

MOMENT



Interview de Edouard Mazaré

Photographe marsannais et père de famille, il nous parle de ses études, son travail actuel, ses méthodes de création.

Présentation des projets de ma L1 Info-com

Affiches, cartes de visites, logo sticker, flyer...

Créé dans un cadre universitaire

Affiche Coca-Cola zero

Ce visuel publicitaire de la marque Coca-Cola promeut les produits Coca 0, boisson sans sucre. Ils visent une clientèle qui fait attention à sa ligne, à leur consommation de sucre et les clients

Coca Cola habituels qui pourraient être intéressés. Elle renvoie une image fraîche, en utilisant des éléments représentants des gouttes de la boisson, pour inciter le client à s'imaginer la boire, ainsi qu'une image de légèreté, pour rappeler cette image sans sucre au client. Ils ont choisi de représenter la bouteille sur une affiche

dans les tons noirs, rouges et blancs, couleurs sérieuses et professionnelles, renvoyant à un bien de qualité. Le but est de donner envie aux gens maintenant, en la

plaçant dans la rue. Ils peuvent donc la consommer maintenant. Le slogan 'voyez plus grand, ajoutez un 0' incite les gens à penser que, puisque c'est sans sucre, on

peut en boire plus, dans un jeu de mots assez douteux. Le 0 rouge entoure la bouteille, comme une renaissance, mise en valeur.

Elle attire l'attention sur le mot zero, au centre. La bouteille est ouverte, elle invite à utiliser l'odorat et le goût. Elle invite aussi au toucher, on voit la condensation de froid sur celle-ci. Ils ont peut être même joué sur le

fait que notre langue peut imaginer toucher ce qu'elle voit. On pourrait donc déjà imaginer la boire sans même l'avoir acheté.



POURQUOI PAS TOUT RECOMMENCER À



Le goût de *Coca-Cola*
zero sucres **zero** calorie

Sommaire

2

Affiche publicitaire Coca-Cola

Analyse de l'affiche originale et l'affiche redesignée.

Interview d'Edouard Mazaré
Il répond à des questions sur son parcours, sa carrière et ses inspirations.

6

10

Productions print 2022

Productions du premier semestre de L1.
Affiches, cartes de visites, logo sticker, flyer...

Affiche publicitaire McDonald's
Analyse de l'affiche originale et l'affiche redesignée.

14

Cher premier semestre de L1,

Merci.

Merci de m'avoir donné la possibilité de m'échapper de la vie au lycée.

Merci de m'avoir permis de sortir de cette vie à Montélimar et maintenant vivre à Chambéry :)

Merci de m'avoir fait aimer travailler, cette licence Info Com sur Chambéry était mon premier choix - et le seul que je voulais vraiment - sur Parcoursup.

Merci de m'avoir fait rencontrer de superbes personnes - même si à cause d'eux je n'ai plus de sommeil correct.

Merci de m'avoir prouvé que l'on était pas obligé de choisir entre voir ses amis et travailler.

Merci aussi à Eve 1, Eve 2, Cyrielle, Nina, Perrine, Pauline, Zoé, Evan, Milo, de me soutenir tous les jours <3

Je te quitte maintenant en ayant la majorité, le permis et de nouveaux amis.

Edouard Mazaré

Après avoir étudié les arts appliqués au lycée Montplaisir à Valence avec pour objectif de devenir designer automobile, Edouard Mazaré se dirige vers un BTS design d'objets à Toulon. Se rendant compte des restrictions techniques et budgétaires du design, prenant plus de place que le côté artistique, et après avoir été prévenu de la compétitivité des élèves au sein des écoles, il décide de s'orienter vers les Beaux-Arts au Mans. Il suit un enseignement artistique, dans un établissement qui met à disposition les derniers appareils photos numériques. Il décide donc après la sortie de ses études de se lancer dans ses premiers contrats en tant que graphiste indépendant, en même temps que sa pratique de photographe.

Nuit à l'Opéra, photo de Edouard Mazaré



L'interview

1. Une qualité pour exercer ce métier ?

La patience, la persévérance. J'ai trouvé ma technique de photo moi-même, qui m'a pris du temps à maîtriser. Même si tu as la technique, les conditions lumineuses de l'environnement feront qu'il va falloir persévérer pour avoir l'image qui te convient. Tu peux attendre longtemps dans des conditions climatiques compliquées pour avoir la photo parfaite. Chaque image prends du temps à être créée.

2. Est-ce qu'un endroit t'inspire ou est-ce que tu cherches un lieu pour répondre à une idée ?

Pour mes photos personnelles, je suis inspiré par un lieu. Concernant les commandes de particuliers ou d'entreprises, j'ai des contraintes, je ne suis plus libre. Il faut comprendre ce qui est important pour eux dans ce lieu et s'en servir dans une composition cohérente.

3. Peux-tu nous parler de ton processus créatif ?

Je commence par m'imprégner du côté sensoriel du lieu, en analysant la palette d'éléments que je pourrais utiliser, puis je travaille avec le boitier. Je regarde les textures au sol, les lumières, les branches ou les nuages et je réfléchis à ce que je pourrais en faire graphiquement, en utilisant les angles créés. Je fais une seule longue prise de plusieurs minutes, mais il me faut toujours beaucoup d'essais avant d'arriver à un résultat parfait. Je reste au minimum une heure sur le lieu. L'appareil photo numérique permet une prévisualisation de la photo que tu viens de prendre.

« En photo on parle de figer un instant, je parle de figer un moment. »

Les Becs Rouges, photo de Edouard Mazaré

4. Si tu pouvais changer une chose dans ton métier ?

- Le côté commercial. Je cherche d'un agent pour rechercher des contrats et des clients. Une personne qui soit responsable de montrer mon book. Plus j'ai du temps pour faire mes photos plus je suis heureux.

- Avoir plus d'organisation pour avoir plus de temps, j'ai une vie de famille qui est à gérer, c'est compliqué. Les horaires de mes photos ne sont pas du tout en raccord avec la vie de famille. Tu ne dois pas être là le matin et le soir, le moment où il faut donner le bain du soir ou le biberon du matin. Je suis plus sur une méthode de travail où je pars au moment où je vois une belle lumière qui m'inspire, donc il faut accepter la frustration. Le photographe de paysage est dépendants de la météo.

991 02, photo de Edouard Mazaré

5. Quel a été l'impact du Covid sur ta carrière ?

J'ai travaillé avec des galeries en ligne, qui ont bien fonctionné pendant la pandémie. Les gens qui avaient les moyens, au lieu de se payer un repas au restaurant ou une nuit à l'hôtel restaient chez eux. Ils avaient donc le temps et l'argent pour regarder sur internet une nouvelle décoration pour leur salon. C'est cette même année que j'ai commencé à préparer l'Atelier, cela m'occupait. Les aides de l'Etat ont été aussi utiles.





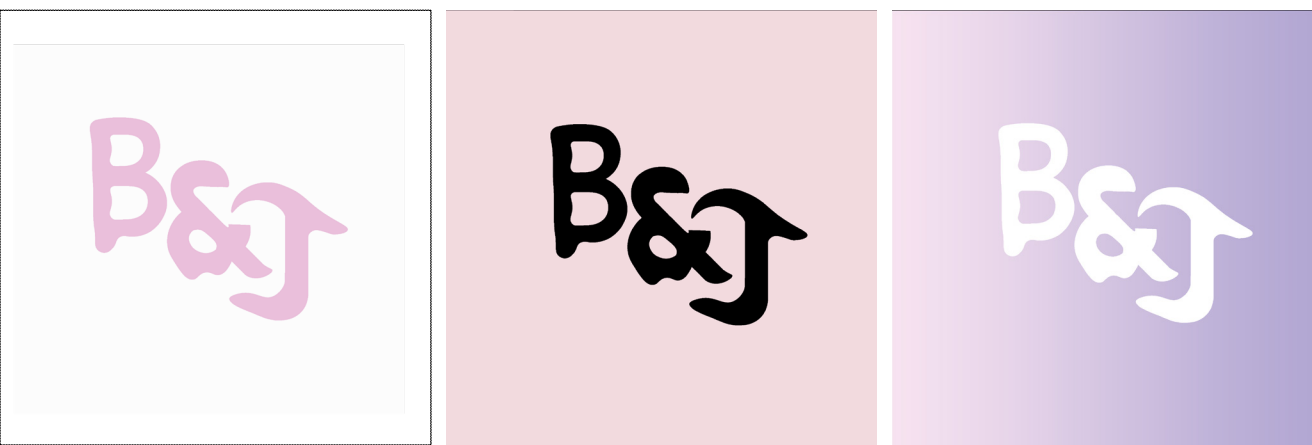
Logo Ben&Jerry's

La consigne était de refaire le logo de la marque Ben&Jerry's.

J'ai choisi de créer un logo reprenant les lettres de début de chaque mots du nom de la marque - B et J - et de rajouter entre eux le signe &, symbole de la marque depuis sa création. J'ai d'ailleurs modifié ce & pour qu'il ressemble à la forme originale qu'il leur avait donné à la création du premier logo, la tradition étant une valeur importante à leurs

yeux. J'ai modifié les lettres pour leurs donner un aspet 'dégoulinant', comme une glace qui fond.

Leur marque se voulant simple et relevant une image 'paisible' (le slogan est amour, paix et crème glacée), j'ai choisi de créer des logos blanc et noir, pouvant être déclinés en d'autres couleurs selon le packaging des produits. Associé à des couleurs vives ou claires, le blanc permet d'obtenir une sensation visuelle de fraîcheur.



Projets du premier semestre

Carte de visite

C'est le premier projet au début de semestre, qui nous demandait de créer une carte de visite.

J'ai dessiné les éléments un à un sur illustrator et je les ai mis en place sur photoshop.



Visuel créé par Sarah Urlacher - Photophop et Illustrator
Création de carte de visite pour un salon de thé.

Flyer d'une exposition

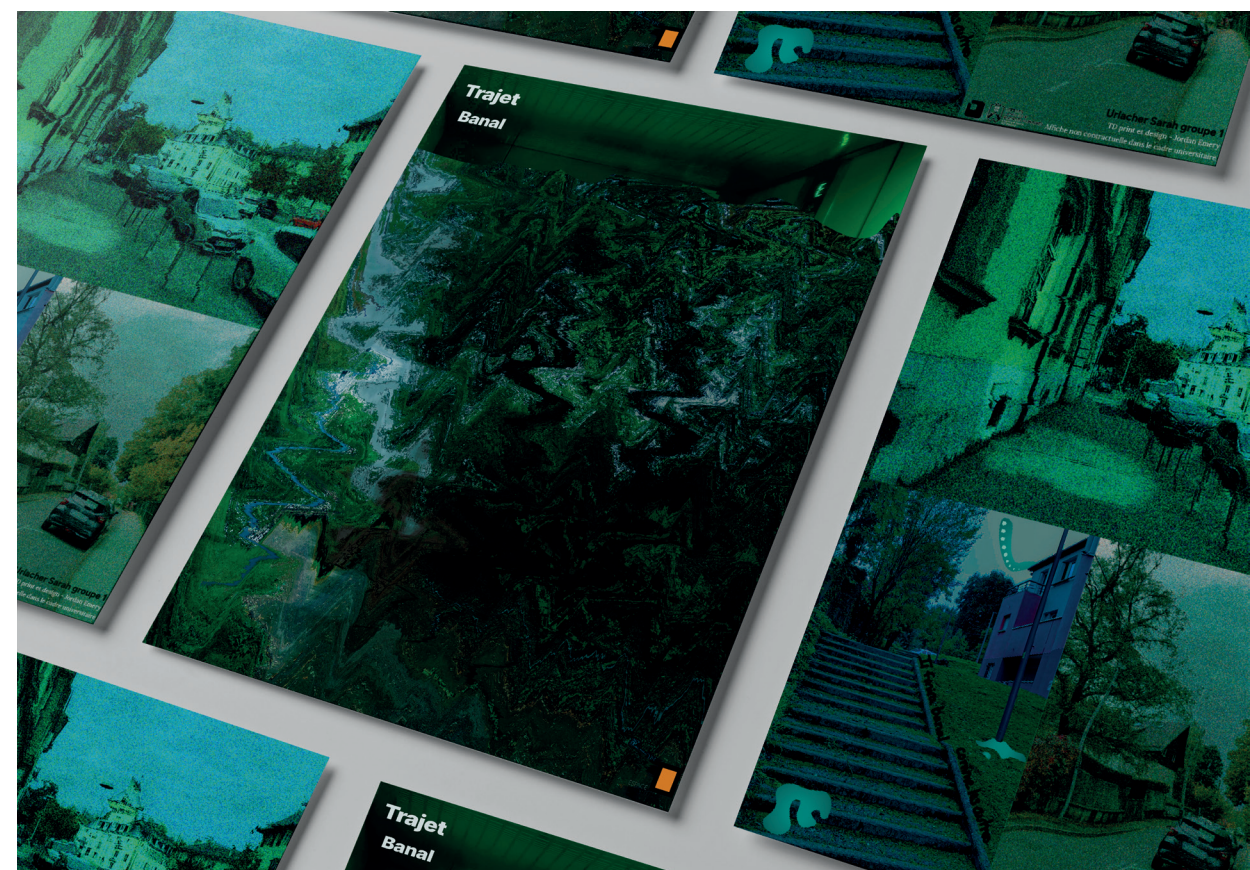
L'exercice avait pour objectif de nous faire créer un flyer fictif pour la Galerie Larith qui organisait une exposition dans le centre-ville de Chambéry. La galerie était le point de départ de cette exposition rassemblant plusieurs partenaires tels que le musée des beaux-arts, l'hôtel de cordon mais aussi la galerie Euréka et la cité des arts. Cette exposition avait pour but d'augmenter la visibilité de la galerie et de pousser les personnes à visiter le centre-ville.

Cette exposition rassemblait les 3 derniers artistes qui étaient passés dans la galerie. En parallèle de cette exposition 4 œuvres d'artistes numériques étaient exposés dans divers coins de la ville.

Il fallait donc créer le flyer de promotion de cet événement, en intégrant un schéma de la ville ainsi que la liste des artistes présents.



Visuel créé par Sarah Urlacher - Photophop et Illustrator
Flyer de présentation d'une exposition à Chambéry.



Visuel créé par Sarah Urlacher - Photophop, Indesign et Illustrator
Affiche représentant mes trajets jusqu'à la fac.

Affiche 'Trajet Banal'

On nous a demandé de créer une affiche en utilisant des photos de notre trajet de notre appartement jusqu'à la fac.

A chaque fois que je viens en train à Chambéry ou que je me balade dans la nature autour de la ville, la couleur de l'herbe m'impressionne. J'ai voulu utiliser ce vert très clair - presque fluorescent, que j'ai l'impression de voir partout, dans l'affiche.

C'est la couleur qui m'entoure tous les jours quand je fais le trajet de mon appart à la fac. J'ai choisi le titre 'trajet banal' car même si quelque chose semble exceptionnel au début, à force de le voir tous les jours on finit par s'en désintéresser et s'en

habituer. C'est quelque chose que je redoute à chaque chose que je débute une activité, que je commence à apprécier quelque chose ou que je commence une relation avec une personne par exemple. Quand quelque chose devient banal et que je n'ai pas le choix que de le faire ou le continuer, je l'imagine d'une autre façon, je cherche des détails que je n'avais jamais vu ou je crée des choses mentalement autour de moi. Je me suis donc servie de cette habitude pour créer 4 photographies différentes, toutes dans les tons verts.

**VOUS ÊTES
BIENTÔT ARRIVÉS.**



Affiche McDonald's

Cette affiche en flat design fait la promotion des frites McDonald's, en faisant parler du drive. Les frites partent de la barquette pour se diriger dans la direction que doit prendre l'automobiliste. Elles représentent la route à suivre, cela fait référence au tracé GPS. Le slogan rappelle aussi le GPS, avec une simple phrase qui donne un ordre au conducteur. Les humains font généralement confiance aveuglément à leur GPS, on devrait avoir confiance en cette affiche. Cette affiche est minimaliste, l'élément le plus important étant ce slogan. Sachant que neuf personnes sur dix ne lisent que le slogan, c'est un titre qui attire l'attention, qui est percutant pour eux et courts à lire si on roule en voiture. De plus il est placé à gauche de l'affiche, coté de la chaussée. On ne reconnaît que la marque grâce au logo présent sur la boîte rouge, symbole des frites McDonald's.



Affiche de la campagne publicitaire McDonald's



LETTRES
LANGUES &
SCIENCES HUMAINES
UNIVERSITÉ SAVOIE
MONT BLANC

2,77€



5 901234 123457 >