CATALOGUE DES DIPLÔMÉS 2013

DSAA
DESIGN GRAPHIQUE
MULTIMÉDIA

LYCÉE JACQUES PRÉVERT
BOULOGNE-BILLANCOURT
ÉTABLISSEMENT PUBLIC

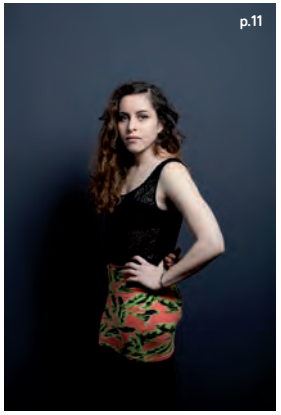
Le DSAA, en bref.

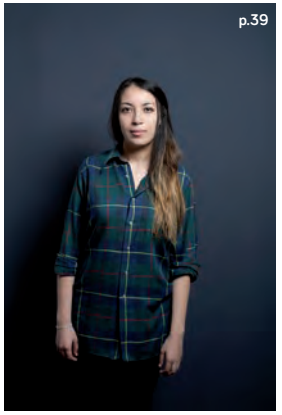
Le diplôme supérieur d'Arts appliqués fait suite au BTS Design graphique option communication et médias numériques, et vise à former des directeurs artistiques et des chefs de projets dans le domaine de la communication. Prenant en compte l'évolution de ce secteur, il propose une formation globale (couramment désignée par « communication 360° »), intégrant dans les projets de communication l'ensemble des outils disponibles : supports papier (livres, affiches, foyers, magazines...), supports numériques et interactifs (web design, PDA et téléphonie, médiation digitale...).

La formation est construite autour de projets réalisés de manière professionnelle mobilisant à la fois une solide culture générale, une bonne compréhension de la société actuelle, une culture graphique et visuelle aboutie ainsi qu'une culture technique étayée, notamment concernant les nouvelles technologies.

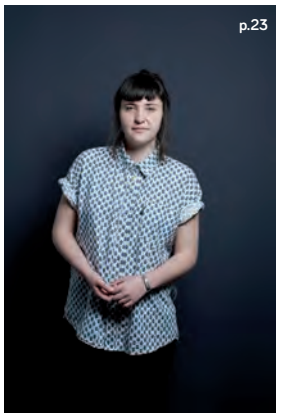
L'étudiant en DSAA est suivi sur deux années pour l'obtention de onze unités d'enseignement. Au terme de ces deux années, il présente un mémoire et un projet sur une problématique qu'il aura formulée en amont.

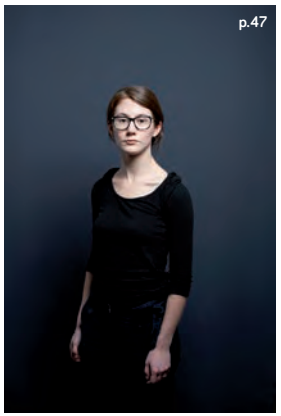
SESSION 2013
PROMO N°1





Suivi de mémoire et projet :
. Manuel Charpy
. Alexia De Oliveira Gomes
. Boris Du Boullay
. Delphine Gauly
. Jérôme Tailhades





Crédits photos : Frédérique Plas

ANDING-MALANDIN LÆTITIA

tilam@wanadoo.fr

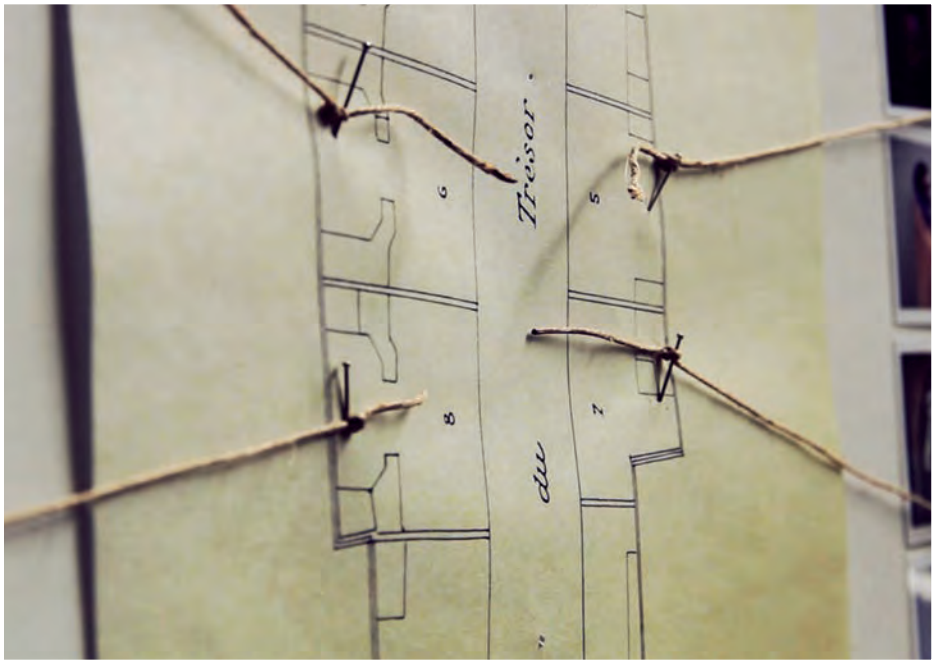
PARCOURS

- 20013•2014~Post diplôme DSAA—ENSAAMA, Paris
- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia Boulogne
- 2010•2011~Voyage en Amérique du sud
- 2008•2010~ BTS Design d'Espace, ESAA Duperré
- 2005•2008~Bac STI Arts Appliqués, Lycée Auguste Renoir Paris 18

ANDING-MALANDIN
Lætitia

MÉMOIRE DES PIERRES - MÉMOIRE DES PAULS

Chercher, comprendre et montrer comment les mémoires individuelles et collectives construisent subjectivement un lieu implique une somme d'éléments
complexes et interdépendants. Cependant, notre étude nous a permis de dégager quatre principales caractéristiques récurrentes : Notre parcours nous a d'abord conduit à identifier la rue et le quartier comme le sas incontournable entre espaces publics et espaces privés. De fenêtres ouvertes en portes closes et dans toutes les tensions qu'il expose, il est le premier protagoniste d'un lieu.
En pénétrant dans l'enceinte du bâti, il nous est apparu plusieurs manières de l'investir : premièrement la revendication de la propriété, deuxièmement et pas nécessairement induite par cette dernière, la prise de possession des lieux, et troisièmement l'insertion dans une Histoire par sa maitrise plus ou moins complète. Il nous est apparu par la suite que les habitants d'un lieu ne sont pas exclusivement ceux qui y vivent. Il est aussi peuplé de créatures immatérielles, issues des mémoires individuelles et collectives, qui sont devenues consubstantielles de ce lieu. Enfin, les objets qui meublent ce lieu constituent un pan essentiel de ses mémoires dans la transmission générationnelle, impliquant une dimension sensorielle. Avec le recul, ce travail d'enquête témoigne de l'indispensable formulation langagière : pour faire exister un lieu, pour lui faire retrouver sa mémoire, il lui faut les mots pour le dire ; c'est cela que nous avons tenté de faire. Aussi, à la manière de la pipe de Magritte, ne pourrait-on pas dire de notre lieu ainsi mémorisé : « ceci n'est pas un lieu » ?



BIGOT
LÉA

pro.bigotlea@gmail.com

PARCOURS

- 20013•2014~Post diplôme DSAA—ENSAAMA, Paris
- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia— Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle option multi-média—Sèvres
- 2006•2009~Bac STI Arts Appliqués—île de la Réunion

BIGOT
Léa

LE HASARD DANS LA CRÉATION

Intégrer le hasard dans la création est un moyen de créer de l'unique, car non reproductible ou non anticipable, et cette qualité est ce qui est intéressant dans l'utilisation du hasard dans la production industrielle.
Mon projet s'inscrit dans ce travail tout en se plaçant dans un contexte différent de l'art ou même de la production industrielle. Il s'agit du lancement d'une collection capsule, une collection à édition limitée de prêt à porter haut de gamme. Une opération publicitaire menée par une marque autour d'une installation, qui par le biais de l'interactivité crée un motif textile vivant et imprévisible.
C'est cette qualité vivante que j'ai pris comme point de départ pour l'utiliser directement comme la matière graphique du projet. L'idée de multiplication, de propagation, de la division m'a évoqué le monde de la vie microscopique.
Cet univers me semblait également en adéquation avec la marque Cassette Playa que j'ai choisie pour le développement de mon projet.

L'installation qui est au centre de l'opération est une sorte de machine qui capture les actions des utilisateurs, les analyse, et y répond en choisissant aléatoirement un résultat dans son panel de réponses associées. Ainsi chaque action peut entrainer plusieurs réactions différentes.

CORNU FLORIAN

florian.cornu@laposte.net

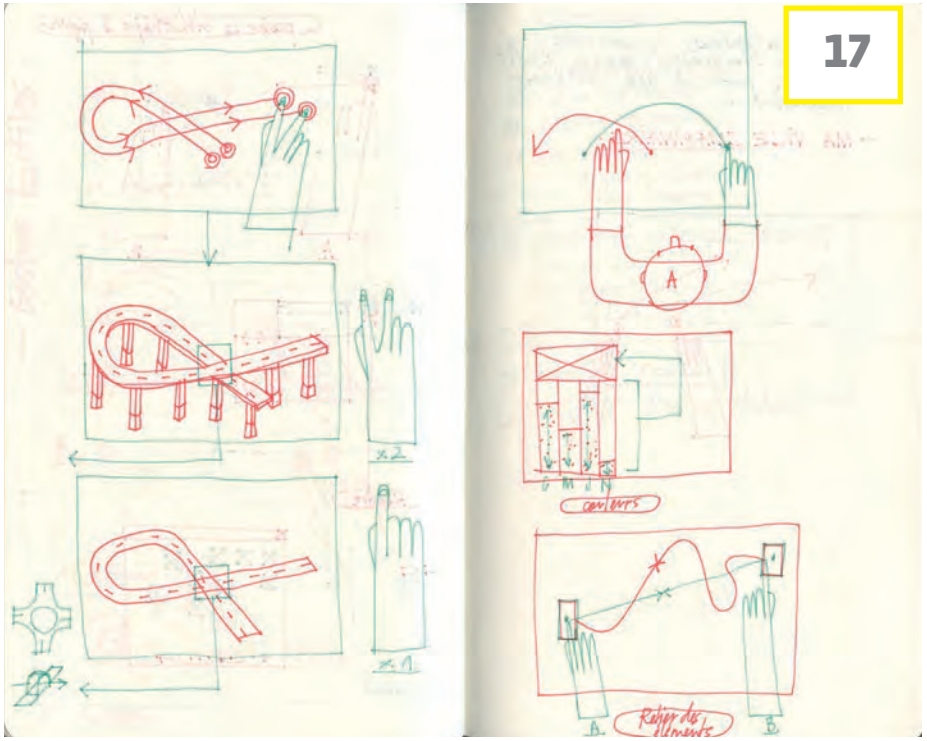
PARCOURS

- 20013•2014~4e année Communication graphique, ESAD—Strasbourg
- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia— Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle option multimédia—Sèvres
- 2006•2009~BAC STI Arts Appliqués—Laval

CORNU
Florian

LA VILLE IMAGINAIRE

Mon projet prend la forme d'un atelier destiné aux enfants, sur le thème de la ville et l'espace. Il sera développé, au sein de la Cité de l'architecture et du Patrimoine, à Paris. Celui-ci reprend la même approche en deux temps, au même titre que les ateliers existants à la Cité de l'architecture et du patrimoine : une partie visite et une partie atelier sur supports tactiles, tels que des tables multitouch (ipad à l'échelle d'une table). Ce dispositif, ludique et pédagogique à la fois, permettra de découvrir l'architecture et l'urbanisme en s'amusant. Sous la forme d'un jeu, les enfants joueront le rôle d'urbanistes ; ils seront invités à représenter et organiser une ville imaginaire à partir d'une bibliothèque de formes simples liées à l'architecture. Tous les ateliers étant appelés à travailler sur la même construction, la ville créée sera donc amenée à évoluer, au fil des interventions des différents participants. Ainsi, nous pourrons la voir se transformer, telle une ville réelle dont la forme évolue perpétuellement, créant ainsi une temporalité réelle mais aussi narrative. L'intervention des enfants, d'un atelier à un autre, modifiera son organisation ainsi que son esthétique. La ville changera alors de formes selon les désirs des participants. Le but du dispositif est de proposer aux enfants un support leur permettant d'identifier les différents éléments dont la ville est constituée. Les supports multimédias étant souvent destinés à l'usage d'une seule personne à la fois, notre volonté est au contraire de développer un support qui met en avant la communication entre les participants.



EA
DAVID

mr.lecerf@gmail.com

PARCOURS

2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne

2009•2011~BTS communication visuelle option Graphisme, Édition, Publicité— Sèvres

EA
David

IDENTITÉ VISUELLE POUR LA RÉPUBLIQUE DU NIGER

Le Niger a connu en 2010 son printemps démocratique qui s'est soldé par le renversement de l'ancien président de la république du Niger, Mamadou Tandja. Je souhaitais travailler sur la communication gouvernementale d'un pays en transition démocratique car je considère qu'il s'agit du moment idéal pour un État de changer d'image et de marquer une rupture avec le gouvernement précédent.

Le gouvernement est l'organe investi du pouvoir exécutif afin de diriger un État. La conception d'une identité visuelle pour un gouvernement engage donc des interrogations sur l'identité nationale et la représentation du pouvoir politique.

Afin de répondre au mieux à cet exercice d'identité visuelle, j'ai effectué des recherches, dans mon mémoire, sur la notion d'identité visuelle nationale. Je me suis permis de faire un rapprochement entre la notion d'identité visuelle et celle d'identité nationale afin d'essayer de déterminer si une nation, un pays, pouvait avoir une identité visuelle à l'instar des marques ou des entreprises. J'ai donc tenté de mettre en évidence la manière dont l'imagerie nationale s'incarne au sein d'une nation et comment elle s'inscrit dans l'imaginaire collectif.

L'analyse du contexte actuel du pays m'a permis de me fixer des contraintes. Ma proposition est le résultat d'une recherche sur l'histoire du Niger et de ses lieux de mémoire.

DUMESNILDOT FIONA

fiona.dumesnildot@gmail.com
fionadumesnildot.com

PARCOURS

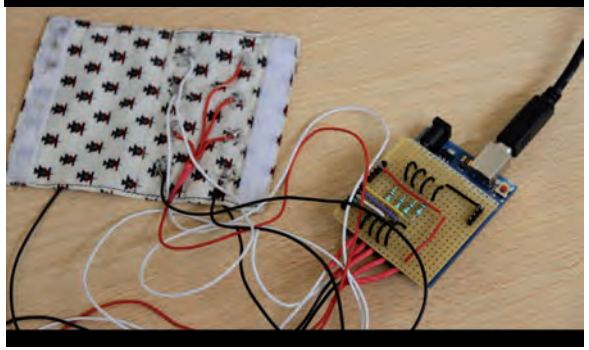
- 20013•2014~MA social design Design Academy, Eindhoven (Nl.)
- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia— Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle (option graphisme, édition, publicité) Auguste Renoir—Paris
- 2008•2009~Manaa— Saliège—Balma (31)
- 2005•2008~BAC ES / Saint Joseph—Toulouse

DUMESNILDOT Fiona

LA PETITE LAINE DES GRANDES ÉMOTIONS

Mention très bien

Ma démarche est menée autour du potentiel de communication que peut offrir la gestuelle des émotions couplée aux outils multimédia.
J'ai cherché à mettre en place un outil qui permettrait d'agir dans la forme de l'émotion exprimée, là où la seule maîtrise de soi ne semble pas toujours suffire.
S'il est un support qui réagit selon le moindre de nos mouvements, de l'infime à l'extrême, du quotidien au ponctuel, quelles que soient les circonstances, il s'agit bien du vêtement.
Si celui-ci est conçu pour accompagner nos mouvements dans une enveloppe protectrice, il est aussi vecteur de communication non verbale.
On peut dès lors imaginer qu'un tel dispositif puisse permettre dans le cadre du discours, à un orateur mal à l'aise, d'optimiser son attitude mimo-gestuelle, empreinte de nervosité, par une scénographie choisie, générée par ses mouvements même, détournant ainsi l'attention de l'auditeur sur le contenu scénographique qui pourra tout a fait être en lien avec son propos, et non plus sur l'analyse de son attitude.
On peut aussi plus largement imaginer que cet outil puisse servir des dispositif scénographiques à l'échelle du spectacle : un danseur pourrait ainsi générer par ses mouvements des effets sonores ou visuels ou un comédien par ses gestes.
On peut encore imaginer ce type de support dans le mobilier, afin de créer ce que l'on appelle des objets communicants.



GIBERT STÉPHANE

gibert.multi@gmail.com

PARCOURS

- 2013•2014~Assistant de direction artistique et animateur After Effects, GÉDÉON (broadcast design)— PARIS
- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle option multimédia—ENSAAMA—Paris
- 2006•2009~BAC STI Arts Appliqués, Lycée Léonard de Vinci—Antibes

GIBERT
Stéphane

MÉDIATION SONORE
La Fée Électricité revisitée

Mention bien

La finalité de ce projet est de concevoir une application smartphone employant des techniques interactives (son, géolocalisation) à travers la salle Raoul Dufy du Musée d'Art moderne de la Ville de Paris, contenant l'œuvre de Raoul Dufy « La Fée Électricité » peinte en 1937. Cette application se veut une expérience servant à enrichir la visite du spectateur (muni d'un casque) en créant des parcours sonores reliés entre eux par des points d'intérêts au sein de l'œuvre, en apportant par le biais de l'interface des contenus supplémentaires : vidéos, images, croquis. La technique employée est la détection de corps par une caméra Kinect reliée à un programme qui permet de placer des sons dans l'espace. Le spectateur se meut dans l'espace autour de l'œuvre et traverse ainsi des « sphères » de contenus audio. Ces contenus peuvent être des sons d'ambiance, de la musique, des bruits, des textes. Ils peuvent, en fonction de l'œuvre et de la vision du médiateur, amener sur une expérience descriptive, informative ou totalement artistique. Mon projet tente de montrer ces trois approches au sein de la Fée Electricité de Raoul Dufy. J'ai pour cela imaginé trois parcours au sein de l'application. Un parcours « libre », où le son se veut une transposition audio de ce que l'on voit (bruits de vent, de campagne, de bateaux, de ports, ambiances de villes, etc..). Cette approche est plutôt réservée à un public jeune. Le parcours « savant » est une sorte d'audioguide amélioré. Les « sphères » de sons contiennent des textes parlés qui se déclenchent quand on entre dedans. C'est un parcours plus informatif.

La dernière approche, le parcours « spécial », est une carte blanche laissée à un artiste ou un intervenant. L'artiste devient médiateur. Il est libre d'utiliser le dispositif sonore et de placer ses sons dans l'espace afin de raconter une histoire ou sa vision personnelle de l'œuvre, le temps d'une soirée au musée.

JOUBERT AYMERIC

aymericjoubert@gmail.com
aymericjoubert.com

PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle option multimédia—Villefontaine
- 2007•2009~Licence Arts, Lettres, Langues option Arts Plastiques—St Etienne
- 2007•2004~Bac Littéraire option Arts Plastiques—Lyon

JOUBERT
Aymeric

EDI

Mention bien

L'avènement du numérique du début de siècle a profondément bouleversé les sociétés.
Les techniques numériques, et plus particulièrement l'internet, ont permis de mettre en réseau tous les individus de la planète et d'établir de nouvelles formes de communication, à l'image des mails ou des réseaux sociaux. Dans cette perspective, le domaine publicitaire s'est très vite adapté aux techniques numériques. Les nouveaux supports de communication initiés par le numérique ont également modifié l'organisation des agences de publicité et créé de nouveaux métiers comme les community managers.
Au-delà des nouvelles formes de communication,
le numérique a transformé et amplifié l'efficacité du travail des créatifs. Le changement le plus signifiant s'expose dans les outils de création à disposition du pôle création. Actuellement, c'est cette généralisation de programmes, sites internet, applications dédiés à la création qui rythment le processus créatif publicitaire. Mon projet s'intitule "Edi", combinaison entre le terme idée et le principe technologique d'Échange de Données Informatisé. Il est question d'élaborer un dispositif digital accompagnant les publicitaires dans la conception d'une idée en stimulant leur inspiration. Pourquoi la publicité ? C'est un domaine où s'exprime productivité et création sous la forme de méthodes de création et de processus de travail structurés. Dans ce contexte, à travers mon projet, je souhaite chercher une nouvelle forme d'organisation du travail autour des idées et de leur élaboration en s'appuyant sur les avantages que peut offrir l'utilisation du numérique.

KEANG PHILIPPE

philippekeang@yahoo.fr
cargocollective.com/keang/
travailleurs-nocturnes.com

PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle option multimédia—Boulogne
- 2008•2009~Manaa—Sèvres
- 2007•2008~Cycle préparatoire polytech Paris sud—Orsay
- 2004•2007~Bac scientifique Lycée public descartes, MontignyLe-Bretonneux

KEANG Philippe

DAILY DRESSING

Les magazines ne subissent pas encore la même concurrence que la presse quotidienne car leurs segments d'informations sont plus spécialisés. En ce qui concerne les supports digitaux, les titres se contentent pour le moment d'un site internet vers lequel sont renvoyées les applications mobiles. Mais aucune innovation n'a été apportée pour s'adapter à ces nouveaux supports.

Pour l'instant, le support digital des magazines de mode est un site accessible par tous types d'interfaces. Cependant les applications mobiles de ces titres n'ont pas d'usage spécifique au support. Il n'existe pas encore de modèle dans lequel nous pouvons retrouver les usages de marquages et d'appropriation liés au magazine papier. Il est vraisemblable que la traduction de ces usages ne se fera pas de manière primaire mais en s'adaptant au support tactile. L'écran tactile possède la portabilité comme le magazine et la surface tactile répond au côté sensoriel et attractif de l'objet. Ce support possède déjà des qualités permettant de penser que l'édition digitale pourrait développer sa propre forme et connaître un succès.

Nous avons décidé de travailler sur le support de l'application mobile avec l'idée de trouver des usages propres à ses spécificités, répondant aux besoins des lectrices aussi bien du côté de la relation au quotidien que du côté de la consommation.

MERAD
LINDA

lindamerad@gmail.com

PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011~DNAP option Design—École des Beaux-Arts de Bordeaux
- 2007•2009~BTS communication visuelle option multimédia—Boulogne
- 2004•2007~Bac STI Arts Appliqués mention Bien—ESAIG Paris

MERAD
Linda

SPECIMEN

Le « riche imaginaire » faisant partie d'une communauté mondaine fictive, ne partage pas l'expression « vivre d'amour et d'eau fraîche ». Il aime la mode, les beaux objets et voudrait que cela se sache. Dubitatif à l'idée d'un avenir professionnel radieux, il transfère son enthousiasme sur ces fenêtres virtuelles offrant la vue d'une vie agréable et facile.
La relation à l'argent lui est disproportionnée ; il se verrait bien flamber comme un joueur du LOTO. Ce qui n'est pas surprenant puisqu'on entre dans le luxe comme dans l'âge adulte, pas à pas. Les premiers contacts avec la richesse se font démonstratifs puis vient avec la maturité une philosophie d'habitué, basée sur la discrétion. Le syndrome du riche imaginaire se caractérise par cette « fièvre » passagère qui s'inscrirait approximativement dans un temps de latence entre la fin des études et l'établissement dans la vie active. En désirant ardemment ce que l'on a pas, on est plus proche de la passion que de la raison. L'idéal étant d'avoir suffisamment d'argent pour ne plus jamais y penser. Cette cible éphémère se positionne dans la jouissance démonstrative, d'un état de rêve à l'égard d'une richesse virtuelle, de l'argent qu'elle n'a pas encore.
À partir de ce portrait, le projet constituera un travail de direction artistique, positionné dans l'édition de mode dont l'objet sera la narration de cette communauté célébrant une poétique de l'argent, sur le ton du second degré, afin de donner une image sur cet état transitoire quelque peu irrationnel.

POUTEAU BENJAMIN

benpouteau@gmail.com

PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle option multimédia—Boulogne

POUTEAU
Benjamin

INTERACTIVE DISPLAY

La vitrine interactive peut être envisagée comme un nouveau moyen de communication pour les magasins. L'intérêt de ce type de dispositif réside dans l'expérimentation d'un support innovant ainsi que l'interaction entre la vitrine et les consommateurs.

Ce nouveau champ de communication engage deux domaines : la publicité et le design d'interface. À travers ce dispositif, une marque ou un produit peut délivrer un message clair et une nouvelle interface d'achat pour les passants. Ce projet tente de repousser un peu plus loin la frontière entre le magasin physique et l'e-commerce afin de proposer une expérience inédite aux passants.

Colette désire mettre en place un dispositif interactif en juin 2013 dans le cadre de son événement « Eau de Colette » avec différents partenaires afin de célébrer son Water Bar.

La boutique souhaite mettre à l'honneur une sélection d'eaux de façon originale ayant une relation directe ou indirecte avec la couleur de son identité visuelle à l'aide d'une installation dans sa vitrine. La technologie utilisée est la caméra Kinect couplée à Flash AS3 pour assurer réactivité et interactivité.

Colette invite les passants à vivre une expérience unique et inédite afin de découvrir d'une façon originale ses boissons via un nouveau support de vitrine. Elle se positionne comme un dispositif ludique et expérimental en trois phases : exploration, expérimentation et consultation. Le dispositif sera déployé en exclusivité pendant une semaine dans le concept-store Colette pour mesurer son efficacité.

SENCEAUME ELISE

elise.sanceaume@gmail.com
elise.sanceaume.free.fr

PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011~DNAP en Communication—École Européenne Supérieure d'Art de Bretagne—Rennes
- 2008•2009~Première année à l' École Supérieure d'Arts—Rueil Malmaison
- 2007•2008~Première année en Histoire de l'Art et Archéologie—Université Panthéon Sorbonne—Paris
- 2004•2007~Baccalauréat Littéraire

SENCEAUME
Elise

SURPLUS

Mention bien

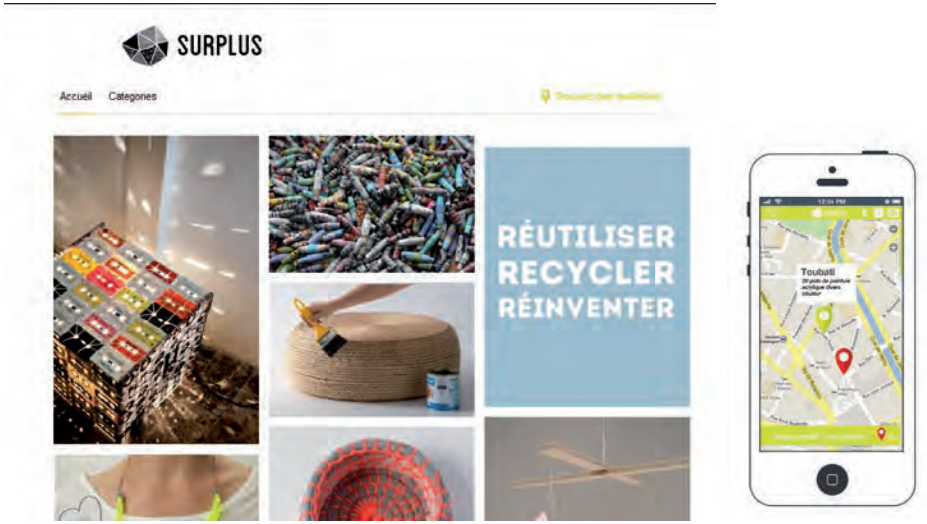
De plus en plus contraintes par la règlementation (Grenelle de l'environnement), les entreprises doivent optimiser la gestion de leurs déchets avec pour objectif une production plus respectueuse de l'environnement. De leur côté, les associations travaillent dans une certaine économie de moyens. Elles sont donc souvent contraintes à une valorisation maximale des matériaux utilisés, ce qui fait partie intégrante des valeurs que défendent ces associations.

Pour tenter de pallier le manque d'alternatives à la destruction des matériaux, l'idée est de créer une plate-forme internet « peer-to-peer » de mise en relation entre les entreprises et les associations.

Surplus est un projet de plate-forme internet qui permet de favoriser les dons de matériaux entre entreprises et assocatifs.

L'application Surplus permet de géolocaliser les annonces de matériaux à revaloriser. Chaque don est localisé sur une carte interactive, à proximité de l'endroit où l'on se trouve. Une fonctionnalité qui favorise l'échange entre les différents acteurs d'un même quartier.

Une communication ludique et créative en opposition au discours moralisateur que l'on retrouve parfois dans le domaine de l'écologie et du recyclage.



SERRA MATHILDE

mathilde-serra@hotmail.fr

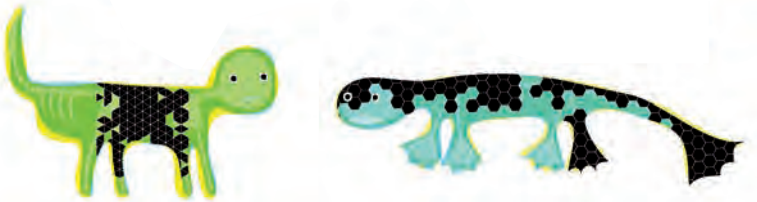
PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2010•2011~Licence d'Histoire, Université François Rabelais—Tours
- 2008•2010~BTS communication visuelle option multimédia—Boulogne
- 2005•2008~Bac STI AA— Sèvres

SERRA Mathilde

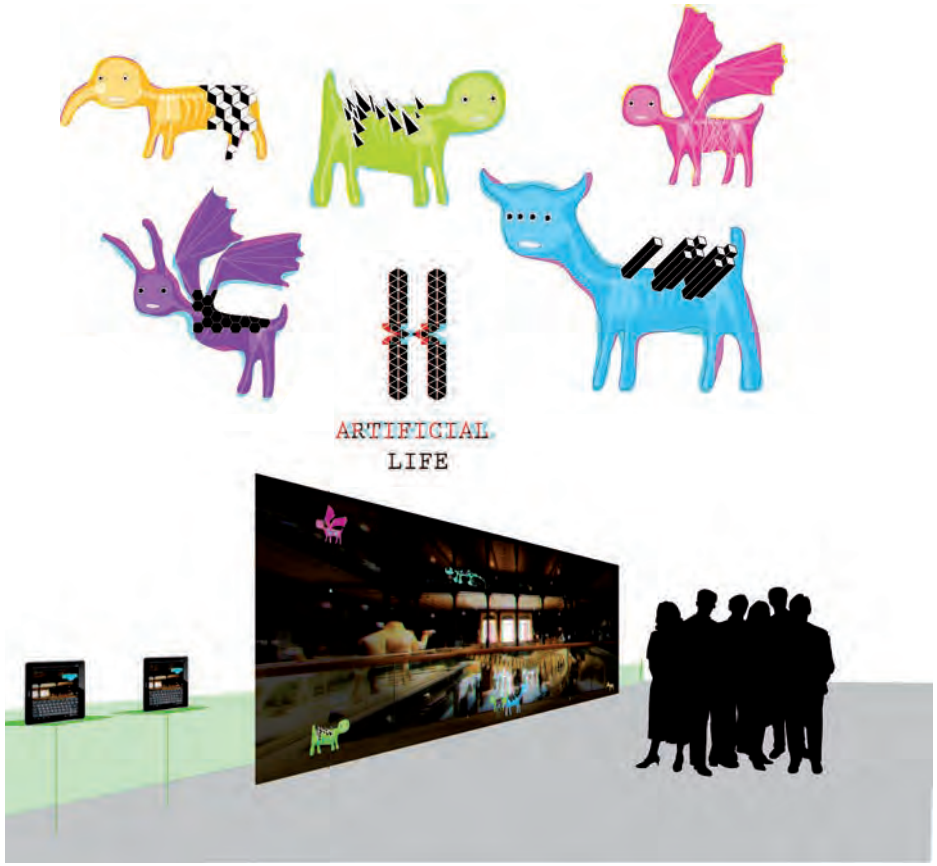
ARTIFICIAL LIFE

Félicitations



Ce projet a pour but d'explorer les possibilités offertes par la génération de formes et de contenus assistés par ordinateur. Le concepteur émet ici un certain nombre de règles, de variables, tout en prenant en compte l'aléatoire ou l'intervention des utilisateurs pour décliner du contenu en série.
J'ai ancré ce projet dans le cadre d'une installation événementielle de communication pour la Grande Galerie de l'évolution, institution rattachée au Muséum d'Histoire naturelle de la ville de Paris. Cette installation propose un modèle d'évolution artificielle. Le but en est de faire connaître la Grande Galerie de l'évolution, lui donner une image dynamique, liée aux théories et aux techniques les plus récentes utilisées dans le cadre du champ de recherche sur l'évolution des espèces. Cette installation s'ancre aussi dans la volonté de cette institution de mêler le message scientifique à une expérience émotive et sensorielle. Elle répond donc à un double enjeu : une problématique liée à l'image, qui vise à amener des personnes, notamment non-parisiennes, à visiter la Grande Galerie de l'évolution lors de leur passage à Paris, et, dans le même temps une problématique didactique, qui cherche à apporter un message sur certains aspects du fonctionnement de l'évolution des espèces. Le projet s'articule en deux temps distincts. Le premier prend la forme d'un site internet et d'une application pour tablette. C'est un laboratoire personnel, où l'utilisateur créé des espèces et les fait évoluer. La deuxième partie prend la forme d'une installation au sein de la Grande Galerie de l'évolution. Il s'agit d'une plaque de verre sur laquelle sont projetées les créatures et leur environnement. Des tablettes permettent de retrouver son espèce et d'en envoyer un représentant dans cet espace commun.

Pour finir, ce projet génère aussi bien des déclinaisons de contenus que de formes, qui sont ensuite réinvesties pour habiller la communication de la Grande Galerie.



WEISSENBACHER MORGANE

morganeweissenbacher@gmail.com

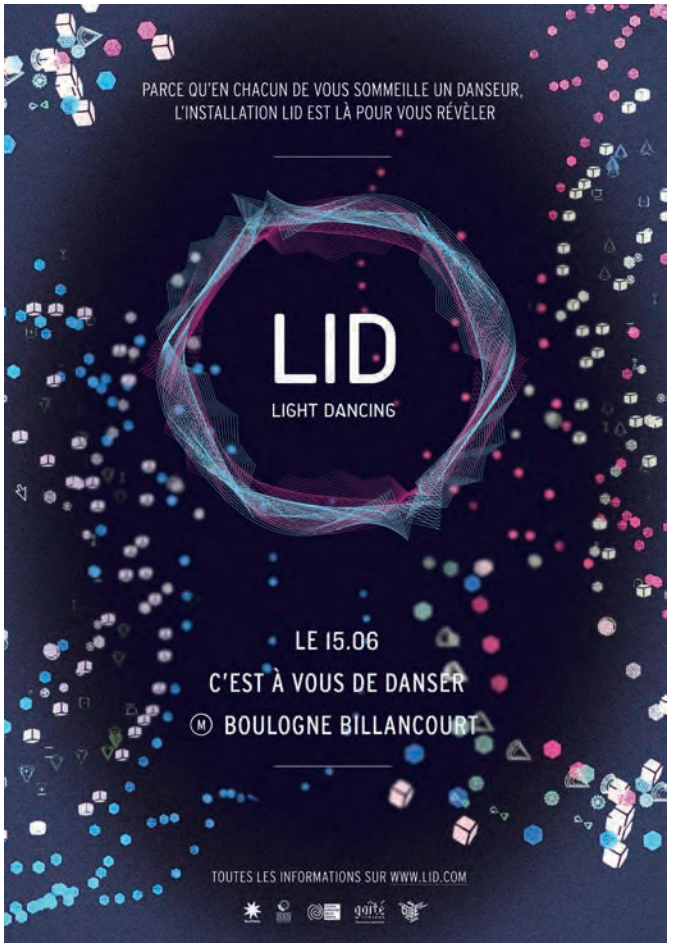
PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011~BTS communication visuelle option print—ESAA Duperré
- 2008•2009~Manaa—Montaigu
- 2007•2008~Première année de licence en Arts Plastiques
- 2004•2007~Baccalauréat Scientifique option S.V.T

WEISSENBACHER
Morgane

LID
Light Dancing

Mention bien



Le projet LID Light Dancing est né d'une idée simple : la danse contemporaine est plus proche de vous que vous ne le pensez. LID est une installation interactive qui révèle la notion d'un travail du corps. Ainsi, du simple marcheur au danseur avisé, LID traduit graphiquement vos moindres gestes. L'installation repose sur le light painting, technique photographique qui consiste à révéler la trace lumineuse réalisée par une lampe torche. Dans cette optique, LID vous propose de laisser votre trace dans l'espace public par le biais de votre corps. Dans un premier temps, c'est votre main qui agit, puis l'installation vous invite à changer d'articulation : tête, coude, genou … pour moduler la projection lumineuse. Elle dispose également d'un menu dont les fonctions dépendent de vos gestes. Ainsi en faisant un rond vous changez les couleurs de la trainée lumineuse correspondante à votre geste. En faisant un rectangle, vous changez de forme. La difficulté augmente quand vous devez faire un rond avec la tête par exemple. L'expérience continue sur le site où vous pouvez observer votre interprétation. Si l'expérience s'est revélée concluante, nous vous proposons des initiations à la danse et/ou des spectacles près de chez vous.

WINTER
JESSICA

jessica.winter45@gmail.com

PARCOURS

- 2011•2013~DSAA design graphique multimédia—Boulogne
- 2009•2011 ~ BTS communication visuelle option multimédia—Lycée Eugénie Cotton— Montreuil
- 2006•2009~ Baccalauréat STI Arts Appliqués—Lycée Eugénie Cotton—Montreuil

WINTER
Jessica

INTELLIGENCE COLLECTIVE

Dans ce projet, nous cherchons à nous interroger sur les outils que les associations citoyennes de quartier peuvent mettre en place pour générer, voire renforcer des liens de sociabilité à l'échelle de ces quartiers et de leurs habitants.
Le manque de bénévolat dans les associations de quartier constitue un cadre d'intervention pour lequel il nous apparaît légitime de développer notre outil social. Ici, nous chercherons à produire et à relancer des relations de proximité, entre les associations et les habitants de ces échelles locales, par le biais du bénévolat. Nous souhaitons initier l'outil à l'échelle de la ville de Montreuil et de ses quatorze quartiers. Cependant dans le cadre de notre diplôme, nous réaliserons ce projet sur l'échantillon d'un quartier en particulier : La Noue - Clos Français. L'outil social que nous proposons de mettre en place est un réseau de troc de temps. Il a pour but de générer et de susciter de nouvelles initiatives d'action sociale et de bénévolat occasionnel auprès des habitants. Un des paris de cet outil est d'amener progressivement les habitants passifs et consommateurs d'activités, à devenir des acteurs responsables de la microsociété dans laquelle ils vivent. L'avantage d'un tel dispositif est de pouvoir offrir une plus grande visibilité des actions, des activités, des besoins et des manques du tissu associatif du quartier.

Crédits photo couverture : Laëtitia Anding-Malandin

www.dsaamultimedia-prevert.fr