

BOOK

# India Broccolichi

Direction Artistique — événementiel & création de contenu

---

Côte d'Azur (06)

06 21 75 60 54 · [broccolichi.india@icloud.com](mailto:broccolichi.india@icloud.com)

# À propos

Étudiante en direction artistique sur la Côte d'Azur, je m'intéresse à tout ce qui fait vivre un événement et une marque : identité visuelle, affiches, réseaux sociaux, papeterie. J'aime partir d'une idée simple et forte, puis la décliner sur plusieurs supports jusqu'à former un univers cohérent.

Ce book réunit des projets personnels et fictifs, pensés comme des exercices de direction artistique autour de l'événementiel azuréen : un festival, un club, une galerie, des marques. Trois marques, une même lumière méditerranéenne, traduite en formes simples et en typographie franche.

## Outils

Canva (maîtrisé) · notions de Photoshop, Illustrator et InDesign (en cours d'apprentissage).

## PROJET 01

# SOLANE

*Identité visuelle de festival — logo & affiche*

**Contexte.** Festival de musique électronique et live sur la presqu'île de Saint-Jean-Cap-Ferrat, trois soirées face à la mer fin août. Positionnement solaire et haut de gamme : on danse pendant que le soleil tombe dans la Méditerranée.



Logo



Affiche A3

**Démarche.** J'ai voulu traduire l'émotion d'un coucher de soleil sur la Méditerranée en une seule forme forte : le demi-soleil qui se lève au centre. Les couleurs viennent du ciel de la Côte d'Azur en fin de journée, le bleu nuit qui bascule vers l'orange. J'ai fait passer le titre à cheval sur l'horizon pour créer de la profondeur sans aucune photo. La typographie condensée permet d'écrire très gros tout en gardant l'affiche respirante.

## PROJET 02

# LA CITERNE

*Système d'affiches — identité d'un lieu*

**Contexte.** Lieu hybride du port de Nice, ancienne citerne transformée en club et espace d'expo. Chaque mois une soirée à thème : la série montre trois déclinaisons d'un même système graphique (techno, disco, jazz).



**Démarche.** J'ai construit un système plutôt qu'une affiche unique, pour montrer qu'une identité de lieu doit pouvoir se décliner toute une saison. J'ai gardé le même gabarit (bandeau, gros numéro, forme géométrique, pied coloré) et je n'ai fait varier que la couleur et la forme dominante selon l'ambiance de chaque soirée. Le noir et le blanc craie servent de fil conducteur d'une affiche à l'autre.

PROJET 03

# FLORAISON

Papeterie événementielle — invitation & programme

**Contexte.** Vernissage d'une exposition collective de jeunes artistes, ouverture d'une galerie à Antibes un soir de juin. Un carton d'invitation élégant et un petit programme remis à l'entrée.



Carton d'invitation



Programme de la soirée

**Démarche.** J'ai voulu une pièce papier chic et chaleureuse, qui sente le mois de juin sur la Côte d'Azur sans tomber dans le cliché. J'ai dessiné un motif floral uniquement avec des cercles et des pétales en aplats, pour évoquer le nom « Floraison ». Le serif apporte l'élégance attendue d'un vernissage ; le programme reprend exactement le même motif que le carton pour que l'invité reconnaisse l'événement d'un objet à l'autre.

## PROJET 04

# MARÉE

*Feed Instagram — lancement de marque*

**Contexte.** Jeune marque de soins solaires fabriquée à Grasse, lancée pour l'été sur la Côte d'Azur, positionnée « rituel solaire ». Les 9 premiers posts du feed posent l'univers avant la première vente à Antibes.



Aperçu du feed (grille 3x3)

**Démarche.** J'ai voulu un feed qui se lit d'abord comme une fresque avant de se lire post par post : j'ai réparti les fonds clairs en diagonale pour aérer la grille. J'ai limité la marque à cinq couleurs et deux typographies pour que la cohérence tienne même quand les posts s'intercaleront avec du contenu réel. Les produits sont réduits à des formes simples pour rester graphiques.

## PROJET 05

# HÉLIOS

Identité de marque — brand board

**Contexte.** Café-comptoir de spécialité qui ouvre dans le Vieil Antibes, tourné vers la lumière du matin. Une planche d'identité d'une page présente le système visuel (logo, palette, typo, applications) avant la fabrication de l'enseigne et des goodies.



Planche d'identité (brand board)

**Démarche.** J'ai bâti l'identité autour d'un seul signe fort, le soleil rond posé sur la typo, pour qu'on reconnaisse HÉLIOS même réduit à un monogramme. J'ai organisé la planche en grille pour que chaque élément du système se lise d'un coup d'œil. Le bleu nuit ancre la chaleur de l'orange et évite l'effet « tout soleil ».

## PROJET 06

# NOCTURNE

Campagne social media — 3 stories

**Contexte.** Marché de jeunes créateurs et food qui s'installe au port Vauban d'Antibes les soirs d'été, de 18h au coucher du soleil. Une séquence de lancement en trois stories sur trois jours : teaser, save the date, J-1.



**Démarche.** J'ai pensé les trois stories comme une seule image qui se révèle : le soleil se lève d'une story à l'autre. Le dégradé coucher de soleil est l'unité de la campagne, il dit l'horaire de l'événement sans aucune photo. La typographie massive porte l'urgence des messages, et j'ai gardé un seul accent corail pour guider l'œil vers l'action à chaque visuel.

# Merci.

India Broccolichi — Direction Artistique  
06 21 75 60 54 · broccolichi.india@icloud.com  
Côte d'Azur (06) · disponible en alternance