

## Olfactive Studio CMW

Olfactive Studio est une rencontre entre la photographie artistique contemporaine et la parfumerie, entre l'œil et le nez.

Olfactive Studio est au croisement du Studio Photo et du Studio de création. Pour la première fois, des parfumeurs rencontrent des photographes et s'inspirent de leurs œuvres. Ils res-sentent les images pour en saisir l'essence.

La photographie et le parfum capturent l'instant, et nous font revivre des expériences passées.

Imaginer une relation sensorielle, intimiste et poétique entre les images et les odeurs, c'est réconcilier les espaces temporels. Les « Épreuves de Parfumeur » nées de l'émotion spontanée et libre des parfumeurs qui ont carte blanche face à la photographie, se révèlent être de vrais partis pris olfactifs.

Des créations olfactives originales, jamais senties, à forte personnalité, avec de très belles matières premières et des concentrations en Eau de Parfum (12 à 18%) sans contraintes de prix.

De cette alchimie inattendue se dégage une modernité élégante et décalée. Olfactive Studio dessine un monde olfactif rare, à la personnalité forte et différente, un monde d'intuitions et d'émotions. Un monde pour les femmes, les hommes et tous les autres. Les parfums sont des anges, ils n'ont pas de sexe, mais ils ont une âme.

Des parfumeurs et des photographes talentueux ont ainsi créé les parfums Autoportrait, Chambre Noire, Still Life (2011), Lumière Blanche (2012), Flash Back (2013), le parfum de l'Ombre (2014) et les nouveautés 2015: Panorama et Selfie (2015).

Olfactive Studio a été lancé à Paris en septembre 2011 et rencontre un grand succès dans plus de 25 pays à ce jour sur tous les continents. Vive l'intuition artistique, le plaisir et le désir de créer, la qualité, la générosité !

### MISSION

Afin de renforcer sa présence, Olfactive Studio décide de renouveler son identité de marque.

Il vous est demandé d'imaginer et concevoir l'identité visuelle, qui devra clairement communiquer les valeurs d'olfactive Studio ainsi que la refonte du site et de la création d'une application (ergonomie, pictogrammes ui/ux).

À cette fin, vous proposerez un ensemble de recherches sous la forme d'axe de création.

### STRUCTURE DES DOSSIERS/RENDU FORMAT A3 PAYSAGE/ITALIEN

#### Analyses :

1. L'annonceur (qui, quoi, où, comment) et son projet, la cible
2. Le secteur et les tendances de ce secteur
3. Moodboard x 2 (parfum/photo + libre)

#### Axe de création :

1. Recherches logotype
  - brainstorming
  - recherches de visuels, premières idées
  - formulation image clé (A+B=AB)
  - univers typographique
  - univers colorimétrique
2. Mise au point logotype
  - expérimentations compositions
  - expérimentations colorimétriques
  - expérimentations typographiques
3. Développement logotype
  - finalisation
  - mini charte graphique
  - déclinaisons supports et mock up
4. Mise au point ui/ux
  - expérimentations compositions

- expérimentations colorimétriques
- expérimentations typographiques
- 5. présentation finale ergonomie/déploiement/navigation
  - site
- 6. présentation finale ergonomie/déploiement/navigation
  - application

## IDENTITÉ

–

### > finalisation identité : mini charte graphique

- version couleur
- version noir et blanc
- version taille minimale
- zone d'exclusion
- choix typo définitif
- choix colorimétrique définitif

### > déclinaisons supports identité :

- PRINT: papeterie (papier entête ; carte de visite, carton de correspondance, enveloppe), signalétique, brochure, affiche
- WEB : design d'application, ux, ui, design de site internet, bornes interactives

### > Références studio

<https://www.pentagram.com>

<https://www.grapheine.com>

## CRITÈRES D'ÉVALUATION

- diversité et pertinence des hypothèses
- repérage des besoins de communication et traitement par des moyens adaptés, cohérence choix, orientations
- adéquation des moyens graphiques et de l'argumentation au service de la com