





**1/**

**D  
E  
S  
I  
G  
N  
  
A  
F  
F  
I  
C  
H  
E**



**2/**

**E  
D  
I  
T  
I  
O  
N**



**3/**

**C  
O  
N  
C  
E  
P  
T  
I  
O  
N  
  
G  
L  
O  
B  
A  
L  
E**



**4/**

**I  
D  
E  
N  
T  
I  
T  
É  
  
V  
I  
S  
U  
E  
L  
L  
E**



**5/**

**T  
R  
A  
V  
A  
U  
X  
  
É  
X  
É**



1/1

DESIGN AFFICHE

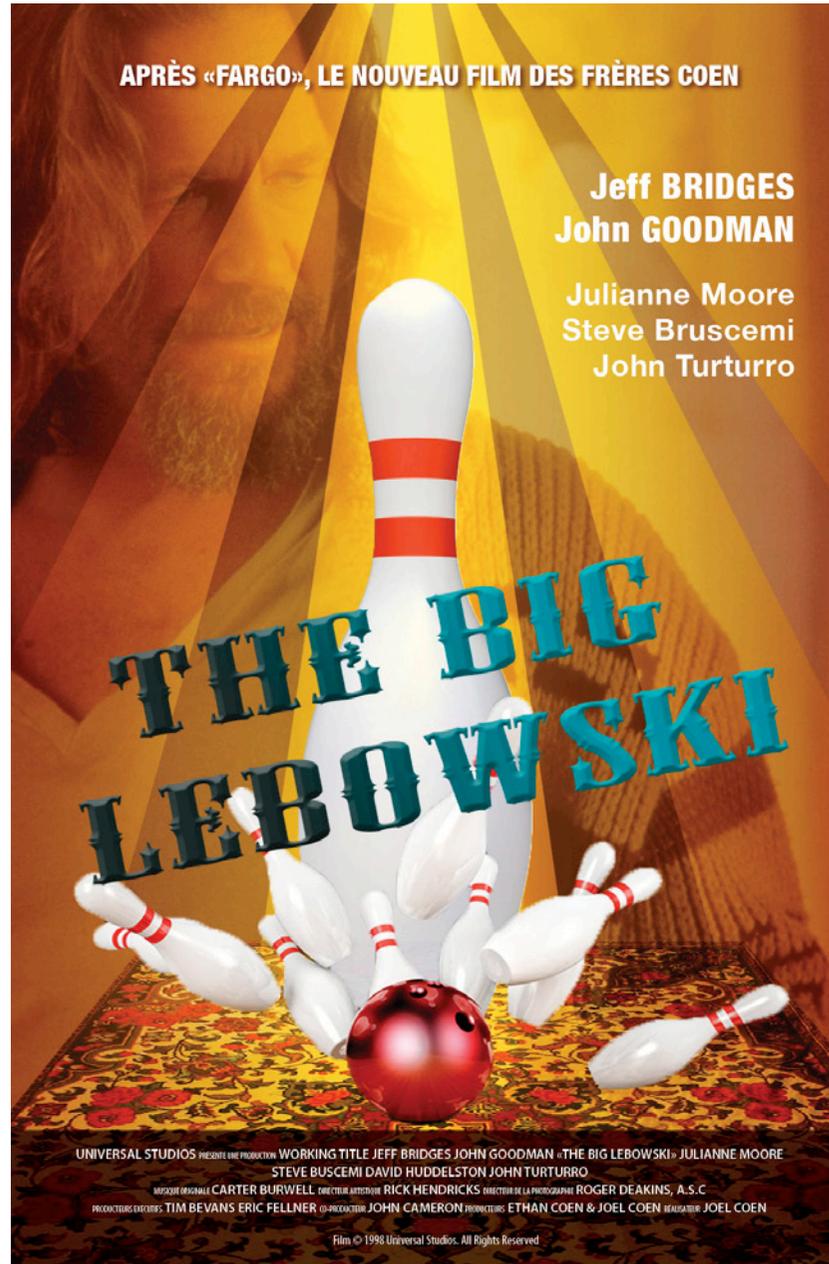
# PRINCIPE GRAPHIQUE MISE EN PAGE



1/2

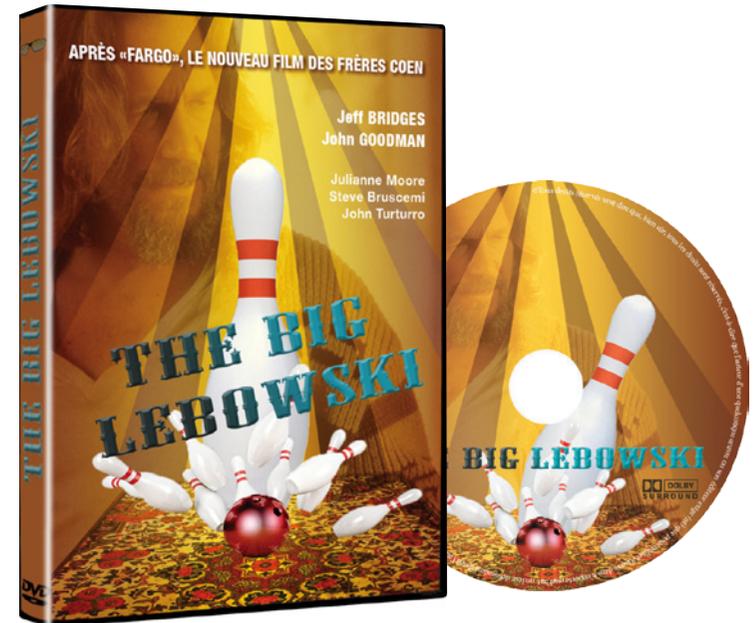
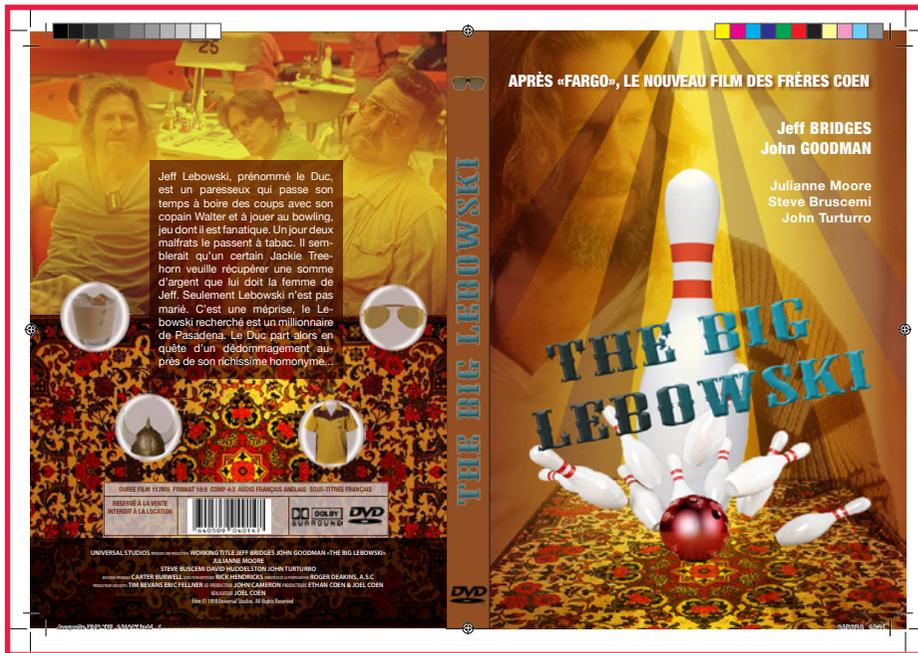
D  
E  
S  
I  
G  
N  
  
A  
F  
F  
I  
C  
H  
E

VRAIE «FAUSSE» AFFICHE DE CINÉMA PHOTOMONTAGE





DESIGN AFFICHE



/STYLE/ PARFUMEUR

PARFUM  
**PENHALIGON'S**  
**UN DOUX PARFUM**  
**BRITANNIQUE**



*Fournisseur patenté du prince de Galles et du duc d'Edimbourg, cette maison anglaise, délicieusement désuète, possède aussi deux magasins parisiens.*

**A la fin du XIX<sup>e</sup> siècle**, William Henry Penhaligon ouvre une boutique de barbier à Londres. *Hammam Bouquet*, première eau de toilette, **créée en 1872** et toujours sur le marché, s'inspire des Bains Turcs qu'il affectionnait particulièrement.

William Penhaligon crée des fragrances pour la noblesse britannique. En 1902, *Blenheim Bouquet*, créé en l'honneur du Duc de Marlborough, deviendra le parfum préféré de Winston Churchill, lui-même descendant de cette famille. La reine Victoria nommera William Henry Penhaligon barbier et parfumeur de la cour royale, titre qui sera renouvelé par les futurs monarques. Dans les années 1970, la gamme s'étend et les boutiques se multiplient en Angleterre, mais aussi aux États-Unis.

Quand on entre dans une boutique Penhaligon's, on est plongé immédiatement dans une atmosphère dé-

suète et totalement anachronique de barbier anglais du XIX<sup>e</sup> siècle, sorte de bazar rétro et haut de gamme dans lequel on peut trouver des eaux toilettes, mais aussi des trousseaux en cuir, des allumettes, des articles de rasage et des accessoires pour bébé...

Les parfums sont dans l'ensemble de beaux accords classiques, construits autour de notes florales légères et innocentes (*Lily of the Valley*, *Ellensia*, *Bluebell*), des colognes traditionnelles mais complexes (*Quercus*, wide mousse à raser (*English Fern*, *Lavendula*) ou des boisés sensuels et épicés

(*Endymion*, Opus 1870).

Si les premiers parfums (*Hammam Bouquet*, *English Fern*, *Violetta*...) étaient les créations de Sir Penhaligon, les plus récents sont aujourd'hui l'œuvre de divers parfumeurs travaillant dans des maisons de parfums aussi diverses que CPL Aromas, Firmenich, Fragrance Resources ou Mane.

*La reine Victoria nommera William Henry Penhaligon barbier et parfumeur de la cour royale peu avant 1900*



Le parfum masculin *English Fern* fut lancé en 1910.

Penhaligon's a récemment lancé une collection pour la maison



*Orange Blossom* fut lancé en 1976 et fait maintenant partie de la collection «Anthology»

Le parfum féminin *Victorian Posy* fut lancé en 1979



*Blenheim Bouquet* fut créé en 1902 par Sir Penhaligon pour le Duc de Marlborough. Il fut adopté par Churchill, petit-fils du Duc, quelques décennies plus tard. Le parfum a été décliné en une collection complète incluant savon à barbe et crème après-rasage

**Penhaligon's**  
**en 6 dates**



1870 Venu de ses Cornouailles natales, William Penhaligon s'établit comme barbier dans le quartier londonien de Mayfair. Il séduit la gentry qui fréquente les très chics bains turcs voisins, ceux de Jermyn Street. En hommage à cette clientèle masculine, il lance en 1872 son premier parfum, *Hammam Bouquet*, à base de rose turque, de santal et de cèdre.

1956 La maison Penhaligon's devient fournisseur officiel du mari de la reine d'Angleterre, le duc d'Edimbourg. Son parfum toujours best-seller, *Blenheim Bouquet*, mix d'agrumes et de pin, a été composé en 1902 pour le duc de Marlborough, grand-père de Churchill.

2006 Ouverture de la boutique parisienne. Penhaligon's possède aussi 16 magasins en Angleterre, dont 8 à Londres.

2011 Beau démarrage pour *Sartorial*, qui porte à 36 le nombre de parfums disponibles sous la griffe Penhaligon's. Cet opus est un hommage aux tailleurs anglais de Savile Row. C'est également l'année de sortie de l'hommage de la maison Penhaligon's au Gin. Plus précisément au London Dry Gin traditionnel de la capitale anglaise avec *Juniper Slings*.

2016 Nouvel opus de la maison qui dresse avec humour le portrait officieux de l'aristocratie britannique. Quatre premiers parfums composent le premier chapitre de cette fiction (*Lord George*, *Lady Blanche*, *Duchess Rose*, *The Duke*).

2017 Second chapitre de cette série de portraits sortie en Septembre (Countess Dorothea, Yasmine, Sohan, Monsieur Beauregard). Ces deux derniers opus amènent la collection de parfums Penhaligon's à 63.



## GIN TONIC !

*C'est l'hommage de la maison Penhaligon's au gin. Plus précisément au London Dry Gin traditionnel de la capitale anglaise.*

**Baies de genévrier**, graines de coriandre, cardamome, bigarade, zestes de citron, gingembre, iris, angélique, poivre, écorce de cannelle, réglisse, clous de girofle, anis, fenouil, amande amère, graines du paradis... parfois du thym, du romarin, de la rose, ou de l'encens...

Non non, je ne débute pas là l'analyse des notes qui composent le parfum dont il est question dans cet article ! Cette énumération, ce sont tout simplement les ingrédients qui entrent le plus souvent dans la composition du gin. Mais je comprends votre méprise, tant la liste peut évoquer la pyramide d'un parfum. Loin de l'image médicinale et désinfectante souvent associée à tort à cet alcool blanc - au même titre que la vodka, le schnaps ou l'aquavit - le nez fin pourra y détecter une richesse aromatique largement comparable aux plus beaux vins. À condition d'y mettre le prix, et, comme en parfumerie, d'entraîner son nez et son palais régulièrement (mais avec modération !).

**Juniper Sling**, c'est l'hommage de la maison Penhaligon's au gin. Plus précisément au London Dry Gin traditionnel de la capitale anglaise. Mais, à l'image d'une excellente petite distillerie londonienne qui a sorti un gin labellisé V.J.O.P. pour « Very Junipery Over Proof », *Juniper Sling* est surtout un hommage à la baie de genévrier (juniper berry), ingrédient principal du célèbre spiritueux.

**La baie magique**, aux notes si riches, rosées, poivrées, terpéniques, tient ici le devant de la scène. Utilisée notamment pour ses envolées dynamiques,



santes, l'épice froide confère au parfum un départ particulièrement vif et frais. L'orange amère, la cardamome, le gingembre et le poivre viennent renforcer cette sensation de coup de fouet, de vent de fraîcheur. Ajoutez à ça un iris froid comme il sait l'être, et une angélique verte et fusante. C'est bien un véritable shot de gin pur « on the rocks » que vous venez d'avaler à plein pommons.

**Mais puisqu'il s'agit ici d'une autre sorte d'alcôol**, qu'il convient de porter élégamment et non de boire, *Juniper Sling* ne s'arrête pas là et sort alors de la transcription fidèle pour entrer dans

*Hommage à la baie de genévrier (juniper berry), ingrédient principal du célèbre spiritueux.*

l'interprétation. Vient s'ajouter à ce départ fulgurant et fugace, un matelas moelleux de muscs blancs sur un lit de bois secs et quelques touches de cuir noir. C'est tendre, réconfortant : après la secousse du décollage, c'est un cocoon de douceur qui nous réceptionne confortablement. Enfin ajoutez

une dose de vétiver, quelques gouttes de Brandy, une touche de cerise noire, une larme de sirop de canne... secouez bien le shaker, et servez.

**En de nombreux points**, *Juniper Sling* me fait penser à *Voyage* d'Hermès. Avec son envolée d'épices froides qui s'adoucissent ensuite dans un cœur plus doux et végétal, entre muscs blancs et angélique, il est à la baie de genévrier ce que le mixte d'Hermès est à la cardamome. On pense aussi à *Anice d'Étro* pour l'interprétation de l'alcôol et la mise en valeur d'une épice aromatique.

**Cette création fraîche et euphorisante**, née de la collaboration entre Olivier Cresp et Thierry Hernandez, directeur du bar du Plaza Athénée, est une véritable ode à l'esprit dandy british et à l'univers des clublondoniens d'aujourd'hui. Et qui d'autre que Penhaligon's pouvait proposer un tel cocktail ?

## PENHALIGON'S DRESSE LE PORTRAIT OLFACTIF DE L'ARISTOCRATIE BRITANNIQUE

*Entre humour et provocation, à travers une fiction olfactive baptisée «Portraits».*

**A travers cette collection de parfums**, la maison britannique dévoile les moindres secrets de l'aristocratie britannique. La fragrance «*The Tragedy of Lord George*» se concentre sur un personnage respectable, très attaché au Roi et à l'Empire, qui entretient le mystère autour de sa véritable personne et de ses pensées. Un trait de caractère qui se traduit par une essence masculine et élégante, signée Alberto Morillas. Cette fougère ambrée boisée s'articule autour de notes de cognac, de savon du barbier, et de fève tonka. Vient ensuite «*The Revenge of Lady Blanche*», interprétation olfactive d'une mondaine raffinée et délicate aux intentions criminelles inavouées. Sa fragrance, imaginée par Daphné Bugey, mêle des effluves d'iris poudré à des senteurs de fleur de narcisse et d'hyacinthe.

Le nez Daphné Bugey est également à l'origine de «*Much Ado About the Duke*», parfum associé à un duc intrigant au caractère ambivalent. Son parfum est une association de notes de rose poivrée, de gin et de bois tannés.

«*The Coveted Duchess Rose*», met en scène la timidité de la duchesse, dont les désirs les plus intimes restent inassouvis. Le parfumeur Christophe Raynaud retranscrit ce sentiment avec des notes de mandarine, de rose et de bois musqué. Arrive ensuite la matriarche de la famille, «*The Ruthless Countess Dorothea*» peu connue pour son amabilité, mais pour sa passion pour les hommes

jeunes. Extrêmement intelligente, elle fait généralement mouche avec ses réparties cinglantes. Une personnalité qui se traduit par un parfum oriental épicé et frais, avec des notes de bergamote, d'huile de gingembre rouge, de sherry, de bois de cachemire et de vanille. Un Français s'est invité dans cette famille britannique : «*Monsieur Beauregard*».

Son sex-appeal et sa beauté ont conquis Lady Dorothea, qui ne manque pas d'attentions à son égard. Mais ce nouveau membre cache bien des mystères. Sa fragrance ? Un oriental boisé épicé qui ne manque pas de mordant grâce à ses effluves d'iris, de benjoin, de fève tonka, de patchouli, de poivre rose, de citron, de bois de santal et de cannelle. Les deux derniers venus sont frère et sœur. Lui, «*The Uncompromising Sohan*», cultivé et ambitieux, se passionne pour le monde des affaires. Elle, «*The Bewitching Yasmine*», est ambitieuse à sa façon, recherchant activement un homme de l'establishment pour conclure un beau mariage. La première fragrance associée des notes de rose poivrée à des senteurs de vétiver, de santal, de safran et d'oud, alors que la seconde s'articule autour du jasmin, de l'encens et de l'oud.



2/2

EDITION

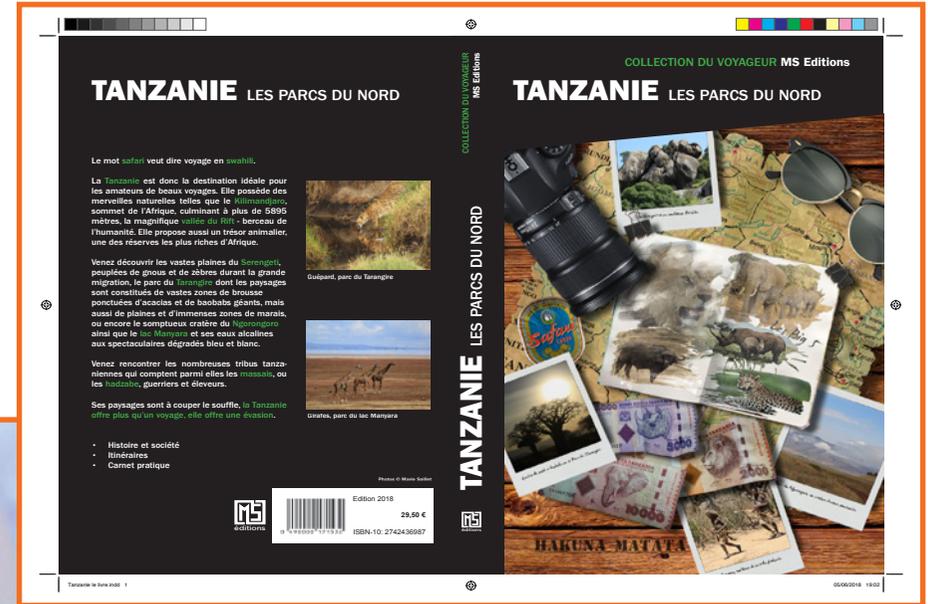
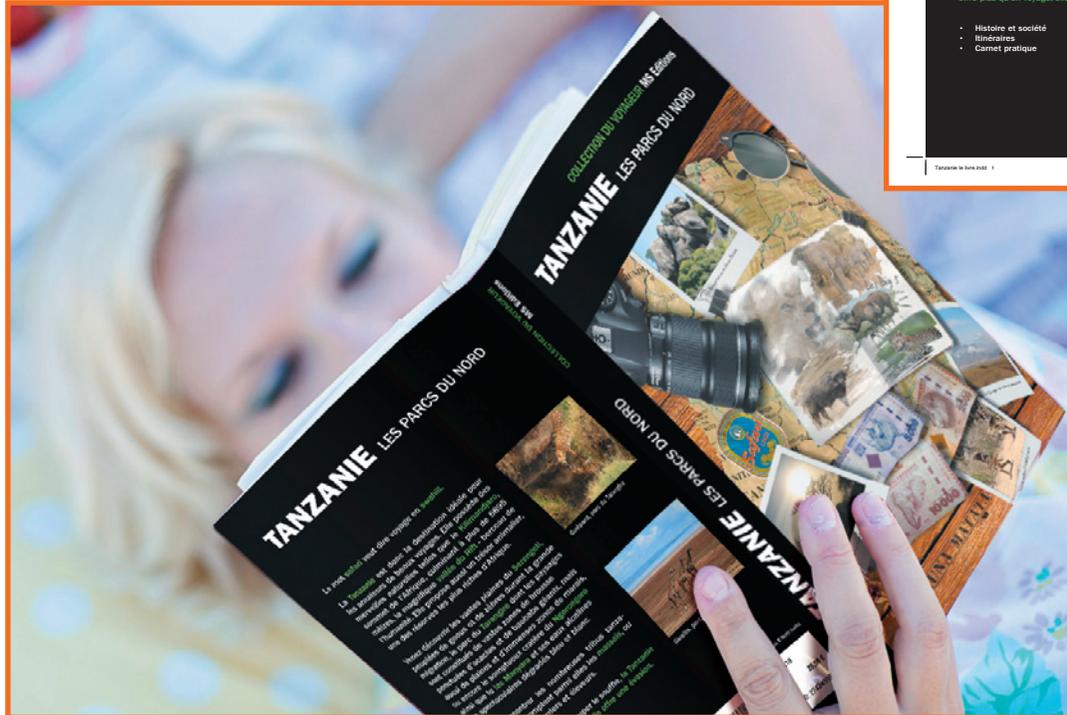


HAKUNA MATATA



EDITION

# CARNET DE VOYAGE PHOTOMONTAGE ET MISE EN PAGE



## TANZANIE LES PARCS DU NORD

Le mot **safari** veut dire voyage en **swahili**.

La **Tanzanie** est donc la destination idéale pour les amateurs de beaux voyages. Elle possède des merveilles naturelles telles que le  **Kilimandjaro**  -sommet de l'Afrique, culminant à plus de 5895 mètres, la magnifique  **vallée du Rift** , berceau de l'humanité. Elle propose aussi un trésor animalier, une des réserves les plus riches d'Afrique.

Venez découvrir les vastes plaines du **Serengeti**, peuplées de giroux et de zèbres durant la grande migration, le parc du **Ngorongoro** dont les paysages sont constitués de vastes zones de brousse ponctuées d'acacias et de baobabs géants, mais aussi de plaines et d'immenses zones de marais ou encore le somptueux cratère du **Ngorongoro** ainsi que le  **lac Manyara**  et ses eaux alcalines aux spectaculaires dégradés bleus et blancs.

Venez rencontrer les nombreuses tribus tanzaniennes qui comptent parmi elles les **masais**, ou les **hadzabis**, guerriers et éleveurs.

Ses paysages sont à couper le souffle, la **Tanzanie** offre plus qu'un voyage, elle offre une **évasion**.

- Histoire et société
- Itinéraires
- Carnet pratique



Guilford, parc du Tarangire



Usakata, parc du lac Manyara



Edition 2018  
29,90 €  
ISBN-10: 2742436987

## TANZANIE LES PARCS DU NORD



COLLECTION DU VOYAGEUR MS Editions  
TANZANIE LES PARCS DU NORD

HARUNA MATATA

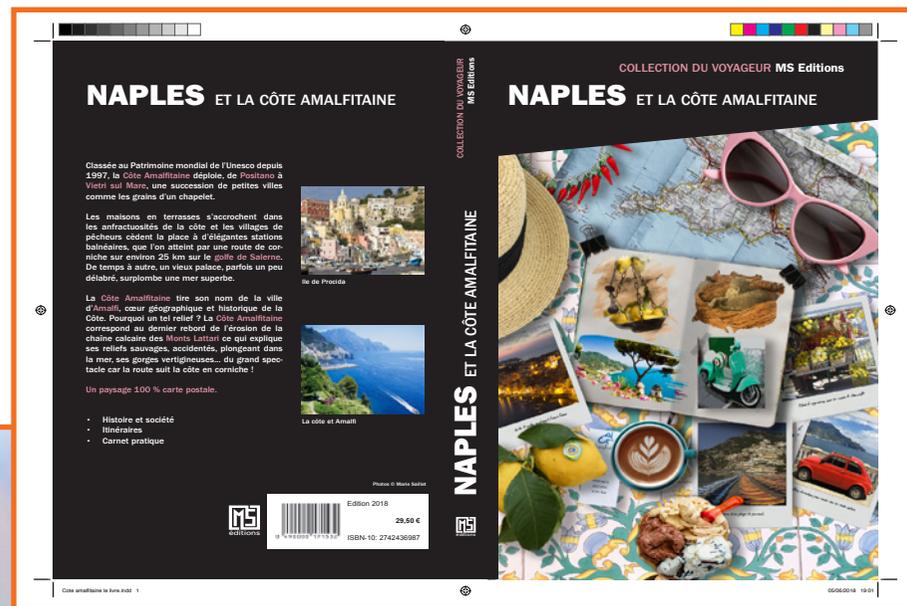


EDITION





EDITION





**Pourquoi avez-vous dû chercher aussi longtemps?**

Cette question peut-être posée si vous cherchez déjà depuis plusieurs mois. Ne vous laissez pas désarçonner. Chacun sait qu'aujourd'hui les recherches peuvent être longues. Répondez que vous avez commencé votre recherche activement dès que vous avez analysé le marché et ses besoins. Vous pouvez ajouter qu'aujourd'hui, le délai minimum pour trouver un emploi est de 3 mois.

**Quels sont vos sentiments actuels sur votre évolution professionnelle?**

Le recruteur cherche à évaluer la qualité de l'expérience que vous avez acquise. Soyez positif, évitez de donner l'impression que vous avez déjà donné dans le passé le meilleur de vous-même. Vous pouvez dire que chaque jour qui passe est pour vous l'occasion de donner le meilleur de vous-même et que l'entreprise concernée vous semble offrir un environnement dans lequel vous serez à l'aise.

**Quel intérêt ai-je à vous embaucher?**

C'est une question piège, car elle dérouté. Évitez de répondre. Le mieux est de donner une réponse courte et précise. Remémorez-vous la description du poste faite par l'interviewer et faites correspondre

point par point vos compétences. Vous pouvez répondre pour conclure : « je pense remplir pleinement toutes les conditions. Je crois être un bon candidat. »

**Avez-vous déjà fait ce type de travail ?**

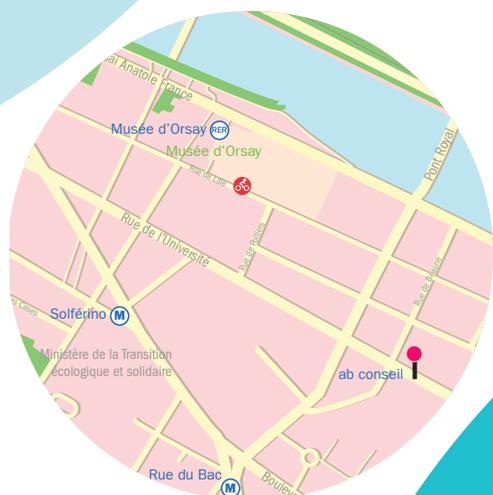
Évitez de répondre non, car vous perdriez l'attention du recruteur. Répondez donc positivement puis enchaînez sur les qualités qui sont nécessaires pour accomplir ce travail et montrez que ce sont celles dont vous avez su faire la preuve dans votre emploi précédent.

**Préférez-vous travailler seul ou en groupe ?**

Dites que l'isolement vous convient pour réfléchir, résoudre un problème. Mais que le travail en équipe est nécessaire en revanche pour analyser des situations, pour évaluer des projets.

**Avez-vous quelque chose à ajouter à la fin de cet entretien ?**

Évitez de répondre « non », cela montrera votre manque de repartie. Vous saurez profiter de l'occasion qui vous est offerte de communiquer des affirmations, en demandant de nouvelles sur les postes et terminer en beauté.



**Comment se rendre à l'agence ab conseil**

40, rue de l'Université, 75007 Paris  
01 45 44 70 72

En Métro Ligne 12, station Rue du Bac  
En RER station Musée d'Orsay  
En Bus Lignes 63, 68, 83, 84, 94  
En Vélib Station 62 Rue de Lille

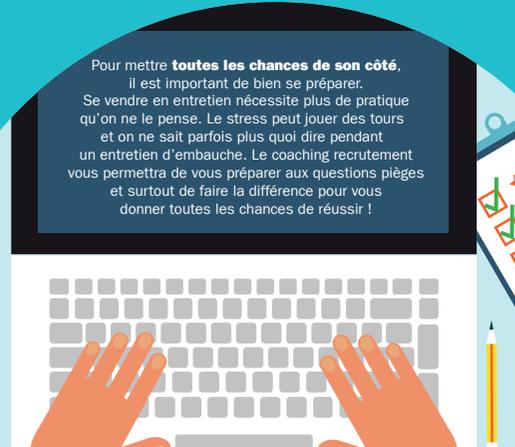


[www.abconseil.fr](http://www.abconseil.fr)



**30 questions du recruteur**

Pour mettre **toutes les chances de son côté**, il est important de bien se préparer. Se vendre en entretien nécessite plus de pratique qu'on ne le pense. Le stress peut jouer des tours et on ne sait parfois plus quoi dire pendant un entretien d'embauche. Le coaching recrutement vous permettra de vous préparer aux questions pièges et surtout de faire la différence pour vous donner toutes les chances de réussir !





**Quels sont vos points forts ?**  
Parlez de 2 ou 3 points utiles pour la discussion proposée. Attention, pour être crédible, il faut pouvoir prouver ce que vous avancez. Sinon, vous prenez le risque de passer pour un « baratinneur ». Par exemple, si vous voulez montrer que vous êtes bon vendeur expliquez avec des exemples chiffrés.

**Quelle est votre situation de famille ?**  
Cette question peut être considérée comme embarrassante surtout si vous êtes une femme, ou si vous venez de vous séparer. Sachez que le contenu de votre réponse intéresse bien moins le recruteur, que la façon dont vous vous comportez. Car ce qu'il cherche, c'est à vous déstabiliser. A ce type de question, opposez le calme comme s'il s'agissait d'une provocation. Cela vous permettra de garder votre sang froid. Répondez posément.

**Décrivez votre personnalité ?**  
Mettez en avant les aspects équilibrés, respectables et humains de votre personnalité. Rappelez vos traits dominants. Soyez vous-même.

**Quels sont vos hobbies ?**  
Citez ceux qui montrent votre dynamisme. Evitez l'énumération excessive, votre interlocuteur ne pourra pas tout retenir.

**Que lisez-vous ?**  
Si vous ne lisez jamais, indiquez quelques revues et périodiques connues du secteur économique de l'entreprise qui vous reçoit et donnez un choix de livres de genres différents en qualité.

**Pourquoi voulez-vous travailler dans notre entreprise ?**  
Vous avez entendu dire qu'il y avait des avantages sociaux dans l'entreprise, surtout n'en parlez pas, cela donnerait l'impression que vous cherchez à profiter de la société sans vouloir lui apporter grand-chose. Avant tout, présentez vos motivations par rapport au poste.

**Pourquoi notre entreprise ?**

**Qu'est-ce qui vous attire chez nous ?**  
Montrez que vous avez recueilli des informations sur le projet et le type de management de l'entreprise et que vous adhérez à ses choix. Soyez motivé et enthousiaste !

**Pour quel type de travail êtes-vous fait ?**  
Répondez en fonction de votre objectif et du poste proposé. Soyez vous-même, ne composez pas un personnage que vous n'êtes pas, mais essayez de vous adapter aux attentes de votre interlocuteur.

**Qu'est-ce qui vous intéresse le plus et le moins dans le poste proposé ?**  
Donnez 3 ou 4 facteurs qui vous motivent particulièrement et limitez les éléments qui ne vous passionnent guère. Par exemple, si vous postulez pour un emploi de garçon de café, vous pouvez dire que c'est un métier dynamique où l'on rencontre beaucoup de gens, mais qu'en revanche, les horaires sont difficiles.

**Donnez-moi votre définition du poste ?**  
Distinguez les activités qui le composent, les fonctions qui les animent et la mission qui est d'atteindre un objectif. Que souhaitez-vous trouver dans ce poste que vous n'avez pas avant ? Répondez que vous recherchez plus de responsabilité, d'autonomie, avec des objectifs mieux finis et plus ambitieux. Mais ne vous montrez pas amer en évoquant votre dernier poste.

**Quelle est votre stratégie pour développer le poste ?**  
Montrez que vous êtes ambitieux, mais aussi patient. Expliquez que votre premier objectif est de réussir la mission qui vous est confiée et de participer au développement du service.

**Que pouvez-vous nous apporter ?**  
Rapportez-vous au poste présenté par votre interlocuteur et indiquez vos expériences réussies semblables à

celles qui vous seront confiées dans la nouvelle entreprise. Par exemple, si vous vous présentez pour un poste de commercial et que vous avez déjà pu montrer vos capacités dans ce domaine, expliquez-le.

**Quelles sont vos prétentions ?**  
Montrez que vous êtes respectueux de la grille des rémunérations de chaque entreprise et qu'en conséquence, vous préférez obtenir plus d'informations sur le sujet avant de faire une proposition. Avancez avec prudence mais ne vous bradé pas.

**Quelle rémunération correspondrait au poste qui vous est proposé ?**  
Demandez quelle est la fourchette dans des postes similaires de société. Si vous n'avez pas de réponse, donnez une fourchette sous réserve d'en savoir davantage sur la nature des responsabilités du poste que l'on vous propose.

**Pourquoi voulez-vous changer d'entreprise ?**  
Plutôt que de parler négativement de votre ancienne entreprise, dites que vous recherchez un plus. Que c'est un souci d'évolution professionnelle qui vous motive.

**Quelle était votre responsabilité ?**  
Donnez des chiffres, des effectifs, un budget, un nombre de points de vente, le cas échéant des variations obtenues par votre gestion ? Dans tous les cas, respectez des éléments concrets.

**Avez-vous effectué des voyages à l'étranger ?**  
Evitez de répondre que vous voyages à l'étranger vous ont permis de vous familiariser avec des modes d peu près la même chose ! Faites une réponse plus personnelle. Si vous n'avez rien à dire ne parlez pas de vos voyages.

**Vos compétences professionnelles**

**Savez-vous diriger une équipe ?**  
Attention, c'est une question piège. Si vous devez avoir un poste d'encadrement, parlez de vos expériences réussies, de votre engagement personnel, de votre souplesse et de votre capacité à mobiliser vos collaborateurs pour atteindre un objectif.

**Si vous devriez recruter vos collaborateurs, que recherchez-vous en eux ?**  
Vous pouvez répondre qu'après avoir vérifié leurs compétences techniques, vous recherchez leurs capacités d'initiative, d'adaptabilité et leur sens de l'équipe.

**Comment voyez-vous l'évolution de votre profession ?**  
Montrez que vous avez réfléchi et que vous croyez en son avenir, ses marchés, sa mutation et ses projets. Vous pouvez avancer quelques idées personnelles sur les événements récents de la profession, ouverture sur l'Europe... quelle que soit la question posée, prenez

toujours votre temps avant de répondre.

**Quels seraient le poste et la société de votre choix ?**  
Indiquez en quoi le poste proposé et la société qui vous a convoquée répondent parfaitement à vos souhaits. Vous pouvez par exemple, parler du produit, dire pourquoi il vous intéresse.

**Continuez-vous à vous former ?**  
Si vous ne suivez pas de cours ou de stages, dites que vous lisez des publications professionnelles régulièrement pour vous tenir à jour ou indiquez qu'il vous serait facile de reprendre une formation.

**Quels ont été vos échecs ?**  
Ne soyez pas prétentieux, savoir parler de ses échecs est un point positif. Montrez que vous avez su les analyser pour repartir du bon pied.

**Quels sont les obstacles que vous avez rencontrés dans vos missions ?**  
Indiquez une difficulté objective inhérente à la nature de votre mission et expliquez comment vous l'avez surmontée.



Vous



PROJET ZIGOTO DU LOGO À LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Alphabet Katakana

ア	阿	イ	伊	ウ	宇	エ	江	オ	於
カ	加	キ	機	ク	久	ケ	介	コ	己
サ	散	シ	之	ス	須	セ	世	ソ	曾
タ	多	チ	千	ツ	川	テ	天	ト	止
ナ	奈	ニ	仁	ヌ	奴	ネ	祢	ノ	乃
ハ	八	ヒ	比	フ	不	ヘ	部	ホ	保
マ	末	ミ	三	ム	牟	メ	女	モ	毛
ヤ	也			ユ	由			ヨ	與
ラ	良	リ	利	ル	流	レ	礼	ロ	呂
ワ	和	ヰ	井			エ	恵	ヲ	手
ン	尔								

Phase 1

ステ<sup>ロ</sup>ロナロ

Phase 2

Zigoto

Phase 3

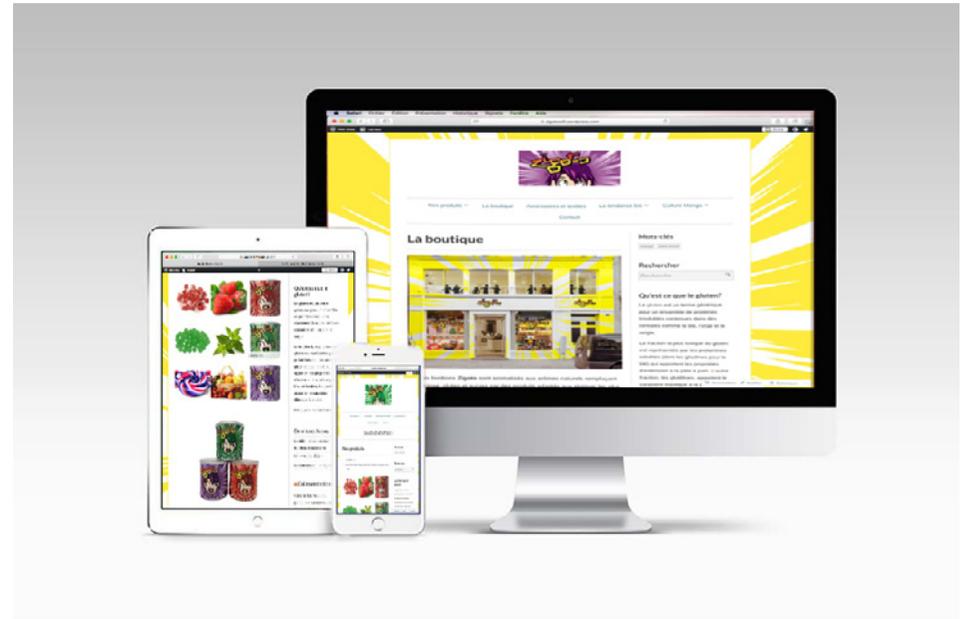
Zigoto

Phase 4

Zigoto



CONCEPTION GLOBALE





CONCEPTION GLOBALE

**POIDS NET: 90g**

**BANZAÏEMENT BIO !**

**Zigoto**  
Confiserie aromatisée aux arômes naturels remplaçant lactose, gluten et sucres par des produits adaptés aux régimes les plus courants.

Pour toutes informations, suggestions ou remarques sur votre café :

SERVICE CONSOMMATEURS ZIGOTO  
BP 6078 • 64100 Bayonne Cedex  
05 49 33 33 33  
info@zigoto.fr  
www.zigoto.fr

**POIDS NET: 90g**

OK 247 30 CEE

AB

Recyclez votre emballage  
Ayez le geste écologique

**Ingredients**  
Composition : Pectine de fruits, sirop de céréales bioéquivalent, arômes naturels, E1602, E1603, E140 (végétal).

**Conservation**  
A conserver à l'abri de la chaleur (max.27°C) et de l'humidité. Ce produit respecte la charte alimentaire de l'agriculture biologique.

**VALEURS NUTRITIONNELLES moyennes pour 100g**

Valeur énergétique (Kcal)	396 Kcal
Glucides (g)	traces
Protéines (g)	0,5 g
Lipides (g)	0,5 g
Sel (g)	00,1g



**POIDS NET: 90g**

**BANZAÏEMENT BIO !**

**Zigoto**  
Confiserie aromatisée aux arômes naturels remplaçant lactose, gluten et sucres par des produits adaptés aux régimes les plus courants.

Pour toutes informations, suggestions ou remarques sur votre café :

SERVICE CONSOMMATEURS ZIGOTO  
BP 6078 • 64100 Bayonne Cedex  
05 49 33 33 33  
info@zigoto.fr  
www.zigoto.fr

**POIDS NET: 90g**

OK 247 30 CEE

AB

Recyclez votre emballage  
Ayez le geste écologique

**Ingredients**  
Composition : Pectine de fruits, sirop de céréales bioéquivalent, arômes naturels, E1602, E1603, E140 (végétal).

**Conservation**  
A conserver à l'abri de la chaleur (max.27°C) et de l'humidité. Ce produit respecte la charte alimentaire de l'agriculture biologique.

**VALEURS NUTRITIONNELLES moyennes pour 100g**

Valeur énergétique (Kcal)	396 Kcal
Glucides (g)	traces
Protéines (g)	0,5 g
Lipides (g)	0,5 g
Sel (g)	00,1g



**POIDS NET: 90g**

**BANZAÏEMENT BIO !**

**Zigoto**  
Confiserie aromatisée aux arômes naturels remplaçant lactose, gluten et sucres par des produits adaptés aux régimes les plus courants.

Pour toutes informations, suggestions ou remarques sur votre café :

SERVICE CONSOMMATEURS ZIGOTO  
BP 6078 • 64100 Bayonne Cedex  
05 49 33 33 33  
info@zigoto.fr  
www.zigoto.fr

**POIDS NET: 90g**

OK 247 30 CEE

AB

Recyclez votre emballage  
Ayez le geste écologique

**Ingredients**  
Composition : Pectine de fruits, sirop de céréales bioéquivalent, arômes naturels, E1602, E1603, E140 (végétal).

**Conservation**  
A conserver à l'abri de la chaleur (max.27°C) et de l'humidité. Ce produit respecte la charte alimentaire de l'agriculture biologique.

**VALEURS NUTRITIONNELLES moyennes pour 100g**

Valeur énergétique (Kcal)	396 Kcal
Glucides (g)	traces
Protéines (g)	0,5 g
Lipides (g)	0,5 g
Sel (g)	0,01g





CONCEPTION GLOBALE



4/1

I  
D  
E  
N  
T  
I  
T  
É  
  
V  
I  
S  
U  
E  
L  
L  
E

## CRÉATION LOGO CONFECTION COUTURE POUR ACCESSOIRES ENFANTS





I  
D  
E  
N  
T  
I  
T  
É  
  
V  
I  
S  
U  
E  
L  
L  
E



4/2

I  
D  
E  
N  
T  
I  
T  
É  
  
V  
I  
S  
U  
E  
L  
L  
E

PROPOSITION LOGO SUNDAY'S (SALON DE THÉ)



4/3

I  
D  
E  
N  
T  
I  
T  
É  
  
V  
I  
S  
U  
E  
L  
L  
E

## PROPOSITION EMBLÈME NALG\* (STREET WEAR)



\* NOS ANCÊTRES LES GAULOIS

5/

T  
R  
A  
V  
A  
U  
X  
É  
X  
É



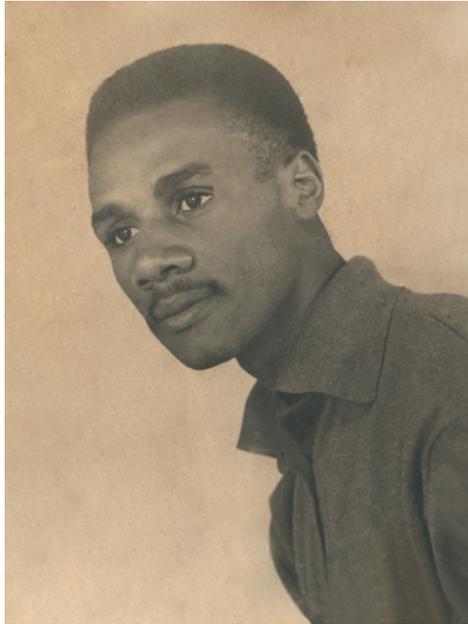


T  
R  
A  
V  
A  
U  
X  
  
É  
X  
É





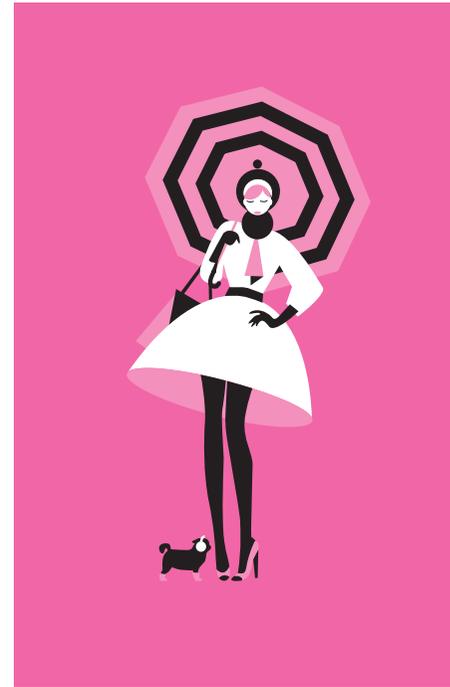
T  
R  
A  
V  
A  
U  
X  
  
É  
X  
É





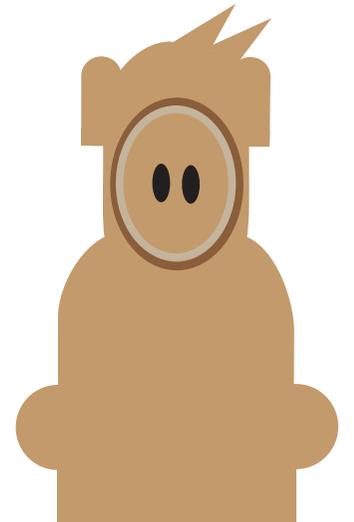
T  
R  
A  
V  
A  
U  
X  
  
É  
X  
É

MODÈLES





T  
R  
A  
V  
A  
U  
X  
  
É  
X  
É





T  
R  
A  
V  
A  
U  
X  
  
É  
X  
É



