

L'upcycling

DOSSIER DE CONCEPTION
SUITE AU MÉMOIRE

LOLA MARIÉ - 2022 - 2023

L'upcycling

DOSSIER DE CONCEPTION
SUITE AU MÉMOIRE

LOLA MARIÉ

2022 - 2023

L'up cycling

DOSSIER DE CONCEPTION

Pré ambule

Apporter une solution pour combattre la crise climatique n'est pas chose facile. Nombreux sont les hommes et les femmes qui cherchent de nouvelles méthodes et approches afin d'améliorer notre quotidien. Dans le mémoire présenté précédemment, nous avons constaté la volonté grandissante des individus pour un mode de vie plus durable, mais également la méconnaissance du chemin à parcourir. Nous avons également constaté une image très forte de l'écologie comme étant limitante et contraignante aux yeux des français. Mais il n'existe pas qu'une seule solution pour répondre à ces problématiques. Il en existe des milliers qui agiront à différents niveaux et à différentes intensités.

C'est dans cette volonté de rendre l'écologie plus positive et enviable, que nous sommes ici.

Ce projet est un pas vers les volontaires qui ne savent pas par où commencer dans un mode de vie plus conscient et durable. Le but et l'objectif principal de cette démarche, sont de donner les moyens d'agir à n'importe quelle personne qui souhaite faire une transition écologique au quotidien, sans remettre en question l'intégralité de ses habitudes.

Être durable et écologique doit être un plus pour une vie plus enviable dans notre société, mais également pour les générations qui vont suivre. Il est important de revenir à une forme plus naïve et plus légère qui nous accompagne sans remise en question de ce que nous faisons – ou ne faisons pas – au quotidien.

Remer- ciements

Je souhaite particulièrement remercier ...

... Barrois Violaine et Lamiriaux
Christine,

professeurs référents lors de la conception de ce dossier,
qui m'ont accompagnée à chaque étape

... Mary Guillard,

psychologue-psychothérapeute qui a accepté de
répondre à mes questions dans le cadre d'une interview

... Françoise Muracciole,

directrice adjointe de la Fédération Nationale des
Communes Forestière de France, qui a également accepté
de répondre à quelques questions dans le cadre d'un
entretien téléphonique

... Les différentes entreprises
contactées

pour l'aide et l'accompagnement à la conception
de certains supports et l'impression de ces derniers

... mes parents, ma famille, mes
collègues et amis,

pour le temps de relecture et de conseil qui m'ont été
donnés lors de la phase finale de ce projet et les conseils
de couture de ma mère

... toutes les personnes

qui ont pris le temps de remplir mon formulaire pour
donner leur ressenti sur l'écologie et la santé de la
planète en France

Som maire

01 p.11

Analyse du projet

Contexte
Objectif du projet
Brainstorming
Analyse de la concurrence
Tendances
Inspirations
Références culturelles

02 p.77

Le concept

Définition du concept
Cadrage du projet
Identité du projet

03 p.97

Le projet

Recherches de l'identité
Charte graphique
Axe 1 : Série de carnets
Axe 2 : Kit de démarrage
Axe 3 : Plateforme communautaire

04 p.173

Com' du projet

Stratégie de communication
Supports graphiques

05 p.197

Ouverture du projet

PP p.201

Crédits et annexes

01

Analyse du projet

Contexte

L'état des lieux de la crise écologique est profondément impacté par de nombreux facteurs : réchauffement climatique, pollution des espaces, extinction de la faune et de la flore, etc. C'est donc dans ce contexte d'urgence environnementale que le projet s'est établi. Dans le mémoire précédent, nous avons traité la problématique suivante :

Pour pallier à cette crise écologique, faut-il pour autant arrêter de consommer ? Est-ce une solution véritablement envisageable ? Ne faut-il pas plutôt repenser nos modes de conception et de consommation dans une perspective plus écologique ?

Nous consommons en effet chaque jour : nourritures, objets, services, etc. Mais bien que notre société de consommation soit très souvent montrée du doigt comme étant le centre du problème, nous avons pu constater qu'une consommation pouvait être neutre, voire positive pour l'environnement.

De plus, nombreuses sont les actions qui peuvent faire parties de notre quotidien sans bouleverser notre mode de vie actuel. Mais ces dernières sont méconnues ou mal connues. Parmi les solutions peu connues, nous avons traité le sujet de l'*upcycling*.

L'*upcycling* ou surcyclage en français est une tendance de l'économie circulaire. Elle valorise les produits usagés en leur donnant une nouvelle vie plus qualitative. Ce mode de raisonnement peut s'appliquer à la fin du cycle de vie d'un produit comme au commencement de sa conception.

L'*upcycling*, mais également toutes les autres notions liées à l'écologie et à un mode de vie plus durable, sont souvent confondus, mélangés, remplis de clichés ou perçus seulement via les extrêmes. Cela peut en bloquer beaucoup qui se disent que ce n'est donc pas pour eux, ou trop restrictifs vis-à-vis de leurs passions et envies. C'est dans cette volonté de combattre ces idées que la problématique de ce projet a pu voir le jour :

Comment rendre l'*upcycling* (et tout autre mode de vie durable) accessible à tous, tout en facilitant sa mise en place ?



Bouteille upcyclé en vase, source: AdobeStock, Wendy [en ligne]

Objectif du projet

Dans le cadre du cadrage du projet, des objectifs précis ont été choisis afin de conserver une ligne directrice tout au long du processus de conception.



Garçon tenant une pancarte en Italie, source: AdobeStock, Andrea [en ligne]

Le projet fanion a pour objectif principal de :

- 🔄 Résoudre le manque de connaissance et de pratique l'upcycling et autres pratiques durables en France
- 🔄 Aider les particulier à recycler ou upcycler leurs objets
- 🔄 Accompagner dans une transition écologique pas à pas au rythme de l'utilisateur
- 🔄 Trouver facilement les informations sur le recyclage, les différents labels existants, etc
- 🔄 Proposer une solution accessible à tous

Le projet fanion a également des objectifs secondaires qui découlerons des objectifs principaux :

- 🔄 Préserver la planète, sa biodiversité et la qualité de vie des générations futures
- 🔄 Encourager une communauté engagée de partage et d'apprentissage commun
- 🔄 Encourager l'adoption de modes de vies plus durables au quotidien

Brainstorming

Dans le brainstorming de ce projet, nous nous sommes appuyés d’une matrice nommé Impact Gaps Canvas (IGC), ou Toile des écarts d’impact en français. Créée en 2015 par Daniela Papi-Thornton, professeure, entrepreneure sociale et auteure de Oxford, cette matrice permet d’analyser un problème dans son ensemble avant de chercher une solution pour le résoudre.¹ Il se compose de trois grands axes que nous allons vous développer dans cette partie. Ces trois axes de développement sont : la cartographie de la problématique, la cartographie des solutions et la cartographie de la zone d’impact du projet.

Pour une meilleure lisibilité, nous avons retravaillé la mise en page de cette matrice dans les pages suivantes.

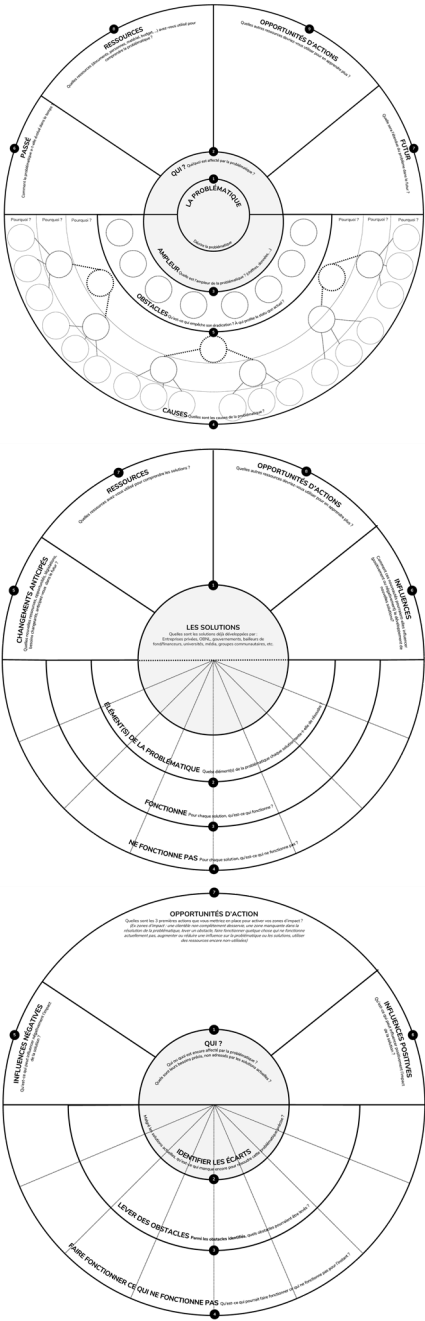


Photo de Daniela Papi-Thornton, source : colorado.edu [en ligne]

¹Tackling heropreneurship, The Impact Gaps Canvas was designed to help people learn about a problem before jumping in to try to solve it, [en ligne, consulté en mai 2023], consultable sur tacklingheropreneurship : tacklingheropreneurship.com

²Esplanade Quebec, Impact Gaps Canvas, [en ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Esplanade Quebec : esplanade.quebec

Schéma de Impact Gaps Canvas (IGC) inspirés de la matrice de Daniela Papi-Thornton, source: Esplanade Quebec, esplanade.quebec [en ligne]



ÉTAPE 1 : CARTOGRAPHIER LA PROBLÉMATIQUE

Décrire la problématique

Comment rendre l'upcycling (et tout autre mode de vue durables) accessible à tous, tout en facilitant sa mise en place ? L'upcycling et les nombreuses autres possibilités sont inconnues et peu pratiquées par les Français. Bien souvent, il y a des idées reçues et fausses images sur ce qui concerne ces sujets.

Qui / Quoi est affecté par la problématique ?

-  Tous les êtres vivants sont affectés par la thématique mais les acteurs concernés ici sont les êtres humains.
-  Parmi les Hommes, nous avons les citoyens, les entreprises, les collectivités et l'état. Nous pouvons aussi ajouter les associations, les organisations mais également les générations futures.
-  La nature, la Terre et la biodiversité dans leur ensemble sont aussi affectées.

³IPBES : Plate-forme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques, *Le dangereux déclin de la nature : Un taux d'extinction des espèces « sans précédent » et qui s'accélère*, [en ligne], 2019, [Consulté en décembre 2022], consultable sur IPBES : ipbes.net

⁴Yougov, *Quel avenir pour l'upcycling en France ?*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le Yougov : fr.yougov.com

⁵Globalcitizen, *Les êtres humains ont tué 83 % de tous les mammifères sauvages et éradiqué la moitié de toutes les plantes, selon une étude*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le Yougov : globalcitizen.org

⁶Steffen Will, Broadgate Wendy, Deutsch Lisa, Gaffney Owen, Ludwig Cornelia, *The trajectory of the Anthropocene: The Great Acceleration*, [en ligne], 2015, [Consulté en avril 2022], consultable sur Scinapse : scinapse.io

⁷ADEME, *Que contient notre poubelle ?* [en ligne], 2020, [Consulté en octobre 2021], consultable sur la librairie ADEME : librairie.ademe.fr

⁸Europarl, *Pollution marine : données, conséquences et nouvelles règles européennes (infographie)*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le Europarl : europarl.europa.eu

⁹CITEO, *Les chiffres du recyclage en France*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le CITEO : citeo.com

Quelle est l'ampleur de la problématique ? (chiffres, données, ...)

1/8 des espèces sont en voies d'extinctions / 75% des espaces terrestres sont gravement atteints, mais c'est aussi 66% des espaces marins qui sont touchés. Les activités humaines en sont la cause principale.³

23% des Français ont déjà acheté un produit upcyclé / Seul 1/5 français connaît le terme up-cycling⁴

Les êtres humains ont tué 83 % de tous les mammifères sauvages et éradiqué la moitié de toutes les plantes⁵

Les seuils critiques au-delà desquels la vie peut se maintenir sans provoquer de bouleversements ont été largement dépassés depuis 2015.⁶

En France chaque année, 354kg de déchets sont jetés par habitants dont 51% ne sont pas revalorisés.⁷

Chaque année, entre 4,8 et 12,7 millions de tonnes de plastique terminent dans les océans. Selon les estimations de la fondation Ellen Macarthur, les océans pourraient contenir plus de plastique que de poissons d'ici 2050.⁸

1,6 millions de tonnes de CO2 sont évités grâce au recyclage des emballages en 2020.⁹

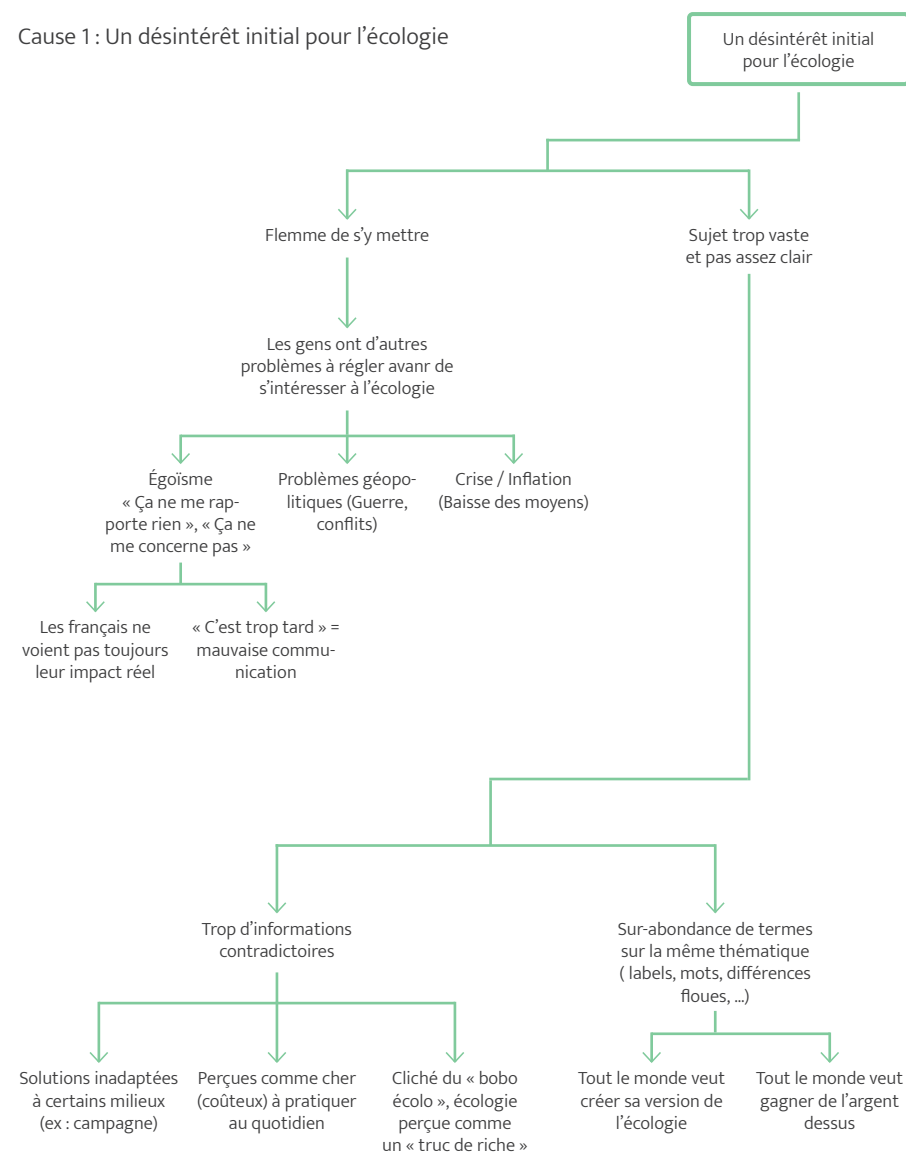
Qu'est-ce qui empêche son éradication ? A qui profite le statu quo actuel ?

- 🐼 Un manque d'accessibilité à des supports qui parlent aux individus
- 🐼 Une transition perçue comme fastidieuse et contraignante
- 🐼 Les médias extrapolent et surinterprète sur de nombreux sujets
- 🐼 Manque d'éducation sur le sujet
- 🐼 Les extrémistes pour et contre l'écologie donnent une mauvaise image de la majorité
- 🐼 Il y a une quantité de déchets énorme à traiter, un flux quotidien très lourd avec des produits tous très différents dans leur composition
- 🐼 Manque de moyens de chaque parties prenantes: état, collectivités, entreprises, citoyens, associations, etc.

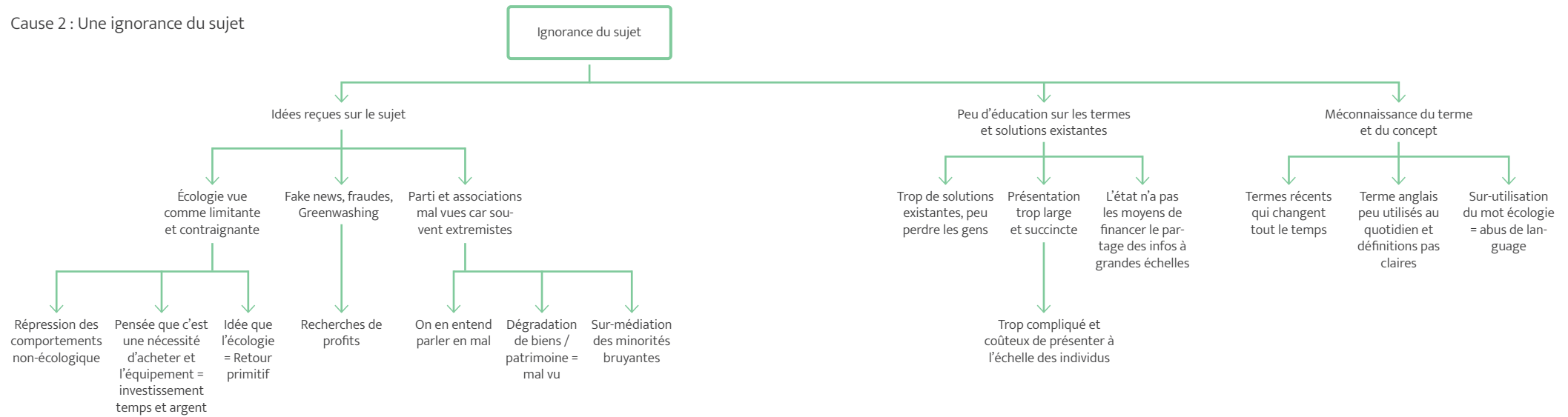
Quelles sont les causes de la problématique ?

Pour répondre à cette question, trois grandes causes ont été établies. Ces dernières sont développées sous forme de schéma en se demandant à chaque élément posé : « pourquoi ? ».

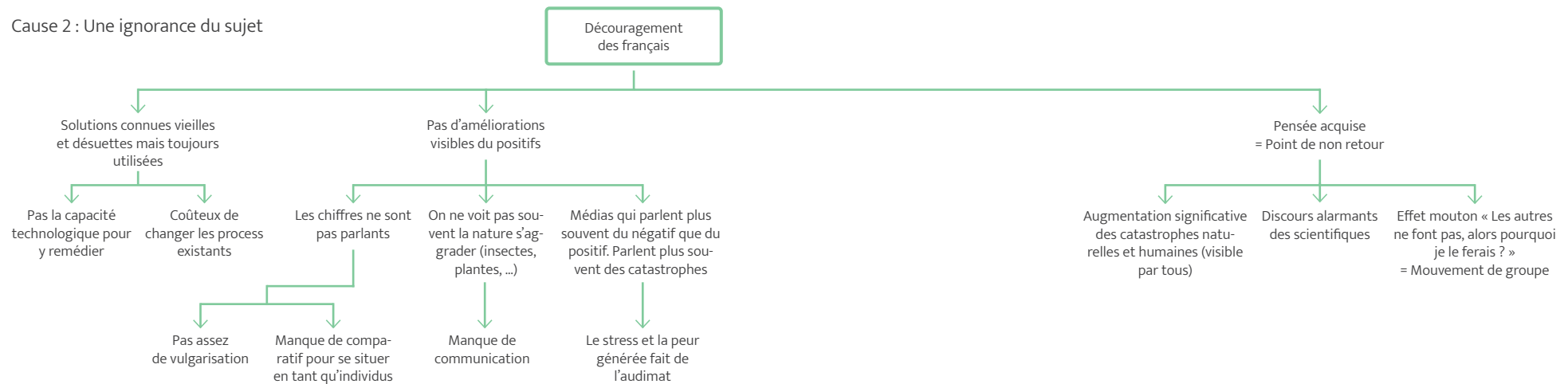
Cause 1 : Un désintérêt initial pour l'écologie



Cause 2 : Une ignorance du sujet



Cause 2 : Une ignorance du sujet



Le passé : Comment la problématique a-t-elle évolué dans le temps ?

Fin du 18^e siècle

Révolution industrielle et arrivée du plastique

Depuis 1950

Extinction de masse des espèces

1950 – 1960

Surconsommation dû à l'accessibilité = baisse des coûts de production

1950

Popularisation de l'obsolescence programmée

1960 – 1970

Début de la prise de conscience des scientifiques de la crise / Ré-attraction de la nature par le grand public (hippies)

1970 – 1980

Prise de pouvoir des mouvements écologistes

1995

Créations des COP (Conférence des Parties)

2000 – 2010

Forte augmentation des catastrophes climatiques/
Capitalisme des grands groupes et Greenwashing/
Innovations dans les énergies renouvelables

2010 – 2020

Nouveau lexique de l'écologie utilisé par le grand public

2011

Passage des 7 milliards d'Hommes sur la planète

2021

France reconnue coupable pour son inaction à la transition écologique

2022

Passage des 8 milliards d'Hommes sur la planète

2023

Début de victoire contre le trou de la couche d'ozone

Le futur : Quelle sera l'étendue du problème dans le futur ?

-  Crise climatique sans précédent
-  Une extinction de masse des espèces essentielles à la biodiversité
-  La fin du monde que nous connaissons maintenant et un bouleversement de nos modes de vies
-  Une alimentation plus difficile (sécheresse, gel, inondations, OGM, pesticides)
-  Augmentation du niveau de la mer, une perte de surfaces terrestres (côtes)
-  Baisse du niveau de l'eau douce et de l'eau potable
-  Catastrophes climatiques fortes, flux migratoire exponentiel, pauvreté, famine, guerre, baisse des natalités
-  Augmentation des espèces nuisibles (calamités)
-  Disparition de pays, nations
-  Une forte baisse de la qualité de l'air du à l'augmentation du CO₂

ÉTAPE 2 : CARTOGRAPHIER LA SOLUTION

Quelles sont les solutions déjà existantes ?

Les centres de tri et les décharges publiques	Les lois et normes existantes (France, Europe, monde)	ONG et associations de préservation de la biodiversité	Livres et écrits sur la transition et l'écologie
---	---	--	--

Quels éléments de la problématique chaque solutions tente-elle de résoudre ?

Grande quantité de déchets à trier / Accessibles pour tous (poubelles, décharges)	Transition fastidieuse et contraignante / Manque d'éducation sur le sujet	Manque d'éducation sur le sujet / Manque de moyen / Manque d'accessibilité	Accessibilité au grand public / Education / Contre-médias / Chiffres concrets
---	---	--	---

Pour chaque solution, qu'est-ce qui fonctionne ?

Tri une grande partie du carton, verre, plastique et papier / Présent partout en France même en campagne / Prend en compte des déchets variés	On est obligé de les suivre / Loi votés peuvent passer de la France à l'Europe, inspirer le reste du monde / Conventions citoyennes organisées	Développement international / Des collectes de dons variés (déduit des impôts) / Meilleure communication des actions / Emergence de mouvements jeunes (Zevent) fédérateurs + bons moments, on se sent participant et non spectateur	Livres = prend le temps de présenter les idées et chiffres / Schémas et infographies / Grand nom et public qui font des écrits + scientifiques / Rend plus concrets le sujet (dans les mains) et dans la démarche
---	--	---	---

Pour chaque solution, qu'est-ce qui ne fonctionne pas ?

On doit organiser plusieurs poubelles chez soi = place, organisation / Beaucoup de déchets finissent brûlés ou entassés / Coût de désassemblage trop élevé	Ce qui ne le font pas n'ont pas de punition forte / On applique sans vraiment voir les impacts / Vision négative des états qui impose les lois / Souvent punis les plus petits (pauvres) / pas les plus grands (riches) / Les partis politiques peuvent bloquer les lois	Image négative = argent détourné / Images chocs et strat de com moralisatrice / Collecte de don en Europe mais surtout utilisé pour aider les pays (en développement), aide pas centralisée dans les pays qui donnent = démotivation / Trop d'associations différentes / Désintérets des campagnes sur les vieux supports (télévision)	Parfois moche, long et fastidieux à lire / Terme difficile à appréhender / Frein à l'achat et stockage / Support pas toujours en accord avec les valeurs / Lecture non récréative, frustrante / Difficile de savoir par lequel commencer = trop de choix
--	--	--	--

Créateurs de contenu de vulgarisation	Les supports d'achat / revente de seconde main	Les produits upcyclés / recyclés / durables	Les applications de transition écologiques
---------------------------------------	--	---	--

Accessibilité totale et gratuite / Education / Contre-médias	Rendre accessible / Manque de moyens	Mise sur le marché = accessibilité	Une meilleure accessibilité et une facilitation de sa mise en place
--	--------------------------------------	------------------------------------	---

Disponible sur plein de plateforme / Créateurs variés / Communauté forte / Vulgarisation des termes et chiffres pour un public plus large	Mise en relation rapide et facile / Pas de limite géographique / Economie d'énergie et de temps et baisse du gaspillage / Economie d'argent car on paie les produits moins cher	Augmentation des produits et du catalogue / Objet utile et esthétique / Magasin un peu partout qui en propose / Facile à utiliser	Simplicité d'utilisation / Aspect communautaire / Gamification / Déculpabilisation et encouragement / Personnalisation / Courbe de progression
---	---	---	--

Risque de BadBuzz / Les gens qui sont intéressés vont voir ces vidéos et les regarder (algorithmes) / Fake News élevées / Extremistes qui font des vidéos sur les plateformes (majorité bruyante) donnent une mauvaise image	Limité à de l'achat revente de produits / Produits pas forcément écologiques qui peuvent finir dans une poubelle à la fin / Parfois long et difficile à appréhender pour commencer dessus / On ne trouve pas toujours ce qu'on veut	Produits plus cher que ceux polluants / Produits écologiques qui s'abiment plus vite / Freins pour certains de devoir acheter plus de produits pour faire ses produits soit même	Souvent en anglais / Contraignant de le remplir tous les jours / Questions parfois difficile à calculer (consommation) / Ne vont pas souvent très loin et survolent le sujet / Prend du stockage sur le téléphone
--	---	--	---

Quelles nouvelles ressources, opportunités, législations, besoins changeants, anticipez-vous dans le futur ?

-  L'état sera obligé d'avoir une vraie politique écologique efficace et effective.
-  Les entreprises seront obligées de suivre le rythme.
-  Des innovations technologiques vont voir le jour et se développer.
-  Des mouvements vont gagner en impacts.
-  Les consciences vont évoluer en ce sens et changer les habitudes.
-  Les gens seront demandeur de beaucoup plus de produits sains et abordable (style de vie plus sain et inflation).
-  Les magasins spécialisés vont se multiplier.
-  D'autres pays vont mettre en place des actions et donner l'exemple.

Comment ces nouveautés pourraient-elles influencer (positivement ou négativement), le développement de nouvelles solutions ?

-  Les habitants seront obligés d'agir et de suivre les règles.
-  Les punitions et contraventions ne seront jamais efficace.
-  Les petites entreprises vont crouler sous les difficultés administratives et pécuniaire et les grands groupes vont préférer payer les taxes.
-  Les innovations vont permettre de préserver la planète sur certains points et d'autres vont polluer comme toujours, voire plus, ...
-  Il peut y avoir une augmentation des membres de collectifs mais c'est aussi un risque de radicalité.
-  Beaucoup vont avoir une conscience positive mais « paieront » pour ceux qui refuseront de faire.
-  Les populations attendront de leur environnement une meilleure qualité de vie (perso & travail)
 -  Valorisation bon comportement
 -  Valorisation des entreprises avec des valeurs affirmées et appliquées.
-  Plus de magasins = plus de choix moins cher mais risque de malfaçon et contre-façon
-  Effet mouton intéressant pour inciter à faire pareil = pression mondiale

ÉTAPE 3 : CARTOGRAPHIER LA ZONE D'IMPACT

Qui / Quoi est encore affecté par la problématique ? Quels sont leurs besoins précis, non adressés par les solutions actuelles ?

Malgré les solutions actuelles, qu'est-ce qui manque pour résoudre cette problématique ?

De la motivation	Informations vérifiables et vérifiées	La fin des étiquettes (des cases)	Des solutions abordables
------------------	---------------------------------------	-----------------------------------	--------------------------

Parmi les obstacles identifiés, quels obstacles pourraient être levés ?

Transition fastidieuse et contraignante / Quantité de déchet énorme et variés	Les médias extrapolent et sur-interprète / Manque d'éducation sur le sujet / Extremistes (pour et contre) qui donne une mauvaise image	Les médias extrapolent et sur-interprète / Manque d'éducation sur le sujet / Extremistes (pour et contre) qui donne une mauvaise image / Manque de moyens	Pas d'accessibilité à des supports qui en parle/ Quantité de déchet énorme et variés / Manque de moyens
---	--	---	---

Comment faire fonctionner ce qui ne fonctionne pas pour l'instant ?

Une valorisation de ceux qui font des efforts et une réelle punition pour ceux qui ne font rien / Mettre en avant les chiffres et impacts direct des actions fortes / Mettre en place une communication qui donne envie à plus de gens de s'y intéresser	Plus de communication des bilans et résultats atteints avec l'argent collectés / Une importance de communiquer les sources	Prise de conscience que les objets polluants et écologiques ne sont pas identiques en tout points	Des solutions locales avec les financements / dons / Créer des multi-supports pour que chacun choisissent celui qui lui convient (App, livre, site,...) / Une vulgarisation et simplification des supports, du discours et des termes
--	--	---	---

Une déculpabilisation	Une solution qui s'adapte à tous	Une personnalisation de sa transition	Un accompagnement complet
-----------------------	----------------------------------	---------------------------------------	---------------------------

Les médias extrapolent et sur-interprète / Manque d'éducation sur le sujet / Extremistes (pour et contre) qui donne une mauvaise image	Pas d'accessibilité à des supports qui en parle / Manque de moyens	Transition fastidieuse et contraignante / Quantité de déchet énorme et variés / Manque de moyens	Transition fastidieuse et contraignante / Manque d'éducation sur le sujet / Quantité de déchet énorme et variés / Manque de moyens
--	--	--	--

Lancer des campagnes de communications positives	Des campagnes qui s'adaptent aux supports et générations / Des solutions multi-langue / Système communautaire pour faciliter la prise de connaissance de solutions inconnues / Des supports plus agréables à la lecture qui s'adaptent au public cible	Solutions adaptées par pallier aux entreprises / Liberté de choisir ce qu'on veut faire dans l'appli, questions simple et rapide à remplir / Niveau de support qui s'adapte au niveau d'action et de connaissance de chacun / Avoir la visibilité des niveaux de difficulté de chaque recette et choisir ce que nous sommes prêts à faire / Liberté de choisir le support	Accompagnement des collectivités dans un meilleur système de tri, collaboration, avec des entreprises / Des points des collectes plus présents et un tri simplifié + infos pour savoir comment bien trier (ex vêtements) / Une trame évolutive des lectures, podcasts, ... en fonction du niveau de la personne
--	--	---	---

Qu'est-ce qui peut influencer négativement l'impact de la solution ?

-  Urgence climatique irréversible
-  Pandémie mondiale et guerre qui bouleverse nos vies actuelles
-  Mouvements politiques
-  Grosse vague de pollution
-  Trop forte influence des sites tels que : Amazon, Shein, Aliexpress, Wish, Rowme, ...
-  Génération touchée par l'écologie mais qui n'a pas les moyens d'agir (précarité étudiante)
-  Greenwashing 2.0
-  Entreprises Internationale qui font ce qu'elles veulent
-  Inflation = baisse du pouvoir d'achat

Qu'est-ce qui peut influencer positivement l'impact de la solution ?

-  Lois en faveur de l'écologie
-  Parti politique écologiste plus présents
-  Motivation des populations
-  Traités internationaux
-  Meilleure diffusion des actions / répercussions positives
-  Une meilleure augmentation des populations
-  Augmentation des actions locales

-  Augmentation des initiatives écologiques, transitions, upcycling, ...
-  Entreprises plus vertes
-  Une vision du "style de vie" tendance

Quels sont les trois premières actions à mettre en place pour activer la zone d'impact ?

Plateforme communautaire

Plateforme qui propose de savoir où et comment trier / recycler ses déchets :

👉 Où les vendre 👉 Où les recycler 👉 Où les louer
👉 Où les donner 👉 Quoi en faire

Permet d'augmenter le partage de tuto et utilisation d'un objet de façon économique et de reprendre conscience de la valeur de ces objets : Un déchet en est un car nous lui donnons cette étiquette.

Kit et série de carnet de transition

Kit composé d'outils indispensables pour upcycler ses objets et série de carnet d'accompagnement personnalisable, adapté au niveau de chacun, composé de lexique, défis, objectifs, conseils de lectures et podcasts, biographie du domaine, etc.

Campagne de communication sur les réseaux

Campagne positive qui s'appuie sur les actions concrètes et les retours directs tout en valorisant les news. Encouragement, conseils et partages.

Analyse de la concurrence

LES CONCURRENTS DANS L'UPCYCLING

Une analyse concurrentielle à tout d'abord été réalisée sur les entreprises proposant directement une fabrication upcycling de produits ou de déchets. La plupart de ces entreprises évoluent dans le domaine de la mode et se distinguent par leurs identités visuelles et leurs messages.

En observant les identités visuelles des marques telles que Losanje, Goodvest, R•Empreinte, Septembres et bien d'autres, nous avons constaté qu'une majorité des ces identités adoptent une approche sobre et minimaliste. Elles privilégient une présentation épurée mettant en avant leurs produits.

En ce qui concerne les messages véhiculés par ces marques, l'accent est mis sur la durabilité, la créativité, le respect de l'environnement et une consommation plus responsable. Dans les marques textiles analysées, nous pouvons également trouver des valeurs fortes contre la fast fashion et la pollution qui en découle.

Pour conclure, l'analyse des marques d'upcycling montre une tendance qui utilise des identités visuelles sobres et minimalistes, appuyant sur le produit, sa fabrication et les valeurs écologiques.

Mosaïque de logo de marque, entreprises proposant des produits upcyclés, Losanje, source: losanje.com, Amour Collective, source: amour-collective.com, Goodvest, source: goodvest.fr, Recap, source: recapclothing.com, R•Empreinte, source: r-empreinte.com, Septembres, source: septembres.fr, Tilli, source: tilli.fr, Noud Studio, source: noudstudio.com, Bohup, source: bohup.fr, Gepetto, source: gepetto-mobilier.fr, Bahor, source: bahor.fr, Linverse, source: linverse.fr, Renaissance upcycling, source: renaissanceupcycling.fr, La vie est Belt, source: lavieestbelt.fr, Resurrection, source: resurrection-food.com [en ligne]

LOSANJE
SURCYCLÉ EN FRANCE

Amour
Collective

 **Goodvest**

RECAP.
- FRANCE -


R•EMPREINTE
Le style, éternel.

SEPTEMBRES
Upcyclage poétique

t · i
· l ·
l · i

Noud
STUDIO


BOHUP

Gepetto


BAHOR
FRANCE

 **Linverse**
PARTONS DE L'EXISTANT

renaissance
upcycling

» **LA VIE EST BELT**


RESURRECTION

LES CONCURRENTS DANS LES SOLUTIONS CHOISIES

Kit d’outils à la transition écologique

Concurrents analysés :

- Kit de sérigraphie durable
- Greenkit
- Coffret *Mon kit découverte zéro déchet*, Nature & Découverte
- Kit *Essentiels zéro déchets*, Aroma-zone
- AeroGarden
- Renogy
- Rain Barrels
- Everdrop

Forces
- Fait à partir de matériaux durables - Recettes en croquis ludiques - Eléments variés par thématiques - Produits de qualité - Permettent de faire des économies

Faiblesses
- Pas assez de fiches explicatives / guide - Les éléments manquants à acheter en plus du kit ne sont pas toujours listés et nombreux - Kit trop centré sur un thème précis parfois pas assez large (exemple : la cuisine, la salle de bain) - Kit parfois trop léger - Kit souvent hors de prix (50 à 60 euro en moyenne pour un kit assez fourni – environ 20 euro pour 3 à 4 objets) - Supports difficiles à mettre en place - Eléments parfois peu esthétiques - Kit parfois mal adapté à tous (lois / compatibilité)

Zoom sur ... Coffret *Mon kit découverte zéro déchet* Nature & Découverte

Forces
- Produits variés pour la cuisine qui donne une vue d’ensemble - Plusieurs thématiques visées : le nettoyage, la conservation des aliments - Fait par de petits créateurs partenaires - Produits labellisé - Produits esthétiques (tissus, bois, verre) - Produits naturels (huile essentielle, cire d’abeille, etc) - Emballages réutilisables - Valorisation de produits français

Faiblesses
- Recharges de produits parfois chère ou uniquement sur internet - Produits consommables à racheter - Essentiels souvent déjà possédés par le client - Kit couteux 51,50€ - Certains produit ont un style peut esthétique (bee wrap motif jungle jaune)

Ce produit est intéressant dans la manière de concevoir et d’aborder la création d’un kit écologique. L’idée d’avoir un large choix de produit sur plusieurs thématiques et de mettre en avant les labels qui le compose est intéressant à prendre en compte. Avoir des produits à conserver longtemps au quotidien est un plus.

Produits du Coffret « *Mon kit découverte zéro déchet* » Nature & Découverte, source: Nature & Découverte, *Mon kit découverte zéro déchet*, natureetdecouvertes.com [en ligne, consulté en 2023]



Carnet de transition écologique / quotidien, de défis

Concurrents analysés :

- 1 mois pour réduire ses déchets
- Comment être le seul déchet dans ta maison
- Zéro déchet : 100 astuces pour alléger sa vie
- Famille en transition écologique
- Finis ce carnet de Keri Smith
- Détruit ce carnet de Keri Smith
- Famille presque Zéro déchet : Ze guide
- Burn after read

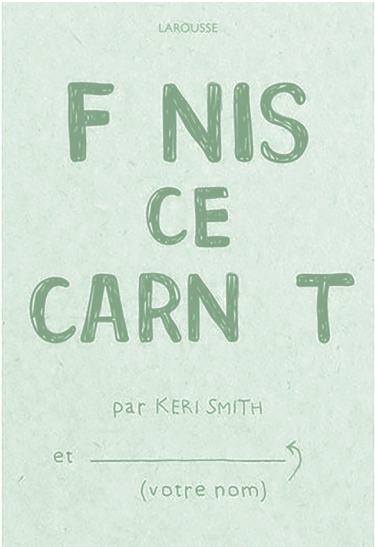
Forces	Faiblesses
- Facile à lire - Pas d'emballage - Des explications claires et intuitives - Schémas explicatifs pédagogiques - Un ton léger, voire humoristique - Contenu remplis par le lecteur - Illustrations ludiques	- Pas assez de fiches explicatives / guide - Les éléments manquants ne sont pas listés - Ton parfois culpabilisant - Trop lourd en chiffre qui ne sont pas assez concret aux yeux d'une personne lambda (transposables) - Solutions et tuto hors de portée (trop d'ingrédients, difficile à trouver dans le commerce classique) - Trop dense

Zoom sur ...
Finis ce carnet de Keri Smith

Forces	Faiblesses
- De nombreuses actions possibles : lecture, dessins, écriture, décodage, observations, ... - Un nombre de page important - Développe le potentiel créatif - Guide 100% personnel car remplis par le lecteur - Beaucoup de vertus psychologiques : dépression, anxiogène, ... - Consignes claires - Centré sur l'idée d'agent secret sans l'imposer	- Mise en page sommaire - Cible très jeunes - Storytelling un peu flou - Enigme parfois trop ambiguës - Redondant pour certains concepts

Le concept global du carnet est très inspirant et peut se décliner pour de nombreuses thématiques, pas seulement l'écologie. Le carnet invite le lecteur à agir, à s'exprimer de différentes façons : dessin, photo, collage, etc. La personnalisation est un point primordial développer.

Couverture du livre «Finis ce carnet» de Keri Smith , source: Fnac, *Finis ce carnet*, fnac.com [en ligne, consulté en 2023]



Plateforme en ligne collaborative

Concurrents analysés :

- Trier c’est donner
- Revibe upcycling
- Uptrade
- Rouspette
- Application EcoHero, Earth Hero & Eevie
- Instructables
- Upcycle That
- Earth911

Forces	Faiblesses
- Très simple d'utilisation - Une réponse claire et rapide - Pictogrammes ludiques - Possibilité d'avoir juste les quantités nécessaires - Un large choix de produits - Interface ergonomique - Partage les actions et accomplissements - Gamification ludique - Défis à plusieurs encourageants	- Seconde main souvent très chère - Les sites vendeur de produit n'accompagne pas toujours avec un blog de tutos - Souvent les mêmes produits qui reviennent sur un peu toutes les plateformes - Défis parfois futiles (déjà pratiqué ou hyper connus pour ceux qui sont déjà dans une démarche depuis quelques temps) - Un calcul carbone à remplir pas facile à mettre en place (difficile de savoir ce qu'on consomme avec notre véhicule par exemple) - Ergonomie parfois trop légère - Plateforme très souvent anglophone voire mal traduites

Zoom sur ...
Trier c’est donner de CITEO

Forces	Faiblesses
- Ergonomie simple et intuitive - Informations claires et visuelle - Utilisation de pictogrammes - Site français - Version mobile disponible - Un large choix de produits - Adapté à la localisation - Visibilité des points des collectes - Informations de contacts des lieux - Le défis tri – questionnaire ludique pour en apprendre plus sans ton moralisateur	- Concept limité au tri - Indications non détaillées - UI pas assez moderne - Ne propose pas de solution alternative au tri - Le site n’est pas assez connu - Peu d’articles ou d’actualités

La plateforme permet de trier ses déchets de façon efficace et intuitive, même pour des utilisateurs qui ne sont pas à l'aise avec la technologie. Une version est disponible en application mobile, ce qui permet d'y avoir accès facilement.

Capture d’écran du site de CITEO, source: CITEO, triercestdonner.fr [en ligne, consulté en 2023]



Tendances

Le minimalisme ou « *Less is more* »

Apparu à la fin du XX^e siècle, le minimalisme est un mouvement artistique et philosophique largement adopté de nos jours. Ce mouvement trouve son origine dans le mouvement Bauhaus de 1919 en Allemagne.¹⁰

L'accent est mis sur la simplicité, l'ergonomie et la beauté des formes épurées.

Il se déploie dans divers domaines tels que le design d'objets, le design d'intérieur, le graphisme, etc. De plus, un mode de vie minimaliste découle de ce mouvement, encourageant la simplicité et l'appréciation des petites choses, et invitant à se libérer du matérialisme de la société de consommation actuelle. Il favorise un mode de vie épuré tant sur le plan physique que psychologique.¹¹

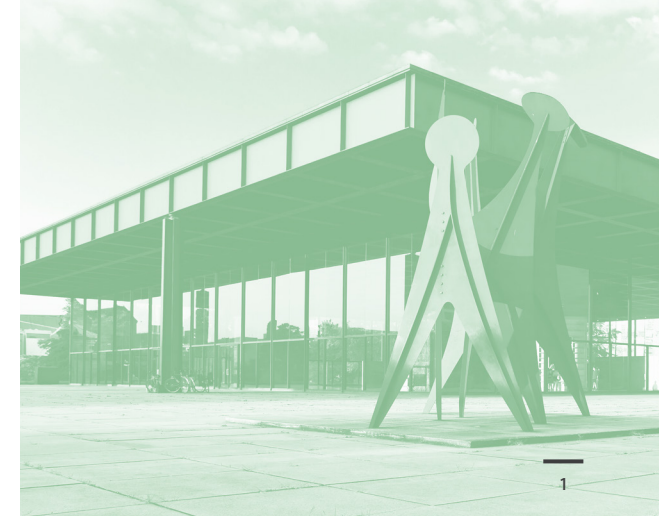
Les travaux des architectes Ludwig Mies van der Rohe et Walter Gropius ont grandement influencé le minimalisme contemporain. Parmi les références culturelles significatives, on peut citer le film «Barry Lyndon» réalisé par Stanley Kubrick en 1975, avec son utilisation de décors épurés et son emploi précis de la lumière. Le minimalisme a également inspiré de nombreux artistes contemporains tels que Donald Judd, Dan Flavin et Yves Klein, qui ont exploré les concepts d'espace, de lumière et de monochromie.¹²

Dans notre quotidien, nous pouvons trouver des influences minimalistes partout : un meuble, une affiche, un objet, etc. Le minimalisme se retrouve alors partout dans cette société moderne inspirée des plus grands acteurs de ce mouvement.

¹⁰Mies van der Rohe Society, Ludwig Mies van der Rohe, [En ligne, consulté en septembre 2022], consultable sur Mies Society : miesociety.org. Pour plus d'informations : Granveaud Pierre, *Épisode 5/5 : Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969), la simplicité est un long voyage*, [En ligne], 2020, France Culture, [Consulté en juin 2022], consultable sur France culture : radiofrance.fr

¹¹The minimalists, *Découverte du concept de minimalisme*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur The minimalists : theminimalists.com

¹²LeMinimaliste, *Les origines du minimalisme*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur LeMinimaliste : leminimaliste.com



Que cherchez-vous ?

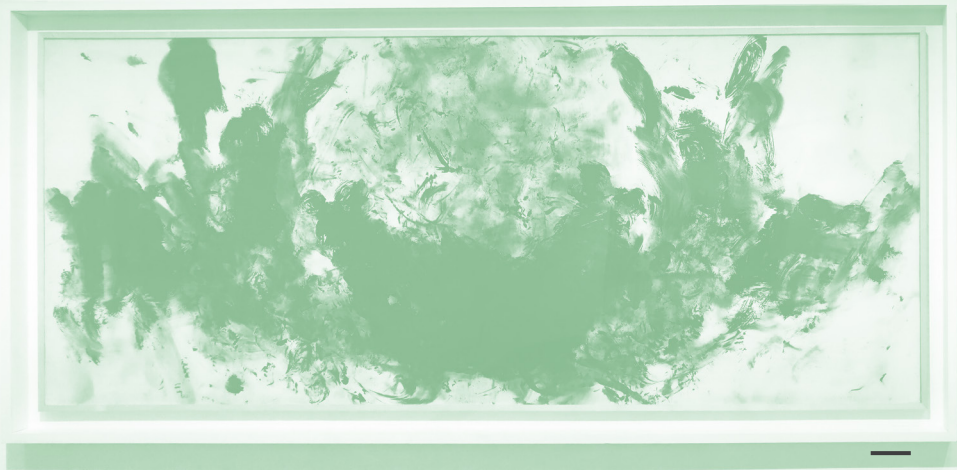


1. Neue Nationalgalerie, musée construit par Ludwig Mies van der Rohe à Berlin en 1960, source: AdobeStock, RCphoto [en ligne]

2. Capture du site internet de Ikea, source: ikea.com [en ligne, consulté en 2023]

3. Plan du film Barry Lyndon, réalisé par Stanley Kubrick en 1975, source: Geoff Harrison, geoffharrisonarts.com [en ligne]





1



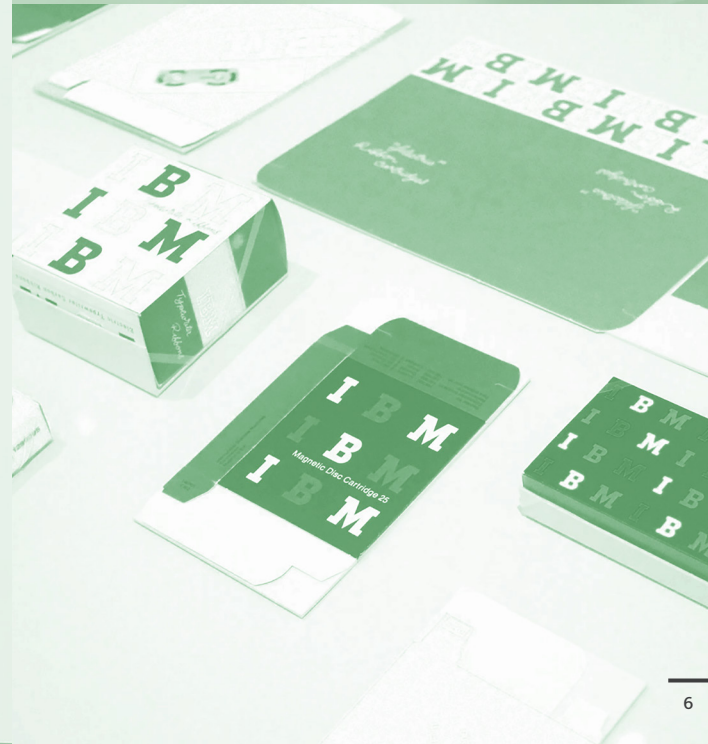
2



4



5



6

1. Oeuvre « *Anthropométrie sans titre* », peint par Yves Klein en 1961, Exposé au Musée d'Art Moderne de Nice, source: AdobeStock, Andrei Antipov [en ligne]

2. Oeuvre *icône IV* (la terre pure) de Dan Flavin, fabriqué en 1962, reconstruit en 1969, source: Musée des beaux-arts du Canada, beaux-arts.ca [en ligne]

3. Oeuvre *le trois nominal* (la terre pure) de Dan Flavin, fabriqué en 1963, source: Musée des beaux-arts du Canada, beaux-arts.ca [en ligne]

4. Oeuvre *sans titre* de Donald Judd, réalisée en 1967 et exposée au Musée d'Art Moerne de New York, source: juddfoundation, juddfoundation.org [en ligne]

5. Triptique d'affiche du Mucem de Marseille, réalisé par l'agence Spassky Fischer, source: spassky-fischer.fr [en ligne]

6. Identité visuelle de IBM, Créée par Paul Rand de 1956 à 1991, source: Paul Rand, tout est design!, grapheine.com [en ligne]

Un style de vie plus conscient de la nature

Nombreux sont les styles de vie que l'on peut trouver dans une société moderne telle que la nôtre. En effet, nous avons la chance en Europe et en France, de pouvoir choisir comment vivre notre vie et de valoriser certaines valeurs qui nous sont propres. Notre société et les événements qui la caractérisent influencent ces modes de vie, et certains peuvent même prendre de l'ampleur. Avec l'émergence d'informations et de sensibilisation sur la crise écologique actuelle, nous pouvons observer une augmentation du nombre de personnes intégrant des valeurs d'écologie et de durabilité dans leur quotidien.¹³

Ce mode de vie a gagné en popularité ces dernières décennies en réponse à l'urgence climatique et à la prise de conscience croissante de l'impact de nos actions quotidiennes sur l'environnement.

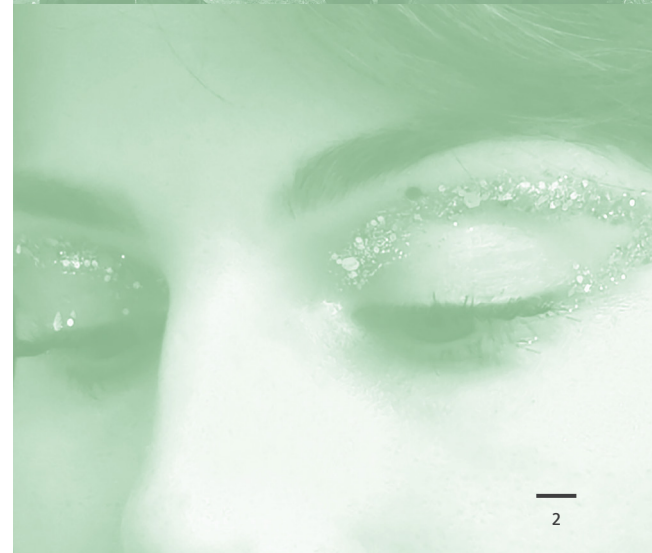
Cette tendance nous invite à réduire notre empreinte carbone, notre consommation et notre impact général sur la planète.

Nous retrouvons des messages allant dans ce sens sous différentes formes, que ce soit à travers des films, des livres, des associations, des entreprises, et bien d'autres. Par exemple, le documentaire « Demain », réalisé par Cyril Dion et Mélanie Laurent en 2015, a contribué à sensibiliser le grand public. Des personnalités telles que Greta Thunberg ont également joué un rôle majeur en inspirant une mobilisation mondiale en faveur de l'action climatique. Des entreprises comme Si Si la paillette et Fairmoove se sont également développées pour permettre une consommation responsable, sans contraintes et avec un impact environnemental minime. Ces actions se multiplient et font partie de notre environnement.

¹³Hamman Philippe, Costes Laurence, *Éditorial. Écologie populaire dans les périphéries urbaines*, [En ligne], 2023, [consulté en mai 2023], consultable sur Cairn : Cairn.info.



1

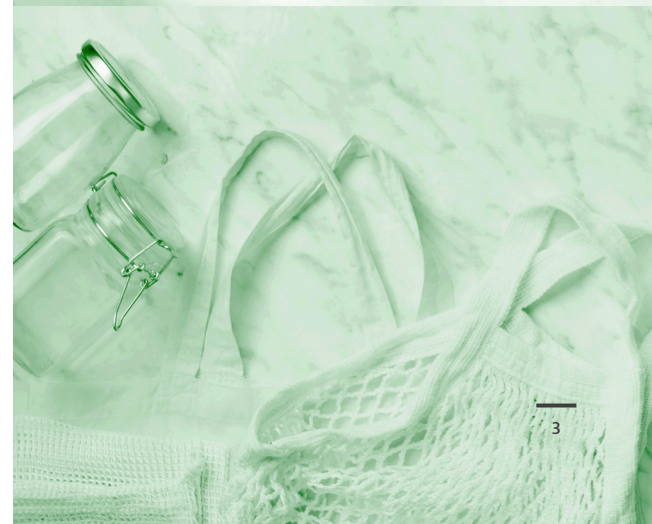


2

1. Greta Thunberg évacuée par des policiers, source: Sipa/AP/Roberto PFEIL, *Greta Thunberg interpellée lors d'une manifestation contre la mine de charbon de Lützerath*, dna.fr [en ligne]

2. Paillettes à base de plantes qui se dégradent en 4 semaines, source: sisilapaillette.fr [en ligne, consulté en 2023]

3. Sac en coton avec des pots en verres réutilisables, source: AdobeStock, Oksix [en ligne]



3

On a trouvé comment rendre nos boissons encore meilleures.

Nouvelle vaisselle réemployable



2



3



4

1. Publicité Burger King pour la nouvelle vaisselle réutilisable, source: Burger King, burgerking.fr [en ligne]

2. Océano collection, chaussures à base de bouteilles en plastique, fabriquées au Pérou, source: Mipacha, mipacha.com [en ligne]

3. Vidéo youtube de présentation de 1% for the Planet, source: 1 minute pour comprendre 1% for the Planet, YouTube.com [en ligne], Logo 1% for the Planet, source: onepercentfortheplanet.fr et Photographie d'une forêt, source: AdobeStock, Stephen Davies [en ligne]

4. Screen du site internet de FairMoove, Agence de voyage durable, source: FairMoove, fairmoove.fr, [en ligne]

L'émergence du travail manuel ou *Do it Yourself* (DIY)

Le Do it Yourself, ou « Faites-le vous-même » en français, est un anglicisme utilisé pour décrire une tendance qui grandit depuis les années 1960.¹⁴ Ce mouvement a véritablement gagné en importance dans notre quotidien grâce aux réseaux sociaux tels que YouTube, TikTok, Pinterest, Instagram, etc. Ces plateformes permettent un partage instantané de vidéos, articles de blogs et photographies proposant différents tutoriels du monde entier. Ces contenus créatifs offrent ainsi un accès à des connaissances souvent simplifiées, permettant de fabriquer soi-même des savons, des tables de jardin ou la nouvelle peluches de notre nièce.

Ces tutoriels encouragent chaque individu à développer ses compétences manuelles pour créer des objets qui ont plus de sens.

Cette tendance existe depuis de nombreuses années et se manifeste sous différents noms et supports. Par exemple, l'émission de télévision « La Maison France 5 » présente des aménagements d'intérieur et des idées de rénovations de maisons. Des livres et des kits DIY voient également le jour pour offrir des recettes et des tutoriels variés dans différents domaines, tels que les cosmétiques, le rangement, le ménage ou encore les activités pour enfants. Des influenceurs comme Lauren Singer, fondatrice de « Trash is for Tossers », ont également inspiré de nombreuses personnes à adopter un mode de vie plus écologique en fabriquant leurs propres produits ménagers, leurs cosmétiques et même leurs vêtements.

¹⁴Encyclopédie des Fabriques, *DIY - Do It Yourself*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Encyclopédie des Fabriques : encyclopedia.fabriquesociologie.net et Qamaqi, Agilité & Innovation, *La FABuleuse histoire du DIY*, [en ligne], 2014, [Consulté en mai 2023], consultable sur Qamaqi : qamaqi.com

1. Création de cosmétiques maison, source: Aroma-Zone, aroma-zone.com [en ligne]

2. Livre Mood Book, de Virginie Capman et Emilie Capman, Edition Solar, source: *DIY : 10 livres pour tout faire soi-même à la maison*, cotemaison.fr [en ligne, consulté en 2023]



1



2



1



3

1. Pneu transformé en pouf, source: Barbara Pagnier, *DIY: Du pneu au pouf*, «le pnouf», 18h39.fr [en ligne]

2. Capture du site internet *Trash is for Tossers*, Blog créé par Loren Singer, source: *Trash is for Tossers*, trashisfortossers.com [en ligne]

3. Palettes upcyclé en banquette extérieure, source: AdobeStock, Jeanette Teare [en ligne]

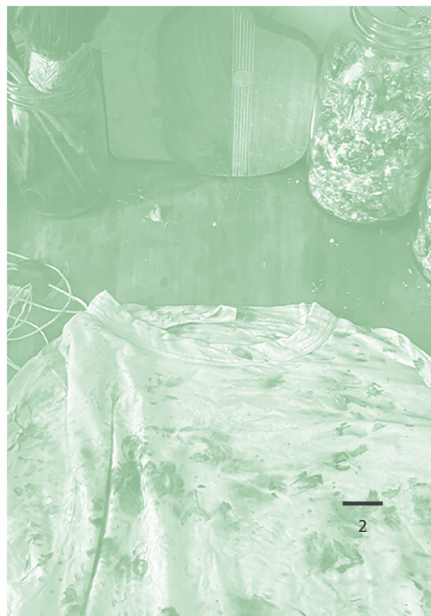
4. Livre *L'Atelier Bébé zéro déchet*, de Valentine Vincenot, photos de Jonas Jacquel, Edition Marabout, source: *DIY: 10 livres pour tout faire soi-même à la maison*, coteamaison.fr [en ligne, consulté en 2023]



DIY AND GUIDES | FASHION | STYLE

Natural Dyeing with Food Scraps and Foraged Flowers

Upcycle old items with natural dying! Natural Dyer, Cara Marie Piazza, and climate advocate, Madeleine Wallace, walk through an easy DIY natural dyeing technique using food scraps, foraged flowers, and a tee shirt.

[READ MORE](#)


2

Valentine Vincenot happy as a bee · Photographies de Jonas Jacquel

L'Atelier Bébé zéro déchet

+ de 30 projets récup pour bambins écolo...



4

La gamification

Cette tendance tire parti des mécanismes du jeu pour susciter l'adhésion à des activités qui ne sont pas à la base ludiques.¹⁵ Cette approche permet, par exemple, de proposer des badges ou des médailles virtuelles aux utilisateurs d'une application afin de les fidéliser.

Les mécanismes de la gamification peuvent inclure des éléments de jeu de rôle, de storytelling, de coopération et de compétition.¹⁶

Les applications mobiles demandant aux utilisateurs de se connecter quotidiennement ont très souvent recours à la gamification. Par exemple, l'application mobile Audible utilise des badges à collectionner en fonction d'actions réalisée sur cette dernière : Ré-écouter un audiobook en entier ou faire une écoute de plus de 8h de nuit. Mais nous retrouvons aussi cette gamification dans nos supermarchés avec les catalogues de vignettes. Dans ce système, les clients sont incités à revenir plusieurs fois dans le magasin et à effectuer des dépenses afin d'accumuler des vignettes. Une fois qu'ils ont collecté un certain nombre de vignettes, ils peuvent alors bénéficier de réductions sur leurs achats. Les cartes de fidélités sont également contruites dans ce raisonnement, en proposant des tampons à chaque visite pour, à terme, gagner un produit ou avoir une réduction.

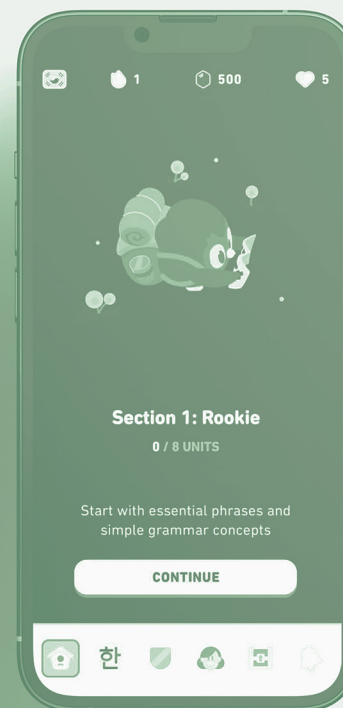
Cela fidélise alors le client à la marque. Un sentiment de lien particulier peut également se créer et permet une meilleure image de l'entreprise aux yeux du consommateur.

¹⁵Beedeez, *Gamification : Le guide ultime* (2022), [en ligne], [Consulté en mai 2023], consultable sur Beedeez : beedeez.com

¹⁶Digitaleo, Clément Godet, *Les différents types de mécaniques dans la gamification*, [en ligne], [Consulté en mai 2023], consultable sur Digitaleo : blog.digitaleo.fr



1



2

1. Screen de l'application Audible, Application mobile d'audio book et podcast, screen de badges acquis, source: Audible, audible.fr [en ligne] et mockup de téléphone, source: Mockup Design, mockups-design.com [en ligne]

2. Screen de l'application Duolingo, Application mobile qui t'apprend de nouvelles langues, screen du niveau en cours et de l'avancée de l'apprentissage, source: Duolingo, duolingo.com [en ligne] et mockup de téléphone, source: Mockup Design, mockups-design.com [en ligne]

CASSEROLE Tefal ANTIADHÉSIVE

20 CM



*Pour des
spaghettis savoureux
en amoureux*



COLLEZ VOS VIGNETTES CI-DESSOUS

1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	
40	41	42	43	44	45	46	
47	48	49	50	51	52	53	
54	55	56	57	58	59	60	



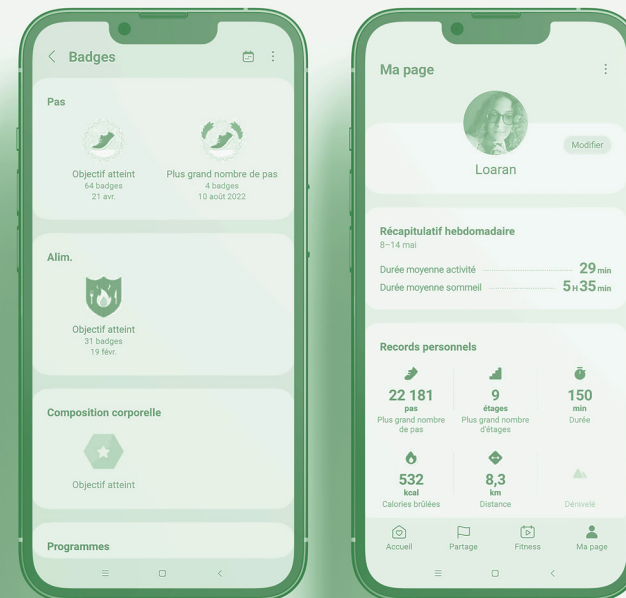
Casserole antiodhésive 20 cm



1



2



3

1. Catalogue Carrefour à vignette pour des réductions sur l'achat de casseroles Tefal, source: *catalogue carrefour vignette tefal*, Eniega.ga [en ligne]

2. Cartes de fidélités de supermarchés en France, source: AdobeStock, Ambernila [en ligne]

3. Screen de l'application Samsung Health, Application mobile qui t'encourage dans les bonnes pratiques, screen de badges acquis et screen de records atteint, source: *Samsung Health, Le bien-être pour tous*, samsung.com[en ligne] et mockup de téléphone, source: Mockup Design, mockups-design.com [en ligne]

Inspirations

L'art numérique

L'art numérique est un courant artistique qui c'est développé en même temps que l'utilisation des outils informatiques dans les années 1960. Cela comprend tout ce qui est créé ou modifié à partir d'un ordinateur, d'une interface ou d'un réseau.¹⁷

C'est un domaine très large qui inclut la cinématographie, l'animation, les jeux vidéos, l'illustration numérique, les installations interactives, etc.

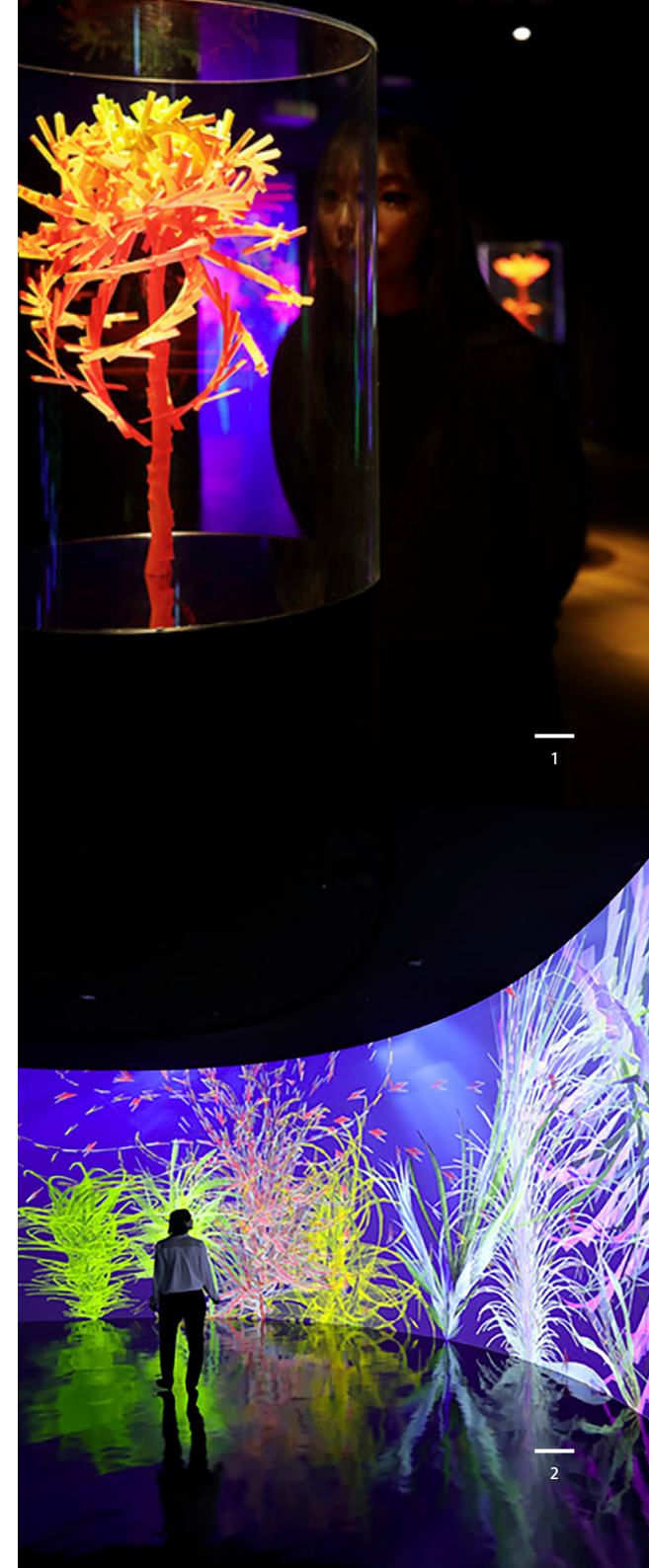
L'art numérique permet à de nombreux artistes de développer leur créativité à plein potentiel, en se servant de ces outils. Logiciels 3D, de retouche photo, tablette graphique, scanner, etc. Tous ces outils sont disponibles et permettent un travail poussé de chaque projet. Cela a permis également à tous les artistes de proposer ses œuvres et travaux numériques, car ces derniers sont devenus accessibles.

Parmi les travaux numériques les plus notables, nous pouvons par exemple citer les installations de Refik Anadol, qui utilise des projections numériques faites à partir de données. Nous pouvons également citer Miguel Chevalier qui pousse les limites entre le réel et le numérique avec ses œuvres immersives.

¹⁷ Edmond COUCHOT, *NUMÉRIQUE ART*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Encyclopædia Universalis : [universalis.fr](https://www.universalis.fr).

1. Exposition immersive *Fractal Flowers*, 2023, Miguel Chevalier, Galerie permanente au Ara Art Center de Séoul en Corée du Sud, source: Thomas Granovsky, miguel-chevalier.com [en ligne]

2. Exposition immersive *Digital Abysses*, 2021, Miguel Chevalier, Exposition au Aqua Planet Jeju en Corée du Sud, source: Miguel Chevalier, miguel-chevalier.com [en ligne]





1. Exposition et collection de NFT, *Unsupervised Machine Hallucinations*, Exposé au Musée de l'art Moderne (MoMA) à New York aux États-Unis, 2022 - 2023, source: Refik Anadol, refikanadolstudio.com [en ligne]

2. Oeuvre de Gail Armstrong, source: Directory of Illustration, directoryofillustration.com [en ligne]

3. Oeuvre *Polar Bears* de Francesca di Chiara, source: Directory of Illustration, directoryofillustration.com [en ligne]

4. Oeuvre *Teen* de Uijung Kim, source: Directory of Illustration, directoryofillustration.com [en ligne]

Le line art rétro

Le line art rétro est un style d'illustration qui trouve son origine dans les premières formes d'illustration et de graphisme. Il est ainsi souvent associé aux créations de 1950 - 1960, caractérisée par des compositions linéaires et simplifiées.¹⁸

Ce style rétro reprend les codes des illustrations de l'époque, pour créer des compositions amusantes et nostalgiques.

Ces illustrations souvent effectuées au feutre dans les années 1950, sont repris ici numériquement tout en gardant cette idée de tracés épais et fait main. De par leurs tracés minimalistes, les couleurs vives sont à l'honneur pour les mettre en avant. Pour renforcer cette utilisation du rétro, les graphistes n'hésitent pas à utiliser des typographies rappelant les magazines vintage, ou encore des bulles de textes, comme dans un comics.

On peut trouver ce style graphique dans le design, mais également dans la décoration d'intérieur ou encore l'illustration. Cette tendance a vu émerger des travaux originaux tel que le magazine *Whats Up Doc*, réalisée par le studio de création Luciole, ou encore l'identité visuelle du restaurant Clap Burgers, réalisée par Francisco Quinche.

¹⁸99Designs, 12 nouvelles tendances en design graphique de 2023, 2022, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur 99Designs : 99designs.fr.



1. Identité visuelle du restaurant Clap Burgers, réalisée par Francisco Quinche, source: Behance, behance.net [en ligne]

2. Produits proposés dans le restaurant Clap Burgers, source: Clap Burgers, Instagram.com [en ligne]



La dimension mixte

Avec le développement des possibilités graphiques grâce au numérique, un mouvement graphique à vu le jour : la dimension mixte. Ce style graphique permet entre autre de fusionner de l'illustration sur des photographies, afin de leur donner plus, d'énergie, de mouvement, etc.

Souvent animés, ces illustrations soulignent le contraste de l'image et donne une nouvelle dimension à cette dernière.

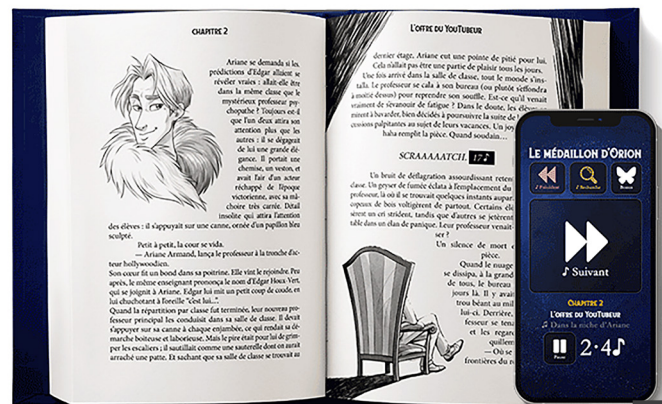
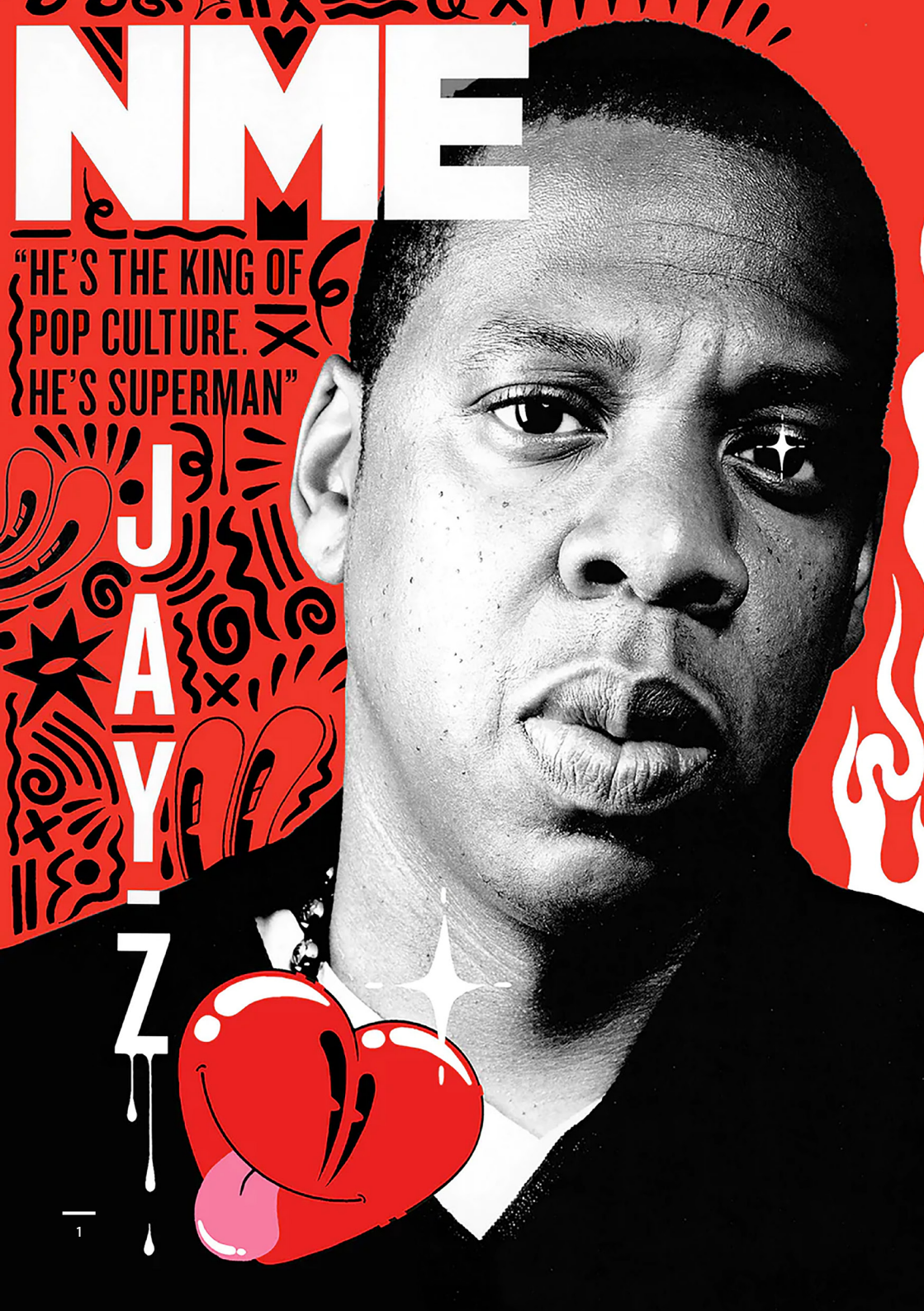
Cet ajout de forme, et surtout de couleur, donne un aspect plus joyeux et dynamique à la composition de l'image. Ils sont très souvent utilisés pour souligner le mouvement qui est en cours, effectuée par le protagoniste de la vidéo. Nous pouvons y voir une forme d'effet spéciaux, qui ajouterais une toute nouvelle dimension à nos créations : l'imaginaire.

Mais la dimension mixte c'est également plus large que cela. Nous pouvons par exemple citer les livres augmentés tel que le livre *Le médaillon d'Orion* de Poisson Fécond qui, en plus du livre qui nous plonge dans l'histoire, nous propose une bande son pour accompagner la lecture. Mais aussi les jeux et applications en réalité augmentée tel que Pokémon Go, qui nous permet de voir des petits monstres en 3D se déplacer dans notre environnement via le téléphone.

La dimension mixte est donc un mouvement, très large, qui signifie utiliser différents supports et univers dans une création.

Illustration Doodle summer vibes de Yana Kicc, source: Behance, behance.net [en ligne]





2

1. Oeuvre des Emi Records 2020, de Hattie Stewart, source: Hattie Stewart, hattiestewart.com [en ligne]

2. Roman augmenté *Le médaillon d'Orion* réalisé par Poisson Fécond, source: Ulule, [Ulule.com](https://ulule.com) [en ligne]

3. Personne en train d'attraper un pokémon apparaissant dans la rue, Application Pokemon Go, source: AdobeStock, Delphotostock [en ligne]



3

Références culturelles

Abi Connick

Abi Connick est une jeune designeuse, professeure et Youtubeuse américaine. Graphiste depuis 2019 et auto-entrepreneure à temps plein depuis 2020, Abi Connick se distingue par un style graphique très coloré, jouant sur des illustrations et des jeux typographiques. Sur sa chaîne Youtube de 193 k abonnés, Abi Connick présente le métier de graphiste, brand designer et web designer, mais également les aléas, difficultés et questions qui peuvent arriver dans ces domaines ou dans l'auto-entrepreneuriat.¹⁹

Abi Connick a gagné en popularité grâce à son style affirmé et sa capacité à partager ses compétences en faisant des vidéos inspirantes et motivantes



Photographie de Abi Connick, source: LinkedIn, Abi Connick [en ligne]

¹⁹Abi Connick, *Education, resources & courses for creatives*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Abi Connick : abiconnick.co.uk et Chaîne youtube de Abi Connick, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur YouTube : youtube.com/@abiconnick.

1. Mockup de l'identité *The Adventure Co.* par Abi Connick, 2023, source: Instagram, [instagram.com/itsabiconnick](https://www.instagram.com/itsabiconnick) [en ligne]

2. Mockup de l'identité *Bloomsbury* par Abi Connick, 2023, source: Instagram, [instagram.com/itsabiconnick](https://www.instagram.com/itsabiconnick) [en ligne]

3. Mockup de l'identité *11:11 Skin Club* par Abi Connick, 2023, source: Instagram, [instagram.com/itsabiconnick](https://www.instagram.com/itsabiconnick) [en ligne]



Aries Moross

Aries Moross est mondialement reconnue pour son travail de graphisme. Sa carrière a débuté significativement lorsqu'elle a fondé son studio de design : Studio Moross. Ce dernier lui a permis de travailler avec les plus grandes marques, telles que Nike, Adidas ou encore Sam Smith.²⁰

Son travail, alliant influence pop et design rétro, lui permet une utilisation de couleurs vives et de typographies percutantes pour ses projets.

Récompensée à plusieurs reprises, dont le prix de la Royal Society of Arts (RSA), son travail est aujourd'hui reconnu comme innovateur dans le domaine du graphisme.



Photographie de Aries Moross, source: Supa, supamodelmanagement.com [en ligne]

²⁰Aries Moross, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Aries Moross : ariesmoross.com.

1. Oeuvre conçue pour Adobe Photoshop 2021, par Aries Moross, 2021, source: Aries Moross, ariesmoross.com [en ligne]

2. Cahiers en collaboration avec Moo, par Aries Moross, source: Aries Moross, ariesmoross.com [en ligne]

3. Projet d'exposition en collaboration avec New Balance, 247 Pop Up, 2018 à Tokyo au Japon, par Aries Moross, source: Aries Moross, ariesmoross.com [en ligne]



Hayao Miyazaki

Hayao Miyazaki, né en 1941 à Tokyo, est un dessinateur, producteur et réalisateur spécialisé en film d'animation. Passionné dans son travail, Hayao Miyazaki intégra d'abord le studio Toei, puis des années plus tard le célèbre studio Ghibli.²¹

Son travail devin célèbre principalement grâce à de nombreux films tels que *Mon voisin Totoro* (1988), *Princesse Mononoké* (1999), ou encore *Le château Ambulant* (2004).

Ses films, adaptés autant aux enfants qu'aux adultes, traitent de sujets parfois sombre comme *Porco Rosso* et *l'entre-deux guerres* (1992). Son univers coloré et innocent nous plonge dans un monde non pas enfantin mais pédagogique qui nous transmet ses valeurs fondamentales tels que l'écologie, le féminisme et la curiosité de la vie.



Photographie de Hayao Miyazaki, source: 文部科学省ホームページ, web.archive.org [en ligne]

²¹Studio Ghibli France, *Hayao Miyazaki*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Studio Ghibli France : studioghibli.fr.

1. Arrêt sur image du film *Mon voisin Totoro*, 1988, réalisé par Hayao Miyazaki, source: Studio Ghibli, ghibli.jp [en ligne]

2. Arrêt sur image du film *Ponyo sur la falaise*, 2008, réalisé par Hayao Miyazaki, source: Studio Ghibli, ghibli.jp [en ligne]

2. Arrêt sur image du film *Le voyage de Chihiro*, 2001, réalisé par Hayao Miyazaki, source: Studio Ghibli, ghibli.jp [en ligne]



02

**Le
concept**

Définition du concept

Le concept premier du projet est d'être accessible. Pour mettre en place cet objectif, le projet se développe donc sous la forme de quatre axes : le kit de démarrage, la série de carnets, la plateforme communautaire et la campagne de communication sur les réseaux. Dans cette partie concept et la partie suivante de développement du projet, nous étofferons en détail les choix pris pour les axes suivants : le kit, la série de carnets et la plateforme. La campagne sur les réseaux sociaux sera quant à elle développée plus bas dans ce dossier dans une partie à part.

Le projet est avant tout la création d'une marque qui a pour but de rendre l'upcycling et les autres démarches écologiques accessibles et ludiques pour un large public. La marque porte un message positif et motivant pour ceux qui souhaitent se lancer.

Elle présente plusieurs produits et supports pour les utilisateurs afin que chacun trouve le support qui lui correspond.

Le premier support important est un kit multifonction qui vise à encourager la pratique d'une vie plus durable au quotidien. Composé d'outils indispensables pour bien débuter, ce kit s'adresse aux personnes n'ayant jamais vraiment entamé une démarche écologique et qui souhaitent avancer pas à pas. Il sera également composé de supports variés pour approfondir ses connaissances et commencer à adopter des gestes simples sans bouleverser la routine de l'utilisateur.

Le second support développé ici est une série de carnets de transition écologique. Cette série est construite sous la forme de niveaux. En d'autres termes, le tome 1 correspond à un niveau 1 en termes de connaissances sur l'écologie et de pratiques durables déjà adoptées par le lecteur. Chaque carnet permet alors d'apprendre différentes choses, plus ou moins approfondies, en fonction du tome choisi par l'utilisateur, lui permettant ainsi de suivre son évolution et d'accroître ses connaissances. Chaque carnet est entièrement personnalisable car il demande au lecteur de remplir ses défis, ses victoires, son niveau de motivation et les moments forts de son développement personnel. Ce carnet n'a pas de durée spécifique, comme pourrait l'avoir un agenda, afin de laisser au lecteur le temps nécessaire pour réaliser ses démarches.

Le dernier support est une plateforme communautaire ayant pour objectif de faciliter le partage de tutoriels, de solutions de tri, de lieux de revalorisation, etc. entre personnes motivées. Cette plateforme de tri offre un accès à toutes les possibilités de revalorisation d'un objet spécifique grâce à une barre de recherche simplifiée.

Cadrage du projet

MATRICE SWOT

Forces - Kit 360° - personnalisable - Une idée originale et innovante dans le marché - Une équipe motivée et engagée - Une identité visuelle forte et attrayante - Possibilité d'adapter le kits (entreprises, conventions, foires, etc) - Possibilité d'adapter sous différents formats de kit (grande boîte, mini-kit, etc.) pour répondre à différents besoins et budgets	Faiblesses - Tous les outils pour transformer et recycler des objets ne peuvent être mis dans un seul kit - Un manque de notoriété et de reconnaissance sur le marché - Des coûts de production et de lancement élevés - Une concurrence intense et bien établie - Une dépendance aux canaux de distribution et de vente en ligne
Menaces - Une instabilité économique et politique mondiale - Des changements de réglementations ou de lois sur l'industrie - Des risques de piratage et de violation de la vie privée des utilisateurs - Une concurrence accrue sur le marché - Une pression sur les prix et la rentabilité	Opportunités - Un marché en croissance et en évolution constante - Des tendances de consommation favorables au projet - Des opportunités de partenariats avec des marques et des entreprises similaires - Une demande croissante pour des produits écoresponsables et durables - Des opportunités de partenariats avec des influenceurs engagés

MATRICE PESTEL

Politique Il peut y avoir des réglementations spécifiques au secteur d'activité, comme des lois sur la protection des consommateurs ou des lois sur la publicité. Les lois sur la protection des données peuvent également jouer un rôle important pour la plateforme en ligne.
Économique L'état de l'économie peut avoir un impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs et sur la possibilité à dépenser de l'argent sur des produits. Les fluctuations des taux de change et des taux d'intérêt peuvent également affecter le projet.
Social Les tendances et les valeurs liées à l'écologie peuvent avoir un impact sur la demande du produit, ainsi que sur la façon dont il est perçu. L'image de la marque peut également avoir un impact social en fonction du parti pris utilisé.
Technologique Les avancées technologiques peuvent offrir de nouvelles opportunités pour le projet, mais peuvent aussi rendre le projet obsolète. La technologie peut aussi jouer un rôle dans la façon dont vous interagissez avec les clients.
Écologique Les préoccupations environnementales sont le point central du projet. Elles peuvent influencer la perception du projet et leur décision d'achat. Les réglementations environnementales ont également avoir un impact sur ce dernier.
Légal Les lois et les réglementations peuvent avoir un impact sur le projet, par exemple en matière de réglementation des produits. Des questions telles que les brevets et les droits d'auteur peuvent également être pertinentes pour le projet.

PUBLIC CIBLÉ

Cible principale

La cible principale de ce projet sont les jeunes de 10 à 24 ans. Sont également visées les personnes se sentant concernées par la crise écologique : celles et ceux qui souhaitent agir, mais aussi celles et ceux ayant déjà commencé à agir. Les très jeunes sont également visés car le projet prend part dans une volonté d'être accessibles.

Cible secondaire

La cible secondaire sont les adultes de 25 à 45 ans ayant des enfants. Ce sont également les personnes inquiètes pour l'avenir de leurs enfants (et futurs enfants).

Cible tertiaire

Le dernier cercle de cible prend en compte le tout public dans sa globalité. Conscient et impacté par l'état de la crise écologique, cette cible n'effectue pas forcément d'actions durables au quotidien mais souhaite avoir une vie saine et positive pour lui et son entourage.

Compost tenu par un homme et sa fille, source: AdobeStock, Halfpoint [en ligne]



« Je souhaite profiter
de la vie au maximum ! »

Portrait d'une étudiante, source:
AdobeStock, Yulia [en ligne]

ALIX FERMONT

Âge : 21 ans

Profession : Étudiante en lettres

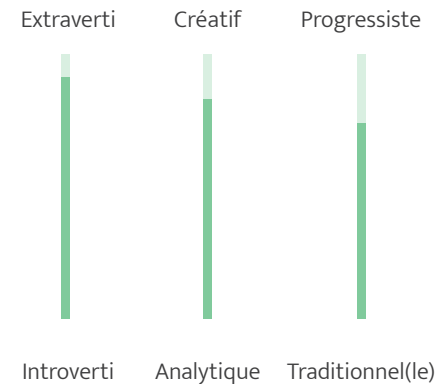
Situation familiale : En couple depuis un an

Localisation : Angers, France

Objectifs

- Faire un voyage en Australie
- Obtenir son diplôme
- S'acheter les dernières Converse sorties
- Rentrer en campagne après ses études

Personnalité



Supports de prédilection



Réseaux préférés



Biographie

Alix est née dans la campagne. Elle est partie vivre à Angers pour ses études. Entourée de quelques amis de la même école qu'elle, elle aime sortir, faire des randonnées et du shopping. Elle souhaite étudier les grands philosophes pour en écrire des livres. Elle a un chat de 2 ans appelé Nietzsche. Elle fait également du basket le weekend.

Attentes

La crise écologique a fait partie de son enfance, elle est inquiète de son avenir et ne sait pas ce qu'il deviendra. Elle sait que sans action, rien ne changera mais ne pense pas que cela viendra des politiques.

Frustrations

Elle souhaite diminuer ses impacts sur la planète mais elle ne veut pas se priver pour autant. Elle aime le shopping, sortir, manger de la viande, etc. Elle ne sait pas par où commencer et pense que certaines actions sont inutiles car sont à trop petite échelle.

Que peut lui apporter le projet ?

Le carnet peut l'accompagner dans sa démarche de transition écologique. Elle peut mettre en place des étapes petit à petit, par de petits gestes qui entrent dans ses moyens. Elle peut également les partager avec ses amis et sa famille via les réseaux sociaux.

« Il est temps de changer les choses, notre avenir à tous en dépend. »

Jeune homme souriant portant des vêtements chauds, source: AdobeStock, Kite_rin [en ligne]

TOM COURDIER

Âge : 28 ans

Situation professionnelle : Comptable en CDI

Situation familiale : Célibataire

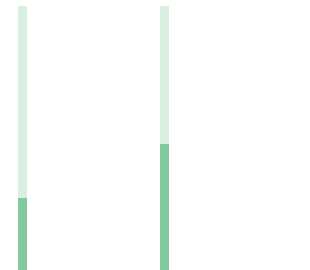
Localisation : Toulon, France

Objectifs

- Investir dans une maison avec jardin
- Trouver une petite amie
- Se lancer dans la création d'un potager
- Adopter un chat

Personnalité

Extraverti Créatif Progressiste



Introverti Analytique Traditionnel(le)

Supports de prédilection



Ordinateur



Smartphone

Réseaux préférés



Biographie

Tom est un écolo dans l'âme. La crise écologique le touche personnellement. Il mange BIO, achète local et réduit au maximum ses achats pour limiter les déchets. Il a choisi de travailler pour le parc naturel protégé de Port-Cros. Il est également engagé politiquement en suivant les programmes les plus conservateurs de la nature.

Attentes

Il souhaite trouver une routine écologique fiable qui n'ampute pas sur son quotidien. Il aimerait aussi motiver sa famille à prendre de meilleurs réflexes chaque jour. Le tout en faisant des économies car son salaire n'est pas très élevé.

Frustrations

Ses actions ne sont pas les plus efficaces. Il constate beaucoup de pertes d'efficacité dans les méthodes qu'il trouve. Il n'arrive pas à trouver d'astuces fiables à 100%. Beaucoup d'informations sont contradictoires.

Que peut lui apporter le projet ?

La plateforme permet d'avoir des réponses fiables et rapides adaptées aux différents besoins. Il peut gagner un peu d'argent en revendant des objets inutilisés. Les outils du kit lui permettent de recycler de vieux meubles sans prendre trop de place.

« La vie de mon fils m'importe beaucoup, je veux qu'il puisse découvrir le monde que je connais. »

Femme portant son bébé, source:
AdobeStock, Trendsetter Images
[en ligne]

AURÉLIE ROCHE

Âge : 36 ans

Profession : Soudeuse en arrêt maternité

Situation familiale : Mariée, jeune maman

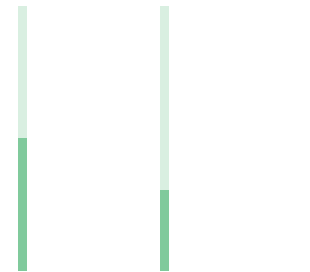
Localisation : Mougins, France

Objectifs

- Profiter de ces moments en familles
- Partir en avance en Espagne cet été
- Trouver une entreprise qui a du sens
- Finir la chambre du petit Théo

Personnalité

Extraverti Créatif Progressiste



Introverti Analytique Traditionnel(le)

Supports de prédilection



Smartphone



Livre



Livre audio



Magazine

Réseaux préférés



Biographie

Jeune maman depuis quelques mois, Aurélie a eu une réelle prise de conscience pour son bébé. Elle a emménagé dans une commune de PACA avec son mari pendant sa grossesse pour un environnement plus sain. Elle consomme BIO, n'achète pas ce qu'elle peut cuisiner elle-même et utilise des huiles essentielles.

Attentes

Elle souhaite être accompagnée dans la création de produits de soins pour son bébé, bon pour la santé. Elle souhaite être accompagnée dans de meilleurs choix de produits qui peuvent être en contact avec son bébé et qui peuvent être nuisibles.

Frustrations

Inquiète du monde qui l'entoure, beaucoup de produits quotidiens sont néfastes ou possèdent des contre-discours. Elle est également fatiguée des médias qui sont souvent négatifs et moralisateurs. Elle est inquiète que son fils ne puisse pas connaître la nature qu'elle a connue enfant.

Que peut lui apporter le projet ?

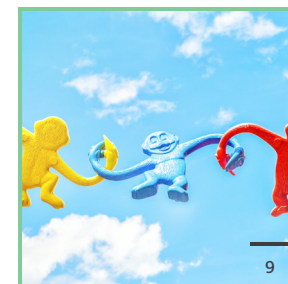
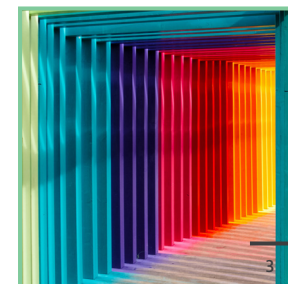
Les fiches recettes et techniques du kit apporteront des réponses à ses attentes tout en proposant un carnet permettant d'écrire son ressenti vis à vis de sa transition écologique. Elle pourra partager cette expérience avec son mari.

Identité du projet

VALEURS

Colorée
Amusant
Ludique
Positif
Accessible
Communautaire
Sensible

MOODBOARD



1. Guirlande de fanions colorés, source: AdobeStock, Oscar[en ligne]

4. Mug coloré, source: Unsplash, CURVD® [en ligne]

7. Escalier coloré source: Unsplash, Jason Leung [en ligne]

2. Bocaux en verre utilisés pour le Vrac, source: AdobeStock, Maria [en ligne]

5. Piscine à bulles colorées, source: AdobeStock, Gamelover [en ligne]

8. Course d'orientation avec des fanions, source: AdobeStock, Rawpixel.com [en ligne]

3. Couloir coloré, source: Unsplash, Robert Katzki [en ligne]

6. Un père et son fils dans une course d'orientation, source: AdobeStock, Maria Sbytova [en ligne]

9. Guirlande colorée de singes, source: Unsplash, Park Troopers [en ligne]

NAMING

Pistes de recherches

Éco-création Et après ? Vert
 Étendard Upcycling
 Oikos Éco-now Au-delà
 Marqueur d'action Cycle up Biosphère
 Éco-conception Uplife Éco-transition
 Re-valorise
 Écolife Re-crée Re-créons
 Indicateur
 Drapeau Upcoly Écho
 Rebâtir Re-cycle
 Green power Ré-invente & avançons
 Vertup Éco-génération
 Up-adapt Le kit upcyclé
 Repère Éco'adapt Ensuite
 Puis
 Vert attitude Upcyclife Re-partage
 Re-kit Green-transition Symbole
 Green-shift
 Après tout Upcology
 Pavillon Bannière



Fanions colorés, source: AdobeStock, Bruno Bleu [en ligne]

Le nom finalement choisi est fanion. Un fanion est un petit drapeau, souvent utilisé pour représenter une équipe ou un groupe. Dans le contexte du projet, cela symbolise l'unité et l'engagement d'une communauté pour la transition écologique et l'upcycling.

Le mot fanion est également associé à l'idée de lancer un signal, une alerte ou un appel à l'action. Il représente l'urgence de prendre des mesures concrètes pour l'environnement et encourage les gens à s'engager dans la transition écologique.

Enfin, un fanion c'est également un petit drapeau utilisé en guirlande pour décorer un espace lors de célébrations, qui donne une image de fête, de légèreté comme dans les goûters et anniversaires pour enfant. Il redonne ainsi un d'environnement léger, où l'on célèbre quelque chose.

Fanion a pour but d'être un mot ludique et positif, qui évoque la légèreté et le plaisir.

L'objectif est de rendre le projet plus attractif et accessible, en montrant que l'upcycling peut être amusant et créatif.

Dans l'ensemble, fanion est un nom évocateur et polyvalent qui représente le projet d'upcycling tout en encourageant les gens à s'impliquer dans la transition écologique.

BASELINE

Pistes de recherches

«Fanion, parce que chaque objet
a une seconde vie»

«Fanion, votre guide pour
une vie éco-responsable»

«La solution écologique
qui te ressemble»

«Fanion, l'upcycling à portée de main»

«Fanion, fun et ludique»

«Fanion, créez plutôt que jetez»

«Upcyclez facilement avec Fanion»

«La solution durable de
demain, aujourd'hui»

«Recyclez malin
avec Fanion»

«Fanion, votre passeport pour un monde plus vert»

«Soyons éco-stylé»

«Fanion, l'upcycling sans prise de tête»

«à votre mesure»

«Rejoignez le mouvement Fanion
pour un monde plus durable»

«Fanion, une seconde vie pour vos objets»

«Fanion, transformez vos objets en héros écolos»

«La transition écologique
à portée de main»

«Donnez une seconde vie
à vos objets avec Fanion»

«Fanion, le kit écolo
qui change tout»

La volonté de cette baseline est de promouvoir un message positif et léger. Le but est de donner envie aux consommateurs de se lancer, en donnant l'impression que l'écologie est accessible à tous, sans implication contraignante. Après plusieurs pistes de recherche, le choix final fut la baseline suivante :



**Des astuces éco-fun pour
une vie plus verte.**

Cette baseline est composée tout d'abord d'un jeu de mots qui donne le ton général que la marque va utiliser tout au long du projet. Elle comporte également les termes « une vie plus verte » pour mettre des mots sur l'objectif global de l'identité. Enfin, l'utilisation du mot « astuce » n'est pas anodine. Le mot est volontairement léger pour laisser transparaître que ce sont des petites choses à faire au quotidien qui facilitent la vie.

Pneu transformés en pot à cactus,
source: AdobeStock, SvetlanaSF
[en ligne]



03

**Le
projet**

Recherches de l'identité

Pistes du drapeau



Mockup de trousse de toilette, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Pistes typographique



Mockup de tote bag, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Pistes du parcours



Mockup de pochette en coton, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]



Plusieurs pistes sont testées pour cette identité. Les recherches se tournent principalement vers des polices bold, imparfaites et des illustrations légères. La première piste est une recherche directe liée au nom du projet, afin d'avoir un symbole directement lié au fanion. La seconde piste, plus typographique, a pour but d'avoir une marque qui plaît à un large public, en proposant une identité plus sobre tout en ayant une police d'écriture imparfaite. La troisième piste se place sur l'idée d'un parcours réalisé pendant une transition écologique. Le choix final se porte alors sur la troisième piste de recherche. C'est en effet la piste qui s'avère la plus intéressante pour la suite.

Charte graphique

LOGO

Le logo est composé de plusieurs points. Tout d'abord, la police d'écriture choisie est grasse, pour avoir une présence marquée. Elle est également imparfaite pour rappeler l'aspect manuel des tutoriels proposés par la marque. fanion n'a pas de capital volontairement. Le mot est construit en bas de casse uniquement pour rester simple et épuré. Cela permet aussi de construire le logo avec des lettres restant uniformes les unes par rapport aux autres.

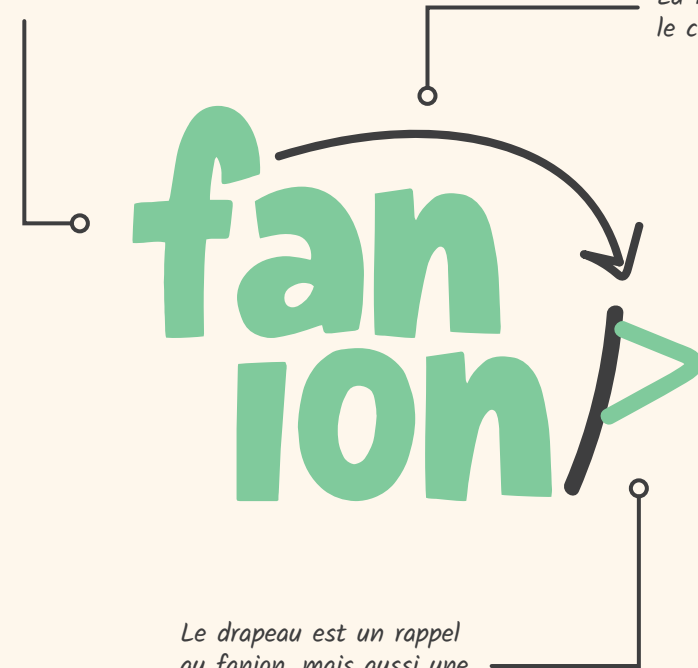
Le drapeau est un rappel direct aux fanions. Il est placé ici pour marquer un point d'étape dans le parcours d'une transition écologique.

La flèche, allant du mot fanion à un drapeau, est une image pour montrer que fanion permet d'aller d'une étape à une autre, d'un drapeau à un autre. C'est une référence aux courses d'orientation.

L'objectif de ce logo est donc de montrer que la marque accompagne dans la transition écologique, à chaque étape.

La police d'écriture utilisée est imparfaite, ce qui donne un effet « fait-main »

La flèche symbolise le chemin à parcourir



Le drapeau est un rappel au fanion, mais aussi une étape à atteindre



VERSIONS ALTERNATIVES

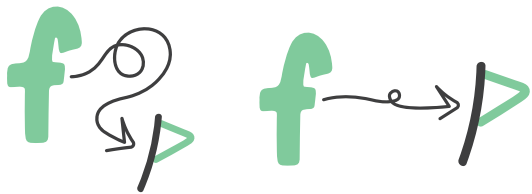
Les versions alternatives sont utilisées pour certains cas de figures et variation de l'utilisation de la marque. Sur le site internet par exemple, fanion n'est pas écrit entièrement. Une version du logo contractée est utilisée pour mettre en avant l'aspet chemin à parcourir, avec la flèche. Cette version sera également utilisée pour les différents réseaux sociaux. Une version horizontale a également été pensée pour les documents administratifs.



Version utilisée
pour les réseaux sociaux

Mockup d'étiquette, source:
Mockup design, mockups-design.
com [en ligne]

Logos alternatifs contractés



Logo alternatif horizontal



COULEURS PRINCIPALES

Les couleurs principales sont divisées en deux parties. Tout d’abord, nous avons les couleurs neutres. En effet, il n’y a pas de noir 100% dans la charte. C’est un gris foncé qui est utilisé pour économiser l’encre.

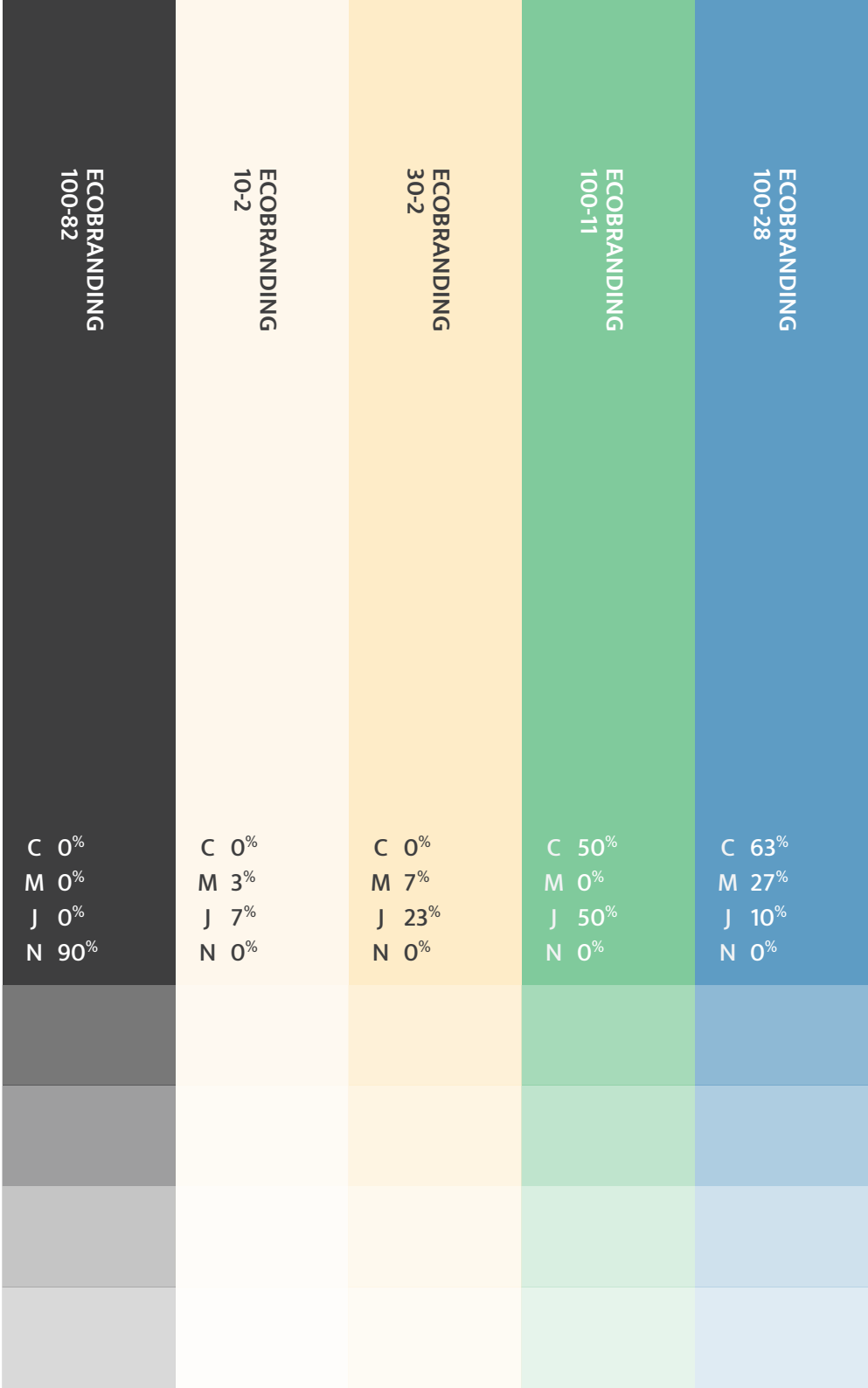
Pour le blanc, nous restons sur le blanc 100% qui évite au maximum la quantité de surface imprimée sur les supports. Pour les supports numériques, il a été choisi d’utiliser un beige. Cette couleur se rapproche des tissus en tons utilisés dans les objets durables. C’est aussi un moyen d’éviter le blanc qui est trop énergivore pour les écrans.²⁵

Deux couleurs principales ont été choisies. Tout d’abord le vert qui est une référence directe à l’environnement et les actions écologiques. Nous avons également un bleu profond qui fait référence à la nature également (le ciel, la mer) mais qui est aussi une couleur douce, plus facile à utiliser selon les supports. Le but ici n’est pas d’utiliser du vert à l’excès, ce qui pourrait freiner le consommateur.

L’intégralité des couleurs choisies dans le cadre de ce projet sont des couleurs venant de la palette Ecobranding, proposée par l’agence de communication du même nom. Cette palette propose des couleurs à impact réduit sur l’environnement. Elle met en avant des couleurs ayant le moins de mélanges CMJN possibles.²⁶

²⁵Studio Persephonia, *Les éco-couleurs web*, créé par Studio Persephonia [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Studio Persephonia : studio-persephonia.fr.

²⁶Eco Branding, *Ecobranding CMYK Color Guide to use less ink simply*, [En ligne, consulté en Décembre 2022], consultable sur Eco Branding: ecobranding-design.com.



COULEURS SECONDAIRES

Les couleurs secondaires sont très vives et s'ajoutent aux autres couleurs pour former un univers voyant et lumineux. Ces couleurs seront utilisées dans les éléments graphiques afin d'avoir une identité très forte et reconnaissable. Ces couleurs viennent également de la palette Ecobranding.



ICONOGRAPHIE

L'iconographie est composée en grande majorité de stickers. Ce choix très visuel permet de donner un ton léger et ludique à l'ensemble. Très colorés et en flat design, ces stickers ont pour objectif d'attirer l'attention. Certains sont liés à l'écologie, comme le ruban de Moebius et d'autres sont porteurs de message positif tel que : « Réinvente ton futur ». L'objectif est donc d'arborer un message joyeux et léger.

Des chemins en pointillés sont également utilisés dans cette identité. Il symbolise l'avancée et le chemin à parcourir avec fanion. L'avion en papier est aussi une référence à ce voyage réalisé, qui est dans le mouvement.

Cette charte graphique a pour but d'être éclatante de bonne humeur afin de partager un message moins culpabilisant à son public. L'ensemble de ces éléments permet par ailleurs une adaptabilité du design en fonction des différents supports.







Axe 1. Série de carnets

LE CONCEPT

Cette série de carnets propose un accompagnement personnalisé aux personnes voulant avoir un quotidien plus écologique. Chaque carnet possède plusieurs catégories :

-  Lexique : Définitions à savoir.
-  Tutoriel / DIY : Pour faire soi-même certains objets upcyclé chez soi, en voyage, au travail, etc.
-  Recettes : Pour remplacer les produits achetés dans le commerce.
-  Actualités : Les dernières actualités à savoir au moment où le carnet est sorti.
-  Pour en savoir plus : Une sélection de supports divers en fonction du niveau du lecteur.
-  Biographie : Présentation de personnalité à connaître dans les domaines liés à l'écologie.
-  Défis : Planche de défis à réaliser par le lecteur.
-  Victoire : Planche de récompense après avoir réussi les défis.

Ces différentes pages prennent le temps d'expliquer des notions importantes en écologie, des actions à réaliser par tous et surtout un axe de personnalisation. En effet, chaque page de défis et de récompenses possèdent des espaces vide afin que le lecteur puisse remplir lui-même ce qu'il souhaite réaliser, sur combien de temps et quelle récompense il va pouvoir obtenir. Chaque personne ayant des motivations différentes, il est important que cette option soit dans le carnet pour garder motivé le lecteur.



Mockup de carnet avec élastique, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

DÉVELOPPEMENT GRAPHIQUE

Les différents niveaux

La série se divise en différent tome. Chaque tome est équivalent à un niveau dans la transition écologique. Le tome 1 par exemple, propose la base de la transition pour une personne commençant de zéro sa démarche. Ainsi, personne n'est obligé de commencer au tome 1, si ce dernier est déjà dans une démarche écologique. Pour déterminer quel carnet est équivalent à quel niveau de connaissance, une page de question / réponse sera disponible à la fin de chaque carnet.

Afin de rendre ces niveaux plus compréhensibles, chaque tome possède une thématique et chaque niveau s'accordera à cette dernière. De plus, les niveaux ne seront pas nommés avec des chiffres. Le but n'est pas de classer les différents lecteurs en fonction de leur niveau, mais plutôt de les motiver à passer une étape, dans l'ordre qu'ils souhaitent. Les carnets seront de plus en plus complexes et poussés dans la démarche écologique, mais si une personne souhaite commencer par le tome 7, elle en a la possibilité et ne sera pas perdue dans ce dernier.

Les 10 premiers niveaux ont été réfléchis et illustrés sous forme de badge. Acquis à la fin du carnet, ces niveaux seront donnés sous la forme d'un sticker pour valider cette étape et récompenser le lecteur. Ils utilisent les champs lexicaux du jeu vidéo et du jeu de rôle et le champ lexical de la nature afin de créer des niveaux compréhensibles de tous et représentant la thématique du tome.



Tome 1 : Esprit éco-malin

Débuter facilement
sans pression



Tome 2 : Récupérateur inspiré

Découverte et mise en
pratique de l'*upcycling*



Tome 3 : Détective astucieux

Autonomie d'apprentissage
et vérification des sources



Tome 4 : Chasseur de pollution

Remplacer les polluants
de son quotidien



Tome 5 : Mage des transports

Optimisation des transports
et déplacements



Tome 6 : Sentinelle de la nature

Sensibilisation aux moyens
de protéger la biodiversité



Tome 7 : Chercheur d'alternative

Découvertes des solutions
et technologies possibles



Tome 8 : Nécromancien des déchets

Optimisation des trois R :
Réduire, Réutiliser, Recycler



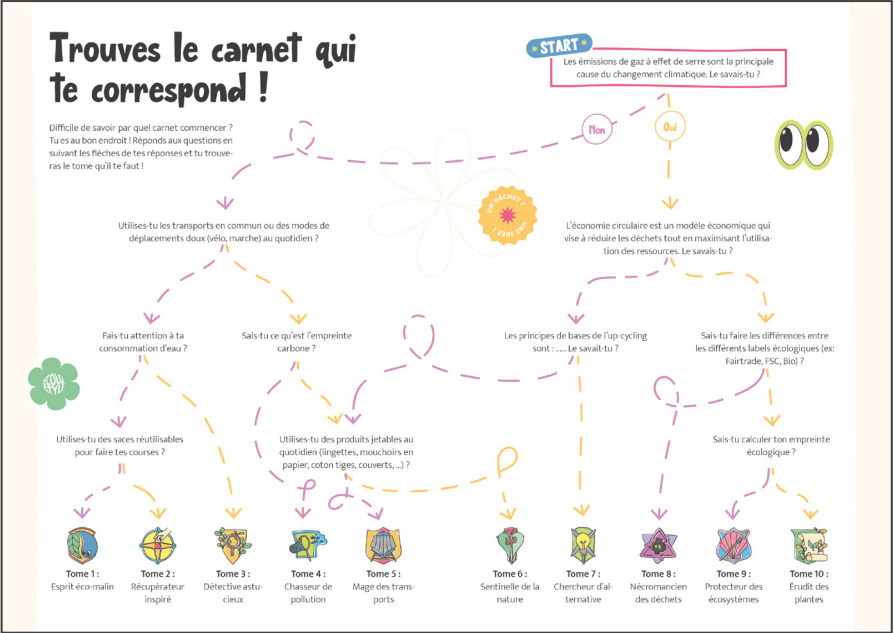
Tome 9 : Protecteur des écosystèmes

Développement
communautaire d'actions



Tome 10 : Érudit des plantes

Apprentissage de ce que la
nature nous apporte



Mockup de carnet à coin arrondi, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

La couverture du carnet

La série de carnets met en avant un design accrocheur pour se démarquer des autres livres du rayon nature, développement durable, dans lequel il sera placé. Plein de couleurs et en papier kraft sur la couverture, ce dernier a pour volonté d'interpeller le consommateur.

Le nom du carnet est : *Mes aventures pour une planète plus verte !*. La volonté première est d'avoir une référence au fait que ce sont les lecteurs qui vont agir, qui prennent la décision de faire cette transition écologique. L'utilisation du terme « mes aventures », permet alors de présenter cette démarche comme quelque chose de nouveau, une découverte, tout en restant ludique. Le second objectif du nom est de rappeler le but de ce carnet. L'utilisation des termes « pour une planète plus verte » explique alors la volonté d'agir pour la planète. Néanmoins, le carnet ne dit pas être la seule solution pour préserver notre planète. C'est en effet une des solutions, une action qui s'ajoute au reste, mais qui ne veut pas se définir comme la solution à tous les problèmes que l'on rencontre.

La tranche est colorée et chaque tome possède une couleur différente. La couleur est en biais afin de montrer la couleur suivante et précédente des carnets en question pour faciliter le rangement dans le bon ordre de progression.

Mockup de carnet avec élastique, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]



Tranche des dix premiers tomes de la série de carnet, *Mes aventures pour une planète plus verte !*





L'intérieur du carnet

Chaque carnet est composé en moyenne de 68 pages. Cela peut varier en fonction des tomes et des thématiques abordées. Un fil de fer a été créé pour visualiser la mise en place des différentes thématiques présentées plus haut. Les pages seront toujours construites deux par deux, afin de laisser de la place à la lecture et aux zones de remplissage du lecteur. Les différentes thématiques reviendront plusieurs fois dans le carnet à différents endroits, dans le but de faciliter et d'alléger la lecture.

Chaque thématique se verra attribué une couleur, qui sera ainsi utilisée à chaque fois pour plus de lisibilité. Ainsi, nous pouvons retrouver :

-  Victoire
-  Pour en savoir plus
-  Tutoriel / DIY
-  Biographie
-  Recettes
-  Défis
-  Actualités

Couverture Page 0	BLANC Page 00	BLANC Page 00	Page de garde Page 1	Edito Page 2	Sommaire Page 3	BLANC Page 4	Intro Page 5	Intro Page 6	Pub site fanion Page 7
Lexique Page 8	Lexique Page 9	Actu Page 10	Actu Page 11	Actu Page 12	Actu Page 13	Comment débiter Page 14	Comment débiter Page 15	Défis Page 16	Défis Page 17
Victoire Page 18	Victoire Page 19	Victoire Page 20	Victoire Page 21	Recette / Tuto Page 22	Recette / Tuto Page 23	Pour aller plus loin Page 24	Bio Page 25	Actu Page 26	Actu Page 27
Recette / Tuto Page 28	Recette / Tuto Page 29	Défis Page 30	Défis Page 31	Victoire Page 32	Victoire Page 33	Recette / Tuto Page 34	Recette / Tuto Page 35	Recette / Tuto Page 36	Recette / Tuto Page 37
Recette / Tuto Page 38	Recette / Tuto Page 39	Pour aller plus loin Page 40	Bio Page 41	Pour aller plus loin Page 42	Bio Page 43	Actu Page 44	Actu Page 45	Défis Page 46	Défis Page 47
Victoire Page 48	Victoire Page 49	Recette / Tuto Page 50	Recette / Tuto Page 51	Recette / Tuto Page 52	Recette / Tuto Page 53	Défis Page 54	Défis Page 55	Victoire Page 56	Victoire Page 57
Pour aller plus loin Page 58	Bio Page 59	Notes Page 60	Validation carnet Page 61	Question niveau Page 62	Question niveau Page 63	Info' imprimeur Page 64	BLANC Page 000	BLANC Page 000	Couverture Page 0000

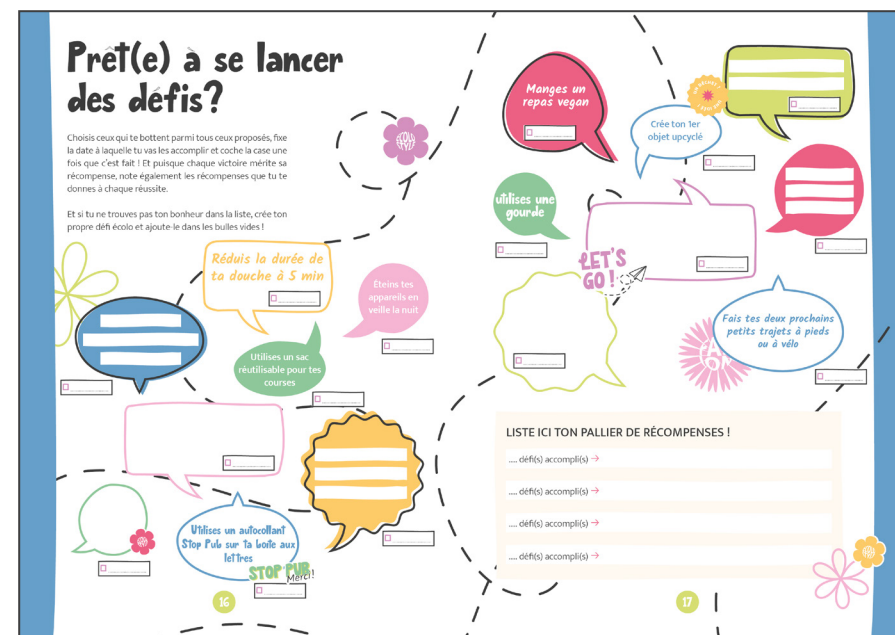
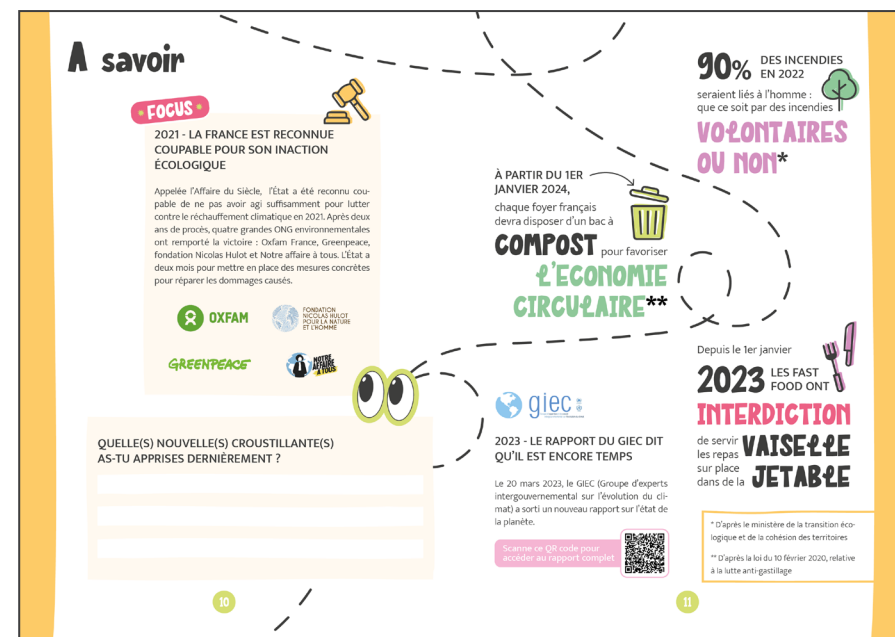
Pour voir plus en détail le chemin de fer du premier tome, source: Figma, figma.com [en ligne]



Détail des pages

Les différentes pages sont composées de plusieurs caractéristiques. Tout d'abord, le bord des pages est coloré de la thématique correspondante. Seule la page « victoire », étant plus personnelle pour le lecteur, possède un fond entièrement vert et les bords beiges. Les pages possèdent un chemin tout au long des pages, illustré par le pointillé. Il symbolise l'avancée dans la lecture du carnet. Les zones blanches sont celles à remplir par le lecteur. Il peut ainsi ajouter de nombreuses pensées, actualités, victoires, etc pour prendre pleine possession de son livre. Il y a également des zones pour dessiner, coller des images ou encore colorier. C'est un carnet qui se veut créatif et satisfaisant à remplir.

Les pages sont colorées et remplies d'éléments visuels pour accrocher le lecteur. Le ton est joyeux, dynamique et invite à continuer la lecture. Des éléments de textes sont mis en gras et en couleur pour attirer sur des notions importantes. Des jeux de mots légers sont utilisés pour rendre la lecture plus agréable.





1. Mockup de carnet à coin arrondi, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

2. Mockup de carnet à coin arrondi, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

POINT TECHNIQUE

Dans la conception de ce carnet, une attention particulière a été portée à la technique. En effet, dans le cadre d'un projet durable comme celui-ci, il est important de voir ce qui est possible dans le monde de l'édition de livre.

Il existe plusieurs maisons d'édition qui valorise les projets durables et éthiques telles que : Argyll, Exemplaïre, Maison Eliza, La cabane bleue ou encore IGB Édition²⁷. Le choix final s'est tourné sur La cabane bleue, ayant une ligne éditoriale proche du projet et une production française, éthique et éco-conçue.

Le choix de cette maison d'édition permet d'obtenir des labels de qualité et de production à impact réduit. La cabane bleue permet une impression labellisée Imprim'Vert. Ce label réduit l'impact écologique en utilisant un traitement responsable des déchets, de l'encre végétale, une optimisation des transports, etc. La maison d'édition utilise également du papier Européen certifié PEFC ou FSC afin de garantir la gestion durable de nos espaces forestiers. Enfin, la couverture n'est pas pelliculée de plastique. En effet, un papier plus épais est utilisé pour rester en bon état.²⁸



Le carnet est un format A5 et est conçu en impression numérique. Le papier intérieur est composé de papier recyclé d'une épaisseur de 100 g/m². La couverture extérieure est rigide et fabriquée en carton recyclé. La reliure est réalisée en dos carré collé. En ce qui concerne les finitions, aucun pelliculage n'est appliqué sur le carnet. Cependant, un signet et un élastique de fermeture seront inclus.

²⁷Labo de l'édition, *Éco-conception, éthique, solidarité... 7 maisons d'édition innovantes et alternatives qui font bouger les lignes*, 2021, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Labo de l'édition : labodeledition.parisandco.paris.

²⁸La cabane bleue, *On s'engage !*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur La cabane bleue : editionslacabanebleue.com.

Logo La cabane bleue, source: La cabane bleue: editionslacabanebleue.com [en ligne]



Mockup de carnet avec élastique, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Axe 2. Kit de démarrage

LE CONCEPT

Le kit de démarrage est un kit complet pour se lancer dans une démarche de transition écologique. Il contient tous les supports et outils nécessaires pour débuter. Il est conçu pour ceux ne sachant pas par où commencer et ceux n'ayant pas les bons outils et la place pour les avoir. Les supports compris dans ce kit sont multiples.

-  Le tome 1 de *Mes aventures pour une planète plus verte !*
-  Des fiches
-  Un couteau suisse
-  Une huile essentielle de citron ou de lavande
-  Des gants de protection
-  Des stickers variés
-  Une éponge, des serviettes, des essuies-tout et un recouvre-bol réutilisables
-  Un tote bag et des pochettes



Mockup de boîte d'envoi, source:
Mockup design, [Free box mockup/](#)
[95x60x25 mm](#), [mockups-design.](#)
[com](#) [en ligne]

DÉVELOPPEMENT GRAPHIQUE

Fiches mémos et informatives

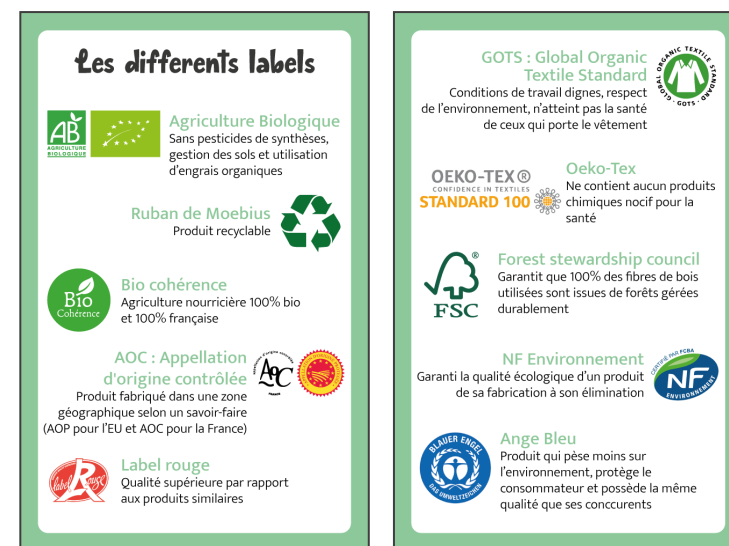
Les fiches présentes dans le kit ont pour but de servir de moyen mnémotechnique au lecteur. De nombreuses thématiques sont abordées telles que :

- Les choses à savoir : Les différentes poubelles de tri, les labels et leurs significations, etc.
- Les fiches techniques : Tout savoir de l'huile essentielle de lavande, Tout savoir de l'huile essentielle de citron, Tuto pour faire un shampoing solide, etc.
- Les fiches à compléter par le lecteur : Fiche des fruits et légumes de saisons, Mémo à retenir, Liste des podcasts, livres, ou autre que le lecteur souhaite voir, etc.

Les fiches prennent en majorité la taille d'une carte de 85x55 mm, mais certaines peuvent également avoir un format A4 (297x210 mm). Le fait d'avoir des fiches à remplir par le lecteur permet de les adapter à sa localisation. Par exemple, les fruits et légumes de saisons varient en fonction de la localité du lecteur. Cela permet aussi de l'impliquer dans l'utilisation de ces dernières.

L'intégralité de ces fiches sont en papier ensemencé avec une impression à l'encre végétale. Ainsi, si une carte est perçue comme inutile pour le lecteur, ce dernier pourra la planter et avoir des fleurs pollinisatrices ou de menthe. Le grammage est de 140 g/m² pour pouvoir y contenir les graines.

Mockup de carte de visites, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]



Le couteau suisse

Nombreuses sont les personnes n'ayant la place et l'envie d'avoir une caisse à outil dans son logement. C'est pourquoi fanion propose un couteau suisse. Outil indispensable lors de camping en plein air, il permet un gain de place considérable.

Pour recycler et *upcycler* certaines affaires, il peut être utile d'avoir un tournevis ou encore un dénudeur de fils. Il existe de nombreuses marques de couteaux suisses dont les plus connues sont Swiza et Victorinox. Le choix final s'est tourné sur Victorinox car ce dernier propose un couteau suisse en bois de noyer. La production de ces couteaux est en Suisse et possède une politique environnementale fournie. En effet, l'entreprise possède de nombreux labels dont le label *Schweizerische Umwelts-tiftung* (Fondation suisse pour l'environnement) depuis 2008, mettant en avant la durabilité de leurs produits.²⁹

Le couteau Spartan Wood possède 10 fonctionnalités :

-  Petite lame
-  Tournevis de 6 mm
-  Décapsuleur
-  Tournevis de 3 mm
-  Poinçon alésoir
-  Tire-bouchon
-  Grande lame
-  Anneau
-  Dénudeur de fils électriques
-  Ouvre-boîtes



VICTORINOX

En raison de la présence de cet outil qui peut être dangereux, le kit possède « une mention interdit aux moins de 18 ans ».

²⁹Victorinox, *Protection de l'environnement*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur [Victorinox : victorinox.com](https://victorinox.com).

Logo de la marque Victorinox, source: Victorinox, victorinox.com [en ligne]



Couteau suisse Spartan Wood de la marque Suisse Victorinox, source: Victorinox, *Spartan Wood*, victorinox.com [en ligne]

L'huile essentielle

Les huiles essentielles sont très souvent utilisées dans les recettes de produits ménagers et cosmétiques pour leurs vertus. Elles sont un concentré naturel de plante, permettant avec quelques gouttes, de parfumer tout en désinfectant un nettoyant pour le sol, par exemple. Pour fanion, deux huiles essentielles ont été sélectionnées pour laisser le choix au consommateur en fonction de sa préférence.

L'huile essentielle de lavande, possède de nombreuses vertus pour la santé. Elle permet d'atténuer les piqûres d'insectes et les douleurs musculaires. Elle peut être utilisée dans des soins capillaires, mais aussi pour la peau grâce à ses propriétés réparatrices. Elle peut aussi être utilisée pour le ménage, laissant une odeur apaisante et relaxante.³⁰

L'huile essentielle de citron, possède quant à elle des propriétés antiseptiques, antibactériennes et antivirales. Elle peut être utilisée dans les produits ménagers, mais peut aussi être utilisée en cuisine pour assaisonner un plat. Elle est en effet connue pour ses propriétés fortifiante et purifiante de l'organisme.³¹

Pour choisir le fournisseur de ces huiles, de nombreuses marques ont été observées telles que : Avril, Onatera, Vo-shuiles, Aroma-zone ou encore Pure essentiel. Le choix se porta sur Aroma-zone qui, en plus de vendre des huiles essentielles, se spécialise dans la vente d'ingrédient et d'outils de fabrication de cosmétiques et produits ménagés naturels. Cette marque possède les mêmes valeurs que fanion dans son identité et sa communication. Les huiles essentielles sélectionnées possèdent également le label cosmétique BIO et le label Agriculture biologique, Ecocert FR-BIO-01.

AROMA = ZONE

³⁰Aroma-zone, *Huile essentielle de lavande aspic BIO*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Aroma-zone : aroma-zone.com.

³¹Aroma-zone, *Huile essentielle de citron de sicile BIO*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Aroma-zone : aroma-zone.com.

Logo de la marque Aroma-zone, source: Aroma-zone, aroma-zone.com [en ligne]

Huile essentielle de citron et huile essentielle de lavande, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023



Les gants de protection

Lorsque nous bricolons ou fabriquons quelque chose, il est important de se protéger. Les mains étant les premières touchées, mettre des gants est donc une priorité. Peinture, clous, produits décapants ou encore écharde, les risques sont multiples. Il a donc été choisi de prendre des gants de manutention, qui sauront protéger de la plupart des risques cités.

Parmi les différentes marques proposant des gants de manutentions, nous pouvons par exemple citer : Maxi Buro, Manutan, Weldom et Seton. Le choix pour ce projet sont les gants de manutention en coton Edge® 76-100 Ansell de Seton. Ces derniers possèdent plusieurs qualités.

Tout d’abord, ils sont ambidextres, ce qui facilite leur utilisation. Ils sont également adaptés à un port prolongé et favorise la respiration des mains et limitent les frottements. Ils sont aussi adaptés à des travaux manuels et la manipulation de pièces délicates. Les gants sont en coton, lavables et réutilisables.³²



³²Seton, *Gants de manutention en coton Edge® 76-100 Ansell*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Seton : seton.fr.

Logo de la marque Seton, source: Seton, seton.fr [en ligne]

1



- 1. Gants de manutention de la marque Seton, source: Seton, *Gants de manutention en coton Edge® 76-100 Ansell*, seton.fr [en ligne]
- 2. Femme qui coupe des branches en portant des gants de manutentions, source: AdobeStock, Valerii Honcharuk [en ligne]

2



Les stickers

Les stickers sont un très bon moyen de communiquer avec une audience large. Dans le cadre de l'utilisation du kit, cela permet un ton ludique et léger. De plus, en misant sur l'esthétique et l'identité assumée, l'objectif de fanion est de proposer une marque que le consommateur voudra mettre sur ses objets du quotidien.

Le kit est composé de deux planches de stickers pour décorer ses objets personnels, de stickers coupés à la forme plus grands et plus résistant pour des objets tels que des gourdes et un sticker pour la boîte aux lettres, afin de stopper l'arrivée des publicités.

De nombreuses marques proposent l'impression de stickers : Exaprint, Vistaprint, Moo, EasyFlyer, StickerGreen, etc. Parmi ce choix, c'est l'entreprise StickerGreen qui a été choisie. La marque propose une large gamme de stickers fabriqués en France, éco-conçus. L'entreprise valorise les choix éthiques et durables. Elle est par ailleurs membre de l'association *1% for the planet*.³³



Les stickers sont imprimés sans pelliculage afin de limiter au maximum leur impact carbone.

³³StickerGreen, *Nous voulons devenir la première imprimerie carboneutre*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur StickerGreen : stickergreen.com.

Logo de la marque StickerGreen, source: StickerGreen, stickergreen.com [en ligne]



1. Mockup d'une planche de stickers format A6, source: Mockup design, *Minimalistic A6 flyer mockup*, mockups-design.com [en ligne]
2. Mockup de gourde avec des stickers collés dessus, source: Sachanati, *Free Steel Bottle Mockup*, sachanati.com [en ligne]

Les supports en tissus

La cuisine et la salle de bain sont les premiers espaces où nous pouvons réduire considérablement nos déchets. L'utilisation de film transparent, d'essuies-tout, de coton démaquillant ou encore les éponges, sont souvent composés de produits chimiques et ont une durée de vie très courte. Le kit de fanion est conçu pour les personnes partant de zéro dans leur transition écologique. Il est donc important de proposer des produits utilisables dès l'ouverture du kit. Cela permet de mettre en action le consommateur et de l'accompagner avec des actions simples du quotidien. Ces produits lavables ont une durée de vie plus longue et ne possèdent aucun produits toxiques.

Afin de créer ces supports, un tissu a été créé avec l'identité visuelle de fanion. De nombreuses marques proposent une impression personnalisée de coton tel que : Mondial Tissus, Etsy, CotonBee, Contrado ou encore EasyFlyer. Le choix a été de prendre un tissu de CotonBee. La marque propose un coton BIO certifié GOTS (conditions de travail dignes, respect de l'environnement et n'atteint pas la santé de ceux qui porte le vêtement) et OEKO-TEX (ne contient aucun produits chimiques nocif pour la santé). Elle plante également des arbres à chaque commande de tissus.³⁴

Les autres tissus, élastiques et filets utilisés pour la conception de ces supports en tissus sont à base de produits upcyclés. Le fil est en coton BIO.

COTTONBEE

³⁴CottonBee, *Technologie d'impression verte avec une faible consommation d'eau, d'énergie et de produits chimiques* [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur CottonBee : ctnbee.com

Logo de la marque CottonBee, source: CottonBee, ctnbee.com [en ligne]



Mockup de tissus en coton, source: Mockup design, *Free fabric mockup*, mockups-design.com [en ligne]



1



2



3

1. Supports en tissu du kit, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023

2. Lingettes en coton pour le visage, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023

3. Sachet en coton, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023

Le tote bag et les pochettes

Pour faciliter le rangement des produits fanion, des pochettes en tissus ont été cousues. Elles sont faites du même tissu que les supports précédents. Elles peuvent être également utilisées lors d'achats en vrac, ou tout autre rangement.

Un tote bag est aussi proposé dans ce kit. Symbole du mode de vie durable, le tote bag est très souvent utilisé pour de la communication indirecte. Le tote bag est un support intéressant pour partager ses idées sur l'écologie, avec un visuel attractif et ludique.

Le tote bag ici présent utilise un visuel de stickers sur les trois règles du recyclage. Aux yeux de fanion, ces mots doivent faire partie de notre quotidien et donc être visibles de tous.

Comme pour les stickers, de nombreuses marques proposent des tote bag personnalisés : EasyFlyer, Vistaprint, Exaprint, Les mouettes vertes, Bagart, etc. Le choix de fanion s'est tourné sur Bagart. Leur tote bag est fabriqué à partir de coton BIO, tissés et imprimés en France. Il est également certifié GOTS (conditions de travail dignes, respect de l'environnement et n'atteint pas la santé de ceux qui porte le vêtement).

Bagart

³⁴Bagart, *Tote Bag BIO, Tissé confectionné et imprimé en France 250 GR/M²* [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Bagart: [bagart.fr](https://www.bagart.fr)

Logo de la marque Bagart, source: Bagart, [bagart.fr](https://www.bagart.fr) [en ligne]

Mockup de tote bag, source: Mockup design, *Hanging tote bag mockup*, [mockups-design.com](https://www.mockups-design.com) [en ligne]



L'emballage

Afin d'emballer ce kit, plusieurs options se sont offertes : Sac, Tote bag, Boîte en carton, etc. Dans le but de protéger au maximum les produits tels que les bouteilles en verre des huiles essentielles, le choix a été la boîte en carton. Cet emballage permet une facilité de mise en rayon dans les magasins revendeurs.

Pour ne pas perdre de vue l'objectif durable du kit, une recherche sur les imprimeurs d'emballage de ce type a permis de lister les entreprises suivantes : Exaprint, Packhelp, Vistaprint, Helloprint, Coqli, et de nombreuses entreprises dans le secteur. Pour fanion, la boîte est imprimée par l'entreprise Coqli. C'est une marque qui produit localement dans le nord de la France et durablement. L'entreprise favorise les impressions à petits exemplaires. Elles utilisent du carton ondulé, qui permet de réduire la quantité de matière première. C'est également une entreprise certifiée en France via trois labels : le Coq Rouge (French Tech), le Coq Bleu (French Lab) et le Coq Vert (Communauté du Coq Vert).³⁵

La boîte est pensée pour attirer le regard. Elle possède une flèche faisant le tour de la boîte pour finir sur le logo de la marque. À l'arrière de cette dernière sont décrits les informations sur le kit, la présentation du contenu, des labels et les mentions obligatoires.



La boîte est composée d'une base blanche à l'extérieur et d'un aspect naturel à l'intérieur.

³⁵Coqli, *Nous n'avons pas besoin de planter des arbres pour être éco-responsable...* [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Coqli: coqli.fr

Logo de la marque Coqli, source: Coqli, coqli.fr [en ligne]



Mockup de boîte d'envoi, source: Mockup design, *Free box mockup/95x60x25 mm*, mockups-design.com [en ligne]

POINT TECHNIQUE

Pour conclure sur le kit de transition écologique, ce dernier présente plusieurs axes de développement techniques. De la conception à l'impression, en passant par les matières premières utilisées, chaque produit favorise la durabilité. Ces produits mettent en avant les différentes possibilités existantes pour vivre de manière plus durable et de les tester directement.

Ayant déjà de nombreuses entreprises qui travaillent dans ces différents domaines telles que la manutention, les cosmétiques, ou encore la bagagerie, il est intéressant de privilégier les partenariats avec derniers. Cela permet de profiter des labels existants et de l'image de marque qu'ils ont développé afin de faire connaître fanion.

Enfant se donnant une pousse,
source: AdobeStock, Pahis [en
ligne]



Axe 3. Plateforme communautaire

LE CONCEPT

Quand on se lance dans une démarche écologique, il est difficile de savoir quoi faire avec certains objets inutilisés. Les tutoriels sont multiples, mais il n'est pas chose aisée que de trouver le tutoriel qui nous convient, qui possède assez d'image pour montrer les différentes étapes, ou assez d'explications des matériaux nécessaires. Certains objets très spécifiques n'ont pas forcément d'indications pour savoir comment s'en débarrasser facilement et écologiquement. Sans compter que les plateformes partagent souvent des actions difficiles à faire en appartement.

C'est pour répondre à ces nombreuses problématiques que la plateforme fanion a été pensée. Le but de cette dernière est de faciliter la recherche de solution écologique et durable pour la fin de vie - ou nouvelle vie - d'un objet.

L'objectif est donc de proposer un blog communautaire, filtré par une barre de recherche. À partir du nom de l'objet, seront affichées diverses catégories :

-  Comment le transformer
-  Où le donner
-  Où le vendre
-  Où le trier

Nommé *Réseau éco-partage* ce service sera disponible dans le header du site de fanion via un bouton. Le reste du site sera pour présenter la marque et mettre en avant les autres productions de fanion, en tant que site marchand.



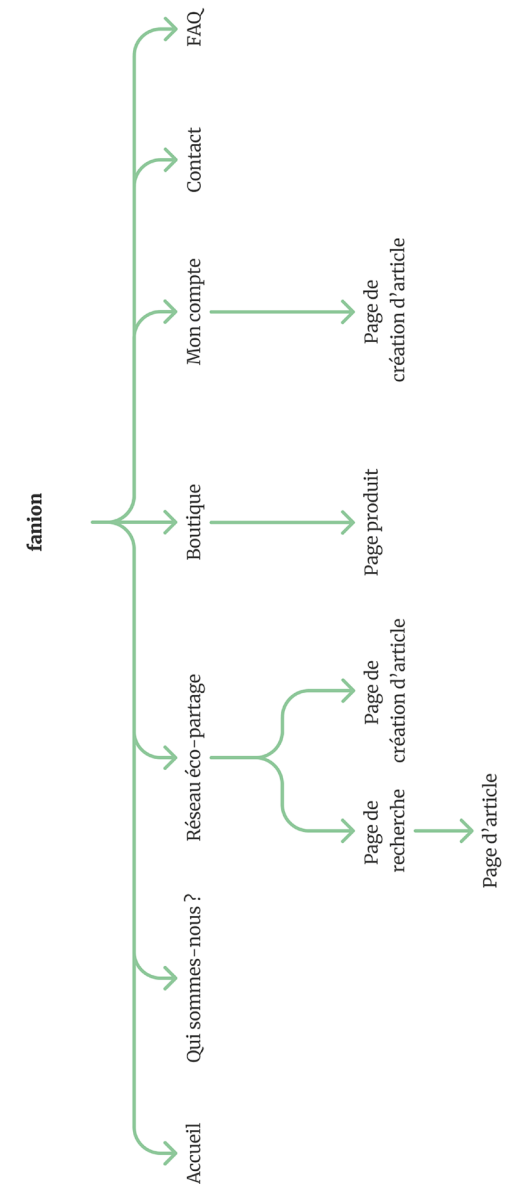
Mockup de la page d'accueil dans un Ipad et deux iPhones, source: ls graphics, Free iPad Pro and iPhone Mockups, ls.graphics [en ligne]

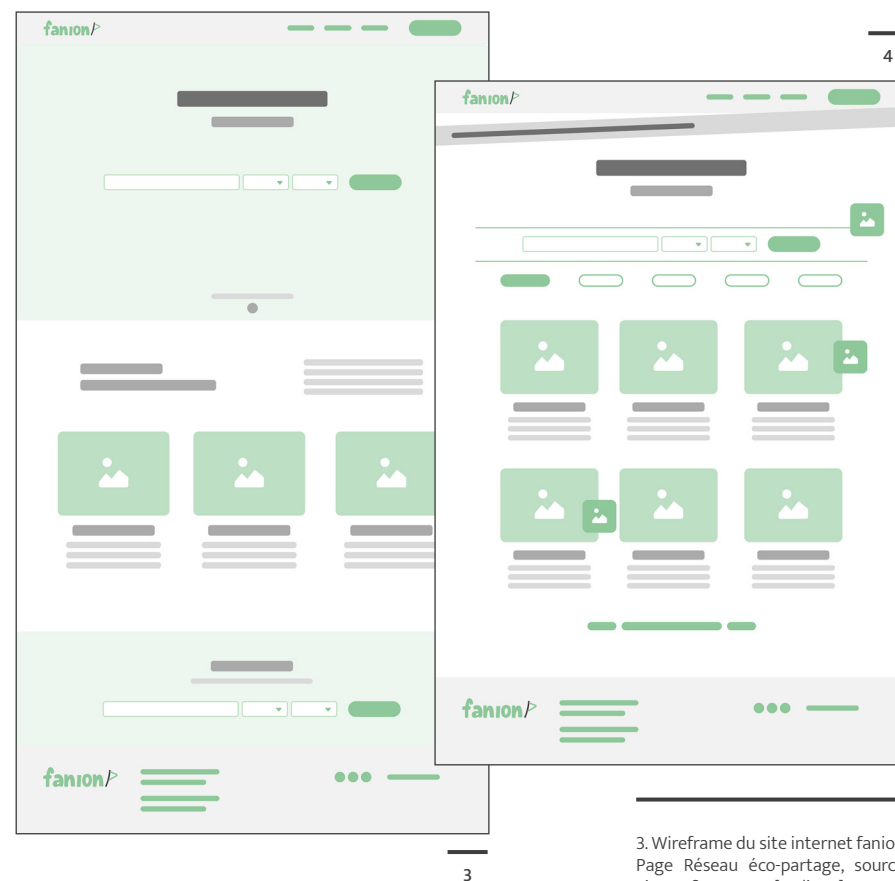
DÉVELOPPEMENT GRAPHIQUE

Arborescence et wireframe du site

Le site de fanion étant avant tout un site de présentation de la marque et de ces produits, les pages les plus mises en avant sont : *Qui sommes-nous ?*, *Réseau éco-partage* et *Boutique*. Le site possède peu de page, pour ce concentrer sur les principales informations et inviter l'utilisateur à les parcourir facilement. Un maillage et des appels à l'action sont placés sur les différentes pages afin de rendre la navigation de l'utilisateur plus agréable.

Des wireframes ont également été conçus en amont de la maquette pour visualiser les différentes sections nécessaires à la mise en page. Ils ont ainsi permis de lister les éléments graphiques et les zones textuelles à préparer pour la maquette et le site final. Vous pouvez retrouver sur les pages suivante de ce dossier, des exemples de wireframe du site.





Pour voir plus en détail les wireframes du site fanion, source: Figma, figma.com [en ligne]



Maquettes du site

Les maquettes des pages principales ont été créés afin de visualiser l'idée globale du site. Ce dernier possède un background beige pour protéger les écrans, comme expliqué dans la partie *charte graphique* de ce dossier. Les textes restent en gris foncé, mais l'accent est mis sur les stickers et les animations d'affichages. Lors du scroll des pages, les différentes icônes et autres éléments graphiques créeront l'animation et l'attractivité nécessaire à la lecture. Les textes sont volontairement très courts afin de ne pas lasser l'utilisateur.



Maquette du site internet fanion, Page Réseau éco-partage, source: Figma, figma.com [en ligne]



Maquettes du site internet fanion, Page d'accueil, source: Figma, figma.com [en ligne]

Pour voir plus en détail les maquettes du site fanion, source: Adobe XD, adobe.com [en ligne]



Scénario utilisateur n°1 : Recycler un objet

Alix est sur son téléphone et se balade sur Instagram. Elle fait défiler les nombreux posts de son onglet découvertes.

Son regard est attiré par un post. Celui-ci présente les différents moyens de recycler des objets qui, de prime abord, ne peuvent devenir de la seconde main.

Curieuse de constater que même ces objets peuvent avoir une seconde vie, elle décida de lire la description pour en savoir plus. Dans cette description, elle découvrit que les différents moyens de recycler des objets, même atypiques, sont référencés sur un site internet collaboratif disponible dans la biographie.

Elle lika le post et cliqua sur la photo de profil du compte de fanion. Elle s'abonna et fit défiler la biographie pour trouver le site en question, avant de cliquer sur le lien.

Son téléphone afficha alors une page internet avec le site de fanion. Elle découvrit une marque très colorée comme le compte Instagram vu précédemment.

Attirée par le gros bouton vert en bas de l'écran, elle cliqua dessus et la page coulisca vers les solutions de fanion. Elle regarda les titres et scolla au fur et à mesure de sa lecture. Elle lut en premier le titre « Carnet pas à pas », puis « Kit de démarrage », et enfin « Plateforme éco-partage ». Elle s'arrêta de scroller pour lire plus en détail la description de celui-ci et cliqua sur le bouton « C'est parti ! ».

La page charge à nouveau et afficha la barre de recherche de la plateforme. Elle lut le titre et les rapides indications pour la remplir. Elle décida de tester avec un objet resté trop souvent dans ses placards. Elle possède en effet quelques affaires qu'elle n'a jamais réussi à vendre dans les brocantes. Elle écrivit le nom de l'objet qu'elle souhaitait chercher, sélectionna l'option « en ligne » pour la localisation et l'option « vendre » pour la thématique voulue. Elle cliqua ensuite sur entrer.

Le site afficha les résultats de la recherche. Elle parcourut rapidement les titres des différents articles et resta sur un article qui l'intéressait. Celui-ci parlait d'un site de vente en ligne spécialisé dans la vente de son objet.

Elle cliqua sur celui-ci et attendit le chargement de la page. À l'affichage de cette dernière, elle décida de lire la description, regarder les différentes images et s'intéressa ensuite aux étapes de mise en ligne de son objet, décrites dans l'article.

Satisfaite, elle cliqua sur le bouton « Voir le site ». Cela lui ouvrit une page dans un nouvel onglet du site mentionné.

Avant de fermer la page du site fanion et de continuer son trajet sur le site de seconde main, Alix décida de mettre en favoris fanion pour des recherches futures.

Scénario utilisateur n°2 : Débuter sa transition

Tom est dans un bar et discute avec ses amis. Ils se sont rencontrés lors de rassemblements pacifistes écologiques à Toulon et ont pris l'habitude de se retrouver le vendredi soir pour discuter de tout et de rien.

Tom est à la recherche d'un cadeau pour sa mère qui sera dans quelques semaines. Il en parle à ses amis. Après quelques propositions faites par ses amis qui ne l'emballent pas beaucoup, l'un d'entre eux lui tend une carte. Curieux de voir une affiche dans son campus, ce dernier a pris la carte de contact correspondante et a regardé le site internet. Il explique avoir vu un kit original qui peut plaire à sa mère. Intrigué, Tom prend la carte, finit la soirée avec ses amis, et rentre chez lui. Le lendemain, Tom reprend la carte, sort son ordinateur et va sur le site de fanion.

Arrivant sur la page d'accueil, il ne scroll pas pour découvrir les détails de celle-ci. Il clique directement sur la page «Boutique» située dans le menu principal. Il veut voir directement les produits.

La page s'ouvre. Il regarda les différents produits proposés. Il découvra qu'il existe des éponges en tissu lavables et réutilisables. Il finit par trouver le kit de transition et cliqua dessus.

En arrivant sur la page, il trouva un kit très fourni d'objets pour la cuisine, la salle de bain et la vie de tous les jours. Il trouva également intéressante l'idée d'avoir un carnet avec des défis personnalisés. Sa mère étant à la retraite depuis peu, elle ne sait pas toujours quoi faire de ses journées.

Après quelques jours de recherches et de réflexion pour trouver d'autres possibilités de cadeau, Tom retourna sur le site de fanion. Il décida d'offrir à sa mère le kit de transition.

Il retourna alors sur la page de ce dernier et regarda les paramètres du produit à sélectionner pour le mettre dans le panier. Il cliqua sur l'option «sans couteau suisse» car sa mère en possède déjà des outils. Ensuite, il sélectionna le tome 1 du carnet pas à pas qui sera dans la boîte. Sa mère n'ayant jamais fait de transition écologique, il trouva plus logique qu'elle commence par le premier carnet de la série. Il avait, lors de sa première visite sur le site, lu une description des différents tomes et de leur système de niveaux. Ensuite, il sélectionna l'huile essentielle de lavande, avant de cliquer sur le bouton «Ajouter au panier».

Une fois le bouton appuyé, une petite fenêtre s'afficha en haut de la page. Elle afficha le panier et quelques boutons de navigation. Il cliqua sur le bouton nommé « Voir le panier ».

Le panier s'afficha. Il présenta le kit avec les options sélectionnées. Tom cliqua sur le bouton « Procéder au paiement » et il suivit les indications du parcours d'achat, telles que la création de compte, le choix de livraison, l'adresse de livraison et de facturation, ainsi que le moyen de paiement.

Après avoir validé ces informations, il procéda au paiement en cliquant sur « Payer ». Il reçoit alors plusieurs e-mails de confirmation de création de compte et de paiement.

Après un peu plus d'une semaine et la réception des e-mails de confirmation d'envoi, Tom reçut son colis. Il emballa le kit aussitôt.

Quelques jours plus tard, il se rendit chez ses parents pour l'anniversaire de sa mère et il offra le paquet. Après l'ouverture du paquet, cette dernière fut ravie d'avoir de nombreux objets pour la cuisine et la salle de bain qu'elle n'a encore jamais utilisés. Elle fut aussi contente de trouver de l'huile essentielle de lavande qu'elle affectionne beaucoup. Tom et sa mère sont alors ravis.

Scénario utilisateur n°3 : Aller plus loin dans sa démarche

Aurélie profite du beau temps pour aller faire quelques courses avec son fils Théo, âgé de 10 mois. Elle décida d'aller à la Fnac pour voir les dernières sorties de livres.

Après avoir déambulé dans quelques rayons et pris un livre d'éveil sur les animaux de la ferme pour son fils, son regard se porta sur le rayon nature et jardinage. Elle possède déjà quelques livres de cette section et souhaite découvrir de nouvelles parutions.

Son regard fut tout de suite attiré par des livres très colorés, au format compact, qui semblaient faire partie d'une série. Elle en pris un au hasard pour le feuilleter et tourna quelques pages. Elle trouva le livre intéressant pour plusieurs raisons. Tout d'abord, il proposait des tutoriels et des recettes faciles à réaliser à la maison. Ces activités utilisent des produits simples que l'on peut facilement trouver dans le commerce et qui ne présentent aucun danger pour son fils. Elle est également très intéressée par les livres recommandés dans la section « Pour aller plus loin ».

Aurélie comprit que ce carnet faisait partie d'une série adaptée au niveau du lecteur sur l'écologie, après avoir lu la quatrième de couverture. Elle ouvrit la dernière page d'un des carnets pour faire le « test de niveau ». Après avoir répondu aux questions, ce qu'elle trouva plutôt amusant, elle tomba sur le tome 3 : « Détective astucieux ».

Curieuse, elle décida de prendre ce tome et de le tester chez elle avec son mari. Elle le mis donc dans son panier avant de continuer ses courses.

Après être rentrée chez elle, elle met son fils à la sieste et commence la lecture de sa nouvelle trouvaille. Elle s'arrête sur les pages de défis. Elle prend un stylo et se fixe des défis assez simples, comme amener son fils à la crèche en vélo.

Après quelques semaines d'utilisation, c'est l'heure du bilan des différents défis réalisés. Elle n'a pas réussi à amener son fils à la crèche en vélo tous les jours, mais elle a réussi à réduire le nombre de sacs poubelle jetés dans le mois et a acheté des couches lavables.

Son mari se prête au jeu et se fixe également des défis. Ayant un niveau de connaissances plus bas que celui de sa femme, il décide d'acheter le tome 2 : « Récupérateur inspiré » et est ravi des tutoriels proposés dans ce tome pour créer une cabane pour leur fils à partir de matériaux de récupération.

La famille continue la série de carnets pas à pas, et ils ont hâte que leurs amis puissent se joindre à eux dans ces défis du quotidien. Ils offrirent également quelques tomes autour d'eux.

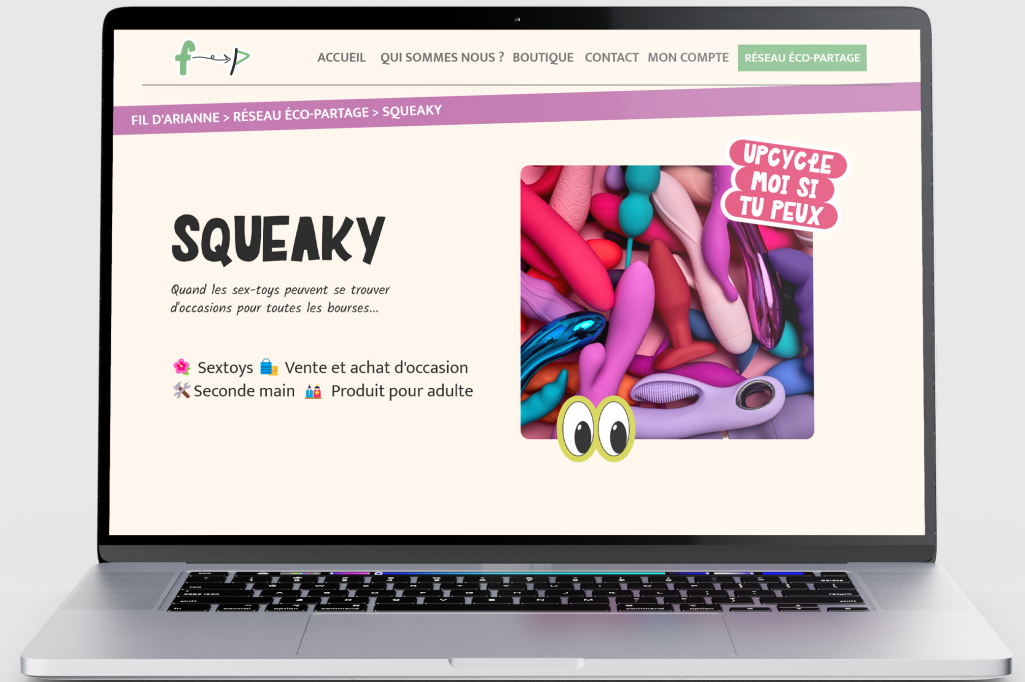
POINT TECHNIQUE

La réalisation du site final est faite sur WordPress. Le thème choisi est Ocean WP, léger et compatible avec la plupart des plug-ins, ce thème gratuit est choix stratégique. Il est également compatible avec WooCommerce, qui a été utilisé pour créer la boutique du site.

D'autres plug-ins ont aussi été installés pour limiter au maximum le poids du site tels que : WP Fastest Cache. De plus, le nombre de plug-ins installé a été limité. Elementor et Elementor Pro ayant été installés, la plus grande partie de la mise en page a été faite à partir de ces constructeurs, sans add-ons supplémentaires.

Pour la création du formulaire d'articles du Réseau éco-partage, le plugin PAFE a été utilisé. Ce plugin permet la création de formulaires avec des conditions d'affichage. À l'avenir, la plateforme sera optimisée grâce à un développement web.

Lors de la conception des éléments graphiques du site, les images ont été converties sous le format Webp.



Mockup d'un article dans un ordinateur, source: Mockups Designs, *Free MacBook Pro mockup*, mockups-design.com [en ligne]

04

**Com'du
projet**

Stratégie de communication

Le choix des supports print

Les supports print sont assez limités. En effet, la plus grande partie de la communication se fera sur les réseaux sociaux. Quelques supports tels qu'une affiche et des cartes de contact seront néanmoins imprimées. Elles seront relayées dans les écoles du supérieur volontaire, afin de toucher directement la cible voulue. Des stickers seront également distribués dans le but de faciliter l'image de la marque auprès du public.

Le choix des réseaux sociaux

Comme présenté ci-dessus, les réseaux sociaux sont le pôle central de la communication. L'objectif est de créer une communauté sur ces derniers. Les principaux réseaux sur lesquels fanion va communiquer sont : Instagram, Facebook, TikTok et LinkedIn. Ces différents réseaux ont été choisis pour les différentes cibles que ces derniers peuvent impacter. Il est également important de noter que fanion a pour objectif de contacter des comptes déjà existant afin de faire des partenariats et sponsoring. Tout cela sera développé plus tard dans ce dossier.

COPY-STRATÉGIE

Objectif

Encourager l'adoption de pratiques écoresponsables. Inviter à l'achat de produit favorisant la durabilité et l'utilisation de la plateforme en ligne communautaire.

Positionnement

fanion est une entreprise pratique et ludique qui a pour but d'accompagner tous les volontaires à avoir une vie plus durable. L'entreprise favorise les pratiques durables tout en promouvant une écologie non contraignante et positive.

Cible

La cible de cette communication vise les jeunes, de 18 à 35 ans. Elle vise plus précisément ceux ayant conscience de l'impact de la crise écologique et qui souhaite agir, ou ayant déjà commencé à agir.

Message

Créons tous ensemble un nouveau départ à l'écologie ! Profiter de ce qui vous est cher tout en nous assurant un meilleur futur. Faisons-le tous ensemble.

Tonalité

Le ton de la communication se veut clair, direct et honnête. Il tutoie la cible. Les mots utilisés doivent être inspirants, positifs, ludiques et engagés.

Supports graphiques

AFFICHE

Explication du support

L'affiche réalisée ici est un support réfléchi pour les écoles du supérieur et lieux en lien avec des jeunes en études. Le but de cette dernière est de les accrocher afin qu'ils scannent le QR code vers l'Instagram fanion, ou qu'ils prennent la carte de contact présenté plus tard dans ce dossier. Cette affiche est donc réfléchie pour les espaces d'affichages communs.

Choix graphiques

L'affiche est volontairement épurée. Elle présente le but de fanion : des astuces éco-fun pour une vie plus verte. Le reste des informations sur la marque et ce qu'elle peut apporter aux jeunes n'est présentée que sur les réseaux sociaux. L'objectif est donc de les attirer à rejoindre fanion sur ces derniers.

Cette affiche est un format A1 pour être visible de loin. Elle sera effectuée en impression numérique. Le papier utilisé est un papier recyclé ou un papier certifié PEFC. Le grammage est de 150 g/m² pour garder une certaine tenue au papier tout en économisant de l'épaisseur.

Mockup d'une affiche, source: Mockups Designs, Warm set of poster mockups, mockups-design.com [en ligne]



CARTE DE CONTACT

Explication du support

La carte est en duo avec l'affiche présenté ci-dessus. Elle a été pensée pour que les personnes intéressées par le projet, mais qui n'ont pas la possibilité ou le temps de scanner le QR code, puisse partir avec les informations de contact. Après avoir utilisé cette dernière, elle pourra être donnée à quelqu'un d'autre ou plantée.

Choix graphiques

La carte de contact possède un recto classique qui présente le logo de la marque fanion. Le verso possède, quant à lui, les informations de contact des différents réseaux, sur sa partie haute. Pour garder le message et l'idée ludique et applicative de la marque, un défi est noté sur la carte : Partager 10 fois la carte de visite avant de la planter. Cela permet de faire connaître fanion à plus de personnes via un jeu atypique et d'informer de la possibilité de planter la carte.

La carte de contact est en papier ensemencé avec une impression à l'encre végétale. Le papier utilisé est composé de graines de menthe. Le grammage est de 140 g/m² pour pouvoir y contenir les graines.

Mockup d'une carte de visite,
source: Mockups Designs, *Business cards mockup on wooden ornament*, mockups-design.com [en ligne]



STICKERS

Explication du support

Les stickers font partie du kit fanion précédemment présenté dans ce dossier. Afin d'avoir une identité de marque reconnue auprès de la cible, partager des stickers gratuitement est une action intéressante. En effet, ce support à moindre coût permet d'avoir une publicité indirecte. Mais il permet aussi de mettre en avant le message de la marque et ses valeurs. Ainsi, les stickers donnent une image esthétique au fait d'être écologique, chacun à sa manière.

Les stickers sont imprimés sans pelliculage afin de limiter au maximum leur impact carbone.

Mockup d'ordinateur portable,
source: Mockups Designs, *Free*
MacBook Air 2022 mockup,
mockups-design.com [en ligne]



INSTAGRAM

Ligne éditoriale

Les posts sur Instagram sont majoritairement des posts de conseils, tutoriels, actualités, etc. C'est un outil de tous les jours pour donner des informations et sensibiliser les abonnés à l'écologie. L'objectif est d'avoir un réseau social utile avant tout. En second plan, des posts seront fait pour promouvoir les solutions de fanion. La promotion de ces solutions passera la mise en avant de ce que ces solutions peuvent apporter au consommateur. Il y aura aussi des posts de retours clients et de témoignages afin d'ancrer la marque dans le concret. Pour finir, la marque fera des posts et stories sur les actions environnementales qu'elle met en place avec ce projet. Le but est de partager sa volonté d'évolution pour devenir toujours plus durable, en toute transparence.

Le choix des partenaires

Ayant une jeune cible, les partenaires de fanion seront en priorité sans rémunération directe. Il serait intéressant par exemple de créer un lien avec les BDE des écoles du supérieur afin de proposer des promotions étudiantes pour l'achat de produits fanion. Un lien avec les associations écologiques sera également développer via ce réseau. Des médias indépendants écologiques seront aussi contactés tels que : @green_up_ et @le.media.positif.

Mais ayant besoin de communication plus poussée lors du lancement de la marque, fanion pourra faire appel à des nano-influenceurs (- de 10 000 abonnés) et micro-influenceurs (10 000 à 100 000 abonnés) pour la communication de ses produits et de sa démarche. Ces influenceurs devront être déjà dans une volonté de démarche écologique ou avoir un discours s'y rapprochant auprès de leur audience.



Photo de profil d'influenceurs,
source: Instagram, instagram.com
[en ligne]



Poste type mis en situation

Chaque post utilise des smileys et adopte un ton léger et jovial. Les posts proposent des solutions, des actions à réaliser avec de l'humour. Les sujets moins ouverts à l'humour sont néanmoins présentés de manière plus sérieuse. Le but de la marque est de montrer que des solutions positives sont possibles, tout en reconnaissant que tous les sujets ne peuvent pas être traités avec humour. Toute information possède également dans le texte une zone de source. Cette dernière permet de donner les crédits photographiques, mais aussi et surtout un moyen direct de dater et vérifier l'information.

Voici un exemple de mise en situation d'un poste avec le texte qui l'accompagne :



Savais-tu que plus de 40% du plastique n'est utilisé qu'une seule fois avant d'être jeté ? 🤔

Mais pas de panique, nous te donnons de petites astuces pour réduire au max tout ce plastique 😎🌱

🌱 Tout d'abord, utilise plutôt des objets durables tels que des sacs réutilisables. 🌱

🧴 Ensuite, utilise une gourde pour dire adieux aux bouteilles en plastiques. Préserve la planète tout en t'hydratant, c'est gagnant-gagnant ! 💧

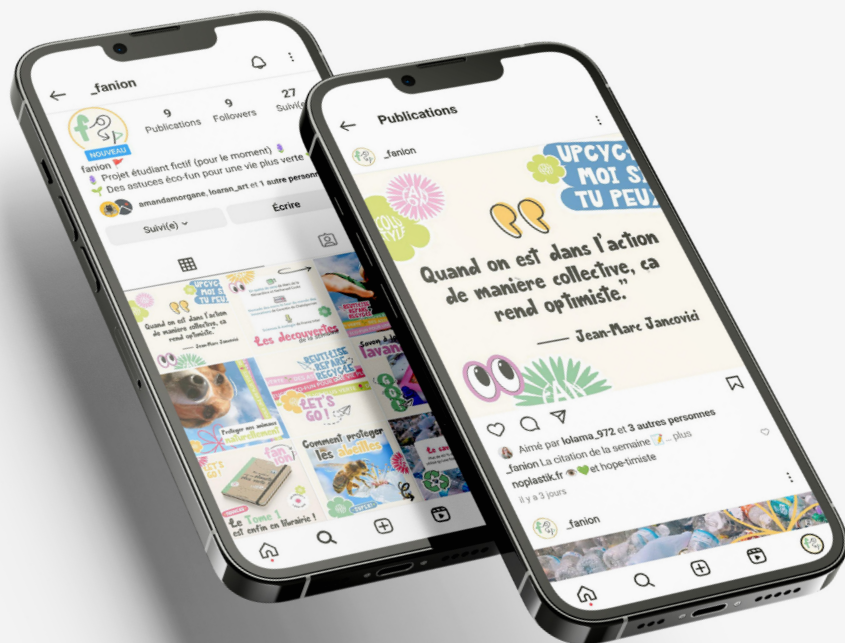
💡 Recycle tes objets en plastique en autre chose : Chaussures, fauteuils roulants ou encore mobilier, les entreprises qui récupèrent le plastique sont nombreuses. ♻️

🛒 Privilège de vrac et l'achat de produit emballés dans du papier ou du carton. Moins de déchets, plus de fun 😊

Prêt à relever le défis ? Partage en commentaire tes astuces écolos 🗨️🌱

N'hésite pas à chercher plus de conseils sur le réseau éco-partage du site de fanion 🏠❤️

* Source : National Geographic, Le plastique en 10 chiffres, [en ligne, consulté en mai 2023], www.nationalgeographic.fr/le-plastique-en-10-chiffres / Image de Uladzimirzuyeu, [en ligne], AdobeStock



Mockup de téléphone portable,
source: Mockups Designs, *Free
iPhone 13 Pro mockup*, mockups-de-
sign.com [en ligne]



Mockup de téléphone portable,
source: Mockups Designs, *Free
iPhone 13 Pro mockup*, mockups-de-
sign.com [en ligne]

Stories

Les stories relayeront principalement les posts mis en ligne, mais partageront également des actualités plus courtes et plus éphémères (un événement par exemple). Le but de ces stories est d'interpeller les abonnés régulièrement sans alourdir le feed de leur compte Instagram. Ce sera aussi un moyen d'avoir des retours client sur les produits fanion, des questionnaires d'amélioration de produits, ou encore des interactions avec les actualités partagées.



Highlight et catégories

Les catégories de highlight prennent en compte de nombreux points très différents. Nous avons une partie présentant les supports sur lesquels une personne motivée peut en apprendre plus : Livre, Docu/film/série, Podcast, Personnalité. Nous avons également des catégories plus classiques mettant en avant les informations à savoir : Actualités, Idées reçues. Ensuite, nous avons des highlight plus centrées sur les actions concrètes qu'il est possible de faire : Seconde main, DIY, Recettes. Pour finir, il était important d'avoir une highlight sur l'écoanxiété. Il est important de sensibiliser sur cette thématique, mais aussi de relayer la possibilité d'action pour les personnes éco-anxieuses.

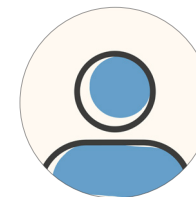
Les mots clés pour ce réseau

#upcycling #recyclage #zerowaste #transitionecologique #fanion #transitionecologique #ecologie #durable #zerodechet #consommationresponsable #ecoresponsable #viedurable #developpementdurable #ecofriendly #ecologique #ecologieduquotidien #changementsclimatiques #environnement #gestesecologiques #ecotips #ecolife #ecocommunity #greenliving #ecological #sustainable-lifestyle #consciousliving #ecowarrior #planetfriendly #ecogoals #ecosolutions #volontaire #simplicite #simplicitevolontaire #ecoconception #zerodechet #objectifzerodechet #plastique #sansplastique #zeroplastique #consommerautrement #consommermieux

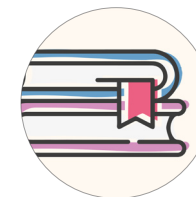
Ces hashtags changeront et varieront en fonction des posts réalisés et des thématiques abordées.



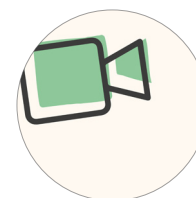
Actualités 📰



Biographies 🧑



Livres & études 📖



Films 🎬



Podcasts 🎙️



Tutos & Recettes ✂️



Éco-anxiété 🌍



Idées reçues ✖️



Seconde main 🛍️

FACEBOOK

Ligne éditoriale

Les posts sur Facebook sont les mêmes que ceux mis sur Instagram. La différence est dans la rédaction du contenu qui sera adapté à une cible plus adulte. L'objectif est le même que précédemment : conseiller, informer et sensibiliser. Les posts de publicité de produits fanion pourront être sponsorisés afin de ramener du flux sur la plateforme communautaire.

La communication passera également par la prise de contact avec les différents groupes Facebook sur l'écologie, l'upcycling, la seconde main, le recyclage, etc. Le but est ainsi d'avoir une première prise de contact avec la cible pour que cette dernière connaisse l'existence de fanion.

Les mots clés pour ce réseau

#Fanion #Écologie #DéveloppementDurable #ResponsabilitéSociale #TransitionÉcologique #ConseilsÉcologiques #SensibilisationEnvironnementale #ProduitsDurables #ConsommationResponsable #ModeDeVieÉcologique #InspirationÉcologique #RéductionDesDéchets #ConsommerMoinsConsommerMieux #InnovationVerte #PartageDExpérience #ÉcoConscience #EngagementÉcologique #ChangementClimatique #ÉconomieCirculaire #CommunautéÉcologique

Ces hashtags changeront et varieront en fonction des posts réalisés et des thématiques abordées. Ils s'adapteront également en fonction des tendances et actualités du moment.

TIKTOK

Ligne éditoriale

TikTok est un réseau à part qui sera utilisé pour faire vivre la marque auprès de la communauté. En utilisant les tendances de ce réseau social tout en les adaptant à l'écologie, la marque partagera des astuces, tutos, DIY et recettes en tout genre. L'humour et l'auto-dérision seront des points importants dans la stratégie de communication. Ces vidéos seront plus spontanées et n'auront pas de template précis.

Les mots clés pour ce réseau

#Fanion #TransitionÉcologique #Upcycling #ZéroDéchet #ConsommationResponsable #ÉcoConscient #VieDurable #StyleDeVieÉcologique #AstucesÉcologiques #InspirationÉcologique #TransitionVerte #ÉcoFriendly #ChangementClimatique #RespectDeL'environnement #ImpactPositif #SlowLiving #AlternativesDurables #BienÊtreÉcologique #ConscienceEnvironnementale #CommunautéÉco

Ces hashtags changeront et varieront en fonction des posts réalisés et des thématiques abordées. Ils s'adapteront également en fonction des tendances et actualités du moment.

LINKEDIN

Ligne éditoriale

La communication via LinkedIn possède moins de posts de sensibilisation. Elle se concentre sur les actions réalisées par fanion, les partenariats lancés avec différentes marques ou associations et les relations professionnelles (Business to Business). Les postes de recrutement et de labellisation de la marque passeront également via LinkedIn. Le ton utilisé sera plus professionnel, mais gardera l'essence même de la marque et un ton déculpabilisant.

Les mots clés pour ce réseau

#Fanion #Écologie #DéveloppementDurable #ResponsabilitéSociale #TransitionÉcologique #InnovationVerte #PartenariatsDurables #ConcoursEntreprises #SuccèsÉcologiques #EntrepreneuriatVert #LabelsDurables #LeadershipÉcologique #EngagementEnvironnemental #RéussiteÉcologique #EntreprisesResponsables #ImpactPositif #ChangementClimatique #ÉconomieCirculaire #InspirationÉcologique #RéussitesDurables

Ces hashtags changeront et varieront en fonction des posts réalisés et des thématiques abordées. Ils s'adapteront également en fonction des tendances et actualités du moment.



05

Ouverture du projet

L'évolution des solutions durables existantes est constante. Fanion devra donc évoluer constamment en fonction du marché et de la population pour apporter des solutions adéquates et cohérentes en temps réel. Le projet développé dans ce dossier s'appuie sur différents axes multisupports. Ces derniers peuvent tous, à différents niveaux, être développés par la suite.

Des avis vérifiés pourront aussi être mis en place pour mesurer les retours d'achat du site.

Tout d'abord, les retours sur les réseaux sociaux seront primordiaux pour optimiser les solutions proposées par la marque fanion.

L'objectif de Fanion est de développer différents partenariats avec des prestataires variés pour baisser au maximum le prix du kit tout en conservant des produits conçus en France, durablement et écologiquement. L'objectif de fanion est également de rendre accessible au maximum le kit et la série de carnets en développant des partenariats avec des magasins revendeurs.

Un autre point d'amélioration possible dans ce projet est la série de carnets. Cette dernière étant très visuelle, une partie de la cible ne sera pas attirée par un design aussi assumé. fanion pourra proposer une nouvelle édition de cette série de carnets en version collector. Composé d'un design plus moderne et épuré, ce dernier aura pour cible des personnes plus adultes. Ainsi, parents et enfants pourront partager la même transition avec chacun leurs carnets personnels.

La plateforme sera, quant à elle, développée avec du code pour faciliter la création des postes et l'automatisation de ces derniers. Une modération sera mise en place pour s'assurer la bonne évolution de l'éthique et de l'usage du site.

Pour finir, fanion a pour objectif de se développer avec le plus de label cohérent avec les solutions proposées. La marque devra donc se constituer des dossiers d'obtention de labels et optimiser la conception de ses solutions vis-à-vis de ces derniers. Les labels possibles sont divers. Nous pouvons par exemple citer : Le coq vert, la certification Cradle to Cradle, ou encore NF environnement. fanion se lancera également dans la participation d'événements liés aux entreprises et solutions écologiques développées en France afin de se faire connaître auprès des organisations déjà existantes et gagner en crédibilité dans le secteur.

Crédits & Annexes



CRÉDITS DE RECHERCHES

La bibliographie et les crédits photographiques sont classés par ordre d'apparition dans ce dossier.

A. BIBLIOGRAPHIE

¹Tackling heropreneurship, *The Impact Gaps Canvas was designed to help people learn about a problem before jumping in to try to solve it*, [en ligne, consulté en mai 2023], consultable sur tackling heropreneurship : tacklingheropreneurship.com

²Esplanade Quebec, *Impact Gaps Canvas*, [en ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Esplanade Quebec : esplanade.quebec

³IPBES : Plate-forme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques, *Le dangereux déclin de la nature : Un taux d'extinction des espèces « sans précédent » et qui s'accélère*, [en ligne], 2019, [Consulté en décembre 2022], consultable sur IPBES : ipbes.net

⁴Yougov, *Quel avenir pour l'upcycling en France?*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le Yougov : fr.yougov.com

⁵Globalcitizen, *Les êtres humains ont tué 83 % de tous les mammifères sauvages et éradiqué la moitié de toutes les plantes, selon une étude*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le Yougov : globalcitizen.org

⁶Steffen Will, Broadgate Wendy, Deutsch Lisa, Gaffney Owen, Ludwig Cornelia, *The trajectory of the Anthropocene: The Great Acceleration*, [en ligne], 2015, [Consulté en avril 2022], consultable sur Scinapse: scinapse.io

⁷ADEME, *Que contient notre poubelle ?* [en ligne], 2020, [Consulté en octobre 2021], consultable sur la librairie ADEME : librairie.ademe.fr

⁸Europarl, *Pollution marine : données, conséquences et nouvelles règles européennes (infographie)*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le Europarl : europarl.europa.eu

⁹CITEO, *Les chiffres du recyclage en France*, [En ligne, consulté en avril 2023], consultable sur le CITEO : citeo.com

¹⁰Mies van der Rohe Society, *Ludwig Mies van der Rohe*, [En ligne, consulté en septembre 2022], consultable sur Mies Society : miessociety.org. Pour plus d'informations : Granveaud Pierre, *Épisode 5/5 : Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969)*, la simplicité est un long voyage, [En ligne], 2020, France Culture, [Consulté en juin 2022], consultable sur France culture : radiofrance.fr

¹¹The minimalists, Découverte du concept de minimalisme, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur The minimalists : theminimalists.com

¹²LeMinimaliste, *Les origines du minimalisme*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur LeMinimaliste : leminimaliste.com

¹³Hamman Philippe, Costes Laurence, *Éditorial. écologie populaire dans les périphéries urbaines*, [En ligne], 2023, [consulté en mai 2023], consultable sur Cairn : Cairn.info

¹⁴Encyclopédie des Fabriques, *DIY - Do It Yourself*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Encyclopédie des Fabriques : encyclopedie.fabriquedesociologie.net et Qamaqi, *Agilité & Innovation, La FABuleuse histoire du DIY*, [en ligne], 2014, [Consulté en mai 2023], consultable sur Qamaqi : qamaqi.com

¹⁵Beedeez, *Gamification : Le guide ultime (2022)*, [en ligne], [Consulté en mai 2023], consultable sur Beedeez : beedeez.com

¹⁶Digitaleo, Clément Godet, *Les différents types de mécaniques dans la gamification*, [en ligne], [Consulté en mai 2023], consultable sur Digitaleo : blog.digitaleo.fr

¹⁷Edmond COUCHOT, *NUMÉRIQUE ART*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Encyclopædia Universalis : universalis.fr

¹⁸99Designs, *12 nouvelles tendances en design graphique de 2023, 2022*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur 99Designs : 99designs.fr

¹⁹Abi Connick, *Education, resources & courses for creatives*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Abi Connick : abiconnick.co.uk et Chaîne youtube de Abi Connick, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur YouTube : youtube.com/@abiconnick

²⁰Aries Moross, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Aries Moross : ariesmoross.com

²¹Studio Ghibli France, *Hayao Miyazaki*, [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Studio Ghibli France : studioghibli.fr

²²Creative Market, *Macaroni Cheese Font Duo + Doodles*, créé par Salt and Pepper designs [En ligne, consulté en janvier 2023], consultable sur Creative Market : creativemarket.com

²³Google Font, *Mukta*, [En ligne, consulté en janvier 2023], consultable sur Google Font : fonts.google.com

²⁴Google Font, *Kalam*, [En ligne, consulté en janvier 2023], consultable sur Google Font : fonts.google.com

²⁵Studio Persephonia, *Les éco-couleurs web*, créé par Studio Persephonia [En ligne, consulté en mai 2023], consultable sur Studio Persephonia : studio-persephonia.fr

²⁶Eco Branding, *Ecobranding CMYK Color Guide to use less ink simply*, [En ligne, consulté en Décembre 2022], consultable sur Eco Branding : ecobranding-design.com

²⁷Labo de l'édition, *Éco-conception, éthique, solidarité... 7 maisons d'édition innovantes et alternatives qui font bouger les lignes*, 2021, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Labo de l'édition : labodeledition.parisandco.paris

²⁸La cabane bleue, *On s'engage !*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur La cabane bleue : editionslacabanebleue.com

²⁹Victorinox, *Protection de l'environnement*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Victorinox : victorinox.com

³⁰Aroma-zone, *Huile essentielle de lavande aspic BIO*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Aroma-zone : aroma-zone.com

³¹Aroma-zone, *Huile essentielle de citron de sicile BIO*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Aroma-zone : aroma-zone.com

³²Seton, *Gants de manutention en coton Edge® 76-100 Ansell*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Seton : seton.fr

³³StickerGreen, *Nous voulons devenir la première imprimerie carboneutre*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur StickerGreen : stickergreen.com

³⁴CottonBee, *Technologie d'impression verte avec une faible consommation d'eau, d'énergie et de produits chimiques*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur CottonBee : ctnbee.com

³⁴Bagart, *Tote Bag BIO, Tissé confectionné et imprimé en France 250 GR/M²*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Bagart : bagart.fr

³⁴Coqli, *Nous n'avons pas besoin de planter des arbres pour être éco-responsable...*, [En ligne, consulté en février 2023], consultable sur Coqli : coqli.fr

B. CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

Bouteille upcyclé en vase, source: AdobeStock, Wendy [en ligne]

Garçon tenant une pancarte en Italie, source: AdobeStock, Andrea [en ligne]

Photo de Daniela Papi-Thornton, source : colorado.edu [en ligne]

Schéma de Impact Gaps Canvas (IGC) inspirés de la matrice de Daniela Papi-Thornton, source: Esplanade Quebec, esplanade.quebec [en ligne]

Mosaïque de logo de marque, entreprises proposant des produits upcyclé, Losanje, source: losanje.com, Amour Collective, source: amour-collective.com, Goodvest, source: goodvest.fr, Recap, source: recapclothing.com, R'Empreinte, source: r-empreinte.com, Septembres, source: septembres.fr, Tilli, source: tilli.fr, Noud Studio, source: noudstudio.com, Bohup, source: bohup.fr, Gepetto, source: gepetto-mobilier.fr, Bahor, source: bahor.fr, Linverse, source: linverse.fr, Renaissance upcycling, source: renaissanceupcycling.fr, La vie est Belt, source: laviestbelt.fr, Resurrection, source: resurrection-food.com [en ligne]

Produits du Coffret « Mon kit découverte zéro déchet » Nature & Découverte, source: Nature & Découverte, *Mon kit découverte zéro déchet*, natureetdecouvertes.com [en ligne, consulté en 2023]

Couverture du livre «Finis ce carnet» de Keri Smith , source: Fnac, *Finis ce carnet*, fnac.com [en ligne, consulté en 2023]

Capture d'écran du site de CITEO, source: CITEO, triercestdonner.fr [en ligne, consulté en 2023]

Neue Nationalgalerie, musée construit par Ludwig Mies van der Rohe à Berlin en 1960, source: AdobeStock, RCphoto [en ligne]

Capture du site internet de Ikea, source: ikea.com [en ligne, consulté en 2023]

Plan du film Barry Lyndon, réalisé par Stanley Kubrick en 1975, source: Geoff Harrison, geoffharrisonarts.com [en ligne]

Oeuvre « Anthropométrie sans titre », peint par Yves Klein en 1961, Exposé au Musée d'Art Moderne de Nice, source: AdobeStock, Andrei Antipov [en ligne]

Oeuvre *icône IV* (la terre pure) de Dan Flavin, fabriqué en 1962, reconstruit en 1969, source: Musée des beaux-arts du Canada, beaux-arts.ca [en ligne]

Oeuvre *le trois nominal* (la terre pure) de Dan Flavin, fabriqué en 1963, source: Musée des beaux-arts du Canada, beaux-arts.ca [en ligne]

Oeuvre *sans titre* de Donald Judd, réalisée en 1967 et exposée au Musée d'Art Moerne de New York, source: juddfoundation, juddfoundation.org [en ligne]

Triptique du Mucem de Marseille, réalisé par l'agence Spassky Fischer, source: spassky-fischer.fr [en ligne]

Identité visuelle de IBM, Créée par Paul Rand de 1956 à 1991, source: *Paul Rand, tout est design!*, grapheine.com [en ligne]

Greta Thunberg évacuée par des policiers, source: Sipa/AP/Roberto PFEIL, *Greta Thunberg interpellée lors d'une manifestation contre la mine de charbon de Lützerath*, dna.fr [en ligne]

Paillettes à base de plantes qui se dégradent en 4 semaines, source: sisilapaillette.fr [en ligne, consulté en 2023]

Sac en coton avec des pots en verres réutilisables, source: AdobeStock, Oksix [en ligne]

Publicité Burger King pour la nouvelle vaisselle réutilisable, source: Burger King, burgerking.fr [en ligne]

Océano collection, chaussures à base de bouteilles en plastique, fabriquées au Pérou, source: Mipacha, mipacha.com [en ligne]

Vidéo youtube de présentation de 1% for the Planet, source: *1 minute pour comprendre 1% for the Planet*, YouTube.com [en ligne], Logo *1% for the Planet*, source: onepercentfortheplanet.fr et Photographie d'une forêt, source: AdobeStock, Stephen Davies [en ligne]

Screen du site internet de FairMoove, *Agence de voyage durable*, source: FairMoove, fairmoove.fr [en ligne]

Création de cosmétiques maison, source: Aroma-Zone, aroma-zone.com [en ligne]

Livre Mood Book, de Virginie Capman et Emilie Capman, Edition Solar, source: *DIY : 10 livres pour tout faire soi-même à la maison*, cotemaison.fr [en ligne, consulté en 2023]

Pneu transformé en pouf, source: Barbara Pagnier, *DIY: Du pneu au pouf, «le pnouf»*, 18h39.fr [en ligne]

Capture du site internet *Trash is for Tossers*, *Blog créé par Loren Singer*, source: *Trash is for Tossers*, trashisfor-tossers.com [en ligne]

Palettes upcyclé en banquette extérieure, source: AdobeStock, Jeanette Teare [en ligne]

Livre L'Atelier Bébé zéro déchet, de Valentine Vincenot, photos de Jonas Jacquél, Edition Marabout, source: *DIY : 10 livres pour tout faire soi-même à la maison*, cotemaison.fr [en ligne, consulté en 2023]

Screen de l'application Audible, Application mobile d'audio book et podcast, screen de badges acquis, source: *Audible*, audible.fr [en ligne] et mockup de téléphone, source: Mockup Design, mockups-design.com [en ligne]

Screen de l'application Duolingo, Application mobile qui t'apprend de nouvelles langues, screen du niveau en cours et de l'avancée de l'apprentissage, source: *Duolingo*, duolingo.com [en ligne] et mockup de téléphone, source: Mockup Design, mockups-design.com [en ligne]

Catalogue Carrefour à vignette pour des réductions sur l'achat de casseroles Tefal, source: *catalogue carrefour vignette tefal*, Eniega.ga [en ligne]

Cartes de fidélités de supermarchés en France, source: AdobeStock, Ambernila [en ligne]

Screen de l'application Samsung Health, Application mobile qui t'encourage dans les bonnes pratiques, screen de badges acquis et screen de records atteint, source: *Samsung Health, Le bien-être pour tous*, samsung.com[en ligne] et mockup de téléphone, source: Mockup Design, mockups-design.com [en ligne]

Exposition immersive Fractal Flowers, 2023, Miguel Chevalier, Galerie permanente au Ara Art Center de Séoul en Coréen du Sud, source: Thomas Granovsky, miguel-chevalier.com [en ligne]

Exposition immersive Digital Abysses, 2021, Miguel Chevalier, Exposition au Aqua Planet Jeju en Corée du Sud, source: Miguel Chevalier, miguel-chevalier.com [en ligne]

Exposition et collection de NFT, *Unsupervised Machine Hallucinations*, Exposé au Musée de l'art Moderne (MoMA) a New York aux États-Unis, 2022 - 2023, source: Refik Anadol, refikanadolstudio.com [en ligne]

Oeuvre de Gail Armstrong, source: Directory of Illustration, directoryofillustration.com [en ligne]

Oeuvre *Polar Bears* de Francesca di Chiara, source: Directory of Illustration, directoryofillustration.com [en ligne]

Oeuvre *Teen* de Uijung Kim, source: Directory of Illustration, directoryofillustration.com [en ligne]

Identité visuelle du restaurant Clap Burgers, réalisée par Francisco Quinche, source: Behance, behance.net [en ligne]

Produits proposés dans le restaurant Clap Burgers, source: Clap Burgers, Instagram.com [en ligne]

Magazine *What's up Doc*, réalisé par l'agence de communication Luciole, source: Luciole, luciole.com [en ligne]

Illustration *Retro flowers* de Yana Kicc, source: Behance, behance.net [en ligne]

Identité visuelle fictive Emu, réalisée par Anastasia S., source: 99Designs, 99designs.fr [en ligne]

Illustration *Doodle summer vibes* de Yana Kicc, source: Behance, behance.net [en ligne]

Oeuvre des Emi Records 2020, de Hattie Stewart, source: Hattie Stewart, hattiestewart.com [en ligne]

Roman augmenté *Le médaillon d'Orion* réalisé par Poisson Fécond, source: Ulule, Ulule.com [en ligne]

Personne en train d'attraper un pokémon apparaissant dans la rue, Application Pokemon Go, source: AdobeStock, Delphotostock [en ligne]

Mockup de l'identité *The Adventure Co.* par Abi Connick, 2023, source: Instagram, instagram.com/itsabiconnick [en ligne]

Mockup de l'identité *Bloomsbury* par Abi Connick, 2023, source: Instagram, instagram.com/itsabiconnick [en ligne]

Mockup de l'identité *11:11 Skin Club* par Abi Connick, 2023, source: Instagram, instagram.com/itsabiconnick [en ligne]

Oeuvre conçue pour Adobe Photoshop 2021, par Aries Moross, 2021, source: Aries Moross, ariesmoross.com [en ligne]

Cahiers en collaboration avec Moo, par Aries Moross, source: Aries Moross, ariesmoross.com [en ligne]

Projet d'exposition en collaboration avec New Balance, 247 Pop Up, 2018 à Tokyo au Japon, par Aries Moross, source: Aries Moross, ariesmoross.com [en ligne]

Arrêt sur image du film *Mon voisin Totoro*, 1988, réalisé par Hayao Miyazaki, source: Studio Ghibli, ghibli.jp [en ligne]

Arrêt sur image du film *Ponyo sur la falaise*, 2008, réalisé par Hayao Miyazaki, source: Studio Ghibli, ghibli.jp [en ligne]

Arrêt sur image du film *Le voyage de Chihiro*, 2001, réalisé par Hayao Miyazaki, source: Studio Ghibli, ghibli.jp [en ligne]

Compost tenu par un homme et sa fille, source: AdobeStock, Halfpoint [en ligne]

Portrait d'une étudiante, source: AdobeStock, Yuliia [en ligne]

Jeune homme souriant portant des vêtements chauds, source: AdobeStock, Kite_rin [en ligne]

Femme portant son bébé, source: AdobeStock, Trendsetter Images [en ligne]

Guirlande de fanions colorés, source: AdobeStock, Oscar [en ligne]

Bocaux en verre utilisés pour le Vrac, source: AdobeStock, Maria [en ligne]

Couloir coloré, source: Unsplash, Robert Katzki [en ligne]

Mug coloré, source: Unsplash, CURVD® [en ligne]

Piscine à bulles colorées, source: AdobeStock, Gamelover [en ligne]

Un père et son fils dans une course d'orientation, source: AdobeStock, Maria Sbytova [en ligne]

Escalier coloré source: Unsplash, Jason Leung [en ligne]

Course d'orientation avec des fanions, source: AdobeStock, Rawpixel.com [en ligne]

Guirlande colorée de singes, source: Unsplash, Park Troopers [en ligne]

Fanions colorés, source: AdobeStock, Bruno Bleu [en ligne]

Pneu transformés en pot à cactus, source: AdobeStock, SvetlanaSF [en ligne]

Mockup de trousse de toilette, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de tote bag, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de pochette en coton, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup d'étiquette, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de scotch, source: Mockup design, *Free duct tape strips mockup*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de carnet avec élastique, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de carnet à coin arrondi, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de carnet avec élastique, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de carnet à coin arrondi, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de carnet à coin arrondi, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Logo La cabane bleue, source: La cabane bleue: editions lacabanebleue.com [en ligne]

Mockup de carnet avec élastique, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de boîte d'envoi, source: Mockup design, *Free box mockup/ 95x60x25 mm*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de carte de visites, source: Mockup design, mockups-design.com [en ligne]

Logo de la marque Victorinox, source: Victorinox, victorinox.com [en ligne]

Couteau suisse Spartan Wood de la marque Suisse Victorinox, source: Victorinox, *Spartan Wood*, victorinox.com [en ligne]

Logo de la marque Aroma-zone, source: Aroma-zone, aroma-zone.com [en ligne]

Huile essentielle de citron et huile essentielle de lavande, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023

Logo de la marque Seton, source: Seton, seton.fr [en ligne]

Gants de manutention de la marque Seton, source: Seton, *Gants de manutention en coton Edge® 76-100 Ansell*, seton.fr [en ligne]

Femme qui coupe des branches en portant des gants de manutentions, source: AdobeStock, Valerii Honcharuk [en ligne]

Logo de la marque StickerGreen, source: StickerGreen, stickergreen.com [en ligne]

Mockup d'une planche de stickers format A6, source: Mockup design, *Minimalistic A6 flyer mockup*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de gourde avec des stickers collés dessus, source: Sachanati, *Free Steel Bottle Mockup*, sachanati.com [en ligne]

Logo de la marque CottonBee, source: CottonBee, ctnee.com [en ligne]

Mockup de tissus en coton, source: Mockup design, *Free fabric mockup*, mockups-design.com [en ligne]

Supports en tissus du kit, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023

Lingettes en coton pour le visage, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023

Sachet en coton, source: Lola Marié, shooting réalisé en mai 2023

Logo de la marque Bagart, source: Bagart, bagart.fr [en ligne]

Mockup de tote bag, source: Mockup design, *Hanging tote bag mockup*, mockups-design.com [en ligne]

Logo de la marque Coqli, source: Coqli, coqli.fr [en ligne]

Mockup de boîte d'envoi, source: Mockup design, *Free box mockup/ 95x60x25 mm*, mockups-design.com [en ligne]

Enfant se donnant une pousse, source: AdobeStock, Paphis [en ligne]

Mockup de la page d'accueil dans un Ipad et deux iPhones, source: Is graphics, *Free iPad Pro and iPhone Mockups*, Is.graphics [en ligne]

Mockup d'un article dans un ordinateur, source: Mockups Designs, *Free MacBook Pro mockup*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup d'une affiche, source: Mockups Designs, *Warm set of poster mockups*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup d'une carte de visite, source: Mockups Designs, *Business cards mockup on wooden ornament*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup d'ordinateur portable, source: Mockups Designs, *Free MacBook Air 2022 mockup*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de téléphone portable, source: Mockups Designs, *Free iPhone 13 Pro mockup*, mockups-design.com [en ligne]

Mockup de téléphone portable, source: Mockups Designs, *Free iPhone 13 Pro mockup*, mockups-design.com [en ligne]

