

Portfolio
Studio graphique

STUDIO CC

Un studio, deux *directeurs artistiques*.

STUDIO CC

Notre studio est spécialisé dans la direction artistique.
La combinaison de nos expertises nous permet de conseiller des dirigeant.e.s, de petites et grandes organisations, des mondes du corporate, du luxe et de la culture. Ensemble, nous concevons des projets de design graphique et de design produit qui incarnent l'identité et les engagements de nos clients. Nous les accompagnons, de l'idée jusqu'à la réalisation, grâce à notre équipe interne et notre réseau de créateurs — Label Famille.



Camille Zonca
directrice artistique design produit
camillezonca@studiocc-paris.com



Cyril Quenet
directeur artistique design graphique
cyrilquenet@studiocc-paris.com

STUDIO CC



Bureau
5 rue de Charonne 75011

Offre

I DESIGN GRAPHIQUE

Logotype
Charte graphique
Affiche
Invitation
Carte de voeux
Carte postale
Édition
Rapport annuel
Catalogue
Iconographie
Pictogramme
Animation
Site internet

*

II DIRECTION ARTISTIQUE

Note créative et stratégique
Écriture de concepts
Écriture de brief
Atelier de co-conception
Suivi de créateurs
Suivi de fabricants

*

Sommaire

I - *Identité visuelle*

II - *Visuel de communication*

III - *Édition*

IV - *Concours*

V - *Direction Artistique*

Chapitre I
Identité visuelle

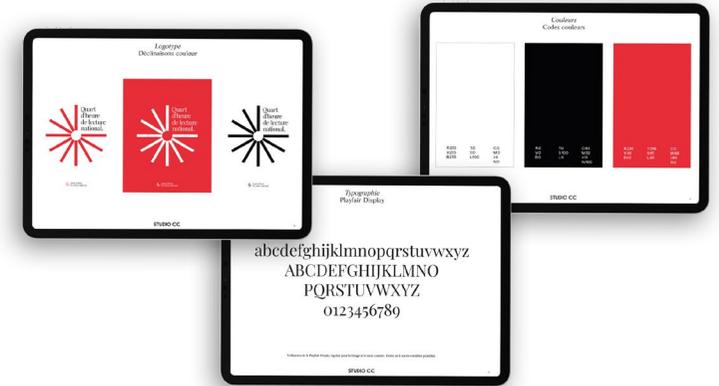
Quart d'heure de lecture national, *identité visuelle*



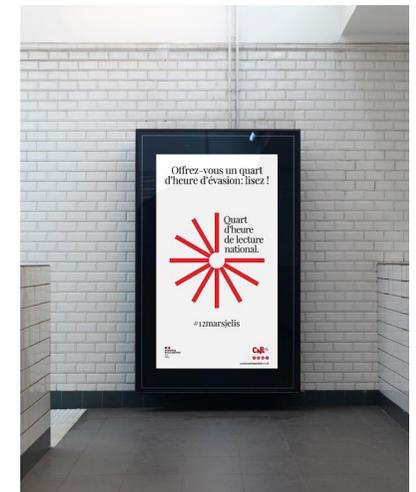
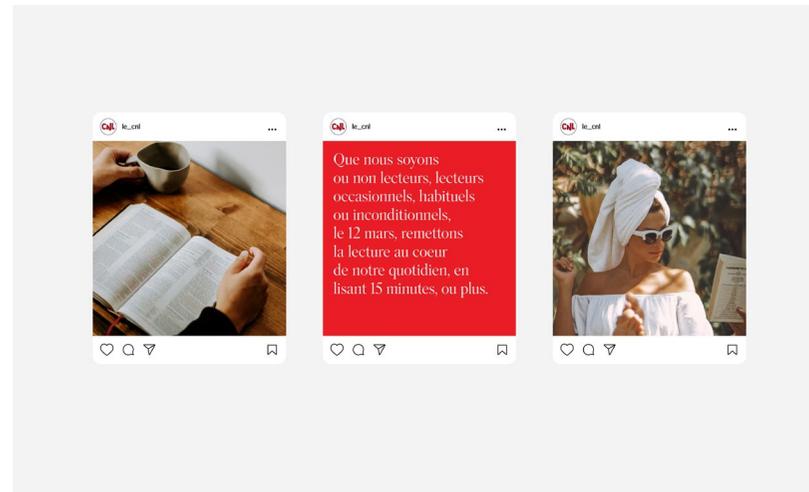
«Nous sommes enchantés de l'identité visuelle créée pour cette manifestation qui a besoin d'une direction artistique forte»

Jennifer Thiault, *déleguée à la communication et aux événements littéraires*

Quart d'heure de lecture national, *identité visuelle*



Initié en 2022 dans le cadre de la lecture grande cause nationale, le Quart d'heure de la lecture nationale est un rendez-vous symbolique de lecture, comme la journée internationale des droits des femmes. À l'initiative du Centre national du livre, cette manifestation annuelle a pour objectif de sensibiliser l'ensemble des citoyens à l'importance de la lecture et d'encourager toutes les organisations, publiques et privées, à mettre en place, en leur sein, des projets réguliers autour du livre et de la lecture. Largement médiatisée dès sa création en 2022, l'initiative prend de l'importance et se pérennise grâce à une identité visuelle originale. Afin de toucher un large public, familier comme éloigné de la lecture, nous décidons pour cette identité d'adopter un langage visuel universel en détournant le cadran de l'horloge. Composée de généreux rectangles rouges, couleur de l'institution CNL, les minutes de cette horloge forment un ensemble solaire et un mouvement circulaire. Le premier quart d'heure, quant à lui, laisse place précisément à la lecture en inscrivant le nom de la manifestation. À un langage formel brut nous associons une typographie à empâtements pour connoter l'univers du livre papier et de la littérature. L'identité étant majoritairement digitale, l'animation circulaire du logotype comme une horloge en dévoile notre intention.



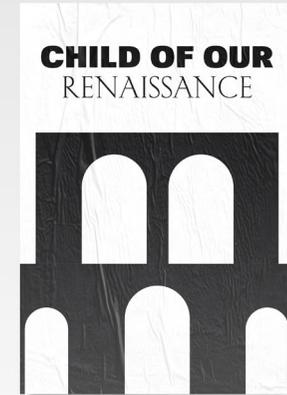
The Farm, *identité visuelle*



Une identité visuelle *100% digitale* qui se raconte en *volume* et en *mouvement*

STUDIO CC

The Farm, *identité visuelle*



The Farm est une agence de communication digitale dédiée au monde de la Culture. Durant l'année 2020, annonciatrice de changement, nous avons travaillé à symboliser et raconter la « Renaissance » de The Farm. En référence à la Renaissance Florentine et ses valeurs humanistes, nous avons construit un projet digital pour une diffusion de la Culture plus grande et plus accessible. Notre regard stratégique et notre sensibilité nous ont permis d'expérimenter pour The Farm, la singularité d'une identité visuelle 100% digitale: le mouvement et le volume. Ce projet essentiellement immatériel évoque notre culture commune et propose un futur humaniste où le digital devient un moyen de créer du lien et du sens.



Maison de la Culture du Japon à Paris, *identité visuelle*



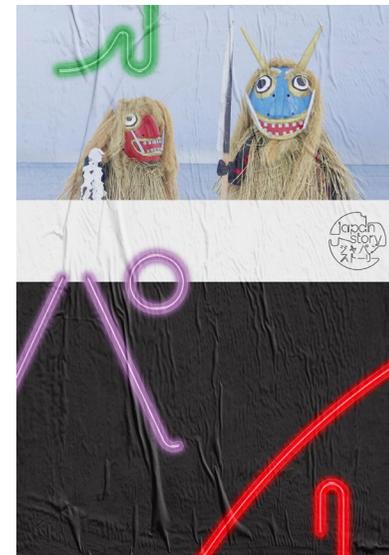
Japan Story, un *média* de diffusion de la *culture nipponne* en France

STUDIO CC

Maison de la Culture du Japon à Paris, *identité visuelle*



Après l'engouement suscité par « Japonismes 2018 » auprès du public français, nous avons conçu et réalisé l'identité visuelle de Japan Story, un média de diffusion de la culture nippone en France commandité par la Maison de la culture du Japon à Paris, 2019. Afin de révéler la contemporanéité de la culture japonaise, l'identité générale puise son inspiration dans l'esthétique fluorescente du néon, symbole des nuits tokyoïtes. Chaque lettre du logotype a été spécialement dessinée sur-mesure en reprenant les contraintes de fabrication d'un néon, par un tracé fluide et simplifié. Ainsi, le logotype est perçu comme un objet dont les changements d'échelles permettent de révéler des effets de matières venant enrichir les codes visuels de Japan Story. Le logotype possède une version statique et une version lumineuse, qui incarne le rayonnement de la culture nippone vers le public français. Associé aux caractères latins de la typographie Playfair Display (de Claus Eggers Sorensen), le nouveau média Japan Story devient un symbole culturel franco-japonais, aussi bien dans son contenu que dans sa forme bilingue.

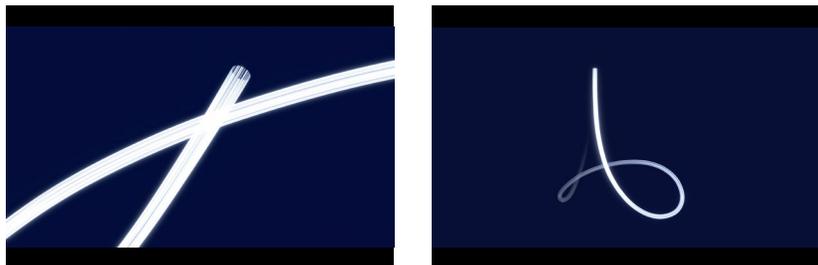


Paris-Île de France Capitale Économique, *identité visuelle*



Une tour Eiffel dynamique comme *signature*

Paris-Île de France Capitale Économique, *identité visuelle*



Appelés en 2023 à proposer une nouvelle identité, nous avons accompagné la réorientation stratégique de l'association impulsée par sa nouvelle directrice Chloë Voisin-Bormuth. Un logo, une charte graphique associée et une vidéo de présentation de la nouvelle stratégie positionnent Paris-Île de France Capitale Économique (PCE) comme un acteur majeur des transformations des villes globales, visant à « Faire du Grand Paris le pionnier et le leader des transitions ».

Le point de départ de notre création est d'actualiser le logo de PCE : une tour Eiffel dynamique, tracée à la main comme une signature et les liens qui se nouent entre les territoires. Tendanciellement à l'abstraction, le dessin de la tour Eiffel vise à inclure l'ensemble du territoire francilien et du projet du Grand Paris. Il s'anime sous l'impulsion d'un faisceau lumineux, véhiculant un imaginaire d'énergies nouvelles, d'interconnexions et d'innovations. Enfin, le signe graphique est associé à une typographie contemporaine à la fois équilibrée et dynamique, propre à connoter la stabilité autant que les transitions. Elle se déploie du logo à l'ensemble des déclinaisons en apportant du mouvement et des éléments de rondeur : réseaux sociaux, publications, papeterie, site internet, etc.



Chapitre II
Visuel de communication

Centre national du livre, *studio graphique en accord-cadre*



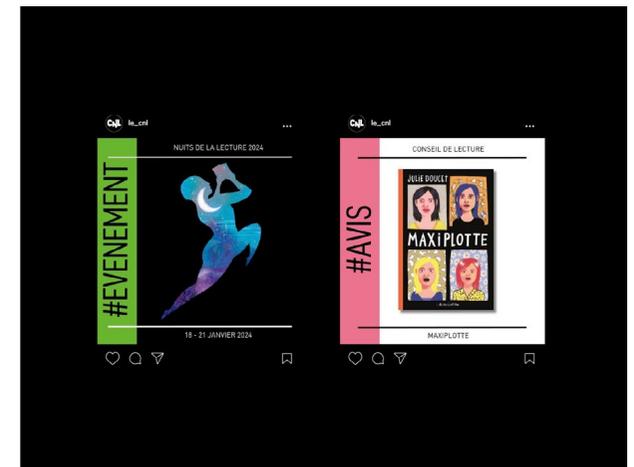
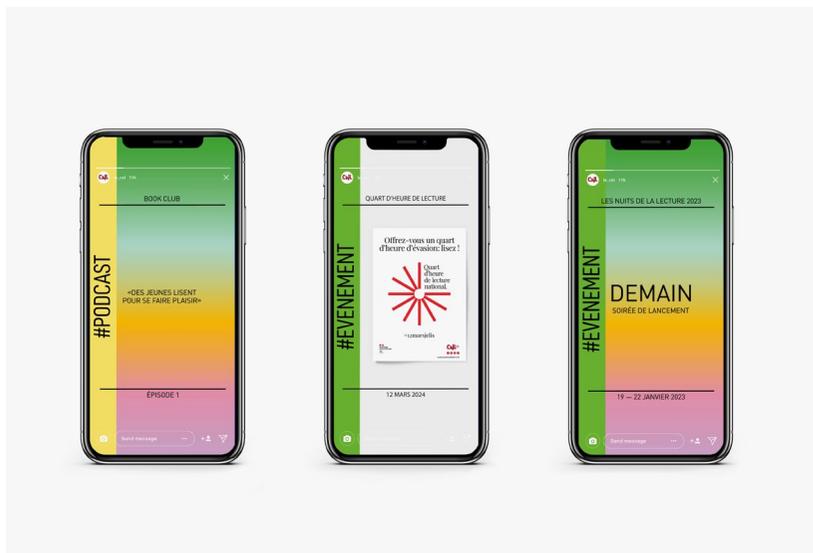
Design graphique *généreux* et *original* pour partager l'imaginaire du CNL

STUDIO CC

Centre national du livre, *studio graphique en accord-cadre*



Le Centre national du livre (CNL) est une institution unique, établissement public du ministère de la Culture, dont l'objectif est de diffuser et de développer la lecture au plus grand nombre. Sensible à l'objet « livre », la typographie et toutes les formes dérivées que peut prendre le texte, notamment avec les nouveaux usages qu'apporte le numérique, notre studio accompagne l'institution pour depuis 2023. Notre enjeu principal est d'optimiser les codes graphiques existants du CNL pour les rendre actuels, identitaires et accessibles au jeune public. C'est au travers d'une communication généreuse et originale que le CNL peut partager ses engagements, sa vision et son rôle sur le territoire. Afin d'accroître son rayonnement au plus grand nombre nos créations sont rigoureuses, originales et adaptées aux objectifs stratégiques de l'institution.



Partir en Livre, *visuels de communication*

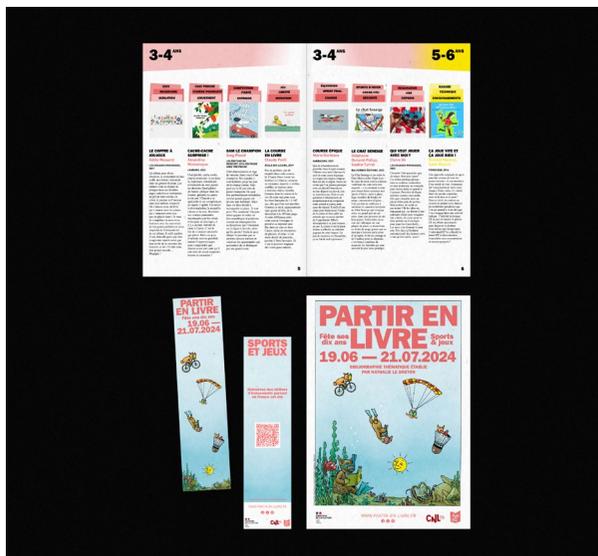


Une création typographique pour une identité *radicale* et *simple*

Partir en Livre, *visuels de communication*



Le grand festival national du livre pour la jeunesse, promu par le Centre national du livre, fait appel à l'incontournable Claude Ponti pour illustrer l'affiche. Pour cette exceptionnelle édition anniversaire dans 10 ans de manifestation et à l'occasion des Jeux Olympiques, le thème à l'honneur est « sports et jeux ». C'est pourquoi notre création graphique, d'un parti pris typographique, adopte autant des codes sportifs que jeunesse ; le bloc titre en Franklin Gothic, disposé en un bandeau compact, évoque les bandeaux des manifestations sportives et des festivals alors que la couleur pastel, extraite de l'illustration, nous ramène à l'univers jeunesse. Pour la carte des événements labellisés et le parcours du Livrodrome, Camille Potte fait de la France un terrain de jeux estival et festif dans la continuité de cette identité.



STUDIO CC

Dîner des primo-romanciers, *carton d'invitation*



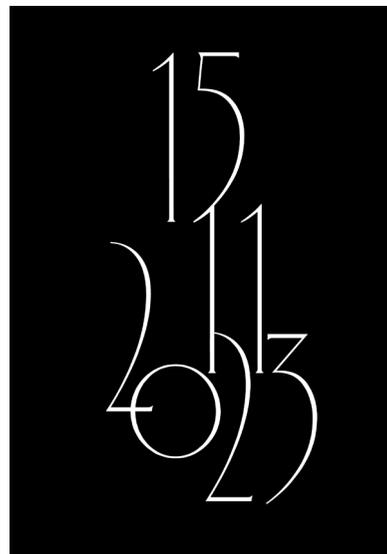
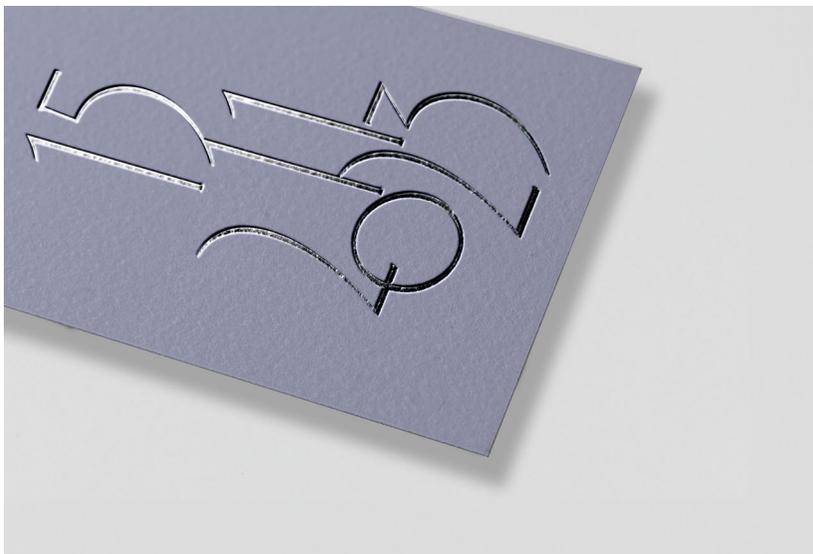
Identité visuelle et couverture originale, carton d'invitation, menu, kakémono

STUDIO CC

Dîner des primo-romanciers, *carton d'invitation*

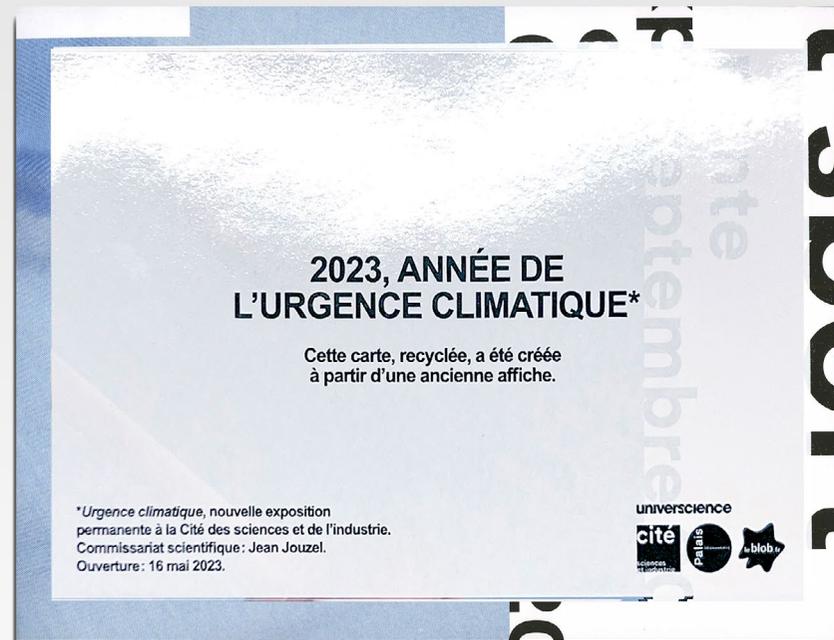


Le Centre national du livre organise le mercredi 15 novembre 2023 le deuxième dîner des primo-romanciers, avec la complicité de la Librairie 7L. Sur le modèle des Césars, la cérémonie récompense les jeunes romanciers pour leur premier ouvrage. Événement prestigieux, il convie les personnalités du monde littéraire à un cocktail et dîner étoilé. Le carton d'invitation étant le premier contact avec l'événement et véhiculant le prestige, nous décidons de créer une identité légère et élégante. D'une typographie élancée, les chiffres qui composent la date font image. Ce dessin de caractère, créé par les typographes Violaine et Jérémy, présente de légers détails aux allures art déco, de belles courbes et fait preuve autant d'audace que de légèreté. Associé au marquage argenté, notre composition typographique s'emploie à faire de la simplicité des informations l'exclusivité et la préciosité de l'événement.



STUDIO CC

Universcience, *carte de vœux*



Concept radical de carte de vœux *upcyclée*, identitaire et *sobre*, en réponse à l'*urgence climatique*

Universcience, *carte de vœux*



L'urgence climatique, la nouvelle exposition permanente de la Cité des Sciences et de l'Industrie pour l'année 2023, nous a inspiré le concept de la carte de vœux 2023. Radicale dans sa fabrication, elle est dix fois moins polluante que les années précédentes. Car notre idée est de l'imprimer sur d'anciennes affiches de la Cité des Sciences et de l'Industrie ou du Palais de la Découverte, pour économiser la fabrication de plusieurs kilos de papier donc économiser de l'eau et du CO₂ ! La carte de vœux 2023 est unique et percutante visuellement. Elle est composée sobrement, utilisant la typographie de bureau « Arial », faisant écho aux codes institutionnels d'Universcience. Le message qu'elle contient : 2023, année de l'Urgence climatique est impactant. Imprimée sur un fragment d'affiche chaque carte de vœux est unique. Elle est déclinée en numérique. Les différents supports digitaux répondent à la même contrainte que les cartes de vœux imprimées, c'est-à-dire, avoir le moins d'impact environnemental. C'est pourquoi chaque support est réduit à un poids minimum et invite le lecteur à des pratiques responsables dans le domaine du digital.



STUDIO CC

Adidas Originals, *visuels de communication*



Conception de l'ensemble des *supports graphiques*, imprimés et digitaux de cet évènement

STUDIO CC

Adidas Originals, *visuels de communication*

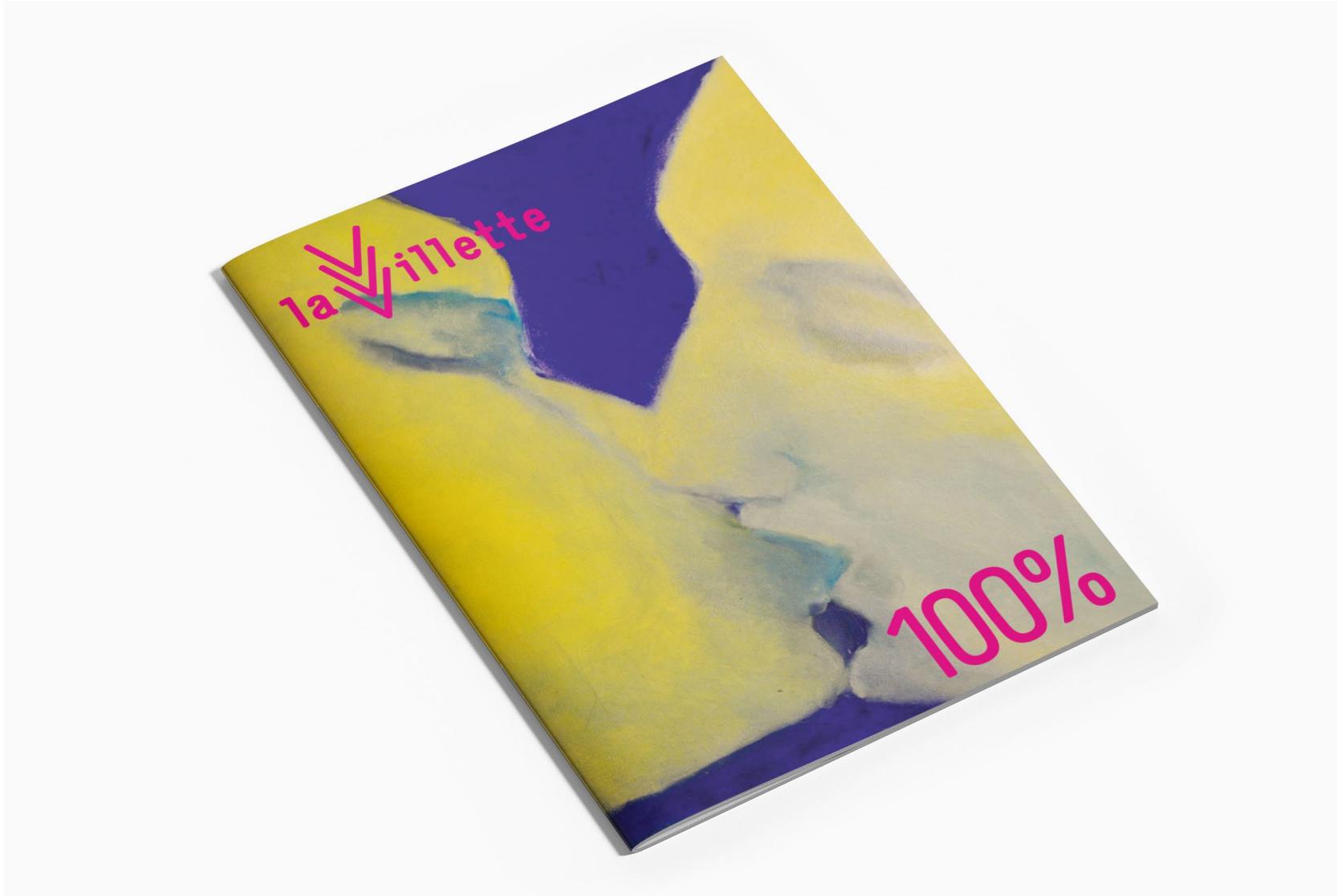


Adidas Originals a organisé un grand événement pour le lancement de sa nouvelle chaussure NMD_V3. L'occasion de renforcer son identité sur la scène mode parisienne. Ce sont tenus plusieurs ateliers sur le thème de l'upcycling avec création de nouveaux vêtements à partir d'anciens articles de la marques. Puis la numérisation 3D de ces créations à permis à des avatars 3D de les porter virtuellement. Ces avatars étaient projetés en live sur les murs lors d'une soirée exclusive avec des concerts de rappeurs émergents français. Pour l'occasion, nous avons la direction artistique des éléments de communication de cet évènement ainsi que la réalisation de l'ensemble des supports graphiques. Notamment l'affiche et sa version animée pour le digitale, les habillages intérieurs, les déclinaisons instagram, twitter, facebook, les vidéos placées dans les écrans du lieu et une animation live (VJing) jouée durant le concert. Notre direction artistique était simple, mélanger l'ADN de la marque (son logo, sa couleur, sa typographie) avec des photos du lieu parisien (35/37) et des éléments 3D. En s'adaptant aux différentes contraintes et aux différents formats offerts par le print et le digital nous avons décliné notre direction artistique sur une multitude de supports.



Chapitre III
Édition

La Villette, *catalogue d'exposition*



Nous avons travaillé sur la *conception* et le *suivi de fabrication* des trois catalogues

STUDIO CC

La Villette, catalogue d'exposition



Poursuivez la découverte des meilleurs talents de la jeune création artistique française et internationale grâce au catalogue de 100% l'Expo. Invité par la Villette pour donner forme à cette publication nous avons travaillé sur la conception et le suivi de fabrication des trois catalogues de cet événement, de 2020 à 2021. C'est un honneur de figer dans le temps, grâce à un ouvrage physique, le travail de la jeune création issues d'écoles régionales et parisiennes : Beaux-Arts de Paris, l'École des Arts Décoratifs de Paris, Le Fresnoy - Studio national des arts contemporains, l'École nationale supérieure de la Photographie, l'École nationale supérieure de Création Industrielle - les Ateliers, Gobelins, La Fémis, l'École nationale supérieure d'architecture Paris-Malaquais.



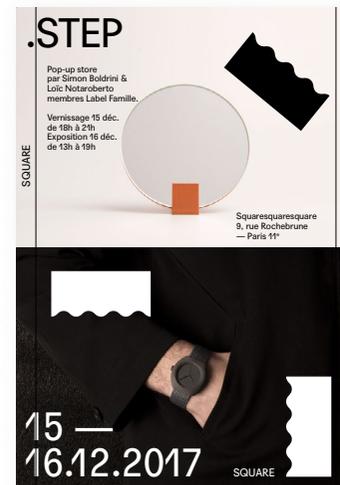
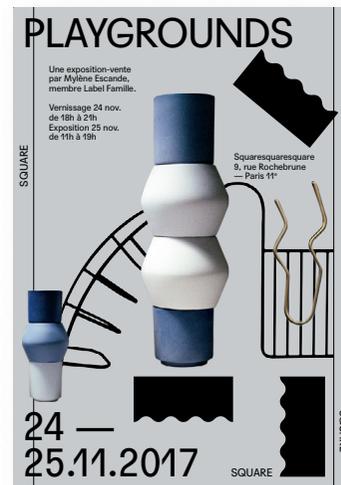
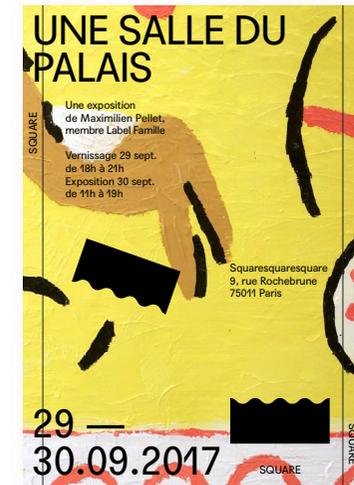
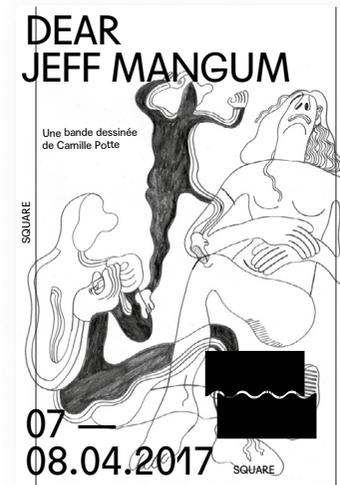
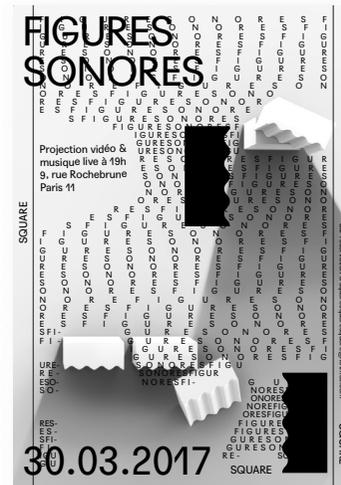
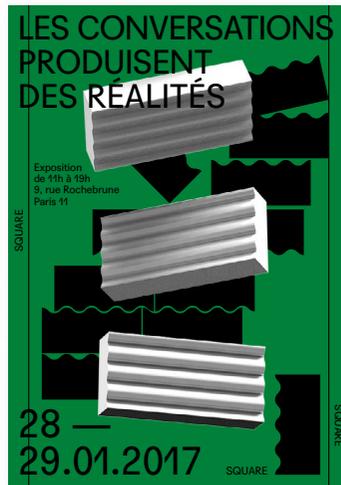
Émergence, *catalogue d'exposition*



Poursuivez la découverte des meilleurs talents de la jeune création artistique française et internationale grâce au catalogue de 100% l'Expo. Invité par la Villette pour donner forme à cette publication nous avons travaillé sur la conception et le suivi de fabrication des trois catalogues de cet événement, de 2020 à 2021. C'est un honneur de figer dans le temps, grâce à un ouvrage physique, le travail de la jeune création issues d'écoles régionales et parisiennes : Beaux-Arts de Paris, l'École des Arts Décoratifs de Paris, Le Fresnoy - Studio national des arts contemporains, l'École nationale supérieure de la Photographie, l'École nationale supérieure de Création Industrielle - les Ateliers, Gobelins, La Fémis, l'École nationale supérieure d'architecture Paris-Malaquais.



Squaresquaresquare, éditions

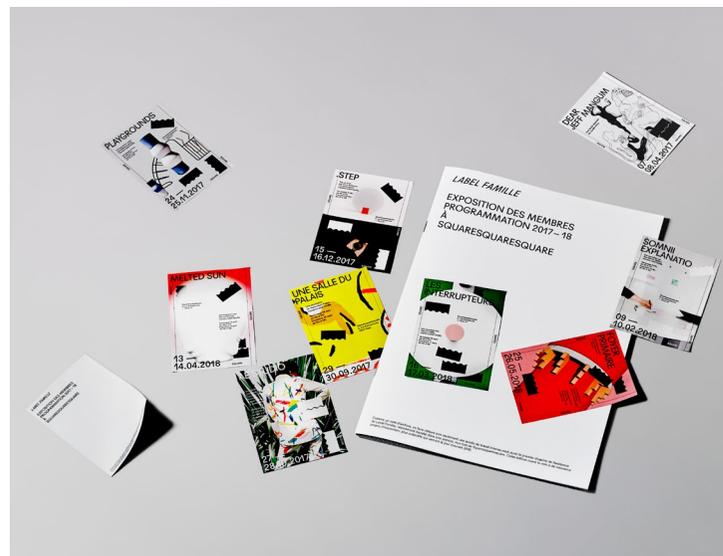


Ce nouveau format d'expositions se veut réactif à la *jeune création contemporaine*

Squaresquaresquare, éditions



Nous avons développé notre activité de galerie en organisant une exposition par mois jusqu'en avril 2018. C'est au total, neuf créateurs –scénographes, designers ou artistes– qui s'approprient Squaresquaresquare le temps d'un week-end. Ce nouveau format d'expositions se veut réactif à la jeune création contemporaine tout en réalisant un travail de fond : sensibiliser notre réseau à l'art et au design. Documentées par des photographies, les neuf expositions individuelles ont chacune à leur façon, participé à créer des dialogues riches sur les pratiques de l'art et du design aujourd'hui, le statut des créateurs en France, les relations entre les clients et les indépendants. Comme un acte d'archive, ce livre clôturé une programmation intense et ouvre la voie à de nouveaux projets d'exposition, plus collectifs qui verront le jour courant 2019-20.



STUDIO CC

Label Famille, *livre*



Un objet éditorial conçu grâce au soutien de tous les créateurs de Label Famille

STUDIO CC

Label Famille, *livre*



Le livre « New Gen. » of creators a été conçu pour nous présenter et nous connaître. Il se trouve à la croisée d'un yearbook, simple trombinoscope des créateurs de notre réseau, et une série de photographies artistiques. Il a été construit grâce au soutien de tous les créateurs de Label Famille et de contributeurs pour nos textes d'introduction et nos biographies. La photographie est associée à la typographie dans un bel ouvrage au format particulier. Composé d'une couverture entoilée et marquée à chaud, nous désirons marquer le moment présent. Le livre est aussi le témoin que tout projet, commandité ou auto-commandité, reste une œuvre collective. Il démontre que l'art et le design sont une valeur ajoutée décisive. Au-delà de sa forme, le livre est pensé pour partager les parcours solaires, artistiques et professionnels, associés à des créateurs aux pratiques différentes. Notre désir et de sensibiliser à notre univers de manière émotionnel et pragmatique.



Chapitre IV
Concours

Fondation Carmignac, *identité visuelle*



Nous avons imaginé une sphère à *deux cercles*, métaphore de la rencontre entre *l'homme* et *l'art*

Grand Palais Immersif, *identité visuelle*

Projet non retenu - Arrivé 2^e en compétition

GRAND
PALAIS
IMMERSIF

Notre création illustre le passage, la *transition*, vers ce *monde immersif*

Grand Palais Immersif, *identité visuelle*

Projet non retenu - Arrivé 2^e en compétition



Le Grand Palais Immersif est un espace de transition entre le monde réel et émotionnel. Il est une sorte de plateforme, de porte vers l'imaginaire et les sentiments. Immerger, c'est plonger quelque chose entièrement dans un liquide, l'institution nous immerge entièrement dans les œuvres, les collections. Notre création illustre le passage, la transition, vers ce monde immersif. En reprenant certains codes du digital — comme le mouvement lumineux, l'effet tridimensionnel, les matières transparentes — des couleurs franches, l'oeuvre est alors re contextualisée dans son époque.



STUDIO CC

Chapitre V
Direction Artistique

Pequignet, *direction artistique*



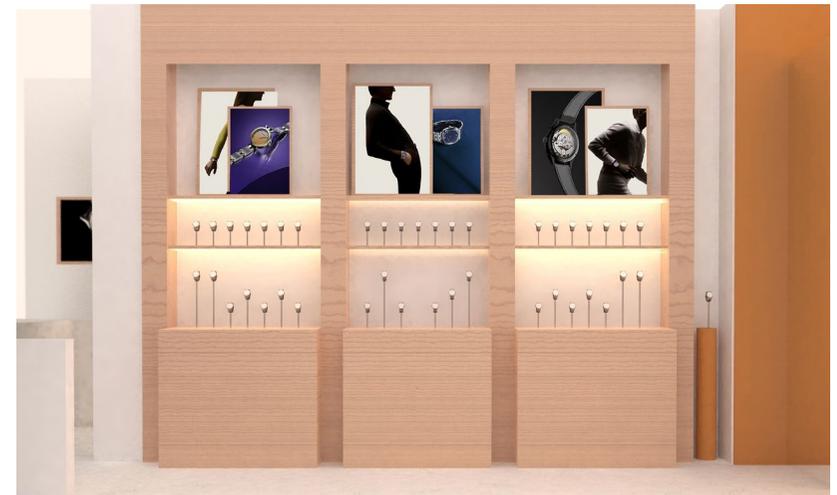
Pequignet, c'est l'alliance indissociable de l'*esthétique* et de la *technique*

STUDIO CC

Pequignet, *direction artistique*

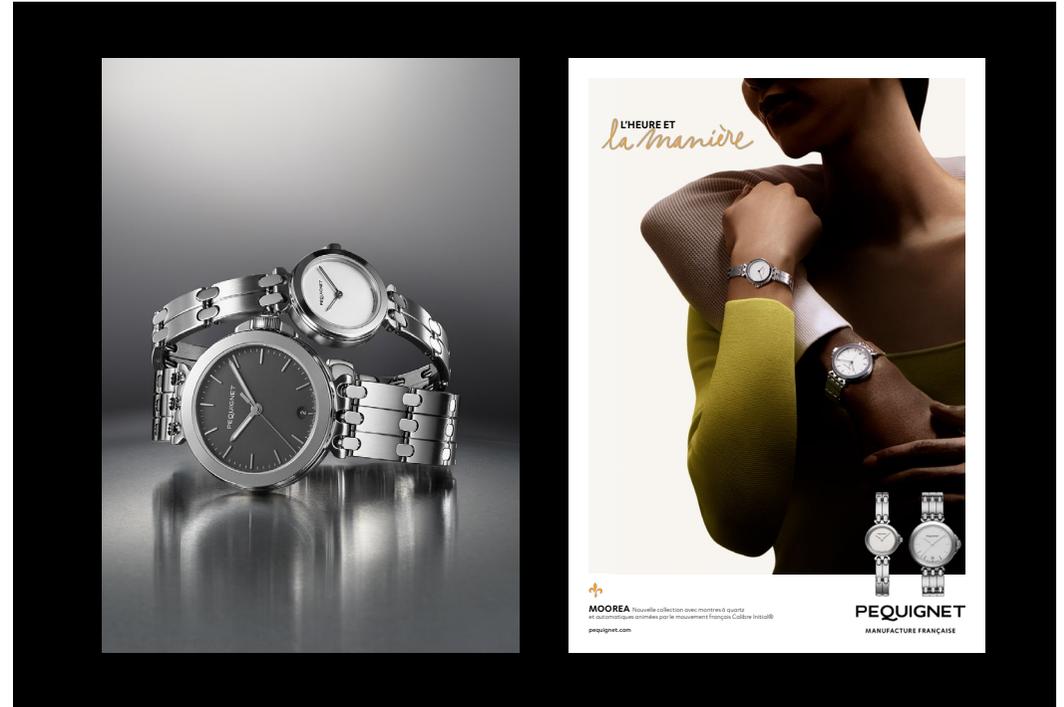


En 2021, le fond éthique et familial Enowe reprend la marque de montre française Pequignet afin de la remettre sur le devant de la scène. «Pequignet, c'est l'alliance indissociable de l'esthétique et de la technique. Toujours l'un avec l'autre, mais jamais l'un sans l'autre. Une histoire d'assemblage et d'équilibre. Une manière de donner vie à un savoir-faire, avec style.» Séduit par la complémentarité de nos profils, la marque nous confie la direction artistique de ses collections et de son image. Depuis 2022, nous travaillons ensemble à harmoniser, révéler et inventer l'imaginaire de Pequignet: que ce soit dans un cadran de montre, une vidéo 3D, une campagne publicitaire, un shooting photo, un dossier de presse ou une boutique.

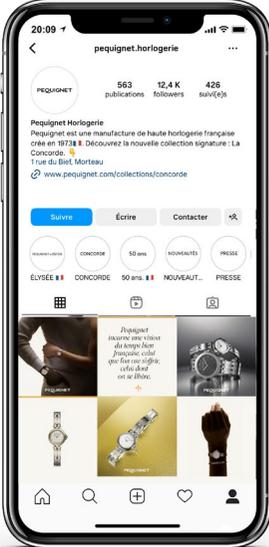


STUDIO CC

Pequignet, *direction artistique*



Pequignet, *direction artistique*



Biographie

Cyril Quenet et Camille Zonca se rencontrent à l'École des Arts Décoratifs de Paris (EnsAD), dont ils sont tous deux diplômés, respectivement en design graphique et design produit. Cyril débute en tant que designer graphique à l'agence Pentagram NYC, qu'il rejoint après un cursus à la School of Visual Arts de New York, où il fait l'expérience d'une création ouverte, polyvalente et pouvant s'appliquer à tout type de projet. Spécialisée en design produit à l'EnsAD, Camille développe de son côté une double culture du design en se formant également au design de service. Elle apprend ce métier au sein du studio de design intégré à la direction de l'innovation du groupe La Poste, avant de rejoindre par la suite la designer Pauline Deltour, qu'elle assiste dans la conception de produits industriels, objets électroniques, accessoires, bijoux et vêtements.

Tous deux mués par l'envie de décroisonner la création, tout en s'enrichissant de la pratique artistique de l'autre, Camille et Cyril décident d'associer leurs regards et leurs savoirs-faire. Ils fondent Label Famille en 2017 : label de création à l'ambition unique, entre studio de design, réseau de créateurs et mouvement artistique. Portés par une conception du design intimement liée à l'art, ils déploient la galerie Squaresquare dans le XI^e arrondissement de Paris, l'année suivante. En 2020, ils rédigent à quatre mains l'ouvrage manifeste Artistes Corporate édité par Débats Publics, qui démontre que la création est le cœur indispensable au monde économique, culturel, et à la société. Ils sont membres du Conseil National du Design depuis 2021, conseil créé par le Ministère de la Culture et le Ministère de l'Économie et des Finances.

Citations

« Leurs spécificités ? Associer à la fois l'art, le design, le conseil et la stratégie au sein de ses contenus pour retranscrire l'identité d'un client. (...) Un positionnement très novateur, qui vient bousculer de façon très réjouissante les mécanismes bien huilés des stratégies marketing. »

Intramuro, 2021

« Cette vision différente exprimée par - les directeurs de création de Studio CC - à intervenir au-delà de la demande initiale est bel et bien représentative de cette nouvelle manière de promouvoir une marque en l'enrichissant, en en faisant une création vivante. »

IDEAT, 2020

« Camille et Cyril, deux fondateurs, trentenaires visionnaires, qui bousculent quotidiennement le rapport à la création pour mieux répondre aux attentes et besoins de leurs contemporains. »

Designer Box, 2019

Clients



Portfolio
Design graphique & Design produit

STUDIO CC