

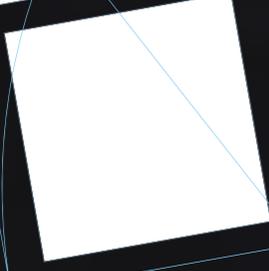
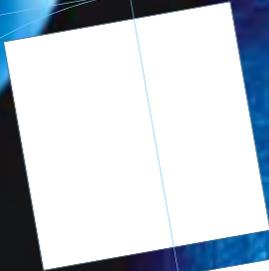
influx.stan@free.fr

COMPOSITEVITAE
STANWINCENT
112bis AVENUE DU GÉNÉRAL MICHEL BIZOT 75012 PARIS • +33 (0) 611 692 904 • +33 (0) 952 460 250 •

1968

1994

2006



STANWINCENT
COMPOSITEVITAE

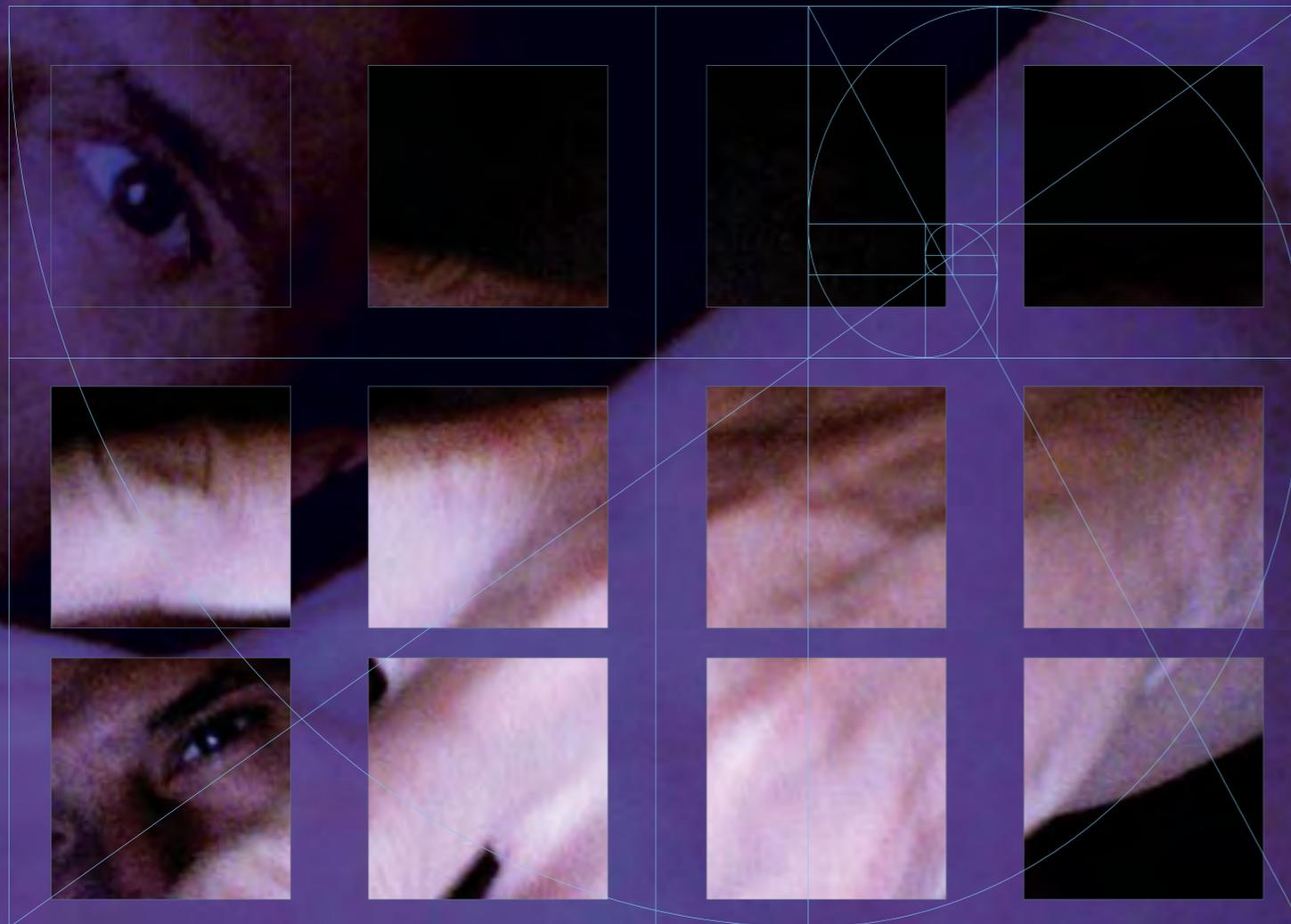


influx.stan@free.fr

COMPOSITEVITÆ
STANVINCENT

• FREE-LANCE • N° SIRET : 414 836 106 000 32 •
CODE APE : 923A • NÉ EN 1968 • TVA NON APPLICABLE
EN VERTU DE L'ARTICLE 293B DU CGI • CÉLIBATAIRE •
PERMIS B • BACCALURÉAT SÉRIE D • DIPLÔME NATIONAL
DES ARTS ET TECHNIQUES EN SECTION GRAPHISME •
ANGLAIS LU ET PARLÉ • ESPAGNOL NOTIONS • 112bis
AVENUE DU GÉNÉRAL MICHEL BIZOT 75012 PARIS •
+33 (0) 611 692 904 • +33 (0) 952 460 250 •

CONSULTANT CRÉATION
COMMUNICATION **VISUELLE**



Direction de Création

COMPÉTENCE

L'ASSOCIATION DES IMPÉRATIFS STRATÉGIQUES, ÉCONOMIQUES ET DE L'AMBITION CRÉATIVE DANS UNE TRI-DIMENSION HUMAINE !... OU LE PLAISIR D'ORIENTER LA PERTINENCE DE LA RÉPONSE, DE LA DÉFENDRE, DE LA DÉMONTRER. C'EST UNE FORTE EXPÉRIENCE D'ÉCOUTE, DE PRISE DE PAROLE, DE MISE À PROFIT DES ACQUIS.

EXPÉRIENCE : > TOURISME, INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE, AGRO-ALIMENTAIRE

- PROBLÉMATIQUES DE VENTE NATIONALES ET INTERNATIONALES (BTOB, BTOC)
- PROBLÉMATIQUES DE COMMUNICATION (BTOB)

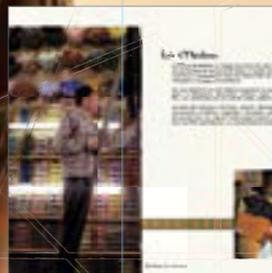
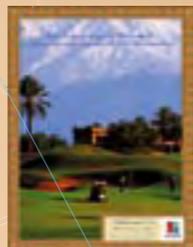
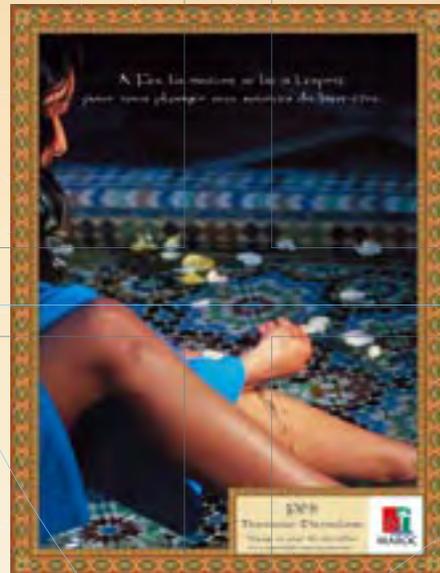
MOYENS :

- DIRECTEURS ARTISTIQUES
- CONCEPTEURS REDACTEURS
- PHOTOGRAPHES
- ILLUSTRATEURS
- ÉQUIPE AUDIOVISUEL

LE TRAVAIL RÉALISÉ EN DIRECTION DE CRÉATION :

- PRISE DE BRIEF CLIENT
- COLLABORATION AVEC LES ÉQUIPES COMMERCIALES
- BRIEF ET ENCADREMENT DES ÉQUIPES CRÉATIVES
- RECOMMANDATIONS CRÉATIVES ET PRÉSENTATIONS CLIENTS
- VEILLE CRÉATIVE





Direction de Création

COM INSTITUTIONNELLE

- FACE AUX AMBITIONS POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE SON PAYS, L'ONMT DOIT RENOUVELER SES OUTILS DE COMMUNICATION QUI DATENT D'UNE DIZAINE D'ANNÉES EN COHÉRENCE AVEC LA NOUVELLE LIGNE STRATÉGIQUE DE SA CAMPAGNE MÉDIA.

> UN PROJET DE 11 BROCHURES TRADUITES EN 13 LANGUES EN VUE D'IDENTIFIER LA RICHESSE SPÉCIFIQUE À CHAQUE DESTINATION EST MIS EN PLACE. IL OFFRE L'OPPORTUNITÉ À L'ONMT D'Y IMPLIQUER L'ENSEMBLE DE SES ACTEURS RÉGIONAUX, D'Y ASSOCIER DES REPORTAGES AUDIOVISUELS ET PHOTOGRAPHIQUES.

> L'ENRICHISSEMENT DE SA BANQUE IMAGE PERMET AU CLIENT D'ILLUSTRER L'ÉVOLUTION DE SON OFFRE AVEC DE NOUVELLES ANNONCES PRESSE.

- CLIENT : OFFICE NATIONAL DU TOURISME MAROCAIN •
- BROCHURES • ANNONCES PRESSE • BANQUE IMAGE • FILMS AUDIOVISUELS •



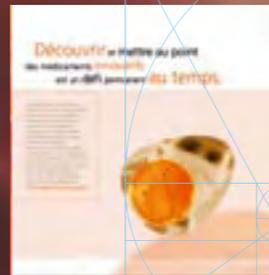
Direction de Création

COMCORPORATE

• À L'OCCASION DE LA FUSION DES LABORATOIRES GLAXOWELL-COME ET SMITHKLINE BEECHAM, LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION DOIT METTRE EN PLACE UNE CAMPAGNE INTERNE ET DÉVELOPPER DES OUTILS POUR FÉDÉRER L'ENTREPRISE AUTOUR DE SA NOUVELLE IMAGE.

> AXÉE SUR LA TRANSPARENCE ET LA LOGIQUE DE RÉSULTATS, LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DES DIFFÉRENTS MÉDIAS MET EN PLACE LA NOUVELLE IDENTITÉ GRAPHIQUE EN LA DÉCLINANT SUR DES SUPPORTS CLAIRS ET EXPLICITES.





- CLIENT : GLAXOSMITHKLINÉ •
- AFFICHES • BROCHURES • ANNONCES PRESSE • MAGAZINE • P.L.V. • E-CARD •

Supports Hors-média



Direction de Création

CONCEPT STORE

• INITIÉ EN ANGLETERRE AVEC UNE FORTE IDENTITÉ ARCHITECTURALE, LE MARKETING NESTLÉ FRANCE DOIT METTRE EN PLACE UN CONCEPT STORE SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS.

> EN ÉCHO AU CONCEPT DE L'ENSEIGNE, LES CRÉATIONS UTILISENT LA DYNAMIQUE DE LA DÉCLINAISON THÉMATIQUE.

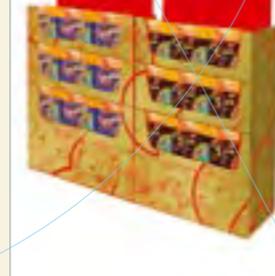
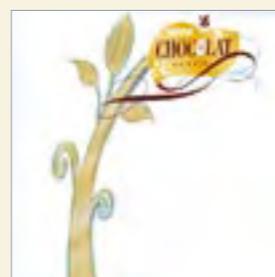
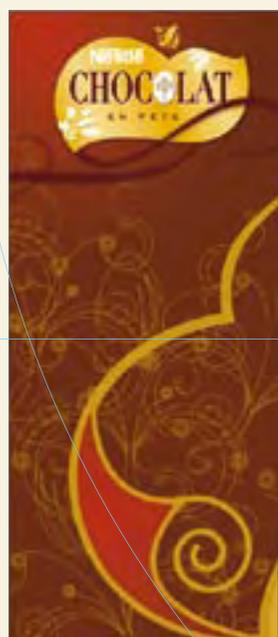
> les visuels de l'identité Nescafé servent d'ingrédients à cet exercice.

> L'IDENTITÉ VISUELLE EST HIÉRARCHISÉE EN 3 NIVEAUX :
LE LIEU / L'UNIVERS PRODUIT / L'OFFRE.

> GRÂCE AU DÉTOURNEMENT DES OUTILS DE LA MARQUE MÈRE, L'ENSEIGNE BÉNÉFICIE D'UNE IMAGE GLOBALE ORIGINALE EN RUPTURE AVEC L'UNIVERS GMS ET EN ACCORD AVEC SA CIBLE.

• CLIENT : CAFÉ NESCAFÉ •

• AFFICHES • P.L.V. • SIGNALÉTIQUE • MENU BOARDS • DÉCORATION MURALES •



Direction de Création

THÉÂTRALISATION

• À L'OCCASION D'UN PARTENARIAT EXCLUSIF AVEC LA WARNER POUR LA SORTIE DU DVD "CHARLIE & LA CHOCOLATERIE", NESTLÉ SOUHAITE DYNAMISER SON OPÉRATION TRANSVERSALE EN S'IDENTIFIANT COMME DES CRÉATEURS DE LA MATIÈRE CHOCOLAT.

> L'AXE CRÉATIF CAPITALISE SUR LE SCÉNARIO DU FILM EN INVITANT LE CONSOMMATEUR À VISITER L'UNIVERS D'UNE CHOCOLATERIE FÉRIQUE NESTLÉ. CELLE-CI OFFRE AUX CLIENTS DE L'ENSEIGNE UN ESPACE ORIGINAL ET RAFFINÉ EN HOMMAGE À L'INDUSTRIE DU DÉBUT DU SIÈCLE DERNIER ET À L'ART NOUVEAU.



- CLIENT : CHOCOLAT TRANSVERSAL NESTLÉ •
- THÉMATIQUE • THÉÂTRALISATION • LOGOTYPE • IDENTITÉ GRAPHIQUE • DOCUMENT MULTIMÉDIA B TO B •
- AFFICHES • PLV • ENCART PROSPECTUS • EDITION B TO B •



Têtes-bêches

influx.stan@free.fr

Direction de Stratégie

COMPÉTENCE

DES ÉTUDES AUX CONSEILS, LA DIRECTION STRATÉGIQUE M'A OFFERT LA DIMENSION ANALYTIQUE QUI IDENTIFIE ET LÉGITIMISE LES DIFFÉRENTS LEVIERS DE RÉPONSES POTENTIELS. FORT D'UNE EXPÉRIENCE DE PRÈS DE 5 ANS DE PROXIMITÉ AVEC LES PROBLÉMATIQUES MARKETING DE L'ENSEMBLE DES MARQUES DU GROUPE NESTLÉ FRANCE, MES COMPÉTENCES EN STRATÉGIE SE SONT RÉALISÉES AU SEIN DU DÉPARTEMENT DE CRÉATION HORS-MÉDIAS DE MCCANN PARIS DÉDIÉ À CE CLIENT ET ENRICHIES DES COLLABORATIONS SUR DES PROJETS AVEC LES ÉQUIPES DE DIFFÉRENTES ENTITÉS DU GROUPE MCCANN FRANCE.

EXPÉRIENCE : > AGRO-ALIMENTAIRE, INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE, SERVICE

- IDENTITÉ DE MARQUE
- POSITIONNEMENT D'OFFRE
- COMMUNICATION DE VENTE ÉVÉNEMENTIELLE
- COMMUNICATION MARKETING

MOYENS :

- ÉTUDES COMPORTEMENTALES CONSOMMATEUR
- ANALYSE MARKETING
- GROUPE DE REFLEXION CELLULE INNOVATION PRODUITS
- CONTACTS CLIENTS

LE TRAVAIL RÉALISÉ EN REFLEXION STRATÉGIQUE :

- L'ANALYSE ET LA SYNTHÈSE DU BRIEF CLIENT
- L'ÉTUDE DU MARCHÉ (OFFRE, CONCURRENCE & CIBLE)
- L'IDENTIFICATION DES LEVIERS
- L'ARGUMENTATION/ÉCRITURE RECOMMANDATION CRÉATIVE
- VEILLE STRATÉGIQUE





Direction de Stratégie

PROBLÉMATIQUE

• NPLF SOUHAITE AFFIRMER SON PARTENARIAT AVEC L'ENSEIGNE LECLERC AVEC UNE OFFRE SIMPLIFIÉE ET UNE COMMUNICATION PLUS DYNAMIQUE EN CAPITALISANT AUTANT SUR LE TERRITOIRE DES MARQUES QUE SUR CELUI DE L'ENSEIGNE.

> L'ENSEIGNE QUI RESPONSABILISE LE COMPORTEMENT DE SON SECTEUR PROFESSIONNEL COMME CELUI DE SA CLIENTÈLE ET LA MARQUE QUI CONÇOIT LES PRODUITS DE NOTRE QUOTIDIEN DANS UN SOUCIS D'INFORMATION, D'ÉCOUTE ET DE DÉVELOPPEMENT DE NOTRE BIEN-ÊTRE, S'ENGAGENT ENSEMBLE DANS UN PARTENARIAT D'OFFRE PROMOTIONNELLE SUR UNE THÉMATIQUE QUI RÉPOND AU CŒUR DE LEUR POSITIONNEMENT: L'ESSENCE DE LA VIE, LE PLAISIR ET L'ACTION.

L'OFFRE LECLERC-NPLF ÉMERGE DU FLOT PROMOTIONNEL EN ILLUSTRANT LEUR PRISE DE POSITION COMMUNE PAR LE BIAIS D'UNE FORME DE LABEL. AU MÊME TITRE INSTITUTIONNEL QU'UNE "FONDATION", IL SIGNE AU DELÀ DE L'OFFRE COMMERCIALE LE RESPECT D'UNE CHARTE DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION BASÉE SUR LEURS VALEURS COMMUNES.

- CLIENT : NESTLÉ PRODUITS LAITIERS FRAIS •
- PLAN DE COMMUNICATION ANNUEL •



Direction de Stratégie

THÉÂTRALISATION

• NESTLÉ SOUHAITE REDYNAMISER LE CONCEPT DE SON OPÉRATION "CHOCOLAT EN FÊTE" AVEC CARREFOUR EN CRÉANT UN ÉVÉNEMENT PLUS SURPRENANT ET EN ADÉQUATION AVEC LES VALEURS DE LA MARQUE.

> NESTLÉ & CARREFOUR INVITENT LES CONSOMMATEURS À LA CÉLÉBRATION DU CACAOYER. FIGURE EMBLÉMATIQUE DU CHOCOLAT DANS LES PAYS PRODUCTEURS, ÉLEVÉ AU RANG DE L'ARBRE DE VIE, UNE FÊTE EN SON HONNEUR S'ORGANISE ET EXPOSE LE CHOCOLAT SOUS TOUTES SES FORMES.



- CLIENT : CHOCOLAT TRANSVERSAL NESTLÉ •
- THÉMATIQUE • LOGOTYPE • IDENTITÉ GRAPHIQUE • DOCUMENT AUDIOVISUEL •
- AFFICHES • PLV • ENCART PROSPECTUS • EDITION B TO B •

McCANN-ERICKSON PARIS
SiteCom
NOISIEL

Direction de Stratégie

COMBTOB

• HISTORIQUEMENT STUDIO DE CRÉATION INTERNE AU GROUPE NESTLÉ FRANCE, LE DÉPARTEMENT DE CRÉATION GRAPHIQUE/PHOTO/AUDIOVISUEL DE MCCANN PARIS SOUFFRE D'UNE IMAGE NON PROFESSIONNELLE.

> DES OUTILS D'INFORMATIONS ET DE PROSPECTION SONT DÉVELOPPÉS POUR PERMETTRE L'IDENTIFICATION DES DIFFÉRENTS SECTEURS ET DE LEURS PERFORMANCES SOUS L'AXE DE "WHAT YOU SEE IS WHAT YOU GET". UNE STRUCTURE PROFESSIONNISÉE QUI RESTE PRAGMATIQUE AU PLUS PROCHE DES BESOINS DU CLIENT.

- CLIENT : **McCANN ERICKSON PARIS** •
- BULLETIN TRIMESTRIEL • CD-ROM • SIGNALÉTIQUE •





Direction de Projet

COMPÉTENCE

UNE EXPÉRIENCE QUI DONNE UNE VISION PLUS LARGE DE LA CONCEPTION DES PROJETS, DE SES CONTRAINTES À LA FOIS TECHNIQUES, BUDGÉTAIRES ET DE TEMPS COMME DES IMPÉRATIFS RELATIONNEL DE CE RÔLE DE PIVOT. EN S'APPUYANT SUR DES COMPÉTENCES DE CRÉATION SÉNIOR, LA DIRECTION DE PROJET M'A PERMIS DE CONCEVOIR DE VÉRITABLES OUTILS DE GESTION ET DE SUM AVEC UNE DIMENSION RÉPONDANT AUX BESOINS TANT COMMERCIAUX QUE CRÉATIFS.

- EXPÉRIENCE : > AGRO-ALIMENTAIRE, INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE, SERVICE
- PACKAGING
 - ÉDITION
 - MULTIMÉDIA (ÉDITION, PLV, INTERNET, AUDIOVISUEL, CD-ROM)

LE TRAVAIL RÉALISÉ EN DIRECTION DE PROJET :

- INTERFACE ET CONSEIL CLIENT
- COORDINATION DE L'ENSEMBLE DES INTERVENANTS
- SUM DES DÉLAIS ET COÛTS
- PRÉSENTATIONS CLIENTS



Direction de Projet

PACKAGING

• LA MARQUE NESTLÉ IMPLANTE UNE NOUVELLE STRATÉGIE MONDIALE DE SEGMENTATION DE SON OFFRE GLOBALE EN NUTRITION INFANTILE ET SOUHAITE RENOUVELER UNE PARTIE DE SON IDENTITÉ VISUELLE À CETTE OCCASION.

> L'IDENTITÉ VISUELLE EST MODERNISÉE (LOGOTYPE & OURSON).

> LA STRUCTURE GRAPHIQUE DES PACKAGING EST RÉAMÉNAGÉE SUR LA BASE DES CÉRÉALES INFANTILES.

> 3 CD-ROMS CONTENANT TOUTE LA MATIÈRE PREMIÈRE POUR RÉALISER LES NOUVEAUX PACKAGINGS SONT DÉVELOPPÉS.



• CLIENT : NESTLÉ NUTRITION STRATEGIC BUSINESS DIVISION SUISSE •

• GUIDELINE INTERNATIONAL • LOGOTYPE • ARCHITECTURE PACKAGING • BANQUE IMAGE • BANQUE D'ILLUSTRATIONS •



Identité Visuelle



Direction de Projet

MARKETING **INDIRECT**

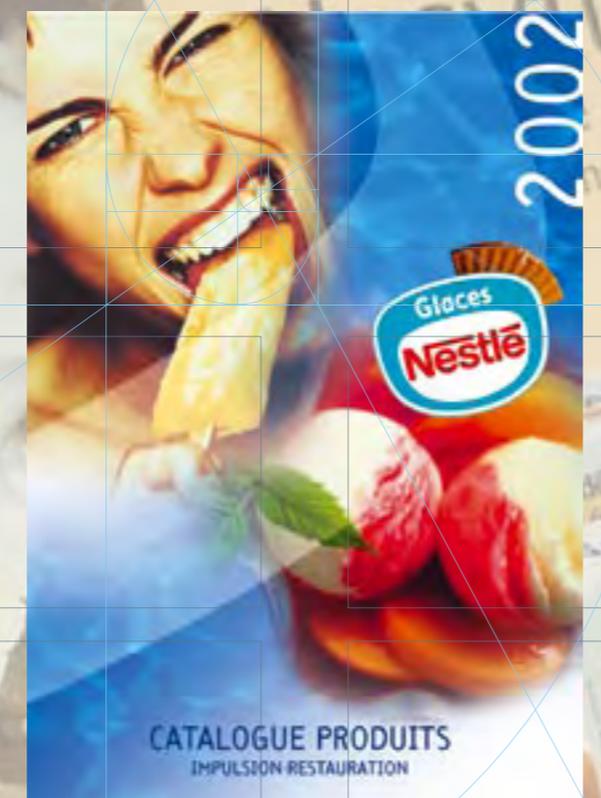
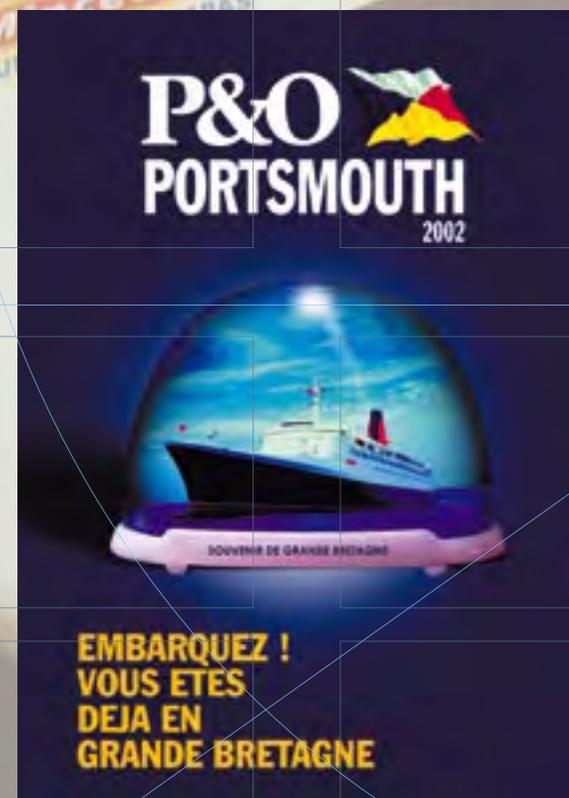
• LA MARQUE CHERCHE À IDENTIFIER PLUS FORTEMENT SON OFFRE GRATUITE DE SERVICE SUR LES AIRES AUTOROUTIÈRES DE L'ÉTÉ POUR UN MEILLEUR RECRUTEMENT.

> L'IDENTITÉ EST SIMPLIFIÉE ET AXÉE SUR L'ICÔNE DE LA MARQUE.



- CLIENT : NESTLÉ NUTRITION INFANTILE •
- LOGOTYPE • SIGNALÉTIQUE • P.L.V. • AFFICHAGE • MENUS • DÉCORATION •

Nestlé
ESVITAL
Marsieur

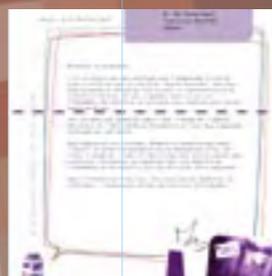
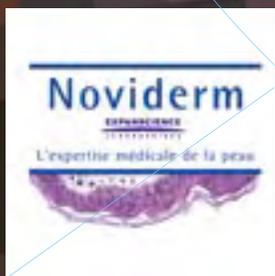


Direction de Projet

ÉDITION



- CLIENTS : P&O / NESTLÉ / AVENIR •
- CATALOGUE • BROCHURES PRODUITS • BROCHURE GAMME •



NON FACTURÉ

influx.stan@free.fr

Direction Artistique **COMPÉTENCE**

LA CRÉATION GRAPHIQUE, AU-DELÀ DE LA CLEF D'ENTRÉE DANS LE MÉTIER, RESTE LA BASE DE MON INTÉRÊT POUR CELUI-CI. C'EST VÉRITABLEMENT DANS L'ÉLABORATION VISUELLE DES RÉPONSES AUX PROBLÉMATIQUES DE COMMUNICATION QUE J'APPRÉCIE CETTE UNION DE SAVOIRS-FAIRE TECHNIQUE ET ARTISTIQUE.

EXPÉRIENCE :

> AGRO-ALIMENTAIRE, INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE, INSTITUTIONS, SPECTACLE, SERVICE

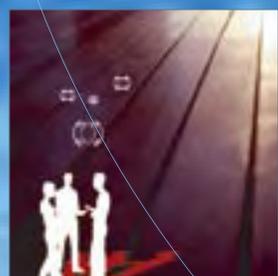
- ÉDITION
- PACKAGING
- IDENTITÉ VISUELLE
- P.L.V.

MOYENS :

- ÉQUIPÉ MACINTOSH (TRILOGIE ADOBE, XPRESS ET DIVERSES CURIOSITÉS...)
- APPAREIL PHOTO REFLEX NUMÉRIQUE
- CONNEXION ADSL HAUT DÉBIT
- UNE BELLE BIBLIOTHÈQUE "ARTS GRAPHIQUES"!

LE TRAVAIL RÉALISÉ EN DIRECTION ARTISTIQUE :

- PRISE DE BRIEF
- POSITIONNEMENT D'AXES CRÉATIFS
- MISE EN PLACE DES MAQUETTES CLEFS
- FINALISATION DES ÉLÉMENTS
- EXECUTION ET DÉCLINAISON SUR TOUT SUPPORT



Direction artistique

ÉVÉNEMENTIEL

• CRÉATION D'UNE ACTION ÉVÉNEMENTIELLE POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES DE LA MARQUE VIS-À-VIS DE SA CIBLE DE CONQUÊTE (25-35 ANS) ET DE LA PRESSE.

> CRÉATION D'UN LABEL ÉVÉNEMENTIEL LIÉ À LA MARQUE ET REPOSANT SUR UN CONCEPT NOVATEUR : UN NOUVEAU STYLE DE SOIRÉE OÙ LES "INVITÉS" SERONT GUIDÉS JUSQU'AU LIEU SURPRISE DE LA FÊTE VIA INTERNET, DES TEXTOS ET D'UNE NAVETTE.

- CLIENT : MCCANN GOVERNANCE POUR MARTINI •
- LOGOTYPE • IDENTITÉ GRAPHIQUE •



Rêve de bus

Direction artistique

ÉDITION

- CRÉATION D'UNE COLLECTION DE GUIDES DE DÉCOUVERTE DE PARIS EN SUIVANT LES PARCOURS DES LIGNES DE BUS.

CHAQUE ARRÊT EST ILLUSTRÉ PAR UNE PHOTOGRAPHIE ET UN TEXTE INVITANT À RÉVÉLER LES MULTIPLES FACETTES D'UN PARIS INÉDIT.

> MISE EN PLACE DES CODES GRAPHIQUES ET MAQUETTES DES DEUX PREMIÈRES LIGNES (VF & GB).

• CLIENT : ÉDITIONS ALTAÏR • IDENTITÉ GRAPHIQUE •





Direction artistique

ÉVÉNEMENT CULTUREL

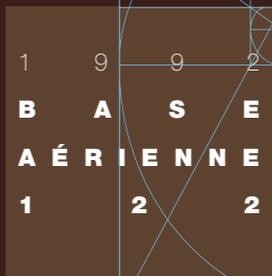
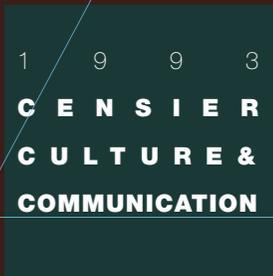
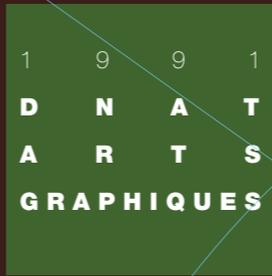
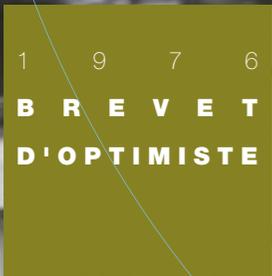
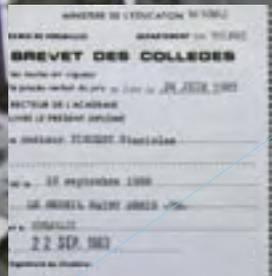
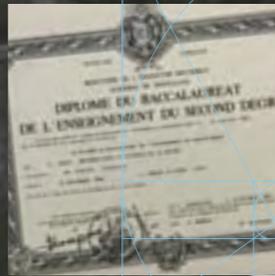
• DONNER AU FESTIVAL DE THÉÂTRE DE RUE TUMULTES DE LA VILLE DE VIGNEUX-SUR-SEINE UNE IMAGE CONCEPTUELLE PUBLICITAIRE FORTE ET SIMPLE EN RUPTURE AVEC LES COMMUNICATIONS DES ANNÉES PRÉCÉDENTES RÉALISÉES SOUS LA TUTELLE DE LA MAIRIE.

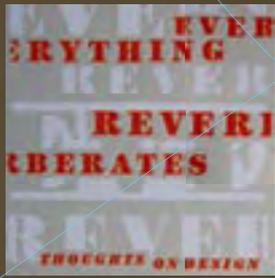
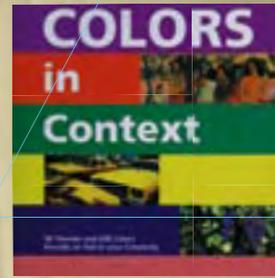
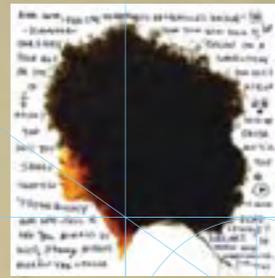
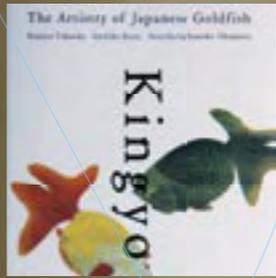
> RÉALISATION D'UNE IMAGE COMPOSITE BASÉE SUR LES DEUX SPECTACLES PHARES DU FESTIVAL AVEC UNE MISE EN AVANT ONIRIQUE ILLUSTRANT LE DÉCALAGE ET LA POÉSIE RÉUNISSANT TOUS LES ACTEURS DE CE TYPE D'ÉVÉNEMENT.



• CLIENT : COMPAGNIE LA CONSTELLATION •

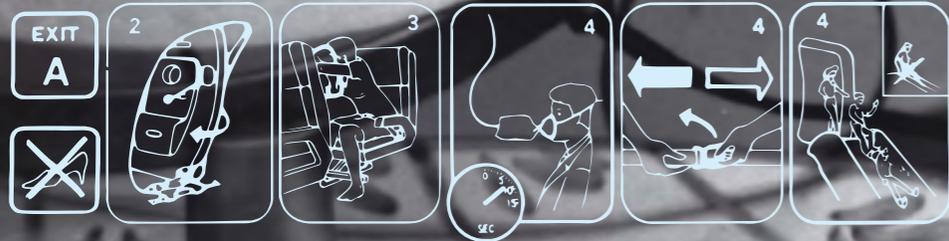
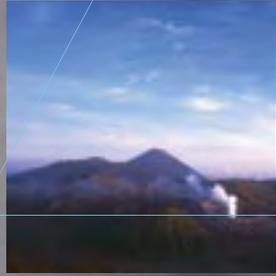
• AFFICHE •





LAN GUE





"SAVOIR PARFOIS SE RETIRER DE TOUT CE QUI NOUS TIENT, SE DÉFAIRE DE TOUT CE À QUOI ON APPARTIENT. OH, NON PAS POUR DEVENIR DIFFÉRENT, PUISQUE CELA N'EST GUÈRE POSSIBLE ET SANS DOUTE PAS BIEN UTILE, NON, JUSTE ASSEZ POUR VOIR UN PEU PLUS ET UN PEU AUTREMENT ; JUSTE UN PEU MAIS VRAIMENT, ET CE SERAIT DÉJÀ PAS MAL..."