



L'AGENCE ATELIER EMILIE

Atelier Emilie, agence de création et de design visuel installée en Normandie, est composée de deux personnes :

Emilie Raguin et Jerome Hien.

Nous concevons et réalisons des projets graphiques et créatifs pour les institutions, associations et entreprises.



Nous sommes un duo avec des compétences complémentaires qui rassemble plus de 14 ans d'expérience en communication et publicité.

Nous nous attachons à penser créativité, air du temps et cohérence d'ensemble et essayons d'insuffler aux projets un style affirmé, subtil et intemporel.

Notre manière communiquer est simple et chaleureux, en privilégiant toujours le dialogue, au plus près du souhait de la personne pour qui nous travaillons.

Nous avons à cœur de concevoir et produire des livrables clairs, conformes aux attentes clients, en étant dans l'air du temps, ancrés dans le réel, c'est-à-dire dans les impératifs métier et le contexte spécifique.

Penser et proposer notre travail graphique dans ce projet est pour nous l'occasion d'exprimer notre savoir-faire et de porter notre ADN de travail au service du Théâtre de Nîmes qui partage, sans nul doute, les mêmes valeurs que nous.

LES MEMBRES DE L'ÉQUIPE

Emilie Raguin

Co-fondatrice / Designer graphique

Après des études en école de graphisme, des études en alternance, à mi-chemin entre autodidacte et artisan, Emilie est une vraie touche-à-tout qui s'intéresse énormément aux matières et aux couleurs en essayant en parallèle, d'explorer et de se nourrir des arts qui l'entourent.

Elle s'attache à travailler chaque jour un graphisme positif, épuré et accessible.

Les choses du quotidien sont sa source d'inspiration principale.

Jerome Hien

Co-fondateur / Designer graphique

Indépendant depuis 2012, Jerome a co-fondé Atelier Emilie en 2016.

Il aime travailler la typographie en la manipulant, en lui donnant vie et le dessin de lettre qu'il cultive chaque jour au sein de l'agence. Il cogite sur la création d'identités visuelles et sur les problématiques de lisibilité dans la communication visuelles. Allier l'esthétique avec l'efficacité, il en fait sa priorité.

En parfait couteau suisse, Jerome travaille également sur des missions photographiques pour des projets client.

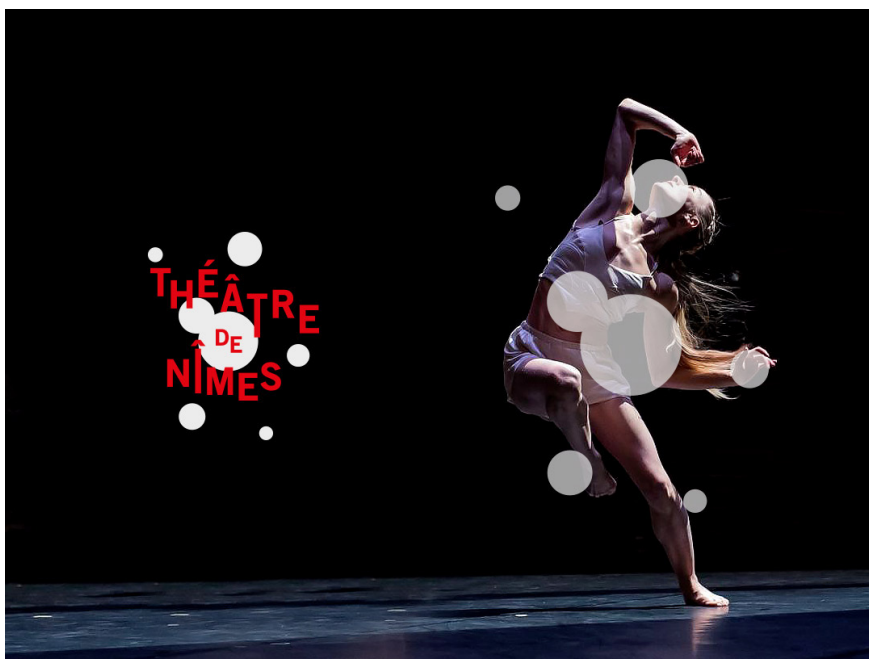
THÉÂTRE DE NÎMES

Il s'agit d'un projet issu d'un appel d'offre en 2020 pour concevoir la nouvelle identité visuelle du Théâtre de Nîmes. Nous nous sommes plongés dans cet exercice et proposer une identité visuelle qui soit à la fois étincellante, rayonnante et dans la continuité de l'existant.

L'idée de ce logotype est de mettre en avant une symbolique très claire : un espace de vie qui serait le terreau de projets artistiques issus de différentes disciplines, un carrefour où le talent, l'imaginaire et le spectaculaire s'articulent et s'animent entre eux. Cette marque visuelle valorise en son ADN, un signe positif d'ouverture, de vitalité et d'expression humaine et artistique, à l'image du Théâtre de Nîmes qui s'inscrit comme lieu de création et de diffusion pluridisciplinaire.

A la fois dynamique, esthétique et symbolique, cette marque visuelle valorise en son ADN, un signe positif d'ouverture, de vitalité et d'expression humaine et artistique, à l'image du Théâtre de Nîmes qui s'inscrit comme lieu de création et de diffusion pluridisciplinaire (danse, théâtre, musique, lyrique, cirque et spectacles jeune public).

En imaginant ce logotype, nous avons à l'esprit une expression de Marco Martinelli, homme de théâtre italien qui considérerait « le théâtre comme le lieu de la mise en vie ». Aller voir un spectacle, c'est aller à la rencontre des émotions vraies, aller en quête de l'authenticité. C'est pourquoi le logotype que nous proposons se détache de toute composition régulière tant sur l'utilisation et la mise en place de la police de caractère que dans sa signature pictographique. La régularité des choses laissent place à l'énergie des émotions et au dynamisme du mouvement.



La régularité des choses laissent place à l'énergie des émotions et au dynamisme du mouvement. En parlant de mouvement, il est intéressant de s'attarder au pictogramme qui est composé de sept ronds gris clair de manière à symboliser en son centre la scène du Théâtre de Nîmes et les six disciplines artistiques présentées en constellation autour :

LA DANSE, LE THÉÂTRE, LA MUSIQUE, LE LYRIQUE, LE CIRQUE, LES SPECTACLES JEUNE PUBLIC

Par ailleurs, étant donné que le Théâtre de Nîmes est « scène conventionnée pour la danse contemporaine » depuis 2012, nous avons cherché à créer un jeu de placement avec les pastilles pour qu'elles se superposent avec le mouvement d'une danseuse contemporaine - ci-dessous, performant lors d'une représentation de l'adaptation contemporaine de Angelin Preljocaj « Roméo & Juliette » version 2016 au Théâtre Chaillot à Paris - en cohérence avec l'énergie remarquable de l'ADN du Théâtre de Nîmes.

Un clin d'oeil parfait dans la création de l'identité visuelle.

Cette composition intentionnelle des pastilles suivant le mouvement étiré de la danseuse nous permet de placer naturellement les éléments et de créer de l'interaction entre eux.

Lorsque nous nous attardons sur ce détail, nous nous efforçons de mettre en avant, une nouvelle fois, cette valeur d'authenticité propre à l'ADN du théâtre.



Le choix de différentes tailles de pastilles s'explique par cette volonté d'accentuer le dynamisme du logotype, comme des corps qui se déplacent sur scène, allant et venant, voltigeant d'un endroit à un autre, comme des éléments satellites mobiles sur la scène de jeu, plateau d'expression des émotions.

Au-delà de la symbolique mise en avant dans le logotype, nous avons conçu ce visuel graphique de manière esthétique combinant ainsi lisibilité et visibilité et accessibilité auprès du public car après tout, une institution prônant des valeurs de modernité, notamment en s'ouvrant vers l'international et de simplicité (pour développer le lien de confiance avec le public, en captant une audience plus diversifiée), nous avons privilégié l'utilisation de formes géométriques (les ronds gris) au caractère épuré de toute ornementation.

Ce sont des éléments aux formes simples qui cherchent à parler de manière directe à son public et qui tendent à valoriser les liens sociaux sans chercher à se soustraire à une quelconque vérité.

Cependant, à l'instar des émotions et des expressions humaines, l'idée d'asymétrie dans la charte graphique du Théâtre de Nîmes a toute sa place dans ce projet de refonte d'identité visuelle.

Il était donc intéressant pour ce projet de retravailler la police de caractère du logotype afin de « casser » sa régularité et créer une rupture avec un aspect graphique trop lissé.

Cette notion de rupture, nous pouvons la retrouver dans le rythme et le temps au théâtre.

Au même titre que les pastilles sur la danseuse, nous avons modifié et composé la police de caractère du logo afin de lui donner un placement fluide et naturel, toujours dans un souci de lisibilité.

Dans certaines situations d'application, il est possible que le logotype soit utilisé avec la mention « Scène conventionnée d'intérêt national - Art et création - Danse contemporaine » ou sur une impression en monochrome. Il sera donc fortement conseillé d'utiliser les logotypes délivrés dans la charte graphique.

Nous avons donc travaillé le logotype pour qu'il puisse s'adapter dans ces différentes situations, tout en préservant son efficacité et sa lisibilité.

