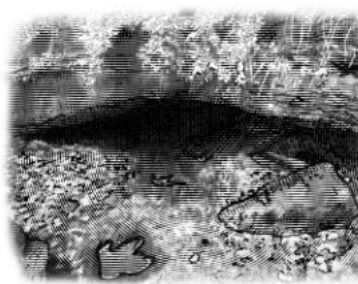


BRASSERIE L'APOTHIKAIRE

La Brasserie l'Apothicaire est une brasserie artisanale située à Saint-Jacques. La thématique qui entoure la brasserie tourne autour des charlatans, avec un esthétique début du vingtième siècle. En tant que graphiste indépendant, j'ai eu le mandat de créer l'habillage des canettes de leur première série de bières.

Au début du vingtième siècle, les pages des journaux étaient chargées de publicités de produits miracles. L'idée m'est donc venue de proposer une étiquette conçue comme l'une de ces publicités. La gravure centrale permet aux maîtres brasseurs de suggérer le verre idéal pour savourer le nectar.

La publicité centrale est accompagnée d'une véritable publicité d'archive vantant les vertus d'un produit miracle. À droite, des articles fantaisistes annoncent des phénomènes étranges, voire catastrophiques, et mettent en valeur des attraits touristiques locaux.





QUATORZE COMMUNICATIONS

En tant que directeur artistique chez Quatorze Communications, j'ai eu à créer le branding complet du bureau.

Quatorze Communications, nommée ainsi en référence au roi soleil, devait avoir un système d'identité qui associe ce symbole avec l'idée de communication. Le lien choisi fut la lumière. J'ai associé toutes les pièces relatives à l'identité à la transparence. Cela comprenait les cartes professionnelles et la papeterie, ainsi que les grands murs de verre qui divisaient notre édifice. Pour le bureau, j'ai réalisé de grandes illustrations représentant des personnages de Molière, qui était d'une certaine manière la compagnie de communication de Louis XIV



PODERE CASTORANI

En tant que Designer graphique chez les Sélections Fréchette, j'ai eu le mandat de créer un habillage pour le vin Lupaia produit par Podere Castorani, propriété du pilote de Formule 1 Jarno Trulli.

La version à fond blanc a finalement été retenue.



PODERE CASTORANI

Branding et habillage présentées à
la maison Podere Castorani,
propriété du pilote de Formule 1
Jarno Trulli.

RÉPERTOIRE DES PRODUITS ITALIENS

Sélections
FRÉCHETTE
VINS D'EXCEPTION

1130, RUE SHERBROOKE OUEST
BUREAU 1320
MONTREAL (QUEBEC) H3A 2M8
CANADA

BUREAU : 514 868-2020
TÉLÉCOPIEUR : 514 868-1515

SITE WEB : SELECTIONSFRECHETTE.COM
COURRIEL : INFO@SELECTIONSFRECHETTE.COM
FACEBOOK : FACEBOOK.COM/SELECTIONSFRECHETTE



SÉLECTIONS FRÉCHETTE

Mon illustration d'un jet de vin en forme de botte italienne est ma pièce la plus piratée sur Internet.

5



SÉLECTIONS FRÉCHETTE

Publicités et illustrations.





• **SEMAINE CULTURELLE**
 • Illustration et dépliant pour la semaine culturelle célébrant le jumelage de la ville de Magog à la commune française de Montgéron.

• **ANIMAL GROOVE**
 • Illustration réalisée pour l'affiche d'un groupe rock : Animal Groove.





CAPITALRÉUSSITE



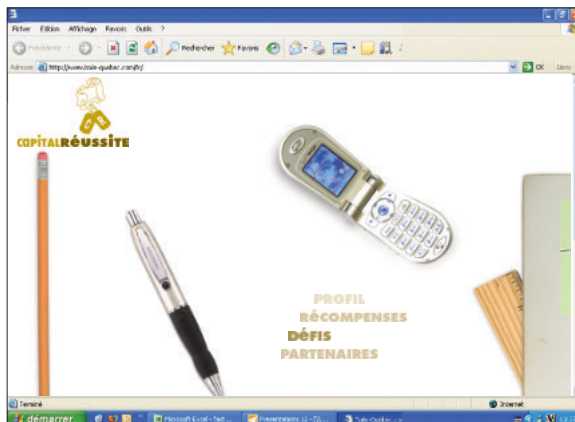
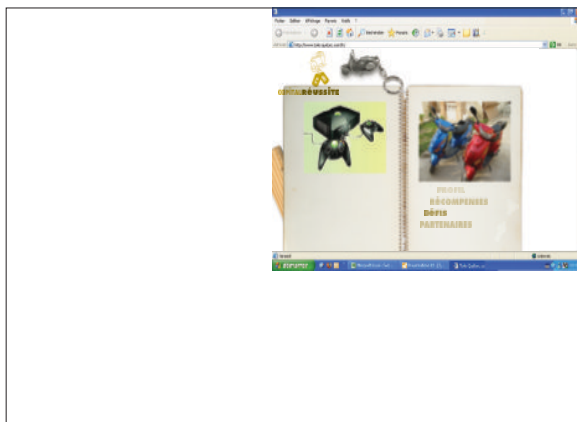
CAPITALRÉUSSITE



CAPITALRÉUSSITE



CAPITALRÉUSSITE



CAISSES POPULAIRES DES JARDINS DE SHERBROOKE

L'initiative «Capital réussite», s'adressait aux adolescents afin de lutter contre le décrochage scolaire. En tant que directeur artistique chez Quatorze Communications, j'ai créé le logo ainsi que le design de leur site web. Les jeunes y créaient leur compte et pouvaient choisir des récompenses et surveiller la progression des points nécessaires pour les mériter.

CMMI *magog*

A *l*IGARA



COMITÉ MIXTE MUNICIPAL- INDUSTRIEL DE MAGOG

En tant que directeur artistique, je devais créer une identité solide, rassurante, mais qui communiquait l'idée de désastre. De là viennent les petites flammes à l'intérieur du « M ». Le CMMI est un comité qui vise à mettre en place des procédures d'urgence en cas de catastrophe.

LES VERSANTS D'ORFORD

Pour « Les Versants », j'avais déjà développé toute l'identité visuelle et le matériel promotionnel, incluant la signalisation routière sur le site.

Au bout de quelques années, le client a voulu faire évoluer sa marque. J'ai élaboré la marque Alligara, qui soulignait l'harmonie entre le projet de développement et la protection de la nature, deux concepts malheureusement souvent antagonistes.



GOÛTEZ LE GELATO

Délicieuse importation d'Italie, le Gelato est une crème glacée de renommée internationale. Le Gelato est fait à base de lait, de crème et parfumée avec des fruits frais ou de la pâte de noix selon la saveur. Quant au sorbet, il est confectionné avec des fruits frais, de l'eau et du sucre. Le Gelato se distingue par son goût riche et sa texture pleine. Moins gras et moins sucré, il représente une alternative santé à la crème glacée industrielle.

Sa renommée fait qu'on tente partout de l'imiter. Soyez avisés : le Fin Villageois vous offre l'authentique Gelato.

Permettez-vous d'expérimenter nos nombreuses et succulentes variétés maison. Et pourquoi pas les emporter avec vous, pour partager avec vos amis la plus belle découverte de l'Italie ? Renseignez-vous à notre comptoir de Gelato.

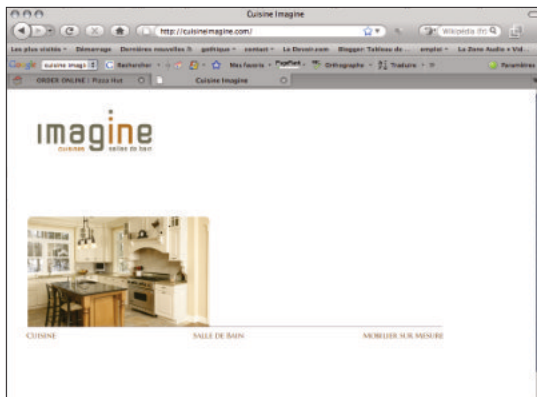


● QUATORZE COMMUNICATIONS - 1988/1994/1995

LE FIN VILLAGEOIS / LE SAVARIN

Le Fin Villageois/Le Savarin étaient un concept de duo restaurant/boutique d'accessoires de cuisine de luxe. Les deux commerces partageaient un local au centre-ville de Magog.

L'équipe de Quatorze Communications, dont j'étais le directeur artistique, a participé à l'élaboration de la marque, incluant la dénomination, les enseignes et la décoration intérieure.

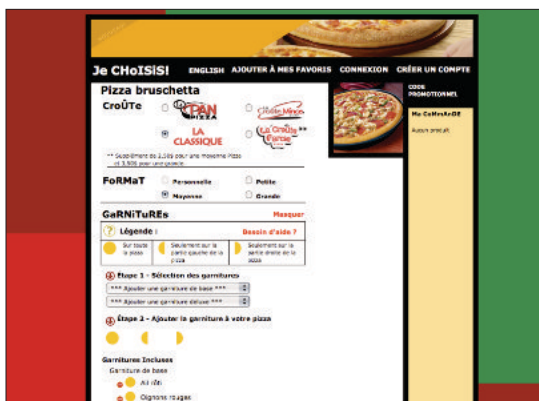
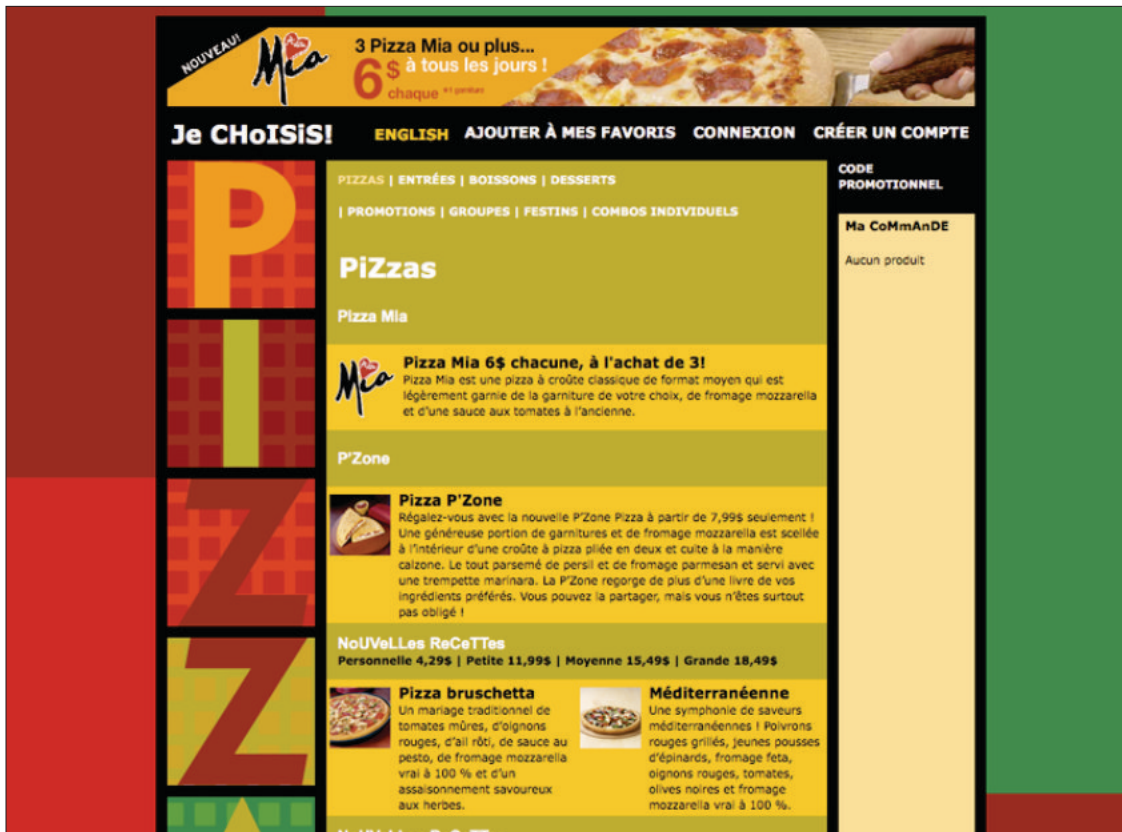


CUISINE IMAGINE

La fusion de deux acteurs majeurs dans la construction d'ameublement intégré à Sherbrooke a donné Cuisine Imagine. En tant que directeur artistique, j'ai élaboré l'identité de marque de la nouvelle entité.

Dans « Imagine », il y a « image » et surtout « in », comme le fait ressortir ce logo.

J'ai été directeur artistique pour cette campagne. En plus d'une bonne dizaine de publicités imprimées, j'ai réalisé le site Internet de Cuisine Imagine, une entreprise qui peut vous construire une salle de bain, un salon ou une cuisine dont vous n'oseriez rêver. Grâce à un merveilleux travail de photographie, les visiteurs pouvaient explorer chacun des décors comme s'ils étaient en salle d'exposition. On pouvait cliquer sur les détails afin d'obtenir un agrandissement.



SITE DE COMMANDE EN LIGNE DE PIZZA HUT

Tous les restaurants Pizza Hut du Québec appartenaient à un consortium du nom de Redberry (à l'exception de celui de Saint-Georges de Beauce).

Redberry a fait appel à Quatorze Communications pour créer son site de commande en ligne.

Les Pizza Hut de Redberry avaient leur propre identité, avec des couleurs vives, de gros contours noirs et un mélange de majuscules et de minuscules. J'ai dû respecter ces normes lors de l'élaboration du site internet.

Le vrai défi résidait dans l'UI, que j'ai réalisée en entier. Le site permettait toutes les options, y compris les pizza moitié-moitié et les extras. Grâce au travail de programmeurs chevronnés, le site permettait aussi à Redberry de gérer en temps réel les inventaires de chaque restaurant.



Memphrémagog
100% ouvert
100% hiver

Plus de 200 plaisirs à découvrir ▲ www.tourisme-memphremagog.com

 **Chambre de commerce
et d'industrie Magog-Orford**

 **Memphrémagog**
CLD TOURISME

Tourisme Québec 



CLD MEMPHRÉMAGOG

Hiver 2006. Le conflit de travail qui paralysait la station du ski du mont Orford se règle juste à temps pour les fêtes, mais les commerçants constatent que les touristes ne sont pas au rendez-vous. Pour la région, ce serait une catastrophe.

À la dernière minute, les forces vives de la région rassemblent un budget et des partenaires afin de monter à toute vapeur une campagne publicitaire pour prévenir le Québec entier que la région est prête à les accueillir. Gesca et le comédien Marc-André Coallier sont du nombre.

Télévision, radio, tous les journaux du groupe Gesca, affiches, panneaux routiers, tout doit être prêt en deux jours.

Le directeur artistique derrière cette campagne, ce sera moi. Depuis les 100 Watts que je voulais être pris en photo avec Marc-André Coallier, c'est maintenant chose faite.

13



• Cette campagne a été récompensée par un prix « Coup
• d'éclat 2007 » de la Société des attractions touristiques
• du Québec, dans la catégorie des campagnes
• promotionnelles disposant d'un budget de moins de
• 500 000 \$.