de typo existante.***

Les verres polarisants intègrent un film dont l'alignement moléculaire filtre les rayons polarisés (chargés électriquement) réfléchis par les surfaces transparentes (pare-brise, surface de l'eau). En filtrant ces rayons concentrés et éblouissants, les verres polarisants permettent de voir à travers des zones apparemment saturées de reflets, d'où le nom Overlux, «au delà de la lumière». Le logo est constitué par les directions horizontales piégés dans les directions verticales, le tout formant le O de Overlux dans un design exprimant la performance et le haut de gamme.



**STAMINE - VERRES SOLAIRES STANDARD : 2009 - *Création logo et typographie «Stamine».***

L'objectif du logo et du nom Stamine sont d'exprimer la fiabilité de ces verres : solidité, protection solaire et qualité de fabrication. Les lignes obliques évoquent les rayons du soleil filtrés par les lignes horizontales symbolisant le matériau polycarbonate. La forme de prisme de l'ensemble exprime la solidité par l'évocation du diamant. Un rayon de lumière traverse le prisme pour former le S de Stamine.



**SYMPHOTON - VERRES SOLAIRES PHOTOCHROMIQUES : 2009 - *Création logo, utilisation de typo existante.***

Les verres photochromiques sont constitués de cellules qui se pigmentent en fonction de la luminosité ambiante. Le logo représente à la fois les photons de lumière et les cellules qui se gorgent de pigments, formant la lettre S de Symphoton. La souplesse de l'ensemble évoque la polyvalence des verres photochromiques.

MADE IN FRANCE

**SIGNATURE MADE IN FRANCE :** 2011 - *Création typographie.*

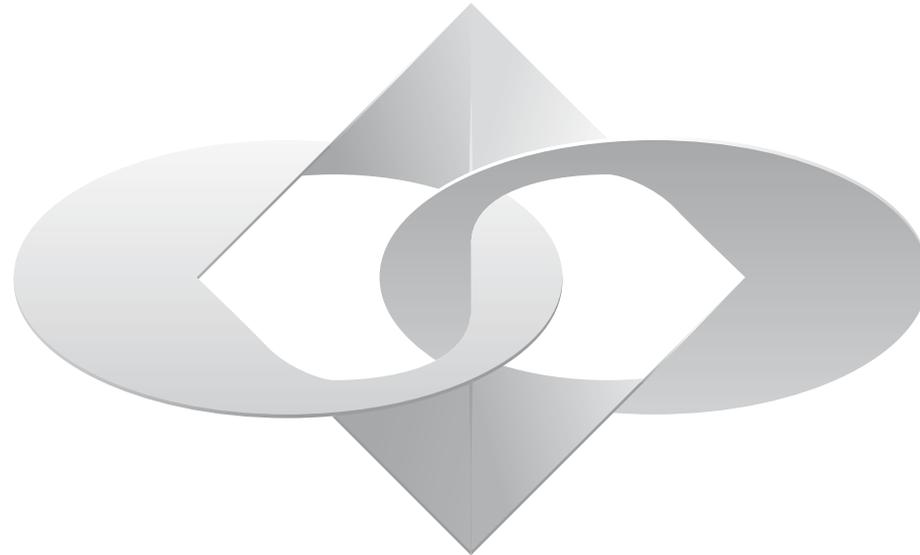
En utilisant une typographie qui lui ressemble pour signaler son origine française, Parasite met en avant ses valeurs communes avec le Made In France : Les lettrages semblent dessinés au laser pour évoquer innovation, technologie et qualité.



**PINA YOGA** - 2015 - *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.*

L'empathie de la professeure Pina est en parfaite adéquation avec le Hatha Yoga, une école centrée sur l'être intérieur, la connaissance de soi et le respect des limites, plutôt que sur la culture physique. Le logo est à la fois un cœur symbolisant l'empathie et une plante évoquant la relaxation. C'est aussi un buste tout en équilibre dont les mouvements externes se croisent à l'intérieur, tout en douceur, vers la conscience de soi et l'apaisement de l'esprit. Les lettrages semblent dessiner des postures de Yoga.

# YOGA ASANAS



**YOGA ASANAS** - 2011 - *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.*

Quand les élèves pratiquent les postures de Yoga (ou Asanas), le mental est concentré sur l'action de la posture et les mouvements de la respiration. À mesure que le mental s'unit au corps et au souffle, les pratiquants atteignent un état méditatif. La méthode Iyengar® met particulièrement l'accent sur le développement de la force, de l'endurance et de l'alignement correct du corps. Le logo est inspiré par une sculpture évoquant l'état de méditation (carré, vide) atteint par l'équilibre des forces atteint dans la posture (ovales en interaction).

## GRANDIR NATURE

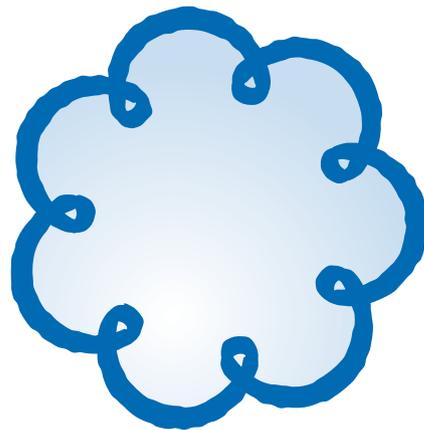
2015

*Création logo, Utilisation  
de typographie existante.*

Alexandre est professeur de Reiki. Pour le logo Grandir Nature il voulait évoquer l'humain, la nature, l'énergie universelle de vie, la spiritualité, qui sont autant d'aspects fondamentaux de l'art du Reiki. Il imaginait l'image d'un humain qui serait en même temps le tronc d'un arbre, sur fond de ciel étoilé. J'ai synthétisé la scène : l'humain-tronc d'arbre est bien là, les feuilles de l'arbre sont en même temps une étoile et un champ d'énergie, dans un dispositif équilibré et rayonnant. Les couleurs évoquent la nature et la vitalité. Le nom forme un carré sous le symbole circulaire, comme un socle solide sur lequel s'appuyer pour s'élever spirituellement. La typographie épurée et le choix des caractères bas-de-casse expriment l'humilité, la proximité et le professionnalisme.



grandir  
nature  
soins & ateliers  
énergétiques



# L'HÉBERGÉ



**L'HÉBERGÉ - Fromages et yaourt de brebis fermiers biologiques.** 2003 - *Création de typographie / Utilisation de typographie existante.*

La forme du logo évoque à la fois la laine des brebis, l'onctuosité et la fraîcheur d'un nuage de lait, La typographie indique l'origine fermière des produits.

ESSENGO

Officière de la Fête  
**Sergent ANNETTE**





**LE PETIT THÉÂTRE INTERNATIONAL - 2012 -** *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.*

Comédien, marionnettiste et mime se mêlent dans ses représentations sur scène et en vidéo, c'est un acteur multi-facettes, une compagnie à lui seul.

Le logo est un personnage dessiné comme un idéogramme. Il symbolise l'expression corporelle, quand le corps écrit. Son attitude exaltée annonce les mots «Le Petit Théâtre International». La danse des lettres majuscules répond au logo comme autant d'histoires à raconter. Elles s'étalent en escaliers telles les marches d'un théâtre. L'opposition entre «Petit» et «International» se traduit graphiquement dans le contraste entre le personnage (sa forme stellaire et son mouvement ascendant sont promesses de succès) et le style manuel de l'ensemble du dispositif évoquant une structure artisanale.

mon petit plus

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz & ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789



**ECO SAPIENS - eco-sapiens.com** 2005 - *Création logo, Utilisation de typographie existante.*

Eco-Sapiens est un guide d'achat sur internet pour trouver et comparer des produits bio, écologiques et équitables. La lettre E du logo prend la forme de la planète Terre, s'inspire des pictogrammes de recyclage et évoque la diffusion de l'information à travers la forme spirale.



# ManMark Services INC

**MANMARK SERVICES INC - 2013 - *Création du logo, utilisation d'une typographie existante.***

MAN-MARK pour MANagement MARKeting. Pour exprimer les compétences de ces deux disciplines complémentaires et leur articulation harmonieuse, le logo a été conçu autour des initiales M-M, à la façon du nom : Deux lettres M stylisées s'emboîtent en se croisant. Le M blanc et carré représente le management et son aspect rationnel. Le M noir à la forme moins conventionnelle symbolise le marketing et sa vocation intrinséquement communicante avec deux flèches tournées vers l'extérieur. L'assemblage parfait des deux M en forme un troisième sur un cercle représentant l'accomplissement du marketing bien managé. L'ensemble en noir et blanc évoque un univers de services de qualité et la mesure requise pour s'adapter à une clientèle variée.

FABPRO

LE SAVOIR - FER