



---

studiburo  
p o r t f o l i o

---

studio  
de création

# présentation

Studioburo est un studio de création.  
Nous développons des identités visuelles et graphiques.  
Pour chaque projet qui nous est confié,  
nous choisissons de travailler une narration à travers  
un prisme qui interroge la rencontre, l'invitation,  
au croisement de différentes techniques graphiques.

L'expérimentation construit notre singularité, hybride.  
Nous structurons votre communication en ouvrant  
des possibilités de compréhension des projets.  
Nous révélons votre identité en proposant une lecture  
adaptée à vos besoins, basées sur l'échange  
et la collaboration.

Nous révélons votre identité graphique, en proposant  
des outils et des langages dédiés pour aborder  
nos sujets.

Nous trouvons notre cohérence dans une double lecture,  
la recherche de la juste mesure entre l'impact  
et la poésie d'un visuel.

Studioburo  
136 ter rue de Montbron 16000 Angoulême  
[contact@studioburo.com](mailto:contact@studioburo.com)

## nos clients

Fondation Groupe EDF • Frac Nord Pas de Calais • Musée national de la Marine • Centre Georges Pompidou • Grande Halle de la Villette • Cité des Sciences et de l'Industrie • Marseille Provence 2013 • Instituts des Cultures d'Islam • Cité de l'Architecture et du Patrimoine • Musée d'Art Moderne de Montréal • MuCEM • Arte • À Nous Paris • Theorem • Unicef • Dieco • Grolsch • Posca • Fnac • Microsoft • Agence Hopscotch • Warner • Fgo-Barbara • Spedidam • Petit Bain • La Nef • Bateau Phare • La Machine du Moulin Rouge • Le Nouveau Casino • Plateau Urbain • Jeff Mills • Seuil-La Martinière • Aides • Dargaud • SOS MÉDITERRANÉE • La Cité internationale de la bande dessinée et de l'image...

TEND LE BAVUIT DE LA SEENE AVEC

EXNCHER LE SOUTIL SE COUCHE. UNE

---

# s o m m a i r e

|  |  |           |       |
|--|--|-----------|-------|
| Musée national de la Marine, Brest                     | <i>identité visuelle, graphisme scénographie</i>           | 2024      | 6-7   |
| Fondation EDF  | <i>identité visuelle, graphisme scénographie</i>           | 2022      | 8-11  |
| Bateau Phare   | <i>direction artistique</i>                                | 2023      | 12-13 |
| SOS MÉDITERRANÉE                                       | <i>identité visuelle</i>                                   | 2022      | 14-15 |
| Théâtre d'Angoulême                                    | <i>intentions graphiques</i>                               | 2022      | 16-19 |
| MUCEM  | <i>ateliers familles &amp; jeune public</i>                | 2022      | 20-21 |
| Aides  | <i>conception graphique</i>                                | 2018      | 22-23 |
| La Faiencerie  | <i>identité visuelle &amp; refonte logo</i>                | 2019      | 24-25 |
| Scintillo  | <i>logo &amp; identité graphique</i>                       | 2017      | 26-27 |
| Arte   | <i>identité visuelle &amp; scénographie</i>                | 2016      | 28-29 |
| La Nef   | <i>logotype</i>  | 2018      | 30-33 |
| La Vapeur  | <i>identité visuelle</i>                                   | 2017      | 34-35 |
| Petit Bain   | <i>direction artistique &amp; identité graphique</i>       | 2013-2019 | 36-39 |
| FGO-Barbara  | <i>direction artistique, identité graphique &amp; logo</i> | 2015      | 40-41 |
| Institut des Cultures d'Islam                          | <i>direction artistique &amp; identité graphique</i>       | 2018      | 42-43 |
| Spédidam   | <i>identité graphique</i>                                  | 2017-2019 | 44    |
| Le Tétris  | <i>identité graphique &amp; signalétique</i>               | 2015-2017 | 45    |
| Axis Record  | <i>identités graphiques &amp; déclinaisons</i>             | 2014      | 46-47 |
| Dargaud  | <i>graphisme pour la scénographie</i>                      | 2022      | 48-49 |
| The Single Apple Company                               | <i>livret de communication</i>                             | 2020      | 50    |
| Cité internationale de la bande dessinée et de l'image | <i>journal mensuel</i>                                     | 2023      | 51    |
| Éditions Intervalles                                   | <i>édition &amp; illustration</i>                          | 2018      | 52    |
| Pavillon de l'Arsenal                                  | <i>direction artistique &amp; édition</i>                  | 2016      | 53    |
| ZRP  | <i>identité visuelle, logotype, CD &amp; vinyles</i>       | 2013-     | 54-55 |
| Cité internationale de la bande dessinée et de l'image | <i>catalogue Ron Haselden</i>                              | 2024      | 56-57 |
| Cité internationale de la bande dessinée et de l'image | <i>Le temps des étangs - F. Olislaeger</i>                 | 2025      | 58-59 |

# Jeux sur l'eau, en quête de victoires

Identité visuelle  
graphisme pour la scénographie

client : Musée national de la marine,  
Brest 2024

«Jeux sur l'eau, en quête de victoires»  
au Musée national de la marine, Château de Brest  
du 5 juillet 2024 au 10 mars 2025

Commissariat d'exposition :  
Sylvie David-Rivièreux, ancienne chargée des collections plaisance et sports nautiques au  
musée national de la Marine  
Lenaig l'Aot-Lombart, adjointe de l'administrateur, musée de la Marine - Château de Brest  
Jean-Yves Besselièvre, administrateur, musée national de la Marine - Château de Brest  
Scénographie : Atelier 1:1  
Graphisme : StudioBuro



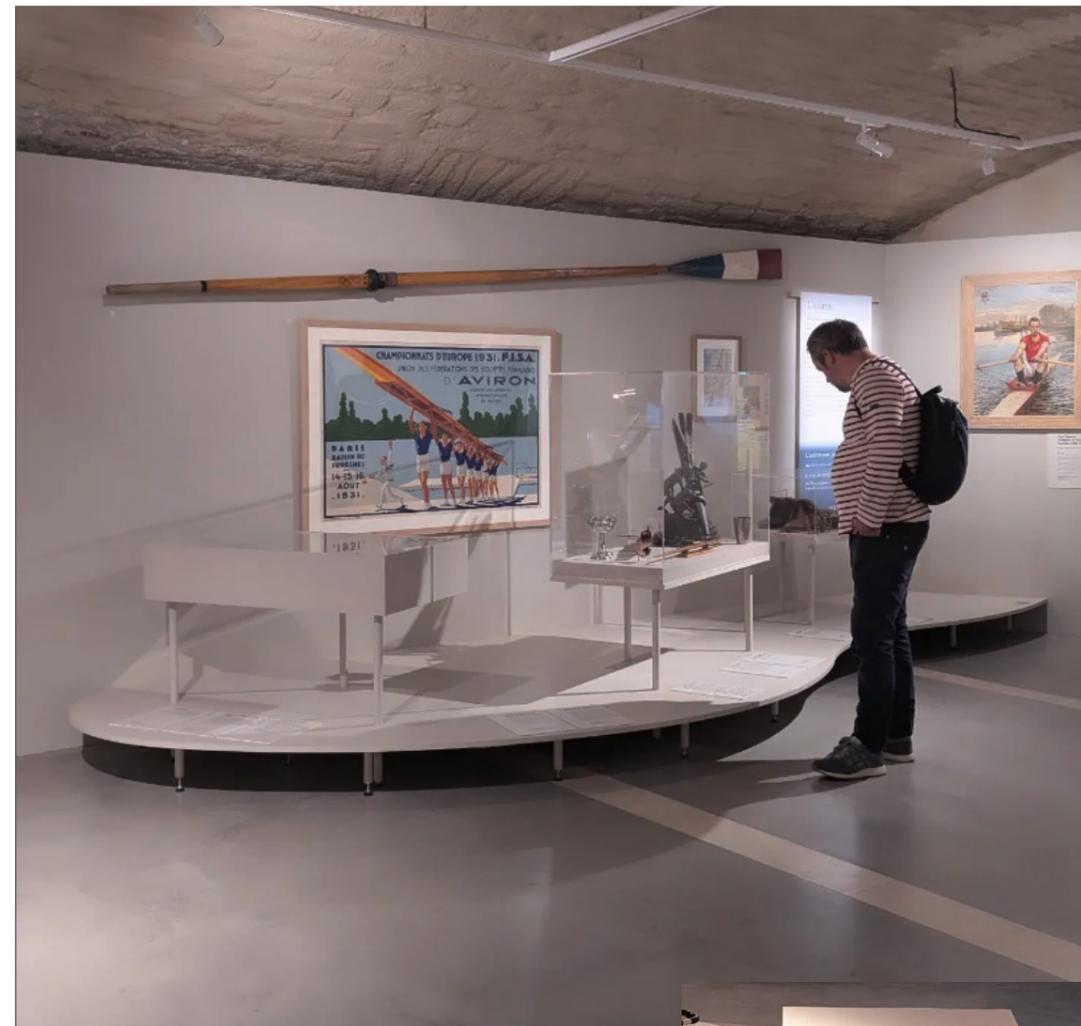
## JEUX SUR L'EAU EN QUÊTE DE VICTOIRES

EXPOSITION TEMPORAIRE  
5 juillet 2024 - 10 mars 2025

MUSÉE  
NATIONAL  
DE LA MARINE  
BREST

Création graphique : StudioBuro | Haliner - La régatée des canotiers (détail)

studioburo



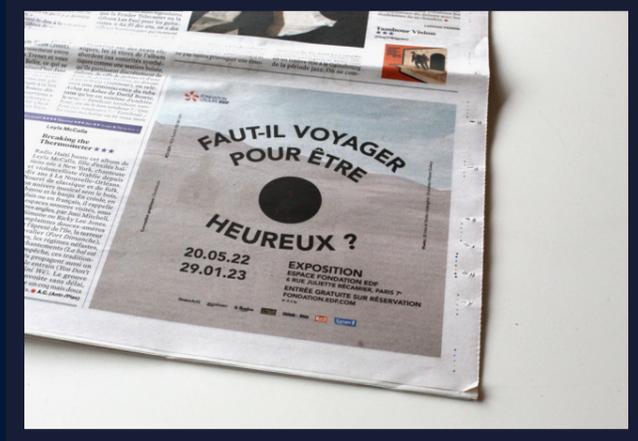
studio de création

# Faut-il voyager pour être heureux ?

La Fondation Groupe EDF nous a confié l'identité visuelle et le graphisme pour la scénographie de l'exposition «Faut-il voyager pour être heureux ?». Nous abordons le sujet par un regard croisé entre les interrogations, les empreintes et les marques du voyage en chacun de nous. La pertinence du visuel et de la scénographie puise sa source dans les intentions de Rodolphe Christin et du corpus d'œuvres : c'est mettre les pieds dans l'interrogation et dans les espaces géolocalisés.

Identité visuelle  
Graphisme pour la scénographie

clients : Fondation EDF & MACVAL  
2022





# BATEAU PHARE

Direction artistique

Client : Bateau Phare 2023

Amarré Quai de la Gare, face à la BNF, Paris 13e, le Bateau Phare fait partie du paysage musical parisien depuis de nombreuses années. Construit en 1957, cet ancien "bateau-feu" servait à faciliter la navigation aux abords des côtes. Notre travail s'est appuyé sur la forme originale du bateau, le logo est simple, la typographie LACK permet une lecture immédiate et sont « T » forme la voile. Le cartouche sous le mot « phare » évoque le mouvement et la flottaison du bateau. La charte graphique est une collaboration avec le développeur Stochaster : <https://www.stochaster.org/>, Les patterns, formes vivantes évoquent l'immersion et le dynamisme du lieu.

Création de l'identité visuelle, logotype, logo-signature, charte graphique et formes associées



LIEU  
XXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXX

TARIFS  
XXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXX



TITRE DE L'ARTICLE  
Sous-titre

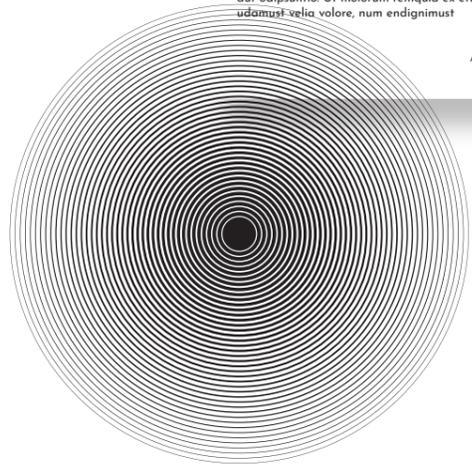
Credit/biographie  
Ratis sit, acium et velisse  
quasi accipit.  
Cui obis. Nemo dolo minis  
cum quis volupti osandis  
sunt

Ihil molupta nonsequas soluptatur restiat antiusant, officia cus ent dus evel modi dia imet ma dolectas ea exerum qui ute volupta ectorita sitat ad mi, sum ellit vitibus, sequunt ut am quiat qui aciam ad quam quam eossed psunto bla de odignis est, ut mi, ut ditem as soluptiate nissit omnis et laba. Us rem hilit acepelest, ipistrum exerferum et aliti repudam, quatione pro ium delitis voluptatis et rem hiliquam, tent la voluptur? Adis es eate pelicit atemquid mint optas eost, necepelita dolupicabora debitiis dis reic tecatur? Nam acceptat iuntius. Essed quis sum idebita tempore icipsandia dolorae magnimus sus mo corumqui imenimus est faccab ipsunt ut aut out modicae-pudam inctionestio cus, te velit re volorum est qui tore prem aliqui doloria nditiscist escillo rrossincia sus sandia cus ab ipsam quis doluptas qui debi pratur, omnimus, offic tem dolupta fiatur aut ut preperem alibus dolorep referfero tentio officpsam, seque il ipsam acas rest etus et, ut et omnis exeria voluptatem idero con nonseque veristrumque invendam voloresequas ad ut aliquatio. Namus, con est, odi ditatur? Imagin lant.

cil imatio te lit is aria quist mil maio officpsunte natesto etur autemod ipidebi tiscias a venihit ex eos et estatatus, consequam, sa sed ut et et debist, aut volupta quasitas maximenet fuga. Lamus suntias repedi officp iducia volupta tiuntias dolupturio quatquatem qui dunda velenducis ad magnamet faccupa aut optatqui nos remquibus eos porepratum id quias tempore icaecae min ratur, officil landipsam el ipissequos nos es autem faciderepro voloreste nonsectatiis quidunt ipis voluptatur mo mos dolessequias inis rem fugit qui tem que a dero tem dolorem asped que valor as apit alistia quo volectur, aliqui cum int vero qui de pliam aut occupta ecturero incem nimo-dicis peliqua tisquas sinvellenis roero il maiois et, sit, sequasi aut andandelit inullest re prestrum eum sum eturepedita doluptas doluptatint qui dempos aut quis es doluptis sunt quo int, ut maxim reculla paribusam andande nicepedi modio foreptas velique voles aboratem esitium quoditium eum rem aut aut odipsuntia. Ut molorum remquia ex etur sit aditas mint et omnos volorep udamust-velia valore, num endignimust

Accompagnement

JANVIER 2024



LE DECK

LE BEAUPRÉ - FUMOIR



# SOS MÉDITERRANÉE

Identité visuelle  
Journée des droits de l'enfance  
Jeunesse Naufragée,  
jeunesse engagée.

client: SOS MÉDITERRANÉE France  
2022

L'ONG SOS MÉDITERRANÉE nous a confié l'identité visuelle de sa journée événement dans le cadre de la Journée Internationale des Droits de l'Enfance. La pertinence de la main tendue. La recherche du visuel porte sur la notion d'échange et de partage. Il met également en adéquation les obligations du marin avec celle des droits internationaux de l'enfance.

**Jeunesse naufragée, jeunesse engagée.**

Un grand rendez-vous citoyen, solidaire et festif placé sous le signe de l'engagement de 0 à 99 ans.

**SOS MÉDITERRANÉE**

exposition  
atelier lecture  
atelier dessin de presse  
projection  
rencontre  
goûter

**Feu! Chatterton**  
concert au profit de SOS MÉDITERRANÉE à 20h30

Dimanche  
20 novembre 2022  
Journée internationale des droits de l'enfant  
**14h-22h30**  
au Rocher de Palmer

**LE ROCHER DE PALMER**

Billetterie pour la projection & le concert : [lerocherdepalmer.fr](http://lerocherdepalmer.fr)

David Vanzetti | Studioburo

**Jeunesse naufragée, jeunesse engagée.**

« Chaque enfant a le droit d'avoir un refuge, d'être secouru, décent. »

**Au programme de la journée**  
Ateliers, exposition, projection, rencontre, goûter.

**Feu! Chatterton**  
concert au profit de SOS MÉDITERRANÉE

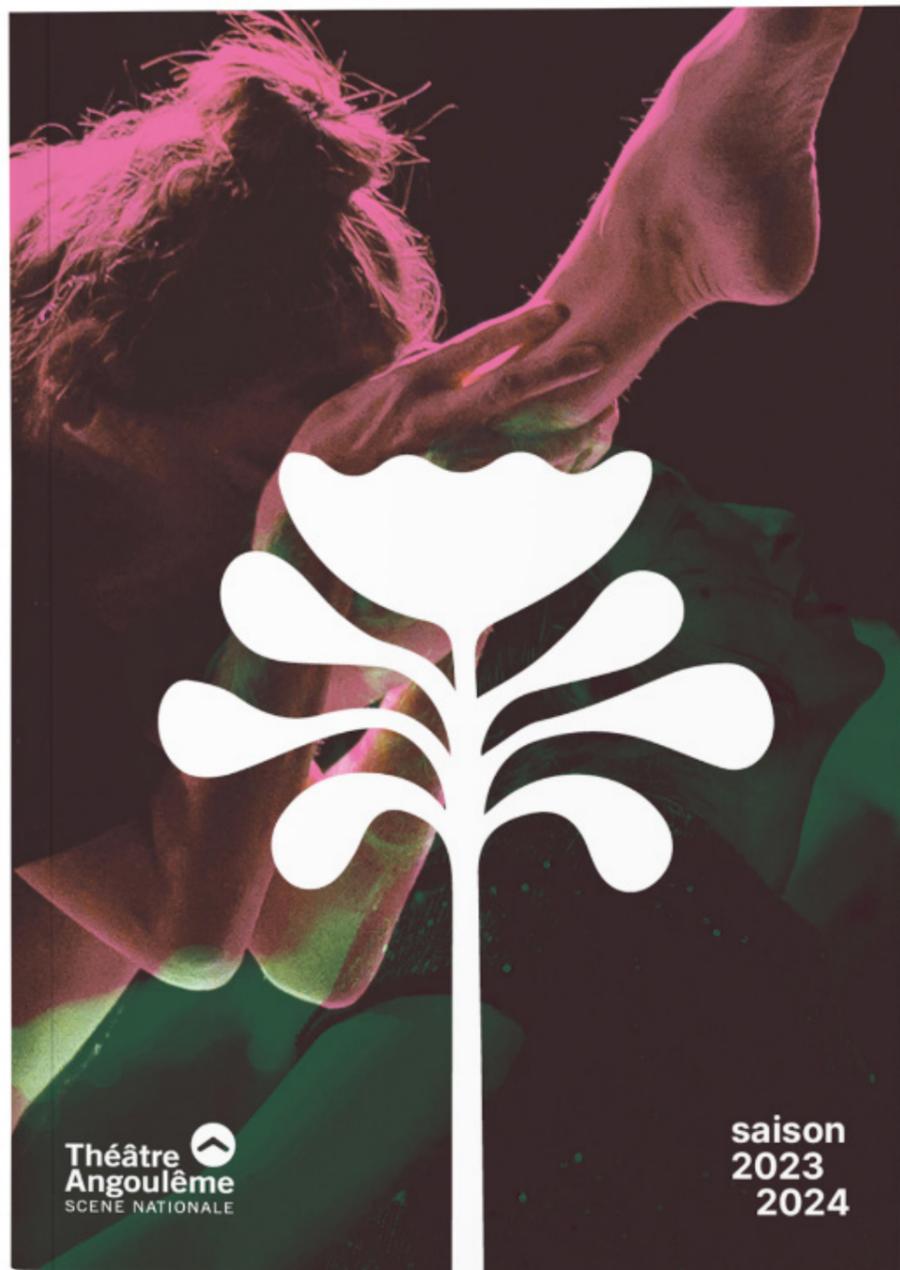
Dimanche  
20 novembre 2022  
**14h-22h30**  
au Rocher de Palmer



# Théâtre d'Angoulême

Intentions graphiques  
Brochure de saison 2023-2024

client: Théâtre d'Angoulême,  
Scène Nationale  
2022  
projet non retenu





# pharaons superstars

Exploration de la piste de l'autofiction, entre fiction et autobiographie (ou comment héroïser une vie ordinaire).  
Jeu avec les codes et symboles associés à l'art égyptien.

Ateliers familles & jeune public  
dans le cadre de l'exposition  
« Pharaons Superstars »

Client : MUCEM  
2022. Marseille (13)



# aides

conception graphique  
client: aides  
2018

Cette série de quatre visuels a été réalisée pour illustrer les chapitres du rapport annuel de l'association AIDES. Le sujet étant la difficulté de l'accès aux soins pour les personnes étrangères en séjour précaire, nous l'avons exprimé graphiquement par le collage et l'accumulation de personnes anonymes.

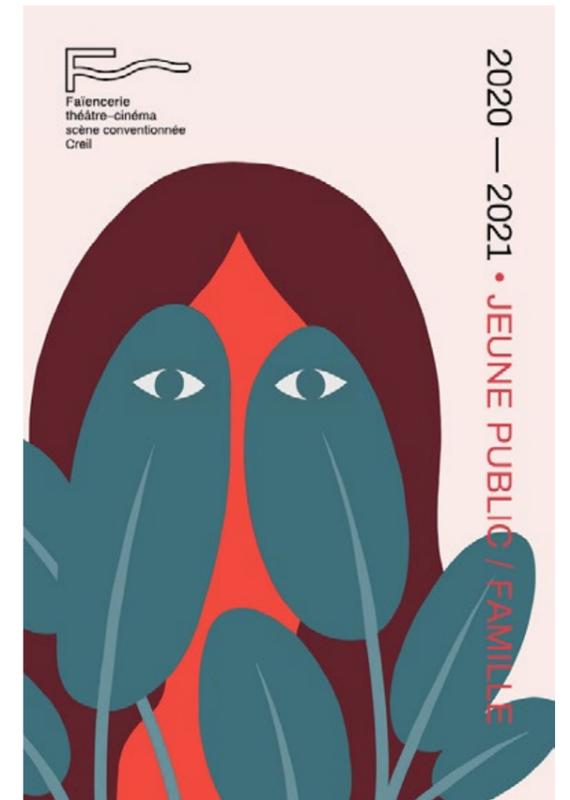


# la faïencerie

identité visuelle & refonte logo

client : La Faïencerie  
2019 . Creil

Il s'agit d'une interprétation poétique de la traduction du projet arts et territoires d'un lieu en poursuite d'une histoire. Projet non retenu.





Les Filles de Simone

## LES SECRETS D'UN GAINAGE EFFICACE

vendredi 13 mars • 20h30

**théâtre**

**CHÂTEAU DES ROCHERS  
NOGENT-SUR-OISE**

**1H30 • TARIF SPÉCIAL  
14€ • 9€ • 5€**

« Entre ici cellulite, avec ton terrible cortège de causes obscures... » Tout commence par une réunion de militantes bien décidées à écrire un livre sur le corps des femmes. Les cinq trentenaires s'en saisissent comme prétexte pour mieux dégommer les clichés, tabous et diktats de beauté, pour ridiculiser les préjugés ou déconstruire les complexes.

Dans un mélange d'autofiction, de références sociologiques et d'articles de presse féminine, le spectacle oscille entre l'humour et l'émotion. La salle est l'espace de jeu dont le public sortira avec le sentiment d'avoir participé à un débat débridé et joyeux.

**Le collectif Les Filles de Simone s'en donne à coeur joie du côté du corps. Attention, c'est cru. Ces dames appellent un chat un chat et se sont renseignées. LE QUOTIDIEN DU MÉDECIN**

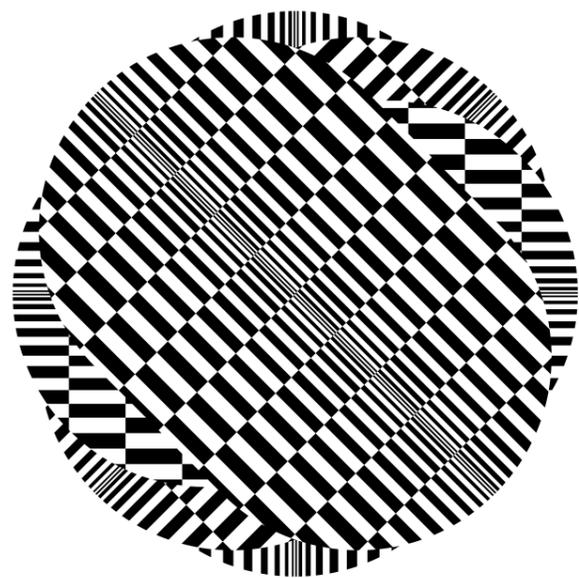
Création collective : Les Filles de Simone  
Conception : Claire Fretel, Tiphaine Gentilleau et Chloé Olivères  
Texte : Tiphaine Gentilleau et Les Filles de Simone  
Avec Tiphaine Gentilleau, Cécilia Guérin, Claire Michin, Chloé Olivères et Géraldine Roguez  
Direction d'actrices : Claire Fretel  
Création lumières : Mathieu Courtallier  
Scénographie, costumes : Sarah Dupont  
Musique : Etienne Szachényi  
Chansons : Claire Michin  
Regard chorégraphique : Jeanne Alechinsky  
Production et diffusion : Histoire de... Alice Pourcher et Clémence Martens  
Administration : Audrey Taccori  
Le texte de la pièce est édité chez Actes Sud-Papiers  
Photo © Jean Thirée  
En co-réalisation avec

# bang

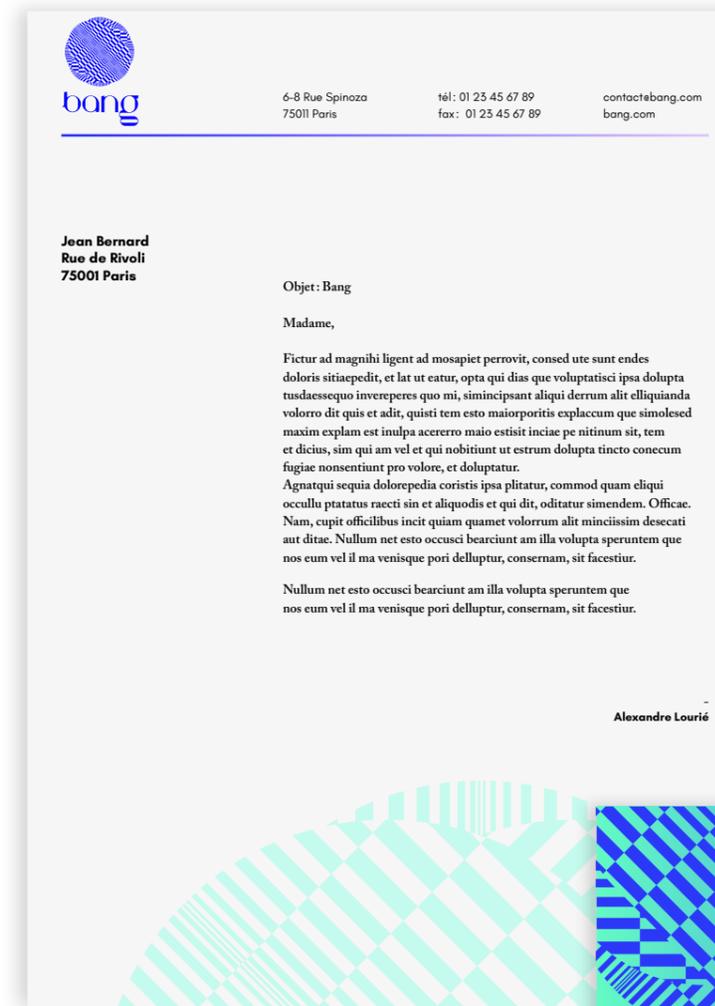
logo & identité graphique

client : Scintillo  
2017

Bang est une plateforme d'activation et de professionnalisation du secteur artistique. Nous souhaitons traduire la multiplicité des talents, leurs rayonnements à travers une forme cynétique et vivante. Comprendre l'effervescence d'un groupe et d'un lieu.



# bang

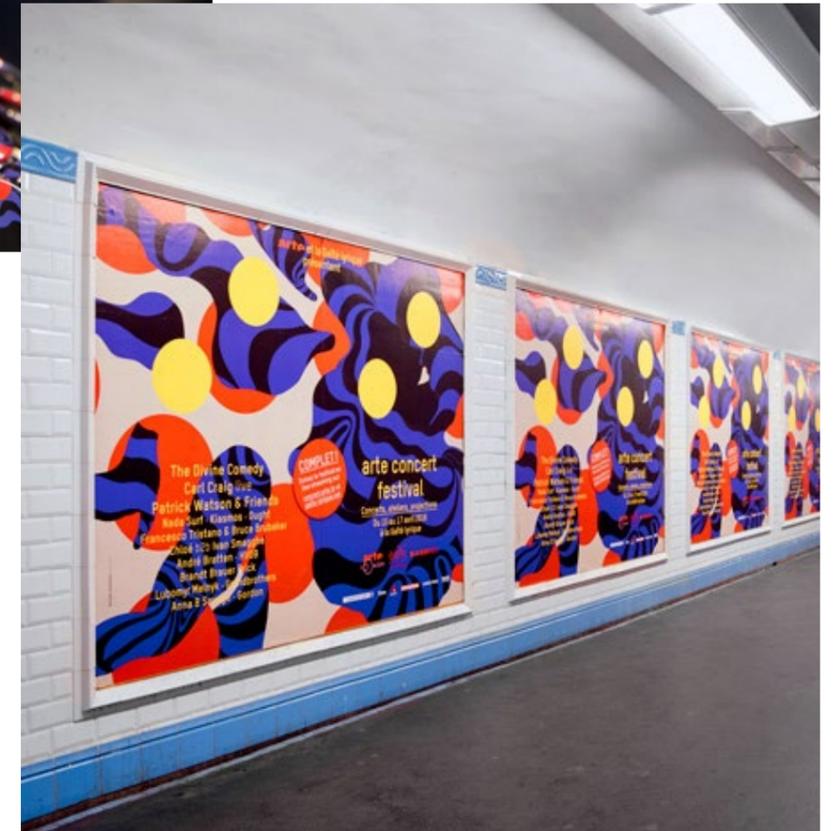


# arte concert festival

identité visuelle & scénographie

client : Arte  
2016 . Paris

Il s'agit d'une interprétation poétique, structurante de la vague musicale proposée par Arte Concert festival.  
Loin des codes habituels nous avons souhaité développer une identité visuelle qui révèle la multiplicité des genres musicaux présentés.



la nef  
smac  
angoulême

logotype  
2018

Le logotype est composé de bâtons en référence à la grandeur des piliers de la nef d'une église, et par des arcs de cercles en référence aux rosaces des églises (scène des salles de concert). Un élément en forme de vague se détache de l'ensemble : une main, elle symbolise l'invitation, la curiosité, l'élan vers l'avant.

la nef

la nef



# La Nef Angoulême

Charte graphique et gabarit  
du programme de saison

client: La Nef  
2023



# la vapeur

identité visuelle  
proposition non retenue  
client : la vapeur SMAC  
2017 . Dijon

La recherche de l'identité graphique et d'une communication qui lie l'originalité et la compréhension du lieu et de sa caractéristique. La forme vive exprime la réouverture du lieu et son étendue ; son implantation sur le territoire local. C'est cet espace qui accueille les mots, les voix, les sons et donne corps à ce logo.



# petit bain

direction artistique  
identité graphique

client : petit bain  
2013-2019 . Paris

De 2013 à 2019, nous avons réalisé l'identité graphique mensuelle de cette salle de concert à la programmation multiple. Nous avons créé un principe basé sur le triptyque, tous les trois mois nous faisons appel à un nouvel illustrateur ou graphiste pour réaliser le visuel qui sera décliné sur les différents supports de communication. Le choix de nos collaborations se fait toujours dans la volonté de surprendre tout en conservant l'identité du lieu.





fgo  
- barbara

direction artistique  
identité graphique . logo

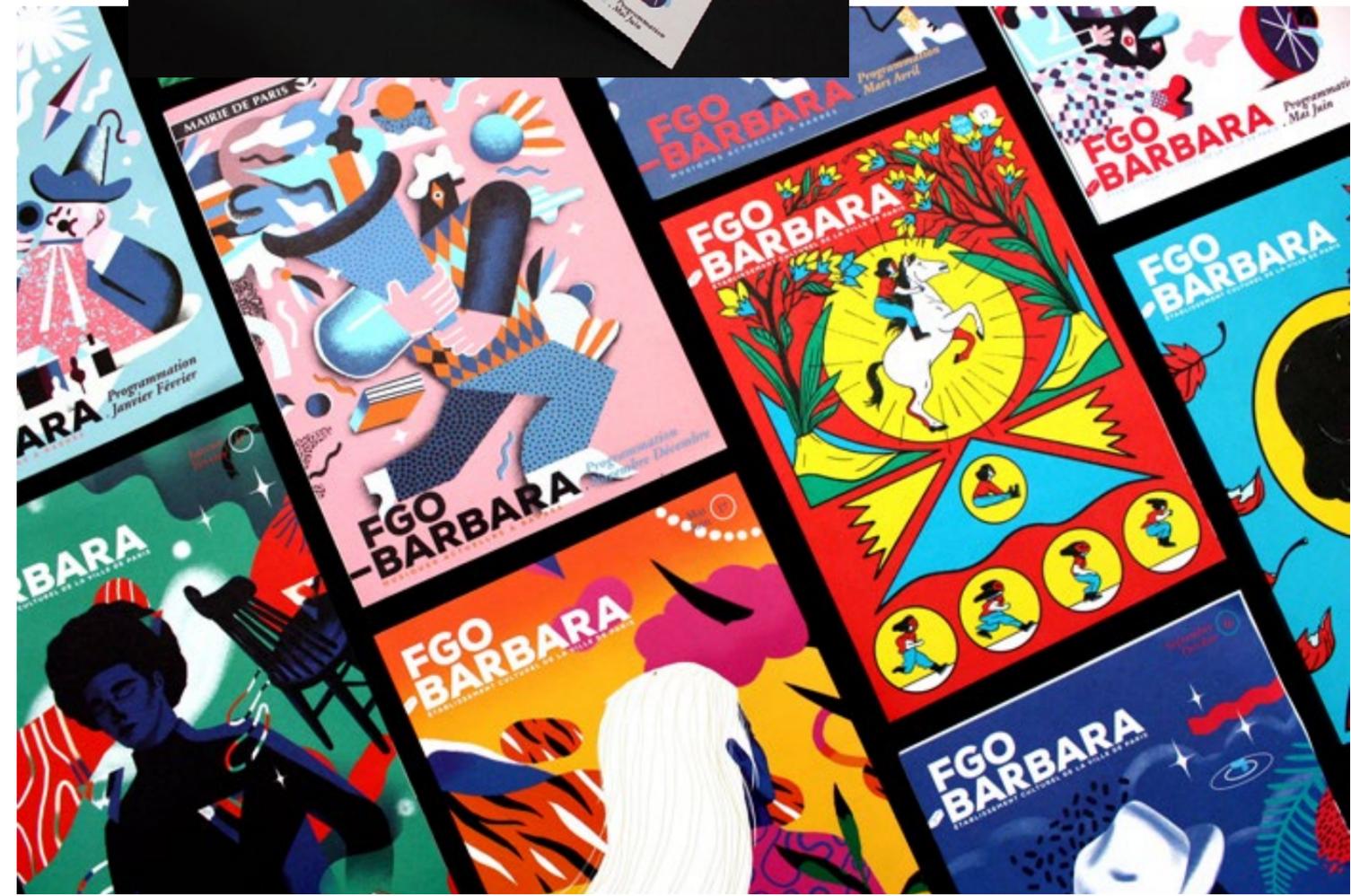
client : FGO-Barbara  
depuis 2015 . Paris

Depuis 2015, FGO-Barbara nous a confié la refonte de leur communication graphique. Nous avons développé sur tous les supports une identité qui s'articule par saison, avec un parti pris graphique colorée et affirmée qui s'appuie sur un travail d'illustration choisi avec soin.

Au logo FGO-Barbara nous ajoutons un lien, un objet d'assemblage pour la jonction ( des quartiers, des publics, des pratiques), évoquant à la fois la maison, la construction du tissu urbain, du quartier.

# FGO BARBARA

ÉTABLISSEMENT CULTUREL DE LA VILLE DE PARIS

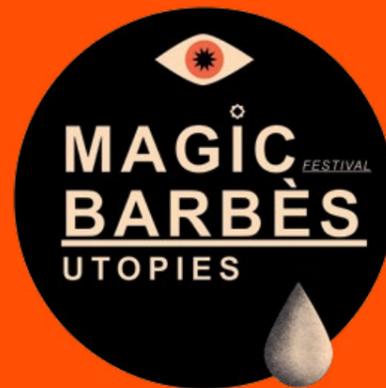


# MAGIC BARBÈS FESTIVAL

direction artistique  
identité graphique

clients : ICI  
& FGO-Barbara  
2018 . Paris

Festival pluridisciplinaire organisé par ICI et FGO-Barbara, la programmation s'articulait pour cette édition autour de la thématique de l'utopie. Nous avons souhaité l'exprimer à travers une construction de formes abstraites, géométriques, modulables rappelant l'architecture orientale.



42

**MAGIC BARBÈS FESTIVAL**  
UTOPIES

**FGO BARBARA**  
Institut des Cultures d'Islam

- CONCERTS**
  - 30 NUANCES DE NOIR-ES
  - BABA ZULA
  - BATUK
  - BOUKAN RECORDS
  - MOHAMED LAMOURI & GROUPE MOSTLA
  - KHADYAK
  - SONIA WIEDER ATHERTON
- PROJECTION**
  - LE VOLEUR DE BAGDAD
- CONFÉRENCE**
  - LES JARDINS SUSPENDUS DE BABYLONE
- EXPOSITIONS**
  - BAGDAD MON AMOUR
  - NADIA VALENTINE
  - AU-DELÀ DU RÉEL
- JEUNES PUBLIC & ACTIVITÉS**
  - LA SOUPE AUX PAVÉS
  - LES BEAUTÉS TERRESTRES
  - REPORTAGE CROQUÉ
  - RESTO DES ENFANTS & BRUNCH POÉTIQUE
  - ATELIER « SYMBOLES MAGIQUES »
- VISITE GUIDÉE**
  - « SUR LA PISTE DU STREET ART »

**UTOPIES**

**3 AVRIL 2018**

PARIS 18e  
FGO-BARBARA  
INSTITUT DES CULTURES D'ISLAM  
3 DE L'AMÉLIE  
COLLECTIF 4C  
ECHOUSEE  
MOMIE SWEET MOMES  
LA GOUTTE VERTE  
LA RÉGULIÈRE  
LES XÉROGRAPHES  
OLYMPIC CAFE

[WWW.MAGIC-BARBES.ORG](http://WWW.MAGIC-BARBES.ORG)

Partenaires:

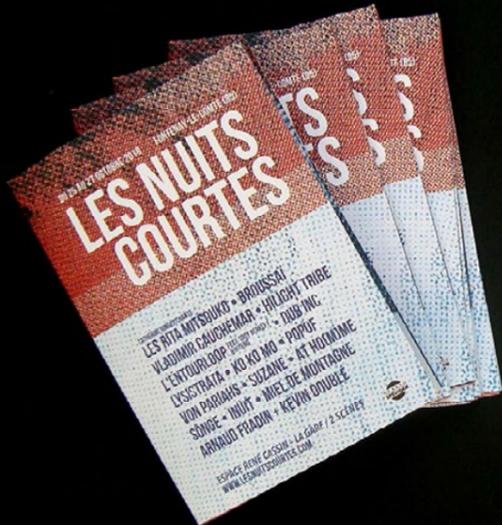
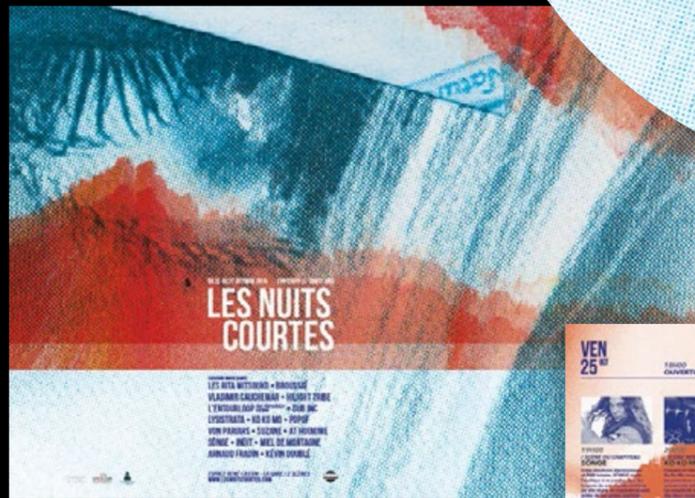
43



# les nuits courtes #3

identité graphique  
2017 à 2019  
Fontenay-le-Comte (85)

Le réseau Spédidam nous confie l'identité graphique du festival. Conception graphique, illustration, éléments de communication globale et conception du programme-affiche.



# ouest park festival

identité graphique, logotype et signalétique  
client : le Tétris  
2017 à 2019.  
Le Havre.

L'identité graphique du festival nous a été confiée durant trois ans. La narration est dans la déconstruction des éléments. Mains, corps, visages deviennent années après années des formes visuelles identifiables et immédiates.



# time tunnel

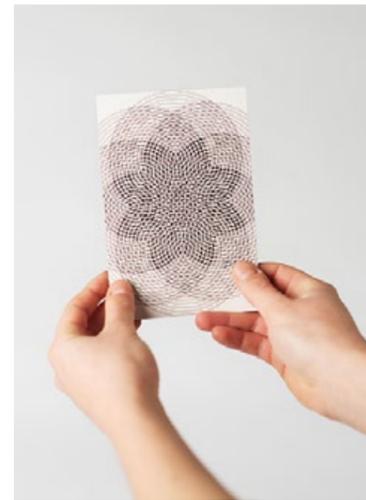
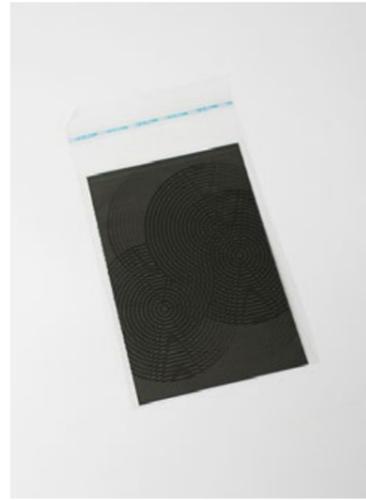
identité graphique & déclinaisons

client : Axis Record  
2014

Time Tunnel est basé sur le principe d'un voyage temporel à travers la musique sélectionnée par Jeff Mills. Le projet graphique se devait d'être une invitation à traduire un voyage. Nous avons souhaité une forme au rendu hypnotique inspirée d'une imagerie Op Art. La double spirale évoque à la fois un mouvement continu et le mouvement des vinyles sur une platine.



**TIME TUNNEL**  
JEFF MILLS



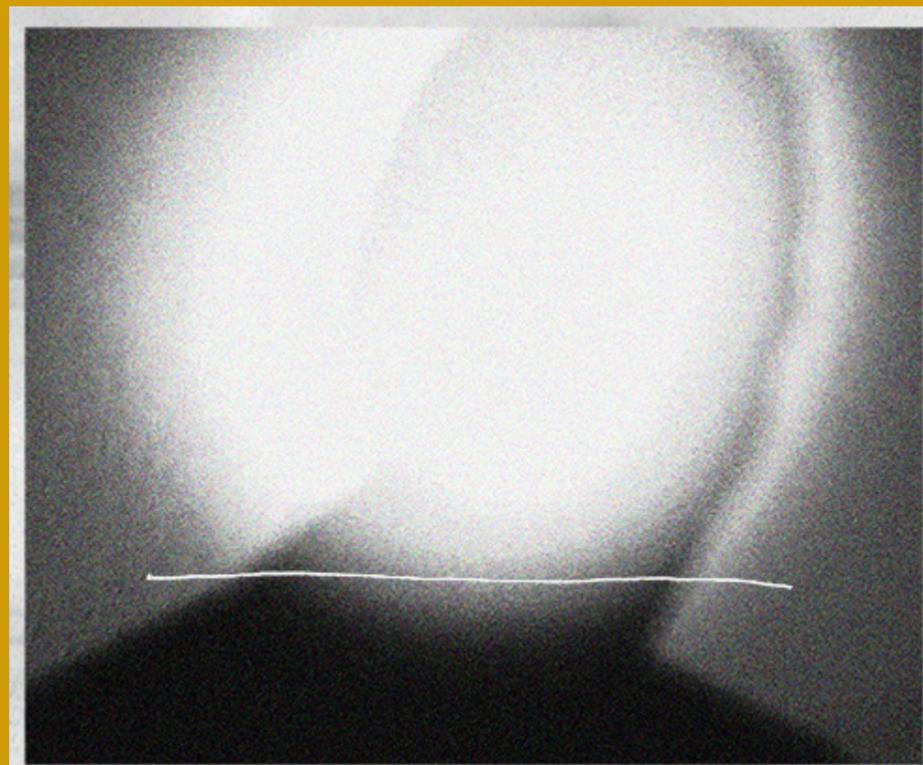
# man from tomorrow

identité graphique

client : Axis Record & Jacqueline Caux  
2014

Avec Jeff Mills . Réalisé par Jacqueline Caux  
Ce film est une expérience plastique entre Jacqueline Caux et Jeff Mills, ainsi qu'une expérimentation autour de la lumière, des ombres, des sons et du mouvement. Comme le film, l'affiche est libérée de toute narration, elle s'adresse à la sensation, interroge la curiosité.

Affiche sélectionnée au Festival International de l'affiche de Chaumont 2015.



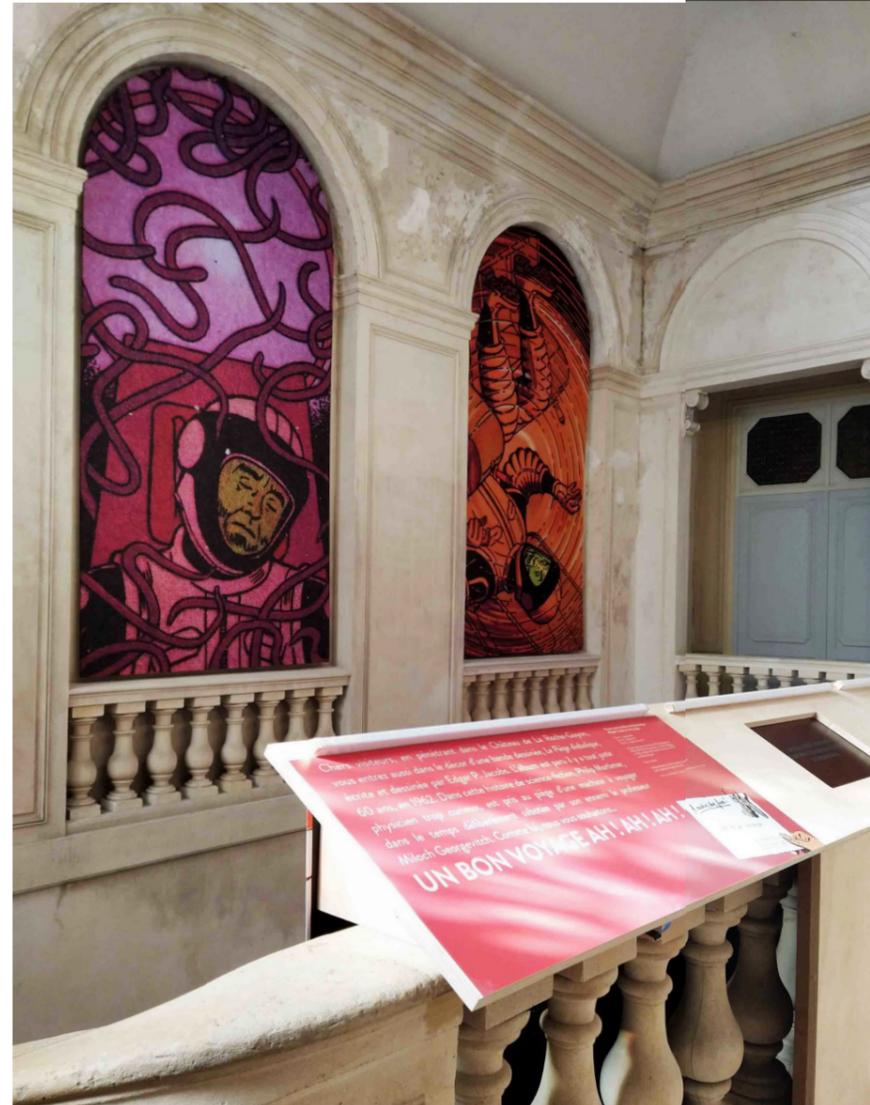
**MAN FROM TOMORROW**  
STARRING JEFF MILLS  
DIRECTED BY JACQUELINE CAUX  
music by Jeff Mills



# MachinaXion 60 ans du piège diabolique

À l'occasion de l'exposition hommage des 60 ans de la parution de l'ouvrage « Le Piège Diabolique » Studioburo a réalisé le graphisme pour la scénographie de l'exposition et les mises aux formats des images du parcours autour de l'œuvre d'Edgar Pierre Jacobs au Château de la Roche Guyon (95).

Graphisme pour la scénographie  
scénographie : Atelier 1:1  
client : Château de La Roche-Guyon  
& Dargaud  
2022

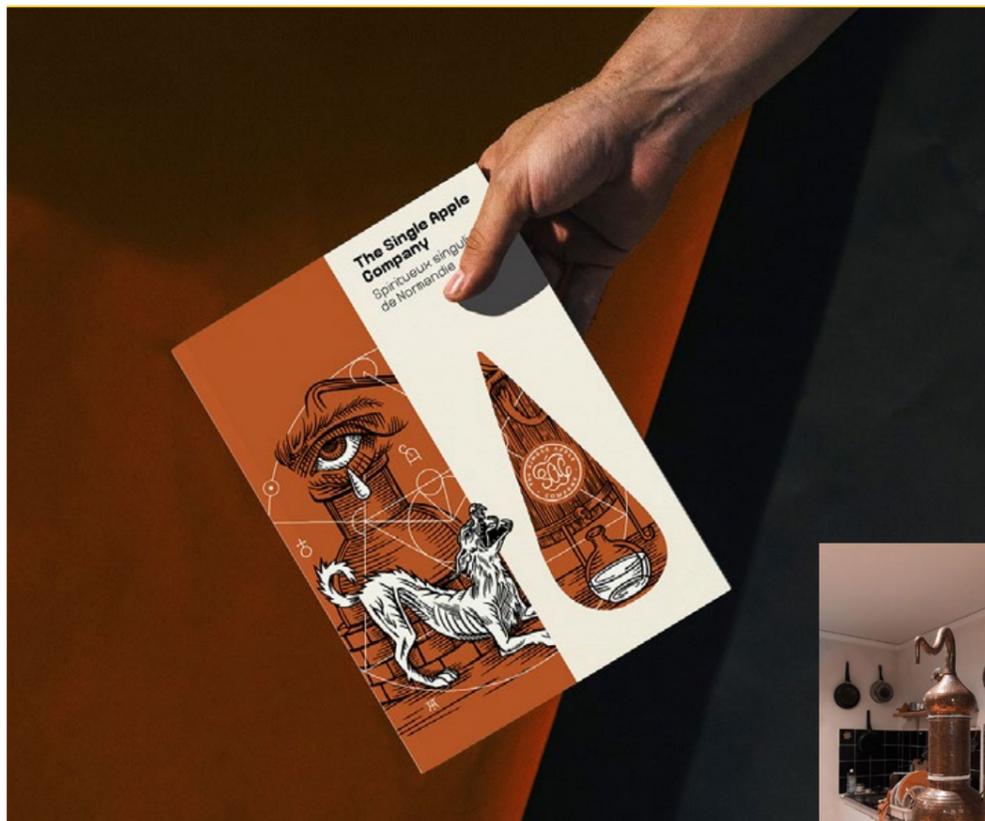


# the single apple company

livret de communication

client: The Single Apple Company  
2020: Région Normandie

La Région Normandie nous a interrogé sur la mise en forme d'un document de communication pour la promotion et la valorisation de la pomme dans toute sa diversité. Commande Régionale pour la promotion d'un AOP. Livret A5 - Quadri - 18 pages



# Le Journal de la Cité de la BD

journal mensuel

client: Cité internationale de la bande dessinée et de l'image, Angoulême  
2023

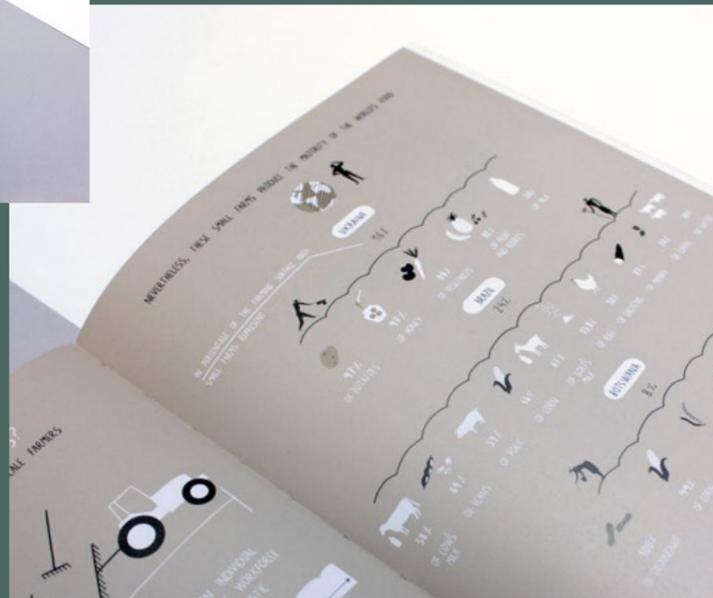
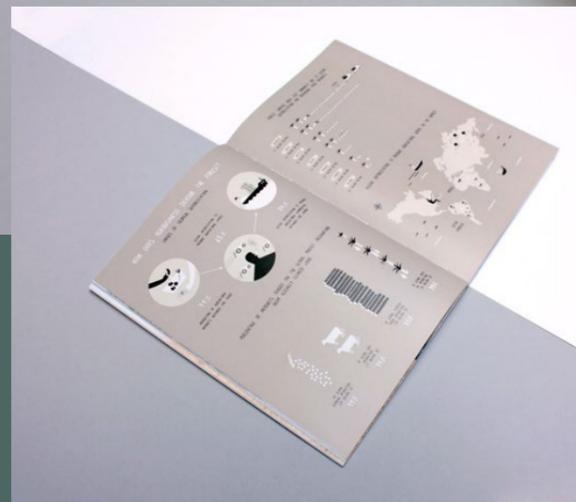


# terres à vendre

édition . illustration

clients : éditions Intervalles .  
Terra Project  
2018

Collectif de photographes international, Terra Project a réalisé un travail photographique accompagné d'une enquête menée par la journaliste Cécile Cazenave sur l'accaparement des terres agricoles dans le monde. Au terme de cette enquête une série d'informations avait été récoltées. Nous avons réalisé une série de onze infographies illustrées afin de traduire ces statistiques.



# le cahier de jeux des congés payés

direction artistique  
édition

client : petit bain  
2016

Dans le cadre de sa programmation estivale, Petit Bain souhaitait fêter les 80 ans des premiers congés payés. Nous avons souhaité traduire cet événement en s'inspirant de l'esprit graphique des années 30/40 en faisant le choix de collaborer avec quatre illustratrices au style très marqué. L'objet transporte le lecteur à travers le siècle dernier. La composition des images, les jeux et le ton laissent surgir une intemporalité graphique. Ce cahier à donner lieu à une série d'ateliers au Pavillon de l'Arsenal (Paris) ainsi qu'à Petit Bain.



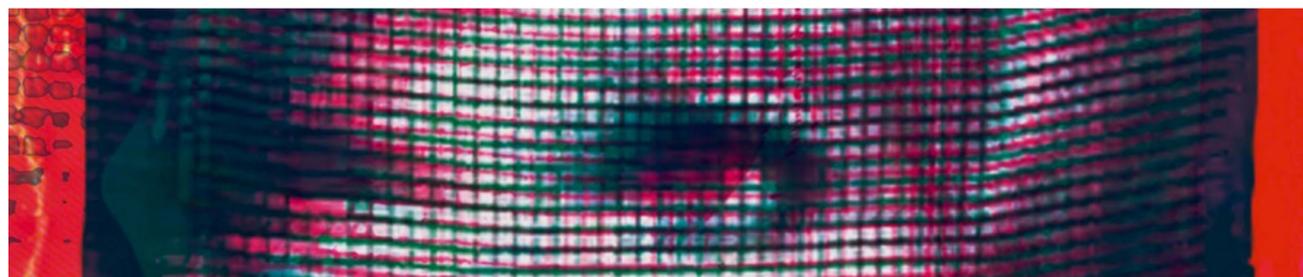
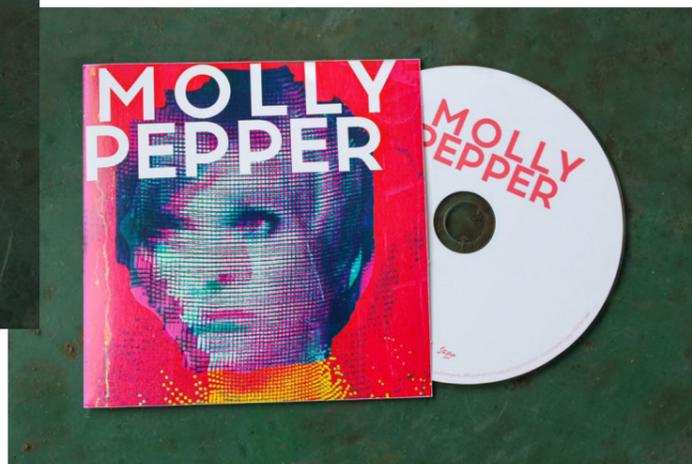
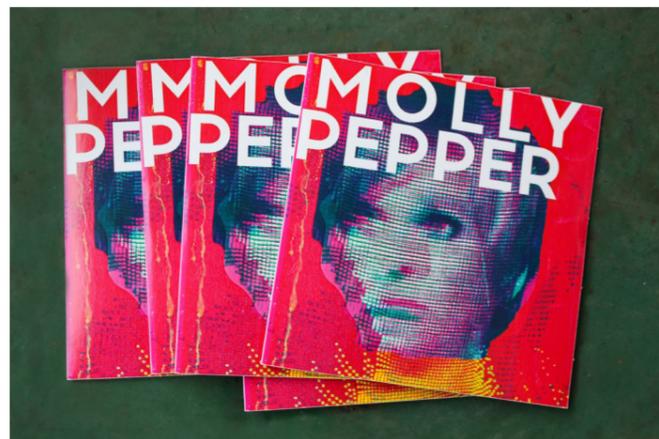
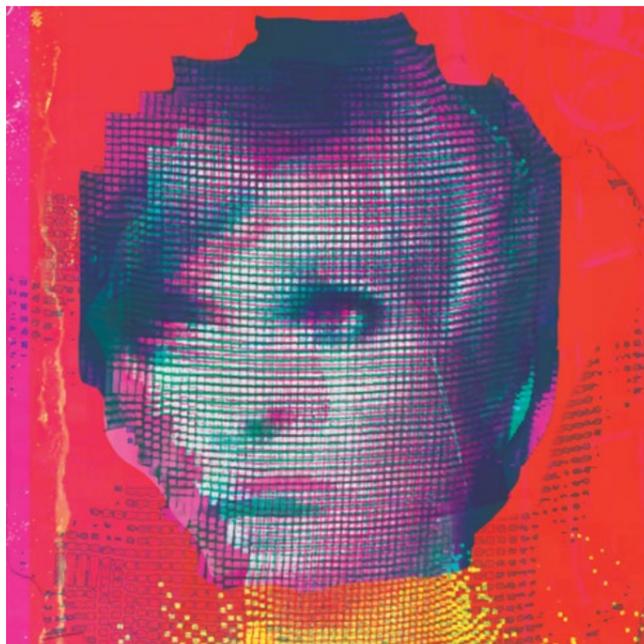
# molly pepper

identité visuelle et logotype  
CD Promo

client : ZRP  
2022

Création de l'identité graphique et visuelle du groupe Molly Pepper.  
Déclinaison sur les plateformes de musique.  
Création du CD Promo.

# MOLLY PEPPER



# The Lanskies

Identité visuelle et logotype  
Double Vinyle et CD

client : ZRP  
2013

# THE LANSKIES

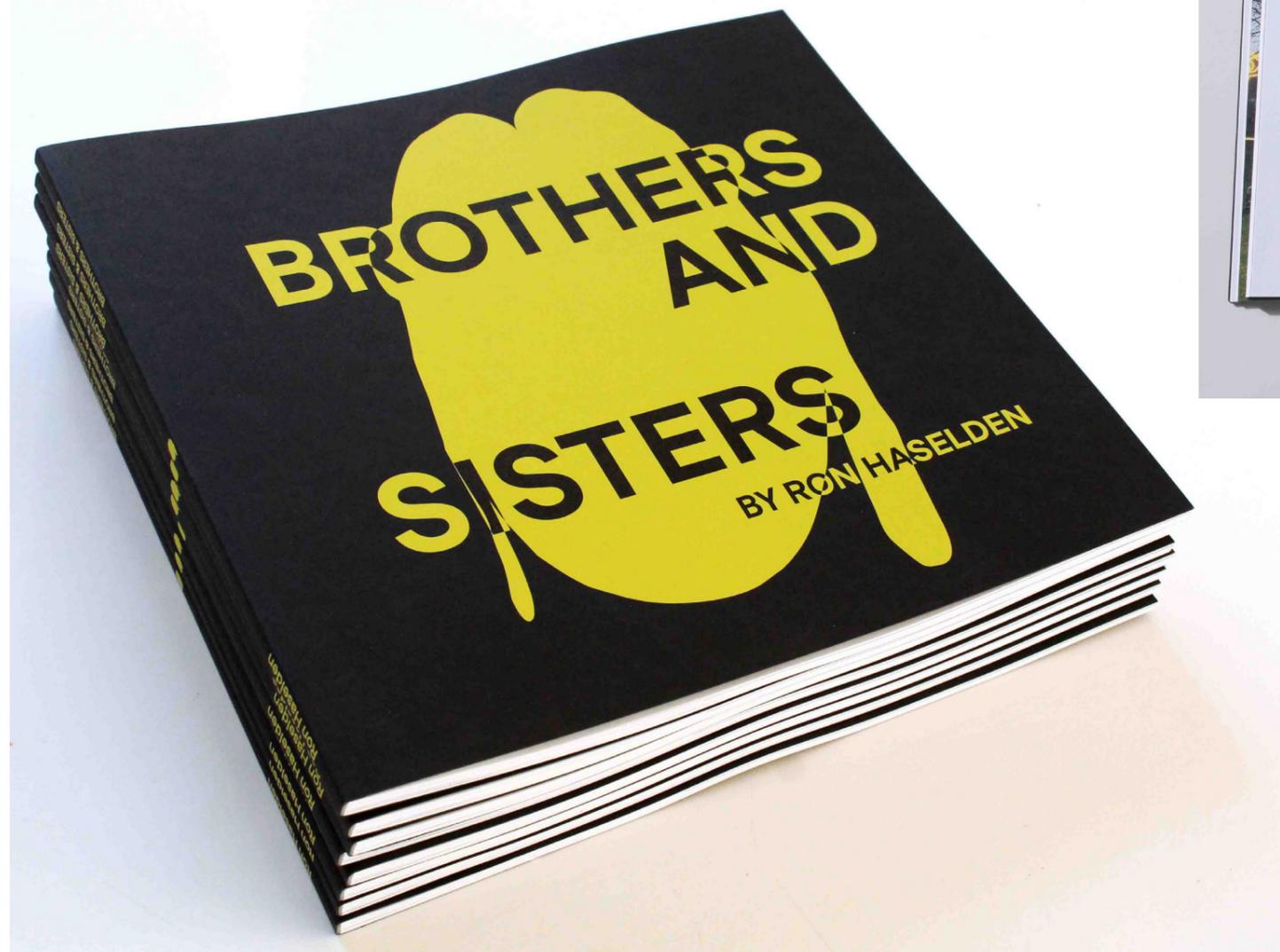


# BROTHERS & SISTERS

Direction artistique  
Conception graphique  
Catalogue monographique  
de Ron Haselden (Uk)

client: Cité Internationale  
de la bande dessinée et de l'Image  
2024

La CIBDI nous a confié la conception graphique du catalogue monographique de l'artiste anglais Ron Haselden  
L'ombre et la lumière de ses installations sont ici mises en page de façon à construire un chemin et un regard sur le travail réalisé par les scolaires du monde entier.  
La recherche du visuel de couverture reprend un dessin d'enfant; mis en lumière il crée un trait d'union entre la trace et la lumière  
Il porte également sur la notion d'échange et de partage.  
Ces installations ont été présentées dans des structures ou des lieux tridimensionnels.  
Le foliotage de l'ouvrage en double points traduit le regard et la distance à laquelle les oeuvres sont observées dans l'espace..

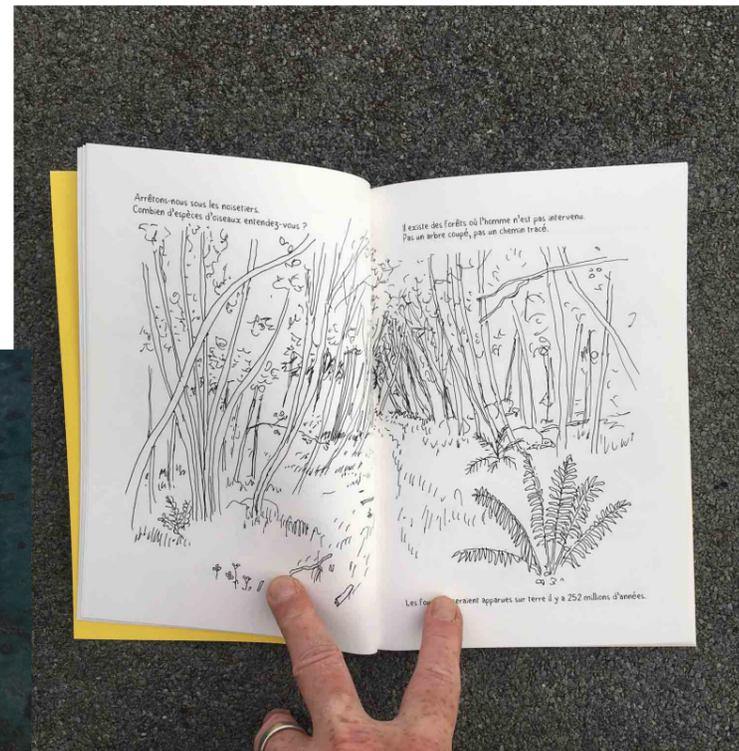
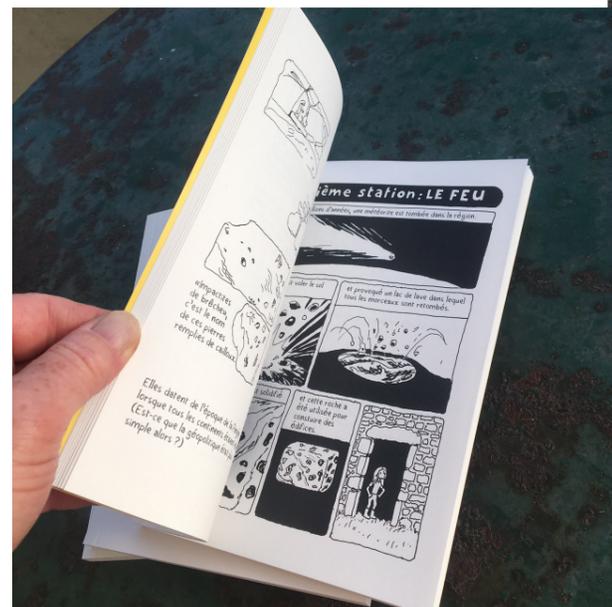


# LE TEMPS DES ETANGS

Le Temps des étangs est un projet réalisé par François Olislaeger, auteur de bande dessinée et illustrateur, avec le soutien du Fonds Odonata sous l'égide de la Fondation Didier et Martine Primat et de la Cité internationale de la bande dessinée et de l'image (Angoulême).  
92 pages.

Direction artistique  
Conception graphique  
du livre « Le temps des étangs »

client: Cité Internationale  
de la bande dessinée et de l'Image  
2025



---

**s t u d i o b u r o**

w w w . s t u d i o b u r o . c o m  
c o n t a c t @ s t u d i o b u r o . c o m

---

i n s t a g r a m : s t u d i o b u r o \_ f r  
f b : S T U D I O B U R O . P A R I S