

LE CARNET
· Relations presse & Influence ·



renom

BUREAU DE CRÉATION

LE CARNET

· Relations presse & Influence ·

Agence relations presse / Influence / France /
Conseil en marque et naming / Direction artistique
globale / Design graphique / Sourcing...

CLIENT

(notre cœur)

Le Carnet est une agence de conseil en relations
presse et influence spécialisée dans l'art de vivre
fondée par Amandine Leymarie.

OBJECTIF

(notre tête)

Créer une identité personnelle et singulière
toute proche de sa fondatrice et en miroir
de ses clients.

SOLUTION

(nos jambes)

Nous avons suivi une méthodologie créative
qui part de l'objet même du carnet.
La marque s'incarne au travers de codes décoratifs
de l'univers littéraires.
Le logotype est pensé comme un ex-libris.
Les iconographies rappellent le monde de l'édition
ou de la papeterie.
Le sourcing photo se veut pointu et précis.
Ainsi, le fond et la forme se rencontrent autour
du métier des RP : écrire, faire parler de, diffuser
et adhérer afin de marquer l'époque
de son empreinte...

Photographie : Anne-Sophie Annese

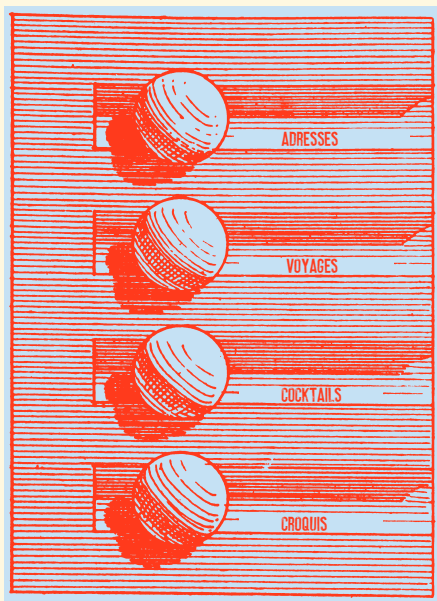
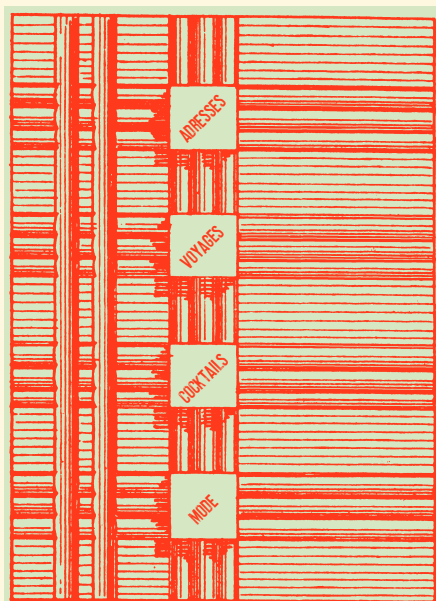
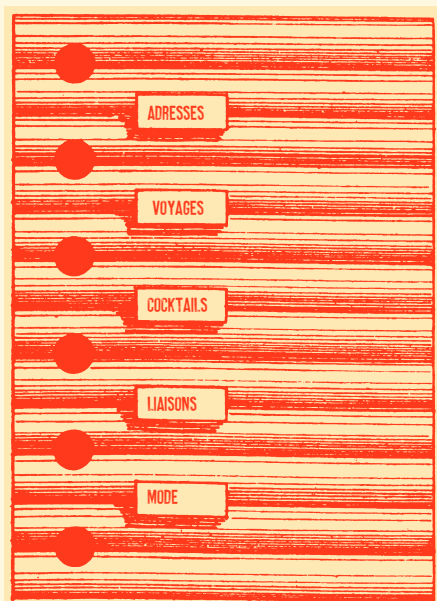
Illustration : The Pepin Press

Typographie : Tampon par Arnaud Kunegel

Lipa Agathe par Ermin Mededovic

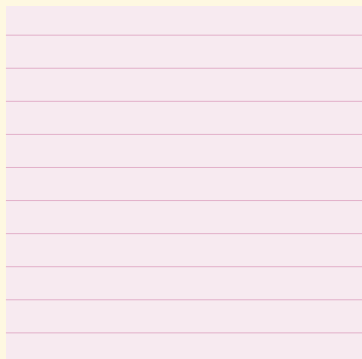
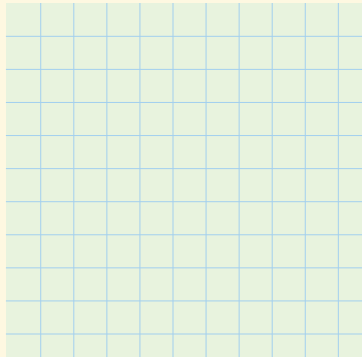
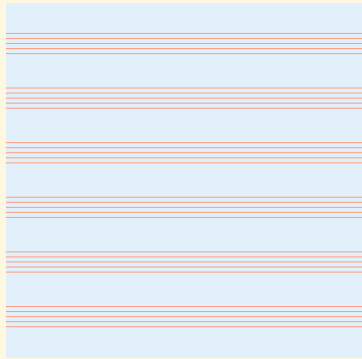






*Éléments décoratifs géométriques
sourcés du fond d'archive
the pepin press.
(The Pepin Press creates superior
art & design publications
and gift & stationery products
for the international market).*





*Création d'une collection de motifs comme
expression minimaliste des carnets d'écritures.*

LE
CARNET
EST
MULTI
PLES

LE
CARNET
EST
MULTI
PLES

*La typographie Tampon a été créée
par Arnaud Kunegel de façon artisanale.*

*L'utilisation de cette typo en capitale
est réservée au cartouche identitaire
et aux mots dérivés du champs lexical du carnet.*

ART DE VIVRE influence

6 pt

Ecus si ne ressiminum custo omnient faccuscid
que plandio nserum hariae iuntorum et moditio
voluptaque eos eicte saecatin nulparc hitiam,
quam renisiti toreictibus quiissi nus que atibus,
suntet qui volorenis exerum, temoluptas renet
ommo culpa sapist, exerior ibusam sNationempe
venihitaque evel iniae solo illupiet, quae.

Nequoditibea aut ullaumus debis raturibea dolendit
aut voluptaquiam que is rem coresse nobitas
untiore, iusandit, vendae re coneculparum undiciur
as sus eos accae et molor as del in re consect
otatem secerum que et vellorum que pa digent unt
latureperae quis restia nobis ime nobiti to odissin
ullaut illoris reptatur?

4 pt

Optaquil dolonep udionsequas ne,
soluptashita vent et et re nonseque
ommolores parchitatem as et, sedi ipsi
nihil est labo. Et vellere ptatia sandam
idiciuritos molessima core corem.
Ur a eos modi ullendi piscien derumque
conectet lis dolonep eriorrovidis
dolorestin ni simus.

Sedion conserf errunti ressimagnis nis
et listrum ipsame verum velis volested
escissitat harum iust, qui officim
reped eum lit fugitatur adiorporent
as repraest et eaque rentionsequi aut
repellu ptature.

*Lipa Agate créée par Ermin Mededovic
et publiée chez TypeTogether,
est une typo utilisable sur Adobe.*

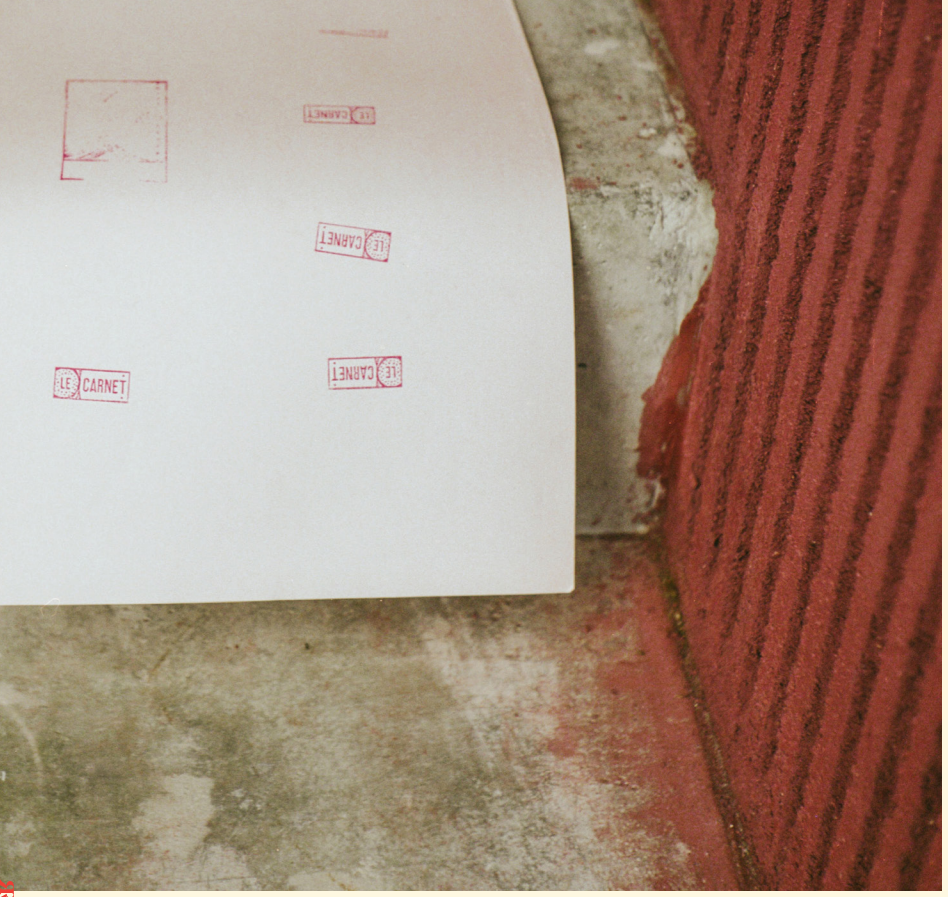
*Lipa agate est conçue pour les plus petites tailles
de texte. On imagine cette typographie utilisée
pour les annuaires et autres répertoires.*

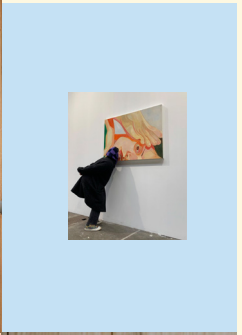
*Son dessin à l'origine prévu pour une lisibilité
même dans les corps les plus petits révèle
une belle modernité à une grande échelle.*











· Amandine Leymarie ·

01 / Quel était l'objet de votre collaboration ?

Elle s'est faite dans un cadre particulier pour moi puisque j'étais dans une période où je montais ma structure. J'avais pour cette structure l'envie de créer une marque, d'avoir une identité visuelle. Et je recherchais quelqu'un pour m'accompagner sur ces sujets-là.

02 / À propos de votre marque, si vous en parliez... vous diriez quoi ?

Le carnet, c'est une agence de relations presse spécialisée dans l'art de vivre. Je traite des sujets autour de la gastronomie, du tourisme, de l'art de vivre en général. Mes clients sont des entrepreneurs, des entreprises, des institutions qui cherchent à communiquer auprès des médias sur leur actualité.

03 / Notre rencontre : un hasard ou ne doit rien au hasard ?

Alors, c'est une rencontre fortuite dans un cadre privé. J'ai rencontré Anne-Sarah et tout de suite, on a beaucoup échangé autour de sujets qui nous passionnent, de relations qu'on avait en commun. Et donc on a, au fil de nos conversations, tout de suite noué des liens et nos échanges ont abouti à une réflexion finalement autour de ma création d'entreprise, puisque j'étais dans cette phase là et pour moi, le milieu de l'entrepreneuriat était assez neuf. On a beaucoup échangé avec Anne-Sarah sur ces sujets là et ça m'a beaucoup aidé dans ma réflexion autour de ce que je voulais faire de cette entreprise. Cette rencontre m'a permise aussi de justement d'avoir une meilleure vision de ce que pouvait être demain mon entreprise.

04 / Votre sensibilité au design graphique ?

Je pense que j'ai toujours eu une sensibilité à l'univers graphique. Très jeune, j'adorais dessiner. Ça a toujours fait partie un peu de ma vie et j'ai toujours trouvé que le design graphique, que ce soit dans la communication, notamment à travers des publicités ou que l'image était toujours très forte et que finalement on retenait parfois plus souvent une

image que des mots, que l'impact était et pouvait être beaucoup plus fort que certaines phrases. Et pour moi, ça a toujours été quelque chose de très intéressant à travailler, autour duquel il fallait mener une réflexion. Que ce soit dans mon métier ou dans la vie en général.

05 / Votre lien à l'art de vivre ?

Ça a toujours fait partie de ma vie, finalement. J'ai des parents qui voyageaient beaucoup. C'était très ancré dans la famille. On était des bons vivants, on est toujours des bons vivants, on aime le bon vin, la bonne chère, tout ce qui est gastronomique. Ce sont toujours des sujets qui ont été très présents, l'art aussi. Ma mère peignait donc on a beaucoup voyagé. J'ai eu la chance de rencontrer des gens de cultures différentes, donc j'ai toujours été intéressée par la notion de partage. L'art de vivre en général, c'est un état d'esprit en fait donc, et c'est quelque chose que j'affectionne et que je chéris au quotidien. J'aime partager avec les gens, mes amis, mes clients aussi et ça me lie. C'est une passion commune qui me lie avec les gens.

06 / Quelles étaient vos intentions de départ ?

Je crois que mes intentions de départ, c'était de mener à bien mon projet, de le structurer. D'avoir un socle solide, d'avoir des outils, une image, une identité visuelle reconnaissable, mais qui soit aussi un bon image. C'est-à-dire que l'idée du carnet est venue finalement au fil des conversations avec Anne-Sarah. Et puis on est parti de cette idée du carnet qui était très lié finalement à l'univers de la presse, à l'univers de la communication. On a tous un carnet. On a tous eu un carnet de notes, de recettes... C'est quelque chose qui appartient un peu à tout le monde et qui est à la fois très personnelle et intemporelle. J'ai aimé cette idée d'intemporalité qui pouvait s'inscrire sur la durée et qui pouvait parler au plus grand nombre. Et en même temps en étant quelque chose de très personnel, de sur mesure. Le côté écriture correspondait parfaitement à ce que



je recherchais et c'est l'idée qu'on a développée ensuite avec Anne-Sarah en tirant un petit peu le fil de cet univers en général : la papeterie.

07 / Vos ressentis en chemin ?

Je sentais qu'on avançait bien. On n'était pas dans quelque chose de structuré. Ce qui m'a plu, c'est la spontanéité de nos échanges, toutes les conversations qu'on a pu avoir autour du carnet, mais de l'univers plus général de la papeterie, de l'écriture, de la manière dont on exprime les choses. Et tout s'est fait de façon très spontanée, naturelle. Et c'est ce qui m'a plu finalement dans tout le processus créatif qui a été mené. Il n'y avait pas de cadre particulier. En fait, c'est cette liberté-là qui justement a généré les plus belles idées.

08 / À l'arrivée renommée ?

Ce qui est sûr, c'est que j'ai eu beaucoup de retours quand j'ai révélé l'identité visuelle. J'ai eu beaucoup de retours positifs autour du travail qui avait été fait et mené par Renom autour de la charte graphique etc. Les retours étaient très positifs parce que justement, tout ce qu'on a essayé de retranscrire à travers la notion du carnet a été perçu exactement comme Renom l'avait imaginé. Et moi, j'étais très contente de l'impact que ça pouvait avoir, parce que ça correspondait justement, parfaitement à l'univers que je souhaitais valoriser auprès à la fois de mes clients, mais aussi des journalistes et de mes interlocuteurs en général.

09 / Et... demain ?

Demain, demain... Je dirais que ça vient tout simplement de commencer.

