

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, ...



••

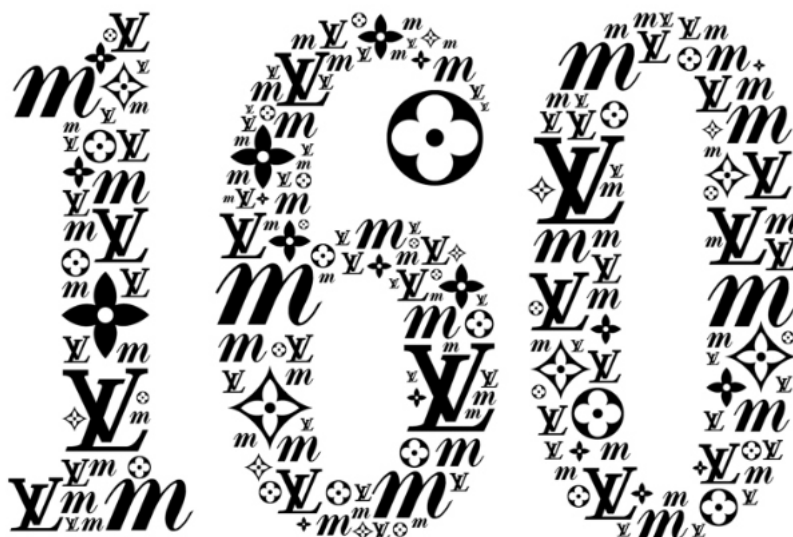
Mailing

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.



● FRED BUSCH
● Graphic Design



••

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



● FRED BUSCH
● Graphic Design

••

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.



Campagne d'affichage

ALFA ROMEO

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

1910

Alfa Romeo est une société de construction d'automobiles italienne fondée le 24 juin 1910 à Milan.



Alfa Romeo

Deux modèles Alfa se placèrent aux première et seconde places de la course « Parma-Poggio di Berceto » de 1913.



2020

Au début de la dernière décennie du XXI^e siècle, la marque lance deux modèles : l'Alfa Romeo 155.



Depuis 110 ans

Le nouveau millénaire débute sous les meilleurs auspices pour Alfa Romeo. Le nouveau modèle de l'Alfa 147.



••

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.



● **FRED BUSCH**
● Graphic Design

••

Carte abonné

**SOCIÉTÉ DES AMIS
DU LOUVRE**

Design graphique des
cartes adhérent (maquette).



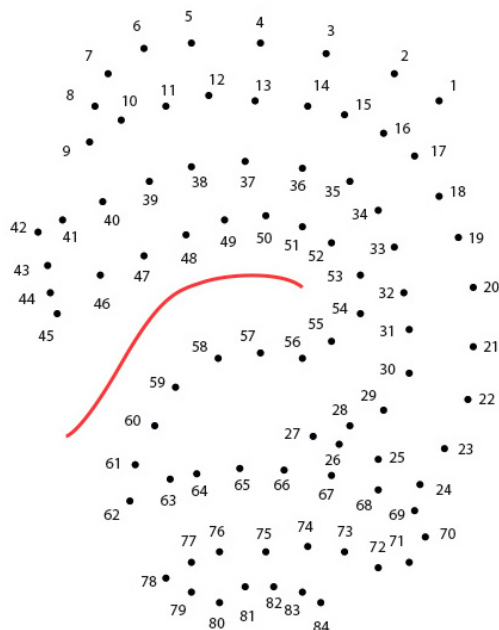
••

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 DATAS PUISSANTES ET QUALIFIÉES
DE CONTENUS ET D'INDIVIDUS.

www.figaromedia.fr



LE FIGARO

FIGARO
MEDIAS



MEDIA.figaro

CONNECTE - INFLUENCE - ENGAGE

1ÈRE OFFRE
PROGRAMMATIQUE
DU MARCHÉ

30,5 M DE VU
100% de l'inventaire disponible

12 MARQUES PREMIUM
Formats visibles

50 M DE PROFILS DATA
Plus de 100 contextes éditoriaux

EXCHANGE
MEDIA.figaro

PUISSANCE - QUALITÉ - TRANSPARENCE - EFFICACITÉ

- 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.

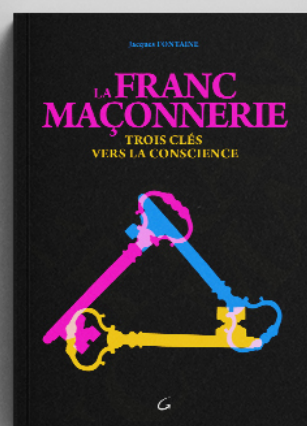
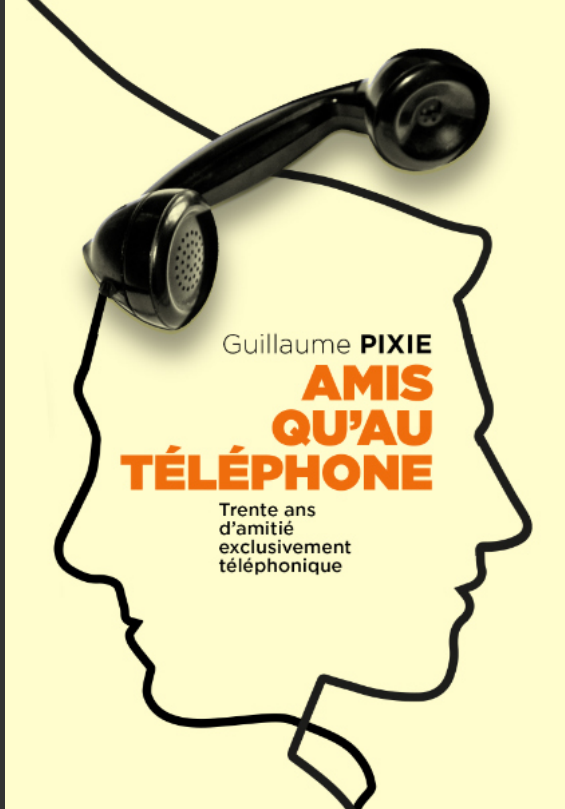


Illustration et réalisation
de la pochette
du deuxième album
d'Almo, «Eleven Love
Inventions».



Publi- communiqué

LE FIGARO

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




en collaboration avec 

Escapades citadines en Suisse

Avec ses sommets majestueux, ses lacs pittoresques et sa nature préservée, la Suisse est le pays idéal pour se ressourcer. À deux pas de ces magnifiques espaces naturels, les villes, au riche patrimoine culturel et gastronomique, invitent à des escapades citadines pour varier les plaisirs et vivre des expériences inattendues. Plonger au cœur du design à Zurich, découvrir Bâle – la ville aux quarante musées –, prendre son temps à Genève, se relaxer à Lausanne, relâcher la pression à l'ère, se changer les idées à Lucerne, se laisser inspirer par Lugano, autant de moments uniques qui feront de ces quelques jours un beau voyage culturel, dans un décor de nature.

Plus d'infos sur suisse.ch/office

INFORMATIONS PRATIQUES

S'y rendre.
TGV Lyon efficace jusqu'à 11 destinations suisses au départ de Paris-Gare de Lyon pour Genève, Bâle, Lucerne et Zurich, compter trois à quatre heures de voyage (TGV-Lyria.com). Bern, Lugano et Lucerne sont accessibles en InterCity via Bâle ou Zurich (SBB).

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

Préparer son séjour. Switzerland Travel Centre (00 800 100 200 30) (seul numéro en pays franc).

Zurich, au cœur du design

La ville suisse est une capitale du design. Découvrez les musées et les ateliers des designers locaux.

Une journée dans les montagnes

Profitez d'une vue imprenable sur les Alpes suisses. Découvrez les villages pittoresques et les paysages magnifiques.

Lausanne et Genève, le temps retrouvé

Redécouvrez les beautés de ces deux villes. Explorez les musées, les parcs et les sites historiques.

LE FIGARO partner

ADFIGT, créativité et efficacité piliers des stratégies digitales

Le directeur général d'ADFIGT, Jean-Marc L... a été nommé président du jury de la compétition...

BATLE CREATIVE

Un jury prestigieux

Les 5 meilleurs projets Castorama

BATLE CREATIVE

5 experts s'expriment autour des enjeux d'un contenu digital premium

Les experts de la bataille creative se sont réunis pour discuter des enjeux d'un contenu digital premium.

partnes BOSS

HUGO BOSS, l'étoffe des héros

Depuis près d'un siècle, le marque allemand habille les hommes. Découvrez les collections d'été et d'automne.

partnes BOSS

BOSS X JUSTIN TEODORO

La collection BOSS X JUSTIN TEODORO est une collaboration entre le designer américain et la marque allemande.

LE FIGARO légende

LES NOCES D'OR D'UN CHIÈNE D'ACIER

Le chronographe de la légende. Découvrez les modèles de la collection.

LEÇON DE DESIGN

Leçon de design avec la collection de la légende. Découvrez les modèles de la collection.

Mon Guerlain, une féminité contemporaine

Le Guerlain est une marque de parfums de luxe. Découvrez les nouvelles créations.

Caro Daur

La collection Caro Daur est une collaboration entre la marque et la designer.

TENDANCES AUTOMNE HIVER 2020

Les tendances de la saison. Découvrez les nouvelles collections.

BOSS X JUSTIN TEODORO

La collection BOSS X JUSTIN TEODORO est une collaboration entre la marque et la designer.

Recherche de compositions
pour les publi-communiqués
co-brandés.



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.

Des jeux vidéo en famille

Un nouveau jeu vidéo de la série Les Sims 4 permet de jouer en famille. Le jeu est disponible sur PC, Mac et consoles.

CHOISIR

L'art mural et musical

Un projet artistique qui associe peinture et musique. Les artistes créent des œuvres murales inspirées par la musique.

Neuf comme un lundi

Grâce à une nouvelle collection de vêtements, vous pouvez profiter de la semaine comme si c'était un lundi. La collection est disponible chez Chanel.

SAVIE

Un projet artistique qui associe peinture et musique. Les artistes créent des œuvres murales inspirées par la musique.

32 L'ÉVÉNEMENT

ENQUÊTE Mal aimé des agents et des producteurs, l'art du mime connaît un regain de popularité. À découvrir lors de la Biennale qui aura lieu dans 21 villes de France, du 8 novembre au 17 décembre.

NATHALIE SIBON

Haut la r

Marin Karmitz, au cœur de l'image

Portrait d'un homme qui a marqué l'histoire du cinéma français. Karmitz a été directeur général de France 3 et président de la Biennale de la Photographie.

Robert Pougheon, dessinateur fantasiste

Un artiste qui crée des œuvres fantastiques et oniriques. Ses œuvres sont exposées dans des galeries et musées.

SON DESTIN

Joseph-Benoît Suvée, la revanche d'un néoclassique

Un artiste qui crée des œuvres néoclassiques et réalistes. Ses œuvres sont exposées dans des galeries et musées.

CHOISIR

Un projet artistique qui associe peinture et musique. Les artistes créent des œuvres murales inspirées par la musique.

CONQUÉRIR

Georges Lautner, un pacha du cinéma

Un réalisateur qui a marqué l'histoire du cinéma français. Ses œuvres sont exposées dans des galeries et musées.

SON DESTIN

Joseph-Benoît Suvée, la revanche d'un néoclassique

Un artiste qui crée des œuvres néoclassiques et réalistes. Ses œuvres sont exposées dans des galeries et musées.

RENDEZ-VOUS AVEC LA LUNE

Un projet artistique qui associe peinture et musique. Les artistes créent des œuvres murales inspirées par la musique.

LE PIANISTE A MANGE DU CLOU

Un projet artistique qui associe peinture et musique. Les artistes créent des œuvres murales inspirées par la musique.

Agenda

Des événements culturels et artistiques à découvrir tout au long de l'année.

SON DESTIN

Joseph-Benoît Suvée, la revanche d'un néoclassique

Un artiste qui crée des œuvres néoclassiques et réalistes. Ses œuvres sont exposées dans des galeries et musées.

RENDEZ-VOUS AVEC LA LUNE

Un projet artistique qui associe peinture et musique. Les artistes créent des œuvres murales inspirées par la musique.

LE PIANISTE A MANGE DU CLOU

Un projet artistique qui associe peinture et musique. Les artistes créent des œuvres murales inspirées par la musique.

Agenda

Des événements culturels et artistiques à découvrir tout au long de l'année.

SON DESTIN

Joseph-Benoît Suvée, la revanche d'un néoclassique

Un artiste qui crée des œuvres néoclassiques et réalistes. Ses œuvres sont exposées dans des galeries et musées.

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

Malgré 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 médite sans trop d'égalligures, peut-être.

Nous avons partagé des succès communs, collaboré souvent efficacement, 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 votre 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 supporté la perte
- 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 vous imposez 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. Vous nous avez 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 coûte 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 deveniez un partenaire exemplaire, partageant nos valeurs et nos douleurs.

Nous faisons appel à votre solidarité en vous demandant d'annuler ou de proposer des avoirs 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 redevenir 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 pourrions 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 Odigee Frédéric Pilloud Misterfly Olivier Roche CTT Fabrice Darlot Bourse des Vois Linda Lainé CTT et L'ECHO touristique Magali Boisseau Leonora Wonderbox Laurent Quelige Welcome City Lab Alexandre Vercoffre Marco Vasco Grégory Sion Pierre et Vacances Antoine Corsan GroupCorner Frédéric Vanhoutte Eventiz Media Group Loïc Dupont Homerez Bryce Arnaud-Battandier Maeva.com Jean-Michel Petit VizEat Warren Rochweg EasyVoyage Michel Salatin Groupe Salatin Michel-Yves Labbe Depart Demain Arthur Courtinat Les Maisons du voyage

Logotype



Présentation

BERKELEY GLOBAL SOCIETY

«THE TECH BOOK»

THE TECH BOOK



SPONSORSHIP KIT

A guide for the Legal Expert of the Digital Age

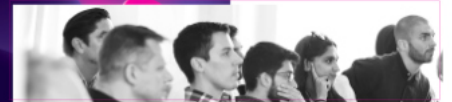


THE TECH BOOK AUTHORS

Chapter 1 ARTIFICIAL INTELLIGENCE	Chapter 2 BIG DATA	Chapter 3 BLOCKCHAIN & DLT	Chapter 4 SPATIAL COMPUTING	Chapter 5 ROBOTICS
James DEWISSEY Robt. ARNDT Robert POTERS Hector RAY Timo C. WOLFF Alexander WEG	Wang CHIAH-CHIAI David LI Peggy JORDAN Chenwei LEE	Hendrik VIT Karl GAI Eve SU (EDITOR) Svenja GILLES Jana CHAKR Stephan VILHEIM Wolfgang KRA Peggy GATHEG Christa HUBER Cyril de ARNOLD	Marina KOPPELS Wangwei LIU (EDITOR) Giovanna DIAS Francesca PIERA	Guillaume DESGAS Giovanna DIAS Francesca PIERA



OUR TARGET AUDIENCE



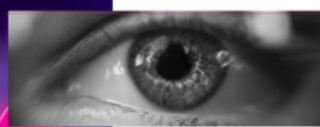
OUR TECH BOOK WILL TRAVEL THE WORLD WITH A LINE-UP OF CONFERENCES



BGS SOCIAL MEDIA IMPACT



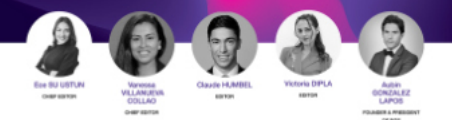
THE TECH BOOK AIMS



- 01** TO PROVIDE CURRENT RESEARCH AND RELEVANT PRACTICAL CASES AT THE BGS BERKELEY GLOBAL SOCIETY SUMMIT, CONFERENCES, AND MEETINGS
- 02** TO BUILD A BRIDGE BETWEEN LAW AND TECHNOLOGY
- 03** TO INCREASE THE TECHNOLOGICAL AWARENESS OF LEGAL EXPERTS AND PROVIDE THE OPPORTUNITY FOR COLLABORATION IN TECHNOLOGY
- 04** TO INCREASE AND INFLUENCE THE RESEARCH ON TODAY'S AND TOMORROW'S TOPICS



THE TECH BOOK TEAM



OUR LAST E-BOOK



- An extensive research was conducted on several topics related to COVID-19
- Covered in various countries
- Connected with various stakeholders, judicial, regulatory, citizens
- Provided Research, Legal, Healthcare Practices, Guidelines of various Countries, Development, Impact on Countries, Risk Mitigation, Data Privacy and Cybersecurity
- Chief Editor
- Strategic Partnership with various Law Firms



PARTNER WITH US



- Increase your Global Visibility
- Strengthen your business's image and your BRAND VALUE by participating in our network
- Gain access to our BGS NETWORK through institutional and regulatory events
- Increase your legal awareness and support of highly social projects in the field of technology and innovation
- Be involved in our BGS NETWORK in various countries
- Receive an official BGS NETWORK KIT



THE NEW BOOK AIMS



This book aims to cover 5 emerging technologies including Big Data, AI, Blockchain & DLT, Robotics and Spatial Computing.

Involving the technological expertise of legal experts while enhancing the innovation and collaboration in the technology field.

Provide and influence the debate on both related issues providing a range for regulatory and policy recommendations in new legal experts that will have the biggest impact on the future.



EMBRACING OUR BGS DNA



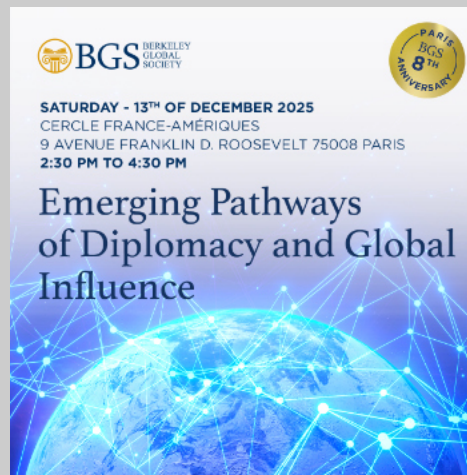
- Our DNA is about Global Impact
- Innovation in Global Impact
- A strong presence in 100 countries
- 100 countries in legal, technology, law firms, policy, business and innovation, regulations
- 100 Countries, Research, Data in 2019 & 2020 countries, research
- Data in 2019 & 2020
- A strong presence in 100 countries
- 100 countries in legal, technology, law firms, policy, business and innovation, regulations
- 100 Countries, Research, Data in 2019 & 2020 countries, research



Display

BERKELEY GLOBAL SOCIETY

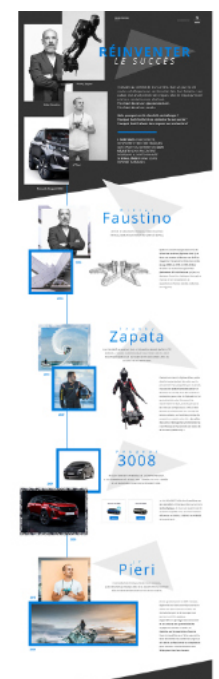
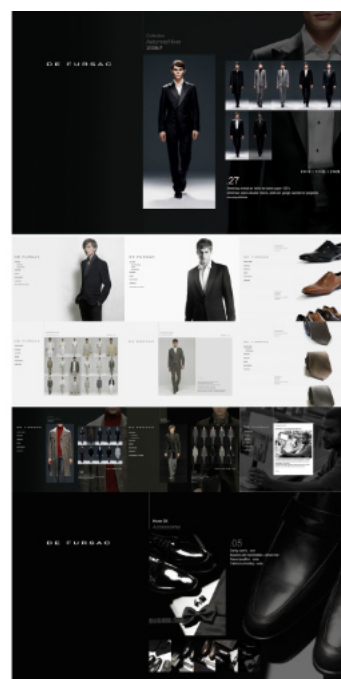
Formats pour réseaux sociaux.



- FRED BUSCH
- Graphic Design

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 ?



subtle jamais que tout est
équilibré, alors tu ne seras jamais
trop peureux dans le bonheur,
ni trop triste dans le chagrin.

Une citation de Socrate, philosophe
grec du Ve siècle av. J.-C. (né vers
-470/460, mort en -399). Il est connu
comme l'un des fondateurs de la
philosophie morale. Socrate n'a laissé
aucun écrit, sa pensée et sa réputation
se sont transmises par des témoignages
indirects. Ses disciples, Platon et
Xénophon, ont notamment essayé de
maintenir l'image de leur maître, qui est
mis en scène dans leurs œuvres
respectives. Les philosophes Cyniques
de l'école, et Maxime de Tyr dans sa
Neuvième Dissertation ont écrit que
Socrate est mort à l'âge de 70 ans. Des
renommés de son vivant, Socrate est
devenu l'un des penseurs les plus
illustrés de l'histoire de la philosophie.
Sa condamnation à mort et sa présence
très fréquente dans les dialogues de
Platon ont contribué à faire de lui une
figure philosophique majeure.

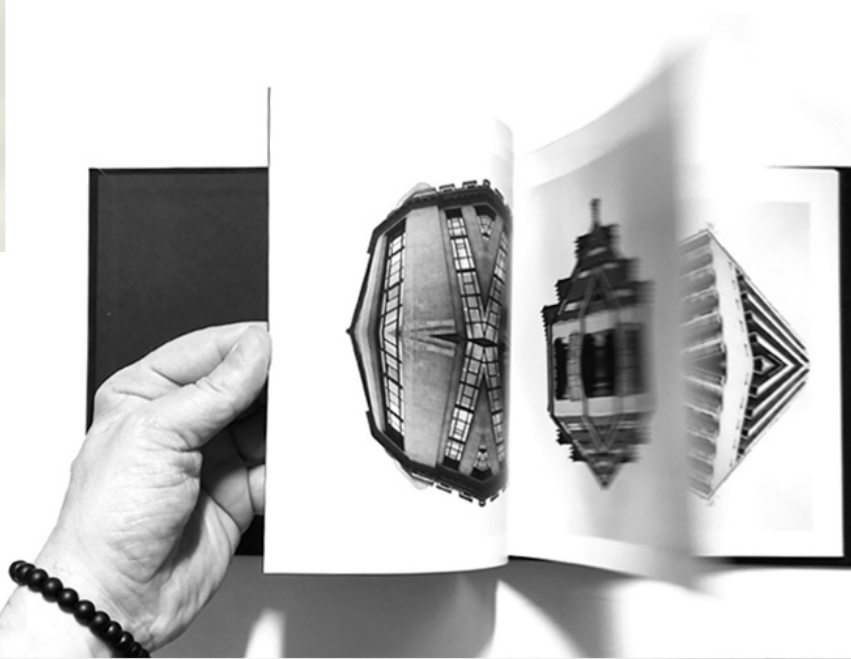
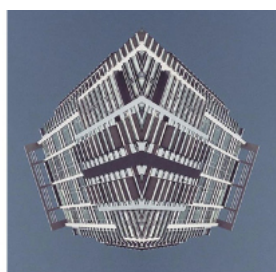
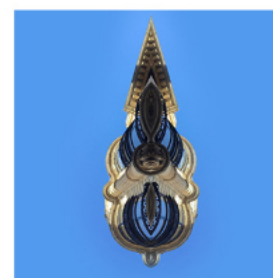
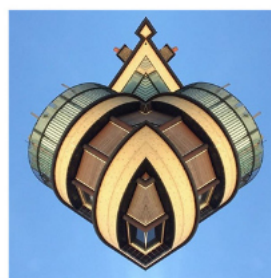
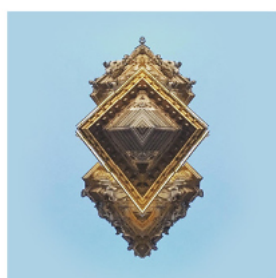
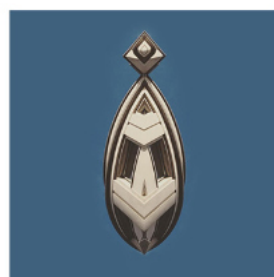
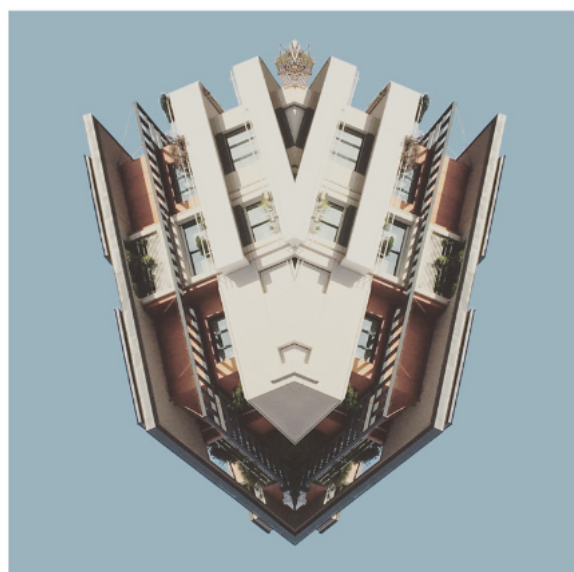


••

Projet artistique

ARCHIMÈRE

*«I play with architecture
to create things».*



..

Photographie

HONG KONG, TOKYO, BANGKOK.



••

contact@fredbusch.fr

