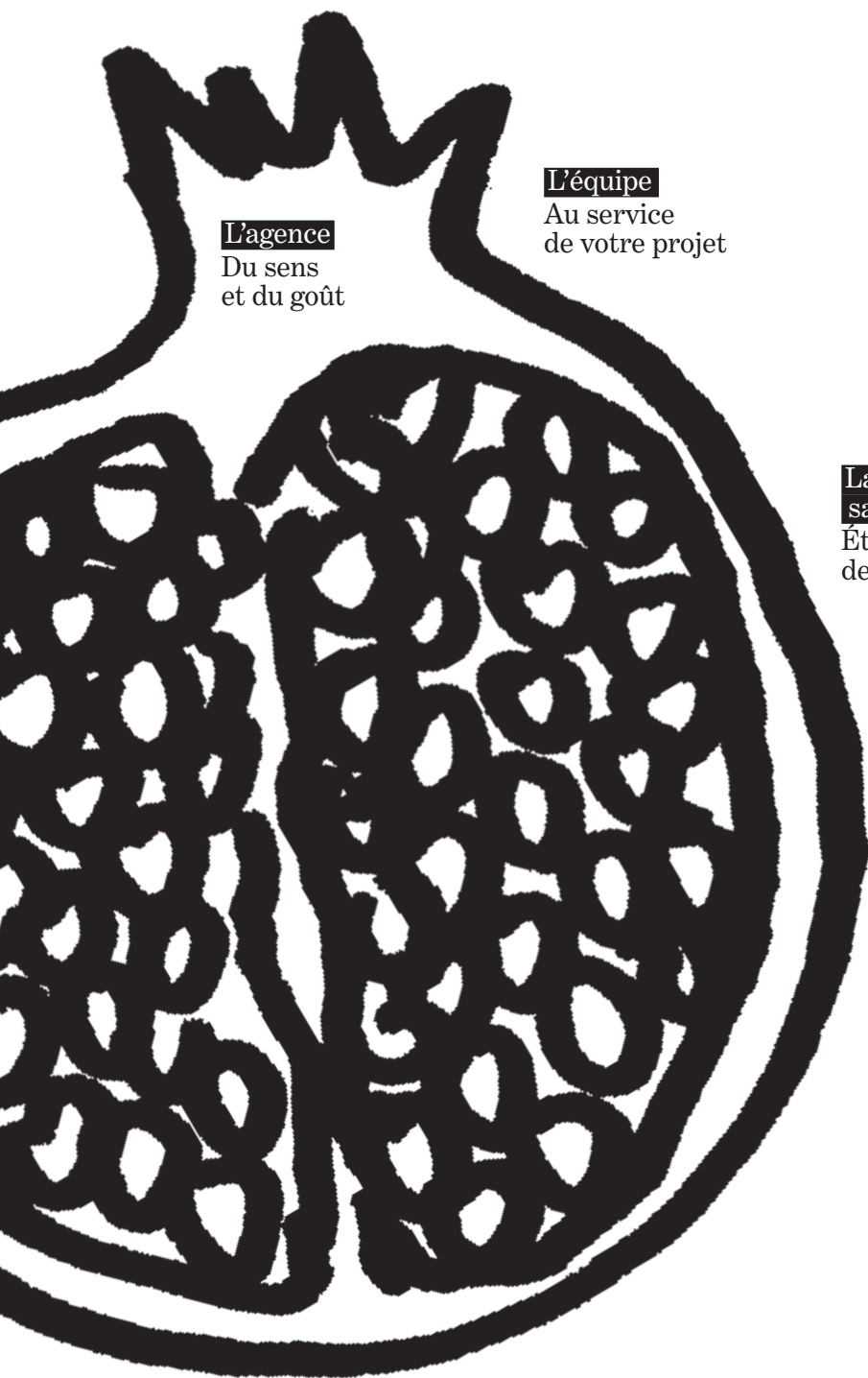
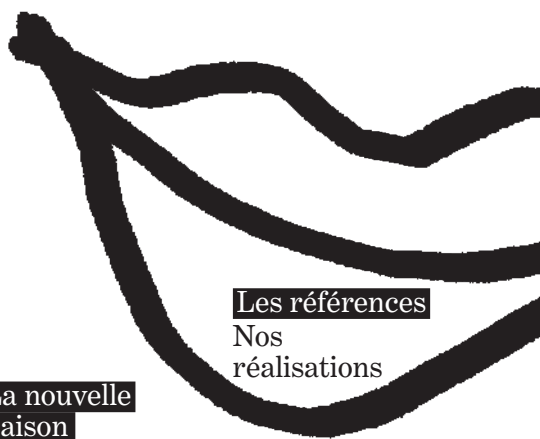


PUR JUS



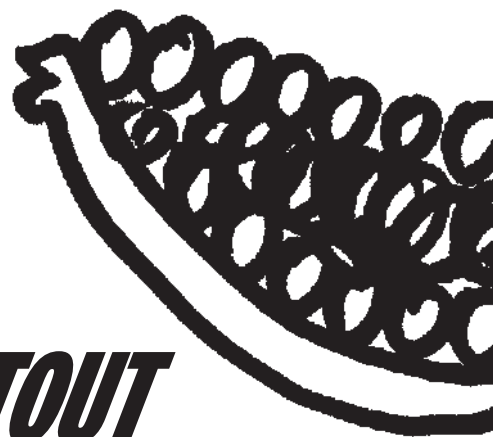
L'agence
Du sens
et du goût

L'équipe
Au service
de votre projet



Les références
Nos
réalisations

**La nouvelle
saison**
Études
de cas



***TOUT
SAVOIR***

/// SUR

LES GRENADES
AGENCE CONSEIL EN
COMMUNICATION

L'agence

Les grenades est une agence conseil spécialisée en communication publique et d'intérêt général. Elle est le fruit d'une collaboration de partenaires qui partagent une appétence pour l'information et sa mise en valeur. Ils et elles ont en commun leur goût pour l'intérêt général et la recherche de sens.

Les grenades est une agence à la fois stratégique, créative et opérationnelle.

Nos missions :

- conseil stratégique
- conseil en positionnement
- définition et mise en œuvre de campagnes de communication
- conseil éditorial
- design graphique
- production de contenus

4
L'équipe

14
Nos réalisations

32
Études de cas

“ Nous nous attachons à réfléchir au sens, parce que nous pensons que le sens c'est la saveur des choses, ce qui en fait le goût. Un goût qui se travaille, avec du temps, un peu

comme une grenade qui a laissé à chacun de ses grains le temps de mûrir pour être appréciée. ”

Julie Matas,
fondatrice

**TOUT
SAVOIR**

**/// SUR
LES GRENADES
AGENCE CONSEIL EN
COMMUNICATION**

Au service de votre projet...

DIRECTION / PILOTAGE



Julie Matas

Fondatrice, directrice conseil

Diplômée d'un master communication, politique et animation locales (université Paris 1 Panthéon-Sorbonne), Julie Matas a à son actif plus de 18 ans d'expérience en communication publique et d'intérêt général. Elle exerce d'abord pendant dix ans dans une agence conseil indépendante, puis intègre en 2014, l'agence de presse généraliste Naja Presse où elle acquiert une expertise en conseil éditorial. Avec



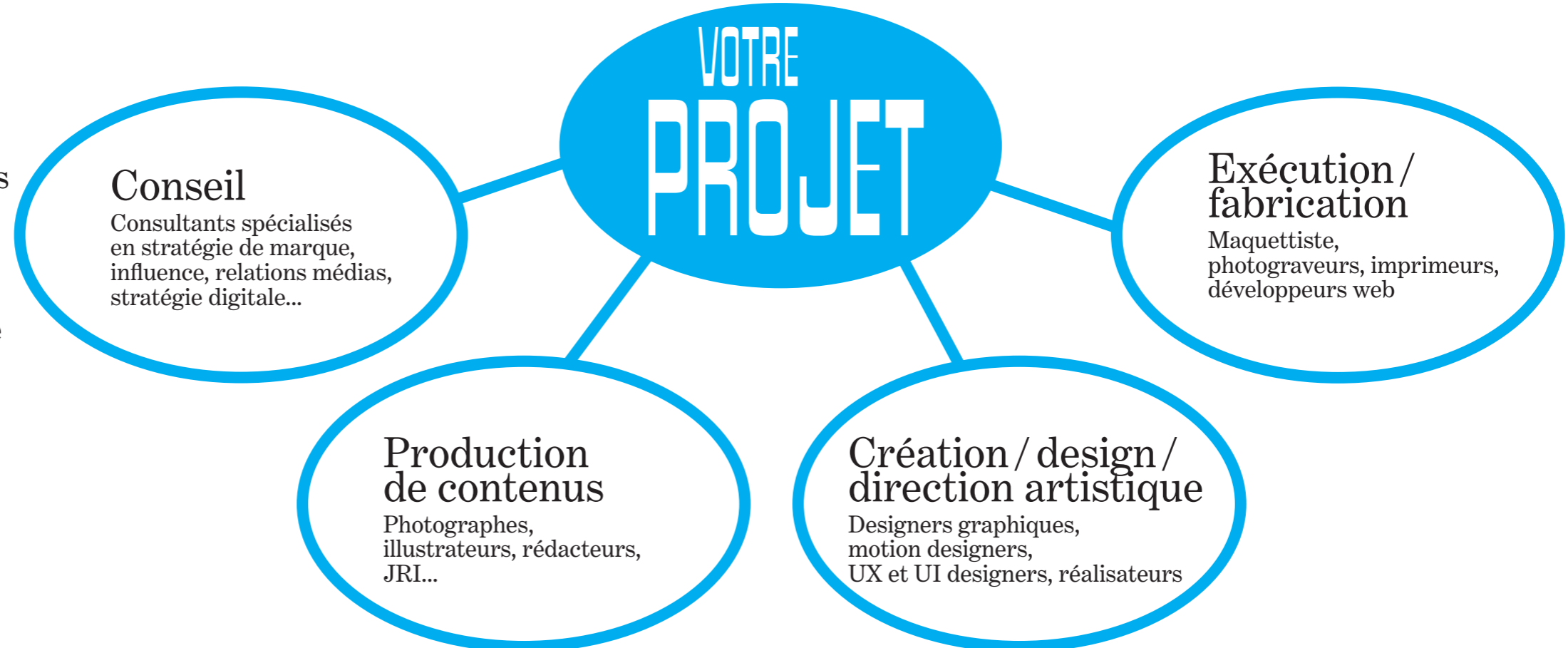
Emmy Brion

Cheffe de projet

Après avoir effectué une première année d'alternance dans le cadre de son bachelors au sein d'une start-up spécialisée dans les nouvelles technologies et l'agriculture, Emmy Brion est depuis septembre 2021, cheffe de projet junior chez Les grenades. Sous la supervision de la directrice conseil, elle assure le suivi des dossiers clients.

son directeur, elle cofonde l'agence Naja Com dont l'objectif est de créer des synergies entre « traitement de l'information » et « image de marque ». Forte de ces expériences et du réseau de partenaires qu'elle développe, elle crée en 2020, l'agence Les grenades, dans laquelle elle initie les réflexions stratégiques et accompagne les annonceurs dans leurs actions de communication.

Conseil stratégique, travail sur le positionnement de marque, définition et mise en œuvre de plans de communication, création graphique ou production de contenus ; pour chaque mission qui lui est confiée, l'agence Les grenades active une équipe ad hoc, pilotée par un binôme directrice conseil / cheffe de projet.



Conseil

Consultants spécialisés en stratégie de marque, influence, relations médias, stratégie digitale...

Production de contenus

Photographes, illustrateurs, rédacteurs, JRI...

Création / design / direction artistique

Designers graphiques, motion designers, UX et UI designers, réalisateurs

Exécution / fabrication

Maquettiste, photograpeurs, imprimeurs, développeurs web

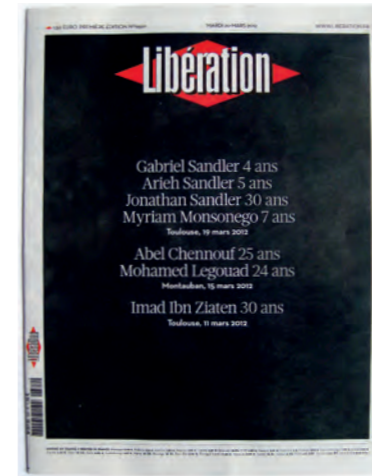
LA BARAQUE À FILMS

La Baraque à films, société de location de matériel vidéo, création du logo.

UNML, conception graphique de plusieurs campagnes et déclinaison des supports.



Identité visuelle et charte graphique pour le projet urbain Sevrans Terre d'Eau, Linkcity.



Libération, direction de création des unes du journal et travail d'identité sur la marque pendant la campagne présidentielle de 2012.

Design du numéro 4 de la revue Pétunia.



Redesign des Inrockuptibles.



Création graphique et maquette de différents supports pour l'OPH Paris Habitat.



FAIR, conception éditoriale et graphique et réalisation des supports d'édition : livre blanc, guide de l'actionnariat solidaire, rapport annuel.

Conception graphique et maquette de différents supports d'édition pour Grand Paris Aménagement.



Création de l'identité visuelle et du logo de l'entreprise de BTP Dubrac TP.

Création de l'identité visuelle de La Raquette, le club de tennis de table de Saint-Denis et déclinaison des supports.



Institut pour la ville en mouvement, design graphique global de l'institut depuis sa création.



Susanna Shannon
Designer graphique



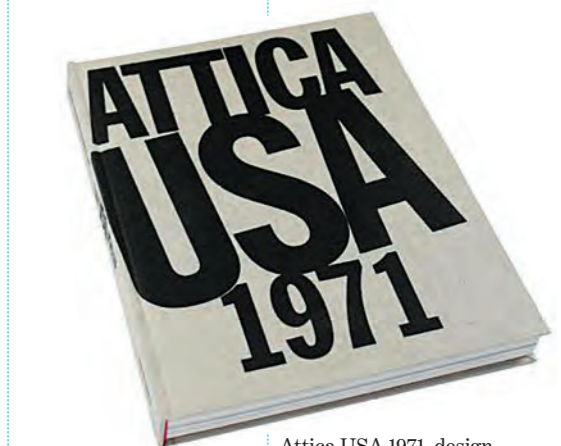
Sa pratique du design graphique est ancrée dans un goût profond pour la typographie contemporaine et ce qui s'imprime avant et depuis l'avènement de la PAO. Depuis la fin des années 70 et ses études à Londres, elle

a réalisé une cinquantaine de nouvelles formules de presse pour L'Expansion, Les Inrockuptibles, L'Express styles, Libération et pour des villes ou des institutions. Directrice artistique et consultante dans la presse, elle a créé des catalogues d'art

contemporain pour le Centre Georges Pompidou et le musée d'art moderne de la Ville de Paris. Mais aussi des logos, des marques, de la signalétique et de l'habillage d'espaces urbains. Son travail, régulièrement présenté dans des publications françaises et étrangères, a fait l'objet d'expositions et a obtenu les awards de Graphis en 1996, de la Society of publication designers en 1991 et 2007, Aiga en 2007, TDC en 2010, 2012 et 2017.



Agendas Irregulomadaire.



Attica USA 1971, design du livre d'art et d'histoire sur la révolte de la prison d'Attica dans l'État de New York, paru au Point du jour éditeur.



Styles, redesign du supplément hebdomadaire mode de L'Express.

Crash magazine, design du magazine trimestriel indépendant mode et arts.



Maya Carrasco
Designer graphique

Diplômée de l'ECV Paris (école de communication

visuelle), Maya Carrasco est graphiste depuis 1997. Elle crée et met au point des logos et des identités visuelles qu'elle décline sur tous types de supports print et web. Ses forces : une compréhension intuitive des demandes et une capacité d'adaptation extraordinaire, à croire qu'elle lit dans les pensées...

Seine-Saint-Denis

S.-S.-D. LE MAGAZINE

le Département vous parle

NUMÉRO 233 / SEPTEMBRE 2023




OTHER
Some text could explain the general idea and make people want to read about it. **PAGE 13**

<p>ACTU Tony Parker choisit Saint-Ouen pour son Academy! PAGE 13</p>	<p>DÉCRYPTAGE LE VIAGER SOLIDAIRE : LA MAISON DE RETRAITE CHEZ SOI. PAGE 13</p>	<p>PORTRAIT Jean-Pascal Zadi Tout simplement en place. PAGE 13</p>
--	---	--

SEINE-SAINT-DENIS

S.-S.-D. LE MAGAZINE

NUMÉRO 233 / SEPTEMBRE 2023



COLLÈGE JEAN LOLIVE À PANTIN
Inauguration, un temps fort du plan « Eco-collège » pour des constructions et rénovations écologiques. **PAGE 13**

<p>ACTU Tony Parker choisit Saint-Ouen pour son Academy! PAGE 13</p>	<p>DÉCRYPTAGE LE VIAGER SOLIDAIRE : LA MAISON DE RETRAITE CHEZ SOI. PAGE 13</p>	<p>PORTRAIT Jean-Pascal Zadi Tout simplement en place. PAGE 13</p>
--	---	--

SEINE-SAINT-DENIS

LE MAGAZINE

NUMÉRO 233 / SEPTEMBRE 2023

PLAN PISCINE 2
Lancement du plan de 35 millions d'euros pour accélérer la création de nouvelles lignes d'eau. **PAGE 13**



<p>ACTU Tony Parker choisit Saint-Ouen pour son Academy! PAGE 13</p>	<p>DÉCRYPTAGE LE VIAGER SOLIDAIRE : LA MAISON DE RETRAITE CHEZ SOI. PAGE 13</p>	<p>PORTRAIT Jean-Pascal Zadi Tout simplement en place. PAGE 13</p>
--	---	--

SEINE-SAINT-DENIS

LE MAGAZINE

Numéro 233 / septembre 2023



THIS HEADLINE COULD BE HERE
this could be some caption text that could say the page.

<p>THIS HEADLINE COULD BE HERE this could be some caption text that could say the page. PAGE 13</p>	<p>THIS HEADLINE COULD BE HERE this could be some caption text that could say the page. PAGE 13</p>	<p>THIS HEADLINE COULD BE HERE this could be some caption text that could say the page. PAGE 13</p>	<p>THIS HEADLINE COULD BE HERE this could be some caption text that could say the page. PAGE 13</p>
---	---	---	---

Seine-Saint-Denis

Le magazine

Numéro 233 / septembre 2023



THIS HEADLINE COULD BE HERE
this could be some caption text that could say the page.

<p>ACTU Tony Parker choisit Saint-Ouen pour son Academy! PAGE 13</p>	<p>DÉCRYPTAGE Le viager solidaire : la maison de retraite chez soi. PAGE 13</p>	<p>PORTRAIT Jean-Pascal Zadi: Tout simplement en place. PAGE 13</p>
--	---	---



Mais qu'est-ce que c'est, illustration d'un livre-devinette pour enfants, aux éditions Saltimbanque.

Création, maquette et illustrations des livrets pédagogiques des expositions de la Maison de l'environnement d'Aulnay-sous-Bois.



Création de l'identité visuelle de la MDE et déclinaison des supports.



Paul&Gaston, illustration extraite de Candy Crash, Biscoto n°26.



Le Gravillon de Pavillon qui voulait voir la mer, textes et illustrations, aux éditions Les fourmis rouges.



Une nuit à Insect' Hôtel, textes et illustrations, éditions Les fourmis rouges, 2021.

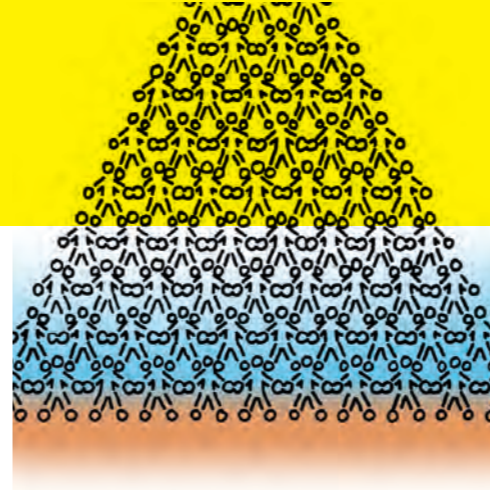
Oiseaux, illustrations pour série de cartes et posters.



Claire Schwartz
Designer graphique, illustratrice

Diplômée des écoles Estienne et Olivier de Serres, Claire Schwartz est graphiste et illustratrice depuis 2009. Parallèlement à son travail de designer graphique, elle mène une activité d'autrice-illustratrice jeunesse reconnue. Elle est sélectionnée en 2017 pour le voyage professionnel à la

Foire de Bologne des auteurs et illustrateurs jeunesse et obtient en 2018 le prix révélation littérature jeunesse de l'ADAGP pour l'ouvrage « Le gravillon de pavillon qui voulait voir la mer ».

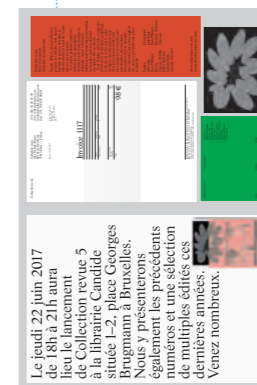


Animations pour les vœux de l'agence Les grenades.

Conception de l'identité visuelle et des supports de communication pour la candidature Clermont-Ferrand, capitale européenne de la culture 2028, avec Jean-Charles de Castelbajac.



Hors série de l'Architecture d'aujourd'hui.



Direction artistique de la revue Collection, création de l'affiche, de la papeterie, du catalogue et des cartes de communication.

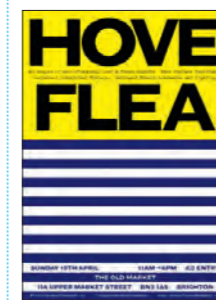
Jean-Philippe Bretin

Designer graphique

Diplômé du DSAA design typographique d'Estienne en 2008, Jean-Philippe Bretin exerce en tant que designer graphique principalement dans le domaine culturel (Centre Pompidou, galerie Semiose, Bibliothèque nationale de France...). Il mène en parallèle à ses travaux de commande, un travail de recherche sur les processus de



reproduction des images et leur statut entre art et design qui prend corps sous forme d'expositions. Il enseigne le dessin et l'édition à l'École nationale supérieure d'art et de design (ENSAD) de Nancy et intervient dans les jurys ou workshops de différentes écoles d'art.



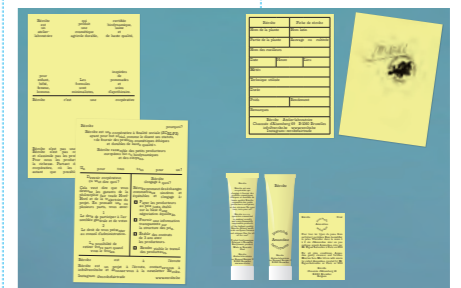
Création d'affiches et de flyers pour le marché aux puces de Brighton.



Création de l'identité visuelle, du logo et d'affiches pour le Peckham salvage yard, marché vintage de l'Est londonien.



Monographie Jochen Gerner.



Création de l'identité visuelle de Récolte, marque de cosmétiques.



Affiche pour la Galerie 65 de l'École supérieure d'art et de design Le Havre-Rouen.

Affiche pour DIY Art Market.





Reportage pour Paprec.



Reportage pour Fenêtres sur cours.



Reportage pour Préfon retraités lors de la course La Parisienne.

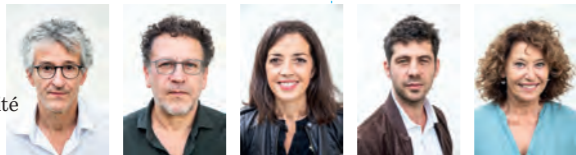


Documentaire Les pieds dans la France.



Reportage pour All Parisian Games.

Portraits des chercheurs invités à l'Université d'automne du SNUIPP-FSU.



Camille Millerand
Photographe



D'abord étalonneur numérique pendant 3 ans au sein de l'agence photo Œil public, Camille Millerand devient photographe en 2007. Depuis, il collabore régulièrement avec la presse française (Le Monde, Jeune Afrique, Libération, La Croix, Télérama...) et développe ses projets personnels.

Son attirance pour ce qui fait « lien », son regard sensible et à hauteur de son sujet, le conduit à documenter des lieux et des personnes souvent peu exposés. Il en ressort des images à la fois fortes et d'une grande humanité. En mai 2019, une partie de son travail rejoint la collection Agnès B.



Reportage pour l'établissement public territorial Est Ensemble.



Reportages pour la presse nationale.

Making of du clip *Dangerous*, G.H. MUMM Champagne.



Je m'appelle Elwin Ayamante

Tournage de *Locutorio migrant*, collectif Voix machine.



Tournage de *Dossier paranormal*, PLANÈTE+ A&E.



Cités solidaires, film réalisé pour Plaine Commune Habitat sur les actions de solidarité menées pendant le confinement de mars 2020.



Baptiste Goulay

Réalisateur vidéo

À la sortie de sa formation « réalisation audiovisuelle » à l'école Esra Paris en 2007, Baptiste Goulay enchaîne les tournages pour diverses productions et devient chef opérateur de prise de vues sur des documentaires, reportages et émissions pour différentes chaînes de télévision : France TV, Canal+, M6, Planète... Parallèlement, il tourne des films institutionnels et garde un pied dans l'univers culturel et artistique en réalisant des installations vidéos pour des musées et des expositions aux côtés d'artistes plasticiens.



nos réalisations

Pictogrammes créés pour Plaine Commune Habitat pour sa communication « proximité » à destination des locataires.

Office public de l'habitat
Plaine Commune
Habitat

2005-2021

Conseil en communication,
création de l'identité visuelle,
du logo et de la charte
graphique, déclinaison des
supports, relations presse.



Lettre d'information mensuelle à destination des locataires.

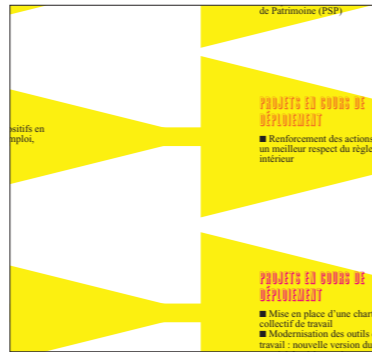
Déclinaisons de la lettre générale : lettre d'information travaux et lettre d'information proximité.



Campagne d'affichage sur les personnels de proximité.



Infographie issue d'un rapport d'activité.



Lettre d'information à destination des locataires.

À L'INTÉRIEUR DU LOGEMENT

GUIDE des réparations locatives

BAILLEUR/
LOCATAIRE,
QUI FAIT
QUOI ?

Office Public
Plaine
Commune
Habitat



Jeu de questions-réponses sur le chauffage urbain.



Syndicat mixte des réseaux d'énergie calorifique

Depuis 2014

Conseil en communication, création de l'identité visuelle, du logo et de sa baseline, de la charte graphique, déclinaison des supports, relations presse.

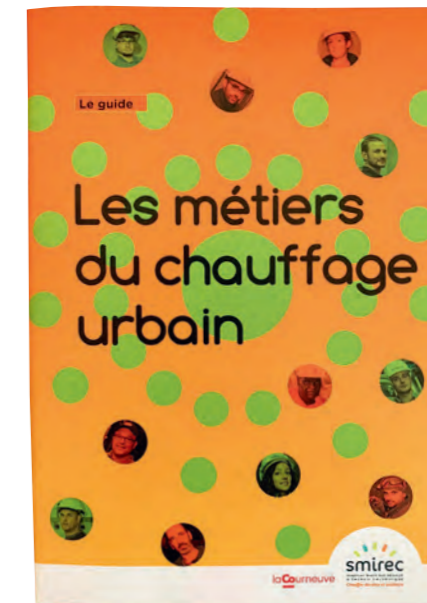


Site Internet, conception éditoriale et graphique, développement.



Création du logo.

Présentation des différents métiers du chauffage urbain.



Lettre d'information à destination des abonnés.



Exposition « qu'est-ce que le chauffage urbain? ».



Témoignage
 C'est ce qui nous intéresse, c'est l'eau qui circule à l'intérieur des roches dans les coupes géologiques. Pour le forage de La Courneuve, j'ai dû évaluer à quelle profondeur il fallait forer en fonction des températures et des débit souterrains de l'eau.

“ Dans un contexte d'urgence énergétique et climatique, décarboner la production de chaleur est déterminant pour l'avenir de nos territoires. Sur le nôtre en particulier, en Seine-Saint-Denis, département dense et populaire, cette question environnementale rejoint de façon prégnante la question sociale. Notre responsabilité nous engage à accélérer le déploiement de réponses vertueuses, locales et durables. ”

Extrait de la tribune libre du président du Smirec adressée à la presse à l'hiver 2022.

Couverture du mensuel Fenêtres sur cours.

Snuipp-fsu
syndicat national
unitaire des
instituteurs
et professeurs
des écoles pegc

Depuis 2014

Fenêtres sur cours, journal mensuel de 32 pages tiré à 135 000 exemplaires. Direction éditoriale, création graphique et maquette en collaboration avec Naja Presse.

2018

Conception graphique et éditoriale de la nouvelle formule de Fenêtres sur cours. Réalisation des reportages photographiques.

2018

Conseil en communication pour l'organisation de l'Université d'automne (identité visuelle, déclinaison des supports, stratégie de contenus pour les réseaux sociaux).



Interviews vidéos des chercheurs invités à l'Université d'automne.



L'identité des couvertures repose sur la création pour le journal d'un projet photographique avec pour objectif de documenter la vie quotidienne dans les écoles.



Double d'ouverture du dossier de Fenêtres sur cours.



Conseil pour l'animation des réseaux sociaux lors de l'Université d'automne du syndicat.



Ville de Saint-Denis

2013-2014

Euro 2016. Assistance à maîtrise d'ouvrage pour la définition du programme d'animation de la Fan Zone. Étude technique pour l'implantation de la Fan Zone. Proposition d'un programme d'animation de la Fan Zone.



Propositions d'artistes pour la programmation de la Fan Zone.

Présentation du programme proposé aux représentants de l'UEFA.



Dossier de candidature.

Conception & assistance
dans le cadre des animations prévues pour

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

l'Euro 2016 à Saint-Denis

L'Euro 2016 de football, organisé par l'UEFA, se déroulera en France du 10 juin au 10 juillet 2016. Saint-Denis est l'une des 10 villes d'accueil de cet événement, qui comptera pour la première fois 24 équipes et 51 matchs.

Dans le cadre de cet accueil, chacune des villes concernées s'est engagée à :

- Mettre en place un programme de promotion de son statut de ville hôte ;
- Favoriser les relations entre l'organisateur et l'ensemble des acteurs locaux.
- Et surtout, mettre en place un programme d'accueil des supporters dans la ville, se caractérisant notamment par la création d'une « fan zone ».

Le club des sites hôtes, qui regroupe les 10 villes, a tenu à préciser auprès de l'UEFA le concept de fan zone, en considérant que ce devait être :

- Un lieu de construction des valeurs du sport (fair-play, citoyenneté, tolérance) ;
- Un espace où s'expriment l'identité et les valeurs d'accueil d'un territoire (diversité, respect, générosité, partage) ;
- Un lieu de mixité, de rencontre des populations et des spectateurs, ouvert sur la ville ;
- Un espace de concrétisation des projets collectifs (culture, fête, animations) ;
- Un espace qui participe à l'équilibre financier des programmes d'accompagnement.

Pour mettre en œuvre ces objectifs, Saint-Denis peut s'appuyer sur une forte expérience acquise à l'occasion des précédents grands événements accueillis dans la ville depuis 1998.





Sem Plaine Commune Développement

2009-2013
Conseil, accompagnement,
création d'identités visuelles et
déclinaisons de supports pour
diverses opérations
d'aménagement (Porte de Paris,
LandyFrance, Cristino Garcia
Landy, Nozal-Front Populaire...).

La Porte de Paris est ainsi devenue un grand carrefour de communication, un échangeur fréquenté quotidiennement par des dizaines de milliers d'usagers, mais a perdu en même temps sa vocation de quartier. Elle sépare désormais physiquement le Nord et le Sud de la ville, son centre historique et la Plaine.

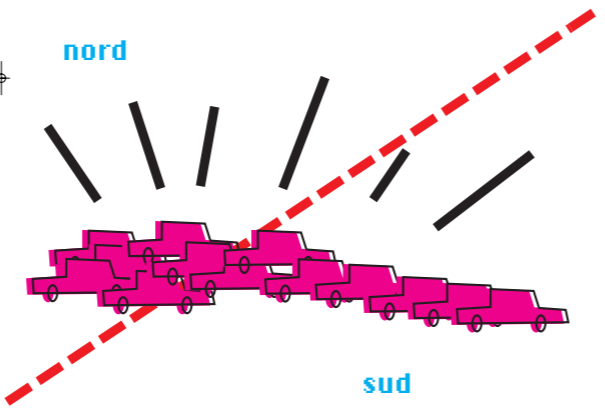


Illustration de la problématique urbaine de la Porte de Paris.

Porte de Paris

1 Parce qu'elle va s'adresser à un public plus large, la signature de l'opération doit être simple, lisible, directe. Nous avons donc choisi de la traiter comme une marque, une griffe, un tampon.

Accompagnement pour l'organisation de réunions publiques.



Création d'un journal d'information sur la transformation urbaine du quartier.



onomique,
cl
sion des pouvoirs
ndrent
e qu
nc
19
es
cise
ée dan les
devient un
politique
tion

nos réalisations

gradation des
ours de la cité des
à La Courneuve,
graphie, 1986.



Une exposition retraçant
les grandes périodes
de l'histoire du logement
social.

Association Toit&Moi, 100 ans de logement social

2012

Création de l'exposition «1912-2012, cent ans de logement social»: contenu (avec comité scientifique piloté par Annie Fourcaut), scénographie (en partenariat avec Gulivers Dedign), médiation culturelle.

Conseil et accompagnement en communication pour l'ensemble de l'opération, création de l'identité visuelle et déclinaison des supports. Pilotage des relations presses. Gestion des relations partenariales (création du fonds de dotation et recherche de financements). Production du webdocumentaire «Résidence de la République».



Affiche grand format de l'exposition.



Panneaux de l'exposition «1912-2012, cent ans de logement social».



La période contemporaine, illustrée par des œuvres de Mathieu Pernot.



Création d'un agenda 2012 à partir des documents produits pour l'exposition.



nos réalisations



Conception et réalisation du programme mensuel du cinéma d'art&essai de la ville.



REGARDS SUR LA VILLE
Définition d'une stratégie de communication et événementielle pour les rencontres du maire. Conception d'une identité visuelle et déclinaison des supports. Réalisation d'une carte interactive des projets de la ville avec base de données administrable et fourniture d'une table tactile 3D.

Ville d'Aulnay-sous-Bois

De 2011 à 2014

Accompagnement de la Ville et conception-réalisation des supports de communication à destination des Aulnaysiens.



Création d'une ligne graphique et déclinaison des supports pour le service de gestion de l'espace public Proxim'Aulnay.



Création d'une ligne graphique et d'une charte « familles », déclinaison de l'ensemble des supports.



Solidarité laïque

2018

Conception éditoriale, rédaction et maquette d'une plaquette d'appel à projet.



CHEOPS réseau des Cap emploi 2019-2022

Relations presse.

2019

Rédaction d'un manifeste signé par les entreprises partenaires des Cap emploi.

20120-2021

Conception et réalisation de supports accompagnant le rapprochement Cap emploi / Pôle emploi.



Association pour le développement du commerce et de l'artisanat local 2020

Création de l'identité visuelle. Conception graphique, éditoriale et rédaction d'une plaquette de présentation de l'association.



Nièvre attractive

EPT Plaine Commune

2020

Conception graphique, éditoriale et rédaction d'une plaquette de présentation du dispositif de métabolisme urbain.



Ville de Bagneux

2022

Conception graphique et maquette de la lettre de rentrée scolaire.



ÉTÉ

2019

Direction éditoriale et design graphique du supplément La Marseillaise « sorties et festivals en région Occitanie-Provence » et « festival des fadas de Martigues ». En collaboration avec Naja Presse.



Ville de Saint-Denis

2016

Assistance à maîtrise d'ouvrage pour l'organisation des Assises de l'habitat indigne. Création d'un visuel et déclinaison des supports de communication.



Une campagne multicanal avec un langage évolutif

Le client :
SNUipp-FSU

La demande :
concevoir une campagne de communication accompagnant les actions du syndicat de la rentrée 2021 jusqu'aux élections professionnelles de décembre 2022.

La réponse :
un système narratif et visuel permettant une évolution de la campagne, avec des temps pour porter une vision pour l'école et d'autres plus revendicatifs pour la défense de l'école et de ses personnels.

- Missions de l'agence :**
- travail du positionnement à partir de l'analyse du contexte et de la concurrence
 - conception-rédaction des messages
 - conception graphique
 - recherche de l'illustrateur (Grégoire Solotareff) et pilotage
 - conseil et accompagnement pour le déploiement de la campagne
 - déclinaison des supports print et digitaux (jusqu'en juillet 2022)



Visuel de lancement de la campagne



Exemple de déclinaison phase 1



Exemple de déclinaison phase 2



Exemple de déclinaison phase 3

Une nouvelle formule éditoriale pour accroître son lectorat

Le client :
Les Ceméa

La demande : concevoir une nouvelle formule pour la revue trimestrielle Vers l'éducation nouvelle (84 pages) afin de développer son lectorat (retrouver son public initial et aller vers un plus grand public).

La réponse : une nouvelle formule éditoriale avec un rubricage plus explicite, des rubriques mieux anglées facilitant le travail de la rédaction et donnant des repères aux lecteurs, une identité visuelle forte et impactante avec un nom de revue pouvant fonctionner comme une marque et une nouvelle maquette plus rythmée, plus lisible et plus attractive.

- Missions de l'agence :**
- étude et analyse du projet éditorial précédent
 - mise au jour des objectifs, des enjeux et des cibles pour la nouvelle formule
 - travail sur le positionnement de la revue
 - élaboration d'un nouveau projet éditorial : nouveau rubricage, chemin de fer, sommaire
 - conception d'une nouvelle identité visuelle et d'une nouvelle maquette
 - réalisation du n°0 et accompagnement éditorial et graphique pour chacun des numéros suivants



Une identité de marque en accord avec sa raison d'être

Le client :
Pagode

La demande : accompagner Pagode, association de lutte contre l'exclusion, dans la création et la refonte de ses outils de communication.

La réponse : une nouvelle identité de marque en lien avec la raison d'être de l'association, un logo, une signature et des supports en cohérence avec cette nouvelle identité mise au jour.

- Missions de l'agence :**
- travail sur le positionnement de l'émetteur
 - conception d'une identité de marque correspondant à la raison d'être et au positionnement de l'association : identité visuelle, logo, signature de marque
 - déclinaison des outils de communication
 - conception éditoriale, graphique et rédaction des contenus du site Internet associationpagode.com



-- **Hors-série 2023**

Les grenades

SASU au capital

de 1000 euros

RCS Paris 880 034 541

127 rue Amelot

75011 Paris

contact@agencelesgrenades.com

-- **Conception-rédaction:**

Julie Matas

-- **Design:**

Susanna Shannon

-- **Illustrations:**

Jean-Philippe Bretin, Claire Schvartz

-- **Photos:**

Habibi Toumi, Jul Mycup, Abejita,
Camille Millerand, Serge Bilous,
Sousou, Abdoshanan, Guliver Design

-- **Photogravure**

et impression:

Open Graphic Media



PUR JUS

Les grenades

127 rue Amelot
75011 Paris

6 rue de Saint-Brice
51100 Reims

www.agencelesgrenades.com

suivez-nous :

 @lesgrenades

 agencelesgrenades

