1909

70, rue du Mont-Cenis 75018 Paris | tel. 01 42 55 10 52 | studio@1909id.com

1909 est une agence corporate, exprimant ses convictions par le design. Indépendante et libre de ses mouvements, elle ne vend que ce qui lui plaît : du management de marque par la réflexion et sa traduction graphique. Ce qui la caractérise ? peut-être est-ce la plus petite des agences de design… à ne pas faire que du design ! 1909 est également en capacité d'intervenir très en amont dans la réflexion sur le positionnement des marques. Comme les marchands de bonbons ou les vendeurs de voiture, à n'en pas douter, on peut être *petit mais costaud* ou encore *petit mais beau.*

1909
L'AGENCE NI PUB NI SOUMISE

Corporate (n.m.), déf. d'après 1909 : Qui ne sait pas tout faire mais qui sait faire ce qui sert à tout. En d'autres termes, 1909 intervient sur des petits et des grands projets, en stratégie de positionnement et repositionnement, création, revitalisation et management de marque, dans les domaines institutionnels et privés, b2b et b2c, marque et produits.

1909
L'AGENCE ARTISTIQUE ET "CYNIQUE"

Le design graphique, prolongement naturel de la pensée, c'est de la stratégie visible. Transformer une posture et un message en images, en mots, couleurs, formes et objets ne relève pas de goûts personnels mais d'un art maîtrisé. *Un art cynique,* comme dirait Philippe Stark puisque chez 1909, il sert à "faire adhérer" à une idée, ou encore à "vendre" un objet, un service, une marque, un projet.

Design graphique (n.m.), déf. d'après 1909 : Qui recherche la justesse et l'harmonie entre la forme, la fonction, le message et l'intention. En d'autres termes, un design que l'on produit, à la maison, sur des logos, bloc marque et identité graphique, publicité, print, web, audio et vidéo…

1909

L'AGENCE DU DÉTAIL, L'AGENCE DE DÉTAIL

C'est le détail qui tue ! Travailler avec précision semble tellement évident, mais si peu répandu, que nous en avons fait une religion. Ne jamais exclure la moindre partie ou le moindre aspect d'un projet, d'une création ; ne jamais baisser les bras, savoir être tatillon, parfois dire non… une règle d'or appliquée aussi bien aux grandes qu'aux petites missions.

Détail (n.m.), déf. d'après 1909 : Qui ne semble pas important, mais qui fait toute la différence.

mille neuf cent 9

AGENTS DE LIAISON

HERVELINE DIRECTRICE ASSOCIÉE | DIRECTRICE DE CRÉATION

ARNAUD DIRECTEUR ASSOCIÉ | DIRECTEUR DU PLANNING STRATÉGIQUE

ANNE DIRECTRICE ARTISTIQUE WEB

MAUD DIRECTRICE ARTISTIQUE

SÉBASTIEN DIRECTEUR ARTISTIQUE

NEBOSJA ILLUSTRATEUR

DANIELLE CONCEPTRICE RÉDACTRICE

ALEXANDRA PRODUCTRICE & DIRECTRICE DE CASTING

KAREN RESPONSABLE PROJET

HERVELINE DIRECTRICE ASSOCIÉE | DIRECTRICE DE CRÉATION

Spécialisée en muséographie, herveline fait ses premières armes au Centre Georges Pompidou. Peu à peu, elle se spécialise dans la communication visuelle et les nouveaux médias. Consultante indépendante pour différents éditeurs de contenus dont canal+ et Francetélévisions, elle a en particulier contribué à la création de pilotime, le décodeur de deuxième génération de canalsat.

herveline aime son pyjama et les gros pulls...

Diplômée des Beaux-Arts ; doctorat en esthétique et sciences de l'art - Paris I Panthéon-Sorbonne

ARNAUD DIRECTEUR ASSOCIÉ | DIRECTEUR DU PLANNING STRATÉGIQUE

Passionné par toute problématique pour peu qu'elle soit complexe, les sujets de communication sociale et les évolutions sociétales, Arnaud développe une expertise sur les problématiques mixtes B2B et B2C. Arnaud contribue également à différents magazines tels que Influencia, Stratégies, Newzy sur des sujets d'actualité sociétale et d'expression des marques. En 2005, il co-écrit un ouvrage sur la communication et le développement durable aux éditions Eyrolles.

Arnaud aime les grands crus et les éclats de rire.

Après un cursus d'histoire, Arnaud se spécialise en stratégie de communication internationale [D.E.S.S.]

ANNE DIRECTRICE ARTISTIQUE WEB

Anne travaille quelques années dans l'édition avant de découvrir le web en 1996 aux États-Unis où elle séjourne 3 ans. De retour en France, elle devient responsable de la création pour des webagencies telles qu'Orange art ou 404found!. Devenue indépendante en 2002, elle collabore régulièrement avec de grandes agences parisiennes [eurorscg, betc, rapp collins...]. Anne rejoint 1909 en 2005.

anne aime beaucoup de choses, mais ne nous dira pas quoi!

Diplômée de l'ENSAAMA - Olivier de Serres [école nationale des arts appliqués et des métiers d'art]

MAUD DIRECTRICE ARTISTIQUE | PHOTOGRAPHE

Maud se rode aux pratiques du design graphique au sein d'agences telles que Atalante, Auralab, v.i.t.r.i.o.l. En 2005, elle rejoint 1909.

maud aime les chaussures à talon et les patchs à la nicotine.

Diplômée en communication visuelle [ETIC], Maud a poursuivi une spécialisation à l'université de Belgrade

SÉBASTIEN DIRECTEUR ARTISTIQUE

Après diverses missions, telles que l'élaboration de la charte de communication hors média/édition pour le Ministère de la Sécurité Routièe, Sébastien continue de faire ses armes chez Publicis (TGV, Lyria, Gitane, Atlantic, Dalkia, Bonnet, Viaduc de Millau, Loxam...). En 2007, il pose ses valises et rejoint 1909.

sébastien aime les jolies filles et les mobylettes.

Diplômé de l'Art School Graphic Design (Graphisme Publicitaire: rough, mise en page, illustration, dessins, packaging)

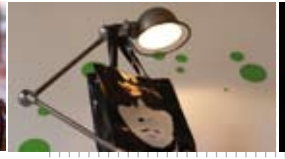
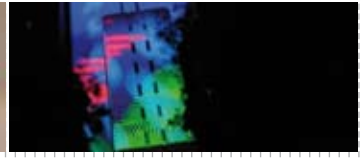
NEBOSJA ILLUSTRATEUR

Un award reçu dans le cadre de *the Enki Bilal's competition for illustration* dans la catégorie hommes et femmes dans la ville, des illustrations pour enfants, les décors du film *Brothers Bloom* réalisé par Rian Jones et un billet d'avion plus loin, Neb dessine maintenant à Paris...

neb a encore beaucoup de mots à découvrir avant de nous dire ce qu'il aime.

Neb est diplômé de l'University of Arts, class of graphic-design illustration, Belgrade.

DANIELLE CONCEPTRICE RÉDACTRICE

L'écriture et le cinéma. Deux passions que danielle a toujours cherché à concilier. Agitatrice du site de cinéma filmdeculte.com depuis 2001, elle co-traduit en parallèle le roman *Enfants des rues* de l'écrivain taiwanais Chang Ta-Ch'un aux éditions Actes Sud. pigiste pour le centre culturel de Taïwan et le bimestriel *De l'air*, elle fait ses premières armes de conceptrice-rédactrice pour les catalogues du *Club Med*... Elle rejoint 1909 début 2008.

danielle aime John Fante, Jarvis Cocker, son ipod et les makis !

Danielle est diplômée en Lettres Modernes - Paris IV Sorbonne

ALEXANDRA PRODUCTRICE & DIRECTRICE DE CASTING

Après 8 ans chez Marilyn comme agent de mannequins, co-fondatrice en 2005 d'une agence de casting, alexandra a rejoint l'agence en janvier 2007. Passionnée depuis toujours par les lettres, Alexandra se préserve un espace-temps pour des activités parallèles : lectrice chez Belfond, pigiste pour wad et Pool Magazine, écriture de romans…

alexandra aime les brocantes et la campagne.

Diplômée en Lettres Anglaises, spécialisation études théâtrales - Strathclyde University, Glasgow

1909

... PAS ENCORE AUTANT DE CLIENTS

ROCKWOOL

MAISON RESPEKT

HOMELIDAYS

VILLANAO

GAUMONT

EPPJP

APTELIA

CANALSAT

ERAMET

CANON

EUTELSAT

FORMATEL

20MINUTES.FR

1909 TOUT NEUF !

1999. Création du studio de design
1999+9. Création de l'agence

1909
MAIS POURQUOI 1909 ?

Parce que la traversée de la Manche de *Louis Blériot* nous apprend que la communication est une composante impérieuse de toute action : ce vol a été effectué avec décollage au lever du soleil, condition exigée par le *Daily Mirror* afin de pouvoir publier les photos dans l'édition du soir. Qu'il n'est pas besoin d'être nombreux pour bien faire et réussir ce que d'autres s'interdisent...

La traversée s'est effectuée aux commandes du Blériot XI qu'ils conçurent à deux, en collaboration avec Raymond Saulnier.

1909
MAIS POURQUOI 1909 ?

Parce que *geronimo* s'éteint alors en symbole. Sa résistance, son entêtement, ses facultés à exploiter des ressources humaines et à pratiquer les terrains difficiles avaient fait de lui un stratège et un tacticien de premier ordre.

1909

MAIS POURQUOI 1909 ?

Pour la gifle infligée par *une suffragette* à Winston Churchill. Un geste qui démontre qu'à force de prendre *la ménagère de moins de 50 ans* et ses comparses pour des écervelées… on prend des claques !