

JUST

Portfolio de Léa Kalifa
Chargée de communication digitale

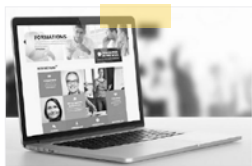
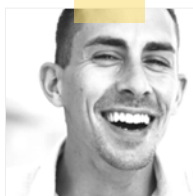
HAVE

A

Créé avec Adobe InDesign, ce portfolio énumère dans le détail les réalisations qui jalonnent mon parcours, ma manière de travailler, et les domaines dans lesquels j'ai de l'expérience comme la Stratégie de Communication ou la Gestion de Projet Web. On y voit des projets, des réflexions, des créations, et la manière dont je traite ces entités.

Ces compétences acquises, qui font de mon profil professionnel ce qu'il est aujourd'hui, pourraient être compatibles avec les besoins de votre entreprise. Je vous invite donc à parcourir l'index ci-dessous pour y trouver le domaine qui vous intéresse et pour lequel j'ai des compétences et de l'expérience.

LOOK



MEMOIRE

2/3

MUSÉES 2.0, entre mythes et réalités d'un nouveau paradigme

Du pinceau au pixel	2
Être acteur de sa propre expérience	3
Le musée de demain	3
Le cas de Google	3

PROJET PRO

4/7

COMMUNARTY, agrégateur d'expériences

Enjeux du projet	4
Types de contenus	4
Réflexions et problématiques	5
Message	5
Objectif	5
Cible	5
Identité logotype	6
Identité typographie	6
Identité symbolique	7

CROWDFUNDING

8

Campagne de CROWDFUNDING KissKissBankBank

Création graphique, stratégique & budgetisation	8
---	---

VIDEO & MONTAGE

9

TEASER Communarty et autres vidéos

Création vidéo et montage	9
Autres réalisations vidéos	9

WEB

10

Gestion de PROJETS WEB chez Axome

Gestion de projet web	10
Sites statiques et e-commerces	10

STRATEGIE DE COMMUNICATION

11/13

Hybridités des EXPÉRIENCES avec IRAM

Workshop Illuminov	11
Photographie des profils & globale	
Festival Kinocambique	12
Storytelling avec Atavist & réseaux sociaux	
Exposition Réserve Déboussolée	13
Datavisualisation & brief	
Événement Event 42	13
Médiation numérique	

REDACTION DE CONTENUS

14/15

RÉDACTION d'articles et focus pour Perspective

Rédaction journalistique et enquêtes de terrain	14
Article : Contrefaçon urbaine & convoitise chinoise	15

PRISE DE VUE & DESIGN GRAPHIQUE

16/18

PHOTOGRAPHIE, Autres Travaux et Inspirations

Photographie professionnelle & personnelle	16
Autre travaux	17
Inspirations	18

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION

DIGITAL | MÉMOIRE DE RECHERCHE

WEB 2.0 | PRODUCTION SCIENTIFIQUE

ÉTUDE DE CAS | ŒUVRE D'ART | VEILLE

NUMÉRISATION | DISPOSITIFS IMMERSIFS

GESTION DE PROJET | SECTEUR MUSÉAL

COMPÉTENCES ACQUISES

CONNAISSANCE DU WEB 2.0

RÉDACTION DE CONTENUS

TENDANCE MUSÉALE & DIGITALE

GESTION DE PROJET SCIENTIFIQUE

VEILLE FRANÇAISE & ANGLAISE

Dans ce mémoire de recherche, j'ai souhaité étudier un phénomène issu de l'innovation digitale, celui des musées 2.0. Ces véritables musées immatériels dédiés au partage des œuvres du monde entier comme Art UK ou Rijkstudio réinterprètent les codes du monde muséal traditionnel et bouleversent l'expérience esthétique. J'ai donc souhaité examiner ces expériences numériques.

Musées 2.0, entre mythes et réalités d'un nouveau paradigme

Et si le digital et le web 2.0 vous permettent de faire tout ce que vous vouliez dans l'univers muséal ?

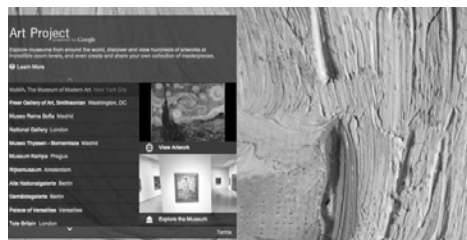
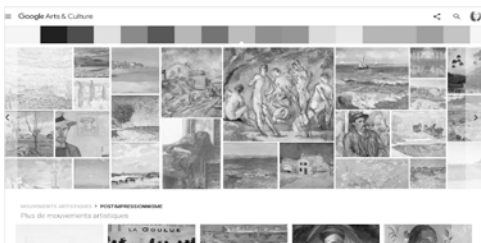
Comme se promener en pyjamas à 5h du matin, une pizza à la main, au musée d'art de Sao Paulo ? Ou coller son oeil sur un paysage de Claude Monet sans déclencher une alarme ?

Avec les musées 2.0, tout cela devient possible. Accès gratuit et illimité à des milliards d'œuvres numérisées en très haute qualité, visites virtuelles de musées physiques, recherche d'une œuvre avec des filtres ultra poussés (date, artiste, couleur, mouvement, mot clé...), zoom hyper puissant sur œuvre, outils de collections personnelles, de partage, de création, de médiation numérique et autre participations collaboratives, les musées 2.0 éveillent la curiosité et permettent ainsi de découvrir l'art autrement et de plusieurs façons.

Du pinceau au pixel

Phénomène de « l'exposition chez soi », cette nouvelle forme muséale séduit par son hybridité en termes d'usages, avec des dispositifs exploratoires, participatifs, créatifs... tout autant de possibilités de s'approprier une œuvre. Qu'il s'agisse d'Art UK (anglaise), Google Arts & Culture (américaine), ou encore Rijkstudio, (hollandaise), chacune de ces entités propose des outils 2.0 très puissants.

L'art n'est plus hors les murs comme l'art contemporain mais numérisé, virtuel, et se retrouve retranscrit sous formes de données numériques sur des écrans. Il bouscule les cadres et les canons d'exposition, du rapport à l'art, et à l'institution, qui n'est plus la seule détentrice du patrimoine du monde et des chefs-d'œuvres de l'humanité.



JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION

DIGITAL MÉMOIRE DE RECHERCHE

WEB 2.0 PRODUCTION SCIENTIFIQUE

ÉTUDE DE CAS ŒUVRE D'ART VEILLE

NUMÉRISATION DISPOSITIFS IMMERSIFS

GESTION DE PROJET SECTEUR MUSÉAL

COMPÉTENCES ACQUISES

CONNAISSANCE DU WEB 2.0

RÉDACTION DE CONTENUS

TENDANCE MUSÉALE & DIGITALE

GESTION DE PROJET SCIENTIFIQUE

VEILLE FRANÇAISE & ANGLAISE

Dans ce mémoire de recherche, j'ai souhaité étudier un phénomène issu de l'innovation digitale, celui des musées 2.0. Ces véritables musées immatériels dédiés au partage des œuvres du monde entier comme Art UK ou Rijkstudio réinterprètent les codes du monde muséal traditionnel et bouleversent l'expérience esthétique. J'ai donc souhaité examiner ces expériences numériques.

Être acteur de sa propre expérience

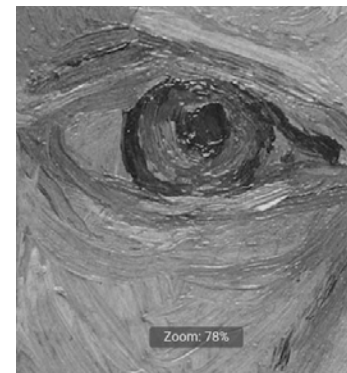
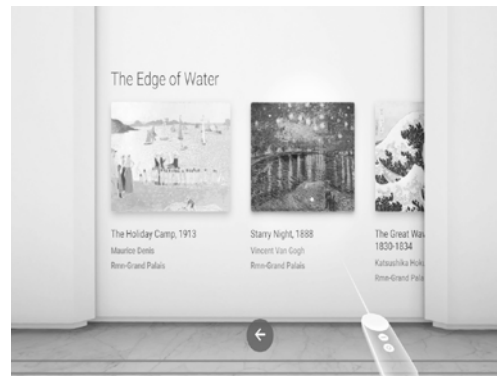
Plus immersif, plus collaboratif, ou encore plus exploratoire, ce nouveau rapport à l'œuvre permet une certaine proximité qui pourtant n'est que numérique. Le spectateur, qui autrefois était dans la contemplation esthétique passive devient un acteur de sa propre expérience. Les possibilités qu'offrent les dispositifs du web 2.0 associés à ces orges culturels en ligne sont pléthores, et c'est ce qui fait leur force.

Le musée de demain

Dans l'imaginaire collectif, il serait dans un premier temps ouvert, car accessible, gratuit, démocratique, et social. Il serait aussi riche, car surprenant, personnalisable et illimité. Dans son hybridité, il serait attractif par le biais de ses promesses immersives, et augmenté grâce à des prouesses expérimentales, futuristes et désacralisées. Cependant, un certain pessimisme ambiant vient contrebalancer ces belles projections : l'aspect obsolète, froid, vide et sanctuarisé d'un musée du futur pourraient rebuter.



Musées 2.0, entre mythes et réalités d'un nouveau paradigme



Le cas de Google

Ce géant de la recherche, qui a déjà investi dans la robotique, la réalité augmentée ou encore la numérisation d'ouvrages a lancé en février 2011 l'Art Project, aujourd'hui nommé Google Arts & Culture. En collaboration avec plus de 250 institutions, ce sont des dizaines de milliers d'œuvres d'art regroupant plus de 13 000 artistes qui sont mis en ligne gratuitement. Amit Sood, fondateur et directeur de l'Institut Culturel Google. Sa volonté ? «que l'art du monde entier soit à portée de main de tous [...]» et il souligne que «des millions d'internautes se plaisent ainsi à explorer nos images ultra-haute résolution en gigapixels, cm par cm».

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

- MASTER DESIGN DE COMMUNICATION
- WEB 2.0 | DIGITAL | PROJET PROFESSIONNEL
- GESTION DE PROJET | PRODUCTION DIGITALE
- RESPONSIVE | WORDPRESS | ŒUVRE D'ART
- VEILLE | PASSION | DISPOSITIFS IMMERSIFS
- MÉDIATION | RÉDACTION DE CONTENUS
- RÉFLEXIONS | SITE WEB

COMPÉTENCES ACQUISES

- GESTION DE PROJET WEB
- CMS WORDPRESS
- CRÉATION DE SUPPORTS
- RÉDACTION DE CONTENUS WEB
- COMMUNITY MANAGEMENT

Ce projet me tiens à cœur. Pendant la phase de réflexion de mon mémoire, je me suis rendue compte qu'il n'y avait pas de site ou de blog qui repartait ces nouveaux types d'expériences avec une œuvre. J'ai donc désiré monter ce projet, une sorte d'agrégateur, qui liste et met en avant ces pratiques exploratoires, participatives, collaboratives et donc numériques autour de l'art.

Avec un contexte numérique ambiant, les codes de nos modes de vie, usages, et pratiques sont de plus en plus bouleversés. Paradigme dominant du XXIème siècle, le numérique touche de plus en plus de secteurs comme celui de la santé, de l'agriculture ou de l'habitat, et s'invite aussi inévitablement depuis quelques années dans notre rapport à l'œuvre, et plus largement, à celui de l'art. Alors comment le mettre en avant ?



Enjeux du projet

Communarty se veut être un catalyseur d'expériences attractif, décalé et réfléchi, qui met en lumière des pratiques 2.0 originales dans le domaine de l'ART via le NUMÉRIQUE. Le site veut faire «Découvrir l'Art Autrement !», grâce au numérique.

Communarty, l'agrégateur d'expériences

Types de contenus



Dreams of Dali
Voyage virtuel en 360° dans l'univers pictural de Salvador Dali à partir de Youtube, ou avec un cardboard et un smartphone.



Google Tilt Brush
Pinceau digital qui utilise la réalité virtuelle comme support de création, et qui permet en quelque sorte du light painting en 3D.



Zoom Views
Outils d'exploration d'œuvres du Google Arts & Culture, qui permet de zoomer de manière très puissante sur 1682 œuvres.

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION

WEB 2.0 | DIGITAL | PROJET PROFESSIONNEL

GESTION DE PROJET | PRODUCTION DIGITALE

RESPONSIVE | WORDPRESS | ŒUVRE D'ART

VEILLE | PASSION | DISPOSITIFS IMMERSIFS

MÉDIATION | RÉDACTION DE CONTENUS

RÉFLEXIONS | SITE WEB

COMPÉTENCES ACQUISES

GESTION DE PROJET WEB

CMS WORDPRESS

CRÉATION DE SUPPORTS

RÉDACTION DE CONTENUS WEB

COMMUNITY MANAGEMENT

Ce projet me tiens à cœur. Pendant la phase de réflexion de mon mémoire, je me suis rendue compte qu'il n'y avait pas de site ou de blog qui repartirait ces nouveaux types d'expériences avec une œuvre. J'ai donc désiré monter ce projet, une sorte d'agrégateur, qui liste et met en avant ces pratiques exploratoires, participatives, collaboratives et donc numériques autour de l'art.

Réflexions et problématiques

Le projet Communarty tente de répondre à trois problématiques : Comment les dispositifs 2.0, la réalité augmentée, les innovations numériques, les technologies, ou encore le web 2.0 peuvent-ils impulser un nouveau type d'expérience à l'art ? Comment rendre ce type de pratiques 2.0 accessibles, attractives, claires et efficaces dans un contexte d'infobésité ambiante relative au web ? De quelle manière organiser et structurer ces contenus sur un site, et de fait, générer un agrégateur d'expériences ?

Message

Le véritable leit-motiv de ce projet est de faire «Découvrir l'art autrement». Communarty est un outil de médiation à la fois pertinent et décalé, et qui propose une réelle alternative en terme de contenus.

Objectif

Le réel objectif de ce projet est de démocratiser l'art de manière pertinente et de servir de support à la fois d'éducation, de délectation, et de découverte. Communarty est un nouveau type de dispositif de veille par ses 6 entrées, et il condense en un endroit toute l'information la plus pertinente.



Cibles

La première cible est le profil «connecté», qui, dans un contexte d'infobésité recherche plus de pertinence. Qu'ils soient professeurs en arts, étudiants, passionnés ou simplement curieux de technologies, d'art et d'innovations techniques, le site s'adresse aussi tout autant à une personne lambda.

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION

WEB 2.0 | DIGITAL | PROJET PROFESSIONNEL

GESTION DE PROJET | PRODUCTION DIGITALE

RESPONSIVE | WORDPRESS | ŒUVRE D'ART

VEILLE | PASSION | DISPOSITIFS IMMERSIFS

MÉDIATION | RÉDACTION DE CONTENUS

RÉFLEXIONS | SITE WEB

COMPÉTENCES ACQUISES

GESTION DE PROJET WEB

CMS WORDPRESS

CRÉATION DE SUPPORTS

RÉDACTION DE CONTENUS WEB

COMMUNITY MANAGEMENT

Ce projet me tiens à cœur. Pendant la phase de réflexion de mon mémoire, je me suis rendue compte qu'il n'y avait pas de site ou de blog qui repartait ces nouveaux types d'expériences avec une œuvre. J'ai donc désiré monter ce projet, une sorte d'agrégateur, qui liste et met en avant ces pratiques exploratoires, participatives, collaboratives et donc numériques autour de l'art.

Communarty, l'agrégateur d'expériences

Identité logotype

COMMUNARTY! **COMMUNARTY!**

! COMMUNARTY! COMMUNARTY! COMMUNARTY! COMMUNARTY!

COMMUNARTY! COMMUNARTY! COMMUNARTY! COMMUNARTY! !

Communarty reprend l'esprit d'une onomatopée que l'on trouve dans les bandes dessinées. Le logo est vivant, impactant, moderne, on a l'impression qu'il sort d'une conversation, d'un discours, d'un échange, il suscite le débat, réinterroge les genres tout comme son site. Communarty trouve sa source dans trois champs lexicaux relatifs à : Communauté / «faire commun», Communiquer, Art / arty.

Sa simplicité en fait un logo utilisable aussi bien sur fond uni ou fond complexe. Une taille minimum doit toutefois être respectée afin d'assurer une bonne lisibilité que ce soit sur support papier ou numérique.

Identité typographie

ALLAN

Le caractère typographique du logo est tiré de la typographie Allan. Celle-ci peut également servir en « Bold » ou « Regular » pour mettre en évidence certains caractères (titre, notes, légendes, etc.)

**GRUMPY WIZARDS MAKE TOXIC BREW FOR
THE EVIL QUEEN AND JACK.**

*GRUMPY WIZARDS MAKE TOXIC BREW FOR THE
EVIL QUEEN AND JACK.*

Avenir Next Condensed

Une seconde typographie est utilisée, Avenir Next Condensed en « Bold », « Regular » et « Light » pour d'autres usages : corps de texte, sous-titre, note, etc.

**Grumpy wizards make toxic brew for the
evil Queen and Jack.**

**Grumpy wizards make toxic brew for the
evil Queen and Jack.**

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

- MASTER DESIGN DE COMMUNICATION
- WEB 2.0 | DIGITAL | PROJET PROFESSIONNEL
- GESTION DE PROJET | PRODUCTION DIGITALE
- RESPONSIVE | WORDPRESS | ŒUVRE D'ART
- VEILLE | PASSION | DISPOSITIFS IMMERSIFS
- MÉDIATION | RÉDACTION DE CONTENUS
- RÉFLEXIONS | SITE WEB

COMPÉTENCES ACQUISES

- GESTION DE PROJET WEB
- CMS WORDPRESS
- CRÉATION DE SUPPORTS
- RÉDACTION DE CONTENUS WEB
- COMMUNITY MANAGEMENT

Ce projet me tiens à cœur. Pendant la phase de réflexion de mon mémoire, je me suis rendue compte qu'il n'y avait pas de site ou de blog qui repartirait ces nouveaux types d'expériences avec une œuvre. J'ai donc désiré monter ce projet, une sorte d'agrégateur, qui liste et met en avant ces pratiques exploratoires, participatives, collaboratives et donc numériques autour de l'art.

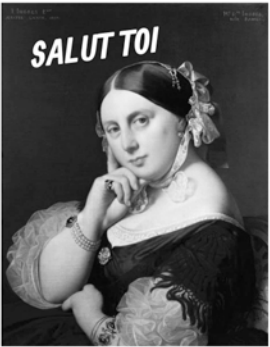


Identité symbolique

Toute la force du projet Communarty repose aussi sur sa manière de communiquer : être décalé, spontané, et familier dans la manière de s'adresser aux récepteurs du message véhiculé. Il doit pouvoir s'adapter à n'importe quel lecteur qu'il soit jeune et pas spécialement passionné d'art ou à l'inverse d'une tranche d'âge plus poussée et dont l'art et le numérique sont des hobbies.

Ce style cherche à décomplexer l'art, et l'expérience que l'on peut en faire sur Communarty, tout en permettant d'être plus proche des utilisateurs du site. Cette communication décalée va de paire avec la personnification d'icônes de la culture populaire autant que des icônes de l'histoire de l'art : un portrait de Madame Ingres s'adresse aux utilisateurs tout comme une caricature de Donald Trump cherche à les faire rire.

La personnification va plus loin quand Bill Murray, acteur, incarne de manière symbolique le porte parole du projet dans le vidéo de présentation, répondant au présentateur américain Jimmy Kimmel qui lui aussi s'interroge sur les particularités du concept.



JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION

DIGITAL | PROJET PROFESSIONNEL

COMMUNAUTÉS | CROWDFUNDING

WEB 2.0 | RÉSEAUX | BUDGÉTISATION

SYNTHÉTISATION | CRÉATION GRAPHIQUE

INDESIGN | CAMPAGNE DYNAMIQUE

STRATÉGIE | PLAN DE COMMUNICATION

COMPÉTENCES ACQUISES

CAMPAGNE CROWDFUNDING

BUDGETISATION D'UN PROJET

CRÉATION ADOBE INDESIGN

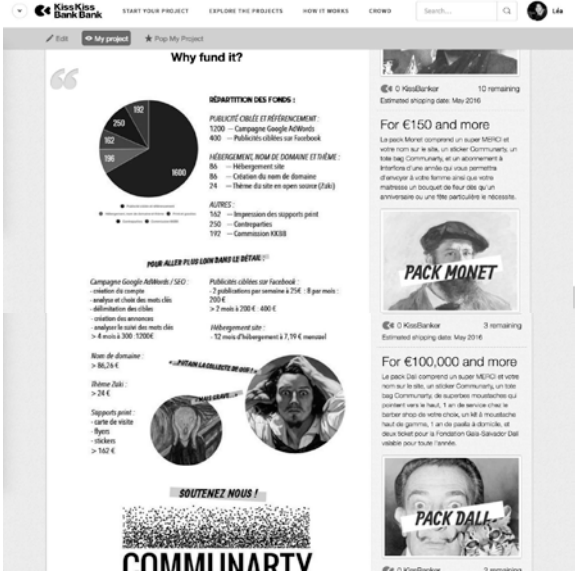
STRATÉGIE DE COMMUNICATION

ÉTUDE CERCLES DE FINANCEMENT

Entre création graphique, stratégie d'attaque, et synthétisation du projet, j'ai pu mettre à l'épreuve mon projet face à une campagne de dons.

J'ai ainsi pu étudier les étapes de préparations de campagne, les jalons importants comme le calcul important à collecter, le ciblage des cercles de financement, ou encore le détail des contreparties.

Campagne de crowdfunding KissKissBankBank



Trois entités principales composent l'univers crowdfunding. Celui du don, du prêt, et du capital. Qu'il s'agisse de KissKissBankBank comme aussi, My Major Company, Ulule ou encore KickStarter, chacune de ces plateformes permet de financer des projets quand les banques ne prennent pas le parti des créateurs.

Les trois maîtres mots pour réussir son crowdfunding sont INNOVER, DIVERSIFIER, et COMMUNAUTÉ. Trois cercles de financement composent les dons : - le réseau des fondateurs : famille et amis, ou la communication se fait par sms et mail - le réseau indirect par la communauté sur la plateforme et ailleurs grâce à Facebook - le réseau grand public, est touché par Twitter et les articles de presse dans les journaux et médias en ligne.

Création graphique, stratégique, & budgétisation

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION

DIGITAL | PROJET PROFESSIONNEL

TEASING | SYNOPSIS | STORYBOARD

INTENTIONALITÉ | SYNTHÉTISATION

MONTAGE | AFTER EFFECTS | PREMIERE

IMAGES | PLAN DE COMMUNICATION

COMPÉTENCES ACQUISES

TEASER UN PROJET EN IMAGES

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

EFFETS ADOBE AFTER EFFECTS

MONTAGE ADOBE PREMIERE

RYTHME, IMAGE, SON, WORDING

Le teaser est un élément qui doit impacter tout en révélant l'identité du projet. Il met en lumière ses particularités et donne à s'interroger sur ces nouvelles expériences proposées. D'autres réalisations ont été choisi pour être présentées sur cette page. Les images sont capturées par smartphone ou par un appareil reflex, montées sous Adobe Premiere et Adobe After Effects, ou Final Cut Pro.

Teaser Communarty

Création vidéo et montage

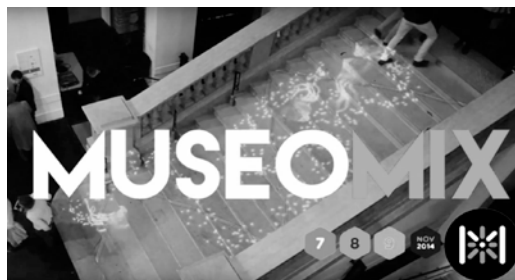
Entre susciter la curiosité autour de Communarty et synthétiser les particularités du projet, ce teaser se place comme un élément fort de ma stratégie de communication.

Il mêle à la fois un fond construit et une forme décalée, qui dans les premières images de ce teaser, nous montre un Rembrandt animé numériquement : il se tourne vers nous, et sur le rythme de la musique nous fait un clin d'oeil. C'est comme si «l'art» dans son sens le plus global était personnifié par ce portrait de Rembrandt, qui s'adresse à nous, spectateurs, pour nous prévenir d'un changement, d'une transition, d'un « autrement ». C'est dans cet autrement que réside l'identité de Communarty et qu'il peut ainsi impacter.



> À découvrir sur www.communarty.com

Autres réalisations vidéos



Museomix, 2014

Expérimentation d'une vidéo d'ambiance sur un événement qui s'articule autour du digital au musée comme médiation et des «makers». En partenariat avec Sarah Henini.



French girl in Japan, 2012

Expérimentation d'une vidéo de voyage filmée au smartphone. Montage vidéo. En partenariat avec Ellyn Kalifa.



Urb'Arts, 2015

Expérimentation d'un POM. Urbex aux Beaux-Arts stéphanois. En partenariat avec Aurélien Bouteille, Lucas Bouvier, Thomas Lachaume, Samir Ouammar, Gérald Porro.

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION

WEB & E-COMMERCE | AXOME | STAGE

SEO | CONCEPTION | BRIEF INTÉGRATION

COORDINATION | TRAVAIL EN ÉQUIPE

LEADERSHIP | RÉSEAUX SOCIAUX

WIREFRAME | RÉDACTION DE CONTENU

NEWSLETTER | ANALYSE CONCURRENTIELLE

BENCHMARK | SUIVI GRAPHIQUE

COMPÉTENCES ACQUISES

GESTION DE PROJET WEB

WORDPRESS PRESTASHOP MAGENTO

SUIVI TECHNIQUE & GRAPHIQUE

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT

STRATÉGIE CONCURRENTIELLE

Entre gestion de projet web pure et dure, gestion de back-offices et réseaux sociaux, gestion des équipes techniques et graphiques, le poste de chef de projet web demande beaucoup de rigueur, de sérieux et d'organisation. Ce stage m'a vraiment permis d'être polyvalente et de mieux comprendre le web 2.0.



Sites statiques et e-commerces

Gestion au total de 27 projets variés, allant de Lacure Officine, Kiki l'Éclaireur, Vakom, Carrefour, Teatower, Archiduchesse, La boutique officielle du petit prince, Chapeaux, Revol, ou encore Moulinvest.

Gestion globale ou partielle, projets statique ou e-commerces, chacun d'entre eux était un projet unique, avec ses besoins et ses complexités.



Gestion de Projets Web chez Axome

Gestion de projets web

Mes huit mois chez Axome m'ont permis d'adopter une gestion de projet web efficace. Il y a en cela quatre phases importantes à suivre. La première étant celle de la réflexion et de l'analyse, qui permet de dessiner les contours du projets et de mettre en lumière les besoins du clients par des discussions, des tests, et plusieurs retours.

Ensuite vient la phase de la gestion de l'équipe graphique, qui doit s'adapter aux demandes du client et du chef de projet pour améliorer d'autant plus l'expérience

utilisateur. On y travaille aussi les contenus CMS à mettre en place une fois la structure du site créée.

La troisième phase est celle de la création du site et l'intégration des contenus validés avec le client au préalable.

La quatrième phase est celle de la mise en ligne, du recettage, du suivi et du référencement. Car le site ne doit pas se contenter d'être uniquement esthétique mais aussi visible sur le web !

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION
WORKSHOP IRAM CADRE ÉTUDIANT
PRISE DE VUE ÉCLAIRAGE CONNECTÉ
COMMUNICATION TRAVAIL EN ÉQUIPE
LEADERSHIP RÉSEAUX SOCIAUX IMAGES
INNOVATION

COMPÉTENCES ACQUISES

STRATÉGIE DE COMMUNICATION
PRISE DE VUE MANUELLE
RETOUCHE POST-PRODUCTION
RESTITUTION FACEBOOK TWITTER
STORYTELLING ATAVIST

Profils des participants, couverture de l'événement et de ses moments clefs, alimentation réseaux sociaux, retouches post-production, et participation à la stratégie de communication globale, j'ai pu développer mes aptitudes en communication visuelle et les mettre à l'épreuve sur plusieurs jours dans le cadre comme celui de la Pré-fabrique de l'Innovation stéphanois.

Hybridités des expériences avec IRAM

Workshop Illuminov

3 écoles — 38 élèves
3 — Ingénierie
— Design
spécialités — Numérique
6 prototypes



Type de poste
Chargée de communication. Image, réseaux sociaux, création de contenus, stratégie de communication.

Type d'événement
Workshop sur la thématique de l'éclairage connecté en partenariat avec IRAM.

Contexte
À la suite de rencontres régulières entre les 3 écoles, 6 groupes de travail se sont formés autour de 6 dispositifs représentant une convergence d'idées. A la fin de ce workshop, une restitution finale et publique a eu lieu pour présenter 6 prototypes.



Photographie des profils

Photographie globale

JOUR 1 JOUR 2 JOUR 3 JOUR 4



Prise de vue tout le long de ce Workshop où j'ai couvert chaque équipe et les moments forts de cette convergence d'idées. De l'organisation d'un World Café (pratique démocratique / intelligence collective, ici avec les habitants du quartier Tarentaize-Beaubrun) à la restitution finale des prototypes, mes photos mettent en lumière ces trois écoles qui planchent sur la thématique de l'éclairage connecté.



JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

- MASTER DESIGN DE COMMUNICATION
- FESTIVAL IRAM CADRE ÉTUDIANT
- CONCEPTION COURT-MÉTRAGE
- COMMUNICATION TRAVAIL EN ÉQUIPE
- TRADUCTION RÉSEAUX SOCIAUX
- IMAGES LEADERSHIP STORYTELLING
- RÉDACTION DE CONTENU

COMPÉTENCES ACQUISES

- STRATÉGIE DE COMMUNICATION
- COMMUNITY MANAGEMENT
- STORYTELLING

- SUIVI COM D'UNE ÉQUIPE CIBLÉE
- TRADUCTION ANGLAIS & ESPAGNOL

Alternance entre communication globale sur les réseaux, par l'image, la rédaction de contenus, et la création de supports, et à la fois communication ciblée, en suivant de près une équipe de tournage étrangère. Retranscrire une ambiance a été une pratique quotidienne. La création de «Vue sur les Noks» nous a permis d'alimenter en continu chaque jalon de cet événement.

Festival KINOCTAMBULE



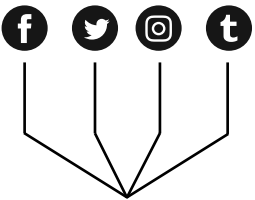
Type de poste
Chargée de communication. Image, réseaux sociaux, création de contenus, stratégie de communication, storytelling, communication ciblée sur équipe de tournage et plus globale pour l'événement.

Type d'événement
Laboratoire international de création de courts métrages en partenariat avec IRAM.

Contexte
Une semaine de conception et création de courts-métrages pour des participants du monde entier avec 3 éditions, 255 participants de 30 pays.

Création de l'entité VUE SUR LES NOKS

Pour couvrir le festival KINOCTAMBULE, l'entité communicationnelle Vue sur les Noks s'est répandue sur les réseaux sociaux principaux :



Articles de suivi d'équipes, d'ambiances, des tournages, comptes rendus, interviews organisateurs. Vidéos résumés, teasing, couverture photo, français, anglais, espagnol.



Hybridités des expériences avec IRAM

Storytelling avec Atavist



Atavist permet d'associer texte, image, vidéo, son, encart de texte etc. et pour faire vivre les récits que l'ont communique de manière plus vibrante. Même utilisation pour Illuminov comme dans l'exemple du bas.



JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

MASTER DESIGN DE COMMUNICATION
IRAM | BIENNALE DU DESIGN STÉPHANOISE
IMAGES | EXPOSITION | CADRE ÉTUDIANT
BRIEF | SON | SMARTPHONE | PARCOURS
TRAVAIL EN ÉQUIPE | COMMUNICATION

CRITIQUE | INTERNET | MÉDIAS | MÉDIATION
ORGANISATION | ÉDUCATION | NUMÉRIQUE

COMPÉTENCES ACQUISES

STORYTELLING

DATAVISUALISATION

BRIEF

ORGANISATION & MÉDIATION

SIGNALÉTIQUE

Ces événements autour de la thématique du numérique (que ce soit comme une nouvelle culture avec Event 42 ou comme medium avec Réserve Déboussolée) m'ont permis d'approcher la médiation sous différentes formes (en tant qu'intervenante ou médiatrice ou communicante) et ainsi penser la stratégie de communication comme un outil fort au service de l'expérience numérique.

Exposition Réserve Déboussolée



Type de poste

Chargée de communication globale, storytelling, brief, signalétique, expérience utilisateur, datavisualisation.

Type d'événement

Expérience immersive dans un univers autour de l'art, du son, du parcours dans l'espace, où se détermine l'expérience de chaque visiteur.

Contexte

Biennale internationale du design de Saint-Étienne.

Événement Event 42



Type de poste

Chargée de communication et médiatrice numérique. Organisation et mise en place de l'événement. Gestion du pôle Image, état de l'art, identité visuelle, médiation public, gestion du stand des drones Parrots.

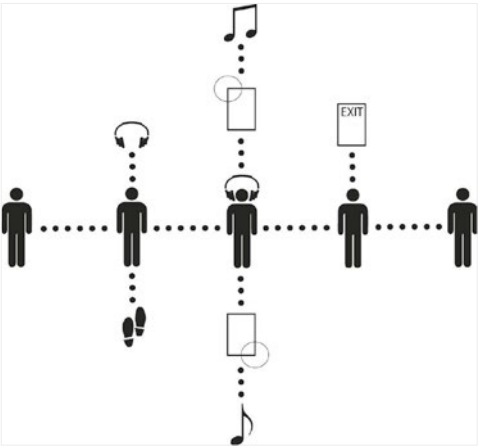
Type d'événement

Aujourd'hui appelé «Super Demain», événement qui rassemble autour des nouvelles pratiques du numérique et des médias, pour former à un regard plus critique sur ces derniers.

Contexte

Trois jours d'accueil de classes collège et lycée et visiteurs libres.

Datavisualisation

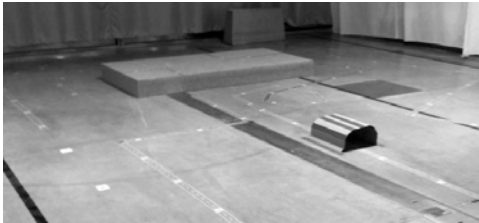


Comment résumer simplement l'expérience utilisateur en quelques pictogrammes ?

Brief

Pour le cas de Réserve Déboussolée, il suffisait de mesurer les jalons importants du projet pour mieux en saisir les problématiques. Nous évoquons alors le contexte, les objectifs, la cible, le message, les moyens, les délais et le budget.

Médiation numérique



Vidéo immersive avec les drones Parrots. Vitesse de l'image, sens du montage, comment donner du sens à ces images ?

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

CONTEXTE

- LICENCE SCIENCES DE L'INFO-COM
- STAGE MISSIONS PONCTUELLES
- DESIGN RÉDACTION DE CONTENUS
- SYNTHÉTISATION JOURNALISME
- ARCHITECTURE TRAVAIL EN ÉQUIPE
- ARTICLES IMAGES PRISE DE VUE
- PROPOSITION DE SUJETS FOCUS

COMPÉTENCES ACQUISES

- RÉDACTION DE CONTENUS
- VEILLE & RECHERCHE D'INFO
- FORCE DE PROPOSITION
- PRISE DE VUE
- BRIEF GRAPHISME

Les plusieurs mois passés chez Perspective m'ont permis d'affiner mon style rédactionnel. J'ai pu m'épanouir dans des domaines qui me passionnent, et donc proposer des sujets au Directeur de publication qui sont parfois aussi devenus des articles focus du magazine. Interviews, prise de vue, visite de lieux à «faire lire plus tard», cette opportunité m'a permis d'expérimenter plusieurs rôles d'une communicante.

Rédaction d'articles et focus pour Perspective

Rédaction journalistique et enquête de terrain



Perspective est un magazine trimestriel de la Côte d'Azur qui s'intéresse à l'architecture, au design, et «à l'acte de bâtir».

Plusieurs articles du magazine ont été proposés et rédigés par mes soins, dont «Esthétique de l'excès, et la démesure des plus grands gratte-ciels», « Quand le paysagiste devient un gestionnaire créatif», «Less is more, quand la tendance minimaliste se précise».



CONTEXTE

- LICENCE SCIENCES DE L'INFO-COM
- STAGE MISSIONS PONCTUELLES
- DESIGN RÉDACTION DE CONTENUS
- SYNTHÉTISATION JOURNALISME
- ARCHITECTURE TRAVAIL EN ÉQUIPE
- ARTICLES IMAGES PRISE DE VUE

COMPÉTENCES ACQUISES

RÉDACTION DE CONTENUS

VEILLE & RECHERCHE D'INFO

FORCE DE PROPOSITION

PRISE DE VUE

BRIEF GRAPHISME

Les plusieurs mois passés chez Perspective m'ont permis d'affiner mon style rédactionnel. J'ai pu m'épanouir dans des domaines qui me passionnent, et donc proposer des sujets au Directeur de publication qui sont parfois aussi devenus des articles focus du magazine. Interviews, prise de vue, visite de lieux à «faire lire plus tard», cette opportunité m'a permis d'expérimenter plusieurs rôles d'une communicante.

Rédaction d'articles et focus pour Perspective

Contrefaçon urbaine
- Convoitise architecturale et nouvelle tendance immobilière

«Distinction, ostentation et héritage sont les trois maître-mots du style architectural européen tant convoité par l'Asie.

Reflète des puissances politiques, économiques et culturelles de chaque pays qui la composent, l'éclat de l'architecture européenne d'aujourd'hui nous rappelle la grandeur des talents novateurs du passé. Avec plus d'une quarantaine de sites classés au patrimoine mondial de l'Unesco, l'architecture européenne ne cesse de faire rêver nos confrères chinois jusqu'à l'autre côté du globe. C'est ainsi qu'une nouvelle tendance immobilière se dessine depuis quelques années en Chine, celle de la reproduction architecturale des villages les plus somptueux d'Europe. On retrouve dans la périphérie de Shanghai des imitations anglaise (*Thames Town*), allemande (*Anting*), suédoise (*Luodian*) ou encore française (*Paris*) qui s'inspirent au détail près des codes culturels déjà existants. Inconsciemment, ces firmes matérialisent leur propre imaginaire de la ville européenne type, façonnée par les clichés du cinéma et de la télévision.

Le cas autrichien : le village d'Hallstatt

Au cœur des majestueuses montagnes des Alpes autrichiennes, cette petite bourgade de 800 habitants (classée au patrimoine mondial de l'Unesco en 1997) se voit voler la vedette par une Hallstatt similaire à 8891.16 km de là. C'est dans la province de Guangdong, à Boluo, au sud de la Chine qu'un entrepreneur d'Hong-Kong a voulu réaliser un de ses rêves les plus fous : reproduire à l'identique l'idyllique Hallstatt, ainsi que son lac *Hallstättersee* et ses nobles vallées. Ce n'est pas moins de 940 millions de dollars qui ont été investis pour reproduire ce décor dans les moindres détails. D'un pot de fleur à la disposition exacte des montagnes, tout y est copié, dupliqué, imité. Sans oublier l'église, présente depuis le XVème siècle, où là encore rien n'a été négligé. C'est seulement après une année de chantier qu'a été inaugurée le samedi 3 juin 2012 la copie conforme du village, entre délégations autrichiennes et chinoises. Le maire d'Hallstatt, Alexander Scheutz, aurait déclaré : «C'était plutôt impressionnant de voir le résultat, et je n'étais pas peu fier de voir la réplique de ma ville aussi loin de chez moi». Or, ce projet s'est au départ élaboré dans le secret le plus total, sans concertation autrichienne préalable, au fin fond de la Chine. Au cours de quelques voyages en Autriche, les promoteurs avaient passé au peigne fin chaque détail, perspective, coloris, et matériau qui façonnent ce village, et réalisé les plans fidèles du Hallstatt d'origine. Lors que M. Scheutz et les villageois ont découvert ce qui se tramait, c'est un amer sentiment de trahison qui s'est répandu tout autour de ces derniers. Mais quelques temps après, le maire a reconnu que la médiatisation de l'affaire pouvait avoir des retombées touristiques et économiques intéressantes, autant pour l'Autriche et la Chine confondues.

Polémiques et controverses

Ce mimétisme architectural à la fois curieux et malsain ne laisse pas sans voix. L'exactitude des détails est déconcertante, les paysages sont identiques, les mesures paraissent aussi vieilles qu'elles le devraient. Mais derrière ce décor théâtral «réussi», se pose la problématique du patrimoine. Ces vallées autrichiennes sont occupées depuis plus de trois millénaires par l'homme. Elles doivent encore aujourd'hui leur prospérité à l'extraction du sel, mondialement reconnue. L'appropriation de ce patrimoine par la Chine soulève des doutes sur l'entière légalité de ce concept, c'est ainsi que l'Unesco mène de près l'enquête sur ce nouveau type d'usurpation architecturale. L'«acte duplicateur» en lui-même ne respecte aucune éthique ni morale : la Chine se contente de froisser des dimensions encore plus grandes que celles de l'architecture, elle s'approprie aussi les dimensions anthropologiques, historiques, et culturelles qui ont contribué à faire d'Hallstatt ce qu'elle est aujourd'hui.

Le véritable échec de ces nouveaux concepts architecturaux est justement l'architecture comme seule dimension. Comment s'approprier un endroit qui ne pourra jamais être perçu uniquement comme une curiosité touristique, un décor artificiel ? Ces villes sans âmes dont les jeunes mariés raffolent ne sont que de mauvaises copies, dépouillées de l'effervescence, des mœurs, et de la vie originelle, qui rend ces villes si particulières et uniques. C'est ce auquel les entrepreneurs chinois n'avaient pas pensé suffisamment : l'inexistence d'authenticité comme élément déclencheur d'un échec inévitable.»

JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

COMPÉTENCES ACQUISES

PRISE DE VUE

MAITRISE DES BONS CADRAGES

MODE MANUEL

ADOBE PHOTOSHOP

ADOBE LIGHROOM

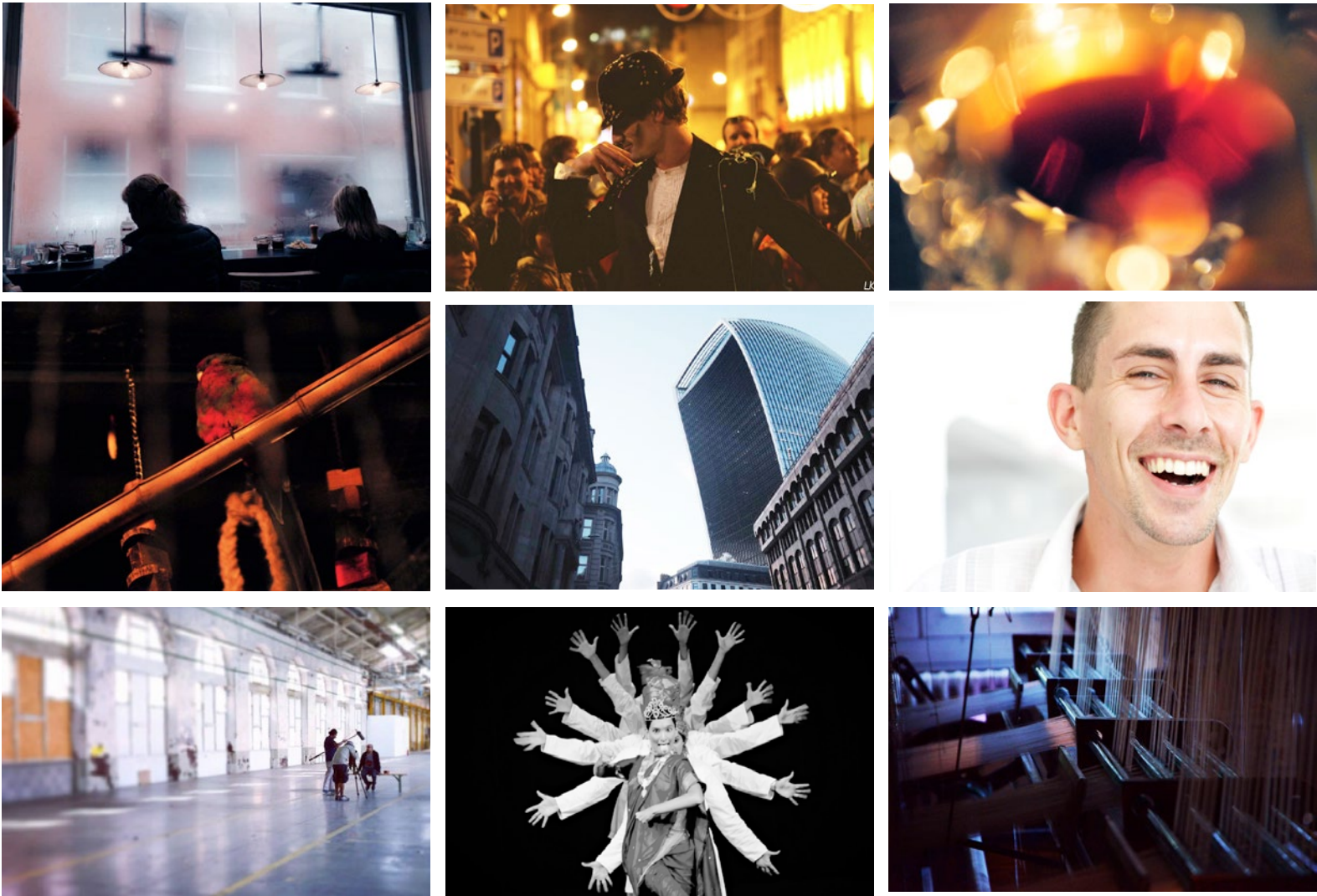
CONTEXTE

J'aime capturer la spontanéité d'un moment, d'une atmosphère ou d'une expression sur un visage, pour en saisir son caractère unique et particulier. Mes retouches en post-production sont souvent composées de modifications de contrastes, de luminosité et de balance des couleurs.

On observe par ordre d'apparition un coffee-shop londonien, un mystérieux participant du Carnaval de Nice, un verre de vin rouge abstrait, un oiseau tropical derrière ses barreaux, le contraste des architectures londoniennes, une photo de baptême prise sur le vif, l'équipe d'Arsenio et Mustapha lors du Festival Kinoctambule, une troupe indienne sur scène lors du Mondial du Théâtre de Monaco, et la fabrication d'un ruban au Musée d'Art et d'Industrie de Saint-Étienne.

Photographie, Autres Travaux et Inspirations

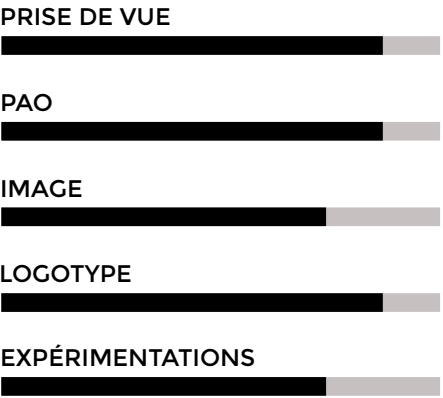
Photographie personnelle et professionnelle



JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

COMPÉTENCES ACQUISES



CONTEXTE

Nous retrouvons sur cette planche plusieurs mediums qui me passionnent :

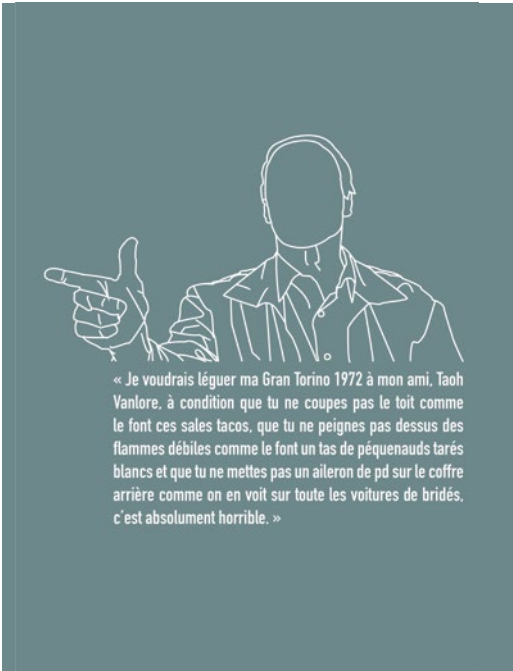
CINÉMA
Deux affiches reprenant des répliques cultes du cinéma avec Gran Torino et la célèbre réplique de Clint Eastwood qui incarne Walt Kowalski. Marie-Antoinette ensuite, où Kirsten Dunst joue la dauphine de France venue d’Autriche. On retrouve aussi une autre forme de dialogue pour une scène de Lost in Translation, entre Bill Murray et Scarlett Johansson.

PHOTOGRAPHIE
Des expérimentations avec du light painting, une photographie de société prise à Londres lors d’une manifestation anti Donald Trump, ou encore un montage autour de deux visages.

IMAGES
Les images que je collectionne sur Tumblr ou encore un projet qui retranscrit l’effervescence autour des œuvres.

Photographie, Autres Travaux et Inspirations

Autres travaux



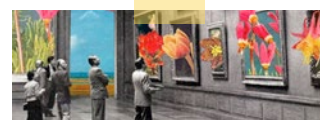
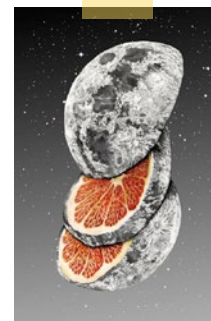
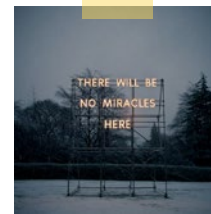
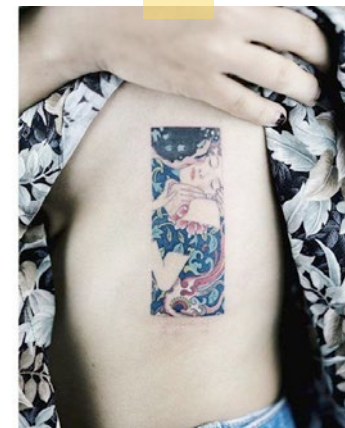
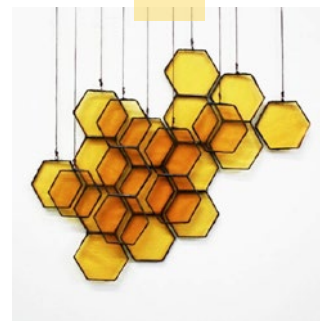
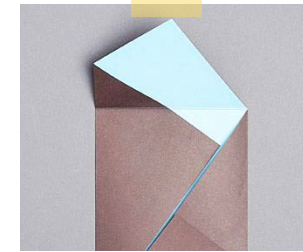
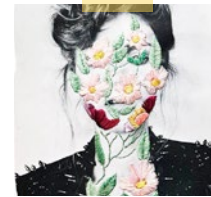
JUST HAVE A LOOK !

Projets | Réflexions | Compétences
Expériences | Créations

Elon Musk, Flume, Tate Modern, Pieke Bergmans, Rotterdam, Bill Murray, Claude Monnet, John Keats, Westworld, Pietro Sedda, Influenza, Spike Jonze, Liverpool, Charles François Daubigny, Jamie Oliver, Alice Neel, Marie-Antoinette, Blablacar, Luc Ferry, Vincent Van Gogh, Pinterest, Annette Messenger, Black, Mirror, Deluxe, Urbania, Edimbourg, Wes Anderson, Peter Kennelly, Nina Simone, Google Keep, Moleskine, Orange is the new black, Zach Braff, Vika Mitrichenka, La Haye, Diane Arbus, Pocket, Blue Velvet, Londres, Léa Seydoux, Airbnb, Artips, Zwolle, Welcome to the Jungle, Sofia Coppola, Jane Hyslop, Girl, Louise Hopkins, Twitter, Duane Hanson, BBC, Olafur Eliasson, Amsterdam, G. J. Johannes van OS, Garden State, Fyfe, L'ADN, Roman Opałka, Blow up, Mr. Robot, Glasgow, Versailles, Damien Hirst, Blase, Festival du Gif de Saint-Étienne, Salventius, Tumblr, Phoenix, The handmaid's Tale, Anvers, Tim Walker, Cat Power, Lost in Translation, Astre, Benjamin P. Hardy, René Magritte, Paula Scher, 1 Sec Everyday, Vinted, The Departed, Biennale du Design de Saint-Étienne, Mo Ganji, Ibeyi, The Lobster, Saatchi Gallery, 1001 Startups, Maurits Cornelis Escher, Bon entendeur, Memento, Aurélien Bouteille, Atavist, Marie Kondo, Proxima Nova, The Book Fairies, Jung Lee, Maurizio Cattelan, Podcast, Meppel, Gijs Bakker, La boîte verte, Muji, The XX, Sia, Prêt à pousser, Anna Jones, Bullet Journal, Sophie Calle, Alt-J, Jean François Millet, Léon, Tim Wlaker, Mustang, Tom Hiddleston, Tomboy, Chateau de Versailles, M HKA.

Photographie, Autres Travaux et Inspirations

Inspirations



WE



Adresse au 4, chemin du Rif, 26400 Alex,
Installation définitive à Lyon courant aout.
Pour me contacter, possibilité par mail
kalifa.lea@gmail.com, par téléphone 07 82
44 59 17, par Skype en ajoutant leakalifa1.

KEEP

IN

Je vous remercie pour l'attention portée à mon portfolio ainsi qu'à ma candidature et reste à votre disposition pour pouvoir discuter avec vous.

En espérant qu'après vous avoir fait découvrir mon univers professionnel, vous y voyez une similitude avec le votre, je serai ravie de vous présenter les atouts de ma candidature lors d'un futur entretien.

TOUCH ?