

Nom : Fournier
Prénom : Loïc
Email : loicfournier69380@outlook.fr
Formation : Designer Global et Architecte d'Intérieur

# PORTFOLIO

<b>03</b>	<b>Mon parcours</b>
09	P.01 - Cave/Bar à vin
19	P.02 - Bar à Cocktails/Tapas
27	P.03 - Boutique de prêt à porter
35	P.04 - Centre socio-culturel
45	Autres projets
59	Références et contacts

N :  
P . 00

Nom et prénom :  
Loïc Fournier

Adresse :  
Paris et Lyon

Étude :  
Designer Global et Architecte d'Intérieur

Année :  
1999

Email :  
loicfournier69380@outlook.fr

Ce que je recherche :  
Architecture commerciale et résidentielle - Graphisme - Scénographie

## MA PRÉSENTATION

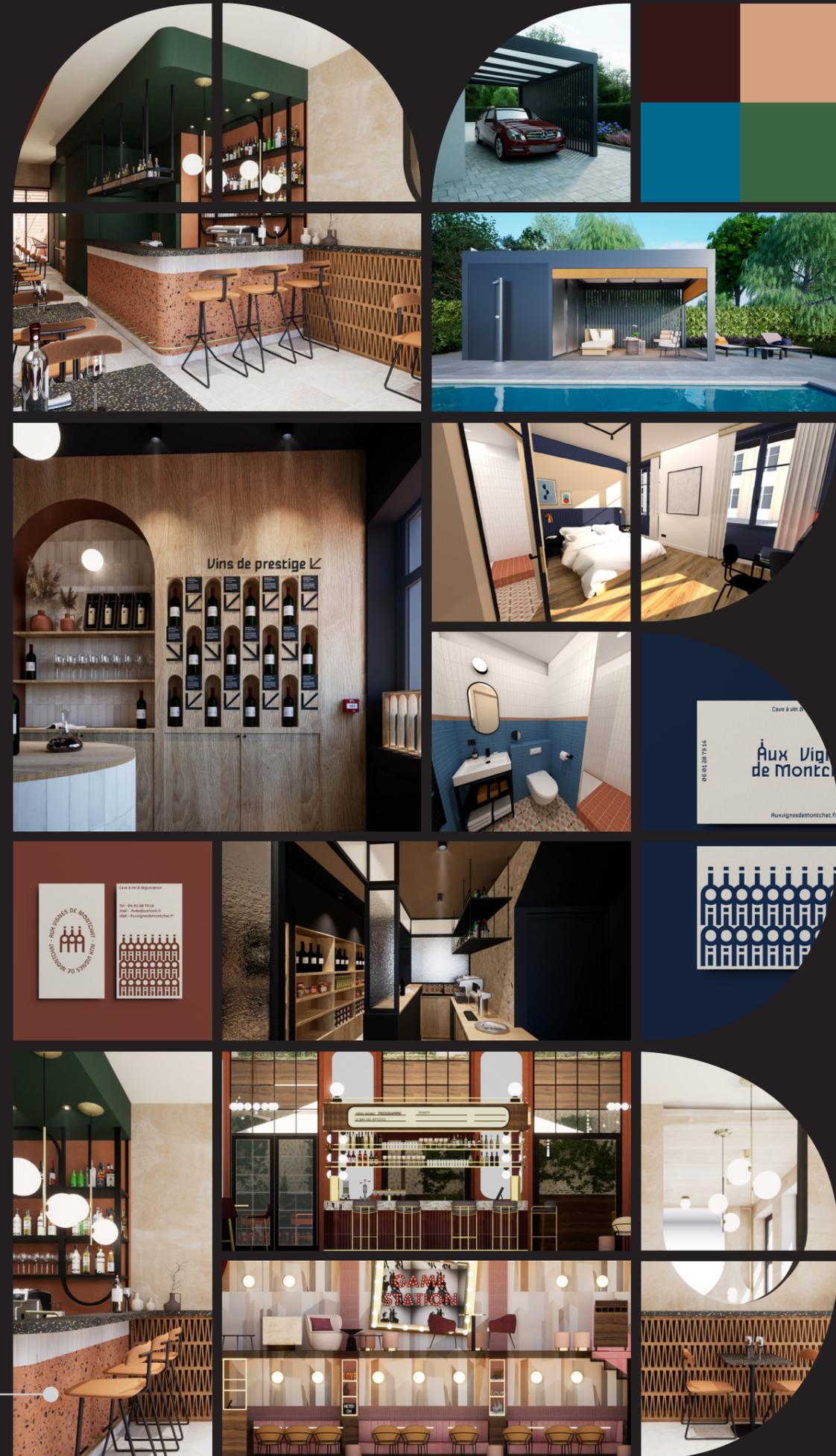
▶ Ces 4 années m'ont permis de découvrir et **d'approfondir le métier de designer global**. Grâce à ma formation j'ai compris que j'aimais traiter un projet dans sa globalité, de la phase de recherche aux détails techniques pour comprendre **l'idée et sa mise en œuvre**. J'apporte une importance à la **création de concept global**, en ajoutant une certaine sensibilité graphique pour que le projet réponde à la demande du client.

## CE QUE JE RECHERCHE

▶ Je souhaiterais intégrer une agence où design global et architecture d'intérieur s'associent pour créer un **véritable concept architectural**. J'aimerais approfondir **mon expérience de chantier et la maîtrise technique du bâtiment** au regard des contraintes techniques de réalisation.

Images :  
3D et Mock-up

Ensemble de tous les projets réalisés en tant que freelance.





Identité graphique - freelance

**Expérience:**  
Création de la micro entreprise

Durant ma dernière année d'études supérieurs, j'ai créé ma micro-entreprise dans le but réalisé **des projets en graphisme**, puis dans un second temps, **de collaborer avec des agences d'architectures d'intérieurs**. Après avoir obtenu mon diplôme, j'ai commencé mon activité de freelance à plein temps en collaborant **avec Clara Rochedy Architecture**, pour des projets **tant résidentiels que publics**.

**Collaborateurs:**

	Projets participés: 6 (4 publics et 2 privés)	Agence: Clara Rochedy Archi	Explication: Architecture d'intérieur Prises de côtes - Visites chantiers - Dossier ERP - Visuels 3D - Conception <b>Cave à Vin, Restaurant et Hôtel lifestyle</b> - Identité graphique.
	Depuis quand ? Sept 2021	Localisation: Lyon 6e - 69006	
	Projets participés: 1 Maison	Agence: Split Studio	Explication: Architecture d'intérieur Réalisations de <b>DCE</b> - Plans techniques - Plâtrerie - Menuiseries - Plomberies - Zoning - Revêtements.
	Depuis quand ? Janv 2022	Localisation: Lyon 1er - 69001	
	Projets participés: 10 privés (extérieur)	Agence: Businessmaker	Explication: Architecture d'intérieur Conception Visuels 3D sur <b>Sketshup</b> - Visuels photoréalistes sur <b>Twinmotion</b> - Insertion paysagère sur <b>Photoshop</b> .
	Depuis quand ? Dec 2021	Localisation: Lyon 4e - 69004	

03	Mon parcours
<b>09</b>	<b>P.01 - Cave/Bar à vin</b>
19	P.02 - Bar à Cocktails/Tapas
27	P.03 - Boutique de prêt à porter
35	P.04 - Centre socio-culturel
45	Autres projets
59	Références et contacts

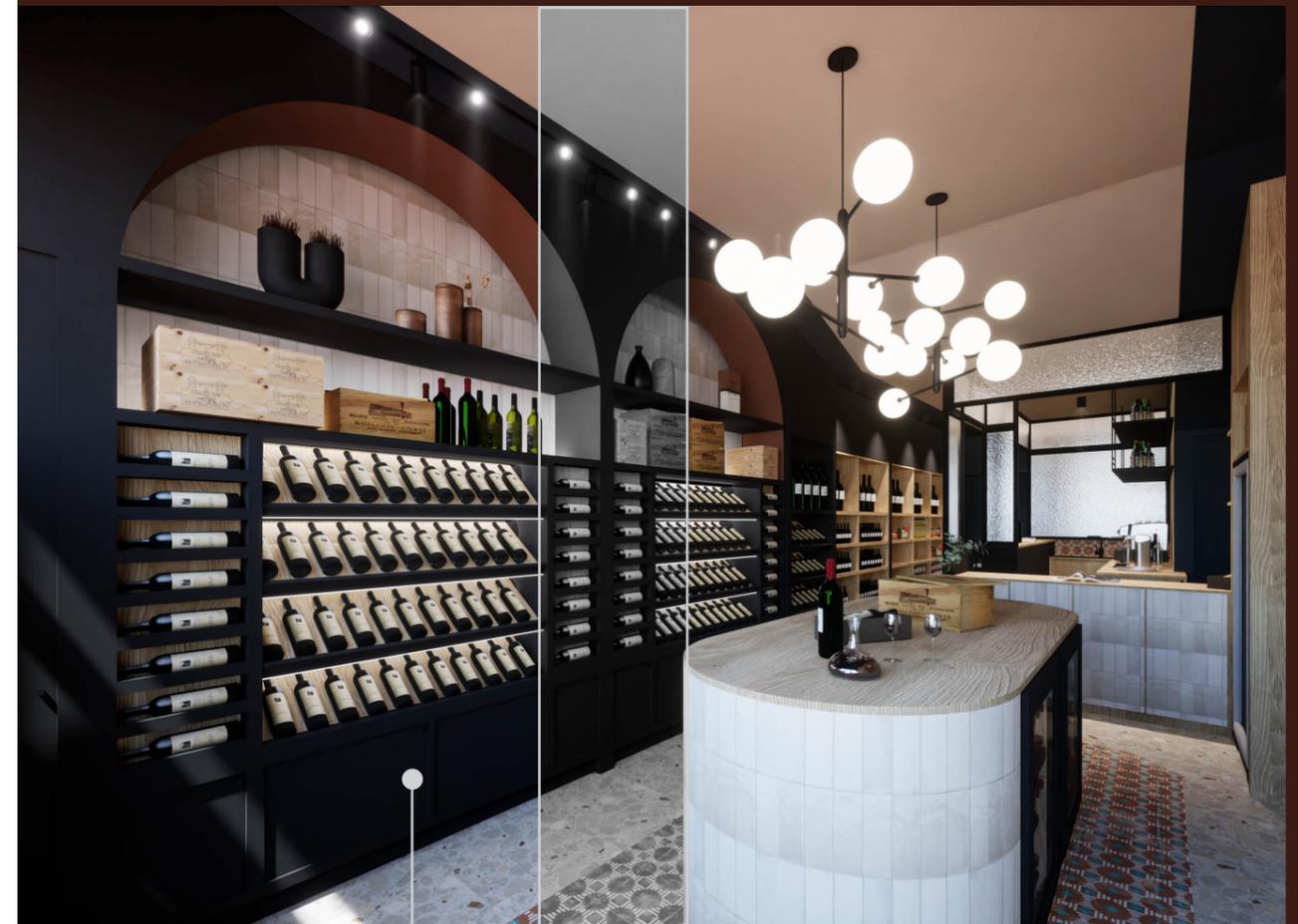
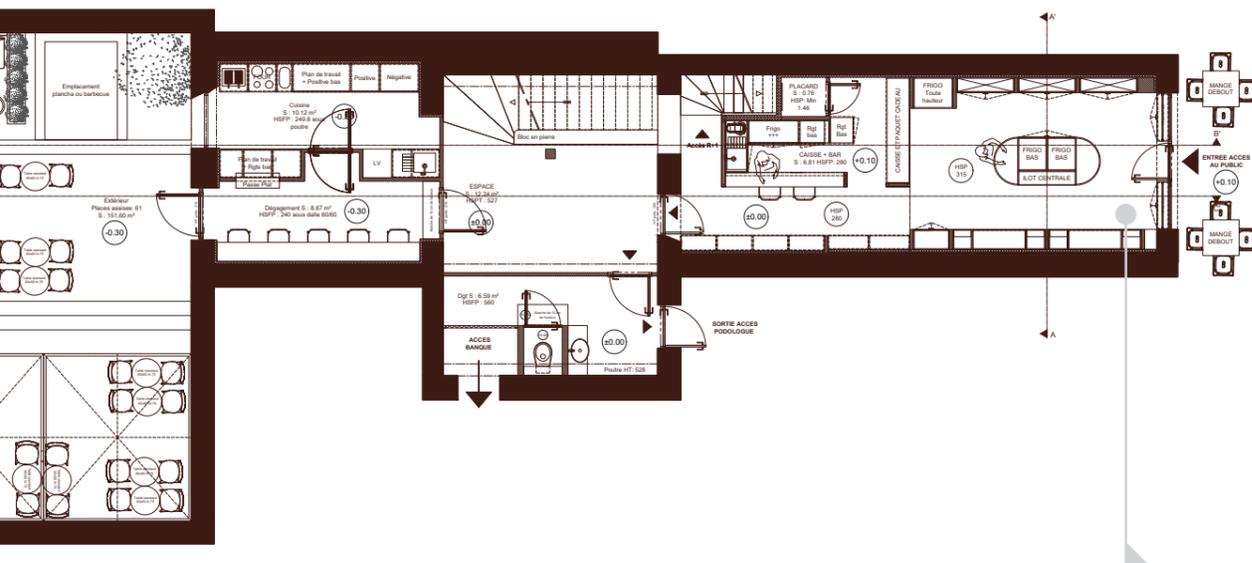
N : P . 01		
Nom du Projet : Aux Vignes de Montchat	Localisation : Quartier de Montchat	
Année: 2022 - en cours de chantier	Surface : 66 m <sup>2</sup>	Code postal et ville : 69003 - Lyon
Type d'architecture : Architecture commerciale - Cave/bar à Vin - Identité graphique		

LA MISSION

- Implanté dans le quartier de **Montchat**, à l'est du troisième arrondissement de Lyon, nous imaginons un **concept de cave/bar à vin en cassant les codes** de la cave à vin traditionnelle.

LE PROJET

- Le projet est divisé en **deux étapes**. La première, transformer le **bar de l'ancien propriétaire en cave/bar à vin**. Et la deuxième étape était d'aménager une **cuisine et un extérieur de 200m<sup>2</sup>** pour accueillir des clients à partir de mars.



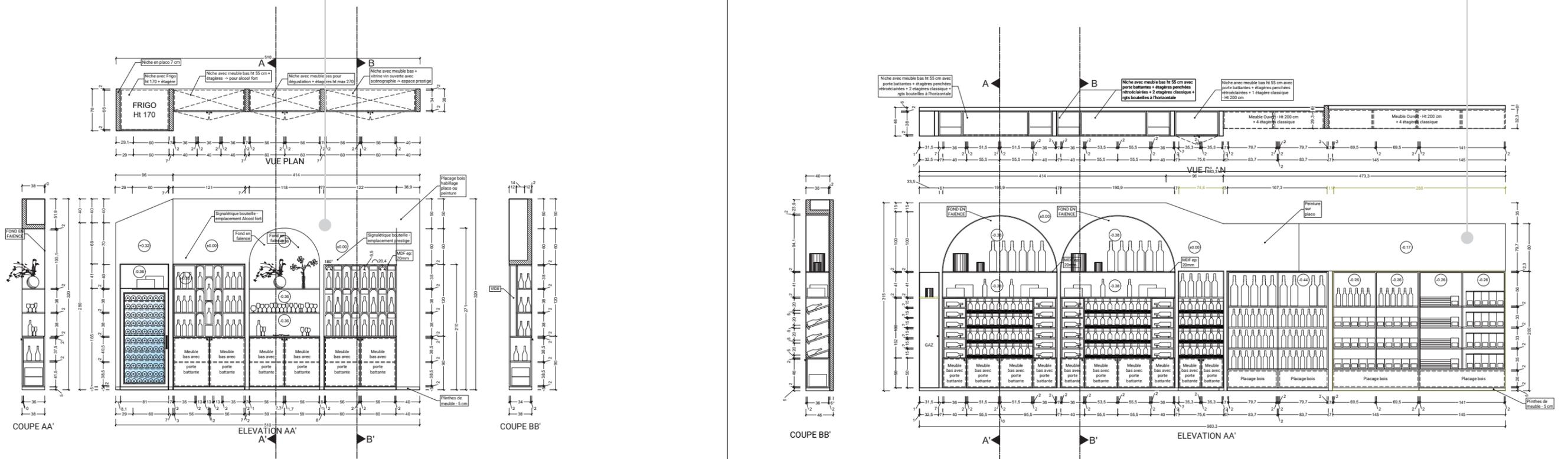
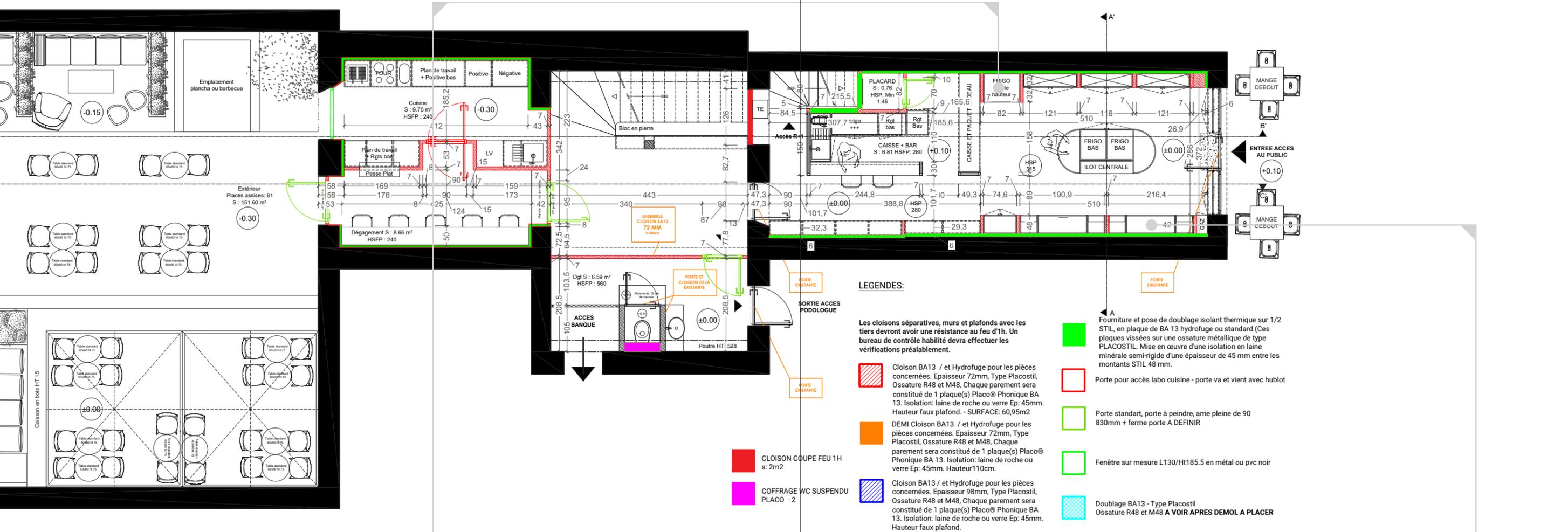
Entrée - 3D - Sketchup/  
Twinmotion



Vue depuis îlot central - 3D - Sketchup/Twinmotion

Notre piste :  
Inspiration et parti pris.

Nos recherches :  
Nous nous sommes inspirés des **anciennes caves de bourgognes en pierre, aux formes circulaires**, pour créer des **niches** et des **alcôves** sur les deux côtés du local. Nous avons également mis l'accent sur un graphisme et une **signalétique claire** pour orienter le client dès son entrée dans le local.





Charte - Le logo et ses variantes

Notre piste :  
Partis pris et explications

Explications :  
Sur cette icône, trois bouteilles de vin sont dessinées représentant **les trois associés, et l'implantation du projet** (3ème arrondissement de Lyon). Nous avons utilisé une typographie **sans empattement et circulaire** pour reprendre les **éléments architecturaux** à l'intérieur de la boutique.



Mock-up - Logo sur tablier



Mock-up - Carte de visite

03	Mon parcours
09	P.01 - Cave/Bar à vin
<b>19</b>	<b>P.02 - Bar à Cocktails/Tapas</b>
27	P.03 - Boutique de prêt à porter
35	P.04 - Centre socio-culturel
45	Autres projets
59	Références et contacts

N : P . 02		
Nom du Projet : Le Petit Impro	Localisation : En plein coeur du 6ème arrondissement de Lyon	
Année: 2022 - en cours de chantier	Surface : 51 m <sup>2</sup>	Code postal et ville : 69006 - Lyon
Type d'architecture : Architecture commerciale - Bar à Cocktails/Tapas		

LA MISSION  
DU PROJET

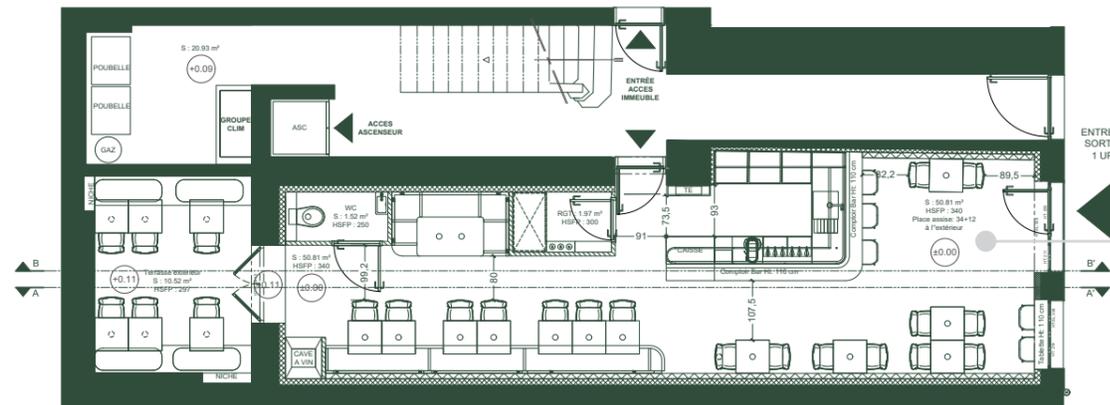
- En plein coeur d'un quartier «bourgeois» de Lyon, nous imaginons un **concept de bar à cocktails proposant également de tapas**.  
Le local est collé au restaurant du client. Il devait avoir un **nom similaire** un accès entre les **deux enseignes pour le personnel**.

INSPIRATIONS

- Nous nous sommes inspiré des **influences art déco** pour retravailler la thématique du bar à cocktails classique. Notre vision était portée **sur une vision moderne du bar à cocktails revisités**, avec une réelle **envie de partage et de convivialité** dans le lieu.



Entrée - 3D - Sketchup/Twinmotion



Nos choix :  
Aménagement et partis pris

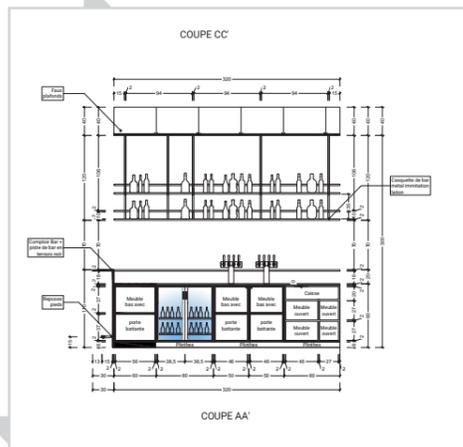
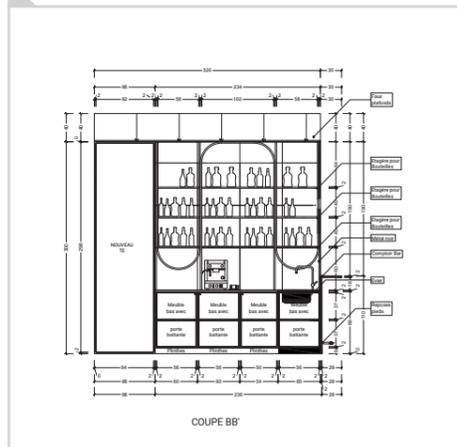
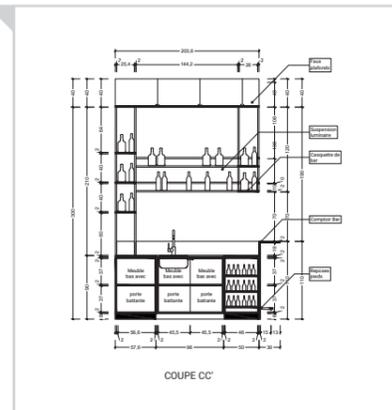
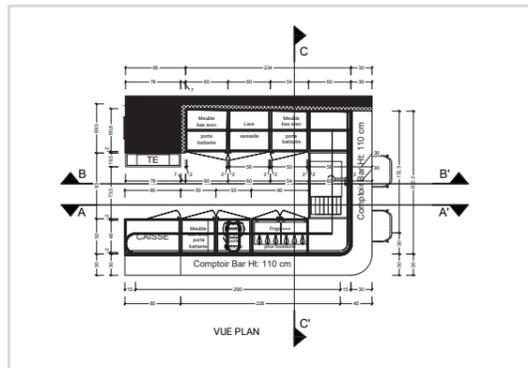
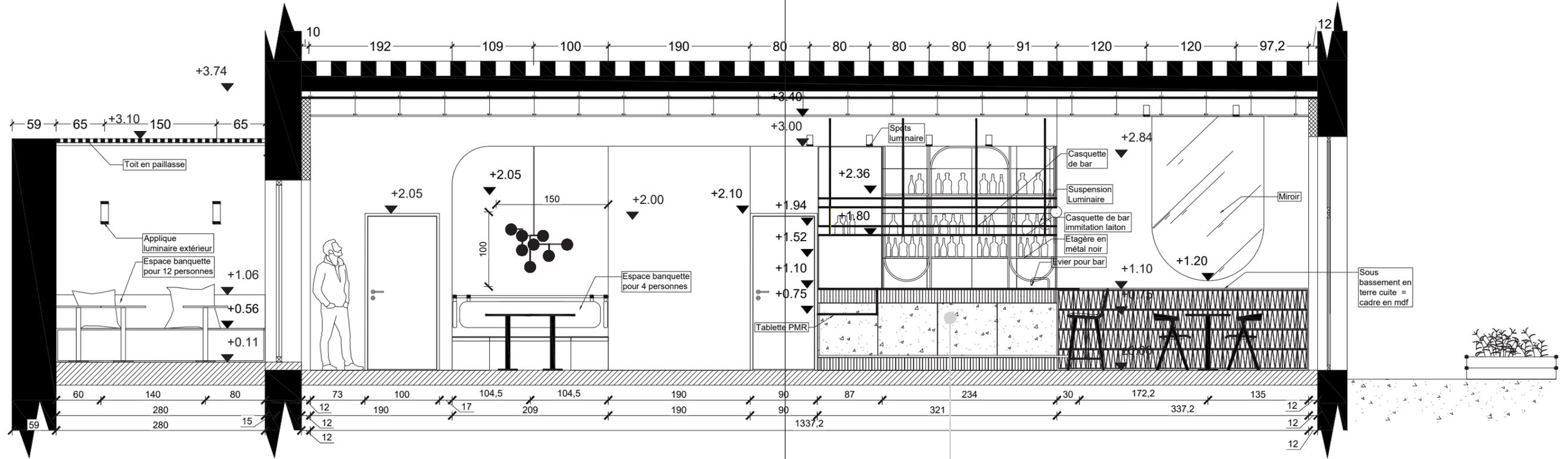
Design intérieur :  
Nous sélectionnons les matières raffinées **comme le laiton, le terracota et le grès cérame**. Mais également, l'utilisation de **matières naturelles et saines** avec la terre cuite (briques) et la peinture à la chaux.  
L'objectif était de garder de sol initial en **travertin** et qu'il soit bien **intégré dans la nouvelle conception**.



Vue d'ensemble - 3D - Sketshup/Twinmotion



Assises - 3D - Sketshup/Twinmotion



03	Mon parcours
09	P.01 - Cave/Bar à vin
19	P.02 - Bar à Cocktails/Tapas
<b>27</b>	<b>P.03 - Boutique de prêt à porter</b>
35	P.04 - Centre socio-culturel
45	Autres projets
59	Références et contacts

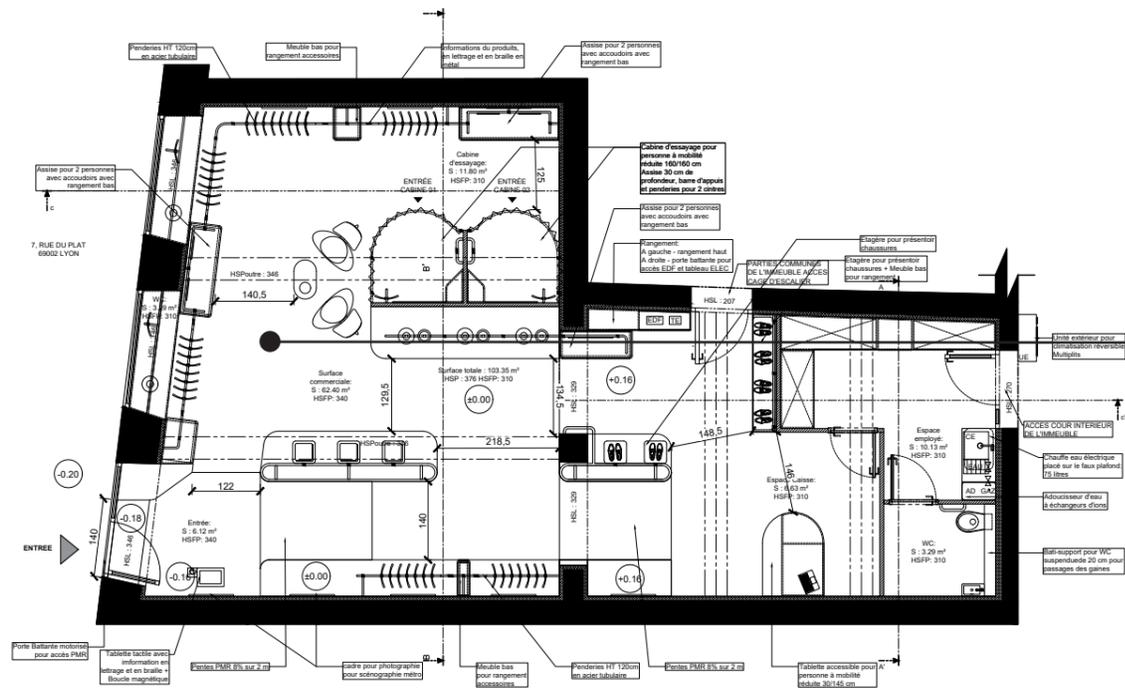
N : P . 03		
Nom du Projet : Le Boutique inclusive	Localisation : 7 Rue du Plat	
Année: 2021 - Mémoire projet	Surface : 103 m <sup>2</sup>	Code postal et ville : 69002 - Lyon
Type d'architecture : Architecture commerciale - Boutique de prêt à porter		

LA MISSION  
ET LE CONCEPT

Le projet consiste à concevoir une boutique de prêt à porter, dédié à la marque **New Yorkaise Engineered Garments**. Ce concept consiste à **allier le beau et les usages**. L'objectif est de repartir des **besoins des utilisateurs** pour créer une **conception accessible et pratique (lieu expérientiel)**. New York est une inspiration profonde pour le créateur de la marque, il en **explore souvent les recoins** pour alimenter son journal.



Espace Musique - Centre socio-cultuel





**A - L'APPROCHE.**  
1 - ANALYSE ET IDÉES

Engineered Garments  
2020-2021

RÉFÉRENCES IMAGES.  
1 - New York.  
2 - Métro New York.  
3 - Croquis de Daiki Suzuki.  
4 - Converse Collaboration

**Le Nuancier.**

**NOIR ANTRACITE**  
REF: Java - F16  
RESSOURCE  
RVB: R47\_V44\_B39  
CMJN: C66\_M59\_J062\_N073

**JAUNE SIGNALÉTIQUE**  
REF: Tourmesol - SL13  
RESSOURCE  
RVB: R255\_V221\_B0  
CMJN: C0\_M10\_J100\_N0

**BLANC PAPIER**  
REF: Washi - HEJU01  
RESSOURCE  
RVB: R253\_V252\_B248  
CMJN: C1\_M1\_J3\_N0

**VERT OLIVE**  
REF: Olive - SC302  
RESSOURCE  
RVB: R100\_V104\_B79  
CMJN: C27\_M41\_J05\_N33

15

RÉFÉRENCES IMAGES.  
1 - Velours de la marque  
2 - Métro New York.  
3 - Boutique Nepenthes  
4 - Métro New York.

2020-2021  
Engineered Garments

**A - L'APPROCHE.**  
1 - ANALYSE ET IDÉES

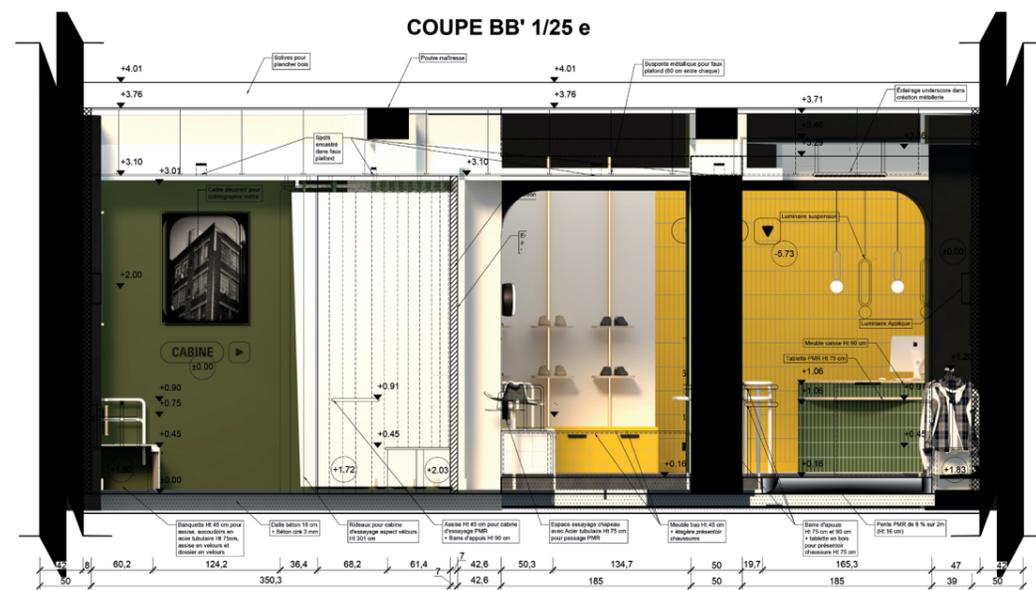
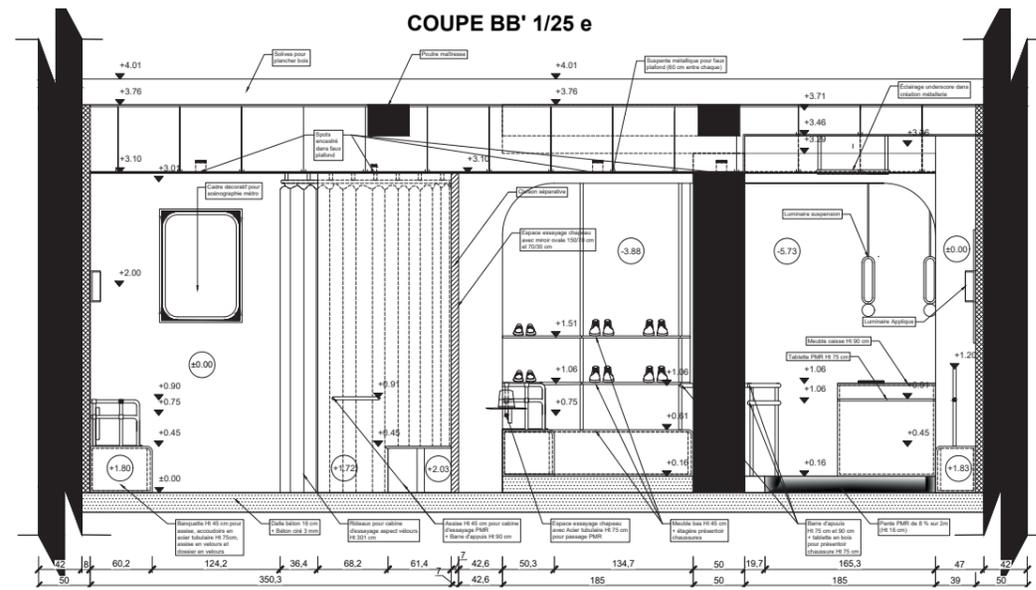
**Les Matériaux.**

**VELOURS**

**CÉRAMIQUE**

**CHÊNE HUILÉ**

**BÉTON CIRÉ**



5

RÉFÉRENCES IMAGES.

1 - Vue de la façade actuelle  
2 - Vue de la rue du plat

2020-2021  
Engineered Garments

A - L'APPROCHE.  
1 - ANALYSE ET IDÉES

### Points Positifs.

- FAÇADE DU BÂTIMENT DU 18E EN TRÈS BON ÉTAT – ENDUIT – MODÈNATURES – FENÊTRE
- DEVANTURE EN APPLIQUE (DEVANTURE EN BOIS AVEC CORNICHE ET PILASTRE TRÈS BIEN CONSERVÉ)
- GRANDE HAUTEUR SOUS PLAFOND
- TRÈS BON POSITIONNEMENT, PROCHES DES TRANSPORTS EN COMMUN, À 2 MINUTES DU MÉTRO BELLECOUR, ET À 5 MINUTES DE VIEUX LYON
- MURS PORTEURS EN PIERRE DE TAILLE
- VENTILATION SIMPLE FLUX À CONSERVER
- CLIMATISATION RÉVERSIBLE À CONSERVER

### Le Diagnostic du local.

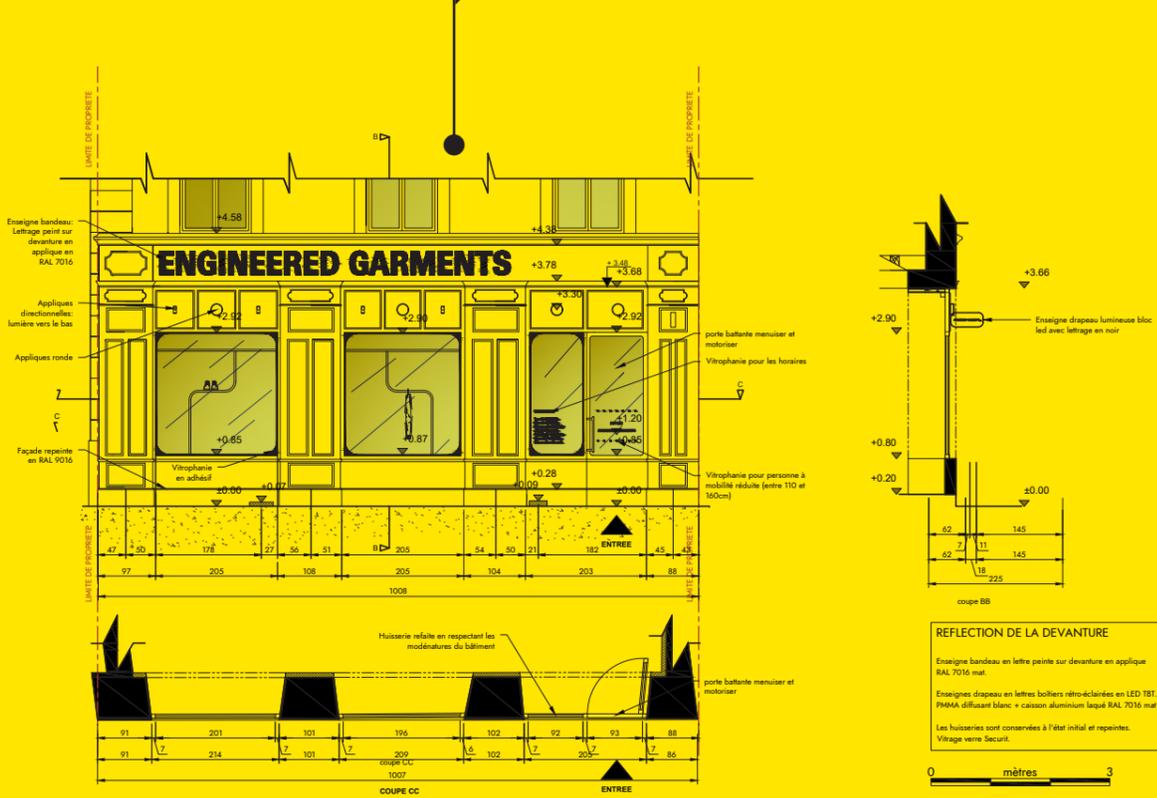
Le local est situé dans le deuxième arrondissement de Lyon, au 7 rue du plat, à 100 mètres de la place Bellecour et de la ligne de métro. Les façades et toitures donnant sur la rue du Plat, la cour dans sa totalité ainsi que son élévation, les deux escaliers avec leur rampe situés dans cette cour et l'allée cochère conduisant de la rue du Plat à la cour sont protégés par arrêté du 2 mars 2006.

Période de construction du bâtiment: 18e

Arrêté du 2 mars 2006: Liste des immeubles protégés au titre de la législation sur les monuments historiques au cours de l'année 2006.

### Contraintes.

- DIFFICILEMENT ACCESSIBLE - MARCHÉ DE 20 CM POUR ENTRER DANS LE LOCAL ET IL Y A DEUX NIVEAUX DANS LE LOCAL
- MURS ET POUTRES PORTEUSES À INTÉGRER DANS LE VOLUME
- INTÉGRER DANS LE VOLUME LES DEUX PORTES DONNANT SUR LA COUR DE L'IMMEUBLE ET LES PARTIS COMMUNES DE L'IMMEUBLE
- POSITIONNEMENT DU TABLEAU ÉLECTRIQUE À INTÉGRER DANS LE VOLUME

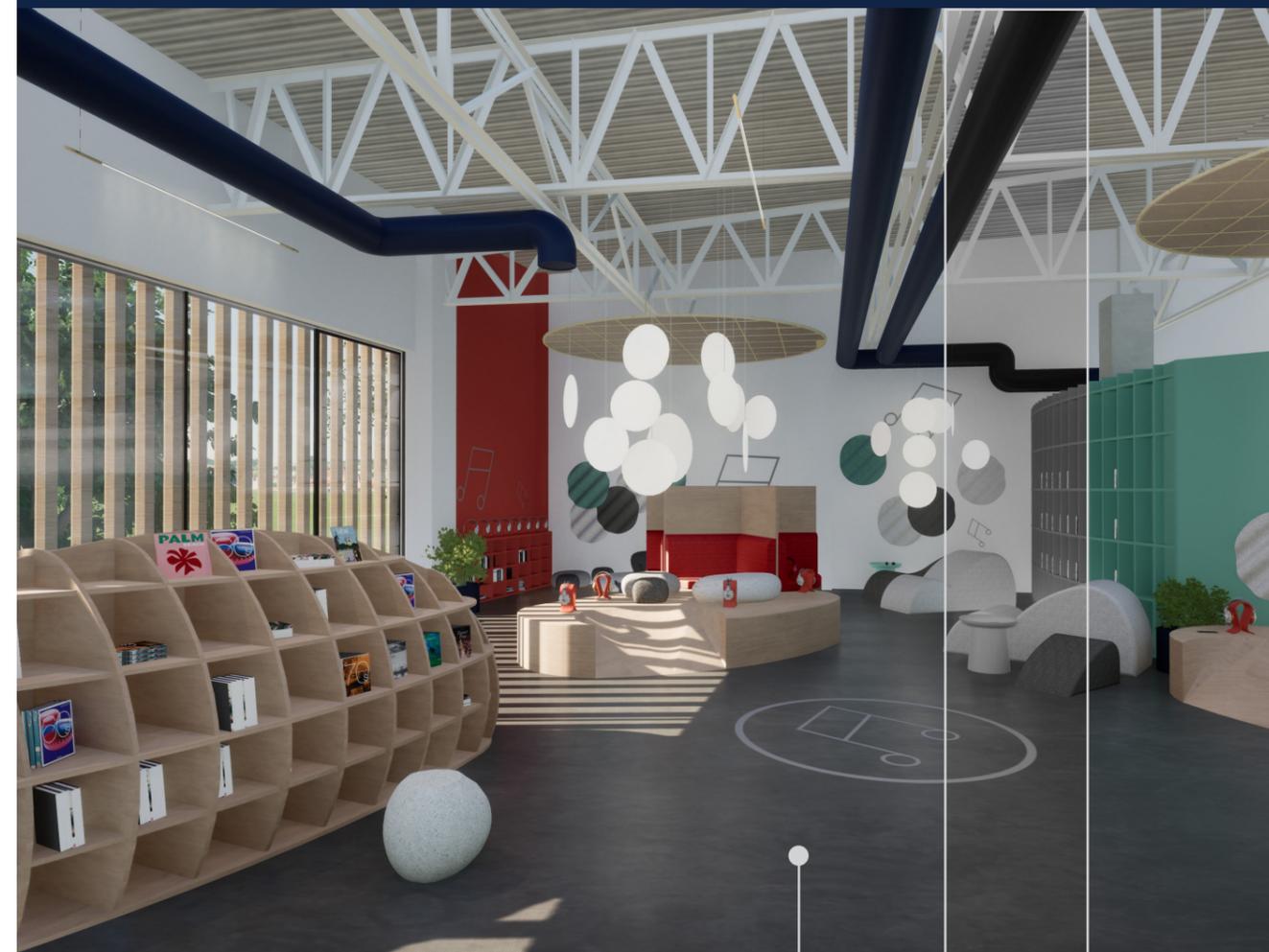
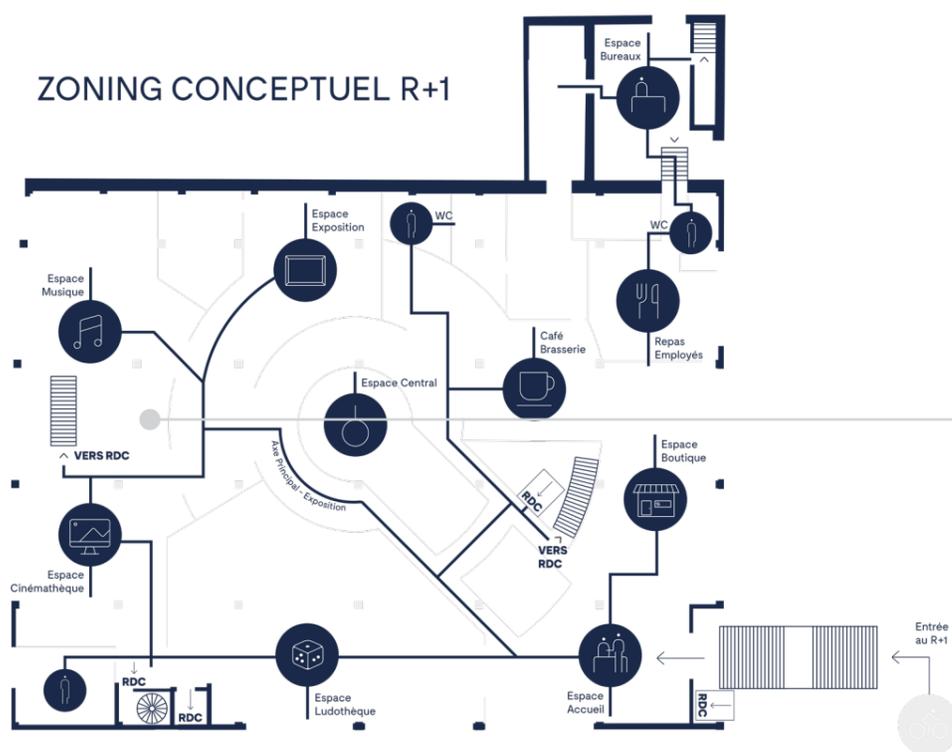



03	Mon parcours
09	P.01 - Cave/Bar à vin
19	P.02 - Bar à Cocktails/Tapas
27	P.03 - Boutique de prêt à porter
<b>35</b>	<b>P.04 - Centre socio-culturel</b>
45	Autres projets
59	Références et contacts

N : P . 04		
Nom du Projet : Tavata	Localisation : 8 Rue Combattants en Afn 1952-62.	
Année: 2021 - Projet fictif en groupe	Surface : 3000 m <sup>2</sup>	Code postal et ville : 69009 - Gorges de loup - Lyon
Type d'architecture : Architecture tertiaire - Centre socio-culturel - Identité graphique		

LA MISSION  
DU PROJET

Le projet répond à un **concours pour la Métropole de Lyon**. L'objectif est de réhabiliter un ancien local industriel de **3200m<sup>2</sup> en centre socio-culturel**. Le lieu doit être un véritable **lieu d'échanges intergénérationnels voué à la culture**. C'est un véritable lieu **propice aux échanges, à la mixité générationnelle**, un lieu où l'on prend le temps, où l'on oublie le temps.



Espace Musique - Centre socio-culturel

Identité graphique



**TAVATA**

Centre Socio-culturel

Adre: 8 Rue Combattants en Afn 1952-62  
tel: 04 75 68 95 01  
Mail: Contact@Tavata.com  
Web: Tavata.com

**Le Concept :**  
Un lieu d'échange intergénérationnel

En s'appuyant sur le documentaire de Cyril DION, les problèmes sociétaux ne peuvent être résolus sans remettre en cause la manière d'apprendre et de penser en France. **L'éducation doit donner goût à la culture.** C'est pourquoi en se reposant sur le **système éducatif** et la **culture des pays scandinaves**, le lieu aurait pour but de se réinventer, autant sur le **plan architectural** que sur le **plan sociologique**. L'objectif n'est pas de contraindre les usagers à adopter la philosophie de notre lieu mais de proposer **une solution expérimentale dédiée à l'humain.**



## Le Cahier des Charges et la Demande.

Le projet répond à un concours pour la Métropole de Lyon. L'objectif est de réhabiliter un ancien local industriel de 3200 m<sup>2</sup> en centre socio-culturel.

Le lieu doit être un véritable lieu d'échanges intergénérationnels voué à la culture.

Il faudra créer un lieu lumineux, fonctionnel, aéré avec de nombreux espaces d'échanges tout en respectant la réglementation sécurité incendie et d'accessibilité PMR. L'extérieur devra être traité afin de créer du lien avec la ville. C'est un véritable troisième lieu<sup>1</sup> propice aux échanges, à la mixité générationnelle, un lieu où l'on prend le temps, où l'on oublie le temps. Au sein de ce lieu, nous retrouverons divers espaces :

- Le **café/brasserie** qui devra permettre de créer des événements, et être travaillé pour être adapté à tous.
- La **boutique** tant qu'à elle, permettra d'acquiescer certains éléments proposés en prêt (affiche de film, livres...) mais aussi en lien avec l'espace exposition.
- Une **bibliothèque** avec des espaces de lecture adaptés aux règles sanitaires en vigueur.
- Une **médiathèque** qui permettra d'emprunter mais aussi de consulter sur

- place des œuvres cinématographiques.
- Un **espace d'exposition** qui permet de faire découvrir une forme de culture.
- Un **espace musique** qui permettra d'emprunter mais aussi de consulter sur place des œuvres musicales.
- Une **ludothèque pour les enfants** qui sera adaptée à plusieurs tranches d'âge. Ces différents univers devront être séparés mais facilement visibles entre eux pour la sécurité des enfants. Chacune des zones devra être pensée en fonction des âges des enfants.
- Un **laboratoire de fabrication** qui sera un lieu ouvert au public mettant à la disposition de ce dernier un arsenal de machines et d'outils utilisés pour la conception et la réalisation d'objets de design.
- Un **jardin potager** partagé implanté sur la partie avant du bâtiment. Il sera géré via des ateliers collectifs et collaboratifs. Il aura aussi un but pédagogique car il servira de support d'activités éducatives pour les enfants.

<sup>1</sup>- Le troisième lieu fait référence aux environnements sociaux qui viennent après la maison et le travail (pour plus d'informations voir page 7)

### Analyse de la Demande

- Connexions
- Recherches
- Concept et Outils
- Identifiants
- Carnet de détails

## Nuancier



- Bleu vert d'eau:** R: 153, V: 214, B: 204  
C: 45, M: 0, J: 26, N: 0  
Ref Ressource: Archipel - SL29
- Bleu foncé:** R: 15, V: 39, B: 75  
C: 100, M: 87, J: 40, N: 40  
Ref Ressource: Océan - FOR08
- Rouge:** R: 216, V: 67, B: 79  
C: 3, M: 86, J: 73, N: 0  
Ref Ressource: 14 juillet - RG10
- Violet:** R: 166, V: 154, B: 240  
C: 37, M: 41, J: 0, N: 0  
Ref Ressource: Pondicherry - OROC32
- Jaune:** R: 254, V: 219, B: 99  
C: 0, M: 12, J: 82, N: 0  
Ref Ressource: Jaune 2210 - IT05



Illustrations sur une stratégie web design «Stark»

70

## Matériaux

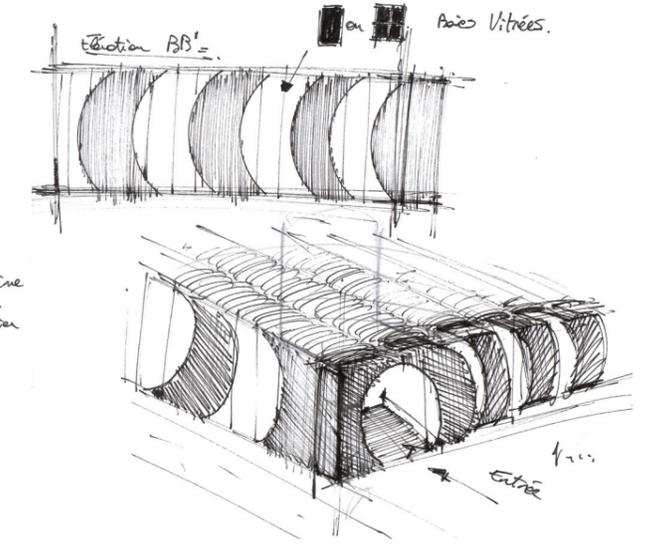
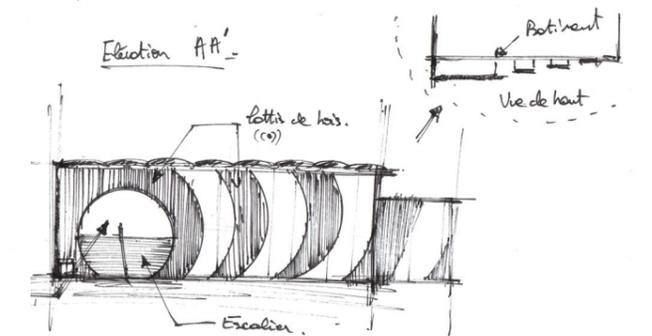
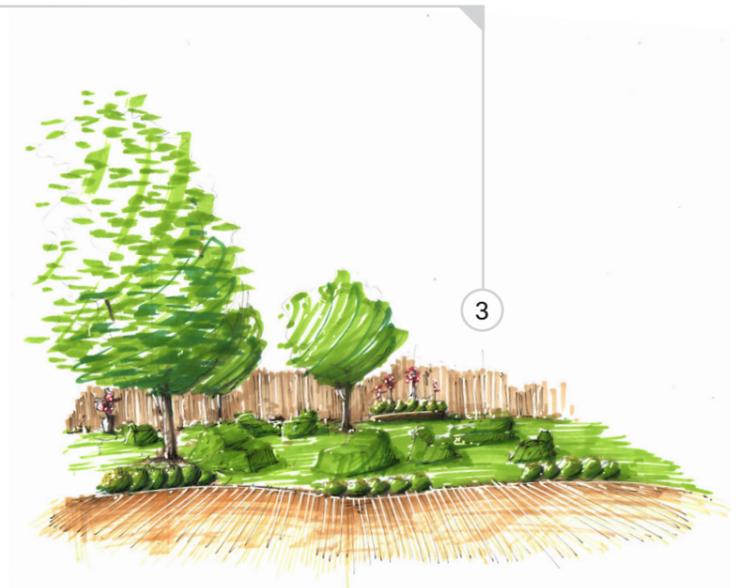
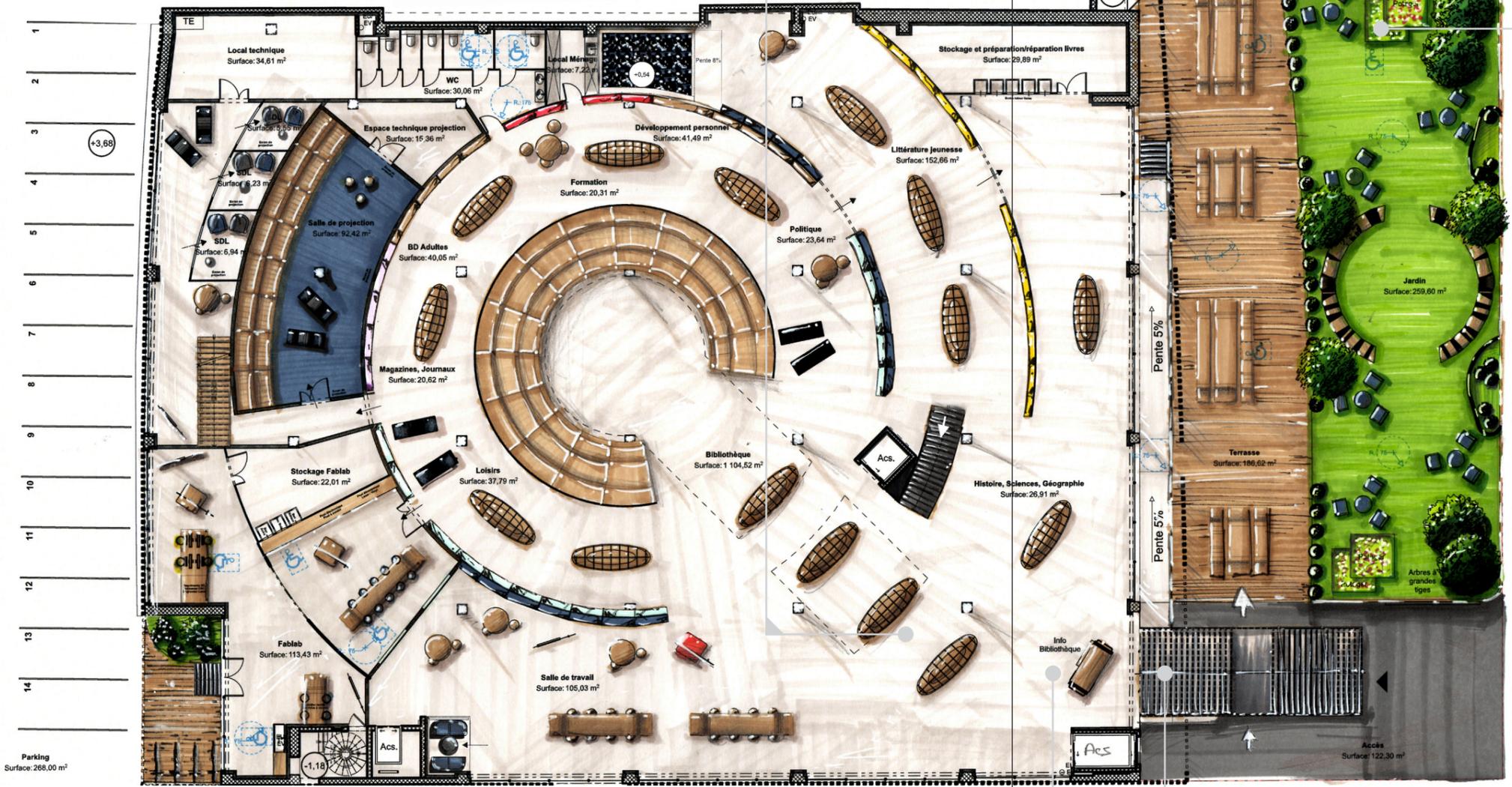
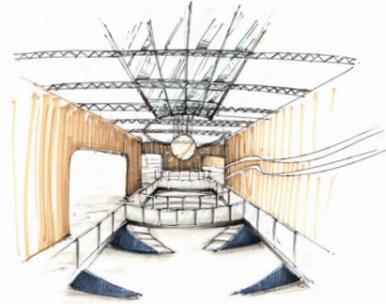


- 1 - Bouleau
- 2 - Feutrine
- 3 - Mousse Pure
- 4 - Verre transparent

1 - Unnamed - 2 - Dille-kamille - 3 - Nathan-Dumlao - Unsplash - 4 - Smarin - Archiproduct

### Outils

- Identifiants
- Carnet de détails



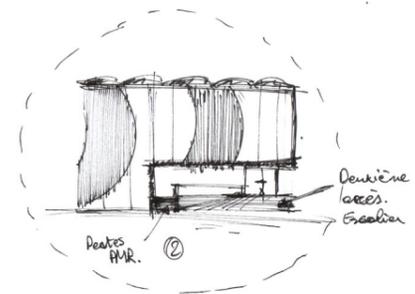
**L'architecture :**  
Les identifiants architecturaux du lieu.

**Quelques identifiants:**

1 - **Structure mobile** - L'idée est de proposer une structure modulable et mobile pour garder la dynamique du lieu.

2 - **Fauteuil en herbe** - L'idée est de valoriser la nature qui nous entoure, pour réaliser un fauteuil avec de la terre comme ingrédient principal.

3 - **Façade du bâtiment** - Afin de répondre au concept, la façade est traitée de telle sorte à créer des «ondes». Elles parcourent les 3 faces du bâtiment et permettant ainsi de mettre en évidence l'accès au bâtiment sur la façade est.



03	Mon parcours
09	P.01 - Cave/Bar à vin
19	P.02 - Bar à Cocktails/Tapas
27	P.03 - Boutique de prêt à porter
35	P.04 - Centre socio-culturel
<b>45</b>	<b>Autres projets</b>
59	Références et contacts

N : P . 03		
Nom du Projet : BRASSAGE CULTUREL	Localisation : 172 Avenue du Prado	
Année : 2019 - Projet fictif en groupe	Surface : 117 m2	Code postal et ville : 13008 - Marseille
Type d'architecture : Architecture commerciale - Boutique de prêt à porter		

LA MISSION  
DU PROJET

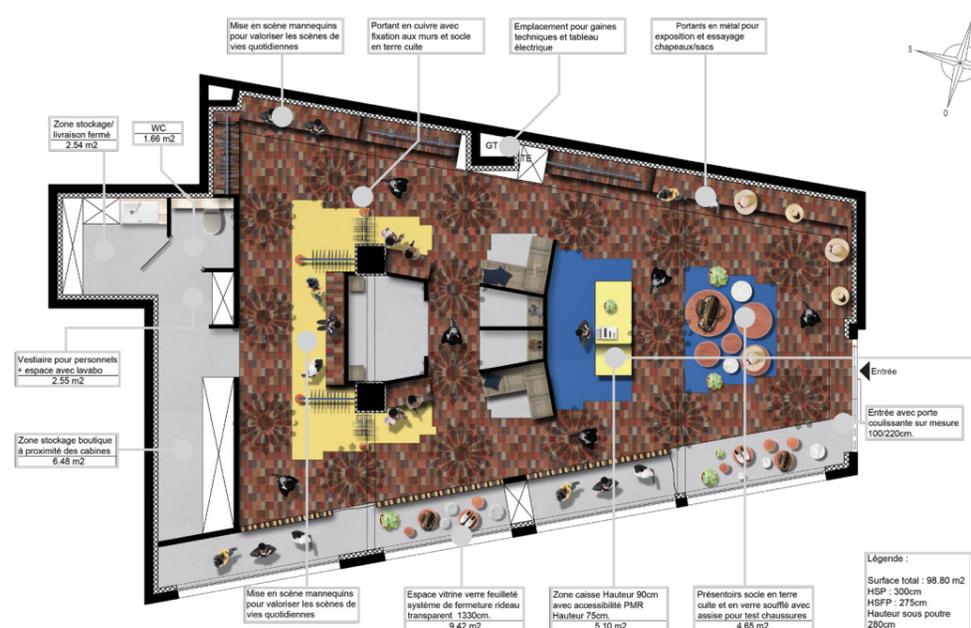
➤ L'idée est de créer un **concept de boutique de prêt à porter** pour la marque **Jacquemus**.

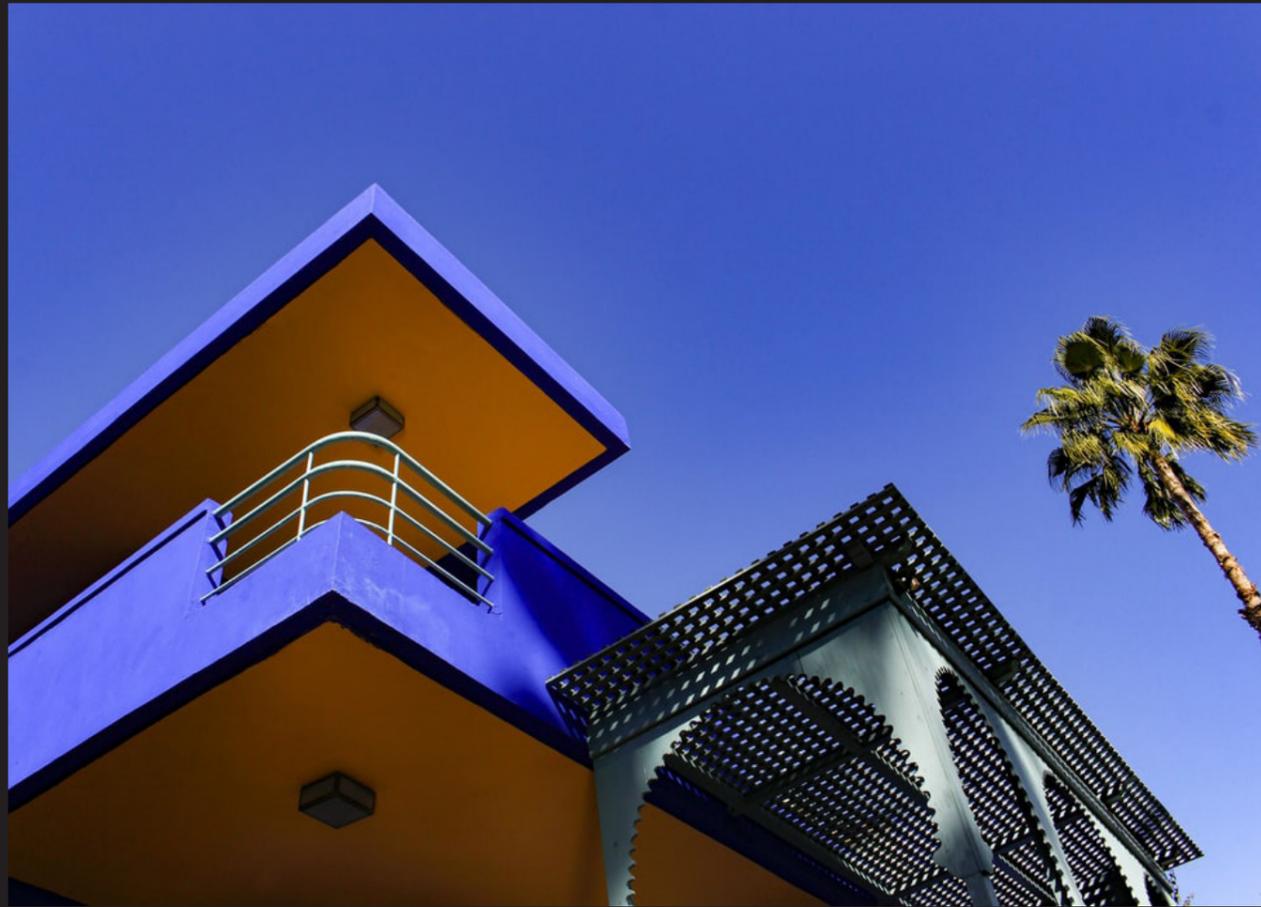
LE PROJET

➤ Nos recherches se sont portées sur les valeurs présentes chez Jacquemus : **spontanéité, diversité et popularité**. En effet, au-delà de simples vêtements, Jacquemus cherche à nous vendre un **style de vie**, et par-dessus tout, cherche à mettre sur les feux de la rampe **la vie quotidienne**, à laquelle nous pouvons facilement nous identifier.



3D Rendu visuel - Sketshup - Vray



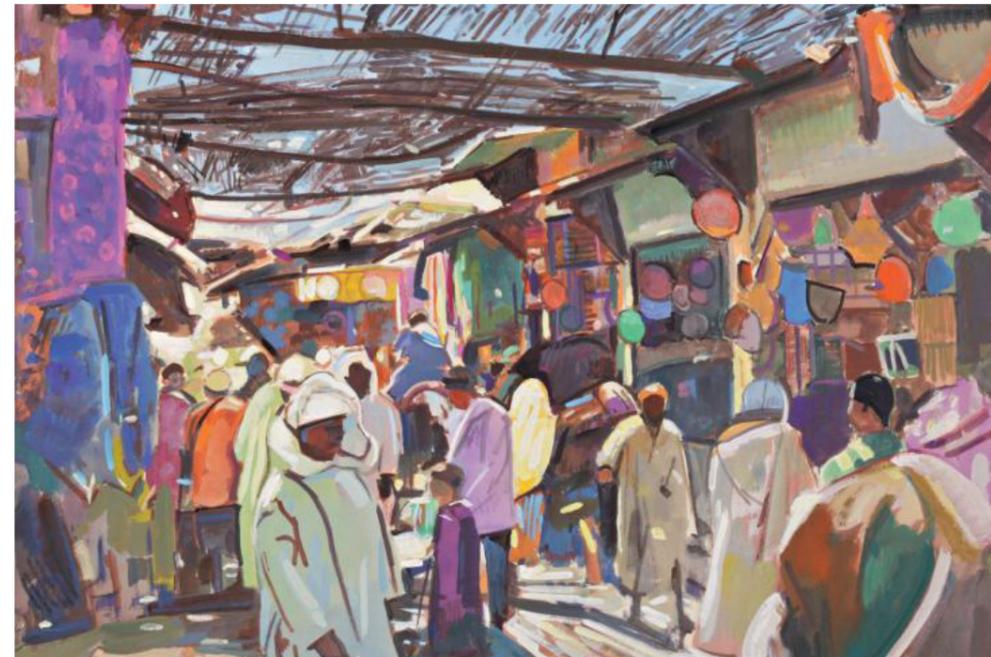


Marrakech - Jardin Majorelle.

Notre piste :  
Inspiration et parti pris.

Nos recherches :  
Elles se sont portées sur les valeurs présentes :  
spontanéité, diversité et popularité.  
On s'est beaucoup intéressé à la **culture marocaine**, à la **culture des zouks** qu'on retrouve à Marseille et dans les collections de la marque Jacquemus.

Jacques Majorelle :  
La vie animée des souks est pour Jacques Majorelle une source **inépuisable d'inspiration**, notamment les **arts traditionnels marocains**.  
Il s'applique à exprimer sa véritable sensibilité à travers **des scènes de vie quotidienne**. En effet, les personnages sont touchants par leur **simplicité et leur sincérité**. Par ses peintures, il retranscrit **cette violence de la lumière et l'éclat des couleurs** que l'on trouve à Marrakech.  
En somme Jacques Majorelle transcrit sa découverte émerveillée de **la vie en plein air, grouillante et chargée d'odeurs**.



Peinture des souks par Jacques Majorelle.  
Marché de Noailles à Marseille

N : P . 01		
Nom du Projet : BLOW UP	Localisation : halles de lyon Paul Bocuse 102 cours lafayette Lyon	
Année: 2019 - 2020 - Projet fictif	Surface : 20 m <sup>2</sup>	Code postal et ville : 69003 - Lyon
Type d'architecture : Architecture commerciale - Food corner		

## LA MISSION

- ▼ L'idée est de créer un concept milieu de gamme qui sera **implanté dans un corner des halles Bocuse**. Créer une identité visuelle **globale et déclinable**, reflet du concept de la marque.

## LE PROJET

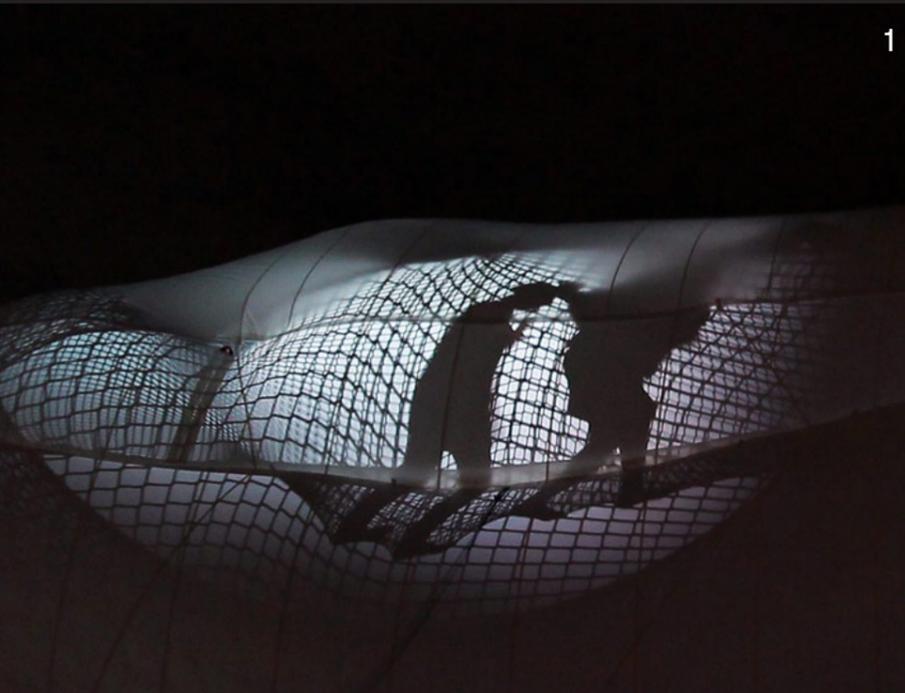
- ▼ **Blow up, le pop-corn** qu'on déguste aussi bien au goûter qu'à l'apéritif. Le but de cette marque qui s'inscrit tout à fait dans la tendance est de dépoussiérer les classiques en les revisitant **avec des produits locaux**.

## LE CONCEPT

- ▼ L'aspect gonflable représente le pop-corn, car c'est un produit léger qui gonfle au contact de l'air chauffé. L'idée est alors de proposer une **structure gonflable** avec des matériaux biosourcés. Nous nous sommes inspiré de l'esprit des années 60, des architectures **utopistes, expérimentales et spatiales**. Dans cette représentation, l'angle droit est délaissé, **car considéré comme une contrainte**. La courbe était synonyme de **liberté créant des espaces abstraits, fluides, illimités**, parfaits pour un lieu de spectacle ou de concepts inédits.



Visuel 3D - Food corner



1

N°1 : Les Lumières  
Sur la structure et Ombrage

Référence image :  
Cette structure gonflable de «gonflement net» est l'œuvre du collectif de design Croate-Autrichien **Numen / For Use**.



1

N°2 : Les formes  
Spatiales et enveloppantes

Référence image :  
Le futur hôtel-capsule imaginé par **Philippe Starck**.



2



4

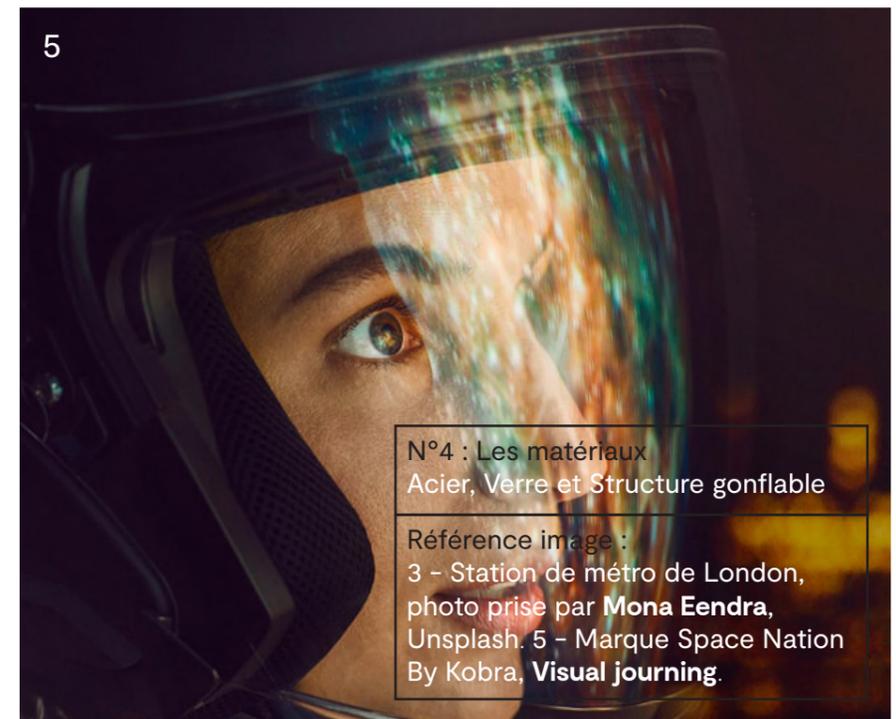


3

N°3 : Le nuancier  
Blanc mat, Rouge profond et Noir

Référence image :  
4 - **Maïs Glass Gem** de la boutique Atlas Obscura.

5



N°4 : Les matériaux  
Acier, Verre et Structure gonflable

Référence image :  
3 - Station de métro de London, photo prise par **Mona Eendra**, Unsplash. 5 - Marque Space Nation By Kobra, **Visual journeying**.

N : P . 02		
Nom de la marque : HO36	Localisation : BEST WESTERN Etche-Ona 9-11 rue Mautrec	
Année : 2019 - 2020 - Projet fictif	Surface : 550 m2	Code postal : 33000 - Bordeaux
Type d'architecture : Architecture commerciale - Hostel		

LA MISSION  
DU PROJET

➤ Apporter de la nouveauté en **matière d'hébergement** - Créer une nouvelle formule **d'auberges de jeunesse** - Casser les codes de l'hôtellerie - Garder les valeurs de la marque **Ho36**.

INSPIRATION ET THÉMATIQUE:  
LE CADRAGE

➤ Wes Anderson et son chef opérateur, Robert Yeoman, composent la **majorité des cadrages selon des règles géométriques strictes**. Les horizontales et les verticales sont mises en valeur par leur parallélisme avec les bords de l'image ; les personnages et les objets sont souvent saisis de face, au centre.



RDC - Espace Accueil - Reception



Les Outils :  
Concept + Inspirations.

#### Le Café librairie :

Comme dans le film, **le lieu de rendez-vous se situe dans le hall d'entrée**. L'idée est de créer un **café librairie** pour permettre aux clients de se poser, soit en travaillant soit en lisant. Pour les livres, une thématique par mois permettrait une clientèle habituelle et régulière (les locaux). Organiser également des **ateliers gratuits permettant de mélanger la clientèle locale et étrangère**.

#### La pub H&M de Wes Anderson :

Une pub pour la marque **H&M** C'est ce que propose **Wes Anderson** dans « **Come Together** », son court-métrage réalisé pour la collection Holiday.

#### Le film « The Grand Budapest Hotel » :

Ce film est une comédie dramatique réalisée par **Wes Anderson**, sortie en 2014. Pour l'histoire, un écrivain célèbre se remémore sa rencontre avec Zero Moustafa, le mélancolique propriétaire d'un grand hôtel décati au coeur de l'Europe centrale.

#### Couleurs et Matériaux :

L'Association d'un rouge vif et d'un violet qui est au centre du film. Des murs de l'ascenseur au tapis du lobby en passant par **les tenues du personnel du Grand Budapest Hôtel**, le rouge et le violet sont la marque **d'appartenance à ce monde à part**. Les deux personnages principaux portent d'ailleurs fièrement leurs couleurs, même en dehors de l'hôtel (Ref: Yves Saint-Laurent, inspiré par les mélanges de couleurs chatoyantes du Maroc).



Film The Grand Budapest Hotel - Année 30

Film The Grand Budapest Hotel - Année 70

03	Mon parcours
09	P.01 - Cave/Bar à vin
19	P.02 - Bar à Cocktails/Tapas
27	P.03 - Boutique de prêt à porter
35	P.04 - Centre socio-culturel
45	Autres projets
<b>59</b>	<b>Références et contacts</b>

Projet 10 :  
Concour Stair Design Award

La demande :  
Le concours **Stairs Design Awards** est organisé par **PBM Groupe**.



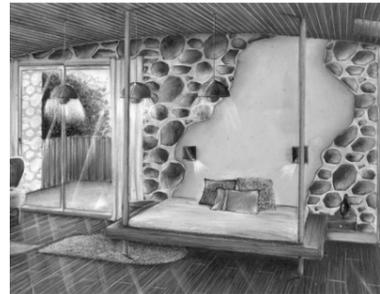
Projet 11 :  
Pergola projet (freelance).

La demande :  
Création de **visuels 3D photoréalistes** pour mettre en avant un produit.



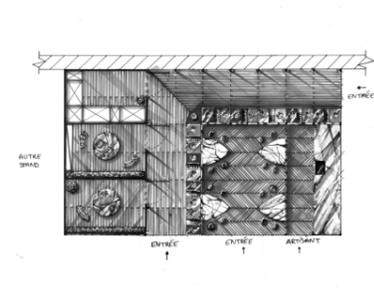
Projet 12 :  
Résidentiel (école)

La demande :  
Rénovation d'une **villa** située :367 route de Villefranche 69 480 MARCY.  
Surface: **367 m2**.



Projet 04 :  
Stand éphémère (école)

La demande :  
La marque **Cémoi** au **Sirha**.  
Première participation du groupe à ce salon principal **lieux d'échanges** de l'année avec les clients français.



Projet 05 :  
Stand éphémère (école)

La demande :  
Réalisation d'un **stand** pour la marque **Sogeprom** filiale de la **Société Général** au **Salon Simi**.



Projet 06 :  
Salon de coiffure (Stage)

La demande :  
**Salon de coiffure** situé à Chazay d'Azergues.



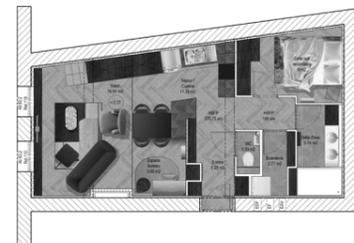
Projet 07 :  
Appartement (freelance)

La demande :  
Rénovation d'un **appartement** situé à Lyon  
Surface: **30 m2**.



Projet 08 :  
Résidentiel (école)

La demande :  
Rénovation d'un **appartement** situé 7 rue port de L'Ecu 38200 VIENNE.  
Surface: **62 m2**.



Projet 09 :  
Résidentiel (école)

La demande :  
Rénovation d'un **appartement** situé 6 avenue Leclerc – 69007 LYON.  
Surface: **113 m2**.



## Conclusion:

Une prise de conscience

## Un design centré sur l'utilisateur:

Depuis deux ans, je privilégie une démarche **centrée sur l'utilisateur**, un design **dédié à l'humain**. En effet, l'idée est de concevoir des espaces dans l'intérêt des personnes en tant qu'utilisateur, en assurant la préservation des **conditions de base de leur bien-être**.

Une attitude : **Faites confiance à votre créativité**

« Faire confiance à sa créativité, c'est être conscient qu'on a grandes idées et qu'on peut leur donner vie. »

**David Kelley, Fondateur, IDEO**

## Nom et prénom:

Loïc Fournier

## Adresse:

Paris et Lyon

## Email:

loicfournier69380@outlook.fr

## Téléphone:

06 25 70 01 44

## LinkedIn:

/loic-fournier-324877149/

## Site Web:

loicfournier.5-pixels.fr

## Étude:

Designer Global et Architecte d'Intérieur