



// POINTS FORTS

- + CURIEUX, IL S'INTÉRESSE À TOUT, DANS TOUS LES DOMAINES. IL PEUT S'AFFRANCHIR COMME JOUER DE CES RÉFÉRENCES.
- + À L'ÉCOUTE DU CLIENT, IL SAIT ENTENDRE SA DEMANDE AVANT DE LA TRADUIRE GRAPHIQUEMENT.
- + NOMBREUSES PISTES CRÉATIVES ET COHÉRENTES EN ACCORD AVEC LES OBJECTIFS DE DÉPART.

BENOÎT ADNET

T +32 (0)478 82 88 99
info@benoitadnet.be
www.benoitadnet.be
www.apresky.be

SPÉCIALISTE EN IDENTITÉ VISUELLE D'ENTREPRISE

Passionné d'art et d'histoire, avec un grand intérêt pour la littérature et la bande dessinée, Benoît Adnet est gradué en arts graphiques.

Il a complété ce cursus par de nombreuses formations dans des logiciels graphiques. Les compétences acquises au cours des neuf mois de spécialisation en identité visuelle seront appréciées par les agences de communication. Il désire également mettre ses qualités d'illustrateur au service de la communication culturelle via www.apresky.be, son projet freelance.

// DES MARQUES DÉMARQUÉES

Dans le foisonnement actuel de produits, d'entreprises et de services, il est important de sortir du lot. Partant du principe qu'on n'a jamais deux fois l'occasion de faire une bonne première impression, Benoît Adnet propose de développer une identité graphique cohérente et pertinente. **Pour cela, il accompagne l'entreprise dans la recherche et l'analyse de ses besoins. Sa marque de fabrique est de proposer l'exploration de nombreuses pistes créatives et originales.**

ÉOLICE

- + **Domaine du design :** Design de communication
- + **Spécialité :** Identité visuelle
- + **Nom du client :** TM Industry SPRL via Cellule Verte
- + **Taille du client :** PME
- + **Secteur d'activité :** Éoliennes domestiques
- + **La demande :** Création d'une identité visuelle pour des éoliennes domestiques. Eolice cible les agriculteurs, les entreprises et les particuliers. Les valeurs sont: retour au source, protection de la nature, impact humain, douceur et proximité.
- + **La réponse :** Le logo est résolument tourné vers l'exploitation de l'imagerie naturelle. Il garde cependant un rappel du but final : la création d'électricité. L'élément graphique principal évoque les trois pales de l'éolienne mais aussi un élément végétal. Le code couleur est en rapport avec cette dimension écologique. La typo « Éolice », création originale, a été pensée comme le vecteur entre la fabrication d'électricité et son transfert.



Le papier à en-tête et la carte de visite sont les premiers vecteurs de communication, et les moins coûteux.



L'étape des études graphiques est cruciale mais créative.

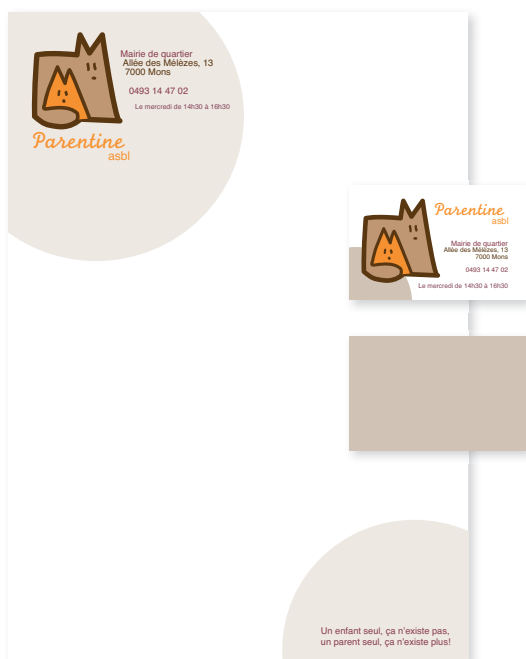


La présentation d'un logo est l'occasion de recherches de solutions créatives, elle aussi.



La conception d'une identité visuelle peut anticiper toutes les applications, et donc, tous les supports.

PARENTINE



Un logo n'est pas un élément isolé, il fait partie d'une identité graphique globale.

- + **Domaine du design :** Design de communication
- + **Spécialité :** Identité visuelle
- + **Nom du client :** Parentine
- + **Taille du client :** 8 personnes
- + **Secteur d'activité :** Structure d'accueil destinée aux parents-adolescents, seuls ou en couple.
- + **La demande :** Faire en sorte que la structure d'accueil ne soit plus uniquement destinée à une population défavorisée, mais soit ouverte à tous les publics. Promouvoir le lien parent/enfant et les compétences via des activités ludiques. Elargir leur diffusion aux lieux publics (magasins, pharmacies...). Réaliser le logo et des applications réalistes économiquement.
- + **La réponse :** Le logo utilise le registre de l'illustration ludique, pour attirer l'attention des enfants, et par là, de leurs parents. Cette solution met en avant le côté cocon accueillant, confort protecteur. L'idée de relation parent-enfant est matérialisée par la présence du chat et de son chaton.



La sélection de l'élément intéressant doit correspondre à la demande du client.



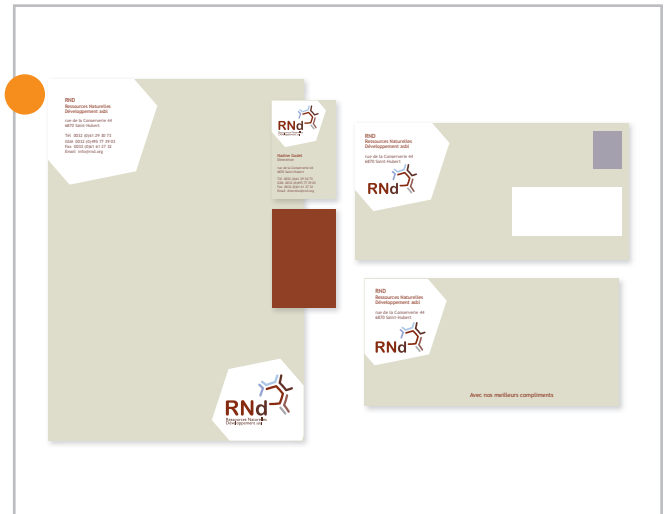
Un logo ne flotte pas dans l'air, il doit pouvoir s'intégrer dans une série d'applications.



Après l'analyse, les recherches graphiques sont l'occasion de débordements ludiques.

RESSOURCES NATURELLES DÉVELOPPEMENT ASBL

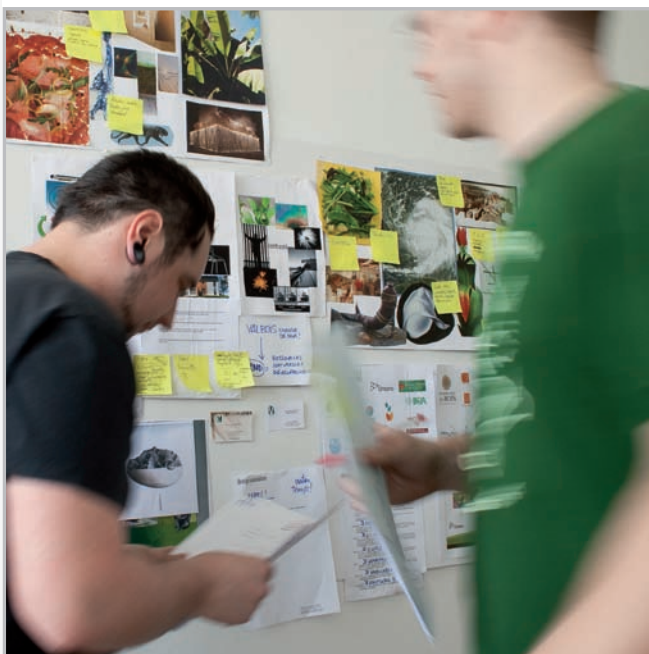
- + **Domaine du design :** Design de communication
- + **Spécialité :** Identité visuelle
- + **Nom du client :** Valbois Ressources Naturelles asbl
- + **Taille du client :** 15 personnes
- + **Secteur d'activité :** Valorisation des ressources naturelles dans la Grande Région
- + **La demande :** Valbois élargit ses missions (valorisation du bois, de la pierre et de l'eau). Dès lors, elle change de nom. Les souhaits? Une nouvelle image, rajeunie. Mots-clés : épuré, contraste, dynamique, innovation.
- + **La réponse :** L'élément graphique symbolise la notion de territoire, essentielle chez RND, parce qu'elle recouvre l'ensemble des ressources naturelles à valoriser. La forme hexagonale participe à l'identité visuelle. On la retrouve sur les différents supports de communication. Le logo évoque également l'idée de réseau, le cœur de métier de RND étant « de mettre les gens ensemble ». La touche technique du logo permet de faire ressortir l'idée d'innovation.



L'hexagone se retrouve comme élément graphique récurrent sur tous les supports de communication.



La sélection parmi la multitude de recherches se fait suivant des critères de lisibilité, d'impact et de pertinence.



L'analyse et la réflexion font partie intégrante du métier.



La surprise est de mise concernant certaines applications.

Centre de Compétence actif dans les domaines du design, 'design innovation' s'attache à outiller et mettre en valeur les apprenants, à renforcer leur adéquation avec la réalité de terrain et du marché, et à développer leur expertise.

Au terme de leur formation en 'Identité Visuelle d'Entreprise', largement basée sur la pratique professionnelle, les apprenants sont devenus des spécialistes. **Tant au niveau de la pertinence de leurs créations que de la gestion de projets, ils peuvent apporter une réelle plus-value à leurs futurs employeurs et clients**, que ce soient des indépendants, des petites, moyennes ou grandes entreprises, ou d'autres types d'institutions.