



DNAT 2016

DNAT 2016

Pour le catalogue de l'exposition *Vive les graphistes!* (centre G. Pompidou, 1990), Jean-Francois Lyotard indiquait qu'il voyait le graphiste avant tout comme un interprète, maître dans l'art herméneutique en ce qu'il distingue et conjugue au bénéfice de ses créations les sens littéral, moral, symbolique, allégorique, mystique... Le designer graphique se meut ainsi dans les latitudes offertes par la polysémie et la liberté d'interprétation. Mais s'il est un interprète il est aussi un traducteur, celui qui transfère par écrit un message d'une langue à une autre, celui qui permet la communication entre des locuteurs utilisant des langages distincts, ici le texte et son déploiement dans le temps, l'image et son articulation dans l'espace. Il est celui qui permet la relation au-delà de la spontanéité en s'assurant que le sens d'un propos, d'une idée, en sera bien partagé. Le design graphique s'inscrit ainsi avant tout dans un ensemble relationnel aux dimensions multiples : relation entre le message en jeu et la production de formes graphiques, plastiques, qui en éclairent ou en déclinent le sens; relation entre un service, un produit, et ses usagers, ses consommateurs; relation entre les supports utilisés, via la déclinaison d'une charte graphique ou ses prolongements; relation entre les époques, par la citation, l'emprunt, l'utilisation ou la réinvention de formes éprouvées (faut-il rappeler ici que la police Garamond présente sur tous les ordinateurs remonte au XVI^e siècle...); relation entre théorie et pratique, par l'acquisition de connaissances, d'une culture, et la production de formes. Aussi, enseigner le design graphique ce n'est pas seulement enseigner les techniques de composition, de typographie, de mise en forme, d'utilisation des logiciels de traitement d'image ou de PAO. C'est avant tout amener les étudiants à comprendre leur responsabilité dans la relation qu'ils génèrent à travers les formes qu'ils produisent. Ce catalogue présente les travaux des jeunes diplômés 2016 en Design graphique de l'esam Caen/Cherbourg. Outre la richesse, la diversité et la qualité des créations graphiques présentées dans les pages suivantes, il témoigne de la maturité de ces jeunes auteurs et de l'engagement personnel de chacun d'entre eux dans la compréhension des mondes dont ils se font les interprètes.

Arnaud Stinès

Pour un design à l'attention de l'autre

Un bon designer est un professionnel qui ne cesse de se rappeler à chaque étape de son processus de création qu'il est avant tout, et restera, un usager. Comme tout le monde il a besoin quotidiennement d'accéder à certains contenus, à certaines informations, à certaines activités, à certains lieux... mais, à la différence des autres usagers, il peut agir sur le cours des choses et venir ponctuellement, voire même durablement, améliorer un service à destination d'un public spécifique. Son expérience personnelle l'aide à identifier dans son environnement direct des espaces d'intervention dignes d'être investis. Ses capacités d'observation et d'analyse, proches de celles du sociologue, s'amplifient au contact d'une sensibilité, plus proche de celle de l'artiste, auxquelles s'ajoute, n'ayons pas peur du mot, l'empathie. Toutes ces qualités lui permettent d'étendre ses moyens d'action plus largement, et d'aller à la rencontre des nouveaux publics, questionnant systématiquement son approche du design et donc son propre rôle social. Le designer place le souci de son contemporain au cœur de sa réflexion, il œuvre parmi les siens et les diplômés de l'option design graphique de la promotion 2016 l'ont bien compris. En quête de leur projet de fin de cursus, chacun s'est employé à concevoir sa commande idéale, celle qu'il souhaiterait se voir confier professionnellement au sortir de leurs études. Ils sont devenus plus poreux encore qu'à l'accoutumée, sensibles au moindre défaut de communication, intégralement tournés vers l'extérieur, à l'écoute totale des autres. Les uns ont identifié des ruptures de liens sociaux, d'autres ont constaté l'absence de certains services, d'autres encore ont regretté le manque de débats publics sur des sujets d'actualité pourtant cruciaux. Ils se sont saisis de l'occasion pour tenter d'interroger leur époque. Tous ont mis leurs acquis durant leurs trois années de formation au service d'un projet potentiellement utile, profondément généreux et fondamentalement singulier. Les contours de chaque projet ici présenté se sont ainsi dessinés au contact du réel, épousant les formes du vivant, spéculant positivement sur l'avenir. Qu'ils soient à présent en activité ou bien qu'ils poursuivent leurs études, ces jeunes créateurs se destinent à faire de leur activité un atout pour la collectivité.

Sarah Fouquet

Sommaire



- 9 **3x5**, Anaïs Allias
Édition | Magazine | Mise en page
- 12 **HURFA**, Shahnaz Bennaï Moussouni
Application mobile | UX Design
- 15 **TERREMINÉ**, Manon Brassart
Édition | Photographie | Reportage
- 18 **BANTER**, Maïlys Breton
Édition | Typographie
- 21 **ACCORD**, Anaïs Février
Édition | Typographie
- 24 **DYSGRAPHIE**, Tiffany Flecher Moreau
Campagne | Typographie
- 27 **MOSAÏQUE URBAINE**, Marguerite Karmochkine
Graphisme & Espace urbain | Campagne
- 30 **L'OIE DES CALCULS**, Valentine Lespinasse de Capèle
Typographie | Jeux de société
- 33 **A CAEN LE SPORT**, Laura Lucaccio
Campagne | Affiche
- 36 **ZIG-ZAG**, Adèle Mabire
Reportage | Photographie
- 39 **LE RÊVE PORTUGAIS**, Alexandra Martins Pinto
Reportage | UX Design | Édition | Illustration
- 42 **UNIQUE**, Léa Moulec
Identité | Illustration
- 45 **LE MUSIQUE CLUB**, Stanley Obobogo
Affiche | Musique | Motion design
- 48 **SOUS LE DÔME**, Xiaoshuang Ren
UX Design | Illustration
- 51 **EPOKH**, Eudes Ressencourt
Affiche | Illustration
- 54 **ÉCHO - PETIT POUCE**, Émeline Sauvaget
Édition | Illustration
- 57 **SOUNDOUT**, Claren Tran
Identité | Musique | Illustration

Anaïs Allias

3x5

Édition | Magazine | Mise en page

Caen dispose d'une très belle scène pour le spectacle vivant, dont notamment le théâtre, mais il n'est pas toujours évident pour un public de jeunes adultes de savoir se diriger parmi les différentes programmations et, également, pour des raisons économiques, d'aller jusqu'à réserver une place. Anaïs Allias, a pensé qu'un nouvel outil de communication s'imposait pour tenter de simplifier l'accès à cette offre culturelle foisonnante et ainsi aider le public à faire son choix. 3X5 est un ensemble de supports de communication qui propose tout au long de l'année une sélection de spectacles parmi la programmation proposée par les 3 grandes salles de la ville.

Les "affiches-programmes" interpellent le public, créant comme un événement nouveau en parallèle de la programmation annuelle, et chacune de ces affiches s'accompagne d'un journal gratuit, permettant de créer une actualité complémentaire indispensable à l'orientation du spectateur.





3x5



3x5

04



les ténèbres.



3x5

02

3x5

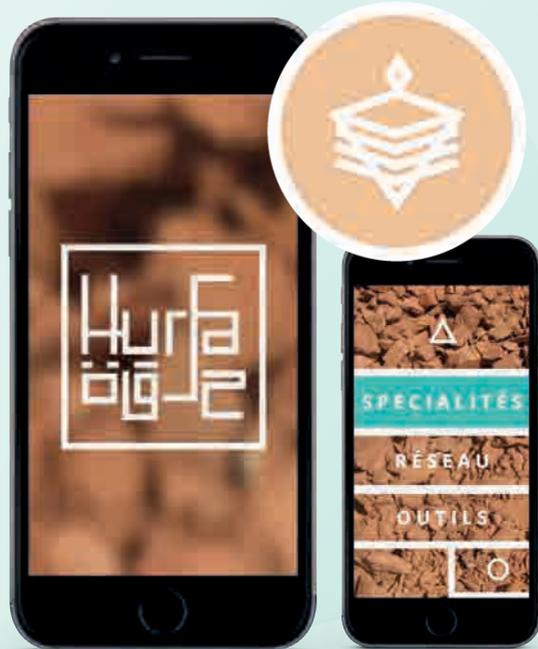


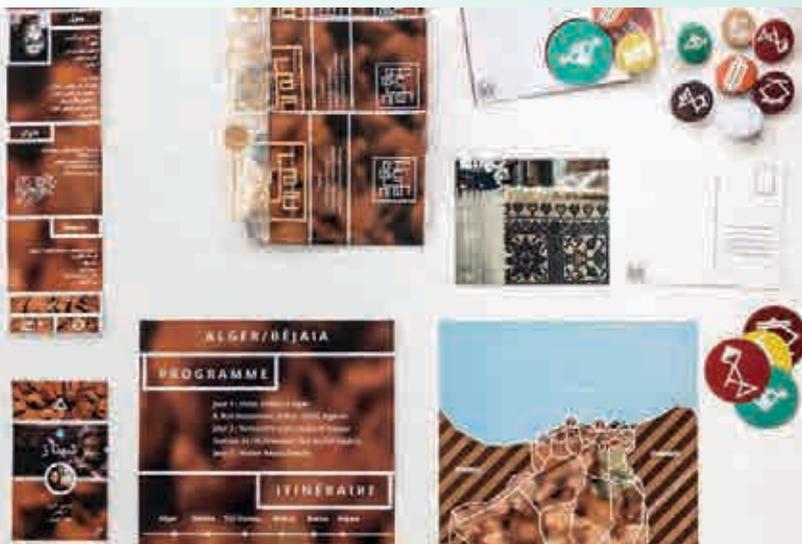
Shahnaz Bennai Moussouni

HURFA Mention pour l'investissement

Application mobile | UX Design

Il y a en Algérie une tradition artisanale très riche, mais qui s'arrête souvent à quelques lieux communs et qui mériterait une meilleure mise en lumière tant il s'agit d'un patrimoine culturel vivant particulièrement fertile et qui maille l'ensemble du territoire. Shahnaz Bennai a tenu à s'emparer de cette question en la rendant interdépendante de celle du tourisme, sujet d'actualité car très soutenu politiquement et économiquement, en particulier avec l'émergence d'une classe moyenne algérienne qui voyage encore peu dans son propre pays. Elle a donc inventé un réseau d'écotourisme qui par le biais d'une application mobile extrêmement complète permettrait d'informer et de programmer un itinéraire à la carte, en fonction des spécialités artisanales et de leur localisation géographique, et de rencontrer des artisans partenaires soucieux de partager leur savoir-faire.





Manon Brassart

TERREMINÉ

Mention sensibilité de l'image

Édition | Photographie | Reportage

L'histoire du Nord de la France est indissociable de celle de ses mines, et pour Manon Brassart c'est également une histoire de famille puisque sa grand-mère n'a eu de cesse de la lui raconter. Désireuse de valoriser ce patrimoine culturel unique sans pour autant le muséifier, ce que d'autres institutions font déjà parfaitement, Manon a voulu concevoir un dispositif photographique dynamique, forme de mémoire vivante du territoire.



**"JE SUIS NÉ EN 1972
DE PARENTS EUX-MÊMES ISSUS
PAR LEUR MÈRE DE L'IMMIGRATION
TCHÈQUE ET POLONAISE.
J'AI DONC COUTUME
DE DIRE QUE JE SUIS
À MOITIÉ FRANÇAIS À MOITIÉ SLAVE."**

Philippe, 46 ans, Carvinois





Elle a construit son projet sur une exposition de photographies in situ, invitant le public à venir voir autrement les lieux, dans le cadre même du paysage photographié, puis elle a entrepris la réalisation d'une édition. Celle-ci, n'est pas le catalogue de l'exposition, c'est un objet aussi complémentaire qu'autonome, qui confronte les images contemporaines aux images d'archives, sorte d'hommage à travers le temps.



LA TERREMINE

FRICHE D'AUJOURD'HUI



«
**POUVOIR
 SE CONSIDÉRER
 INDIVIDU
 ET ACTEUR
 DU POSSIBLE.**
 »



Mailys Breton

BANTER

Félicitations du jury

Édition | Typographie

“Knowledge is knowing a tomato is a fruit; wisdom is not putting it in your fruit salad.”

bunter



Pour beaucoup, rétrospectivement, l'apprentissage des langues vivantes durant les études secondaires s'est avéré très abstrait car s'appuyant sur des manuels austères et des contenus bien souvent décontextualisés des usages courants, le tout rendant les prises de paroles difficiles en groupe.

Mailys Breton a donc décidé de concevoir un outil d'apprentissage de l'anglais à destination d'un public adulte désireux de pouvoir se débrouiller rapidement lors de ses voyages au Royaume-Uni. "Banter" est une collection de mooks qui veille à mettre en perspective l'apprentissage de la langue dans toute sa dimension culturelle. Chaque numéro traite ainsi d'un aspect précis de la culture britannique (cuisine, sport, famille royale...) et aborde des notions courantes de la langue tout en s'appuyant sur un vocabulaire thématisé. Sa facture typographique revisite la tradition du livre britannique tout en se positionnant de façon résolument contemporaine dans le paysage de l'édition.

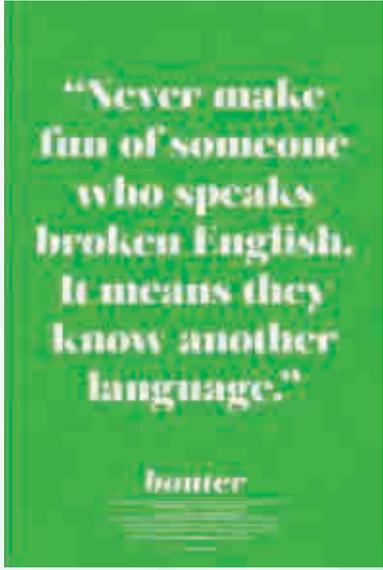


“To understand English is one thing; to understand an Englishman who talks is another.”

bunter

to rain out
a lawn
to remain
a championship
to schedule
a tournament





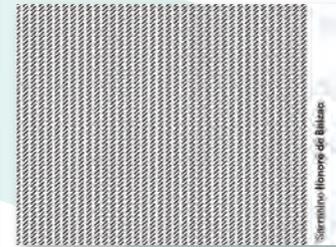
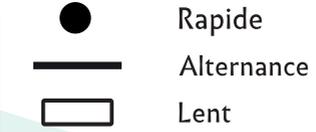
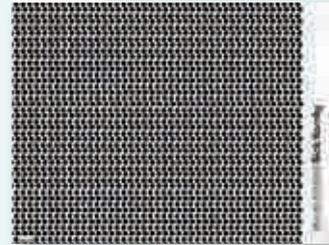
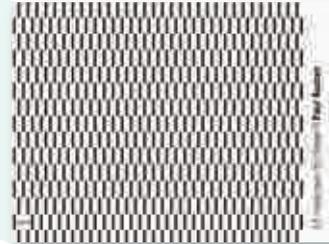
Anaïs Février ACCORD

Édition | Typographie



À l'heure des écrans tactiles, des contenus interactifs et des catalogues d'ouvrages en libre accès, Anaïs Février s'est demandée comment ces nouvelles habitudes de lecture pouvaient questionner l'usage que nous nous faisons du livre papier. Après de nombreuses expérimentations typographiques dans le corps même du texte, sur la composition des blocs mais également sur les marges inspirées du scroll, elle a cherché à mobiliser l'attention du lecteur tout au long d'un ouvrage. Elle a ainsi créé une collection éditoriale dont chaque titre aborderait la question de la musique et renverrait, via une application mobile, à la playlist correspondant à l'œuvre. Cette notion de rythme, faisant l'analogie entre musique et lecture, lui a permis de développer par ailleurs une investigation graphique particulièrement dense pour la conception même de ses couvertures.





Tiffany Flecher Moreau

DYSGRAPHIE

Mention

Campagne | Typographie

La dysgraphie est un trouble fréquent de l'écriture qui entrave le tracé des lettres et complique considérablement les apprentissages de l'enfant durant sa scolarité. Hors, comme l'a appris Tiffany Flecher Moreau en en parlant avec des spécialistes, la dysgraphie n'est pas une fatalité.



C'est pourquoi elle a souhaité entreprendre la conception d'un kit à destination des enfants mais également de leurs parents. Ce kit composé de plusieurs carnets permet de diagnostiquer d'éventuels troubles de l'écriture, d'informer et de diriger vers les organismes compétents, mais propose également différents exercices pour aider l'enfant à préciser son geste. Visant à être un outil efficace, ce kit n'oublie pas d'être avant tout un objet ludique et attachant, que l'enfant peut s'approprier naturellement, sans jamais le confondre avec un énième manuel scolaire.





Marguerite Karmochkine

MOSAÏQUE URBAINE

Graphisme | Espace urbain | Campagne

La Presqu'île de Caen est un territoire en perpétuelle mutation qui accueille nombre d'équipements publics, dont les plus récents sont le Tribunal de Grande Instance de Caen et la Bibliothèque Multimédia à Vocation Régionale. Pour avoir traversé, arpenté, photographié, filmé cette zone, Marguerite Karmochkine a été frappée par l'absence de fonction d'une imposante pelouse intermédiaire, estimant que sa situation stratégique méritait de faire l'objet d'une intervention graphique. Cette grande pelouse est donc devenue un véritable théâtre à ciel ouvert invitant un public de passage à s'y attarder et à se l'approprier à travers des modules d'échelles différentes, suivant des niveaux de lecture progressifs, d'abord par l'image, puis par des informations liées au projet architectural et enfin par des textes proposant une expérience sensible du lieu.





NE BOUGE PLUS!
RESTE OÙ TU ES!
L'ESPACE RESPIRE.



PAR ICI,
JETTE
UN ŒIL!

Le cœur de la Presqu'île de Caen est un secteur identitaire indéniable. Il possède le caractère post-industriel et portuaire caractéristique du territoire. C'est sur cette valeur forte que doit se développer le renouvellement urbain afin que puisse émerger un quartier en lien avec son passé et ses enjeux futurs.



02

FAIS ATTENTION OÙ
TU POSES TES PIEDS
JE SUIS À CÔTÉ.

JE SUIS
L'INFORMATION.

Le paysage de la Presqu'île souligne les traces du bâti et prolonge la mémoire du site en investissant une partie des constructions ou leur silhouette par des jardins. En fonction de la position urbaine de chacune de ses traces, elles peuvent être définies comme des jardins permanents ou temporaires.



01



PRENDS TON TEMPS,
L'INFORMATION NE
VA PAS S'EN ALLER!



Valentine Lespinasse de Capèle

L'OIE DES CALCULS

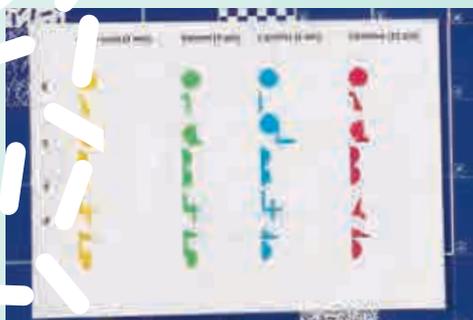
Typographie | Jeux de société

Mention pour l'expérimentation

Les mathématiques restent trop souvent la matière mal aimée des élèves tout au long de leur scolarité, hors Valentine Lespinasse de Capèle y voit surtout une occasion idéale de rendre son apprentissage plus accessible et ce dès le plus jeune âge. S'inspirant de l'histoire des jeux de l'oie, originellement à vocation pédagogique, Valentine Lespinasse de Capèle a créé de toutes pièces un jeu particulièrement complet, à la fois graphique et attrayant, qui permet d'apprendre à compter tout en façonnant la forme même des chiffres. Au fur et à mesure des lancers de dés, le plateau aimanté invite les joueurs à marquer la somme de leurs opérations et ainsi à investir typographiquement ses différentes cases.



Grâce à la conception d'un caractère basé sur l'association de modules géométriques colorés, la forme des chiffres peut varier et chaque partie compose ainsi un tableau unique.





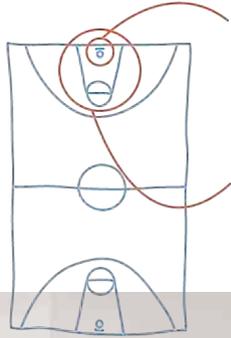
Laura Lucaccio

A CAEN LE SPORT

Campagne | Affiche

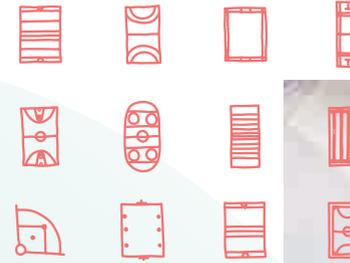


Malgré la multitude d'équipements sportifs présents sur l'ensemble du territoire caennais, et la richesse des disciplines proposées, il ne semble pas toujours évident pour le public adulte de reprendre une activité physique après les années d'études. Laura Lucaccio a donc analysé ce problème et conçu un outil de communication qui permettrait de centraliser les informations émises par les différentes associations et autres clubs d'une part, et veillerait surtout à décomplexer et orienter ce public souvent novice d'autre part.



← WATER-POLO

**IL VA FALLOIR MOUILLER
LE MAILLOT POUR MARQUER !**

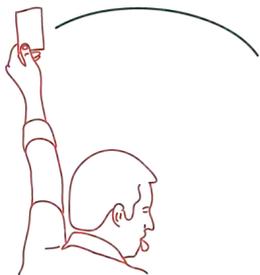


← NATATION SYNCHRONISÉE
**LE BARRACUDA PART
SOUVENT EN VRILLE.**



**SHOTGUN, CE N'EST
NI UN FILM D'ACTION,
NI UN FUSIL DE CHASSE.**

← FOOTBALL AMÉRICAIN



En décalage avec les codes habituels du sport, Laura Lucaccio revisite typographiquement tout un jargon et imagine un jeu de calembours interactif combinant une campagne d'affichage et un site internet.



Adèle Mabire

ZIG-ZAG

Reportage | Photographie

Dans son travail, Adèle Mabire questionne les grands principes structurels de l'urbanisme et ses incidences sur l'organisation sociale. Consciente de l'enjeu particulier que représentent les banlieues dans la conception actuelle de nos grandes agglomérations, Adèle a souhaité inviter les habitants du centre ville de Caen à traverser le périphérique et à venir découvrir Hérouville Saint-Clair, cherchant à créer, par la curiosité, un mouvement exocentrique et sinueux.

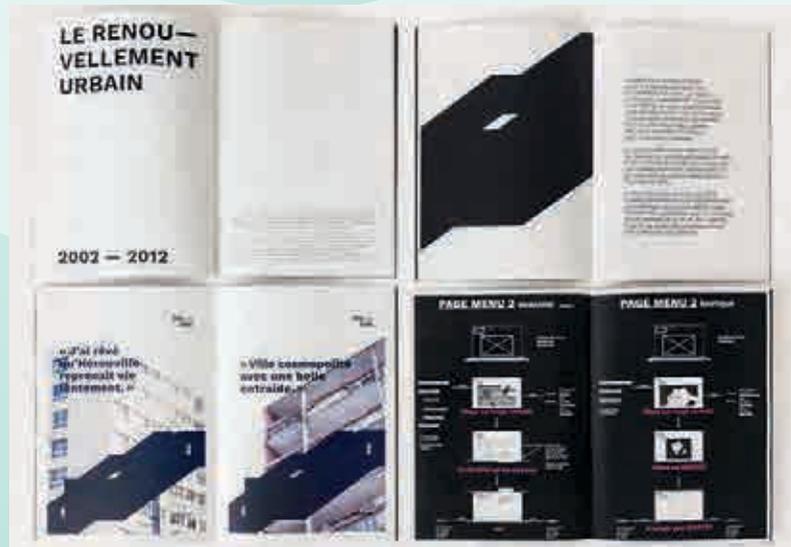


"Zig-Zag" est un dispositif graphique qui vise à mettre en lumière la richesse de la ville, tant du point de vue de son patrimoine architectural que de sa diversité socio-culturelle.

ZIG — ZAG



Ces images qu'elles soient affichées dans l'espace public ou reproduites dans un journal librement distribué, donne la parole aux habitants de la ville d'Hérouville Saint-Clair. Zig-Zag permet à la ville de s'ouvrir et de se raconter.



Alexandra Martins Pinto

LE RÊVE PORTUGAIS

Reportage | UX Design | Édition | Illustration

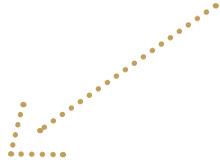
Mention pertinence du projet



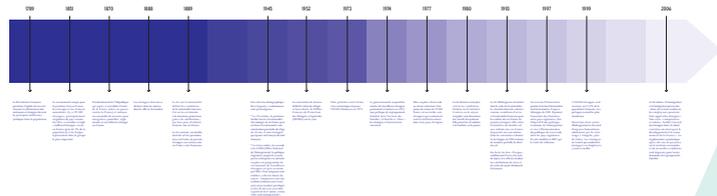
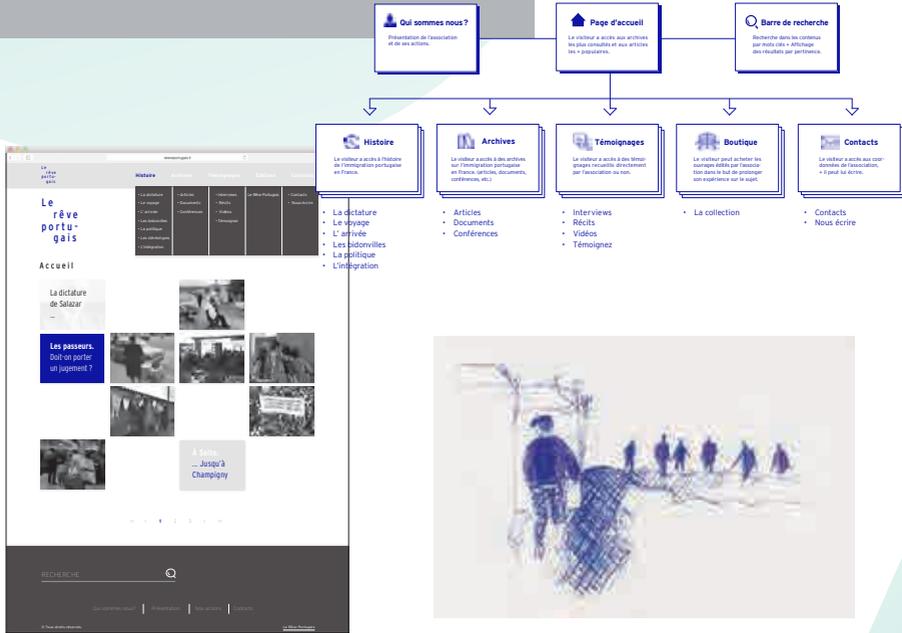
“Le rêve portugais” est un projet éditorial consacré à l’histoire de l’immigration portugaise en France. Il s’agissait pour Alexandra Martins Pinto, elle-même petite fille d’immigrés portugais, de s’emparer de cette grande histoire par le biais de la plus petite histoire, celle des familles. En écho à la crise des réfugiés, son projet ne cesse de rappeler qu’aucun phénomène migratoire ne peut se soustraire de sa dimension éminemment humaine et qu’il est avant tout la somme d’expériences individuelles. Site internet et éditions se relayent dans le temps et l’espace afin d’offrir au public une lecture augmentée, tout autant immersive qu’empathique. Chaque document, chaque archive, chaque photographie, dialogue avec des témoignages singuliers et recompose au final toute la complexité d’un récit collectif.



«Le Portugal a vécu une période sombre de son histoire, pendant laquelle près d'un million de travailleurs sont partis, à la recherche d'une vie meilleure.»



p1 Préface	p8 La dictature de Salazar	p16 Le voyage
p17 L'arrivée en France	p19 Les bidonvilles	p21 Une politique paradoxale
p22 L'intégration	p24 Conclusion	p27 Annexe photographique
p45 Légendes	p49 Crédits graphiques	



UNE POLITIQUE PARADOXALE

Ce qui est paradoxal dans cette immigration c'est que les portugais espéraient obtenir de meilleures conditions de vie en France, chose qu'ils ont obtenue avec le temps malgré d'énormes difficultés au début. Le fait de vivre dans un bidonville, de travailler dur, n'a malheureusement pas apporté les meilleures conditions qu'ils espéraient tant, conditions s'améliorant cependant avec le temps.



Vers la fin de la grande émigration, 80 000 travailleurs portugais viennent en France chaque année. Parmi eux, seuls 8 000 arrivent avec un contrat ou une autorisation de séjour. L'accord de main d'œuvre signé par le Portugal en 1963, rassure les immigrants mais plus tard les choses se corsent puisque la France décide de restreindre considérablement cette immigration. Ainsi, en 1981, 10% des immigrés "sans papiers" réguliers sont des portugais et cette situation ne s'améliore que 11 ans plus tard, en 1992, grâce à l'Union Européenne qui leur accorde la libre circulation. Les Portugais vivent non seulement dans des conditions de vie déplorables mais l'Etat ne leur facilite pas la tâche face à leur venue en France. Toute fois, c'est en 1974 que le gouvernement portugais (notamment après la Révolution des Œillets) décide de mieux s'occuper des Portugais. Il a donc ouvert des consulats en France dont certains en Ile-de-France. Face à ces difficultés, les immigrants se sentent particulièrement abandonnés.



Léa Moulec

UNIQUE

Félicitations du jury

Identité / Illustration

Alors que la question du genre fait débat depuis plusieurs années, il semblait essentiel pour Léa Moulec de la placer au cœur de son projet de diplôme d'une façon aussi décomplexée que singulière dans le paysage actuel du branding. "Unique" est a priori une marque de tee-shirts pour enfant qui arbore des visuels hybrides brouillant les frontières entre les codes féminins et masculins, mais "Unique" c'est surtout un état d'esprit.



Grandir sans préjugés



UNIQUE



Toute sa communication est un véritable hymne à l'épanouissement personnel des enfants qui s'adresse tout autant aux parents. "Unique" refuse toute théorie du genre ou conditionnements liés au sexe, il s'agit au contraire d'accompagner les enfants dans leur quête d'identité le plus librement possible.



L'argumentaire est un manifeste engagé, la campagne d'affichage et les films publicitaires sont des mises en scène joyeuses et décalées. Léa Moulec transcende la stratégie du branding pour en faire un acte radicalement social, politique et artistique.



Stanley Obobogo

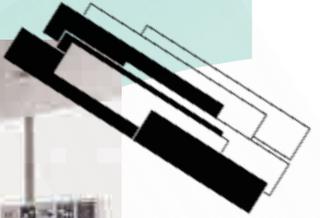
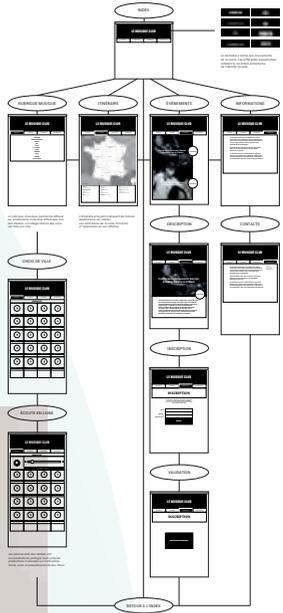
Mention pour la qualité de l'ensemble des travaux

LE MUSIQUE CLUB

Affiche | Musique | Motion Design

Tout au long de sa recherche, la question de Stanley Obobogo n'était pas tant de réaliser l'identité visuelle d'un énième festival de musique électronique mais bien de savoir comment fédérer des publics parfois trop distincts à savoir les structures organisatrices, les artistes et les habitants des villes accueillants ces événements, souvent trop peu pris en considération.





DU 30/07
AU 19/08
2016

PLACE DU RÉGIMENT
D'INFANTERIE

BIEVILLE-BEUVILLE

Il a imaginé une structure itinérante à vocation pédagogique et culturelle, qui programmerait d'une part des ateliers de création sonore in situ à destination de publics enfants et adultes, allant jusqu'à concevoir l'interface d'un logiciel de composition ultra intuitif, comprenant plusieurs niveaux de difficulté. Puis, d'autre part, il a créé une charte graphique modulaire pour cette structure, proposant des supports chaque fois revisités car adaptables à chaque ville organisatrice.



Xiaoshuang Ren SOUS LE DÔME

UX design | Illustration



La Chine souffre d'une pollution record qui altère durablement la qualité de l'air et rend les conditions de vie en milieu urbain particulièrement malsaines. Xiaoshuang Ren, catastrophée par la situation, a conçu pour son projet de diplôme un site d'information très documenté sur le sujet, intitulé "Sous le dôme".



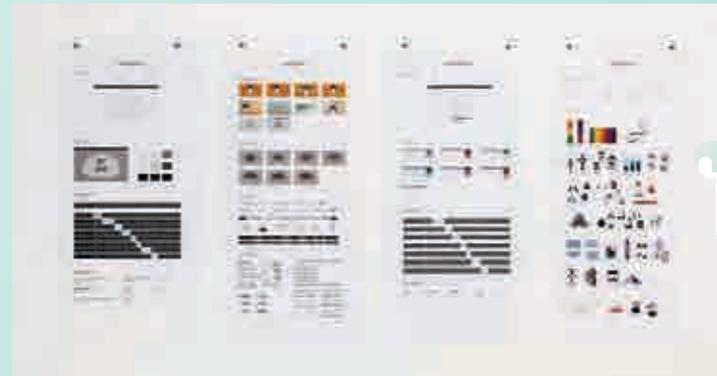
AVENIR NEXT
CONDENSED

HEAVY - 12 PT

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890



活在霾下



AVENIR NEXT
CONDENSED

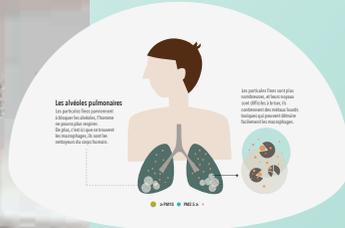
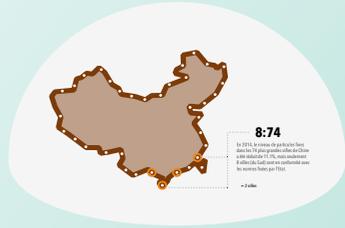
MEDIUM - 12 PT

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890



SOUS LE DÔME

En guerre contre un ennemi invisible



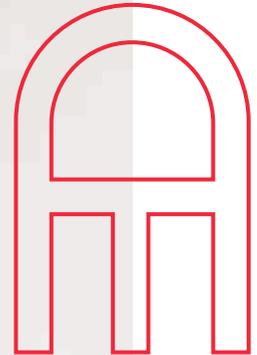
S'appuyant sur l'art de la data visualisation, elle met en lumière plusieurs notions clés et données chiffrées indispensables à la sensibilisation de la population chinoise. Elle explique ainsi les causes de cette pollution, ses composantes et propose quelques pistes de réflexions pour y remédier. Xiao n'a de cesse de vouloir contribuer à la mobilisation de ces concitoyens pour exiger du gouvernement chinois des engagements pour l'avenir.

Eudes Ressencourt

EPOKH

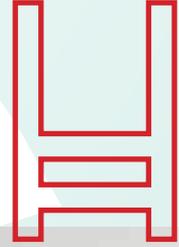
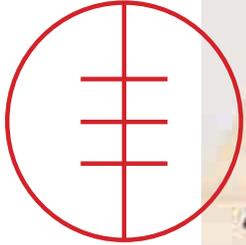
Mention originalité du projet

Affiche | Illustration





Pour son projet de diplôme, Eudes Ressencourt a souhaité faire de sa passion pour la fiction un moteur de recherche en design prospectif. Dans un premier temps, il a imaginé une société dirigée par l'intelligence artificielle, pensant son organisation dans les moindres détails, pour ensuite mettre en œuvre toute une stratégie de communication, authentique propagande transmédia.



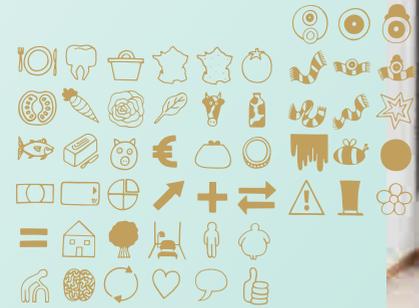
**FAKE
GOD
KILLS**



Puis, dans un second temps, il a entrepris la riposte par la rébellion humaine, s'appuyant sur des moyens bien plus pauvres, détournant des supports de communication et créant des outils rudimentaires. Son scénario d'anticipation, très finement élaboré, lui a permis de concevoir des contenus et des langages différents, de varier les formes et les supports et ainsi de renouveler sa production au sein d'un même projet.

Émeline Sauvaget Mention pour l'approche du design social ÉCHO – PETIT POUCE

Édition | Illustration



A

Alegreya Sans

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

àâéèêîôùœæç

ÀÂÉÈÊÎÔÙŒÆÇ

1234567890



Il y a un véritable enjeu à vulgariser les connaissances les plus complexes auprès d'un très jeune public, sans risquer de neutraliser leurs teneurs. Émeline Sauvaget s'est justement employée à expliquer tous les aspects du capitalisme aux enfants dans une collection éditoriale mettant en scène les aventures de Petit Pouce. Ce personnage, inventé de toutes pièces, découvre au fur et à mesure des épisodes l'impact du système capitaliste sur son environnement, il se heurte aux effets néfastes de la mondialisation, combat Monsanto et son armée, se perd dans un brouillard de pollution nauséabond...





Les ressorts de la fiction permettent ainsi de sensibiliser l'enfant progressivement à ces questions de société et, qui sait, à participer à ses futures prises de conscience pour en faire un acteur responsable de demain.



Claren Tran

SOUNDOUT

Identité | Musique | Illustration



Passionnée par la musique électronique et particulièrement inspirée par la scène techno de Détroit, Claren Tran a souhaité concevoir pour son projet de diplôme une expérience d'écoute musicale très singulière. Son site n'est pas une plateforme d'écoute comme les autres, il est un espace personnalisé et interactif où chaque utilisateur peu opérer ses propres choix musicaux en fonction d'un nuage de mots clés extrêmement complet. Il s'agit de composer sa propre piste et de pouvoir ainsi la partager en réseau. D'apparence extrêmement minimaliste et de navigation très intuitive, le site laisse vite la place à de simples modulations de couleur occupant toute la fenêtre. Cette immersion dans la lumière colorée s'avère suffisamment attirante pour simplement focaliser son attention sur le son sans jamais lui faire concurrence.

e n j o y



0



D^AN S^ER



2



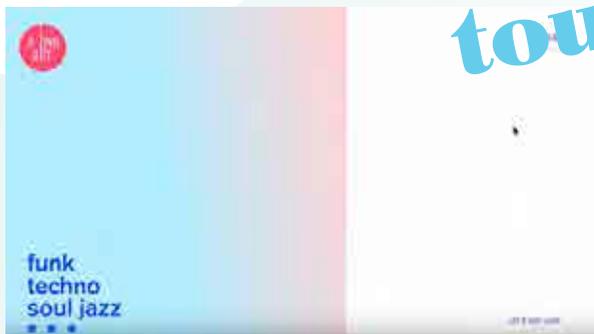
DESIGNER: ANNE-SOPHIE DE CONINGHEM
L'ART DIRECTEUR: CLAREN TRAN
L'ÉQUIPE: ANNE-SOPHIE DE CONINGHEM
ANNE-SOPHIE DE CONINGHEM

....

french touch



1



3



CATALOGUE DNAT 2016

Coordination éditoriale :

Julie Laisney, Sophie Kerléaux, Sarah Fouquet et Tanya Rodgers

Conception graphique :

Margot Abellard et Nicolas Cosson

Coordination pédagogique :

Tanya Rodgers

Équipe pédagogique 2015-2016 :

Nawal Bakouri, Juliet Bates, Emmanuel Besse, Christophe Boudier, Sarah Fouquet, Sandrine Nugue, Michaël Quemener, Didier Tirard, Tanya Rodgers, Thierry Weyd

Avant-propos :

Arnaud Stinès

Textes du catalogue :

Sarah Fouquet

Photographies :

Michèle Gottstein, Justine Viard

Impressions :

Imprimerie Nii, Colombelles

Typographies :

Infini / Edmondsans

Papiers :

Offset blanc 300 g / Offset blanc 120 g

ÉCOLE SUPÉRIEURE D'ARTS ET MÉDIAS DE CAEN/CHERBOURG

Président :

Marc Pottier

Directeur :

Arnaud Stinès

Site de Caen (siège social)

17 cours caffarelli

14000 Caen

Site de Cherbourg

61 rue de l'Abbaye

50100 Cherbourg

www.esam-c2.fr

info@esam-c2.fr

02 14 37 25 00

L'ésam Caen/Cherbourg est un établissement public de coopération culturelle placé sous la tutelle conjointe de Caen-la-mer Normandie Communauté urbaine, la ville de Cherbourg-en-Cotentin, l'État et la Région Normandie.