

franckgauthier 

graphiste

le mini-book
(non exhaustif)

lignesgraphiques

<p>■ ■ ■ Les Alcools</p> <p>Bières Corona Desperados Heineken</p> <p>Apéros Martini Blanc Tequila Malibu Marzanita</p> <p>Whisky J&B Jack Daniels</p> <p>Vodka Smirnoff Absolut Absolut parfumée Smirnoff ice x 3 Grey Goose</p> <p>Champagne Messeil & Charbon Veuve Clicquot</p>	<p>Les vins Rouge : 1/1 pourcaim Rouge : Saumur Champigny Blanc : Macon Fusillé</p> <p>Epicier Russe Vodka artisanales Large choix de parfums.</p> <p>■ ■ ■ Les Softs Drinks</p> <p>Softs ILL Coca, Coca light, Fanta, Les les. Orange, Saïte, jus d'orange.</p> <p>■ ■ ■ Les Salés</p> <p>Rum 25cl Softs 33cl Whisky 33cl Pilsner (pêche, menthe)</p>	<p>■ ■ ■ Les Packs</p> <p>Tequila 70cl 1 tequila, citron, sel, 5 shots 1 Absolut, nachos Pack Vodka 1 Absolut, 5 shots, 1 Absolut</p> <p>Le grand jeu 1 bouteille de Champagne Piper 2 Softs (Rouge)</p> <p>Entre potes 12 Heineken 33cl, cacahuètes, patates, chips</p> <p>Volée composition 4 bouteilles de chok. 12 softs (33cl) - 12 shots ou verres 2 strips de chok.</p> <p>1 bouteille de champagne Piper restaurant Offerte 14 pile entre verre vs chok.</p>	<p>■ ■ ■ Le Sushi Bar</p> <p>Maki's par 6 (Saumon, thon, concombre) California Maki par 6 (Saumon, thon, concombre) Sashimi par 6 (Saumon, thon) Sushi's par 6 (Saumon, Thon) Vo paire de sushi</p> <p>Accompagnements Riz blanc Riz cantonais Nauilles</p> <p>Les Formules Formule 1 6 Maki (Saumon, Thon, Concombre), 5 sushi (Saumon, Formule 2</p>	<p>■ ■ ■ Le Snack</p> <p>Hamburger + frites Crewes burger + frites Omelette + frites Frites</p> <p>■ ■ ■ L'italien</p> <p>Pizzas : Margherita 3 fromages Composée</p> <p>Paninis Tomate Mozza 3 fromages Thon Mozza Saumon Mozza Jambon Mozza</p> <p>■ ■ ■ Les Crêpes</p> <p>Crêpe Maki</p>	<p>■ ■ ■ Les Imprévus</p> <p>Preservatifs durex K3 Bequet Jeu de 54 cartes 43 Fester Glopiers 1kg Verres à vin par 4 4 Flûtes à champagne Stark</p> <p>■ ■ ■ Les Salés</p> <p>Pâtisseries Cacahuètes Grandes Frites Saucisses cocktail NACHOS</p> <p>■ ■ ■ Les Sucrés</p> <p>Grandi podium Dragibus, Tagada Pop corn caramel Les mini's (Mars, Snickers, Twix) Mini Nutella (20g) Chewing gum</p>
---	--	--	--	---	---

eat'n drink
Pour toutes vos envies nocturnes

Alcools et boissons. Sushi, crêpes, pizzas, snacks et imprévus.

01 48 42 45 73
www.eatndrink.fr

01 48 42

eat'n drink
Pour toutes vos envies nocturnes...

Alcools et boissons.
Sushis, crêpes, pizzas, snacks et imprévus.

Livraison 7j/7
de 20h à 3h

01 48 42 45 73
www.eatndrink.fr

Ligne générale Eat'n Drink
(épicerie de nuit à domicile)
2006 pour France Imprim
Conception de la ligne graphique,
création des documents (cartes, prospec-
tus, adhésifs, cartes de visite...)



Kanopé à Nantes

Nantes en Mouvement

Nantes réussit un exploit étonnant, celui de concilier une douceur de vivre inégalée à une activité bouillonnante, un patrimoine historique d'une richesse remarquable à une politique de développement particulièrement dynamique. Faisant partie des plus grandes villes universitaires de France, Nantes est aussi le premier pôle économique du grand Ouest. La ville possède un tissu d'entreprises équilibré, diversifié et adhérent à cinq pôles de compétitivité nationaux.

Une situation privilégiée

Découvrez votre future Résidence

Votre appartement

English

Contactez un conseiller au : **01 55 18 7000**

Recevoir une documentation :

Nom :

Prénom :

e-mail :

Tél. :

[Suite](#)

Me faire rappeler gratuitement

Les autres résidences dans la région

Les Nouvelles Locales

Habitat & Environnement

Page supplémentaire

- Ouverture prochaine d'une épicerie fine
- Ouverture d'une crèche

Diaporama

Video

Le chantier en direct !

Accueil [Mentions Légales](#)

Bouygues Immobilier

Ensemble, imaginons votre bien-être.

Ligne pour mini-site Bouygues Immobilier - 2008 pour C2S
Création de templates d'après cahier des charges Bouygues Immobilier.



**Catalogue Orna Farho
«A la conquête de la Beauté»
2004 pour Point par Point**

Conception visuelle d'après thème.
Direction des prises de vue. Organi-
sation des rubriques, du principe de
fonctionnement. Réalisation.

Double-page pour
 marque de
 para-pharmacie
 destinée à la
 presse féminine.
 2005 pour Point
 par Point.
 Conception et
 exécution de la
 maquette d'après
 charte.



pevonia®

BEAUTÉ, SANTÉ, BIEN-ÊTRE

la voie de la beauté

«La beauté des êtres n'est pas comme celle des choses.
 Nous sentons qu'elle est celle d'une créature unique, consciente et volontaire».

[Marcel Proust] Extrait de *A l'ombre des jeunes filles en fleur*

Le chemin vers la beauté est une expérience personnelle. Une recherche éternelle de la santé, d'une peau belle et éclatante, d'un équilibre intérieur accompagné d'un bien-être général. Pevonia Botanica est convaincue que chacun de nous représente sa beauté de manière unique et merveilleuse.

Une ligne complète de produits cosmétiques. Pevonia Botanica vous offre une ligne complète de produits cosmétiques contenant les meilleurs ingrédients d'origine naturelle soigneusement incorporés dans nos formulations et traitements à la pointe de la technologie pour des résultats spectaculaires et durables.

Respect des personnes et de la nature. Toutes nos formulations sont non cosmogènes, sans fragrances ou colorants artificiels, sans huiles minérales, lanoline, PABA ou alcool dénaturé et répondent efficacement à vos exigences spécifiques. Aucun produit de Pevonia n'est soumis aux expériences réalisées sur des animaux.

Notre recherche vous accompagne dans votre cheminement personnel vers la beauté. Nos formulations et technologies sont en permanente évolution tenant compte de vos exigences esthétiques et du progrès scientifique. Pevonia Botanica s'engage à la recherche et au perfectionnement de ses produits afin de vous accompagner en première ligne dans votre cheminement personnel vers la beauté.

Découvrez l'étendue de la gamme Pevonia Botanica :

- ligne de soins spécifiques pour tous types de peau
- ligne de soins des yeux
- ligne Radiance (rééquilibrante)
- ligne de soins pour peaux à problèmes
- ligne Soins Optimaux (soins profonds)
- Spécial Care Line (ligne spécifique)
- ligne Esthétique (soin, base et démaquillage)
- ligne Repair Line (soins maternels)
- ligne K12 Beauté
- ligne pour Hommes
- ligne Nymphes (soins le corps)
- ligne Pépénologie (soins)
- ligne Soins

Un nouveau design : élégant, performant et stylé.

Dans le respect de son identité et de son image de marque, Pevonia Botanica, en collaboration avec le prestigieux agence parisienne Drogen Design, fait ses yeux nevers. Voici le nouveau design de la marque : élegant, chic et frais.

Les nouveautés du packaging Pevonia :

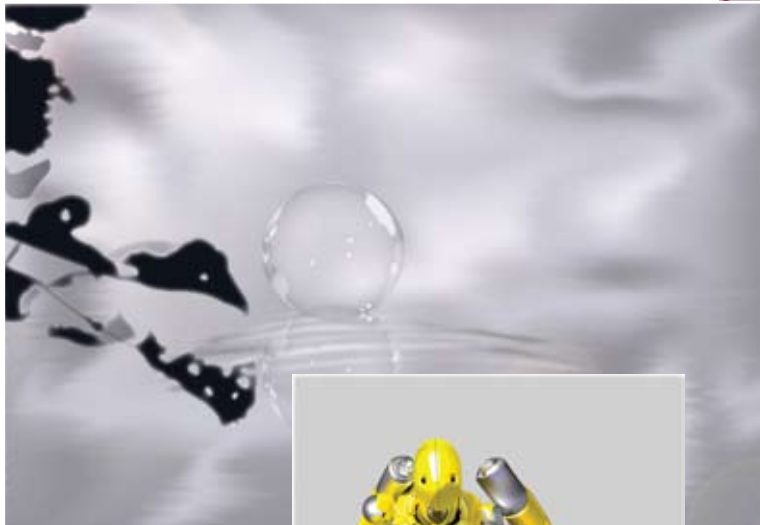
- un code coloriel, doux et rassurant pour mieux identifier la gamme de produits adaptés à vos besoins spécifiques
- des textes en plusieurs langues (anglais, français, espagnol)
- un emploi facilité et un contact plus doux
- des informations sur les ingrédients mises à jour (en conformité complète avec les lois internationales).

Respect de l'environnement et des animaux :

- emballages 100% recyclables (y compris les zones agrées)
- contenu 100% biodégradable
- non testé sur les animaux.



événement



Illustrations diverses
2003-2008

Nouvel
An 2008

Prévente

Entrée 30€ ou 1 bouteille 150€
(2 consos offertes) (5 pers. maxi)

Sur Place

Entrée 40€ ou 1 bouteille 200€
(3 consos offertes) (5 pers. maxi)

Lumpé

Lundi 31 décembre à partir de 21h.



Affiches et prospectus Orlando Bishop,
marionnettiste.

Studio Distinguo, 2007.

Insertion photo dans décors synthétique et
ajout des «effets spéciaux».

LE QUATRIÈME LAPIN

Le Quatrième Lapin invite
tous les enfants à goûter
à la Tipika
tous les dimanche à 15h.30

La Tipika, c'est 151, quai de Volmy - Paris 10
Renseignements et Réservations au :
01 40 34 39 03

Photo : André Bouché (pour l'annonce) - © Orlando Bishop - Studio Distinguo - 01 40 34 39 03

Lost in Paris Prod. 



Catalogue Roma 2005 - Point par Point

Conception et réalisation des
arrière-plans. Création de la dynamique des
page. Restitution des transparences
(synthétiques) et de la fluidité des cheveux.
Egalisation colorimétrique (sources photos
variées).



Catalogue Ralph Lauren House
2005 - Point par Point

Correction colorimétrique des images pour
adaptation aux systèmes d'impression
européens, d'après Cromalins américains.

packaging



Emballages «Eclat d'Orient» (henné). Pour Point par Point 2005-2006.

Création de la marque, logotypie associée,
pictogrammes, création de la ligne
graphique.

Exécution des formes de cartonnages
d'après contenus