

Studio de création graphique

PRÉSTATIONS :

Identité visuelle, logotype et charte graphique, affiche publicitaire, brochure événementielle, mailing, publi-communiqué, emailing, formats pour réseaux sociaux, livret de présentation, rapport d'activité, ...

RÉFÉRENCES :

Guérin, Guerlain, Office du tourisme de Hollande, Le Figaro, Société des Amis du Louvre, Louis Vuitton, Le Bon Marché, Chanel, Hugo Boss, Comité France-Amériques, Berkeley Global Society, Kayros, Maserati, DELL, Novotel, LG, Boudoir des Lubies, Dom Pérignon, Porsche, Dior, Transitions, De Fursac, Peugeot, Kering, ...



..

Mailing

LOUIS VUITTON X MADAME FIGARO

Visuel réalisé à l'occasion
des 160 ans de la marque,
en partenariat avec le
magazine Madame Figaro.

LE BON MARCHÉ

Illustration réalisée pour
Le Bon Marché à
destination du marché
asiatique et à l'occasion
du nouvel an chinois, année
du coq.



..

Invitation

COMITÉ FRANCE-AMÉRIQUES

Carton d'invitation événementiel.

LA CIE DES EXPERTS AGRÉÉS
PAR LA COUR DE CASSATION
& LE CERCLE FRANCE-AMÉRIQUES

PRÉSENTENT

CONCERT
POUR

DEUX
PIANOS
& VIOLON



INVITATION



..

Affiche

AVICENNE

Colloque médical.



••

Affiche

EVENE

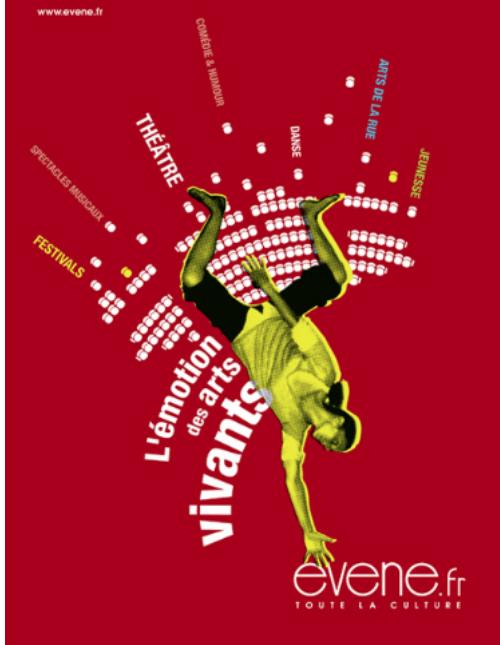
Pleines pages pub pour le premier site web culturel français de 2009 à 2012.

FRANCE-AMÉRIQUES

Diner folklorique péruvien.

OFFICE DU TOURISME DE HOLLANDE

Réalisation de l'affiche visant à promouvoir dans toute la Hollande, des expositions de Mondrian jusqu'au design néerlandais.



HOLLANDE EXPOSITIONS 2017

mondriaan to dutch design
DE MONDRIAN JUSQU'AU DESIGN NEERLANDAIS
Plusieurs musées, partout aux Pays-Bas
Toute l'année 2017

RAYMOND PETTIBON : UN RÉTROPECTIVE A PEN OF ALL WORK
Bonnefantenmuseum
02/06/17 - 29/10/17

PLUS DE 700 CONCERTS PAR AN
Concertgebouw
Toute l'année

ARP : LA POÉSIE DES FORMES
Kröller-Müller Museum
20/05/17 - 17/09/17

SLOW FOOD, NATURES MORTES DU SIÈCLE D'OR
Mauritshuis
09/03/17 - 25/06/17

LA GALERIE DE PORTRAITS DU SIÈCLE D'OR
Hermitage Amsterdam, les tableaux viennent du Rijksmuseum et de l'Amsterdam Museum
Toute l'année

MATTHIJS MARIS
Rijksmuseum
06/10/17 - 07/01/18

L'ESTAMPE À PARIS, 1900. ÉLITISTE ET POPULAIRE
Van Gogh Museum
03/03/17 - 11/06/17

www.holland.com/culture

..

Campagne d'affichage

ALFA ROMEO

Campagne réalisée pour les 110 ans de la marque automobile (maquette).



..

Format print innovant

GUÉRIN

Publicité de 4 pages, réalisée avec un principe de calque qui révèle les pierres sur les anneaux selon que l'on tourne la page à gauche ou à droite. Publié dans le Madame Figaro du 7 décembre 2018.



••

Carte abonné

SOCIÉTÉ DES AMIS
DU LOUVRE

Design graphique des
cartes adhérent (maquette).

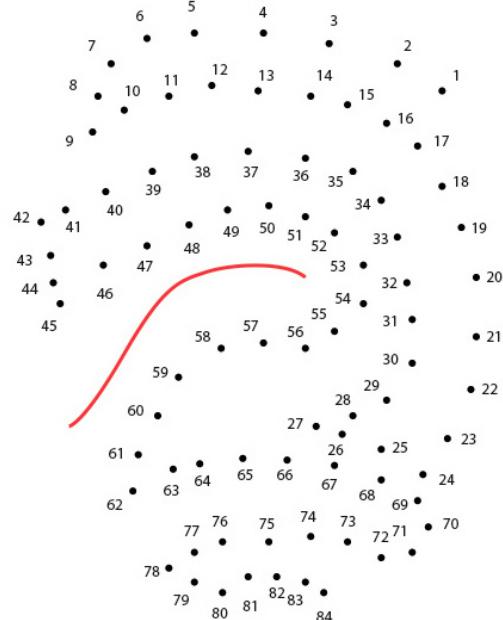


•
B2B

MEDIA FIGARO

Réalisations graphiques
pleine page pour la régie
publicitaire du Figaro.

CONNECTEZ LES POINTS



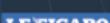
« C'est de l'identité qu'est née la différence. »
Heinz Pagels / L'Univers Quantique

les ateliers
MEDIA.figaro
CONNECTE - INFLUENCE - ENGAGE

PASSEZ DE LA
BIG DATA A LA
FIG
DATA
AUDIENCE
CONTENU
CRM

DES DATA PUSSANTES ET QUALIFIÉES
DE CONTENUS ET D'INDIVIDUS.

www.figarmedias.fr



FIGARO
MEDIAS



● **FRED BUSCH**
● Graphic Design

••

Livre

GUILLAUME PIXIE

Illustration de couverture du premier livre du réalisateur « Amis qu'au téléphone ».

GRANCHER

Couverture du livre de Jacques Fontaine « La franc-maçonnerie, trois clés vers la conscience », éditions Grancher.

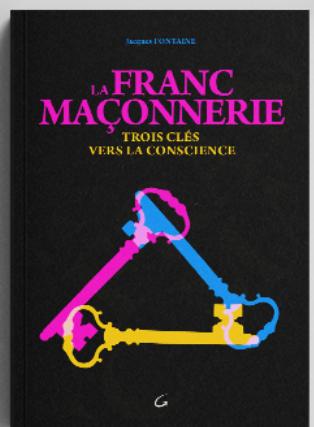
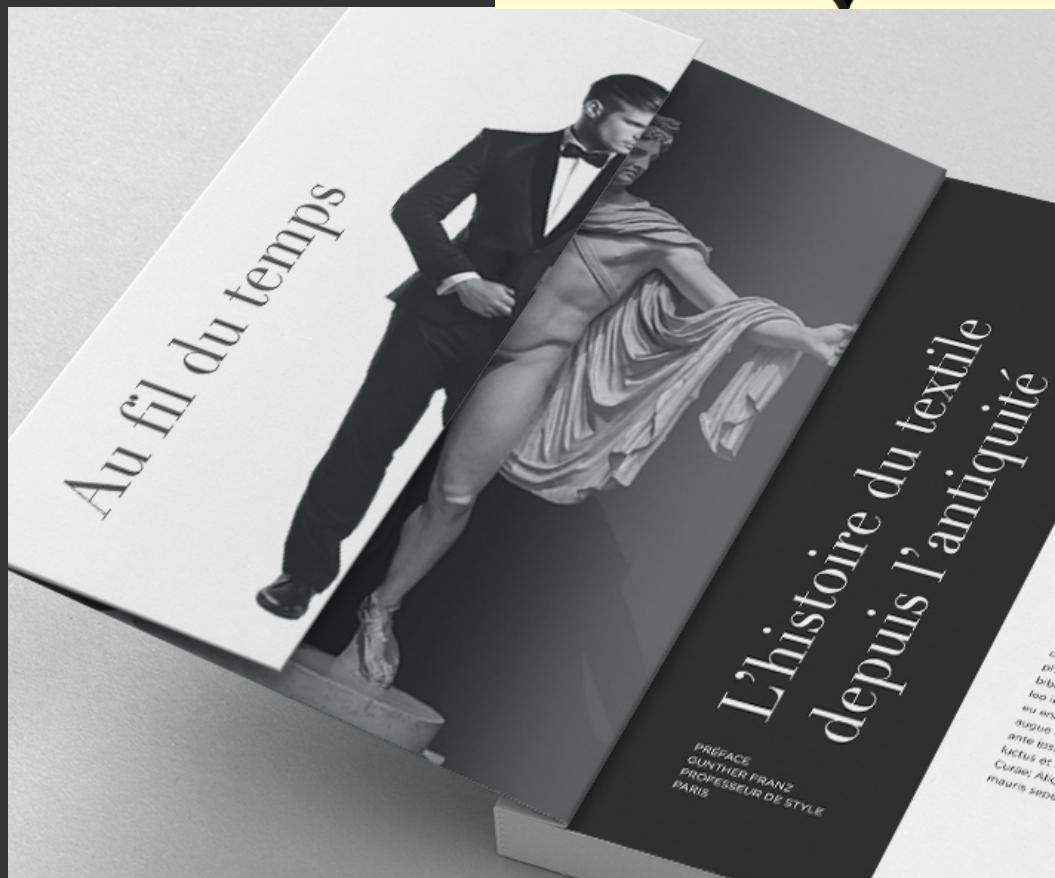
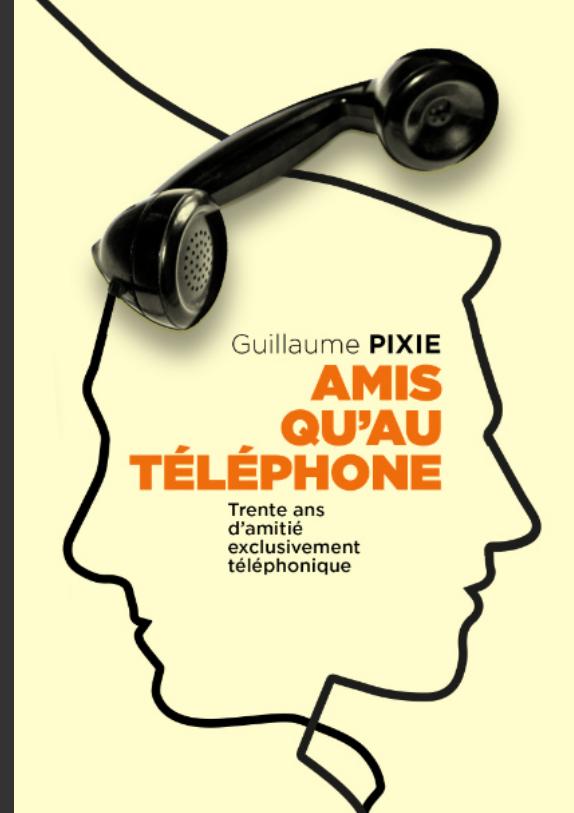
COLLECTION

« LES ARCHITECTURES »

Paris Bangkok éditions.

AU FIL DU TEMPS

Rabat intérieur de couverture de livre qui forme un photomontage.



..

Illustration

AYUSHI GAME

Macao.

UNLOCKED MUSIC

Illustration et réalisation de la pochette du deuxième album d'Almo, «Eleven Love Inventions».



NUMÉRO OI
MACAO



Publi- communiqué

LE FIGARO

Réalisation de Publi-communiqués,
publiés dans le quotidien
et Madame Figaro.

FIGARO *scope* *partner*

en collaboration avec **Suisse.**



Escapades citadines en Suisse

Avec ses sommets majestueux, ses lacs paisibles et sa nature préservée, la Suisse est le pays idéal pour se ressourcer. A deux pas de ces magnifiques espaces naturels, les villes, au riche patrimoine culturel et gastronomique, invitent à des escapades clémentes pour varier les plaisirs et vivre des expériences inattendues. Plonger au cœur du design à Zurich, découvrir Bâle — la ville aux quarante moulins —, se ressourcer à Genève, se relaxer à Lausanne, relâcher la pression à Berne, se changer les idées à Lucerne, se laisser imprégner par Lugano... autant de moments uniques qui feront de ces quelques jours un véritable périple à la carte d'adventure.

Quatre heures de voyage (pp-rya.com), Berne, Lugano et Lucerne sont accessibles en Intercités via Bâle ou Zurich (zff.ch).

En Suisse, le réseau de trains, de cars et de bateaux permet de voyager confortablement de ville en ville. Les trains du réseau de transports publics le plus dense au monde partent la même minute de chaque heure (zff.ch).

Préparer son séjour. Switzerland Travel Centre : 00 800 100 200 38. Inscrit depuis un mois avec

LES NOCES D'OR D'UN CHÈNE D'ACIER

50 ans de la Royal Oak

LE FIGARO Légende

L'ÉCRIN
DU CHÈNE D'ACIER

ÉVÉNÉ
AU 50^{ME} ANNIVERSAIRE

LA CHRONOLOGIE



LEÇON DE DESIGN

PAR JULIEN BONNET

Le 15 octobre 1972, le créateur horloger suisse Georges Daniels dévoile à la Foire de Genève une montre qui va révolutionner l'industrie horlogère. C'est la première montre à bracelet métallique et à boîtier en acier inoxydable. C'est la première montre à bracelet métallique et à boîtier en acier inoxydable.

1892 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1917 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1955 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1967 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1970 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1972 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1976 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1992 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

1993 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

2002 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.

2020 Audemars Piguet crée la montre à bracelet métallique.






An open magazine spread featuring Guerlain perfume products. The left page shows a man in a suit sitting in a lavender field, with a small inset photo of a woman. The right page features a large illustration of a lavender flower and several perfume bottles. The text discusses Guerlain's "feminie contemporaine" and various perfume collections.

TENDANCES AUTOMNE HIVER 2020

FRING & LILA
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

BOSS GENERATION LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

On days when I expect a John Deere to be a hydraulic tractor, he drives his tractor using a clutch. An otherwise sensible operator does this, too. Some people insist that tractors need a clutch, though.

Partner / BOSS

CARO DAUR
LOREM IPSUM DOLOR

Undoubtedly, a chapter in the history of the Spanish fashion industry. The first Spanish magazine to be born in the digital era, *Caro Daur* is a publication that has been created to respond to the needs of a new generation of readers. A new, a technological and dynamic era in which fashion is no longer a luxury, but a basic need. *Caro Daur* adapts to this new era by offering a new type of content, a new type of communication, a new type of relationship with the reader. *Caro Daur* is a magazine that is born to change, to adapt, to evolve, to create a new type of relationship between the editorial and the reader, to offer a new type of communication, a new type of relationship with the reader. *Caro Daur* is a magazine that is born to change, to adapt, to evolve, to create a new type of relationship between the editorial and the reader, to offer a new type of communication, a new type of relationship with the reader.

BOSS X JUSTIN TEODORO
APSULE COLLECTION

● **FRED BUSCH**

● Graphic Design

Campagne print

CHANEL

Direction artistique visant à intégrer dans le quotidien *Le Figaro*, la campagne mettant en exergue des réflexions de Coco Chanel. Publié en 2017.



● **FRED BUSCH**

● Graphic Design

Manifeste

VOYAGISTES X GAFFA

Lettre ouverte publiée dans *Le Figaro*.

*Lettre ouverte
à Facebook et Google :*

Engagez-vous pour permettre à nos entreprises du voyage de traverser la tempête

Cher Facebook, cher Google

h-me
exchange
evaneos

eDreams

Misterfly

BDV
bourse des vols

L'echo
touristique

Wonderbox

WELCOME CITY LAB

MARCO VASCO

PERRINEVOCANCES

Group corner

eventiz
media group

homerez

maeva.com

VizEat

Le Groupe
Salaün

Départ Demain

LES MAISONS
du Voyage

Même la pandémie qui touche de plein fouet l'ensemble des industries au niveau mondial, on me dit que vous allez plutôt bien. Vous devriez sortir de cette

crise inédite sans trop d'égrenailles, peut-être.

Nous avons partagé des succès

communs, collaboré souvent effacement, pour contribuer

ensemble à la croissance

du tourisme en ligne.

Aujourd'hui, il nous

semble équitable de

partager avec vous

les difficultés et que

vous preniez votre part à la survie de nos entreprises.

Depuis de nombreuses années, les entreprises du voyage et du transport ont contribué à la croissance. En effet plus de 80% de votre chiffre d'affaires dépend de la publicité, et le secteur du tourisme en représente 10 à 15%. Depuis de nombreuses années, nous avons toléré et intégré toutes les évolutions de vos produits et de vos conditions. Nous avons respecté les délais de paiement de vos factures qui augmentent chaque mois pour différentes raisons. Tout ce temps-là, nous n'avons pas dit un mot et nous nous sommes adaptés aux exigences.

Quand vous avez réduit la place du référencement naturel (SEO), nos factures ont augmenté

Quand vous avez supprimé la part de l'audience obtenue sans passer par un format publicitaire payant (Reach organique), nous avons supprimé la partie

Quand vous avez lancé vos propres services en ligne de promotions et de réservations de voyages Google Flights, ou Google Hotel, nous avons compris qu'il faudrait nous battre dans le futur. Nous étions partenaires, vous nous imposiez concurrents de surcroît.

Durant toutes ces années, le tourisme a largement contribué à votre développement et à votre place actuelle sur le marché de la publicité. Nous avons en partie financé votre croissance.

A l'heure où le tourisme vit une crise inédite, notre activité est à l'arrêt. Ces deux derniers mois, nous avons dû rembourser un grand nombre de nos clients dont les voyages ont été annulés suite à des fermetures de frontières et des restrictions de voyage. Par conséquent, nos trésoreries sont au plus bas et l'incertitude qui règne sur le secteur pour les prochains mois à venir ne laisse rien présager d'évident. Selon l'Organisation mondiale du tourisme, la reprise pourrait attendre le mois de décembre 2020, portant à 80% la chute du tourisme international.

Il y a quelques mois, nous avons créé nos campagnes ensemble, dont nous avons assumé les coûts. Nous nous avons promis un ROI (Retour sur Investissement) sur ces publicités, qui n'auront jamais été converties en revenus pour nos entreprises. Pire, les annulations de voyages, indispensables pour préserver la santé de nos clients et respecter les consignes des autorités, nous coutent en terme de gestion avec en prime une perte d'image vis-à-vis de nos clients.

Tous les acteurs du secteur du tourisme ont essayé de discuter avec vous pour obtenir des délais de paiements et des réductions de factures afin de pouvoir traverser la crise. En vain.

Aujourd'hui, nous vous interpellons pour que vous preniez votre part à cette crise et que vous devienez un partenaire exemplaire, partageant nos valeurs et nos douleurs.

Nous faisons appel à votre solidarité en vous demandant d'annuler ou de proposer des avatars sur les coûts correspondant aux campagnes facturées qui n'ont engendré aucune vente (à savoir entre le 1/1/2020 et le 17/3/2020) et de nous accorder des remises sur les futures campagnes en 2020 et en 2021.

Le tourisme a besoin d'un second souffle, d'être soutenu massivement pour espérer éviter les faillites et le recours aux licenciements. Ce n'est qu'avec une relance audacieuse que nous arriverons à traverser la tempête du Covid-19.

Le temps n'est-il pas venu de redéfinir des partenaires et de redéfinir ensemble les règles du jeu de la prochaine décennie ? C'est en partageant les crises et les

risques que nous pourrons construire une relation durable et un avenir pour le secteur du voyage et ses entreprises.

C'est la raison pour laquelle nous vous adressons ce courrier, à l'initiative des membres du Think Tank Club tourisme et technologies (CTT) et au nom de nombreux acteurs du tourisme, tous clients de vos grands groupes. Nous invitons tous les professionnels du secteur du tourisme et des transports qui soutiennent notre action, à nous rejoindre en nous écrivant, à l'adresse thinktankctt@gmail.com.

Les signataires de la lettre ouverte : Charles-Edouard Girard HomeExchange Eric La Bonnardière Evaneos Benoît Crespin eDreams Odigeo Frédéric Pilloud Muriel Olivier Roche CTT Fabrice Darot Bourse des Vols Linda Laine CTT et L'echo touristique Magali Bolzeau Leena Wonderbox Laurent Quigley Welcome City Lab Alexandre Vercoutre Marco Vasco Grégory Sté Pierre et Vacances Antoine Corson GroupCorner Frédéric Vanhoutte Eventiz Media Group Loïc Dupont Horizons Bryce Arnaud-Battandier Maeva.com Jean-Michel Petit VizEat Warren Rochergé EasyVoyage Michel Salain Groupe Salain Michel-Yves Labbe Départ Demain Arthur Courtinat Les Maisons du voyage

..

Logotype



SAGE

SOCIÉTÉ AGRO-INDUSTRIELLE
GUINÉO-ÉMIRATI



QUARTZ



KACTUS



AEROFIRST



GALA DES AMÉRIQUES



KAYROS



Présentation

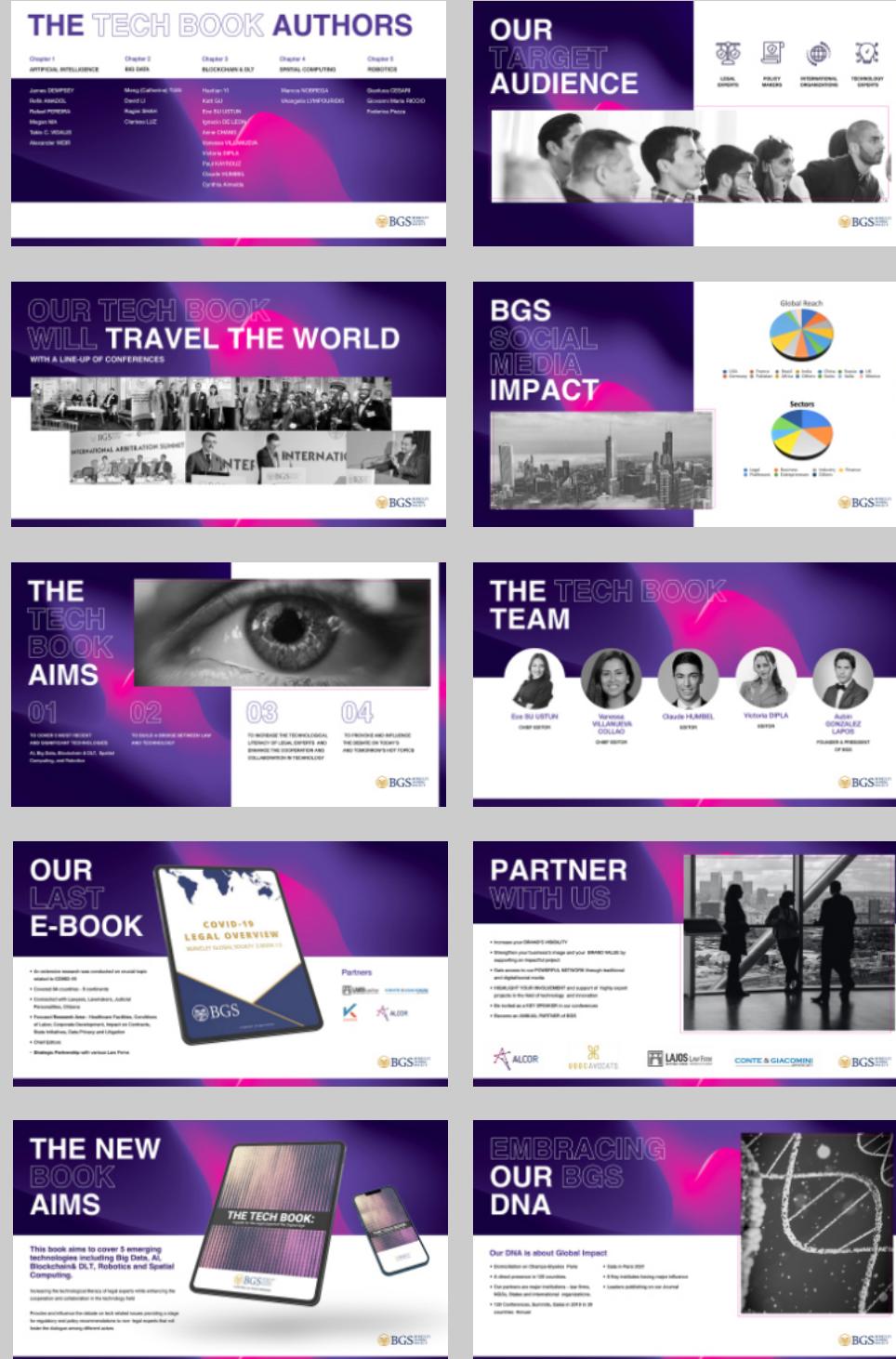
BERKELEY GLOBAL SOCIETY
«THE TECH BOOK»



THE TECH BOOK

A guide for the Legal Expert of the Digital Age

BGS BERKELEY GLOBAL SOCIETY



THE TECH BOOK AUTHORS

OUR TARGET AUDIENCE

OUR TECH BOOK WILL TRAVEL THE WORLD

BGS SOCIAL MEDIA IMPACT

THE TECH BOOK AIMS

THE TECH BOOK TEAM

OUR LAST E-BOOK

PARTNER WITH US

THE NEW BOOK AIMS

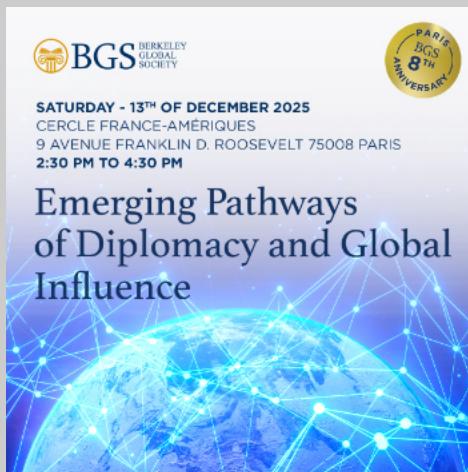
EMBRACING OUR BGS DNA

••

Display

BERKELEY GLOBAL SOCIETY

Formats pour réseaux sociaux.



Webdesign

Maserati

DELL

Novotel

LG

Boudoir des Lubies

Dom Pérignon

Porsche

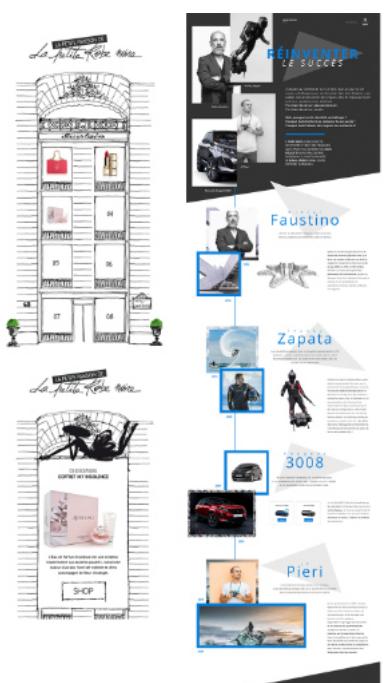
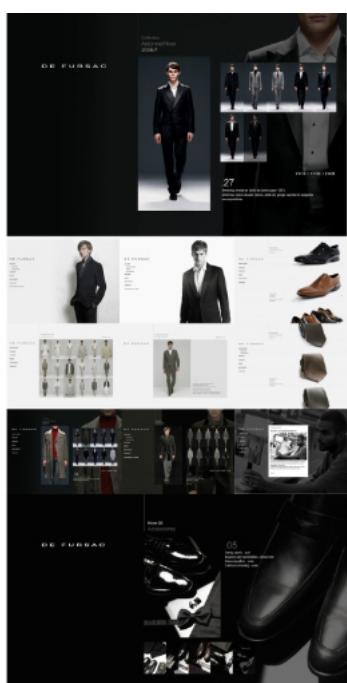
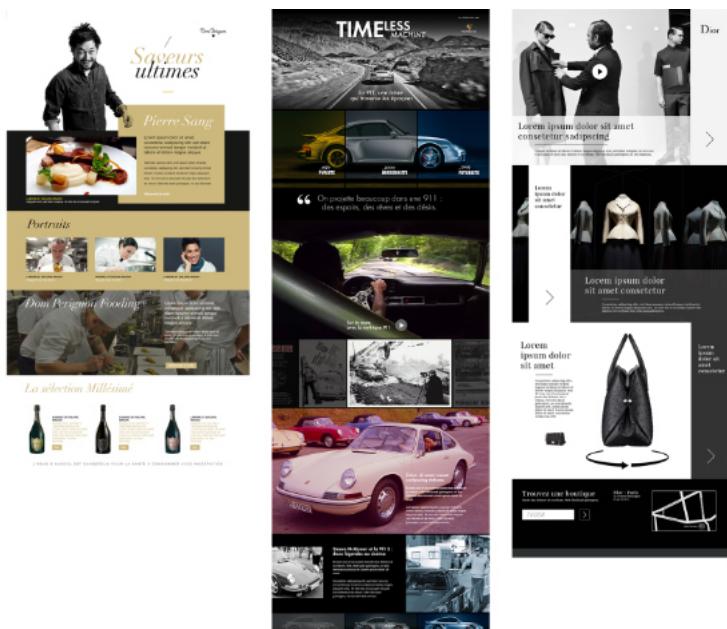
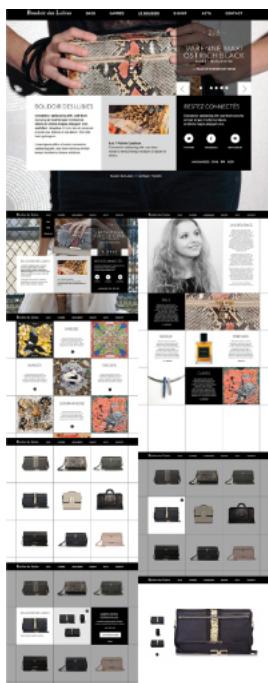
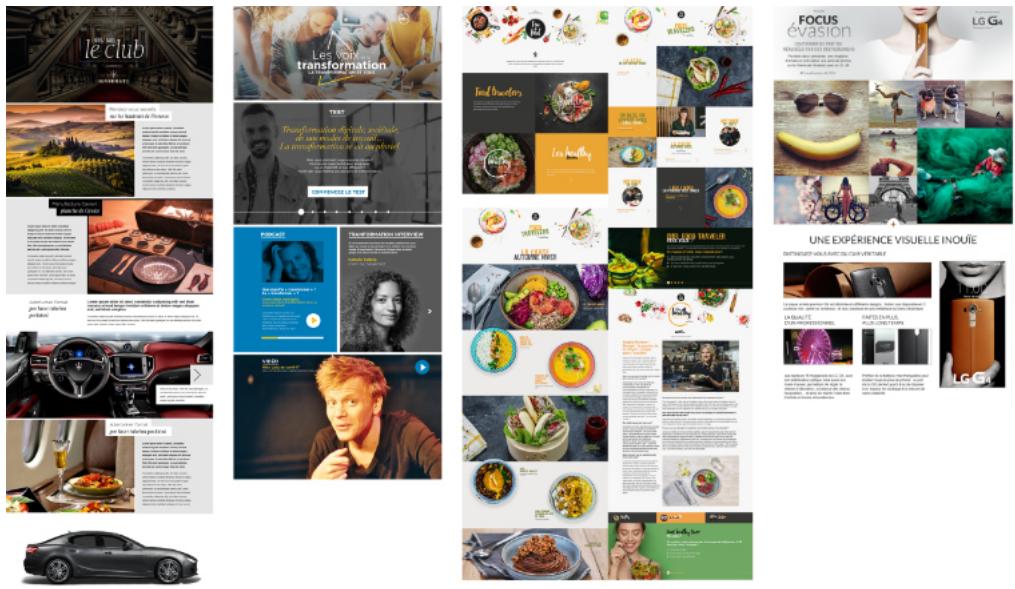
Dior

Transitions

De Fursac

Guerlain

Peugeot 3008



Laboratoire

MISE EN PAGE ET ILLUSTRATIONS

Recherches graphiques personnelles.

QUELLE EST LA PENSÉE DE SOCRATE ?



oublie jamais que tout est éphémère, alors tu ne seras jamais trop joyeux dans le bonheur, in opere esse deinceps le chagrin.

Une citation de Socrate, philosophe grec, né à Athènes en 469 av. J.-C. et mort en -399. Il est connu comme l'un des créateurs de la philosophie occidentale. Ses idées, aucun écrit, sa pensée et sa réputation se sont transmises par des témoignages écrits. Ses deux principes fondamentaux, l'éthique et la philosophie, ont notamment œuvré à maintenir l'image de leur maître, qui est mis en scène dans leurs œuvres.

Il a été étudié par les philosophes Phédon, et Maxime de Tur dans sa Neuvième Dissertation ont écrit que Socrate a été condamné à mort par les Débats rénommés de son vivant. Socrate est devenu l'un des penseurs les plus influents de l'Antiquité et de l'Occident. Sa condamnation à mort et sa présence très fréquente dans les dialogues de Platon et d'Aristote ont contribué à faire de lui une icône philosophique majeure.

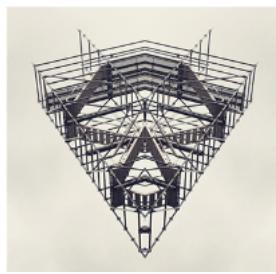
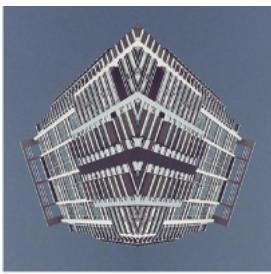
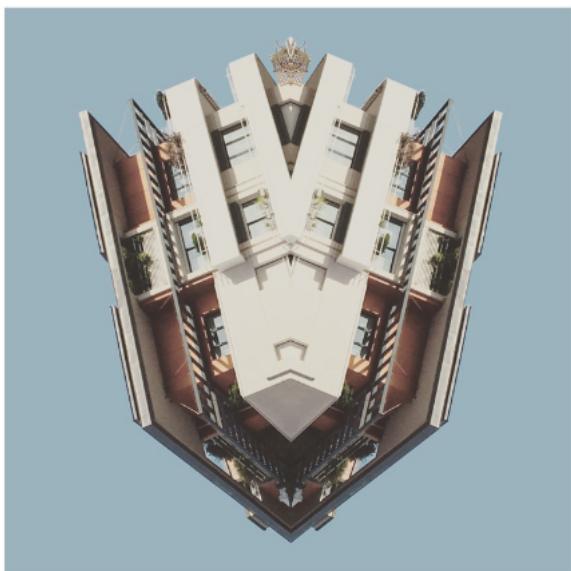


••

Projet artistique

ARCHIMÈRE

«I play with architecture
to create things».



Photographie

HONG KONG, TOKYO, BANGKOK.



••

contact@fredbusch.fr

