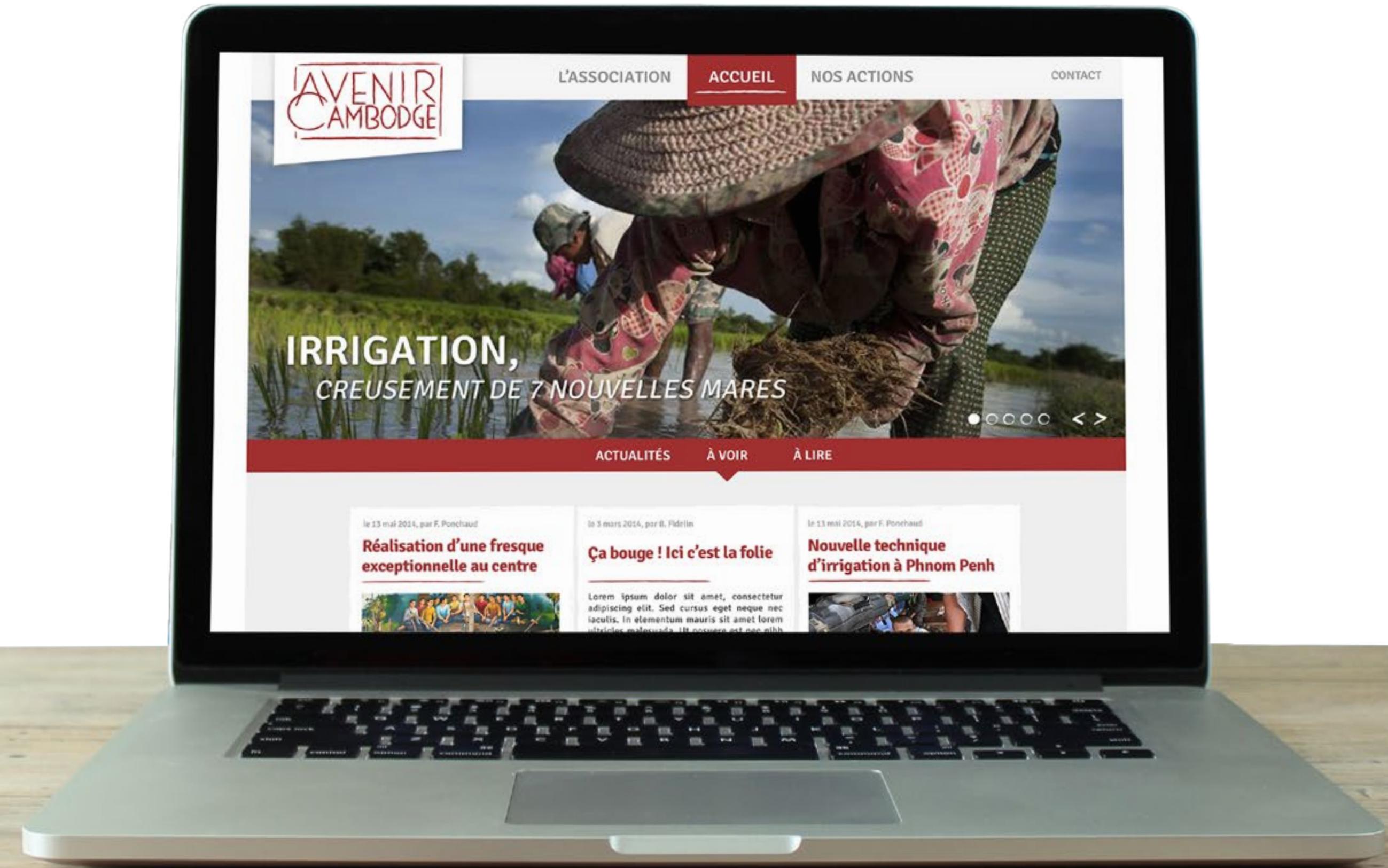


**VALENTIN  
CAURO  
PORTFOLIO**

**UX/UI  
DESIGNER  
MULTIMEDIA**

# AVENIR CAMBODGE

UX/UI • DIRECTION ARTISTIQUE



# AVENIR CAMBODGE

UX/UI • DIRECTION ARTISTIQUE

Avenir Cambodge est une association à but non-lucratif venant en aide aux populations cambodgiennes touchées par l'horreur des khmers rouges.

Le Père François Ponchaud, sur place, les aide entre autre à développer leur propre système d'irrigation, d'énergie renouvelables et d'éducation.

Conception entière d'un site interactif mettant l'accent sur un contenu multimedia de qualité, avec une navigation entièrement pensée pour le confort de l'utilisateur.

The website features a prominent video player at the top showing two water buffaloes being used for plowing. Below the video are several news articles with small thumbnail images and descriptive text. A map of Cambodia is located on the right side of the page. The footer contains links to various sections like 'REPORTAGE', 'CAMBODGE ANNÉE ZÉRO', and 'FAITES UN DON'.

The header includes the Avenir Cambodge logo, a search bar, and a navigation menu with links to 'L'ASSOCIATION', 'ACCUEIL', 'NOS ACTIONS', 'CONTACT', 'F. PONCHAUD', 'GRANDES LIGNES', 'GÉOLOCALISATION', and 'DONS-INFO-BULLETINS'.

## François Ponchaud

Né en 1939, après des Missions évangéliques de Paris, François Ponchaud est arrivé au Cambodge en 1965. Expatrié de pays, il a été témoin de la victoire des Khmers rouges. Il fut l'un des premiers à révéler au monde entier les crimes de ces derniers, en publiant notamment le livre "Cambodge année zéro". Après avoir longtemps travaillé, en France, pour l'insertion sociale et professionnelle de milliers de réfugiés khmers, il a rejoint à nouveau le Cambodge en 1993. François Ponchaud a d'abord participé à la lente reconstruction de l'Eglise catholique, réalisant de nombreux outils de transmission de la foi, traduisant en langue khmère l'Acte des et le Nouveau Testament. Dans le même temps, malgré des difficultés d'un pays très pauvre, la population vit avec moins de six euros par jour, révolté par les injustices et la corruption, il n'a pas vendu, dit-il, « prêcher l'amour des pauvres sans passer à l'action ». Soutenu en France par l'association Avenir Cambodge, il a alors commencé à développer des projets qui pouvaient contribuer aux ONG, les populations les plus démunies, afin de se lancer dans une aventure humanitaire hors du commun dont villageois sont les premiers acteurs.



## Principes intangibles

Les villageois font partie de leurs besoins, de leurs projets, de ce qu'ils peuvent réaliser par eux-mêmes.

Avenir Cambodge apporte son expertise, son soutien financier, notamment pour l'achat de matériaux.

Nous nous efforçons de faire participer les autorités politiques locales, pour mieux les impliquer.

Nous ne faisons aucun projet à partir de l'étranger et évitons de faire appel à du personnel étranger, sauf exception limitée dans le temps, afin de favoriser l'émergence de responsables khmers.

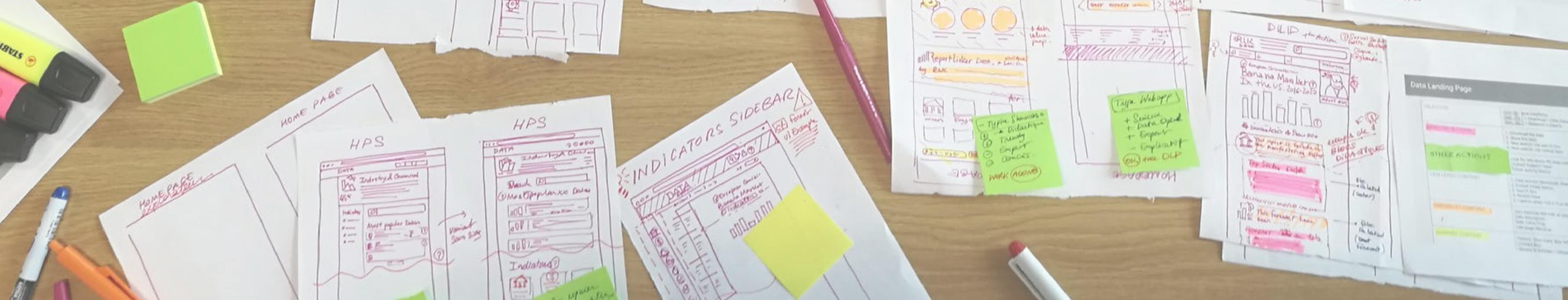


The footer includes sections for 'FAITES UN DON' (with payment options like 'PAIEMENT EN LIGNE' via Paypal), 'INFORMATIONS LÉGALES' (with a list of officers and a 2014 annual report), and 'BULLETINS D'INFORMATION' (listing years from 2008 to 2014).

The footer features a grid of impact statistics: 14 Villages, 12 Ecoles, 70 Jeunes validés, 450 Enfants, 2 Foyers, 25 Kilomètres, 7 Marées, 100 Puits, 2 Lampes, 15 Toilets, 155 Toilettes, 9 Salles, 35 Toilettes, 17 Villages, 195 Latrines, and 200 Alités. It also includes links to 'L'ASSOCIATION', 'ACCUEIL', 'EDUCATION', 'IRRIGATION & AGRICULTURE', 'ÉNERGIES RENOUVELABLES', and 'HYGIÈNE & SANTÉ'.

# DATA FINDER (REPORTLINKER)

UX/UI • DIRECTION ARTISTIQUE



Depuis 15 ans ReportLinker perfectionne ses outils permettant ainsi aux professionnels de trouver l'information qu'ils recherchent rapidement et simplement.

En 2017, l'entreprise Lyonnaise décide de mettre son savoir-faire technologique au profit du public via un outil unique : Data Finder.

## STRATÉGIE / MARKETING

Compréhension de l'enjeu  
Atelier *Persona*  
Scenarios utilisateurs

## UX DESIGN

Brainstorming créatif  
Zoning / Wireframes  
Responsive Design

## DIRECTION ARTISTIQUE

Choix colorimétriques  
Architecture de l'information  
Lisibilité et accessibilité

## INFOGRAPHIE

Création des pictogrammes  
Préparation des éléments pour l'intégration

## INTÉGRATION



HTML 5



CSS 3



Knacss



Sass



SVG



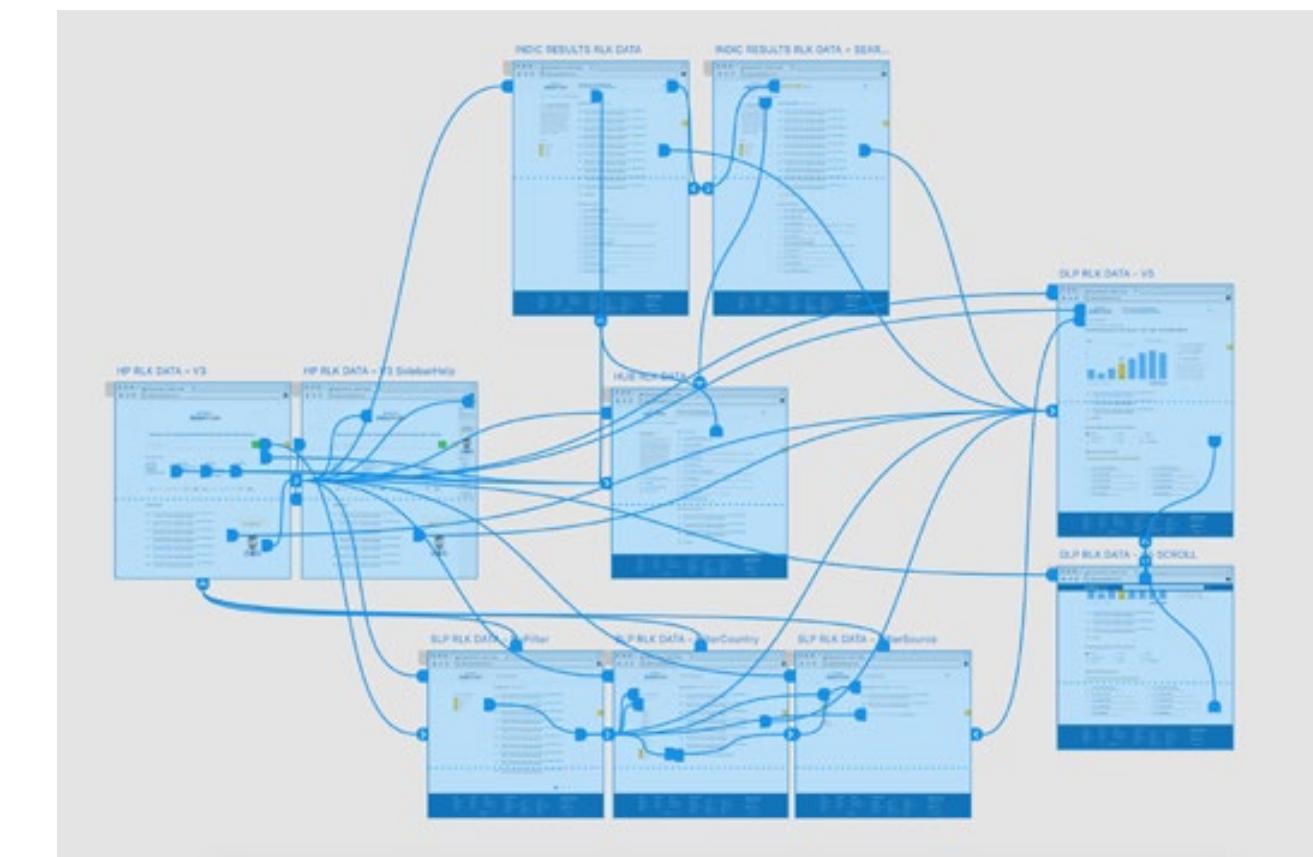
Nuxt

# DATA FINDER (REPORTLINKER)

UX/UI • DIRECTION ARTISTIQUE



Prototype



Homepage

Sector Page

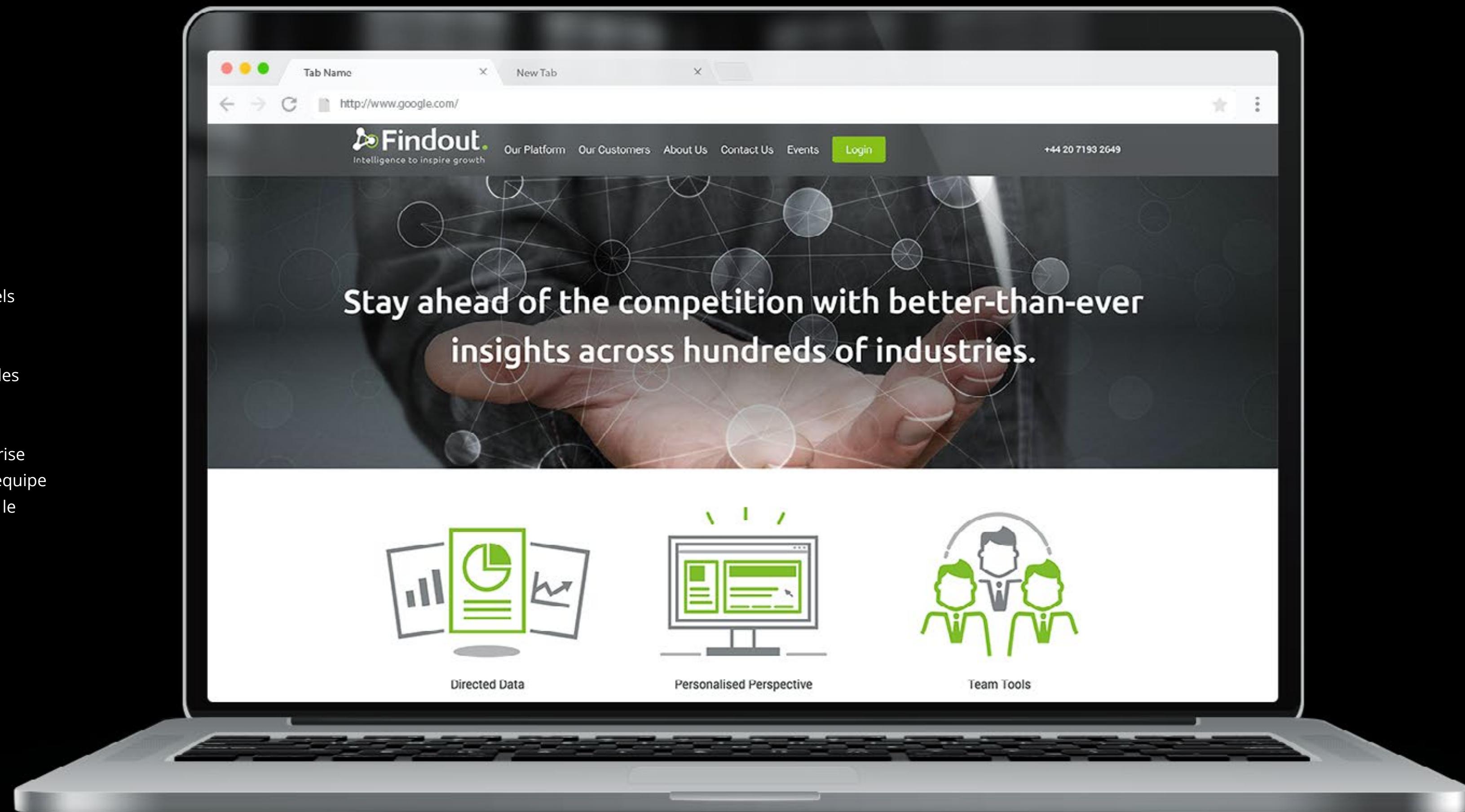
Data Landing Page

# FINDOUT

UX/UI • INTÉGRATION

Findout est un outil en ligne permettant aux professionnels de trouver rapidement les rapports d'activité et les données structurées issues des sources fiables du Big Data.

Collaboratif et intuitif, il autorise les utilisateurs d'une même équipe à stocker, classer et partager le fruit de leurs recherches.



# FINDOUT

UX/UI • INTÉGRATION



HTML 5



CSS 3



Less



Bootstrap 4



AngularJS



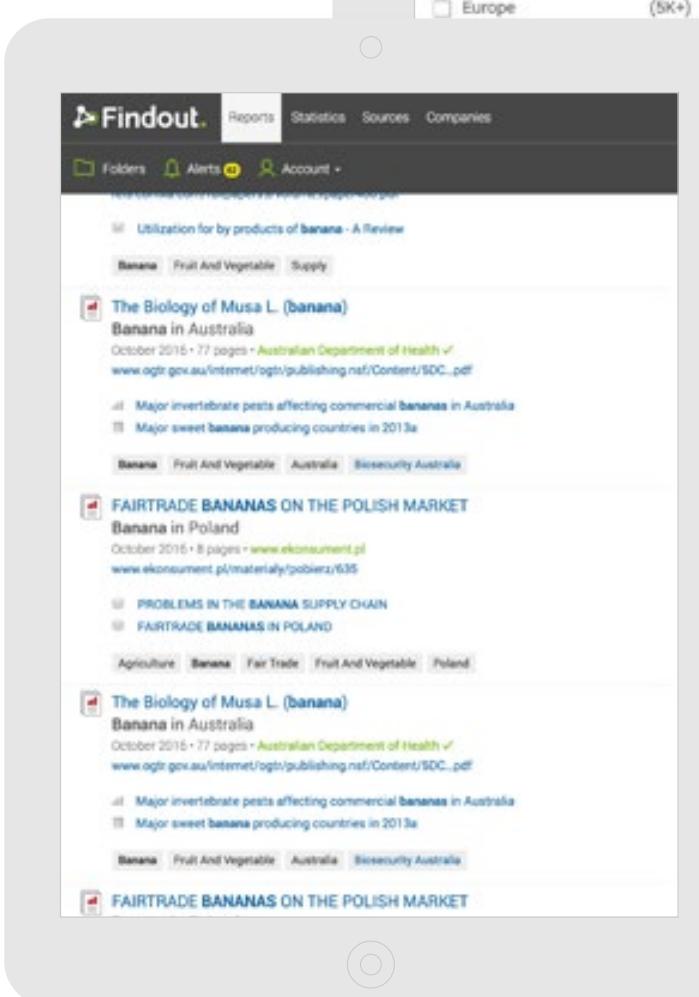
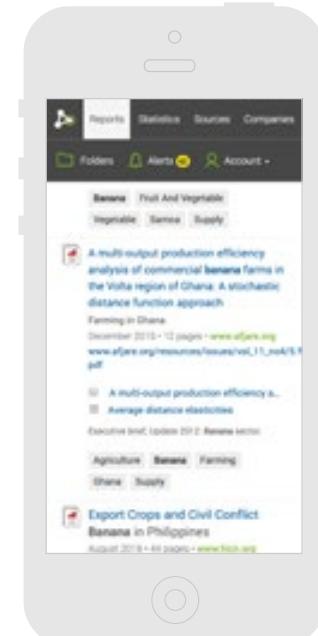
SVG

Travail en collaboration avec les équipes R&D, Marketing, Frontend et Backend.

Organisation de tests utilisateurs pour améliorer l'expérience utilisateur.

UX/UI et intégration de la webapp (AngularJS).

UX/UI et intégration du site-vitrine.



# INSIGHT

UX/UI

ReportLinker veut exposer au public son expertise en matière d'étude de marchés et ainsi augmenter sa réputation en ligne grâce au linkbuilding.

En 2016 Insight est créée.

Chaque semaine des articles appuyés par des sondages exclusifs sont publiés.

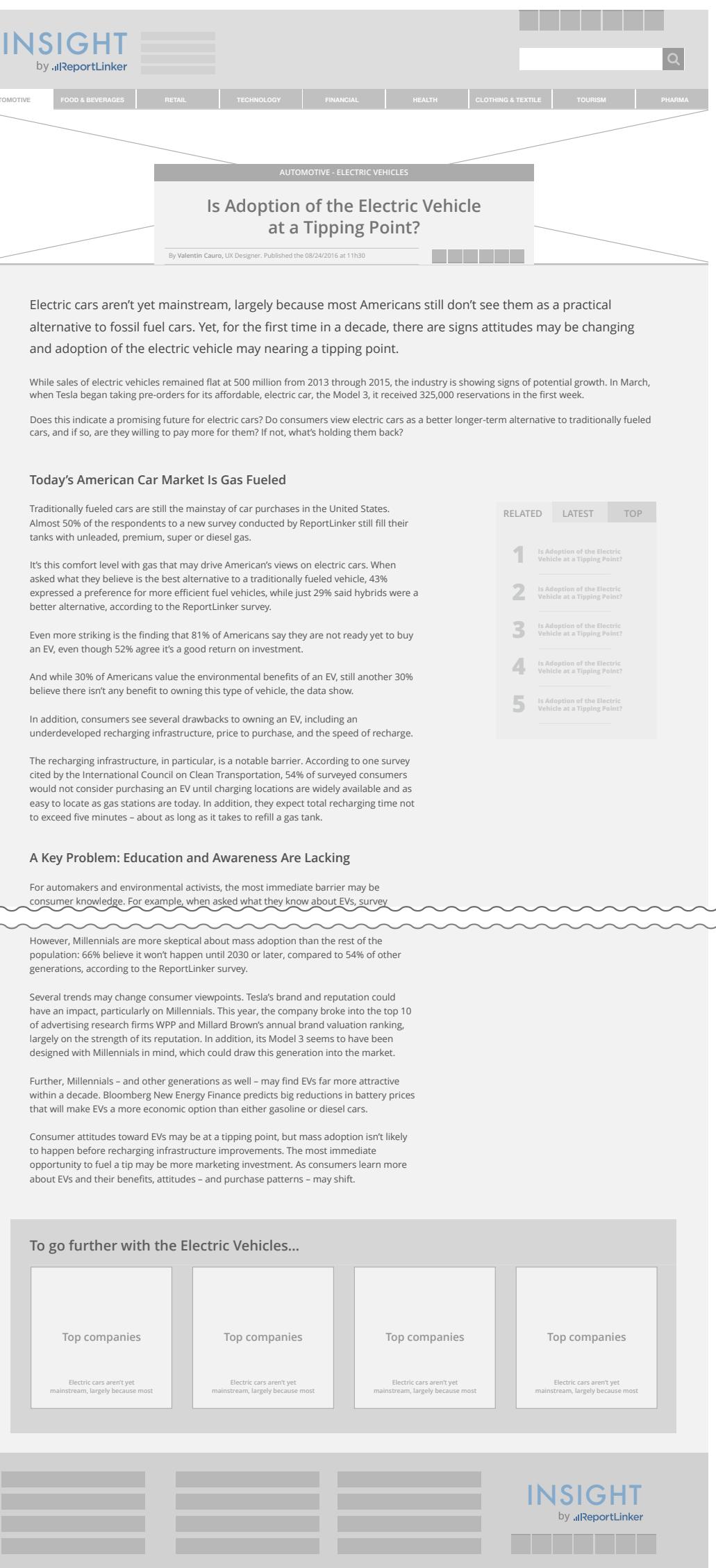
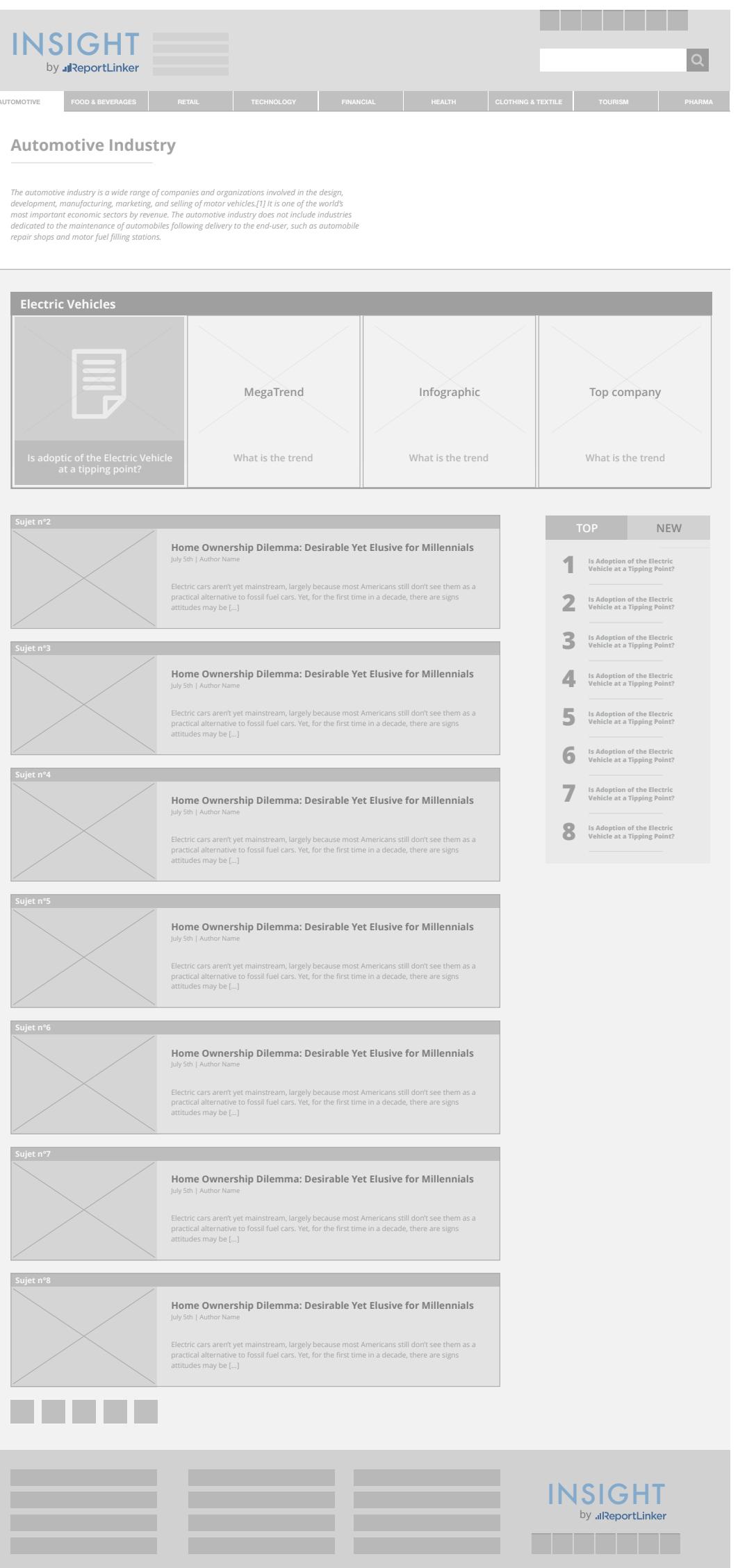
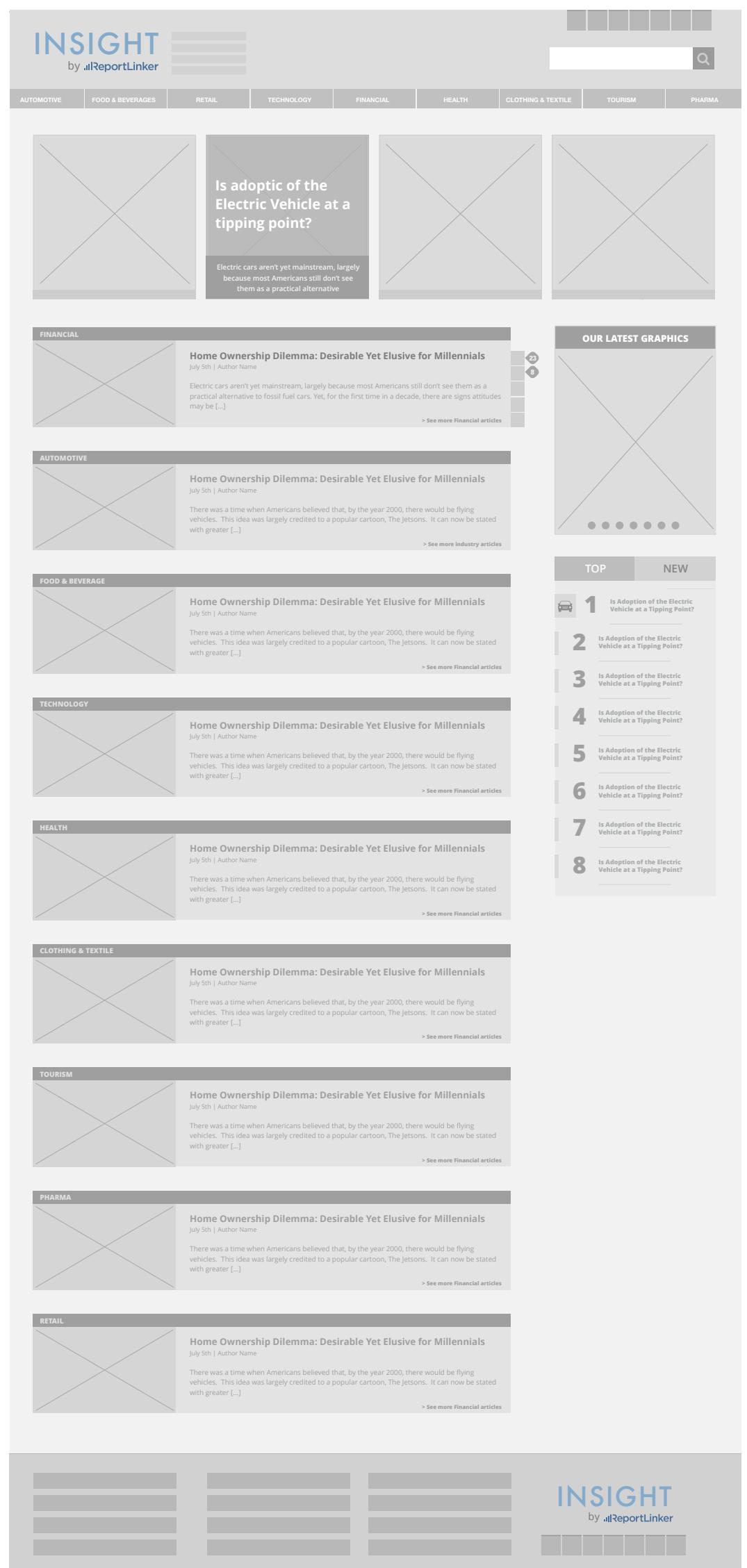
Réflexion, conception et création du site  
[www.reportlinker.com/Insight](http://www.reportlinker.com/Insight)

## GESTION DE PROJET

Lead des différentes équipes :  
Archi | Frontend | Backend  
Création de la roadmap

UX/UI DESIGN

Générer du linkbuilding  
Analyse ergonomique  
Confort de lecture



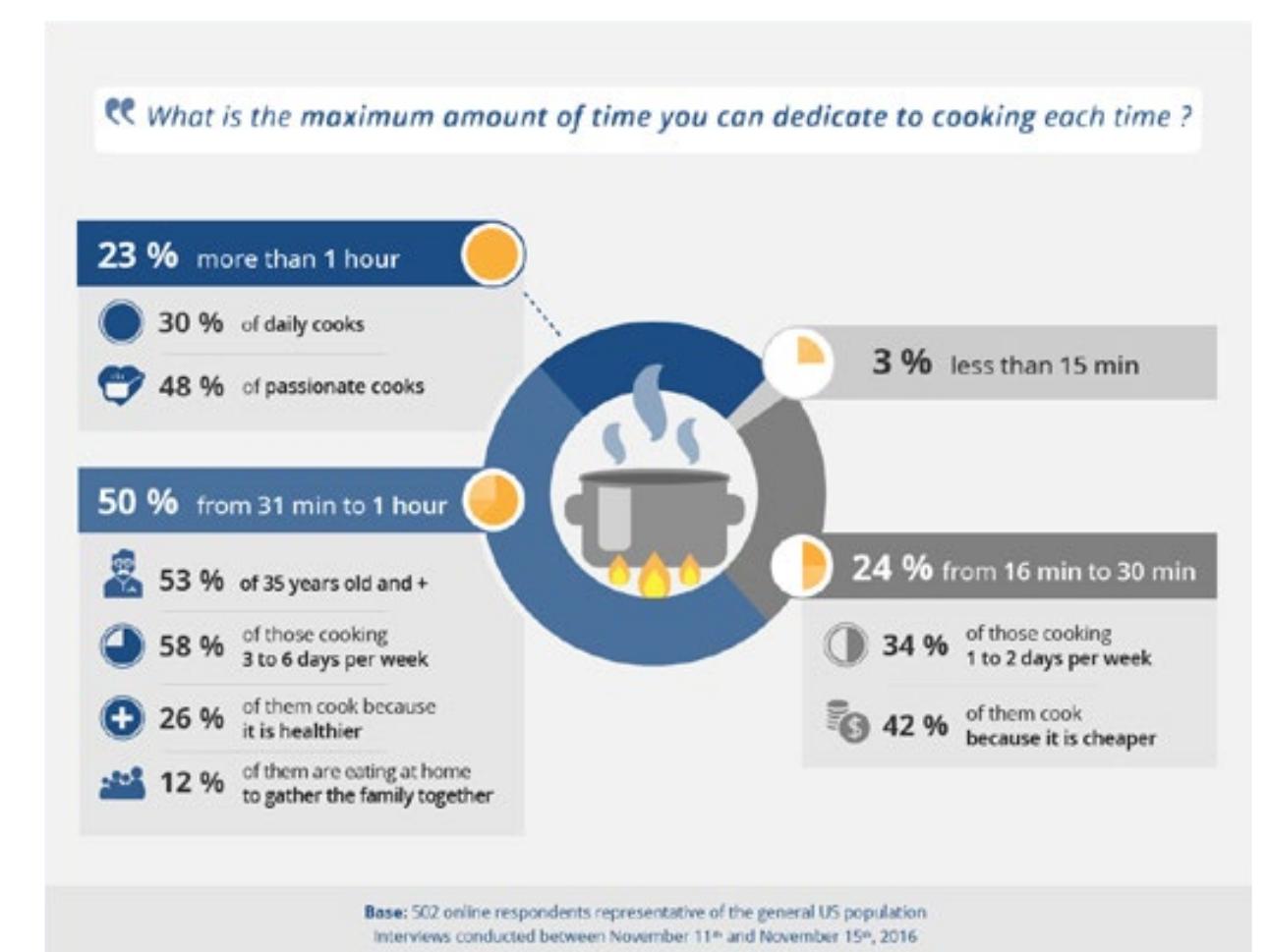
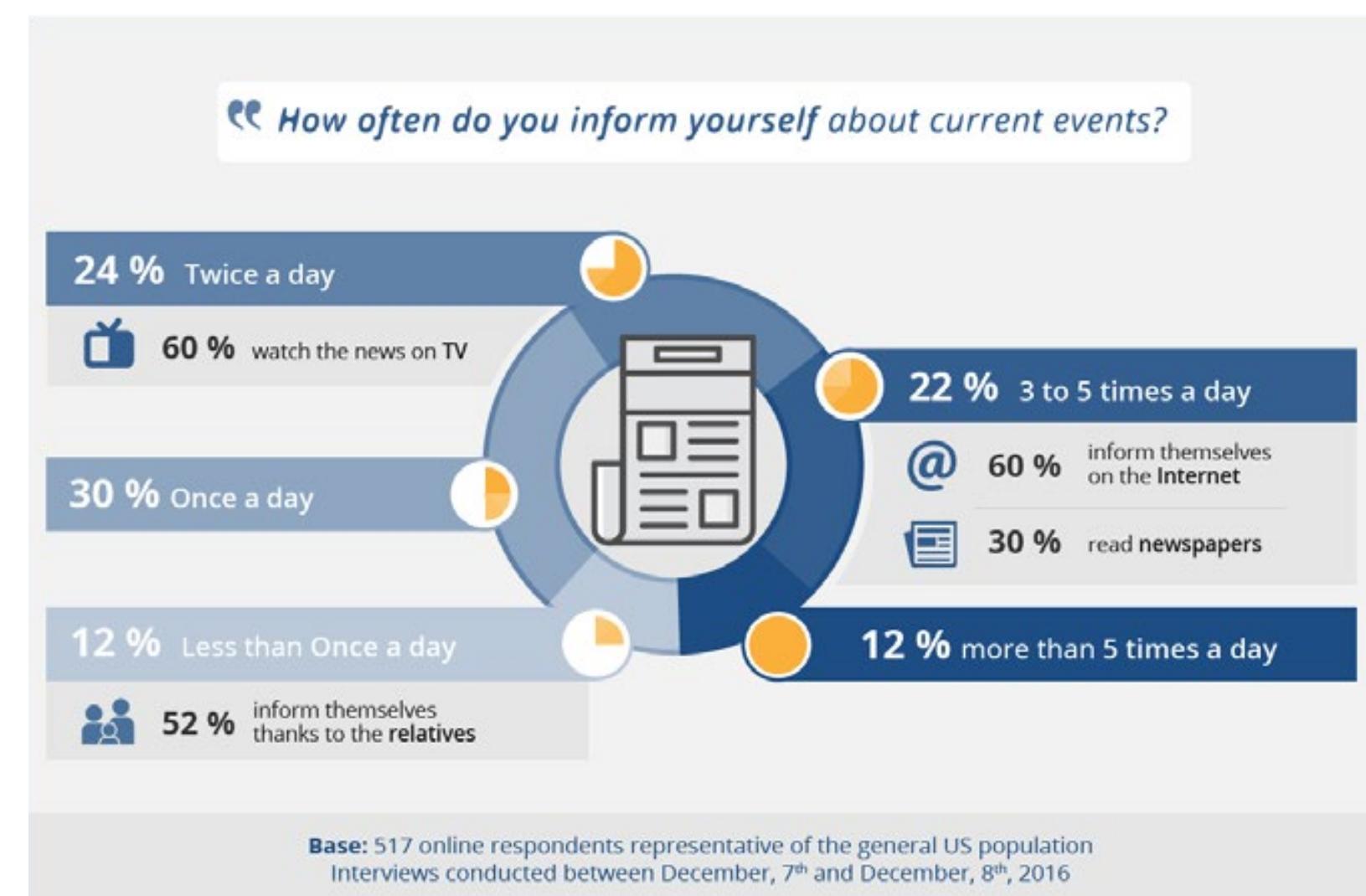
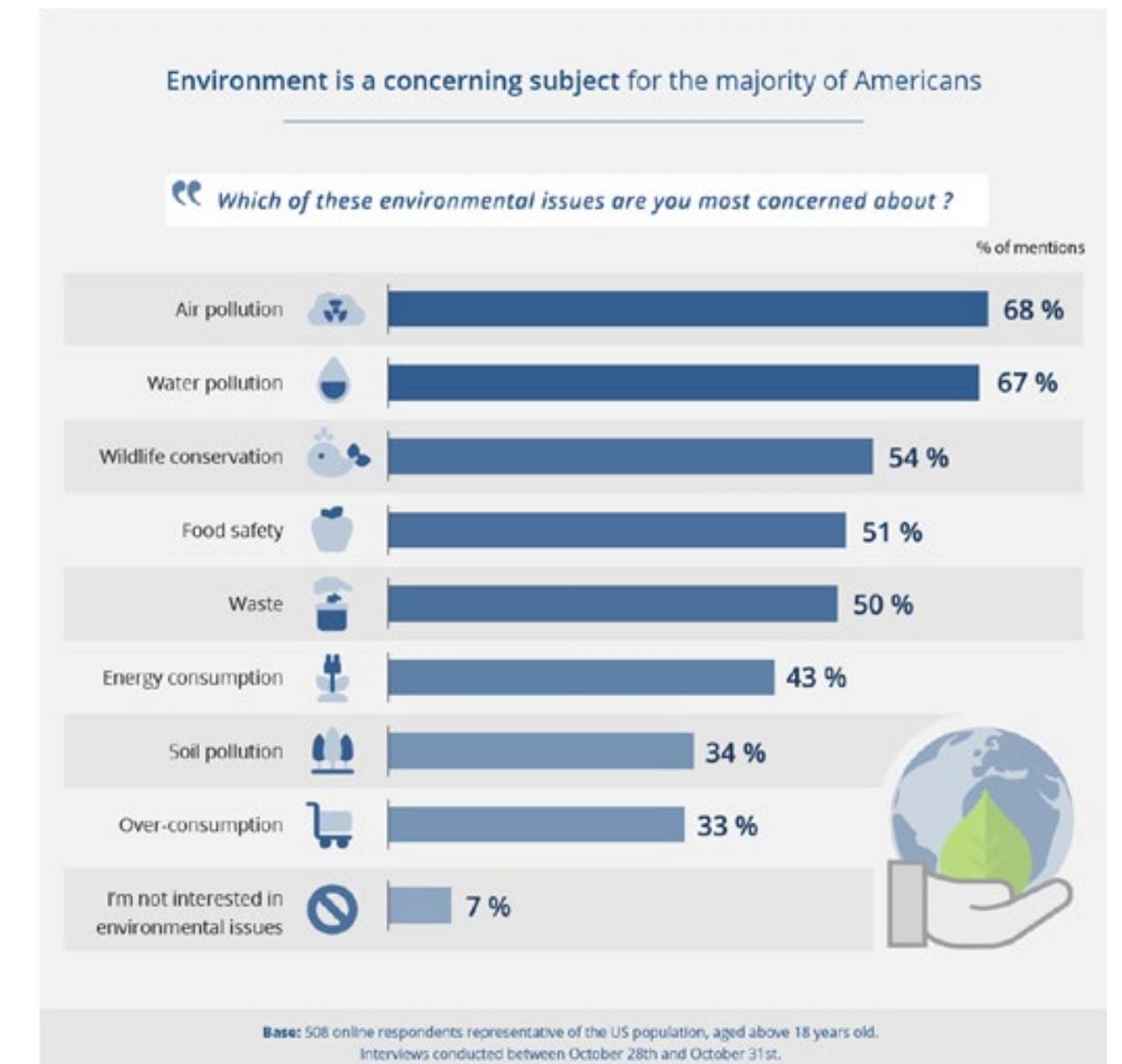
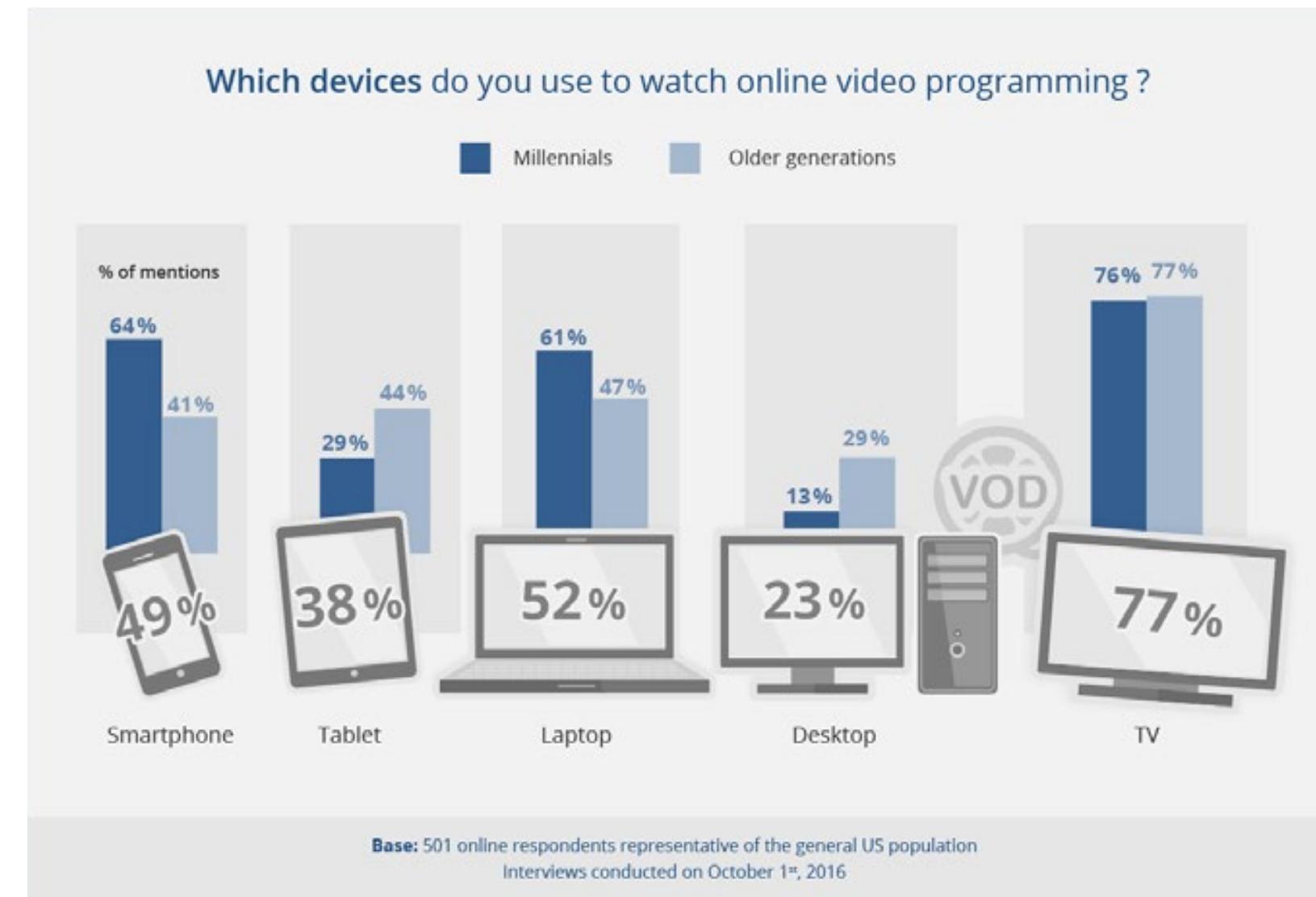
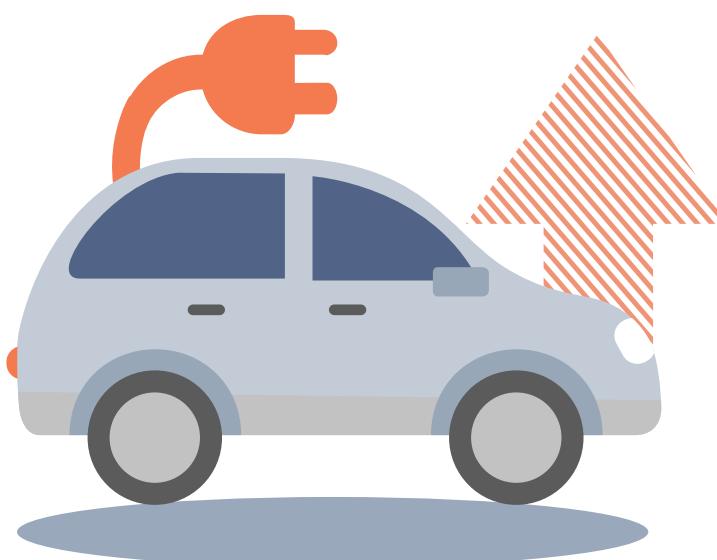
# INSIGHT

## DATA VIZ

Chaque article publié sur Insight est illustré par des infographies qui synthétisent les données des sondages.

Création de la charte graphique.

Interprétation visuelle  
des données.



# ÉCOLE NATIONALE DES CHARTES

WEBDESIGN • RESPONSIVE • REFONTE

Fondée en 1821, l'École Nationale des chartes forme ses étudiants aux sciences fondamentales de l'histoire. J'ai travaillé aux côtés de Jean-Baptiste Taisne de l'agence C-Album sur la refonte du site internet. Nous avons cherché à adapter aux usages numériques la rigueur qui définit l'identité de l'École, avec notamment l'utilisation d'une fonte designée pour l'école : la CartaNova.

Le challenge : proposer un site entièrement responsive qui réponde aux exigences actuelles, tout en préservant le grand nombre de pages-types, une grosse base de données, des sites annexes...

The image shows a desktop computer monitor and a smartphone both displaying the website of the École Nationale des Chartes. The website is designed to be responsive, adapting to different screen sizes. On the desktop version, there are several sections visible: a sidebar on the left with a red logo and text; a main navigation bar at the top with links like 'Actualités', 'Partenaires', 'Lettre d'information', 'Bibliothèque', 'Sociétés associées', 'Vie étudiante', 'Mécénat', and 'Mon Compte'; a search bar; and a 'Accès rapide' button. Below the navigation, there are several cards for different events and information. One card for a conference on 'Les chevaliers de la Table Ronde' is dated '21 septembre 2015'. Another card for a congress on 'L'animal et l'homme' is dated '1er novembre 2015'. A third card for a call for papers is dated '11 au 16 avril...'. The smartphone on the right shows a smaller, simplified version of the same website, with the main content area being scrollable.

# AÏTANA

DA • IDENTITÉ VISUELLE

Carlos et Alexis détiennent le bon filon : des produits de très grande qualité en provenance directe de petits producteurs espagnols...

L'identité visuelle d'Aïtana est à la croisée des chemins entre authenticité, sobriété... et un brin de secret !



# AITANA

## DA • IDENTITÉ VISUELLE

**AITANA**  
31 Rue Sainte-Marthe  
75010 Paris  
06 22 47 00 27

**PIÈCES DE BOEUF**

Produit	Maturat <sup>n</sup> on (sur carcasse)	Prix HT
Onglet	Trains de côtes et/ou faux-filet	55€
Picanha		55€
Filet	Sur-mesure, minimum 20 jours	55€

**SELECTION AITANA/GALICE**

Produit	Maturat <sup>n</sup> on (sur carcasse)	Conditionnement	Prix HT
Filet	Trains de côtes et/ou faux-filet	Trains de côtes et/ou faux-filet	55€
Picanha			55€
Aiguillette	Sur-mesure, minimum 20 jours	Sur-mesure, minimum 20 jours	55€
Rumsteak			55€

**BLANDE GALICE**

Produit	Maturat <sup>n</sup> on (sur carcasse)	Conditionnement	Prix HT
Filet	Trains de côtes et/ou faux-filet	Trains de côtes et/ou faux-filet	55€
Picanha			55€
Aiguillette	Sur-mesure, minimum 20 jours	Sur-mesure, minimum 20 jours	55€
Rumsteak			55€

**REPRÉSENTATION DU NIVEAU DE PERSILLAGE**

REF N

**AITANA**  
31 Rue Sainte-Marthe  
75010 Paris  
06 22 47 00 27

**BOEUF WAGYU**

Coupe	Grade d'infiltration 5-6	Grade d'infiltration 7-8	Grade 6
Trains de côtes et/ou faux-filet	40,50€ /kg	50,50€ /kg	
13-15 kg / 6-8 kg		13-15 kg / 6-8 kg	
Sur-mesure, minimum 20 jours		Sur-mesure, minimum 20 jours	
4 ans		4 ans	
Espagne		Espagne	
***		***	
**		**	

**PRODUITS DE LA MER**

**AITANA**  
31 Rue Sainte-Marthe  
75010 Paris  
06 22 47 00 27

**Poulpe de Galice**  
Cuit, salé et congelé sur les criées de Vigo.

Produit	Conditionnement	Prix HT
Poulpe de Galice	4 tentacules / 800-950g	24,5
Poulpe de Galice	Entier / 650-800g	23,
Borquerones	Semi conserve 1kg	27
Coupe A	Semi conserve 900g	5
Sardines fumées	1kg	2'

**QUALITE CEBO**

Produit	Conditionnement	Prix HT
Pluma	5 pcs / 1 kg	22,50€ /kg
Secreto	5 pcs / 1 kg	22,50€ /kg
Pres	Par 1 kg	55€ /kg
Coupe A	Par 1 kg	55€ /kg
Coupe A	Par 1 kg	55€ /kg

**QUALITE BELLOTA**

Produit	Conditionnement	Prix HT
Pluma	5 pcs / 1 kg	28 € /kg
Secreto	5 pcs / 1 kg	28 € /kg
Pres	1 pc / 800g	28 € /kg
Filet Mignon	1 pc / 500g	25€ /kg
Lomo mariné	500g	26 € /kg

**REPRÉSENTATION DU NIVEAU DE PERSILLAGE**

Animaux vivant 2 ans en semi-liberté. Alimentation à base de céréales et autres aliments complémentaires.

Alimentation par l'homme à base de céréales et autres aliments complémentaires.

Animaux vivant 2 ans en semi-liberté. Alimentation à base de bellota (glands) les derniers mois de la vie de l'animal.

# MATTEU

DA • IDENTITÉ VISUELLE

Julien et Maxime MATEU  
sont deux électriciens.

Ils ont de l'humour, pour sûr !

Casser les codes en  
proposant une identité  
nouvelle, fraîche... et décalée



LOGOS



DIRTY EST

DA • GESTION DE PROJET

Voulant permettre aux jeunes street-artistes de l'est parisien d'être reconnus, je monte l'association Dirty Est en 2009.

Organisation d'expositions collectives, chargé de communication, gestion de projet avec la collectivité.



**STREET EXPO 2  
FEAT. DIRTY EST  
DU 1 AU 15 MAI 2010**  
**VERNISSAGE  
FEAT. DJ DASTEROR  
LE 7 MAI 2010  
DE 19H30 A 2H**

**241 BAR**  
241 RUE DU FAUBOURG ST ANTOINE  
M. FAIDHERBE CHALIGNY (8)  
75011 PARIS

**DE**

## DIRTY EST

DA • PHOTO • VIDEO

Deux ans après sa création,  
l'association s'intègre dans le  
paysage culturel de l'est parisien.  
Nous lançons alors une collection  
de tee-shirt dessinés par 4 artistes  
de Dirty Est. Ils seront vendus sur  
LaChoperie et en pop-up store.  
Série limitée à 50 ex.

Illustration d'un des modèle,  
direction artistique du shooting,  
photographie et réalisation video.



DIRTY EST

DA • PHOTO • VIDEO



VANS (AMERICA LATINA)

FRESQUE COLLECTIVE



WEBODY

DA • IDENTITÉ • PHOTO

La chorégraphe Mié Coquempot a fait appel à l'agence Merci pour développer la première encyclopédie participative en ligne du corps.

Direction artistique, graphisme et photographie



A promotional poster for 'Webody'. The background is black. On the right side, a nude woman is shown from the waist up, performing a complex acrobatic or dance move where her legs are wrapped around her torso. To the left of this image, the text 'DONNEZ UN BOUT DE VOTRE CORPS' is written vertically. Above the woman, the text 'ENRICHISSEZ LA PREMIÈRE ENCYCLOPÉDIE PARTICIPATIVE DU CORPS' is written diagonally. In the bottom right corner, the word 'Webody' is written in a stylized, lowercase font. At the bottom, the text 'RENDEZ-VOUS LE 2 JUIN 2011' is displayed, followed by a series of diagonal lines.

# COCA-COLA (BE)

PRINT • MOTION



FACT	ACT	IMPACT
<b>56% DES DÉCISIONS</b> D'ACHAT SE FONT EN MAGASIN	<b>-20%</b> PRÉSENCE D'UN DISPLAY PENDANT LES PROMOTIONS	<b>15% À 40%</b> DE VOLUME SUPPLÉMENTAIRE
<b>34% DES SHOPPERS</b> INFLUENCÉS PAR LES DISPLAYS	<b>PROPOSER UN DISPLAY</b> DE TOUS LES PRODUITS PARTICIPIENT A L'OPÉRATION	VALEUR DU PANIER SANS SOFTDRINKS <b>35€</b> AVEC COCA-COLA <b>81€</b>
LES DISPLAYS PLACÉS DANS LES ZONES DE TRAFIC ENTRE 2000 PROMOTIONS ATTENDUES <b>VENDENT+</b>	UTILISER DU POS POUR COMMUNIQUER CLAIREMENT LA PROMOTION	SATISFACTION ET FIDÉLISATION *****DES CLIENTS

<b>56%</b> DES DÉCISIONS D'ACHAT EN MAGASIN	<b>30%</b> DES SOFTDRINKS ACHETÉS EN DEHORS DU RAYON	<b>34%</b> DES SHOPPERS SONT INFLUENCÉS PAR LES DISPLAYS	<b>7</b> SECONDES LE SHOPPER MET 7 SECONDES À DÉCIDER DE CE QU'IL VA ACHETER
<b>94%</b> SONT DES ACHETEURS SOFTDRINKS MAIS SEUL 1 PANIER SUR 5 CONTIENT UN SOFTDRINK!	<b>Coca-Cola</b> LES MARQUES DE COCA-COLA GAGNENT EN VOLUME UN PEU PLUS LE RETAILER DANS LA CATÉGORIE NART	<b>LE PRODUIT DOIT ÊTRE VISIBLE DÈS L'ARRIVÉE DES SHOPPERS POUR LES STIMULER</b>	<b>35 → 81€</b> LA VALEUR DU PANIER DES SHOPPERS AUGMENTE LORSQU'ILS ACHÈTENT DES SOFTDRINKS
LE LIEU LE PLUS STRATÉGIQUE POUR LE PLACEMENT D'UN DISPLAY EST L'ENTRÉE DU MAGASIN	GRÂCE À NOTRE SERVICE DE MARCHANDISING, LES DISPLAYS NE SEULEMENT UN TRAVAIL SUPPLÉMENTAIRE DE LA PART DU PERSONNEL DU MAGASIN	<b>30%</b> COCA-COLA A AUGMENTÉ SON INTENSITÉ DE PROMOTIONS DE +50% EN 2 ANS ALORS QUE LA CATÉGORIE NART N'A PAS AUGMENTÉ QUE DE 25%	<b>1 FOLDER = 1 DISPLAY</b> NOTRE PRÉSENCE DANS LES FOLDERS AIDE LE PLACEMENT D'UN DISPLAY



# COCA-COLA (BE)

GRAPHISME • PRINT



RAGT

PAO • INFOGRAPHIE

RAGT est leader dans la production de semences et un acteur influant du milieu agricole français.

Conception et création du rapport d'activité annuel de 26 pages.  
Préparation des fichiers d'impression.



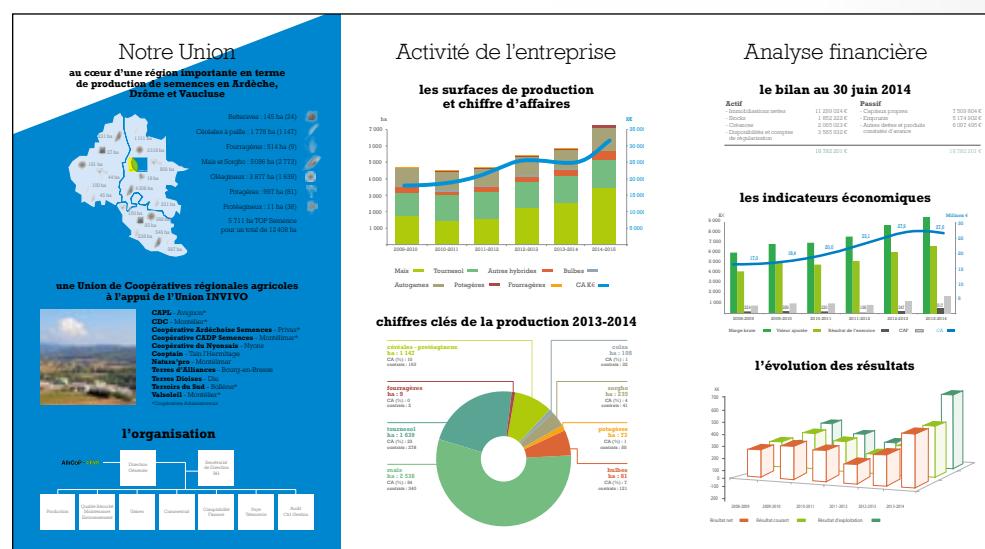
**R-A-G-T**

# TOP SEMANCES

## PAO • INFOGRAPHIE

Top Semances est des leader dans le domaine de la semence en France. Rhônais, il fait fréquemment appel aux services de l'agence Malice

Conception et création d'un triflet de présentation de l'entreprise Top Semances.



ALAÏA

PAO

Alaïa Paris

Catalogue offer



Le styliste et couturier Azzedine Alaïa a fait appel à l'agence Malice pour le lancement de sa gamme de parfums et cosmétique.

Mise en page d'un leaflet opérationnel de 36 pages.  
Une couleur pantone.

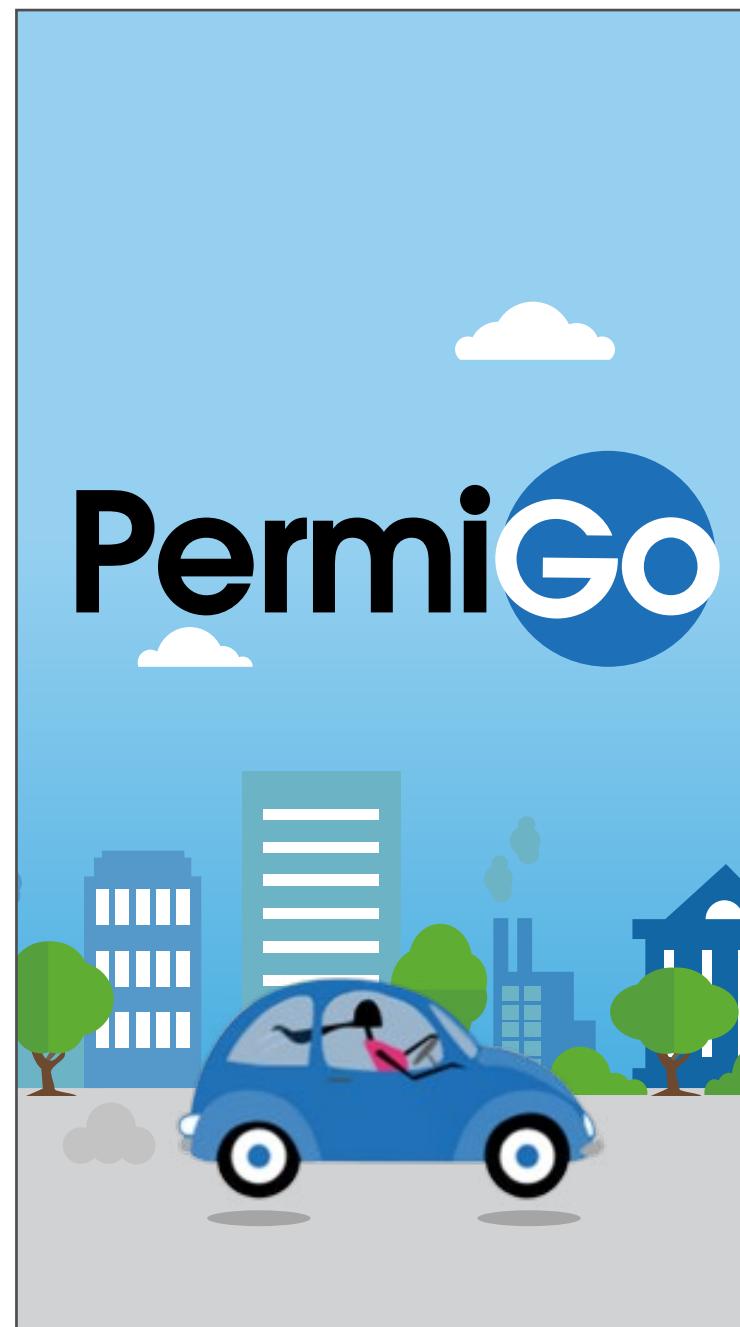
ALAÏA  
PARIS

PERMIGO

DA • MOTION

PermiGo est une entreprise lyonnaise qui révolutionne le permis de conduire en le rendant attractif et accessible à tous.

**Direction artistique et création d'un spot publicitaire animé de 15"** diffusé sur les écrans de publicité LittleCorner



Jeune startup parisienne, Youshould propose un service complet de ménage à domicile pour vos lendemains de soirées

Direction artistique et création d'un spot publicitaire animé de 15" diffusé sur les écrans de publicité LittleCorner

MARRE  
DE FAIRE  
LE MÉNAGE  
LES LENDEMAINS  
DE SOIRÉE



RÉSERVEZ  
GRATUITEMENT  
UN BAR



POUR  
VOUS  
ET VOS  
AMIS

*Et profitez d'offres exclusives toute la nuit !*





JOAO

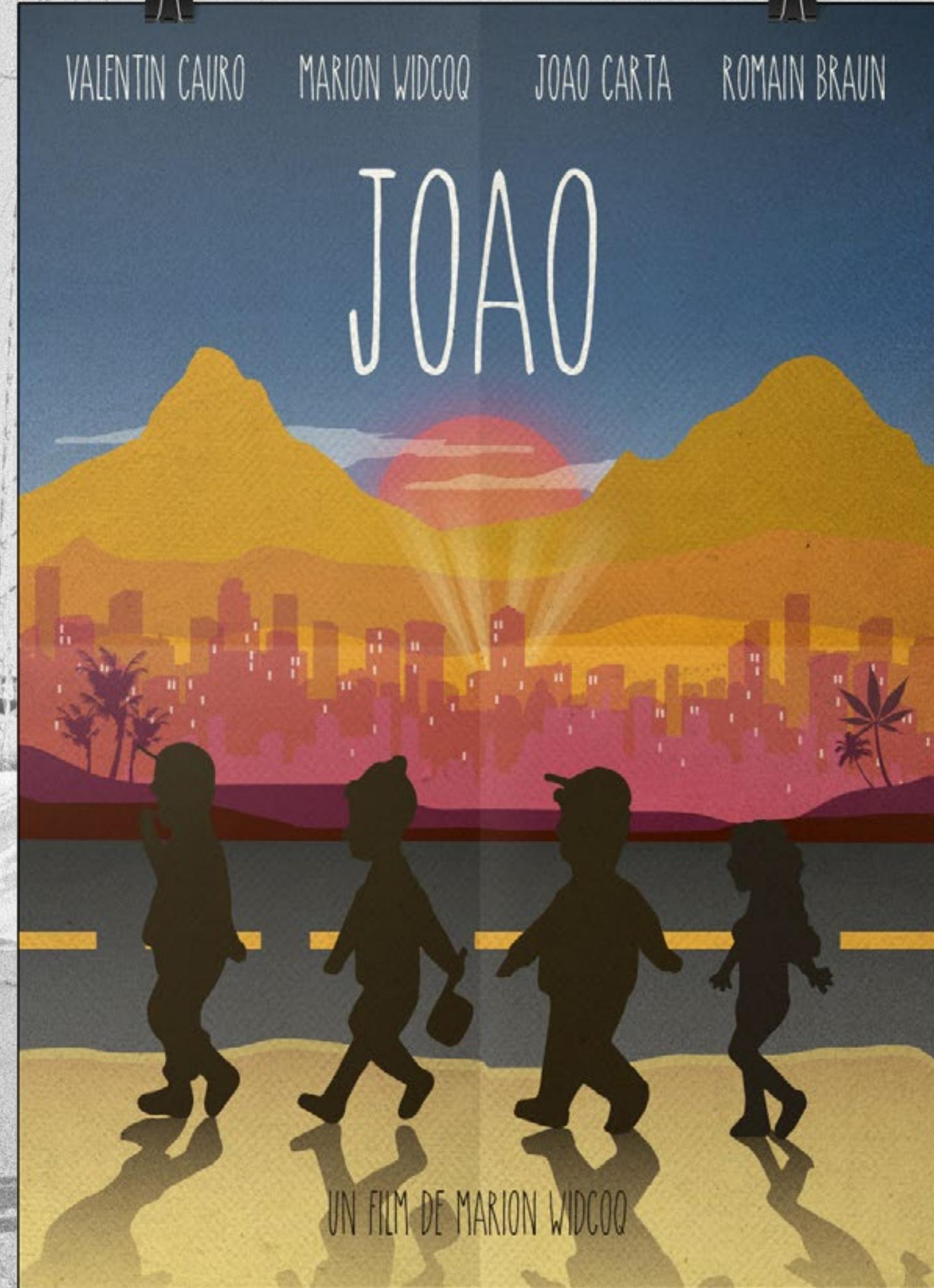
COURT-MÉTRAGE

Pendant notre voyage aux USA, nous réalisé JOAO un court-métrage de 23'09 écrit par Marion Widcoq qui offre sa vision de la recherche de solitude auprès d'une jeunesse... plutôt grégaire.

En équipe réduite, il fallait porter plusieurs casquettes : cadrage, étalonnage, création de l'affiche... et acteur.

# JOAO

COURT-MÉTRAGE



# LOOTA «JE LE SAIS»

CLIP VIDEO

Clip de l'artiste français Looita réalisé en Colombie. On y voit à la fois la beauté de la ville de Medellin et la nature abondante de la côte Caraïbe.

Cadrage, montage et étalonnage.  
Tourné en 4K avec le Sony A7S  
Objectifs focales fixes Canon FD



## POINT DE VUES

EXPO PHOTO

Le projet photographique « Point de Vues » est né d'une collaboration artistique fusionnelle avec Marion Widcq. Un sujet, un instant, deux points de vue. C'est à la fin de notre voyage aux Amériques que nous avons pu exposer nos Points de Vues à la galerie Oficina de Arte de Buenos Aires, en Argentine.

Photographies, identité visuelle,  
communication presse et mise en page.

PROYECTO FOTOGRAFICO  
VALENTIN CAURO • MARION WIDCOQ





MER-  
CI

CI-  
MER