present___studio

hello@present-studio.fr

studio présent

Portfolio|

present-studio.fr

L’avenir juste *de votre image* se crée au présent

Chez ***Present Studio***, nous agissons pour que l’image de marque soit « juste »,
qu'elle respecte ceux qui la reçoivent et ceux qui la fabriquent.

Cette exigence, c’est opter pour une ***vision éthique***
qui active un ***écosystème*** d'artisans ***de proximité.***
Allier la créativité et l’exigence technique à une économie humaine pour bâtir, ensemble,
un héritage visuel responsable.

Notre expertise

Le Branding

L’identité de marque & La Direction Artistique

L’Espace de Marque

Le Motion Design

Le Conseil Stratégique

Comprendre • Bâtir • Faire Rayonner • Ancrer

1

Le Branding

L’identité de marque & La Direction Artistique



Branding
du tiers-lieu
Alba

→ *enjeu :* **Fédérer trois univers** *distincts avec une ambition de créer une social house*

→ *diagnostic :* **Concevoir une marque hybride** *haut de gamme sans être intimidante, ancrée dans la sincérité.*

→ *action : Dessiner un* **logotype organique** *et fluide, complété par un système modulaire capable de* **faire cohabiter le végétal, l'artisanat et le lieu de vie.**

→ *engagement :* **Valoriser le vivant et le réemploi** *portés à chaque point de contact.*















Branding
de la marque
Martine Lambert

→ *enjeu :* **Affirmer** l'emblème **le savoir-faire et la qualité** d'un produit.

→ *diagnostic :* **Transformer** la marque en **une architecture premium et flexible,** adapté a la multiplicité des formats.

→ *action :* **Créer un branding** complet et un bloc marque **de caractère**

→ *engagement :* **Moderniser Martine Lambert.**



martine
lambert





Framboise

martine
lambert

Mangue

martine
lambert

Pistache

martine
lambert

Hind Madurai

Light - le luxe du goût depuis 1975
Regular - le luxe du goût depuis 1975
Medium - le luxe du goût depuis 1975
SemiBold - le luxe du goût depuis 1975
Bold - le luxe du goût depuis 1975

A B C D E F G H
I J K L M N O P
Q R S T U V W
X Y Z

Aa Bb Cc





Branding
du collectif
Les Voisins du Marais

→ *enjeu :* **Transformer un collectif en une marque lifestyle et identifiable**

→ *diagnostic :* **Créer un récit visuel ancré dans le territoire et le lien social**

→ *action :* **Créer un blason moderne pour affirmer une appartenance**

→ *engagement :* **Dynamiser une communauté locale**













Branding du National Innovation day

→ *enjeu :* **Transformer** un événement éphémère **en marque pérenne.**

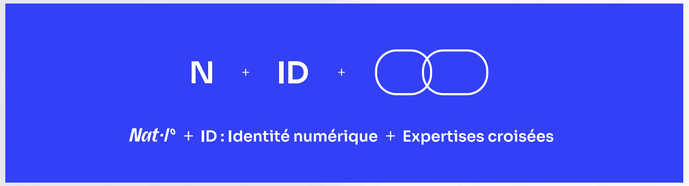
→ *diagnostic :* **Faire reconnaitre le dispositif** et traduire les enjeux

→ *action :* **Concevoir un badge intemporel** et un système **graphique évolutif** sur 3 éditions

→ *engagement :* **Privilégier le numérique et la sobriété** dans les procédés de production











Direction Artistique *de l'événement* ***CA-GIP 2030***

→ *enjeu :* **Traduire l'intensité du message en un système visuel**

→ *diagnostic :* **Dynamiser un public national pour transmettre des directives par le levier du jeu**

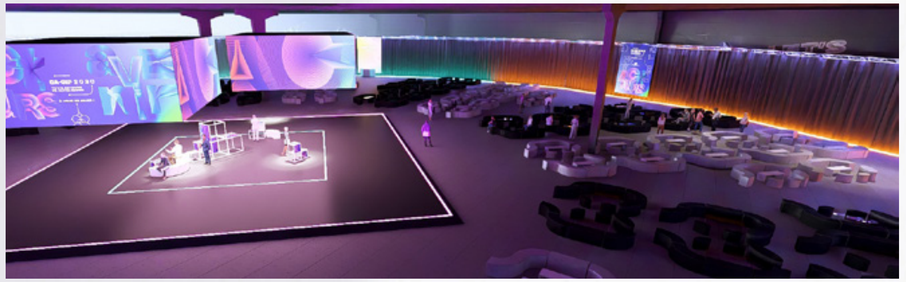
→ *action :* **Créer un système d'énigmes visuelles, filaires à démêler et icônes-clés à décrypter**

→ *engagement :* **Transmettre une culture et un design à haut impact émotionnel**



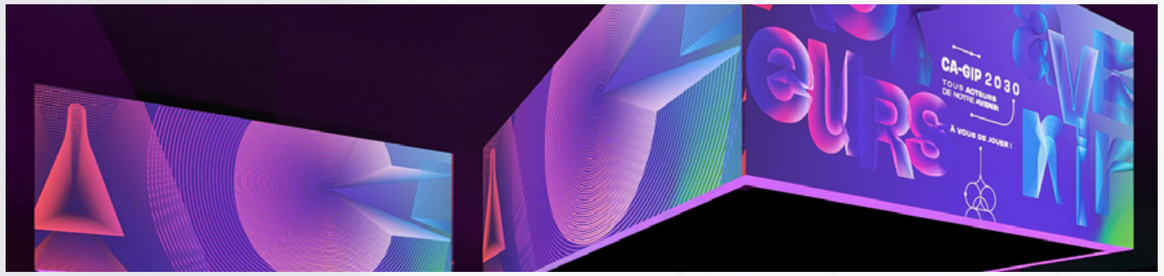














Direction Artistique
de l'événement
20 ans MCE

→ *enjeu :* **Réunir une structure** autour d'une célébration **commune et humaine**

→ *diagnostic :* **Concevoir un signe fort** pour marquer deux décennies d'histoire **sans céder à la nostalgie**

→ *action :* **Cristalliser l'histoire** de l'organisation et sécuriser le sentiment d'appartenance **des collaborateurs**

→ *engagement :* **Placer l'individu au centre** de la stratégie de marque









LE CONCEPT
FIERTÉ , FESTIVITÉ
ET MISE EN LUMIÈRE

***REFLEXION AUTOUR DU NAMING** DE VOTRE ÉVÉNEMENT*
Les 20 ans MCE et L'accroche de votre événement

ENSEMBLE EN LUMIÈRE

NOTRE HISTOIRE, NOTRE FIERTÉ
FIERS D'ÊTRE ENSEMBLE
L'ART DE GRANDIR ENSEMBLE
NOTRE TEAM, NOTRE FIERTÉ
NOS RACINES, NOTRE ÉCLAT





MOODBOARD

Convivial
Collaboration
Expérience
Chaleureux
Bien-être
Participatif
Cohésion
Partage

Direction Artistique *de l'événement* ***le marché chouette***

→ *enjeu : Donner une identité inaugurale d'un rassemblement pluridisciplinaire et alternatif en tiers-lieu associatif.*

→ *diagnostic : Structurer une vision naissante et hybride (créateurs, tatoueurs, upcycling, street-art, café solidaire) en un univers visuel fédérateur et festif.*

→ *action : Création d'une direction artistique vibrante créant le pont entre patrimoine local et contre-culture urbaine.*

→ *engagement : Cadrer une initiative émergente en un événement attractif, populaire et identifiable.*

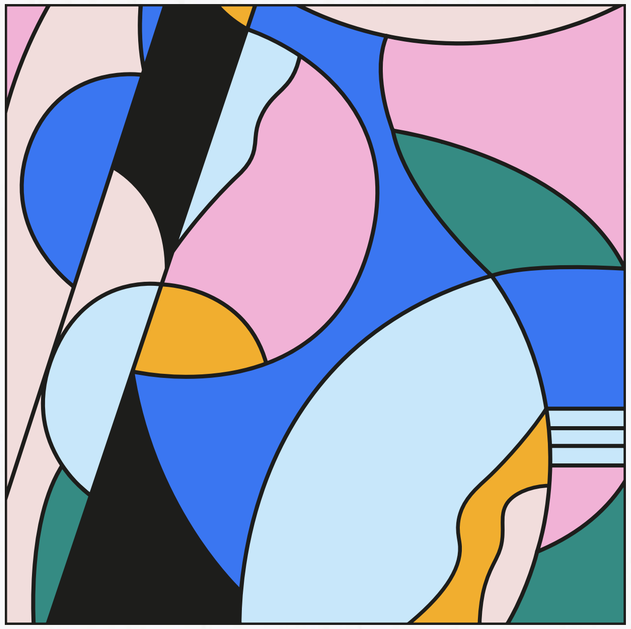












Direction Artistique
du trek associatif
Cœurs de Roses

→ *enjeu :* **Aider à la visibilité d'une cause de santé et d'utilité publique**

→ *diagnostic :* **Transformer une marche associative en un mouvement puissant et fédérateur**

→ *action :* **Créer une stratégie visuelle humaine**

→ *engagement :* **Accompagner un événement solidaire du design à la production.**

















Direction Artistique *de l'événement* ***Flower Power***

→ enjeu : Concevoir l'univers visuel et immersif d'une grande soirée festive, invitant au partage et à la célébration.

→ diagnostic : Créer un univers fédérateur vibrant, expressif et déclinable avec force.

→ action : Direction Artistique et création graphique. Suivi de A à Z : fichiers d'exécution, suivi de fab et pose sur site le jour J.

→ engagement : Offrir une expérience humaine immersive mémorable grâce à une maîtrise complète de la chaîne graphique, du premier coup de crayon jusqu'au montage dans l'espace.



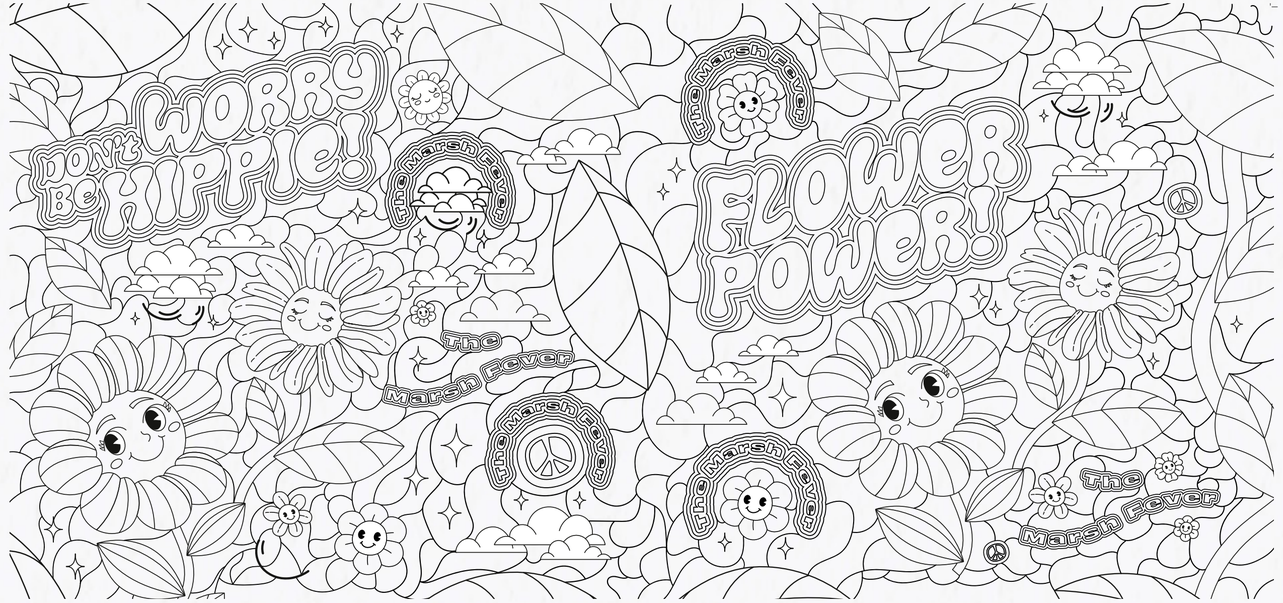












Conseil et déploiement
de la marque de l'État

→ *enjeu :* **Orchestrer la mise en conformité de l'identité républicaine à l'échelle des territoires**

→ *engagement :* **Renforcer la considération et cohérence institutionnelle**

Direction Artistique
AO institutionnel
L'éco-responsabilité au travail













Création
du jeu de plateau ***FabriQ Inno***

→ *enjeu :* **Créer un outil pédagogique utilisé lors d'ateliers de l'UIMM**

→ *diagnostic :* **Transformer l'apprentissage complexe** du fonctionnement d'une entreprise **en une expérience pédagogique**

→ *action :* **Créer un concept complet,** du game design au naming, incluant la direction artistique et la conception structurelle (packaging et édition)

→ *engagement :* **Apprendre via un outil favorisant la compréhension** des enjeux de l'entreprise



2

L’Espace de Marque



Direction Artistique *du stand* ***HDI sur l'AMRAE***

→ *enjeu :* **Matérialiser l'ADN d'un groupe international**

→ *diagnostic :* **Ancrer la marque dans son patrimoine historique tout en projetant une vision avant-gardiste**

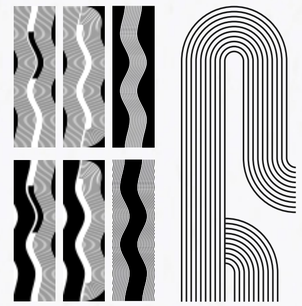
→ *action :* **Créer une direction artistique autour du mouvement Bauhaus**

→ *engagement :* **Créer un impact mémoriel**













Direction Artistique
stand de convention
La Dame aux Serpents

→ *enjeu :* **Concevoir un espace immersif, nomade et à budget maîtrisé**

→ *diagnostic :* **Concilier esthétique japonisante et impératifs de montage récurrent**

→ *action :* **Créer une direction artistique et une scénographie,** (mobilier et sourcing stratégique)

→ *engagement :* **Sécuriser un investissement durable**















Conseil Strat & Prod
de 2022 à 2025
Festival Beauregard

→ *enjeu :* **Piloter un pôle stratégique à haute fréquentation et forte exigence logistique**

→ *diagnostic :* **Faire corréler la fluidité des flux, le management humain et de le design visuel.**

→ *action :* **Diriger l'exploitation (rh, logistique, flux) et la maîtrise d'œuvre scénographique**

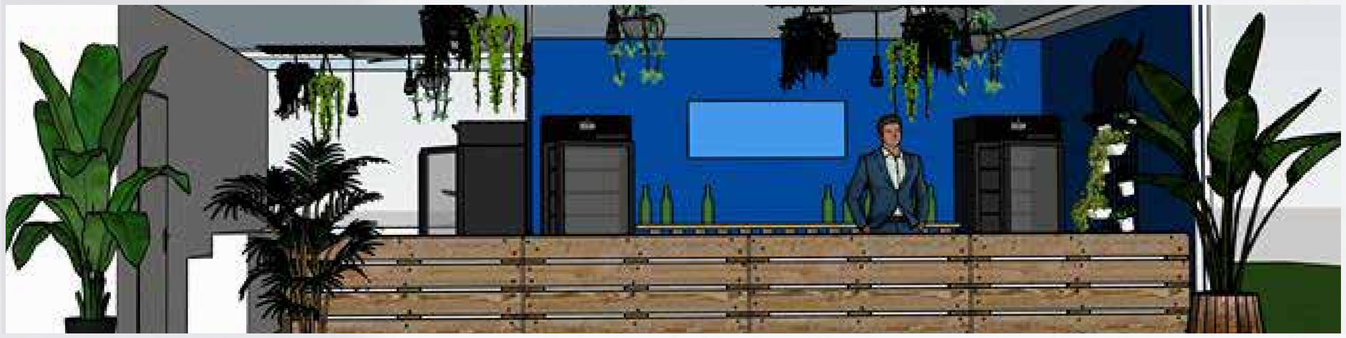
→ *engagement :* **Garder la motivation des bénévoles et créer un cadre sain dans un festival de musique de plus en plus engageant**

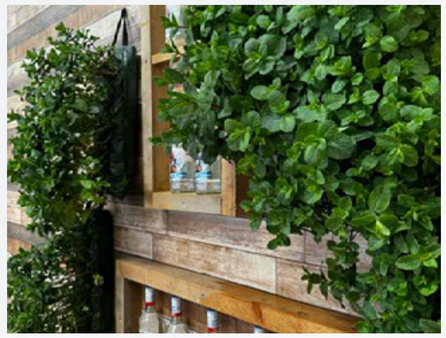














GROUPE M WINE EXHIBITION BOOTH

World Nuclear Exhibition

PRINTING & MATERIALS GUIDE

Groupe

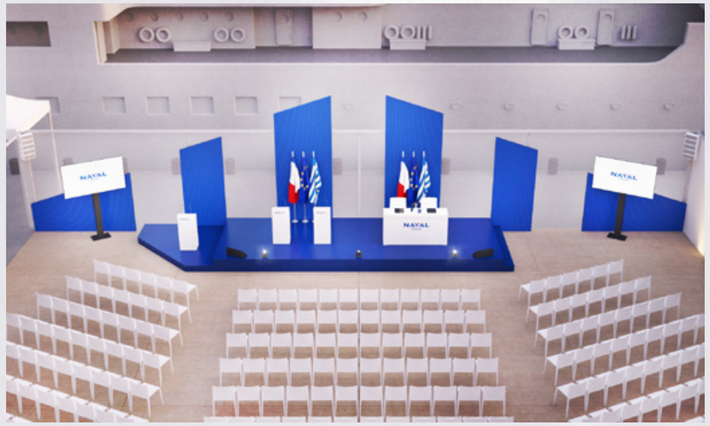




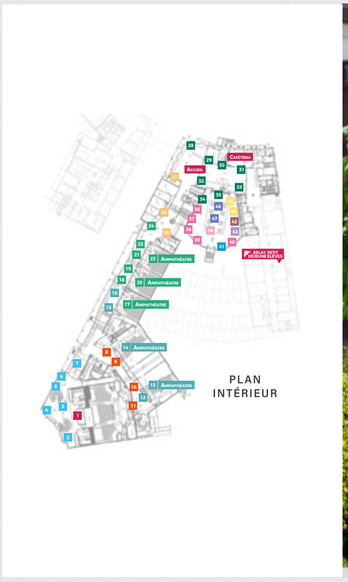
- Large high Sign
- Small high Sign
- Central Cylinder
- Blue Cylinder
- Gray Cunter
- Silver Cunter
- Blue Cunter
- Informal Area
- CentralArea
- Linoleum floor













Espace ÉDUCATION NATIONALE
ACADÉMIE DE NORMANDIE



Normand·e·day
CARREFOUR DES USAGES NUMÉRIQUES





Nos références

Qu'il s'agisse d'institutions ou de projets de proximité,
chaque réalisation est guidée par la même exigence :
un design juste, humain et responsable.

present___studio

hello@present-studio.fr

studio présent

Méthodologie de travail

present-studio.fr

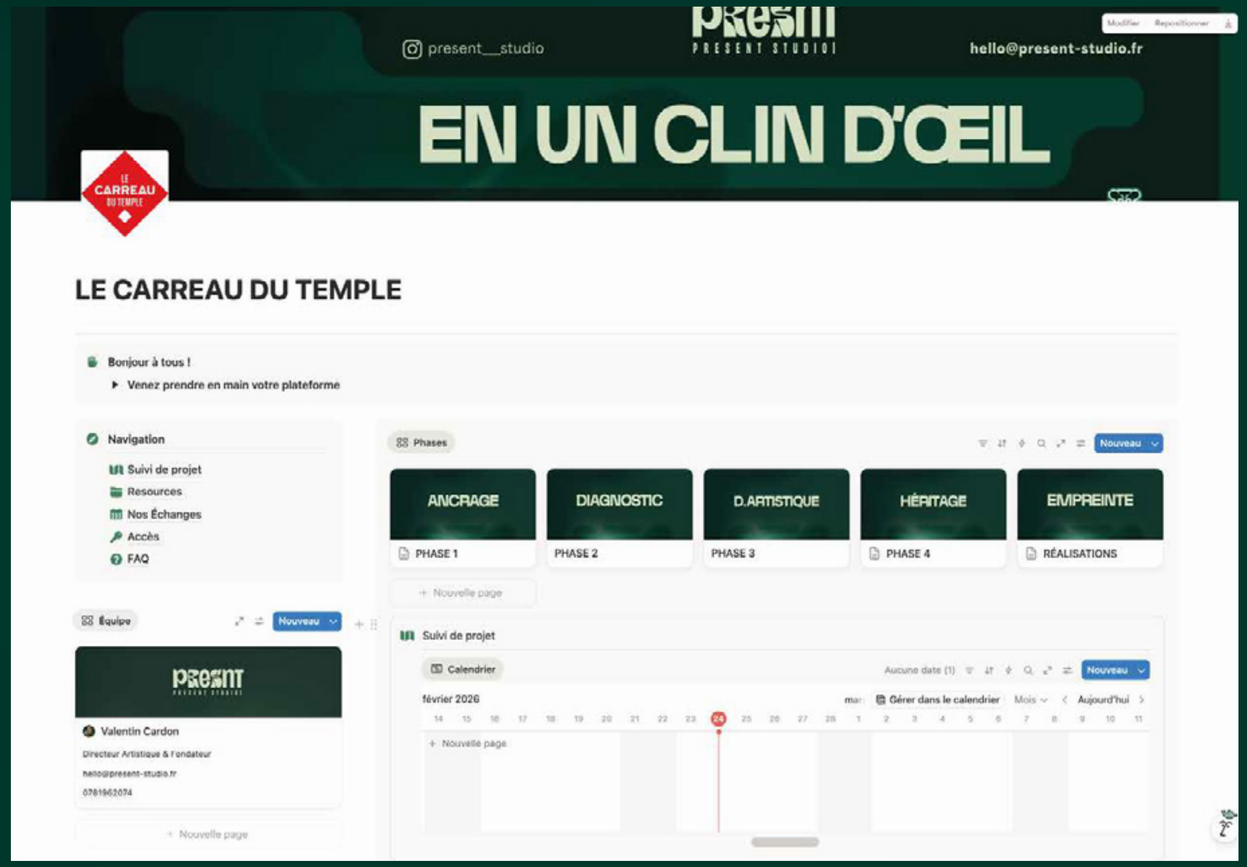
L’avenir juste *de votre image* se crée au présent

Une Co-création Transparente

Nous avons bâti notre workflow autour d'un socle rigoureux et structurant qui garantit la transparence et la sécurité de chaque étape de création.

Cette colonne vertébrale, pilotée via **notre plateforme collaborative Notion, assure une visibilité totale sur l'avancement, les échanges et les choix stratégiques.**

Exemple d'un workflow Notion. Le CDT x Present Studio



Contacts

@PRESENT___STUDIO

Present-studio.fr

studio présent

Merci de votre attention

L’avenir juste *de votre image* se crée au présent



present___studio

present-studio.fr

hello@present-studio.fr