



dossier
de références

Thomas Fleury-Araujo

directeur artistique, designer graphique
& motion designer indépendant

+33 (0) 7 61 84 54 60
contact@thomasfleuryaraujo.fr
www.thomasfleuryaraujo.fr
[@_thomas_fleury_](#)

sommaire

[réflexion]

[réalisation]

[rigueur]

[recherche]

présentation	P.3
à propos & curriculum	P.4
méthode	P.5
références graphiques	
commanditaires	
Cndc-Angers	P.7
Chroma Festival	P.13
OFQJ-France	P.28
Rango	P.31
C ^{ie} Sortie de Secours	P.36
recherches & développement	
One the airwaves	P.44
Roue Libre	P.47
Flamme Éternelle	P.48
Actionner Hasard	P.49
La couleur orange	P.52
We Will	P.55
Jardin Botanique	P.61
Universal	P.65

Ce dossier de référence, est protégé
par la LOI n° 92-597 du 1^{er} juillet 1992 relative au code
de la propriété intellectuelle.

© Tous droits réservés à Thomas Fleury-Araujo 2024

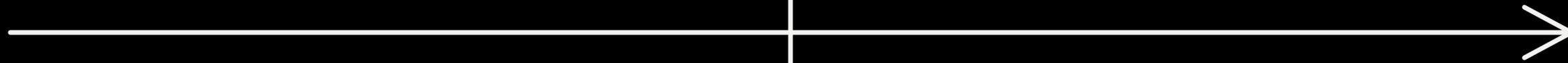
à propos
curriculum
méthode

[réflexion]

[réalisation]

[rigueur]

[recherche]



Je m'appelle Thomas Fleury-Araujo, je suis designer graphique & motion designer indépendant, exerçant à Angers. Depuis juillet 2021, j'accompagne les acteurs et actrices de la scène musicale, de la danse, des institutions et des entreprises privées à concevoir des identités graphiques, des éditions, de la signalétique, des animations et des objets. D'origine Franco-Portugaise, je place une importance à nourrir et enrichir mon approche du graphisme par le maillage d'inspiration culturelle, historique et bi-territoriale. Je suis passionné par la communication visuelle, par l'image, par ses différentes prises de paroles qui leur donnent force et pérennité.

Mes références sont issues des champs de l'Histoire de l'Art classique et contemporaine, de l'histoire du graphisme, des domaines du design, du cinéma, de la danse, du théâtre, de la pop culture ainsi que de la musique. Je place au cœur de mes propositions graphiques une réflexion construite et poussée, afin de créer des images, des signes et des typographies sensibles et sensés.

Fort de ces expériences riches en dialogues, échanges et écoutes, que je place au cœur de mes collaborations, je vous accompagne dans l'élaboration de votre identité graphique qui se voudra singulière, authentique et remarquable.

J'exerce pour les domaines ↗
de la musique
la danse
la culture
de l'institutionnels & privés

J'aime 🎨
la typographie et son dessin
la couleur et ses associations
la photographie argentique
la plasticité & l'art abstrait

Studio La surface des choses

en cours

Création et conception de l'identité graphique du studio design textile & pattern La surface des choses pour la designeuse & plasticienne Anissa Allam-Vaquez

C^{ie} Sortie de Secours

juillet 2023

Création et conception de l'identité graphique de la compagnie de danse contemporaine C^{ie} SDS pour l'artiste danseuse et chorégraphe Joséphine Boivineau

Chroma Festival

mai 2022 & 2023

Création et conception de l'identité graphique du Chroma Festival Première & seconde édition

Office Franco-Québécois pour la Jeunesse

novembre 2022

Appel d'offre remporté
Création et conception de l'identité visuelle d'Odysart

Cndc-Angers

septembre 2021 → avril 2023

Conception de campagnes d'affichages et déclinaison de la charte graphique

Écouter pour voir, atelier Malte Martin

avril → juillet 2022

Stage de fin de diplôme - Participation à la vie de la structure, aux conceptions et réalisations des commandes clients

Cndc-Angers

(Centre national de danse contemporaine)

avril → juillet 2021

Stage de professionnalisation dans le champs du design éditorial et numérique

L'atelier d'Arts Appliqués

2018 – 2022

Mise à Niveau en Arts Appliqués & Bachelor Design Graphique et Numérique obtenu mention bien

Ma méthodologie créative s'articule autour des quatre piliers suivants:

Dans un premier temps, j'engage une *[réflexion]*^{*1} conceptuelle à la suite d'un brief, d'une idée, d'une note d'intention, qui m'amène à faire des *[recherches]*^{*2} graphiques et plastiques, puis, par entonnoir, je cible les éléments qui répondent à ces derniers. Au service de ceux-ci, j'adapte les techniques et les médiums afin d'asseoir le concept et la *[recherche]* que j'engage.

Ce qui m'amène, finalement, à tutoyer divers univers visuels.

Enfin la *[réalisation]*^{*3} et les déclinaisons des supports graphiques en découlent, tout en instituant de la *[rigueur]*^{*4} et de la précision dans le déclinaisons finales.



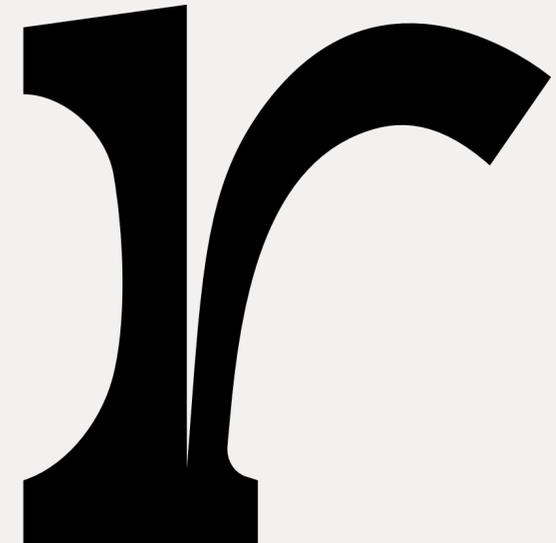
[réflexion]^{*1}



[recherches]^{*2}



[réalisation]^{*3}



[rigueur]^{*4}

r

[réalisation]

R

r

références
graphiques



commanditaire

Cndc-Angers déploiement id. print & motion

→ 2021

[P.7]

À la suite de la création de la nouvelle identité visuelle par le studio de création Twice, le Cndc a eu besoin, d'un designer graphique afin de déployer l'identité visuelle à destination de différents médias, imprimés comme digitaux.

J'ai réalisé plusieurs supports de communication s'appuyant sur la charte graphique, et ce, durant 2 ans.

↓ Livret d'accueil des artistes en résidence créé à partir du principe conceptuel avancé par le studio autour de la manipulation.
«Plier, déplier, manipuler un tract»

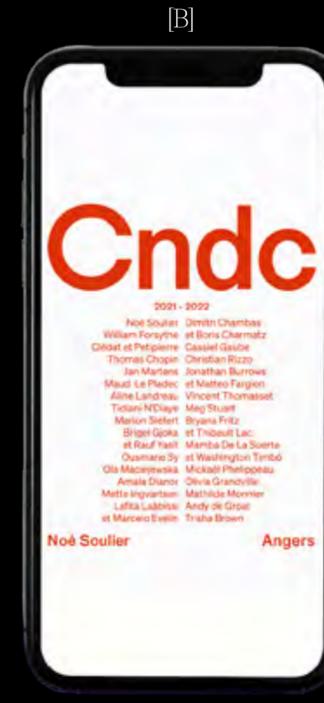
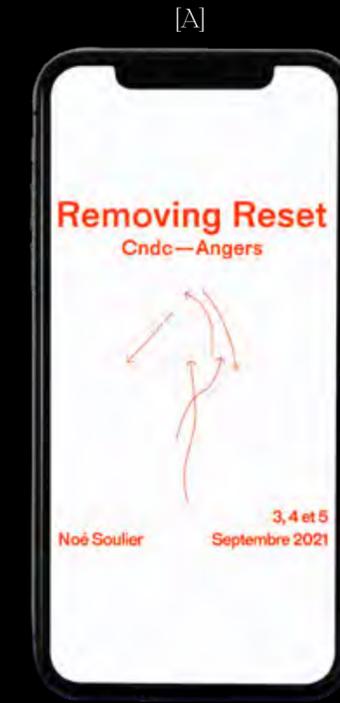
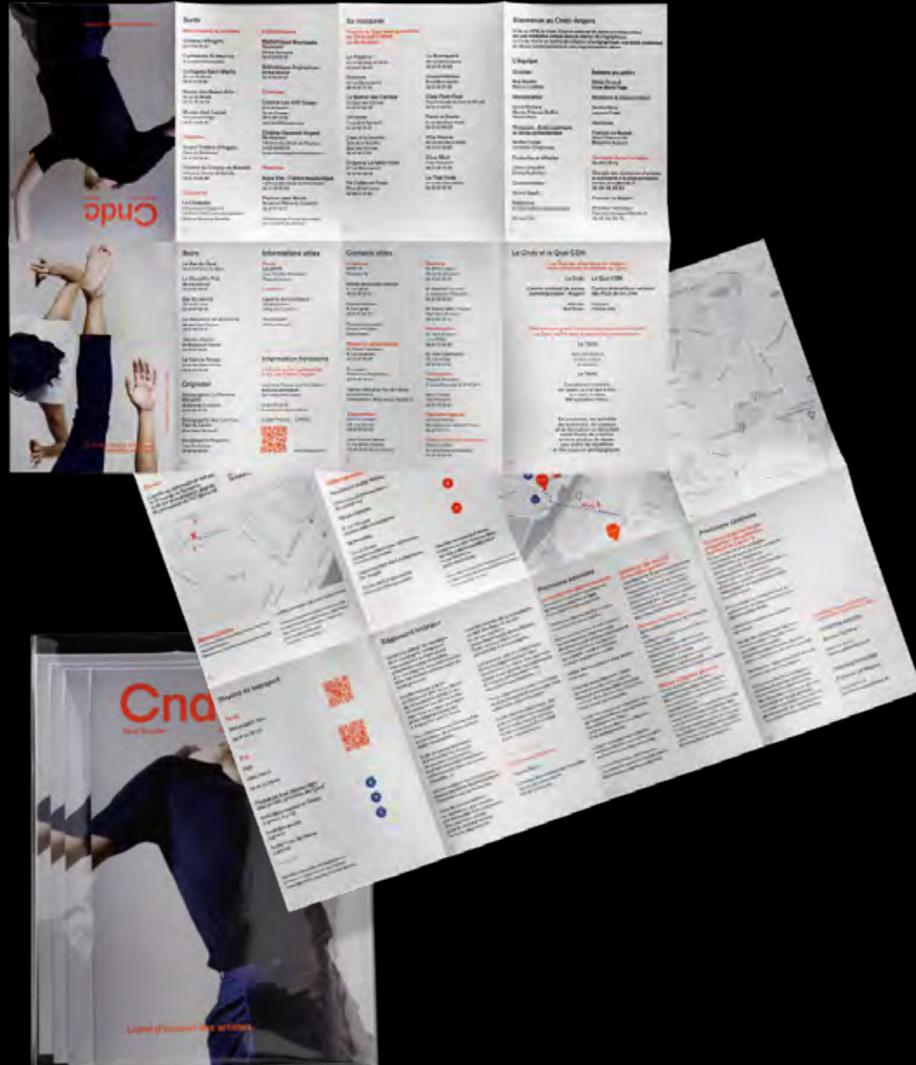
↘ Animations réalisées afin d'asseoir la présence et la communication sur les réseaux sociaux lors de la saison 21-22.

[A] Communication en Story lors de la représentation de la pièce Removing Reset interprétée par 37 étudiants du Cndc-Angers et du Cnsm-Lyon.

[B] Présentation de saison

[C] Animation réalisée lors de la réouverture des lieux culturels en mai 2021.

[D] Communications à l'occasion des auditions des futurs étudiants du Cndc pour la première promotion du manda de Noé Soulier.



commanditaire

Cndc-Angers
saison 21-22

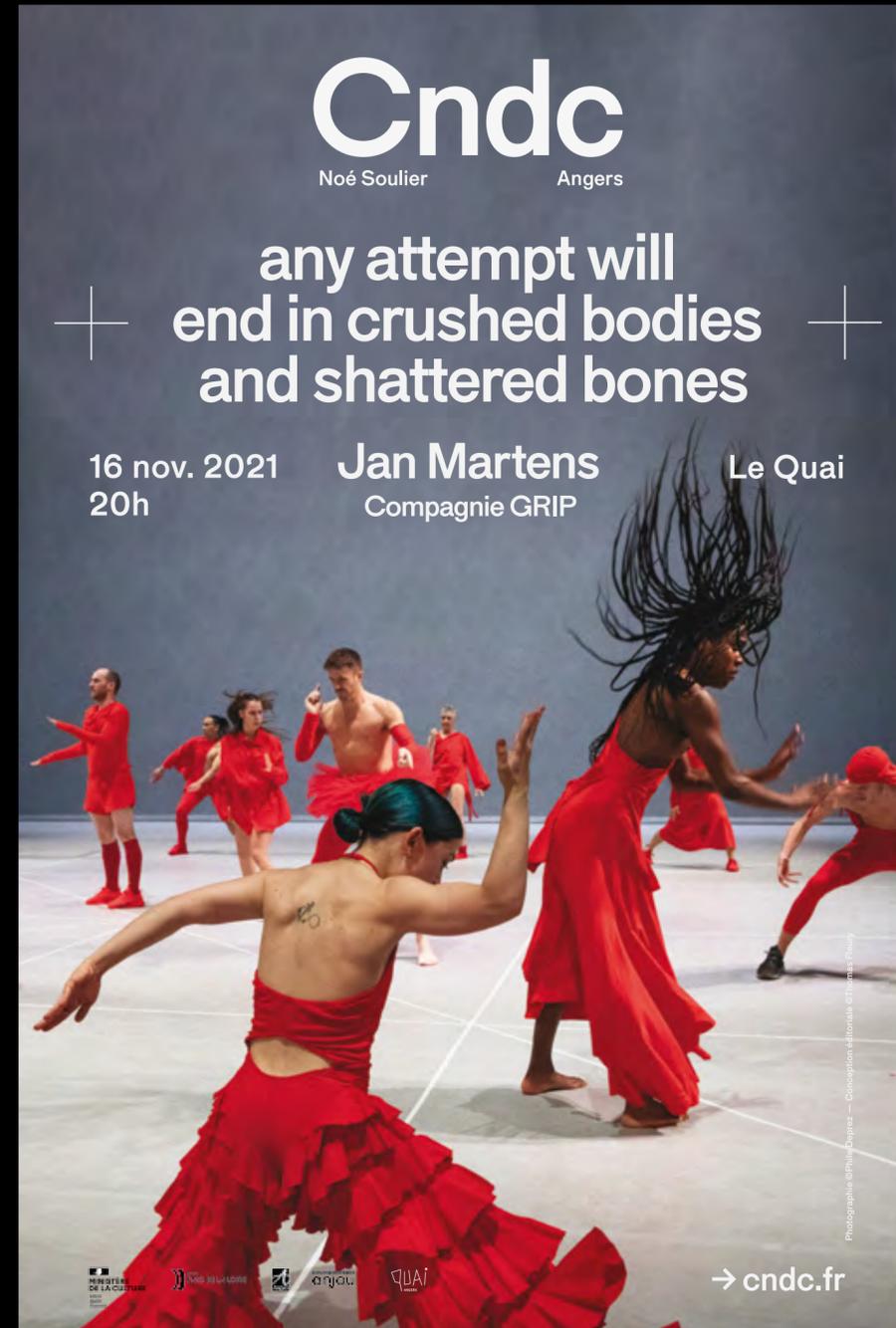
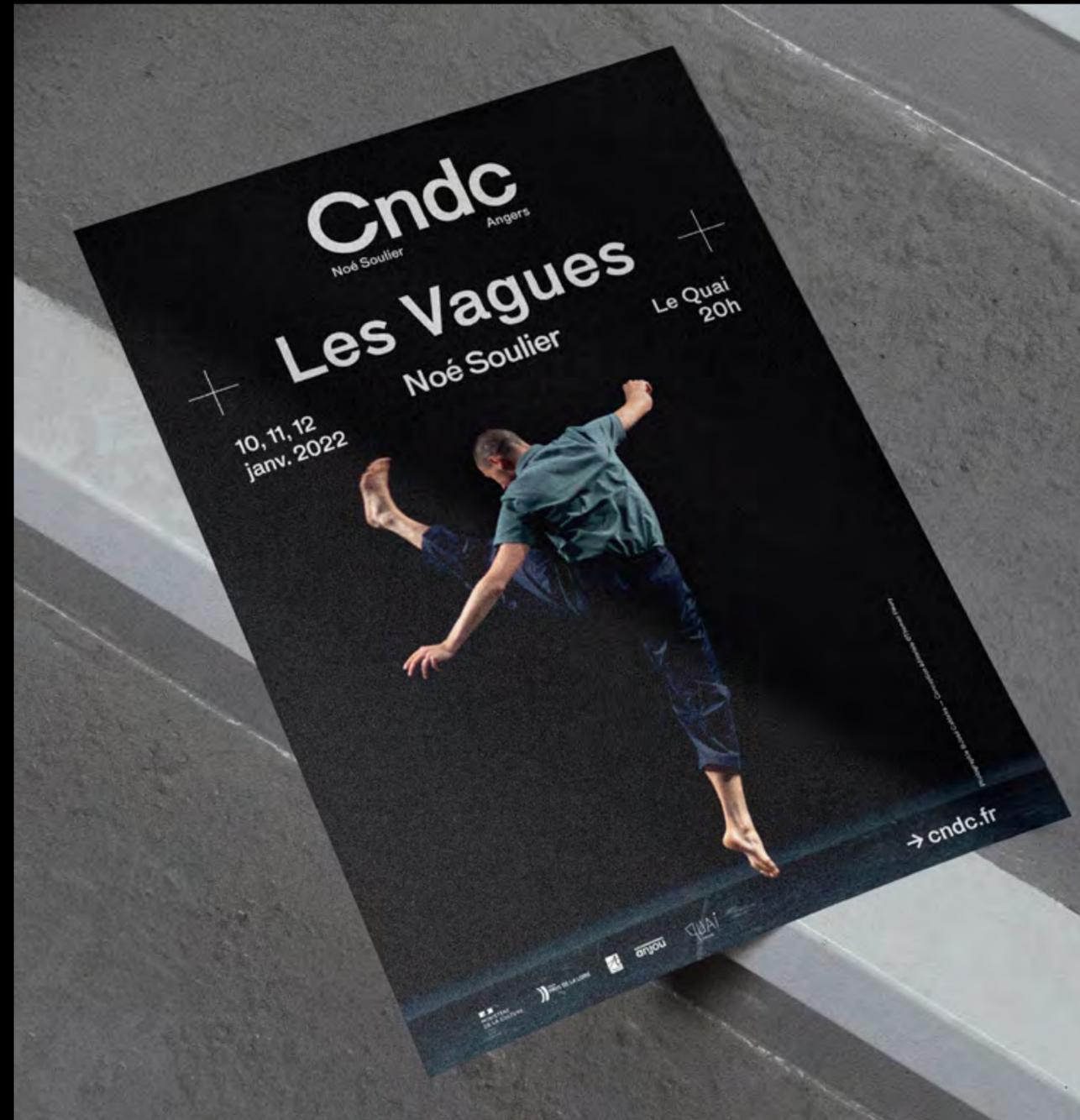
J.Martens & N.Soulier

→ 2021-2022

temps forts

[P.8]

Réalisation d'un système graphique
et d'un gabarit d'affiches pour
déclinaison durant la saison
artistique 2021-2022.



commanditaire

[P.9]

Cndc-Angers
saison 22-23

First Memory – N.Soulier

→ 2022

temps fort

Conception et réalisation
du système de composition d'affiches.
D'après le vocabulaire de Noé Soulier.

[a] *attraper* un objet,

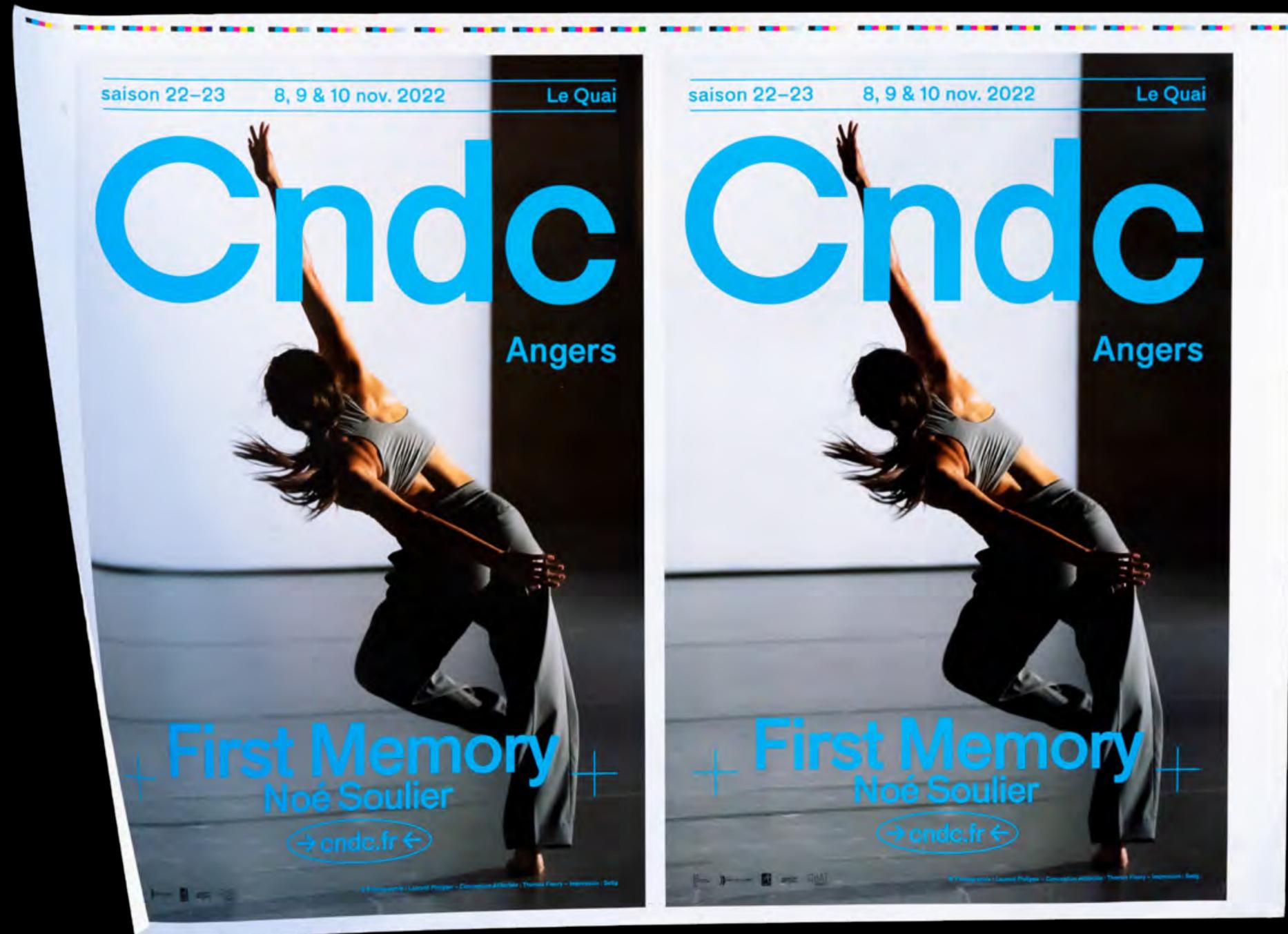
[b] *toucher* une saison artistique.

Suivi et calage chez l'imprimeur.

Photographie : © Laurent Philippe

Interprète : Yumiko Funaya

Impression : SETIG-Abelia



commanditaire

[P.10]

Cndc-Angers
saison 22-23

Festival "Conversations"
→ 2023 temps fort

Déclinaison de l'identité visuelle
du "Festival Conversations"
conçue et réalisée par © Twice Studio.
Mission freelance attribuée par le Cndc.

Supports :
[a] Encart presse revue Kostar
[b] Affiches 40 X 60
[c] Colonnes Morris à Angers

Photographie : © Mel Bles
Impression : SETIG-Abelia



commanditaire

Cndc-Angers

saison 22-23

Daddy - M.Siefert

→ 2023

temps fort

[P.11]

Conception et réalisation
du système de composition d'affiches.
Suivi et calage chez l'imprimeur.

Photographie : © Matthieu Bareyre

Interprète : Lou Chrétien-Février

Impression : SETIG-Abelia

Festival Conversations

Cndc

Angers

Festival Conversations
Cndc
Angers



Daddy

Marion Siefert

Avec Émilie Cazenave | Lou Chrétien-Février | Jennifer Gold | Lila Houel
Louis Peres | Charles-Henri Wolff

9 & 10 mars 20h30 Le Quai

Festival Conversations
Cndc
Angers



Daddy

Marion Siefert

Avec Émilie Cazenave | Lou Chrétien-Février | Jennifer Gold | Lila Houel
Louis Peres | Charles-Henri Wolff

9 & 10 mars 20h30 Le Quai

Daddy

Marion Siefert

Avec Émilie Cazenave | Lou Chrétien-Février | Jennifer Gold | Lila Houel
Louis Peres | Charles-Henri Wolff

9 & 10 mars

20h30

Le Quai

commanditaire

[P.12]

Cndc-Angers

saison 22-23

Skatepark – M. Ingvartsen

→ 2023

temps fort

Conception et réalisation
du système de composition d'affiches.

Pesanteur et apesanteur

Photographie : © Bea Borgers

Interprète : Manuel Fost

Impression : SETIG-Abelia



commanditaire

Chroma Festival

identité graphique

1^{re} édition – mai 2022

→ 2022

Le *Chroma* est un nouveau festival qui prend place dans le périmètre angevin depuis mai 2022. Il propose un grand mixe d'artistes venants des univers Rap, House et Techno.

Pour sa première et sa seconde édition, les organisateurs du Chroma Festival

m'ont fait appel afin de réaliser l'identité graphique de ce dernier.

Lors de sa première édition au printemps 2022, il a résidé les 6 & 7 mai au château du Plessis-Bourré à Écuillé (49).

Je leur ai proposé trois pistes de réflexions, qui leur ont permis de se projeter,

afin de construire ensemble une imagerie qui reflète l'univers musical de ce festival.

Pistes de réflexions
& recherches graphiques identitaire →



© Jules Couctmeur

commanditaire

Chroma Festival

piste | (logo sélectionné)
diffusion sonore

Ce système graphique traduit deux notions, le mélange de genre musical qui créer une entité nouvelle, vibrante et impactante, puis la diffusion de la vibration émise par ce mixe. On retrouve cette diffusion, cette vibration,

dans le visuel et dans le logotype. Il induit une propulsion sonore, celle de la musique dans l'enceinte du château.

Chroma

Festival	Rap	Electro	House
13 & 14	→	Mai 2022	□
Château du Plessis-Bourré			

Chroma

Festival	Rap	Electro	House
13 & 14	→	Mai 2022	□
Château du Plessis-Bourré			

Chroma

Festival	Rap	Electro	House
13 & 14	→	Mai 2022	□
Château du Plessis-Bourré			

Chroma

Festival	Rap	Electro	House
13 & 14	→	Mai 2022	□
Château du Plessis-Bourré			





chroma

<i>Festival</i>	Rap	Electro	House
13 & 14	→	Mai 2022	□
Château du Plessis-Bourré			

commanditaire

Chroma Festival

piste II (visuel sélectionné)
chromatic aberration

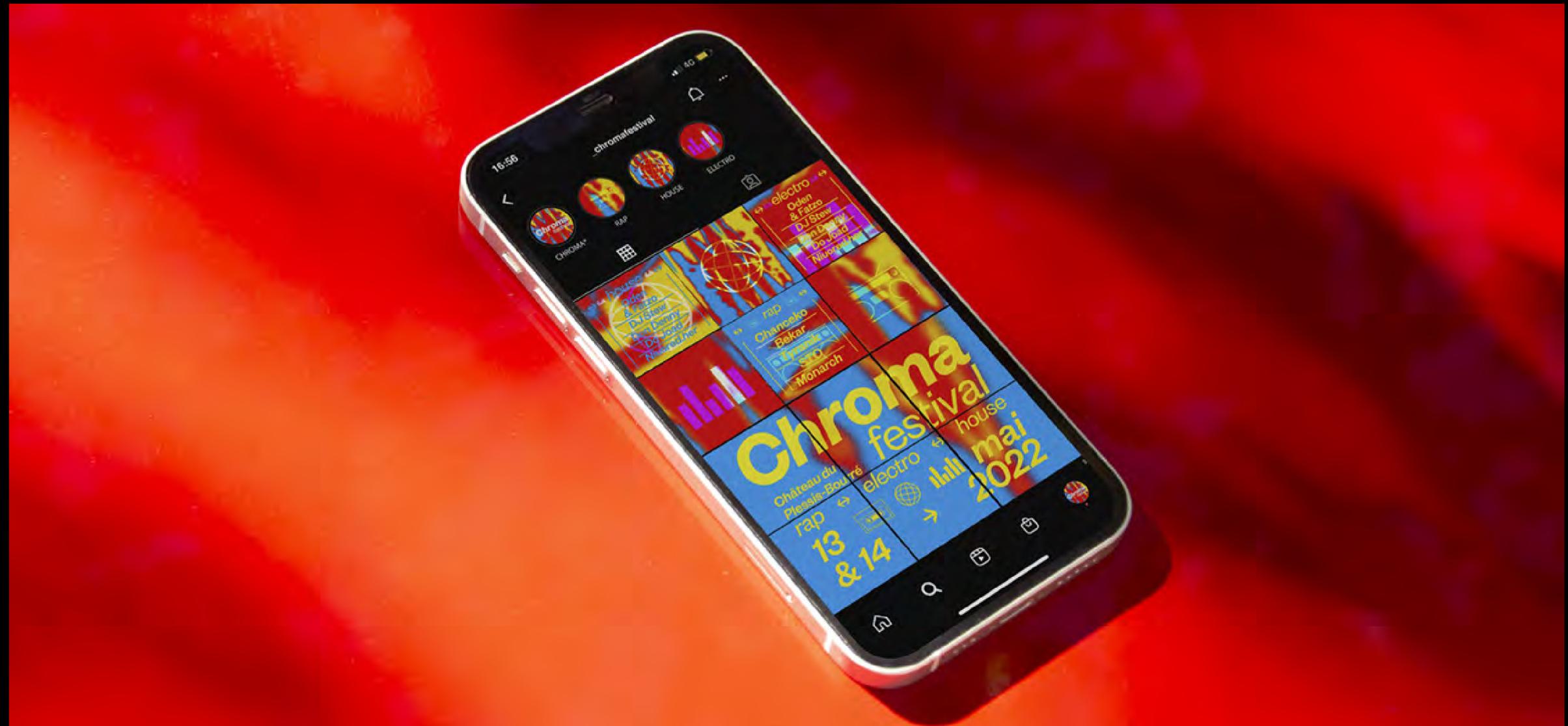
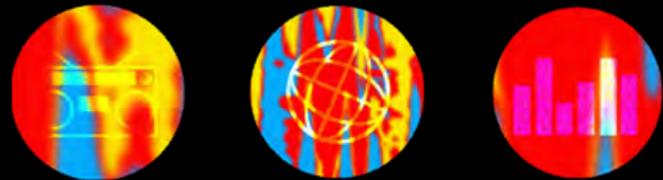
rap ↔ electro ↔ house

Chroma festival

Ce système graphique joue des trois couleurs primaires en aberration. Ce mélange chromatique fait référence aux 3 secteurs musicaux qui viennent se rencontrer, se mélanger. Le système typographique s'articule

autour d'une linéale grotesk, italique. Elle induit du mouvement, celui de la foule dans l'enceinte du festival.





commanditaire

Chroma Festival

piste 3 (non retenue)

blend song

Ce rendez-vous musical interroge la rencontre d'artistes contemporains dans un lieu historique. Véritable terrain de jeu typographique, le système se conjugue entre une superposition contemporaine

et historique, juxtapositions de genres musicaux, un maillage typographique accompagné de couleurs et signes résolument contemporains.

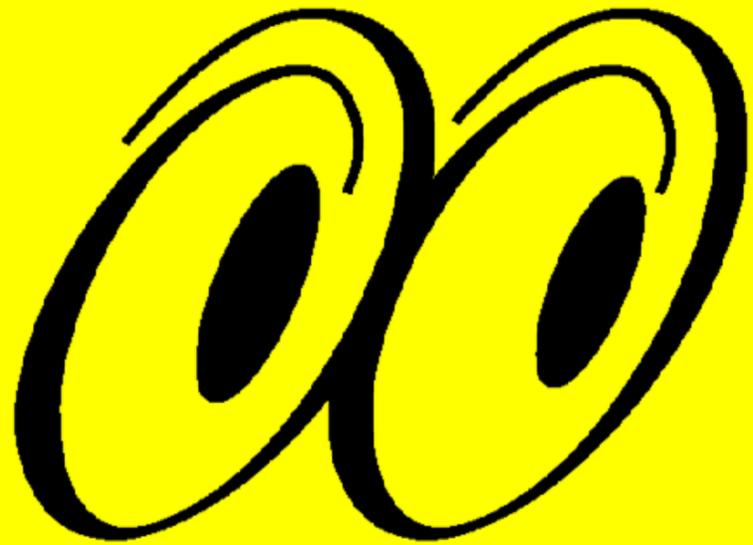
Chroma

Chroma

Chroma Festival

ELECTRO 13 CHÂTEAU → RAP 14 DU & MAI 2022 HOUSE PLESSIS-BOURRÉ





ELECTRO
13
CHÂTEAU

→

RAP
14
DU

&

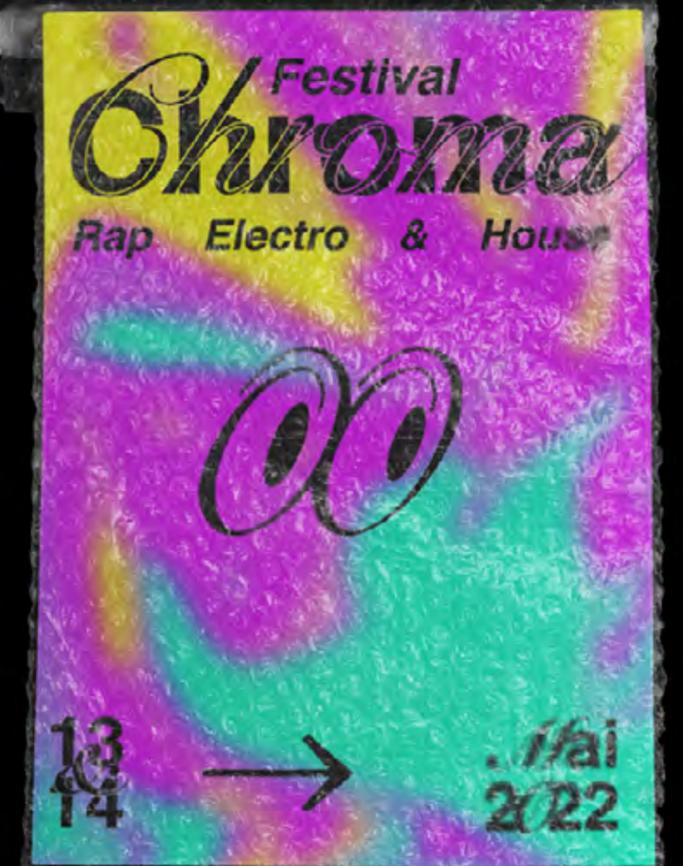
HOUSE
MAI
PLESSIS-BOURRÉ

2022

13
&
14

→

Mai
2022



commanditaire

Chroma Festival

2^{de} édition – mai 2023
château de Danne

→ 2023

Le *Chroma Festival* a présenté sa seconde édition au printemps 2023.

Pour lieu d'accueil, il a résidé les 5 et 6 mai au château de Danne situé à Segré-en-Anjou Bleu (49).

Afin de faire grandir ce festival et de rendre pérenne le travail d'identité

conçu l'année précédente, le système a donc été conservé mais ajusté.

Un nouveau lieu pour une nouvelle édition et donc une identité qui évolue.



commanditaire

Chroma Festival

2^{de} édition – mai 2023

château de Danne

→ 2023

Une identité toute en rondeur, pensée, sans équivoques, en regard du domaine de la musique, mais avant tout autour de l'objet disque.

La forme ronde induit la notion de rassemblement ; des secteurs musicaux ; de personnes, mais aussi au domaine de la danse.



Chroma
Festival

Rap ↔ House ↔ Techno
5 → 6 mai 2023
Château de Danne



↑ Le logosigne évoque les trois secteurs Rap, House, Techno qui se mélangent et tournent sur eux-mêmes.

↑ Il évoque la forme ronde d'un vinyle, et embrasse l'œil de l'étiquette circulaire.

↑ La forme ronde se répète, elle se transforme en bouton, mais aussi en éléments graphiques qui induisent le rassemblement (bloc date).

↑ Le tout est accompagné d'un visuel qui mélange trois couleurs pour trois secteurs musicaux qui traduisent le mixage, tout en faisant écho au nom du festival. Ce visuel se veut donc chaleureux et éponyme au nom du festival.

commanditaire

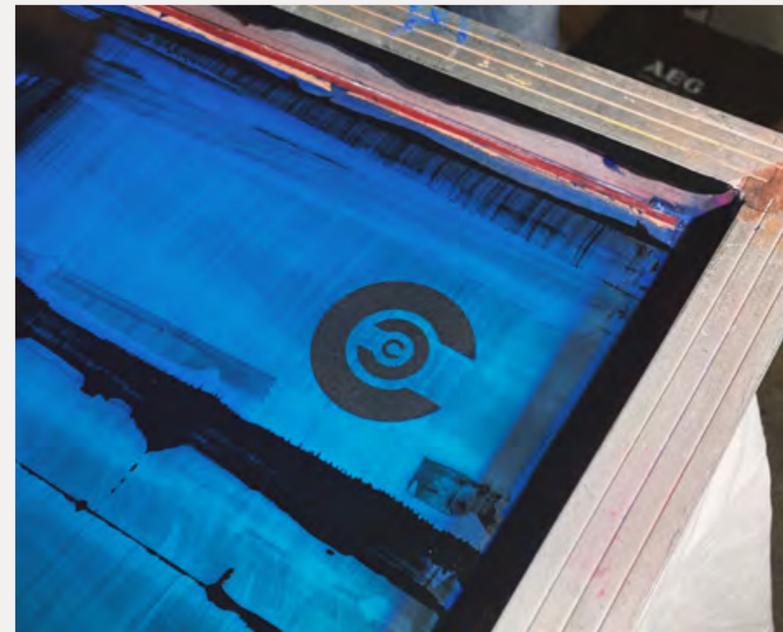
Chroma Festival

2^{de} édition – mai 2023

château de Danne

→ 2023

Afin de réaliser l'impression des tee-shirts du festival, j'ai proposé aux organisateurs de travailler avec l'atelier de sérigraphie *Kael*. Cela permet de faire fonctionner le savoir-faire angevin.



chroma

Festival

Rar ↔ House ↔ Techno
6 mai 2023
Château de Danne



commanditaire

Chroma Festival

2^{de} édition – mai 2023

château de Danne

→ 2023

[P.24]

Déclinaisons du système graphique :

[a] réseaux sociaux

[b] flyer event et before

[c] affiches

[a]

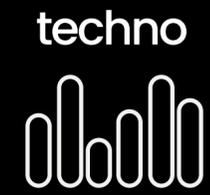


[b]



[c]





2^{de}
annonce
artistes



Chroma
Festival

5-6 mai 2023
Château de Danne



THE DRIVER
aka MANU LE MALIN



vend. 5

Techno

Chroma
Festival

5-6 mai 2023
Château de Danne



JABBA
b2b STO

vend. 5

House to Techno

Chroma
Festival

5-6 mai 2023
Château de Danne



b2b DON DENNY

vend. 5

Techno & Acid Techno

Chroma
Festival

5-6 mai 2023
Château de Danne



CRSN

sam. 6

Hard Techno & Indus

Chroma
Festival

5-6 mai 2023
Château de Danne



HA:RT

vend. 5

Italo-Disco - EBM



5 → 6 mai 2023
Château de Danne



A PENDERIE
NOIRE

Hard Techno

Chroma Festival



Rap ↔ House ↔ Techno

5 → 6 mai 2023

Château de Danne

Chroma Festival

5 → 6
Château de Danne

RASKA
FRIENDS
& FAMILY

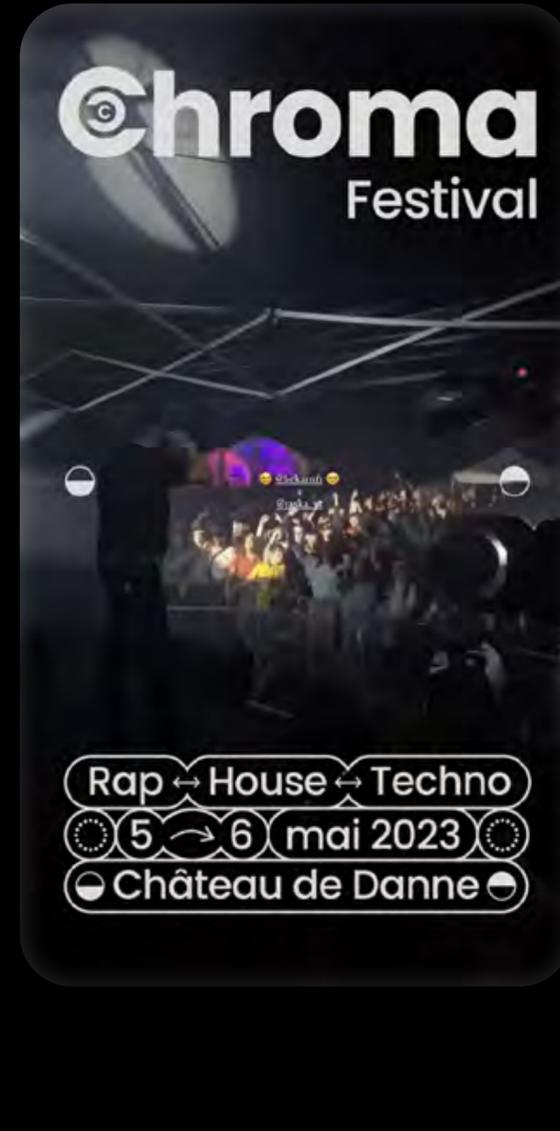


JEUNE GURU

vend. 5 sam. 6

↳ Gabarits de story pour présenter l'événement

↳ Filtres PNG appliqués directement sur les storys Instagram



commanditaire

OFQJ-France

appel d'offre (remporté)
identité graphique

→ 2022

Odysart est un programme d'échange culturel entre la France et le Canada pour les jeunes artistes et professionnels des arts et de la culture de 18 à 35 ans.

Après appel d'offre, l'*Office franco-québécois pour la jeunesse* m'a retenu pour concevoir et réaliser son identité graphique pour l'année 2023.



© Daniel DERAJINSKI pour l'OFQJ

commanditaire

Ofqj-france

appel d'offre (remporté) identité graphique

→ 2022

[P.29]

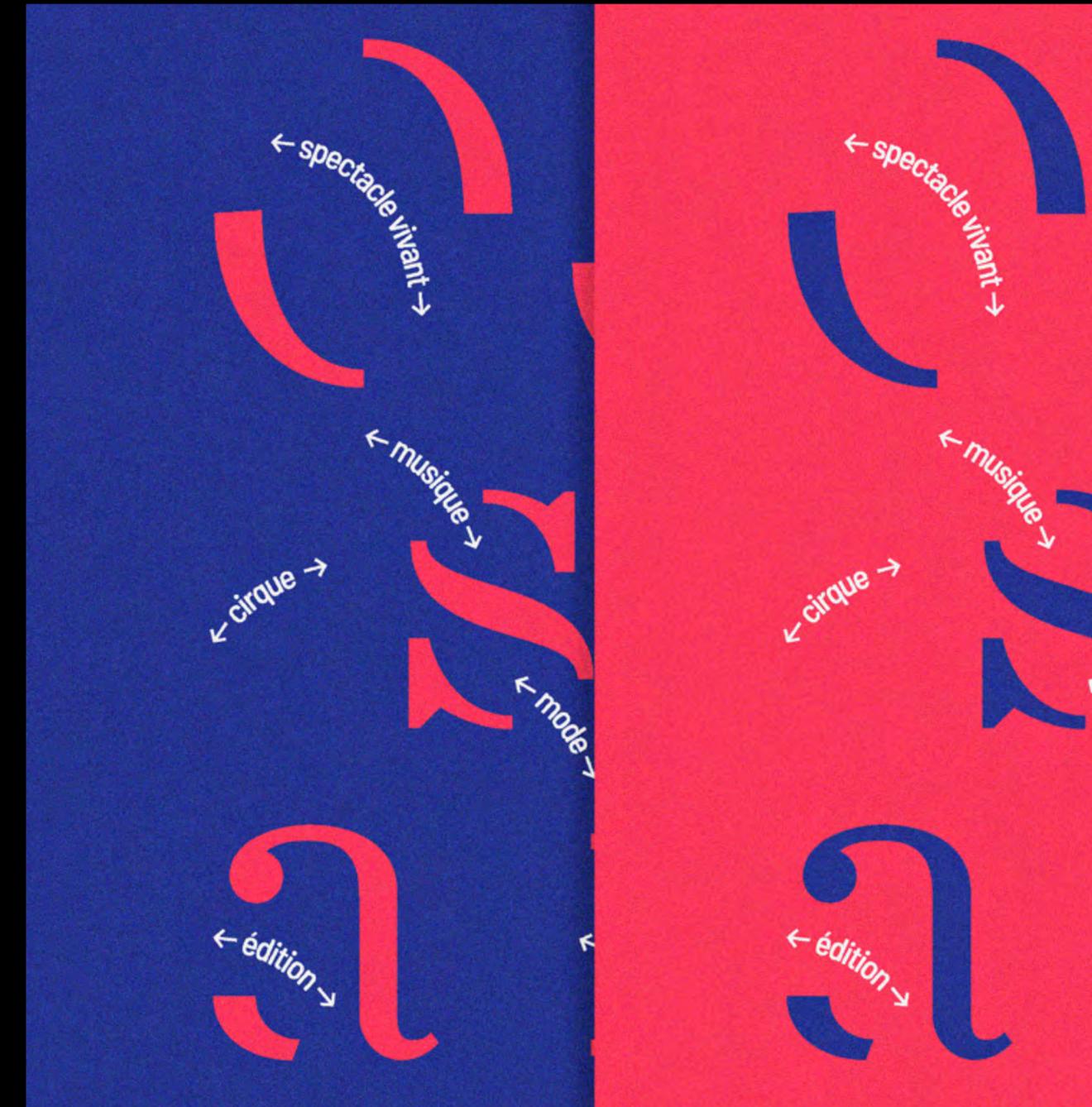
Afin d'évoquer les deux espaces d'échanges et de créations entre la France et le Canada, le logotype se forme par un caractère typographique scindé en deux, les pleins d'un côté, les déliés de l'autre. Conceptuellement, ils représentent, la France et le Canada

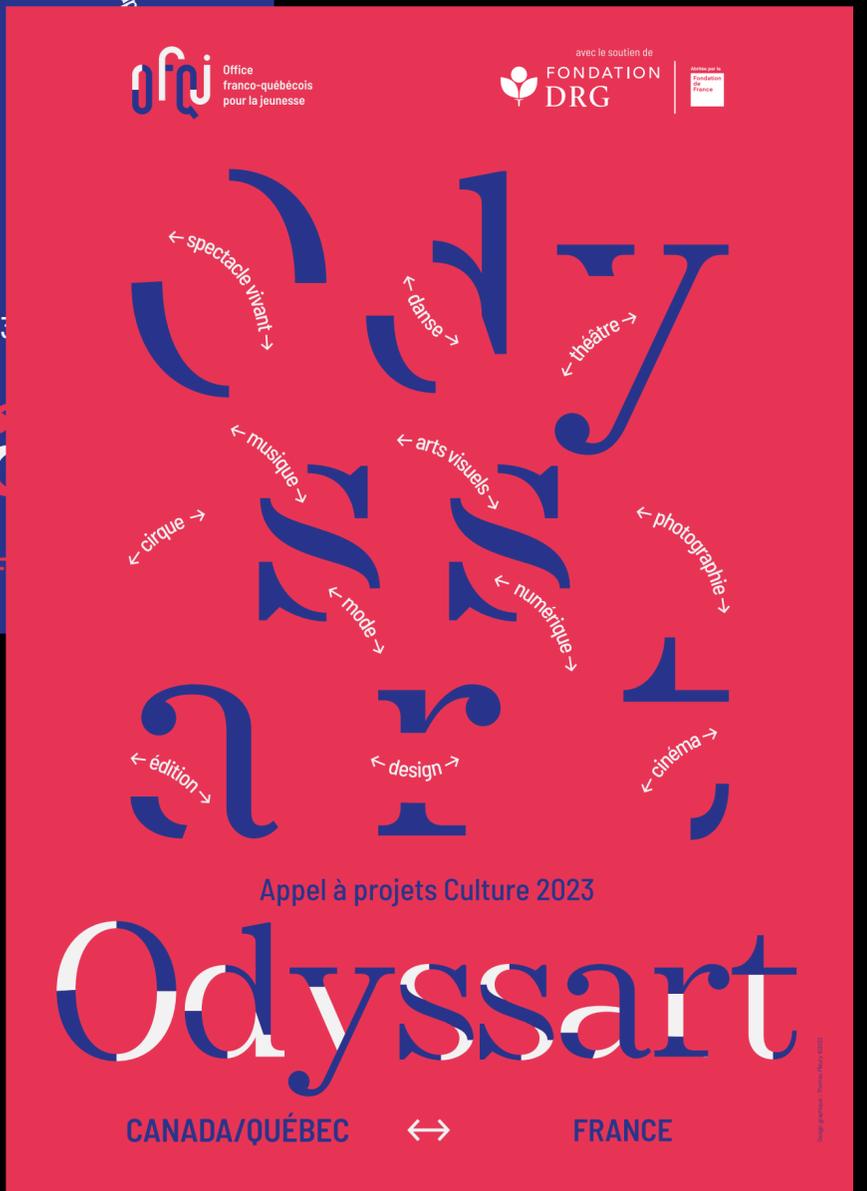
qui viennent, par chevauchement créer un espace commun. Par son dessin, il évoque l'art au sens 'classique'. Mais pourtant, interprété graphiquement de cette manière, il devient résolument contemporain. Dans sa forme évidée, le caractère créer

des espaces de navigations, il s'ouvre pour laisser place à un sillonnement des secteurs artistiques transcontinentale, comme des navires qui font leur odyssée sur l'océan atlantique.

Typographie : Paragon + P-ACR-AGON

Odyssart
+
Odyssart
↓
Odyssart





commanditaire

Rango Rangement

identité graphique

→ 2023

[P.31]

Rango est une entreprise privée qui propose ses services d'accompagnements dans la libération d'espaces physiques et numériques. J'ai conçu et réalisé l'identité graphique en m'inspirant des plis de cartons (pochette cartonnée, boîte en carton...) ce que l'on utilise

pour faire place; du langage pictographique populaire (fragile, à maintenir vers le haut...); et de verbes d'actions tel que ranger, déménager, classer, archiver.

Impression : Riso ; Flat Gold ; Studio Fidèle, le dégradé induit le mouvement, l'énergie du rangement.





RANGO

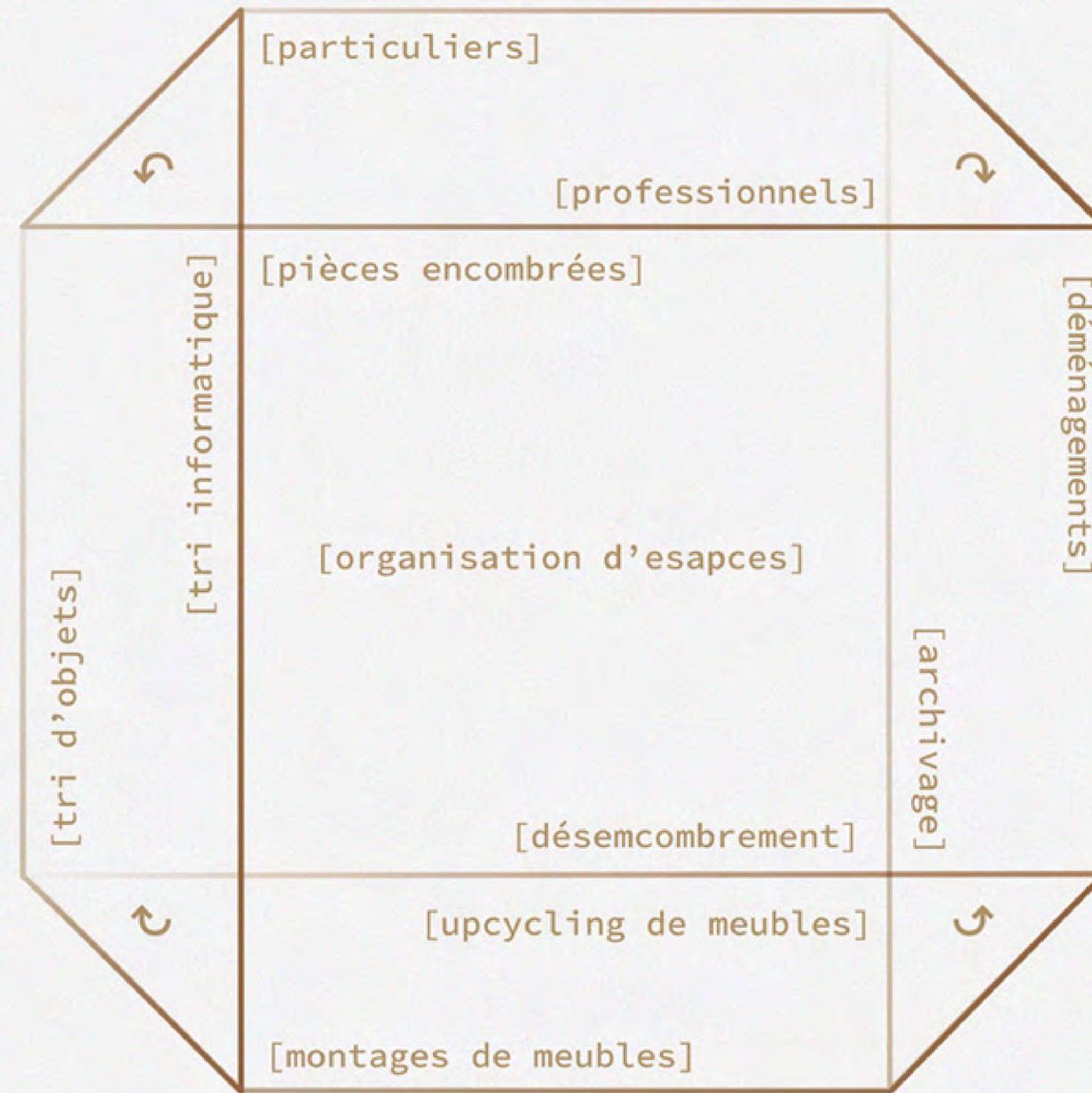
Accompagnement
et conseil
en rangement

Elsa Fleury
rango@gmail.com
07 56 84 92 87





[upcycler] [classer] [préparer un déménagement]
 [classer des fichiers] [organiser des espaces]





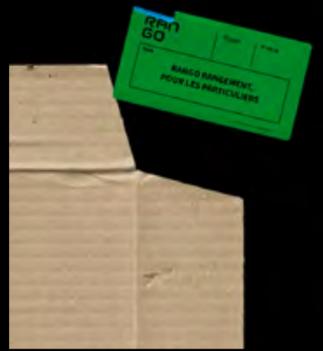
Vous êtes dans l'une de ces situations

- Des archives papier qui débordent et qui datent peut-être du siècle dernier...
- Vous n'avez pas le temps de trier, archiver, organiser vos armoires, vos ordinateurs et vos fichiers... Vos priorités sont ailleurs.
- Un espace que vous voulez récupérer ou une pièce encombrée.
- Vous devez organiser un déménagement d'entreprise.
- Vous perdez un temps fou à retrouver vos fichiers, votre documentation.



www.rango-rangement.fr

rango-rangement.fr Elsa Fleury 07 56 04 92 87



Vous êtes dans l'une de ces situations

- Des archives papier qui débordent et qui datent peut-être du siècle dernier...
- Vous n'avez pas le temps de trier, archiver, organiser vos armoires, vos ordinateurs et vos fichiers... Vos priorités sont ailleurs.
- Un espace que vous voulez récupérer ou une pièce encombrée.
- Vous devez organiser un déménagement d'entreprise.
- Vous perdez un temps fou à retrouver vos fichiers, votre documentation.



www.rango-rangement.fr

rango-rangement.fr Elsa Fleury 07 56 04 92 87



4 étapes & suivi client

PROFESSIONNELS

Chaque phase de la prestation nécessite une implication de votre part, et je le ferai en évitant de trop vous mobiliser. Il ne faudra alors un référent dans votre entreprise.

PARTICULIERS

La prestation se déroule dans la majorité des cas avec vous à mes côtés. Et si vous êtes à distance, je pense au déménagement/aménagement d'un armoire adéquat ou autre. Je vous ferai un compte rendu régulier de l'avancement.

Étapes 1 & 2 — premiers échanges

ÉTAPE 1

1^{er} contact et prise de rendez-vous. Ce premier contact nous permet d'échanger sur votre besoin et si mes prestations vous conviennent, nous prenons rendez-vous.

ÉTAPE 2

2^e visite et état des lieux + D'abord je réalise une pré visite où l'on se lit tout, ce que vous attendez de moi et l'investissement ce que j'attends de vous. Compter 1/2h à 1h.

Étapes 3 & 4 — devis & réalisation

ÉTAPE 3

Devis et lancement de la prestation. Envoi du devis et si vous le validez, nous fixons une date de réalisation.

ÉTAPE 4

Réalisation de la prestation. Je réalise avec ou sans vous la prestation et selon les conditions que nous avons fixées.

Étape 5 — je ne vous abandonne pas

ÉTAPE 5

Contenté du service client. Je serai à votre disposition gratuitement durant 1 mois en points téléphoniques d'1/4 heure par semaine en cas de difficulté de votre part à réaliser le rangement.

Et si vous le souhaitez une visite gratuite d'une heure un mois après la réalisation de la prestation, pour voir comment vous vous en sortez !

www.rango-rangement.fr

rango-rangement.fr Elsa Fleury 07 56 04 92 87



Aide et co
Elsa Fleu
rango.ran
07 56 84
www.rango
Réseaux :

commanditaire

Cie Sortie de Secours identité graphique

→ 2023

[P.36]

La *Compagnie Sortie de Secours* est portée par Joséphine Boivineau, qui est artiste danseuse & chorégraphe.

J'ai réalisé son identité graphique en tirant des références visuelles du langage populaire de la borne de signalisation "Sortie de Secours" et des codes couleurs

des normes de sécurité.

Joséphine Boivineau intervient dans des périmètres urbains, elle préforme là où le public ne s'y attend pas. Elle crée des issues de secours dans le quotidien des gens. Dans la rue, là où le public est surpris.

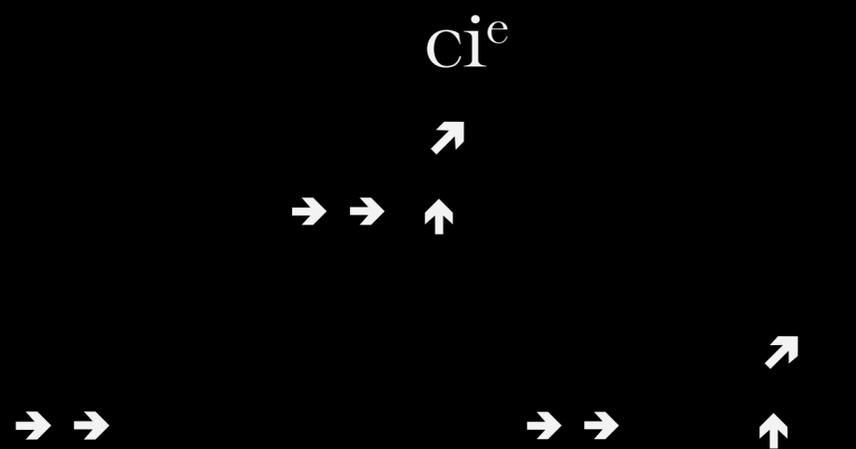
La seule lumière qui reste quand le noir intervient sur scène, c'est celle de la borne SDS. Mais dans la rue, les sorties de secours sont partout ?

Photographies: © Elie Fico

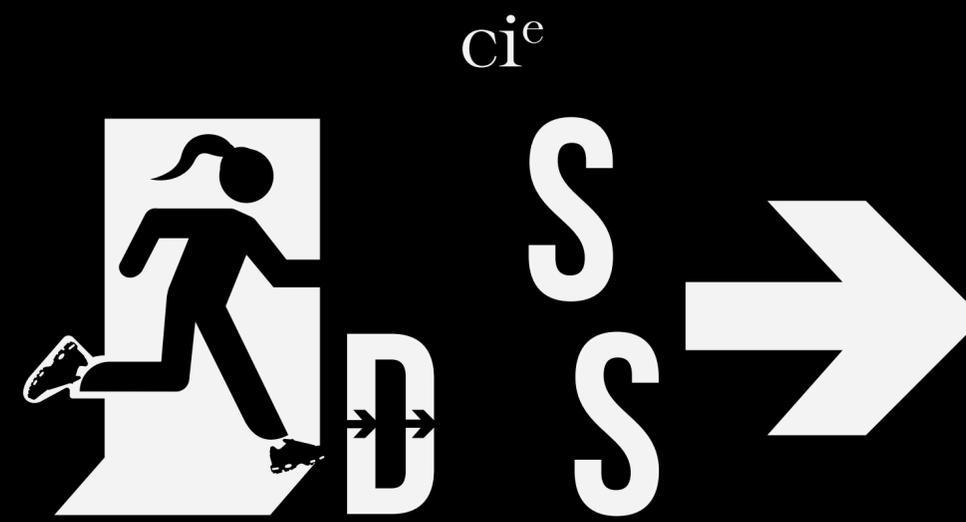


ci^e
**SORTIE
DE SECOURS**

Joséphine Boivineau



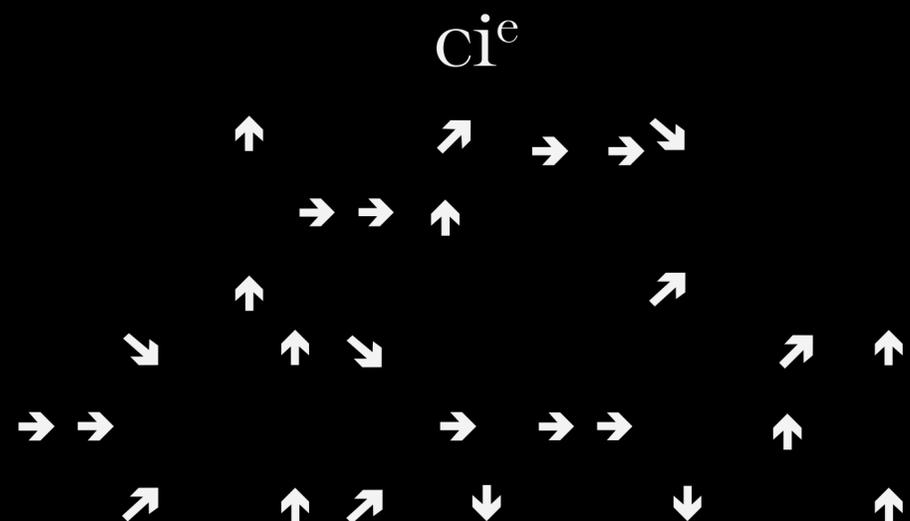
Joséphine Boivineau



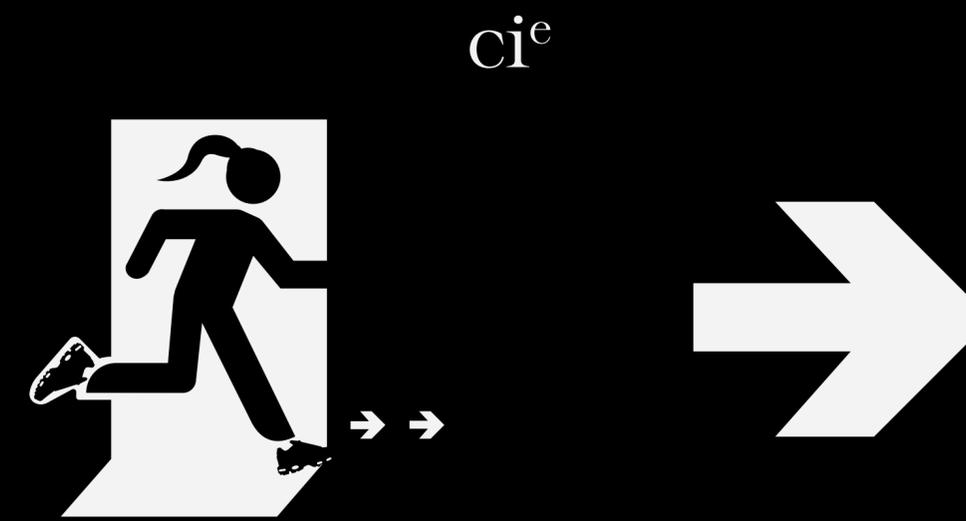
Joséphine Boivineau

ci^e
**SORTIE
DE SECOURS**

Joséphine Boivineau

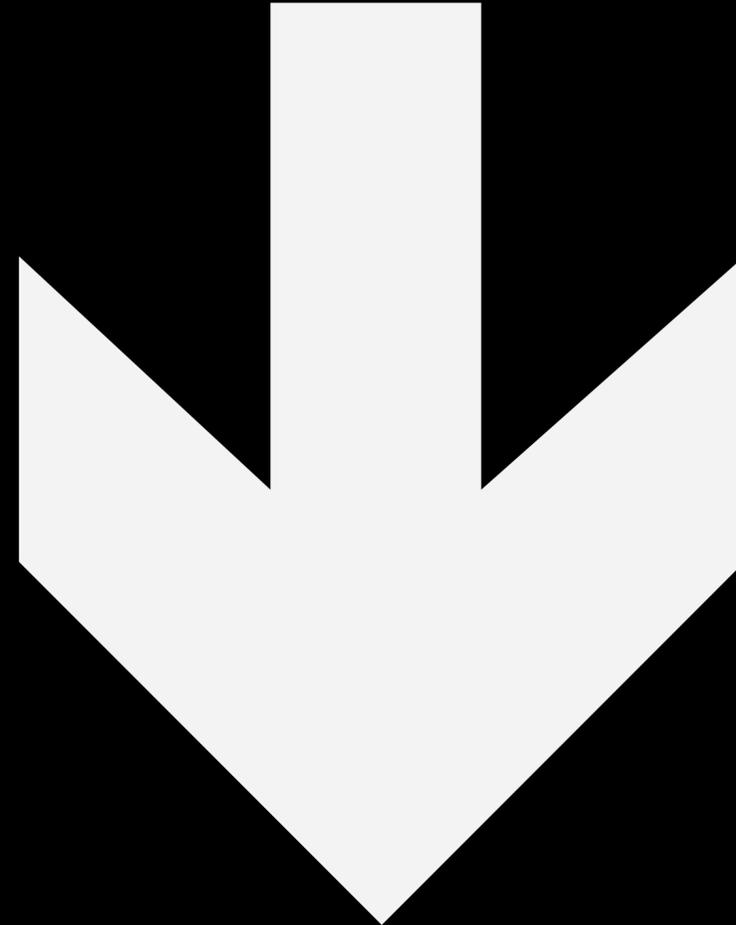


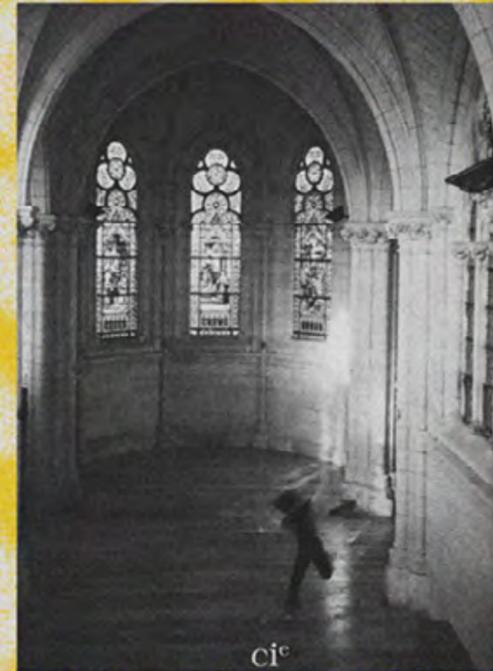
Joséphine Boivineau



Joséphine Boivineau







**SORTIE
DE SECOURS**

Joséphine Boivineau



**SORTIE
DE SECOURS**

Joséphine Boivineau



**SORTIE
DE SECOURS**

Joséphine Boivineau



**SORTIE
DE SECOURS**

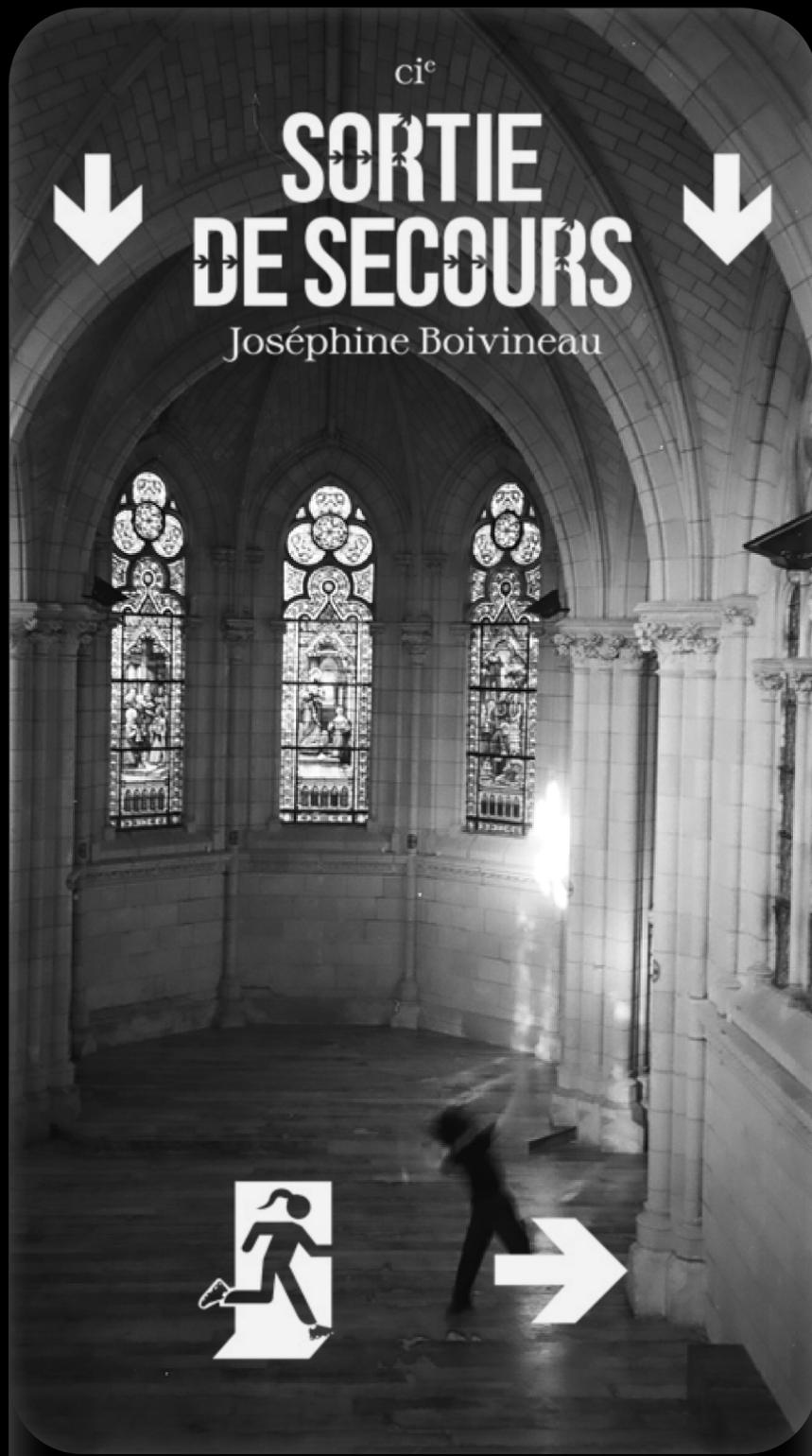
Joséphine Boivineau



**SORTIE
DE SECOURS**

Joséphine Boivineau





ci°

SORTIE DE SECOURS

Joséphine Boivineau



Envoyer un message



ci°

SORTIE DE SECOURS

Joséphine Boivineau



Envoyer un message



ci°

SORTIE DE SECOURS

Joséphine Boivineau



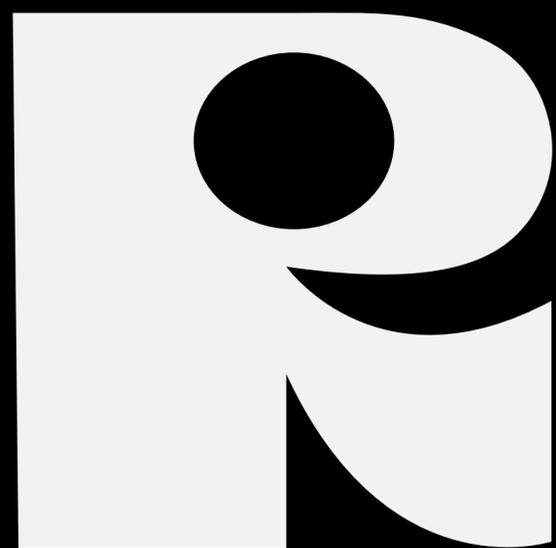
Envoyer un message







recherche &
développement



[recherche]



recherche et développement

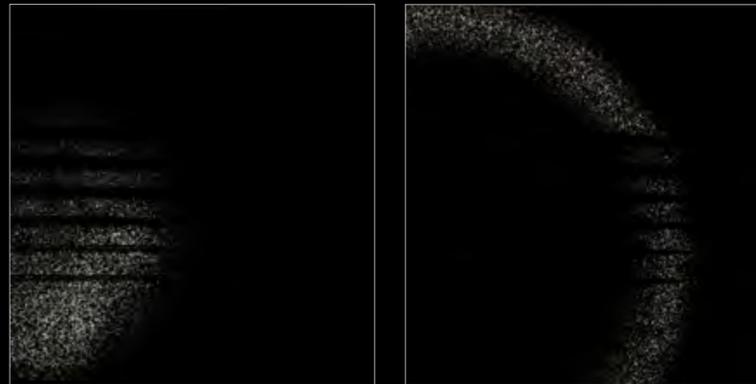
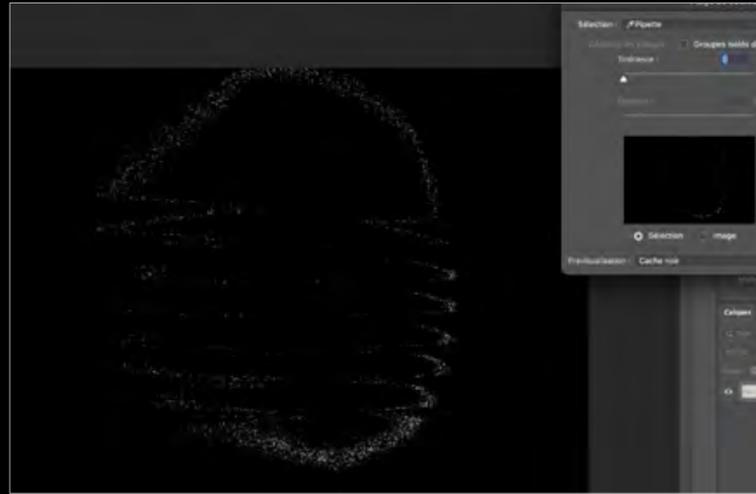
One the airwaves album cover

→ 2022

[P.44]

One The Airwaves est une compilation de dix groupe rock, métal & pop-rock des années 60 à 2000. Tous ont un point commun : la guitare. La guitare sous différentes formes : acoustique, électroacoustique, électrique, basse... Le visuel traduit les vibrations sonores

que provoquent les cordes de guitare. Il est créé à partir d'images d'oscillations de cordes, de sable sur une basse et des ondes sonores qu'ils émettent, qui se diffusent.



Side A

- ① The Animals → *House of the rising sun* * 4'29
- ② The Rolling Stones → *Love in vain* * 4'19
- ③ Led Zepin → *Stairway to heaven* * 8'02
- ④ Thin Lizzy → *Still in love still in love with you* * 7'40
- ⑤ The Cure → *Boys Don't Cry* * 2'43

Side B

- ⑥ Nirvana → *Lithium* * 4'16
- ⑦ Oasis → *Wonderwall* * 4'16
- ⑧ The Police → *Roxane* * 3'08
- ⑨ Red Hot Chili Peppers → *Californication* * 5'29
- ⑩ Radiohead → *Reckoner* * 4'50

Sony Music® All Rights of the producer and of the owner of the recorder work reserved.
Unauthorized copying, hiring, lending, public performance and broadcasting of this record prohibited.
Made in England.

SONY MUSIC



55 rmp'

On the airwaves - Compilation vol. ①

SONY MUSIC

On the airwaves

vol. ①

Rock and metal
compilation

SONY MUSIC

55 rmp'

Side A

- ① The Animals → 1964
House of the rising sun
* 4'29

- ② The Rolling Stones
→ 1969
Love in vain
* 4'19

- ③ Led Zepin → 1971
Stairway to heaven
* 8'02

- ④ Thin Lizzy → 1974
*Still in love still
in love with you*
* 7'40

- ⑤ The Cure → 1980
Boys Don't Cry
* 2'43

Side B

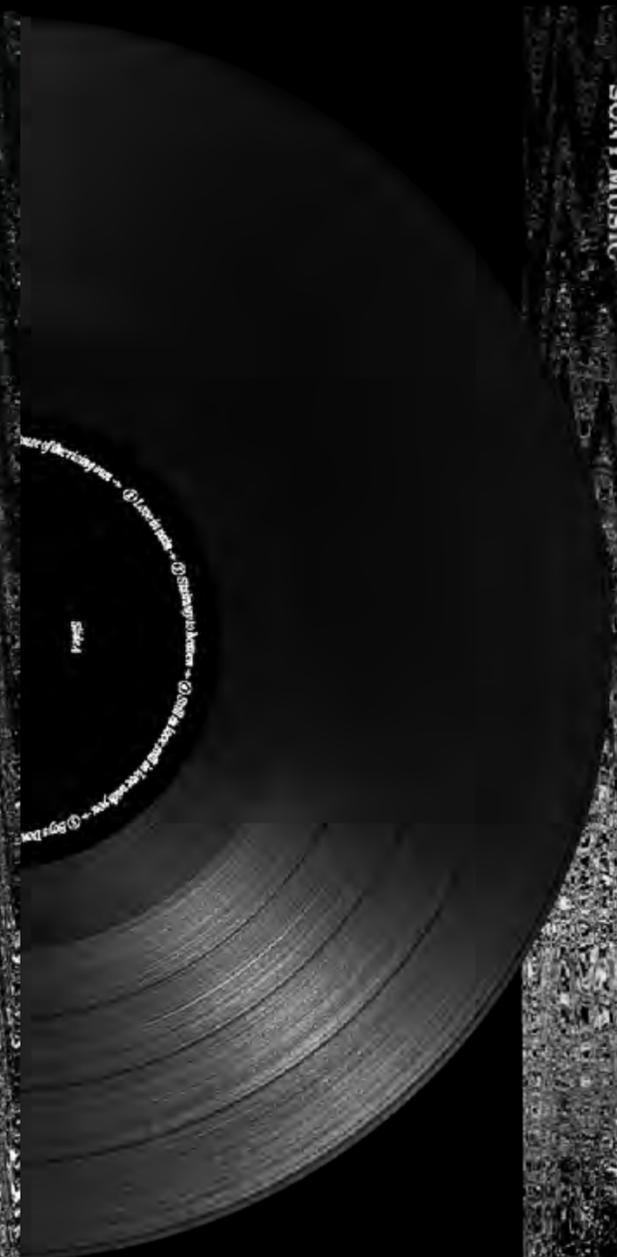
- Nirvana → 1991 ⑥
Lithium
* 4'16

- Oasis → 1995 ⑦
Wonderwall
* 4'16

- The Police → 1999 ⑧
Roxane
* 3'28

- Red Hot ⑨
Chilli Peppers
→ 1999
Californication
* 5'29

- Radiohead → 2007 ⑩
Reckoner
* 4'50



SONY MUSIC

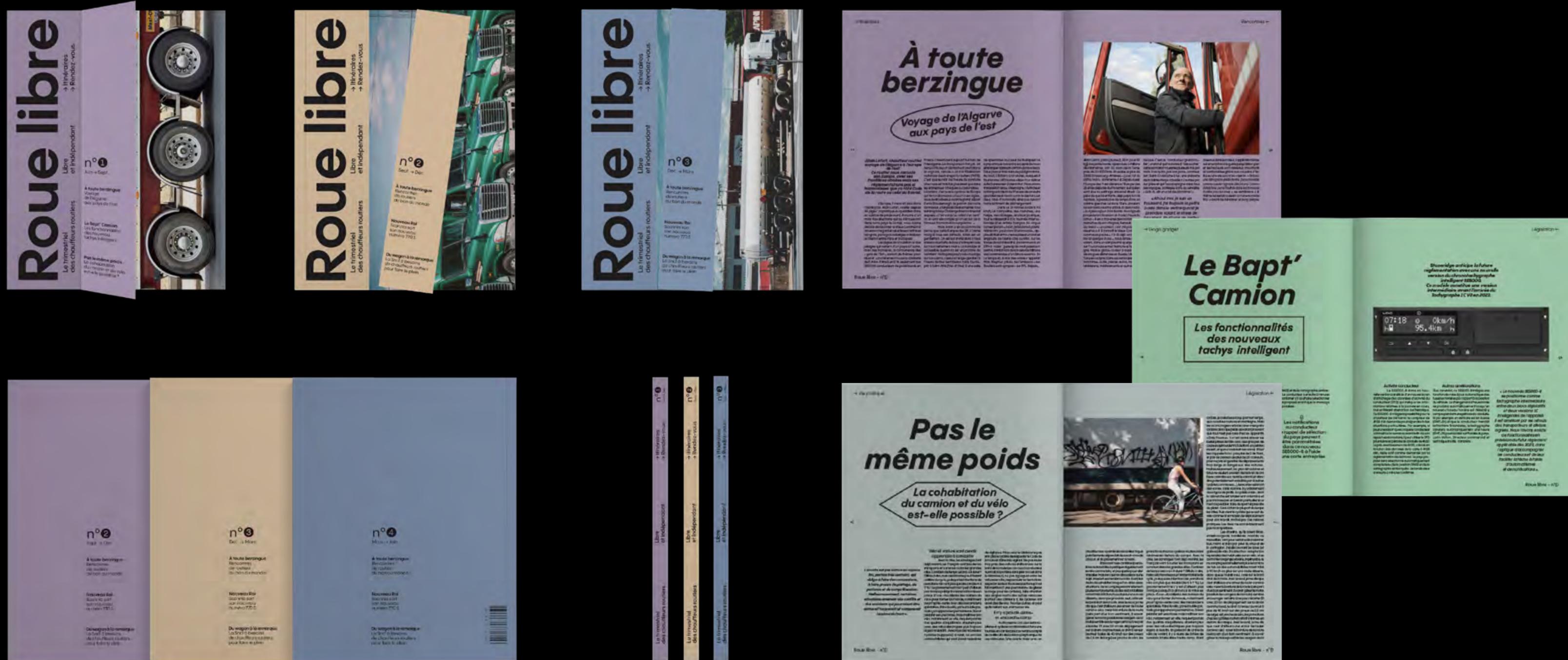
Roue libre

esquisse éditoriale & de collection

→ 2021

Roue libre est un trimestriel pour chauffeur routier. Afin d'ouvrir un regard plus contemporain sur l'objet éditoriale magazine de routier, *Roue libre* s'inscrit dans un principe de collection de prestige, qualitatif et novateur.

La couverture, en détachable, créer un marque page qui, à part entière devient un objet de collection ou bien même un outil qui évite au lecteur de corner la page sur laquelle il arrête sa lecture.



Flamme éternelle

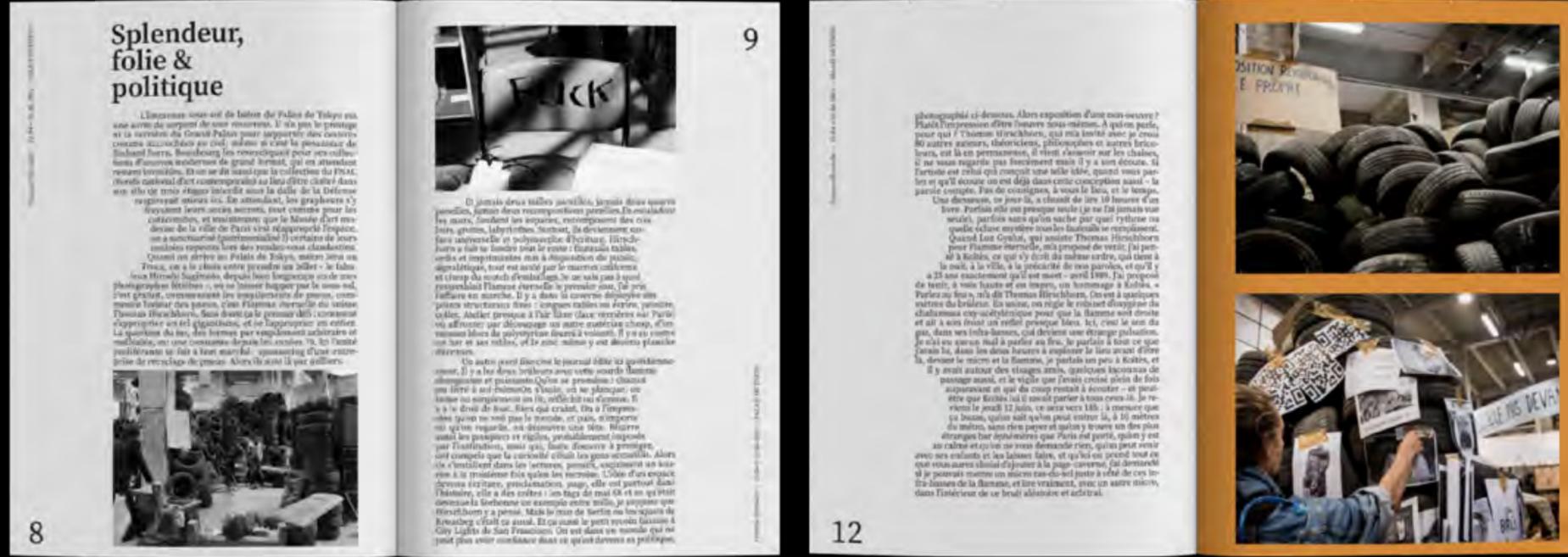
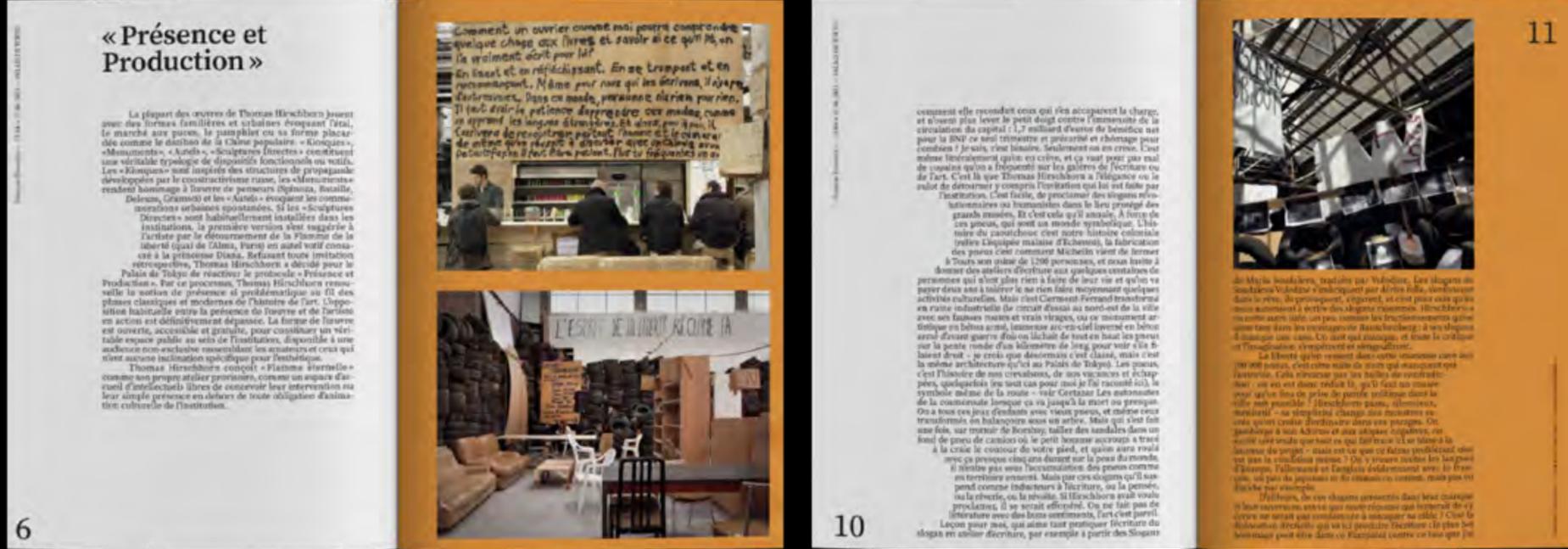
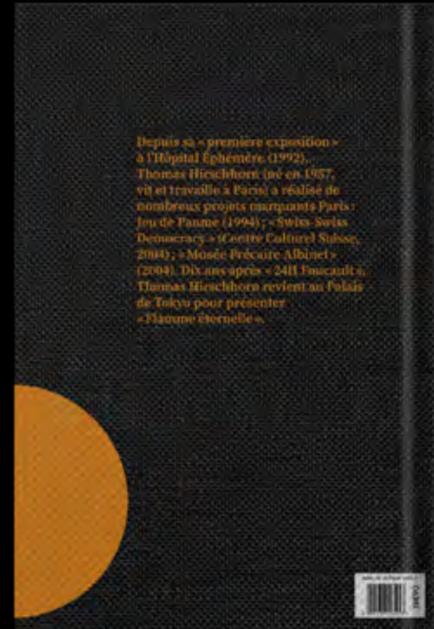
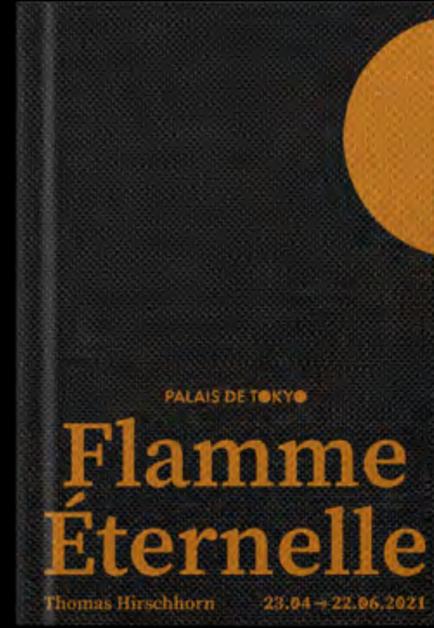
esquisse éditoriale

→ 2021

[P.48]

Flamme Éternelle est un catalogue d'exposition. Il présente l'installation de Thomas Hirschhorn du même nom au Palais de Tokyo. La mise en page interroge la forme circulaire du pneu disposées en accumulation dans cette

installation/ performance. Cette forme circulaire vient rythmer et créer des respirations dans les blocs textes.



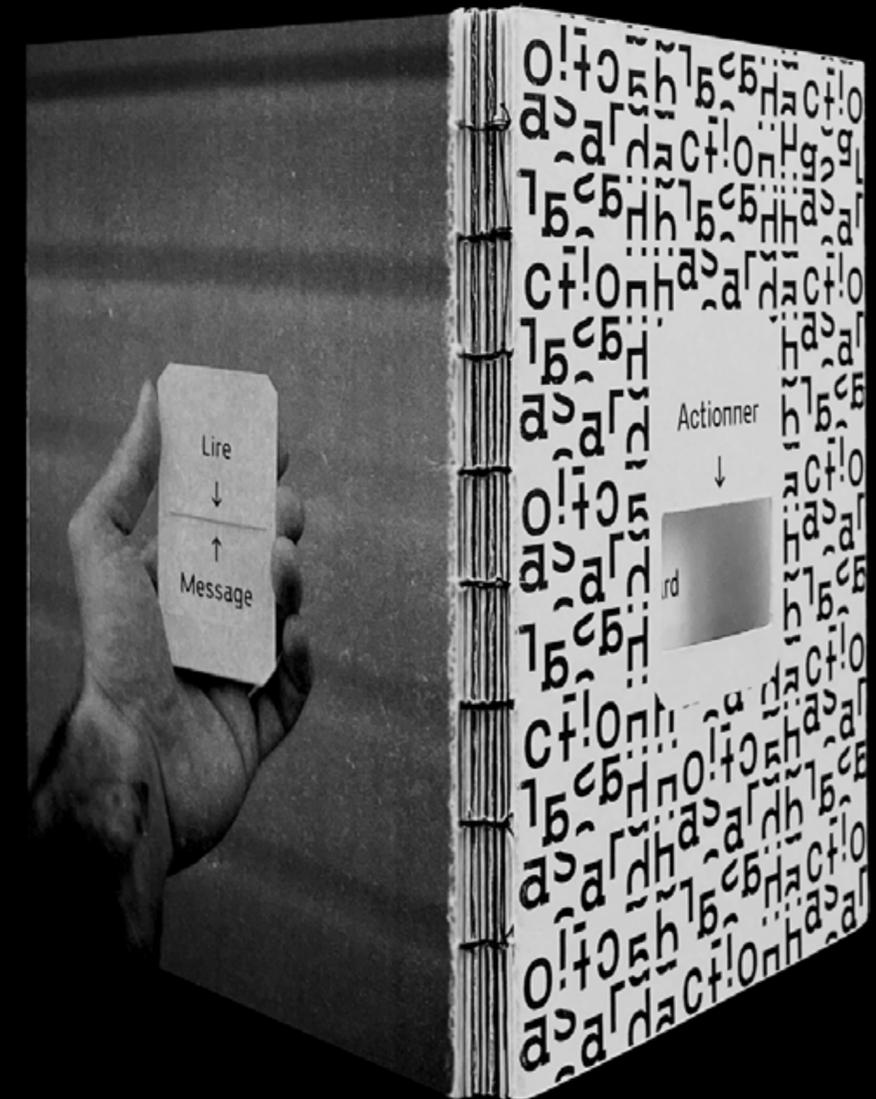
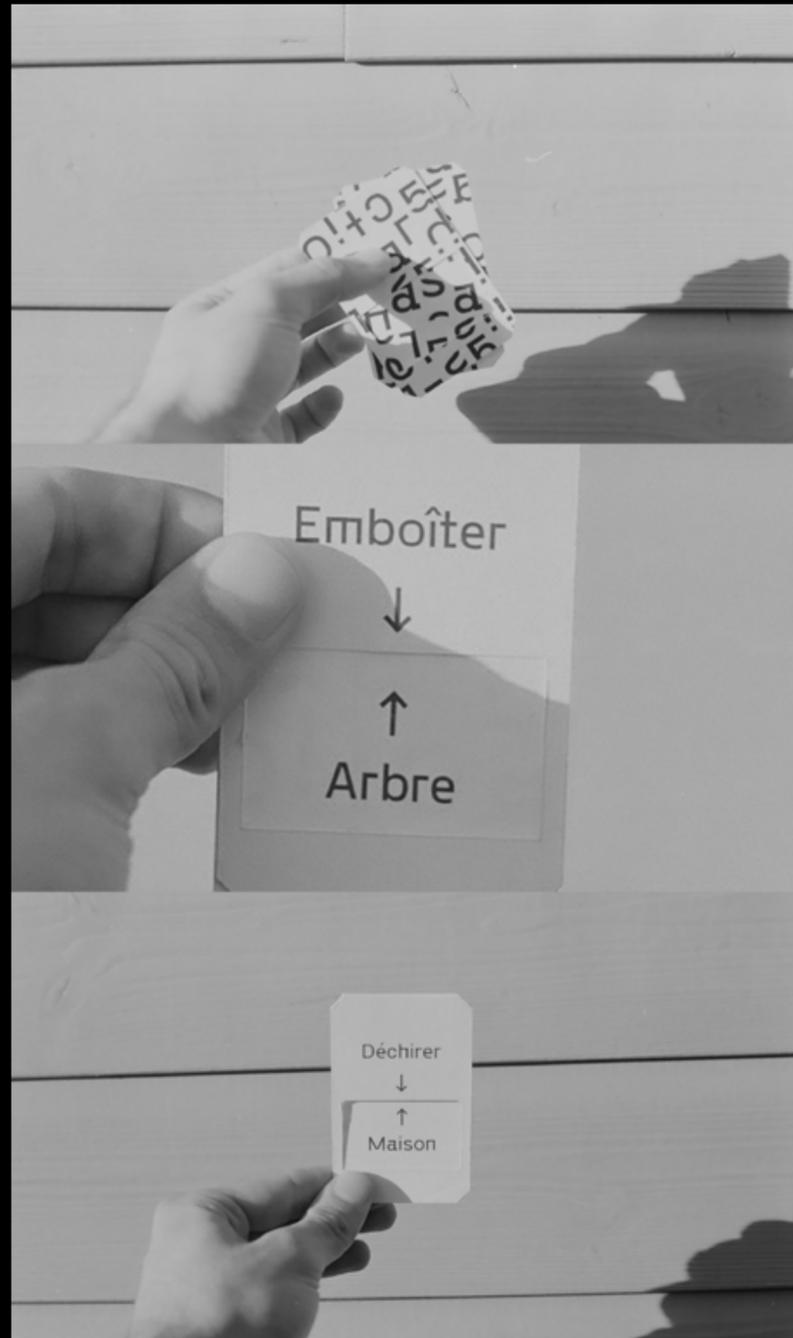
Actionner Hasard

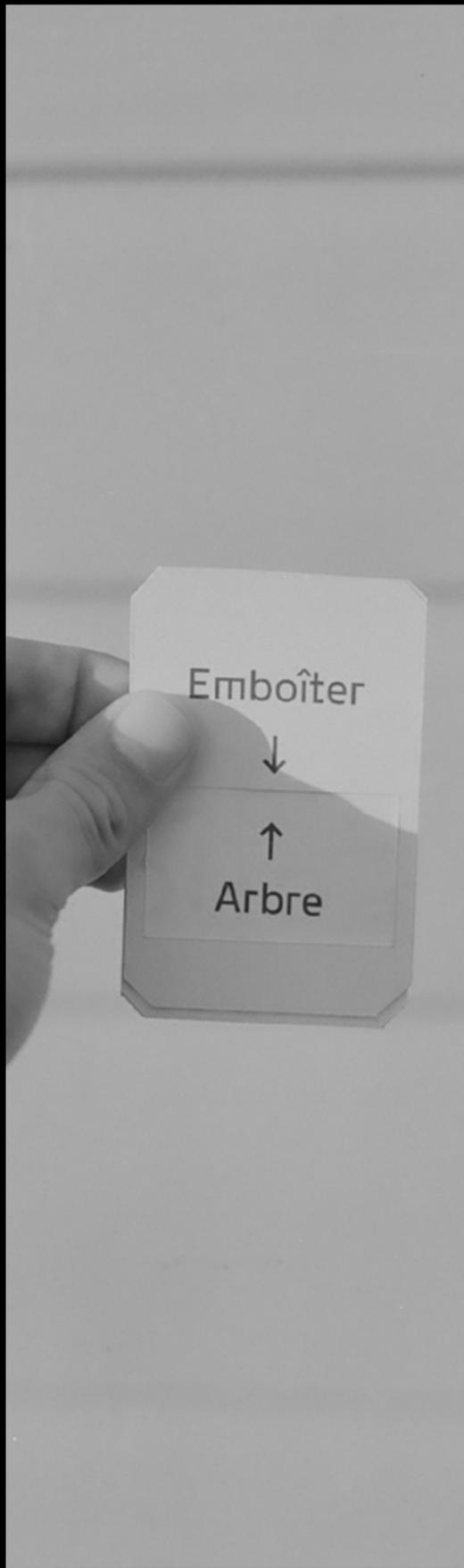
édition & photographie

→ 2021

Actionner Hasard est un projet bi-éditorial – jeu de carte et édition restitutive de 12 x 17 cm en reliure copte artisanale à la main – qui a pour but de jouer du hasard et de ses probabilités. Le processus créatif se déroule ainsi :

tirer une carte d'un verbe d'action puis, tirer une carte d'un nom d'objet, d'une matière, d'un lieu. Une association se crée, une réflexion s'engage. Interroger le réel, le comprendre, pour l'analyser.







La couleur orange réflexion & analyse édition & graphisme

→ 2022

La couleur orange est une édition au format 11,5 x 20,5 cm doté d'une sur-couverture en papier de riz et relié en dos carré-collé à la main. Elle synthétise une réflexion et une analyse en regard de cette nuance de couleur et de son utilisation dans

les domaines du design et des arts visuels. Elle retrace l'utilisation de cette nuance dans les champs picturaux, cinématographique, durant les années soixante-dix et dans la communication visuel.

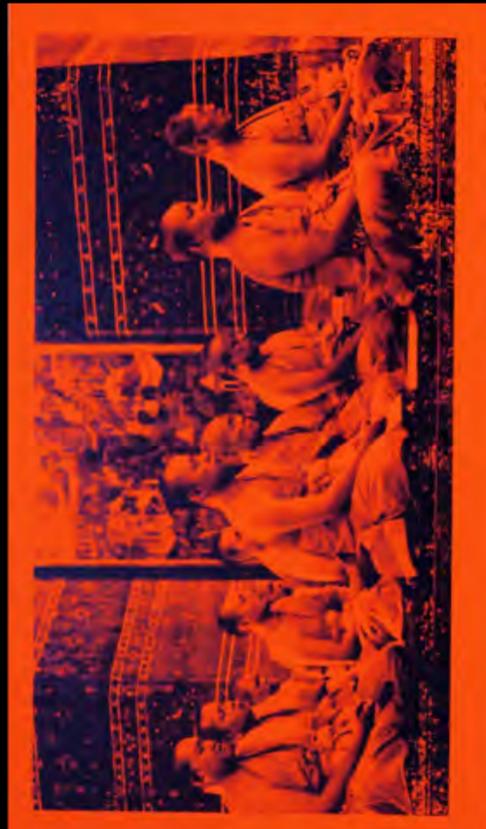


Réflexion et analyse de la nuance de couleur dans l'histoire, la culture et dans les domaines du design et des arts.

orange

La couleur

Édition et réflexion de Thomas Fleury



Nous constatons que cette couleur détient plusieurs réponses sensibles, mémorielles et cognitives. Tout d'abord, à l'énonciation ou la lecture de ce mot, les premières réponses associées peuvent être les suivantes: le fruit, donc l'orange issue de l'orange. La couleur, éponyme au fruit qui comme évoqué en amont, lui a donné son nom. Mais aussi la forme ronde donc la rondeur, le soleil, le coucher de soleil, le désert et sa chaleur, mais aussi le tigre, par sa fourrure. Une réelle carte mentale prolifique se dessine. On constate donc autant de réponses mémorielles et d'images associées qui peuvent varier d'une personne à une autre. Il serait surprenant d'interroger un groupe d'au moins dix personnes et de leur poser la question suivante: que vous évoque le nom « orange » ? Des similitudes de réponses, voire même des répétitions surgissent. La couleur orange a été utilisée dans des domaines variés, c'est pourquoi elle nous paraît aussi proche de nous, aussi proche de l'homme. Afin d'étayer ce propos, on remarque par exemple, que l'orange est la couleur sacrée dans l'hindouisme ; Elle représente le feu purificateur, du corps et des passions, synonyme de libération, les orientaux l'associent depuis longtemps au deuxième chakra, celui des émotions qui se trouve près du nombril. Les moines bouddhistes sont d'ailleurs habillés d'orange qui signifierait la révélation de l'amour divin. Dans le domaine du nationalisme, on retrouve le drapeau irlandais, la couleur orange symbolise la religion protestante, par opposition à la religion catholique en vert. Le blanc symbolise la paix entre ces deux religions. Aussi et à propos de ce renouvellement du conflit Russo-Ukrainien et depuis la révolution géorgienne (2003), la couleur orange symbolise la liberté politique. Ce symbole a été utilisé en Ukraine, en Israël et au Liban symbolisé par un ruban orange brandi sur des affiches lors des manifestations. Néanmoins, la couleur orange est aussi celle qui se distingue le mieux dans de très nombreux environnements, autant en signalisations urbaine, en tant qu'élément coloré formel qu'informel. On retrouve l'orange dit « criard » dans la signalisation routière, un signal lumineux orange marque une alarme, un danger proche, soit dans le temps, entre le vert (voie libre) et le rouge (interdiction de passer), soit dans

l'espace signalisation de chantier, clignotants de voiture, feux de détresse). Les vêtements des ouvriers travaillant sur les routes et les autoroutes sont toujours de couleurs jaune fluo ou orange fluo. Dans la norme de la signalisation colorée ISO 7100, symboles graphiques - Couleurs de sécurité et signaux de sécurité - enregistré, le orange indique un niveau de danger intermédiaire entre le vert et le rouge. L'alerte orange est le troisième niveau d'alerte, après le vert (pas d'alerte) et le jaune et avant l'alerte rouge, dans

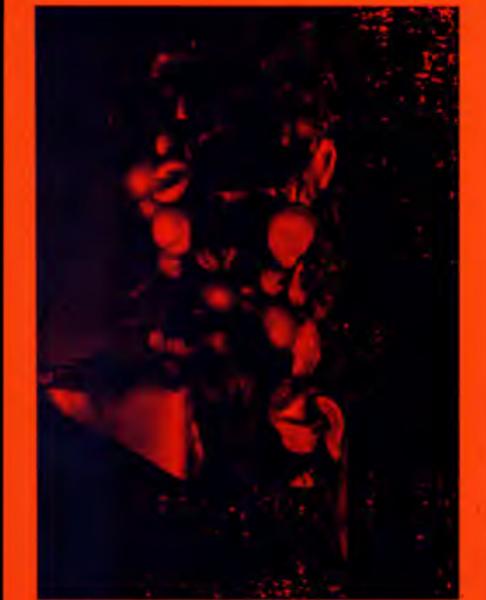


La couleur orange a aussi traversé l'histoire du cinéma, du décor au traitement de l'image, on aperçoit cette variation chromatique sur les écrans. Comme expliqué précédemment, la couleur complémentaire du orange est le bleu. C'est celle qui valorise le mieux. Cependant une tendance se propage depuis quelques années à Hollywood, celle de donner aux films une teinte orange et bleue. On constate par exemple dans les blockbusters *Transformers*, *Watchmen* ou le récent *Jupiter - Le destin de l'univers*, un bleu rouge (ou bien orange) par l'utilisation de ces deux teintes. L'application du l'orange se comprend aussi par ce que l'on voit à l'écran. Dans la majorité des scènes, ce sont des humains qui sont filmés. Néanmoins, les différentes teintes de peaux de l'homme, qui varient plus ou moins du blanc pâle au noir foncé se situent dans le spectre de la couleur orange. Si cet amour pour l'orange et le bleu est symptomatique de ces dernières années, c'est parce que les techniques cinématographiques ont évolué. Aujourd'hui, la prise d'images est digitale, ce qui rend le traitement des couleurs beaucoup plus simple a posteriori. Il est ainsi beaucoup plus aisé que dans le passé d'appliquer la même couleur sur tout un ensemble de scènes. Cela permet d'obtenir rapidement un rendu harmonieux ou du moins homogène. Néanmoins, cette "tendance" de faire répondre ces complémentaires ne date pas d'hier. Des précurseurs ont fait émerger cette couleur bien avant qu'Hollywood ne s'en empare. Au commencement, vient le siège. Dans les salles de cinéma durant les années 1970, les sièges étaient de couleurs orange, couleur très en vogue dans ces années là. (Cf: le mobilier durant les années 70 - P.31). Mais dans l'histoire du cinéma, le film phare évoquant la couleur éponyme à son titre est bien évidemment *Orange Mécanique* datant de 1972 et réalisé par Stanley Kubrick. Ce film est basé sur le roman dystopique de l'auteur britannique Anthony Burgess du même nom. Situé dans une version futuriste et culturellement appauvrie de Londres, le film suit Alex et sa bande de « droogs » infligeant une violence atroce aux gangs riches et aux citoyens malchanceux. Mais sur le plan thématique, le titre *A Clockwork Orange*, fait référence aux méthodes par lesquelles le système pénitentiaire refuse le libre arbitre à Alex DeLarge (Malcolm McDowell), le protagoniste du film. Comme de nombreux critiques l'ont mentionné, le titre de Burgess s'inspire de l'expression Cockney queer or a clockwork orange (queer signifiant étrange ou inhabituel). Le roman et le film semblent impliquer que les oranges naturelles, comme Alex lui-même, sont des êtres vivants qui devraient pouvoir pousser de manière organique et imprévisible. En revanche, la technique "Ludovico" implique une tentative de réduire la complexité naturelle d'une "orange" organique vivante en un objet "d'horlogerie" sans et mécanisé. Néanmoins, la technique Ludovico, aussi barbare soit-elle, n'aide pas Alex



Cinture de niveau IV, Judo

En peinture



Pour étayer ce propos qui se dirige dans de multiples directions, nous constatons que dans le domaine pictural, le orange à été utilisé à plusieurs siècles. Il suffit de prendre pour exemple la nature morte. Ce sujet pictural est né au XVI^e siècle en Italie et qui s'est ensuite répandu dans la quasi totalité de l'Europe. Il consiste à transmettre des symboliques en utilisant des vanités afin de représenter le passage du temps, de la vie dans le quotidien de l'homme. On remarque que la couleur orange a été utilisée de différentes manières. Évoquer le pêcheur, la gourmandise, le temps qui passe en convoquant une couleur. De Manet à Fléjel, en passant par Gauguin jusqu'à Buffet, on aperçoit que la couleur orange utilisée en peinture et représentée par le fruit ou la teinte, et s'est vue s'offrir un teint d'été. L'alimentation, le fruit, le périssable, la gourmandise et la fragilité de celle-ci peuvent être présentées dans des natures mortes, aux nuances chaudes et orangées. On relève dans la *Nature morte Framboises* de Edouard Manet datant de 1882 et conservée au Metropolitan Museum of Art, la représentation d'un panier rempli de framboises, en abondances. On y lit plusieurs détails, tout d'abord le fruit, du moins les fruits, les framboises, entassées dans un panier à ras-bord, de nature normalement rose, qui néanmoins, sont ici représentées en orange. Manet utilise cette couleur secondaire dans cette nature morte afin d'évoquer la gourmandise, l'envie de dévorer le panier de fruit tout entier. La couleur orange, synonyme d'été, de chaleur, de solaire, est traduite ici par le gustatif. Par touche, accumulation et geste, il évoque ce fruit et exagère le goût et l'aspect en lui donnant du relief. Nous constatons également dans *Nature morte de bonquet avec un paysage*, de Jan Davidsz De Heem datant de 1645 et conservée au Musée des Beaux-Arts de Montréal, une abondance de fruits. Différentes couleurs, différentes significations, l'été à son apogée, une vitamine visuelle. Dans cette composition triangulaire en équilibre, on y relève des fruits d'été. Des citrons, aux raisins en passant par des groseilles jusqu'aux abricots, cette composition se veut solaire, en harmonie. La couleur orange est ici présentée en demi-teinte et posée avec délicatesse sur la quasi totalité du tableau, tel un filtre sépia. Elle traduit avec talent la chaleur qui s'en dégage. Mais on la retrouve également dans le fruit, l'abricot, et à bien y regarder, il attire notre œil. Ce fruit est récolté en août et septembre, il est acide et vitaminé. Véritable banquet gourmand, mais périssable. Faut-il tout manger ou patienter jusqu'à l'été aux nuances orangées suivant ? Le temps file, en nature morte.



Nature morte Framboises, Edouard Manet, 1882



Nature morte de bonquet avec un paysage, Jan Davidsz De Heem, 1645



15

La couleur orang

La couleur orange au traitement de sur les écrans. Ce mentaire du orange à Hollywood, ce On constate pa *Watchmen* ou le rouge (ou bien orange) cation du l'orange Dans la majorité Néanmoins, les d plus au moins du de la couleur orange matique de ces cinématographique est digitale, ce q simple a posterid d'appliquer la m permet d'obtenir homogène. Néa complètement émerger cette c Au commencement les années 1970 très en vogue da 70 — P. 31). Mais la couleur épopée *Mécanique data* est basé sur le r britannique Ant Situé dans une v ment appauvrie et sa bande de violence atroce sur le plan théma aux méthodes pa arbitre à Alex De Comme de nombr s'inspire de l'ex (*queer* signifiant impliquer que le des êtres vivants et imprévisible. L tentative de rédu vivante en un ob la technique Lu

recherche et développement

We Will
identité graphique
DA photographique

→ 2022

[P.55]

We Will, est une marque féministe et engagée. Aujourd'hui les femmes s'emparent des symboles masculins afin d'affirmer leur puissance et dire «moi aussi je peux». Dans une ambiance qui se veut clandestine, dans des lieux

inconnus pour le regardeur des images. Les photographies sont prises à l'argentique et viennent souligner la force et l'authenticité tout en s'affirmant dans un univers où il faut sortir du lot.







We Will – 2^d ambiance identité graphique DA photographique

→ 2022







Jardin Botanique Jean-Marie Pelt identité graphique

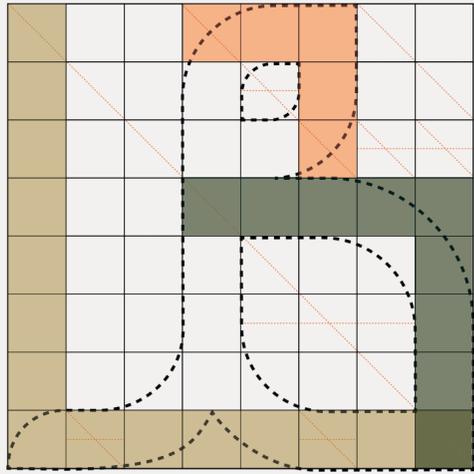
→ 2022

[P.61]

Le *Jardin Botanique Jean-Marie Pelt* se situe à Nancy. Il détient plusieurs missions notamment le soutien à la recherche, la conservation d'espèces végétales en voie de disparition.

Dans le cadre d'une proposition de refonte d'identité visuelle, j'ai questionné

la phyllotaxie. C'est l'ordre dans lequel sont implantées les feuilles ou les rameaux sur la tige d'une plante. Par exemple, 3 dans un sens, 5 dans l'autre. Semblable aux chiffres de la suite de Fibonacci. 1 ; 1 ; 2 ; 3 ; 5 ; 8... soit le nombre d'or.



Jardin botanique
Jean-Marie Pelt
Nancy

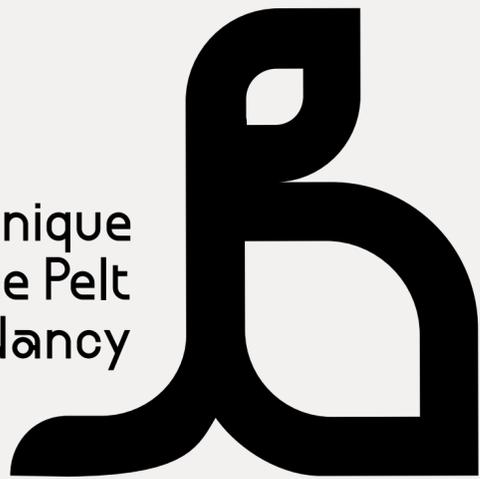


Vert : couleur des tiges et des feuilles
Orange : couleur majoritaire de fleur
Gold : aspect prestigieux du jardin
Gris moyen : soutien à la gamme chromatique

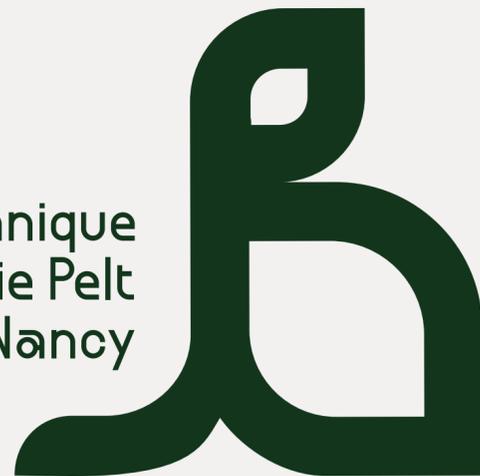


↑ J + B, un monogramme de jardin botanique

Jardin botanique
Jean-Marie Pelt
Nancy



Jardin botanique
Jean-Marie Pelt
Nancy



Jardin botanique
Jean-Marie Pelt
Nancy



↑ Rondeur et végétal, typographie **Format_1452**

Jardin botanique Jean-Marie Pelt Nancy





Jardin botanique
Jean-Marie Pelt
Nancy



Les collections CCVS sont des collections de plantes spécialisées et labellisées. Le rôle des collections est d'assurer la conservation d'espèces botaniques et/ou de variétés horticoles anciennes ou nouvelles, le développement de collections historiques à travers leur culture [...].

Collections



En ce moment

Dinosaures
L'évolution
grandeur nature
8 avril – 6 novembre 2022



En ce moment

Jardiner en juin
Atelier potager,
bons gestes et bonnes pratiques
8 juin – 6 septembre 2022

Infos pratiques +

Réservation +

Science +

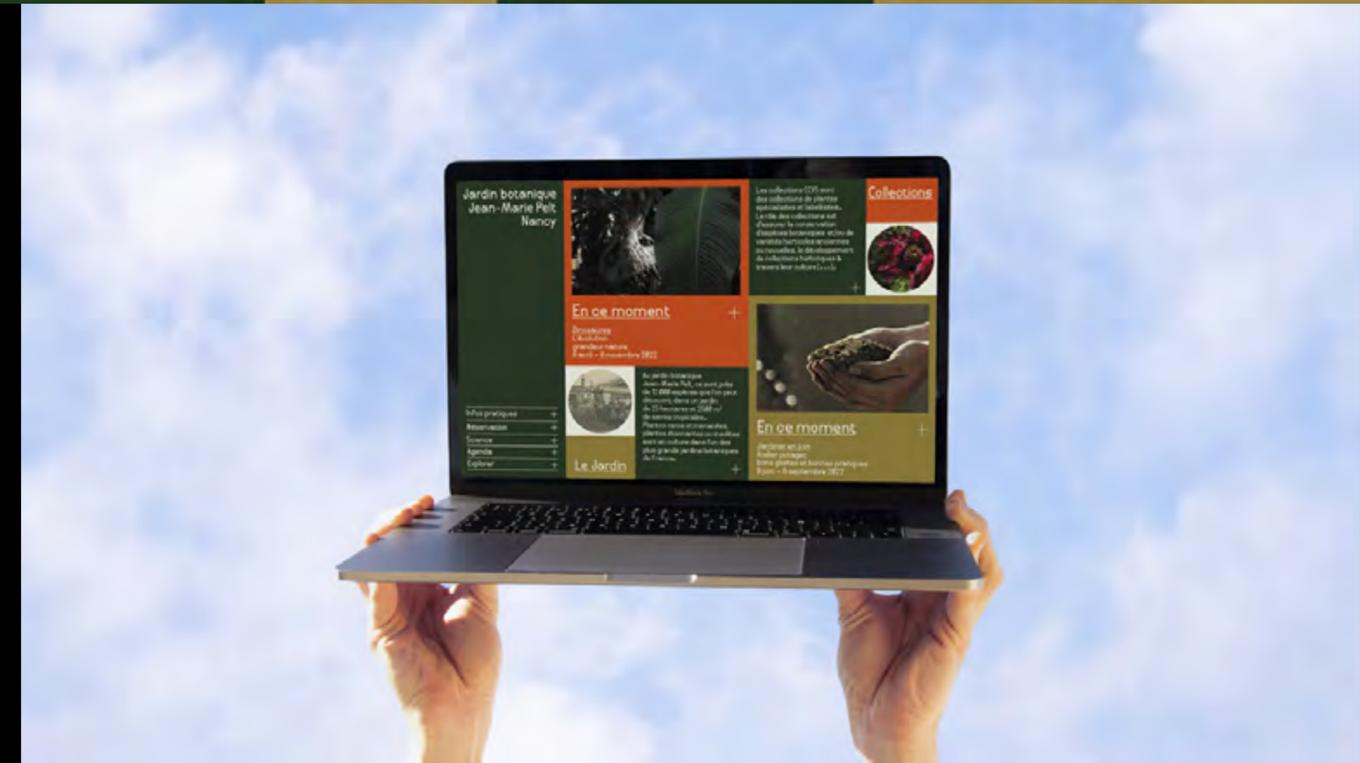
Agenda +

Explorer +



Au jardin botanique Jean-Marie Pelt, ce sont près de 12 000 espèces que l'on peut découvrir, dans un jardin de 25 hectares et 2500 m² de serres tropicales. Plantes rares et menacées, plantes étonnantes ou insolites sont en culture dans l'un des plus grands jardins botaniques de France.

Le Jardin



Curieux
de
nature

Jardin botanique
Jean-Marie Pelt
Nancy



recherche et développement

Universal Streaming identité graphique

→ 2022

[P.65]

Universal a créé en 2022 sa plate-forme de streaming. Dans le cadre d'une recherche graphique identitaire fictive, j'ai réfléchi à une refonte complet du système. Conserver la forme circulaire de la terre utilisée dans les (nombreux) logo précédent, tout

en le détournant afin de le ramener dans une composition stable, comme happé par la pesanteur. Aussi le digital est largement représenté par le point, ce qui est à propos ici en regard de la digitalisation d'Universal.

divertissant.

reposant.

UNIVERSAL.

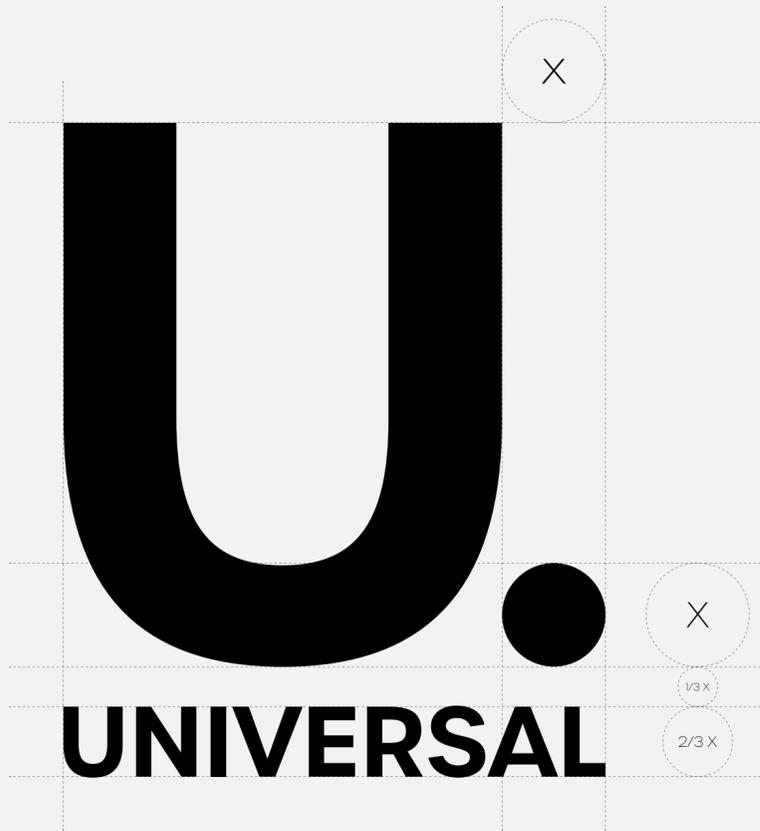
universelle.

calme.

stable

3. Déclinaisons couleurs

a. Le logosigne



↑ Ramener un composition stable dans ce signe est une autre manière d'évoquer la terre. La pesanteur et l'attraction terrestre amène une stabilité et un encrage.



Universal Pictures Video



Blanc cassé :
#F3F3F4
C 6 • M 4 • J 5 • N 0
Vert foncé
#001e26
C 100 • M 71 • J 57 • N 74

Mode nuit,
le vert foncé
évoque la nuit.
Il invite à l'évasion
et au voyage

Charte graphique



Blanc cassé :
#F3F3F4
C 6 • M 4 • J 5 • N 0
Vert foncé
#001e26
C 100 • M 71 • J 57 • N 74

Mode jour,
le blanc cassé
évoque le jour.
Il invite l'utilisateur
sur une interface calme
et pas agressive.

3. Déclinaisons couleurs
a. Du logosigne
Avec fond

Page 15



Blanc cassé :
#F3F3F4
C 6 • M 4 • J 5 • N 0
Noir enrichi
#010101
C 91 • M 79 • J 62 • N 57

Universal Pictures Video



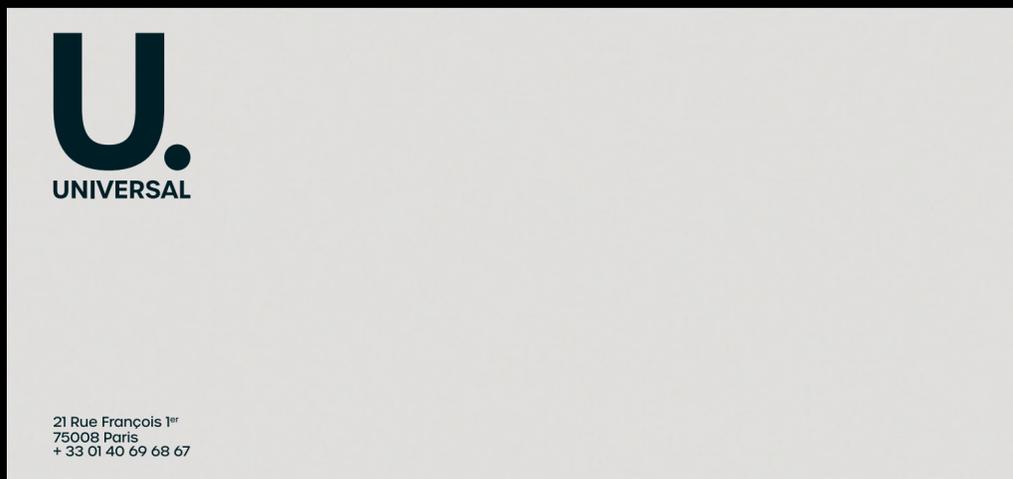
Charte graphique

3. Déclinaisons couleurs
a. Du logotype
Avec fond

Page 18

Blanc cassé :
#F3F3F4
C 6 • M 4 • J 5 • N 0
Vert foncé
#001e26
C 100 • M 71 • J 57 • N 74

Blanc cassé :
#F3F3F4
C 6 • M 4 • J 5 • N 0
Vert foncé
#001e26
C 100 • M 71 • J 57 • N 74



UNIVERSAL.

Universal Pictures Video

21 Rue François 1^{er}, 75008 Paris

01 40 69 68 67

Axelle Auguin
L'atelier d'Arts Appliqués
20 Rue Florent Cornilleau
40100 ANGERS

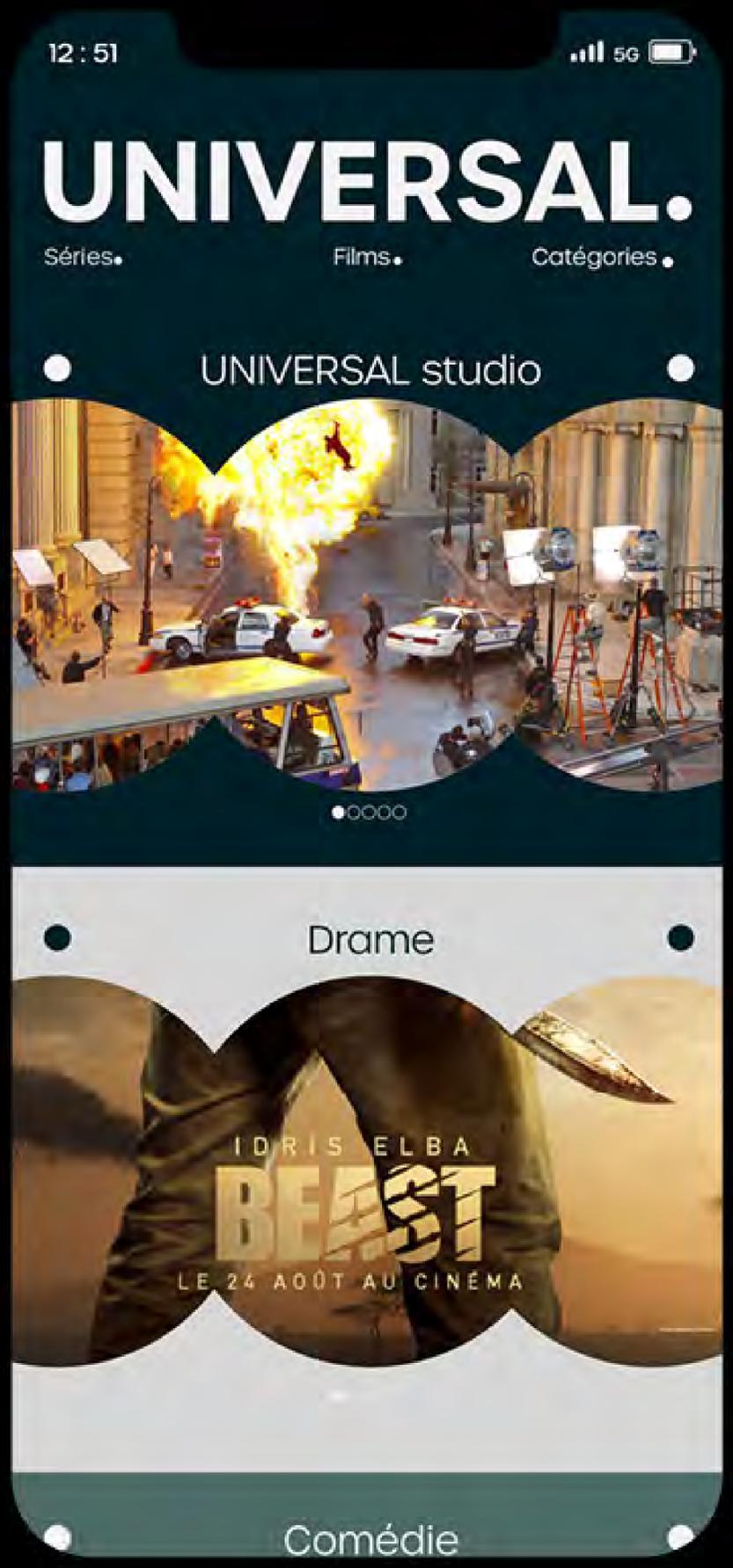
Objet : Casting de la nouvelle série « Une nouvelle promo pour une nouvelle année »

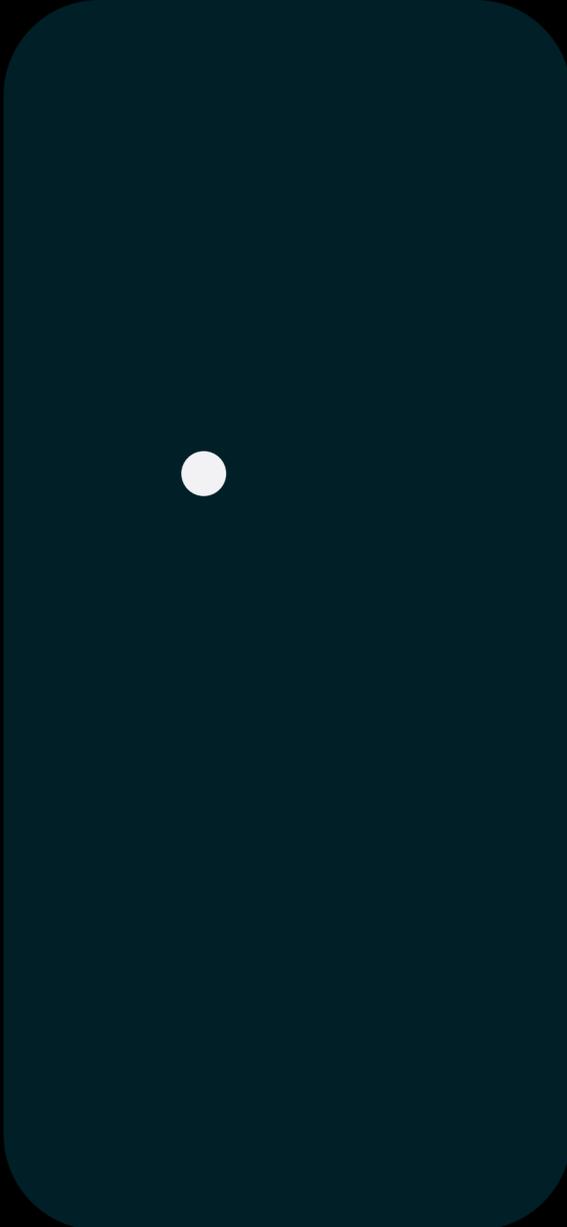
Au début de ce siècle, une structure formelle commença à apparaître, d'abord en France puis en Russie et en Hollande, structure qui est depuis lors restée emblématique de l'ambition moderniste des arts visuels.

Apparaissant dans la peinture cubiste d'avant-guerre et devenant par la suite plus rigoureuse et plus manifeste, la grille annonce, entre autres choses, la volonté de silence de l'art moderne, son hostilité envers la littérature, le récit et le discours. Comme telle, la grille a fait son travail avec une efficacité frappante. La barrière qu'elle a abaissée entre les arts visuels et ceux du langage a presque totalement réussi à emmurer les premiers dans le domaine de la seule visualité et à les défendre contre l'intrusion de la parole. Les arts ont bien sur chèrement payé ce succès, car la forteresse qu'ils ont construite sur les fondations de la grille a de plus en plus pris l'allure d'un ghetto. De moins en moins de voix provenant de l'establishment critique se sont élevées pour soutenir, apprécier ou analyser les arts plastiques contemporains.

On peut même avancer que, dans toute la production esthétique moderne, aucune forme ne s'est maintenue avec autant d'acharnement, tout en restant aussi imperméable au changement. Ce n'est pas seulement le nombre de carrières vouées à l'exploration de la grille qui est impressionnant, mais le fait qu'une exploration n'aurait jamais pu choisir terrain moins fertile. Ainsi que l'expérience de Mondrian le démontre clairement, le développement – l'expansion, l'extension, la transmutation – est précisément ce à quoi la grille résiste. Bien que les critiques modernistes et les historiens de l'art insistent pour dire que l'œuvre de Mondrian est un prodige de diversité, à l'intérieur des limites strictes qu'il s'est imposées, cet argument n'est que vœu pieux, émanant d'une position de défensive. Après avoir admis la grille comme substance et sujet de son art, Mondrian continua pendant quinze ans à refaire essentiellement la même œuvre. Pourtant, personne ne semble avoir été découragé par cet exemple, et la pratique moderniste continue à engendrer toujours plus d'exemples de grilles.

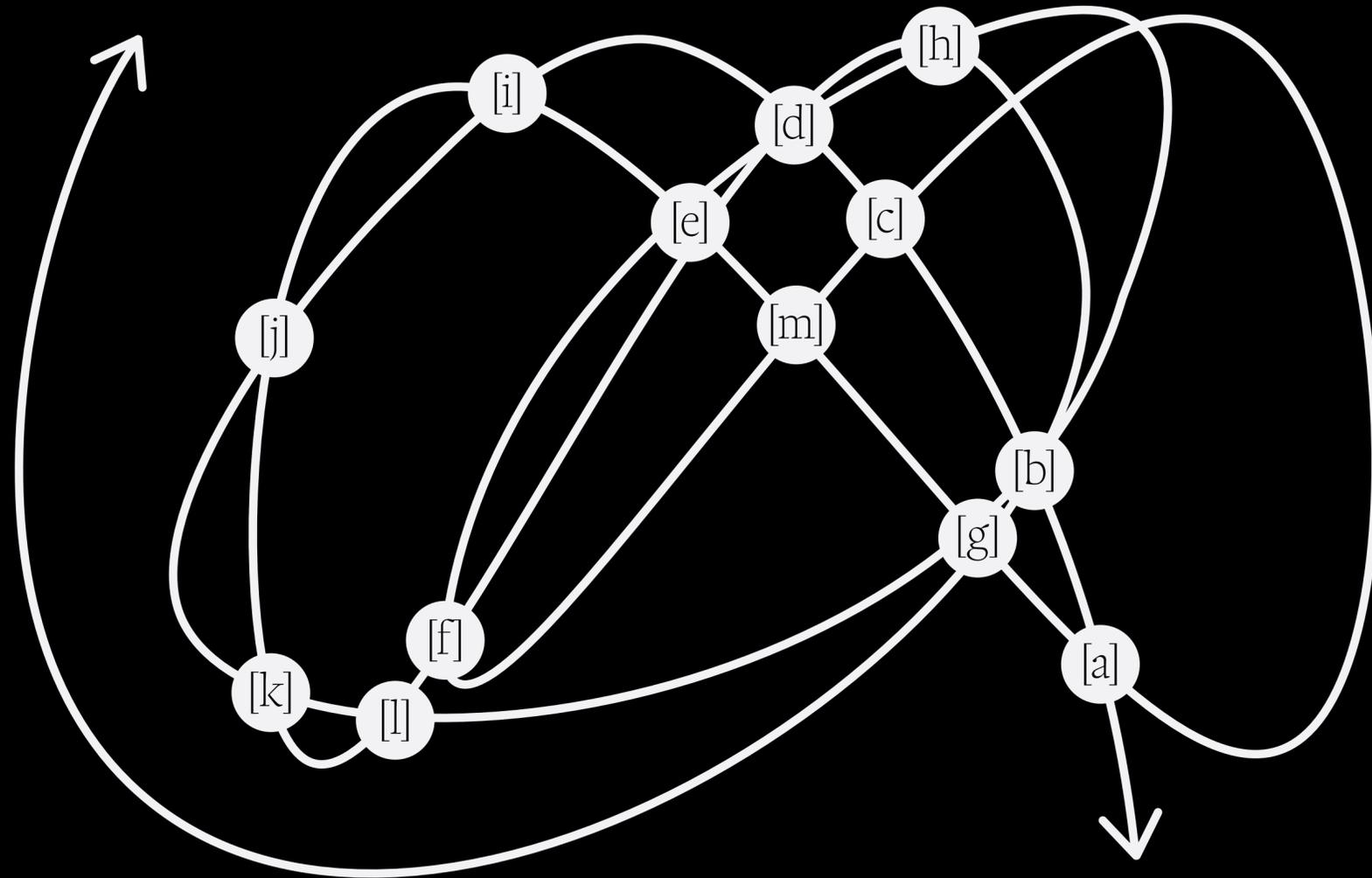
Pour proclamer la modernité de l'art contemporain, la grille fonctionne de deux manières: l'une est spatiale, l'autre temporelle. Spatialement, la grille affirme l'autonomie de l'art. Bidimensionnelle, géométrique, ordonnée, elle est antinaturelle, antimimétique et va à l'encontre du réel. C'est ce à quoi l'art ressemble lorsqu'il tourne le dos à la nature. Par l'absence de relief qui résulte de ses coordonnées, la grille est le moyen de refouler les dimensions du réel et de les remplacer par le déploiement latéral d'une seule surface. Par l'entière régularité de son organisation, elle est le résultat, non pas de l'imitation, mais d'un décret esthétique. Dans la mesure où son ordre n'est que relation pure, la grille est une manière d'étouffer la prétention qu'ont les objets naturels d'avoir un ordre propre. Elle montre que, dans le champ de la communication, elle est primordiale.





réflexion

réalisation



rigueur

recherche

typographies

fonderies

date M.A.J

Titre → Panamera
Labeur Writer
Noir Blanc Rouge
& Pangram Pangram
2 sept. 2024



à bientôt!

Thomas Fleury-Araujo

directeur artistique, designer graphique
& motion designer indépendant

+33 (0) 7 61 84 54 60

contact@thomasfleuryaraujo.fr

www.thomasfleuryaraujo.fr

@_thomas_fleury_