

**STEPHANIE  
BARROIS**

---

DIRECTRICE DES CONCEPTS

# 1 # KENZO

## Dispositif & Réalisation

- Site de marque
- Site ecommerce
- Site événementiel
- Animation et stratégie CRM

# 1 # KENZO

Comme un parfum d'évasion, une invitation à traverser l'horizon...

Fragrances envolées, échappées, libérées...  
O temps emporte moi ailleurs !  
L'essence d'un instant traversons l'horizon,  
Et partons au cœur des effluves d'un parfum...

La navigation pose le site et devient horizon de navigation. Principe identitaire du site, tout naît d'elle.



[KENZO](#)

[KENZO STORE](#)

[LES FRAGRANCES](#)

[KENZO BY ME](#)

[KENZO POWER](#)

[FLOWER BY KENZO](#)

[ORDERS KENZO](#) | [NEWSLETTER](#) | [CONTACT](#) | [PLAN DU SITE](#)



KENZOPARFUMS

[KENZO](#)

[KENZO STORE](#)

[LES FRAGRANCES](#)

[KENZO BY ME](#)

[KENZO POWER](#)

[FLOWER BY KENZO](#)

[UNIVERS KENZO](#) | [NEWSLETTER](#) | [CONTACT](#) | [PLAN DU SITE](#)



## FLOWERBYKENZO

LE POUVOIR D'UNE FLEUR FRAGILE, SINGULIÈRE

[L'HISTOIRE](#)

[LA GAMME](#)

[LE DESIGN](#)

[LES ETUIS](#)

[EN IMAGES](#)

[LES FRAGRANCES](#)



# FLOWERBYKENZO

[L'HISTOIRE](#)

[LA GAMME](#)

[LE DESIGN](#)

[LES ETUIS](#)

[EN IMAGES](#)

[LES FRAGRANCES](#)

[← EAU DE PARFUM →](#)



# KENZOKI

[LE FILM CONCEPT](#) | [LE LOTUS BLANC](#) | [LES EFFETS](#) | [LE DESIGN](#) | [LA GAMME KENZOKI](#) | [LES POINTS DE VENTE](#)

KENZO POWER

FLOWER BY KENZO

[UNIVERS KENZO](#) | [NEWSLETTER](#) | [CONTACT](#) | [PLAN DU SITE](#)

A dark, atmospheric night photograph of a city street in Tokyo. The scene is filled with blurred lights and bokeh effects, creating a sense of movement and depth. A prominent neon sign with red and yellow characters is visible on the right side. The overall mood is mysterious and vibrant.

# TOKYO BY KENZO

[L'HISTOIRE](#)

[LA GAMME](#)

[LE DESIGN](#)

[LES ETUIS](#)

[EN IMAGES](#)

[LES FRAGRANCES](#)

# 1 # KENZO

## Zoom sur quelques idées

**Kenzo by me** : un espace personnel qui se cultive et évolue tel un jardin zen. La communauté grandit, les jardins fleurissent, les plus beaux sont récompensés.

**Inspire me** : widget via lequel la marque se livre et donne matière à rêver, matière à s'inspirer, au travers de citations, de poèmes, de photos, de couleurs, de vidéos, d'œuvres d'art, et divers autres fragments, etc... Tous les jours, les sources d'inspirations changent.. Tous les jours, les internautes peuvent participer et constituer leur carnet.

**J'entends beau** : playlist musicale liée à l'univers de chaque produit.

**Dessine-moi un nuage** : site évènementiel pour le parfum Kenzo « Air ». Il s'agit de jouer avec son souffle, via le périphérique micro. Le souffle et les modulations de la voix interagissent avec les nuages présents sur le site. Les formes changent, se séparent, s'agrègent, les masses se teintent légèrement...

## 2 # UNIVERSAL - ONE ESKIMO

### Réalisation

- Jeu en réalité augmentée sur mobile
- Univers, gameplay & règles du jeu

## 2 # UNIVERSAL - ONE ESKIMO

### La réalité sonore augmentée

Et si c'était par la musique qu'il devenait possible de voir ?

Il était une fois une histoire universelle, une histoire d'amour et d'amitié, celle d'un groupe de musique, celle de One eskimo et de Little Feather...

Depuis les origines, le son (le verbe) est créateur d'images. Toute musique qui se donne à entendre laisse une empreinte visuelle particulière dans les esprits. Certaines musiques racontent des histoires, faites de sons, de mots et d'images...

Et si la musique de One eskimo devenait un principe essentiel du jeu ? Et s'il s'agissait de chanter pour créer un monde et maintenir la couleur de celui-ci ?

## 2 # UNIVERSAL - ONE ESKIMO

### L'histoire

Little Feather et One eskimo s'aiment depuis qu'ils sont enfant. Le démoniaque Mr Top Hat enlève Little Feather et laisse One eskimo désespéré. Aidé de ses 4 amis, il part pour la retrouver et la sauver. Le chemin est long et semé d'embûches. One eskimo devra déjouer les vilains tours de Mr Top Hat et éviter la horde de monstres que ce dernier a lancé contre eux pour arriver jusque sa belle.

Objectif de la quête : Retrouver son âme sœur et sauver Little Feather

## 2 # UNIVERSAL - ONE ESKIMO

### Gameplay

#### Principe

Les personnages avancent grâce à la musique, l'air que le joueur chantonne. Le chant contrôle la vitesse des personnages et l'arrivée des monstres. Plus l'air fredonné est fort, plus la vitesse de déplacement augmente. Moins l'air est juste et en rythme, plus le nombre de monstres présents sur la scène augmente.

Un compteur, « le justophone », permet d'évaluer la justesse de la voix.

Des flèches latérales (ou clavier) permettent de se déplacer à gauche ou à droite.

NB : Little Feather peut apparaître sous sa forme d'oiseau bleu et indiquer le chemin que doit emprunter One eskimo.

NB : Il existe plusieurs modes de difficulté (avec le son et les paroles, avec le son, sans le son et sans les paroles.)

#### # Etape 1

Découvrir le plateau et commencer à chasser Mr Top Hat du monde qu'il a investi.

– Un tour de chauffe permet de s'habituer à la manière de jouer. Les participants apprennent et répètent un refrain à tour de rôle. Avec les notes du refrain, le monde se révèle. Les collines se gonflent et verdissent. Les arbres s'étirent.

– Le chant circule de l'un à l'autre. Il doit toujours y avoir quelqu'un qui chante durant la partie. Dès que le refrain s'arrête, Mr Top Hat regagne du terrain. Les monstres affluent et le monde s'éteint. Un signal indique au joueur lorsque c'est son tour de se mettre à chanter.

#### # Etape 2

Affronter et éliminer les monstres (loups, rats, marée, fumée, etc) envoyés par Mr Top Hat.

– Il suffit de repérer les monstres, pointer sur la cible et de faire un geste brusque en arrière pour « pêcher » le monstre et le faire disparaître du plateau.

– Le niveau de difficulté ainsi que le nombre de monstres à éliminer dépend du nombre de joueurs.

#### # Etape 3

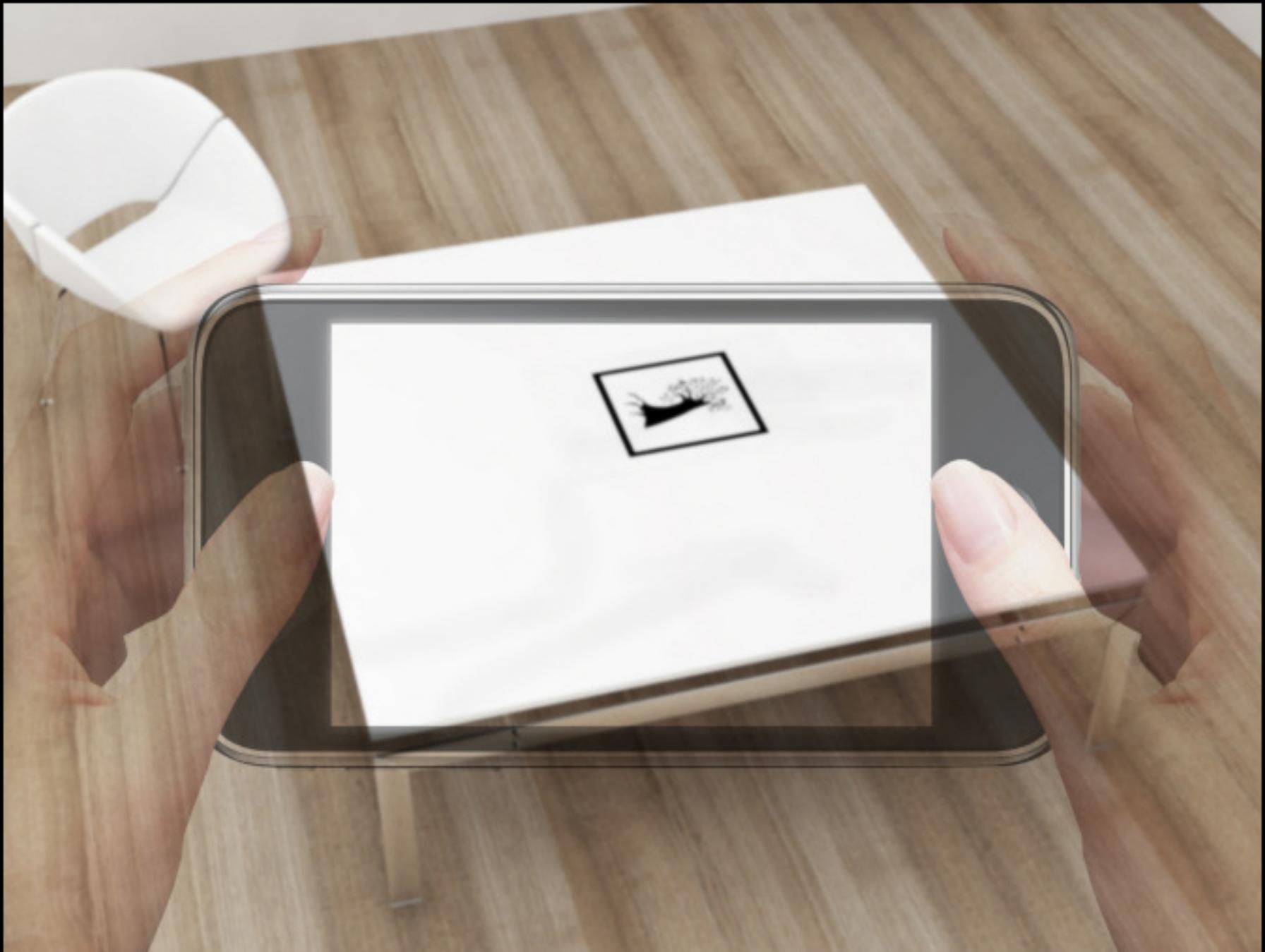
Bénéficier d'attributs et de bonus spéciaux

– Tout le monde peut acquérir un pouvoir spécial. Il suffit de déposer une fleur (marguerite, fleur des champs, bouton d'or, etc) sur le plateau.

– Pour activer le « power flower », il suffit de pointer et d'effectuer un petit mouvement rapide en avant en direction de cette dernière (// le geste inverse de celui qui permet d'enlever les monstres du plateau).

– Une onde de naturalité se déclenche. Des dizaines de fleurs se mettent à pousser sur un périmètre précis durant un temps limité (15s). Dès qu'un monstre pénètre dans la zone, il disparaît.

– Le jeu est limité à une fleur par joueur.

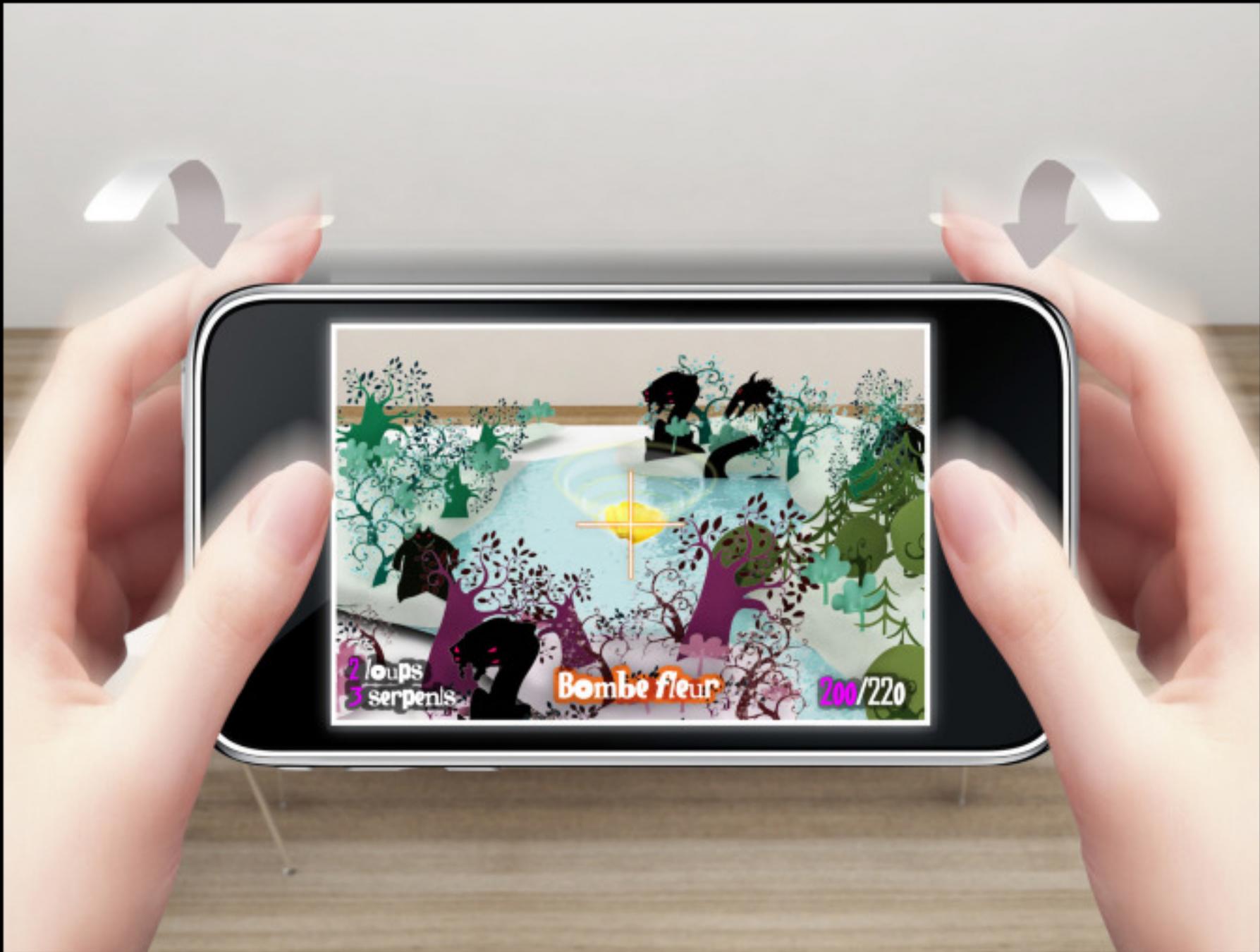




8 loupes  
8 serpents

10/220





### **3 # EASY JET**

Dispositif & Réalisation

- Event streetmarketing
- Kit blogueur
- Application Facebook
- Jeu & mini-site

## **3 # EASY JET**

Attrape ton billet au vol !

Reste la tête dans les nuages, garde le ciel à portée de main !  
Pour t'envoler en voyage, attrape ton billet au vol !

---

# EVASION, ou l'art MODE de voyager D'EMPLOI immobile

---

**Le lancer d'avion en papier  
est un sport extrême et peut s'avérer  
très dangereux pour la santé.**

**01**

## L'ART DU PLIAGE

SUIVRE UN ENTRAÎNEMENT RIGOREUX

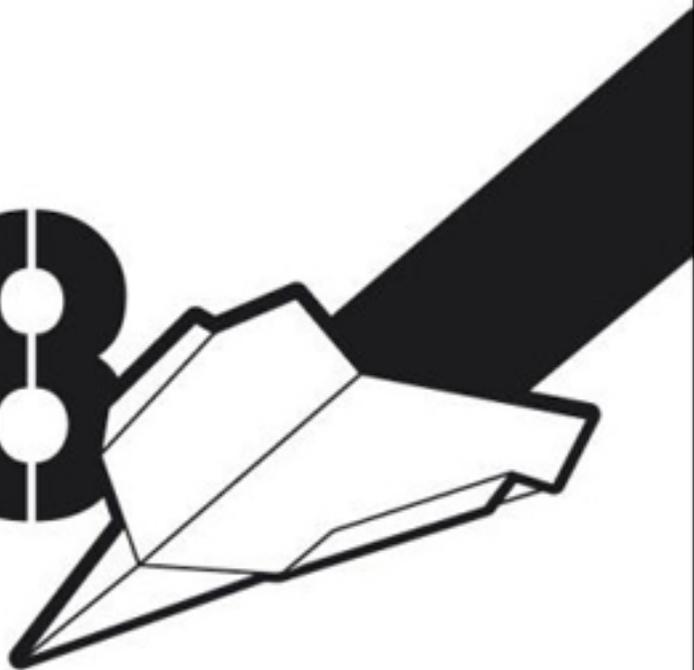


Un entraînement quotidien est nécessaire si vous voulez être sélectionné pour les championnats du monde. Gardez l'œil vif et serein, le poil brillant et lustré (méfiez-vous des rafales et des mirages ; ça peut faire mal). Apprenez - *Vol de nuit* - par cœur, les pieds en l'air, la tête en bas. Entraînez-vous à dessiner un avion les yeux fermés. Avant de vous endormir, comptez les avions plutôt que les moutons. Vivez comme un avion, respirez avion, pensez avion, mangez et buvez avion. Soyez avion jusqu'au bout de vos chaussettes. Vous êtes fort. Vous êtes beau (enfin, peut-être). Avec un peu de volonté, vous allez y arriver...

# 08

## LE BRISE FER

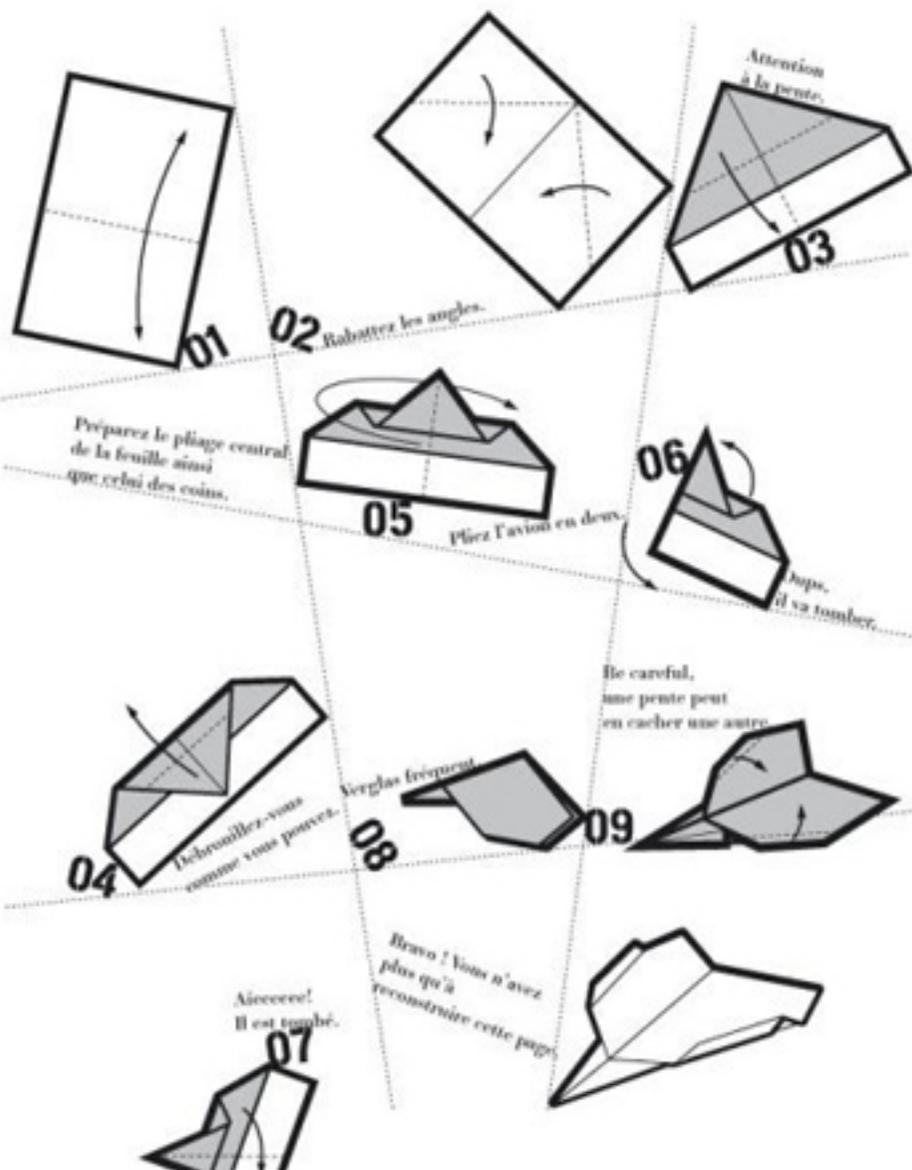
**niveau de difficulté :** pour les experts en légo et mécano



# 08

## LE BRISE FER

Niveau de difficulté : pour les experts en légo et mécano





## 4 # KYRIAD

### Dispositif & Réalisation

- Site Web
- Kit blogueur
- Site Web événementiel
- Film viral
- Display
- Street marketing
- Spot radio
- Relais facebook, twitter

## 4 # KYRIAD

Vive la monotonie !

Métro, boulot, dodo, nos journées se ressemblent...et se ressemblent...

Et si l'on poussait le curseur au maximum ? Et si l'on créait un discours en creux poussé jusqu'à l'absurde ? Et si la monotonie devenait un nouvel art de vivre au quotidien ?

Alors, en cas d'urgence et pour en sortir rapidement, il sera toujours temps de briser le site !



RADIO  
100 HZ A.M  
RADIO



**PRO-  
MONO-  
TONIE.**

**TON SUR TON • UNIFORMITYV • RADIO RADIO • MONOSHOP • GOODIES • JEU CONCOURS**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

RADIO  
100 HZ A.M  
KADIU

Précédent

EN CAS  
D'URGENCE  
BRISEZ  
LE SITE!



**VAN SERV**

La chanson monotone • 53min34sec

**EDOUARDO**

Je t'aime le lundi • 43min34sec

**ANONYME**

L'empereur, sa femme... • 5

**PRO-  
MONO-  
TONIE.**

0 1 2 3 4  
TON SUR TON • UNIFORMITY • RADIO RADIO • MONOSHOP • GOODIES • JEU CONCOURS

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

Lunette noire  
assorti à la cravatte



2° d'angle de tenue  
La tête penché en avant

**PIERRE HERNEQUIN**  
29 ans, VRP multiscarte

Veste terne  
deux boutons attachés au maximum



**PRO-  
MONO-  
TONIE.**

0 1 2 3 4  
TON SUR TON • UNIFORMITV • RADIO RADIO • MONOSHOP • GOODIES • JEU CONCOURS  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30



Rencontre Avec...

## **BERNARD LOUTREC**

**CHANTEUR MONOCOROE**

Musicien d'un quotidien très ordinaire, Bernard Loutrec, est l'un des rares chanteurs monotonaux de sa génération.

Il se démarque dans le monde de la chanson par une voix commune et un look indifférent de tous les autres.

Ses apparitions télévisées, nulles en émotions, ont des moments d'anthologie monotone. Derrière l'image du personnage public, souvent réductrice, se cache un artiste terne, qui prend tout à cœur et bâtit avec les années une véritable œuvre en constante dégradation. Portrait d'un homme libertine...

**PRO-  
MONO-  
TONIE.**

0 1 2 3 4

**TON SUR TON • UNIFORMITY • RADIO RADIO • MONOSHOP • GOODIES • JEU CONCOURS**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

EN CAS  
D'URGENCE  
BRISEZ  
LE SITE

**PRO-  
MONO-  
TONIE.**

TON SUR TON • UNIFORMITY • RAD' O RAD' O • MONOSHOP • GOODIL'S • COURS  
EU CONC

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

## 5 # CYRILLUS

### Dispositif & Réalisation

- Territoire de marque
- Baseline
- Catalogues
- Campagne de publicité
- Site web expérientiel
- Habillage boutique
- Application mobile
- Streetmarketing

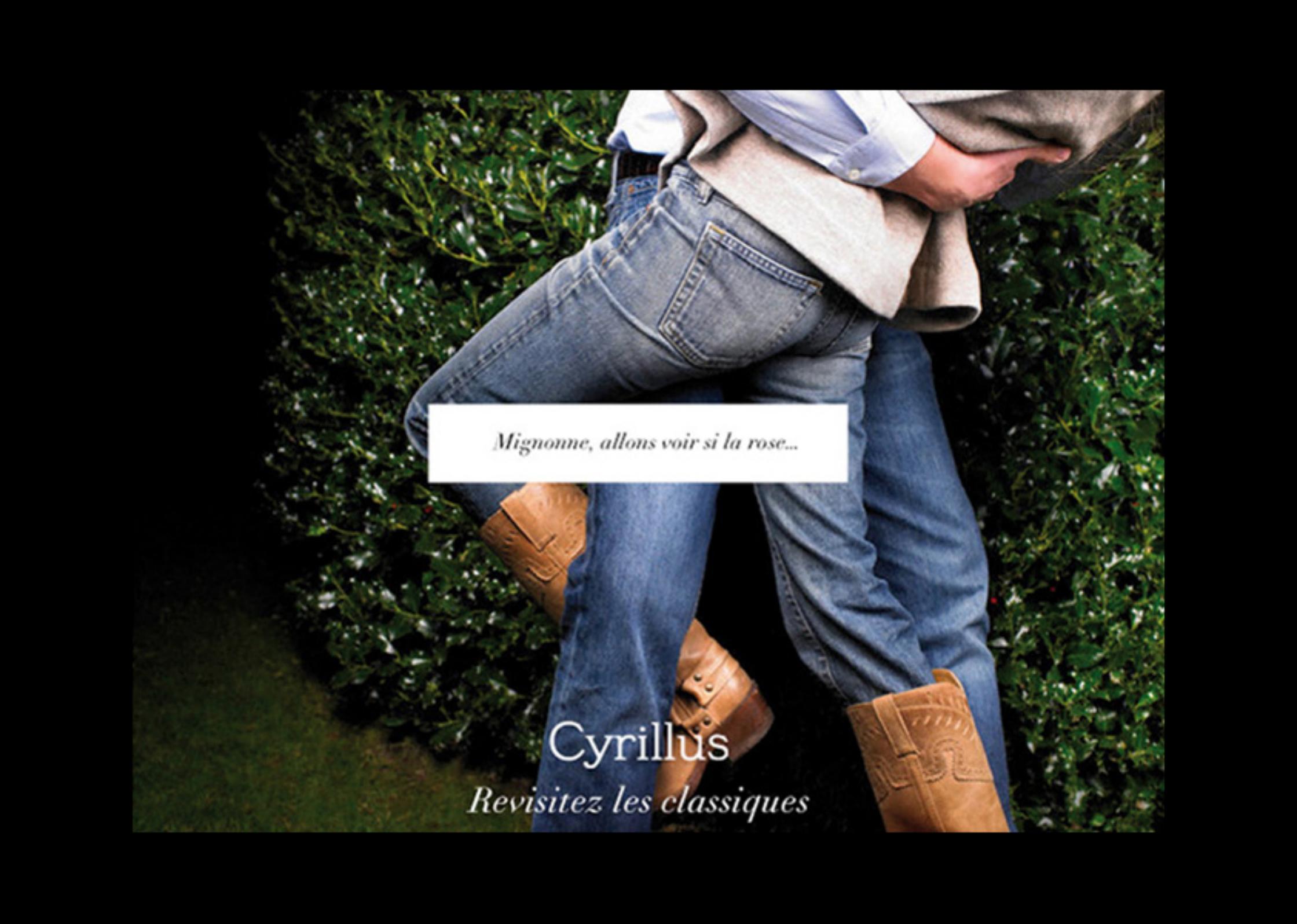
## 5 # CYRILLUS

Revisitez les classiques !

Pour Cyrillus, c'est passer du classicisme au classique, affirmer ce qu'ils sont et faire d'une faiblesse, une force.

Le principe est simple, il s'agit de confronter les émotions et les scènes de vie d'aujourd'hui à des extraits des grands classiques.

Le territoire est vaste et déclinable à l'infini et ce à l'international ; il touche tous les classiques revisités, qu'ils soient musicaux, cinématographiques, littéraires ou artistiques.



*Mignonne, allons voir si la rose...*

Cyrillus

*Revisitez les classiques*

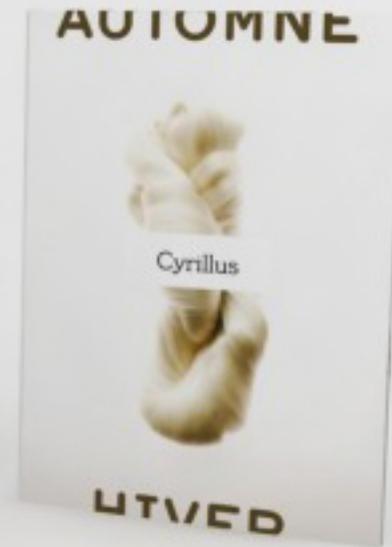
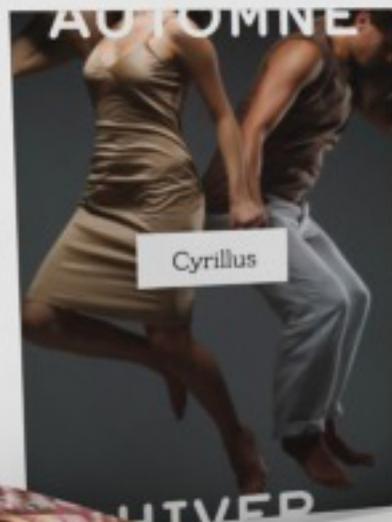


*Il tire la broche où j'estoys embroché,  
et tua tout roidde mon roustisseur.*

RABELAIS

Cyrillius

*Revisitez les classiques*





2010



PROUST  
VERLAINE

# AUTOMNE

01:23

BLUE  
NOTE  
TRIP  
CONGALEGRA  
JAZZANOVA REMIX

05:37  
Think Twice  
03:34  
You make me feel so good  
04:27  
I've had a little talk



01  
CARDEGAN VERT JAUNE  
*des manches flottantes, capotes, facile à porter le temps*

Cyrillus  
*Revisitez les classiques*



*Elle eût aimé que j'eusse dans ma chambre  
des photographies des monuments ou des paysages  
les plus beaux.*

03



02  
CARDEGAN VERT JAUNE  
*des manches flottantes, capotes, facile à porter*



PIERRE  
DE RONSARD

2010



PROUST  
VERLAINE

# AUTOMNE

01:23

BLUE  
NOTE  
TRIP

05:37  
Think Twice

03:34  
You make me feel so good

04:27  
I talk

CONGALEGRAN  
JAZZANDVA REMIX



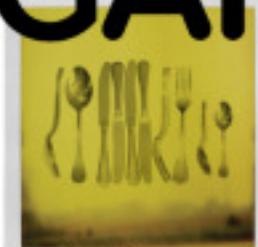
01  
CARDEGAN VERT JAUNE

*des manches fléchées, capote, facile à porter le temps*

Cyrillus  
*Revisitez les classiques*

# GAINSBOURG 04 19

JE T'AIME MOI NON PLUS \*VIBRATORS REMIX



03



*Elle eût aimé que j'eusse dans ma chambre  
des photographies des monuments ou des paysages  
les plus beaux.*



02  
CARDEGAN VERT JAUNE

*des manches fléchées, capote, facile à porter*



PIERRE  
DE RONSARD



Cyrillus

AUTOMNE

23

L'OPÉR  
DE LA L



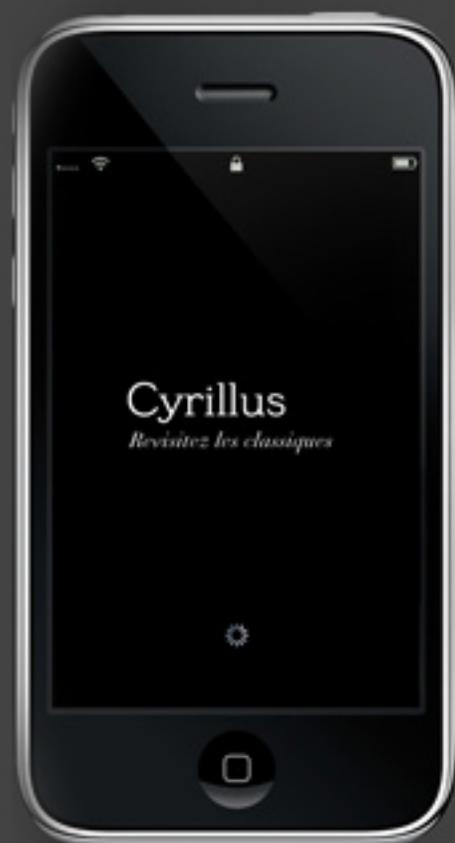
20€  
E

VICTO  
HUGO

BA

HIVER

SA BOUCHE FRAÎCHE ÉTAIT LÀ:  
JE ME COURBAI SUR LA BELLE.





Cyrillus  
*Revisitez les classiques*



01  
**ROBE FEMME DRAP DE LAINE**

*Un modèle actuel, style couture,  
naturellement élégant, facile à porter  
par sa coupe et son volume... une robe qui  
se porte aussi en superposition !  
Encolure ronde terminée par une petite  
à trois boutons.  
Manches et finitions.  
Drap de laine façonné, simple et doux  
75% laine, 25% polyester. Tissé italien.  
Double face 100% polyester*

Cyrillus  
*Revisitez les classiques*



## 6 # NEXTIDEA

### Dispositif & Réalisation

- Logo
- Concept de communication
- Charte rédactionnelle et iconographique
- Outils de communication interne et externe
- Site Web
- Habillage des locaux
- Street marketing

## 6 # NEXTIDEA

### Une nouvelle équation de communication

La donne a changé, renouvelons les codes,  
Inventons un nouveau langage, un nouvel alphabet, simple, mixte, clairvoyant,  
Pensons Internet comme une science reposant sur la nouvelle quadrature du Web (IAER)  
Formalisons une nouvelle équation de communication pour mettre les marques au carré.



concept



+



iaer



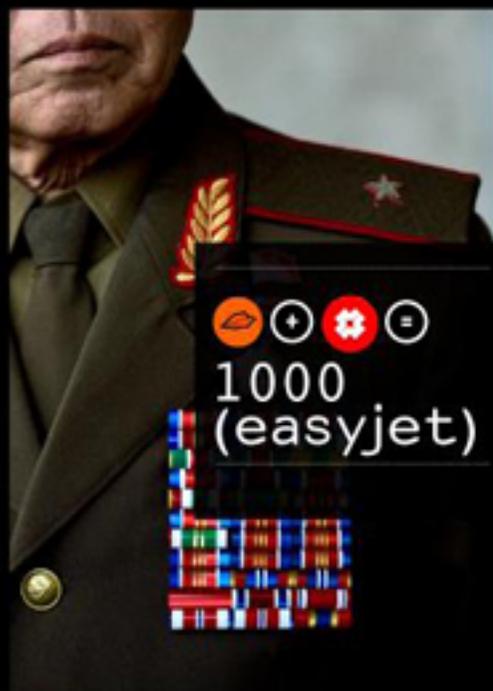
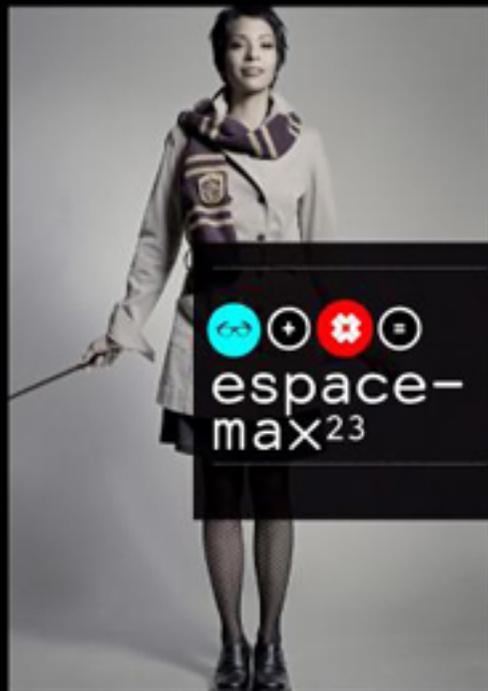
=

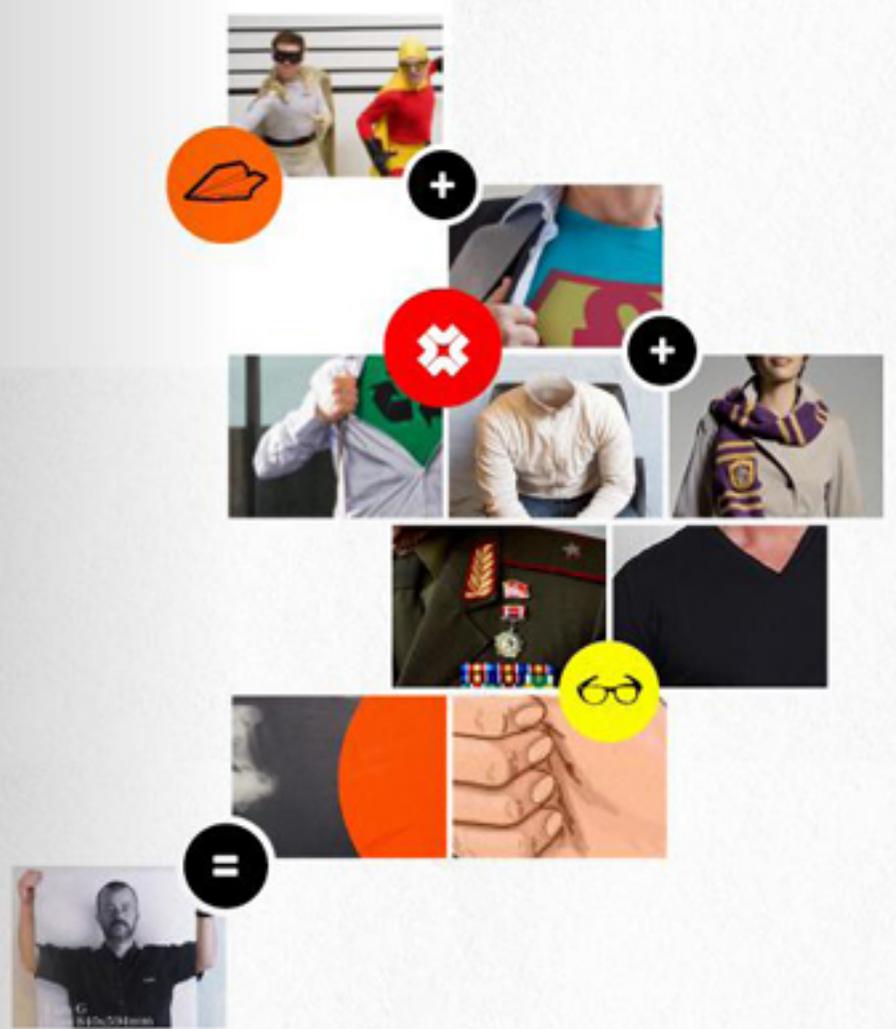


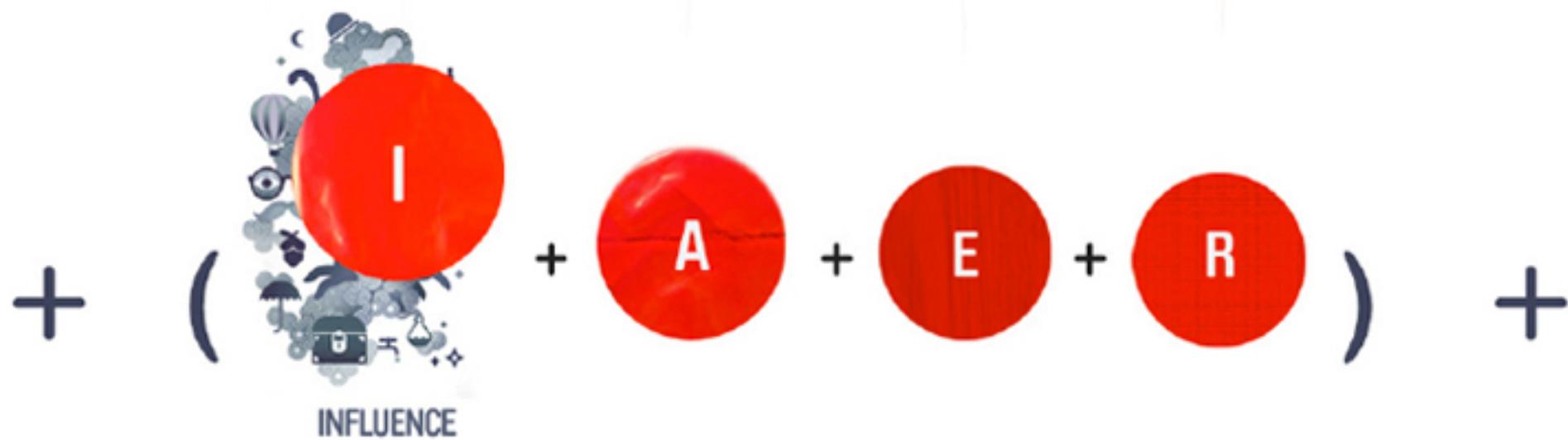
communication  
digitale  
amplifiée

Mega-  
super-  
typo-  
Giga-  
Tera-  
Easyjet

$$2500 + \text{airplane} + \text{X} =$$







Pourquoi ?  
L'agence  
La méthode  
La team  
Les clients

**Notre solution à ce jour**  
La profession de foi  
Digital natif  
Notre audace  
Business oriented

ok rechercher

Vidéo  
Lionel Aboudaram  
Pierre Desongles  
Design ergonomique  
sites internet  
réalisations

+



+



+



ok

rechercher

Pourquoi ?  
L'agence  
La méthode  
La team  
Les clients

**Notre solution à ce jour**  
La profession de foi  
Digital natif  
Notre audace  
Business oriented

Vidéo  
Lionel Aboudaram  
Pierre Desongles  
Design ergonomique  
site internet  
réalisations



+

METISSAGE

+

Pourquoi ?  
L'agence  
La méthode  
La team  
Les clients

**Notre solution à ce jour**  
La profession de foi  
Digital natif  
Notre audace  
Business oriented



+



+

## Nextedia

Pourquoi ?  
L'agence  
La méthode  
La team  
Les clients

**Notre solution à ce jour**  
La profession de foi  
Digital natif  
Notre audace  
Business oriented

Vidéo Marc  
Easyjet prend la parole

réalisations en vidéo ●

10 clients prennent  
Femmes/Hommes

ok

Vid

Interview Pierre Desangles

notre philosophie ●

established fact  
that a reader ▼

09<sub>09</sub>

Kenzo fait confiance à nous  
pour sa refonte technique

05<sub>09</sub>

Plus de 500000 visites  
pour l'opé marketing easyjet



Hyper-  
super-  
Créatif





AIRE

Proposition  
refonte site  
e-commerce  
cetelem





# STEPHANIE BARROIS

+33(0)6 64 89 71 86

sbarrois@9online.fr

<http://cargocollective.com/stephaniebarrois>

18 rue de la cour des Noues • 75020 Paris