

le cahier

Le magazine de l'agence qui se raconte

numéro 4

Page 4

Invention

Se raconter,
sans se la **raconter**

Page 8

À vous de jouer !



Info ou Manon!



Nous avons deux marathoniennes dans l'équipe

Intox : Nos deux collègues Anne-Sophie et Mélanie ont participé au challenge du ruban rose aux côtés de 5 000 autres marcheurs et coureurs. Bravo à elles !

Nous avons trouvé la collègue parfaite



Intox : Michelle est blonde, belle, douce, drôle, intelligente... C'est la petite golden retriever que Nico vient d'adopter !

Manon a interviewé une star nationale



Info : Dans une autre vie, notre consultante éditoriale/journaliste de terrain équipée de son micro a réussi à se frayer un chemin dans la foule d'une avant-première pour poser une question à... Dany Boon !

On ne change pas une équipe qui gagne !

Nouvelle identité, mêmes partenaires. Dès 2009, Nord'Imprim s'est engagée dans une politique de responsabilité environnementale qui n'a cessé de se consolider. Des certifications exigeantes traduisent la force de ses convictions : ISO 9001, ISO 14001, ISO 26000 PEFC, FSC, Imprim'Vert, Print Ethic, etc. Un engagement envers la qualité, l'environnement, le souci du travail bien fait... que nous partagerons pour encore de nombreuses années !

Tourner la page



Il y a plus d'un an, l'équipe Caillé associés s'acheminait vers un rendez-vous qui allait changer le cours de son histoire. Pleins d'enthousiasme mais le bras fébrile, nous prenions un selfie devant la gare du Nord, nous demandant ce qui ressortirait de l'atelier organisé par nos collègues concepteurs-rédacteurs du groupe Copylot.

Redéfinir l'identité d'une entreprise nécessite de poser un regard introspectif, mais aussi extérieur sur ce que l'on est. Le réaliser seul est difficile, nous ne le savons que trop bien, pour avoir accompagné nos clients dans cette démarche de nombreuses reprises. Comme eux, nous avons sollicité l'aide de sages-femmes, ou plutôt d'hommes sages (clin d'œil à Fabrice et Benjamin !) qui ont fait naître des réponses aux questions que nous nous posions. Qui sommes-nous vraiment aujourd'hui ? Quelle est notre raison profonde d'exister ? Comment préserver l'ancrage de l'agence tout en laissant s'exprimer la nouveauté que nous souhaitons insuffler ?

Il s'agissait de choisir, avec humilité, les mots pour se valoriser, les éléments graphiques les plus pertinents pour retranscrire notre univers... en somme, de se raconter, sans se la raconter. Nous vous présentons notre nouvelle identité dans ce nouveau numéro et nous espérons que vous trouverez en elle l'évidence qui a fait l'unanimité au sein de notre équipe.

Pour en découvrir davantage, c'est à votre tour de... tourner la page !

NOS RAPPORTS

Vilogia : S'unir pour l'habitat vivant

Réalisé et numérisé par notre équipe, le rapport d'activité de Vilogia met en lumière les convictions et les actions menées par le bailleur social pour faire de l'habitat abordable un lieu moteur de la vie urbaine et du lien social. Plus qu'un panorama de l'année écoulée : une démonstration en 56 pages de l'apport de l'entreprise à la vie urbaine.



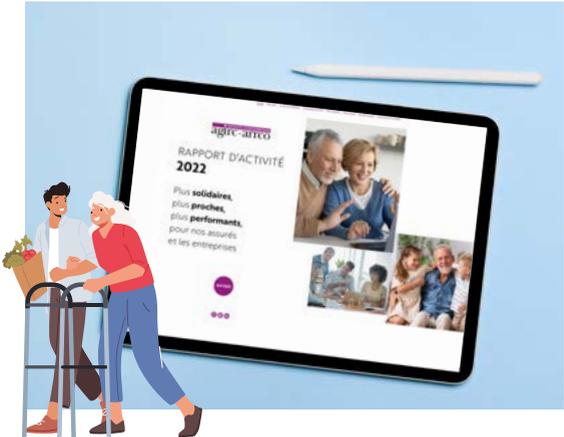
Médiation, information, protection

L'agence a assuré la conception et la réalisation du rapport d'activité 2022 du médiateur national de l'énergie. Au-delà de retracer les faits marquants de l'année 2022, ce support de 164 pages met en lumière les actions mises en place pour protéger les consommateurs. Une belle réalisation construite sur un principe graphique dynamique de superpositions et de collages.



Plus solidaires, plus proches, plus performants

L'Agirc-Arrco a choisi l'agence pour la conception éditoriale et graphique ainsi que la réalisation de son rapport d'activité 2022 en version imprimée et numérique. Cet acteur essentiel de la protection sociale en France souhaitait démontrer son engagement à être toujours plus solidaire, plus proche et plus performant pour les assurés et les entreprises. À travers des faits marquants, avec une approche émaillée de chiffres clés et de hors-textes, ce support valorise le rôle de l'Agirc-Arrco dans la société et sur le territoire.



Se raconter, sans se la raconter

Raconter les histoires de nos clients, les mettre en mots et les mettre en scène, c'est notre spécialité. Pour ce qui est de se raconter... c'est une autre histoire ! Pour accompagner Caillé associés dans cette nouvelle phase de sa vie, nous avons besoin d'un catalyseur, que nous avons trouvé auprès des équipes conceptrices-rédactrices de Spitch et des talents graphiques de TigreBlanc. Nous nous sommes questionnés, nous avons bousculé nos idées et trouvé notre évidence.

Al calie

AL pour alchimie

CALIE pour :

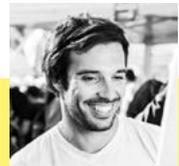
- **qualité**, une exigence de chaque instant partagée avec nos clients ;
- **calligraphie**, en référence à la dimension manuscrite du texte, qui est la matière première de nos supports et à notre ADN de journalistes.

Une réflexion de fond

Un premier atelier a permis de faire ressortir des thématiques fortes, exprimées par notre équipe :

- **l'artisanat**, pour la dimension sur-mesure de nos activités et notre amour du travail bien fait ;
- **la créativité**, pour notre volonté d'oser, de sortir des sentiers battus, de surprendre et de séduire ;
- **l'alchimie**, qui fait référence au travail de la matière brute avec le souhait d'en faire une pépite éditoriale. Cette notion renvoie aussi à la cohésion entre les membres de notre équipe et entre l'agence et ses clients.

Ok... et maintenant on fait quoi ? C'est simple (enfin, pas aussi simple qu'on ne le croit). Prenez le mot Caillé et la première lettre de "associés", ajoutez-y une touche d'artisanat, une dose de créativité, mélangez dans le chaudron de l'alchimie et laissez opérer la magie de l'anagramme... Et abracadabra ! Euh, non... et Alcalie !



Benjamin Papeau,
Concepteur-rédacteur chez Spitch

"J'ai trouvé ce projet de naming enthousiasmant et stimulant. L'atelier collaboratif a été très enrichissant et a permis de brasser un grand nombre d'idées, dans la bonne humeur. L'équipe d'Alcalie est particulièrement bienveillante, appliquée et chaleureuse, ce fut un vrai plaisir de collaborer avec elle sur cette nouvelle identité. Je suis ravi que tout le monde ait apprécié le travail de Spitch."

Une identité en mouvement

C'est à Tigre Blanc que nous avons confié la lourde tâche de traduire graphiquement notre identité. Nous souhaitions illustrer la capacité de l'agence à se transformer, à réinventer le meilleur de l'existant. Nous rêvions d'une identité en mouvement, qui laisse transparaître une connivence entre notre expertise éditoriale et notre capacité à créer et à sublimer les contenus.

Un emblème rond et ouvert,

qui laisse place à une forme illustrant un trait à la plume qui se multiplie pour former des chemins, un accompagnement, mais aussi un livre ouvert lorsque l'on décroisonne l'ensemble.



Une typographie linéale

pour affirmer la notoriété acquise au fil des années, l'exigence de qualité, la rigueur, le sérieux, contrebalancés par la bas de casse et des angles ronds qui évoquent l'aspect humain.

Alcalie

Communication éditoriale



Des couples de couleurs

qui varient au gré de nos envies pour délivrer une énergie en mouvement. Un terrain de jeu débordant de créativité.

En somme,

un logotype équilibré laissant place à une grande liberté !



Loïc Lallemand,

Directeur artistique chez TigreBlanc

“La mission consistant à élaborer une image singulière tout en étant en harmonie avec votre identité a été stimulante et enrichissante. La méthodologie était pertinente, tout comme les axes de réflexion sur lesquels nous avons partagé nos idées et ressentis. Le fait que l'équipe ait défini chaque facette de la personnalité de l'agence avec transparence et enthousiasme nous a permis de concevoir la nouvelle identité avec fluidité et efficacité. Chez TigreBlanc, on est super contents du résultat et très fiers que l'agence Alcalie se retrouve dans ce nouveau branding !”

Coups de



Le travail de créatifs aux talents aussi uniques que variés nourrit notre métier... découvrez les inspirations de notre équipe !



BOU-
QUIN

... de Mélanie et Amandine
Directrices artistiques

Rendre simple ce qui est compliqué

C'est l'art de la facilitation graphique, qui consiste à transformer en visuels des concepts et des conversations. À travers son livre, Nicolas Carusa explique les techniques graphiques, mais aussi l'attitude mentale à adopter pour hiérarchiser les informations et donc favoriser la compréhension et même la prise de décision. À vos marqueurs, prêts, partez !

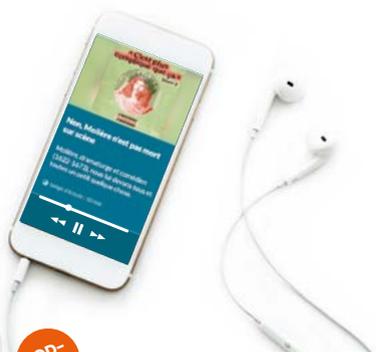


EXPO

... de Françoise
Assistante chef de projet & administrative

Les artisans du papier

Sous l'impulsion de l'association Au fil du temps, le Moulin de la Rouzique situé en Dordogne contribue à faire perdurer un savoir-faire vieux de sept siècles en Occident. Les équipes passionnées expérimentent, testent, mélangent de nouvelles fibres pour créer des papiers d'art innovants et uniques pour tous les usages, notamment artistiques.



POD-
CASTS

... de Florence
Directrice de l'agence et consultante

Non, Molière n'est pas mort sur scène !

Non, on ne brûlait pas des sorcières au Moyen-Âge (on les a brûlées plus tard). Non, Cléopâtre ne s'est pas tuée comme dans les films... Sur un ton léger, enrichi de recherches approfondies et d'une passion évidente,

Jean-Christophe Piot, journaliste, perce dans son podcast les bluffs historiques et rapporte des faits qui vont à l'encontre des exagérations et des rumeurs faciles de l'Histoire. Une pépite de culture !





BOU-
QUIN



... de Nicolas
Graphiste

Poulpe : bien plus qu'un recueil de recettes !

Au fil des 90 recettes détaillées dans son livre, Jean-Pierre Montanay nous plonge dans les légendes anciennes et la littérature pour comprendre pourquoi la pieuvre a, par le passé, tant effrayé et fasciné marins, aventuriers et pêcheurs du monde entier. On y découvre aussi comment est cuisiné ce céphalopode à travers le monde. Un coup de cœur tant graphique que culinaire !



EXPO

... de Laurie et Anne-Sophie
Consultantes

Immersion au pays des merveilles et de l'étrange



Quel meilleur endroit que la demeure victorienne du château d'Hardelot pour découvrir l'exposition Benjamin Lacombe et le victorien ? D'Alice au pays des merveilles à Dorian Gray, en passant par l'étonnante famille Appenzell, l'illustrateur propose une visite pour le moins... insolite ! Une sélection d'illustrations autour du merveilleux, de l'enfance mais aussi de la fascination pour l'étrange, à ne pas manquer ! Exposition jusqu'au 5 novembre 2023.



ILLU

... de Manon
Consultante

Une autre vision du faire-part

Fondé par une illustratrice lyonnaise passionnée de dessin et d'aquarelle, l'atelier Marie R. réalise à la main et aux pincesaux des créations uniques, personnalisées selon le programme, lieu et style de l'événement (mariage, baptême, événement professionnel...). Un vrai coup de neuf pour ce support que l'on croyait connaître sous toutes ses formes.

atelier.marie.r

À vous de jouer !

Le nouveau nom de notre agence est composé des mêmes lettres que l'ancien... dans un ordre différent. Saurez-vous retrouver nos trois valeurs fondamentales en appliquant le même principe ?

Valeur n°1

ECENXIGE

Cette valeur désigne à la fois la qualité, la rigueur mais aussi le respect sous toutes ses formes. Le respect de nos clients, des collaborateurs, de la déontologie et des chartes autant éditoriales que graphiques. En résumé, elle représente notre amour du travail bien fait.

Valeur n°2

VONTILACIVE

Elle incarne à la fois notre bonne humeur, notre esprit d'équipe, les belles relations que nous avons nouées au fil du temps avec nos partenaires, mais aussi notre façon de travailler main dans la main avec nos clients.

Valeur n°3

SIAMETOUSHNE

Elle combine l'inspiration, notre envie de surprendre, notre amour des challenges, mais aussi notre envie de proposer, d'oser des choses nouvelles tout au long des projets.

Alors, vous avez trouvé ?

Réponses :
1. Exigence 2. Convivialité 3. Enthousiasme

Pourquoi ne pas questionner vos outils de communication ? Un projet ? Une idée ? Contactez-nous !



Alcalie
03 28 36 23 23
Business Park - Bâtiment A
87 rue du Molinel
59700 Marcq-en-Baroeul

Retrouvez les précédents numéros du cahier sur www.alcalie.fr

