

LOIC MARECHAL

DIRECTEUR ARTISTIQUE

faire vibrer les marques avec créativité et élégance



LOIC MARECHAL

a bald guy with bold creativity*

Directeur de création et artistique indépendant basé à Paris, je vous accompagne dans la création sur-mesure de votre identité et communication de marque pour engager votre communauté et résonner avec l'esprit de notre époque.

Avec une expérience de 16 ans en agence, j'ai développé une approche mélangeant créativité débridée, stratégie bien ajustée et réalisation exigeante.

Je raconte des histoires singulières, façonne des campagnes captivantes, crée une présence digitale originale et active les esprits de manière mémorable pour créer un lien émotionnel entre votre marque et votre communauté.

Selon l'envergure du projet, j'associe mes talents créatifs à des experts indépendants minutieusement sélectionnés pour répondre efficacement à vos problématiques de communication.

Ensemble, faisons vibrer votre marque.

SERVICES

Conseil

Branding / naming, logo, charte graphique

Campagne on et off-line / film, print, digital

Edition / magazine, livre, brochure, dépliant, flyer, PLV

Brand content / réseaux sociaux, activation

Webdesign / site, emailing, newsletter



** un gars chauve à la créativité audacieuse*

RÉFÉ RENCES

J'AI EU LE PLAISIR DE TRAVAILLER POUR CES MARQUES

Depuis 19 ans, j'ai eu l'opportunité de collaborer avec de nombreux secteurs d'activités et de m'adapter à des problématiques spécifiques et variées.



| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

BEAUTÉ/LUXE Dior, Hermès, Givenchy, Guerlain, Chanel, L'Oréal Luxe, L'Oréal Retail, Lancôme, Armani, Yves-Saint-Laurent, Interparfums,

Clarins, Mugler, Azzaro **HIGH TECH & TÉLCOMMUNICATION** Motorola, Microsoft, Lenovo, Sennheiser, Cisco, Orange, Sosh

AUTOMOBILE Mazda, BMW, Porsche, **SPIRITUEUX** Bacardi, Pernod **SERVICES** Accor, Veolia Propreté, RATP

SERVICES PUBLICS IGN, Ministère des affaires étrangères, France Compétences **CULTURE** Dargaud, Dupuis, Le Lombard, m6 web, 13^{ème}

Rue, Syfy **SANTÉ** AP-HP, ARS, Roche, Johnson & Johnson, Janssen, Cenexi, Eisai, Laboratoires Arrow, Bbraun **IMMOBILIER** BNP real estate,

Eiffage, Vinci immobilier **INDUSTRIE** Colas, Osica, Vinci, Vallourec, Reckitt Bentsick

ET DE NOMBREUSES AUTRES...

SOM MAIRE

DÉCOUVREZ UNE SÉLECTION DE RÉALISATIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

cliquez sur le secteur
qui vous intéresse ↘

01 [mode & cosmétique](#)

02 [hôtellerie](#)

03 [immobilier](#)

04 [high tech & télécom.](#)

05 [santé](#)

06 [services](#)

07 [industrie](#)

08 [culture](#)



mode & cosmétique

VICHY THE BATTLE BEARD OR NOT

[voir le film](#)



client **l'oréal**
agence **surf**
activation • film • digital

Construction d'un plan de communication digitale pour le lancement international d'un nouveau soin que chaque pays déploie localement. Le film oppose 2 types d'hommes, les rasés contre les barbus, dans une bataille de style invitant le spectateur à voter pour découvrir ce qui lui convient. Dans le script original, les styles ont été choisis parmi des personnalités célèbres : films, sports, télévision, art.

TOM FORD

EAU DE
SOLEIL BLANC



TOM FORD

EAU DE
SOLEIL BLANC



TOM FORD

EAU DE
SOLEIL BLANC



TOM FORD

EAU DE SOLEIL BLANC

Recherches de key visual pour le nouveau
visuel de communication pour la
fragrance iconique Eau de Soleil Blanc
de Tom Ford.

client **Estee lauder Companies**

agence **surf**

key visual · publicité

TOM FORD

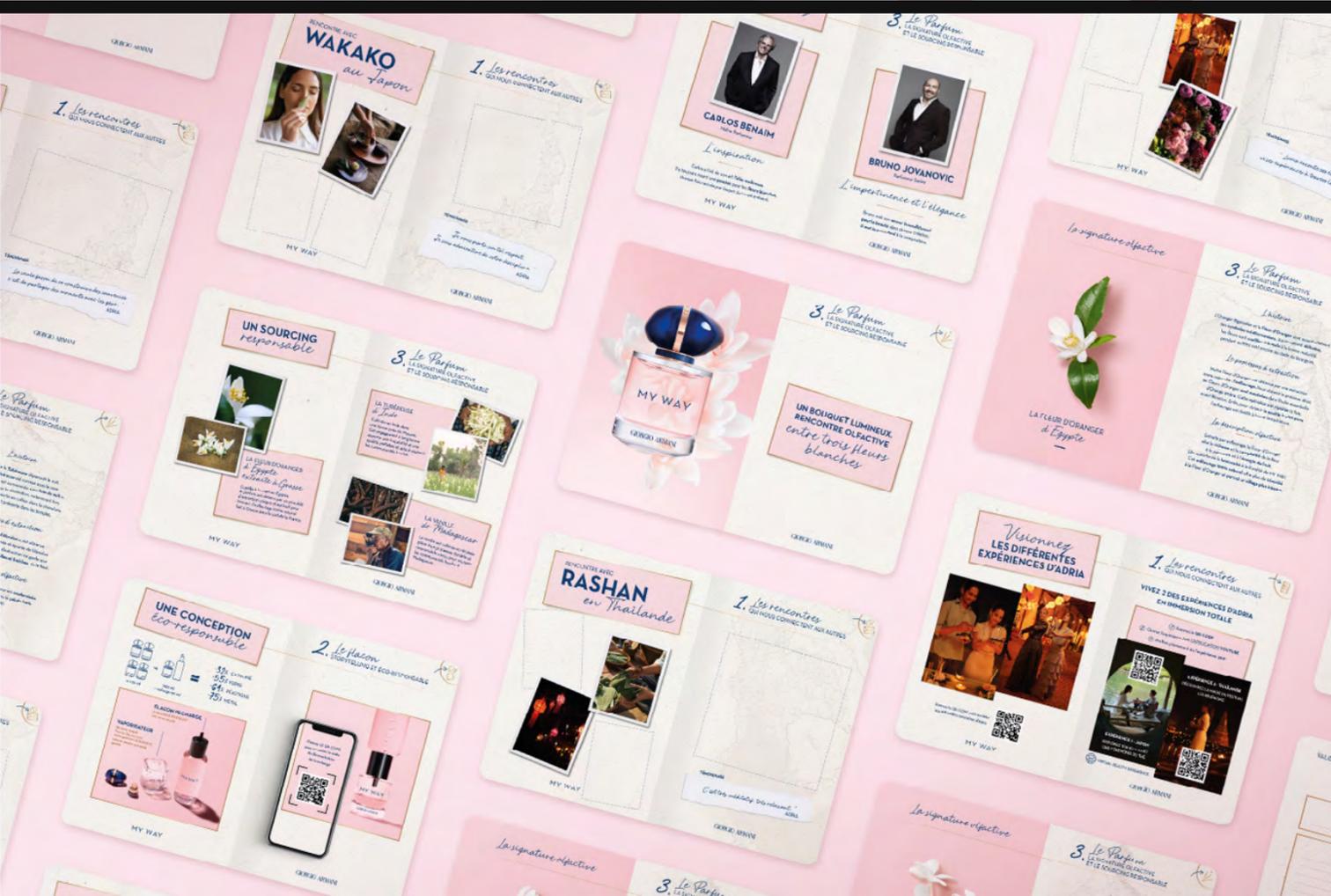
EAU DE
SOLEIL BLANC





GIORGIO ARMANI MY WAY

[voir le projet](#)



client **l'oréal**
agence **surf**
édition • coffret • retail

Création et réalisation d'un coffret de formation pour les équipes retail pour la sortie événementielle de la nouvelle fragrance Giorgio Armani, My Way. Le concept de cette box, comme celui du parfum, invite à un voyage initiatique à la rencontre des autres et de soi-même ainsi qu'à la découverte d'ingrédients issus de la filière éco-responsable.

GIVENCHY LE ROUGE

[voir le film](#)



client **givenchy**

agence **surf**

film • showreel • communication interne

Réalisation d'un showreel de présentation pour le lancement de la nouvelle plateforme de marque de Le Rouge. Film diffusé pour un événement en interne.

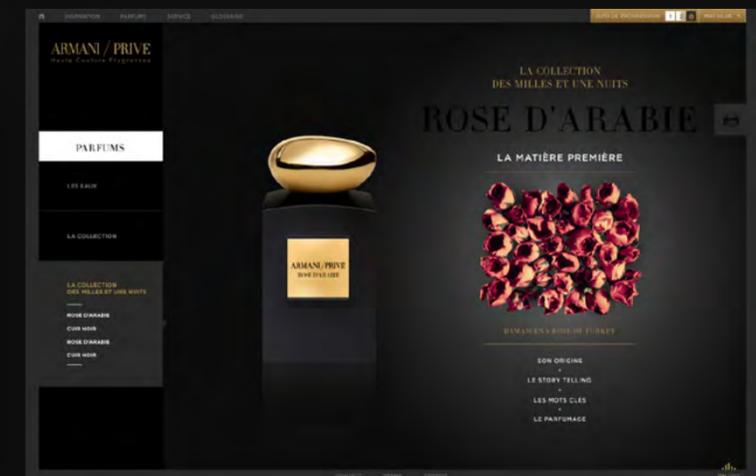
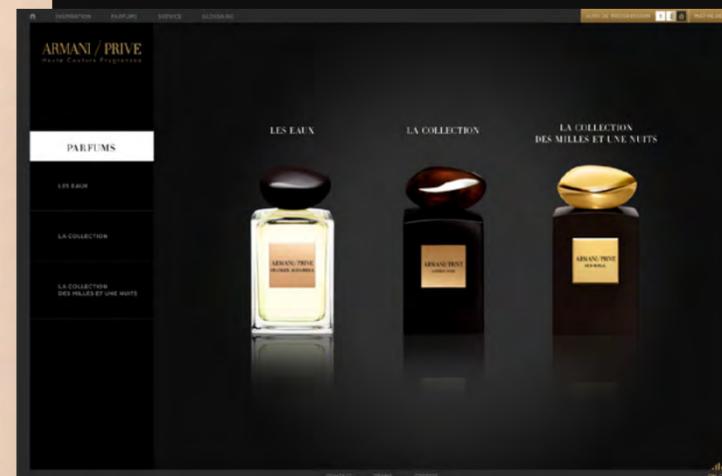
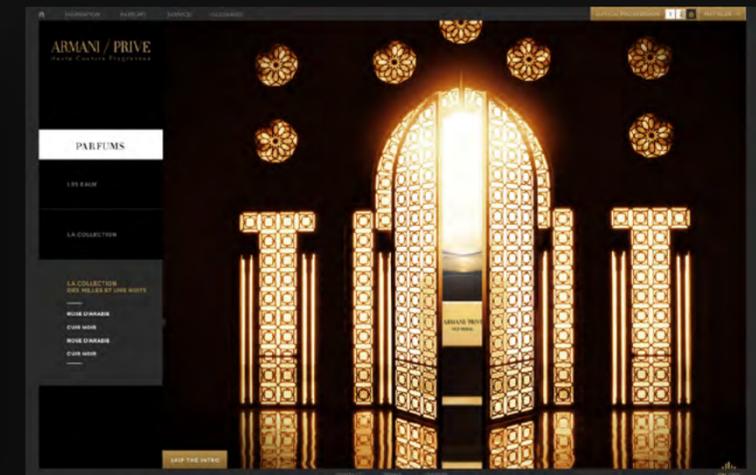
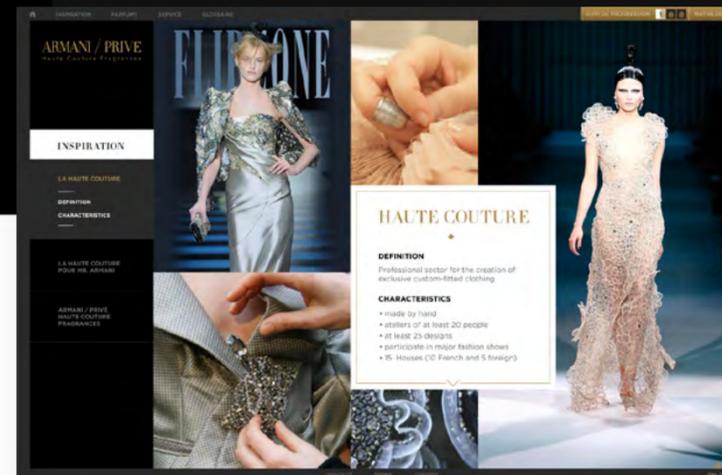
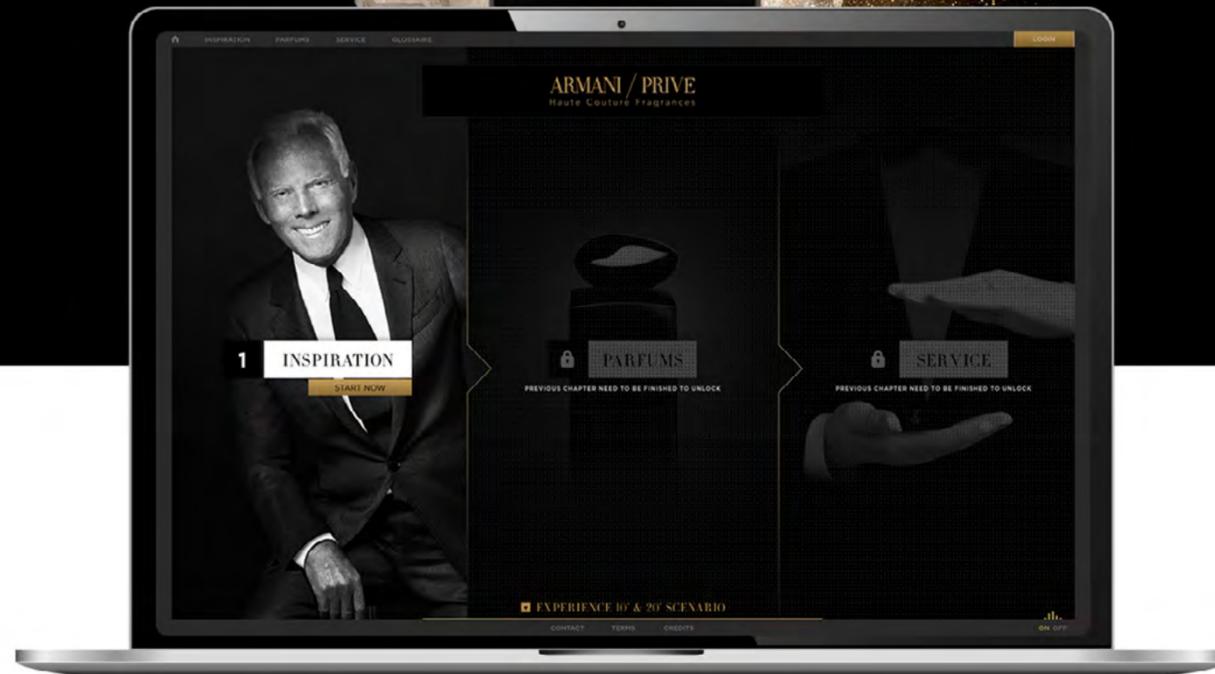
ARMANI PRIVÉ

SITE PRODUITS

[voir le projet en ligne](#)

client **l'oréal**
agence **surf**

webdesign • digital • site vitrine



Création d'un site de présentation de la gamme de fragrances d'exception Armani Privé. A l'adresse des équipes des équipes retail, le contenu se déverrouille au fur et à mesure. Chaque partie n'est accessible qu'après validation de l'acquisition du savoir de la partie précédente.



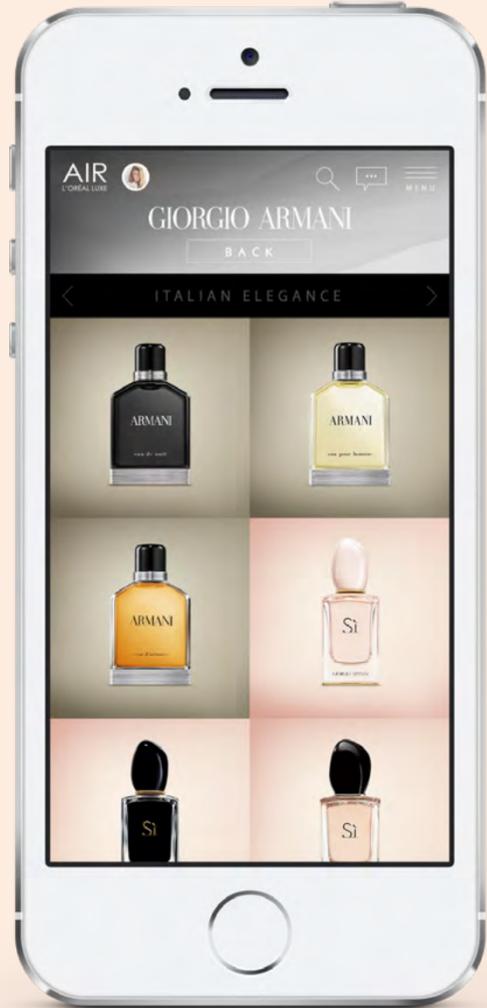
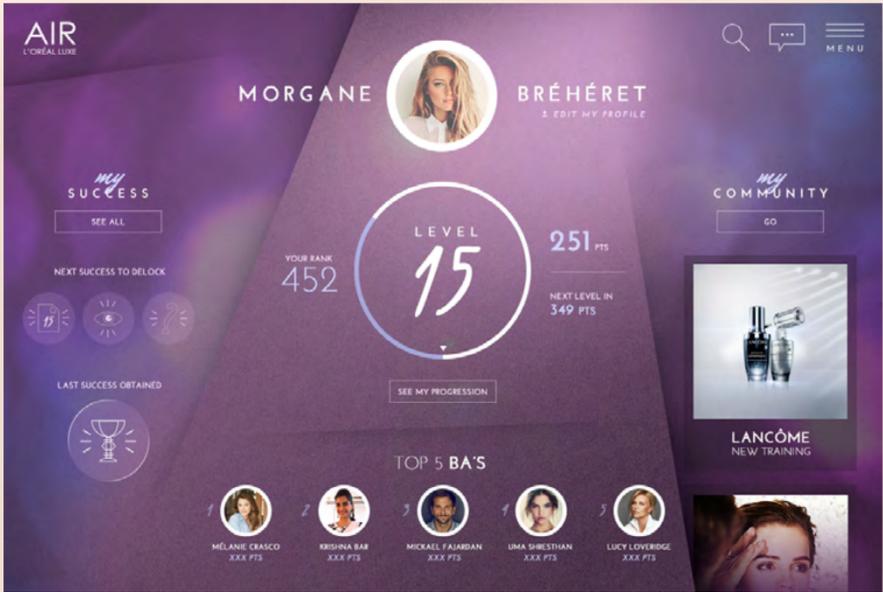
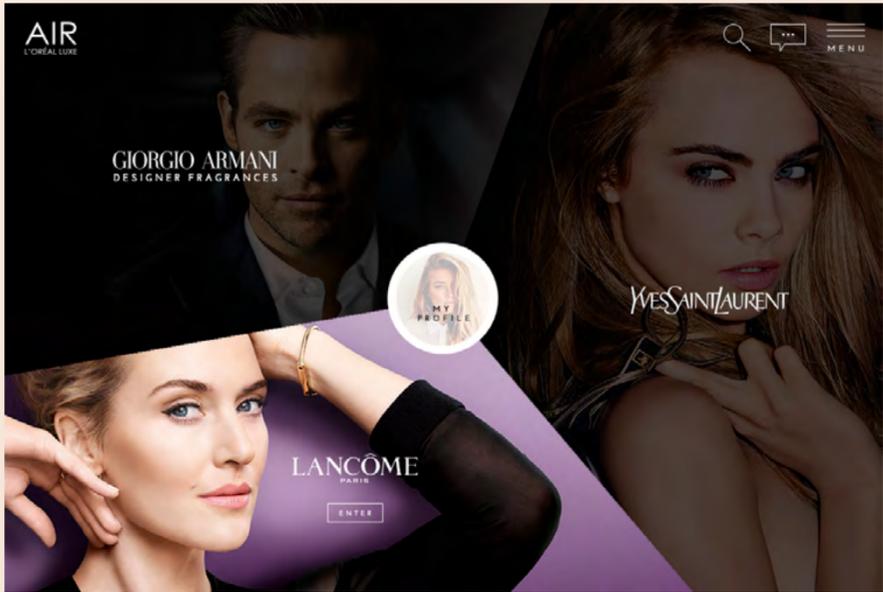
INSIDE MAGAZINE INTERPARFUMS



client **interparfums**
 agence **surf**
 édition • magazine • retail

Conception et réalisation d'un magazine pour promouvoir les fragrances du groupe Interparfums (Lanvin, Rochas, Burberry, Mont Blanc...) à destination des équipes retail des revendeurs. 7 années d'existence, 3 maquettes différentes, nous le renouvelons régulièrement.

L'ORÉAL LUXE APPLICATION AIR



client **l'oréal luxe**
 agence **surf**
 digital • application • plateforme de formation

Création d'une plateforme pour la division formation L'Oréal retail.
 Conçue comme une application, elle permet aux Beauty Advisors de se former en continu sur les
 marques du groupe, d'évaluer leur niveau de connaissances et d'obtenir des gratifications.

DOLCE & GABBANA COFFRET K



client **shiseido**
agence **surf**
édition • coffret • retail

Création et réalisation d'un coffret luxueux de formation pour les équipes retail pour annoncer la sortie de la nouvelle fragrance homme de D&G, K, en restant fidèle à l'esthétique de la marque et à ses codes : luxe et royauté.

ROGER & GALLET



client **l'oréal**
agence **surf**
édition • coffret • retail

Conception et réalisation d'un set de formation pour les équipes retail ainsi qu'une plateforme digital pour présenter la marque et les différentes fragrances.

DYPTIQUE

L'ART DU SOIN



client **dyptique**
 agence **surf**
 édition • livret de formation • retail

Création et réalisation d'un livret de formation pour les équipes retail de la division soin de Diptyque.
 Composé de savoirs à acquérir simplement et rapidement, sa lecture permet de tester ses connaissances avec des mini-jeux pour rendre l'apprentissage plus ludique.



client **l'oréal**
agence **surf**
digital • newsletter

Conception et réalisation
d'une newsletter mensuel pour Lancôme



J12 CHANEL



client **chanel**
agence **surf**
digital • application • retail

Webdesign et développement d'une application pour animer la formation des équipes retail de Chanel pour le lancement de la nouvelle montre J12.

·I·

TES SNEAKERS
TU CRÉERAS



SNEAKERS·2PECIALIST

#S2SneakersSpecialist

client **chanel**
agence **surf**
publicité · print

SNEAKERS
2PECIALIST

·II·

LES SNEAKERS
TU ADULERAS



SNEAKERS·2PECIALIST

#S2SneakersSpecialist

·III·

LES SNEAKERS
TU DÉSIRERAS



SNEAKERS·2PECIALIST

#S2SneakersSpecialist

S2 Sneakers Specialist veut revendiquer son statut de Temple des sneakers vénérés par les Sneakers addicts. Notre réponse est une campagne publicitaire emblématique pour accroître la notoriété de la marque avec une seule idée : « Énoncer des préceptes d'un culte, les Tables de Lois des adeptes de sneakers. » Inspiré par la peinture du Quattrocento, les visuels désincarnent l'humain pour mieux porter à leur paroxysme la dévotion vouée aux sneakers.

[voir le projet en ligne](#)



hôtellerie

ACCORHOTELS

LE CLUB ACCORHOTELS

[voir le film](#)



client **accor**
agence **surf**
publicité • film • digital

2 films sur un couple qui découvre les services du programme de fidélité AccorHotels.
Des services qui font la différence quand les voyages professionnels profitent à la vie personnelle :
Rendre sa chambre à 17h, avoir toujours de la disponibilité 3 jours avant votre départ, bénéficier des meilleurs tarifs...

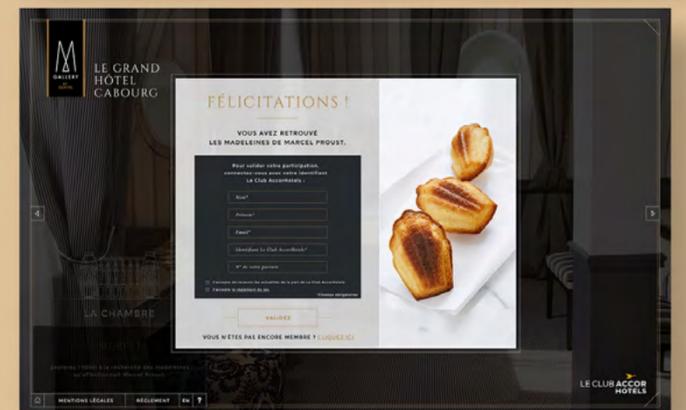
MGALLERY HISTOIRES AVEC UN GRAND M

[voir le projet en ligne](#)



client **accorhotels.com**
 agence **surf**
 digital • site internet • jeu en ligne

Création d'un jeu online pour découvrir les hôtels français de MGallery et inciter de manière ludique le participant à adhérer au Club Accorhotels. Le concept : découvrir l'histoire des hôtels MGallery pendant 3 semaines. Chaque semaine, 3 secrets à révéler en visitant les hôtels et rechercher l'objet correspondant à leur histoire.



PULLMAN THE PRACTICE GAME

pullman
HOTELS AND RESORTS
THE PRACTICE GAME
RYDER CUP
DU 3 AU 12 SEPTEMBRE 2018

1 nuit pour deux personnes
dans un hôtel Pullman parisien avec petit déjeuner
+ 2 places pour la Ryder Cup
et de nombreux lots

JOUER

pullman
HOTELS AND RESORTS
THE PRACTICE GAME
RYDER CUP
DU 3 AU 12 SEPTEMBRE 2018

Choisissez votre hôtel et commencez votre parcours :

1 TROU

Hôtel Pullman Cannes Mandelieu Royal Casino

pullman
HOTELS AND RESORTS
THE PRACTICE GAME
RYDER CUP
10 TROU
Zoomer sur les parcours pour retrouver votre balle

DÉCOUVRIR
LE PULLMAN PARIS ROISSY CDG AIRPORT

pullman
HOTELS AND RESORTS
THE PRACTICE GAME
RYDER CUP

POUR DOUBLER VOS CHANCES, PARRAINEZ VOS AMIS EN LES INVITANT À JOUER.

f **t** **e**

RETOUR À LA LISTE DES HÔTELS

client **accorhotels.com**
agence **surf**
digital • site internet • jeu en ligne

Création d'un jeu online pour les hôtels Pullman qui offrait un des places pour la Ryder Cup. Le but : augmenter le taux d'occupation des hôtels en touchant les amateurs de golf. Pour cela, nous avons créé un parcours ponctué de mini-jeux permettant de découvrir les hôtels proches des plus beaux parcours de golf de France.

ACCORHOTELS.COM

LE RÊVE PARISIEN



client **accorhotels.com**
agence **surf**
digital • site internet • jeu en ligne

Création d'une plateforme digitale événementielle durant le tournoi de Roland Garros, un partenariat entre l'organisateur et le groupe Accor, proposant des packages luxes - Hôtel + accès au tournoi en mode VIP - à une clientèle premium française et internationale.

Avec AccorHotels.com,
le ballon dort.



**AccorHotels.com est partenaire officiel
de la Fédération Française de Football**

et soutient l'Equipe de France, l'Equipe de France Espoirs,
l'Equipe de France Féminine, la Coupe de France et le football amateur.

AccorHotels.com est le site de réservation multimarque du Groupe AccorHotels,
1^{er} opérateur hôtelier mondial, avec plus de 3700 hôtels dans 92 pays et
un portefeuille unique de marques complémentaires, du luxe à l'économique.



ACCORHOTELS.COM

LE BALLON DORT

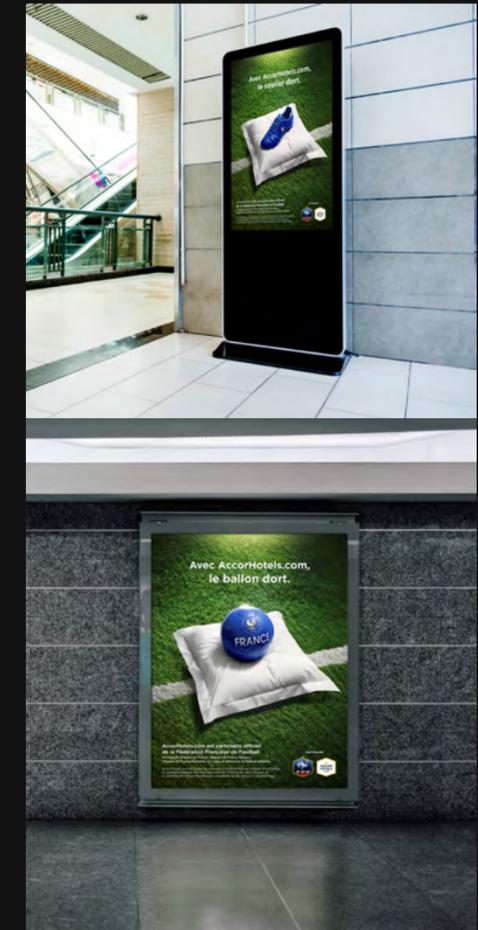
Avec AccorHotels.com,
le soulier dort.



AccorHotels.com est partenaire officiel
de la Fédération Française de Football

et soutient l'Equipe de France, l'Equipe de France Espoirs,
l'Equipe de France Féminine, la Coupe de France et le football amateur.

AccorHotels.com est le site de réservation multimarque du Groupe AccorHotels,
1^{er} opérateur hôtelier mondial, avec plus de 3700 hôtels dans 92 pays et
un portefeuille unique de marques complémentaires, du luxe à l'économique.



Le Groupe AccorHotels souhaitait communiquer sur son partenariat signé
avec la Fédération Française de Football.

«Foot» / «Hôtel», comment réunir ces deux univers si différents ?

En utilisant des objets très identifiants.

L'oreiller, c'est la récompense de fin de journée, accueillant comme un écrin.

Quant au Ballon d'or & au Soulier d'or, ce sont les récompenses rêvées pour chaque joueur.

client **accorhotels.com**

agence **surf**

publicité • print



immobilier

BNP REAL ESTATE ZELLIGE

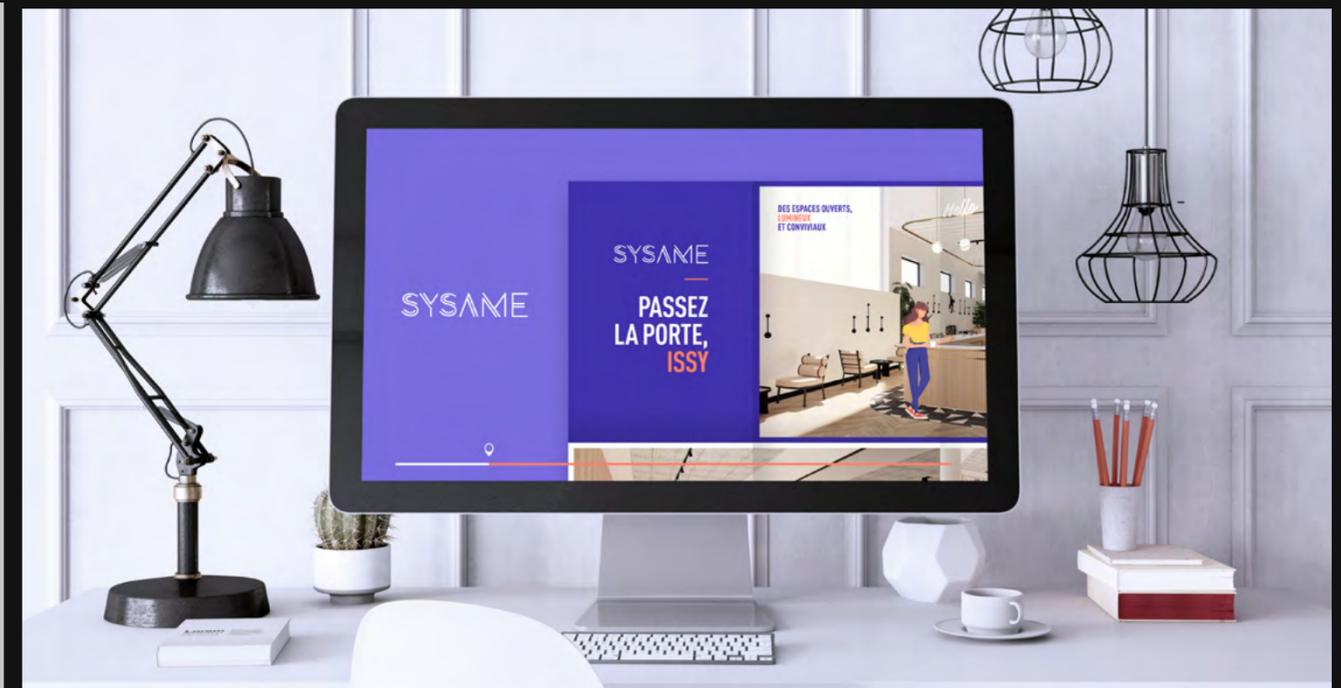


client **bnp real estate**
agence **surf**
branding • naming • édition

Création du naming, de l'identité et des différents outils de communication d'un immeuble de bureaux à Rueil-Malmaison.
Inspiré par l'aspect multi-facettes de l'architecture, nous avons nommé cet immeuble Zellige en référence aux émaux orientaux dont l'aspect change de tons et de nuances en fonction de la lumière de la journée.

SYSAME

SYSAME **AMUNDI**



client **amundi**
agence **surf**
branding • naming • édition

Réhabilitation et commercialisation de l'ancien immeuble de BFM TV.
Création du naming, de l'identité et des différents outils de communication
pour cet immeuble de bureaux idéalement situé à Issy-Les-Moulineaux aux portes de Paris.



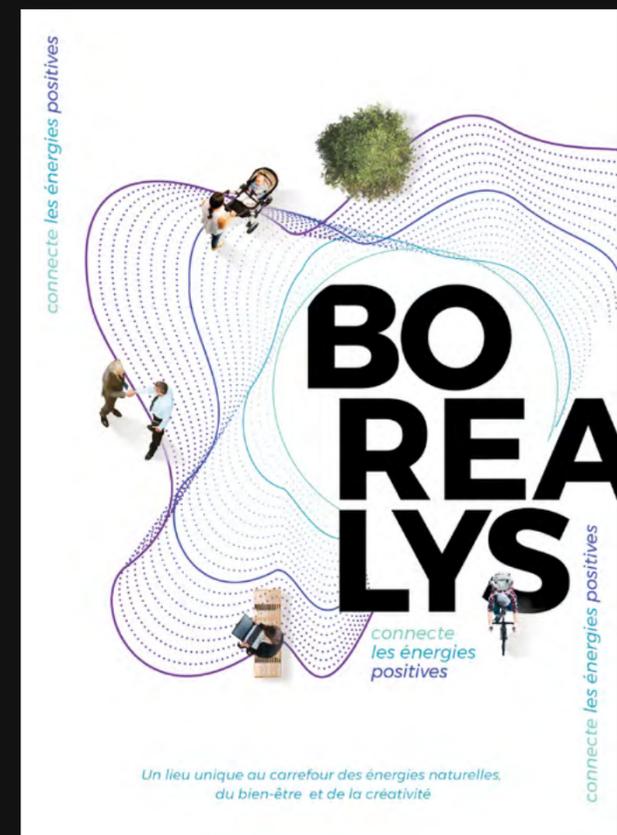
client **cap 5 conseil**
 agence **surf**
 branding • naming • édition

Réhabilitation et commercialisation d'un immeuble proche de la place Vendôme.
 Création du naming, de l'identité et des différents outils de communication
 de cette adresse d'exception située au 12 rue de La Paix.



BO REA LYS

connecte
les énergies
positives



CGI
BOREALYS

Stratégie de communication du lancement du programme immobilier et création de l'identité graphique.

client **cgi**
agence **surf**
branding • naming • édition digital • site internet

Un lieu unique au carrefour des énergies naturelles, du bien-être et de la créativité



- IMMEUBLE
- SITUATION
- SERVICES
- PERFORMANCE
- ENVIRONNEMENT
- DOCUMENTS
- CONTACT

FR EN

A 2 pas du CNIT LA DÉFENSE
2-28 rue du Capitaine-Cuyenemer
92400 Courbevoie

EIFFAGE CARRÉ D'EDEN

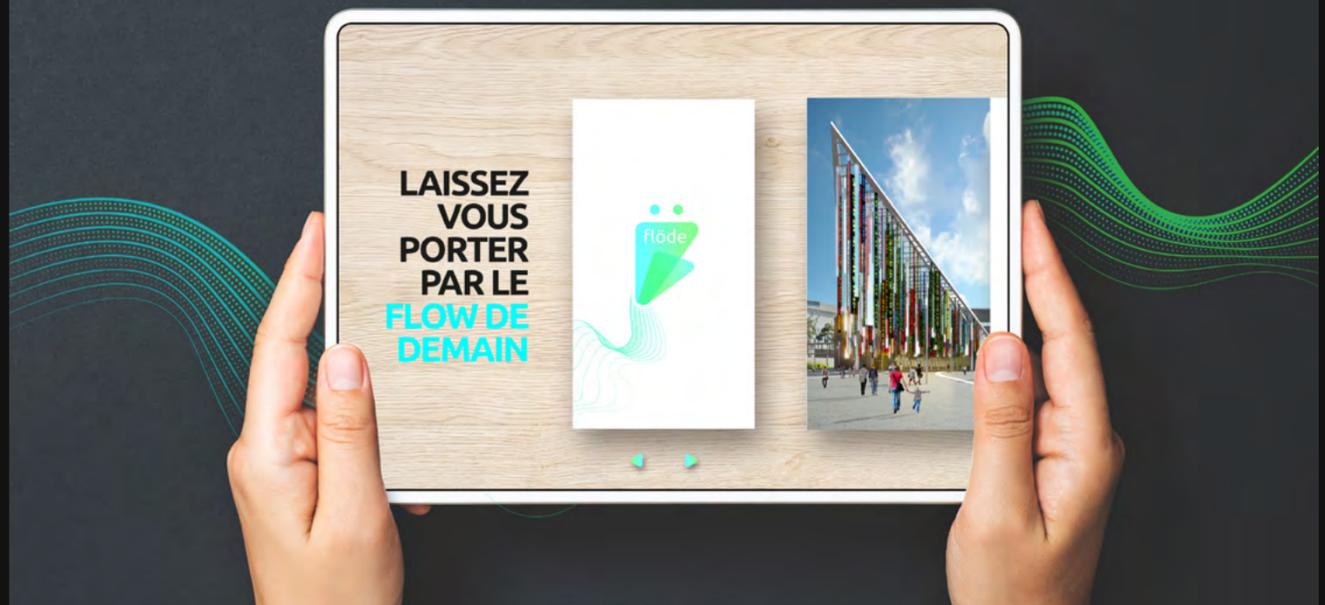
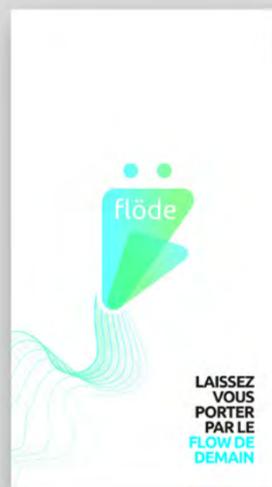


client **eiffage**
 agence **surf**
 branding • édition

Création du naming, de l'identité et des différents outils de communication d'un projet immobilier à destination des particuliers futurs acquéreurs.



FLÖDE **AMUNDI**



client **amundi**
agence **surf**
branding • naming • édition

Réhabilitation et commercialisation de l'ancien immeuble de BFM TV.
Création du naming, de l'identité et des différents outils de communication
pour cet immeuble de bureaux idéalement situé à Issy-Les-Moulineaux aux portes de Paris.





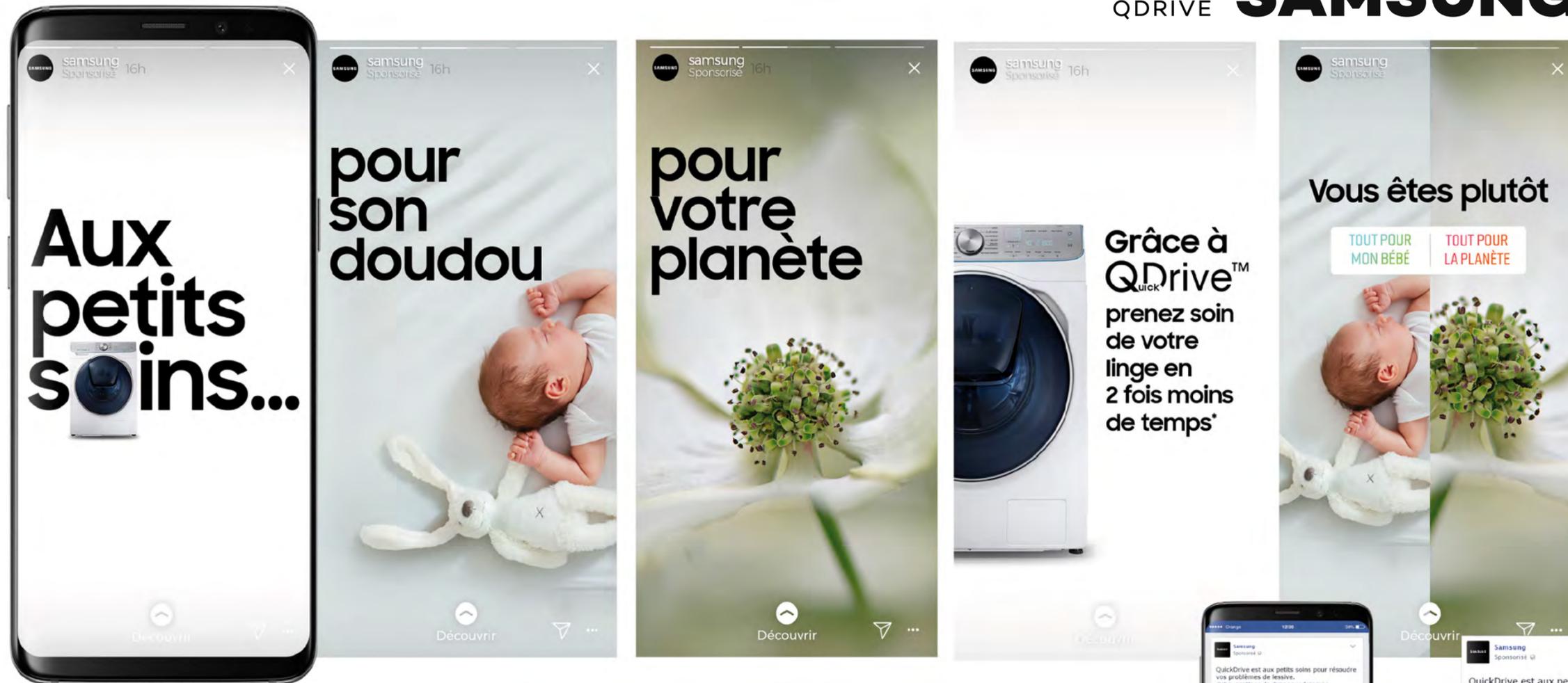




bonjour

vous allez être mis en relation
avec notre callbot santé

QDRIVE **SAMSUNG**



300x250



client **samsung**
 agence **surf**
 réseaux sociaux • publicité

Conception et réalisation d'une campagne promotionnelle sur les réseaux sociaux (facebook/instagram) pour les machines équipées du système QDrive™.

SENNHEISER URBANITE



**GOOD
LOOK
BETTER
SOUND**

SENNHEISER **URBANITE**



The main advertisement features a man in profile wearing a white beanie and blue Sennheiser headphones. To his right, the text 'GOOD LOOK BETTER SOUND' is written in large, bold, blue letters. Below this, 'SENNHEISER URBANITE' is written in a smaller font, with 'URBANITE' in a stylized, hand-drawn font. To the right of the text, five different colored headphones are shown in a vertical row, each with a small 'S' logo. The Sennheiser logo is at the bottom right.



**GOOD
LOOK
BETTER
SOUND**

SENNHEISER **URBANITE**



The smaller advertisement features a woman in profile wearing a black leather jacket and a grey beanie with headphones. The text and graphics are identical to the main ad.

client **sennheiser**
agence **surf**
publicité • print

Accompagnement de Sennheiser pour la promotion de leur casque Urbanite, résolument urbain dont le look et le design sont étudiés pour être facilement rangé, l'arc du casque se pliant pour prendre moins de place. Le concept : réassurer sur la qualité du son Sennheiser et insister sur les déclinaisons colorées pour autant de looks possibles.

AVEC VOTRE YOGA
DÉPASSEZ L'IDÉE
D'AVOIR JUSTE UN PC

Lenovo™



Windows

Windows vous offre une expérience optimale pour être efficace rapidement.

YOGA



Opération promotionnelle du 6 mars au 24 juin 2017.
Voir modalités sur www.lenovo.com/OFFREYOGA2017/fr

JUSQU'À
80€
REMBOURSÉS
POUR L'ACHAT D'UN
PORTABLE DE LA
GAMME YOGA

LENOVO YOGA

AVEC VOTRE YOGA
SWITCHEZ À VOLONTÉ !

YOGA

Lenovo

80€
REMBOURSÉS
POUR L'ACHAT D'UN
PORTABLE DE LA
GAMME YOGA

Windows

DECOUVREZ LES PORTABLES QUI SE PLIENT EN QUATRE POUR VOTRE BIEN-ÊTRE. Plus rapides, plus agiles, vous pouvez passer d'un mode à l'autre en un instant. Découvrez les modèles de la gamme Yoga sur www.lenovo.com



AVEC VOTRE YOGA
DÉPASSEZ L'IDÉE
D'AVOIR JUSTE UN PC

Lenovo™



Windows

Windows vous offre une expérience optimale pour être efficace rapidement.

Lancement du modèle haut de gamme de Lenovo, le Yoga, un des premiers ordinateurs hybrides mi-portable mi-tablette à réaliser des mouvements improbables.

L'idée est de promouvoir cet hybride sans le montrer mais en suggérant tout ce qu'il permet de faire d'étonnant. Avec une iconographie inspiré des danseurs hip-hop, Yoga est un objet en marge, en avance sur son époque et résolument urbain.

client **lenovo**
agence **surf**

publicité • print • digital

SENNHEISER SENNHEISER

Floyd likes it

*PINK**

MOMENTUM
On-Ear *by Sennheiser*



*Floyd l'aime en rose

Couleurs disponibles



SENNHEISER
The Pursuit of Perfect Sound

Axelle likes it

Red

MOMENTUM
On-Ear *by Sennheiser*



*Axelle l'aime en rouge

Couleurs disponibles



SENNHEISER
The Pursuit of Perfect Sound

Al likes it

Green

MOMENTUM
On-Ear *by Sennheiser*



*Al l'aime en vert

Couleurs disponibles



SENNHEISER
The Pursuit of Perfect Sound

client **sennheiser**
agence **surf**
publicité • print

Accompagnement de Sennheiser pour la promotion de leur casque Momentum.
Pour s'accorder au mieux à son look, une gamme de 7 couleurs a été créée. L'idée est de faire référence à des artistes aux couleurs musicales variées dont le nom correspond à une couleur de la gamme du casque pour insister sur sa personnalisation.

santé



ACUVUE

[voir le film](#)



client **johnson & johnson**
agence **surf**
publicité • film

Film publicitaire avec diffusion sur les chaînes de télévision pendant la Coupe du Monde de football pour promouvoir les avantages à utiliser des lentilles pour tous les sportifs avec des problèmes de vue.



À L'HÔ- PITAL AUSSI,

**INSULTER
EST INTERDIT**

**On fait le maximum
pour votre santé,
le minimum
c'est de nous respecter.**

Conformément à l'article 433-3 du Code Pénal, toute agression physique ou verbale à l'encontre du personnel peut donner lieu à un dépôt de plainte.

AP-HP CAMPAGNE CONTRE LES INCIVILITÉS



À L'HÔ- PITAL AUSSI,

**LES COUPS
SONT BANNIS**

**On fait le maximum
pour votre santé,
le minimum
c'est de nous respecter.**

Conformément à l'article 433-3 du Code Pénal, toute agression physique ou verbale à l'encontre du personnel peut donner lieu à un dépôt de plainte.



À L'HÔ- PITAL AUSSI,

**NE RACONTEZ PAS
NOTRE VIE
EN STORY**

**On fait le maximum
pour votre santé,
le minimum
c'est de nous respecter.**

Conformément à l'article 151 bis du règlement intérieur de l'AP-HP, les personnels, patients, visiteurs et autres tiers [...] ne peuvent se livrer, dès lors qu'elle permet l'identification de personnes, à la captation d'attributs de leur personnalité, et notamment de leur image ou leur voix, sans l'autorisation expresse des intéressés ou celle de leur représentant légal.

client **ap-hp**
agence **belazar**
publicité • print

Création de la campagne de sensibilisation contre les incivilités
à l'encontre des personnels soignant.

LABORATOIRES ARROW OROCAL

Le Laboratoire Arrow a acquis le médicament Orocal et nous a demandé de «dépoussiérer» ce médicament traitant les carences en vitamine D et utilisé dans le cas d'ostéoporose.

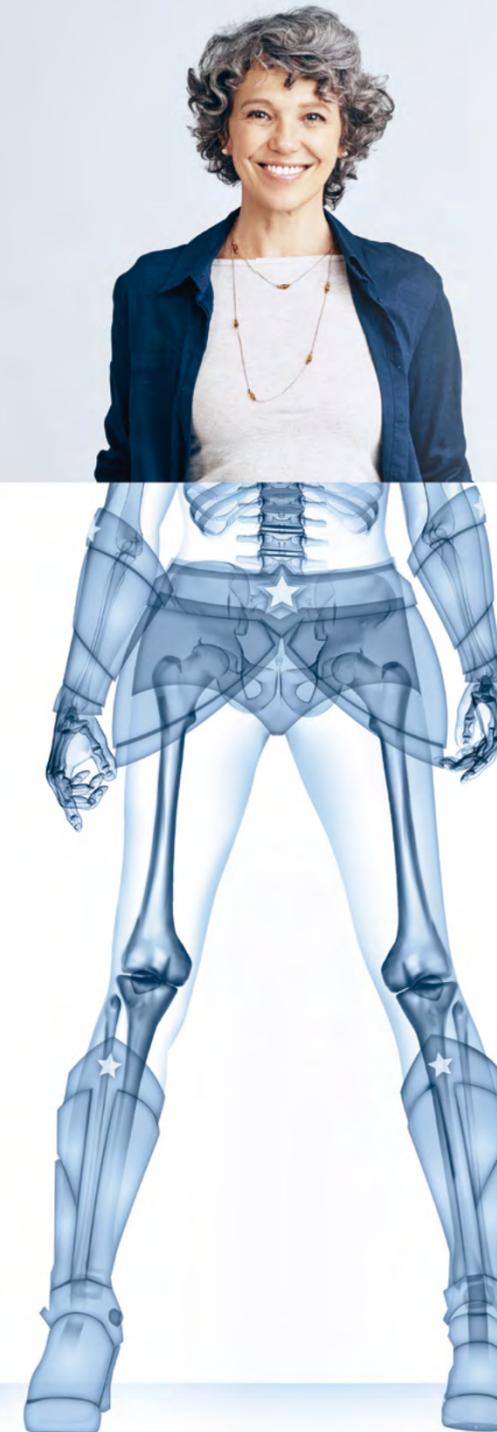
client **laboratoires arrow**

agence **surf**

branding • packaging • publicité



Orocal[®]



Orocal[®]
CALCIUM CHOLECALCIFÉROL
vitamine D3
500 mg | 400 UI

Des os à toute épreuve

AUGMENTATION DE
LA DENSITÉ MINÉRALE OSSEUSE ⁽¹⁾

OBSERVANCE DÉMONTRÉE :
78 % EN MOYENNE SUR 3 ANS
DE TRAITEMENT ⁽²⁾

Correction des carences vitamino-calciques
chez les sujets âgés

.....
Apport vitamino-calcique associé
aux traitements de l'ostéoporose,
chez les patients carencés ou à haut risque
de carence vitamino D-calcique

(1) Deroisy R et al. Effects of two 1-year calcium and vitamin D3 treatments on bone remodeling markers and femoral bone density in elderly women. Curr Ther Res 1998;59:850-62. (2) Kärkkäinen MK et al. Does daily vitamin D 800 IU and calcium 1000 mg supplementation decrease the risk of falling in ambulatory women aged 65-71 years? A 3-year randomized population-based trial (OSTPREPPS). Maturitas 2010;65:359-365.

Pour une information complète, se reporter au RCP d'Orocal[®] vitamine D3 500 mg/ 400 UI, comprimé à sucer disponible sur la base de données publique des médicaments (<http://base-donnees-publique.medicaments.gouv.fr/>)

Arrow Génériques - 26 avenue Tony Garnier - 69007 Lyon - SAS au capital de 36 945 840,47 € - RCS Lyon 433 944 485



INFECTIONS BUCCALES

Un seul mot
à la bouche



SOLUTION ANTISEPTIQUE ET APAISANTE



LABORATOIRES
TONIPHARM

Arôme menthe poivrée. Ne colore pas les dents. N'altère pas le goût. Adultes et enfants de plus de 12 ans : produit prêt à l'emploi. 3 bains de bouche par jour avec du produit pur, garder le produit une minute dans la bouche. Enfants de 7 à 12 ans : produit à diluer. 3 bains de bouche par jour avec du produit dilué à 50 % avec de l'eau. Ceci est un médicament préconisé dans le traitement local d'appoint des infections de la bouche ou en soins après une intervention chirurgicale de la cavité buccale. Lire attentivement la notice. Ne pas utiliser chez l'enfant de moins de 7 ans. Contient de l'alcool. Demandez conseil à votre pharmacien. Si les symptômes persistent plus de 5 jours, consultez votre médecin.
www.alodont.com
Visa 16/03/655/72846/GP/003

TONIPHARM ALODONT



client **tonipharm**
agence **surf**
publicité • print

Accompagnement pour la campagne du médicament Alodont.
Le client souhaitait que la seule solution soit son produit lorsqu'un patient a des infections buccales, comme une évidence. Sans ambiguïté, cette campagne est une réponse à un concurrent dont le message publicitaire a longtemps envahi toutes les têtes.



alodont[®]

IL N'Y A PAS
QUE LE LOOK
QUI SE SOIGNE



TRAITEMENT
DES INFECTIONS
DE LA BOUCHE

LABORATOIRES
TONIPHARM

TONIPHARM ALODONT



alodont[®]

IL N'Y A PAS
QUE LA COUPE
DE CHEVEUX
QUI SE SOIGNE



TRAITEMENT
DES INFECTIONS
DE LA BOUCHE

LABORATOIRES
TONIPHARM

Proposition de campagne pour le médicament Alodont. Selon des études, les Français ne prendraient pas assez soin de leur bouche. Notre idée : montrer que paraître soigné, c'est bien mais l'être aussi à l'intérieur c'est mieux en jouant sur une parodie d'une campagne de cosmétique, à la L'Oréal.

alodont[®]

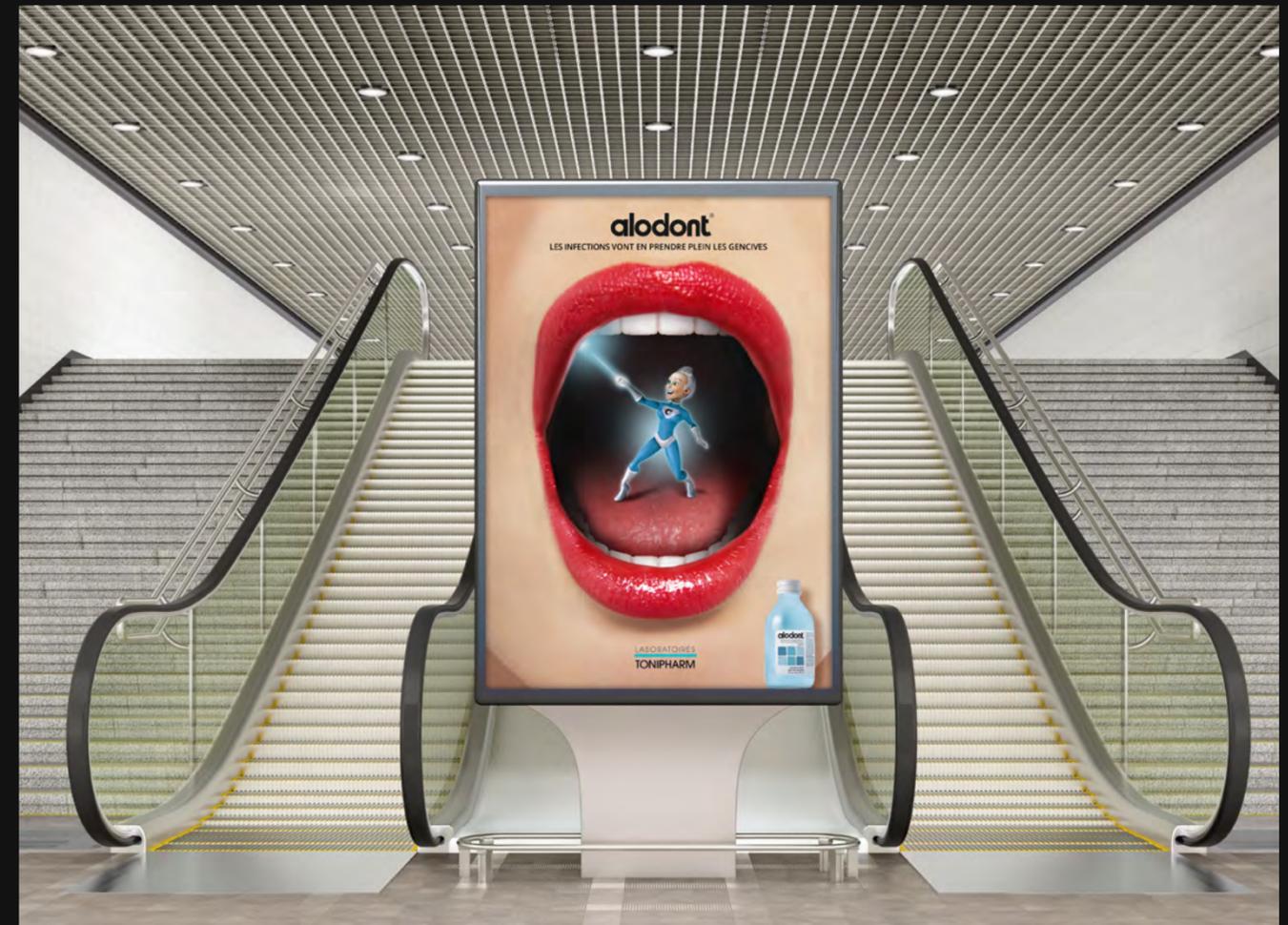
LES INFECTIONS VONT EN PRENDRE PLEIN LES GENCIVES



LABORATOIRES
TONIPHARM



TONIPHARM

 ALODONT

client **tonipharm**
agence **surf**
publicité • print

Proposition de campagne pour le médicament Alodont.
Sortir de l'image « poussiéreuse » de la marque en montrant l'efficacité
d'Alodont incarné par une héroïne pulvérisant les infections buccales.



OCTOBRE
Rose

ATELIER PALPACTION

Venez participer à notre atelier pour apprendre
les gestes d'autopalpation des seins.

RENDEZ-VOUS LE

En collaboration avec



D-18/0446 / établi en juillet 2018

ROCHE OCTOBRE ROSE - ATELIER PALPACTION

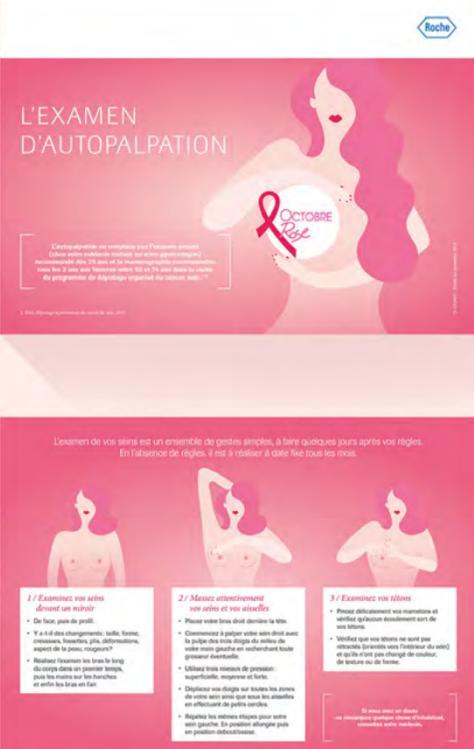


ATELIER DO-IN
Venez participer à notre atelier de Do-In,
une discipline issue du Shiatsu,
pour apprendre les gestes d'automassage.

RENDEZ-VOUS LE

En collaboration avec 

© Roche - Octobre Rose 2018



L'EXAMEN D'AUTOPALPATION

Examen de vos seins est un ensemble de gestes simples, à faire quelques jours après vos règles. En l'absence de règles, il est à réaliser à côté de tous les mois.

1 / Examinez vos seins devant un miroir

- De face, puis de profil.
- Y a-t-il des changements : taille, forme, couleur, texture, plus d'épaisseurs, aspect de la peau, rougeurs ?
- Realisez l'examen les bras le long du corps et en levant les bras, puis les mains sur les hanches et enfin les bras en l'air.

2 / Massez attentivement vos seins et vos aisselles

- Placez votre bras droit derrière le dos.
- Commencez à palpater votre sein droit avec la pulpe des trois doigts du milieu de votre main gauche en descendant toute longueur verticale.
- Utilisez trois niveaux de pression : superficielle, moyenne et forte.
- Déplacez vos doigts sur toutes les zones de votre sein ainsi que sous les aisselles et effleurant de votre sein.
- Répétez les mêmes étapes pour votre sein gauche. Examinez également votre glande mammaire.

3 / Examinez vos aisselles

- Palpez attentivement vos aisselles et vérifiez qu'aucun écoulement sort de vos aisselles.
- Vérifiez que vos seins ne sont pas rétractés (prenez une feuille de papier et qu'il n'y a pas de changement de texture de votre peau de forme).

Si vous avez un doute, consultez votre médecin. Il vous expliquera les gestes à effectuer.

Création de la campagne de communication des ateliers Palpaction
organisé par Roche dans le cadre du mois « Octobre Rose » pour le
dépistage du cancer du sein.

client **roche**
agence **surf**
publicité • print

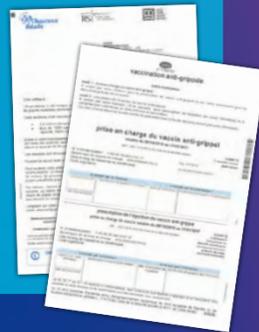
Ne laissez pas
la grippe gâcher
les bons moments.



Une meilleure santé
pour un monde meilleur

Avec Mylan, faites le bon choix.

Le virus de la grippe sévit habituellement d'octobre à mars. Parce qu'il évolue chaque année, il est indispensable de s'en protéger et de se faire vacciner chaque année. Le Haut Conseil de la santé publique (HCSP) vous recommande la vaccination car vous faites partie des personnes les plus à risque. Utilisez le bon de vaccination anti-grippale envoyé par l'Assurance Maladie.



Mylan
Seeing
is believing

MYLAN VACCIN CONTRE LA GRIPPE

Ne laissez pas
la grippe gâcher
les bons moments.



Une meilleure santé
pour un monde meilleur

Avec Mylan, faites le bon choix.

Le virus de la grippe sévit habituellement d'octobre à mars. Parce qu'il évolue chaque année, il est indispensable de s'en protéger et de se faire vacciner chaque année. Le Haut Conseil de la santé publique (HCSP) vous recommande la vaccination car vous faites partie des personnes les plus à risque. Utilisez le bon de vaccination anti-grippale envoyé par l'Assurance Maladie.



Mylan
Seeing
is believing

Ne laissez pas
la grippe gâcher
les bons moments.



Une meilleure santé
pour un monde meilleur

Avec Mylan, faites le bon choix.

Le virus de la grippe sévit habituellement d'octobre à mars. Parce qu'il évolue chaque année, il est indispensable de s'en protéger et de se faire vacciner chaque année. Le Haut Conseil de la santé publique (HCSP) vous recommande la vaccination car vous faites partie des personnes les plus à risque. Utilisez le bon de vaccination anti-grippale envoyé par l'Assurance Maladie.



Mylan
Seeing
is believing

Accompagnement de Mylan pour la promotion des bons vaccinaux pendant la période où sévit le virus de la grippe. Notre concept est d'utiliser un ton décalé afin de montrer qu'il est absurde de gâcher les bons moments en ne prenant pas le temps de se faire vacciner.

client **mylan**
agence **surf**
publicité • print



JANSSEN DÉPISTAGE DU VIH



JE SUIS NEGATIF

Vous aussi, pensez à vous faire dépister.



JE SUIS NEGATIF

Vous aussi, pensez à vous faire dépister.



Promotion de la campagne de dépistage du VIH organisée par Janssen. Notre idée : jouer sur un paradoxe de situation pour inciter les gens à se faire dépister. Lors d'un test de dépistage du VIH, nous voulions montrer que le seul moment où une personne peut être positive c'est lorsqu'elle apprend qu'elle est négative.

client **janssen**
agence **surf**
publicité • print

Libérez -VOUS



du doute...



SE DÉPISTER,
C'EST FAIRE LE GESTE QUI SAUVE.

janssen

JAC207914208

JANSSEN-CILAG, Société par Actions Simplifiée au capital social de 2 956.660 Euros, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Nanterre sous le n° 8 562 033 068, dont le siège social est au 1, rue Camille Desmoulins, TSA 91003, 92787 Issy-les-Moulineaux.

JANSSEN DÉPISTAGE DU VIH



Promotion de la campagne de dépistage du VIH organisée par Janssen. Notre idée : quand on pense être contaminé, le fait de ne pas savoir est très angoissant et qu'il faut éviter de se laisser ronger par le doute. Une iconographie douce pour montrer qu'il suffit d'un simple geste pour se libérer du « nœud » de l'angoisse.

client **janssen**
agence **surf**
publicité • print



2 vidéos diffusées très courtes sur les réseaux sociaux.
Créer comme des capsules d'influenceuses ou de conseils pour supporter ses talons dans toutes les situations grâce aux semelles ActivGel de Scholl.

client **reckitt bensicker**
agence **surf**
publicité • print



services



[voir une vidéo](#)



client **france tv**
agence **bleen**
digital • série • film

8 petites pastilles rafraîchissantes sur des anecdotes du tournoi de Roland Garros. Intitulées «Empreintes», ces vidéos ont animés la page twitter de France TV sports durant le tournoi.

LIENS VERS LES VIDÉOS : [Vidéo 1](#) [Vidéo 2](#) [Vidéo 3](#) [Vidéo 4](#) [Vidéo 5](#) [Vidéo 6](#) [Vidéo 7](#) [Vidéo 8](#)

FORUM DIGITAL



UN ENJEU ESSENTIEL DE LA STRATÉGIE LONG-TERME DE LA RATP



La gestion d'incident est une problématique stratégique complexe qui fait intervenir de nombreuses compétences et acteurs des départements SEM, MTS et RER ainsi que de la PG sur les aspects

- exploitation,
- coordination,
- service voyageur (IV, canalisation...)

Bien que réactive sur une gestion d'incident, la RATP souhaite continuer à s'améliorer et concevoir une vision cible qui soit commune à la BU RATP Service Ferré.

La perspective de la tenue d'événements sportifs planétaires que sont la Coupe du monde de rugby 2023 ainsi que Paris 2024 signifie que l'enjeu d'un outillage moderne, performant et éprouvé est particulièrement au goût du jour.

Les objectifs de cette démarche sont donc de construire une vision cible commune à MTS, RER, SEM et la PG, sur la gestion d'incidents.



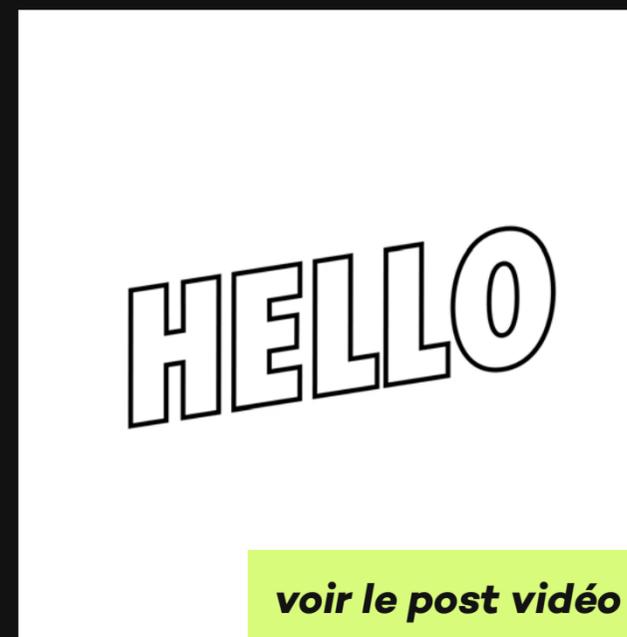
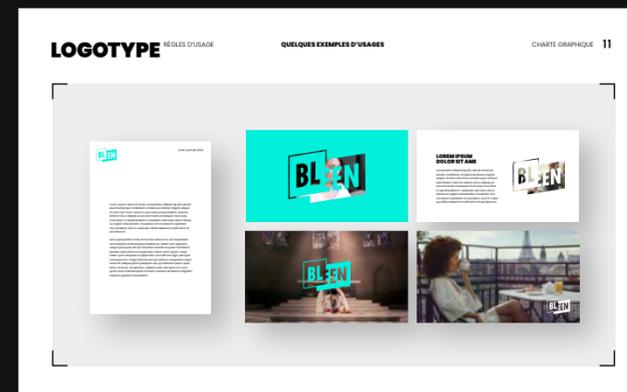
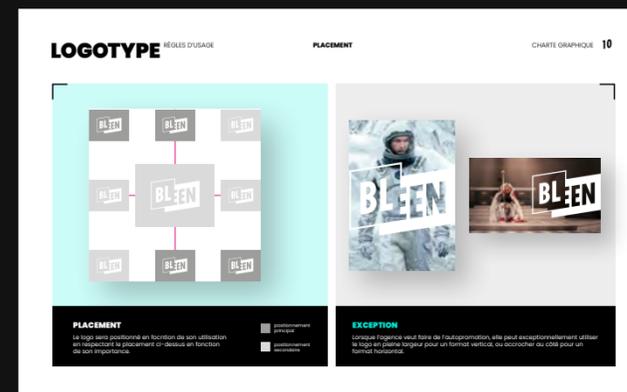
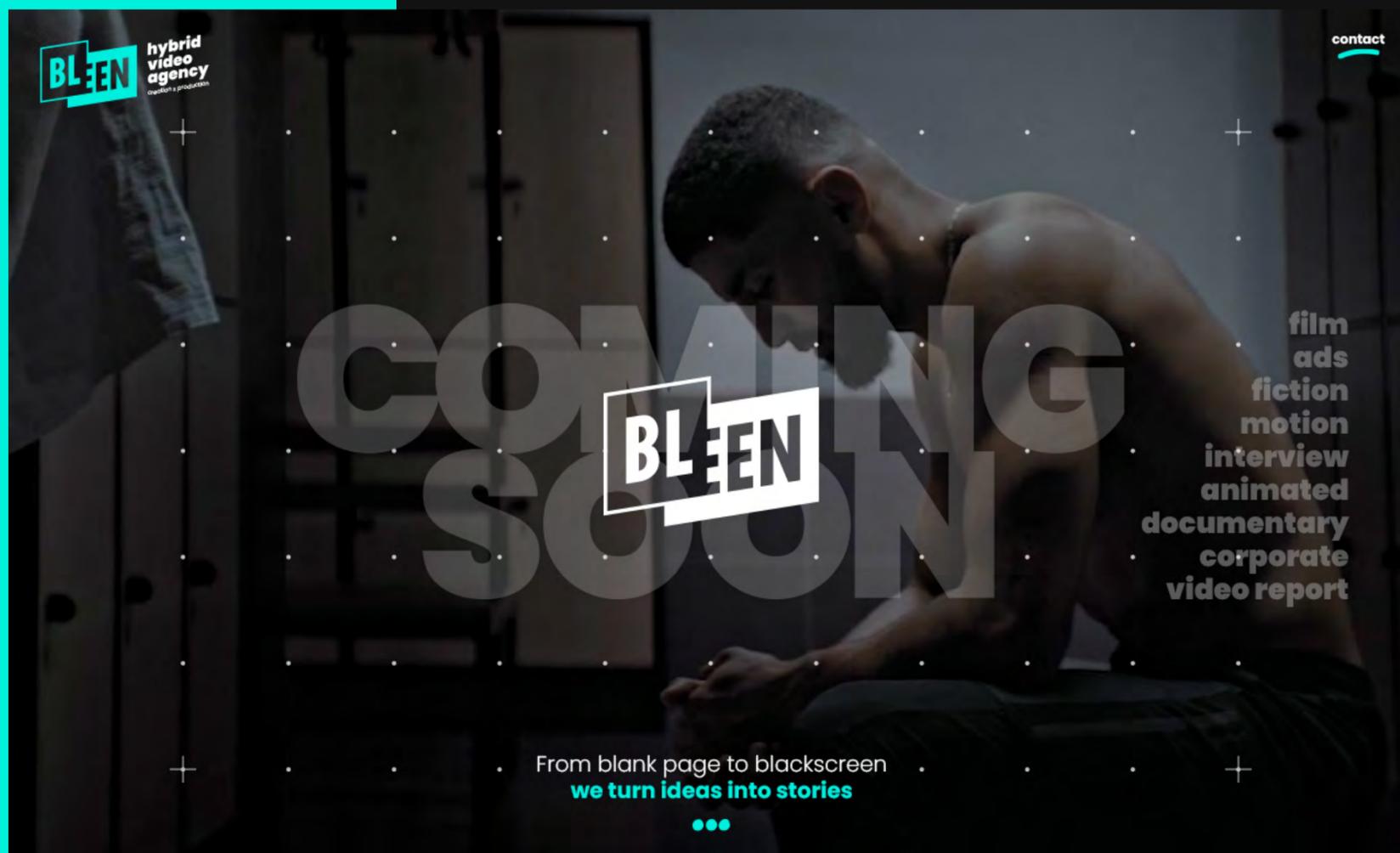


client **quadiant**
agence **bleen**
film • illustration • motion design • digital

Nous avons accompagné l'équipe Quadiant dans la production d'un film motion mettant en lumière leur engagement en faveur de la diversité et de l'inclusion de leurs collaborateurs. Découvrez comment ils s'assurent que chaque collaborateur puisse s'épanouir au sein de Quadiant. Un film coloré, positif et "inclusif"

BLEEN

De la page blanche à l'écran noir
nous transformons les idées en histoires



client **bleen**
branding • naming
logo • identité visuelle • site internet

L'Agence Vidéo, studio de création & production vidéo, m'a confié leur identité globale à refondre. De la stratégie, en passant par un renaming, l'identité et le storytelling ont été entièrement revu pour partir à la conquête d'une nouvelle cible et pour sortir de l'image de simple prestataire.

PAR MONTS & PAR VAUX



Éco Friendly

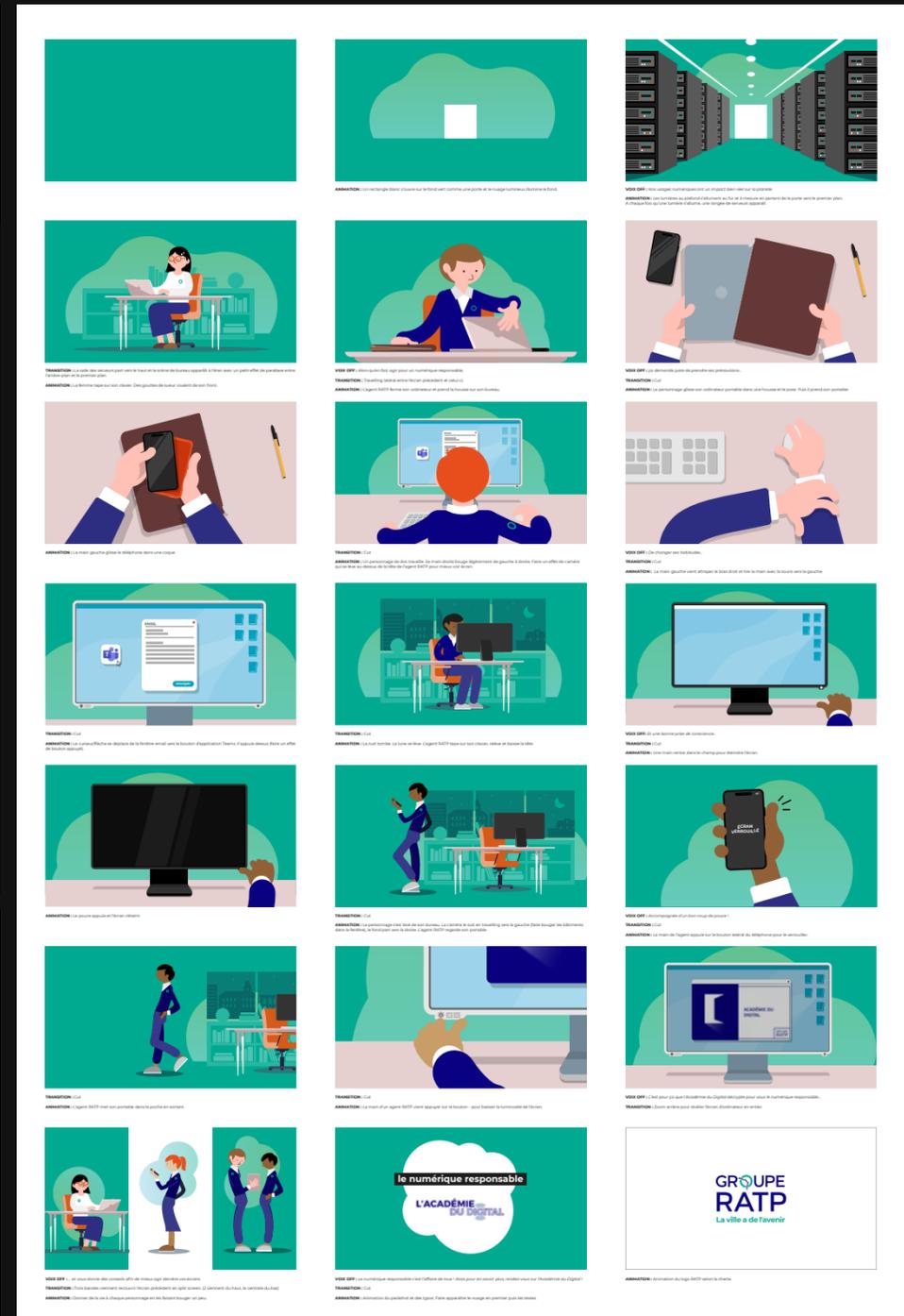
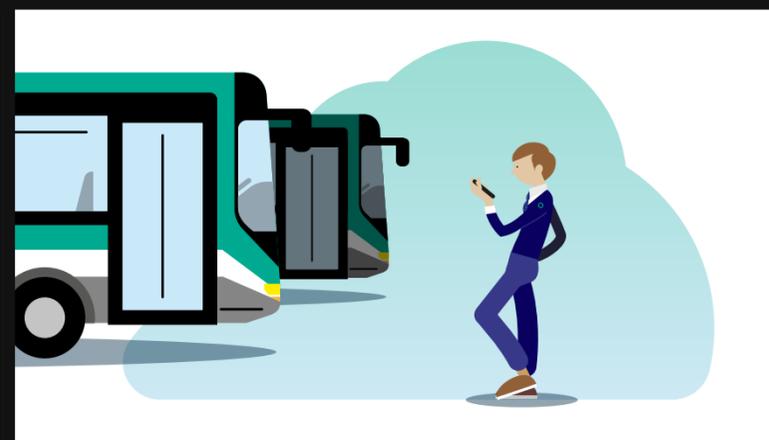
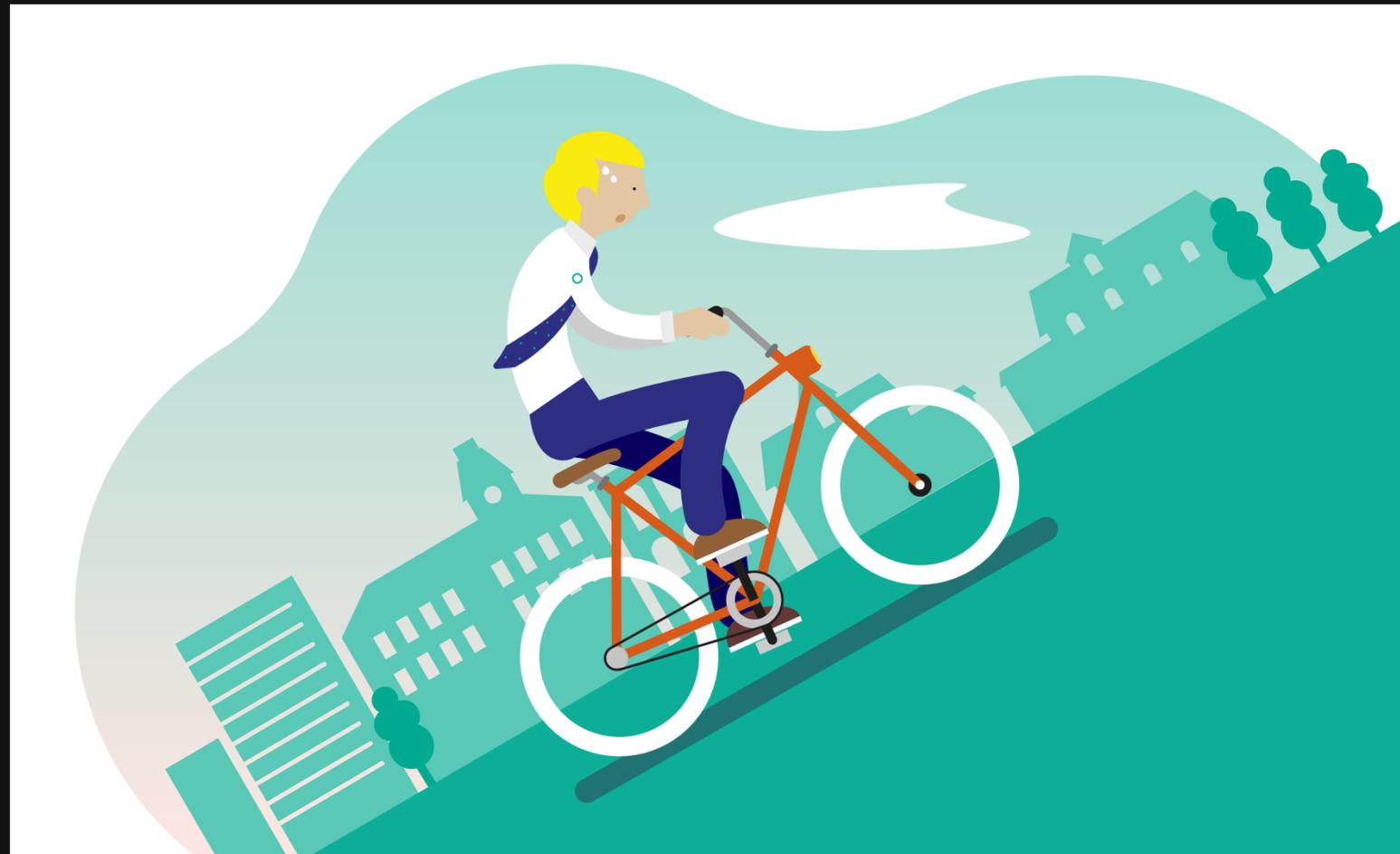


client **par monts et par vaux**

agence **surf**

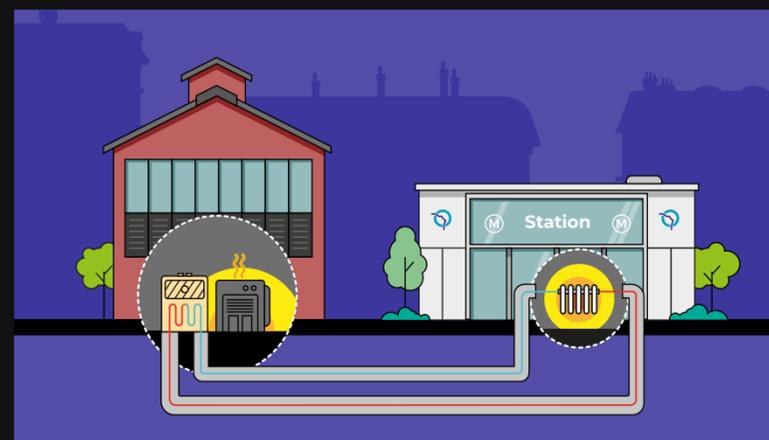
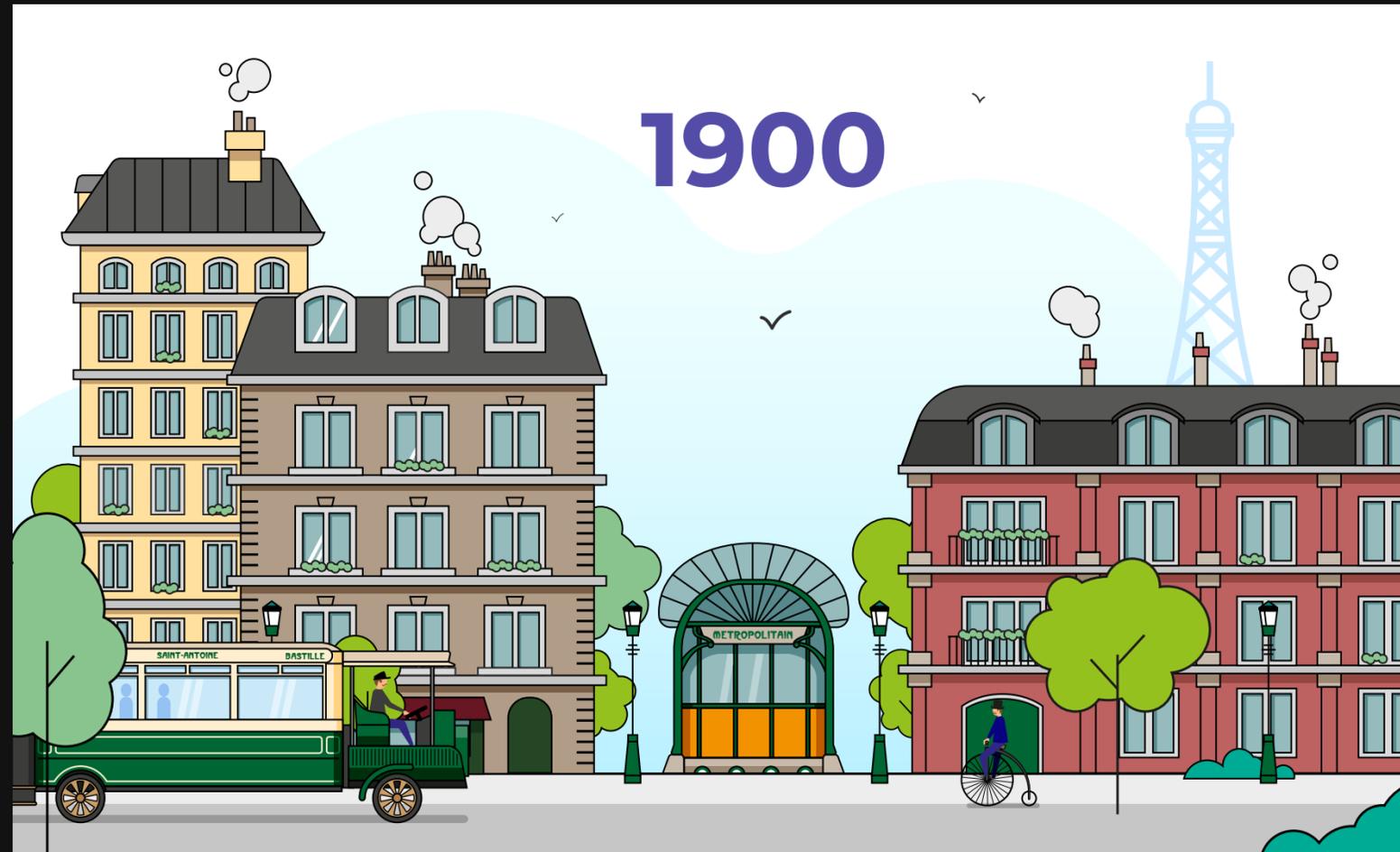
branding • logo • identité visuelle

L'agence a été sollicitée sur l'identité d'une boutique éthique située à Boulogne-Billancourt. Nous avons créé l'identité et les guidelines autour d'un macaron rond symbolisant la planète comme un cocon à préserver, et d'un jeu typographique manuscrit pour la proximité.



RATP

SÉRIES DE 4 FILMS : SMARTER CITY



2023

2023

25 000 m³ d'eau d'égout

10 piscines olympiques

Phénomènes naturels

Activités humaines

millions de m³ d'eau chaque année

3% réutilisés

GRUPE RATP
La ville a de l'avenir

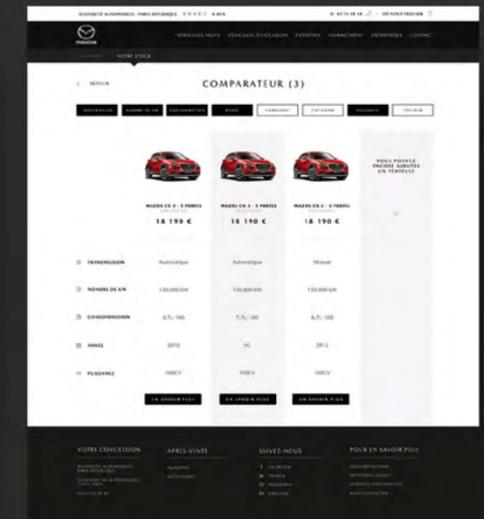
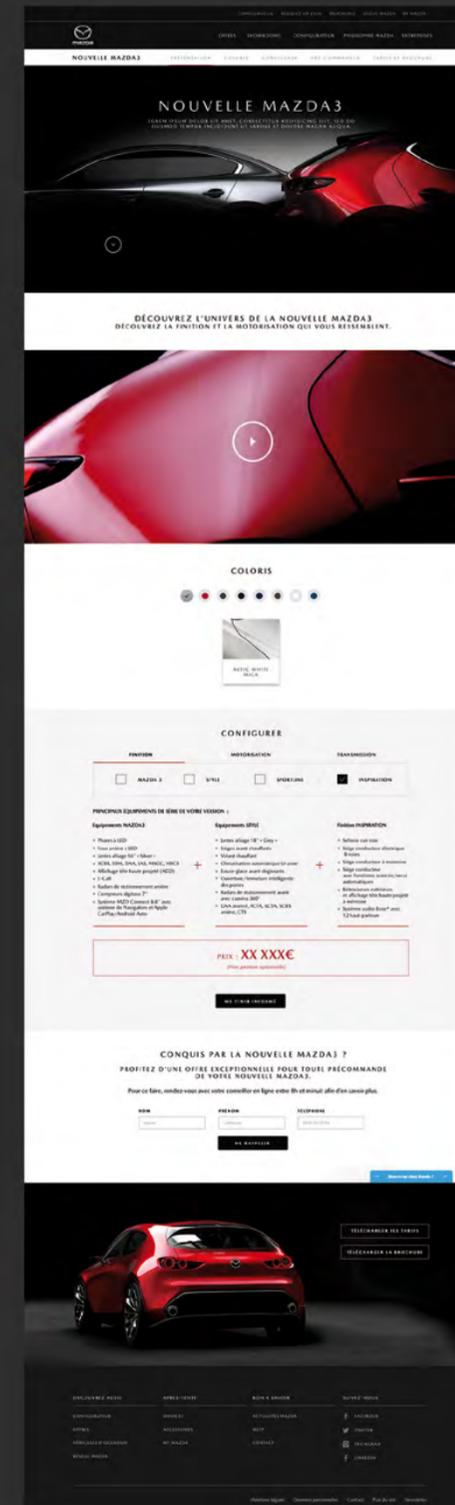
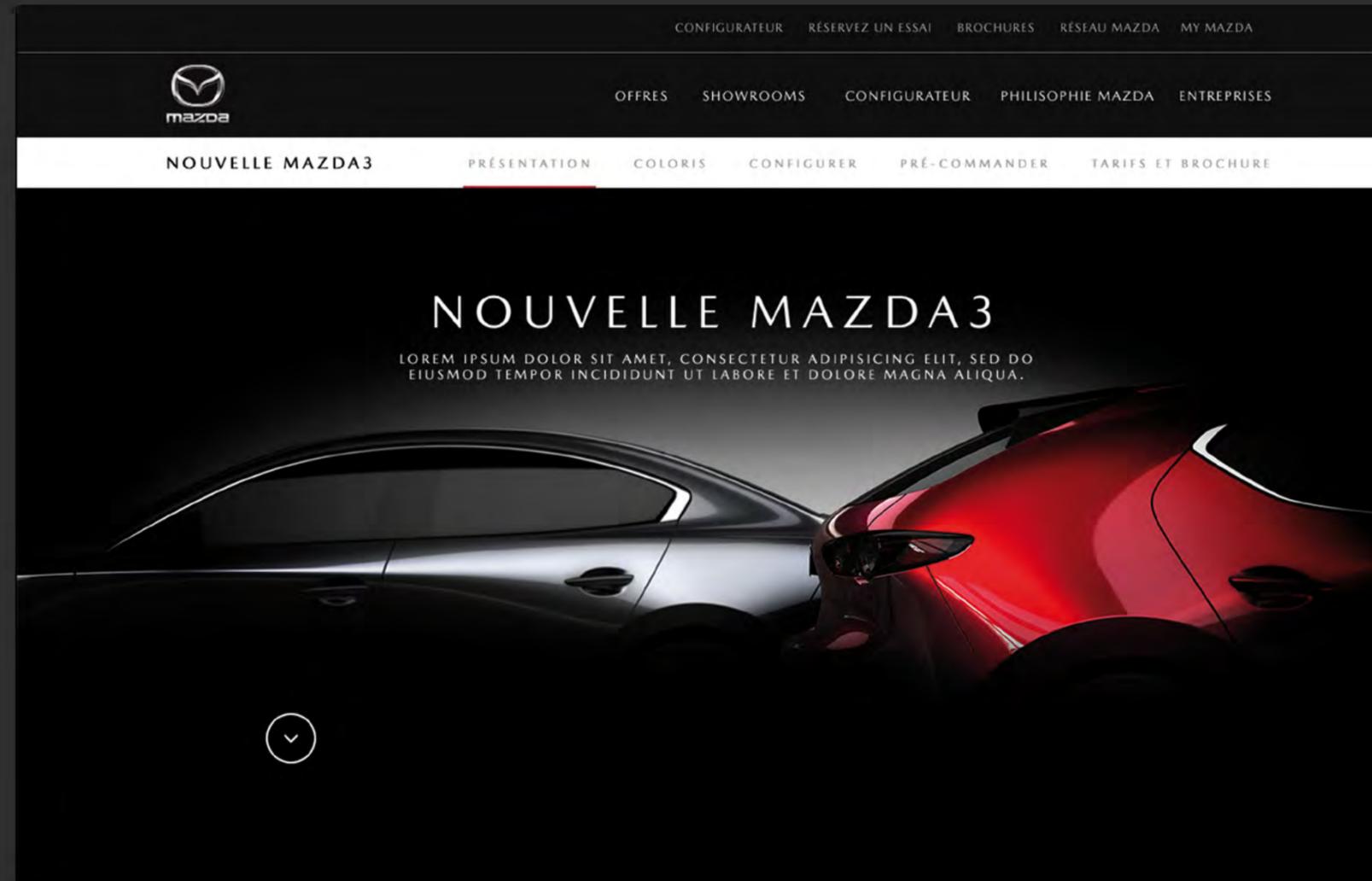
client **ratp**
agence **belazar**
illustration • motion design • film

Motion design pour promouvoir le programme d'innovation «Smarter City» de la RATP dont la mission est de réinventer et transformer la ville de demain pour la rendre plus durable, plus écologique, plus intelligente.
Réalisation des storyboards et des illustrations.



industrie

MAZDA SITE INTERNET + INTERFACE TYPE CMS



Emailing



client **mazda**
agence **surf**
site internet • plateforme

Conception et réalisation du site Mazda France
avec un interface à destination des concessionnaires
pour réaliser leur propre site concession.



MAZDA GAMME

Conception et réalisation des key visuals
de la gamme de véhicules pour Mazda France

client **mazda**

agence **surf**

key visual • direction artistique



PORTES OUVERTES
LES 15, 16 ET 17 MARS 2019



LAGARDÈRE

AÉROPORTS BULGARIE

Recherches de key visual pour la réponse à appel
d'offre de Lagardère pour l'aéroport de Sofia,
Burgas & Varna

client **lagardère**

agence **lonsdale akdv**

key visual • direction artistique • présentation ppt





L'ADAMI & DE L'AUTRE CÔTÉ DU PÉRIPH'
PRÉSENTENT

ALEXANDRE
AUVERGNE

QUENTIN
LACLOTTE-PARMENTIER

SUZANNE
JOUANNET

MUKBANGER

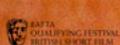
UN FILM DE
HUGO BECKER

SCÉNARIO
HUGO BECKER ET SARAH MALLÉON



COURT MÉTRAGE
FESTIVAL DE CANNES

AESTHETICA
SHORT FILM FESTIVAL



BOLTON
International Film Festival



THE AMERICAN
FRENCH FILM
FESTIVAL



off-courts
Festival



FFA 2023
SÉLECTION
OFFICIELLE



FOYLE FILM FESTIVAL



LES ARCS
FILM FESTIVAL



FESTIVAL
DU FILM COURT
DE VILLEURBANNE



FESTIVAL
INTERNATIONAL
DE FILM



FIFF NAMUR



FESTIVAL
DE CINÉMA
JEAN
CARMET



LA BAULE
FESTIVAL CINÉMA
& MUSIQUE DE FILM



CAMINHOS
DO CINEMA
PORTUGUÊS

ROD PARADOT

NOÉMIE LVOVSKY



MAINA

UN FILM DE
MASSIMO RIGGI

SCÉNARIO **MASSIMO RIGGI** ET **GODEFROY GORDET**

UNE PRODUCTION NOUVELLE DONNE PRODUCTIONS MON VOISIN PRODUCTIONS
 PRODUCTEURS LAURENT HELAS HUGO BECKER DOMINIQUE BESNEHARD ANTOINE LE CARPENTIER CO-PRODUCTIONS FRANCE TÉLÉVISIONS PRODUCTION ADDITIONNELLE AMR PRODUCTION
 AVEC NOÉMIE LVOVSKY ROD PARADOT HABIB ADDA FRANCESCO MORMINO OUSSAMA ZOUGAR PAULINE FOURNY PAOLO MATTEI
 EMMA RÉMY ENZO LAZZARO MAXIME GALICHET ÉRIC PAUL CATHERINE MARQUES MOHAMED MOUAFFIK ALI ESMILI
 DIRECTEUR DE LA PHOTOGRAPHIE YVES CAPE AFO PREMIÈRE ASSISTANT RÉALISATION VIANNEY PEREZ DEUXIÈME ASSISTANTE RÉALISATION ARIANE KHUSRAWY SCÉNARISTE LÉA SCHABO CHEF ÉLECTRICIEN JULIEN LEFEBVRE ÉLECTRICIENS MAYLIS GARNIER ALEXANDRE MAHLER
 CHEF MACHINISTE VICTOR SCHMITT ASSISTANT MACHINISTE DAMIEN FLAMINI CHEFS PHILIPPE BARTHÉLÉMY ÉRIC CHAPUIS INGÉNIEUR THOMAS GASTINEL PERFORMERS CLÉMENT TRAHARD MARIE MOUGEL
 CHEFFE COSTUMES ÉMILIE MATHIEU CHEFFE MAQUILLAGE CLÉMENCE DOLMAIRE DIRECTEUR DE PRODUCTION JULIE MANOUKIAN RÉGISSEUR GÉNÉRAL JULIETTE CASSEZ RÉGISSEUR PLATEAU OGÉANE HUSSON RÉGISSEUR ADJOINT MARCUS GUZZO
 PREMIÈRE ASSISTANTE CAM OWAN GUESSOUM DEUXIÈME ASSISTANTE CAM PAULINE GUYOT WALSER RÉVISEUR MARVIN ABBA-SANY CHEFFS MENTHES VIRGINIE BRUANT ASSISTANT MONTÉUR AYMERIC LE BOUQUIN TALKINGHEAD RICHARD DEUSY
 MONTÉUR THOMAS VAN POTTELBERGE MONTÉUR PARALLÈLE CLÉMENT MANCHERON MONTÉUR MATTHIEU FRATICELLI MUSIQUE EMMANUEL DELPECH BRUTEUR CHRISTOPHE BURDET PHOTOGRAPHE PLATEAU CHARLIE RAUD
 M141 AGM FACTORY STUDIO BELLEVILLE PLEINE IMAGE INSPIRE METZ - RÉSEAU PLATO TSF CNC
 LE DÉPARTEMENT DE LA MOSELLE LA RÉGION GRAND EST LA VILLE DE METZ LA VILLE DE WOIPPY L'EUROMETROPOLE DE METZ LA MAISON DU FILM

NOUVELLE DONNE PRODUCTIONS PRÉSENTE



FRANÇOIS-JOSEPH CULIOLI

LOUIS MEMMI

JEAN-EMMANUEL PAGNI

UN ANIMAL

UN FILM DE
KEVIN LAMETA

UNE PRODUCTION NOUVELLE DONNE PRODUCTIONS PRODUCTEURS LAURENT HELAS HUGO BECKER
AVEC MARIE MURCIA JULIA RAFFINI JEAN-PIERRE LANFRANCHI BAPTISTE CAU SERENA MOIRE PERALDI
ÉCRIT PAR KEVIN LAMETA PREMIÈRE ASSISTANT RÉALISATION VIANNEY PEREZ DEUXIÈME ASSISTANTE RÉALISATION DÉBÉTRICE PRADAL SCÉNARIO HÉLÈNE SCIEUX DIRECTEUR DE LA PHOTOGRAPHIE NICOLAS BERTEYAC CHEF ÉLECTRICIEN GUILLAUME ADER CHEFFE MACHINISTE ANOUCK DEBRAY
CHEFFE DÉCORATEUR ALEXANDRA HOFFMAN ACCESSORISTE ANTHONY GUBANTI INGÉNIEUR DU SON HAROLD HENNEQUIN PERCHMAN HADRIEN BACCI CHEFFE COSTUMIÈRE CHARLÈNE BOULO CHEFFE COIFFEUSE & MAQUILLEUSE SERENA RAFFALI
DIRECTEUR DE PRODUCTION LAURENT HELAS RÉGISSEUR GÉNÉRAL VICTOR DEVARRIEUX MONTEUR IMAGE KEVIN LAMETA ÉTALONNEUR GRÉGOIRE LESTURGIE MONTEUR SON JÉRÉMY BABINET MIXEUR MATTHIEU TIBI VFX TAO DELPORT
LA RÉGION CORSE CORSICA PÔLE TOURNAGE FRANCE 3 VIA STELLA TÉLÉ PASE PROCIREP ANGOA
PANAVISION TSF INDIE NESTOR SANTA MARIA DECO ACCESSOIRES FIGHT OR DIE LA MAISON DU FILM

NOUVELLE DONNE PRODUCTIONS PRÉSENTE

UN ANIMAL



LOUIS MEMMI

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR
INCIDidunt UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA, UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD
EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT, QUIS AUTE
IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE VELIT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA

UN FILM DE **KEVIN LAMETA**

FRANÇOIS-JOSEPH CULIOLI

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR
INCIDidunt UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA, UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD
EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT, QUIS AUTE
IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE VELIT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA

NOUVELLE DONNE PRODUCTIONS & CANÉO FILMS
PRÉSENTENT

OPHÉLIE BAU

DIANE DANGLARD

LA GRANDE OURSE

UN FILM DE **ANTHONY BAJON**

ZINÉDINE SOUALEM MARIE BUNEL MARIE COLOMB MASSIMO RIGGI YVES-BATEK MENDY

UNE PRODUCTION NOUVELLE DONNE PRODUCTIONS ET CANÉO FILMS PRODUCTEURS LAURENT HELAS HUGO BECKER GUILLAUME CANET
COPRODUCTEURS COWBOYS FILMS ANTOINE PLAYOUST ANTHONY BAJON ROD MARTIN STUDIO EXCEPTION LAURENT FONTAINE THOMAS BERTHON MATTIAS JENNY
SCÉNARIO ANTHONY BAJON ET DIANE DANGLARD PREMIER ASSOCIANT MELVIN NKOSI DEUXIÈME ASSOCIANT LOUISE DELÉGAUT DIRECTEUR DE LA PHOTOGRAPHIE AUGUSTIN BARBAROUX 1^{ER} ASSISTANT ROXANNE BOIS 2^{ÈME} ASSISTANT LAURE BRUNET CHEFFE MARGAUX RIVERA
ÉLECTRICIENS SIMON VAN CLEEMPUT ALEXANDRE MAHLER CHEFFE MACHINISTE MARGAUX CHABERT 2^{ÈME} MACHINISTE GUILLERMO ALONSO SCÉNARISTE JULIETTE MOREAU CHEFFE DÉCORATEUR PAMS (LISA RODRIGUEZ) ACCORDÉONNISTE ELSA SOARES
INGÉNIEUR RÉMI CHANAUD PERFORMAN FLORENT CASTELLANI CHEFFE CLARA RENÉ CHEFFE COIFFEURS JANE BRIZARD DIRECTRICE DE PRODUCTION LEILA CARPENTIER ASSISTANT DE PRODUCTION MATHYS BENIER RÉGISSEUR GÉNÉRAL VICTOR DEVARRIEUX RÉGISSEUR NAÏS CASTELLANO
ÉMELINE PHETXOUMPHOU CHEFFE MONTAGE JULIA MABY ASSISTANT MONTAGE AYMERIC LE BOUQUIN ÉDITEUR ELIE AKOKA 1^{ER} ASSISTANT MONTAGE PIERRE TEREYGEOL MONTEUR THOMAS VAN POTTTELBERGE MONTEUR MATTHIEU FRATICELLI MONTEUR CHRISTOPHE BURDET
PANAVISION NESTOR TRANSPALUX TRANSPAGRIP WEVAN CAUVY DC AUDIOVISUEL DEMETER & PLOUTOS EUROCOSTUMES RUBINI ASSURANCE

Nouvelle Donne productions - La ptite dernière - (SIC) Pictures
présentent

fraîche

PASCALE ARBILLOT

TCHÉKY KARYO

UN FILM DE
Marie-Julie Baup

UNE PRODUCTION **NOUVELLE DONNE PRODUCTIONS LA PTITE DERNIÈRE (SIC) PICTURES**

PRODUCTEURS **HUGO BECKER LAURENT HELAS MARIE-JULIE BAUP DIDIER TOURNAN CHARLES BENOIN STANISLAS WICKER SAMY BOUDIAF**

AVEC **PASCALE ARBILLOT TCHÉKY KARYO ALEXIA GIORDANO BENOIT MORET JULIE FARENC PASCAL IVANCIC ARTHUR FENWICK**

ÉCRIT PAR **MARIE-JULIE BAUP** PREMIÈRE ASSISTANTE **HUGO BLOUD** DEUXIÈME ASSISTANTE **OLIVIA PILI** SCÉNARIO **MAYLISS DESAINT-ACHEUL** DIRECTEUR DE LA PHOTOGRAPHIE **LUCAS LECONTE** CHEF ÉLECTRICIEN **ELIE ELFASSI**

CHEF MACHINISTE **DÉDÉ KALMES** CHEF DÉCORATEUR **CYRIL GOMEZ MATHIEU** ACCESSOIRISTE **PEGGY MARCATEL** INGÉNIEUR DU SON **DOMINIQUE WARNIER** CHEFFE COSTUMIÈRE **MYRIAM KIMES** MARINE DEMOURY

CHEFFE MAQUILLAGE **SOPHIE BENAICHE** COIFFEUR **CAMILLE BAUGRAND** DIRECTEUR DE PRODUCTION **CHARLES BENOIN** DIRECTEUR DE POST-PRODUCTION **BENOÎT ARMSTRONG** RÉGISSEUR GÉNÉRAL **VICTOR DEVARRIEUX** DIDIER TOURNAN

MONTEUR **STÉPHANE PEREIRA** ÉDITEUR **GRÉGOIRE LESTURGIE** MONTEUR SON **SÉBASTIEN MARQUILLY** MIXEUR **FABIEN DEVILLERS**

DUM DUM FILMS M141 PISTE ROUGE PANAVISION NESTOR REGISTIK EVENT RUBINI & ASSOCIÉS

LOIC MARECHAL

VOUS AVEZ UN PROJET
petit, mignon, énorme ou complètement fou



DISCUTONS-EN

hello@loicmarechal.com

+33 6 32 72 09 31

ME SUIVRE

linkedin behance