

# PORTFOLIO

Victoire Bornhauser

# GRAPHISTE/DA IMAGE

## Garnier et Linker

Garnier et Linker est un studio de design de luxe parisien établi depuis 7 ans. Les deux designers créent principalement des luminaires, mais aussi des meubles, et objets de maison. Tous les produits sont réalisés à partir de matériaux et savoirs faire artisanaux rares.

Actuellement en freelance régulier chez Garnier et Linker depuis juillet, je m'occupe de toute la communication visuelle du studio.

Ce poste pluridisciplinaire requiert des compétences en photographie (réalisation de visuels de campagne, packshots, contenu instagram), en mise en page (design du site web en cours, catalogues, pricelists, flyers, newsletters), en webdesign (Création de d'un e-shop et un site vitrine) et en vidéo (contenu instagram, documentation du processus de création).

Il faut également effectuer un travail de committee manager, en s'occupant de toute la communication sur les réseaux sociaux.

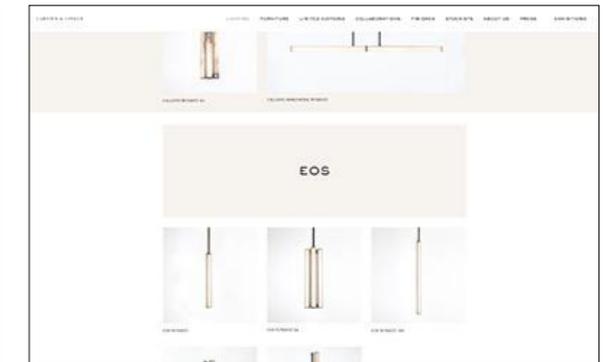
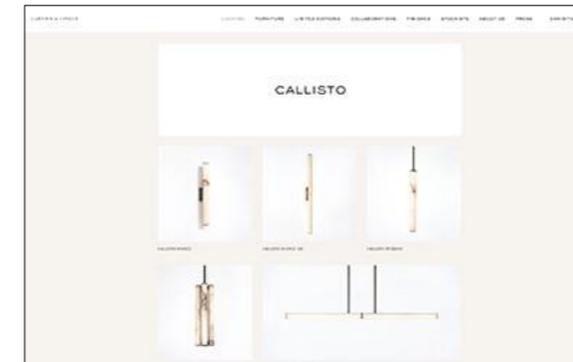
Garnier et Linker is a Parisian luxury design studio established for 7 years. The two designers create mainly lighting fixtures, but also furniture and household objects. All products are made from rare materials and know-hows.

Currently working as a regular freelance at Garnier and Linker since July, I am in charge of all the visual communication of the studio.

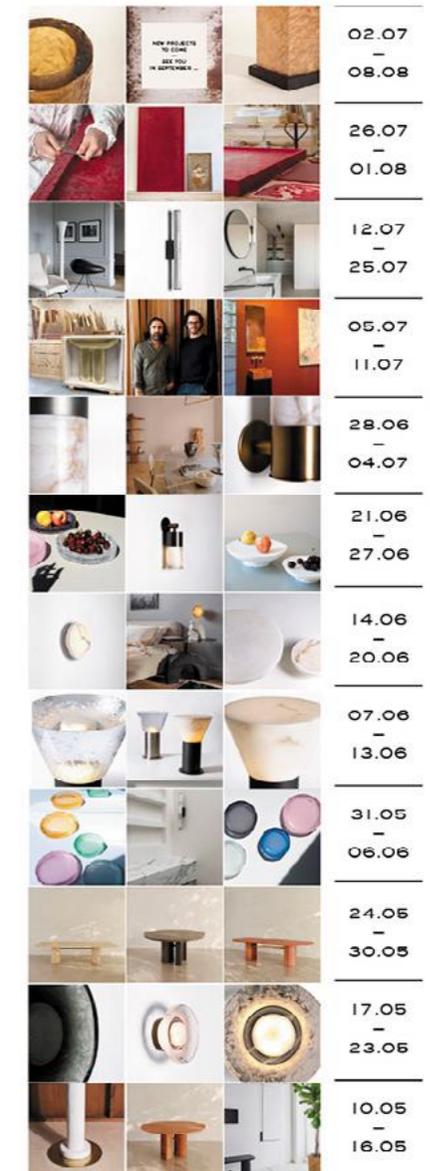
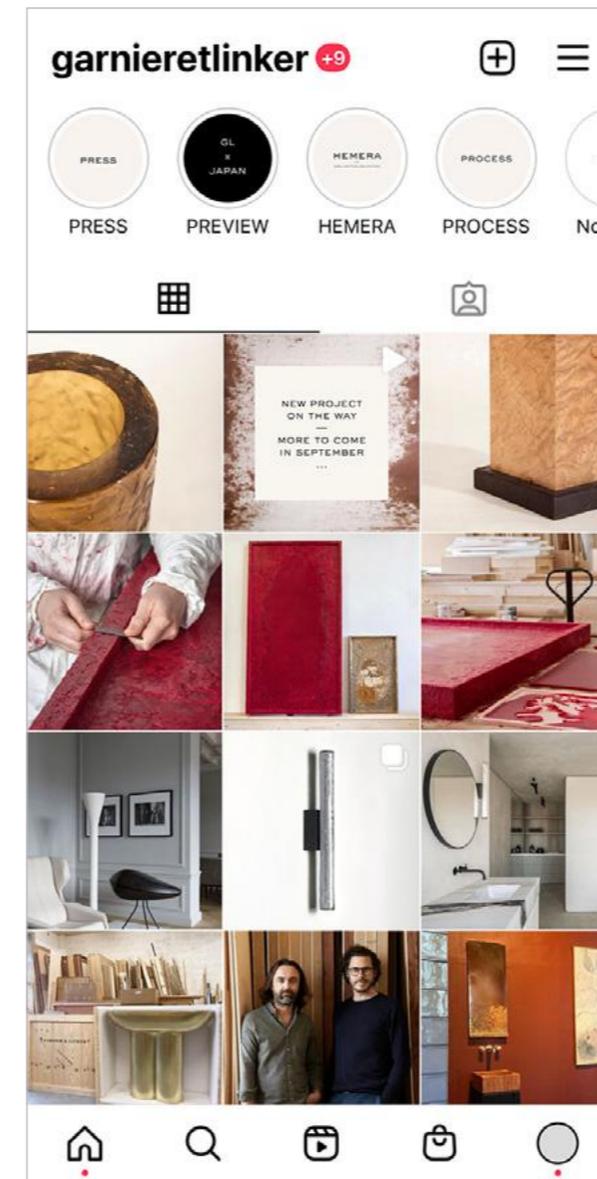
This multidisciplinary position requires skills in photography (campaign visuals, packshots, content instagram), in layout (design of the website in progress, catalogs, pricelists, flyers, newsletters) in webdesign (creation of the e-shop objects and the lighting site) and in video (instagram content, documentation of the creative process).

It is also necessary to work as a committee manager, taking care of the whole communication on social networks.

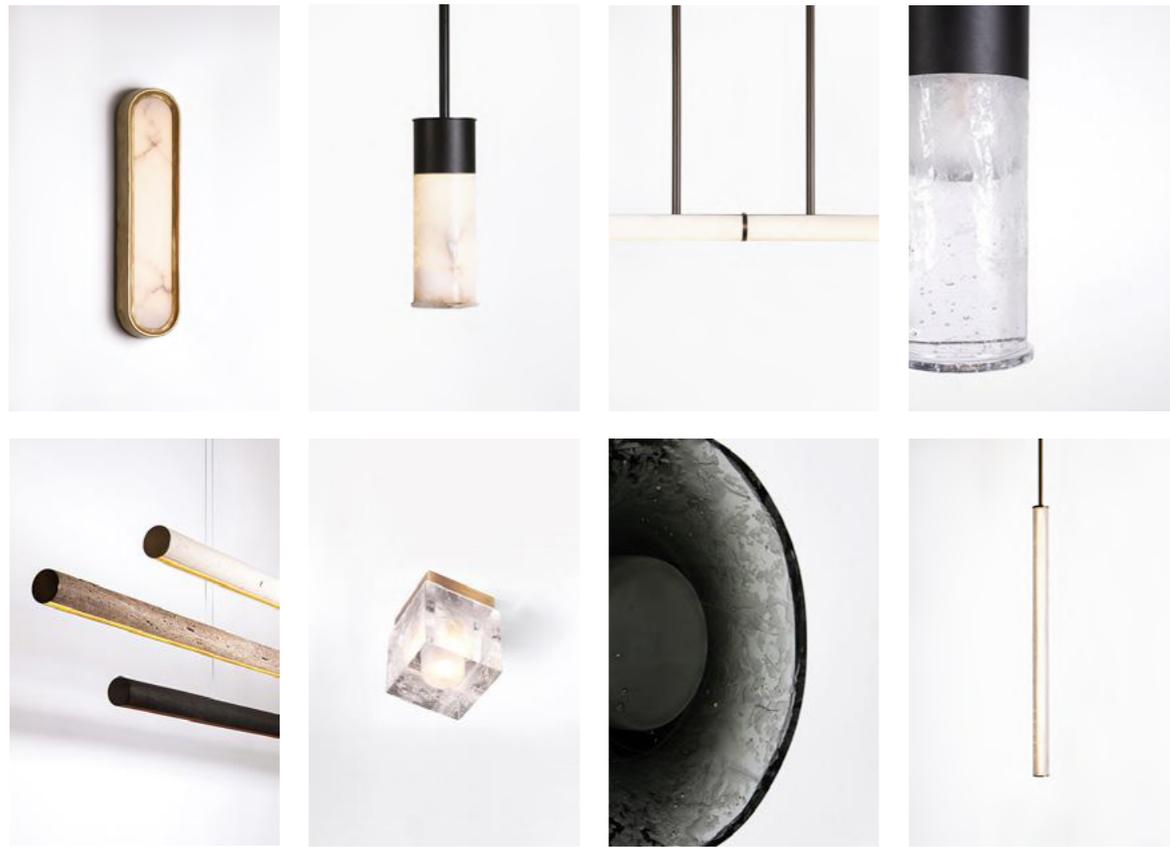
## SITE INTERNET LUMINAIRES



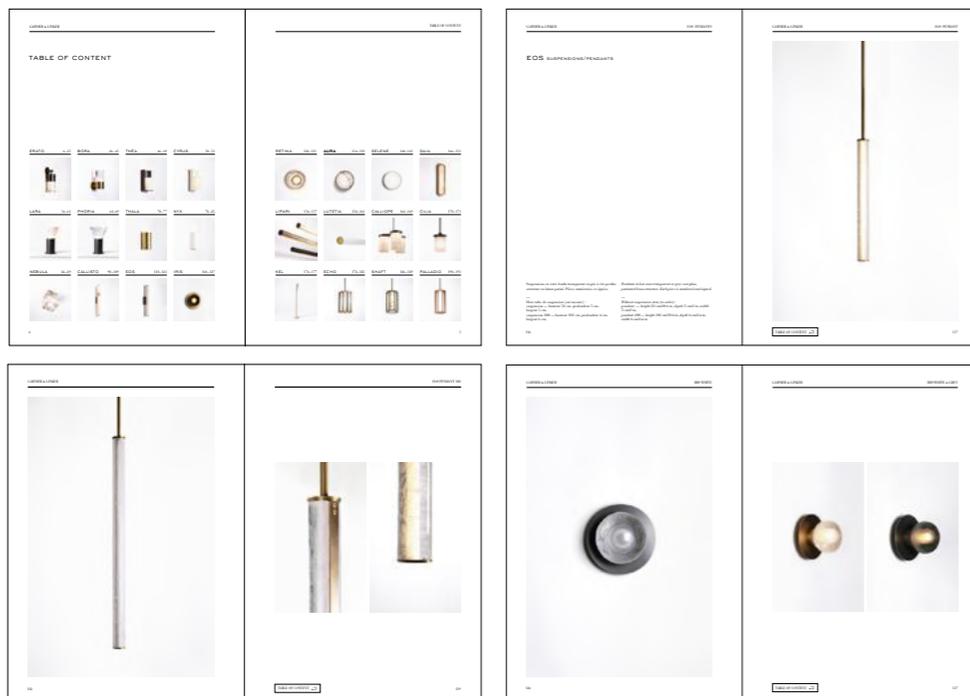
## INSTAGRAM — CRÉATION ET DIFFUSION DU CONTENU VISUEL



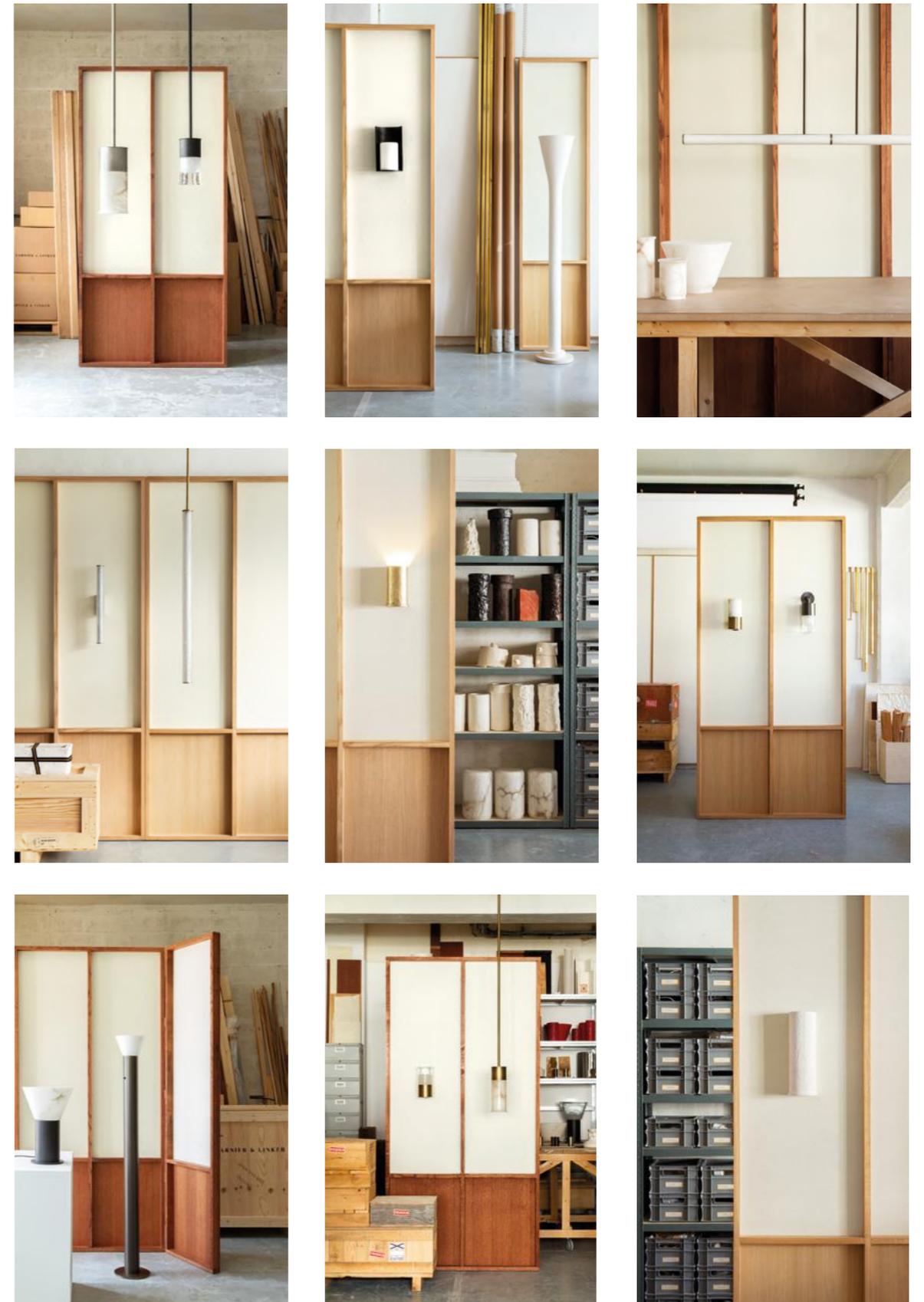
PHOTOS PACKSHOTS DES LUMINAIRES



CATALOGUE DES LUMINAIRES



PHOTOS DE CAMPAGNE DE LA COLLECTION DE LUMINAIRES HÉMÉRA 2020



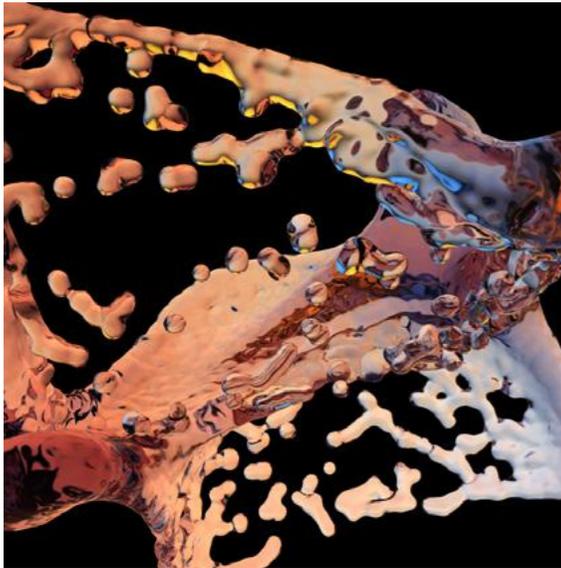


## PROJETS PERSONELS

Essais et expérimentations visuels réalisés à titre personnel pour alimenter mon compte professionnel instagram victoire.bornhauser.

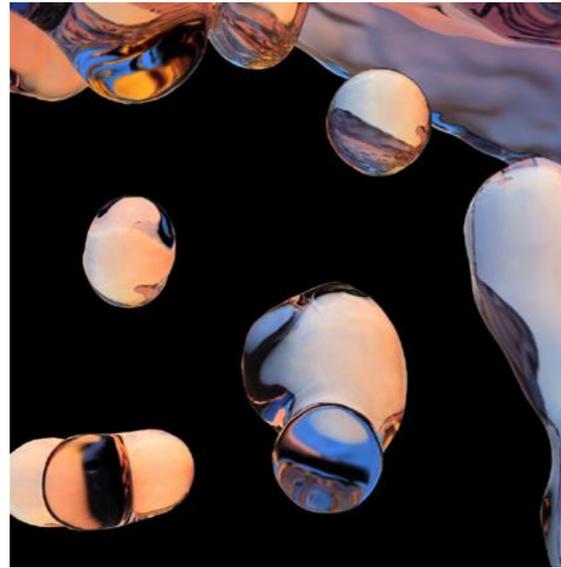
Animations et rendus 3D.

### INSTAGRAM — IMAGES FIXES



Visual tests and experiments carried out on a personal basis to feed my professional instagram account victoire.bornhauser.

Animations and 3D still images.



### INSTAGRAM — ANIMATIONS 3D (HÉBERGÉES SUR VIMÉO)

Liens/Links: <https://vimeo.com/665661235>

<https://vimeo.com/665660851>



## LOGOS RÉALISÉS

Création d'identités visuelles réalisées depuis la fin de mon cursus universitaire en 2019, dans le cadre de missions freelance.

Creation of visual identities that I've realized since the end of my studies in 2019, by having freelancing missions of my own.

**VVE**  
event

Boîte d'évènementiel  
/logistique



Logo pour une marque  
de myrtilles

**deepshoop**

Studio d'animation  
Et illustration

**BlueB**

Logo pour le nom de la société  
possédant Myrtille de Sologne



LA MAISON ROUSSE

Logo pour un gîte  
en provence



Plateforme de revente de produits  
vintage en ligne

**MINDEST**

Le choix de la sérénité

Entreprise dans le recyclage  
des déchets agroalimentaires

**organo  
green**

Boîte de fertilizants  
Organiques

## THE JOURNEY

---

Allongée dans son canapé un dimanche soir, une femme ressent une sensation étrange. Elle se sent comme attirée par une lumière l'invitant à franchir la porte d'un univers psychédélique et futuristique. Fascinée mais submergée, son voyage s'arrête brutalement lorsqu'elle se retrouve de nouveau sur son canapé. Était-ce la réalité ou un simple rêve?

Ce projet éditorial s'inscrit dans le cadre du cours de stylisme/shooting photo donné par l'Institut Français de la Mode. Après avoir défini la direction artistique, chaque étudiant s'est occupé de l'organisation de son projet, de la création de l'équipe à son management le jour du shooting jusqu'à la présentation finale.

**Direction artistique & stylisme:** Victoire Bornhauser  
**Photographie:** Chang An-hao  
**Visuels 3D:** Victoire Bornhauser  
**Modèle:** Nana Takagi  
**Maquillage:** Ophélie Crommar  
**Coiffure:** Chiao Chenet

Lying on her couch on a Sunday evening, a woman starts feeling a strange sensation. She feels drawn to a light inviting her to walk through the door of a psychedelic and futuristic universe. Fascinated but overwhelmed, her journey stops abruptly when she finds herself back on her sofa. Was it reality or was it just a dream?

This editorial project is part of the styling/photo shoot course given by the Institut Français de la Mode. After defining the artistic direction, each student took care of the organization of his project from the creation of the team to its management on the shooting day until the final presentation.

**Art direction & styling:** Victoire Bornhauser  
**Photography:** Chang An-hao  
**3D visuals:** Victoire Bornhauser  
**Model:** Nana Takagi  
**Make-up:** Ophélie Crommar  
**Hair:** Chiao Chenet





## MAKING OF



# EXCEEDER

Exceeder est une édition photographique sur la chirurgie esthétique et ses alternatives tendances à l'heure actuelle. Contouring, rembourrage, support à joues, fulllips...comment éviter de passer par le bistouri, point de non retour pour certains qui n'arrive plus à poser des limites à leur transformation physique.

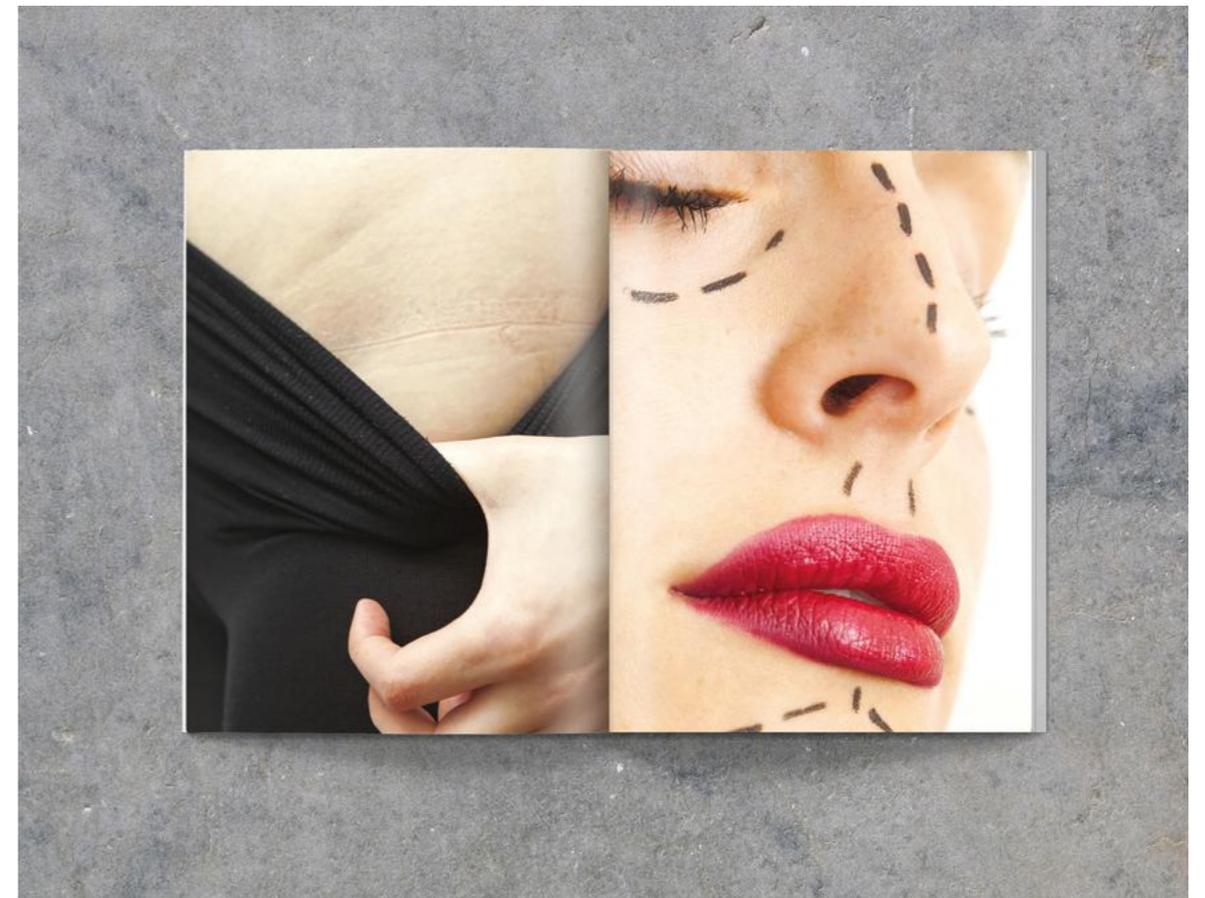
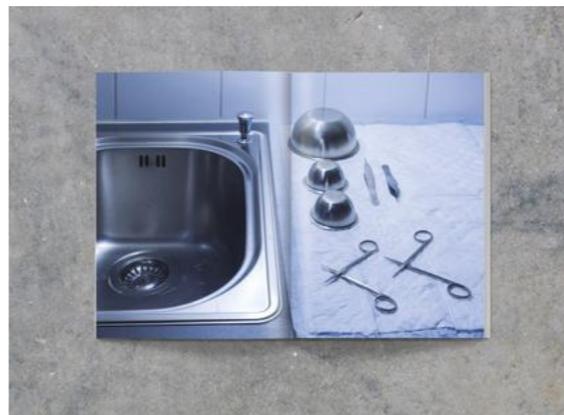
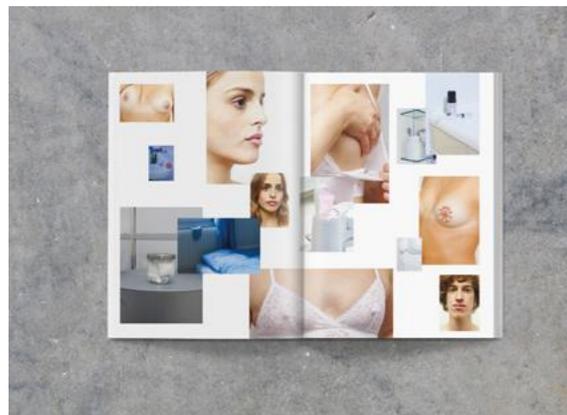
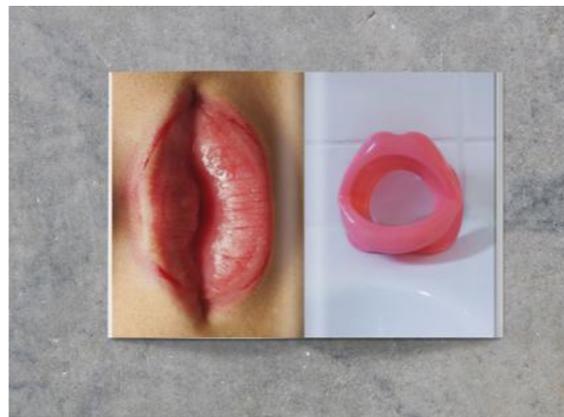
Exceeder is a photographic edition on plastic surgery and its trendy alternatives nowadays. Contouring, stuffing, cheek augmentations, lip augmentations... or how to avoid going through the operating table, a point of no return to some people, who can simply not put an end to their physical transformation.

Direction Artistique avec Jeanne Favre, photographe, lors du projet d'édition photographique dispensé par François Rappo.

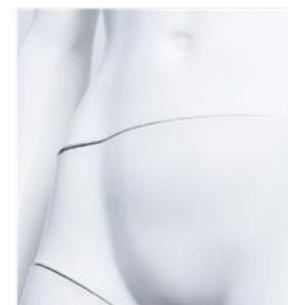
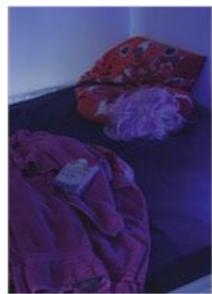
Art direction with Jeanne Favre, photographer, in François Rappo's presentation on his photographic edition project.

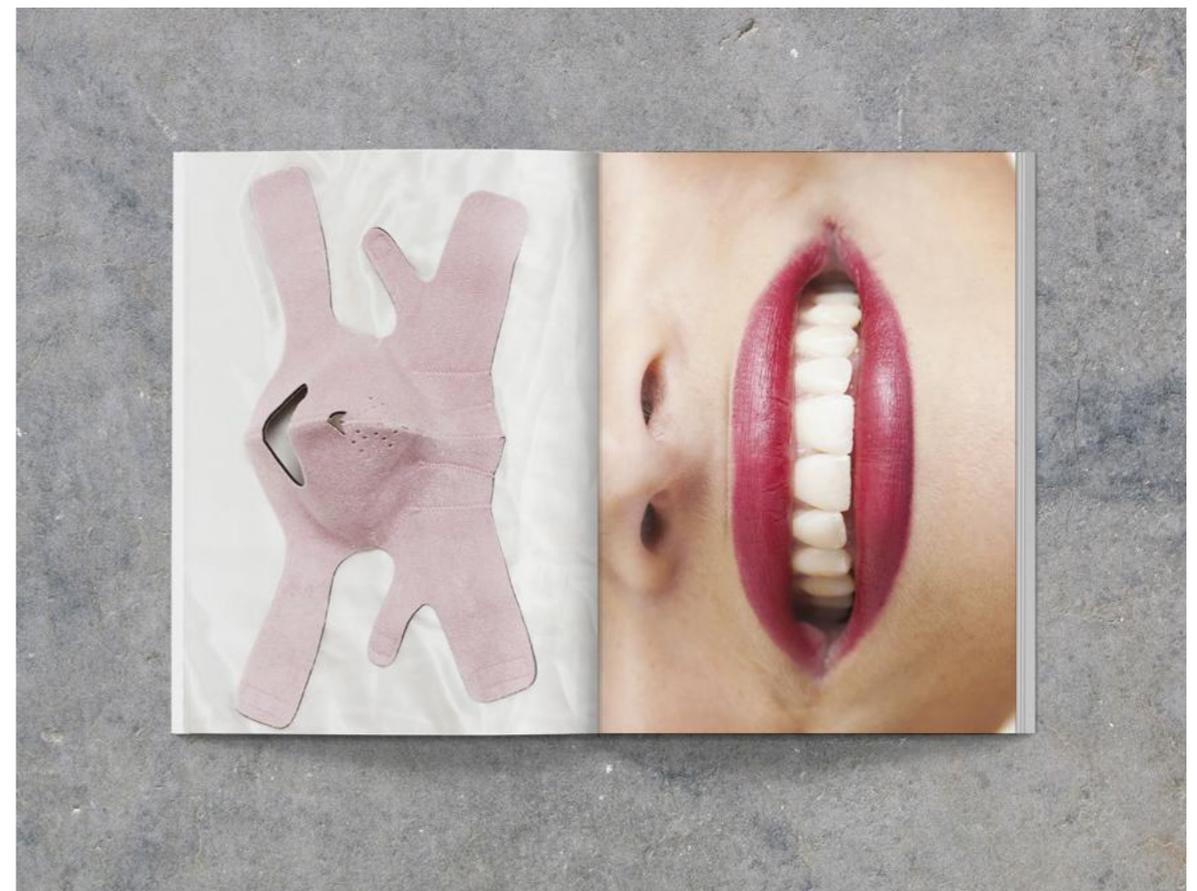
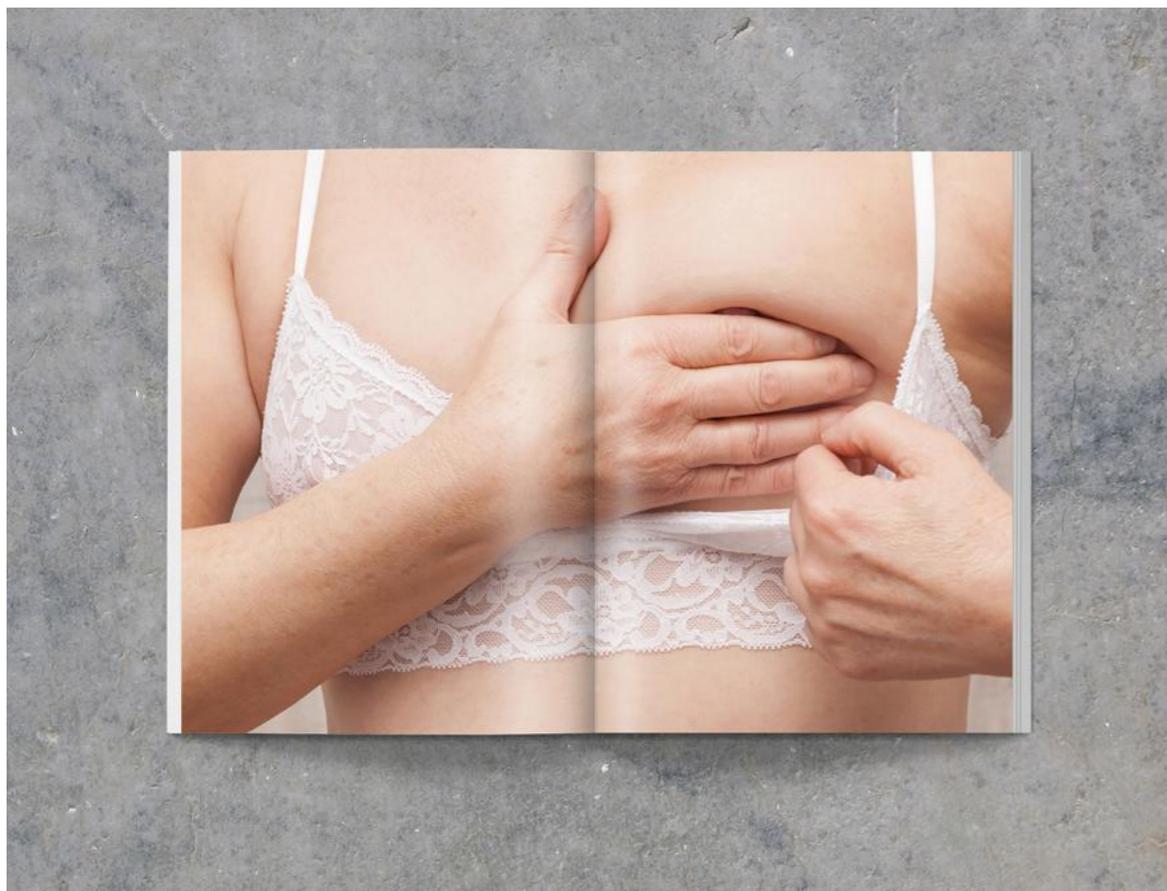
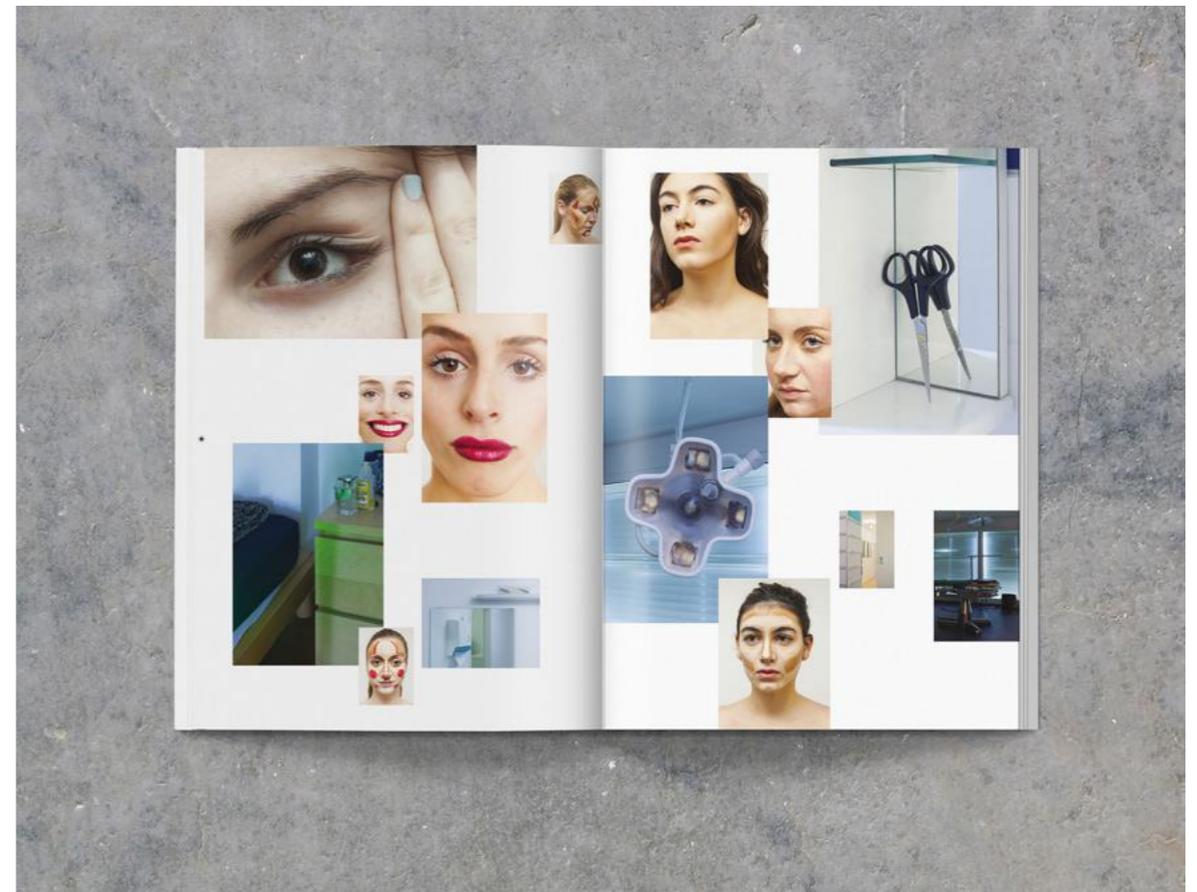
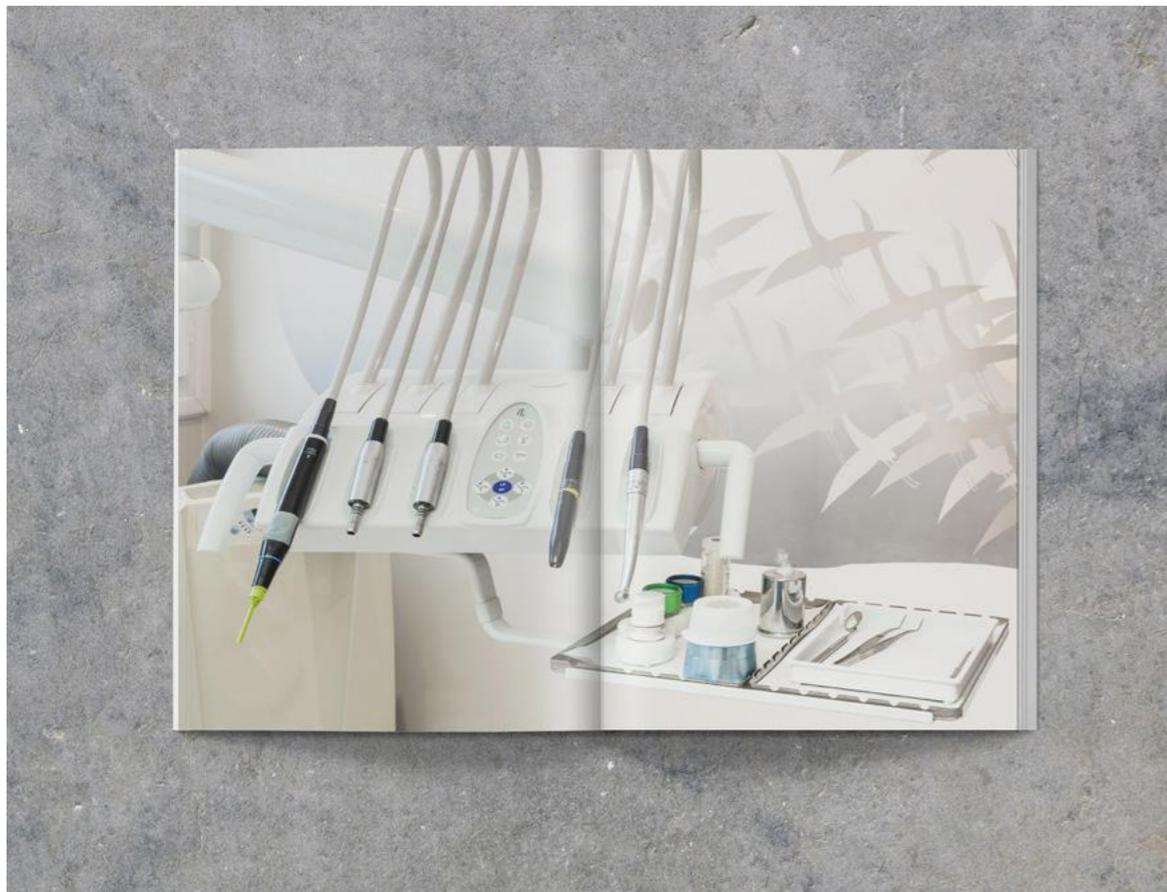
Mise en page: Victoire Bornhauser  
Photographie: Jeanne Favre

Layout: Victoire Bornhauser  
Photography: Jeanne Favre









# ROLLER COSTER

Série de 4 posters réalisés à partir d'une pub des années 80 pour des rollers. Le contenu textuel et graphique de l'affiche devait être réutilisé pour créer de nouveaux visuels.

Les affiches devaient associer deux mots comme principe.

- Poster 1: contraste-noir/blanc
- Poster 2: équivalent-couleur
- Poster 3: multiplicité-image

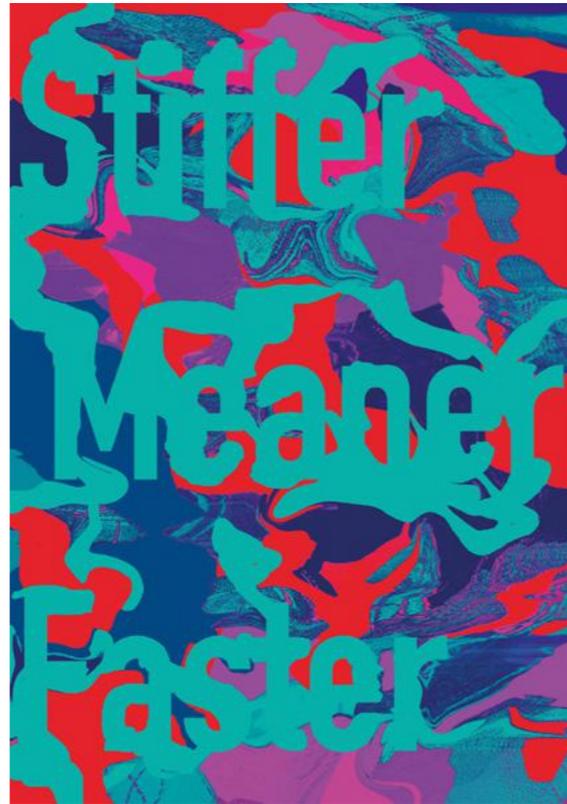
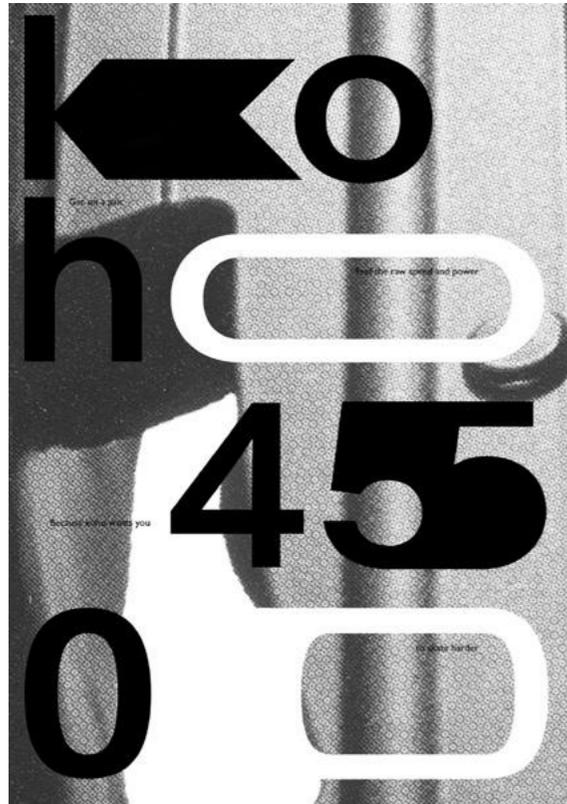
Projet réalisé dans le cadre du cours d'affiches dispensé par Violene Pont à l'Ecal.

Series of 4 posters designed from an old 80's roller commercial. The textual and graphical content had to be used in order to create new visuals.

The posters had to associate two words as principle.

- Poster 1: contrast-black/white
- Poster 2: equivalence-colour
- Poster 3: multiplicity-image

Project made during posters' class given by Violene Pont at Ecal.



## WACKY RACES

*Wacky Races* est un magazine sur le sport automobile qui traduit tous les aspects de la course parfois non retranscrits au grand public.

Les coulisses, les pilotes et les moteurs des voitures, les moniteurs et écrans permettant la retransmission en direct par télévision et radio; ce magazine essaie également de traduire des sensations inhérentes à ce sport telles que la vitesse, la peur, mais aussi la nostalgie liée au fait d'être la femme d'un pilote qui ne court plus. Tous ces clichés impliquent de véritables acteurs du monde automobile, mis à part pour la série mode où l'enjeu a été de personnifier des voitures mythiques de la course.

*Collaboration avec Salomé Chatriot, media interactive designer lors du cours de magazine dispensé par François Rappo.*

*Direction artistique, photographie et mise en page: Victoire Bornhauser et Salomé Chatriot*

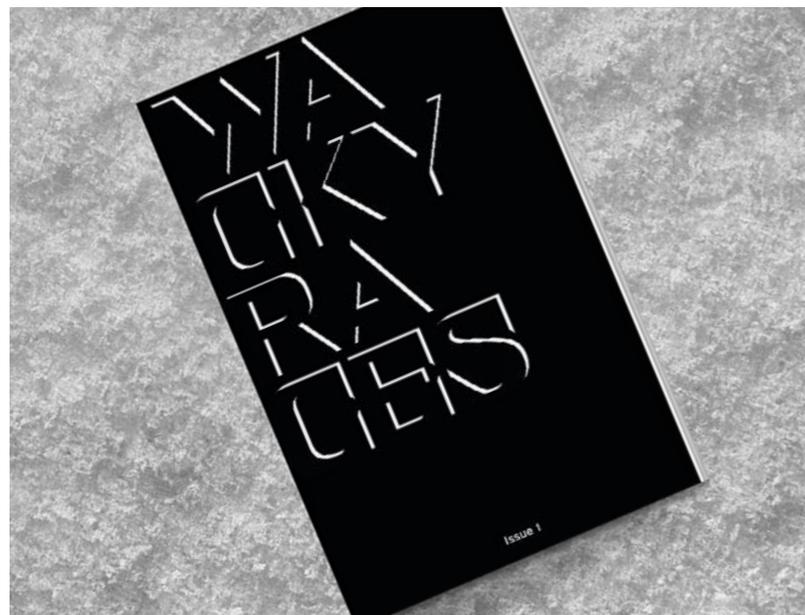
*Wacky Races* is an automobile sports magazine displaying every aspects of racing, even the ones not noticeable to the general public.

Backstages, pilots and engines, monitors and screens enabling the live television and radio broadcast; this magazine also tries to express sensations inherent to automobile sports such as speed, fear, but also shows the nostalgia caused by the condition of being a wife's recently retired husband. All these shots involve real actors of the automobile world, except the fashion collection where the goal was to personify the race's mythical cars.

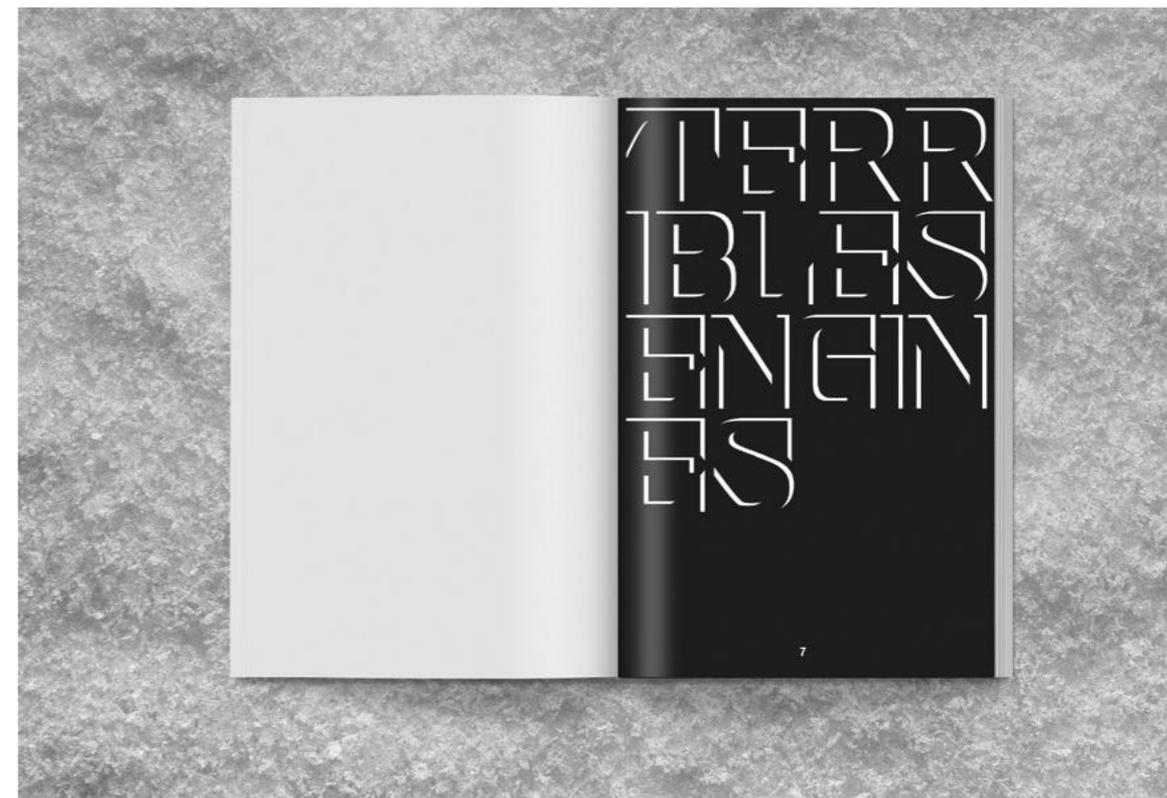
*Partnership with Salomé Chatriot, media interactive designer in François Rappo's magazine class.*

*Artistic direction, photography and layout: Victoire Bornhauser and Salomé Chatriot.*

## COUVERTURE



## TERRIBLE ENGINES—MÉMORIAL





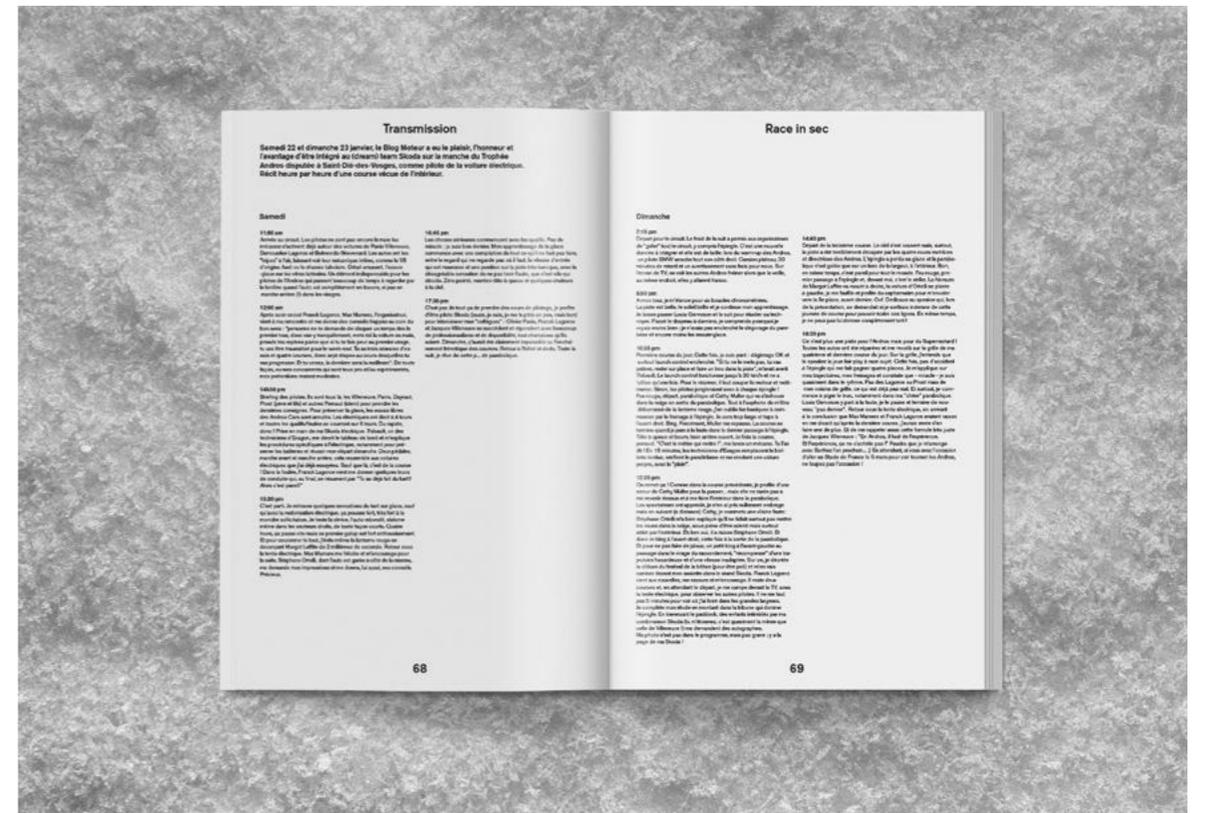
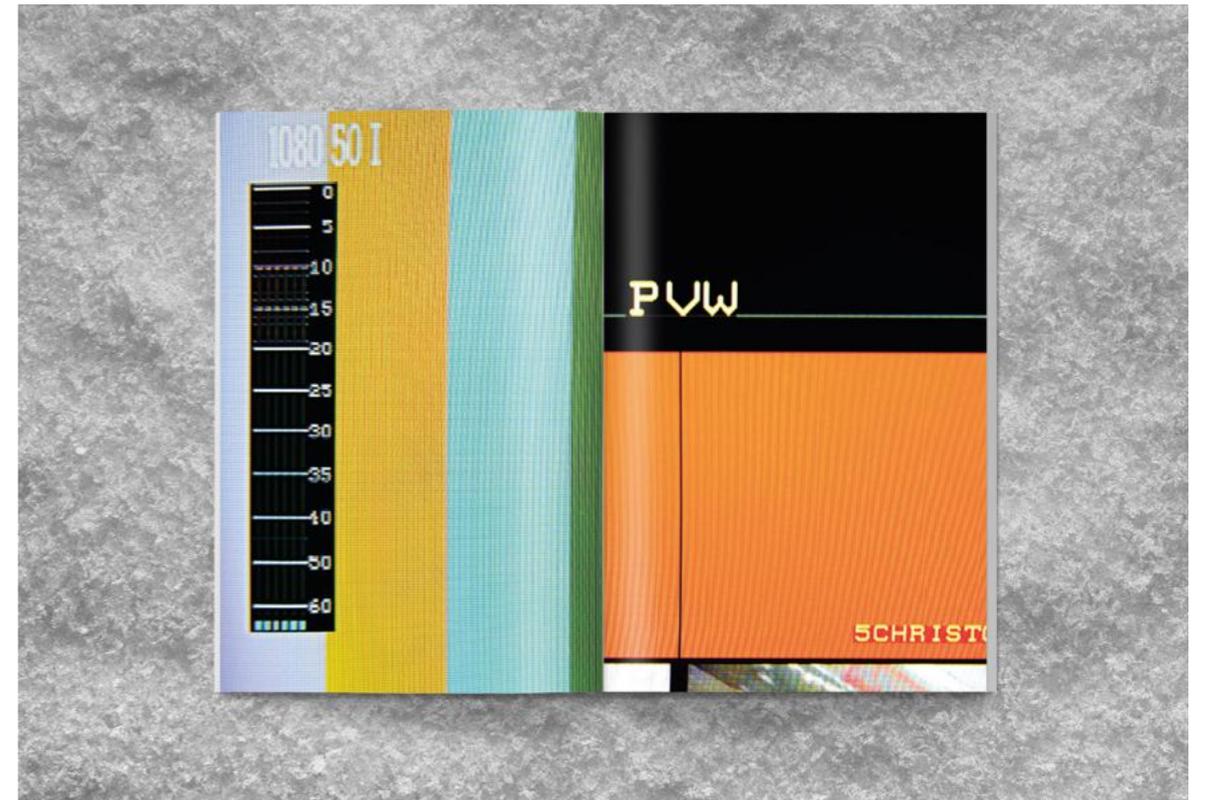




03"50 — INTERVIEW



RACE IN SEC — TRANSMISSION DE LA COURSE



# HORN HORNIES — SÉRIE MODE



## LUCIE GUIRAGOSSIAN

Projet de diplôme présentant l'identité visuelle de la jeune designer Lucie Guiragossian diplômée de la HEAD à travers trois collections: *182,4 dB* qui s'inspire de l'univers du tuning, *Tadam* qui propose une tenue modulaire sur le thème du sport, et *Genève to Fribourg*, dont les motifs sérigraphiés sont directement puisés de l'iconographie du transport (train).

Cette identité prend forme à travers une vidéo et un lookbook par collection. La création d'une typographie pour Lucie affirme son univers et le site internet permet de faire le lien entre les différents supports de communication, et devenant ainsi son portfolio digital.

*Projet en collaboration avec Sophie Soulié dans le cadre de notre projet de diplôme de Bachelor.*

*Direction Artistique, site web, mise en page et design d'une font: Sophie Soulié et Victoire Bornhauser*

*Utilisation et transformation du travail photographique de Jean Vincent Simonet et Gaël Corboz*

This diploma project introduces Lucie Guiragossian, who graduated from the HEAD, and her visual identity through three collections: *182,4 dB* inspired by the world of car tuning, *Tadam* displaying a modular outfit on the theme of sports, and then *Genève to Fribourg*, whose silkscreen printed patterns are directly drawn from the iconography of transport (trains).

This identity takes shape through both a video and a look book for each collections. Lucie's desire to create a typography was a way for her to assert her world and the website provides a link between the different communication supports, therefore becoming her digital portfolio.

*Project in partnership with Sophie Soulié as part of our Bachelor diploma project.*

*Artistic direction, website, layout, and font design: Sophie Soulié and Victoire Bornhauser.*

*Use and transformation of photographers Jean-Vincent Simonet and Gaël Corboz's work.*

## CRÉATION D'UNE TYPOGRAPHIE POUR LUCIE

THE QUICK BROWN FOX  
JUMPS OVER THE LAZY DOG

the quick brown fox  
jumps over the lazy dog

## CAMPAGNE DIGITALE

### VIDÉO 1—182,4 dB

Collection inspirée de l'univers du tuning (présentation de 4 tenues de la collection)

Lien/Link: <https://vimeo.com/208821077>

Mot de passe/Password: portfolio2021



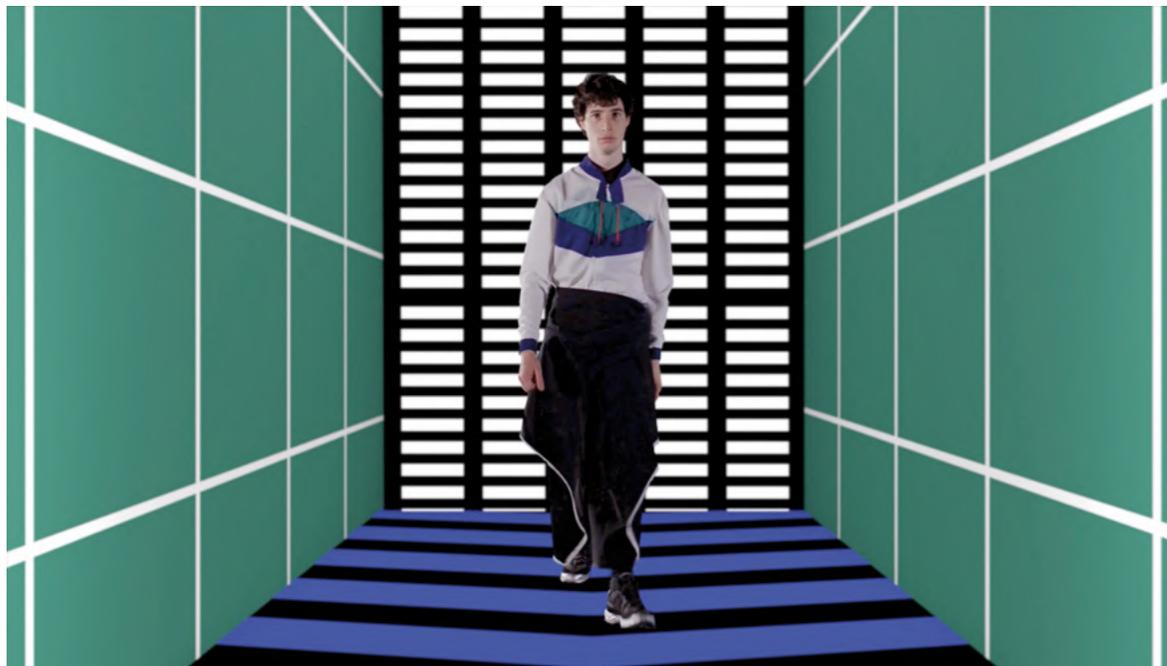
## CAMPAGNE DIGITALE

### VIDÉO 2—TADAM

Collection inspirée de l'univers du sport/camping (principe d'une seule tenue modulaire)

Lien/Link: <https://vimeo.com/347277437>

Mot de passe/Password: portfolio2021

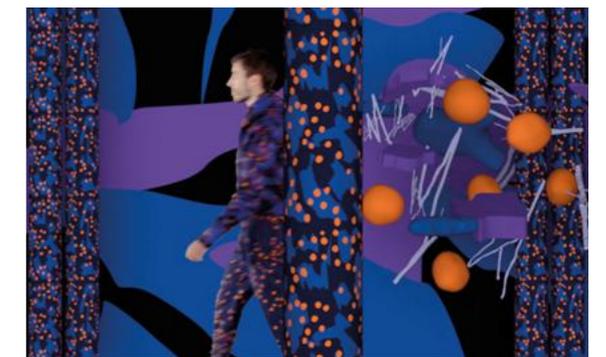
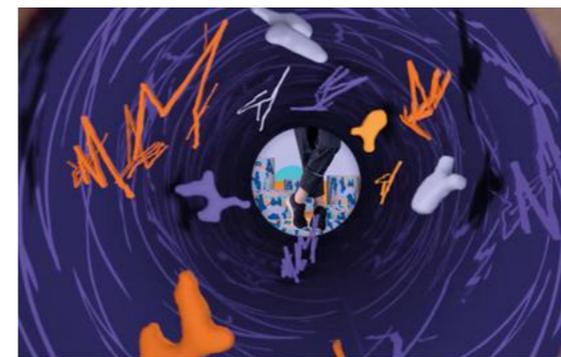


## CAMPAGNE DIGITALE

### VIDÉO 3— Genève to Fribourg

Collection inspirée des motifs présents sur les sièges des trains suisses — vêtements sérigraphiés (présentation de 4 tenues de la collection)

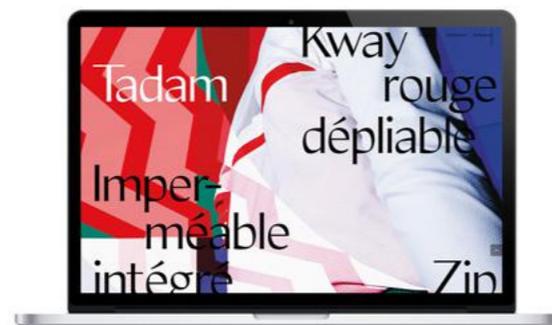
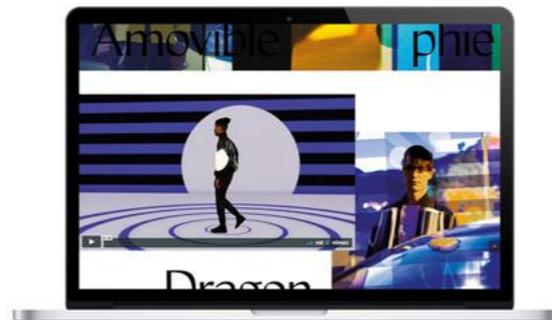
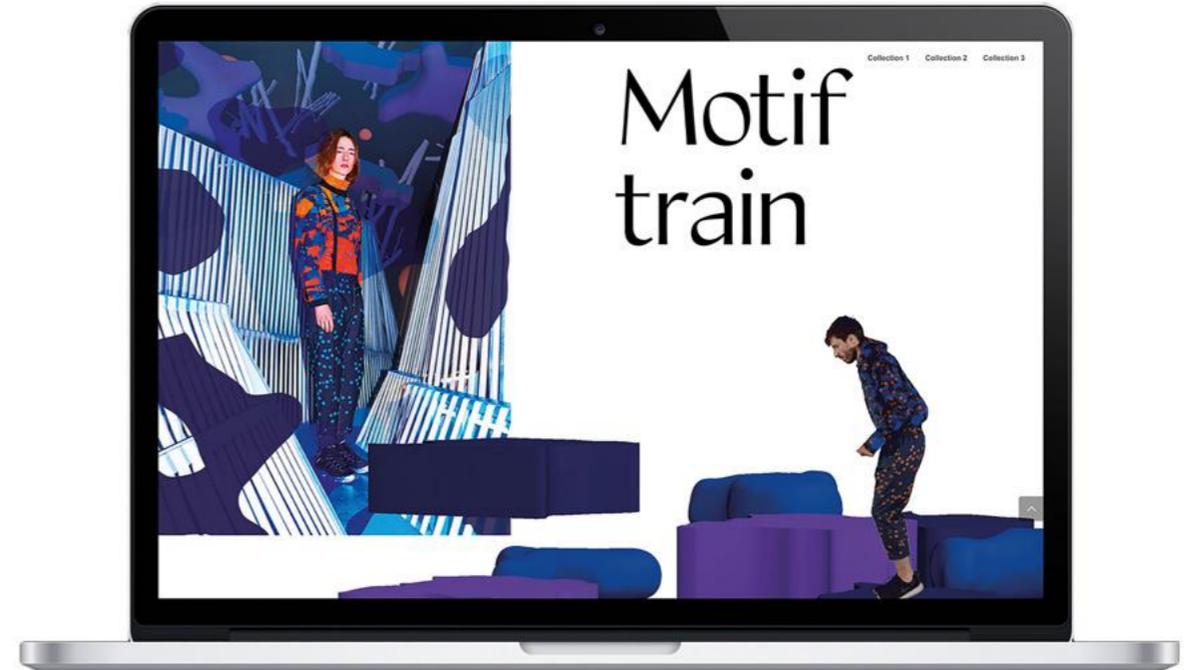
Lien/Link: <https://vimeo.com/347277759> Mot de passe/Password: portfolio2021



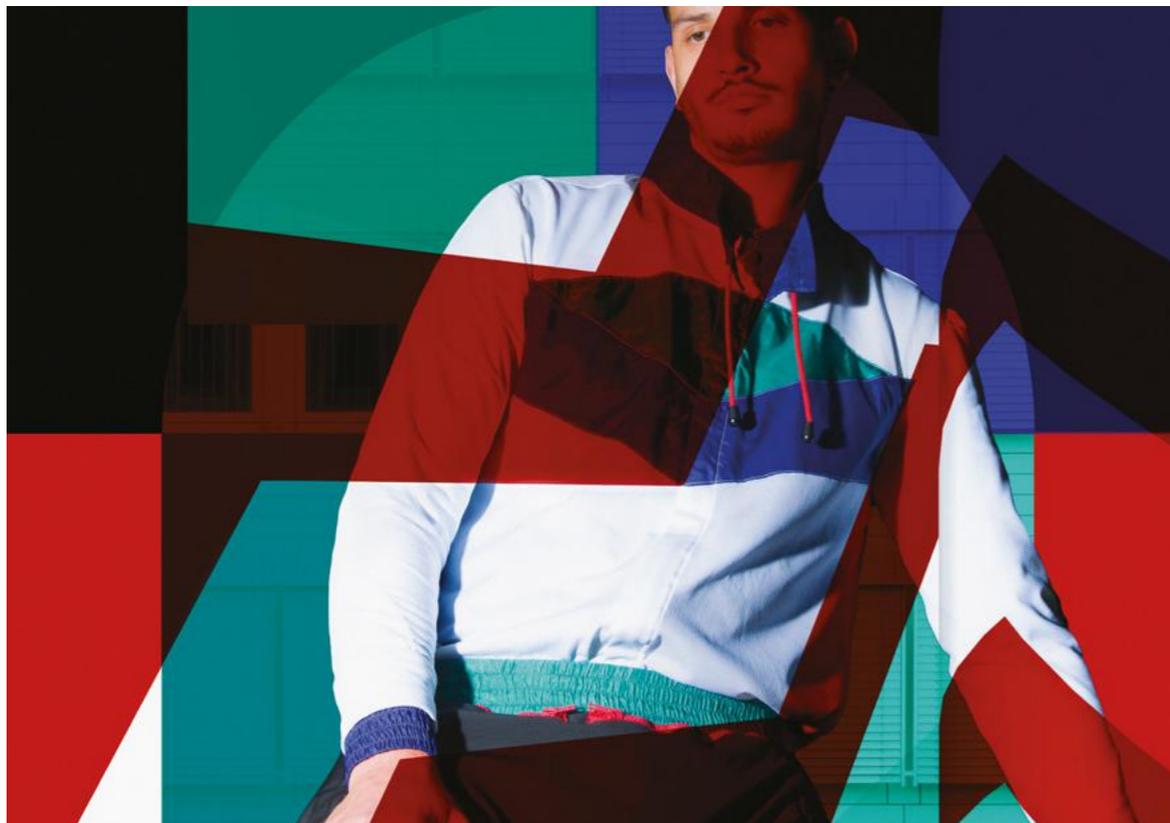
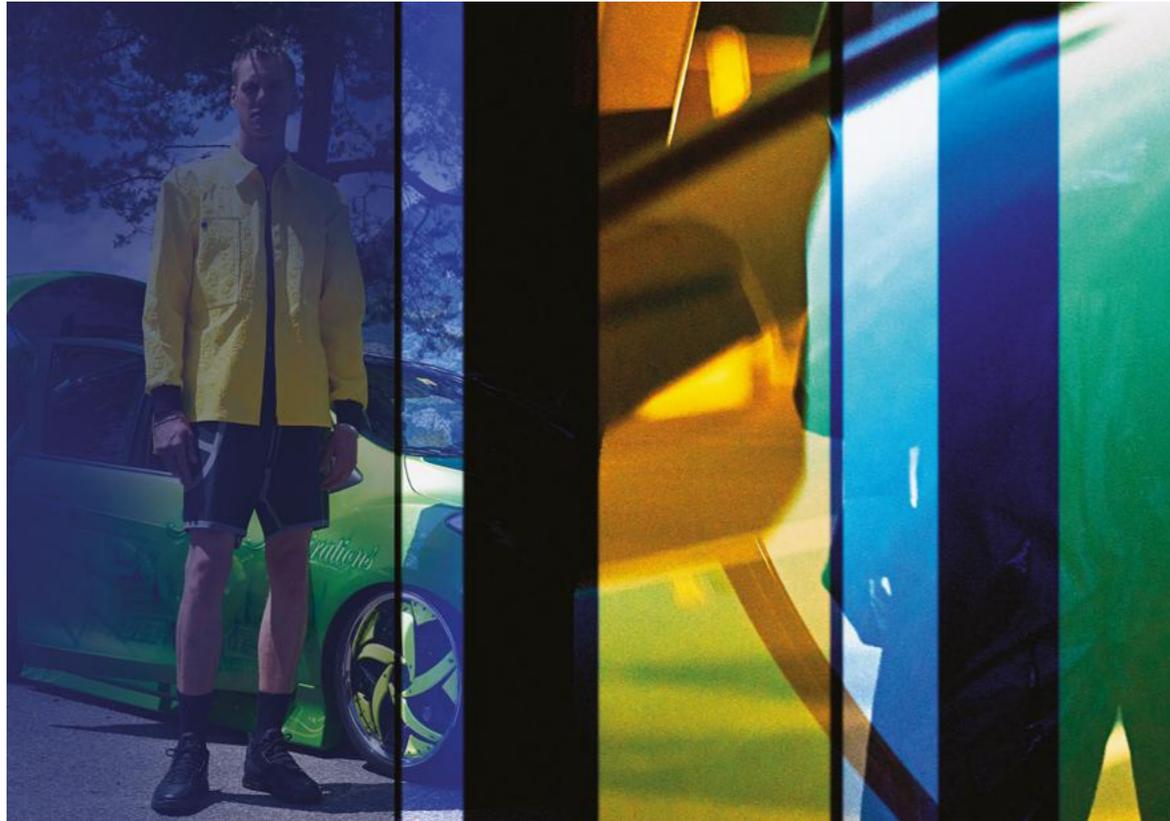
# LE SITE INTERNET

## PORTFOLIO DIGITALE DE LUCIE

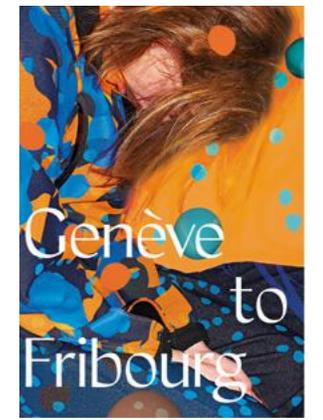
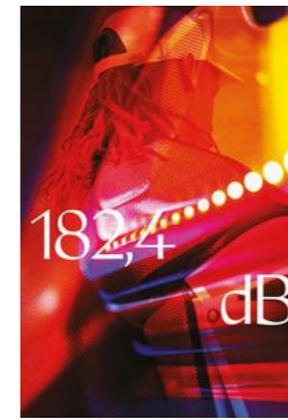
Intégration des trois vidéos, de gifs et d'extraits des lookbooks



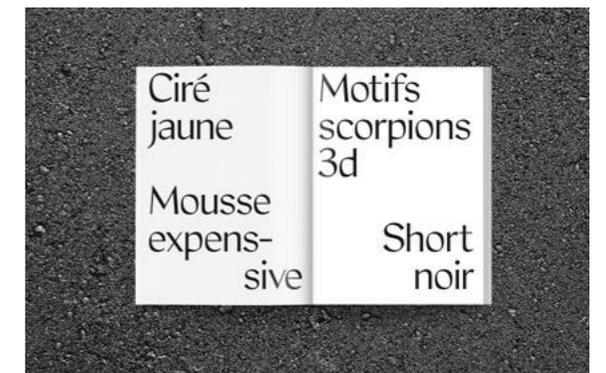
# LOOKBOOKS



## COUVERTURES



### LOOKBOOK — 182,4 DB



### LOOKBOOK — TADAM

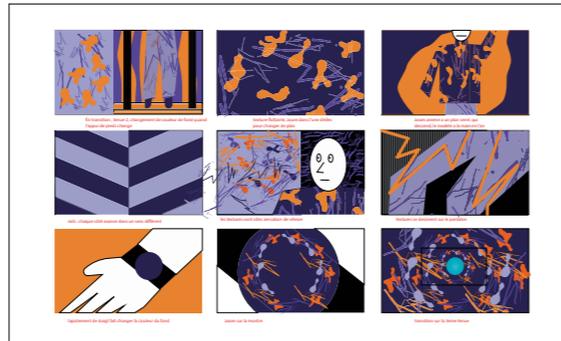
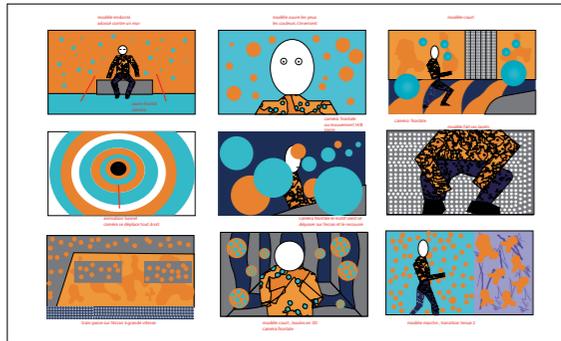


### LOOKBOOK — GENÈVE TO FRIBOURG



# MAKING OF

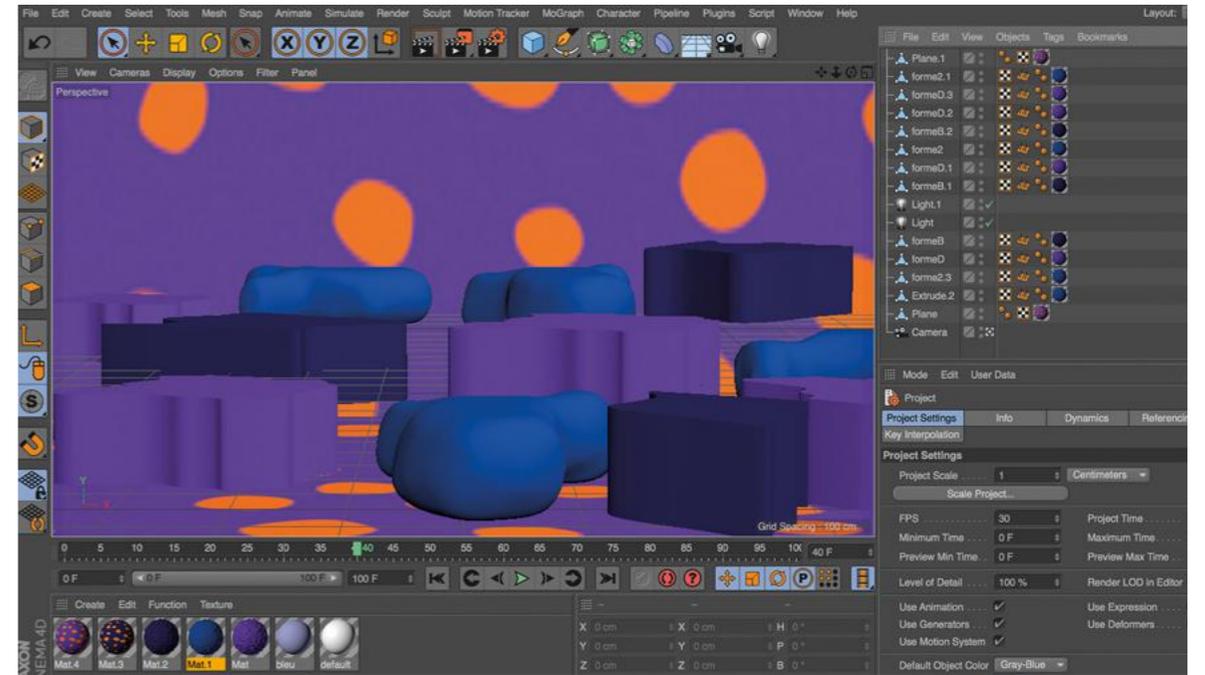
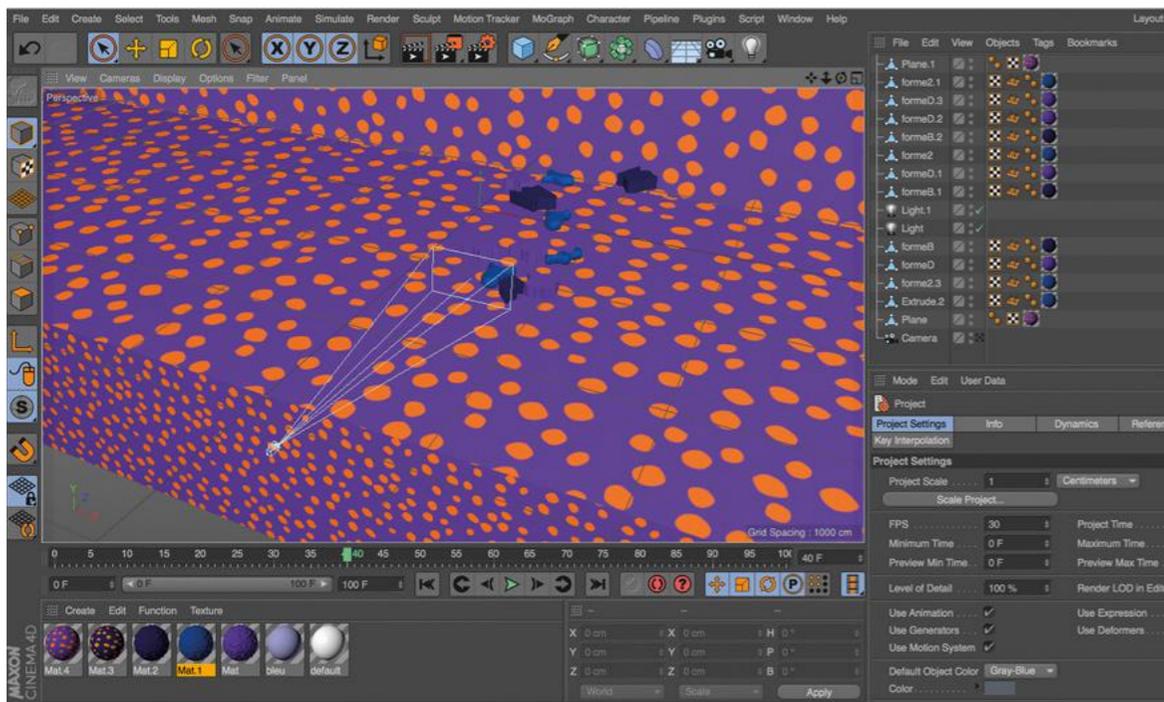
## STORYBOARD DE LA VIDÉO Genève to Fribourg



## TOURNAGE SUR FOND VERT



## CRÉATION DES SCÈNES 3D SUR CINÉMA 4D



## MONTAGE ET INTÉGRATION DE LA 3D



# FRANÇOIS PINET

*François Pinet* est l'un des plus vieux chausseurs parisiens. Marque reconnue pour sa qualité et son savoir-faire, François Pinet a souhaité renforcer son identité et ainsi réaffirmer son positionnement au sein de la scène mode. J'ai pu réaliser la conception des caractères du nouveau logo et ai travaillé sur le développement de cette nouvelle identité sur tous les supports de communication (de la première de propreté au lookbook,) sous la direction artistique des Graphiquants.

J'ai également participé au shooting de la collection SS18, réalisé dans les locaux du groupe E.P.I.

*François Pinet* is one of the oldest Parisian shoemaker. His brand is reputed for the quality and the expertise put into the conception of its products. He recently wanted to strengthen his identity and therefore reaffirm his position among the fashion industry. I was asked to undertake the conception of the new logo's font and I also worked on the development of this new identity on all communication supports (from the first slit to the look book) under Les Graphiquants's artistic supervision.

I also took part in the photo shoot of the SS18 collection that took place in the E.P.I team's premises.

## CRÉATION DU LOGO ET DE L'IDENTITÉ VISUELLE

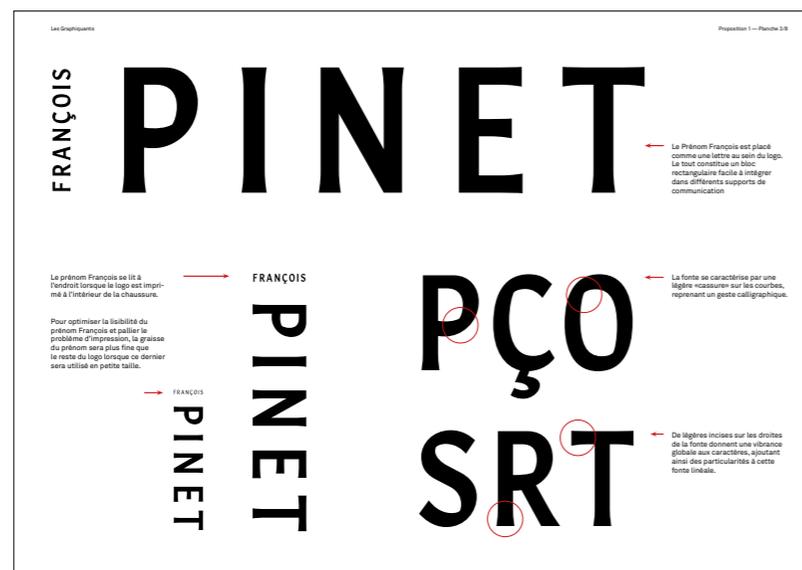
### CRÉATION DU LOGO

Dessin des lettres

**F. PINET**  
PARIS

### PRÉSENTATION AU CLIENT

Recherches de  
différentes propositions  
et explication de la  
direction artistique



### SIMULATION PACKAGING



### SIMULATION PREMIÈRE DE PROPRETÉ

Marquage doré

Travail sur la lisibilité  
du mot «Paris»



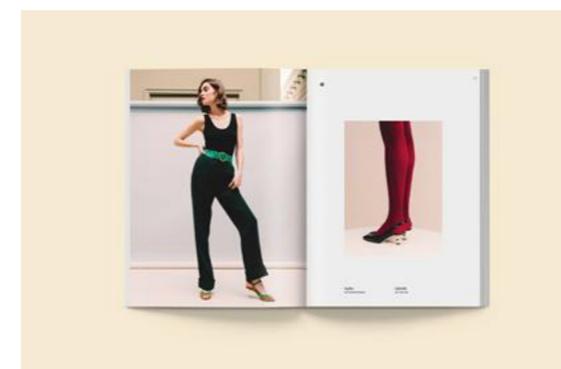
# SHOOTING SS18

# LE LOOKBOOK SS18

## ASSISTANCE DU PHOTOGRAPHE



## MISE EN PAGE DU CONTENU



## DIRECTION 1

# MAROŠ BARAN

Dans le cadre du cours d'identité visuelle donné par l'Institut Français de la Mode, chaque étudiant du département image était associé à un étudiant en vêtement et devait réaliser son identité visuelle en proposant deux directions artistiques différentes.

Maroš Baran est un designer slovaque de la section vêtement avec un univers créatif fort et fantastique. Sa fascination tant pour les super héros que pour les méchants est visible dans ses créations qui évoquent la transformabilité, l'inattendu, la protection, le secret et traduisent cette idée d'un hybrid, presque humain.

Inspiré des Comics, cette première identité se base sur l'idée que les créations de Maros permettent d'obtenir des pouvoirs: on ne naît pas super-héro ou villain, on le devient. Ces super pouvoirs et qualités que procure le vêtement deviennent alors un système de classification et un choix graphique fort. La communication des collections prend la forme d'épisodes de BD racontant les aventures d'héros ou de malfrats.

*Direction artistique & graphisme:*  
Victoire Bornhauser

As part of the visual identity course given by the Institut Français de la Mode, each image student was associated with a garment student and had to create his visual identity by proposing two different artistic directions.

Maroš Baran is a Slovakian fashion designer with a strong fantastic creative universe. His fascination with both super heroes and villains is obvious in his creations, which evoke transformability, the unexpected, protection, secrecy... reflecting this idea of a hybrid, almost human being.

Inspired by the Comics, this first identity is based on the idea that Maros' creations allow us to obtain powers: we are not born superheroes or villains, we become one. These great powers and qualities that clothing provide then become a classification system and a strong graphic choice. The communication of the collections takes the form of comic strip episodes telling the adventures of heroes and villains.

*Art direction & graphic design:*  
Victoire Bornhauser

## CONCEPTION DE L'IDENTITÉ VISUELLE

### LOGO

Création de la typo

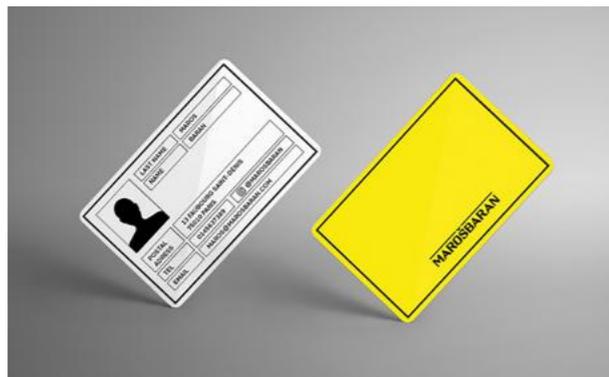
Jeu avec le Š

# MAROŠBARAN

### CARTE DE VISITE

Carte de membre

Objet précieux  
Matière plastique



### ÉTIQUETTE INTÉRIURE

Détachable

Système de classification du vêtement



### ÉTIQUETTE PRODUIT



### SAC SHOPPING



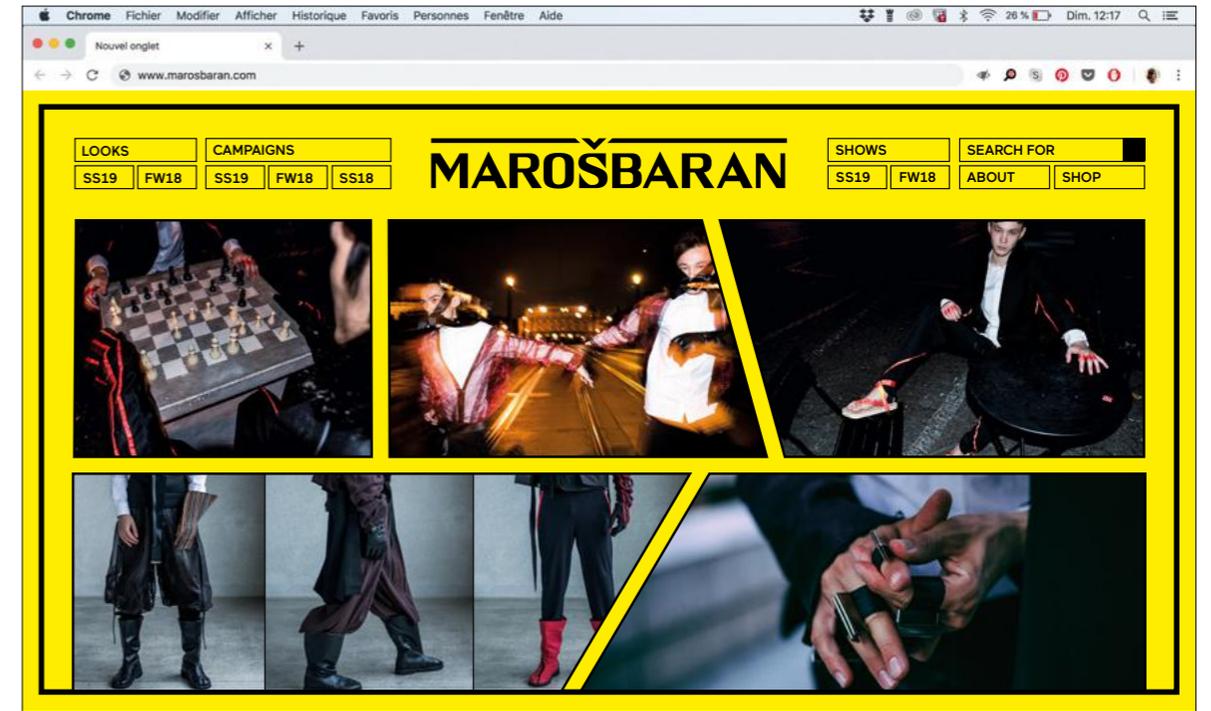
### PAPETERIE



DEVANTURE DU MAGASIN

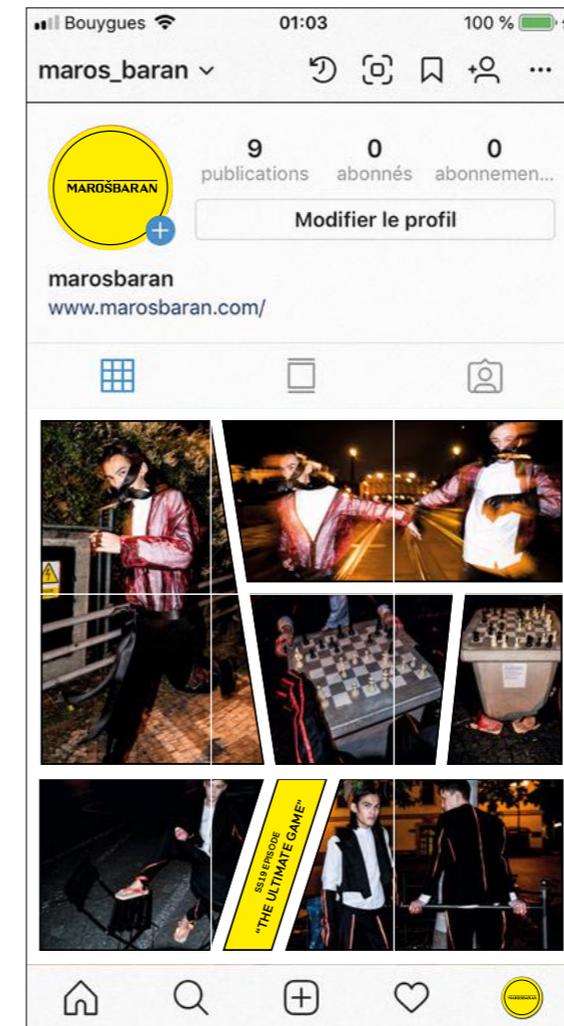


SITE INTERNET & INSTAGRAM



COMMUNICATION IMPRIMÉE & DIGITALE

SIMULATION D'UNE CAMPAGNE DANS LE MÉTRO



# SICK MAG

*Sick* est un magazine qui parle de mode, art et culture sous le prisme de la thématique de l'obsession. Souvent cachées pour leur excentricité, ces lubies sont souvent sources de projets et idées fascinantes. Des Collectionneurs d'objets insolites aux TOC les plus fous, *Sick* célèbre le paradoxe de l'obsession à travers un contenu singulier et des visuels impactants.

Ce magazine propose une expérience visuelle disruptive qui place le lecteur face à ses propres obsessions, jonglant entre frustration et soulagement tout au long du magazine.

*Sick* un projet de groupe réalisé lors du cours de magazine donné à l'Institut Français de la Mode. Les contraintes données étaient centrées sur les types de contenus devant figurer au sein du magazine tels que 4 interviews, 5 éditoriaux mode créés à utilisant le travail de collègues et l'intégration de campagnes de pub.

#### Direction artistique:

Luna Piccoli-Truffaut, Vari Prapawong & Victoire Bornhauser

#### Rédaction/Reportage:

Luna Piccoli-Truffaut, Vari Prapawong

#### Graphisme:

Victoire Bornhauser

*Sick* is a magazine about fashion, art and culture under the prism of eclectic obsessions. Often hidden for their eccentricity, these whims are often the source of fascinating projects and ideas. From funky collections to freaky OCDs, let us celebrate the paradox of obsessions through singular impactful content and visuals.

This magazine offers a disruptive visual experience that confronts the reader with his or her own obsessions, dealing with both frustration and relief throughout the editorial.

*Sick* is a group project made during the magazine course given at the Institut Français de la Mode. The constraints given focused on the types of content to be included in the magazines such as 4 interviews, 5 fashion editorials created using colleagues' work and the integration of advertising campaigns.

#### Art direction:

Luna Piccoli-Truffaut, Vari Prapawong & Victoire Bornhauser

#### Writing/Report:

Luna Piccoli-Truffaut, Vari Prapawong

#### Graphic design:

Victoire Bornhauser

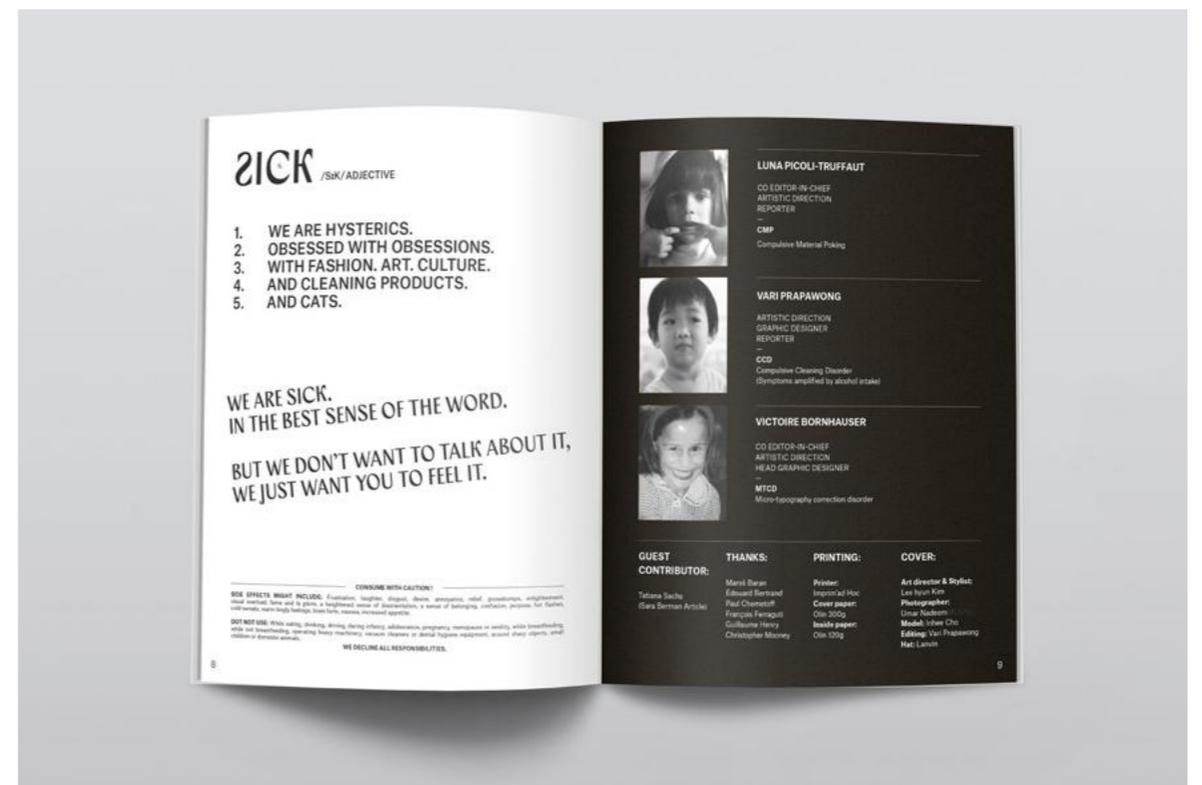
## COUVERTURE



## SOMMAIRE/ORDONNANCE



## ÉDITO & OURS

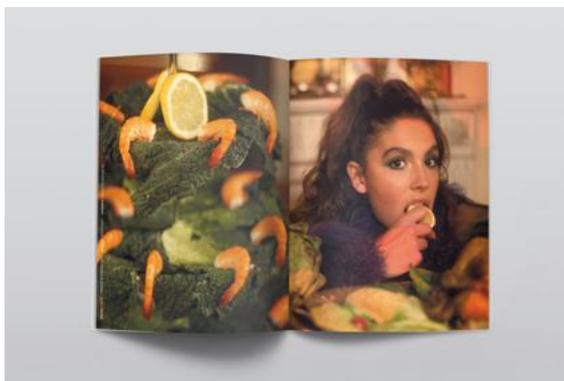
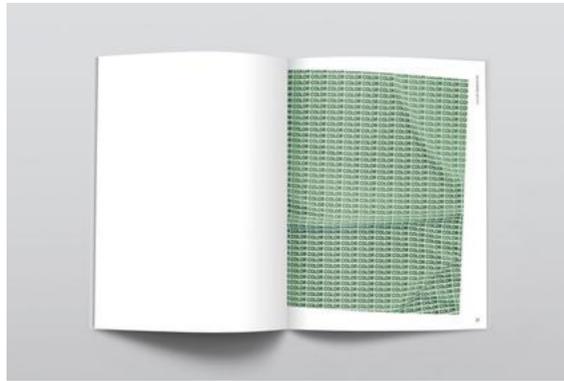


# FOOD FETISH

# COLOR OBSESSION

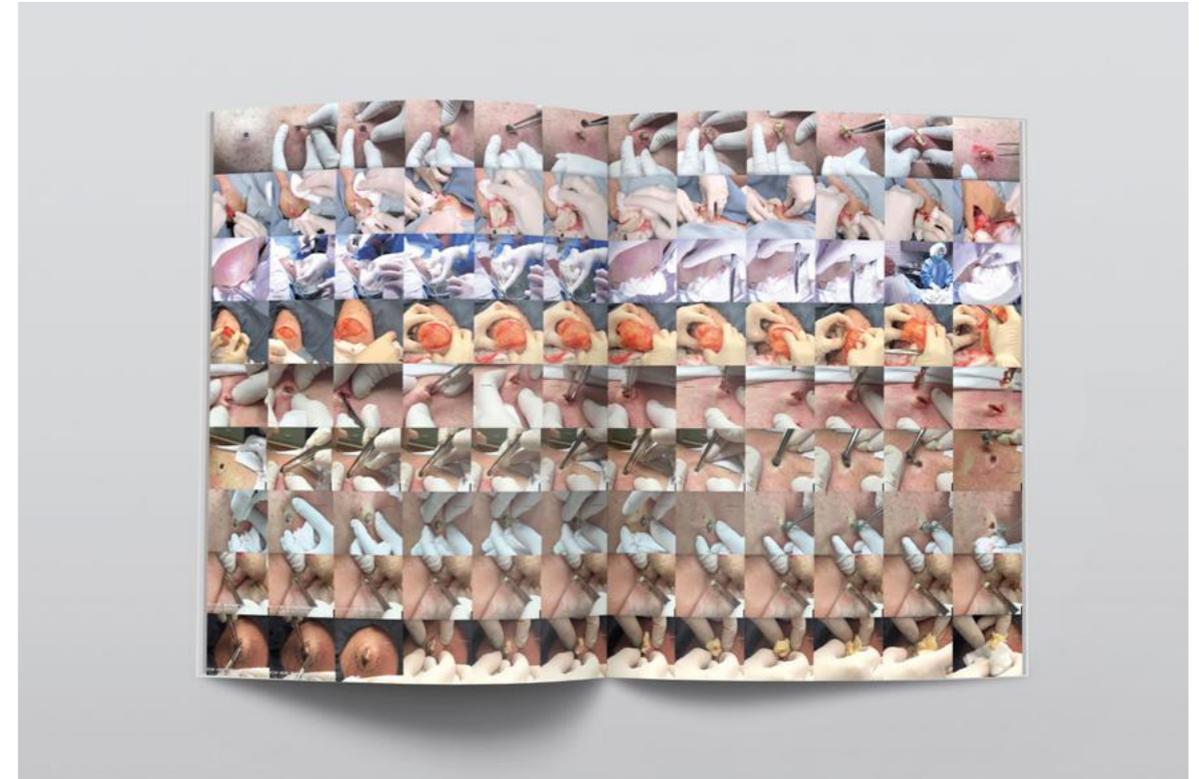
OUVERTURE CHAPITRE — ARTICLE CULTURE — EDITORIAL — ARTICLE TENDANCE

ARTICLE CULTURE — EDITORIAL — ARTICLE CULTURE



# BEAUTY OBSESSION

OUVERTURE CHAPITRE — EDITORIAL — INTERVIEW — ARTICLE TENDANCE



# CLEANING OBSESSION

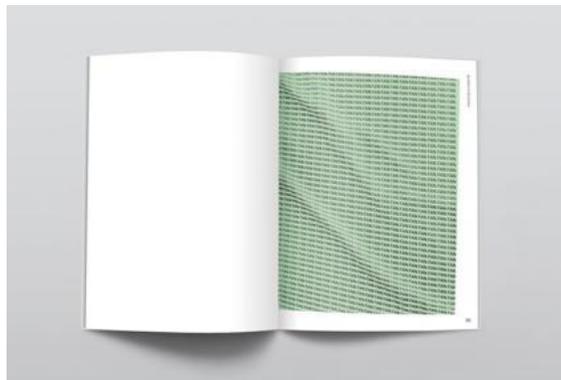
ARTICLE TENDANCE — ARTICLE CULTURE — EDITORIAL — SICK ICON





PASSIONS & FANDOM

OUVERTURE CHAPITRE — EDITORIAL — INTERVIEW — ARTICLE CULTURE — PROFIL





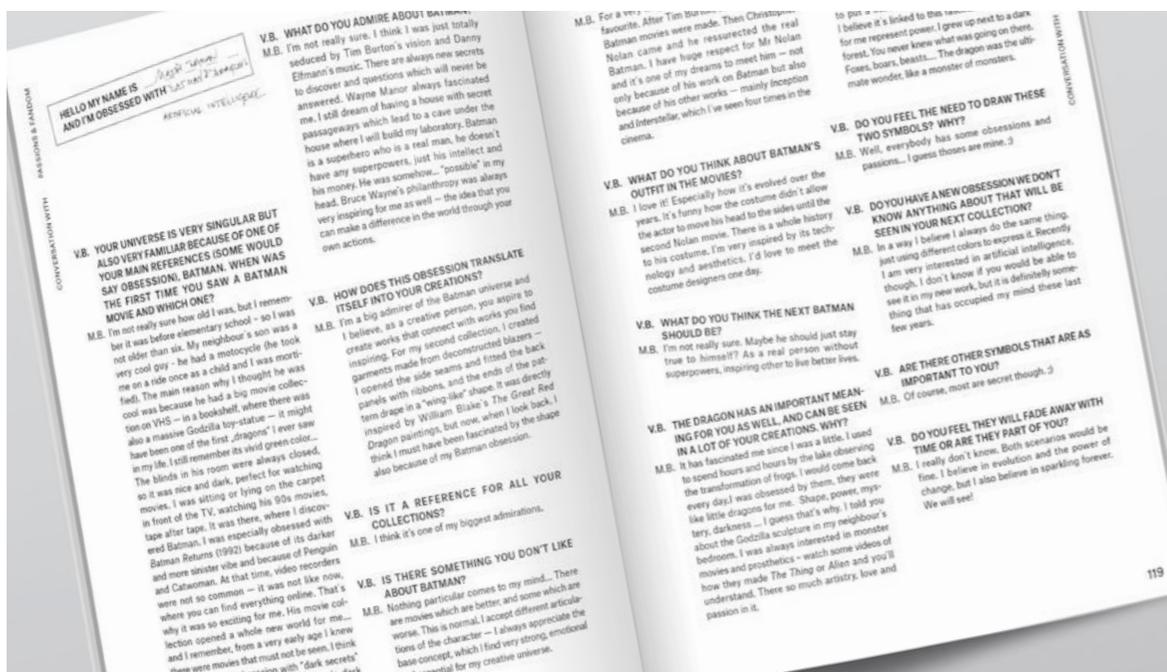
### Conversation with MAROŠ BARAN

Interview by Victoire Bornhauser  
Maroš Baran, a talented Slovak fashion designer currently studying at IFM, has his very own universe. Fascinated by fiction and myths, his designs embody his vision of a dangerous world where superheroes, monsters and mythological creatures co-exist. Today, he is telling us more about his two main influences: dragons and Batman.



### GUILLAUME HENRY

Interview by Victoire Bornhauser  
Piercing blue eyes. A soft, discreet demeanor. The designer Guillaume Henry — former artistic director of Carven and Nina Ricci — was recently chosen by LVMH to revive the french house of Jean Patou. He will present his first collection in June 2019.



HELLO MY NAME IS AND I'M OBSESSED WITH [Handwritten Name]

YOUR UNIVERSE IS VERY SINGULAR BUT ALSO VERY FAMILIAR BECAUSE OF ONE OF YOUR MAIN REFERENCES (SOME WOULD SAY OBSESSION), BATMAN. WHEN WAS THE FIRST TIME YOU SAW A BATMAN MOVIE AND WHICH ONE?

**V.B. WHAT DO YOU ADMIRE ABOUT BATMAN?**  
M.B. I'm not really sure how old I was, but I remember it was before elementary school — so I was not older than six. My neighbour's son was a very cool guy — he had a motorcycle (he took me on a ride once as a child and I was mortified). The main reason why I thought he was cool was because he had a big movie collection on VHS — in a bookshelf, where there was also a massive Godzilla toy-statue — I ever saw have been one of the first "dragons" I ever saw in my life. I still remember its vivid green color. The blinds in his room were always closed, so it was nice and dark, perfect for watching movies. I was sitting or lying on the carpet in front of the TV, watching his 90s movies, tape after tape. It was there, where I discovered Batman. I was especially obsessed with *Batman Returns* (1992) because of its darker and more sinister vibe and because of Penguin and Catwoman. At that time, video recorders were not so common — it was not like now, where you can find everything online. That's why it was so exciting for me. His movie collection opened a whole new world for me, and I remember, from a very early age, I knew there were movies that must not be seen, I think — obsession with "dark secrets".

**V.B. HOW DOES THIS OBSESSION TRANSLATE ITSELF INTO YOUR CREATIONS?**  
M.B. I'm a big admirer of the Batman universe and I believe, as a creative person, you aspire to create works that connect with yours. I created inspiring. For my second collection, I created garments made from reconstructed blazers — I opened the side seams and fitted the back panels with ribbons, and the ends of the term drapes in a "wing-like" shape. It was directly inspired by William Blake's *The Great Red Dragon* paintings, but now, when I look back, I think I must have been fascinated by the shape also because of my Batman obsession.

**V.B. IS IT A REFERENCE FOR ALL YOUR COLLECTIONS?**  
M.B. I think it's one of my biggest inspirations.

**V.B. IS THERE SOMETHING YOU DON'T LIKE ABOUT BATMAN?**  
M.B. Nothing particular comes to my mind... There are movies which are better, and some which are worse. This is normal. I accept different articulations of the character — I always appreciate the tone of the character, which I find very strong, emotional base concept, which I find very strong, emotional — essential for my creative universe.

# PSYCHEDELIC MOUNTAIN

Institut Français de la mode x Kenzo

*Psychedelic mountain* est un projet de groupe réalisé pour Kenzo, dans le cadre du cours de visual merchandising de l'Institut Français de la Mode. L'exercice était de retranscrire l'univers de la collection FW/19 à travers le visual merchandising de trois vitrines de la boutique Madeleine (budget: 8000€) avec une proposition alternative à la vitrine accessoires, ainsi que l'intérieur de celle place des Victoires (5000 €).

La collection s'inspire du Pérou, de ses paysages colorés et de son esthétique psychédélique dépeinte par Pablo Amaringo. *Psychedelic mountain* propose de représenter le paysage péruvien à travers un jeu de perspectives et de trompe-l'oeil à l'aide de panels aux couleurs et motifs de la collection.

**Direction artistique:** Sophie Soulié, Luna Piccoli-Truffaut, Caline Nehmé & Victoire Bornhauser

**Création du contenu et modélisation 3D:** Sophie Soulié et Victoire Bornhauser

**Maquette physique:** Luna Piccoli-Truffaut & Caline Nehmé

*Psychedelic mountain* is a group project developed for Kenzo, as part of the visual merchandising course of the Institut Français de la Mode. The exercise was to transliterate the FW/19 collection's universe through the visual merchandising of three windows of the Madeleine store (budget: 8000€) with an alternative accessory window proposal, as well as the interior of the Place des Victoires store (5000€).

The collection is inspired by Peru, its colourful landscapes and psychedelic aesthetics depicted by Pablo Amaringo. *Psychedelic mountain* aims to represent the Peruvian landscape through a game of perspectives and trompe-l'oeil using panels with the colors and motifs from the collection.

**Art direction:** Sophie Soulié, Luna Piccoli-Truffaut, Caline Nehmé & Victoire Bornhauser

**Content production & 3D mock-up:** Sophie Soulié et Victoire Bornhauser

**Physical mock-up:** Luna Piccoli-Truffaut & Caline Nehmé

## MOODBOARD & CONCEPT

COLLECTION ANALYSIS  
KENZO MOODBOARD

FW 19/20

COLOR BLOCKING PERU LANDSCAPES HUMBERTO'S ROOTS

PERU HICKING

ART & CRAFT

THE CONCEPT  
Psychedelic Mountain DEV

RAINBOW MOUNTAIN + AYAHUASCA TRIP + 70'S PATTERNS  
Colorful layers

Depth of Field Mineral Strata Optical Game

CURVY LAYERS  
Psychedelic Mountain

COLLECTION ANALYSIS  
COLORS / PATTERNS INSP.

FW 19/20

Kenzo World Mairie / Tiger Colors

COLLECTION ANALYSIS  
KEY GARMENTS FOCUS

FW 19/20

PRINTS / PATTERNS

- Mountains
- Kenzo logos
- Peru woven inspiration style
- Psychedelic prints
- Passion-fruit flowers

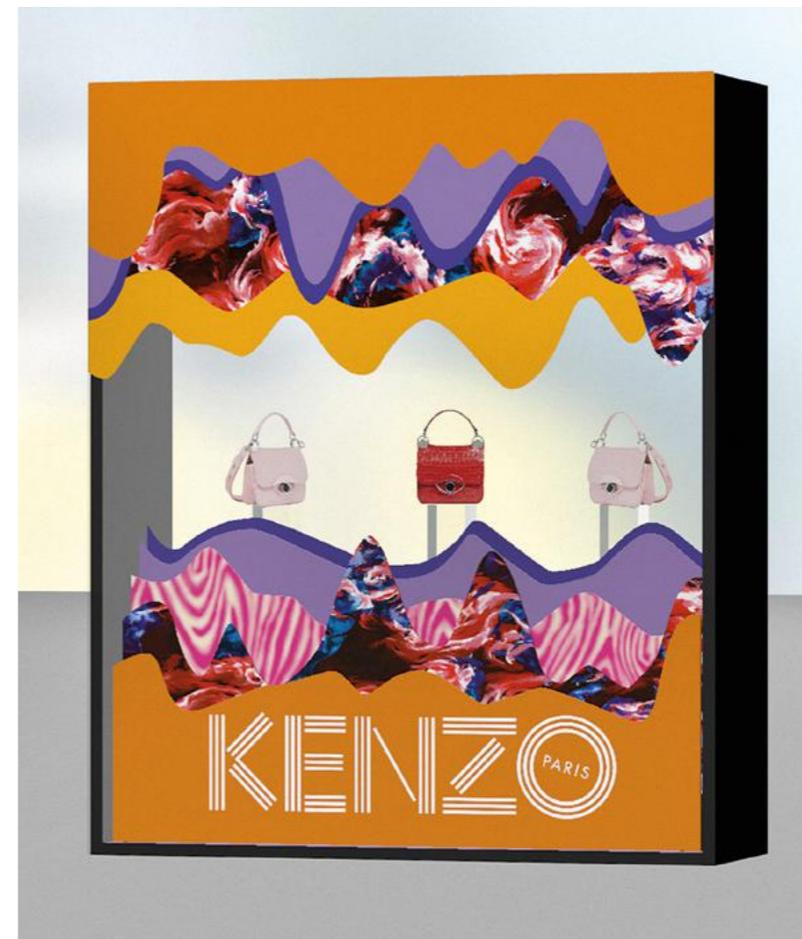
FABRICS

- Color Blocking (pinks, blues)
- Wovens
- Fake furs
- Technical
- Sportswear

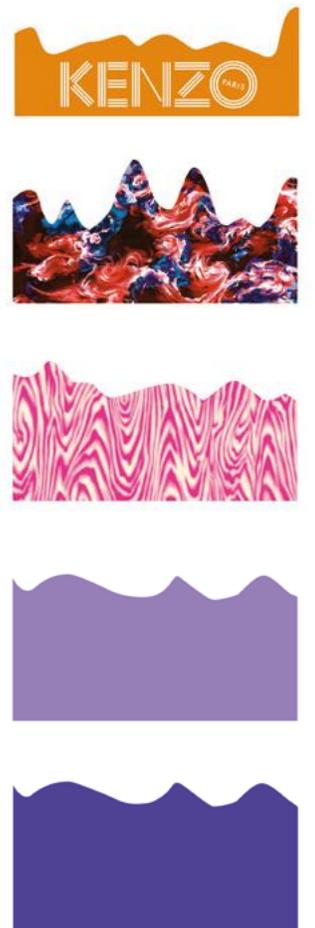
## VITRINE ACCESSOIRES — PROPOSITION 1

Place de la Madeleine

### SIMULATION 3D — FACE



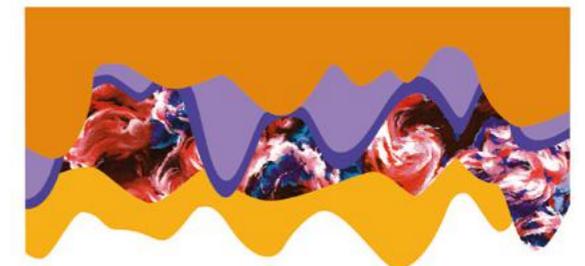
### ÉLÉMENTS



### 3 SACS TALI



### STICKER



### SIMULATION 3D — DESSUS



# VITRINE ACCESSOIRES — PROPOSITION 2

Place de la Madeleine

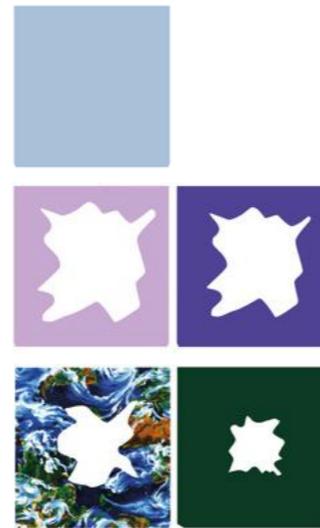
## SIMULATION 3D — FACE



## STICKER



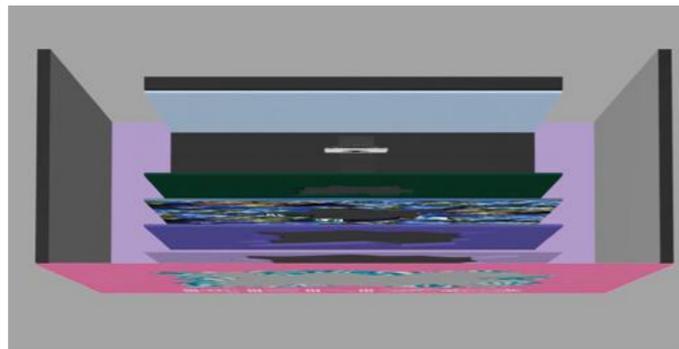
## ÉLÉMENTS



## SIMULATION 3D — DOS



## SIMULATION 3D — DESSUS



# VITRINE READY TO WEAR

Place de la Madeleine

## SIMULATION 3D



## STICKER



## STRUCTURE/SIÈGE (3D)



## STYLISME



# VITRINE RUNAWAY

Place de la Madeleine

## SIMULATION 3D



## STICKER



## ÉLÉMENTS



## STYLISME



# MAQUETTE PHYSIQUE (1/10)

Place de la Madeleine

## RÉSULTAT — PROPOSITION 1



## RÉSULTAT — PROPOSITION 2



## INTÉRIEUR DU MAGASIN

Place des Victoires

### STICKER ANAMORPHIQUE

Le logo Kenzo apparaît à l'entrée du magasin et se déforme lorsque l'angle de vue change

—  
Accentue l'effet psychédélique, esprit de la collection



### STRUCTURES/PODIUMS

Production de la même structure présente dans la vitrine RTW ainsi qu'une taille plus petite pour disposer tout types de produits.

—  
Dans la vitrine RTW la structure est utilisée comme un siège, elle sert ici à présenter un accessoire.

### TAPIS MOIRÉ

Impression d'un tapis au motif moiré rose, représentatif dans la collection

### PODIUM

La zone d'accueil du magasin met en avant un look et un accessoire phares de la collection

## LES FLEURS DU MAL

---

Série de patterns réalisés à partir d'éléments "random": en effet, le projet *Les fleurs du mal* fait référence à Baudelaire, car il rend visible la beauté de certains objets ou être vivants qui ne sont pas perçus comme beaux dans leur ensemble, mais qui peuvent révéler une certaine poésie si l'on sait les regarder de la bonne manière.

Ainsi les huîtres deviennent du marbre, les méduses se subliment entourées de fleurs et la prolifération de bactéries ou de globules rouges devient un motif harmonieux et esthétique.

*Projet réalisé dans le cadre du cours d'illustration enseigné par Guy Meldem.*

Set of patterns made out of "random" elements: indeed, this project is called *the Flowers of Evil* in reference to Baudelaire because it shows the beauty of objects or beings that are not considered beautiful as a whole, but which could seem poetic if one knows how to properly look at them.

Thus the oysters become marble, the flowers around the jellyfishes exalts them and the proliferation of bacterias or red cells becomes a harmonious and aesthetically pleasing pattern.

*Project undertaken as part of Guy Meldem's artwork class.*

