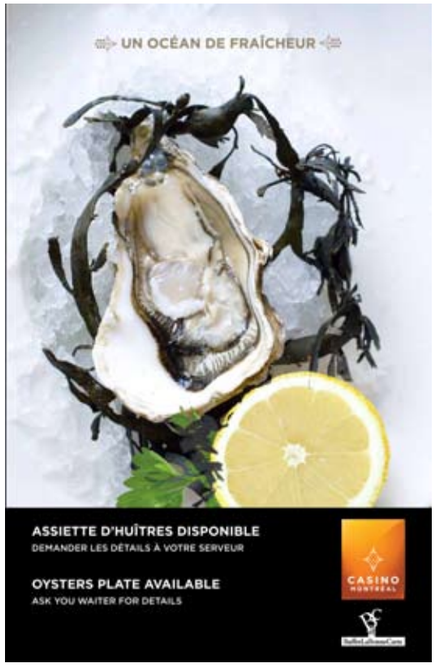
Romain Joveneau ¶ **romain.joveneau@gmail.com**
¶ tel : + 33 (0)1 39 71 08 87 ¶ 19, route de Meulan
78480 Verneuil sur seine France
¶ **http://r.joveneau.free.fr**

PORTFOLIO

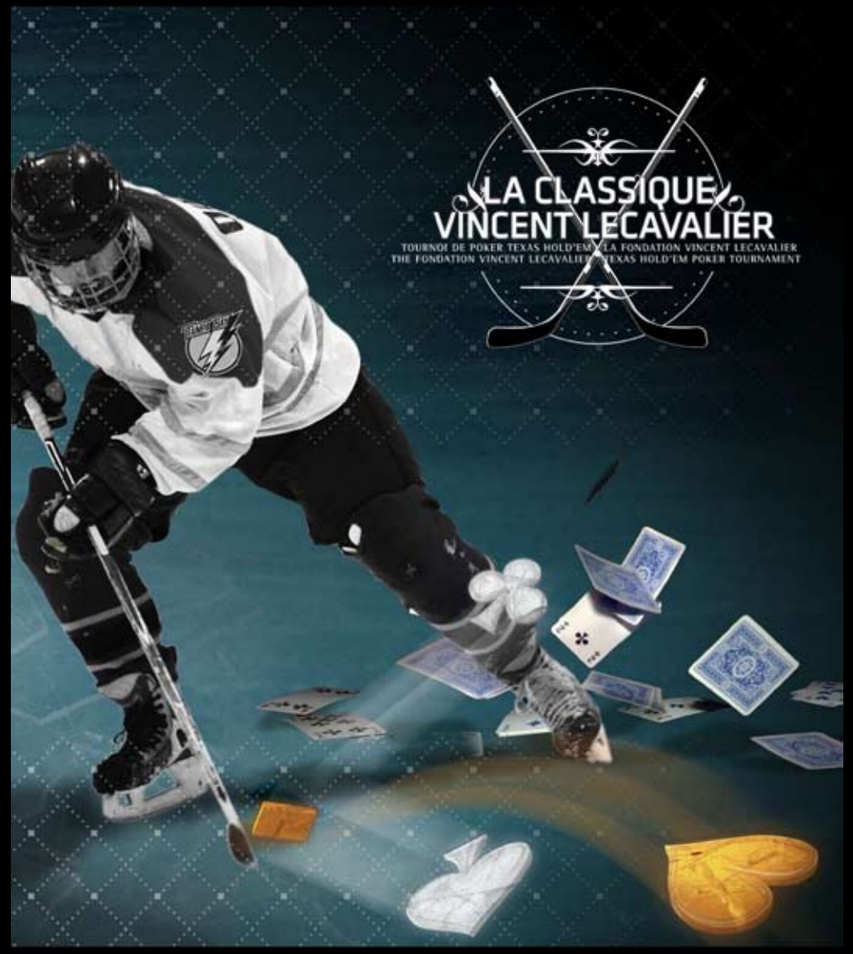
ROMAIN JOVENEAU



► Ci-contre campagne pour le premier tounoi de Poker organisé par le Casino.

► Différente réalisations pour le **Casino de Montréal**.

Affiches pour restauration, tournois, machines à sous..., cartes cadeaux...



VENDREDI 21 AOÛT 2009

60 000 $ EN BOURSES / IN PRIZES

INSCRIPTION AU COMPTOIR D'ACCUEIL POKER
OU PAR TÉLÉPHONE : 514-392-2720 OU 1 800 665-2274

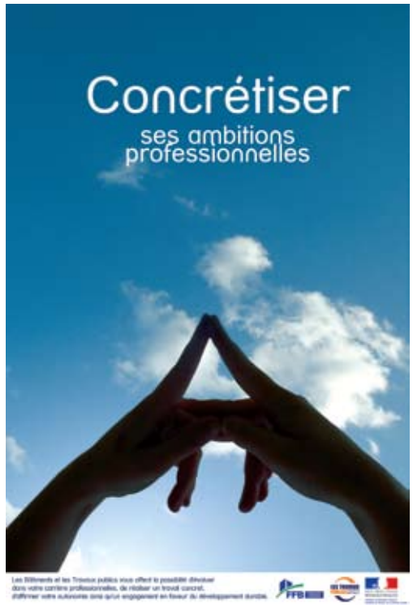
SIGN UP AT THE POKER INFORMATION DESK
OR CALL 514-392-2720 OR 1-800-665-2274

COÛT : 300$ + 50$ / BUY-IN : $300 + $50

CASINO MONTRÉAL

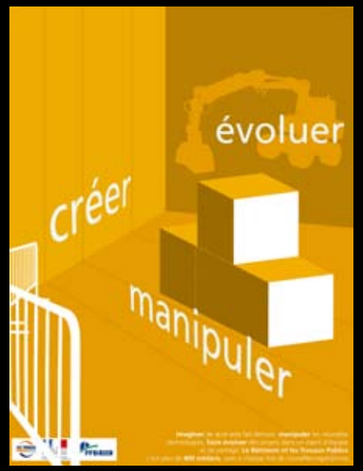
► Conception d'un logo
pour le **musée de la Maison du vent**,
implanté à Goulien, en Bretagne,
sur un site réputé pour ses éoliennes
ainsi que sa sensiblisation aux énergies
renouvelables.

► Mise en avant du caractère
scientifique, **ludique** et **pédagogique**
du musée



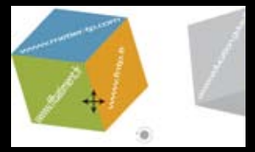
▲ Affiches 120x180cm
Imaginez l'avenir, rapport à l'échelle humaine, les mains renvoient au Bâtiment par l'évocation du "matériel", du concret. .

Affiches 4X3m ►
Evocation de l'avenir avec prise en comptre l'environnment. L'underscore, qui renvoi à l'univers informatique, invite le spectateur à venir compléter l'accroche, à venir y mettre ses propres ambitions.



◀ Référence aux sensations, au plaisir, des **jeux de constructions**. intégration de codes et objets tirés directement de l'univers du chantier.

◀ Affiches de 40x60 cm déclinées en **bannières** de 300x250 (pxl) pour du mailing.



◀ Création d'une **interface de transition** qui permettra d'accéder aux différents sites des 4 annonceurs.

Projet professionnel

► Extraits de recherches sur différents supports, d'une campagne d'information et de sensibilisation sur les métiers du **Bâtiment et des Travaux Publics**. Construit autour de la promesse :

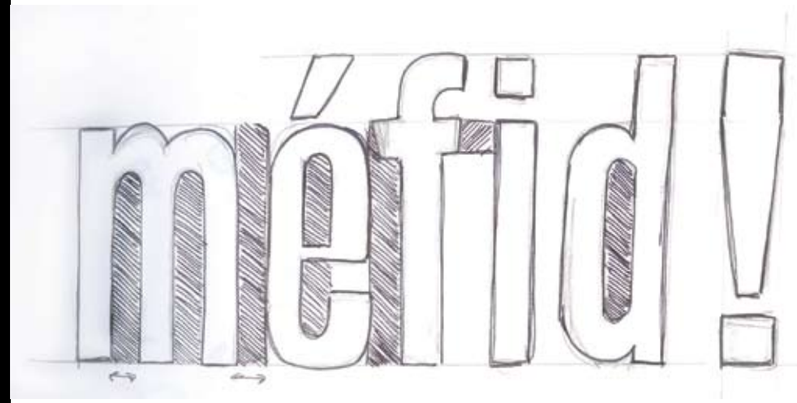
"en construisant on se construit soi-même".

L'objectif de cette campagne était d'informer et de valoriser les opportunités professionnelles offertent par ce secteur.

Deux cibles étaient visées, selon les supports, tout d'abord les jeunes collégiens et lycéens en phase d'orientation, ainsi que les parents et professeurs qui influencent sur ces choix d'orientations.

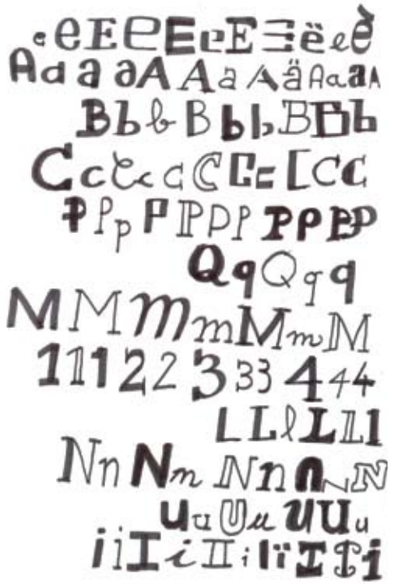
► Références aux signes et matières propres aux chantiers.

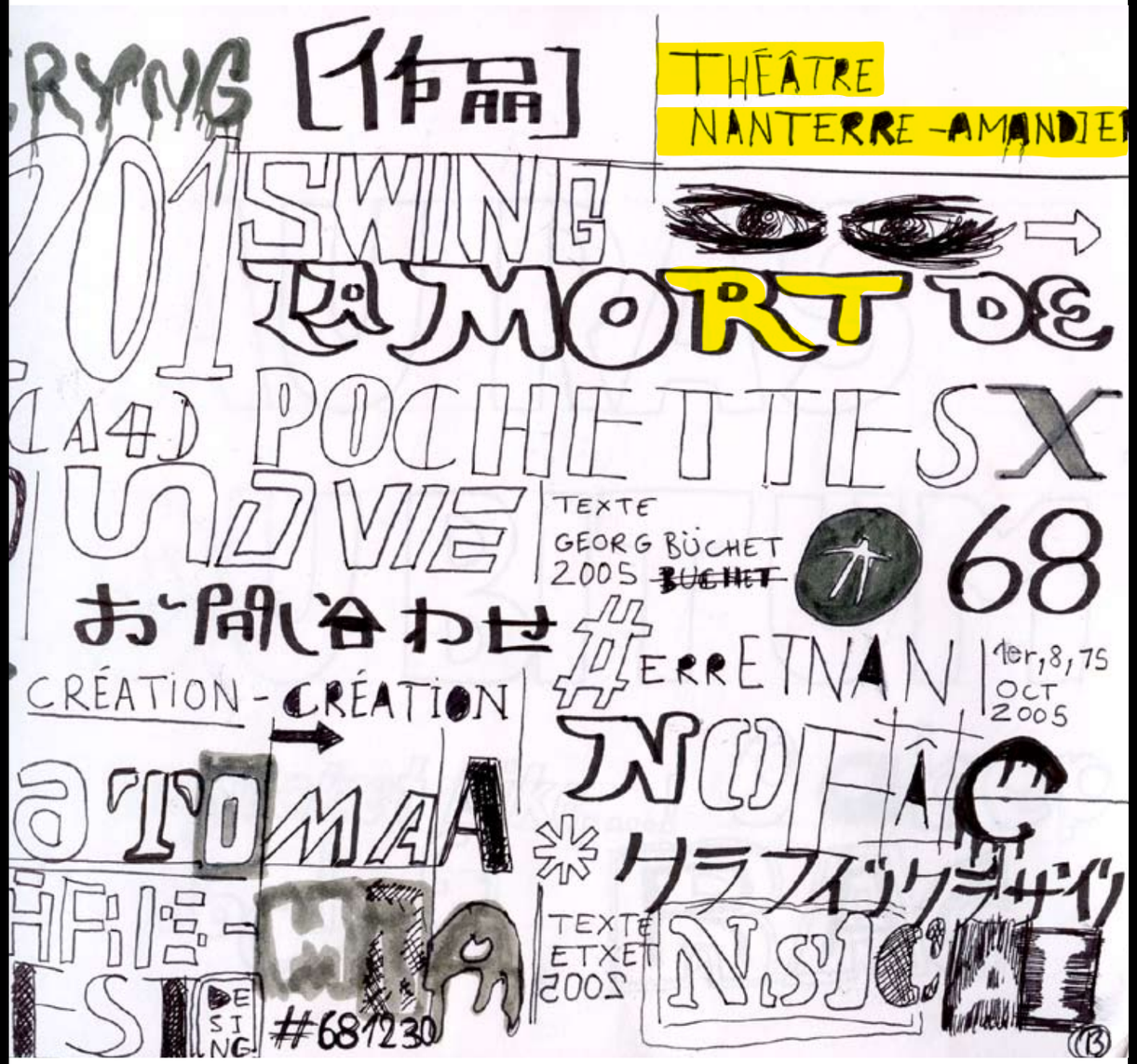
Affiches déclinées en dépliants d'informations de différentes couleurs, qui ont pour but d'apporter des informations supplémentaires aux éventuels interessés.


méfid!

MARKET
DETOURÉE
IRRÉSISTIBLE
set-jet
ROBUST!
LOURD

AGORA
PREMIER CD MIXE SORTIE PRÉVUE SEPT 2005
premier cd...
AGOR

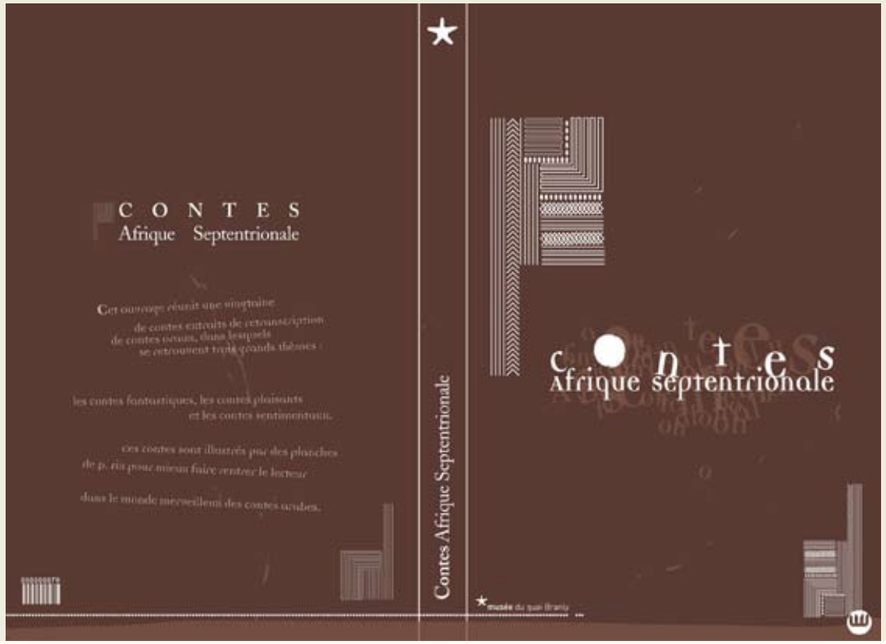


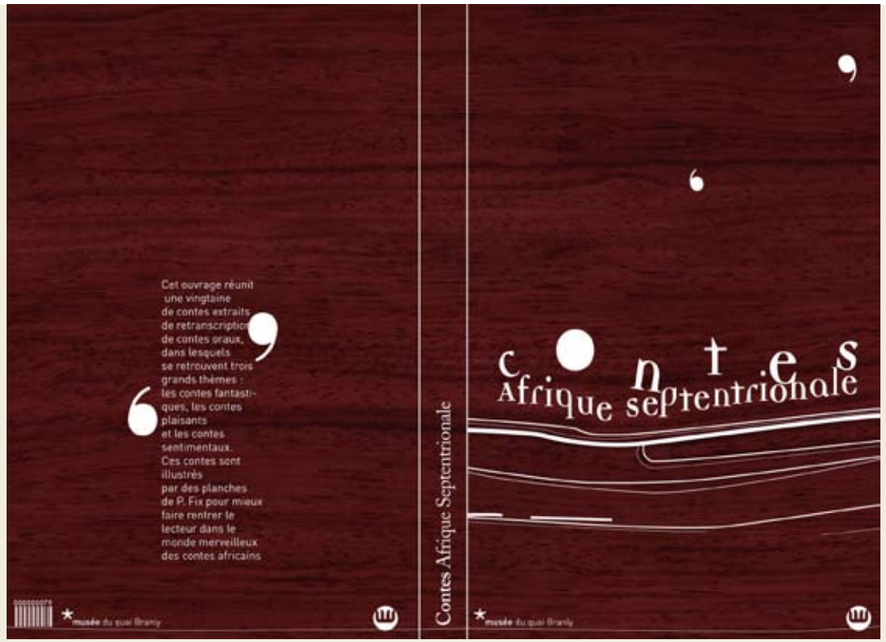

[作品]
THÉÂTRE
NANTERRE-AMANDIER
201 SWING
LA MORT DE
(A4) POCHETTES
VIE
TEXTE
GEORG BÜCHET
2005
68
お問い合わせ
#ERRETNAN
1er, 8, 15
OCT
2005
CRÉATION - CRÉATION
NOFÂC
グラフィックデザイン
TEXTE
ETXET
2002
#681230

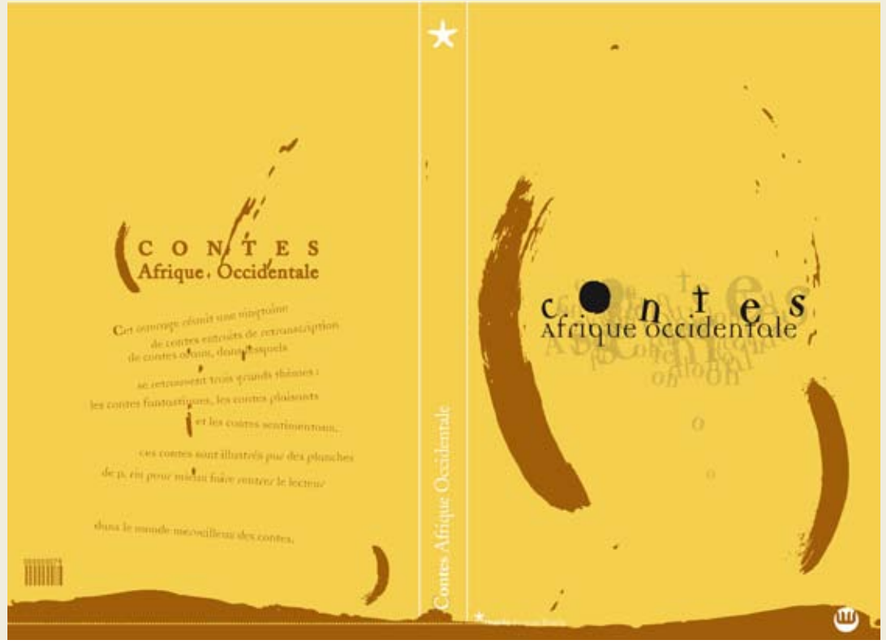
► Bannières créatives éphémères, pour le blog d'actualités destiné à l'**Oréal**.

Mis à jours par **Publicis Montréal**, ce blog est à accès restreint.

► Collection Mémoire lancée par le **Quai Branly**, dans laquelle il rassemble dans des **recueils de contes,** issus de pays, civilisations différentes, dans le but de faire **perdurer ces tradtions orales** qui racontent l'Histoire d'une culture.







Crabe
{ anthropodes }

Jour de pêche !

Crustacé décapode à carapace dur.

Tourteau
{ de Atlantique }

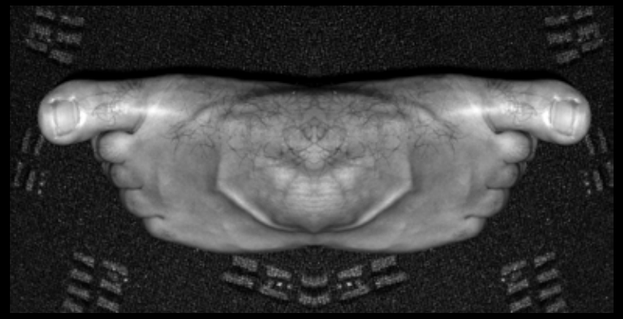
Jour de pêche !

Gros crabe de l'Atlantique à chair très estimée.

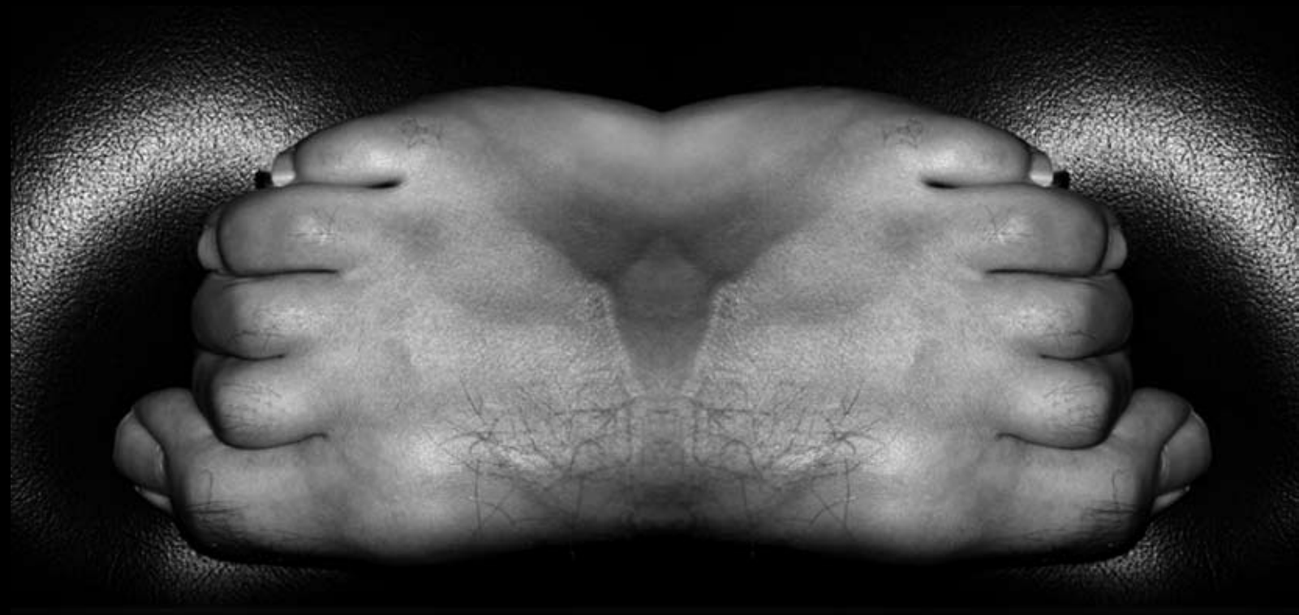
{ centipede }

Jour de pêche !

Anthropodes venimeux, prédateurs, terrestres, rapides, au long corps. Vivent principalement dans les zones tropicales.



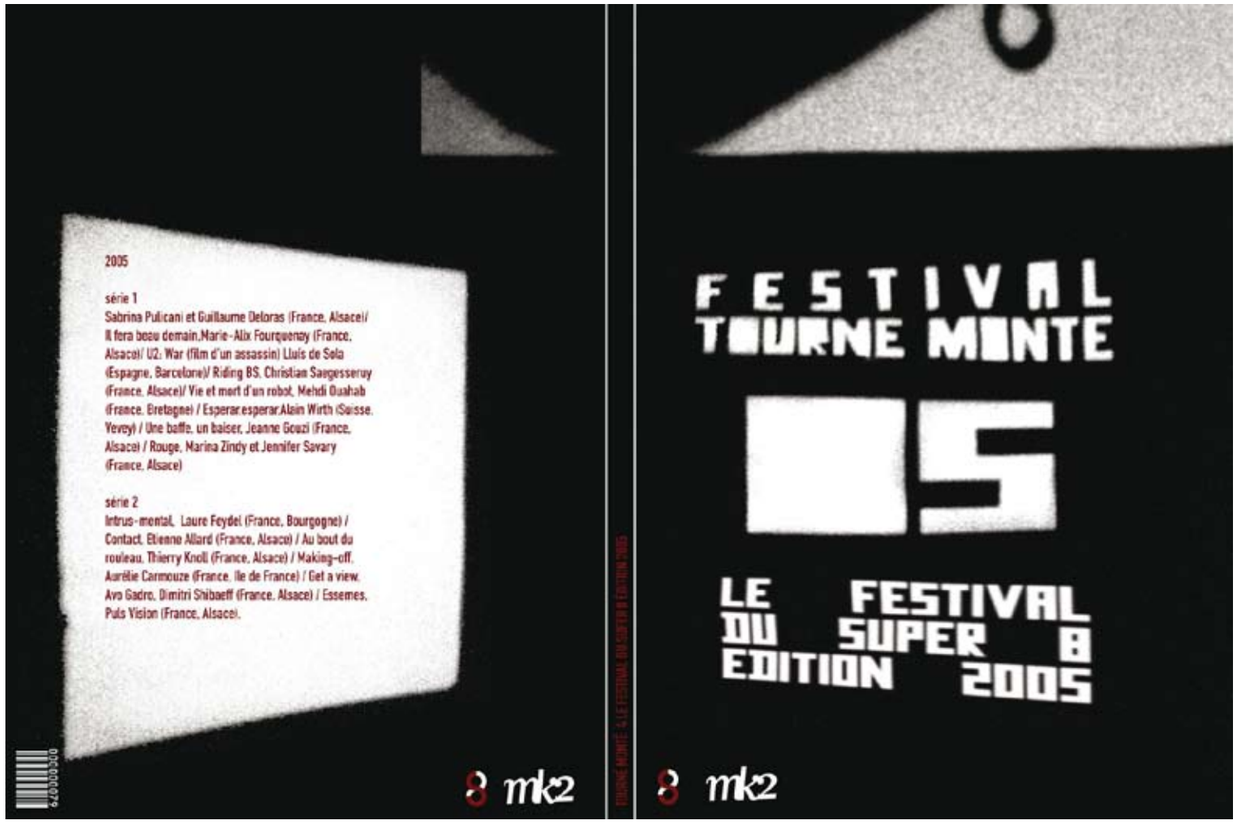
Travail
sur les différentes
métamorphoses
que peut prendre
le pieds.

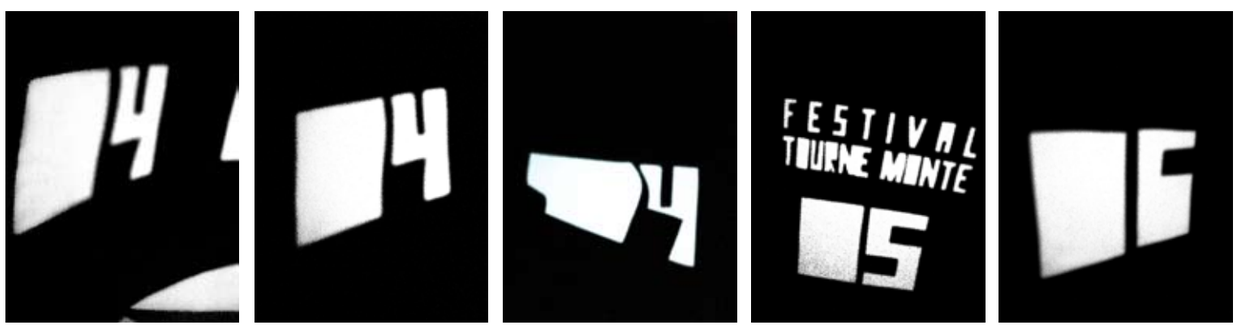


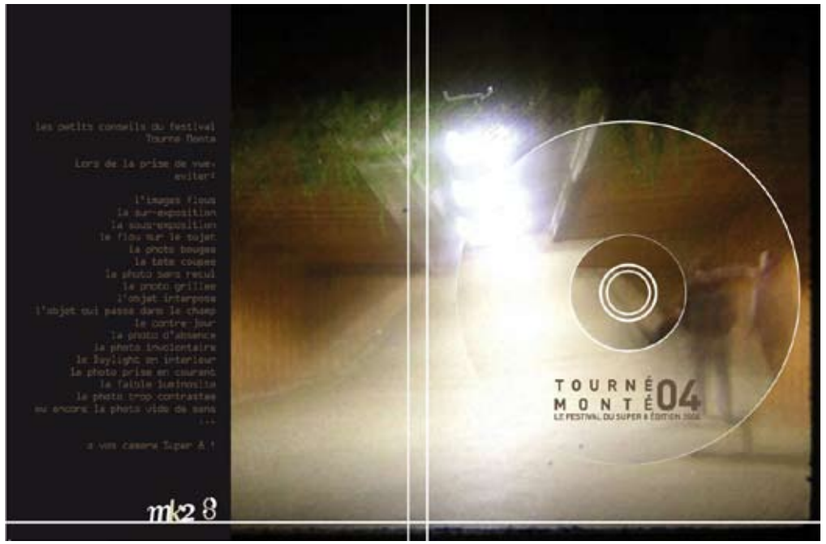
► Le **festival** de Super 8 **Tourné-Monté** lance, en partenariat avec **MK2**, une **collection de dvd** sur les lauréats du festival.

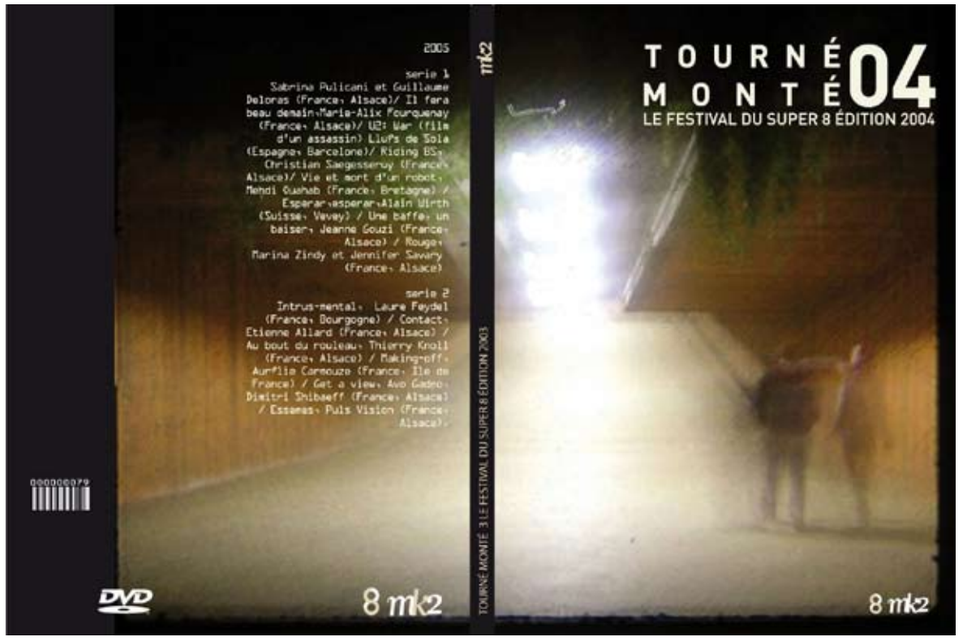
Les films projetés sont essentiellement amateurs et leur qualité est très irrégulière.

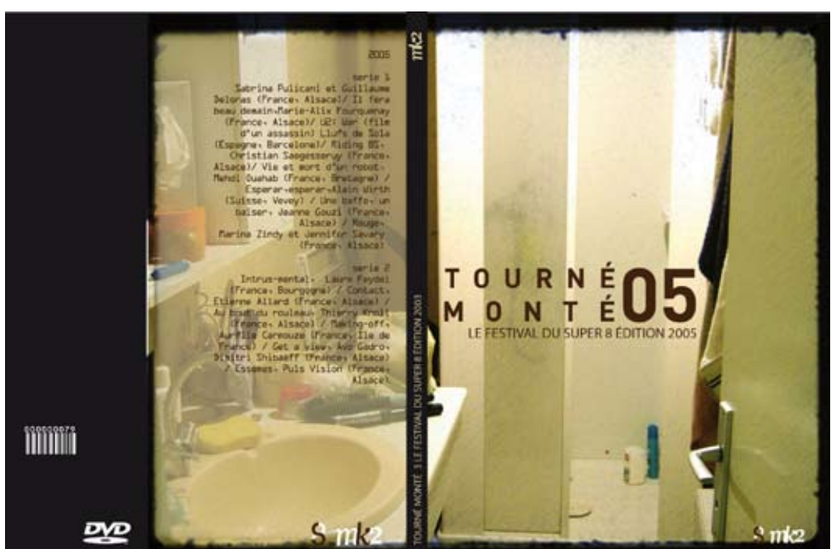
Les réalisateurs ne découvrent leur film que lors de la projection au festival.



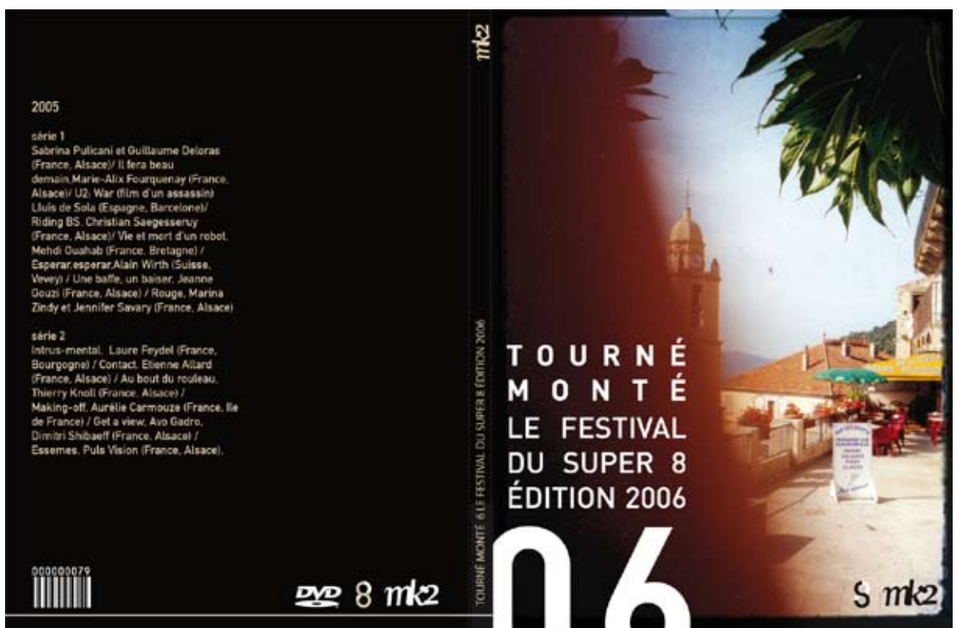




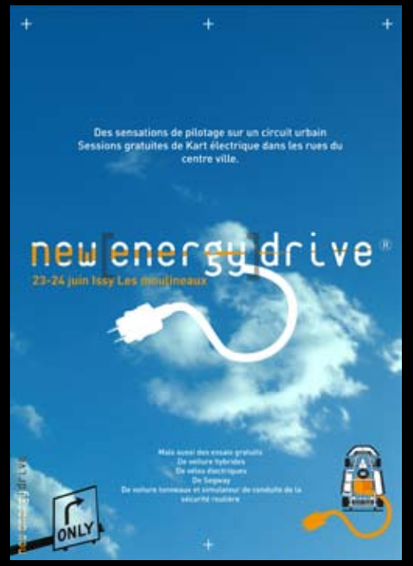




► Mettre en avant le grand coté amateur du festival, avec tous les films ratés qu'il comporte. Sur le principe de l'image ratée lors de la prise de vue, l'ont obtient une série images, telles la photographie "d'absence", la photo bougée...



Mail-art, convaincre une personne en cinq lettres en créant un fil conducteur. Ici l'évolution de chaques lettres porte sur l'identité de la victime.

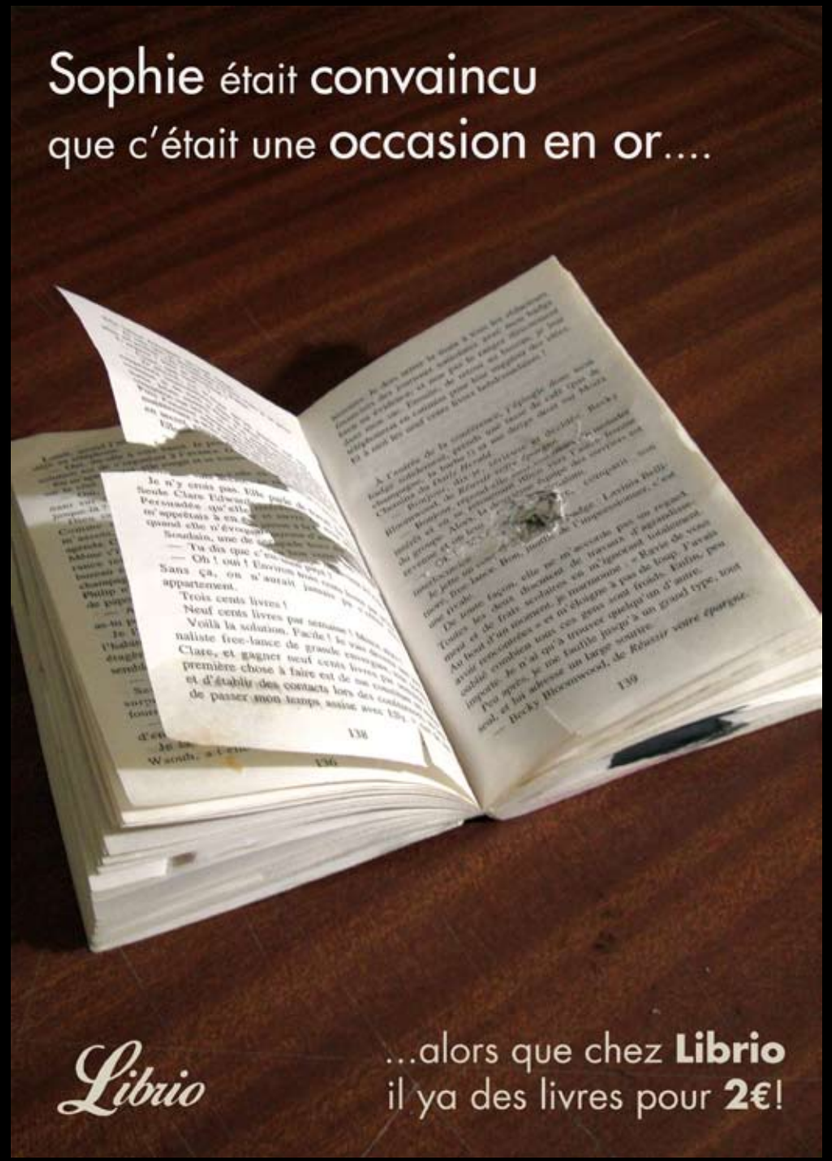


◄ Affiche gagnante de l'appel d'offre lancé pour la **23ème assises de la traduction littéraire en Arles** afin de rompre avec la communication des éditions précentes (voir recto).

▲ Projet pour une association d'étudiants organisant les journées "**New énergy drive**" Travail réalisé en équipe (ci-dessus).

3

2



► Campagne pour **Librio**, le livre à 2E.

Promesse : démocratiser la culture

Cible : grand public

Différents axes, tels que "la mauvaise affaire"(1), "la révolution démocratique"(2) "la culture au quotidien"(3).

ENDWICH MINI
Fulham Branch
3 Fulham Road
London, SW6 1NH

Mademoiselle Rebecca Bloomwood
Apt 3
4 Burney Rd
London SW6 1PD

Le 24 mars 2000

Chère Mademoiselle Bloomwood,

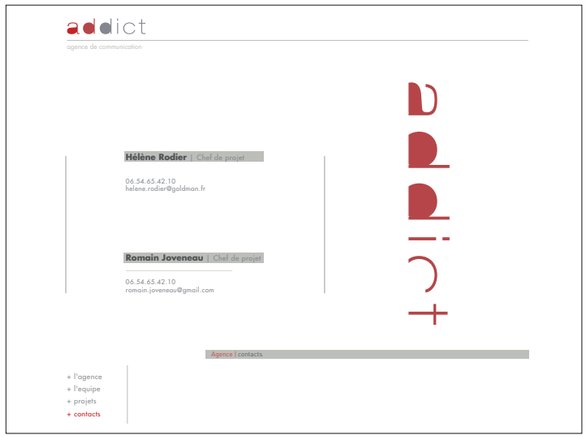
Je vous confirme par la présente notre rendez-vous du
27 mars à 9 h 30, à notre agence de Fulham. Veuillez
demander à la réception.

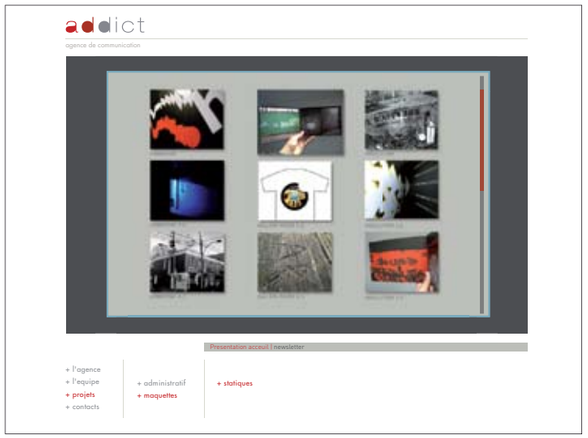
Dans cette attente, je vous prie d'agréer, Mademoiselle
Bloomwood, l'expression de mes sentiments distingués.

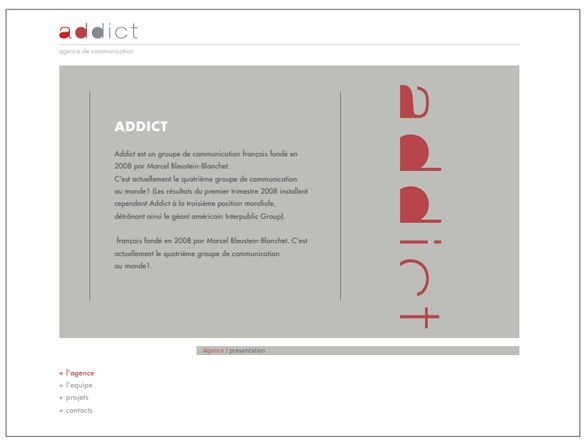
Derek Smeath
Directeur

ENDWICH – PARCE QUE NOUS PRENONS
VOUS

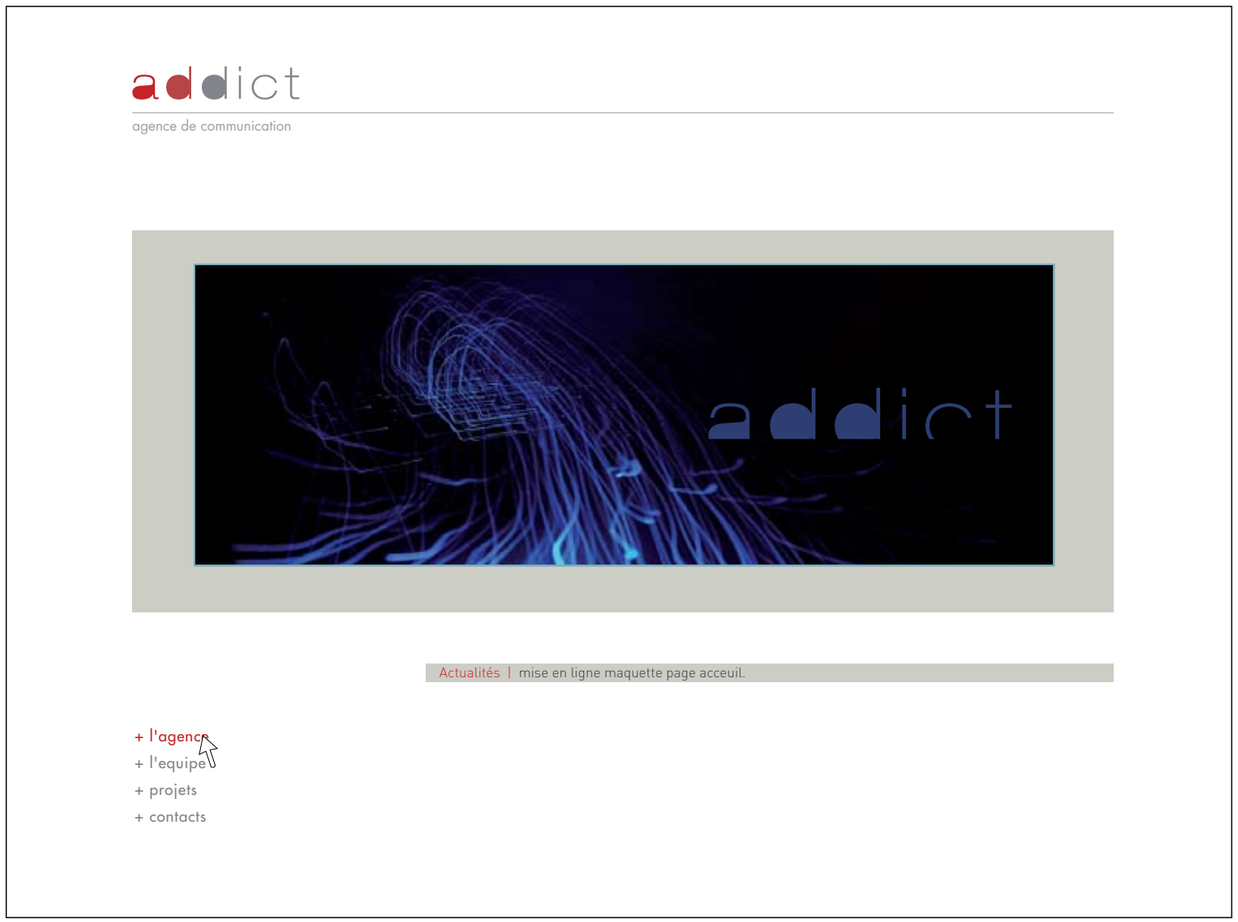
Pourquoi ai-je regardé ce chéquier ? Quelle idiote !
Tout se déroulait à merveille. Je lui plaisais énormé-
ment. Il projetait d'autres invitations. Je donnerais
n'importe quoi pour revenir en arrière et recommencer
cette soirée du début.
Ne pensez pas. Oublie ce qui aurait pu être. C'est
le possible. Si j'avais joué le jeu, je serais attablée ici
avec Tarquin, en bonne voie pour devenir la quinzième
femme la plus riche du pays.
Mais non, je suis enfoncée dans les dettes
et j'ai rendez-vous avec mon banquier
sans aucune solution en vue. Aucune.
Je avale une gorgée de café et dépie
un chocolat. Je n'en ai pas envie,
mais je commençais à bien aimer
ne pas servi, mais il est très
de manière. Cette broche...
Ma vision envers Suze. Et la
fois quand je lui assurais
ter et les violonistes du
ter en sanglots.
essuie mes yeux, vide ma
dans la rue. J'hésite, puis
ent chassera peut-être mes
Je ne note aucune amélio-
prime toujours ma tête
me brûlent. Un verre me
ette, une broutille qui me

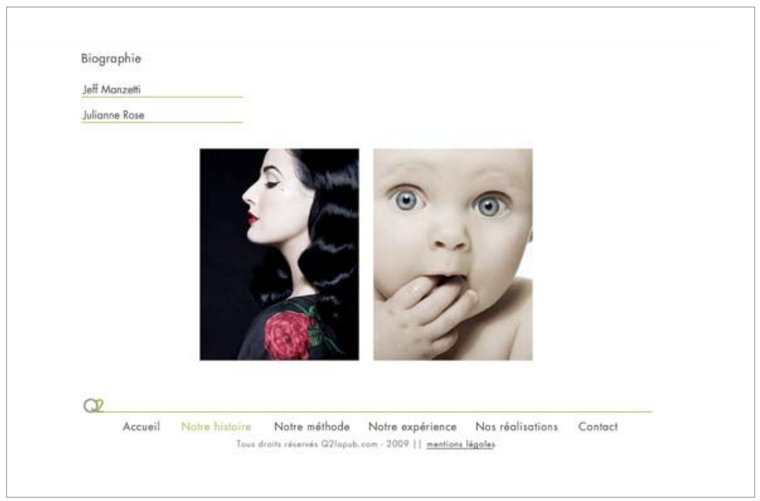




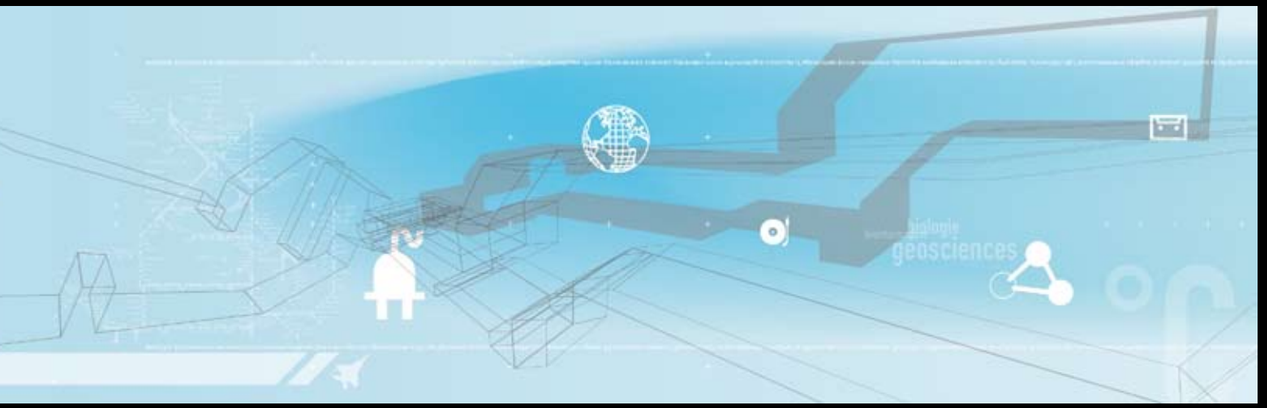


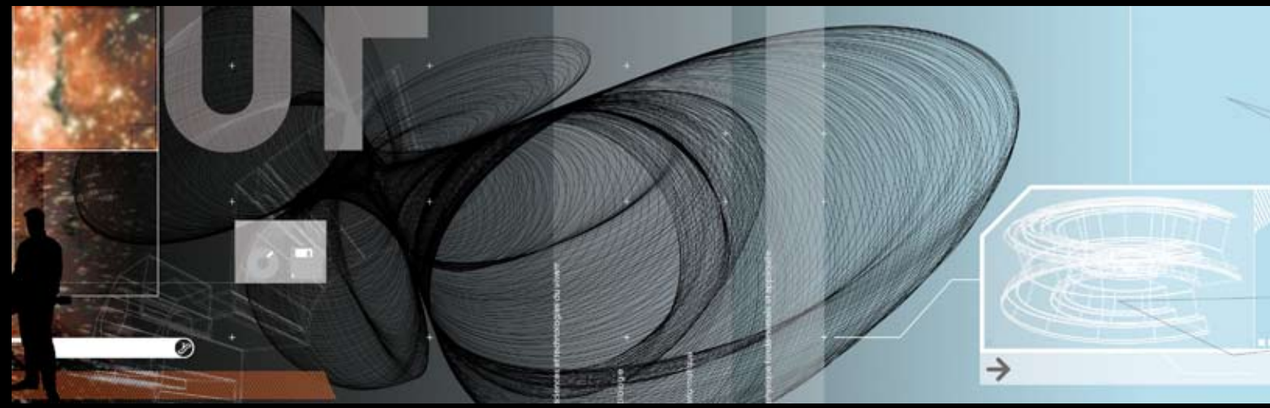
► Maquettes du site internet de l'agence de communication ADdict

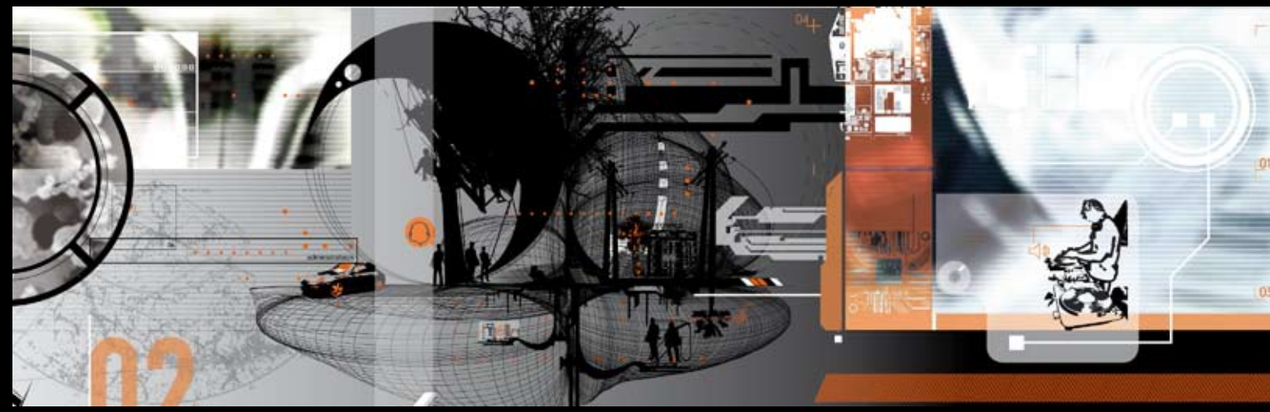




► Identité visuelle, site internet, dépliant et brochure, pour l'agence Q2 créée par les photographes **Jeff Manzetti** et **Julianne Rose**.







► Dans le cadre de l'événement "**Faites de la science**", organisé à l'université d'Orsay fin 2006, nous avons réalisé en binome une frise qui était destinée au hall d'entrée principal.

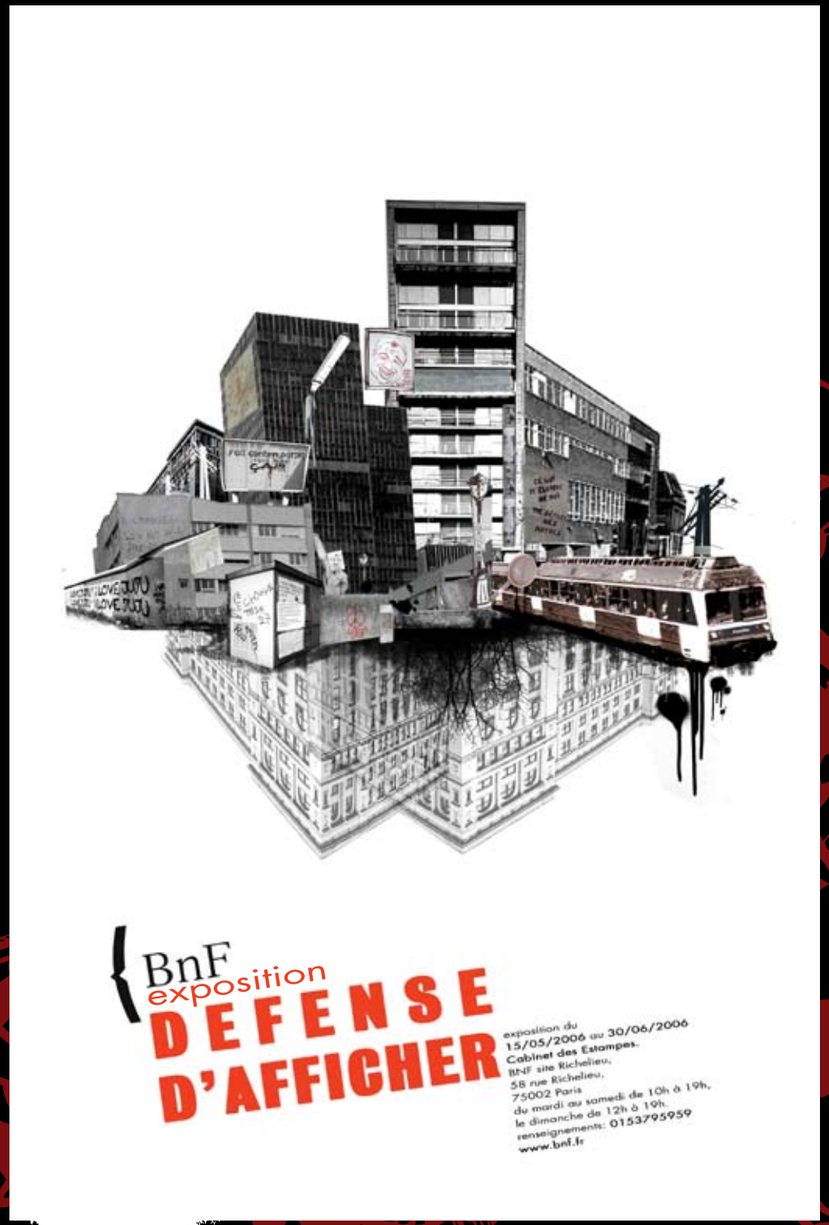
► Ce projet à été celui retenu par l'université, la frise est ici présentée en différentes parties, allant de la science et sa grandeur, à la science au quotidien en passant par la science et sa diversité.

◄ **Concours du Club des DA**, réalisé en binome.

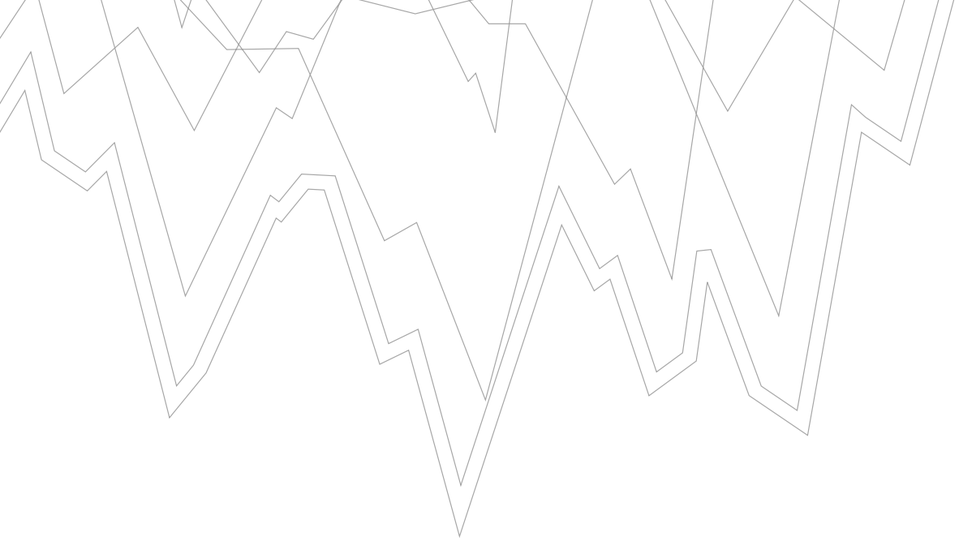
Campagne d'intérêt général dans le but de valoriser la profession de l'enseignement, ainsi que les valeurs de l'écoles. Campagne lancée par le collectif "**Vive l'école de la République**".

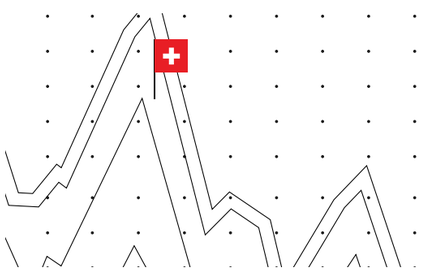
◄ Le parti-pris est de s'orienter sur "**l'école de la république**", en associant deux icones fortes : la Marianne qui symbolise la République, et qui représente le peuple, ainsi que le cartable qui symbolise l'école. le tout dégage un message affirmant que le monde a accès à l'école.

► Images brutes



▶Déambulation dans l'espace urbain
Repérages et interprétations
des différentes interventions
de l'Homme dans la ville

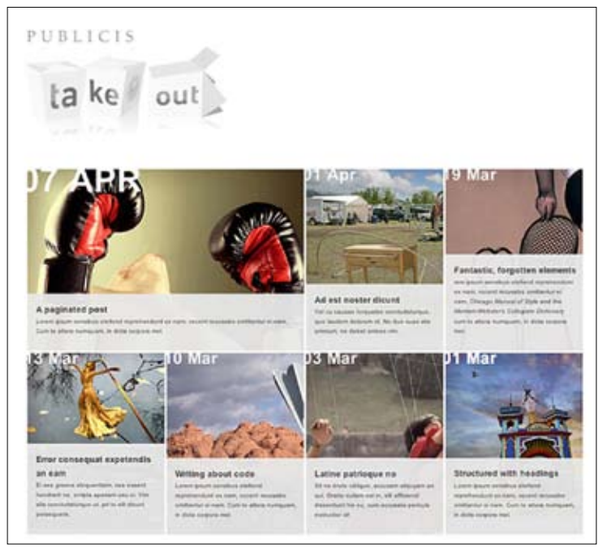


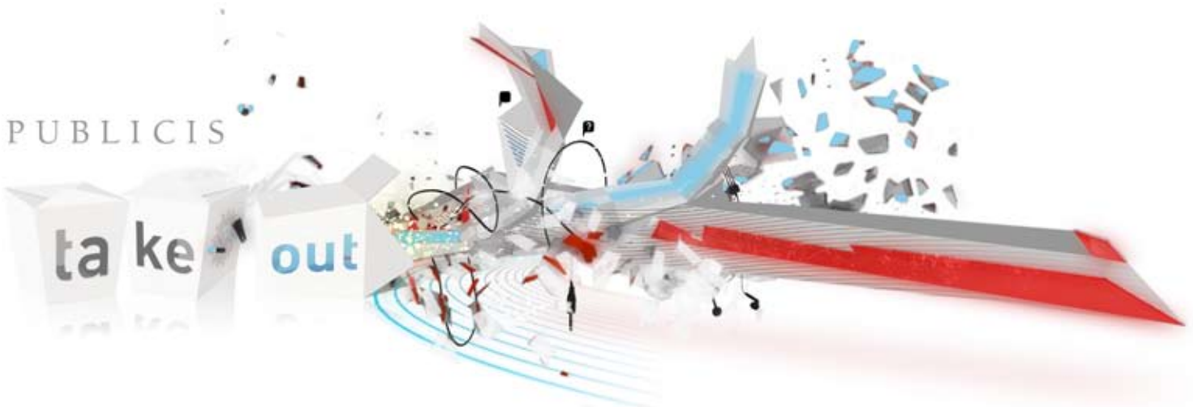


► **Concours du magazine d'illustration Krabo.**

Le thème étant de créer une affiche sur la typographie Helvetica.

Affiche exposée lors du **Festival des Arts Graphiques, Portfolio 2009**





► Bannière pour le blog
interne de **Publicis Montréal**

Template Wordpress