



Portfolio

CLARYSSE OLIVIER

2025

07 68 53 57 25
clarysseolivier@gmail.com

Handilab

EDITION - COMMUNICATION

→ Présentation du client

Handilab est un pôle d'innovation, handicap et autonomie situé aux portes de Paris, qui propose aux entreprises un large choix de formations dans le champ du handicap et de l'inclusion.

→ Missions

Présentation des trois solutions graphiques proposées au client.

Pour cette mission, le client souhaite une plaquette représentative des formations proposées, dans le respect de sa charte graphique. Les mots-clés caractérisant le style graphique souhaité sont : modernité, innovation, technologie, business et inclusion.

La proposition n°01 est une mise en page sobre et dynamique mettant l'accent sur des formes arrondies et des couleurs puissantes. La proposition n°02 présente un aspect plus chaleureux avec la présence d'illustrations dans un style Flat Design. La proposition n°03 se porte sur l'innovation, illustrée par des formes vaporeuses et des dégradés de couleurs lumineux.

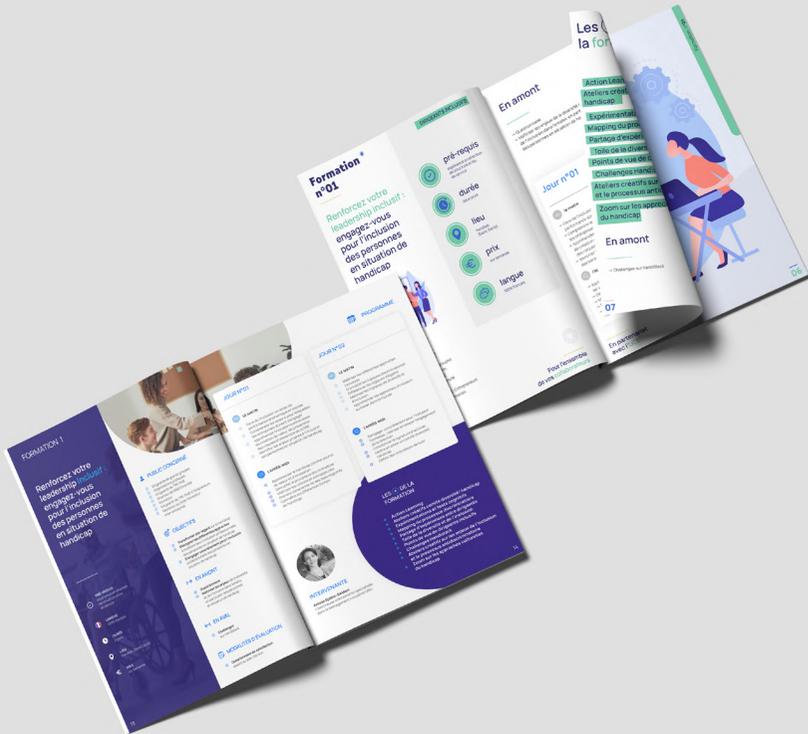
→ Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator



01 - Proposition n°03 (sélectionnée par le client).

01



02

TRAVAUX PREPARATOIRES

Effectuer deux propositions graphiques distinctes a permis de déterminer avec précision les goûts et sensibilités graphiques du client.

La première proposition propose une mise en page sobre, un jeu de formes qui permet de mettre en valeur certains éléments du texte, qui avait la particularité d'être très dense.

La deuxième proposition, totalement ancrée dans l'air du temps graphiquement, permettait de faire ressortir la thématique de l'inclusion et du handicap.

Ainsi, Le client a pu exprimer ses choix en donnant de nouvelles indications sur la base de ces deux propositions. Il a souhaité conserver les formes et la palette de couleurs de la proposition n°01, tout en incluant la gamme d'icônes proposées dans la solution n°02, en insufflant au projet un esprit plus innovant et technologique.

01 - Proposition n°01 & 02

La solution n°01 est située à gauche, la solution n°02 est située à droite.

02 - Proposition n°01

Édito et présentation de l'organisme de formation.

Les + de la formation

- Action Learning
- Ateliers créatifs comité diversité/ handicap
- Expérimentations et tests cognitifs
- Mapping du processus discriminatoire
- Partage d'expériences entre dirigeants
- Toile de la diversité et de l'inclusion
- Points de vue de dirigeants inclusifs
- Challenges Handislack
- Ateliers créatifs sur les enjeux de l'inclusion et le processus antidiscriminatoire
- Zoom sur les approches culturelles du handicap

En amont

→ Challenges sur HandiSlack

07

*

Intervenante

Anissa Djabbi-Saidani
Chercheuse Intervenante
spécialisée dans le
Management inclusif et GRH

Modalités d'évaluation
Questionnaire de satisfaction
assorti au plan d'action

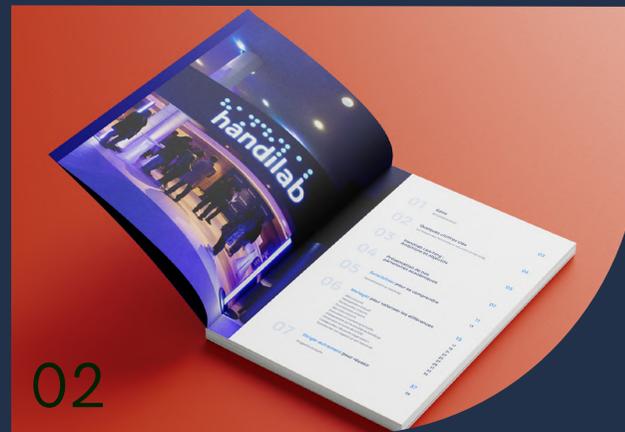


Formation n°01

06



01



02



03



04

SOLUTION GRAPHIQUE CHOISIE PAR LE CLIENT

Proposition n°03

01 - Page de couverture.

Illustration composée de formes rondes avec des effets de lumières et de transparences, évoquant l'effervescence de l'innovation.

02 - Sommaire.

Mise en page sobre permettant une meilleure lisibilité des thématiques.

03 - Module de formation.

12 modules de formations sont présentés avec cette structure de mise en page rythmée et impactante.

04 - Page partenaires institutionnels.

Présentation des écoles partenaires qui mettent en valeur leurs engagements.

Édito

Le mot du Président
Gérald Azancot

HANDILAB est né d'une conviction forte fondée sur la nécessité d'offrir aux acteurs de l'innovation, du handicap et de l'autonomie, un lieu dédié à la création de valeur, à la fertilisation croisée, à la recherche et à l'émulation collective.

HANDILAB ambitionne d'être le **pôle de référence** de la tech française au service des porteurs de handicap.

Handilab, conçu par Groupe Fimenco, a ouvert ses portes à Saint-Denis, sur un espace de plus de 13000 m². Initiative unique en Europe, porte comme ambition de faire converger les mondes de l'innovation, du handicap, de l'entrepreneuriat et de la formation.

Handilab repose sur une vision nouvelle du handicap, celle de **soutenir l'innovation** qu'elle soit managériale, sociétale ou technologique, au service des personnes en situation de handicap ou en perte d'autonomie. C'est un lieu créateur de synergies qui rassemble des startups, des grands

groupes, des partenaires institutionnels, des établissements de recherche...

Handilab, c'est aussi un **lieu de transmission** où la formation va prendre une place essentielle. Mieux intégrer les personnes en situation de handicap dans la vie professionnelle, c'est d'abord changer le regard du monde du travail et pour y parvenir, il est nécessaire de sensibiliser, de former, d'expliquer, de partager des savoir-faire et des expériences.

Afin de rendre possible ce défi, nous avons décidé de créer « **Handilab Learning** », organisme de formation dont l'ambition est de proposer aux entreprises un large catalogue de formations dans le champ du handicap et de l'inclusion, conçu en partenariat avec de grandes écoles et des établissements universitaires.

QUELQUES CHIFFRES CLÉS SUR L'EMPLOI DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

(sources : INSEE, AGEFIPH, GREES, France Travail)



02- Proposition n°03 : édito & page des chiffres clés (sélectionnée par le client).
Présentation de la page Édito qui a été pensée dans un esprit dynamique et moderne & de la page des chiffres clés, sous formes de visualisation de données, illustrées par des couleurs vives et des icônes impactantes, p03 & 04.

Fiminco

EDITION - COMMUNICATION

→ Présentation du client

C'est en 2017 que le groupe FIMINCO crée sa fondation d'art contemporain en investissant les anciens sites industriels de Roussel-Uclaf à Romainville. Pensée pour les artistes, cette conjugaison d'espaces de 11 000 m², s'est transformée en lieu de création spécifiquement aménagé et équipé pour accompagner les nouveaux visages de la création contemporaine. La Fondation FIMINCO propose ainsi de nombreux services tels que des résidences d'artistes, des espaces d'exposition et de médiation, des galeries, etc.

→ Missions

À l'occasion de l'exposition «Habiter la faille», la Fondation Fiminco souhaitait pouvoir diffuser un communiqué de presse qui présenterait les artistes et leurs oeuvres dans un souci de cohérence globale, avec une mise en page pleinement inscrite dans l'air du temps, minimaliste et impactante.

→ Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator



Ankur Yadav



↑ 01 Ankur Yadav, œuvre réalisée dans le cadre de la résidence FABRIQUE, 2024, ©Manuel Abella

26

Inde
Dans un contexte de crises climatiques et de domination systémique, l'artiste invite à repenser notre rapport au monde (...) en harmonie avec les espèces vivantes et les éléments naturels. »
Ankur Yadav



02

→
02 Ankur Yadav, résidence FABRIQUE 2024-2025, Fondation Fimnco, 2024, © Manuel Abella

Ankur Yadav est un artiste basé au Rajasthan, en Inde. Son œuvre recouvre diverses formes de résilience face à l'oppression. Il construit des perspectives alternatives à ces systèmes hiérarchiques et les fait entrer en dialogue pour questionner les pratiques du capitalisme, les structures de la pensée coloniale ou encore l'idéologie et la politique régionaliste.

L'artiste mêle différents médiums afin d'explorer la poésie et les phénomènes des éléments

naturels tels que le sable et la pierre. Il interroge notre manière d'habiter la Terre, en posant des imaginaires fondés sur l'inclusivité et l'écologie. Dans un contexte de crises climatiques et de domination systémique liées aux classes, aux races et aux castes, l'artiste invite à repenser notre rapport au monde en valorisant des formes de savoirs décentralisés et des modes d'existence non dominants, en harmonie avec les espèces vivantes et les éléments naturels.

27

05- Présentation de la page artiste «Ankur Yadav».
Reprise du principe de mise en page pour les artistes qui consiste en une photo portrait, une image ou photographie d'une oeuvre représentant son travail, un texte qui explique son processus créatif et une citation qui traduit sa sensibilité, p26.

Fiminco

EDITION - COMMUNICATION

→ Missions

Réalisation d'une plaquette commerciale en anglais intitulée «La fabrique des arts Residency, Call for applications». Plaquette réalisée en 2025.

La Fondation Fiminco avait pour souhait de créer une plaquette attractive qui présente aux artistes son programme de résidence et les démarches à effectuer pour y participer. Au delà d'une présentation des avantages de cet évènement, la plaquette se veut informative et sa mise en page se devait de mettre en avant le processus de manière claire et impactante.

Création d'une charte graphique, veille concurrentielle, mise en page, retouche d'image, correction sur retours, finalisation.

→ Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator



01 - Couverture de la plaquette commerciale.

Illustration au style architectural, inspirée des bâtiments de la Fondation Fiminco & mise en page.



02- Page explicative du processus de sélection & photographie.

Mise en page en colonne de couleur pour faciliter la compréhension et créer une hiérarchie, p04 & 05.

Fiminco

EDITION - COMMUNICATION

→ Missions

Réalisation d'une plaquette destinée à un public de mécènes. Cette brochure présente de manière attractive la Fondation Fiminco et ses résidences internationales. Elle offre aux mécènes la possibilité de mettre en place des programmes d'accompagnements financiers qui sont essentiels à la pérennité de la Fondation. Cette plaquette a été pensée pour informer de la manière la plus précise, les futurs mécènes de la Fondation, sur les avantages inhérents à leur participation financière.

→ Création d'une charte graphique, veille concurrentielle, mise en page, retouche d'image, correction sur retours, finalisation.

Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator





01



02



03



04

01 - Page de présentation des ateliers.

Les ateliers proposés par la fondation sont illustrés par des images représentatives des équipements et matériels mis à disposition pour les artistes, p14.

02 - Page « Qu'est ce que FABRIQUES ? ».

Présentation du programme FABRIQUES et de ses modalités d'inscription, p08.

03 - Page « Pourquoi devenir mécène ? ».

Présentation des avantages à soutenir la fondation, p15.

04- Page « Rayonnement international ».

Illustration de l'influence et des partenariats mondiaux de la fondation. Création de deux maps, p03.

Un lieu en symbiose avec son territoire



05

01 @Fondation Fiminco. Visite des enfants
de l'école Hannah Arendt, 2023.

La Fondation
Fiminco est
ouverte à tous
les publics.

La Fondation Fiminco développe des projets d'éducation artistique et culturelle à destination des publics scolaires, périscolaires, associatifs et des familles installées à proximité. Elle propose des projets participatifs, des parcours croisés, des événements, visites guidées, ateliers et rencontres et des expériences artistiques par le biais numérique du Fab Lab de la Micro-Folie. Son ambition est de créer un espace de transmission et de partage ouvert à tous et ancré sur son territoire.

La Fondation Fiminco collabore avec des institutions culturelles et collectivités locales, au moyen de partenariats, notamment avec Est Ensemble, le Département de la Seine Saint-Denis, la Direction des Services Départementaux de l'Éducation Nationale et la Région Île-de-France à travers le Fonds régional d'art contemporain et le Festival d'Automne.

Elle s'est dotée
d'un vaste
programme
d'actions
d'initiation,
de familiarisation
et de médiation
culturelle avec
l'ambition de
favoriser la
perméabilité
et encourager
les échanges
réciproques.



01

01 - Vue d'ensemble des actions de médiation et des projets d'éducation artistique et culturelle de la fondation. Présentation des partenariats instaurés avec les institutions au sein du territoire, p05.

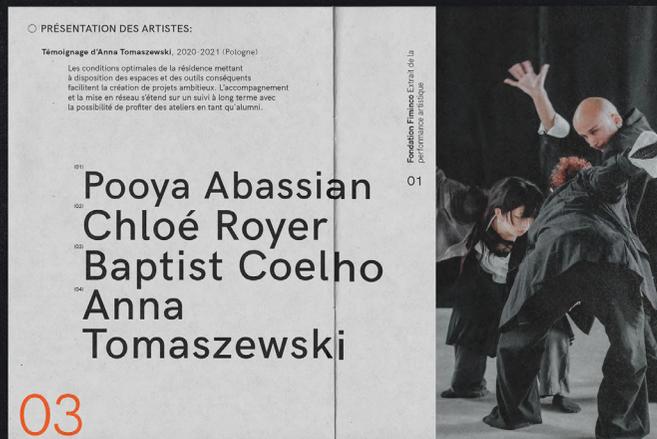
01

Contact



02

03



01, 02, 03 - Exemple de principes de mise en page de la plaquette Mécénat.

Propositions de mise en page dans un esprit minimaliste s'inscrivant pleinement dans la tendance graphique actuelle appliquée à l'art contemporain. Alliance d'une typographies impactante avec une typographique plus fine, proposition de page de couverture, proposition de mise en page, p21.



Fiminco

EDITION - COMMUNICATION

→ Missions

Réalisation d'une plaquette commerciale destinée à la privatisation.
Plaquette réalisée en 2024-2025.

Création d'une charte graphique, veille concurrentielle, mise en page, retouche d'image, correction sur retours, finalisation.

→ Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator



01 - Couverture de la plaquette commerciale.

Charte graphique conçue avec des formes géométriques d'inspiration Bauhaus qui dynamisent l'ensemble et le rendent intemporel.

01



02



03



01 - Présentation de La Chaufferie.

Principe de mise en page dynamique, avec des formes rondes, permettant d'illustrer le dossier avec un nombre élevé de photographies, p04-05.

02 - Présentation La résidence FAST.

Principe de mise en page sobre et élégant pour la page d'ouverture des dossiers, p17.

03 - La Chaufferie, présentation de la Mezzanine.

Vue des bandeaux blancs présentant les détails techniques, p18.

04 - Informations pratiques.

Hiérarchie des informations permettant une compréhension immédiate de la disposition géographique du lieu, p26.

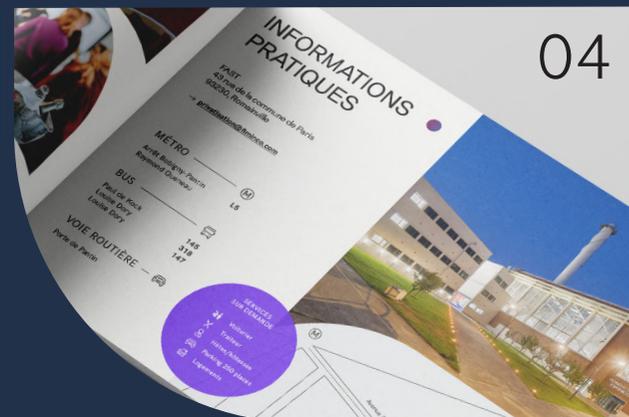
05 - La Chaufferie, présentation du rez-de-chaussée

Présentation des services avec l'utilisation d'icônes permettant une compréhension immédiate pour le lecteur, p08.

05



04



FAST

Le plus grand
quartier culturel
d'Europe



01

Engagé de longue date dans le mécénat culturel, Groupe FIMINCO crée la Fondation d'entreprise Roussel-Uclaf à Romainville, 2016 et investit l'ancien site industriel des usines Roussel-Uclaf à Romainville, au cœur du Grand Paris.

FAST est un ensemble architectural de plus de 120 000 m² dont 50 000 m² sont consacrés exclusivement à la culture. Il est développé sur la friche d'un des berceaux historiques de la pharmacie française du début du siècle dernier construit par Jean Barot.

C'est un site industriel avec une identité forte, un lieu de vie consacré à la culture, un écosystème où les énergies se croisent et où les projets entre les acteurs du quartier s'articulent autour de deux axes majeurs : Les **arts plastiques**, tout d'abord, avec La Chaufferie, un lieu d'exposition exceptionnel de 1200 m², avec une impressionnante hauteur sous plafond de 14 mètres. C'est l'un des espaces phares animés par la Fondation Fiminco, qui participe à la nouvelle dynamique culturelle et sociale de la Seine-Saint-Denis, au cœur du Grand-Paris.

Le deuxième axe s'oriente autour de la salle de 600 places dédiée au **spectacle vivant** avec plusieurs salles de répétition dans le bâtiment historique Grand Cuvier. Les prestigieux partenaires de FAST comme le Théâtre du Châtelet, La Philharmonie de Paris et l'Établissement public de La Villette participent activement à sa programmation. Pensé comme un pôle culturel majeur en Île-de-France dédié à la création sous toutes ses formes, le quartier culturel a la vocation de laisser s'exprimer toutes les disciplines et de permettre **un accès facilité à la Culture, pour tous les publics.**

FAST.
QUARTIER CULTUREL
ROMAINVILLE PARIS

AVPU

EDITION

→ Présentation du client

Créée en 2010, L'AVPU est une association qui regroupe plus de 200 collectivités françaises. Par le biais d'un partage d'initiatives, elle a pour objectif de rendre les villes plus propres dans un souci de respect de l'environnement. Le succès grandissant des actions initiées par l'association est tel que chaque année, de nouveaux adhérents choisissent de la rejoindre. Ainsi, groupes de discussions, états des lieux, mise en place de dispositifs, campagnes de communication et de sensibilisation permettent de faire avancer les villes dans leur quête d'excellence en matière de propreté.

→ Missions

Réalisation de quatre éditions intitulées « Le Lab' de la propreté urbaines ». Ouvrage édité en 2018, 2020, 2022 et 2024.

Création d'une charte graphique et sa réactualisation à chaque nouvelle édition, mise en page, correction orthographique, retouche d'image, illustration, visualisation de données, correction sur retours, finalisation et optimisation des fichiers destinés à l'impression, coordination avec le prestataire d'impression, validation des BAT et calage impression.

→ Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator





VISUALISATION DE DONNÉES

01 - Extrait de l'édition 2024.

Mise en forme d'une frise chronologique type. Dans cet extrait elle est représentative des changements clés opérés de 2022 et 2023 par la Région Bruxelles Capitale, p100-101.

02 - Extrait de l'édition 2024.

Frise chronologique illustrant l'historique des démarches de Nantes Métropole, p230-231.

03 - Extrait de l'édition 2024.

Visualisation du plan d'action de la ville de Rouen en 5 axes, p228-229.

04 - Extrait de l'édition 2024.

Visuel illustrant le modèle d'évaluation de Donald Kirkpatrick adopté par la ville de Metz, p170-171.



ÉLABORATION DES PRINCIPES DE MISE EN PAGE

Chaque année, l'AVPU distingue les villes ayant mené les initiatives les plus remarquables en leur décernant un trophée. Les éditions **Le Lab' de la propreté urbaine** recensent ces projets tout en détaillant leurs mises en œuvre.

Le chapitrage a été réalisé avec un code couleur de base qui reste le même depuis sa conception. Les nuances de couleurs et les combinaisons ont légèrement évolué afin de rester actuelles.

L'iconographie présente dans chaque dossier permet une compréhension immédiate des thématiques abordées.

Les typographies ont été sélectionnées afin de faciliter la lecture des textes qui sont très denses. Les titres = **BEBAS**, les paragraphes d'introduction = **Merriweather** et les textes et noms des villes = **Neuzeit Grotesk**.

Un système de bulles colorées, de formes rondes et incurvées dynamise l'ensemble de la mise en page et lui apporte fluidité et modernité. Ce design met en valeur les informations clés, les rendant plus visibles et attractives.

AVPU

COMMUNICATION VISUELLE

→ Présentation

Les trophées de l'AVPU ont la particularité d'être des objets en trois dimensions qui auront une réelle importance pour les collectivités tant ils mettront en valeur leurs initiatives.

→ Missions

Le grand défi de cette mission était de réunir une multitude d'images et de créer un lien visuel en elles. C'est cette articulation des visuels entre eux qui apporte une véritable dynamique et qui illustre parfaitement cette effervescence d'idées caractérisant les collectivités qui composent l'AVPU.

→ Logiciel — Photoshop



La cave des affranchis



COMMUNICATION

→ Présentation du client

C'est en 2021 que Laetitia Laure, caviste passionnée et spécialiste du vin ligérien, choisit d'ouvrir sa cave indépendante au bord de la Loire, dans la ville de Blois. La cave des affranchis devient donc le lieu parfait pour offrir une expérience authentique où les passionnés de vin peuvent venir découvrir des produits finement sélectionnés, dans une atmosphère élégante et décontractée.

→ Missions

Déclinaison et adaptation du logo existant, conception d'une carte de visite, réalisation d'une affiche, conception de la vitrophanie.

→ Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator

La cave des affranchis

PAPETERIE

IDENTITÉ GRAPHIQUE

La cliente souhaitait que les couleurs dominantes de l'identité graphique soit le rouge et l'orange, évoquant ainsi l'univers de la vigne et du raisin, des éléments centraux qui ont donc été déclinés sur tous les supports de communication.

Ayant un coup de coeur pour deux des propositions graphiques, la cliente a souhaité que tous ses supports de communication puissent être imprimés en deux versions, lui permettant d'adapter sa communication au gré de ses envies.

Le visuel n°01 représente des feuilles de vignes et des grappes de raisin entremêlées, le tout teinté d'un rouge vif percutant et dont les traits rappellent la gravure, donnant un aspect raffiné et intemporel au visuel.

Le visuel n°02 représente aussi la grappe de raisin et sa feuille, avec un traitement graphique plus esquissé. L'irrégularité du trait et le mouvement donne cette fois-ci un aspect plus authentique et audacieux.



01 - Carte visite
Version avec le visuel n°01.



02 - Carte postale
Version avec le visuel n°02.

La cave des affranchis

VITROPHANIE



01

01 - Maquette de la devanture

Conception d'une maquette proportionnelle aux dimensions de la devanture afin de rendre compte de la taille finale du logo apposé.

02 - Résultat final

Photographie de la devanture de la cave des affranchis, une fois la vitrophanie apposée sur la vitrine.

02



Deleine

CRÉATION DE MARQUE

→ Présentation de la marque

C'est en 2020 que j'ai choisi de donner à mon travail artistique, une dimension commerciale en lui apposant la signature : Deleine. Au-delà d'exister par une identité graphique très reconnaissable et un univers poétique, Deleine, c'est avant tout une production d'oeuvres originales, toutes réalisées de manière artisanale. Un travail de communication considérable a été réalisé afin de mettre en lumière les oeuvres en vente, et de les diffuser de la manière la plus efficace.

→ Missions

Création d'une marque, conception d'un produit, direction artistique, marketing, webdesign, branding, packaging, création de partenariats commerciaux, montage d'expositions, communication, création de contenu pour les réseaux sociaux

→ Logiciels

Indesign, Photoshop et Illustrator



PARTENARIATS & EXPOSITIONS

01



02



03



**01 - Le salon de thé
« La dame gourmande »
à Granville.**

Date d'exposition-vente :
du 10 mars au 4 mai 2024,
15 oeuvres exposées.

02 - L'AppArt à Bruxelles.

Date d'exposition-vente :
6,7,8 et 9 octobre 2022,
26 oeuvres exposées.

**03 - « Le vrai bazar »
BHV Le Marais x Selency,
Paris.**

Date d'exposition-vente :
du 25 août au 29 septembre
2021. 30 oeuvres exposées.

Deleine

PAPETERIE

01



02



01 - Carte de visite.

Support de communication ajouté dans chaque commande.

02 - Étiquettes.

Destinées au packaging des emballages.

IDENTITÉ GRAPHIQUE

L'identité visuelle de la communication de Deleine a été conçue dans un esprit minimaliste, avec une typographie fine et ronde : Ogg roman.

L'univers méditerranéen, poétique et sensuel des œuvres n'est pas sans évoquer les récits mythologiques, les muses et grandes figures féminines légendaires et tout l'univers mystique des fables et récits anciens.

La fleur que l'on retrouve sur l'intégralité de la communication est d'ailleurs un symbole très présent dans cet univers mythologique. Il s'agit d'une fleur de lotus.

On retrouve cet esprit grâce à un fragment d'une peinture préraphaélite apposé sur les étiquettes destinées aux emballages des commandes.

01 - Flyer cartonné.

Support de communication
l'atelier Deleine et adresse
un message de remerciements
au client pour leurs
commandes.



Merci

BEAUCOUP POUR
VOTRE COMMANDE.

Cette oeuvre a été pensée et réalisée entièrement à la main
par l'artiste *Clarysse Olivier*, fondatrice du studio
de création *Deleine*.

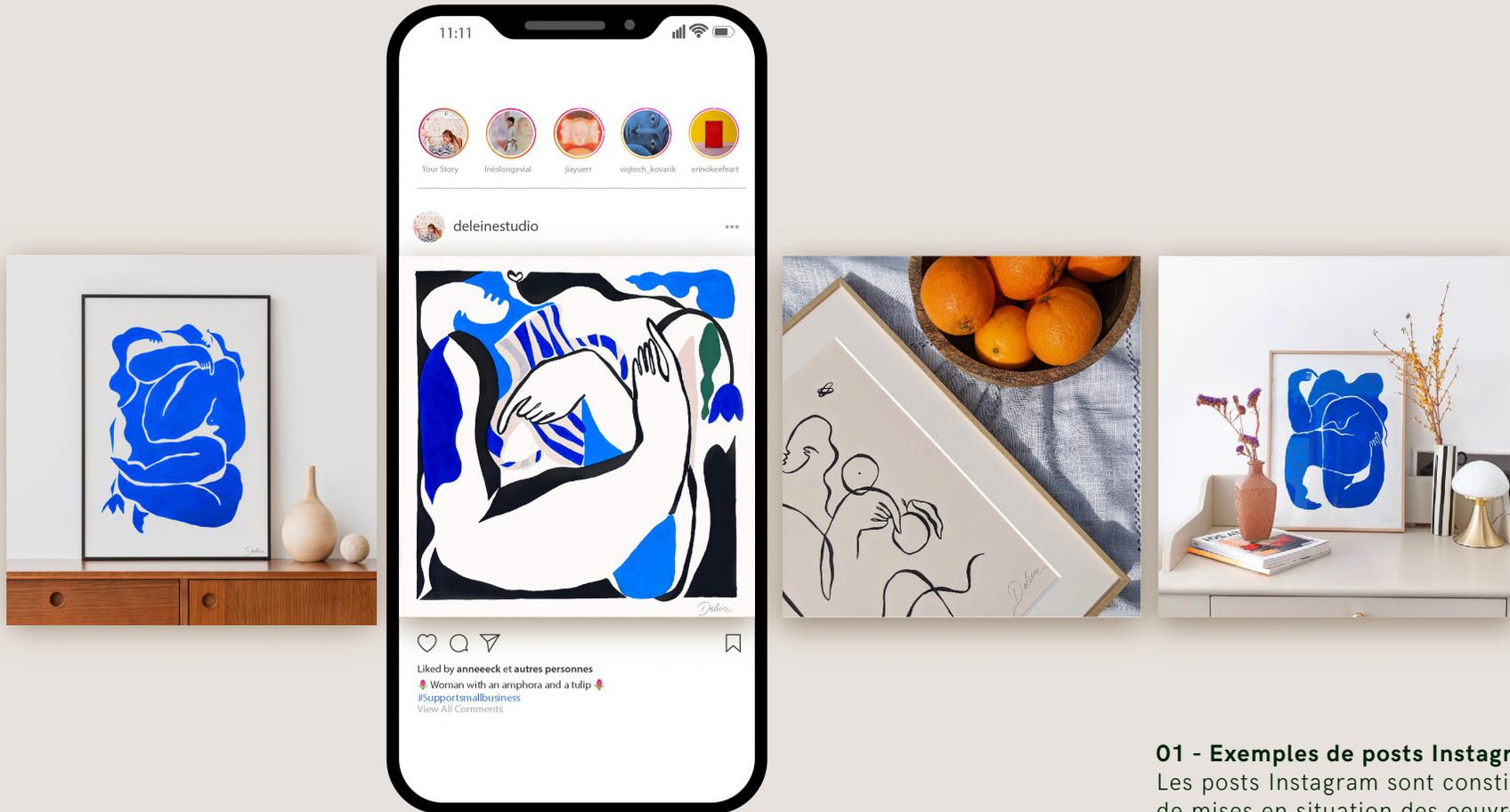
Toutes les oeuvres conçues par l'artiste sont des créations
originales. Elles sont toutes signées et accompagnées
d'un certificat d'authenticité.

CONSEILS DE CONSERVATION :

Toute oeuvre ou objet d'art est sensible à la lumière.
Une exposition prolongée à la lumière directe du soleil et/ou de la lune
peut fragiliser et détériorer les pigments de l'oeuvre. Pour préserver
votre oeuvre, manipulez-la avec précaution afin de ne pas plier, corner
ou abîmer le support. Afin d'éviter sa dégradation, entreposez l'oeuvre
dans un endroit tempéré en évitant tout excès d'humidité et de chaleur.

Deleine

RÉSEAUX SOCIAUX



01 - Exemples de posts Instagram.

Les posts Instagram sont constitués de mises en situation des oeuvres, de focus sur des détails ou sur une oeuvre en particulier et de mises en valeur des oeuvres par une atmosphère propice à la rêverie.

Fallopia

COMMUNICATION VISUELLE

→ Présentation du client

C'est en 2019 que le festival de la pomme de Trévières commande à Oscar Allizard, comédien, scénariste et réalisateur, l'écriture d'une pièce de théâtre autour de la pomme pour une lecture publique. Face au succès de cette lecture, l'idée de transformer les écrits en pièce de théâtre se concrétise. La compagnie FALLOPPIA se forme autour de ce projet, réunissant une équipe de dix personnes au service du récit. Charlotte, c'est une petite pomme qui lutte contre son destin funeste.

→ Missions

Réalisation de l'affiche officielle de la pièce de théâtre et d'une version alternative.

Brief initial en quelques mots :

- Il s'agit d'un conte allégorique dont le sujet principal est un personnage représenté par une petite pomme.
- La colorimétrie : vert et bleu foncé, noir, gris et rouge.
- les personnages pouvant apparaître : petite fille, fantôme, déguisement, arbre, nuage, pomme, fleur et feuille de pommier, référence à la nature, ombres
- l'ambiance définie : cauchemardesque et sombre.

→ Techniques & Logiciels

Photoshop, Illustrator, Indesign et dessins préparatoires

LA COMPAGNIE FALLOPPIA
PRÉSENTE



UNE FABLE
D'OSCAR
ALLIZARD

MISE EN SCÈNE
SAMY
ZERROUKI

CINÉMA THÉÂTRE
LE NORMANDY
TRÉVIÈRES



VERSION ALTERNATIVE DE L’AFFICHE

La direction artistique du collage a été imaginée dans l’optique de traduire l’imagination des artistes qui ont écrit la pièce de la manière la plus fidèle afin de respecter leur vision.

L’articulation entre l’abstraction et la représentation figurative concrète des personnages rend compte d’un univers mystérieux et propice à l’imagination, laissant une réelle liberté d’interprétation au spectateur.

La version alternative rose, plus douce et enfantine a offert à la compagnie la possibilité d’adapter sa communication en fonction du message à transmettre. Elle offre une seconde facette de la pièce et permet d’attirer vers elle un autre public.