

hélène geiger

**WO
RK.**

SÉLECTION DE RÉFÉRENCES

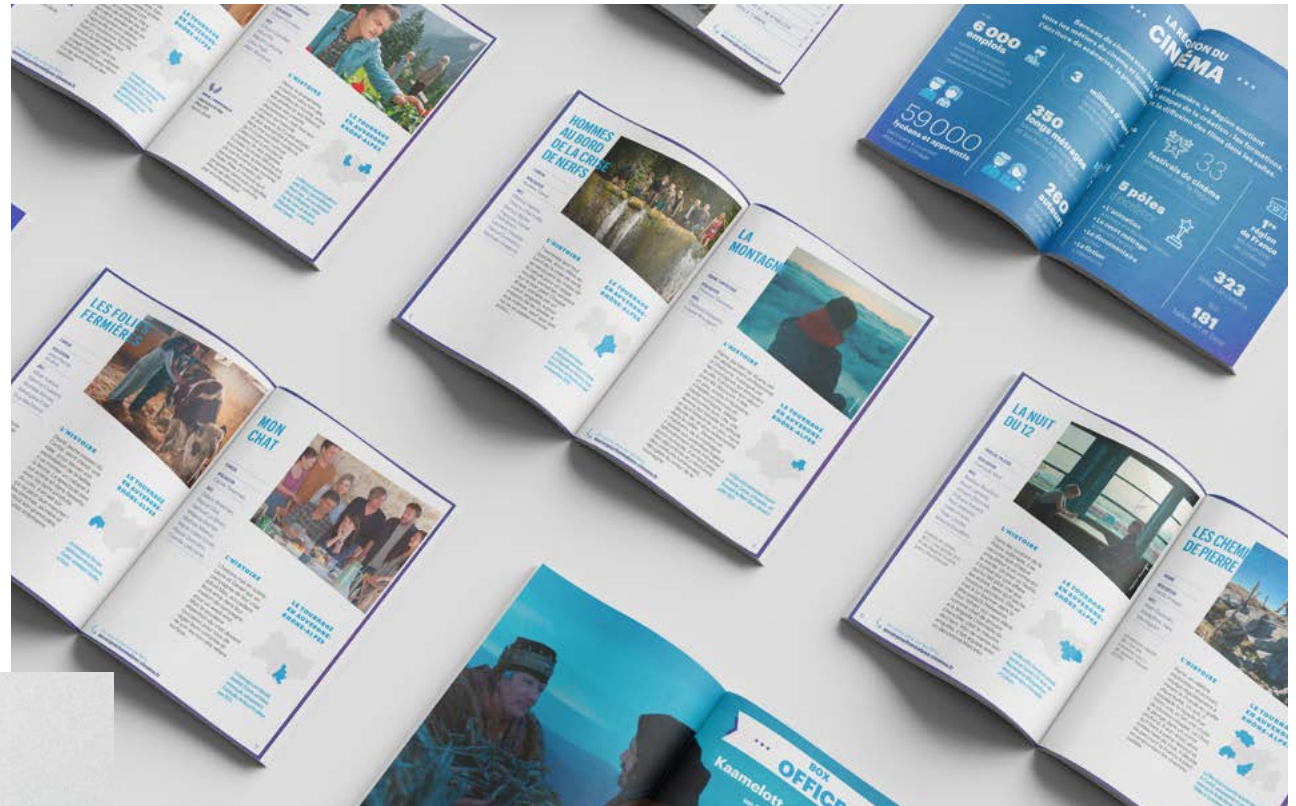


LA RÉGION DU CINÉMA

[Période : 2022]

Enjeu : promouvoir auprès du grand public les films tournés sur le territoire et projetés en salles en 2022.

- Création d'un livret et des PLV distribués dans les cinémas de la région.



| PLV et livret 24 pages, A5

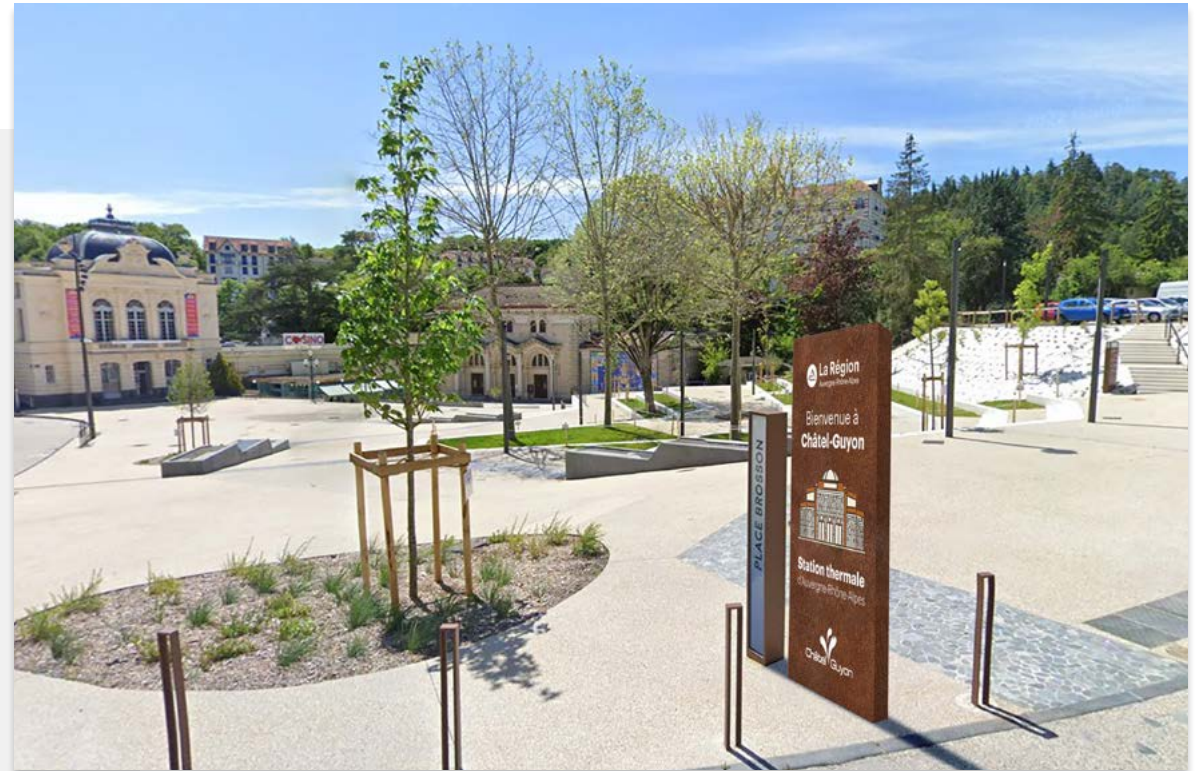
THERMALISME

[Période : 2022]

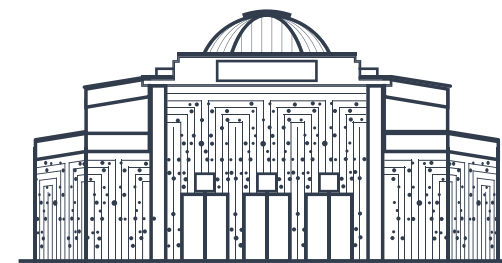
Enjeu : identifier les 24 stations thermales de la région Auvergne-Rhône-Alpes, tout en associant la découverte touristique à une offre prévention santé et bien-être.

- ▶ Création du label "Station thermale d'Auvergne-Rhône-Alpes" avec un parti-pris architectural.
- ▶ Mise en application sur annonce presse et signalétique en ville.

| Panneau de ville en acier corten



| Annonce presse



Station thermale

 Auvergne-Rhône-Alpes

NOUVEAU MANDAT

[Période : juillet 2021]

**Déploiement de la nouvelle charte graphique
au sein de l'institution à l'occasion
du nouveau mandat.**

- ▶ Création de l'habillage des locaux et de la signalétique de l'évènement
- ▶ Création du guide de l'élu



| Guide A4, 40 pages

FAIT AVEC PASSION

[Période : 2021-2022]

Enjeu : valoriser l'image de marque de la Région avec une sélection d'objets promotionnels de qualité conçus pour être utilisés dans la vie quotidienne de manière durable.

L'objectif : renforcer l'image de marque et affirmer les valeurs de l'institution.

Deux gammes distinctes ont été travaillées, la gamme grand public et la gamme protocolaire.

- ▶ Concept créatif, direction artistique.
- ▶ Conception et réalisation.

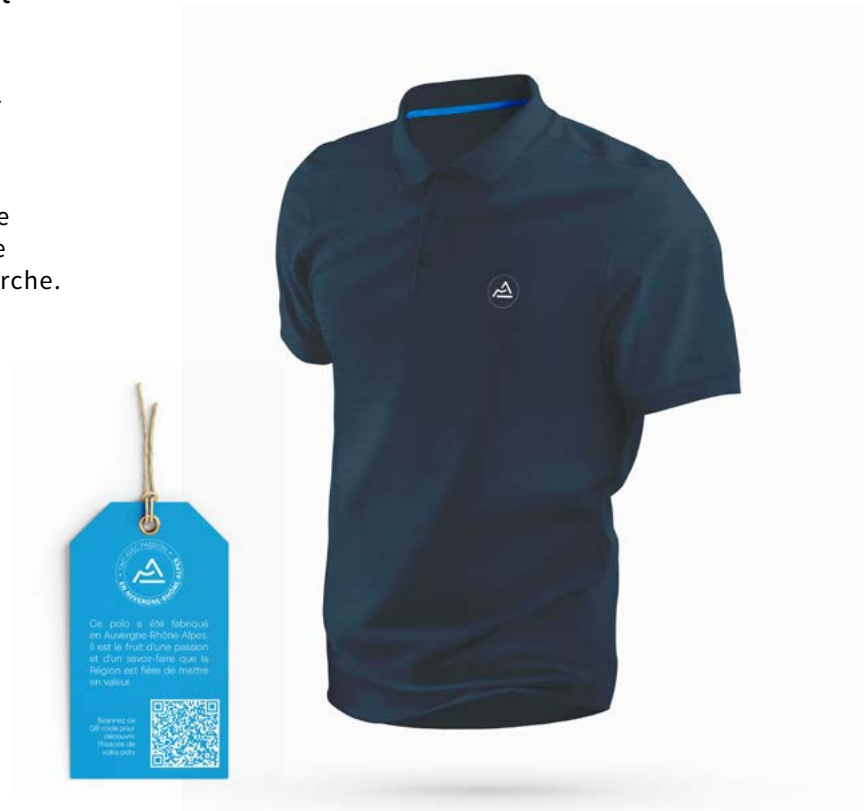


| Gamme grand public

FAIT AVEC PASSION

Pour identifier la démarche, les objets promotionnels sont marqués d'une estampille et d'une étiquette.

- Pensée comme un label, l'estampille vient souligner l'authenticité, l'origine du produit.
- L'étiquette de marque, offre un élément supplémentaire d'identification de la démarche.



| Gamme protocolaire

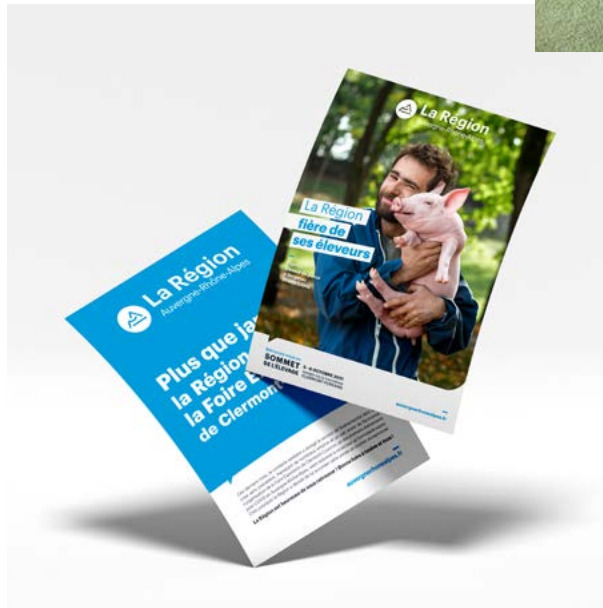


SOMMET DE L'ÉLEVAGE

[Période : 2021]

Salon Européen des professionnels de l'élevage - Clermont-Ferrand.

- ▶ Création de l'identité de l'édition 2021
- ▶ Création du stand et de outils de communication.



5 ANS DE MÉTROPOLE

[Période : printemps 2019]

Enjeu : notoriété / image

Après 5 ans d'existence de la Métropole, l'heure est au bilan et à la démonstration de sa valeur ajoutée. L'enjeu est de faire connaître la Métropole et ses compétences, valoriser ses résultats auprès de ses usagers / bénéficiaires.

- ▶ Création du guide 4 pages "La Métropole c'est quoi ?"
- ▶ Déclinaison de la campagne d'affichage en annonces presse
- ▶ Saga sur les réseaux sociaux (3 publications par semaine pendant 3 mois)



| Campagne d'affichage et annonces presse



| Saga réseaux sociaux



FESTIVAL LUMIÈRE

[Période : 2017-2020]

**Enjeu : notoriété / image de la politique
culturelle de la Métropole de Lyon**

- ▶ Création des habillages de conteneurs
- ▶ Visuels pour les réseaux sociaux

Visuel pour les réseaux sociaux |



| Habillage de conteneur

NUITS DE FOURVIÈRE

[Période : 2017-2020]

Enjeu : promotion du territoire et de la politique culturelle de la Métropole de Lyon

- ▶ Création des fresques de 18 mètres représentant les grands événements culturels de la Métropole de Lyon.
- ▶ Logotype pour la série vidéo "30 secondes dans les nuits"
- ▶ Visuels pour les réseaux sociaux



Visuel pour les réseaux sociaux |



| Fresque posée à l'entrée de Nuits de Fourvière

CHARTE GRAPHIQUE MÉTROPOLE DE LYON

[Période : 2017-2020]

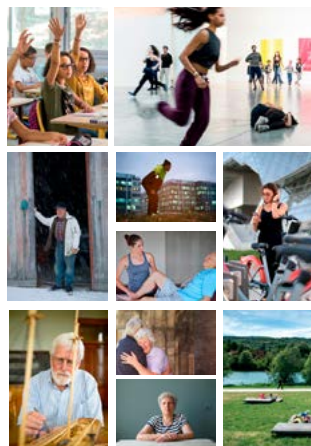
Refonte de la charte graphique pour la simplifier et véhiculer une image contemporaine et humaine de l'institution. L'enjeu est d'affirmer et de renforcer l'identité de la Métropole.

- ▶ Repositionnement des niveaux "de prise de parole" de l'institution en adaptant la grille de mise en page
- ▶ Définition de l'univers photographique, de l'iconographie et de la gamme chromatique
- ▶ Refonte des principes de mise en page des supports imprimés et guides pratiques

L'iconographie & les illustrations

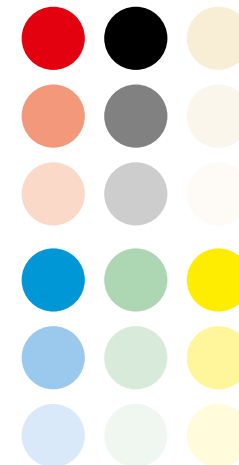
Privilégier la **simplicité**.

L'identité utilise des images épurées, **contemporaine et humaine**.



Les couleurs

Privilégier des **tons pastels** qui s'accordent avec le rouge de la charte.



Les guides pratiques

Principe de couverture Guide thématique

photo sur la double page



Cartouche identitaire exclusivement réservé au grandLyon

Plan 3A:
le bon plan
pour devenir
propriétaire
dans le neuf

Texte en bas de casse

Principe de mise en page

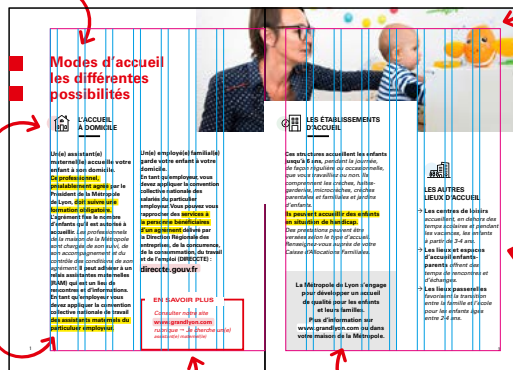
Titre en bas de casse
rouge ou noir

1 seule photo

picto style filaire



Exerge, mise en avant du texte en surligné



Liste à puces

encadré

Applat trémé



PARC BLANDAN

[Période : 2017 - 2019]

Ancienne caserne militaire du 7^e arrondissement de Lyon reconvertie en parc urbain. L'enjeu est de valoriser le futur projet et accompagner le temps long du chantier jusqu'à l'inauguration.

- ▶ Reprise de la maquette et mise en page des lettres d'info
- ▶ Création des invitation, affiches, cartes com & goodies



| Goodies

| Affiche



Invitation |

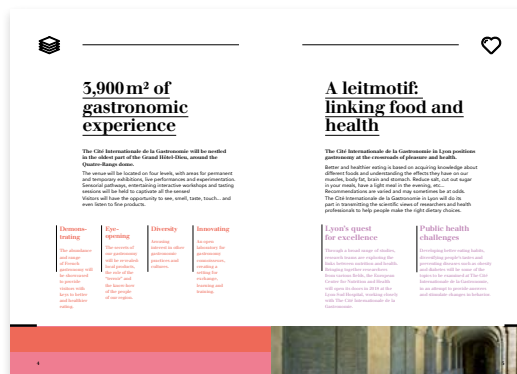
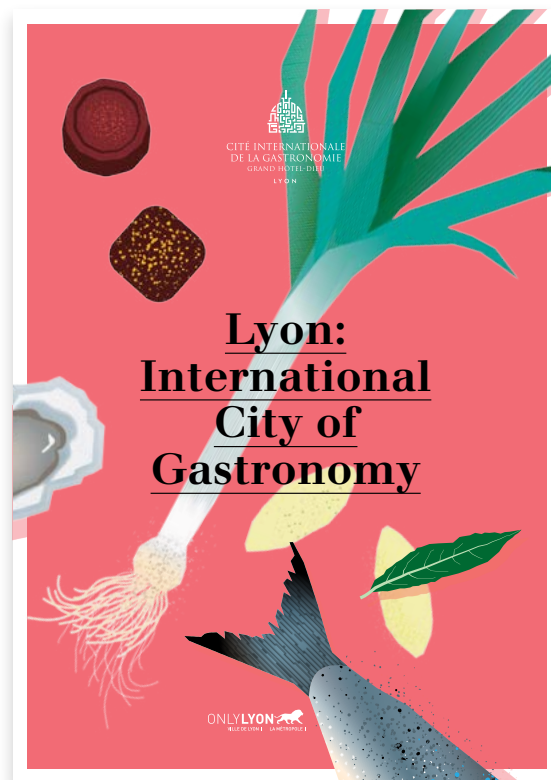


LYON, MÉTROPOLE GOURMANDE

[Période : 2017 - 2019]

Enjeu : attractivité du territoire et de la Cité de la Gastronomie

- ▶ Mise en page de la version anglaise du MET' hors-série
- ▶ Saga pour les réseaux sociaux



| Saga pour les réseaux sociaux

| Livret 16 pages de la Cité de la Gastronomie
Création de la maquette originale : Extra l'agence

MET'

[Période : 2017-2020]

Le magazine de la Métropole de Lyon.

- ▶ Création des outils d'accompagnement à la diffusion : affichage, visuels pour les réseaux sociaux et le Web
- ▶ Création des affiches pour la grande séance photo sur le thème des tribus
- ▶ Création de la campagne d'affichage grand format décliné avec les 4 couvertures du numéro exceptionnel du MET
- ▶ Déclinaison d'annonces presse

| Visuels d'appel à la une sur les réseaux sociaux

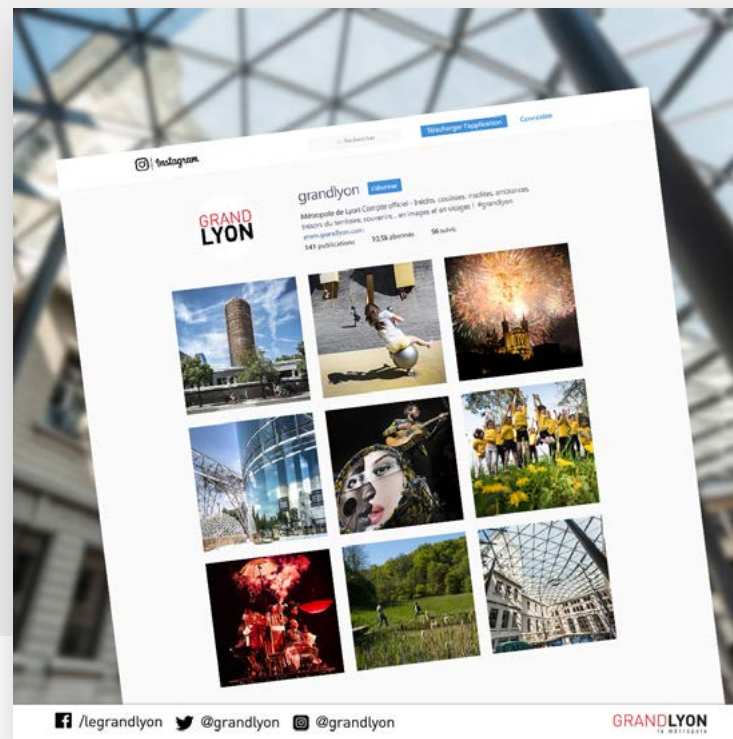


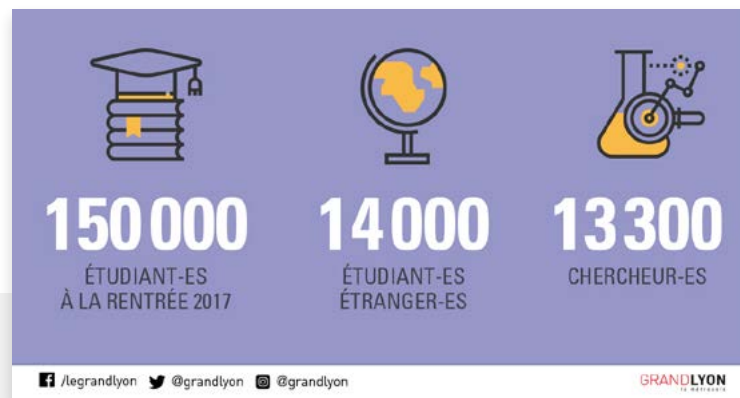
INFOGRAPHIES

[Période : 2017-2020]

Mise en place d'une ligne graphique pour les visuels avec des traitements thématisés

- ▶ Promotion des réseaux sociaux
- ▶ Chiffres-clefs
- ▶ Annonce d'évènements





SUIVEZ LA PRÉSENTATION DU NOUVEAU
vélo

En direct sur les réseaux sociaux
Judi 24 mai à partir de 11h

[f Vélo v](#) [@grandlyon](#)
#NouveauVelov

**DÉMONSTRATION
DU CHEF
JÉRÉMY GALVAN**

En live sur [f /legrandlyon](#)
mercredi 25 janvier
à partir de 15h

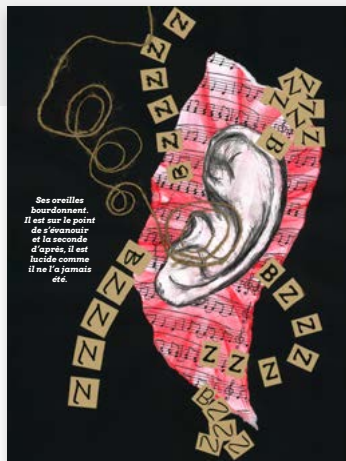
Sisha
LE MÉTROPOLE LYONNAIS
DE LA RESTAURATION À LA MÉTÉOROLOGIE

LA PERRUQUE ÉTAIT BLONDE

[Période : 2017-2020]

Ce projet, porté par la Métropole de Lyon dans le cadre d'une action culturelle liée à l'aide sociale à l'enfance, a permis à des enfants de l'IDEF de participer à Quais du Polar par l'écriture d'une nouvelle qu'ils ont entièrement imaginée et illustrée.

- Création et mise en page d'une nouvelle de 52 pages

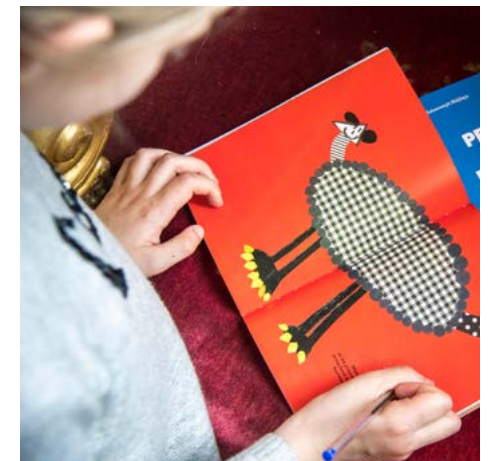


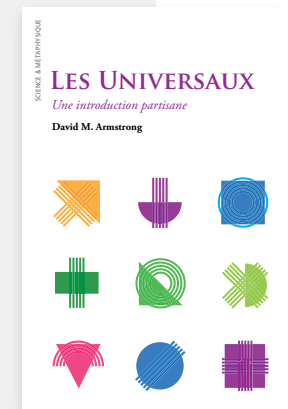
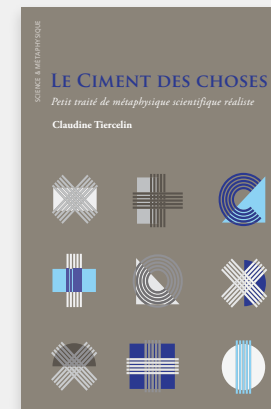
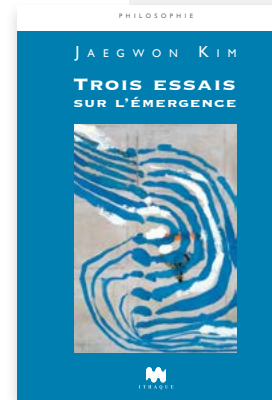
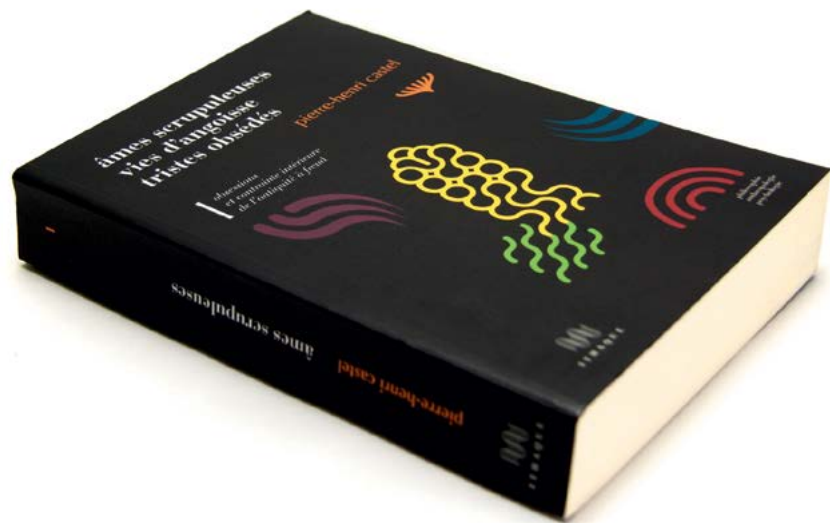
villes propres et agréables. Mais Donald invite aussi chaque citoyen, quel que soit son milieu ou ses origines, à participer à de conviviales opérations de nettoyage locales et à embellir ensemble l'endroit où ils vivent.

Auparavant, la couleur préférée de Donald était le rouge. La couleur de la colère et du sang, la couleur aussi du gros bouton poussoir pour déclencher la guerre nucléaire. Mais voilà que depuis quelque temps, Donald déteste cette couleur. Il est devenu allergique au rouge. Et rien qu'à l'idée de s'approcher de la pièce qui renferme le bouton nucléaire, il devient blanc comme un linge et se sent défaillir !

Dans tout le pays et à l'étranger, on est étonné par les revirements spectaculaires du président des États-Unis. La conduite et les actions de Donald sont si différentes de ce à quoi il nous avait habitués jusque-là ! Seuls les triples de Washington ne sont pas surpris puisque ce sont eux qui contrôlent et manipulent Donald selon leurs désirs.

À l'exception de quelques créatures marines planquées au fin fond des océans, chacun sait sur cette terre que le président Donald n'enlève jamais





KOZOKU

[Période : 2020]

- Création de l'identité graphique d'un projet d'habitat partagé pour famille monoparentale



hélène geiger

WO
RK.

SÉLECTION DE RÉFÉRENCES

