

Nicolas Guillemot - Graphiste

06 64 22 34 95 - [contact@ng-graphisme.fr](mailto:contact@ng-graphisme.fr) - [ng-graphisme.fr](http://ng-graphisme.fr)



A vertical pattern of the word "PORTFOLIO" repeated 18 times. The text is in a bold, sans-serif font and is oriented vertically. The color of the text transitions from a very light gray at the top to a dark gray at the bottom, creating a gradient effect. The words are stacked closely together, filling the entire vertical space.



## Sur le chemin de votre communication



*Mon parcours universitaire m'a permis de valider un master en communication. Ce domaine m'intéressait car il se rapprochait des médias, de l'information, de l'art de transmettre un message.*

*Lors de ma principale expérience professionnelle j'ai pu gérer un site internet de billetterie spectacle pour personnes en situation de handicap (Yoolabox). Cela me permettait d'allier communication, web, service client, relations partenaires, etc. Lors de cette mission, et aussi sur mon temps libre, j'ai pu m'initier au graphisme. Cette activité m'a énormément plu, et représentait pour moi une nouvelle façon de communiquer.*

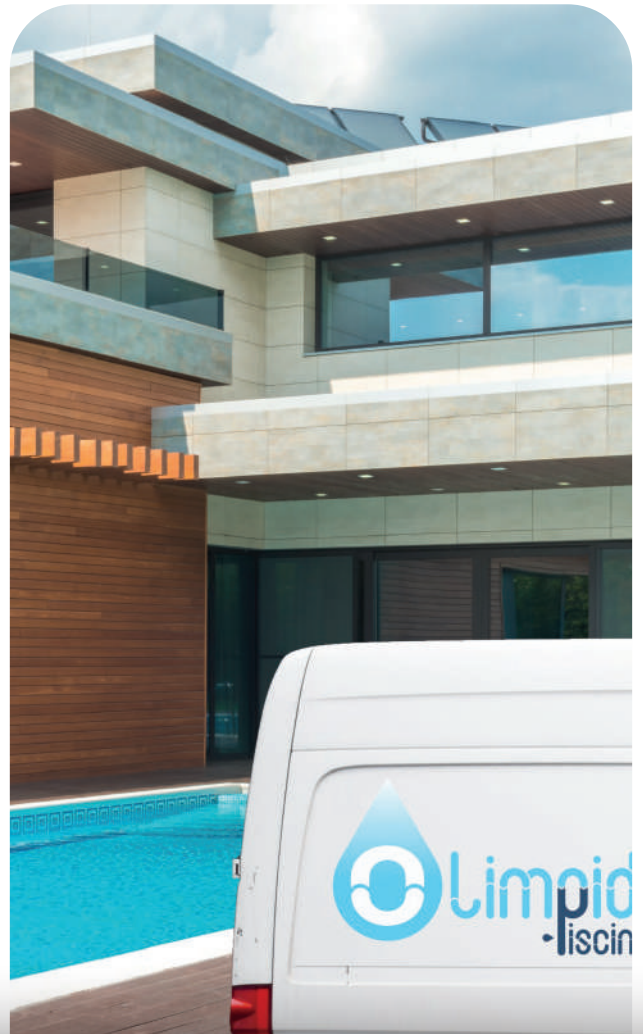
*Depuis, j'ai suivi une formation de graphiste à l'EDAA, afin d'en faire mon métier. Atteint d'un handicap physique, je ne peux utiliser mon corps pour m'exprimer. La communication visuelle est un formidable outil à exploiter.*

*C'est avec plaisir que je vous accompagnerai dans votre projet graphique, que j'appréhende comme un chemin qui doit nous conduire vers la meilleure communication possible, à bientôt !*

*Nicolas*

# Olimpide Piscine

LOGO



Cette identité visuelle a été créée pour une entreprise spécialisée dans l'entretien des piscines : « Olimpide Piscine ».

Son logo évoque le **domaine aquatique** : goutte, vague, clarté, luminosité, soleil. Il n'y a plus qu'à sauter dans l'eau ! Ce visuel invite au **plaisir de la baignade**. La goutte horizontale comme une jauge devant le mot « piscine » nous rappelle que l'entretien du bassin requiert **précision et professionnalisme**.

# Olimpide Piscine

PAPIER À EN-TÊTE  
& CARTE DE VISITE



## Récents liminaires

LOGO



Logotype sobre qui s'adapte au **domaine de l'édition web**.

La barre à gauche du cercle peut représenter un **livre** ou le « slash » d'une adresse de **site internet**. De la même manière, le point à l'extérieur du cercle peut symboliser la **ponctuation d'une phrase**, mais aussi le point d'une **adresse mail ou URL**. Ainsi le domaine de l'édition et du web sont subtilement évoqués dans un **projet épuré**.



Logotype imaginé dans le cadre d'une création de start-up dans le domaine de l'**aide à la personne**. L'objectif était de placer **l'humain au centre de ce visuel**, sans distinction entre la personne aidante et la personne aidée. Le cercle au centre forme la tête d'un personnage mais peut aussi évoquer une pièce manquante, **un besoin à combler**.

Les angles doux et arrondis rappellent **la bienveillance, le soin, le confort**. La simplicité des formes et la couleur du visuel lui donnent une apparence **contemporaine voire futuriste**.

# Musée de la Magie

LOGO



Le musée de la magie se présente **comme un monde** (cercle) éclairé par l'étoile qui le surplombe, symbole de la magie. La couleur jaune fait référence à la **lumière** (projecteur par exemple), en évoquant le domaine du spectacle. Le noir vient trancher avec le jaune et structure le logotype (cadre), il évoque **le mystère, le monde de la nuit**.

La typographie grasse et fantaisiste nous plonge dans un univers plus **féérique, accueillant, chaleureux**. Le blanc permet de renforcer la lumière autour des lettres et de l'étoile. Le léger rayonnement blanc se diffuse à partir de l'étoile pour rappeler l'idée de projection lumineuse et donc de **spectacle**. Le double « M » au centre du logo permet une accroche visuelle forte.

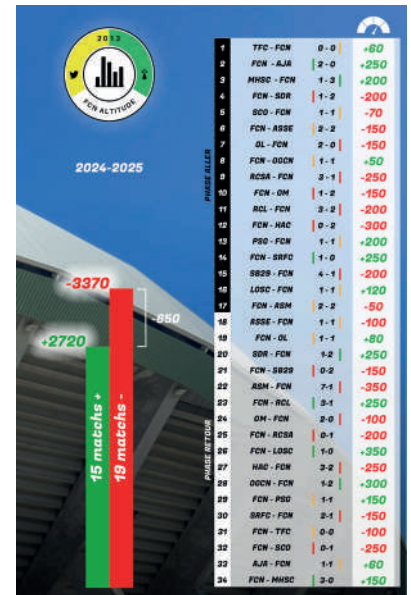
## ROLLING STARS

LOGO



Logotype réalisé pour une association de **supporters d'un club de football** (FC Nantes), les adhérents de ce club étant concernés par un **handicap**. Le projet devait représenter de nombreux éléments hétéroclites : un fauteuil roulant pour le handicap, un canari et les couleurs jaunes et vertes pour le FC Nantes, une hermine pour symboliser la Bretagne, des bandes verticales pour rappeler un maillot de foot, et enfin des étoiles en référence au nom de l'association avec sa date de création.

Le tout devait aboutir à la production d'un visuel **dynamique et moderne**.



Présentation de visuels à destination d'un site internet et de réseaux sociaux dans le domaine du sport.

L'objectif est ici de **mettre en forme** des informations de façon claire pour l'internaute : chiffres, listes, portraits doivent **attirer l'attention en un coup d'œil**. L'agencement des images, le choix des couleurs et la **hiérarchie des informations** sont autant d'éléments qui permettent de se démarquer dans un environnement déjà saturé d'images. L'enjeu est de **ne pas agresser** le lecteur mais au contraire lui fournir un **outil de compréhension agréable à regarder**.

# Weinberg Capital Partners

## KAKEMONO



Réalisation d'une **bannière publicitaire verticale**, couramment appelée kakemono, pour un fonds d'investissement.

L'objectif était de présenter l'entreprise et ses activités de façon **sobre et professionnelle** tout en respectant sa **charte graphique**. Le résultat nous conduit à ce support où la couleur est le principal outil visuel. La quantité de texte permet de **ne pas surcharger la bannière et de hiérarchiser les informations**. On utilise aussi une partie du logo en filigrane pour **allonger encore plus le visuel et utiliser la verticalité du support**.

# Weinberg Capital Partners

## CARTE DE VŒUX



Cette carte de vœux propose un **format original** tout en longueur. Il s'adapte parfaitement au format d'une enveloppe et lorsqu'il est déplié, le doublement de la largeur **élargit le regard** pour donner une **sensation d'horizon**. L'**équilibre** entre visuels, écritures et espace libre doit être **harmonieux** et laisser la place à l'écriture manuscrite. Toutes la **structure visuelle** de ce support print est agencée autour d'un losange (carré retourné à 45 degrés), pour **casser la monotonie** de l'horizontalité.

# Cel Rehab

## HABILLAGE DE STAND



On passe ici à une production à **plus grande échelle** avec l'habillage d'un stand pour un salon. Chaque événement propose des stands de différentes tailles, il faut donc **s'adapter à des configurations nouvelles** à chaque fois. Le défi est d'imaginer en amont la **représentation visuelle** d'un lieu qui n'existe pas encore, notamment en créant des **maquettes 3D**. Il faut réussir à **capter l'attention** d'un public qui peut passer seulement quelques secondes à proximité. La hiérarchie des informations est très importantes : d'abord **identifier la marque** puis ensuite **présenter les produits** sans trop entrer dans le détail.

# Ville de Sautron

## AFFICHE



Créée à l'occasion des Journées européennes du patrimoine et de la célébration des 1000 ans de Sautron, cette affiche avait pour but de faire ressortir **des éléments anachroniques** dans un décor urbain du passé. Grâce à des **jeux de mouvement et de couleur**, on arrive à redonner vie à une image en noir et blanc figée. Le scooter, le drone et la figurine sont intégrés en noir et blanc pour **se fondre dans le décor**.

AFFICHE



Affiche réalisée pour une soirée événement organisée par une association locale.

# Projet personnel

## Guide de voyage



Ce projet ayant été réalisé à l'occasion d'un mariage, je ne peux en dévoiler tout le contenu (notamment la couverture du livre). Il me semblait important de lui donner sa place dans mes travaux car cela a été un **très beau projet à construire**. L'idée était de faire **un guide de voyage** pour les mariés grâce aux expériences vécues par leurs amis. Un travail très **enrichissant et passionnant** !

# le Petit Poucet

## COUVERTURE LIVRE



Mise en page et travail sur la couverture d'un livre jeunesse : Le Petit Poucet.

# Green Bullit

## PACKAGING



Arômes naturels.  
Sans conservateurs  
Conçu en Nouvelle-Zélande



265481 586574

**Se boit très frais** 15cl

**Boisson rafraîchissante aux extraits végétaux.**  
Ingrédients : eau gazeifiée, sucre, colorant: caramel (E150d), acidifiant : acide phosphorique, arômes naturels (extraits végétaux) dont caféine.

**Informations nutritionnelles :**  
Pour 100 ml : valeur énergétique 180kJ (42kcal), protéines 0g, glucides 10,6g (dont sucres 10,6g), lipides 0g (dont acides gras saturés 0g), fibres alimentaires 0g, sodium 0g.  
Une boîte de 150ml contient :

|                          |                      |                      |                          |                      |
|--------------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|
| Calories<br>45kcal<br>2% | Sucres<br>20g<br>21% | Lipides<br>10g<br>5% | Dont saturés<br>0g<br>0% | Sodium<br>1g<br>0,5% |
|--------------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|

% des Repères Nutritionnels Journaliers, pour un adulte avec un apport moyen de 2000 kcal par jour.  
À consommer de préférence avant le soir fond de boîte.  
EMB: Green Bullit Compagnie, 2 Allée Fraicheur, 75000 Paris.  
Conditionné avec l'autorisation de Green Bullit Compagnie.  
À conserver à l'abri de la chaleur et du gel dans un endroit propre, sec et sans odeur.  
Ne pas agiter.

© 2019 Green Bullit Compagnie  
Green Bullit France  
Numéro vert: 01 26 40 26 40  
Appel non sutaxé  
[www.greenbullit.com](http://www.greenbullit.com)

Pour le compte de la marque « Green Bullit », voici un travail sur le packaging de cette **boisson énergétique néo-zélandaise**. Le message à faire passer (visuellement) était le suivant : Greenbullit vous accompagne au quotidien pour vous permettre de rester **performant** tout au long de la journée, grâce à la **puissance** de son jus aux extraits de Kiwi...

# Terre de Mai

## CAMPAGNE MULTICANAL

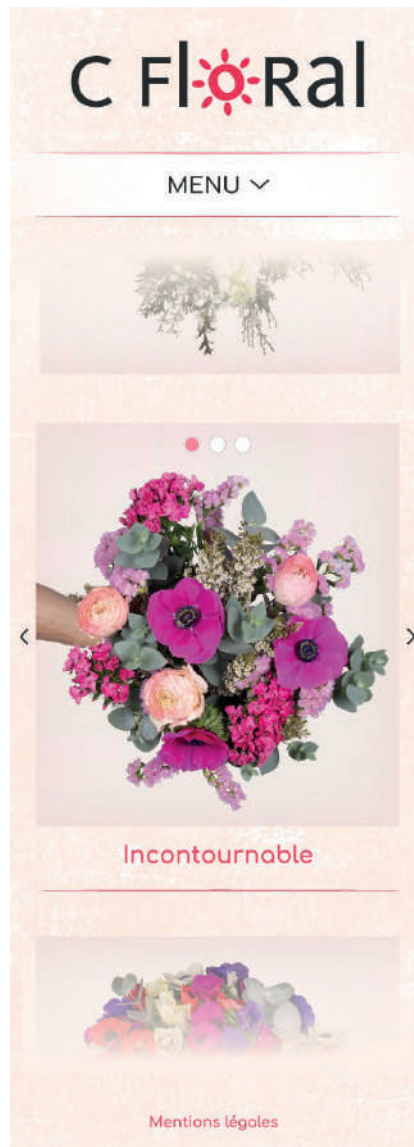


Réalisation d'une campagne de communication sur différents supports : page pour la **presse** (14x21 cm), **bannière web** (930x180 px) et enfin **affiche ville** (120x176 cm). La marque « Terre de Mai » propose des **cosmétiques bio** pour une clientèle aisée.



Voici pour terminer le design de la page d'accueil du site internet « C Floral », **fleuriste bohème** voulant traduire sur le web l'image de sa boutique physique : **professionnalisme, artisanat, qualité, mise en avant des bouquets.**

## RESPONSIVE DESIGN



La page d'accueil à gauche, mais aussi 2 autres pages du site « C Floral » déclinées pour une **utilisation optimisée sur smartphone**, qui s'adapte donc à toutes les tailles d'écran (responsive design).

Nicolas Guillemot - Graphiste

06 64 22 34 95 - [contact@ng-graphisme.fr](mailto:contact@ng-graphisme.fr) - [ng-graphisme.fr](http://ng-graphisme.fr)

