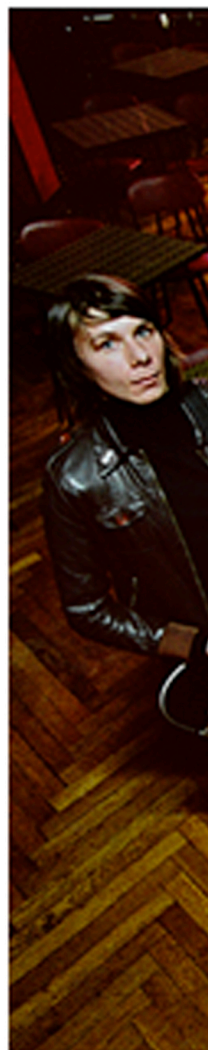




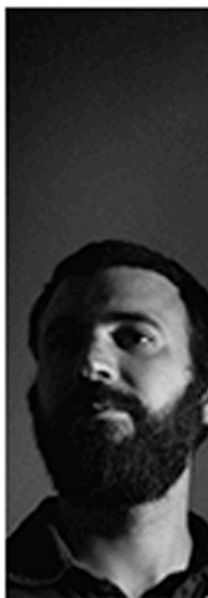
UNIVERSITÉ PAUL SABATIER
IUT DE TARBES

DÉPARTEMENT INFORMATION
SERVICES RÉSEAUX ET
COMMUNICATION
LICENCE CISP

ANNÉE UNIVERSITAIRE 2012/2013



CRÉATION D'UN SITE WEB POUR UN LABEL



Membres du jury :

PO DUPUY
M.HOURY-PANCHETTI

Étudiante:

SIESO ORTIZ, Olga

UNIVERSITÉ PAUL SABATIER
IUT DE TARBES

DÉPARTEMENT INFORMATION SERVICES RÉSEAUX ET
COMMUNICATION
LICENCE CISP/M

ANNÉE UNIVERSITAIRE 2012/2013

CRÉATION D'UN SITE WEB POUR UN LABEL

Membres du jury :

-PO DUPUY
-M.HOURY-PANCHETTI

Étudiante:

-Sieso Ortiz, Olga

REMERCIEMENTS

Plusieurs personnes ont contribué à l'élaboration de ce mémoire.

Tout d'abord, je tiens à remercier Vianney Monge : responsable du pressage CD, de s'être souciée de ma bonne intégration et de l'avancement de mes réalisations sur les différents logiciels. Il a toujours été disponible pour me mettre en contact avec les bonnes personnes pouvant m'aider.

Je veux ajouter:

J'associe ces remerciements à Laurent Laffargue, responsable de Platinum Records, de m'avoir aidé à solutionner les problèmes rencontrés avec les webmasters

J'adresse de chaleureux remerciements à Marijo OTERO, ma professeur de français, qui m'a donné des indications et m'a aidé à comprendre comment rédiger mon mémoire de stage.

Je tiens également à remercier Sarah EL HIMDI, qui a corrigé mes fautes de français à chaque fois que je lui ai demandé.

Enfin, je tiens à souligner l'investissement de Minica HOURY-PANCHETTI, enseignant-chercheur à l'IUT de Tarbes que je remercie pour son soutien et ses conseils sur mes comptes-rendus hebdomadaires.

INDEX

1. Contextualisation.....	2
1.1 Introduction.....	2
1.2. Analyse de l'entreprise.....	3
1.3. Mission de poste.....	7
 2. Mémoire de mission.....	8
2.1 Exposé de la problématique.....	8
2.2 Analyse de la situation trouvée.....	9
2.3 Méthode utilisée.....	10
2.4 Résultats obtenus.....	20
 3. Préconisations.....	27
 Conclusions.....	28
Biographie.....	29

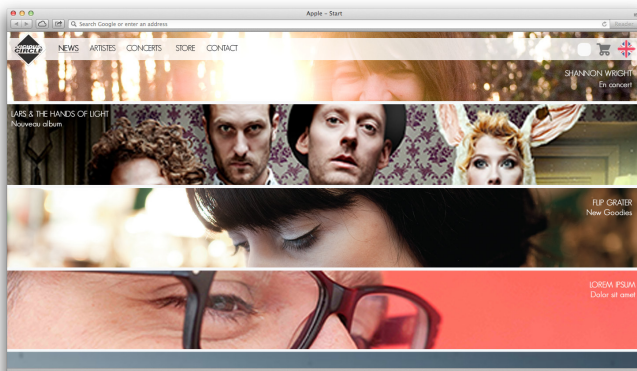
1. CONTEXTUALISATION

1.1 INTRODUCTION

Dans la palette de compétences liées au multimédia, la mission de mon stage était très concrète : actualiser le graphisme du site web d'un label de musique indépendante.

Après avoir présenté l'entreprise où a eu lieu le stage et la mission elle-même, je vais montrer quelle caractéristique du stage a été la plus importante et a défini ma façon de travailler, montrer les résultats obtenus et indiquer les préconisations indispensables pour une mission comme la mienne.

On trouvera en annexe tous les écrans du produit final c'est-à-dire du graphisme définitif du nouveau site web. Ces écrans sont le résultat de nombreux essais graphiques qui ne figurent pas dans ce rapport pour des raisons pratiques.



1. CONTEXTUALISATION

1.2 ANALYSE DE L'ENTREPRISE

1.2.1 HISTORIQUE DE VICIOUS CIRCLE

Créé en 1993 (C'est son 20 anniversaire) par les fondateurs du fanzine Abus Dangereux, le label Vicious Circle, avec de plus de 100 productions, a toujours fait des choix éclectiques et parfois surprenants. Artistes français mais également américains, norvégiens, suédois, allemands ou canadiens font partie du label.



De Shannon Wright (Atlanta), exceptionnelle auteur et compositeur réputée pour ses albums et performances live denses en émotions (elle a également enregistré en 2004 un disque avec Yann Tiersen), à Tender Forever (Portland), electro/pop espiègle et inventive.



Des BellRays (Los Angeles) à Minor Majority (Oslo), folk limpide et raffinée venue du froid ; du hip-hop délirant des Puppetmastaz (Berlin) à la

pop 80's de Kim (Bordeaux), incroyable multi-instrumentiste aux 18 albums ; des ambiances noires et langoureuses d' Elysian Fields (New York) aux chansons délicates et insouciantes de Mansfield.TYA (Paris). Mais aussi Girls Against Boys, Radio 4, Calc, Julien Pras, The Ex, Denali, Julie Doiron, Men Without Pants, The Notwist, etc.

1. CONTEXTUALISATION

La palette est donc large mais l'exigence de qualité toujours présente et l'envie intacte. Vicious Circle croit toujours au disque, tout simplement parce que le disque est avant tout une oeuvre artistique, résultat d'un long travail et d'une époque de la vie d'un artiste. Vicious Circle cherche les émotions partagées, d'éclats et de colères, d'amour et d'impatiences.



Il faut écouter tous nos disques plusieurs fois pour les apprécier pleinement. Certains demandent même une culture musicale certaine. Tous sont le reflet de notre passion.

Les disques Vicious Circle sont distribués en France, Benelux, UK, Allemagne, Autriche, Portugal, Suisse, Espagne, Italie, Grèce et Pologne.

2. MÉMOIRE DE MISSION

1.2.2 POSTES DE TRAVAIL

Il y a réellement deux labels, Vicious Circle et Platinum Records, qui travaillent ensemble. Au début, j'allais travailler pour les deux mais, après quelques modifications de mission, il a été décidé que j'allais travailler seulement pour Vicious Circle. C'est pour cela que l'information présentée ici concerne principalement Vicious Circle mais il ne faut pas oublier Platinum car presque toute l'équipe travaille pour les deux maisons de disques.



1. CONTEXTUALISATION

Philippe Couderc :

Responsable, créateur de Vicious Circle

Laurent Laffargue :

Responsable, créateur de Platinum Rcds

Vianney Monge :

Responsable pressage cd

Fabienne Quillet :

Chef de projet

Luc Ardilouze :

Graphiste, webmaster

Guillaume Le Collen :

Communication

Myriam :

Comptable

Nicolas Procureur :

Webmaster

Thomas :

Pressage cd

David Robert :

Digital promotion manager

Sean :

Selection des artistes

1. CONTEXTUALISATION

1.3 MISSION DE POSTE

Ma mission consistait à refaire le site web de Vicious Circle (www.viciouscircle.fr) tout simplement parce qu'il est vieux, et, pour un label, c'est important d'avoir un site d'actualité, innovant et créatif, tout comme la musique qu'ils produisent.

Pendant deux semaines, à cause de l'absence du graphiste habituel, on m'a demandé de faire aussi son travail : vérifier le graphisme des pochettes envoyées, les envoyer à l'imprimerie ; faire des bannières publicitaires pour Youtube, Bandcamp et pour l'ancienne version du site web qui est la version visible actuellement en ligne.

2. MÉMOIRE DE MISSION

2.1 EXPOSÉ DE LA PROBLÉMATIQUE

PROBLÉMATIQUE:

«Critères de création d'un site web sans aucune consigne.»

À mon arrivée dans l'entreprise, on m'a dit que je devais créer le graphisme des nouveaux sites des labels Vicious Circle et Platinum Records. On ne m'a cependant donné aucune consigne, aucune directive, aucune méthode, seulement une proposition; «utiliser les photos professionnelles qu'ils ont de tous les artistes».

Et une règle subjective: «le site web doit être différent, innovateur».

Ma mission ne portait que sur le design du site car ils ont embauché un bureau de webmasters qui s'occupaient de la programmation du site en elle-même.

Quand j'ai commencé à travailler sur le design, j'ai essayé de demander mon patron s'il pouvait valider mes premières propositions de design. Mais il n'était jamais disponible, il avait trop de travail à faire parce qu'il est le patron de l'entreprise, le créateur et le directeur.

Il a validé mon travail seulement deux fois; la première trois semaines après mon arrivée, la seconde, une semaine avant la fin du stage.

On peut donc dire que le manque de disponibilité de mon patron a défini ma façon de travailler pendant ce stage pour atteindre les objectifs définis au départ.

2. MÉMOIRE DE MISSION

2.2 ANALYSE DE LA SITUATION TROUVÉE

-Sans consignes.

La première caractéristique de la situation trouvée à mon arrivée est l'absence de consignes. Mon patron ne m'a fait que des remarques orientatives sur les photos à inclure dans le nouveau site et sur le style innovateur à lui donner mais aucune consigne concrète à propos du contenu du menu, de la longueur de chaque section (quantité d'informations à apporter dans chaque cas) ou de la méthode à utiliser pour créer le site. Je suis partie de zéro, il m'a fallu trouver un point de départ. J'ai donc dû trouver mes propres consignes, ma propre méthode de travail. Et comment justifier ma façon de travailler? Comment trouver des consignes?

- Un patron qui ne valide pas mon travail.

La deuxième caractéristique de la situation trouvée est le manque de disponibilité de mon patron. Il est en général présent dans l'entreprise mais très occupé et il a rarement été disponible pour répondre à mes questions. Il a fallu que je trouve quelqu'un dans l'entreprise qui me dise si j'étais dans la bonne direction, quelqu'un qui puisse valider mon projet et j'ai trouvé ces réponses en allant voir Guillaume Le Collen, responsable de communication du label. Je n'ai pas obtenu de validation officielle avec ses réponses mais j'ai au moins eu des indications, des validations orales pour me permettre de continuer à avancer.

2. MÉMOIRE DE MISSION

2.3 MÉTHODE UTILISÉE

En sachant qu'il n'y avait pas de consignes à respecter, les possibilités du design étaient infinies donc il a fallu trouver des consignes d'une façon ou d'une autre.

Pour les trouver, j'ai fait une étude sur le site web actuel, une recherche des sites webs généralistes qui sont d'actualité en ce moment et des sites webs des autres labels indés (indépendants).

Tout d'abord, pour faire l'étude du site actuel, j'ai mis en place plusieurs approches :

- J'ai analysé son menu de façon détaillée et le contenu de chaque section du site pour vérifier avec certitude si toutes les sections étaient nécessaires ou s'il manquait des informations importantes et voir donc si les informations du site étaient toutes pertinentes et si on devait en ajouter.
- J'ai réalisé des enquêtes auprès des employés du label qui utilisent souvent le site web pour savoir comment ils utilisent le site web et ce dont ils ont besoin sur le site de façon à optimiser les fonctions du nouveau site.
- J'ai également demandé à des gens extérieurs au label, qui n'utilisent jamais le site, quelles informations ils cherchent quand ils consultent des sites de maisons de disques de façon à connaître l'avis des usagers.

Ensuite, les sites webs généralistes d'actualité ont apporté les clés du graphisme qui sont d'actualité en ce moment, la mode graphique qu'il fallait utiliser pour créer le site innovateur qu'on m'avait demandé.

Enfin, l'analyse des autres labels indés ne m'a pas apporté beaucoup d'informations car je n'ai pas trouvé de sites innovateurs. J'ai pu confirmer cependant que le contenu était à peu près similaire, ce qui m'a orientée dans le contenu à donner au site que je créais.

2. MÉMOIRE DE MISSION

2.3.1 ÉTUDE DU SITE WEB ACTUEL

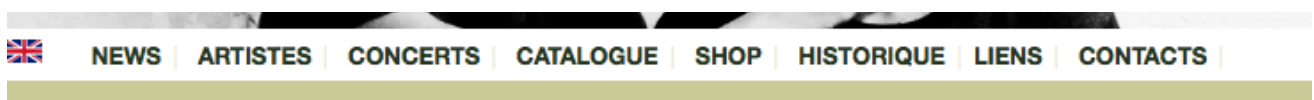
Menu incomplet et trop long en même temps, informations disposées d'une manière qui n'est pas ergonomique. Icônes mal placées, graphisme très ordinaire... Voici quelques conclusions importantes que j'ai trouvées à partir des enquêtes et de ma propre analyse.

Voici le site web actuel :



2.3.1.1 LES SECTIONS DU SITE ACTUEL

Dans le menu, on trouve des sections qu'on utilise rarement comme «liens», «catalogue» ou «historique», soit parce qu'elles ne sont pas bien placées, soit parce que c'est de l'information qui n'a pas d'intérêt. Il fallait donc réfléchir à la façon de placer l'information et au type d'information à inclure dans le site.



2. MÉMOIRE DE MISSION

2.3.1.2 COMPOSITION DU MENU

À partir des suggestions faites par les personnes interviewées lors des enquêtes réalisées et de ma propre analyse du site, je suis arrivée à :

-Parties indispensables :

En analysant les réponses des usagers de sites de maisons de disques, j'ai trouvé des parties du menu qu'il fallait absolument avoir:

- News
- Artistes
- Concerts
- Store
- Contact

-Parties importantes mais secondaires :

Il y avait aussi des utilisateurs qui disaient qu'il était important d'avoir une section de vidéos et de photos mais, comme ce n'était pas le plus important, on pouvait le mettre dans une autre section, comme dans les News, ou dans «l'univers artiste», sous-section de la section «Artistes».

Et la partie «catalogue» était aussi très pratique et importante car les employés du label doivent pouvoir chercher toutes les sorties de disques du label par ordre chronologique.

Mais le catalogue ne serait pas une partie du menu parce que les employés du label sont les seuls qui vont le visiter habituellement. Le catalogue serait donc mis dans la section «store».

2. MÉMOIRE DE MISSION

2.3.1.3 LE PANIER DES ACHATS

L'absence de panier qui dit à l'utilisateur ce qu'il a déjà choisi sur sa liste de produits à acheter est impardonnable car la mission du site web est prioritairement la vente en ligne des produits du label.

Il faut donc que l'utilisateur sache à tout moment ce qu'il va acheter et comment, il faut que tout soit vraiment clair pour lui, pour qu'il soit tranquille et qu'il veuille retourner au site pour continuer ses achats. Il fallait donc ajouter un panier dans la nouvelle version du site.

2.3.1.4 LA PUBLICITÉ SUR LE SITE

L'ancienne version du site avait des bannières publicitaires sur les nouvelles sorties des albums. Il était important de conserver un petit espace pour continuer à faire des bannières publicitaires sur les nouvelles sorties de façon à favoriser les ventes.

2. MÉMOIRE DE MISSION

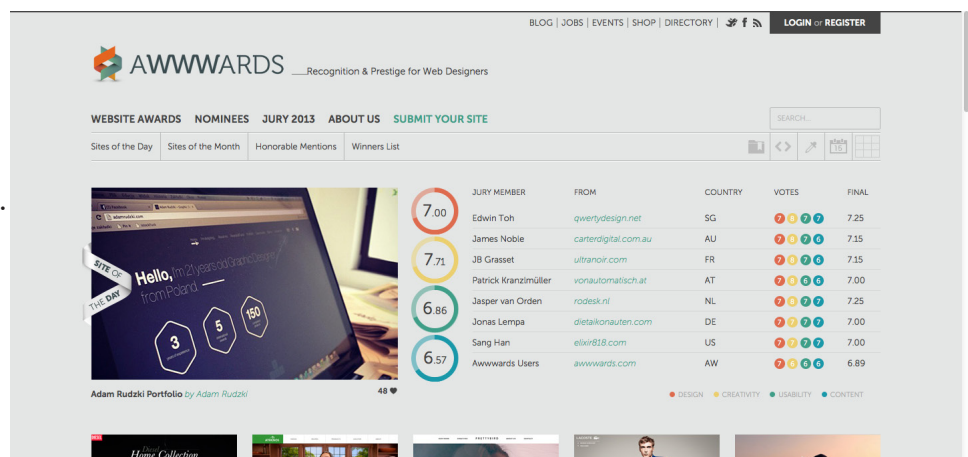
2.3.2 ÉTUDE DES SITES WEB GÉNÉRALISTES D'ACTUALITÉ

Pour la recherche des exemples de sites webs, j'ai trouvé beaucoup de sites, qu'on peut voir dans la bibliographie. Sont détaillés plus bas ceux que j'ai trouvés plus importants soit pour leur design graphique, leur fonctionnement ou leur ergonomie.

Ces sites, qui font vraiment réfléchir pour le développement d'un site sont toujours d'actualité, ont une bonne ergonomie et surtout, un graphisme surprenant.

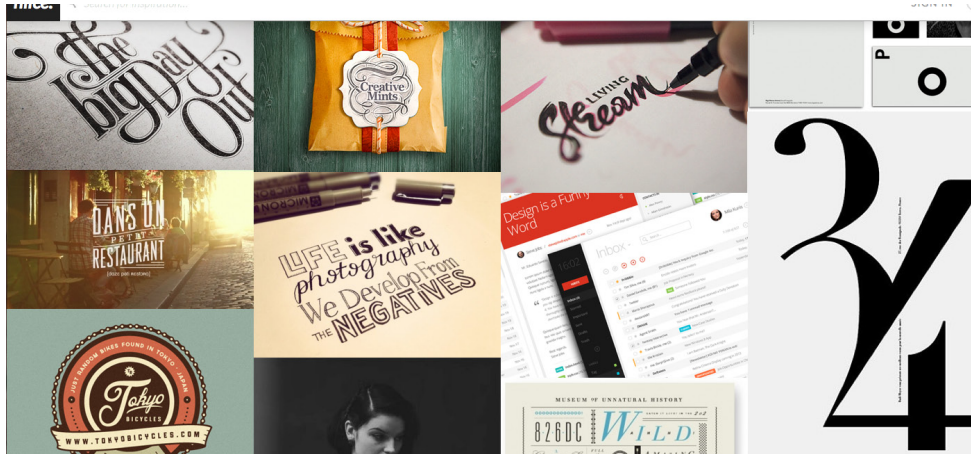
[HTTP://WWW.AWWARDS.COM/](http://www.awwwards.com/)

Un site pour retrouver l'actualité, les sites webs qui ont gagné des prix pour leur design, leur ergonomie, leur créativité... Presque tous les sites montrés plus bas se trouvent ici.



2. MÉMOIRE DE MISSION

[HTTP://NIICE.COM/](http://niice.com/)



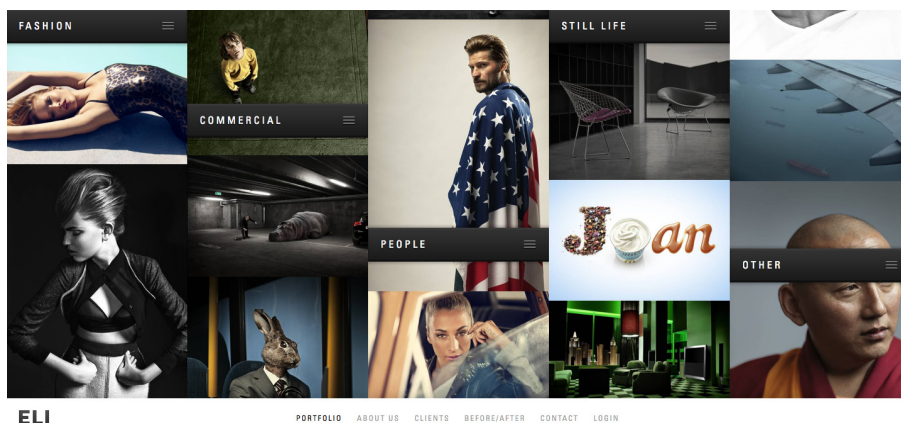
Un site qui m’a inspiré pour ses différentes propositions du design graphique.

Weareeli est un site qui m’a donné des idées pour la section “artistes”, il faut vraiment le visiter pour comprendre le fonctionnement du site que je propose.

Ici, ce qui est frappant, c’est le scroll vertical, ce n’est pas le scroll qu’on voit dans tous les sites, c’est un scroll qui marche uniquement par colonnes. Seule la colonne qu’on survole bouge.

2. MÉMOIRE DE MISSION

[HTTP://WEAREELI.DK/](http://WEAREELI.DK/)

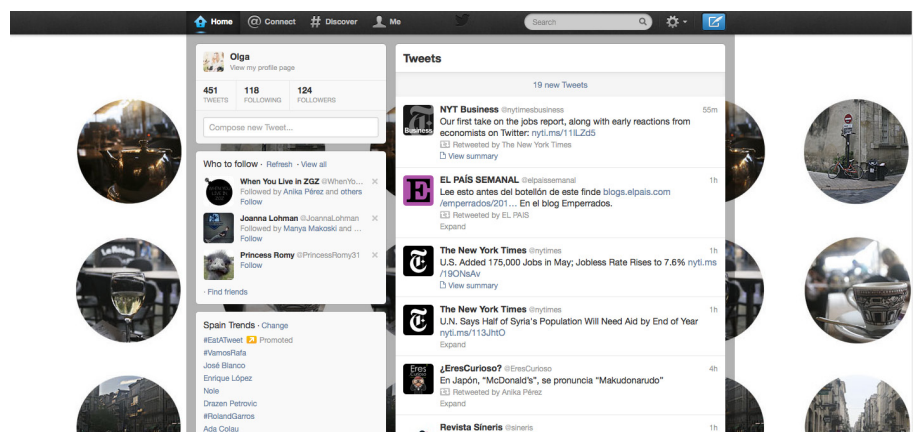


J'ai trouvé que, si on mettait les artistes par colonnes comme ça, ce serait innovateur et aussi une façon de faire la promotion des artistes. Les usagers pourront aussi trouver des groupes de musique qu'ils ne connaissaient pas encore.

Twitter et sa façon de montrer toute l'information, les tweets.

À chaque fois qu'on clique sur un tweet, celui-ci s'ouvre en montrant plus d'informations, les réponses, le numéro de personnes qui ont cliqué sur «favori», etc.

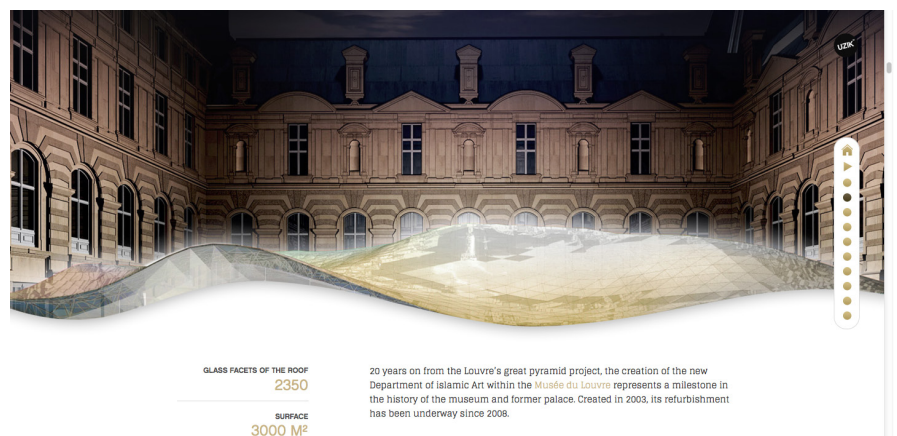
[HTTP://TWITTER.COM/](http://TWITTER.COM/)



2. MÉMOIRE DE MISSION

[HTTP://WWW.UZIK.COM/LOUVREISLAMICARTS/](http://www.uzik.com/LouvreIslamicArts/)

On trouve de plus en plus de sites webs où il y a toute l'information qui est dans un super scroll qui montre tout.



[HTTP://WWW.BRENNINKMEIJERENISAACS.COM/](http://www.brennkmeijerenisaacs.com/)



Ce site m'a paru intéressant à cause de son design graphique : le fait que toutes les images sont séparées pour une marge blanche donne une image plus propre et élégante.

2. MÉMOIRE DE MISSION

2.3.3 CONSIGNES TROUVÉES

Comme conclusion aux études antérieurement montrées, il y a quelques consignes qui doivent être impérativement exécutées dont voici la liste :

1. Il faut que le site donne une image indée avec son graphisme et fonctionnement.

2. Le menu doit impérativement être composé de:

News
Artistes
Concerts
Store
Contact

3. Il faut que le site soit innovateur, qu'il donne envie d'aller le visiter.

4. Il doit y avoir un catalogue

5. Il faut un design qui donne envie d'acheter de la musique.

6. La page artistes doit servir à faire découvrir de nouveaux artistes aux utilisateurs du site.

7. La façon d'acheter la musique doit être très simple et intuitive

8. La police utilisée doit être claire, plutôt futuriste et élégante, pour donner une sensation d'innovation et de classe.

2. MÉMOIRE DE MISSION

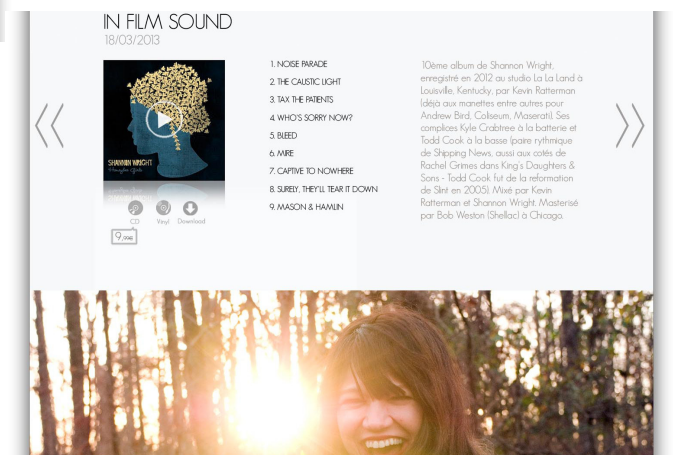
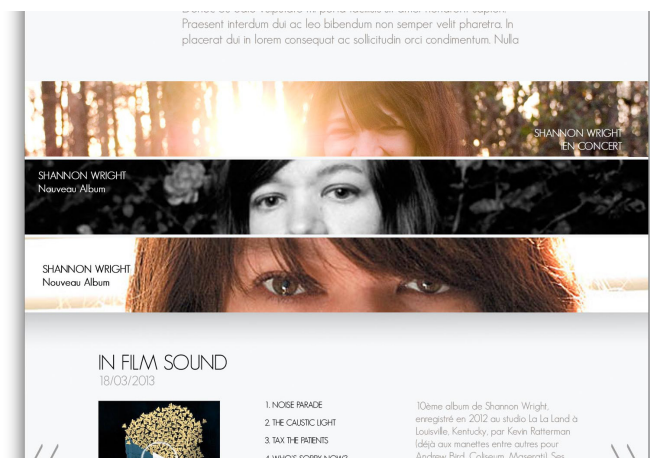
9. Le site web doit principalement être composé des photos des artistes.
10. L'ergonomie doit être intuitive dans tout le site.
11. Les marges entre les photographies doivent donner une image plus propre et élégante.
12. Il faut laisser un espace pour faire de la publicité sur les nouvelles sorties des albums.

2. MÉMOIRE DE MISSION

2.4 RÉSULTATS OBTENUS

Après avoir abouti à la liste des consignes, le travail était moins difficile, mais ce n'était facile pour autant.

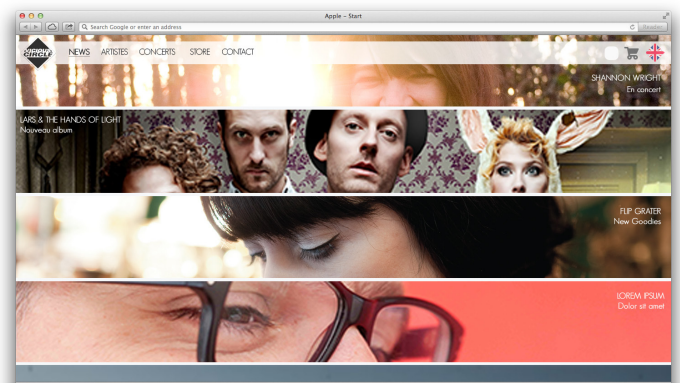
Quelques exemples qui aident à comprendre comment les consignes ont été suivies sont montrées et expliquées ci-dessous, au même titre que le fonctionnement de quelques parties du site, pour faire comprendre son ergonomie et les arguments de mon choix de graphisme.



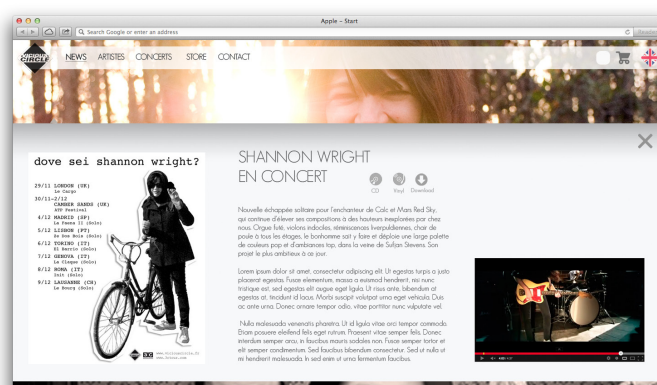
2. MÉMOIRE DE MISSION

Comment trouver une page “news” qui montre tous les titres des dernières news d’un coup, sans nécessité de scroller, et un plus, comment faire pour lire un news sans avoir besoin de changer de page?

La meilleure solution trouvée lors de l’analyse était «Twitter». Il y aura donc des bandes avec des photos des yeux des artistes sur lesquelles on trouve la nouvelle.



Une bande pour chaque nouvelle. On peut lire en blanc le nom du groupe et le titre de la nouvelle, et quand on clique dessus, on trouve la nouvelle:



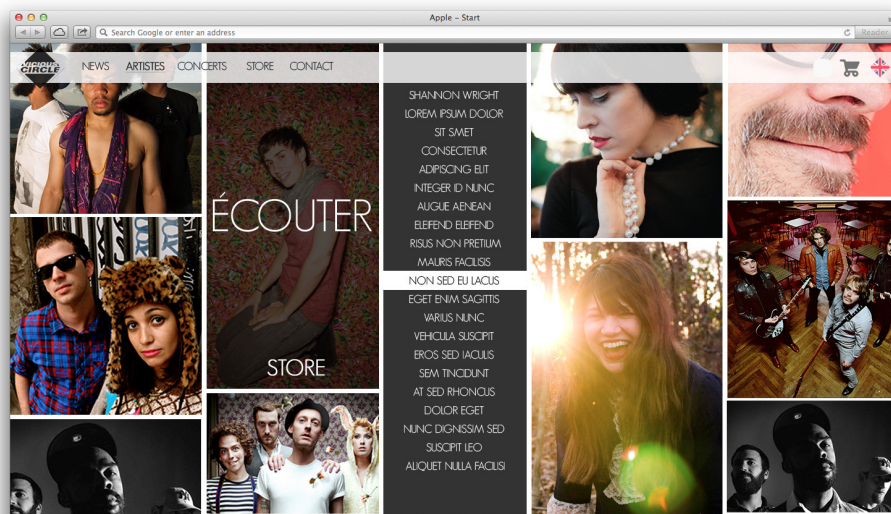
Une fois qu’on a ouvert une bande c’est-à-dire une nouvelle, on peut : continuer à scroller pour trouver d’autres nouvelles, fermer la news qu’on lisait, tout ouvrir, tout fermer, continuer à scroller...

C’est ergonomique parce qu’on peut voir d’un coup les titres des dernières nouvelles, reconnaître l’artiste par sa photo. Et quand on clique sur une bande, on a la news sans avoir changé de page.

2. MÉMOIRE DE MISSION

À la page «artistes», comment montrer tous les artistes d'une façon dynamique qui crée une «dépendance»? Comment mettre de la même façon une barre de recherche pour trouver facilement un artiste défini?

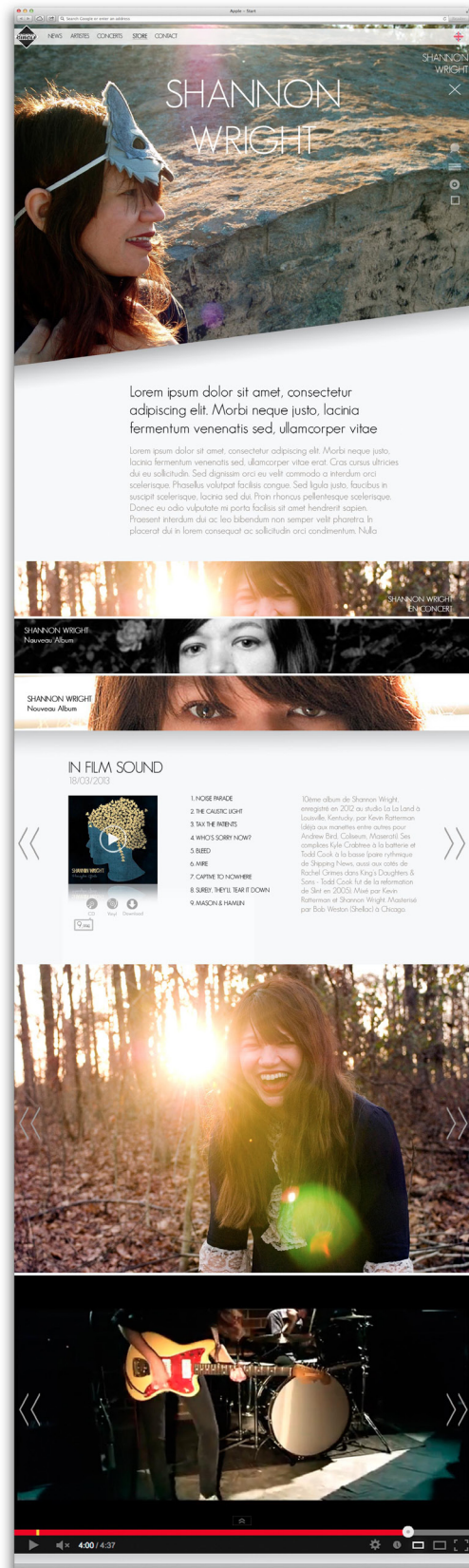
La solution trouvée était un scroll par colonnes comme dans le site <http://weareeli.dk/>. Ce fonctionnement rend le site dynamique et innovateur.



Quand on passe la souris sur la liste au milieu, où il y a tous les noms des artistes par ordre alphabétique, on verra que l'artiste qu'on survole, va se déplacer jusqu'à ce qu'on le voie sur l'écran. De la même façon, quand on survole la photo d'un artiste, son prénom va ressortir dans la liste au milieu.

Comme ça, on a une «barre de recherche» différente, juste au milieu et une façon dynamique de trouver des artistes qu'on ne connaissait pas.

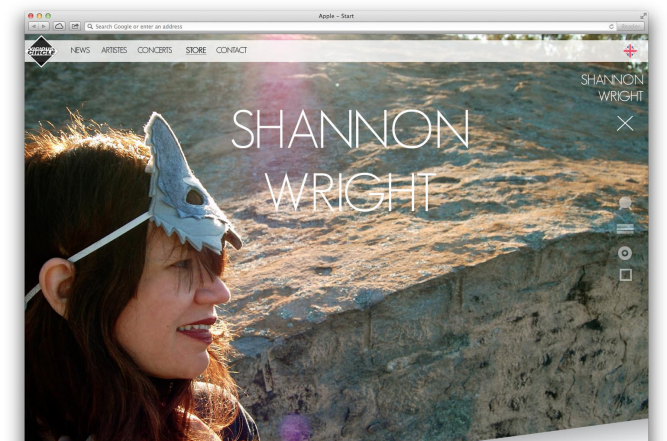
2. MÉMOIRE DE MISSION



Question sur l'ergonomie :

Comment créer un «univers artiste» où il y a toute l'information sur un artiste défini sans changer de page? Par ailleurs, comment faire pour fermer facilement et revenir là où on trouve tous les artistes?

La solution trouvée est de faire un long scroll. Au début, on verra l'artiste. Quand on fait le scroll, on aura les images qui changent mais le menu restera toujours en haut de page, avec le X pour pouvoir fermer.

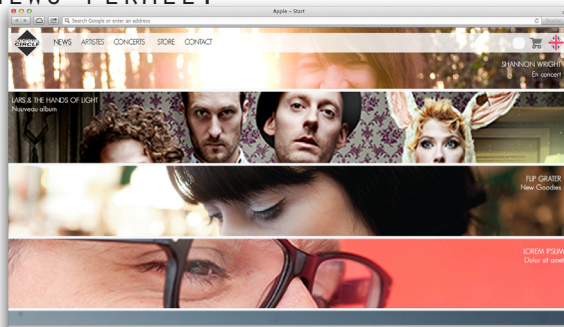


2. MÉMOIRE DE MISSION

Dans les sections déjà expliquées, on a suivi les consignes suivantes :

- Le site web doit être principalement composé des photos des artistes.
- Un fonctionnement intuitif.
- Un fonctionnement ergonomique.
- La police utilisée est claire, plutôt futuriste et élégante, Geosans Light.
- La page aide à découvrir de nouveaux artistes.
- Elle donne une image indée par son graphisme et son fonctionnement.
- Son système est innovateur..
- Des marges entre les photos donnent une image plus propre et élégante.
- Un graphisme qui donne envie d'acheter de la musique.

NEWS FERMÉE :



NEWS OUVERTE :

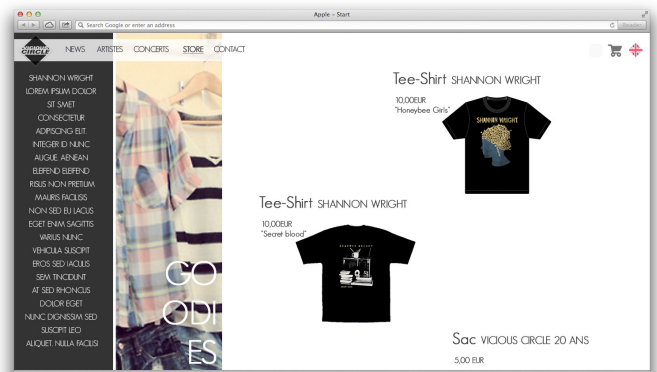
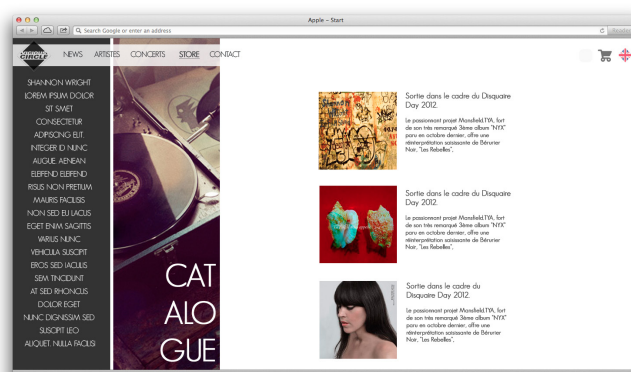
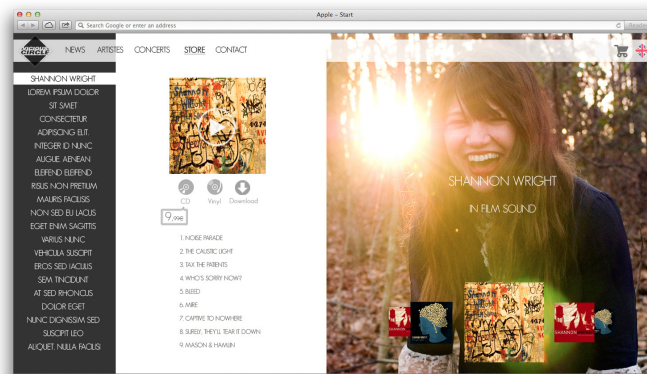
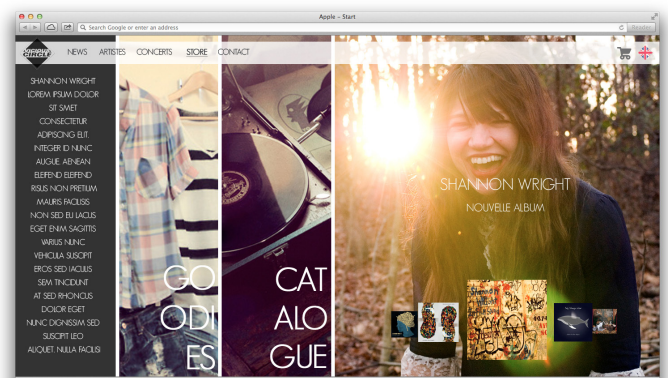


2. MÉMOIRE DU MISSION

La page store suit elle aussi les consignes, mais, en plus, cette fois, on a le catalogue et l'espace pour faire la pub des dernières sorties.

Normalement, ils y aura plusieurs sorties d'albums qui défilent en changeant aussi la photo du fond en fonction de l'artiste.

On aura une colonne avec les noms des artistes et une autre pour voir les goodies de tous les artistes ou le catalogue.



2. MÉMOIRE DE MISSION

Dans la dernière section expliquée, on a les consignes qui restent à suivre dans les autres parties:

- Il faut laisser un espace pour faire de la publicité sur les nouvelles sorties des albums.
- Il doit y avoir un catalogue

Les consignes du menu ont été suivis aussi dans toutes les sections:

- Le menu doit impérativement être composé de:

News
Artistes
Concerts
Store
Contact

3. PRÉCONISATIONS

En ce qui concerne la problématique posée, «**Critères de création d'un site web sans aucune consigne**», le stage réalisé permet d'arriver aux préconisations suivantes :

Il faut être préparé pour «se débrouiller» quand il n'y a pas de consignes à suivre, savoir comment chercher.

Il ne faut pas hésiter à demander de l'aide aux gens dans l'entreprise pour avancer.

Les enquêtes auprès des gens de notre entourage peuvent toujours apporter d'autres points de vue.

Il faut réussir à créer une bonne ambiance de travail car, si jamais il y a des problèmes, ils seront plus faciles à résoudre parce que la communication sera meilleure.

Quand il n'y a pas d'autre graphiste qui puisse donner un deuxième avis, ça vaut la peine de chercher une autre personne qui puisse critiquer le travail effectué afin de l'améliorer.
Une seule personne peut difficilement voir tous les détails.

Il faut accepter les critiques, elles sont toujours utiles pour s'améliorer.

Dans le monde du graphisme, on peut souvent manquer d'idées, d'inspiration. C'est là qu'il faut se débrouiller; faire des recherches sur internet, montrer la cause de ta frustration à quelqu'un, pour parler et trouver des solutions... ou même faire une pause. C'est quelquefois grâce à ça qu'on peut avoir de bonnes idées.

CONCLUSIONS

Passionnée par la musique indépendante je m'intéresse également à tout ce qui en découle : clips, création d'affiches, réalisation de jaquettes d'albums et webdesign. J'étais très curieuse de découvrir ce domaine pour apprendre et comprendre le fonctionnement d'une maison de disques indépendante.

Lors de ce stage, l'absence de consignes m'a permis d'évoluer en tant que graphiste, en apprenant à me débrouiller et en développant mon autonomie et indépendance. Grâce à ça, j'ai pu avoir une expérience inoubliable qui m'a enrichi autant personnellement que professionnellement (graphisme).

En résumé, c'était vraiment une expérience positive qui m'a donné des connaissances dans le domaine du graphisme de la musique, et surtout, m'a préparé pour mon avenir professionnel.

BIBLIOGRAPHIE

<http://www.viciouscircle.fr/>

<http://toulouse.viciouscircle.org/>

<http://www.platinumrds.com/site/>

http://bootik.abusdangereux.net/index.php?manufacturers_id=10

<https://twitter.com/WarnermusicFR>

<http://www.awwwards.com/>

<http://weareli.dk/>

<http://bandcamp.com/>

<http://www.loisjeans.com/web2013/en>

<http://www.mediskokochbar.se/index.html>

<http://35mmdesign.com/>

<http://www.brenninkmeijerenisaacs.com/work>

<http://g2geogeske.com/menus>

<http://2ammedia.co.uk/print-portfolio-archive/rossall-school/>

<http://hotdot.pro/en/#>

B I B L I O G R A P H I E

<http://www.dadaabstories.org/>

<http://www.uzik.com/LouvreIslamicArts/>

<http://niice.co/>

<http://www.kiliwatch.fr/>

<http://www.behance.net/gallery/TYPE-CIRCLES/6242419>

<http://www.thefwa.com/site/nivea-a-date-to-remember>

<http://cssremix.com/>

<http://www.iestudio.co.il/en/portfolio.html>

<http://www.kiliwatch.fr/>

<http://gramercyparkhotel.com/>