

LIEUX PARTICULIERS
· Marie-Ange de Charry ·



renom
BUREAU DE CRÉATION

LIEUX PARTICULIERS

· Marie-Ange de Charry ·

Agence Immobilière / Paris / Conseil en marque /
Direction artistique gobale / Design graphique /
Design d'intérieur / Illustration / Scénographie /
Design digital...

C L I E N T

(notre cœur)

Lieux Particuliers est une agence immobilière
fondée par Marie-Ange de Charry.
L'agence est implantée à Paris.
Elle propose des biens d'exceptions.

O B J E C T I F

(notre tête)

Refondre l'identité visuelle en incarnant
le style parisien et l'élégance à la française.
Développer un système qui évoque le luxe,
l'exclusivité et la personnalité des biens proposés.

S O L U T I O N

(nos jambes)

Nous avons créé une solution visuelle grâce
à un système de couleurs et de formes qui inspire
le logotype et toutes les déclinaisons de la marque.
La force du projet tient par la diffusion
de ce système dans les moindres détails
(identité visuelle, fresque, vitrine, papeterie,
site internet, photographie...).

Photographie : Romain Boé

Illustration : Guillaume Josué

Impression : Printvallée - Moo

Typographie : Carrosserie par Letterwerk

Hoefler par Hoefler&co

Brown par LLineto

Peintre en lettre





MARIE-ANGE
DE
CHARRY

LIEUX PARTICULIERS

*14, rue du Pré-aux-Cleres
Paris 7^{ème}*



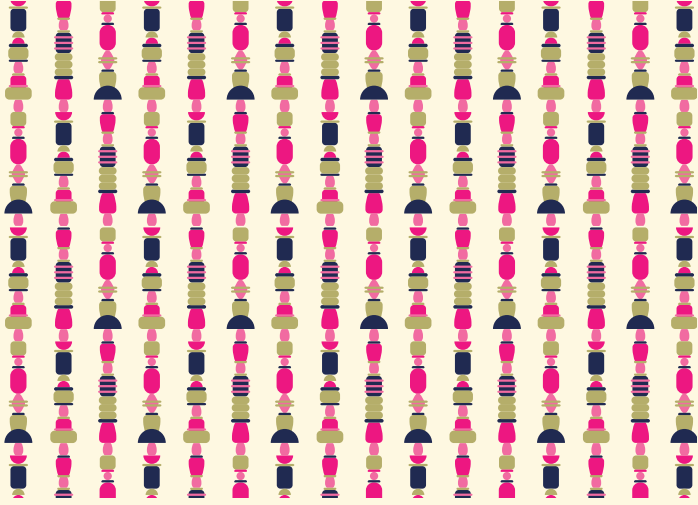
MARIE-ANGE
DE
CHARRY

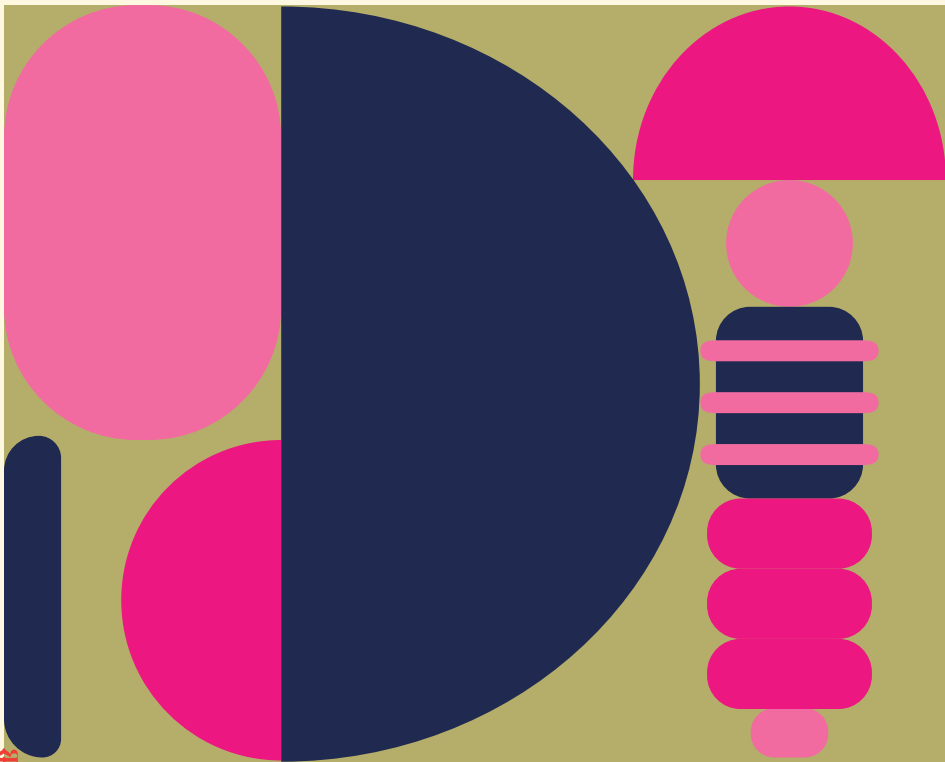
LIEUX PARTICULIERS



MARIE-ANGE
DE
CHARRY

LIEUX PARTICULIERS









Ensigne - Peinture en lettre artisanale



Illustration sur plexi



Décoration d'intérieure

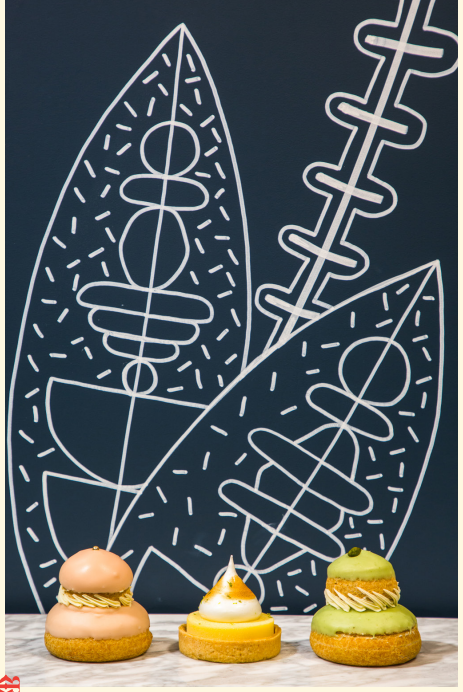


Fresque à la feuille d'or, inspirée du logo



Détail de la fresque





· Marie-Ange de Charry ·

1 / Quel était l'objet de votre collaboration avec Renom ?

Au départ, j'ai appelé Renom dans un simple besoin de travail sur la charte graphique et le logo. C'était une demande à priori très ponctuelle. Et puis finalement on a avancé et au fur à mesure, on a construit toute une déclinaison. Une déclinaison sur les outils, sur les formats et Renom a retravaillé l'ensemble de l'univers graphique et de communication de la marque.

2 / À propos de votre marque si vous en parliez vous diriez quoi ?

La marque, c'est un vrai sujet parce qu'en même temps, c'est une marque très féminine dans un univers immobilier haut de gamme donc une vraie spécificité mais c'est structurel pour moi en tant que positionnement sur le marché et dans la construction même de l'entreprise. C'est une marque très singulière car la marque Lieux Particuliers est très vague et en plus elle est associée à mon nom personnel qui est souvent un outil de communication de l'immobilier haut de gamme. Elle est très compliquée à gérer puisque en fait, on a deux noms ou deux marques qui cohabitent avec en plus pour moi un double prénom et une particule dans mon nom de famille donc tout ça est très difficile à gérer visuellement et en terme de positionnement. Un point aussi important, c'est qu'elle est haute gamme. Je n'aime pas le terme luxe donc elle n'est pas luxueuse. Je trouverai ce terme un peu trop excluant par rapport à ce que je souhaite pour pour l'agence et ce que je n'aimerais pas du tout être.

3 / Notre rencontre, un hasard ou ne doit rien au hasard ?

J'ai appelé Renom sur une recommandation d'une de mes amies qui travaille dans l'univers de l'art de vivre et de la communication haut de gamme donc c'était une référence en termes d'univers, mais je ne connaissais rien à l'agence Renom. Je n'avais pas de connaissances en amont de son offre, de qui elle était. Je dirais que c'est un peu par hasard.

4 / Votre sensibilité au design graphique ?

Je pense qu'elle est importante. De par mon ancien métier, j'ai travaillé longtemps dans la pub et dans

les médias donc j'ai été formé entre guillemets professionnellement à l'art graphique et au design et surtout par goût personnel. J'aime être émue par un sujet de création. J'aime la typo. J'ai toujours beaucoup aimé la typo. Je fais attention aux proportions, aux équilibres. C'est vraiment un point d'ailleurs que j'ai trouvé dans le travail de Renom. Et puis il y a une chose qui est importante, c'est que j'aime la couleur. J'aime la vie colorée, j'ai toujours eu une attirance pour la couleur.

5 / Votre lien à l'art de vivre ?

J'ai l'impression de le vivre au quotidien, c'est-à-dire que je ne dissocie pas ma vie de l'univers de l'art de vivre. J'aime un peu tout dans l'art de vivre, la déco, le design, les objets, les couleurs. Je passe ma vie aux puces et dans la presse déco. J'aimerais changer mes services de table tous les jours. Je crois que j'ai plus de services de table que de dîner que je fais finalement. Quand je redécore un lieu comme un appartement même chez moi ma lingerie a été traitée comme une pièce principale dans mon appartement. Parce que je considère que tout doit être beau. Vivre dans le beau est important pour moi. Si je synthétisais le terme de l'art de vivre, je le traiterais de beau. D'ailleurs, quand on a travaillé sur la communication, on est allé jusqu'à travailler sur la décoration du bureau qui a été intégré complètement à la démarche. Mon bureau a été décoré comme un lieu de vie. C'était l'intention qu'on a avait et on a fait travailler avec l'agence Renom, un artiste que j'avais repéré à Biarritz et qui a interprété le travail d'Anne-Sarah sous sa houlette pour les décors muraux. C'était amusant parce que c'était des bureaux qui étaient au rez-de-chaussée sur une rue charmante du 7e arrondissement et tout le monde rentrait en me demandant où acheter ce papier peint. Ce n'était pas un papier peint, mais un décor qui avait été fait à la main sur les murs donc on n'a pas pu faire fortune, mais on était pas loin. J'ai dans l'idée d'ailleurs qu'on a fait ça en commun avec Anne-Sarah et on aurait sûrement partagé les bénéfices.

6 / Quelles étaient vos intentions de départ ?

Je n'avais pas d'attention particulière puisque c'était pour moi une demande très ponctuelle. Comme j'avais eu un historique avec d'autres graphistes



avant, je n'avais pas imaginé que l'agence Renom puissent être aussi loin. Mais j'ai été aussi loin parce que l'agence et Anne-Sarah ont su me proposer beaucoup de choses, toujours cohérentes et toujours très fines dans la proposition. J'ai adhéré et j'ai suivi le chemin sur lequel on m'avait emmenée.

7 / À l'arrivée renommée ?

Oui, le travail maintenant date de quelques années. C'est un travail qui n'a pas vieilli du tout. J'ai toujours la joie que les clients m'en parlent d'eux même. Très très régulièrement, on me fait une remarque sur mon site, sur mon univers donc je trouve que c'est la preuve que cela fonctionne et c'est la preuve aussi de la qualité du travail d'Anne-Sarah. Il s'est intégré dans une périodicité puisque ça a été fait à un instant où certaines tendances étaient remarquées et en fait, il s'est inscrit parfaitement dans cette période-là et il est devenu très intemporel. C'est une vraie réussite. Et puis ce qui est intemporel aussi, c'est la relation que j'ai pu créer avec Anne-Sarah puisque j'ai une relation que je qualifierais d'amicale par la confiance que j'ai pu et que j'ai toujours dans son analyse, dans nos discussions, son ressenti. Je me sens très en phase avec son œil. J'aime aussi la douceur avec laquelle elle s'exprime et elle fait réagir. C'est un vrai atout qu'elle a.



8 / Et demain ?

Alors aujourd'hui, je ne sais pas comment, où sur quoi on peut encore travailler, mais j'espère trouver plein de nouvelles idées parce qu'à chaque fois qu'on a repris le sujet de la communication, des outils, de l'image avec Anne-Sarah, on a avancé et on a affirmé et confirmé ce qu'on avait fait. C'est très rassurant parce qu'on a créé un socle solide sur lequel on peut construire un futur et c'est aussi la force du travail d'Anne-Sarah.