

Portfolio

STUDIO CC

DESIGN GRAPHIQUE & DIRECTION ARTISTIQUE

STUDIO CC

Studio CC est spécialisé dans la direction artistique et le design graphique dans les domaines du luxe et de la culture. En cultivant une approche sensible et rigoureuse le studio livre un travail original conçu pour avoir un impact positif et durable. Le studio mobilise une équipe interne et le réseau de créateurs *Label Famille* pour accompagner ses clients de l'idée jusqu'à la réalisation. Offrir l'excellence à tous les publics est une manière de provoquer des changements qui ont du sens.

Offre

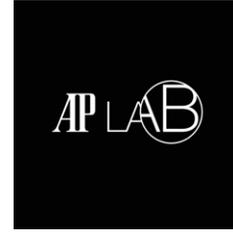
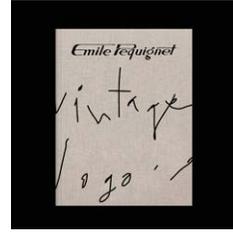
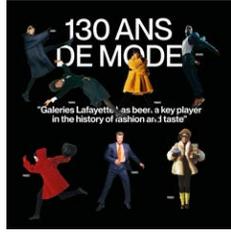
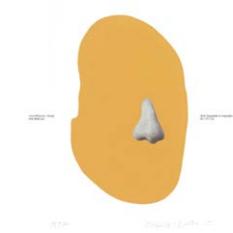
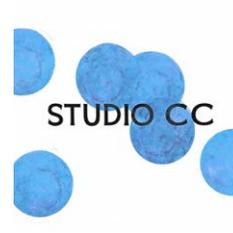
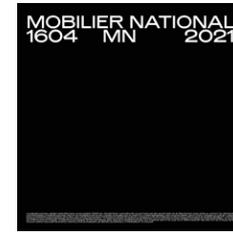
I DESIGN GRAPHIQUE

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
*

Signature



Identité visuelle

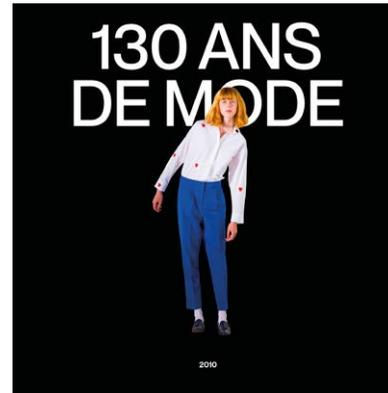
Galleries Lafayette, *direction artistique*



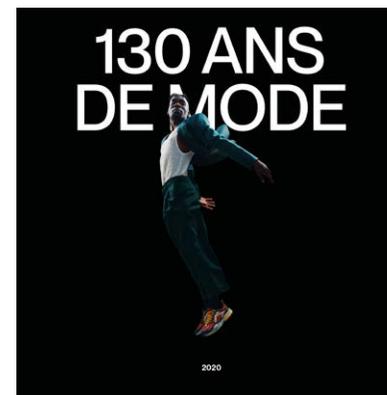
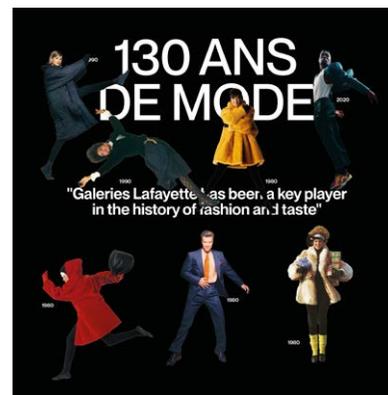
130 looks pour représenter la *mode française* et le prestigieux *Grand magasin*

STUDIO CC

Galleries Lafayette, *direction artistique*



En 2024, les Galeries Lafayette fête leurs 130 ans. À ce titre, nous sommes appelés pour poser une direction artistique matérialisée sur une affiche distribuée en interne et sa déclinaison A3 distribuée en magasin. Notre idée est l'illustration de l'évolution de la mode au travers des looks présents en couverture des magazines des Galeries Lafayette. De 1894 à 2024, c'est plus de 130 looks récupérés dans les archives qui composent nos créations. Quelle ressource incroyable pour parler du style français, la french touch, et célébrer les 130 ans de ce prestigieux « Grand magasin ».



STUDIO CC

Artdenouer, *identité visuelle*



L'alliance de l'art et du luxe pour la première marque de *Sculptures à porter*

STUDIO CC

Artdenouer, *identité visuelle*



Pour le lancement de sa première collection, la marque de bijoux Artdenouer souhaite créer une identité de marque forte en se rapprochant des codes artistiques pour une cible familière avec le monde de l'art. Nous avons pensé Artdenouer non pas comme une marque de bijoux, mais des sculptures à porter. La marque devient un véritable pont entre art et design, entre œuvre et accessoire. L'identité globale joue sur la notion de sculpture et la torsion entre les matières.

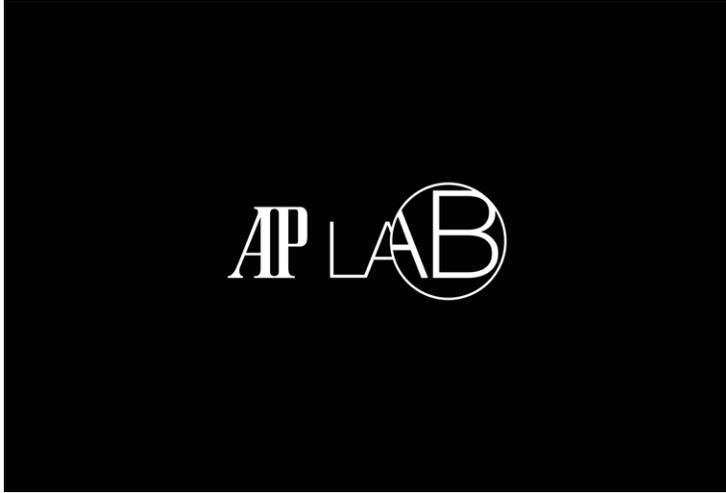


Audemars Piguet, *identité visuelle*



Un laboratoire de *haute technicité* pour une marque de *prestige*

Audemars Piguet, *identité visuelle*



Le laboratoire, dit *Lab*, de la marque Audemars Piguet est un lieu unique qui regroupe des experts de différents secteurs du luxe: l'horlogerie, l'automobile et la gastronomie. Son objectif est d'offrir une expérience de pointe et de précision à quelques clients prestigieux. Par un effet optique et graphique la typographie du logo illustre l'idée de profondeur pour présenter un lieu dans lequel on comprend le processus et le travail engagé par toute expertise de haute précision.



audemars piguet

AP LAB

STUDIO CC



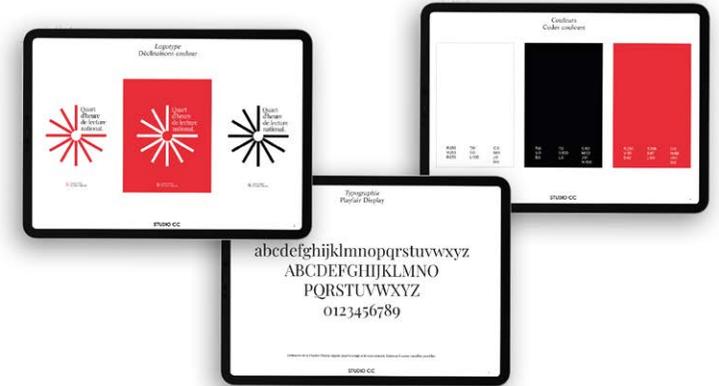
Quart d'heure de lecture national, *identité visuelle*



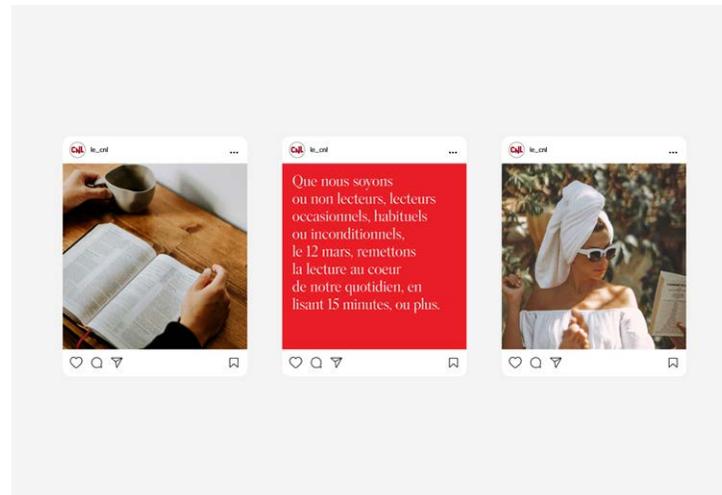
«Nous sommes enchantés de l'identité visuelle créée pour cette manifestation qui a besoin d'une direction artistique forte»

Jennifer Thiault, *déléguée 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.



STUDIO CC

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



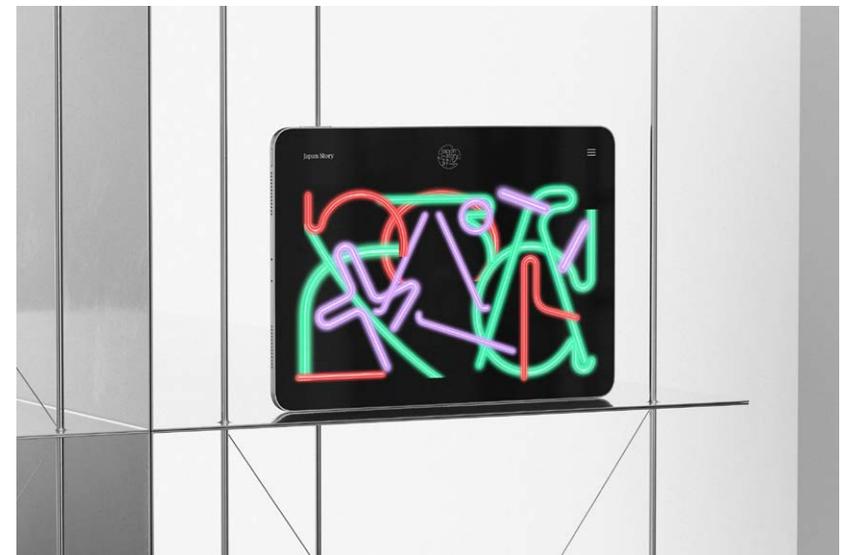
Japan Story, un *média* de diffusion de la *culture nipponne* en France

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.



Grand Palais Immersif, *identité visuelle*

Projet non retenu - Arrivé 2^e en compétition

GRAND
PALAIS
IMMERSIF

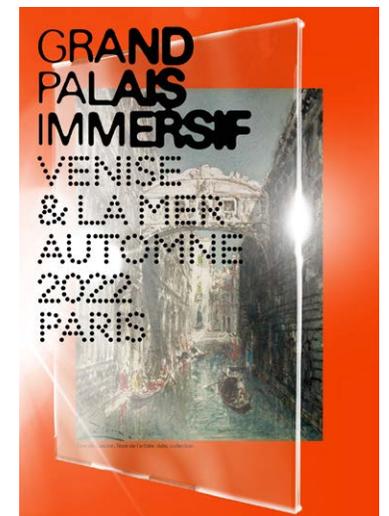
Notre création illustre le passage, la *transition*, vers ce *monde immersif*

Grand Palais Immersif, *identité visuelle*

Projet non retenu - Arrivé 2^e en compétition



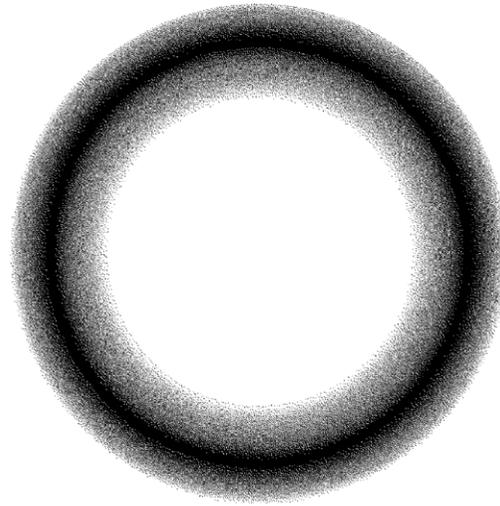
Le Grand Palais Immersif est un espace de transition entre le monde réel et émotionnel. Il est une sorte de plateforme, de porte vers l'imaginaire et les sentiments. Immerger, c'est plonger quelque chose entièrement dans un liquide, l'institution nous immerge entièrement dans les œuvres, les collections. 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

Fondation Carmignac, *identité visuelle*

Projet non retenu, arrivé 2^e en compétition.



FONDATION
CARMIGNAC

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

Fondation Carmignac, *identité visuelle*

Projet non retenu, arrivé 2^e en compétition.



La Fondation Carmignac ouvre son premier espace d'exposition sur l'Île de Porquerolles au sud de la France. Pour fait rayonner l'Art et le diffuser au plus grand nombre, elle a besoin d'une identité globale qui témoigne de cette volonté. Pour le logo de la Fondation, nous avons imaginé une sphère à deux cercles, métaphore de la rencontre entre l'homme et l'art, entre le visiteur et la Fondation. La particularité de ce logo réside dans sa déclinaison en deux états. Une version statique, et une version en halo lumineux qui incarne l'action de rayonnement et de diffusion de la Fondation. Ce symbole de halo a inspiré le développement de l'identité visuelle et des supports, de l'affichage à la signalétique. Une seconde direction artistique a été pensée sur la base de la ligne d'horizon. Elle évoque l'architecture de la Fondation dans laquelle les repères logiques d'un horizon sont renversés, mais également la ligne de contour de l'île et le tracé manuel, geste de l'artiste.



STUDIO CC

Visuel de communication

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



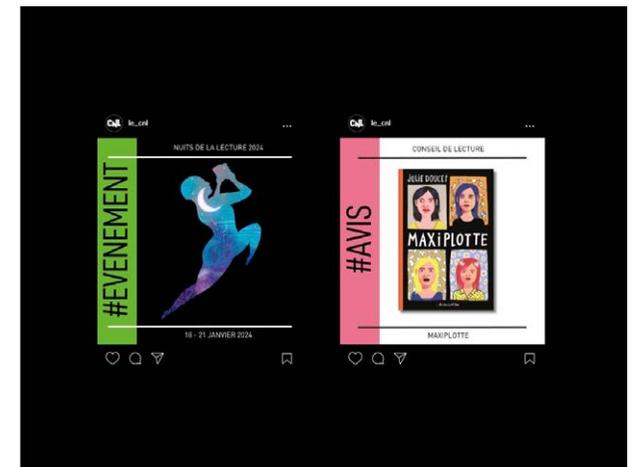
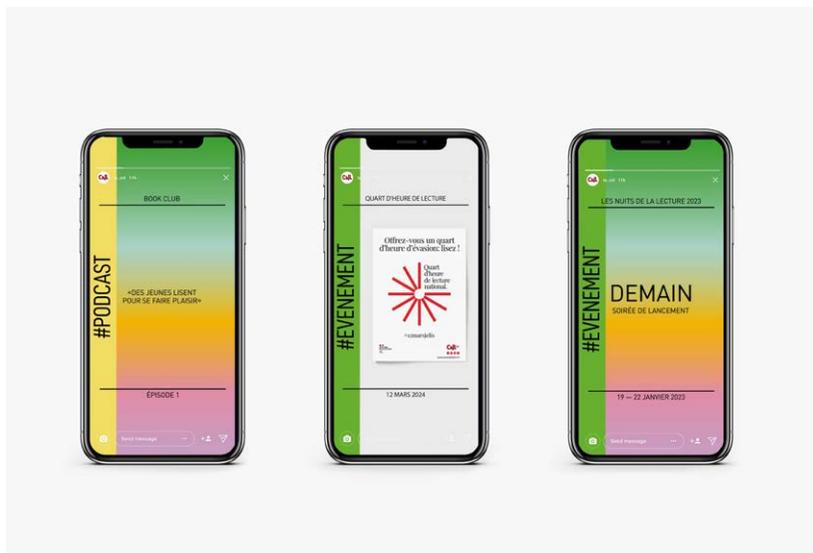
Design graphique *généreux* et *original* pour partager l'imaginaire du CNL

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.



STUDIO CC

Partir en Livre, *visuels de communication*

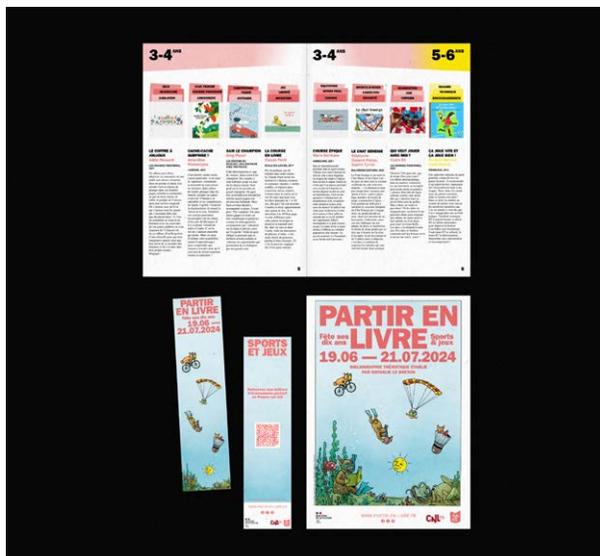


Une création typographique pour une identité *radicale* et *simple*

Partir en Livre, *visuels de communication*

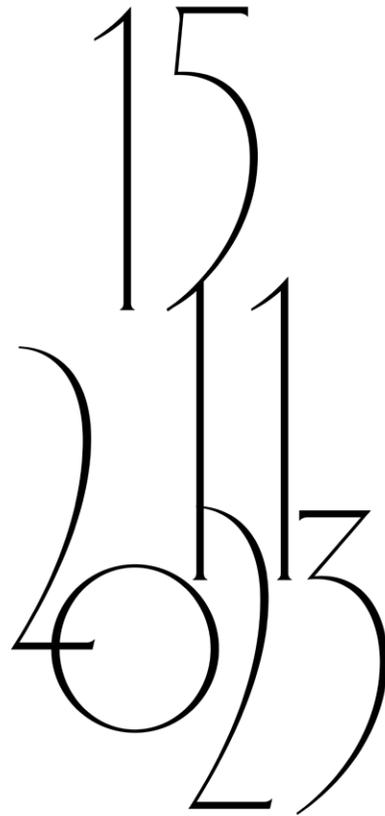


Le grand festival national du livre pour la jeunesse, promu par le Centre national du livre, fait appel à l'incontournable Claude Ponti pour illustrer l'affiche. Pour cette exceptionnelle édition anniversaire dans 10 ans de manifestation et à l'occasion des Jeux Olympiques, le thème à l'honneur est « 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*

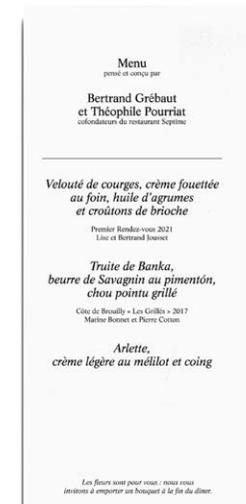


DÎNER
DES PRIMO-ROMANCIERS
CENTRE NATIONAL DU LIVRE

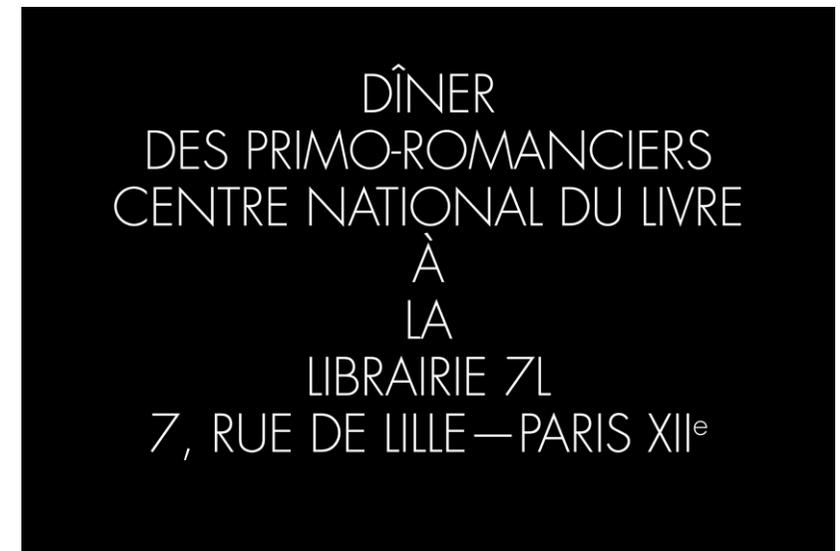
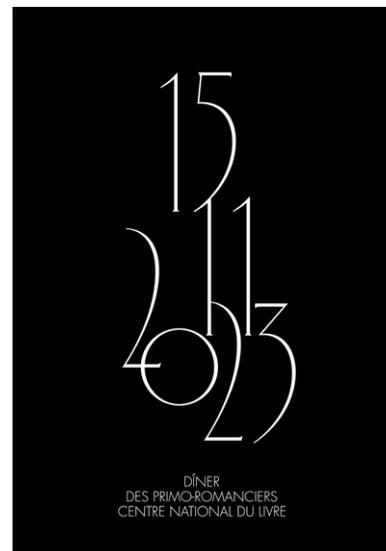
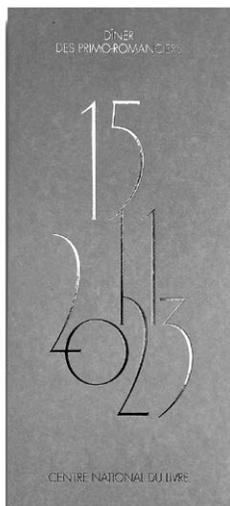
Identité visuelle et couverture originale, carton d'invitation, menu, kakémono

STUDIO CC

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

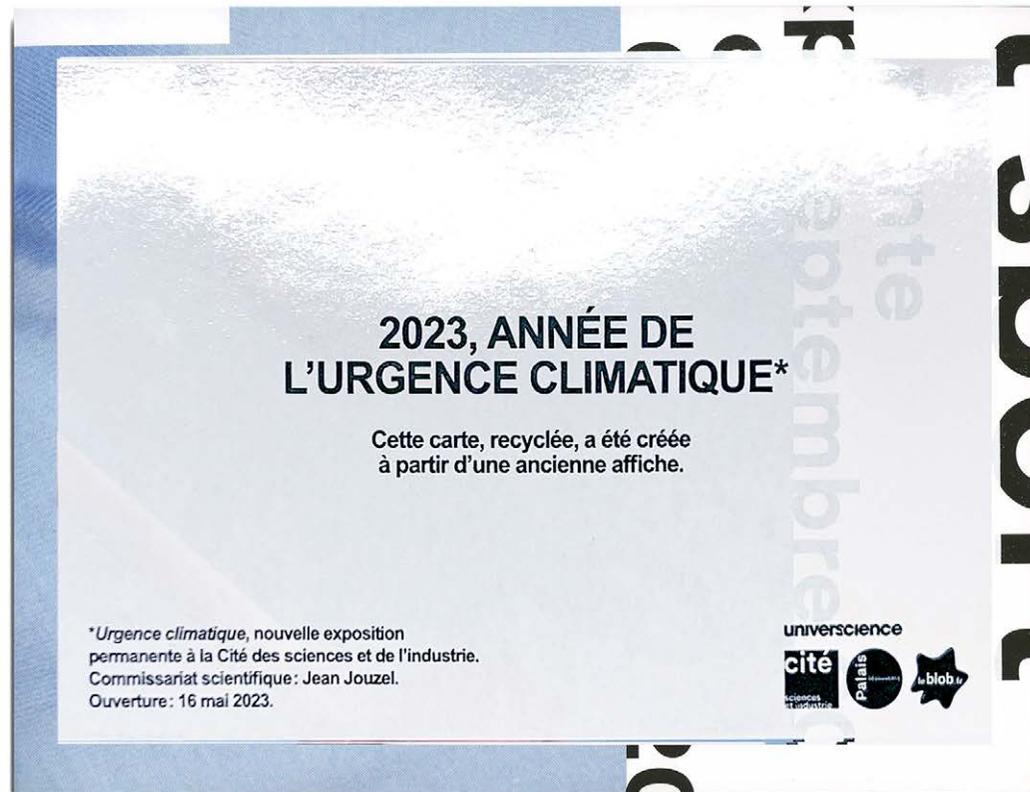


Le Centre national du livre organise le mercredi 15 novembre 2023 le deuxième dîner des primo-romanciers, avec la complicité de la Librairie 7L. Sur le modèle des Césars, la cérémonie récompense les jeunes romanciers pour leur premier ouvrage. Événement prestigieux, il convie les personnalités du monde 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*

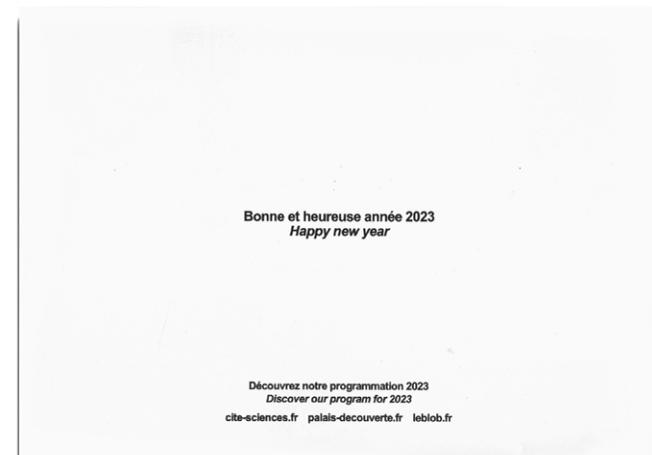


Concept radical de carte de vœux *upcyclée*, identitaire et *sobre*, en réponse à l'*urgence climatique*

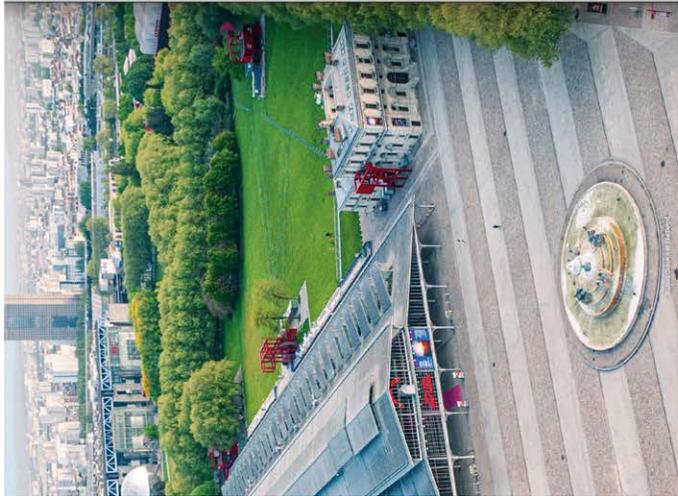
Universcience, *carte de vœux*



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.



Édition



La Villette

Un parc urbain

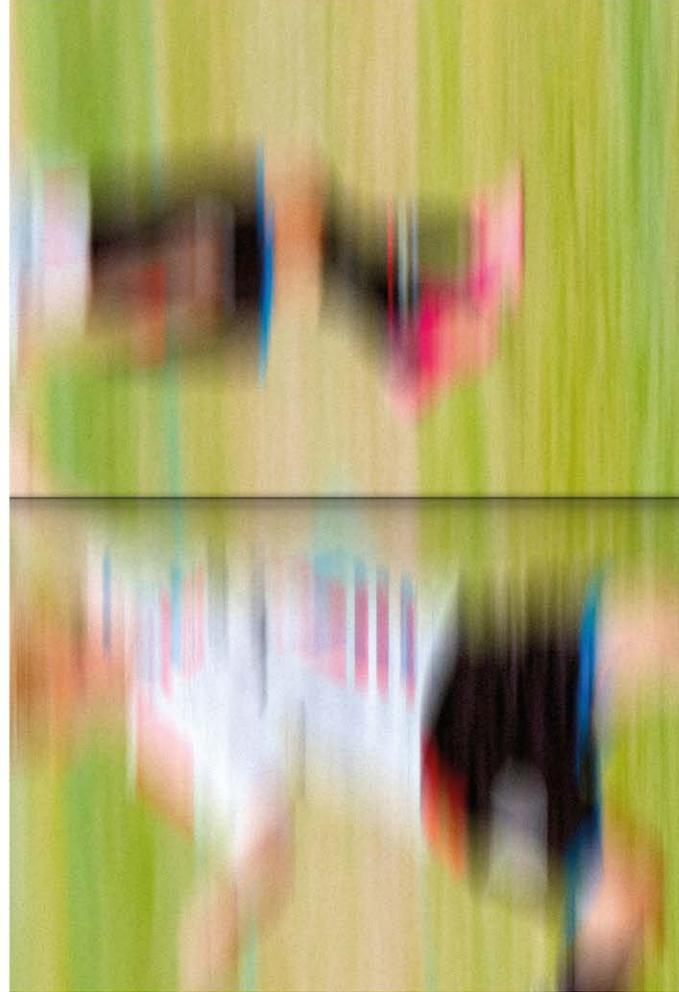
Du projet moderne et audacieux imaginé par l'architecte Bernard Tschumi aux plus récents aménagements, le parc de la Villette est la ville où s'incarnent le nouveau rapports entre ville et nature.

Ponts, lignes et surfaces, c'est la formule d'architecture lancée en 1982 pour donner naissance au futur parc de la Villette. Imaginée par Bernard Tschumi pour inventer le parc urbain qui est pratiqué aujourd'hui. Les lignes, ce sont des marques angulaires et durables sur le plan de la Villette, qui longe la Grande Halle, et celle de l'Ourcq le long du canal, mais aussi la promenade qui relie les deux rives. Les surfaces, ce sont les grandes prairies et les espaces closés aux chapiteaux. Les ponts, les vialités, que l'on nomme « folies » en référence aux pavillons espacés au gré-à-gré dans l'ensemble du parc avec une rigueur mathématique, tous les 120 mètres.

Quand elle ouvre en 1987, elle est la plus grande des trois halles qui forment les abattoirs généraux et le marché aux bestiaux de la Villette, son immense charpente métallique, le bâtiment conçu par l'architecte Louis-Adolphe Janvier

abrite la halle aux bœufs jusqu'à sa fermeture définitive. Elle est aujourd'hui un fantastique espace entièrement modulable, qui accueille spectacles, salons et expositions. De par et d'autre de ce témoignage d'une modernité et d'une inventivité renouvelées au fil du temps : Cité des sciences et de l'industrie, le Centre de la Danse, le Centre de la Santé, la Cité de la Musique ou la Philharmonie de Paris. Deux nouvelles additions à cet espace sont prévues pour les années à venir. Très modernes: la réhabilitation des friches industrielles urbaines et l'invention de bâtiments en bordure du bassin de la Villette et utilitaire. Bien sûr, elle accueille une partie de la Ferme de la Villette et des espaces dédiés à la biodiversité. Le nouveau bâtiment pour les services d'exploitation du parc, dont la conception propose deux structures remarquables: l'une en béton pour son impact environnemental et son faible impact environnemental.

La Villette livret Jeux Olympiques



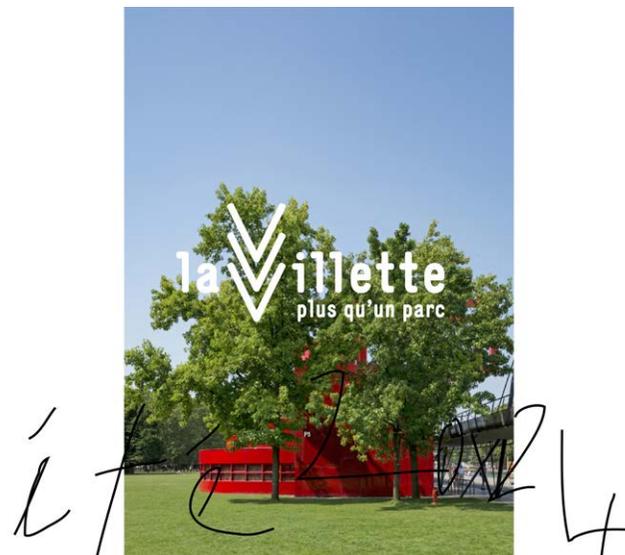
Identité visuelle et suivi de fabrication du livret de présentation de la Villette remis lors des Jeux Olympiques

La Villette *catalogue d'exposition*



**A park in the heart
of Greater Paris
A park open every
day of the week
A cultural
park
A park
in motion
An urban
park
A park where
nature is king**

Dans le cadre des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, La Villette se transforme en Parc des Nations. À ce titre, l'institution se dote d'un livret de présentation à destination des différents invités français et internationaux accueillis sur le Parc lors de cet événement. Notre enjeu principal est l'accessibilité car le public ciblé est international. Ainsi, les images sont sélectionnées avec attention pour illustrer la culture, le sport et la nature. Le traitement typographique est rigoureux et fort visuellement pour que l'information soit diffusée le plus rapidement possible.



STUDIO CC



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.



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.



Label Famille, *livre*



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

STUDIO CC

Label Famille, livre

« NEW GEN. »
OF CREATORS
→
LABEL FAMILLE
PRÉSENTE
SES CRÉATEURS

« NEW GEN. » OF CREATORS — LABEL FAMILLE PRÉSENTE SES CRÉATEURS

LF 2020.

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 est de sensibiliser à notre univers de manière émotionnel et pragmatique.



Direction Artistique

Mobilier national, *direction artistique*



Incarner visuellement une institution française unique au monde

Maif, *direction artistique*

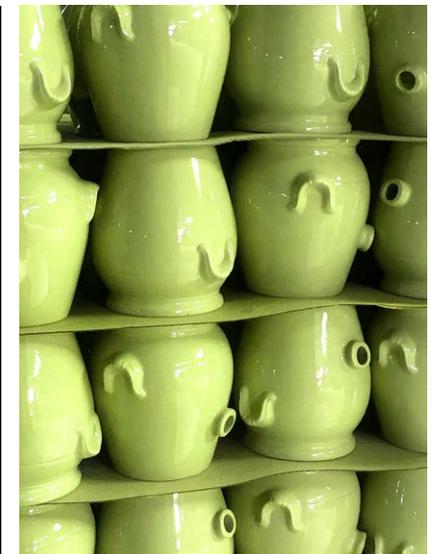
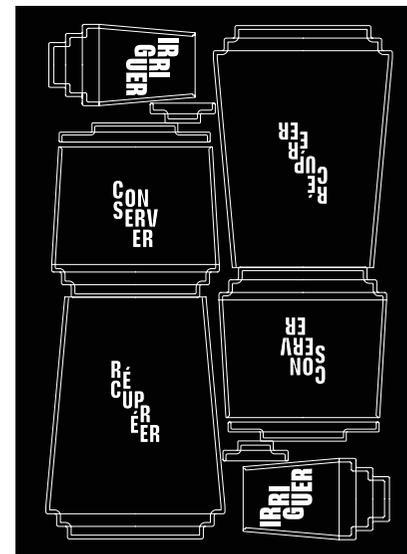


Une collection d'objets *contemporains* et *engagés* qui remet au goût du jour des *comportements responsables*

Maif, *direction artistique*



La collection Faire., née d'une collaboration entre la MAIF et nous, remet au goût du jour des objets traditionnels par un design contemporain qui va à l'essentiel: l'oya, le cône à bouture, le seau à compost et le vinaigrier. Faits à la main par des artisans locaux, Entreprise du Patrimoine Vivant, et dessinés par des créateurs français, ces objets fabriqués en terre cuite proposent de vous accompagner, au quotidien, dans la recherche de pratiques plus écologiques. Parce que chaque acte compte et que c'est en faisant que l'on apprend, cette collection invite à consommer mieux en prenant le temps de faire les choses par soi-même. Pour se rappeler qu'agir, c'est faire, chaque objet est marqué par un message typographique engageant: conserver, transformer, récupérer, renouveler, préserver, irriguer, bouturer. Telle une invitation à Faire., cette collection aux formes minimalistes allie ainsi esthétique et responsabilité.

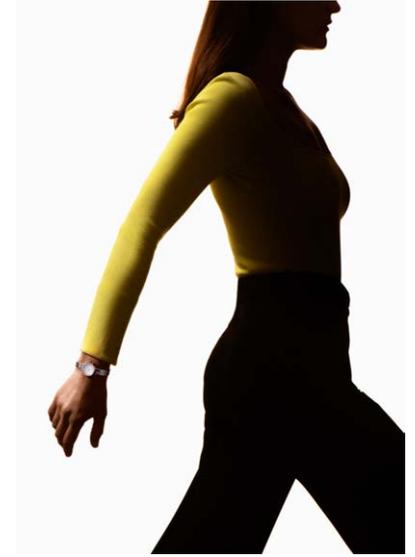
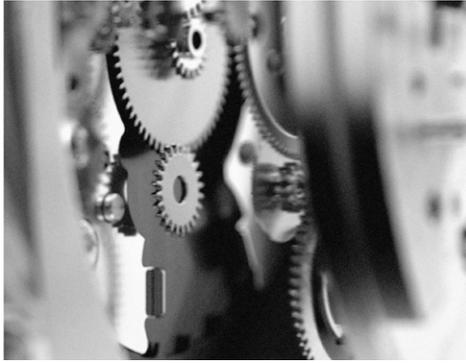


Pequignet, *direction artistique*



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

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.



Boucheron, *direction artistique*

BOUCHERON

BOUCHERON
«HOLOGRAPHIQUE» COLLECTION CARTE BLANCHE



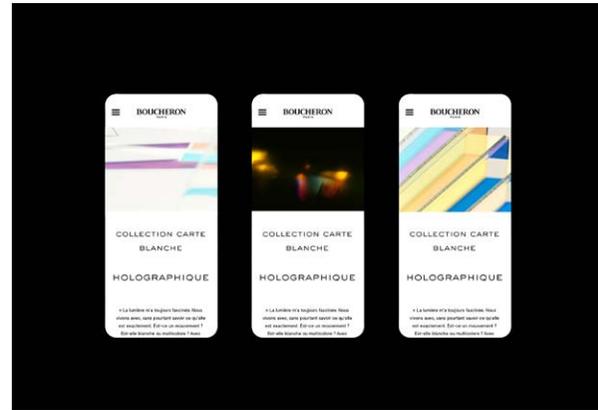
BOUCHERON

«HOLOGRAPHIQUE» COLLECTION CARTE BLANCHE

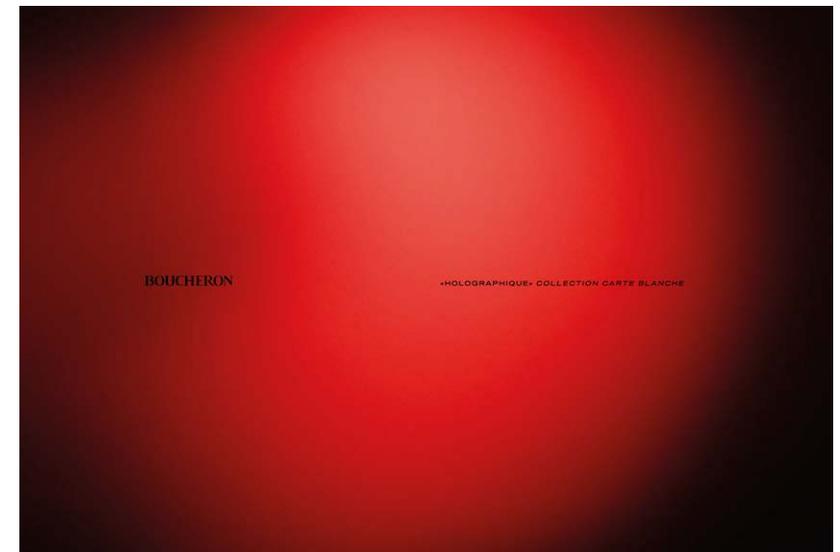
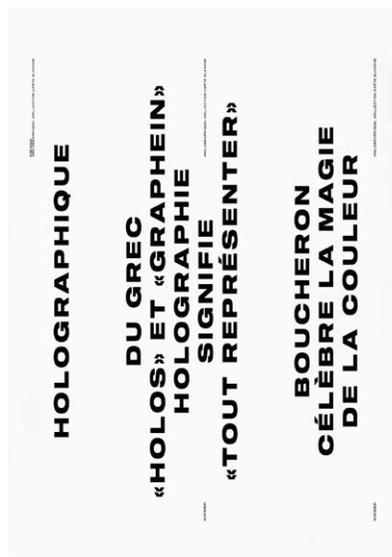
Créations visuelles pour célébrer la collection *Holographique*

STUDIO CC

Boucheron, *direction artistique*

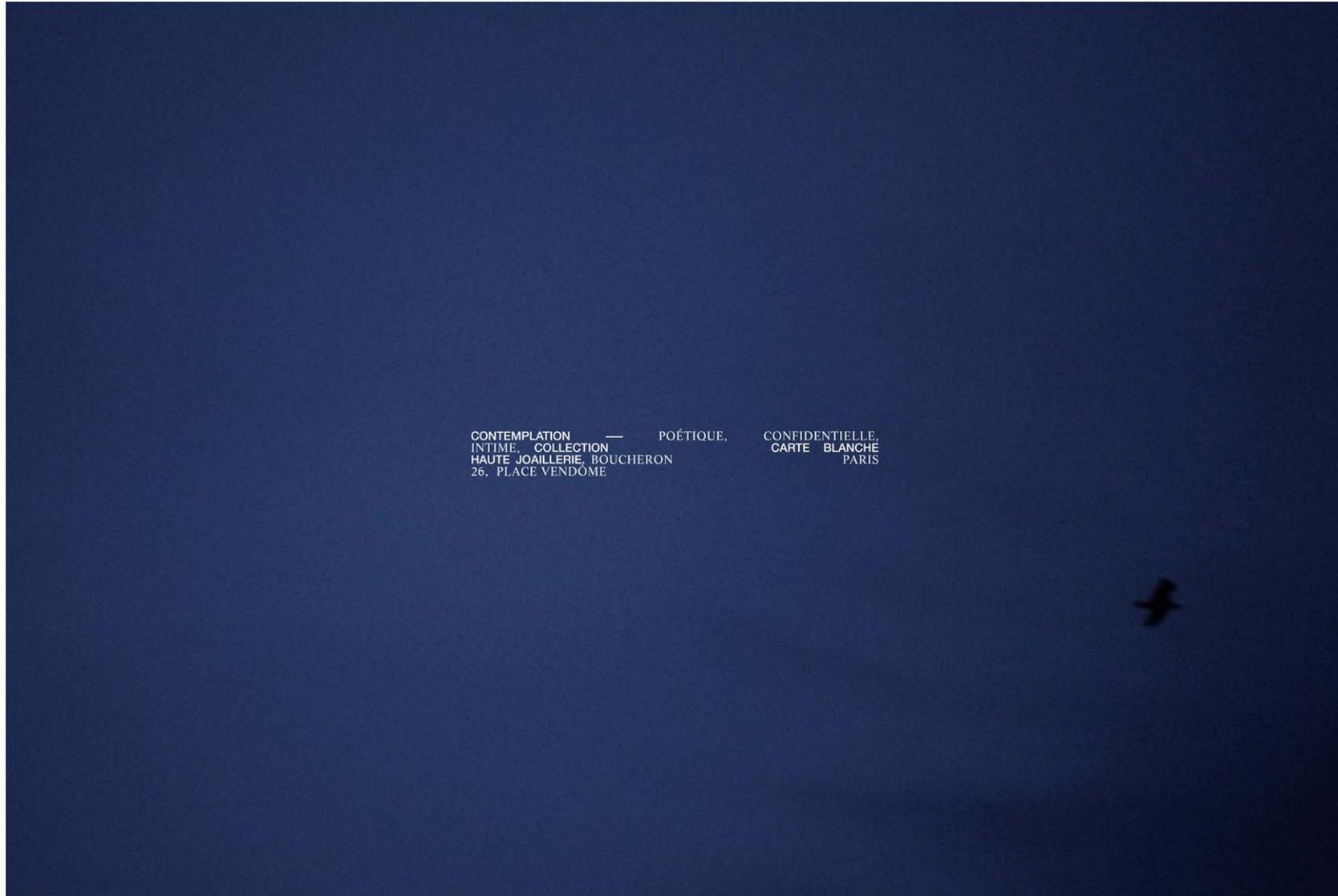


Avec la collection Holographique, Claire Choisine, directrice artistique de la maison Boucheron, donne sa définition de la lumière et tente d'en capturer l'essence : la couleur. « Chaque pièce est comme un prisme qui permet de saisir la complexité de la lumière en représentant toutes les couleurs qui la composent. Chaque pièce révèle la couleur du monde sous un nouveau jour. » Le studio est appelé pour interpréter cette idée de la lumière à travers une série d'images qui accompagnent cette nouvelle collection de haute joaillerie.



STUDIO CC

Boucheron, *direction artistique*



Créations visuelles pour célébrer la collection *Contemplation*

STUDIO CC

Boucheron, *direction artistique*

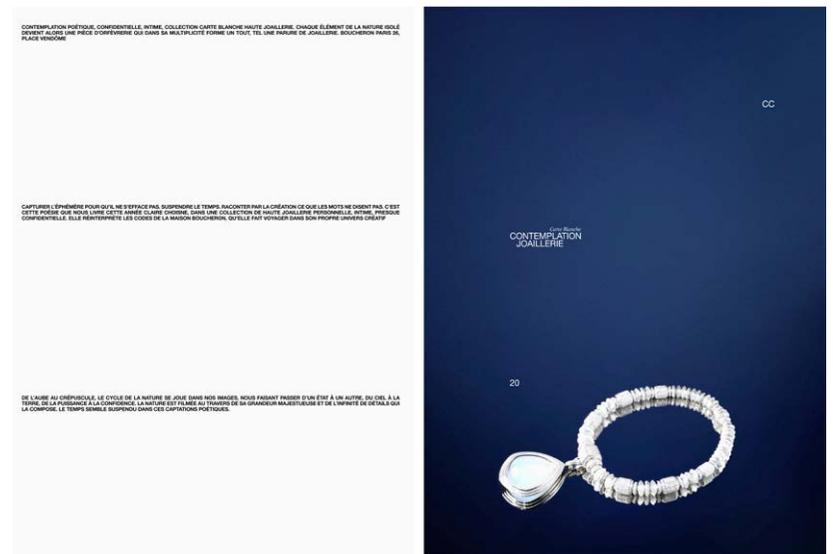


BOUCHERON 20

Contemplation est la collection carte blanche de haute joaillerie de la maison Boucheron. Capturer l'éphémère pour qu'il ne s'efface pas. C'est cette poésie que nous livre cette année Claire Choisne. De l'aube au crépuscule, le cycle de la nature se joue dans nos images. Le système typographique apporte de la structure. Associé à nos images, l'ensemble offre du mouvement, nous fait passer du ciel à la terre, de la puissance à la confiance.



STUDIO CC



Clients

Centre national du Livre, La Villette, Bnf, Grand Palais, Rmn, Musée de la Poste, École des Arts Décoratifs, Universcience, Maison de la Culture du Japon, Ville de Pantin, Fondation Carmignac, Galeries Lafayette, Kering, Pequignet, Maison Boinet, Louis Roederer, Boucheron, Audemars Piguet, Hermès, Piaget.



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

Biographie

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. Mué par l'envie de décloisonner la création, tout en s'enrichissant d'autre pratique artistique il fonde Label Famille en 2017 : label de création à l'ambition unique, entre studio de design, réseau de créateurs et mouvement artistique. Porté par une conception du design intimement liée à l'art, il déploie la galerie Squaresquare dans le XI^e arrondissement de Paris, l'année suivante. En 2020, il rédige 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. Il est membre du Conseil National du Design entre 2021 et 2023, conseil créé par le Ministère de la Culture et le Ministère de l'Économie et des Finances.

Citations

« Nous sommes très heureux, au CNL, de travailler avec un studio à la fois jeune, créatif et exigeant, qui a su innover dans son mode de fonctionnement, comme dans ses propositions de design »

Jennifer Thiault, 2024

« La spécificité de Studio CC ? 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. »

Intramuros, 2021

STUDIO CC