

le cahier

le magazine vitaminé de Caillé associés

numéro 1



Retrouvez notre recette pour des projets vitaminés page 8

Page 2

C'est frais !
Première fois

Page 4

Ça pétille !
Dans le mille avec
la co-conception

Page 6

Nos coups de cœur
À chacun son
inspiration !

Info

ou
Intox



Notre graphiste Nico a arrêté de fumer depuis 124 jours...

Intox : il a arrêté d'acheter des cigarettes, nuance...



Notre consultante Manon a demandé un devis pour une "mise en plis"

Info : c'est bien connu, nos prestataires en routage manient la permanente comme personne...

Une nouvelle collègue a rejoint notre équipe

Intox : son rôle est indispensable au moral des troupes, nous souhaitons la bienvenue à notre nouvelle machine à café !



Imprimeur responsable

Encres végétales, papiers recyclés, fournisseurs soigneusement sélectionnés, tri des déchets... Partenaire de l'agence depuis de nombreuses années, Nord'Imprim met la préservation de l'environnement au cœur de son activité !
www.nord-imprim.fr



Première fois

Depuis le premier numéro réalisé par l'agence il y a 25 ans, les magazines se suivent mais ne se ressemblent pas. Matérialiser l'histoire de nos clients, retranscrire leurs valeurs, nous imprégner de leur culture font partie de notre métier. Et si, pour la première fois, nous employions ce talent pour parler non pas des autres, mais de nous ? Curieux et vitaminé le cahier est un condensé de notre actualité, de notre expertise éditoriale et de nos personnalités.

Coup de projecteur sur nos projets, coups de cœur de l'équipe... À travers ces huit pages, vous découvrirez nos inspirations, nos méthodes de travail... mais apprendre peut-être aussi que la créativité est aussi chez nos clients, auprès desquels nous nous enrichissons dans le cadre des co-conceptions. Plus largement, elle s'exprime chez chacun de manière souvent insoupçonnée : cueillir une feuille et en faire un herbier, améliorer une recette, bricoler, rire d'un tracas quotidien... c'est rendre l'éphémère durable, surprendre et faire plaisir, trouver des solutions, prendre les choses à contre-pied.

Nous créons des supports, mais les créations qui rythment la vie des entreprises constituent la matière vivante, parlante, sans laquelle ils n'existeraient pas. Ensemble, nous concourons au même dessein : rendre chaque numéro unique, lui donner en somme, chaque fois... des airs de première fois.

L'équipe Caillé associés





Norevie, un tout nouveau magazine clients

Norevie relance sa communication auprès de ses clients via un nouveau support. Simplement nommé le Mag, émaillé d'illustrations, il offre sur huit pages, diffusées tous les deux mois, un bel aperçu du dynamisme de l'entreprise et dispense des conseils pratiques pour faciliter le bien-vivre ensemble. Ce support a été conçu et totalement réalisé par l'agence !

Faire bouger les lignes du Crédit Agricole Nord de France

Depuis 2020, Caillé associés réalise "Ça bouge" : le nouveau magazine du Crédit Agricole Nord de France. Un support qui fait du bien tant il vient bousculer les codes du milieu bancaire en montrant que l'on peut apporter de la nouveauté sur des sujets institutionnels. Format plus moderne, ligne éditoriale renouvelée avec un style plus direct, codes graphiques mettant à l'honneur le style magazine... Bref, modernité, créativité et fraîcheur, tout y est !



Le Louvre autrement

Pour la deuxième année consécutive, le Louvre-Lens nous a confié la réalisation de son rapport d'activité dans le cadre d'un mécénat de compétences. Plusieurs mois durant, notre équipe s'est attelée à la réalisation d'un support retranscrivant les réussites, les épreuves et les apprentissages d'une année particulièrement éprouvante... Le musée a tenu bon, il s'est réinventé pour garder le cap, rester fidèle à ses missions et à son territoire, rester présent, le plus possible, du mieux possible. Un exploit collectif que nous sommes fiers d'avoir mis en lumière !

Dans le mille avec la co-conception !

Qu'il s'agisse d'un magazine interne, d'un livre d'entreprise, d'un rapport d'activité, l'agence propose régulièrement à ses clients un accompagnement en co-conception. Objectif : imaginer et créer le support en concertation avec un groupe projet.



Travailler la partie éditoriale

En s'appuyant sur la méthode métaplan, l'équipe de l'agence laisse du temps au groupe pour imaginer tous les types de sujets ayant leur place dans le support. Elle anime ensuite cette partie en regroupant les idées, en les classant, en échangeant avec le groupe... Objectif : déterminer un rubricage qui fera consensus !



1 Constituer le groupe projet

Métiers, compétences, âges, ancienneté, statuts différents... ce groupe doit être représentatif de l'entreprise et de la cible du support. Cette diversité de profils permet de démultiplier les points de vue, questions, partages d'expériences, confrontations d'idées...

2 Déterminer le look du support

Planches tendances, exemples de magazines (réalisés par l'agence ou non)... l'objectif est ici de définir un cahier des charges qui servira de base à la directrice artistique pour concevoir le support. Style graphique, format, papier, couleurs, illustrations, typographies... tout est passé en revue.





Les idées fusent !

Ça phosphore, ça échange, ça crée... bref, l'équipe est en ébullition pour concevoir le support en respectant les souhaits du groupe projet.

Le clou du spectacle

C'est l'heure du show : l'équipe de l'agence en charge du projet va présenter sa proposition au groupe. L'avantage avec ce type de démarche : c'est que l'agence fait souvent bien du premier coup car le support répond aux attentes des clients.

ouahh !



Booster toutes les créativité

L'équipe facilitatrice, composée d'une consultante éditoriale et d'une directrice artistique, intervient à plusieurs niveaux : en amont de l'atelier, elle conçoit une méthodologie et des exercices adaptés dans le but de booster la créativité du groupe. Au cours de l'atelier, elle aide les participants à exprimer leurs idées, les reformuler, les questionner et les approfondir. Puis, à partir des informations recueillies, elle travaille à l'élaboration d'une offre répondant à leurs attentes.

TMMF AG a testé

Grâce à cette méthode, l'équipe vient de concevoir le nouveau magazine interne de Toyota Motor Manufacturing France (TMMF). Anne Manet, chargée de communication interne, partage son expérience suite à la journée de co-conception réalisée par l'agence. Une première pour elle !

"Cette expérience très enrichissante a permis de confronter des points de vue très différents : ceux des "communicantes" que nous sommes et ceux des collaborateurs issus des divers secteurs de l'entreprise, qui sont les représentants de nos lecteurs. De nombreuses idées, propositions d'améliorations, réflexions ont alimenté les échanges. Réaliser un atelier de co-conception avec l'agence m'a surtout permis de ne pas me poser en leader de réflexion et animatrice de groupe. Je me suis laissée porter par la démarche tout en ayant la possibilité d'apporter des éléments de réponse ou de réorientation de la discussion quand cela a été nécessaire. L'agence a un véritable rôle d'animation, de synthétisation et de structuration des idées. Elle nous a également aidés dans la réflexion tant sur le fond que sur la forme. Cette méthode permet de se détacher de l'existant. Elle laisse une place prépondérante à la participation des acteurs de l'entreprise."

"Nous souhaitons que l'équipe de communication ne soit plus l'unique "tête pensante" du journal interne. Nous poursuivons cette action avec un comité de rédaction qui réunit les mêmes acteurs."



Coups de

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

... **Mélanie**

Directrice artistique



Le monde pour terrain de jeu

Armé de son appareil photo et de ses créations en papier, Paper Boyo parcourt le monde pour transformer des paysages et monuments célèbres en quelque chose de nouveau. King Kong au sommet de l'Empire State Building, Spider-Man dans les rues de New-York... je trouve ses œuvres inspirantes et poétiques, elles me permettent de m'évader et de voyager en découvrant la ville sous un nouvel angle.

 **paperboyo**



©paperboyo

... **Manon**

Consultante



Studio d'incidences créatives

Héritières de l'imprimerie familiale, amoureuses de surréalisme et de typographie, les sœurs Sammarcelli s'associent pour créer ensemble "l'Indéprimeuse". Entre édition et conception visuelle, elles se jouent des conventions pour rechercher le rire dans la littérature et dans les mots en général. L'objectif : faire circuler l'amour du livre et de l'objet imprimé... un coup de cœur évidemment !

 **L'Indéprimeuse**

... **Françoise**

Assistante chef de projet & administrative



Vous n'écrirez plus vos mails comme avant !

Le saviez-vous ? On ne dit pas "je vous joins" mais "je vous adresse", "clôturer" mais "clore"... À travers un format amusant et facile à retenir, Karine, enseignante de Lettres Classiques dans la vie, dispense ses "parenthèses élémentaires" sur les réseaux sociaux. Au programme : définition de mots rares, figures de style, quiz sur le genre des mots... En résumé, des miscellanées tout sauf amphigouriques !

 **lesparentheseselementaires**

je vous adresse

je-vous-joins

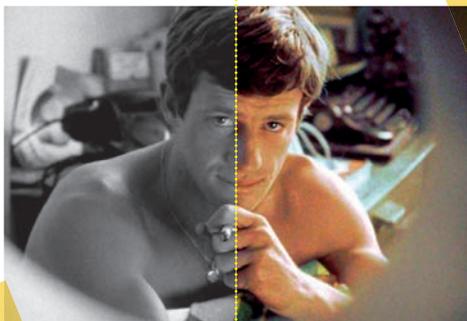
clôturer

clore



"La créativité, c'est l'intelligence qui s'amuse"

Albert Einstein



@sebcolorisation

... Nicolas
Graphiste



Le passé en quadrichromie

Passionné de photographie et retoucheur indépendant, Sébastien de Oliveira redonne vie aux photos d'archives grâce à la colorisation. Parmi ses thèmes de prédilection, l'Amérique des années 1920 à 1940. Plus qu'une technique, la colorisation est un travail d'artiste : si certains indices sont donnés par la nature (couleur du ciel, végétaux, teintes de peau), le reste est le fruit de son imagination !

[sebcolorisation](#)



... Florence

Directrice conseils



Nul besoin d'être un grand physicien pour trouver une idée originale ou faire une découverte innovante. Vous améliorez une recette avec un ingrédient étonnant ? Vous imaginez une activité avec vos enfants ? Vous êtes créatif !

... Amandine

Directrice artistique



Un blog *Sodeco*

Touche à tout et pleine d'idées, elle vous apprendra par exemple à "aménager une salle de jeux pour grands enfants" ou encore à "harmoniser les couleurs". Une mine d'or pour tous les créatifs !

[sodeco_off](#)



@sodeco_off



... Stéphanie

Directrice conseils



Le magazine Lidl : un condensé de vitamines et de bonnes idées !

Dans le genre vitaminé, le magazine Lidl apporte de la fraîcheur au sein de la presse commerciale. On y trouve de bonnes idées éditoriales avec notamment un rubricage ludique et frais. Mais aussi graphiques : des couleurs pêchues, des typographies tendances et gaies, une mise en page attrayante et amusante. Cerise sur le gâteau : la marque propose des recettes savoureuses et faciles à réaliser.

Notre recette pour des projets frais, pétillants et vitaminés !

Difficulté : facile | Temps de préparation : 15 minutes

Ingédients

- 1 tasse de créativité
- 3 cuillères à soupe de curiosité
- 1 zeste d'audace
- 1 client
- 1 graphiste
- 1 conseil
- 1 assistante éditoriale
- 25 ans d'expérience



Étapes

- 1 Dans un grand contenant, mettez un client, un conseil et un graphiste.
- 2 Ajoutez la créativité, la curiosité et l'audace, puis mélangez.
- 3 Saupoudrez la préparation de 25 ans d'expérience.
- 4 Laissez infuser, sans oublier le zeste de patience.
- 5 Dégustez sans modération, et n'oubliez pas de partager !



On prend un verre ?



Agence Caillé associés
03 28 36 23 23



Business Park - Bâtiment A
87 rue du Molinel
59700 Marcq-en-Barœul



www.cailleassocies.fr

Contactez-nous !

