



Stéphanie Barrois

Concept et Direction de Création



01

Made *in Black*

CONCEPT & DIRECTION DE CRÉATION

DISPOSITIF & RÉALISATION

Positionnement, nom, discours et histoire de marque

Branding

Outils de communication (site web, plaquette, mailing, etc)

Stratégie, organisation, partenariats et process



Made *in Black*

QUAND LA COMMUNICATION DEVIENT MATIÈRE NOIRE DIGITALE...

Aujourd'hui,

Nous vivons dans l'ère du « global digital system ».

Nous pensons le digital comme la matière noire in progress et polymorphe de la communication.

Nous l'envisageons toujours dans sa totalité.

Nous le voyons comme une énergie détonnante.

Nous croyons qu'il est source infinie de création et de performance.





Nous sommes Made in Black.

made in black[®]

made in black®

WILSONIA PILLAY
DIRECTOR GENERAL

02 92 19 21 21
www.madeinblack.com.au

	À VOUS MANQUE UNE PIÈCE		
	VOUS SOUHAITEZ DES CONSEILS		
	VOUS RECHERCHER DE NOUVELLES IDÉES		
	VOUS VOUS INTERÊTES À LA MANIÈRE DE VOUS ORGANISER EN ÉQUIPE		
en cas d'urgence digitale	<table border="1"><tr><td>Support Client 01 20 39 10 00 du lundi au vendredi</td><td>Service Client 01 20 39 10 00 du lundi au vendredi</td></tr></table>	Support Client 01 20 39 10 00 du lundi au vendredi	Service Client 01 20 39 10 00 du lundi au vendredi
Support Client 01 20 39 10 00 du lundi au vendredi	Service Client 01 20 39 10 00 du lundi au vendredi		




made in black®

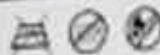
made in black[®]

MODE D'EMPLOI



KIT À RÉALISER SOI-MÊME

 CE KIT N'EST PAS WATERPROOF NE SE PLONGEZ PAS DANS L'EAU



Support Client
01 20 39 10 00
du lundi au vendredi

Service Client
01 20 39 10 00
du lundi au vendredi

made in black®

matériel graphique 100% cartonné et polystyrène

gros bras tendus



pour faire rêver

pelote de laine



pour garder le contact

maris lentilles



pour éviter les clics

siège à naviguer



pour une ergonomie efficace

ordi-maison



pour des développements innovants

style bulle



pour des textes dynamiques





MOUTON
7 15
PATTES

made in black

made in black

MEME
PROPOSA

made in black

made in black

MEME

PROPOSA



FIG.8
couteau suisse
«Di-étonnant»

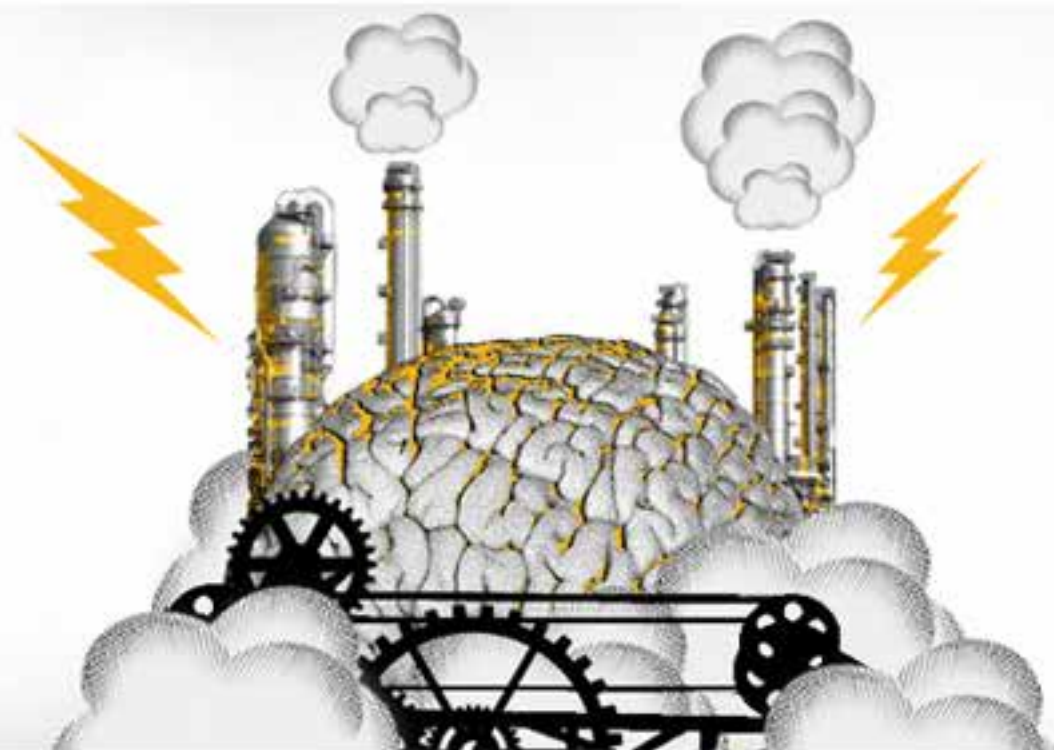


FIG.4
matière grise
tactile
et à vapeur.



FIG. 3
avion à création



FIG. 3
tracteur multifonction
à ressort

02

Mon *panier d'asie*

CONCEPT & DIRECTION DE CRÉATION

DISPOSITIF & RÉALISATION

Positionnement et mise en place de la plateforme de marque

Accompagnement stratégique & créatif

Branding global

Sélection et suivi agence

Conception de l'écosystème global de communication de la marque

Projet de digitalisation du concept store



Mon panier d'Asie

EASY TO LIVE - EASY TO COOK

Objectif : Créer un espace de vente dédié à la découverte de l'Asie
(vente à emporter, espace de restauration et épicerie fine)

Ambition : Développer « l'Asian Touch » au quotidien

Promesse : Apporter toute l'excellence de l'Asie chez vous

mon panier d'Asie

TOUTE L'ASIE AU QUOTIDIEN











Cyrillus

DIRECTION DE CONCEPT

DISPOSITIF & RÉALISATION

Territoire de marque

Baseline

Catalogues

Campagne de publicité

Site web expérientiel

Habillage boutique

Application mobile

Streetmarketing



03

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, littéraires, cinématographiques ou artistiques.



Cyrillus

ZOOM SUR QUELQUES IDÉES


- « Impressions Famille » : Catalogue best of
Présentation des produits sous l'angle des histoires de famille (destins croisés de plusieurs personnages). Sorte de « manifeste » sur la famille, il raconte la rencontre d'un couple, la constitution du foyer et l'arrivée des enfants.
- La boutique est conçue comme un foyer : Un lieu central est pensé, comme un salon bibliothèque convivial pour réunir toute la famille autour des grands classiques.
- Des bornes interactives revisitent les classiques et proposent à la fois textes et musiques.
- Marque-page publicitaire : En boutique, près de la caisse, et en partenariat avec des libraires ou des enseignes vendant des livres « classiques », distribution d'un marque-page publicitaire.
- Street-Marketing : Installation de copies de grandes œuvres sous la pyramide ou sur l'esplanade devant le Louvres. Il s'agit de les rhabiller avec les vêtements Cyrillus.
Ex : La Vénus de Milo avec une veste Cyrillus. La Liberté de Delacroix avec un trench, etc



Mignonne, allons voir si la rose...

Cyrillus

Revisitez les classiques

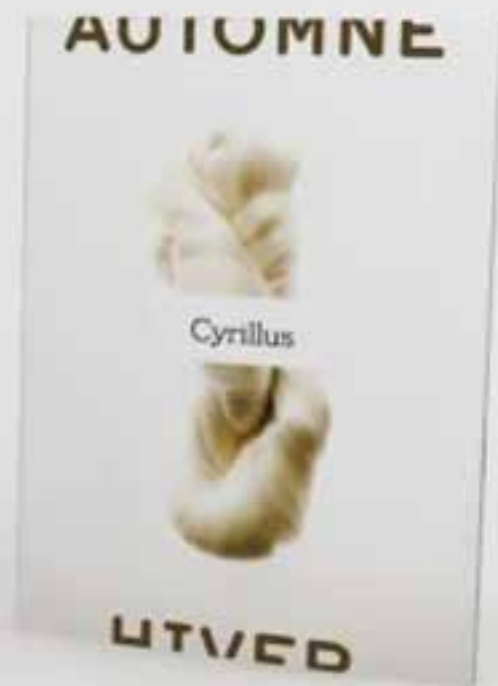
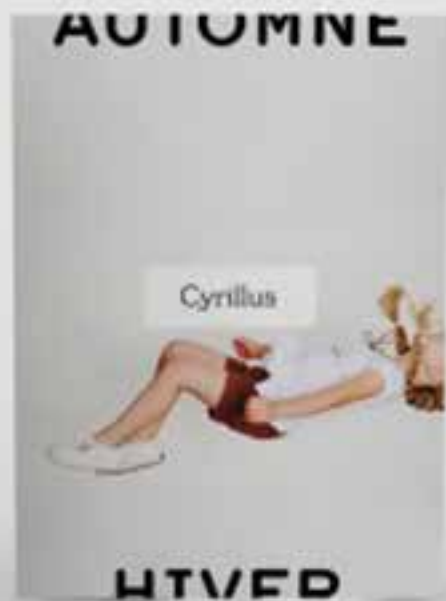


*Il tire la broche où j'estoys embroché,
et tua tout roidde mon roustisseur.*

RABELAIS

Cyrillus

Revisitez les classiques



2010



PROUST

VERLAINE

AUTOMNE

01/23

BLUE
NOTE
TRIP

05:37

Thatch Twire

03:34

You make me feel so good

CONGALEGRA
JAZZANOVA REMIX

04:27

Je t'aime

01

CARDIGAN VERT JAUNE

des boutons, boutons, boutons, boutons à porter le soir

Cyrellus

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

CARDIGAN VERT JAUNE

des boutons, boutons, boutons, boutons à porter le soir



PIERRE
DE RONSARD



Cyrillus

AU FEMME



23
L'OPÉR
DE LA L

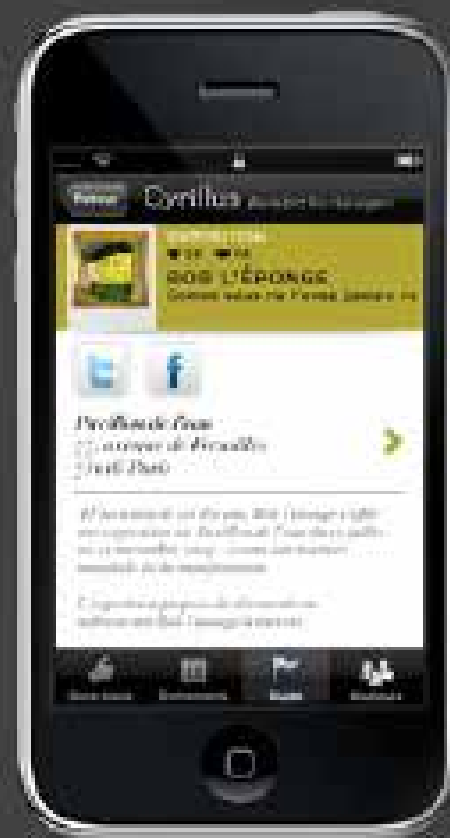
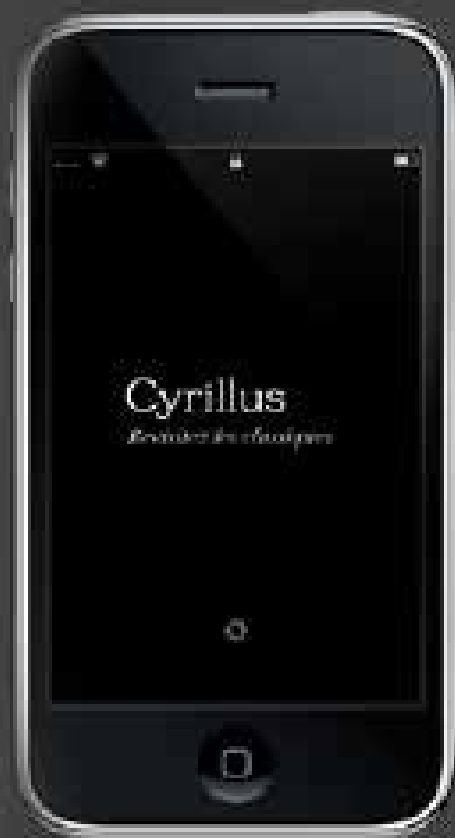
20€
E

VICTO
HUGO

BA

HIVER

SA BOUTIQUE FAVORITE EST ICI
IN MA COLLEGE SUR LA RUE...





Cyrillus
Revisitez les classiques



DI
ROBE FERRE DRAP DE LAINE

Un modèle simple, très classique,
incroyablement élégant. Grâce à sa coupe
par le corps et ses boutons, une robe qui
se porte avec une sophistication.
Équilibre parfait, incarné par son petit
nom : Dianna.
Matière et finitions
Drap de laine lustré, simple et doux.
55% laine, 45% polyamide. Tissé en France.
Doublement traité profession.

Cyrillus
Revisitez les classiques





Easy Jet

DIRECTION DE CONCEPT

DISPOSITIF & RÉALISATION

Event Street-marketing

Kit blogueur

Application Facebook

Jeu & Mini-site



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

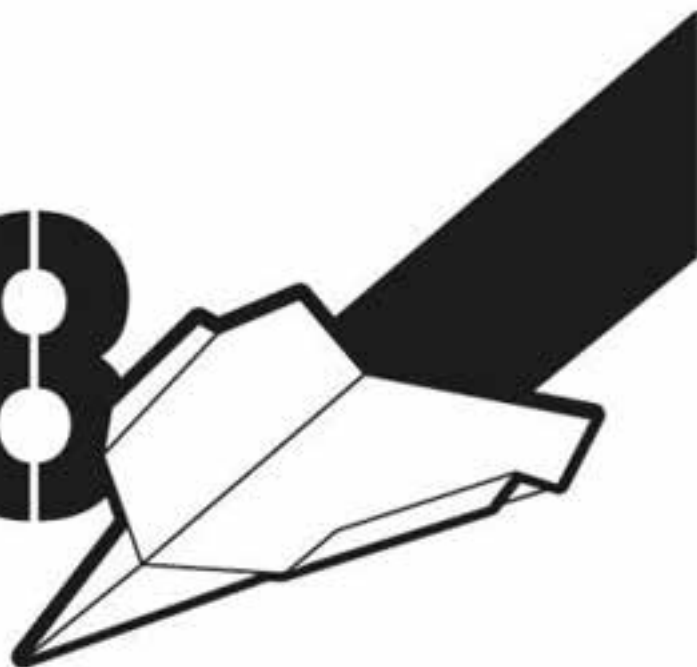


Un entraînement quotidien est nécessaire si vous voulez être sélectionné pour les championnats du monde. Gardez l'œil vif et secin, le poil brillant et lustré (méfiez-vous des rafales et des mirages ; ça peut faire mal). Apprenez - *Vol de nuit* - par cœur, les pieds en l'air, la tête en bas. Entraînez-vous 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

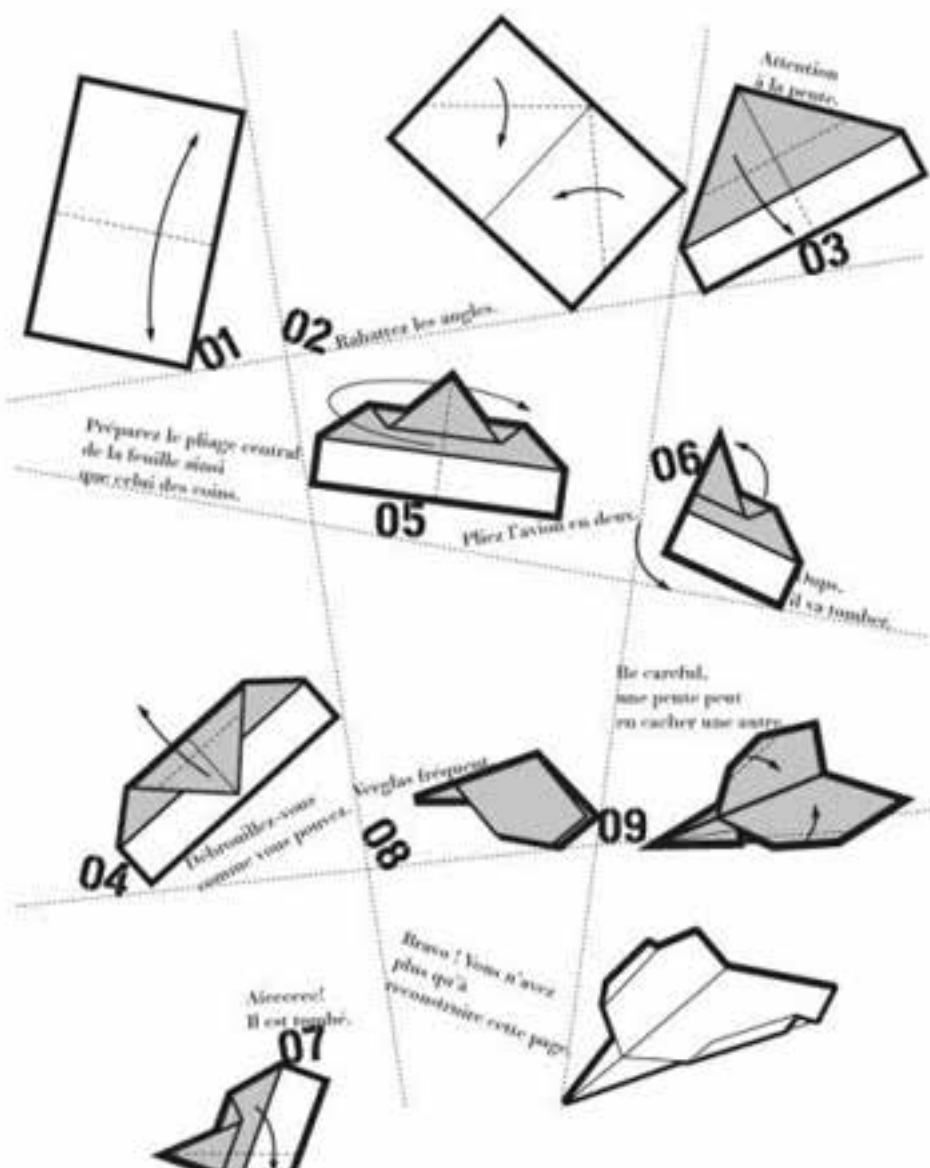
niveau de difficulté : pour les experts en légo et mécano



08

LE BRISE FER

Niveau de difficulté : pour les experts en légo et mécano





05

Société Générale

CONCEPT & DIRECTION DE CRÉATION

DISPOSITIF & RÉALISATION

Mini site

Jeu concours

Bannières



Société Générale

EVOLVE

Un algorithme créatif qui permet à chacun de participer à une oeuvre collective ainsi qu'au concours Crea Carte.

9 346
CRÉATIONS

EXPLOREZ L'ŒUVRE COLLECTIVE POUR
DÉCOUVRIR LES CRÉATIONS DÉJÀ RÉALISÉES

 PARTAGEZ



RÉALISEZ VOTRE CRÉATION >

RECHERCHEZ UN NOM DE PARTICIPANT



Clic gauche, toumez



Clic droit, déplacez



Scroll, zoomez

☰ MENU

CRÉATION

PERSONNALISATION

PARTAGER

📄 PARTAGEZ

2/3

PERSONNALISATION
RETOUCHEZ ET POSITIONNEZ VOTRE CRÉATION



MASQUEZ LA CARTE



RÉINITIALISEZ



Mat. (acier, laiton)



Couleur (bleu, or)



Opacité (50%)

MATIERE

COULEURS

FOND

OPACITE

CONCOURS CRÉA CARTE

Créez la Carte de la Collection des cartes
Banques Société Générale avec Digital et
participez au Concours à créer à la fois.

PARTICIPEZ AU CONCOURS >

UN JOUR

UN JOUR

UN JOUR

UN JOUR

UN JOUR

UN JOUR

à GAGNER: SI VOTRE CRÉATION
EST SÉLECTIONNÉE PAR NOTRE
JURY

Les deux plus beaux objets sélectionnés
la Collection des cartes Société
Générale et les beaux objets
sélectionnés pour New York

Digital et la Carte de la Collection des cartes
Banques Société Générale en 3D et vous
participez à créer votre création en
toute simplicité.

ET POUR RÉCOMPENSER
VOTRE PARTICIPATION

Vous recevrez chaque jour un objet
de 20 € et il y a plus de 1000 objets
à gagner avec toutes les personnes
participantes au concours.

à GAGNER: UN BEAU
OBJET SÉLECTIONNÉ À NEW YORK

CHACUN CRÉATION UN JOUR À UNE
COULEUR DIGITALE COLLECTIVE

EXPLOREZ LA COULEUR COLLECTIVE >

Concours de la Société Générale. Les règles du jeu sont disponibles sur le site de la Société Générale. Les règles du jeu sont disponibles sur le site de la Société Générale.



06

Crédit Coopératif

DIRECTION DE CONCEPT

DISPOSITIF & RÉALISATION

Manifeste de marque

Site Web

Audiomaton

Bannières,

Mailing

Leaflet

Vidéos

Livret

Affiches, etc



Crédit Coopératif

VOS ENGAGEMENTS ONT LA PAROLE !

Parce qu'agir seul, est difficile, parce qu'une voix solitaire est inaudible dans la foule, parce qu'une énergie isolée s'épuise facilement, Crédit Coopératif ouvre la voie et conjugue vos engagements pour en démultiplier les effets.

Solidaire, nous vous accompagnons dans votre gestion au quotidien. Nous vous montrons les effets de votre implication. Nous stimulons les échanges et les interactions pour initier la coopération, faire grandir les idées et diffuser l'information.

Dorénavant, ne parlez plus seul, coopérons, agissons ensemble.
C'est ensemble que nous allons vers une économie plus humaine.
C'est ensemble que nous construisons demain.
C'est ensemble que nous avançons.

Aujourd'hui, vos actions ont la parole.
Votre voix a le pouvoir de montrer la route.
Votre voix a le pouvoir de changer le monde.
Votre voix a le pouvoir de plusieurs.



Crédit Coopératif

PRINCIPE

Il s'agit de laisser parler les consommateurs et leur permettre de raconter ce qu'ils font à leur niveau pour changer le monde, la société, la planète, etc. Pour chaque message enregistré sur le site ou via l'audiomaton, une somme de x€ est reversée à l'association de son choix.

Le Crédit Coopératif devient le porte-voix des actions solidaires, leur donnant ampleur et résonance. Il s'engage aux côtés des associations et agit en leur faveur en fédérant les NRJ et en leur apportant un soutien financier

Enjeux :

Donner corps à la nouvelle promesse digitale « Vivre l'engagement »

Faire vivre l'expression « une banque à capital humain »



VOS ENGAGEMENTS ONT LA PAROLE !

* Cette affiche est conçue pour être personnalisée
Bretagne, Normandie, Rhône-Alpes, Centre-Val de Loire, Île-de-France, PACA, Occitanie

COMMENT NAVIGUER TRANQUILLE SANS ATTRAPER LE MAL DU WEB ?

Pour vous protéger, c'est essentiel d'avoir des outils qui vous aident à naviguer en toute sécurité sur Internet. Voici quelques conseils pour vous protéger des arnaques.

Pour les réseaux, il est essentiel de vérifier que les sites que vous visitez ont une bonne réputation. Et si vous avez des doutes, n'hésitez pas à contacter votre banque ou votre fournisseur d'accès à Internet.

Pour les achats, vérifiez toujours le site de l'acheteur avant de cliquer sur un lien. Et si vous avez des doutes, n'hésitez pas à contacter votre banque ou votre fournisseur d'accès à Internet.



DE QUELLE MANIÈRE OUVRIR LE DIALOGUE SANS FERMER LES GUILLEMETS ?

Les réseaux ont un rôle de premier plan dans votre vie. Mais ils peuvent aussi être une source de stress. Voici quelques conseils pour ouvrir le dialogue sans fermer les guillemets.

Ne vous laissez pas influencer par les autres. Restez à l'écoute de votre propre avis. Et si vous avez des doutes, n'hésitez pas à contacter votre banque ou votre fournisseur d'accès à Internet.



POURQUOI RENDRE LES CHÔSES COMPLIQUÉES QUAND ELLES PEUVENT ÊTRE SIMPLES ?

Il est facile de rendre les choses compliquées. Mais il est plus difficile de les rendre simples. Voici quelques conseils pour rendre les choses plus simples.

* Il est facile de rendre les choses compliquées. Mais il est plus difficile de les rendre simples.

ET POUR S'ENGAGER, TO CLIC OR NOT TO CLIC ?

Il est facile de cliquer sur un bouton. Mais il est plus difficile de cliquer sur un bouton pour s'engager. Voici quelques conseils pour cliquer ou pas cliquer.

ENSEMBLE
VIVONS L'ENGAGEMENT !

* Il est facile de cliquer sur un bouton. Mais il est plus difficile de cliquer sur un bouton pour s'engager.

* Il est facile de cliquer sur un bouton. Mais il est plus difficile de cliquer sur un bouton pour s'engager.

* Cette affiche est conçue pour être personnalisée
Bretagne, Normandie, Rhône-Alpes, Centre-Val de Loire, Île-de-France, PACA, Occitanie

VOS
ENGAGEMENTS

ONT LA
PAROLE

CREDIT
COOPERATIF

X FERMER



ENREGISTRER
VOTRE TÉMOIGNAGE



PIERRE 28 ANS
ENGAGÉ POUR
LA PLANÈTE



00.30



PARTAGER LE TÉMOIGNAGE



CONSTRUISEZ AVEC NOUS NOTRE NOUVEAU SITE INTERNET POUR LES PARTICULIERS

Nous lançons notre nouveau site placé sous le signe de l'engagement : les nôtres, ceux de nos clients, sociétaires et partenaires. Comme personne ne parle mieux de vos engagements que vous-même, le crédit coopératif vous propose d'enregistrer votre témoignage afin de le publier sur ce nouveau site. Vous militez pour entreprendre autrement, oeuvrez pour une société plus juste, participez à la solidarité internationale, ou vous agissez pour la planète ...

PRENEZ QUELQUES SECONDES POUR TÉMOIGNER !



C'EST SIMPLE ET RAPIDE

**1. CHOISISSEZ LA BOUCHE
ET LE FOND DE COULEUR
QUI VOUS PLAISENT**



**2. ENREGISTREZ
VOTRE TÉMOIGNAGE**



**3. RECOMMENCEZ
AUTANT DE FOIS
QUE VOUS VOULEZ**



**4. PRENEZ-VOUS EN PHOTO
SI VOUS EN AVEZ ENVIE**



**5. RETROUVEZ VOTRE
ENREGISTREMENT ET
TOUS LES AUTRES SUR
LE NOUVEAU SITE
À PARTIR DE JUIN 2012**







Casse-Tête *Chinois*

CONCEPT & ECRITURE

DISPOSITIF & RÉALISATION

Mini-site

Expérience Facebook

Jeu concours



Casse-Tête *Chinois*

La page blanche

C'est toujours à partir d'une page blanche que tout (re)commence... A 40 ans, Xavier débute un nouveau chapitre de son histoire. Beaucoup de changements ont bouleversé sa vie. Pour lui, tout reste à écrire.

Il s'agit d'aider Xavier à trier, choisir ce qu'il doit raconter.

En quelques mots : co-écrivons son histoire !

Casse-Tête *chinois*

DESCRIPTION

SITE

La véritable héroïne est la voix off de Xavier
Plus qu'un simple habillage sonore, elle accompagne le site tout du long. Comme dans les films, elle nous guide, nous explique et nous emporte dans un voyage au coeur de la vie de Xavier.

Le site est conçu comme un traitement de texte interactif

- ... via lequel tout s'écrit
- ... avec lequel la voix interagit
- ... qui invite l'internaute à poursuivre une phrase, une idée
- ... grâce auquel tous les contenus se lancent

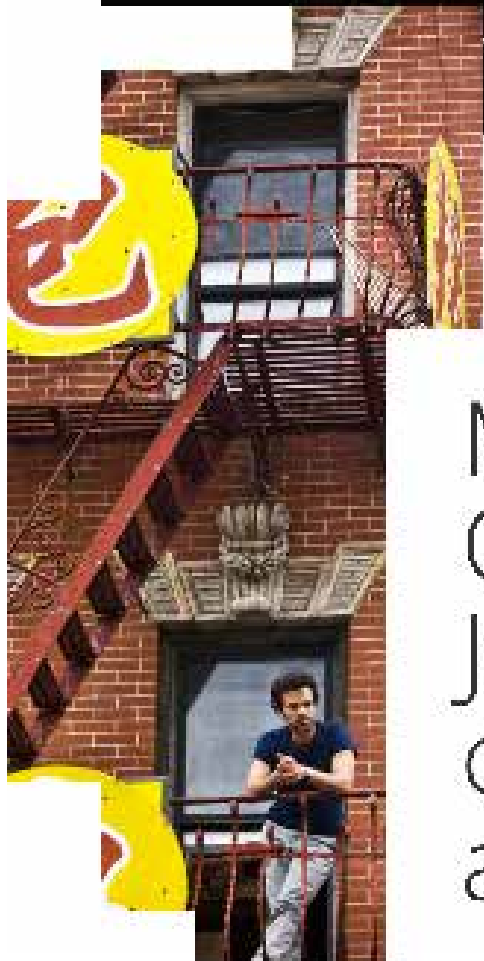
PRINCIPE

Le site est rempli de surprises. Souvent, la voix s'arrête, s'interroge et le curseur est en attente de la suite. C'est à l'internaute de l'écrire et de lancer la séquence suivante en choisissant un mot. Le mot choisi sera peut-être gagnant.

MECANIQUE

Toutes les semaines, des mots clefs et des indices sont donnés sur différents réseaux sociaux (dont twitter de Klapish). Ces mots déclenchent des séquences bonus ainsi que des instant win.

Ma vie...
C'est le bordel !
Je me demande surtout
comment j'ai fait pour en
arriver là...



MENU 

CASSE TÊTE CHINOIS



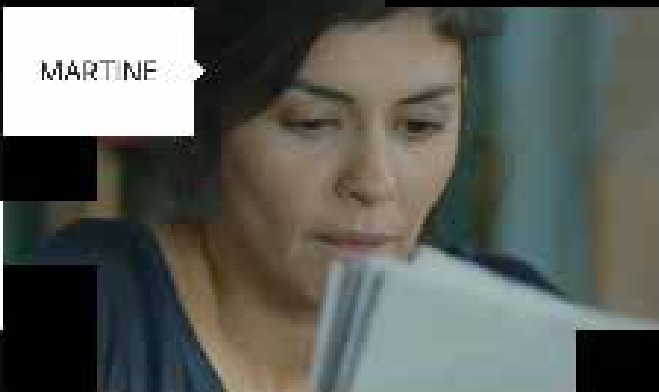
WENDY

XAVIER



ISABELLE

MARTINE



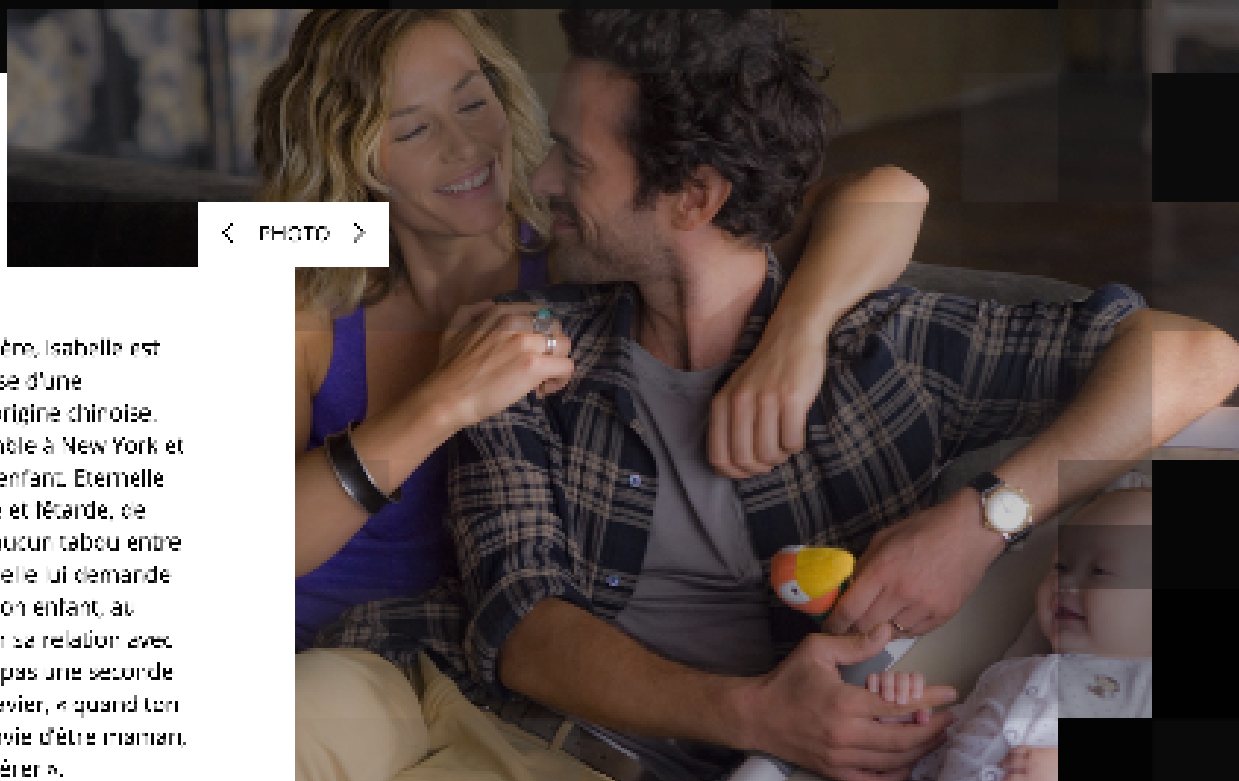
[X RETOUR](#)

ISABELLE

Jouée par Cécile de France

[< PHOTO >](#)

Journaliste financière, Isabelle est tombée amoureuse d'une américaine, Ju, d'origine chinoise. Elles vivent ensemble à New York et rêvent d'avoir un enfant. Eternelle complice, enjouée et légère, ce Xavier, il n'existe aucun tabou entre eux. Alors, quand elle lui demande d'être le père de son enfant, au risque de fragiliser sa relation avec Wendy, il n'hésite pas une seconde et comme le dit Xavier, « quand ton meilleur pote a envie d'être papa, c'est pas facile à gérer ».



08

Guerlain *MakeUp*

DIRECTION DE CONCEPT & STRATÉGIE DE CONTENU

DISPOSITIF & RÉALISATION

Site Web

Grille de programmation

Charte rédactionnelle

Contenus divers (texte, film, interview, etc)

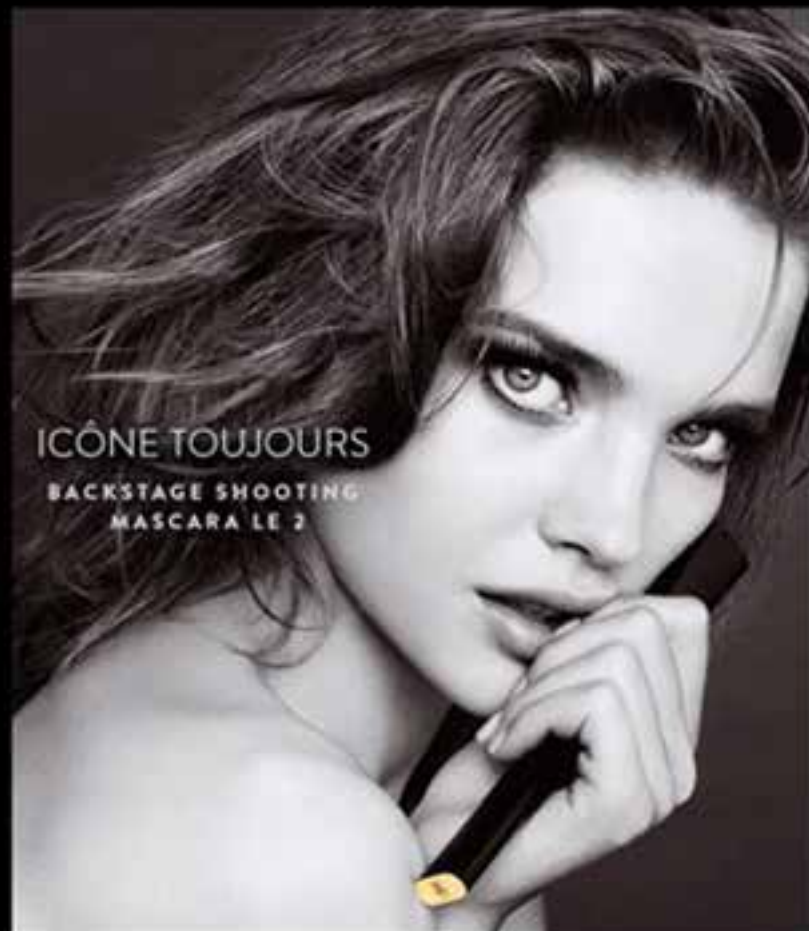


Guerlain *MakeUp*

HEURE PAR HEURE, VIVEZ UN INSTANT DE BEAUTÉ SIGNÉ GUERLAIN

« La beauté est en vous : à nous de vous la révéler et de vous sublimer. »
Toutes les heures, le site présente un nouveau programme beauté.

08H



66, AVENUE DES
CHAMPS-ÉLYSÉES

11 : 06 : 24

00H

01H

02H

03H

04H

05H

06H

07H

08H

09H

10H

11H

12H

13H

14H

15H

16H

17H

18H

19H

20H

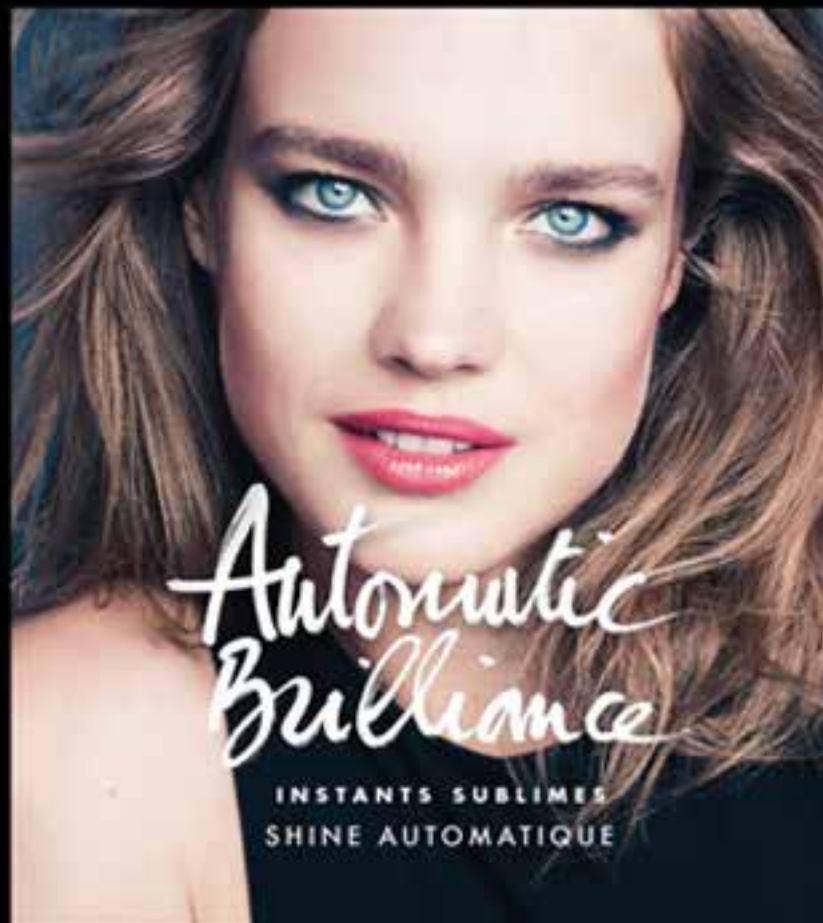
21H

22H

23H

10H

07H



68, AVENUE DES
CHAMPS-ÉLYSÉES

11 : 06 : 24

00H

01H

02H

03H

04H

05H

06H

07H

08H

09H

10H

11H

12H

13H

14H

15H

16H

17H

18H

19H

20H

21H

22H

23H

09H

10H



68, AVENUE DES
CHAMPS-Élysées

11:06:24

00H

01H

02H

03H

04H

05H

06H

07H

08H

09H

10H

11H

12H

13H

14H

15H

16H

17H

18H

19H

20H

21H

22H

23H



12H



YSL *Beauté*

DIRECTION DE CONCEPT & CONSULTING CRÉATIF

DISPOSITIF & RÉALISATION

Film viral

Opérations de communication web

Stratégie Produit



YSL *Beauté*

QUELQUES EXEMPLES

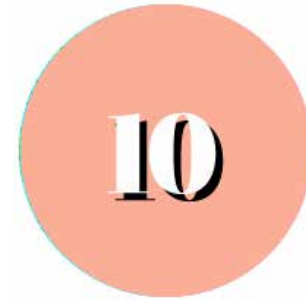
- Vitrine interactive pour l'Homme Libre
- Appli Facebook pour l'Homme Libre (#breakfree)
- Film viral pour le vernis à lèvres
- Stratégie pour le mascara «Baby doll»
- etc











TEDx *ceWomen*

COORGANISATRICE & DIRECTION DE CRÉATION

DISPOSITIF & RÉALISATION

Site Web

Event

Programme

Affiches

Vidéo

Film motion

etc

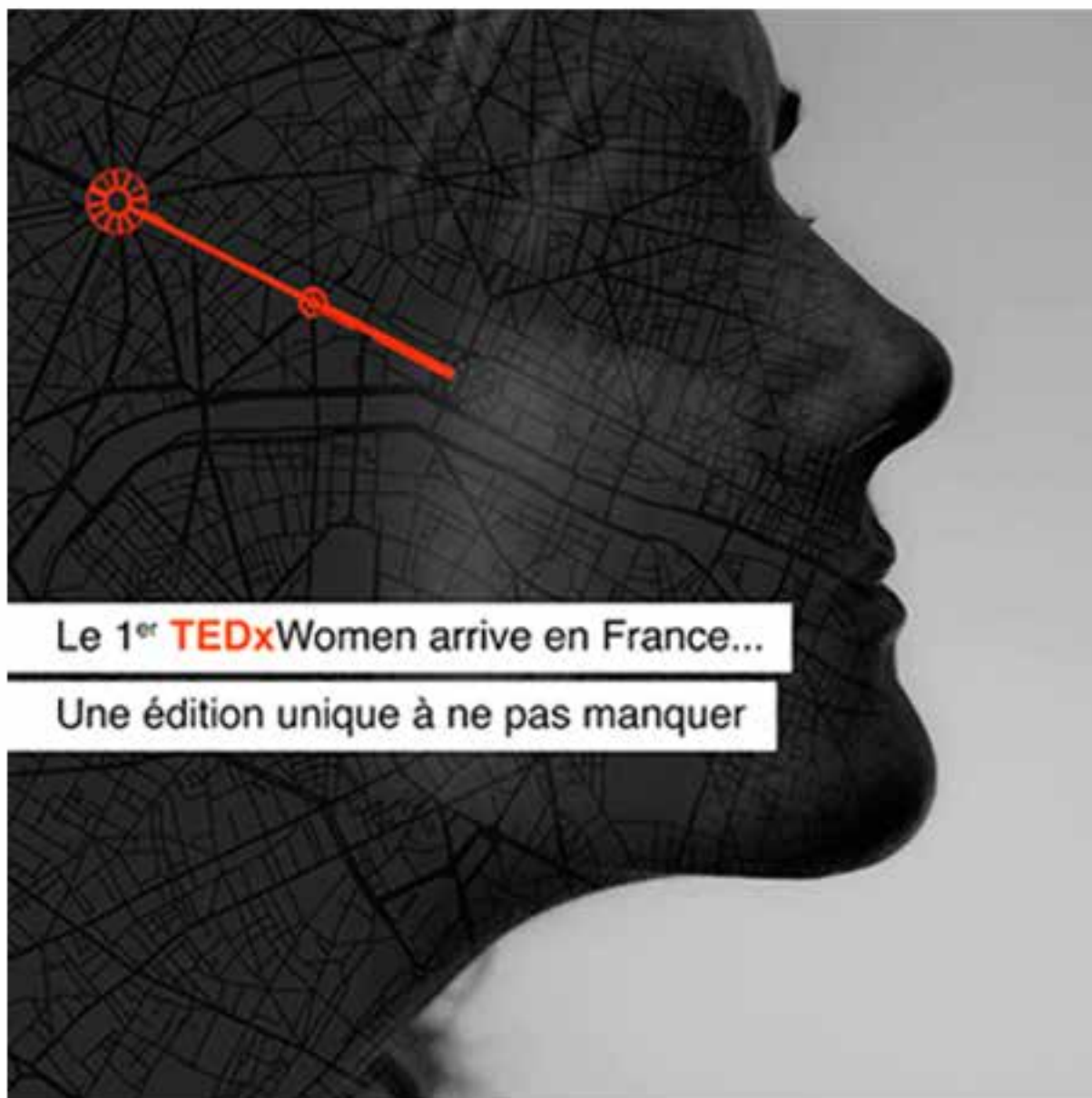


10

TEDx *ceWomen*

INVENTED HERE

« Inventé ici », c'est toutes ces inventions qui ont vu le jour, hier et aujourd'hui, à Paris, et plus largement en France... C'est ce qui s'invente sur le moment, sur le vif. C'est ce petit truc, venu d'on ne sait d'où, qui se crée et initie l'idée. Des idées qui se vivent, se donnent à voir et qui deviendront peut-être objet indispensable, art de vivre personnel, chef-d'oeuvre ou grande innovation.



Le 1^{er} **TEDx**Women arrive en France...

Une édition unique à ne pas manquer

Invented here

Un thème 2013 porteur et inspirant

Merci aux 7 femmes de L'ARTE qui nous ont accompagné
Caroline Trochet, Donna Shalenski, Sarah Sussler, Corinne
Lecoq, Audrey Favre, Marie Bonnet et Audrey Chenu

EN SAVOIR PLUS

TEDxChampsElyseesWomen édition 2013

Avec un thème porteur et inspirant, une équipe passionnée et remplie d'énergie, 7 intervenantes aux idées novatrices, cette 4ème édition TEDxChampsElyseesWomen s'annonce riche en idées et en émotions. Pour ne pas manquer cet événement qui aura lieu le 7 décembre, pensez à réserver vos places.

Behind the Scene TEDxChampsElyseesWomen 2013 - InvenTED Here 12 janvier 2014

Le 7 décembre dernier, TEDxChampsElyseesWomen a souhaité créer un lieu d'inspiration où 7 femmes [...]



Une équipe de choc

Afin de savoir qui se cache derrière l'organisation du 1er TEDxChampsElyseesWomen, n'hésitez pas à faire un tour sur notre page équipe.



« Invented here »

Créations, inventions, innovations, explorez notre vision de ce thème et apprenez-en un peu plus sur ce qui sera partagé lors de cet événement.

Invented Here

**Petit programme illustré pour
s'en sortir avec l'inventivité**

ou l'art et la manière de cultiver son potentiel de créativité*



*Ce livret est inspiré de faits et de personnages bien réels.
Si vous les reconnaissez, c'est bon signe...

À tous ceux et toutes celles qui rêvent l'impossible, qui imaginent l'incroyable,
qui s'inspirent de l'air du temps, qui ont essayé et presque réussi, qui se
dépassent pour décrocher la lune ou les étoiles, qui défient l'espace et le
temps pour vivre en zone libre, et plus particulièrement à ceux qui aimeraient
mais qui n'osent pas...



Nous sommes tous des créatifs !

Chacun porte en lui une pensée inventive, un imaginaire, un potentiel de créativité incroyable. Il n'y a qu'à observer les enfants qui font d'une flaque d'eau un océan et transforment 3 brindilles en héros d'aventures extraordinaires. Tout est possible. Il suffit d'y croire et de passer à l'action.

L'idée est au bout de l'imaginaire, et l'invention au bout de la réalisation.

Leçon n°5

... Connaître les règles pour mieux les transgresser...

Si vous préférez la liponymie, le lipogramme à la liposuccion, si vos vers sont libres, que vos dessins s'affranchissent de la forme et que le moindre bruit devient petite musique de nuit ou de jour, c'est que vous êtes en train de devenir le maître du jeu.

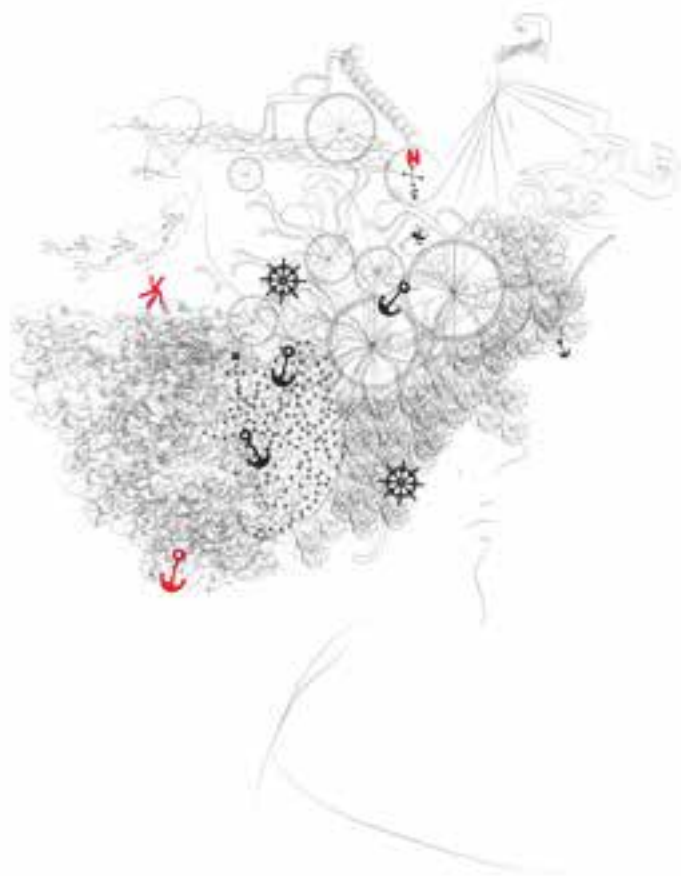
Attention, une lettre ça peut tout changer...

PERDEZ
PENDEZ
PONDEZ
PONCEZ
FONCEZ*

*Si vous voulez briller en société, n'oubliez pas, ceci est un métagramme.

Je ne dis pas qu'il faut finalement renoncer, mais comme on ne peut pas tout avoir, il faut mettre son énergie dans la recherche d'une solution alternative pour atteindre l'essence du rêve. J'ai également appris que "faire simple" est une clef qui ouvre beaucoup de portes.

Déborah



TEDx
ChampsElyseesWomen
an independently organized TED event

Je suis fière d'être une femme. Mais le statut de femme m'apporte rien de particulier. Celui de personne, oui.

Dani



TEDx
ChampsElyseesWomen
an independently organized TED event







Prix

2008 : Grand Prix Stratégies du Luxe pour le site web Galeries Lafayette

2009 : Grand Prix Stratégies du Luxe & Trophée du e-commerce pour le site Agnès B mis en place en 2008

2009 : 21e rang des Directeurs de Création au Hit Wop (CB News)

17e rang des Concepteurs Rédacteurs au Hit Wop (CB News)

2010 : FWA - site Thierry Mugler

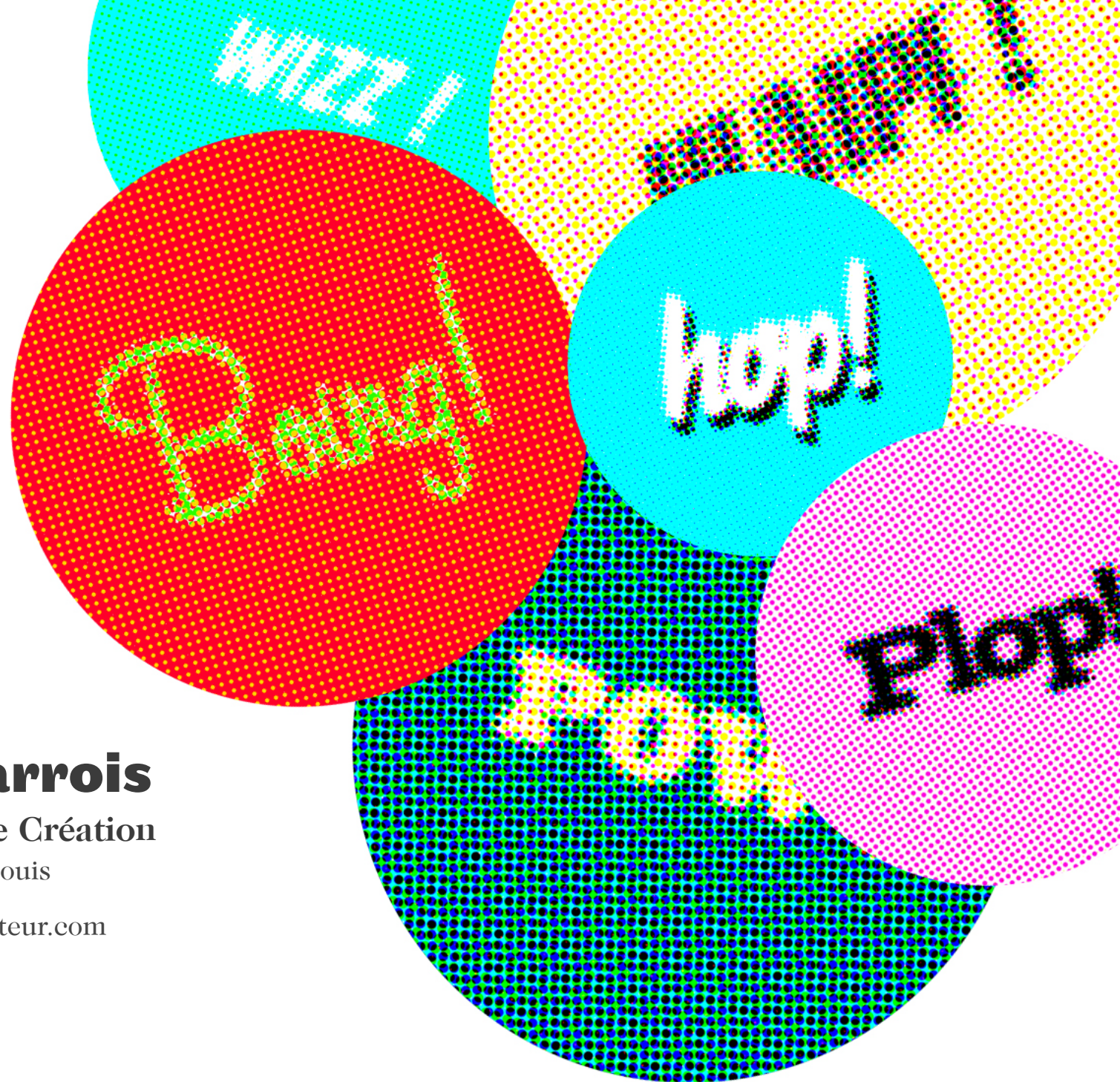
2013 : FWA & Awwward - Casse-Tête Chinois

2014 : W3 2014 Gold, catégorie entertainment / W3 2014 Gold, catégorie Movie and Film / Gold Lovie Award Winner / Silver Lovie Award Winner / Lovie People Choice Award - Casse-Tête Chinois

2015 : FWA & Awwward pour l'expérience Créacarte de la Société Générale

Clients

Accor Thalassa, Alain Afflelou, Agnès B, Auchan Direct, Axa, Biotherm, Blédina, Bompard, Bongrain, By Kilian, Cacharel, Camille Albane, CEA, Chanel, Citroën, Clarins, Club Med, Coca Cola, Comptoir des cotonniers, Cortal Consor, Crédit Coopératif, Crédit Foncier, Cyrillus, Dessange, Dior, Easyjet, EDF, Espace Max, Europe 1, Flying Blue, FNAC, Franck Provost, Gaz de France, G4S, Galeries Lafayette, Garnier, Gecina, Gemey Maybelline, Givenchy, Glenmorangie, Guerlain, Guy Laroche, Helena Rubinstein, Hello Bank, IDTGV, Ikea, ING, Innocent, Jaeger Lecoultré, Kenzo, Kinder, Kyriad, La Grande Epicerie, La Banque Postale, La Pinacothèque, La Roche Posay, Le Figaro, Le Monde, Léon de Bruxelles, L'Oréal, Louvres Hôtel, LVMH, Martini, Mc Donald's, Mizuno, Moët, Mondial Assistance, Monoprix, Mon Panier d'Asie, Nespresso, Nextidea, Offices de Tourisme de France, Orange, Paco Rabanne, Passionata, Pernod Ricard, Pomellato, Remington, Renault, Ruinart, Second Sexe, S'Miles, Sofitel, Sony, Start People, Studio Canal, Thierry Mugler, Totalgaz, Transilien, Twenga, Universal, Valéo, Vichy, Vivelle DOP, Volvic, Volvo, Vuitton, We are the shops, Yves rocher, YSL Beauté, Yves Saint Laurent, etc



Stéphanie Barrois

Concept et Direction de Création

15 passage du Buisson Saint Louis

75010 Paris

sbarrois@concepteur-et-redacteur.com

www.stephaniebarrois.fr

06 64 89 71 86