# portfolio

.13

49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com

# identité visuelle papèterie



49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com

## identité visuelle, papèterie

g.l.a_hotels, hôtel beauchamps
collaboration Lionel Anidjar
année _ 07.2007
typo manuscrite et helvetica
papier inuit blanc glacier
impression 2 couleurs Sich

Une identité comme une histoire à raconter, écrite conjointement par un chef de projet décoration et une chargé de com' : celle de Balthazar Beauchamps décidant d'ouvrir un hôtel-cabinet de curiosité. Outre l'empreinte laissée par ses choix de collectionneur avisé in situ, c'est un propriétaire discret dont le passage est marqué seulement par la présence de sa signature et son sceau. Le style épistolaire est décliné sur l'ensemble de la papèterie, la notion de «héros de l'ombre» présente dans les differents supports déclinés. Le blanc glacier et un rouge vif contrebalancent la typographie manuscrite pour une touche contemporaine.

## identité visuelle, papèterie

g.la.hotels _ hôtel jules, paris

année _ 06.2007

typo courrier new et manuelle

impression 2 encres métal spéciales par Sich

Identité visuelle  temporaire à l'occasion du repositionnement de l'établissement, une identité pour une nouvelle naissance.
Je suggère, ébauche une typographie manuelle et organise un concours en interne remporté par l'attaché de presse-rédacteur, Rodolphe Gomis. Il signe donc l'ensemble des documents déclinés.

HÔTEL DES
Dunes
LA BAULE

Pantone 407 C

Noir

## identité visuelle, papèterie

hôtel des dunes, la baule

année _ 12.2010

typo capsuula et manuelle

papier cocoon offset

impression 2 couleurs Sich

Conception et réalisation du logo. L'hôtel des Dunes est un hôtel de charme au coeur de La Baule, dessin d'une typographie dédiée évoquant le dessin dans le sable, la douceur en rapport avec les tonalités déclinées dans l'hôtel.

# identité visuelle, papèterie

oznoon

année _ 06.2011

typo acid

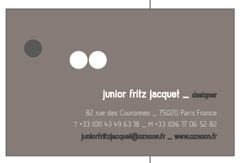
papier cyclus offset

impression 2 couleurs

Conception et réalisation de l'identité visuelle pour Oznoon, l'esprit qui s'en dégage est la sensualité, une sensibilité proche de la nature, un subtil mariage entre matière, lumière et chaleur dans un rapport onirique. Oznoon, évoque à lui seul la mi-journée, un trait d'union entre l'état éteint et/ou allumé du luminaire : une métamorphose naturelle de l'objet, de la sculpture en papier, évoluant au rythme où s'égrènent les heures de la journée. Oznoon intègre aussi la notion «d'éphémère».

Pantone Warm Gray 8 C

Noir 80%



# identité visuelle, papèterie

ateliers darolti, Victoria

année _ 04.2009

typo Will&Grace et ashby

papier satimat blanc

impression 2 couleurs Sich

Les ateliers Darolti sont spécialisés dans la broderie d'art avec à leur tête une femme passionnée, meilleur ouvrier de France, Victoria. Elle a souhaité une identité forte, à la fois inscrite dans la tradition et résolument moderne comme son métier, destinée aux grandes maisons de couture et de prêt-à-porter. Pour ses propres créations, j'ai conçu une double identité.

DAROLTI ateliers

DAROLTI Victoria

Noir

Pantone 1805 C

DAROLTI ateliers

Monsieur Riccardo Tisci
Maison Givenchy
3, avenue George v
75008 paris

Paris le mercredi 21 avril 2009

Objet Recherche de Partenariat

Monsieur Tisci,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer pellentesque elit et orci. Sed tortor dolor, ullamcorper nec, aliquam sit amet, volutpat in, nisl. Sed sed nunc et nulla posuere rhoncus. Donec facilisis, sapien et porttitor tincidunt, dolor augue venenatis quam, id congue erat dui quis dolor. Curabitur eget lectus. Nunc aliquam rhoncus lectus. Aenean metus ligula, fermentum ut, convallis et, porttitor eget, libero. Pellentesque feugiat. Maecenas ut lacus. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec tincidunt. Morbi justo tellus, aliquet eget, ornare eu, dapibus at, ligula.

Donec viverra, eros sit amet viverra auctor, nunc tellus ultricies eros, vestibulum interdum quam sem nec lectus. Suspendisse rutrum feugiat lorem. Donec lectus. Nam erat. Curabitur odio tellus, consequat at, mollis quis, porttitor nec, diam. Mauris sit amet lectus in quam porta viverra. Praesent lacus. Duis elementum venenatis nulla. Sed ligula urna, sollicitudin eu, vestibulum in, mattis et, arcu. Integer posuere augue vitae nunc. Donec justo.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer pellentesque elit et orci. Sed tortor dolor, ullamcorper nec, aliquam sit amet, volutpat in, nisl. Sed sed nunc et nulla posuere rhoncus. Donec facilisis, sapien et porttitor tincidunt, dolor augue venenatis quam, id congue erat dui quis dolor. Curabitur eget lectus. Nunc aliquam rhoncus lectus. Aenean metus ligula, fermentum ut, convallis et, porttitor eget, libero. Pellentesque feugiat. Maecenas ut lacus. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec tincidunt. Morbi justo tellus, aliquet eget, ornare eu, dapibus at, ligula.

DAROLTI ateliers

Victoria Darolti
Meilleur Ouvrier de France

Broderie d'Art
Haute Couture
Pap de Luxe
Décoration Intérieure

99, rue Edouard Vaillant
92300 Levallois
T 06 13 01 48 81
victoria@ateliers-darolti.com
www.ateliers-darolti.com

Victoria Darolti
Meilleur Ouvrier de France

99, rue Edouard Vaillant
92300 Levallois
Haute Couture T 06 13 01 48 81
PAP de luxe delia_brodar@free.fr
Décoration Intérieure www.ateliersdarolti-broderie.fr
Broderie d'Art

**identité visuelle**
célia granger
année _ 07.2010
-

Artisan sellier, Célia Granger réalise des sacs et autres objets de maroquinerie sur mesure pour des particuliers ou pour des marques du prêt-à-porter et de haute couture. De cette double activité est née l'idée de créer un logo et un sceau à apposer sur les pièces pour lesquelles elle n'est pas créatrice mais qui témoignent de son savoir-faire. Elle souhaitait véhiculer une image de savoir-faire artisanal d'excellence sur l'idée du voyage avec une empreinte japonaise, d'une sobre élégance.

célia
granger

Noir

**identité visuelle**
marie-ange hautin
collaboration Junior Fritz Jacquet
année _ 08.2012
dessin et typo znikomit

Le logo de marie-ange hautin - artiste-peintre, sur toile et bustes de mannequins - selon l'espace dans lequel il est utilisé, se décline en deux versions. Le médaillon incluant le symbole peut être utilisé seul, en gravure, sur des pièces en métal ou pour signer ses oeuvres. Marie-ange hautin en capitale est le nom usuel de l'artiste. Le symbole représente ses initiales en capitales imbriquées à la frontière de la représentation entre l'étoile et la couronne.

Noir

Noir

Pantone 178 C

## identité visuelle

astrid dalais

année _ 02.2011

proposition

Suite à nos échanges, une inspiration naturelle du métier "souffleuse d'idées". S'en dégage une sensation de finesse, de légereté, d'équilibre et d'harmonie, associés à l'élégance et à la précision. Choix de la couleur pour un corail au féminin.

**identité visuelle, papèterie**

isabelle sage

année _ 07.2011

papier satimat et popset

typo HelpUsGiambattista et comfortaa

identité en 4 couleurs

impression 2 x 2 couleurs Sich

forme de découpe, rainage

Une identité visuelle à la frontière de plusieurs métiers, des initiales IS aux facettes en partie cachées, qui révèle les identités et va de l'avant: entre symbole typographique, dessin et solfège. La carte de visite permet d'y apposer un message personnel ou pense-bête. Les pochettes format paysage prennent forme en pliage sans collage. Pliage du courrier personnalisé avec impression applat verso.

isabelle sage

Noir | Pantone 347 C | Pantone 368 C | Pantone 381 C

# identité visuelle, papèterie

les bellevilleuses
collaboration Marie-Maud Gay
année _ 03.2009
papier et pochettes skin
typo CenturySchoolbook, GeoSans
impression 2 couleurs Sich
forme de découpe, rainage

Une identité visuelle rock'n roll, qui communique, à la frontière de la BD. Une carte de visite trombone qui fixe le pliage du courrier au 2/3 - 1/3 de A4. L'ensemble des documents est pensé en portrait au format 2/3 de A4. Les pochettes prennent forme sans collage.

les Bellevilleuses

Noir

Pantone 226 C

Bellevilleuses

23, rue du Buisson Saint Louis
75010 Paris, France

**SIÈGE SOCIAL** 15 RUE DES FONTAINES
77400 THORIGNY-SUR-MARNE
**SARL** AU CAPITAL DE 3 000 EUROS
**RCS** MEAUX 499 235 844
**SIRET** 499 235 844 00010
**TVA** FR 93499235844000010
**CODE APE** 1813Z

**À L'ATTENTION DE MONSIEUR DUPONT**
DIRECTEUR GENERAL
SOCIETE
45, RUE DE BELLEVILLE
B.P. N°9
75020 PARIS

**PARIS,** Vendredi 3 avril 2009

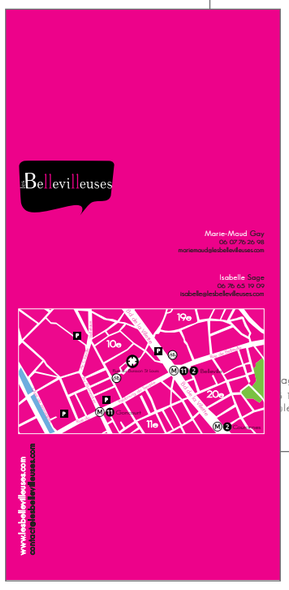
**OBJET:** Courrier

Monsieur Dupont,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris a leo a sapien aliquet lacinia. Aliquam erat volutpat. Donec a leo et nunc mattis mattis. Mauris tincidunt est eu est. Suspendisse facilisis quam ut risus. Proin at lectus eget justo eleifend malesuada. Vestibulum consequat tempor neque. Fusce ac sem. Donec nulla risus, varius sit amet, imperdiet a, accumsan vel, dolor. Aliquam eget sapien vel urna fermentum ultricies. Aenean ultrices arcu id tortor. Sed sed turpis. Morbi neque. Cras velit elit, ullamcorper ac, cursus id, rutrum eget, ipsum.

Morbi placerat elit et libero. Donec enim sem, lobortis a, facilisis a, hendrerit non, mauris. Quisque ante risus, fringilla eget, accumsan sed, malesuada ac, erat. In elit metus, adipiscing sit amet, fermentum sit amet, feugiat et, nibh. Etiam suscipit. Ut faucibus nunc vitae metus. Nunc ut quam vel dui consequat tempor. In hac habitasse platea dictumst. Maecenas arcu risus, luctus non, venenatis quis, commodo eu, mauris. Morbi est odio, semper vel, mollis vel, viverra vel, tellus. Nulla vitae risus. Ut dapibus. Duis est dui, blandit et, tempor vel, posuere vel, odio. Vivamus eu nisl.

www.lesbellevilleuses.com
contact@lesbellevilleuses.com



## identité visuelle, papèterie

restaurant l'acte 1

année _ 02.2011

typo Euphorigenic, FlorenceSans SC

impression 2 couleurs

L'acte 1 est un restaurant aux multiples facettes introduisant toute forme d'art à sa carte, le nom fait référence au théâtre à la frontière entre esprit "british-chic", art déco et étiquette de vin. L'identité visuelle évoque son dynamisme dans le jeu d'imbrication des lettres. Le chiffre 1 est posé comme une plaque, un numéro de rue et s'enrichit d'un cartouche en fond associé à un chapeau melon pour certains supports, cartes, affiches.

RESTO
ÉPICERIE FINE
EXPOS

121, RUE DE VAUGIRARD
75015 PARIS
01 53 86 86 77
LACTE1@BBOX.FR

Pantone 485 C

# identité visuelle, papèterie

atelier R.

année _ 11.2012

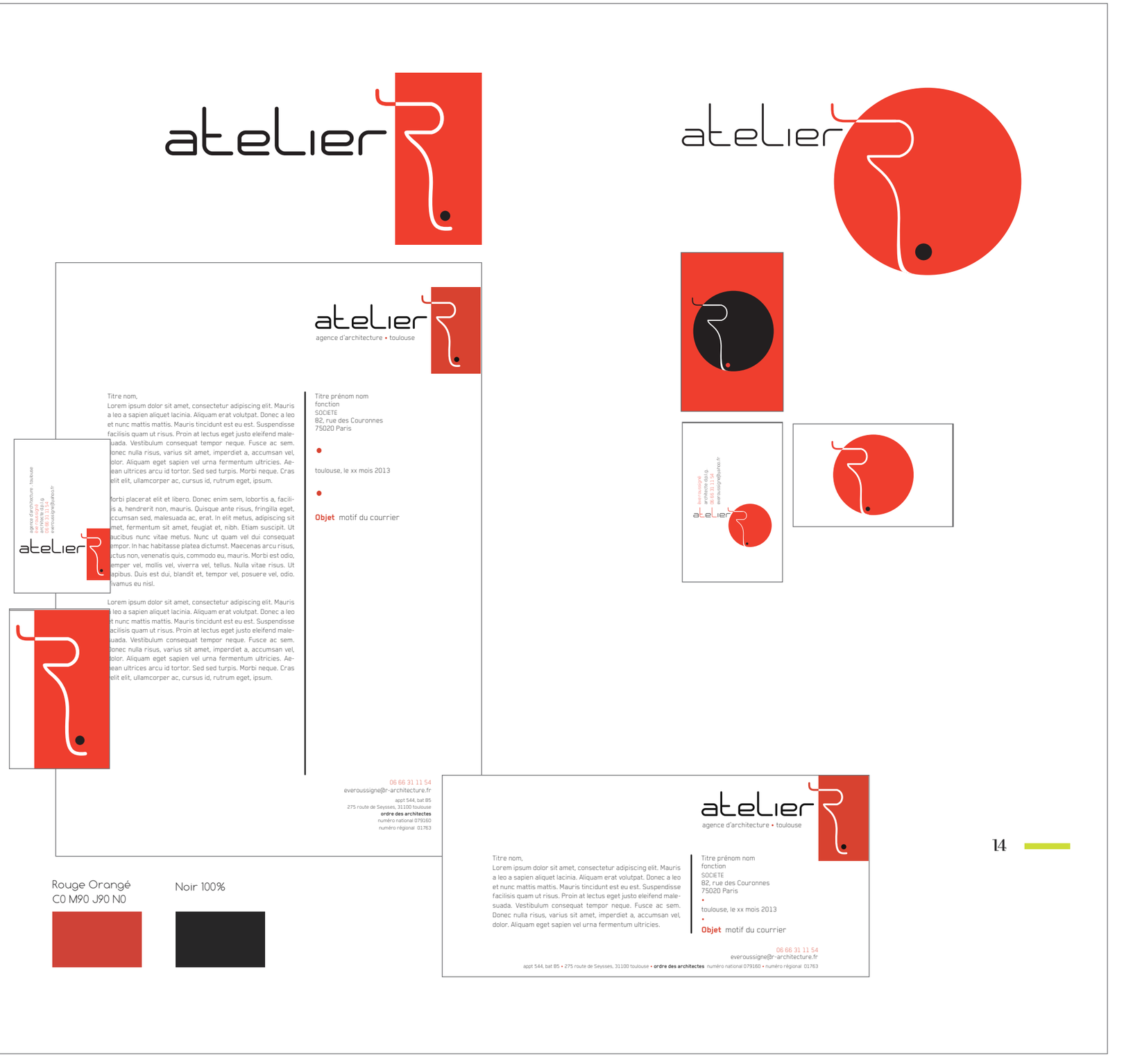
typo Arkitech rounded, Blender Pro

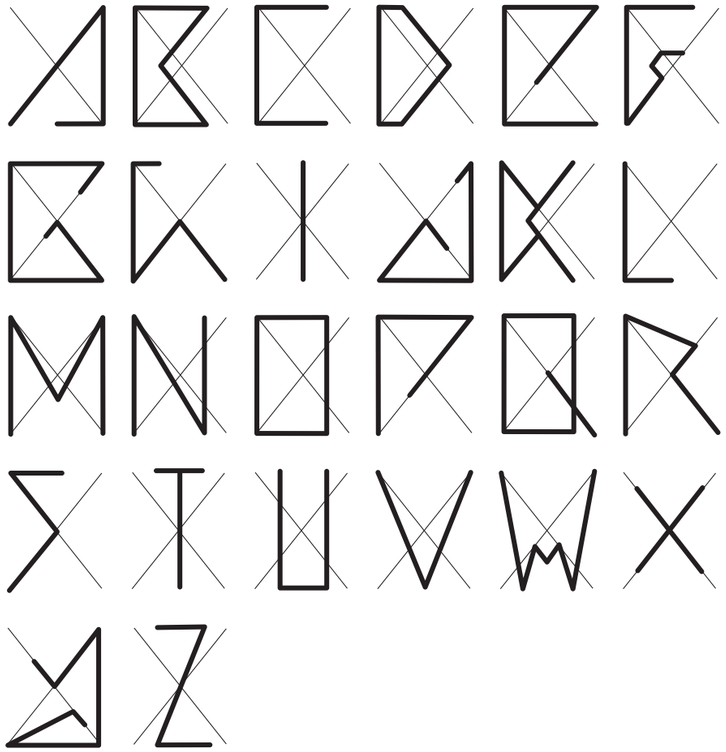
papier cyclus offset

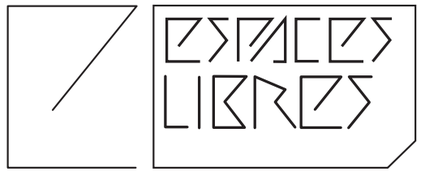
impression quadri

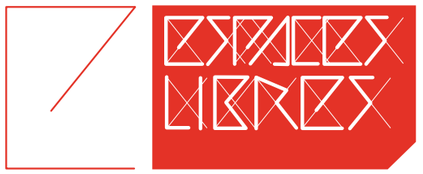
vernis sélectif mat sur rouge

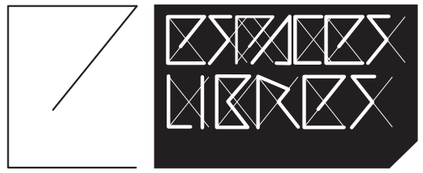
Conception et réalisation de l'identité visuelle atelier R. et variante proposée autour des idées de bâtiment vu de dessus, d'un visage et d'inspiration orientales. L'atelier R. est spécialisé dans l'architecture appliquée aux bâtiments industriels mais dessine son ouverture à d'autres applications de ses compétences.

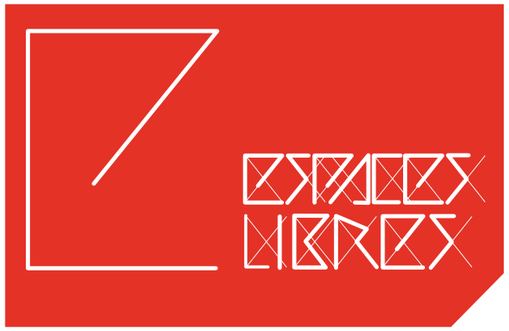












Pantone 485 C

Noir 100%

## identité visuelle, papèterie

espaces libres

année _ 11.2012

création typo spécifique

1 couleur

proposition

Recherches pour conception de l'identité visuelle de l'agence d'architectes espaces libres, fusion du E et du L façon paper-clip, attache-dossier type scratch et création d'une typo.

## refonte identité visuelle, papèterie

fondation Napoléon
année _ 03.2012
typo Didot
impression 1 couleur
timbrage sur logo
vernis sélectif brillant pochette

La fondation Napoléon souhaite donner un nouveau souffle à son identité visuelle en s'inscrivant dans son histoire. Une nouvelle évolution qui prend sa source dans la première représentation d'une pièce de monnaie sur laquelle figuraient les profils de Napoléon 1er et Napoléon III.

Le choix spécifique de la typographie «Didot» fait référence à l'histoire du graphisme en France (Michel Wlassikoff - avril 2008): «De 1812 à 1815, Firmin-Didot, devenu premier maître fondeur de caractères à l'imprimerie impériale, définit une nouvelle mesure typographique, basée sur le système métrique nouvellement institué, selon laquelle il grave treize corps, romains et italiques, du «Romain de l'Empereur», caractère qualifié plus tard de «Didot millimétrique», qui devait se substituer au Romain du roi selon la volonté de Napoléon 1er.»

fondation NAPOLÉON

fondation NAPOLÉON

fondation NAPOLÉON

à l'attention de M. Thierry Lentz
*Directeur*
FONDATION NAPOLÉON
7, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 PARIS

*Paris, vendredi 4 mai 2012*
OBJET motif du courrier

Monsieur Lentz,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris a leo a sapien aliquet lacinia. Aliquam erat volutpat. Donec a leo et nunc mattis mattis. Mauris tincidunt est eu est. Suspendisse facilisis quam ut risus. Proin at lectus eget justo eleifend malesuada. Vestibulum consequat tempor neque. Fusce ac sem. Donec nulla risus, varius sit amet, imperdiet a, accumsan vel, dolor. Aliquam eget sapien vel urna fermentum ultricies. Aenean ultrices arcu id tortor. Sed sed turpis. Morbi neque. Cras velit elit, ullamcorper ac, cursus id, rutrum eget, ipsum.

Morbi placerat elit et libero. Donec enim sem, lobortis a, facilisis a, hendrerit non, mauris. Quisque ante risus, fringilla eget, accumsan sed, malesuada ac, erat. In elit metus, adipiscing sit amet, fermentum sit amet, feugiat et, nibh. Etiam suscipit. Ut faucibus nunc vitae metus. Nunc ut quam vel dui consequat tempor. In hac habitasse platea dictumst. Maecenas arcu risus, luctus non, venenatis quis, commodo eu, mauris. Morbi est odio, semper vel, mollis vel, viverra vel, tellus. Nulla vitae risus. Ut dapibus. Duis est dui, blandit et, tempor vel, posuere vel, odio. Vivamus eu nisl.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris a leo a sapien aliquet lacinia. Aliquam erat volutpat. Donec a leo et nunc mattis mattis. Mauris tincidunt est eu est. Suspendisse facilisis quam ut risus. Proin at lectus eget justo eleifend malesuada. Vestibulum consequat tempor neque. Fusce ac sem. Donec nulla risus, varius sit amet, imperdiet a, accumsan vel, dolor. Aliquam eget sapien vel urna fermentum ultricies. Aenean ultrices arcu id tortor. Sed sed turpis. Morbi neque. Cras velit elit, ullamcorper ac, cursus id, rutrum eget, ipsum.

1/2

7, rue Geoffroy Saint Hilaire - 75005 Paris -Tél : 33 (0) 1 56 43 46 00 - Fax : 33 (0) 1 56 43 46 01
www.napoleon.org
*fondation reconnue d'utilité publique par décret du 12 novembre 1987*

fondation NAPOLÉON

Thierry Lentz
*Directeur*

lentz@napoleon.org

7, rue Geoffroy Saint-Hilaire
75005 Paris
Tél : 33 (0) 1 56 43 46 00
Tlc : 33 (0) 1 56 43 46 01
www.napoleon.org

fondation NAPOLÉON

Noir

*Paris, vendredi 4 mai 2012*

Monsieur Lentz,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris a leo a sapien aliquet lacinia. Aliquam erat volutpat. Donec a leo et nunc mattis mattis. Mauris tincidunt est eu est. Suspendisse facilisis quam ut risus. Proin at lectus eget justo eleifend malesuada. Vestibulum consequat tempor neque. Fusce ac sem. Donec nulla risus, varius sit amet, imperdiet a, accumsan vel, dolor. Aliquam eget sapien vel urna fermentum ultricies. Aenean ultrices arcu id tortor. Sed sed turpis. Morbi neque. Cras velit elit, ullamcorper ac, cursus id, rutrum eget, ipsum.

fondation NAPOLÉON

information@napoleon.org

7, rue Geoffroy Saint-Hilaire
75005 Paris
Tél : 33 (0) 1 56 43 46 00
Tlc : 33 (0) 1 56 43 46 01
www.napoleon.org

**refonte identité visuelle**

domaines nationaux
de Ste-Hélène
année _ 11.2012
typo Didot
impression 3 coul. prédéfinies

Le logo initial est une illustration aquarelle de la bâtisse des Domaines nationaux de Ste-Hélène. Le souhait est d'évoluer vers une identité plus marquante s'associant au nom et faisant état de l'architecture du lieu par ses caractéristiques propres. La typographie choisie est la Didot en accord avec la typographie choisie pour la fondation Napoléon. Associé à celui de la République française, le logo porte également les couleurs tricolores à sa base. Le symbole s'inspire du bâtiment lui-même et plus particulièrement de l'élément le plus marquant qui concerne l'avancée constituée d'une treille.

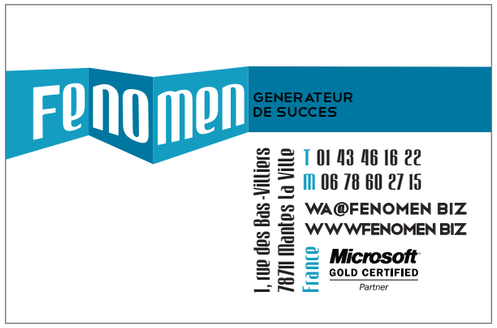
*Domaines nationaux de*
*Sainte-Hélène*

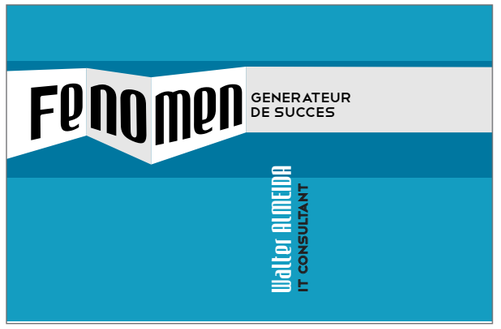
*Domaines nationaux de*
*Sainte-Hélène*

Pantone Reflex Blue

Noir

Pantone Red 032




## identité visuelle, carte

fenomen

année _ 02.2010

impression 2 couleur

proposition

Proposition d'identité visuelle pour une société créatrice de logiciels informatiques.

**identité visuelle, papèterie, présentation power point**

l'oeil en éventail

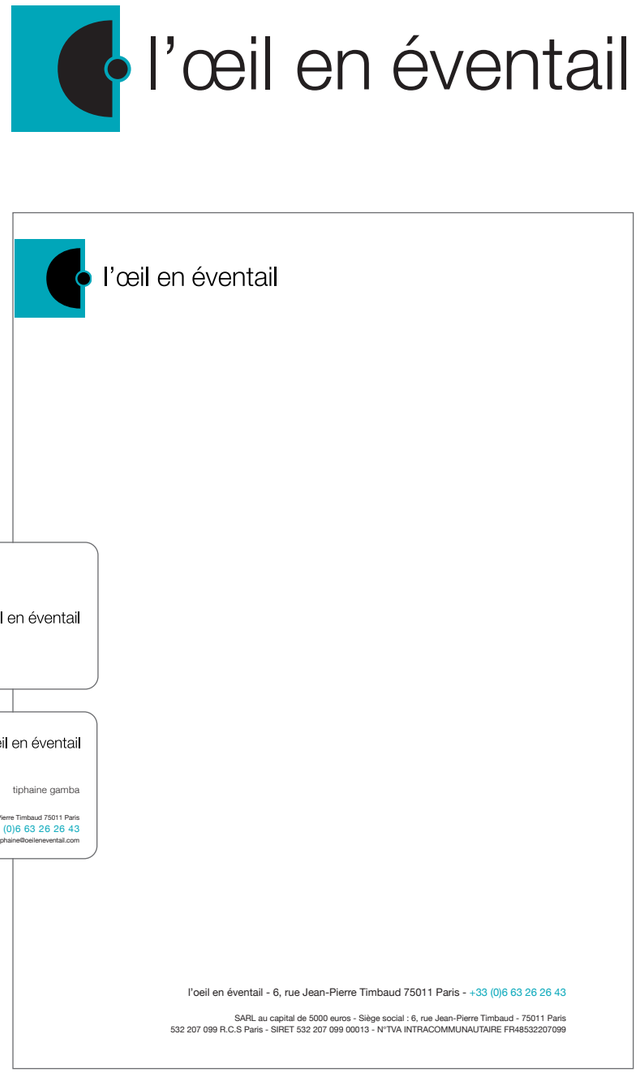
année _ 07.2011

typo helvetica

impression 2 couleurs

découpe carte angles arrondis

Le nom «l'oeil en éventail» a été choisi en référence à l'expression tenue par la designer/architecte d'intérieur Charlotte Perriand. Ce nom évoque le côté féminin du porteur de projet avec une personnalité affranchie, apportant finesse, originalité et discrétion. Atypique, il évoque l'ouverture d'esprit, la créativité de l'activité de consultant en études marketing et veille prospective.




Pantone 7711C

Noir

**refonte identité visuelle, étiquettes cartes de visite**

Roca Bruja

année _ 01.2012

typo Helvetica Neue

illustration vagues

impression 2 couleurs possibles

découpe spécifique carte

Harmonisation et re-travail des lettres du logo pour une touche plus actuelle. Conception et réalisation d'étiquettes et cartes de visite avec adresses des différentes boutiques.

Pantone 298

Cool Grey 7

**identité visuelle, papèterie**

comptoir du cherche midi

année _ 10.2011

typo Interstate, Gotham Narrow

impression 1 couleur

Conception et réalisation de l'identité visuelle. Comptoir du cherche midi propose des accessoires de mode et objets pour la maison de qualité, développés et déclinés en partant d'une matière (cuirs, tissus) avec la complicité d'artisans d'art. La philosophie est de proposer des objets de belle facture avec une certaine honnêteté du produit dans le respect de la matière. A travers ces objets, c'est l'idée de conservation du patrimoine, du bel ouvrage, du travail précis de l'artisan que Delphine souhaite pérenniser.

# COMPTOIR
# DU CHERCHE MIDI

Pantone 228 C

**identité visuelle,**
**carte de visite**

stéphane collin

année _ 12.2011

typo acens

impression 2 couleurs

vernis sélectif préconisé

Cette identité part de recherches autour du papillon, le la notion d'instantané et d'éphémère pour s'orienter vers la lumière, son utilisation, le jeu des ombres et des transparences. Elle s'inspire également du changement de technologie et donc d'appareil utilisé par le photographe à l'heure du numérique et du pixel. Le photographe souhaitait voir apparaître ses initiales, elles figurent subtilement.

stephane collin
photographer

Pantone 108 C

**identité visuelle**
espace yoga bastille
année _ 12-04.2012
typo Walkway family
impression quadri
propositions

D'après des premiers croquis réalisés le premier souhait était de travailler sur l'idée du "Y" en forme de diapason, la notion d'équilibre et du corps en référence subtile au symbole ohm. Dans un second temps, la nouvelle piste en couleur suggère mieux l'idée de rigueur finalement favorisée et privilégiée.

PANTONE 412 C
C=52 M=59 J=45 N=90
R=56 V=47 B=45
HTML# 382F2D

ROUGE
C=0 M=100 J=100 N=0
R=226 V=0 B=26
HTML# E2001A

ORANGE 1
C=0 M=90 J=85 N=0
R=229 V=53 B=45
HTML# E5352D

ORANGE 2
C=0 M=80 J=95 N=0
R=231 V=81 B=30
HTML# E7511E

ORANGE OR
C=0 M=50 J=100 N=0
R=242 V=148 B=0
HTML# F29400

## identité visuelle événement

exclamative
Salon RECO Seine-et-Marne
année _ 02.2013
typo Elektrofant

Conception et réalisation d'un logo destiné au 1er salon de l'automobile en Seine-et-Marne. Suivant les préconisaitons agence et commanditaire, le symbole est une boussole/cadran avec aiguilles orientées de l'ouest vers l'est, indication du nord et du sud et 4 points en camaïeu du rouge à l'orangé or. Autre proposition de nom avec logo réalisé : start-r

**identité visuelle,**
**journal interne**

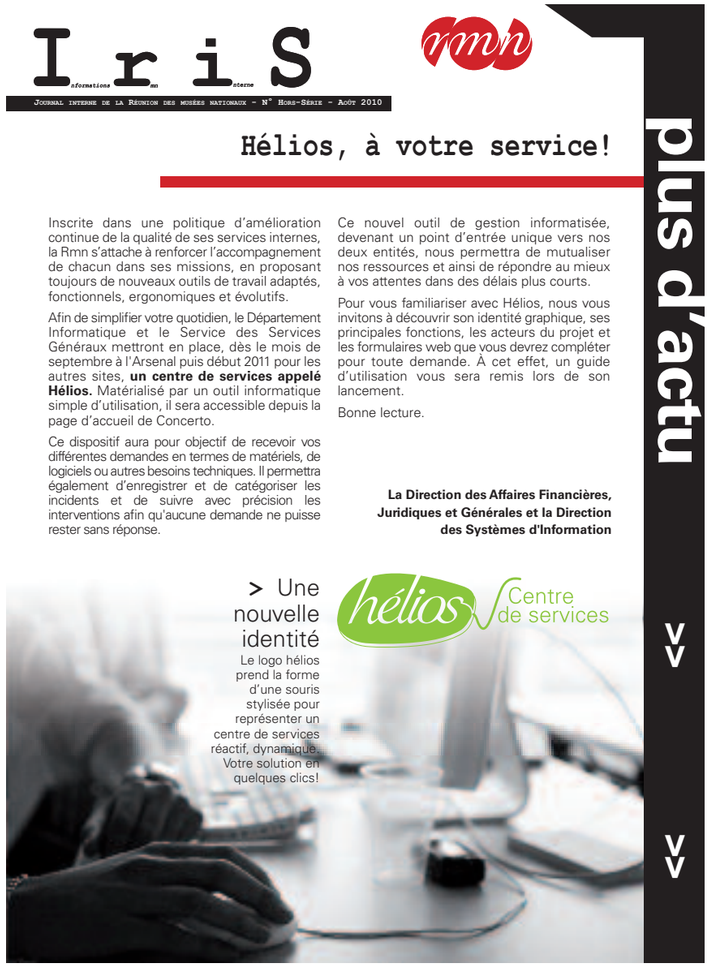
réunion des musées nationaux
collaboration Marie-Maud Gay
année _ 08.2010
typo Savoye Let Plain, Univers
impression quadri

Création d'une identité visuelle pour un nouveau logiciel utilisateur conçu par la direction des services informatiques de la rmn. Mise en forme et réalisation du numéro du journal interne suivant charte de couverture, explicitant le fonctionnement de ce nouvel outil. Interviews et rédaction.

hélios Centre de services

hélios Centre de services

hélios Centre de services



**identité visuelle, papèterie**
l'atelier chez soi
année _ 09.2009
typo Agency FB, Georgia, Bell MT
impression quadri

Dans le secteur des loisirs créatifs, l'atelier chez soi est une boutique en ligne qui propose des livrets de formations pour créer ses meubles en carton, chez soi, ainsi que des patrons à échelle 1, des kits et des fournitures. Les éditions sont également disponibles dans certaines boutiques et librairies.

Badge 1

Badge 2

# identité visuelle, papèterie

au village exotic

année _ 12.2009

typo Never Let Go, Myriad Pro

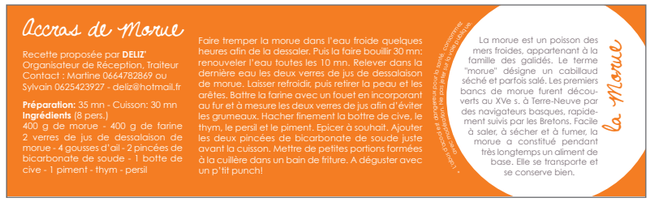
impression 2 couleurs ou quadri

illustrations Tania Hagemeister

Au village exotic est une épicerie fine de produits afro-caribéens qui se voulait vitaminée, fraîche, chic. De la rencontre avec son propriétaire est née une évidence, celle de faire appel à l'illustratrice Tania Hagemeister pour l'identité, créer des personnages et réaliser les illustrations de la PLV. Flyers/fiches recettes, badges, plv, habillage de voiture, affiches, la déclinaison se poursuit sur de nombreux supports.

Pantone 716 C

Gris



Badge 1

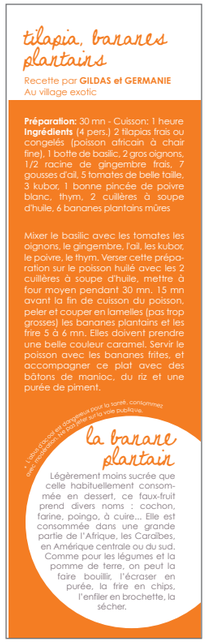
Badge 4

Badge 2

Badge 5

Badge 3

Badge 6



Pantone 1505 C

## refonte identité visuelle

méga-piles
année _ 02.2013
typo Vista Sans SC
impression 1 couleur Sich

Dans le cadre de la refonte, amélioration de l'équilibre du logo par correction typographique, forme et approches, espaces tournant. Conception et réalisation de nouvelles cartes de visite et papèterie. Définition des paramètres colorimétriques.

# brochures



49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com

## pochette , 15 fiches intérieur, déclinaison flyer

pmt hotels, voxia restauration

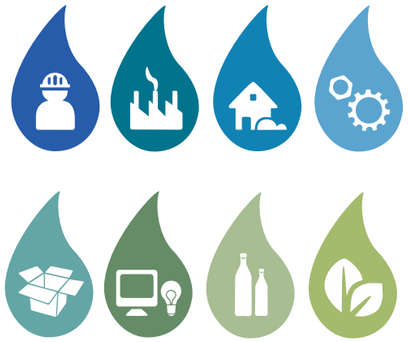
année _ 07/09.2011

typo Y2K Neophite, Helvetica Neue

impression quadri

vernis sélectif mat préconisé sur extérieur pochette, recto fiches

Pour le centre de formation des professionnels de la restauration, Voxia propose une serie de cours répartis en 15 thématiques, chacune faisant l'objet d'une fiche. L'ensemble est rassemblé dans une pochette. Conseil sur le choix des photos. Refonte complète de l'identité visuelle et nouvelle option de couleur déclinée sur l'ensemble de la communication.



## collection de brochures

ports de paris

année _ 10.2010/04.2011

typo Gill Sans

impression quadri Sich

rainage, plis roulés, assemblage par vis métal

Une nouvelle collection thématique est lancée par ports de paris. Une brochure à double entrée : au recto, des informations géographiques, au verso des compléments d'information techniques. Choix des visuels de couverture. Réalisation de pictos.

## dossier de presse

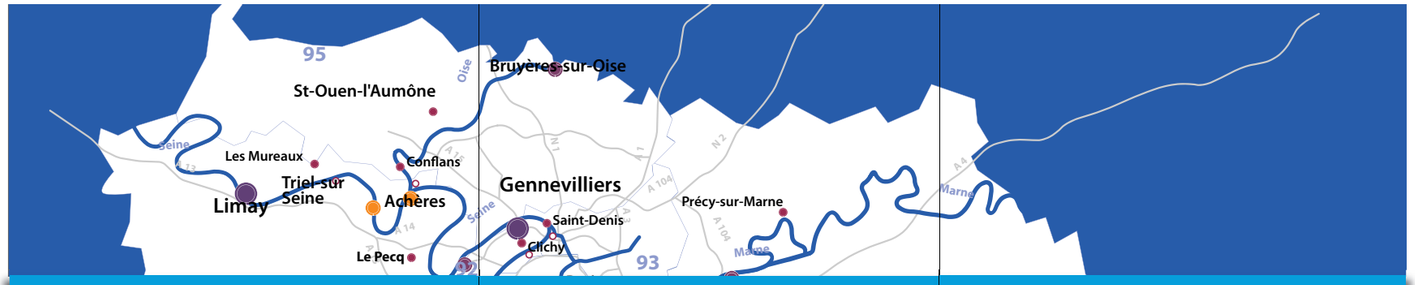
ports de paris

année _ 07.2010

impression 2 couleurs

forme de découpe, contre-collage, rainage

Conception d'un dossier de presse en carton fort avec forme de découpe. Contre-collage de craft à l'extérieur et aplat bleu imprimé à l'intérieur. Les feuilles tiennent par simple pression exercée sur le dessu du  3eme volet.




Créé en 1970, le Port autonome de Paris a pour mission le développement du trafic fluvial grâce à la création, l'entretien et l'exploitation commerciale de 70 ports (10 plates-formes multimodales et 60 ports urbains) répartis le long de 500 km de voies navigables en Ile-de-France. 600 entreprises sont implantées sur ces 1000 hectares de terrains portuaires assurant 10 000 emplois directs et 60 000 emplois indirects. Chaque année 7 millions de passagers et 80 millions de tonnes de marchandises (tous modes de transports confondus) dont près de 20 millions de tonnes par voie d'eau transitent par ces ports.

doublement de la capacité du terminal à conteneurs à Gennevilliers

## LES PLATEFORMES MULTIMODALES

Créé en 1970, le Port autonome de Paris a pour mission le développement du trafic fluvial grâce à la création, l'entretien et l'exploitation commerciale de 70 ports (10 plates-formes multimodales et 60 ports urbains) répartis le long de 500 km de voies navigables en Ile-de- France. 600 entreprises sont implantées sur ces 1000 hectares de terrains portuaires assurant 10 000 emplois directs et 60 000 emplois indirects. Chaque année 7 millions de passagers et 80 millions de tonnes de marchandises (tous modes de transports confondus) dont près de 20 millions de tonnes par voie d'eau transitent par ces ports.

doublement de la capacité du terminal à conteneurs à Gennevilliers

## LES TERMINAUX A CONTENEURS EN PLEIN BOOM

Créé en 1970, le Port autonome de Paris a pour mission le développement du trafic fluvial grâce à la création, l'entretien et l'exploitation commerciale de 70 ports (10 plates-formes multimodales et 60 ports urbains) répartis le long de 500 km de voies navigables en Ile- de- France. 600 entreprises sont implantées sur ces 1000 hectares de terrains portuaires assurant 10 000 emplois directs et 60 000 emplois indirects. Chaque année 7 millions de passagers et 80 millions de tonnes de marchandises (tous modes de transports confondus) dont près de 20 millions de tonnes par voie d'eau transitent par ces ports.

Créé en 1970, le Port autonome de Paris a pour mission le développement du trafic fluvial grâce à la création, l'entretien et l'exploitation commerciale de 70 ports (10 plates-formes multimodales et 60 ports urbains) répartis le long de 500 km de voies navigables en Ile-de- France. 600 entreprises sont implantées sur ces 1000 hectares de terrains portuaires assurant 10 000 emplois directs et 60 000 emplois indirects. Chaque année 7 millions de passagers et 80 millions de tonnes de marchandises (tous modes de transports confondus) dont près de 20 millions de tonnes par voie d'eau transitent par ces ports.

doublement de la capacité du terminal à conteneurs à Gennevilliers

## LE TRAITEMENT DES PRODUITS VALORISABLES

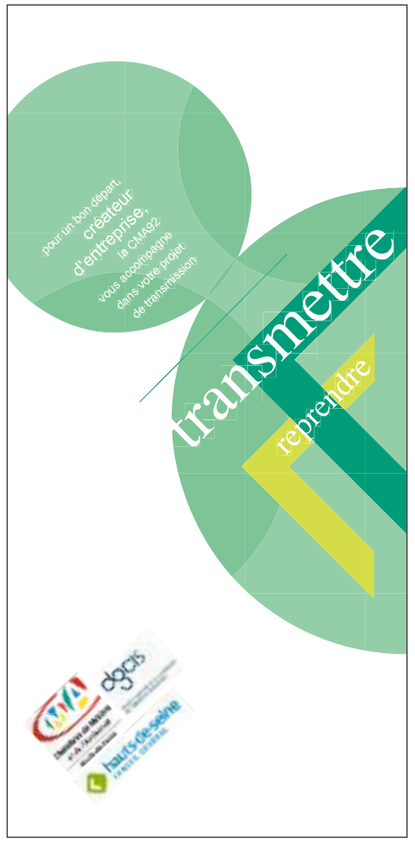
Créé en 1970, le Port autonome de Paris a pour mission le développement du trafic fluvial grâce à la création, l'entretien et l'exploitation commerciale de 70 ports (10 plates-formes multimodales et 60 ports urbains) répartis le long de 500 km de voies navigables en Ile- de-France. 600 entreprises sont implantées sur ces 1000 hectares de terrains portuaires assurant 10 000 emplois directs et 60 000 emplois indirects. Chaque année 7 millions de passagers et 80 millions de tonnes de marchandises (tous modes de transports confondus) dont près de 20 millions de tonnes par voie d'eau transitent par ces ports.

Créé en 1970, le Port autonome de Paris a pour mission le développement du trafic fluvial grâce à la création, l'entretien et l'exploitation commerciale de 70 ports (10 plates-formes multimodales et 60 ports urbains) répartis le long de 500 km de voies navigables en Ile- de- France. 600 entreprises sont implantées sur ces 1000 hectares de terrains portuaires assurant 10 000 emplois directs et 60 000 emplois indirects. Chaque année 7 millions de passagers et 80 millions de tonnes de marchandises (tous modes de transports confondus) dont près de 20 millions de tonnes par voie d'eau transitent par ces ports.



lexique fluvial
ports de paris
année _ 08.2011
impression quadri
pliage plan, rainage, collage
proposition

Proposition d'une brochure en pliage plan/poster associée à un dépliant accueillant le lexique, qui puise son inspiration dans la baseline de Ports de Paris : l'autre voie en île de France. Chaque système de réseau étant représenté par un plan, il est suggéré d'en emprunter la forme. La couverture est travaillée à partir de la vague du logo en référence à l'art cinétique, art du mouvement jouant des effets d'optique.



**brochure 3 volets**

chambre des metiers et de l'artisanat hauts-de-Seine

année _ 03.2013

impression quadri

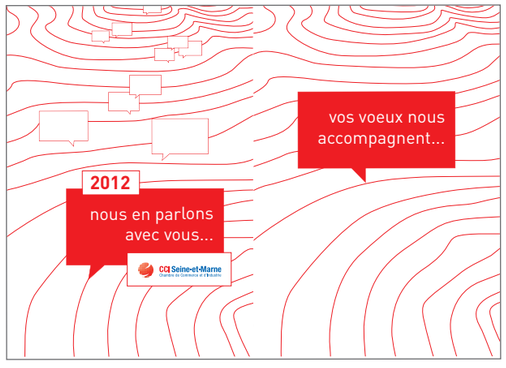
pli roulés, rainage

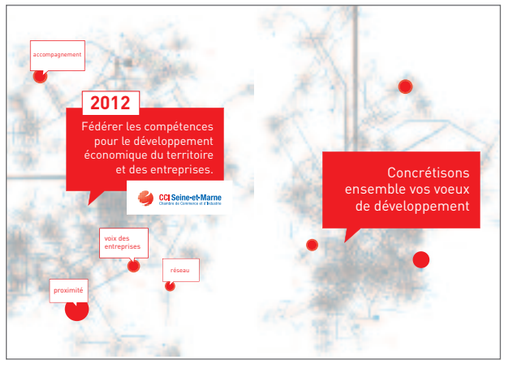
Proposition de différents formats couverture pour la brochure transmettre/reprendre destinée aux entreprises et entrepreneurs. Une certaine légèreté, de la fraîcheur et du dynamisme pour éviter de plomber le sujet et que d'un côté comme de l'autre la passation soit l'occasion d'un nouveau souffle pour l'entreprise. Le format paysage permet de faire un zoom sur le sujet abordé en dépliant. Le format portrait propose une lecture recto/verso, dans un sens transmettre, dans l'autre reprendre.

## axe de communication .12

exclamative
CCI Seine-et-Marne
année _ 2011
photos, fotolia, iStock
impression quadri
reco vernis sélectif brillant

L'axe de communication annuel choisi par la CCI est «Parler et faire parler» et s'étend à la notion de réseau et d'ouverture vers les nouveaux médias. Une proposition vise à prendre le contrepied graphique des attentes sur le plan des nouvelles technologies en l'associant aux visuels de communication traditionnels revisités.



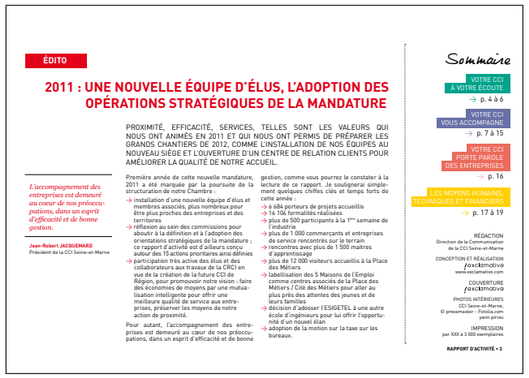



# contrat de mandature

exclamative
CCI Seine-et-Marne
année _ 2011
photos, fotolia, iStock
papier cyclus offset
impression quadri
pliage, rainage spécifique
vernis sélectif brillant couv

Conception d'une plaquette de 8 pages au format fini A4 pour informer sur le contenu du programme et les objectifs de la CCI ces 3 prochaines années.

Une découverte progréssive du document est suggérée par ce pliage avec ouverture en 3 temps. Premier temps pour l'édito et quelques chiffres, second temps vous connaître, troisième temps vous représenter et vous accompagner.



ÉDITO

## 2011 : UNE NOUVELLE ÉQUIPE D'ÉLUS, L'ADOPTION DES OPÉRATIONS STRATÉGIQUES DE LA MANDATURE

PROXIMITÉ, EFFICACITÉ, SERVICES, TELLES SONT LES VALEURS QUI NOUS ONT ANIMÉS EN 2011 ET QUI NOUS ONT PERMIS DE PRÉPARER LES GRANDS CHANTIERS DE 2012, COMME L'INSTALLATION DE NOS ÉQUIPES AU NOUVEAU SIÈGE ET L'OUVERTURE D'UN CENTRE DE RELATION CLIENTS POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ DE NOTRE ACCUEIL.

*L'accompagnement des entreprises est demeuré au cœur de nos préoccupations, dans un esprit d'efficacité et de bonne gestion.*

**Jean-Robert JACQUEMARD**
Président de la CCI Seine-et-Marne

Première année de cette nouvelle mandature, 2011 a été marquée par la poursuite de la structuration de notre Chambre :

- installation d'une nouvelle équipe d'élus et membres associés, plus nombreux pour être plus proches des entreprises et des territoires
- réflexion au sein des commissions pour aboutir à la définition et à l'adoption des orientations stratégiques de la mandature ; ce rapport d'activité est d'ailleurs conçu autour des 15 actions prioritaires ainsi définies
- participation très active des élus et des collaborateurs aux travaux de la CRCI en vue de la création de la future CCI de Région, pour promouvoir notre vision : faire des économies de moyens par une mutualisation intelligente pour offrir une meilleure qualité de service aux entreprises, tout en gardant les moyens de notre action de proximité.

Pour autant, l'accompagnement des entreprises est demeuré au cœur de nos préoccupations, dans un esprit d'efficacité et de bonne gestion, comme vous pourrez le constater à la lecture de ce rapport. Je soulignerai simplement quelques chiffres clés et temps forts de cette année :

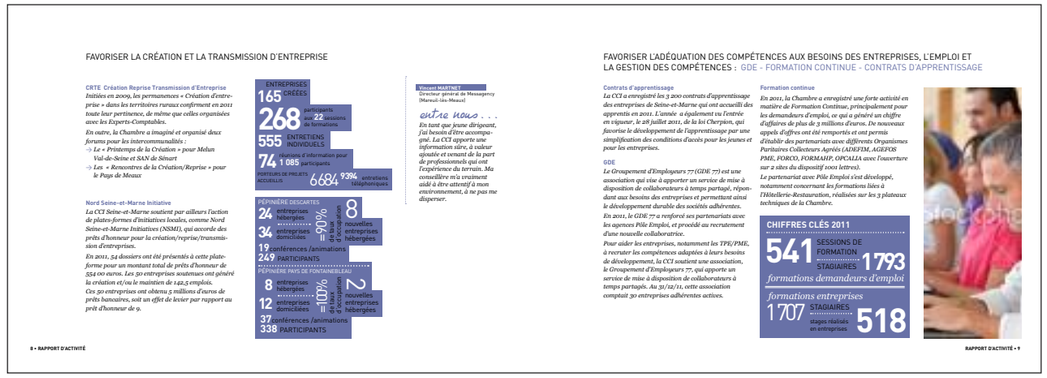
- 6 684 porteurs de projets accueillis
- 16 106 formalités réalisées
- plus de 500 participants à la 1ère semaine de l'industrie
- plus de 1 000 commerçants et entreprises de service rencontrés sur le terrain
- rencontres avec plus de 1 500 maîtres d'apprentissage
- plus de 12 000 visiteurs accueillis à la Place des Métiers
- labellisation des 5 Maisons de l'Emploi comme centres associés de la Place des Métiers / Cité des Métiers pour aller au plus près des attentes des jeunes et de leurs familles
- décision d'adosser l'ESIGETEL à une autre école d'ingénieurs pour lui offrir l'opportunité d'un nouvel élan
- adoption de la motion sur la taxe sur les bureaux.

Sommaire


VOTRE CCI À VOTRE ÉCOUTE → p. 4 à 6
VOTRE CCI VOUS ACCOMPAGNE → p. 7 à 15
VOTRE CCI PORTE PAROLE DES ENTREPRISES → p. 16
LES MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET FINANCIERS → p. 17 à 19



RÉDACTION
Direction de la Communication de la CCI Seine-et-Marne
CONCEPTION ET RÉALISATION
*exclamative*
www.exclamative.com
COUVERTURE
*exclamative*
PHOTOS INTÉRIEURES
CCI Seine-et-Marne, © presumatador - Fotolia.com sanni pirou
IMPRESSION
par XXX à 3 000 exemplaires



FAVORISER LA CRÉATION ET LA TRANSMISSION D'ENTREPRISE

**CRTE Création Reprise Transmission d'Entreprise**
*Initiées en 2009, les permanences « Création d'entreprise » dans les territoires ruraux confirment en 2011 toute leur pertinence, de même que celles organisées avec les Experts-Comptables.*
*En outre, la Chambre a imaginé et organisé deux forums pour les intercommunalités :*
- *Le « Printemps de la Création » pour Melun Val-de-Seine et SAN de Sénart*
- *Les « Rencontres de la Création/Reprise » pour le Pays de Meaux*

**Nord Seine-et-Marne Initiative**
*La CCI Seine-et-Marne soutient par ailleurs l'action de plates-formes d'initiatives locales, comme Nord Seine-et-Marne Initiatives (NSMI), qui accorde des prêts d'honneur pour la création/reprise/transmission d'entreprises.*
*En 2011, 54 dossiers ont été présentés à cette plate-forme pour un montant total de prêts d'honneur de 554 100 euros. Les 50 entreprises soutenues ont généré la création et/ou le maintien de 142,5 emplois.*
*Ces 50 entreprises ont obtenu 5 millions d'euros de prêts bancaires, soit un effet de levier par rapport au prêt d'honneur de 9.*

165 ENTREPRISES CRÉÉES
268 participants aux 22 sessions de formation
555 ENTRETIENS INDIVIDUELS
74 réunions d'information pour 1 085 participants
PORTEURS DE PROJETS ACCUEILLIS : 6 684 — 93% entretiens téléphoniques

PÉPINIÈRE DESCARTES
24 entreprises hébergées
34 entreprises domiciliées
= 90% d'un total de 58 entreprises
8 nouvelles entreprises hébergées
19 conférences / animations
247 PARTICIPANTS

PÉPINIÈRE PAYS DE FONTAINEBLEAU
8 entreprises hébergées
12 entreprises domiciliées
= 100% d'un total de 20 entreprises
2 nouvelles entreprises hébergées
37 conférences formations
338 PARTICIPANTS

Vincent MARTINET
Directeur général de Messagerey (Marneuil-lès-Meaux)

*entre nous . . .*
*En tant que jeune dirigeant, j'ai besoin d'être accompagné. La CCI apporte une information sûre, à valeur ajoutée et venant de la part de professionnels qui ont l'expérience du terrain. Ma conseillère m'a vraiment aidé à être attentif à mon environnement, à ne pas me disperser.*

FAVORISER L'ADÉQUATION DES COMPÉTENCES AUX BESOINS DES ENTREPRISES, L'EMPLOI ET LA GESTION DES COMPÉTENCES : GDE - FORMATION CONTINUE - CONTRATS D'APPRENTISSAGE

**Contrats d'apprentissage**
*La CCI a enregistré les 3 300 contrats d'apprentissage des entreprises de Seine-et-Marne qui ont accueilli des apprentis en 2011. L'année a également vu l'entrée en vigueur, le 28 juillet 2011, de la loi Cherpion, qui favorise le développement de l'apprentissage par une simplification des conditions d'accès pour les jeunes et pour les entreprises.*

**GDE**
*Le Groupement d'Employeurs 77 (GDE 77) est une association qui vise à apporter un service de mise à disposition de collaborateurs à temps partagé, répondant aux besoins des entreprises et permettant ainsi le développement durable des sociétés adhérentes.*
*En 2011, le GDE 77 a renforcé ses partenariats avec les agences Pôle Emploi, et procédé au recrutement d'une nouvelle collaboratrice.*
*Pour aider les entreprises, notamment les TPE/PME, à recruter les compétences adaptées à leurs besoins de développement, la CCI soutient une association, le Groupement d'Employeurs 77, qui apporte un service de mise à disposition de collaborateurs à temps partagés. Au 31/12/11, cette association comptait 30 entreprises adhérentes actives.*

**Formation continue**
*En 2011, la Chambre a enregistré une forte activité en matière de Formation Continue, principalement pour les demandeurs d'emploi, ce qui a généré un chiffre d'affaires de plus de 3 millions d'euros. De nouveaux appels d'offres ont été remportés et ont permis d'établir des partenariats avec différents Organismes Paritaires Collecteurs Agréés (ADEFIM, AGEFOS PME, FORCO, FORMAHP, OPCALIA avec l'ouverture sur 2 sites du dispositif sous lettres).*
*Le partenariat avec Pôle Emploi s'est développé, notamment concernant les formations liées à l'Hôtellerie-Restauration, réalisées sur les 3 plateaux techniques de la Chambre.*

CHIFFRES CLÉS 2011
541 SESSIONS DE FORMATION
STAGIAIRES 1 793
*formations demandeurs d'emploi*
1 707 STAGIAIRES
*formations entreprises*
518 stages réalisés en entreprises






LES SYSTÈMES D'INFORMATION

*Les Systèmes d'Information veillent à harmoniser et intégrer les projets informatiques pour rendre le Système d'Information cohérent et performant, déployer et maintenir les systèmes matériels, logiciels et réseaux, ainsi que de garantir le bon fonctionnement et la sécurité du Système d'Information.*

**RÉALISATIONS 2011**

**Projets applicatifs**
- Suivi de la montée en puissance de l'utilisation du cœur de la GRC (Gestion de la Relation Clients) et étude du lot 2 pour l'interface avec les outils métiers
- Étude de l'organisation fonctionnelle et technique pour le Centre de Relation Clients
- Déploiement du nouvel Intranet
- Mise en œuvre de la formation continue et initiale pour le logiciel de formation YPAREO
- Paramétrage fonctionnel et technique du Logiciel de gestion des équipes

**Projets techniques**
- Étude de la centralisation du stockage et de la virtualisation des serveurs
- Évolution et centralisation des sauvegardes
- Siège de Serris : mise en œuvre du câblage courant fort – courant faible, construction de la salle informatique principale
- Basculement sur le réseau fibre optique de Semafor 77 pour les liaisons informatiques internes
- Remise à niveau du câblage du bâtiment HRT de l'UTEC (Émerainville)

CHIFFRES CLÉS 2011
1200 PC
serveurs 75
11 SITES INTERCONNECTÉS

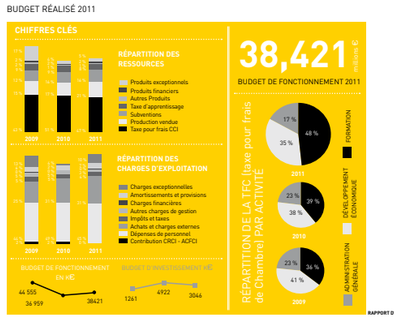
LES MARCHÉS, LES FINANCES, LA COMPTABILITÉ, LE CONTRÔLE BUDGÉTAIRE

**Finances, Comptabilité, Contrôle budgétaire**
*L'équipe a assuré la tenue de la comptabilité de la CCI, la sortie de résultats quasiment chaque mois, la confection des budgets et leur présentation au Bureau, à la Commission des Finances et à l'Assemblée. Une participation active au Groupe Finance régional a par ailleurs été assurée pour préparer la réforme régionale.*

**Marchés Publics**
- Passation de 60 marchés
- Logistique de la Commission des Marchés (10 réunions en 2011)
- Participation au Groupe Achats régional

CHIFFRES CLÉS 2011
8000 factures clients traitées, factures fournisseurs traitées
60 MARCHÉS PUBLICS PASSÉS
lancés d'un emprunt de pour financer les investissements
6 millions €

BUDGET RÉALISÉ 2011







**rapport d'activité**
exclamative
CCI Seine-et-Marne
année _ 2011
photos, fotolia, iStock
papier cyclus offset
impression quadri
finition 2 pics métal
vernis sélectif brillant couv

Conception d'une brochure 20 pages conçue comme un magazine avec travail graphique sur les chiffres. Recherche iconographique.

## affiche événement

exclamative
CCI Seine-et-Marne
année _ 02.2012
impression quadri

Conception d'un visuel d'événement pour la semaine des métiers, décliné en différents formats d'affiches, insertions et flyers.

## cartes de voeux

exclamative
CCI Seine-et-Marne
année _ 2012
photo CCI
impression quadri
forme de découpe préconisée

Conception et réalisation d'une carte de voeux 4 pages avec forme sur la thématique «votre CCI à votre écoute» intégrant la nouvelle identité de la CCI ainsi qu'un visuel du nouveau bâtiment.

*« Enseigner, transmettre, partager sa passion, son savoir-faire et son expérience avec des débutants, amateurs ou professionnels, c'est promettre aux métiers d'art dont la broderie d'art fait partie, la pérennité. C'est cultiver le geste pour lui permettre d'évoluer, échanger de nouvelles idées et l'inscrire dans son temps »*

*Victoria Darolti*

Héritière de 3 générations de brodeuses, de filles en aiguilles, Victoria Darolti pratique l'art du fil depuis l'âge de 9 ans. De points en mailles, elle explore la dentelle, la couture, le tricot jusqu'à se révéler dans la broderie d'art. Sous ses doigts experts et agiles, filent depuis 30 ans déjà, tous types d'étoffes, de paillettes, des bijoux Swarovski au silicone et autres polymères. Victoria visite et sublime toutes les matières, sa créativité et une curiosité sans bornes n'ont d'égales que son expérience. La broderie d'art est une vocation, elle lui voue un amour passionnel et inconditionnel qui la conduira à Paris, à 27 ans à l'Ecole Lesage, où elle effectue un stage professionnel de broderie d'art haute couture, art décoration intérieure et piquage-ponçage puis aux ateliers Vermont. En obtenant le titre de Meilleure Ouvrière de France en nov. 2007, Victoria Darolti a démontré dès sa première inscription, l'aboutissement de sa maîtrise technique dans tous types de créations.

*De sa passion elle nous transmet l'âme et l'émotion.*
Informations complémentaires sur www.ateliers-Darolti.com

Les modèles des ateliers Darolti sont déposés, il est interdit de les copier ou de les utiliser à des fins commerciales.
Graphisme Isabelle Sage 2011

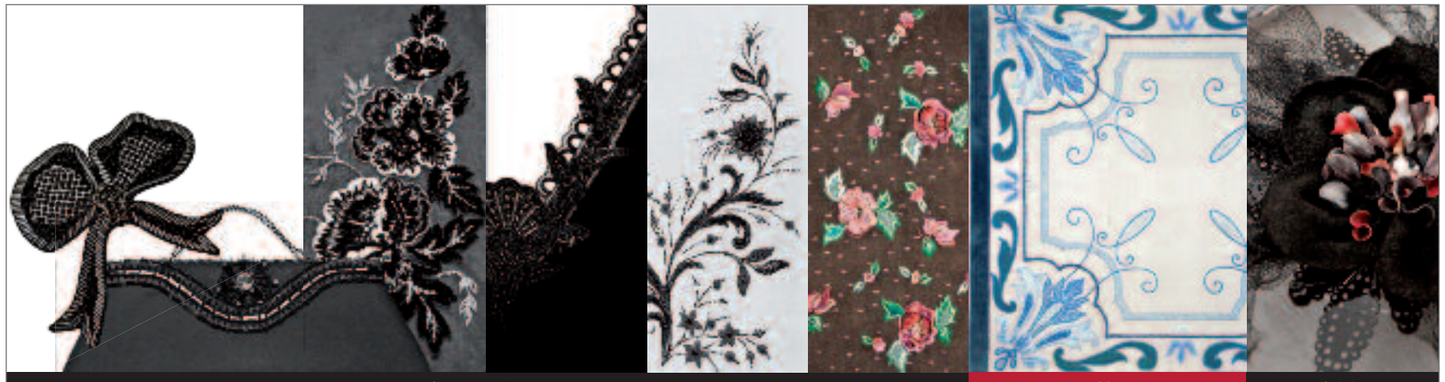
DAROLTI ateliers

Jours et horaires de cours
lundi, mercredi, vendredi - 14h à 17h
samedi - 10h à 13h et 14h à 17h

Les cours ont lieu à l'adresse indiquée ci-dessous
Groupe de 4 à 6 élèves maximum
Nombre de places limitées

99, rue Edouard Vaillant - 92300 Levallois - T 06 13 01 48 81
info@ateliers-Darolti.com - www.ateliers-Darolti.com

formations en broderie
haute-couture, ameublement et loisir



| haute-couture | | | | | | ameublement | | loisir |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| niveau 1 noeud | niveau 2 sac à main | niveau 3 jupe portefeuille | niveau 4 encolure top | niveau 5 devant top | niveau 6 devant top | niveau 1 coussin | niveau 2 coussin | niveau 1 broche fleur |
| montage du métier technique à l'aiguille et crochet de luneville | technique à l'aiguille et crochet de luneville | technique à l'aiguille et crochet de luneville | technique à l'aiguille et crochet de luneville | technique à l'aiguille et crochet de luneville | technique à l'aiguille et crochet de luneville | montage du métier technique à l'aiguille et crochet de luneville | technique à l'aiguille et crochet de luneville | montage du métier technique à l'aiguille et crochet de luneville |

## flyer, dépliant 3 volets

ateliers darolti
année _07. 2011
impression quadri

Conception d'un triptyque de présentation des formations / cours de broderie dispensés par les ateliers Darolti en intégrant l'idée de progression du niveau 1 vers les niveaux supérieurs.
Rédactionnel.

# flyer, dépliant 3 volets

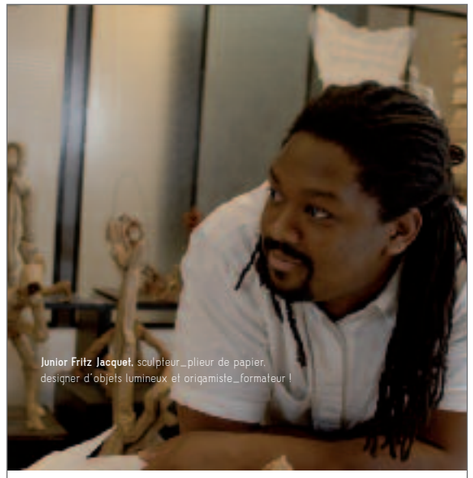
oznoon

année _05. 2012

photos M. Gauchet

impression quadri

Conception d'un flyer à double entrée à remettre sur les salons e lors d'événements, en galerie,... Un côté concerne Oznoon, marque déposée de sculpture lumineuses en papier froissé. L'autre face présente le créateur de cette même marque, Junior Fritz Jacquet, en sa qualité d'artiste, réalisation de pièces uniques. Le parti pris est la segmentation claire des activités sans nuire à leur cohérence. Un juste équilibre pour une cohabitation possible.




JUNIOR FRITZ JACQUET
tel +33 (0)6 17 06 52 82
**contact@juniorfritzjacquet.com**
82 rue des Couronnes _ 75020 Paris _ France
**www.juniorfritzjacquet.com**

Depuis son enfance, Junior Fritz Jacquet se fascine pour le papier. Il explore et expérimente des techniques de pli et de froissage et imagine, sous ses doigts, des chemins inédits pour créer des formes et objets poétiques qui décoreront votre quotidien. Aujourd'hui, Junior Fritz Jacquet a développé une technique qui lui est propre : la plupart de ses sculptures en papier sont faites d'une feuille d'un seul tenant. Son univers se rapproche de celui de la matière papier et du carton : végétal et aérien, onirique et tactile, sensuel et inventif.
Les Végétales, Vertige, Bonhomme Canelle, Masques sont autant de collections qui racontent une histoire et vous invitent au voyage. Parallèlement à son activité de créateur-sculpteur, Junior crée sur demande des projets de design, d'édition et de publicité. Il conçoit également des maquettes en papier plié et des oeuvres monumentales.
Art ancestral, l'origami s'apprend et se partage. Il offre ainsi régulièrement des formations pour enfants et adultes et les accompagne dans leur desir de créer et d'inventer.

Photos Matthieu Gauchet, Dan Marques, Ted Tabor _ Rédaction Isabelle Houdaille _ conception Isabelle Sage _ Modèles déposés. Toute reproduction interdite.

## fiches produits, catalogue

oznoon

année _03. 2012

photos M. Gauchet

textes GB Konstanze Breithaupt

textes FR IS

fiches impression quadri

finition anneau haut à droite

Conception et réalisation d'une serie de fiches recto/verso à raison une fiche par projet, présentant les sculptures lumineuses et accessoires Oznoon. Intégration des textes et visuels sur fond de pliage de papier en s'appuyant sur ces lignes. Réalisation des illustrations de chaque sujet. Rédaction des textes en français.

**livret 1er prix de l'entrepreneuse**
entrepreneuse mag
année _03. 2010
typo Tea Leaf Caps, Caviar Dreams
impression quadri Sich
finition 2 pics métal

Partenariat avec le 1er prix de l'entrepreneuse et réalisation du livret associé à l'événement de ce 8 mars et de l'invitation email.

## voeux 2010_ voeux 2011

les bellevilleuses
collaboration Marie-Maud Gay
année _2010/2011
papier skin
impression noir et quadri
pliage

Conception et réalisation de cartes de voeux : 2010 et l'envoi d'une dose de 12 bonbons mm's imprimés «belle humeur» avec posologie. 2011 , année du lapin et carte origami à plier, vidéo d'aide à la réalisation en ligne, emailing de changement de calendrier.

## brochure corporate

g.l.a hotels
année _2006
papier blanc mat
impression quadri
dorure argent mat sur 2 couv.
finition reliure vis
Sich

Conception d'une brochure commerciale à double entrée français/anglais avec possibilité d'ajouter des fiches grâce au système de vis. Dorure argent à chaud sur couverture blanc brillant.

**brochure corporate**

g.l.a. hotels

année _2007

papier blanc mat

impression quadri Sich

dorure bleu brillante sur couv.

forme de découpe

finition livret int. 2 pics métal

collage 3eme couverture

Conception d'une brochure sous la forme d'une pochette de billet d'avion la couverture servant d'enveloppe. Une invitation au voyage pour des destinations uniques à chaque double page visitée. Couverture blanc mat et dorure argent à chaud couleur bleue ciel.

## cartes de voeux

g.l.a. hotels

année _2006

impression quadri
+ une coulaur sur calque
forme de découpe, rainage
collage par pattes deux côtés
pliage calendriers, assemblage

Sich

Conception d'une déclinaison de cartes de voeux, un établissement= une couleur, sur le principe d'une étiquette bagage/porte photo, incluant un calendrier et un message de voeu sur calque.

## cartes de voeux

g.l.a. hotels

année _2007

impression quadri

+ vernis sélectif mat sur chromolux

+ forme de découpe sur carton, impression argent

Sich

Conception d'une carte de voeux vague envoyée à plat, à monter et à poser comme calendrier.

## brochure d'hôtel

g.l.a. hotels, hôtel bel-ami

année _2006

photos Patricia Parinejad, Jean-Noël de Soye, Théo Delhaste

impression quadri

+ forme de découpe sur priplak

Sich

Conception d'une brochure de 20 pages avec parti pris graphique de découpe/association des images. Conception de la forme de la pochette en priplak avec découpe spécifique, laissant apparaître la le livret inséré en 1ere de couverture et permettant d'accueillir des flyers complémentaires et carte de visite en dernière page.

## flyers

g.l.a. hotels, hôtel bel-ami

année _2006/2007

photos Patricia Parinejad, Théo Delhaste

impression quadri

Conception de flyers séminaires et spa, déclinaison d'identités visuelles pour chacun des espaces de l'hôtel en cohérence avec l'identité visuelle principale.

## brochure d'hôtel

g.l.a. hotels, cotton house

année _2007

photos Mike Toy, David Curtis, Patricia Parinejad et Jean-Charles Valienne

typo Zapfino

papier duveteux Winter&Cie

impression quadri Sich

finition 2 pics métal

Une brochure conçue comme un carnet de voyage, un album photo-récit d'un voyageur ayant séjourné à l'hôtel. La place est laissée aux détails, aux ambiances. La photo grand angle reprend l'esprit polaroïd associée à la typo Zapfino qui vient conforter l'idée du journal manuscrit.

## flyer spa 3 volets

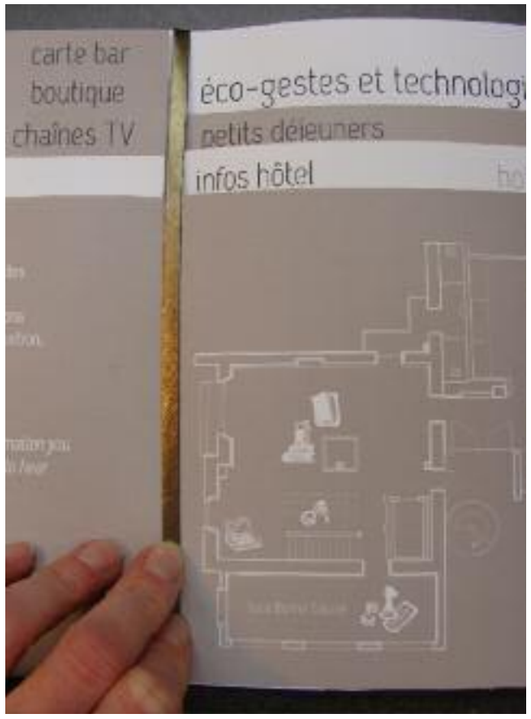
g.l.a. hotels, cotton house

année _2007

photos Patricia Parinejad

impression quadri Sich

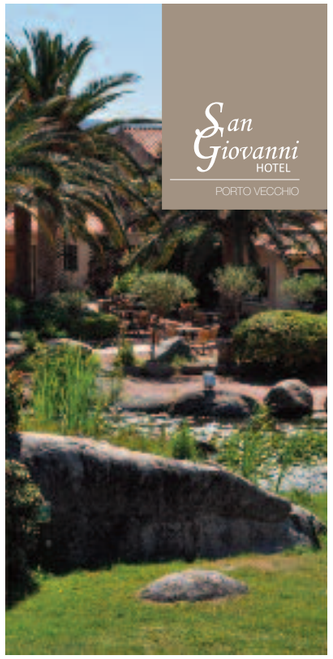
Conception du flyer de soins du spa, flyer annuel. Hiérarchisation d'une grande quantité d'information.



## room directory

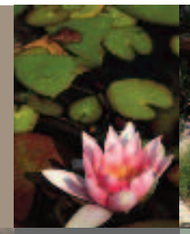
hôtel des Dunes
année _2012
typo capsulaa
papier Springo
impression 2 couleurs Sich
forme de découpe
rainage, pliage, collage
cordons ruban métallisé

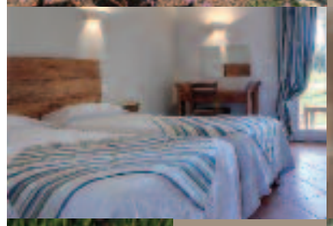
Conception et réalisation d'un document rassemblant les informations importantes concernant l'hôtel avec 2 pochettes pour fiches à insérer à gauche et livret intercalaire à droite. Document bilingue. Finition par cordon métallique une face et noir autre face.



Atmosphère
Calme, sérénité, confort
et convivialité au cœur
d'un parc floral bercé
par les chants
de grenouilles,
d'oiseaux
ou de grillons.

*Atmosphère*
*Peace, serenity*
*and a pleasant atmosphere*
*in charming surroundings*
*accompanied by the sounds of*
*singing frogs,*
*crickets and birds.*



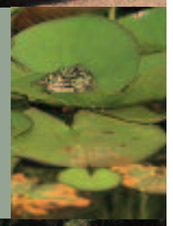


Confort
30 chambres
avec terrasse ou balcon
avec vue sur le parc,
toutes climatisées
avec salle de bain rénovées
et connexion Internet gratuite.

*Confort*
*30 rooms with balcony*
*or terrace overlooking*
*the garden, all with*
*air conditioned,*
*bathroom newly renovated*
*and internet connection.*

Activités
Détendez et reposez-vous
au bord de notre piscine
chauffée, ou profitez des
bienfaits du Jacuzzi et du Sauna.
Pour les sportifs, tennis, football
ou ping-pong sont au programme.

*Activities*
Relax beside our heated pool
and enjoy the beneficial effects
of our Jacuzzi or sauna.
For sports lovers, tennis, football
or table tennis are scheduled.



Gourmandise
Un petit-déjeuner buffet avec un
large choix de produits faits
"maison" pour se réveiller au
rythme de la nature. Déguster
une cuisine familiale, gourmande
et authentique dans laquelle
vous trouverez les saveurs et
produits de notre île.

*Greed*
*A buffet style breakfast with a*
*wide selection of homemade*
*products to wake up to the tempo*
*of the nature. Enjoy a homemade*
*cooking, gourmet and authentic*
*with flavors and traditional*
*produce from Corsica*

Situation
Idéalement situé
à 5 minutes de Porto-Vecchio
l'hôtel San Giovanni
est le point de départ
vers les plus belles plages
et vers la découverte
de la montagne
et des villages typiques
de l'Alta Rocca.

*Location*
*Ideally located 5 minutes*
*from Porto-Vecchio,*
*the hotel San Giovanni*
*is the starting point towards*
*the most beautiful beaches*
*and the discovery*
*of the typical mountain*
*villages of the Alta Rocca.*

## flyer d'hôtel 3 volets

pmt hotels - san giovanni
année _12.2011
papier cyclus offset
impression quadri
rainage, pliage

Brochure 3 volets au format
148 x 210 cm inspirée du rapport à la
nature, la fraîcheur, l'apaisement.

# sites web



49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com

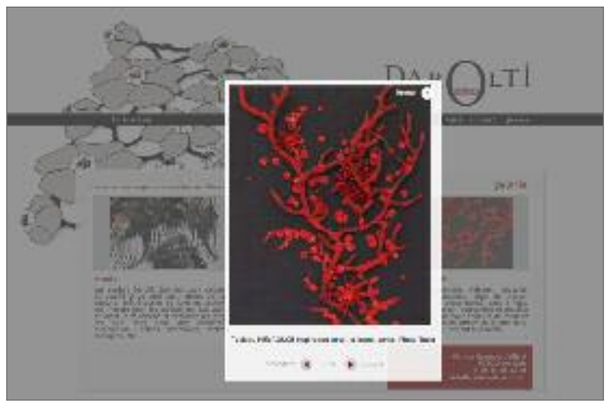
## conception site web hotel

hotel-des-dunes.com
année _12.2011
photos Frédéric Maubaret
développement Marion Pannier
sur concrete5

Création de l'habillage graphique du nouveau site web de l'hôtel avec une grande part accordée à l'actualité. Un site complet décrivant l'hôtel lui-même et l'ensemble des activités de la région. Conception de pictogrammes et outil de réservation en ligne.
Rédaction textes français. Site bilingue.

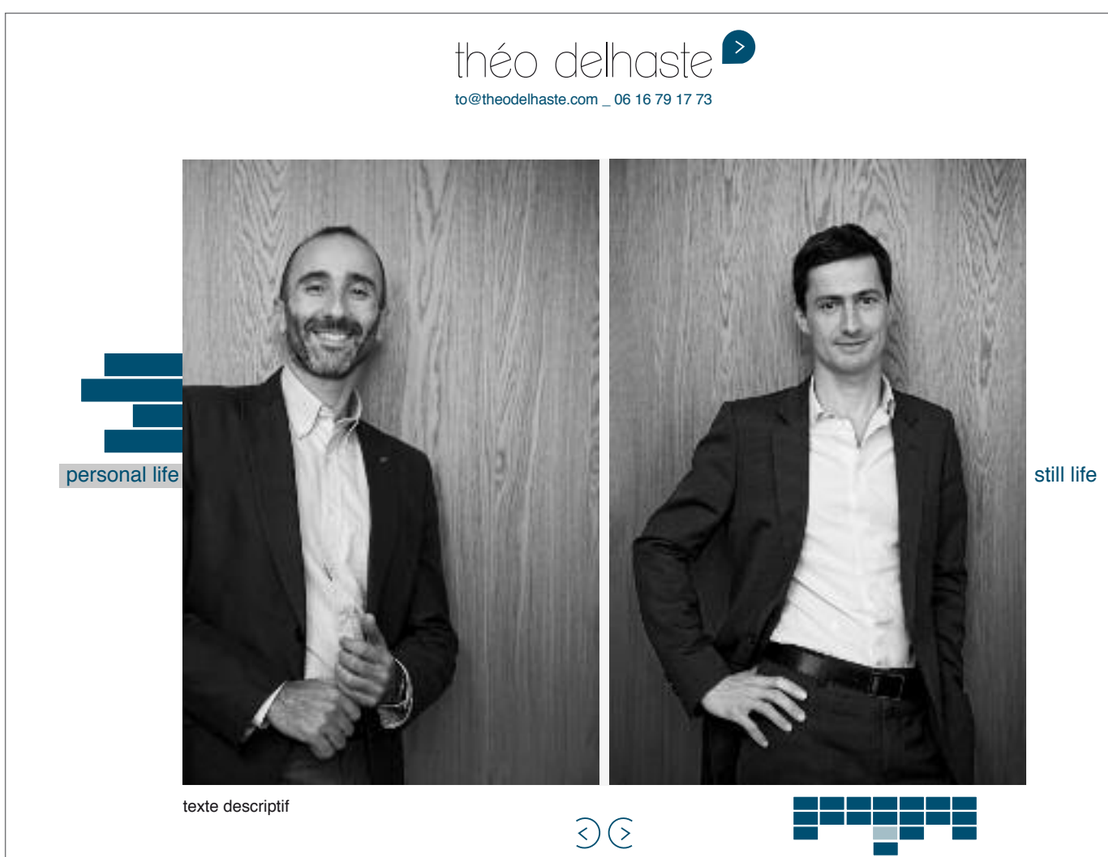
**habillage et ergonomie 4 p**
comptoir-du-cherche-midi.fr
année _10.2011
photos Julie Pradier
développement Sylvain Milleret

Conception de l'ergonomie et principes graphiques sur 4 pages du site de vente en ligne de produits de maroquinerie et d'artisanat des comptoirs du cherche midi. Ces principes sont à décliner par les développeurs pour l'ensemble des pages.



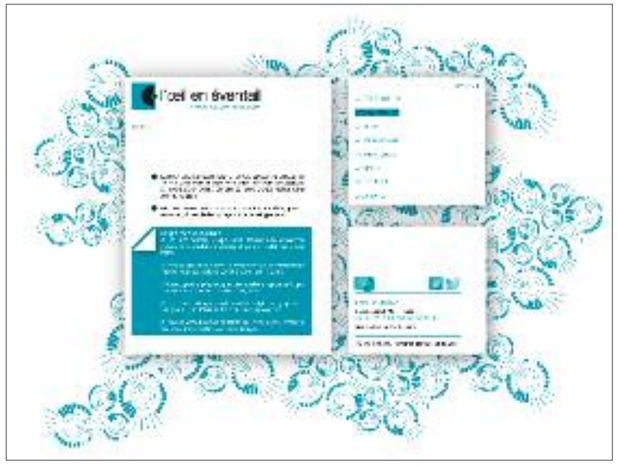

**conception site web**
ateliers darolti.com
année _09.2009
développement Projet 01
en flash

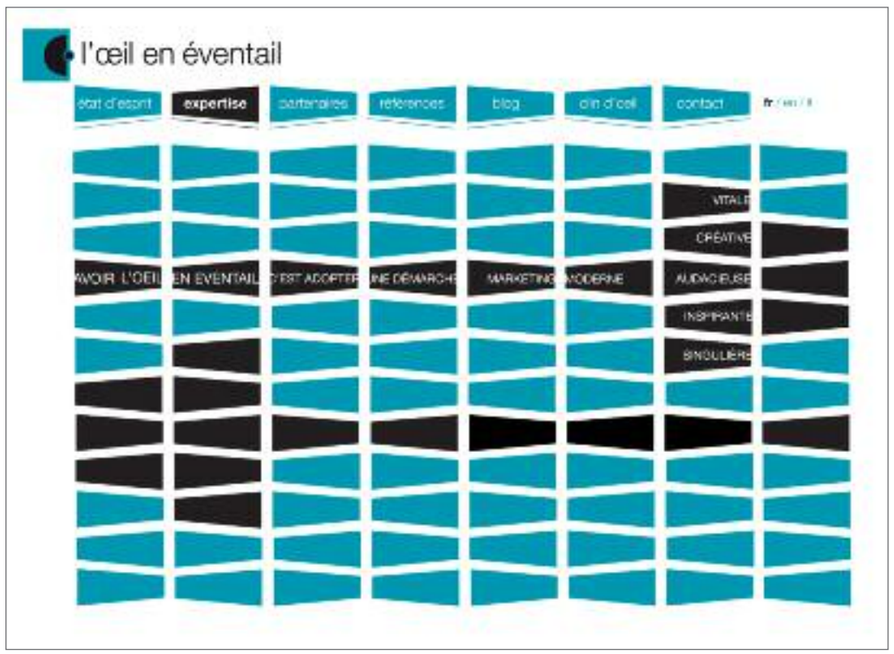
Conception de l'ergonomie et des principes graphiques de l'ensemble du site pour Victoria Darolti, meilleur ouvrier de france en broderie d'art. Rédaction.

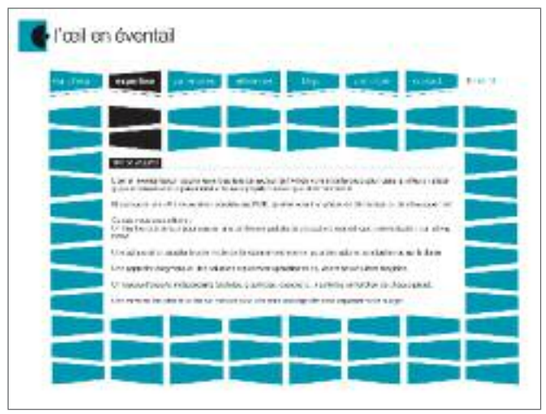



**site web portfolio**
theodelhaste.com
année _07.2012
typo Caviar dreams
photos Théo Delhaste
propositions

Conception et réalisation d'ergonomie, principes graphiques et animation du site web du photographe.
Projet en attente de réalisation.






**site web conseil**
loeilenéventail.com
année _03.2013
propositions

Propositions de conception graphique et ergonomie du nouveau site web l'oeil en éventail.
Textes fournis.

**page d'attente collection**
oznoon.fr
année _09.2011
photos M. Gauchet

Conception graphique et mise en ligne d'une page d'attente/news pour le site oznoon.fr

## site web portfolio

lesbellevilleuses.com
année _01.2011
photos M. Villeneuve
développement Marion Pannier

Conception graphique, ergonomie et réalisation du site web les bellevilleuses, conçu comme une périgrination parisienne, toujours dans l'idée de mouvement, d'échange extérieur/intérieur. Projet non-finalisé.

**site web vente en ligne**

atelierchezsoi.fr

année _02.2013

proposition

Conception graphique, ergonomie et réalisation d'une page d'accueil pour l'atelier chez soi avec conception/réalisation de pictos, mise en forme d'une rubrique compte/pannier, espace réseaux et applications multimédias, diaporama, big menus.

**habillage et ergonomie 3 p**
sac-sur-mesure.com
année _07.2010
développeur client

Proposition de principes graphiques et ergonomie de 3 pages à décliner par le développeur sur l'ensemble du site de vente et commande de sacs sur mesure de Célia Granger, artisan sellier. Version validée en ligne.

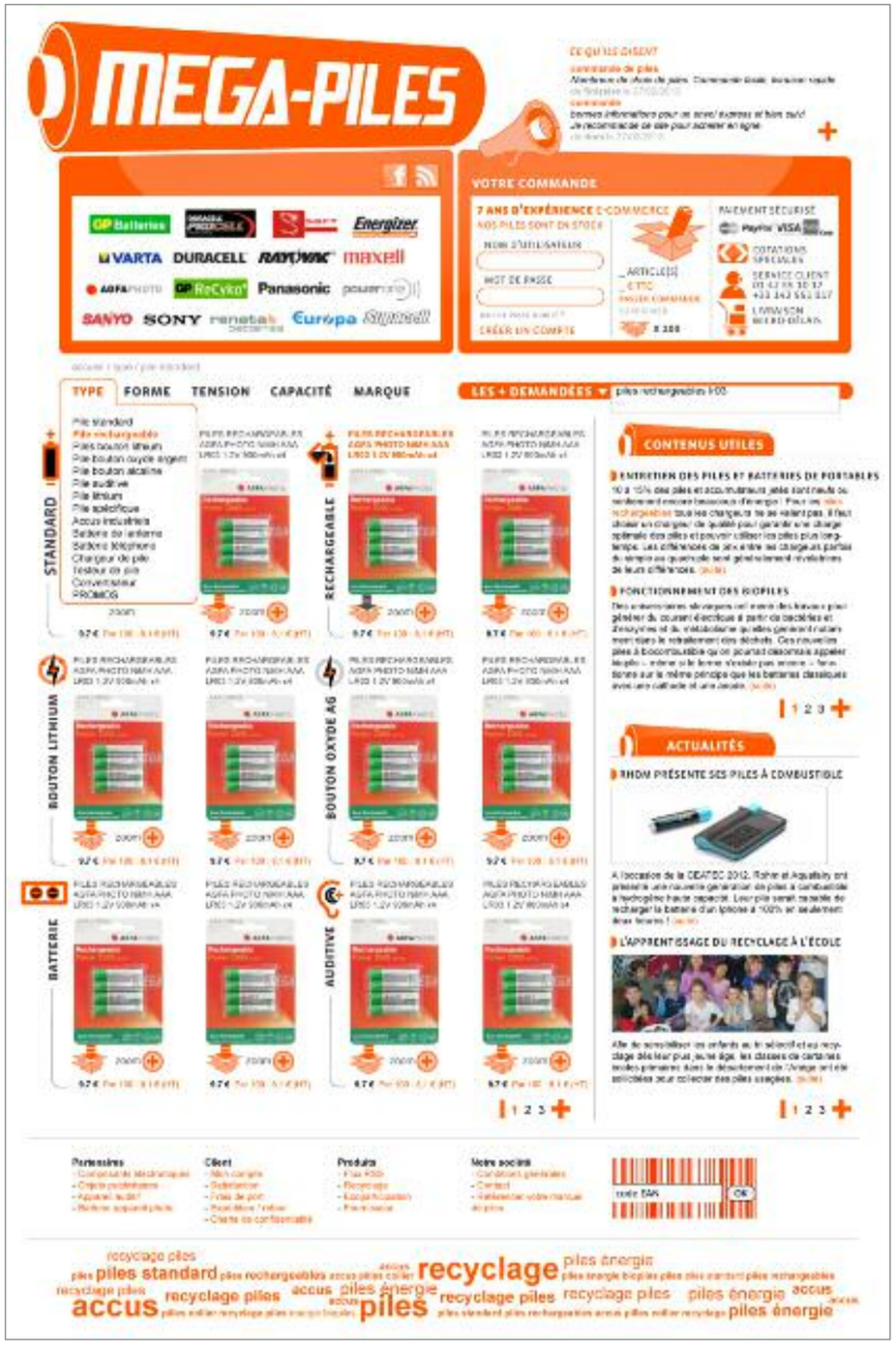
## refonte site web grande distibution

méga-piles

année _03.2013

développeur client

Refonte complète de l'ergonomie du site web, déclinaison des principes graphiques, conception/ réalisation de pictos sur page d'accueil, page produit et page pannier. Le focus a été fait sur la mise en valeur de contenu et articles présents sur le site, la simplification d'affichage, la présence de moteurs de recherche, l'intégration de repères visuels fixes pour la partie commande.



## identité projet musical

helenjuren.com
année _07.2011
typo Angel Tears
photos Julie Pradier
illustrations Isabelle Sage
développeur antipodes multimedia

Réflexion sur l'identité visuelle et image pour l'auteur-compositeur, interprète Helen Juren. Mise en relation avec la photographe, conseil stylisme. Conception des principes graphiques et ergonomie du site. Conception d'une affiche et d'une pochette d'EP.

# news



49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com

## emailings, cartes de voeux

hôtel des dunes

année _2012/2013

illustrations Isabelle Sage

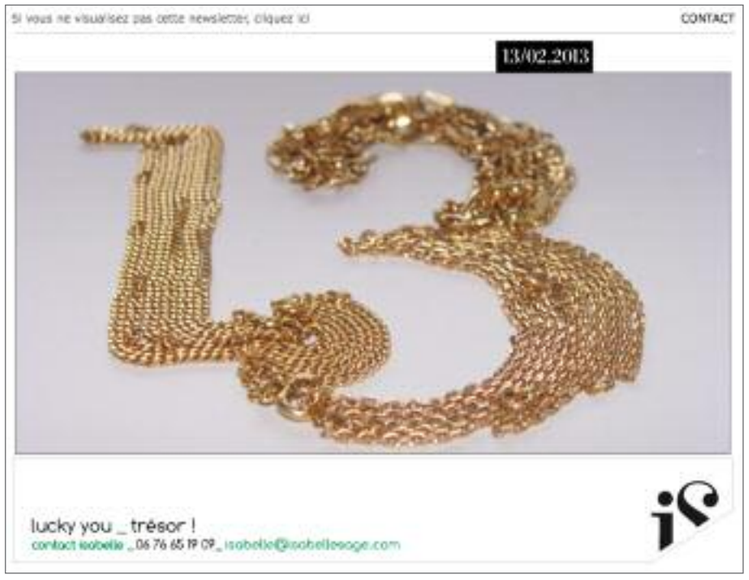
Emailings de voeux annonçant le nouveau siteweb de l'établissement en 2012 et la rénovation en 2013, cartes postales voeux pour l'hôtel des Dunes. Conception, réalisation du message, développement html et envoi de l'emailing via outil dédié.

## emailings

oznoon

année _12.2012

Conception graphique, réalisation, développement html et envoi via outil dédié sur base de donnée client, par segment, d'e-mailing ciblés de remerciement et voeux.




**voeux_2012, voeux_2013**
isabelle sage
année _2012/2013
photos Isabelle Sage
impression lettres découpe Sich

Conception, montage, réalisation d'emailing et carte de voeux jouant avec les mots, la symbolique, les lettres et les dates.

## emailings

lesbellevilleuses

année _2009/2011

Illustrations Isabelle Sage

collaboration, photo
Marie-Maud Gay

Conception, rédaction, réalisation, développement html et envoi via outil dédié de newsletter de présentation, évènement et voeux.

# Les Tentations

DECEMBRE 2012 ◇ NUMERO 1

la gazette du comptoir

Le Comptoir du Cherche Midi, éditeur de produits d'exception a 1 an et pour fêter cet événement, il édite sa première gazette. Vous pourrez désormais la recevoir tous les deux mois et succomber à la tentation...

*Un grand merci à vous tous* d'avoir participé à ses premiers pas. Redécouvrez les Hits Style de la marque en exclusivité.

*Delphine Caloni*

rdv Tous les 2 mois de nouvelles pièces sont mises en ligne sur le site. Ce sont de belles suprises avec un même leitmotiv, fabrication artisanales, matières nobles et élégance intemporelle... Une nouvelle façon de shopper.

sur-mesure sur simple demande vous obtenez tous les produits du Comptoir du Cherche Midi personnalisés et Sur-Mesure. Vous rencontrez des problèmes de tailles pour les bijoux, accessoires ou produits ou alors vous souhaitez être unique ? C'est la particularité de la marque, parce qu'on est tous differents !

## Tentation 1

*Rien que pour vous... faites vous plaisir*

Douceur et volupté avec l'Orylag® et le cashmere-laine de yack. Tour de cou délicieux, manchettes divines ou bouillotte exquise, vous allez être la plus belle pour les Fêtes de Noël...
A la ville comme à la maison vous allez éblouir grâce au chic inconditionnel de la fourrure d'Orylag®. Ses accessoires habileront vos chemisiers en journée ou sublimeront vos tenues de soirée...
www.comptoir-du-cherche-midi.fr

## Tentation 2

*Pour vos cadeaux de dernière minute*

Vous voulez éviter la cohue des grands magasins et les files d'attentes interminables... installez vous confortablemet et rendez-vous sur www.comptoir-du-cherche-midi.fr, pour un shopping efficace et serein ; livraison assurée en 3 jours selon les stocks ou disponible sur Paris.

Les portes clés Filifili ◇ 38 euros
Porte-clés léger constitué de lanières de cuir et de clous.

Les bracelets Serpentino à 49 euros
Réalisé en agneau plongé, ce bracelet est réversible au gré de vos envies. Fermoir en argent.

## Tentation 3

*La French Touch et des produits 100% fait main*

Des matières rares et délicates, succombez à l'originalité de ces étoles et écharpes. Laine de yack et soie, laine de yack et cashmere, grandes écharpes en agneau-velours doublées de cashmere...

Le Comptoir du Cherche Midi est une marque, mais avant tout un état d'esprit, celui de Delphine Caloni quii décide de créer sa propre entreprise en 2010, imagine et conçoit des objets pour la maison, des accessoires de mode ou encore des pièces inattendues et sur-mesure réalisées dans des matières précieuses, rares et originales.

Delphine Caloni propose toute l'année des produits conçus et fabriqués essentiellement en France, voire dans d'autres pays qui eux seuls possèdent les techniques recherchées. Une vraie passion des matières, des couleurs, des formes et du travail bien fait anime la créatrice, une femme de goût, d'idées et d'aventures. Elle fait du « savoir-faire artisanal » sa bataille pour proposer régulièrement une collection inédite. Le luxe des choses simples et de qualité...

www.comptoir-du-cherche-midi.fr

# Les Tentations

www.comptoir-du-cherche-midi.fr

la gazette du comptoir

1.

2.

3.

1.

2.

Le Comptoir du Cherche Midi, éditeur de produits d'exception a 1 an et pour fêter cet événement, il édite sa première gazette. Vous pourrez désormais la recevoir tous les deux mois et succomber à la tentation...

*Un grand merci à vous tous* d'avoir participé à ses premiers pas. Redécouvrez les Hits Style de la marque en exclusivité.

*Delphine Caloni*

rdv Tous les 2 mois de nouvelles pièces sont mises en ligne sur le site. Ce sont de belles suprises avec un même leitmotiv, fabrication artisanales, matières nobles et élégance intemporelle... Une nouvelle façon de shopper.

sur-mesure sur simple demande vous obtenez tous les produits du Comptoir du Cherche Midi personnalisés et Sur-Mesure. Vous rencontrez des problèmes de tailles pour les bijoux, accessoires ou produits ou alors vous souhaitez être unique ? C'est la particularité de la marque, parce qu'on est tous differents !

Le Comptoir du Cherche Midi est une marque, mais avant tout un état d'esprit, celui de Delphine Caloni quii décide de créer sa propre entreprise en 2010, imagine et conçoit des objets pour la maison, des accessoires de mode ou encore des pièces inattendues et sur-mesure réalisées dans des matières précieuses, rares et originales.
Delphine Caloni propose toute l'année des produits conçus et fabriqués essentiellement en France, voire dans d'autres pays qui eux seuls possèdent les techniques recherchées. Une vraie passion des matières, des couleurs, des formes et du travail bien fait anime la créatrice, une femme de goût, d'idées et d'aventures. Elle fait du « savoir-faire artisanal » sa bataille pour proposer régulièrement une collection inédite. Le luxe des choses simples et de qualité...

## Tentation 2

### Tentation 1

*Rien que pour vous... faites vous plaisir*

Douceur et volupté avec l'Orylag® et le cashmere-laine de yack. Tour de cou délicieux, manchettes divines ou bouillotte exquise, vous allez être la plus belle pour les Fêtes de Noël...
A la ville comme à la maison vous allez éblouir grâce au chic inconditionnel de la fourrure d'Orylag®. Ses accessoires habileront vos chemisiers en journée ou sublimeront vos tenues de soirée...

*Cadeaux de dernière minute*

Vous voulez éviter la cohue des grands magasins et les files d'attentes interminables...
installez vous confortablemet et rdv sur www.comptoir-du-cherche-midi.fr, pour un shopping efficace et serein ; livraison assurée en 3 jours selon les stocks ou disponible sur Paris.

◇Les portes clés Filifili à 38 euros
Porte-clés léger constitué de lanières de cuir et de clous.

◇Les bracelets Serpentino à 49 euros
Réalisé en agneau plongé, ce bracelet est réversible au gré de vos envies. Fermoir en argent.

### Tentation 3

*La French Touch et des produits 100% fait main*

Des matières rares et délicates, succombez à l'originalité de ces étoles et écharpes. Laine de yack et soie, laine de yack et cashmere, grandes écharpes en agneau-velours doublées de cashmere...

DECEMBRE 2012 ◇ NUMERO 1



**newsletter «les tentations»**
comptoir du cherche-midi
année _12.2012
photos Julie Pradier
proposition

Conception, réalisation de gabarits de newsletter mensuelle présentant 3 produits, incluant 1 édito, une partie évènement et une actu.

**emailing**
l'oeil en eventail
année _06.2011
photos Nicolas Martin

Conception de deux invitations emailing à la galerie Voskel pour opération de lancement de la société.

# la ligne

la lettre d'information de la sous-direction des systèmes d'information

n° 3 // janvier / février

## édito Titre de la newsletter du mois

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer ultricies lorem id nisl vehicula blandit. In suscipit elit vel nisi faucibus bibendum. Vivamus viverra vehicula diam, quis sagittis sem dictum nec. Nam euismod congue ante at placerat. Pellentesque quis erat sed dolor dapibus luctus. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis. Phasellus blandit volutpat arcu, non euismod metus pretium nec.

## météo des services

MESSAGERIE
99,7 %
12 mois 99,88 %

INFO CENTRE
99,7 %
12 mois 99,88 %

HERMES JADE
99,7 %
12 mois 99,88 %

INTERNET
99,7 %
12 mois 99,88 %

BO
99,7 %
12 mois 99,88 %

AUTRE
99,7 %
12 mois 99,88 %

## astuces

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras egestas, metus quis tristique pretium, nulla sapien placerat turpis, nec ornare tortor orci id odio. Phasellus blandit volutpat arcu, non euismod metus pretium nec.

## à la loupe

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras egestas, metus quis tristique pretium, nulla sapien placerat turpis, nec ornare tortor orci id odio. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis.Phasellus faucibus, sem quis posuere.

## rendez-vous

JANV. 17 — Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis.

JANV. 24 — Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis.

JANV. 24 — Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis.

FEV. 12 — Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis.

FEV. 18 — Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis.

FEV. 18 — Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam id ipsum magna, nec varius turpis.



**masque de newsletter**

réunion des musées nationaux

année _06.2011

typo iarnold Corbel

Conseil sur le choix du nom et réalisation de la newsletter bimestrielle de la direction des services informatiques de la rmn. Conception de l'identité graphique, des pictos et développement html.

# édition



49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com

**annuaire empreintes**
école boulle
année _11.2010
secrétariat de rédaction

Secrétariat de rédaction et réécriture des textes et titres des élèves, textes de sections, textes de professionnels et de partenaires.
Thématique L'invitation au voyage

Fabrizio Calvi

## 11 septembre *la contre-enquête*

Le 11 septembre n'est pas un accident de l'histoire, il découle d'un enchaînement de circonstances, d'erreurs stratégiques, de décisions erronées, d'incompétences, de pesanteurs bureaucratiques.

Trop de faits ont été ignorés par les investigations officielles aux États-Unis pour ne pas susciter le trouble. Comment Ali Mohamed, la taupe d'Al Qaida, a-t-il pu opérer pendant plus de dix ans au sein de l'armée américaine, de la CIA et du FBI sans être inquiété ? Comment se fait-il que la CIA et le FBI, en jouant aux apprentis sorciers, aient favorisé la naissance de la cellule américaine d'Al Qaida ? Pourquoi, informés du plan d'attaque dès 1995, le FBI et la CIA n'ont-ils rien fait ? Pour quelle raison, l'année qui précéda les attentats, la CIA s'est-elle ingéniée à empêcher le FBI de découvrir la présence aux États-Unis de deux des futurs pirates de l'air du 11 septembre ?

Au terme d'une enquête de quatre ans dans le monde entier, à la rencontre de plus de cent témoins directs - hauts responsables des administrations américaines, officiers de renseignement, policiers américains et philippins -, Fabrizio Calvi démonte l'engrenage implacable qui, dès 1979, a conduit aux attaques du 11 septembre 2001.

Tournant résolument le dos aux théories du complot, l'ouvrage, dans un récit mené au rythme d'un polar, éclaire d'un jour nouveau les très nombreuses zones d'ombres de cette catastrophe planétaire pour répondre à la question suivante : comment cela a-t-il pu arriver ?

*Fabrizio Calvi est l'auteur d'ouvrages et de documentaires sur la criminalité organisée et les services secrets, et notamment* L'oeil de Washington, *chez Albin Michel, et récemment,* FBI, L'histoire du Bureau par ses agents, *publié en 2010 chez Fayard. http://www.fabriziocalvi.com/*

www.editions-fayard.fr
*Graphisme : Isabelle Saga pour l'Atelier Christophe Billoret*
*© Gettyimages*

**couverture**
ateliers christophe billoret
année _06.2011
typo Haettenschweiler, Solex
photo Getty

Conception et réalisation de la couverture de «11 septembre, la contre-enquête» de Fabrizio Calvi paru aux éditions fayard.

Thierry Crouzet

# J'AI DÉBRANCHÉ

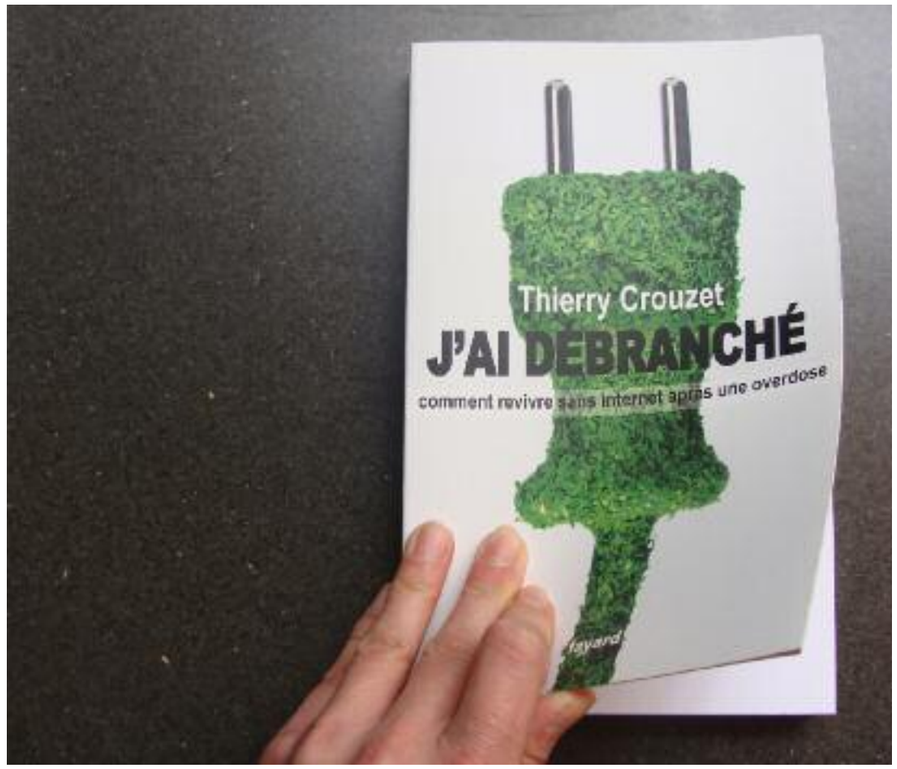
**comment revivre sans internet après une overdose**

Au début, vous regardiez vos mails une ou deux fois par jour. Combien de fois le faites-vous aujourd'hui ?
Vous arrive-t-il de consulter vos messages compulsivement toutes les cinq minutes, comme si votre vie en dépendait ? Cherchez-vous parfois votre mobile avec plus de fébrilité que vos clés ?
En un mot, seriez-vous accro à internet ? Cet outil inventé pour nous aider à mieux communiquer ferait-il de nous des esclaves ?

Épuisé par quinze ans d'hyperactivité en ligne, Thierry Crouzet, gourou des réseaux sociaux et auteur de nombreux ouvrages sur les nouvelles technologies, entame une cure de désintoxication. Il prévient ses milliers d'amis Facebook et Twitter qu'il les quitte durant six mois. Il disparaît du Net pour se sevrer. Au fil des jours, il nous raconte avec humour ses crises de manque, sa vie « débranchée », puis comment il se reconstruit, en quête d'un art de vivre à l'époque d'internet.

tcrouzet.com
www.editions-fayard.fr

Graphisme : Isabelle Sage
© Gettyimages




**couverture**
fayard
année _09.2011
typo Arial, Arial Narrow
photo Getty

Conception et réalisation d'une couverture pour «J'ai débranché, ou comment revivre sans Internet après une overdose» de Thierry Crouzet

JEAN-JÉRÔME BERTOLUS
FRÉDÉRIQUE BREDIN

# TIR À VUE 1965 - 2012
## La folle histoire des présidentielles

« Il faut vingt ans pour un faire un bon candidat, vingt ans de souffrance, de malheur, d'échecs et d'obsessions », observait François Mitterrand. Une présidentielle est un combat sans merci. Le temps et la ténacité sont les clés qui ouvrent les portes de l'Élysée. Un bon candidat est d'abord un homme prêt à tous les sacrifices.
À travers les candidatures des grands fauves de la politique (François Mitterrand, Valéry Giscard d'Estaing, Jacques Chirac, Nicolas Sarkozy) et les tentatives avortées (Jacques Delors, Michel Rocard, Raymond Barre ou Édouard Balladur), ce livre revient sur cinquante ans d'histoire politique, de destins d'airains, de coups tordus, d'intuitions géniales. Il restitue les campagnes et leurs rites : l'importance de l'entourage et les secrets de famille, l'enjeu et la préparation du duel télévisé, la forme physique et psychologique du candidat, les interrogations liées au financement, la prégnance de la communication.
Au cours des deux ans qu'a duré leur enquête, les auteurs ont rencontré près de quatre-vingts personnalités, de Lionel Jospin à Pal Sarkozy, en passant par François Bayrou, Dominique de Villepin ou François Hollande.

**JEAN-JÉRÔME BERTOLUS est journaliste politique sur i télé et Canal +.**
**FRÉDÉRIQUE BREDIN, inspecteur des Finances, ancien député et ancien ministre, dirige une société de production audiovisuelle.**

**couverture**
fayard
année _09.2011
typo Gunplay, Eurostile
photo Getty

Conception et réalisation d'une couverture pour «Tir à vue, la folle histoire des présidentielles, 1965-2012,» de Jean-Jérôme Bertolus et Frédérique Bredin

**couverture**
fayard
année _11.2011
typo acid
photo particulier

Conception et réalisation d'une couverture pour «la petite fille sur la photo, la guerred'Algérie à hauteur d'homme» de Brigitte Benkemoun.

Corinne Atlas

# les sœurs Ribelli

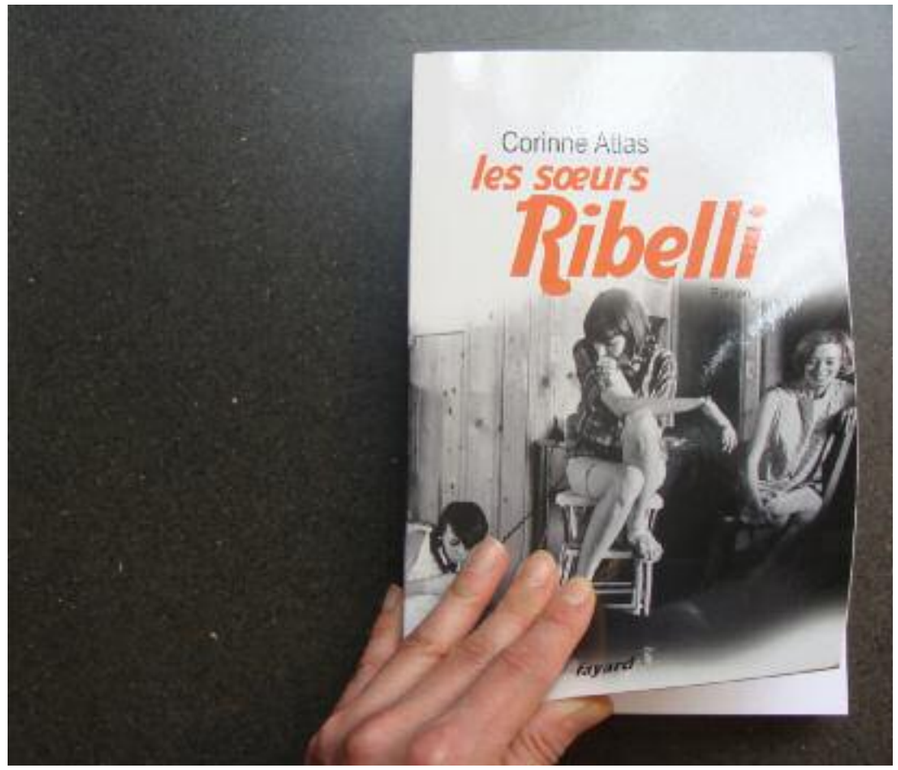
Dans l'effervescence des années 70, les sœurs Ribelli ont entre 15 et 21 ans.

Jeanne l'aînée, poète par le désir d'émancipation de toute une génération, est convaincue qu'elle se réalisera à Paris, loin du petit hameau du sud de la France où elles sont nées. Brigitte, la cadette, refuse de se conformer à l'idéologie féministe naissante et veut épouser un homme qui lui offre une mère au foyer comblée. Elsa, la benjamine, ne doute pas de devenir un écrivain reconnu.

Chacune à leur manière, elles braveront les tabous, bouleverseront l'ordre établi de la famille, affronteront la solitude. Mais on ne commande pas au destin : la vie des Ribelli ne seront bientôt plus à leurs rêves de jeunes filles.

Une saga de femmes qui nous immerge dans l'histoire de la France des années 70 à nos jours.

*Corinne Atlas est scénariste et dramaturge, auteure de pièces de théâtre. Elle a écrit de nombreux scénarios, notamment La Famille Fenouillette et Le Trépointeur de Belleville.*




**couverture**
fayard
année _11.2011
typo AardvarkCafe, Arial Narrow
photo Getty

Conception et réalisation d'une couverture pour le roman «Les soeurs Ribelli» de Corinne Atlas.

**couverture**
fayard
année _04.2012
typo helvetica
photo Pied de Poule

Conception et réalisation d'une couverture pour «Marâtre» de Caroline de Bodinat

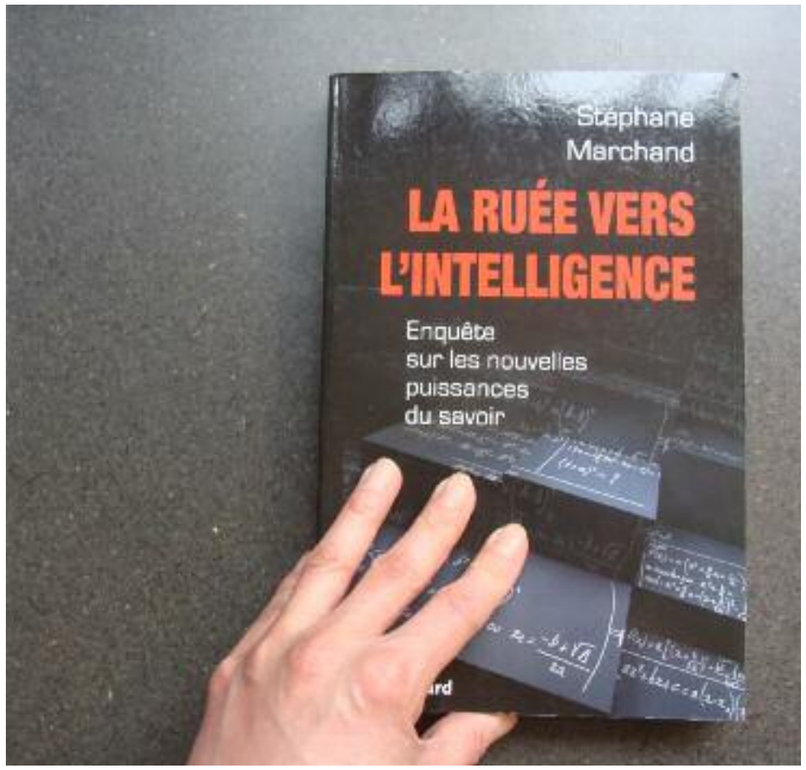
**couverture**
fayard

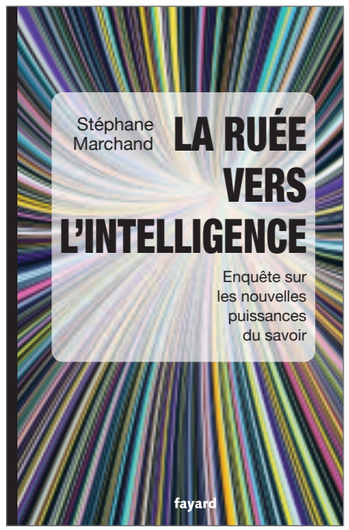
année _11.2011

typo Agency FB

Les quatres pièces, l'appartement de l'artiste (1914) de Vihelm Hammershoi Fotograf Pernille Klemp. Scannet af Colorgruppen Ordrupgaard, Copenhagen

Conception et réalisation d'une couverture pour «Au coeur des maisons» de Donatella Caprioglio et autres propositions.

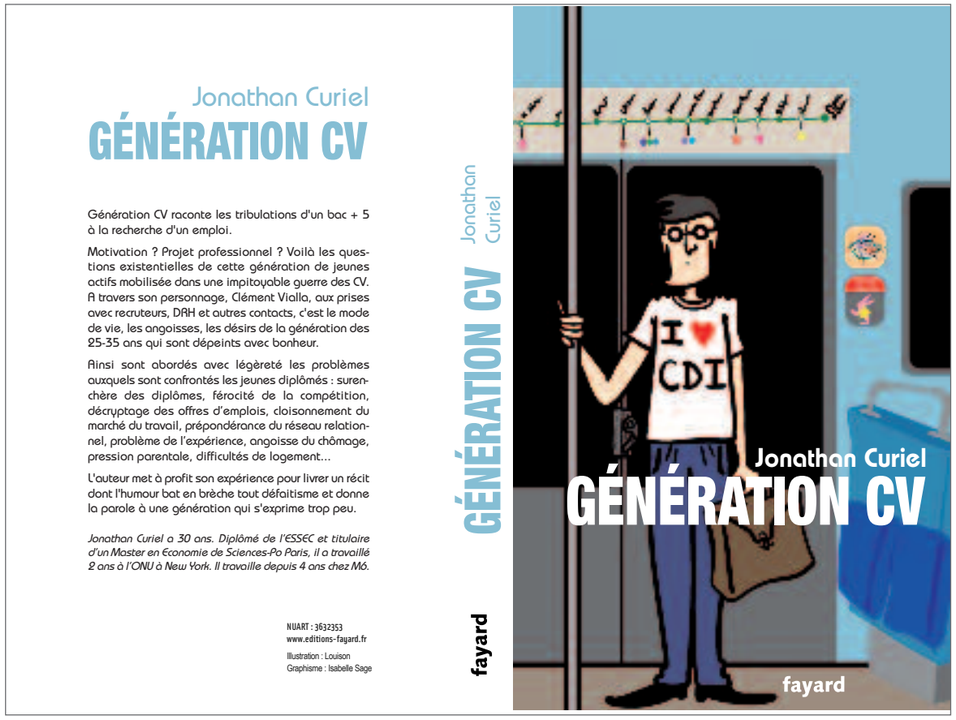


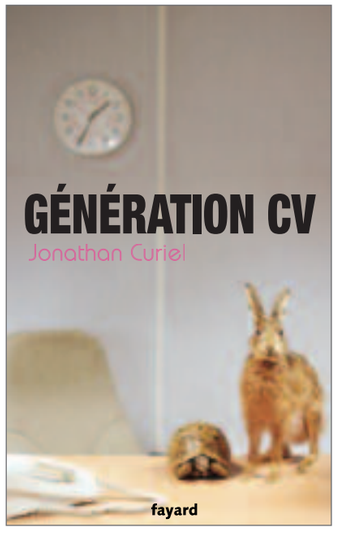



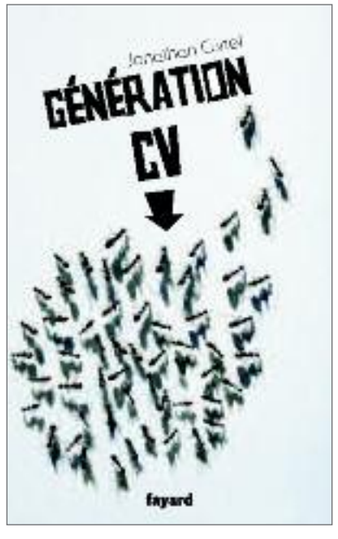
**couverture**
fayard

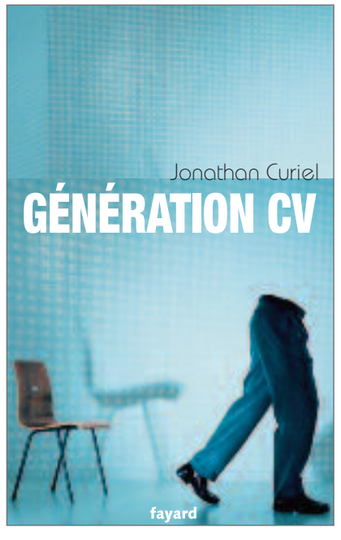
année _04.2012
© franck boston - fotolia.com
typo helvetica Neue, Eurostile
photos propositions Getty

Conception et réalisation d'une couverture pour «La ruée vers l'intelligence, enquête sur les nouvelles puissances du savoir» de Stéphane Marchand et autres propositions.



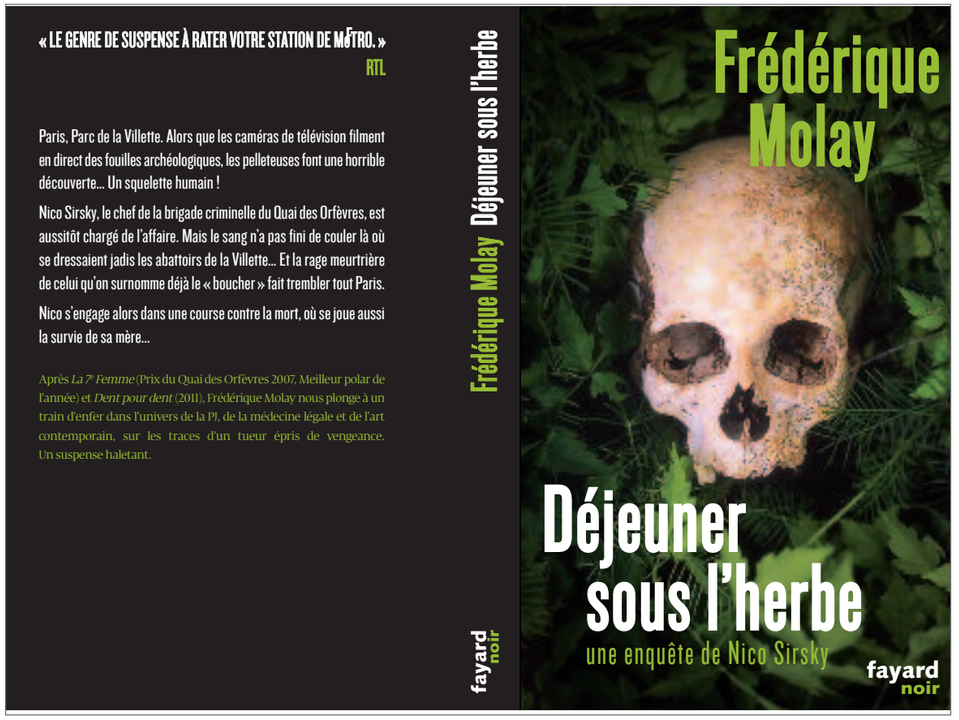



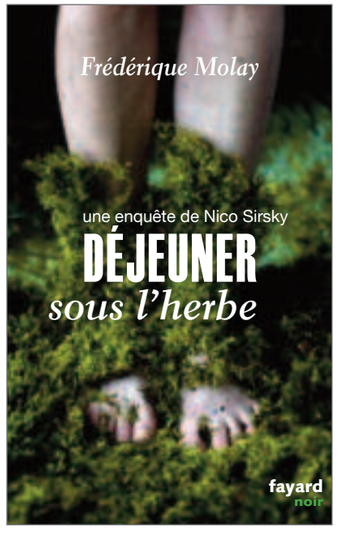

**couverture**
fayard

année _12.2011

typo helvetica Neue, Bauhaus
Illustration Louison
photos propositions Getty

Conception et réalisation d'une couverture pour «Génération CV» de Jonathan Curiel et autres propositions.



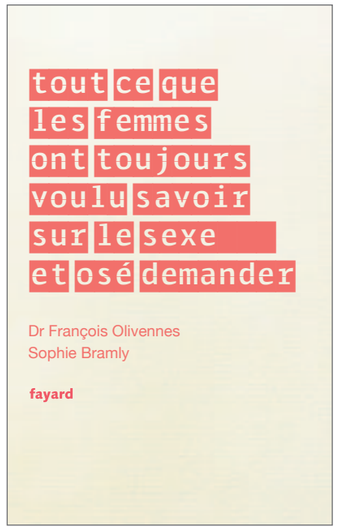



**couverture**
fayard

année _01.2012

typo Knockout
photos fournies
photos propositions Getty

Propositions de couverture pour «Déjeuner sous l'herbe» de Frédérique Molay, maquette suivant collection fayard noir.

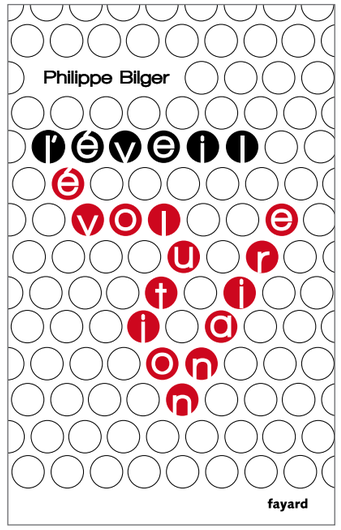


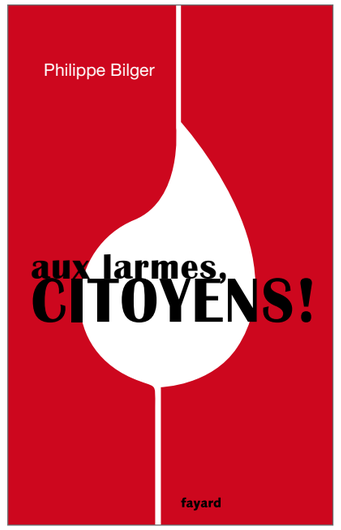
**couverture**
fayard

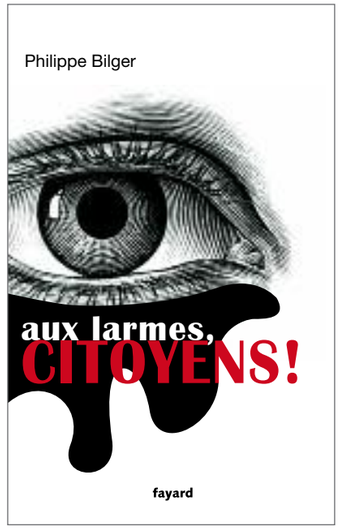
année _01.2012

Illustrations, tableau fil tendu et photos Isabelle Sage

Propositions de couverture pour «Tout ce que les femmes ont toujours voulu savoir sur le sexe et enfin osé demander» du Dr François Olivennes et Sophie Branly.



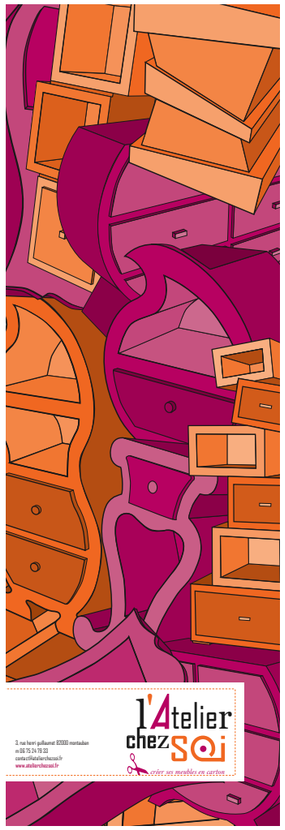
**couverture**
fayard

année _11.2012

Illustrations Isabelle Sage

photos oeil, filles : getty,fotolia

Propositions de couverture pour «La france en miettes» de Philippe Bilger avec suggestion de nouveau titre : l'éveil évolutionnaire. Propositions de couvertures pour «Le rêve brisé des working girls, comment éviter les pièges» de Claire Léost.



**couvertures de patrons**

l'atelier chez soi

année _01.2010

Illustrations vect Isabelle Sage

Conception et réalisation d'une collection de couvertures de livrets de formations et des patrons. Conception d'une brochure depliant/poster.

# expos & grands formats



49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com

## Napoléon III et l'Italie, Naissance d'une Nation

Musée de l'Armée

année _07.2011

collaboration graphisme
Tania Hagemeister

scénographie agence Pylone

Cette exposition a pour fil conducteur l'opinion publique à travers des typologies d'objets divers : peintures, photos, dessins, plan relief... Du manque de journaux à présenter est née l'idée de transposer leurs principes dans le traitement scénographique, de grandes pages se déroulant sur les murs jusqu'au langage et jeux typographiques inspirés de la période.

## Napoléon III et l'Italie, Naissance d'une Nation

Musée de l'Armée

année _07.2011

collaboration graphisme
Tania Hagemeister

scénographie agence Pylone

Le principe est décliné sur le parcours enfants, les citations et le mur des protagonistes dans la dernière salle.

## Napoléon III et l'Italie, Naissance d'une Nation

Musée de l'Armée

année _07.2011

collaboration graphisme
Tania Hagemeister

scénographie agence Pylone

Conception et réalisation du visuel principal et de la campagne d'affichage de l'exposition : affiche, carton d'invitation pochette de dossier de presse, insertions publicitaires, livret anglais.

## adaptation campagne

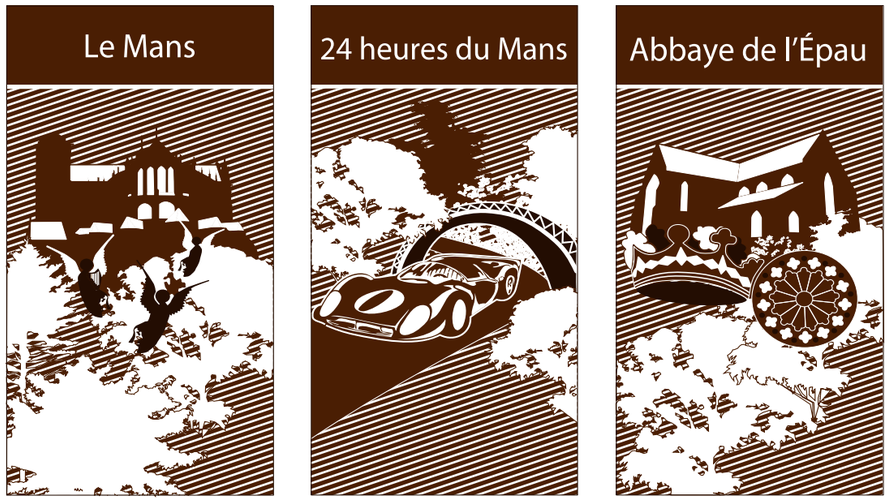
agence fluo
année _02.2011
visuel existant

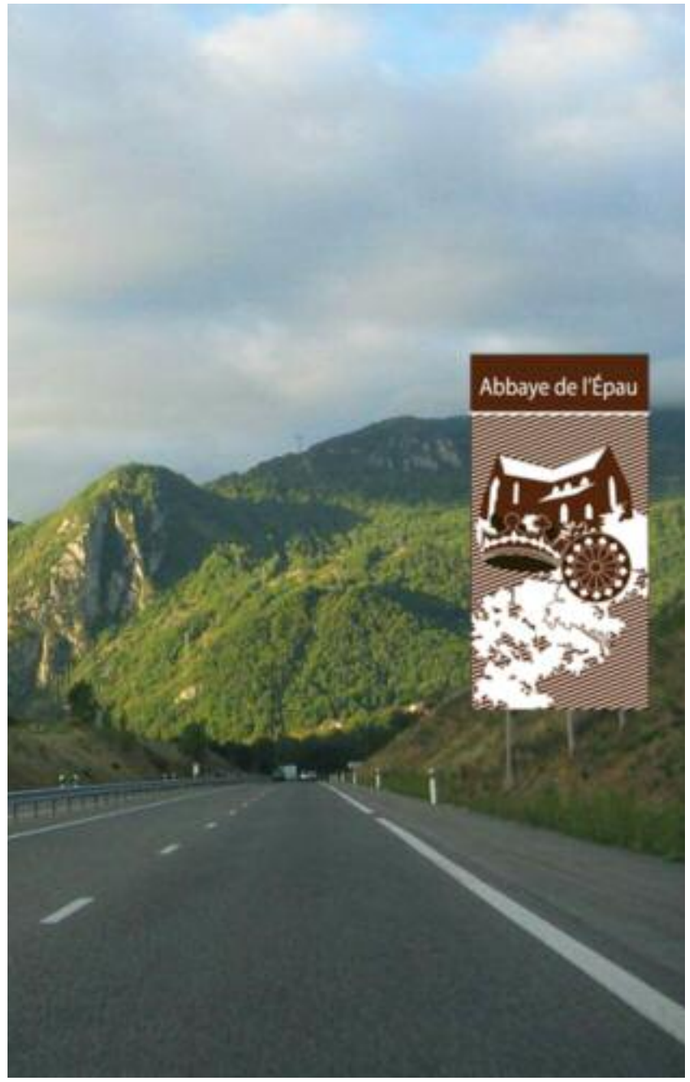
Adatation du visuel et de la campagne de communication pour l'exposition hors les murs installée à Dakar.
Affiches, 4x3, invitation.

# graphisme exposition

christophe billoret
année _05.2011

Reprise en cours de conception et réalisation de l'ensemble de l'exposition «Maya, de l'Aube au crépuscule» au Musée du Quai Branly, déclinaison du graphisme sur l'ensemble de la surface d'exposition.




## panneaux d'animation touristique

cofiroute
année _05.2010
collaboration Marie-Maud Gay
et La Fabrique de l'Est

propositions pour
appel d'offre restreint

Illustrations Isabelle Sage

6 propositions de conception et définition de nouveaux principes graphiques à décliner sur les panneaux d'animation touristique.

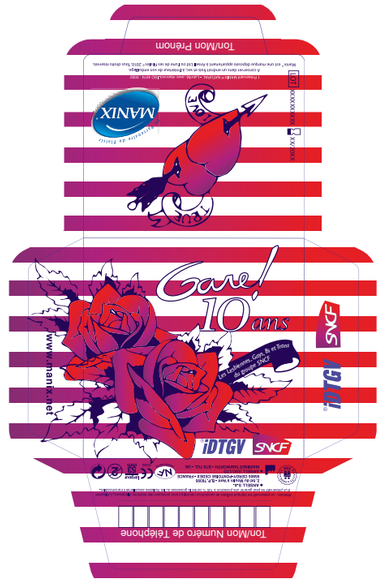
## char association gare

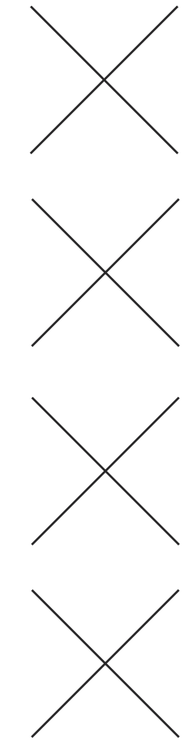
la Fabrique de l'Est

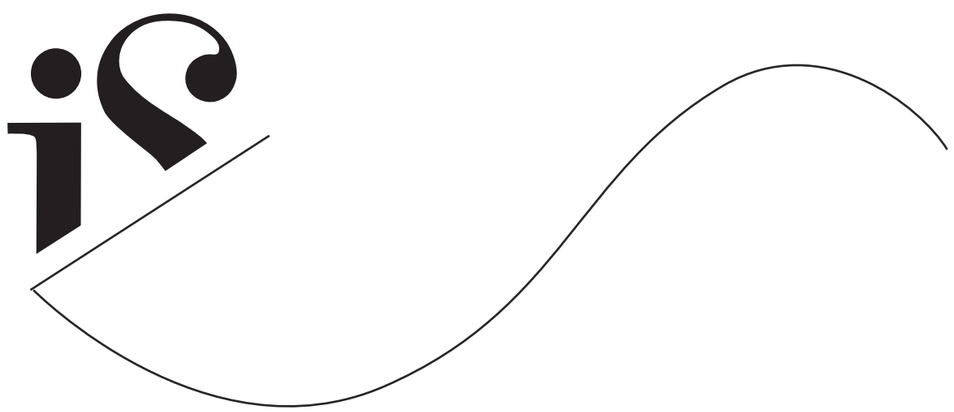
année _04.2010

charte graphique sncf

Conception et réalisation de l'habillage graphique du char de l'association Gare! de la scnf ainsi qu'un emballage de préservatif. Gay pride 2010 en accord avec la charte de la sncf. Utilisation des pictos hommes/femmes de la charte pour créer la fermeture éclair centrale.







photos projets Matthieu Villeneuve _ Isabelle Sage
les mains par Théo Delhaste_ DA et modèle Isabelle Sage _ oct. 2012

49, rue du Borrégo _ 75020 Paris, france
isabelle@isabellesage.com _ www.isabelle sage.com