

**T R A  
V E R  
S O \_**

**ET LA  
MEDTECH**

Conseil et stratégie  
de marque

Création de marque

Identité visuelle  
et verbale, naming

Activation de  
marque

Création graphique  
Direction artistique



Site web



Instagram



LinkedIn



Facebook

# Nous sommes TRAVERSO, l'agence de création spécialisée en identité et activation des marques, dédiée aux startups et PME leaders sur leur marché

**N**ous sommes engagés et impliqués dans les enjeux entrepreneuriaux de nos clients. Nous privilégions une relation permanente et transparente avec nos clients, enrichie par une confiance mutuelle forte.

Nous avons à cœur de simplifier les choses. Cela n'est pas si simple et demande beaucoup d'expérience. Simplifier les process pour plus de réactivité, simplifier la vie de nos clients en anticipant leurs besoins et en étant toujours présents, au-delà des attentes. Simplifier nos réponses en allant à l'essentiel mais sans jamais oublier ce qui est important.

Forts de nos 17 ans d'expérience, nous savons que l'immédiateté est au cœur de toutes les exigences. Pour y répondre, nous avons décidé d'être proactifs en plus d'être réactifs. Notre autonomie, notre sens créatif et de l'adaptation nous permettent d'anticiper les besoins, d'être force de proposition et d'apporter des solutions rapides.

[www.traverso.agency](http://www.traverso.agency)



## Créer, c'est vivre deux fois



De gauche à droite : Cain Semino (Designer graphique print et digital), Margot Le Prince (Cheffe de projets, Conseils), Axel Traverso (Fondateur et Directeur de la création), Christophe Pauli (Concepteur rédacteur, Conseils), Arthur Calamel (Designer graphique print et digital).

Dans notre contexte d'agence créative, créer signifie pour nous «donner vie» aux projets de nos clients en les dotant d'une identité de marque puissante (qu'elle soit corporate, produit, service ou enseigne) et qui les accompagnera durant toute la vie, puis les doter des armes nécessaires qui leur permettront de s'affirmer au quotidien.

En ce sens, la création est indissociable de la vie. Créer, c'est donner la vie, être géniteur d'une idée. Bien plus que cela encore, créer c'est vivre deux fois car c'est offrir aux marques l'opportunité de vivre, mais surtout d'atteindre leur plein potentiel pour être sur le devant de la scène, plutôt que de se laisser porter.

Imaginez-vous ne pas donner de prénom, ni même une éducation à un enfant que vous avez consciemment conçu ? C'est impensable !

C'est la raison profonde de notre engagement auprès de nos clients. L'amour des marques et des choses bien faites et c'est toute cette chaîne de valeur consacrée à la création des marques et à leur activation au quotidien que nous défendons avec ferveur.

Voilà notre raison d'être, «donner vie aux marques avec passion et les accompagner pour qu'elles s'épanouissent dans leur plein potentiel».

**Axel TRAVERSO**

Fondateur et Directeur de la Création



Nous avons créé  
la marque Initial,  
véritable innovation  
et fer de lance de  
Newclip Technics

**Concept innovant majeur, devenu une référence sur le marché de la chirurgie orthopédique, Initial est propulsé par une stratégie de marque pérenne et solide.**

Initial est un projet de design de marque global structuré autour d'une série d'initiales correspondantes à chaque zone anatomique. L'architecture de marque est donc simplifiée à l'extrême et confère à la gamme une lisibilité parfaite.

La marque prend vie sur divers supports comme des livrets pédagogiques, des packagings, des concepts de communication avant-gardistes sur un ton décalé.

La signature «Ready when you are» s'adresse directement aux chirurgiens et exprime parfaitement la promesse des kits Initial.

initial R

initial S

initial A

initial C

initial K

initial F

Chaque kit de chirurgie «one use» est décliné avec sa propre lettre.

La gamme bénéficie ainsi d'une parfaite identification des chirurgies dédiées, le tout dans un système graphique minimaliste et novateur.

La marque s'exprime au travers d'un concept de vulgarisation de l'information.

L'iconographie ludique créée anime les supports de communication, qu'ils soient commerciaux, opérationnels ou techniques, comme par exemple les «techniques opératoires». Un système d'illustrations, de schémas éducatifs ludiques est créé et rend l'information accessible.



Extrait du cahier pédagogique expliquant les bénéfices du concept Initial.

Nous avons  
accompagné  
Intech dans son  
repositionnement  
de marque.  
«we tech care»,  
c'est nous !

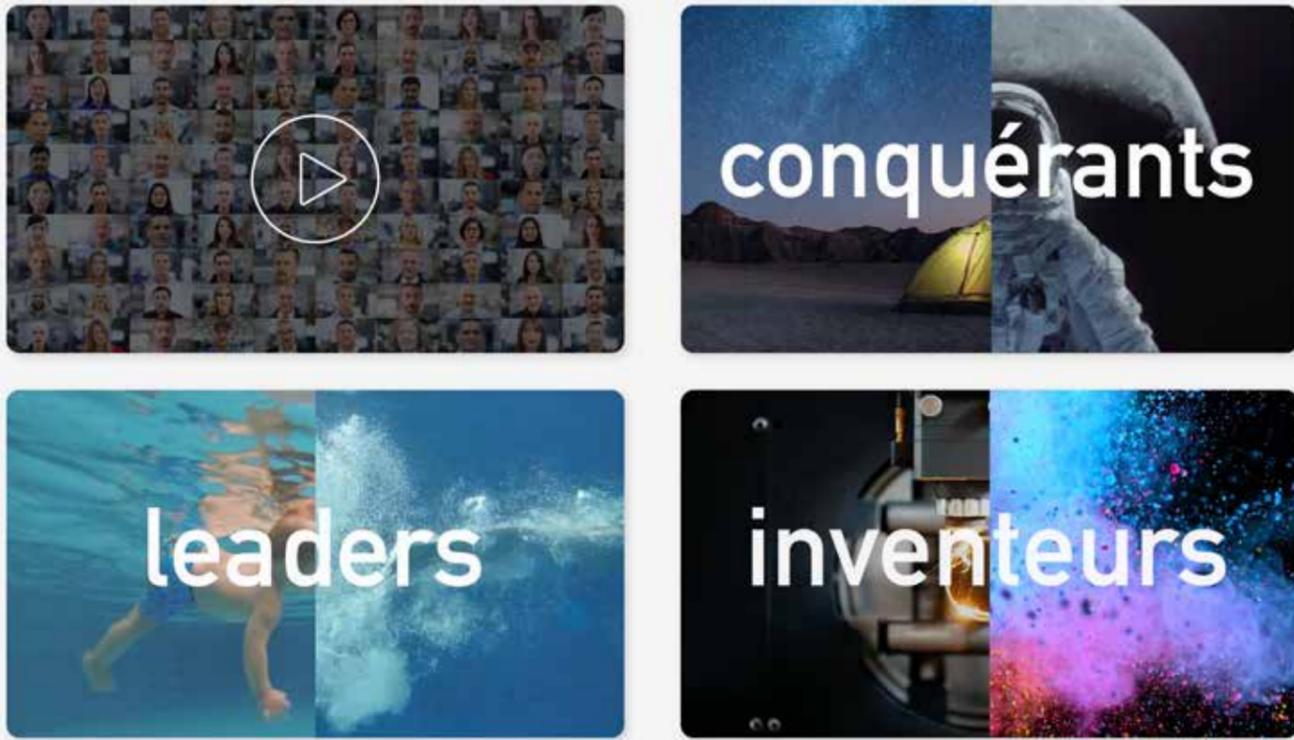
**intech** we tech care.



**La marque est simplifiée.  
Le nom passe de «Intech  
Medical» à «Intech».**

Le «i» en minuscule avec la contreforme du «n» illustre une forme humaine, qui représente l'attention particulière portée au bien-être humain, raison d'être d'Intech.

L'allusion au secteur de la santé se retrouve dans le jeu de mot subtil «we take care», ici transformé en «we tech care» (référence au savoir-faire industriel et technique de l'entreprise).



Flashez le code pour voir le film de marque

Extrait du film de marque (manifesto en vidéo)

La plateforme de marque est établie. Un brand book centralise les valeurs, les missions, la vision, etc. Divers supports corporate sont déclinés.



Toute l'identité est reliftée. Les couleurs, le logo, l'iconographie, l'univers visuel, etc. Tous les supports de communication sont actualisés : corporate, signalétique sur lieux de production, marque employeur, site internet, catalogue produits.

Extrait du brand book et du book employeur.





Nous sommes  
l'agence de  
création qui a  
mis au monde la  
marque SMADE et  
tous ses outils du  
quotidien

The logo for SMADE is displayed in white against a background of a sunset over sand dunes. The logo consists of five stylized, rounded shapes: a 'S', a 'M', an 'A', a 'D', and an 'E'. Below the logo, the tagline 'the instrumental data' is written in a clean, sans-serif font.

SMADE  
the instrumental data

Créer une marque forte est le résultat d'un processus qui mêle créativité, stratégie, science des mots et culture de la marque.

**M**ais alors pourquoi SMADE ? C'est la contraction des mots SMART et DEVICES. Et surtout ça sonne vraiment bien !



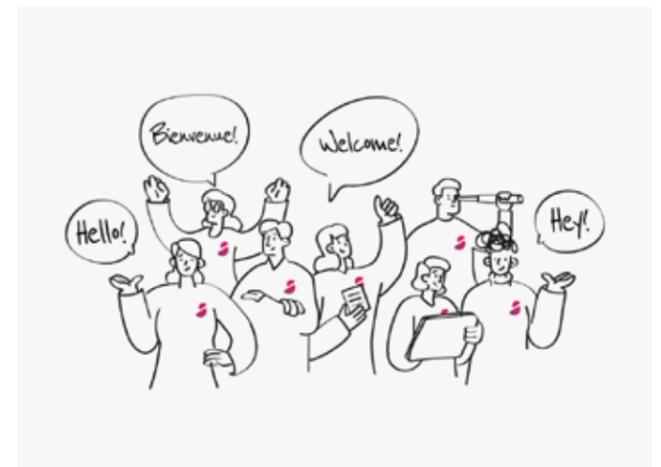
Extrait du brand book expliquant la nature du nom SMADE



### Le logo raconte la mise en lumière de l'invisible.

Les lettres qui composent le nom sont visibles uniquement par la mise en lumière des vides des lettres. Le vide des boucles du S, le vide du ventre du M, le vide du ventre du A, etc.

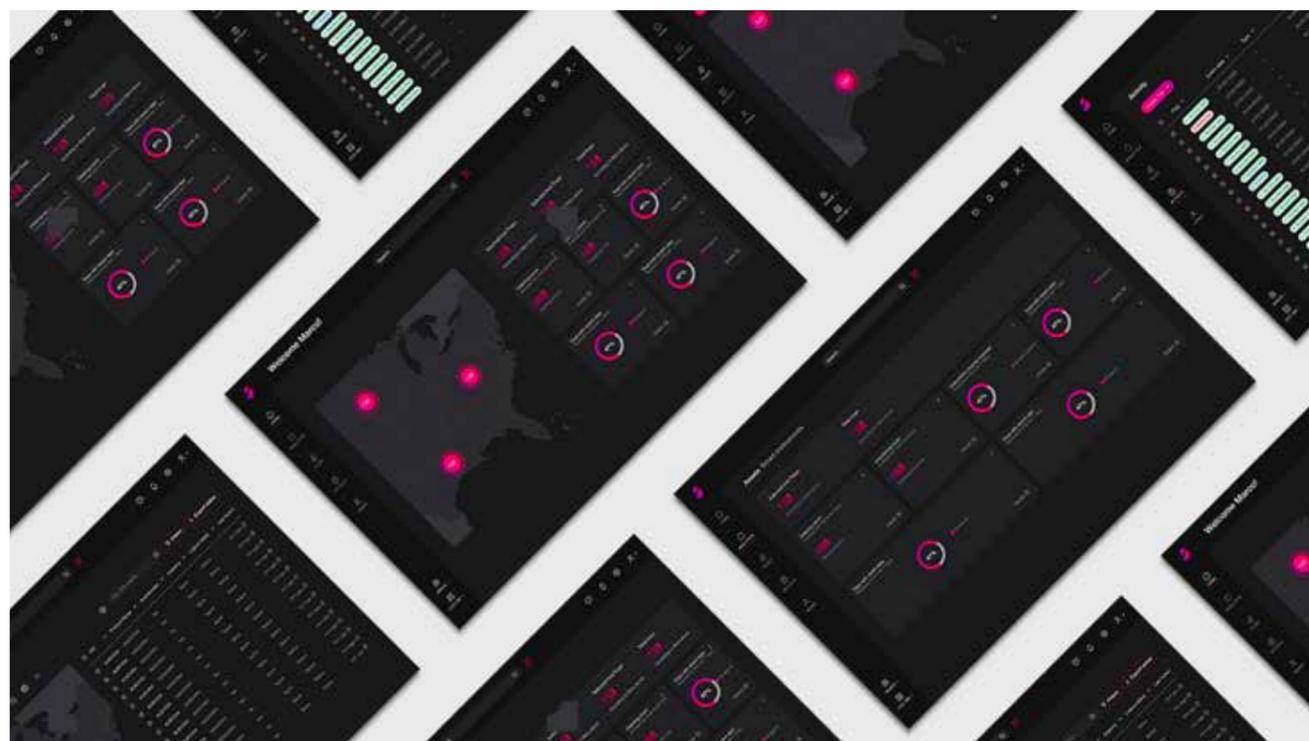
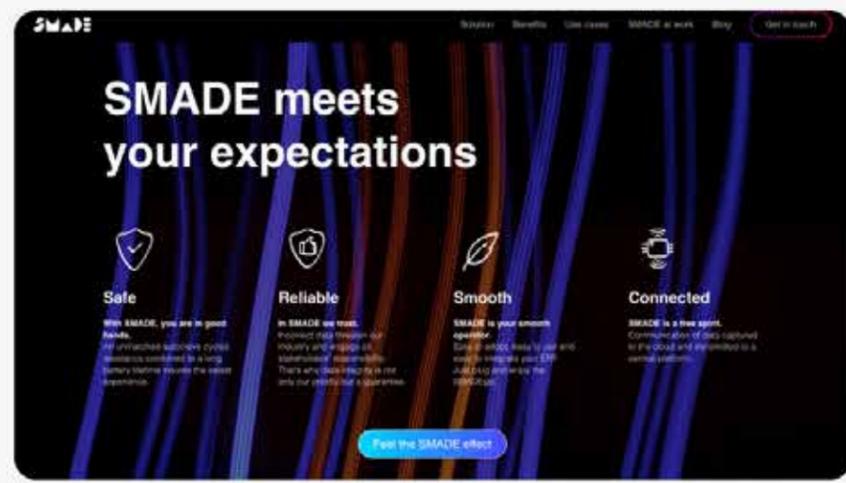
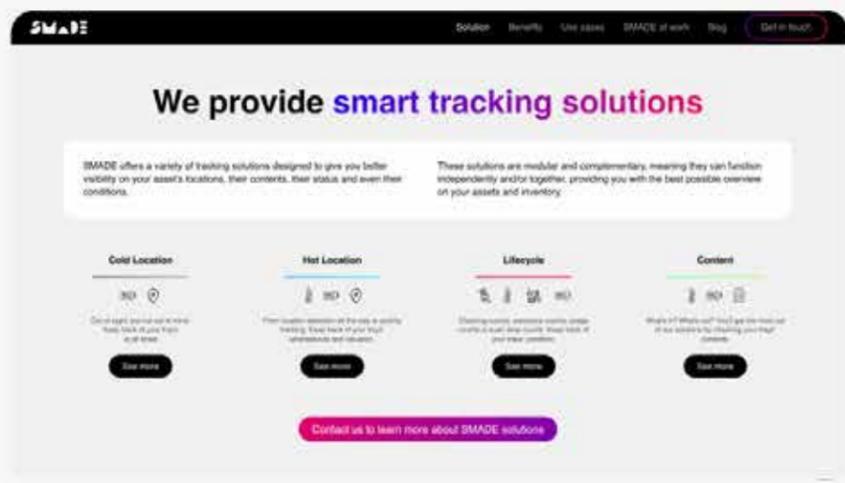
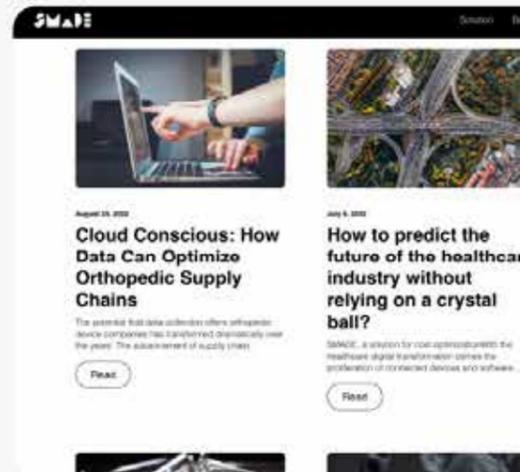
Le logo apparaît alors grâce aux contreformes qui sont mises en avant. Ainsi le nom se révèle de la même manière que SMADE révèle la data issue du terrain (l'invisible) via ses dispositifs médicaux connectés et outils digitaux.



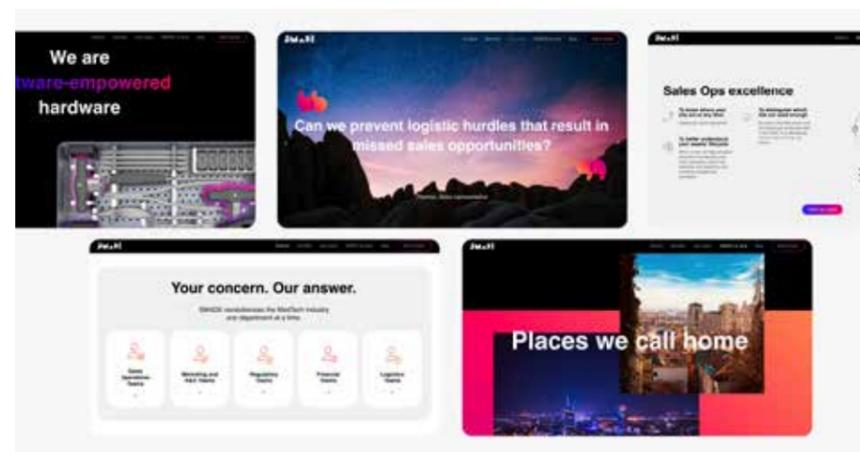
Exemple de style d'icongraphie

Nous mettons en œuvre la communication de marque (corporate, interne, employeur), les outils qui contribuent à l'expérience client, la communication commerciale au travers de tous les moyens digitaux ou prints.

Le design de la marque est pensé dans les moindres détails. Le design de la plateforme analytics S-HUB favorise la fluidité de navigation et la lisibilité des informations en mettant en scène et en lumière les datas stratégiques pour les utilisateurs.



Extrait de la plateforme analytics S-HUB



Le site web est conceptualisé jusque dans les moindres détails. Il incarne le storytelling de la marque, sous tous ses aspects, corporate, produits, employeur, etc.



Flashez le code pour visiter le site



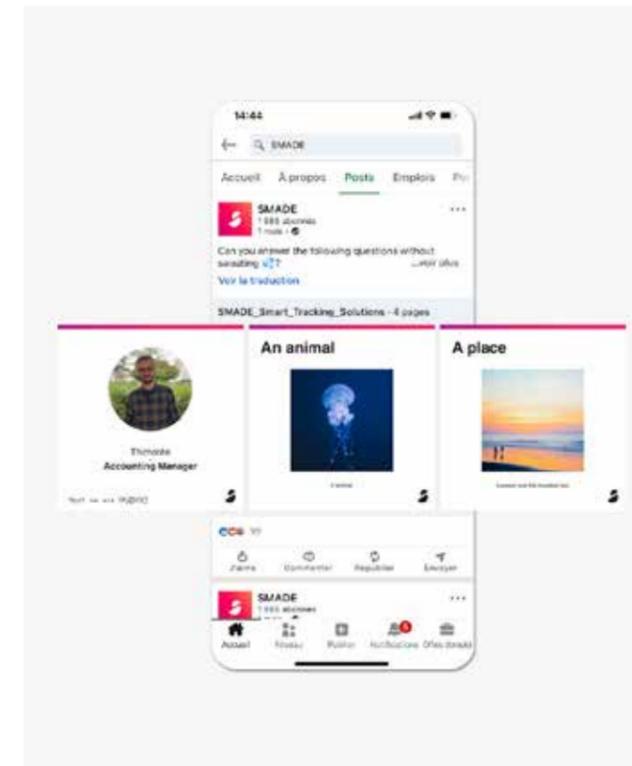
## Le wording ou l'art de jouer avec les mots est un élément essentiel dans la communication de SMADE.

Un langage de marque, un vocabulaire, un ton unique et propre à SMADE qui marque la différence grâce à ses codes disruptifs sur un marché ultra conservateur.

Nous avons ainsi créé des accroches subtiles et puissantes à la fois.

Le style de wording de SMADE prend un ton expert et joue régulièrement sur les opposés. Par exemple : «Tiny» vs «Massive».

Ce principe est répercuté sur toute la communication.



Exemple de post LinkedIn sous forme de carousel

## La communication digitale

Elle fait partie intégrante du dispositif de communication de SMADE, que ce soit pour la communication RH, commerciale ou corporate.

Elle est appliquée sur les réseaux sociaux (ex : les posts LinkedIn), le site web, en motion design, en vidéo éducative, en interview collaborateurs, en newsletters.



Flashez le code et visitez le profil LinkedIn de SMADE pour voir tous les posts.



Exemple de communication print



Flashez le code et visionnez un exemple de film.



X r A I

## Un nom, un logo, une application.

Le nom XrAI est fort et unique. Il exprime la quintessence et la fusion de «Rayon X» et de «AI».

Le design minimaliste met en valeur les vertus du concept XrAI.

Le X est mis en avant et devient un symbole graphique pouvant être utilisé régulièrement dans l'expression graphique de la marque.

Le «r» très élégant se fait plus timide pour laisser plus de place au «AI».

XrAI, l'application  
qui assiste et  
accélère les  
diagnostics des  
chirurgiens grâce  
à l'IA

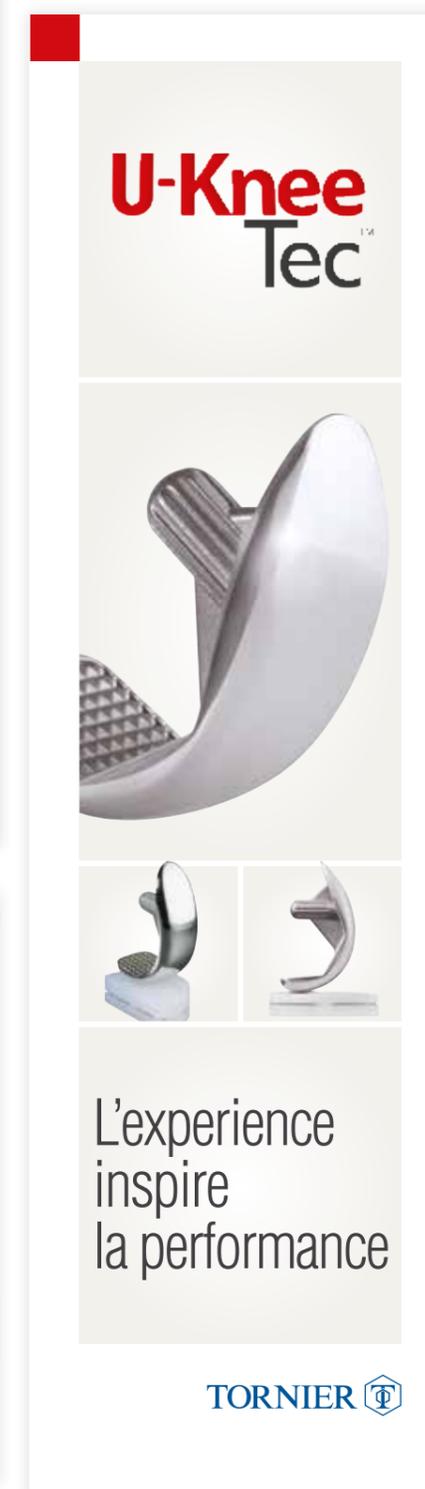


Nous sommes  
fiers d'avoir écrit  
une page de  
l'histoire de Tornier  
avec la création  
de KneeTec™ et  
son déploiement  
mondial

HLS **Knee**  
Tec™

**KneeTec™ a été une innovation majeure dans le monde de l'implantologie orthopédique.**

Le dessin de lettres du logo insufflé un sentiment de fluidité. L'ensemble est structuré pour favoriser la lisibilité et exprime les atouts de l'innovation de Tornier. L'univers visuel fonctionne avec un système de mosaïque qui permet de traiter graphiquement toutes les éventualités de communication autour du lancement du produit.



Extraits de divers supports déployés : technique opératoire, affiche de lancement, annonce presse, totem, kakemono, brochures, etc.



**Campagne de lancement à partir de l'idée «Kneetec est l'enfant prodige de Tornier».**

Quand on croit en son innovation, on y va à fond. Cette métaphore de «l'enfant prodige» était donc une évidence.

La campagne a été orchestrée en deux temps :  
**Temps un : la phase de teasing**, comprenant une accroche et un visuel faisant office de stimulus et éveillant la curiosité.

**Temps deux : la révélation.**

Le produit est «starifié». La body copy décrit toute la promesse du produit et le savoir-faire reconnu de Tornier dans ce domaine.  
 Les mots utilisés annoncent une promesse à la hauteur de l'avancée technologique de KneeTec™.

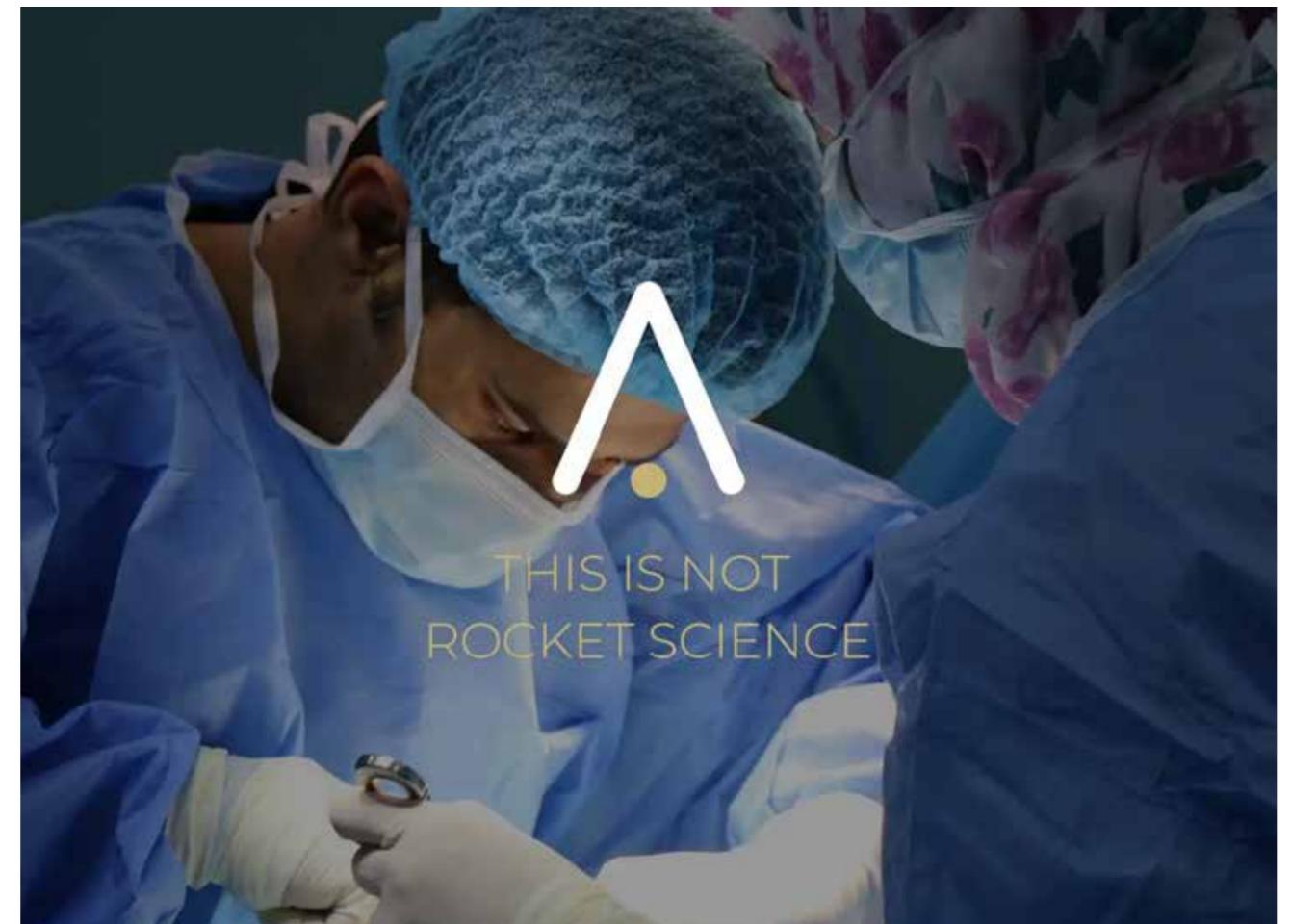


Le design du logo représente des unités qui s'assemblent pour former le nom SKYLAB et symboliser la communion des savoirs formant alors un tout. Le A légèrement en hauteur symbolise une fusée en ascension, symbole de progrès insufflé par l'intelligence collective au service de la science.



Extrait de supports déclinés

Participer au progrès de la science en créant l'identité visuelle du Skylab, centre d'étude à la pointe de la formation chirurgicale



Nous aimons  
accompagner  
les innovations,  
«Precise»  
d'Hirondelle  
Medical en est  
une



hirondellemedical

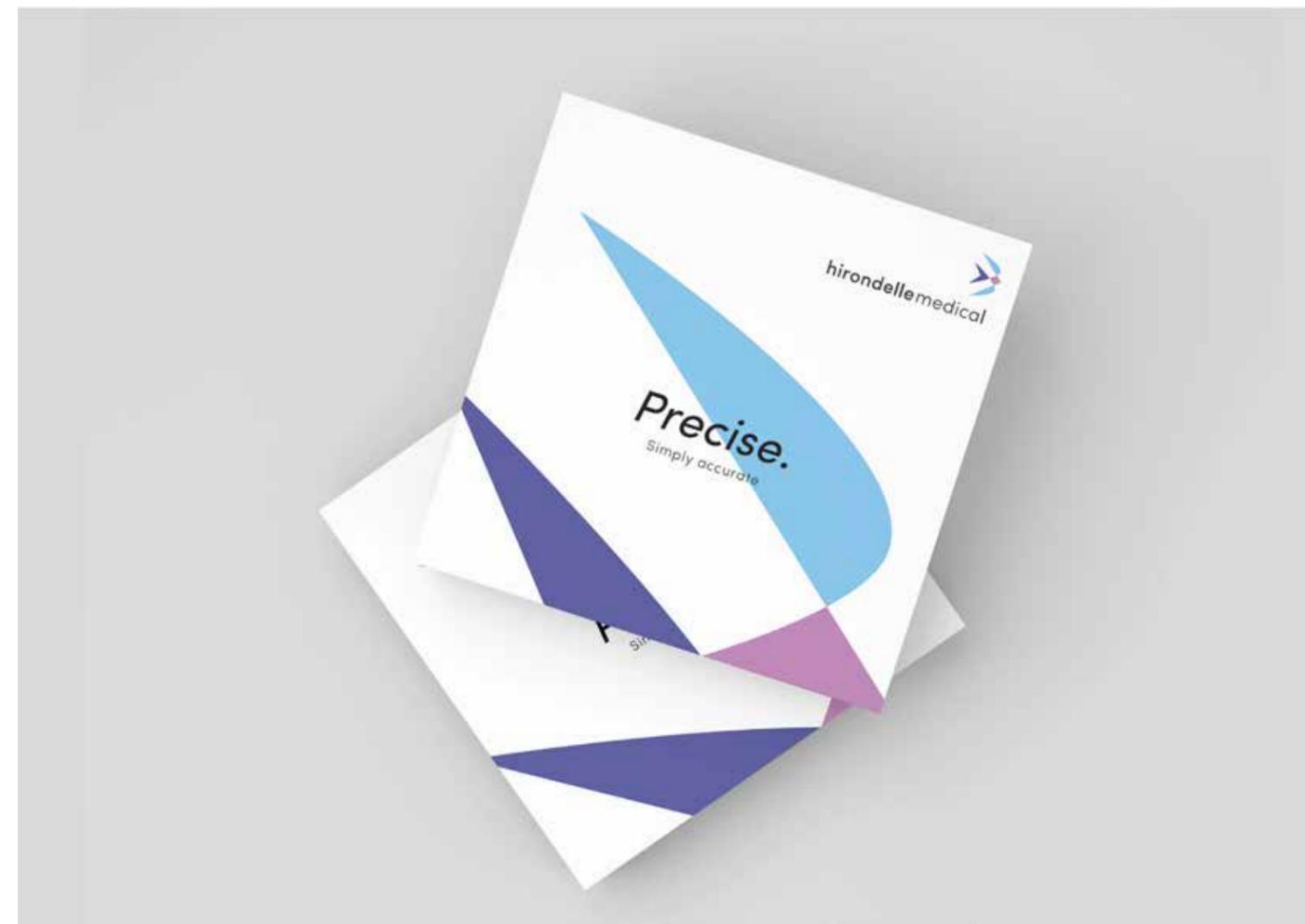


Extrait de supports déclinés

### Une identité «Precise» légère et épurée.

Le logo d'Hirondelle Medical est un assemblage de formes géométriques souples et angulaires, exprimant à la fois les valeurs et les atouts des dispositifs. Chaque élément du logo s'assemble de manière «précise» par la jonction des angles situés aux extrémités des formes.

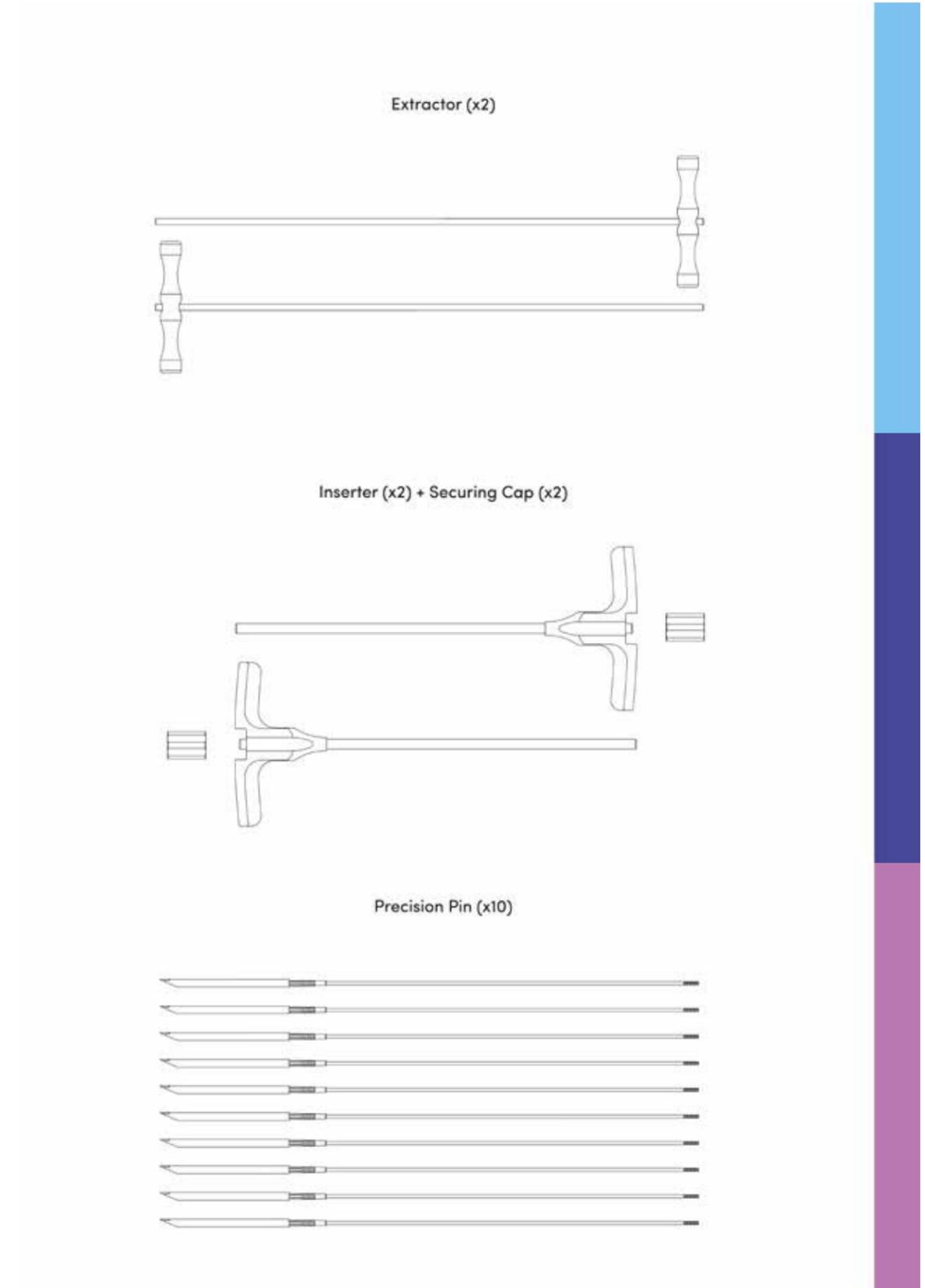
Les couleurs douces sont aussi utilisées pour la hiérarchisation des produits composant les kits.





## Une gamme de packagings.

Une gamme de couleurs est établie pour segmenter les produits qui composent le kit. L'hirondelle prend une part importante de l'habillage du packaging principal et devient ainsi un marqueur fort de l'identité de marque.



Branding de  
ONE, l'offre  
PSI de Newclip  
Technics

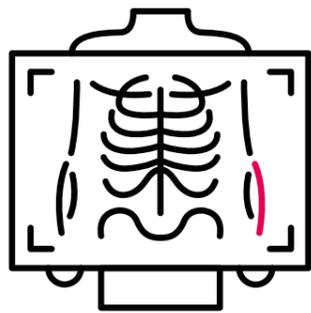


Le design de l'offre PSI est un enjeu stratégique majeur car il permet à Newclip Technics de propulser ONE sur le marché avec de solides atouts.

Le design des lettres illustre l'innovation, tandis que le chiffre 1 est subtilement intégré dans le N. La baseline est conceptualisée en acronyme sur la base lettres O-N-E.

## Pour compléter l'identité, une collection de pictogrammes est créée.

Une gamme de pictogrammes est définie afin de structurer le discours de ONE. Le dessin est minimaliste, en contour où seul un élément ressort dans la couleur marqueur de Newclip Technics, le fuchsia.



Accuracy/  
repeatability  
of correction  
up to 0,1  
degree in all  
planes



Safer and  
more secure at  
each step of  
the surgery



Operative time  
decreased  
once the lear-  
ning curve is  
achieved



Number of  
X-ray shots  
decreased



Suitable  
for beginners,  
average users  
and experts

## Le storytelling qui a inspiré le nom «ONE».

La vision : ONE, l'unique.

L'unique ne surgit pas d'un simple savoir-faire. Il se façonne avec expérience, passion, maîtrise exceptionnelle d'un marché, d'outils, de technologies.

L'unique se nourrit de toute l'inspiration des chirurgiens et du besoin spécifique des patients pour forger une solution sur-mesure... unique.

# ONE

LE plus précis possible,

LE plus efficace,

LE plus performant,

LE plus évolutif,

UNE équipe dédiée pour LE patient  
et LE chirurgien,

UNE technologie novatrice,  
rupturiste, en constante amélioration  
pour atteindre la performance  
chirurgicale la plus précise,

UN service Premium,

O-N-E, Orthopedics Newgen  
Excellence.

ONE ORTHOPEDICS  
NEWGEN  
EXCELLENCE

ORTHOPEDICS  
NEWGEN  
EXCELLENCE

# Communiquer l'association qui fait naître LA référence de la chirurgie traumatologique

## Un concept de pub décalé qui a de la force.

**E**n illustrant l'association de deux acteurs majeurs et complémentaires, Newclip Technics et Orthofix se positionnent comme les références de la chirurgie traumatologique.

L'idée est simple et puissante à la fois. Utiliser la référence des super-héros, les faire marcher ensemble, main dans la main, dans la même direction avec une accroche explicite : l'union fait la force.



## Orthofix est le distributeur exclusif de la gamme traumatologie de Newclip Technics au sein de l'hôpital.

Le leader de la fixation externe s'allie au spécialiste de l'ostéosynthèse pour devenir l'acteur incontournable de la chirurgie traumatologique. Cette synergie de l'expertise éprouvée et du pouvoir de l'innovation donne naissance à un partenariat inédit et à la première offre globale Premium au sein de l'hôpital.

Newclip  
Technics  
fait appel à  
TRAVERSO  
pour réaliser  
son identité  
visuelle



Des lignes pures qui expriment l'innovation et la technicité.

Au travers des lignes du logo, l'identité s'exprime par des lignes pures et élégantes afin d'exprimer l'aspect premium des innovations de Newclip Technics. Les lettres en forme d'écrous illustrent l'une des innovations de la marque qui est la vis autobloquante par système de verrouillage. Le cercle exprime la perfection, quête ultime de Newclip Technics quant à la qualité des produits proposés.

NEWCLIP-TECHNICS



Exemple d'un stand



Exemple d'une couverture de technique opératoire

Accompagner  
 SORIN GROUP  
 (leader dans le  
 traitement des  
 maladies car-  
 diovasculaires)  
 dans sa  
 communication  
 produits





**ATRIAL FIBRILLATION**

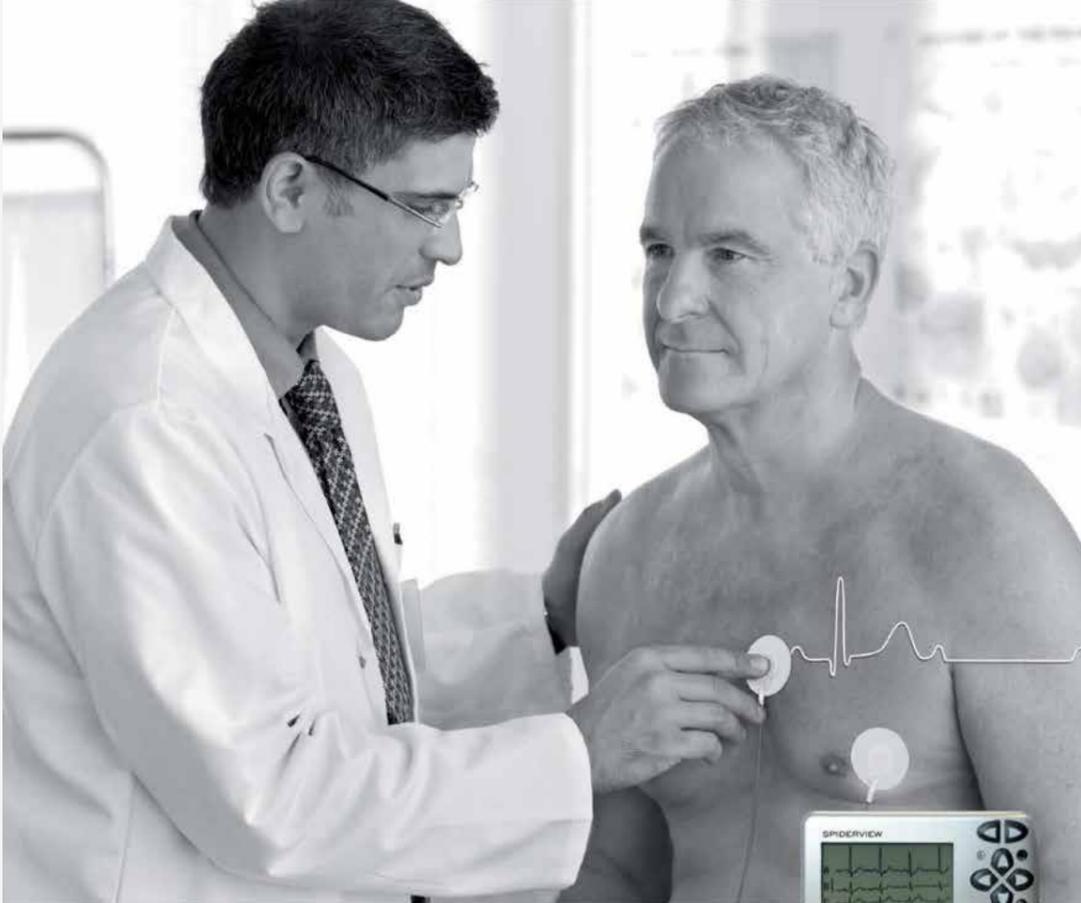
The clinically proven SPIDERVIEW Holter Monitor is a member of the Sorin family of ambulatory diagnostic solutions. It combines simple & precise function with adaptable analysis solutions and is designed to enable physicians to efficiently assess electrocardiographic activity from the routine to the complex.

 **SORIN GROUP**  
 AT THE HEART OF MEDICAL TECHNOLOGY

**Informier et communiquer  
 sur les innovations de  
 SORIN GROUP**

**M**ise en production des visuels, packshots produits, retouches photos, rédaction, traduction et adaptation pour chaque pays. Les annonces pour les produits SORIN sont multiples et nécessitent une compréhension accrue du marché afin de bien retranscrire leurs bénéfices.





**PRECISE, ADAPTABLE & EFFICIENT**

The clinically proven SPIDERVIEW Holter Monitor is a member of the Sorin family of ambulatory diagnostic solutions. It combines simple & precise function with adaptable analysis solutions and is designed to enable physicians to efficiently assess electrocardiographic activity from the routine to the complex.

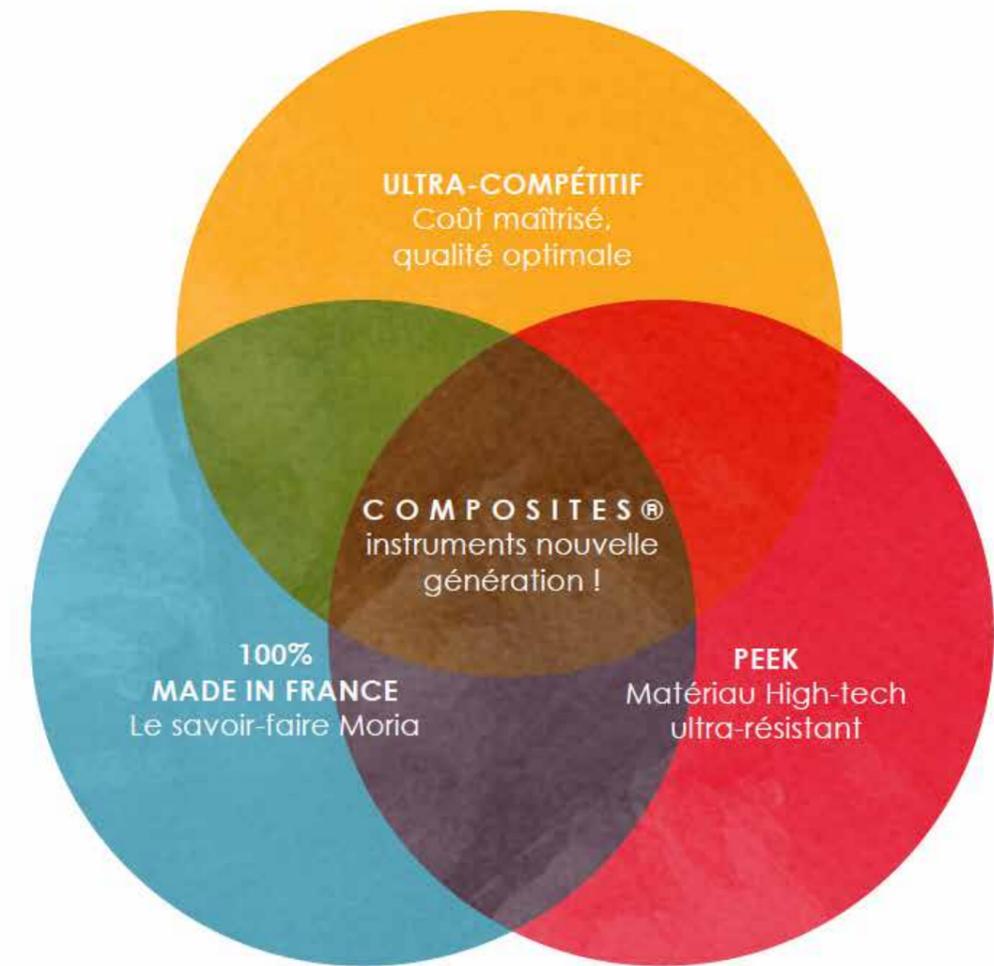
 **SORIN GROUP**  
 AT THE HEART OF MEDICAL TECHNOLOGY

Moria est  
l'expert en  
chirurgie  
ophtalmique  
depuis 200 ans

**Nous accompagnons  
Moria dans les phases  
stratégiques d'innovations.**

Recherche de concepts publicitaires, conception graphique, déclinaisons, mise en production des visuels, packshots produits, rédaction, traductions et adaptations pour chaque pays. Les annonces pour les produits Moria sont multiples et nécessitent une compréhension accrue du marché afin de bien retranscrire leurs bénéfices.

Ci-contre un exemple de campagne dédiée à la nouvelle gamme COMPOSITES. Sur cette création, nous expliquons que COMPOSITES est la quintessence de trois atouts majeurs recherchés par les chirurgiens ophtalmologues : la qualité, l'innovation, le coût.



C O M P O S I T E S<sup>®</sup>  
BY MORIA



**MORIA LANCE COMPOSITES.**  
Bien plus qu'une innovation, la toute première ligne d'instruments réutilisables qui va bousculer les codes de l'ophtalmologie. Cette nouvelle génération d'instruments ultra-compétitive vous offre la qualité et la précision d'une fabrication 100% made in France, recyclable et issue du savoir-faire Moria. Elle va surprendre le marché par sa résistance unique !  
[www.moria-surgical.com](http://www.moria-surgical.com)



Ce qui nous donne  
toutes ces idées  
disruptives, c'est que  
nous sommes nourris  
par beaucoup d'autres  
industries.

Une vraie richesse  
qui offre la prise de  
recul nécessaire pour  
entretenir la créativité.





**Sitowie**

Identité visuelle  
Architecture de marques produits  
Charte graphique digitale  
Site Web



**OFS de Plaine Commune**

Identité visuelle



**M éditions**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Communication digitale et print



**Marbreries de la Seine**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Communication digitale et print



**Maison Christian Constant**

Identité visuelle  
Communication digitale et print



**Maxicoffee**

Design de corners café  
Identité visuelle des corners  
Communication sur lieu de vente  
Design des menus prints et digitaux



**LJC Conseils**

Identité visuelle  
Création des outils marketing digitaux et print



**Maison Rosana**

Stratégie de marque  
Naming  
Identité visuelle  
Communication



**3550 South Ocean**

Identité visuelle  
Création des outils marketing digital et print



**Rent your Paris**

Identité visuelle  
Création des outils marketing digital et print



**Claverin**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Activation de la marque  
Création des outils marketing digitaux et print



**Ateliers Gohard**

Stratégie de marque  
Identité visuelle  
Architecture de marques  
Création des outils marketing digitaux et print



**Conexion Chocolate**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Architecture de marques  
Packagings



**La bouteille**

Identité visuelle et verbale  
Architecture de marques  
Packagings



**BIG**

Stratégie de marque  
Naming  
Identité visuelle



**MPG**

Identité visuelle  
Création des outils de communication internes et externes, corporate et opérationnels



**Azur - DDG Partners**

Identité visuelle  
Site internet



**Les Hauts de Sévigné**

Identité visuelle  
Campagne d'activation  
Création des outils marketing digital et print



**Charlet Bijoux**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Activation de la marque  
Création des outils marketing digitaux et print



**Par Excellence New York**

Identité visuelle  
Site Web



**Marbour**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils marketing digitaux et print  
Communication externe et interne



**La Nouvelle Agriculture**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils marketing  
Packaging



**Artdent Clinic**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils marketing digitaux et print  
Signalétique sur lieux



**Design & Technologies**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils marketing digitaux et print



**22 Place Vendôme**

Naming  
Identité visuelle  
Création des outils marketing digitaux et print



**The Box - Finapar**

Naming  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils marketing digitaux et print  
Signalétique sur lieu



**Ateliers Lison de Caunes**

Identité visuelle  
Création des outils marketing digitaux et print



**Alliance Piscines**

Identité visuelle  
Création des outils marketing digitaux et print



**Maxicoffee**

Identité visuelle  
Design des corners cafés pour lieux publics et bureaux  
Packagings



**Tonton Marius**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils marketing  
Habillage des lieux de vente



**Holivia**

Stratégie de marque  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils marketing digitaux et print



**Youbee For Kids**

Stratégie de marque  
Naming  
Identité visuelle et verbale  
Création des outils de communication internes et externes, corporate et opérationnels

TRA  
VER  
SO\_

Un projet à  
développer ?  
Consultez-nous !

TRA  
VER  
SO\_

+33 (0)6 19 29 21 15  
axel@traverso.agency  
margot@traverso.agency

[www.traverso.agency](http://www.traverso.agency)

Creative people.