

**TRA
VER
SO -**

**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

Nous 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



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 !

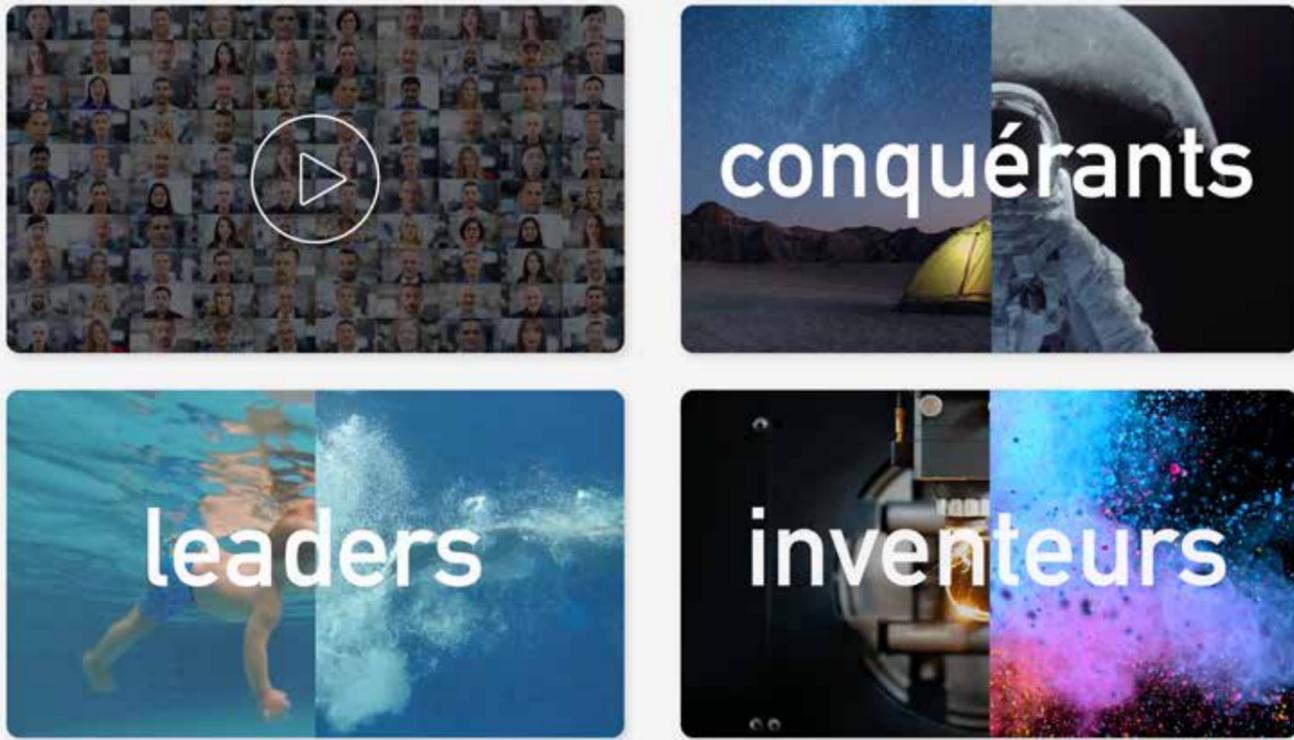
intech we tech care.



**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).



Extrait du film de marque (manifesto en vidéo)



Flashez le code pour voir le film de marque

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', a '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.

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



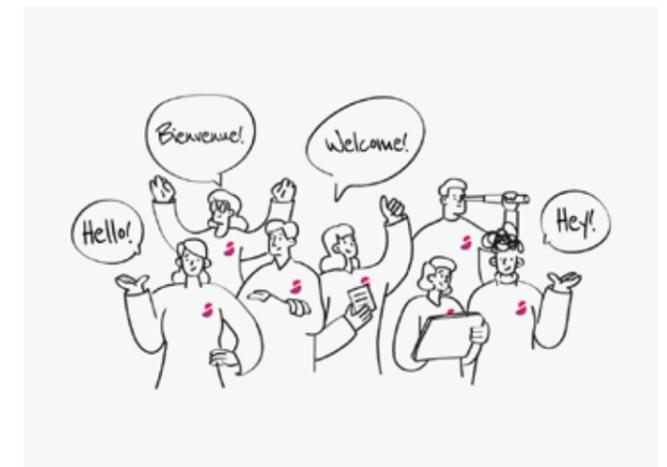
Extrait du brand book expliquant la nature du nom SMADE



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.

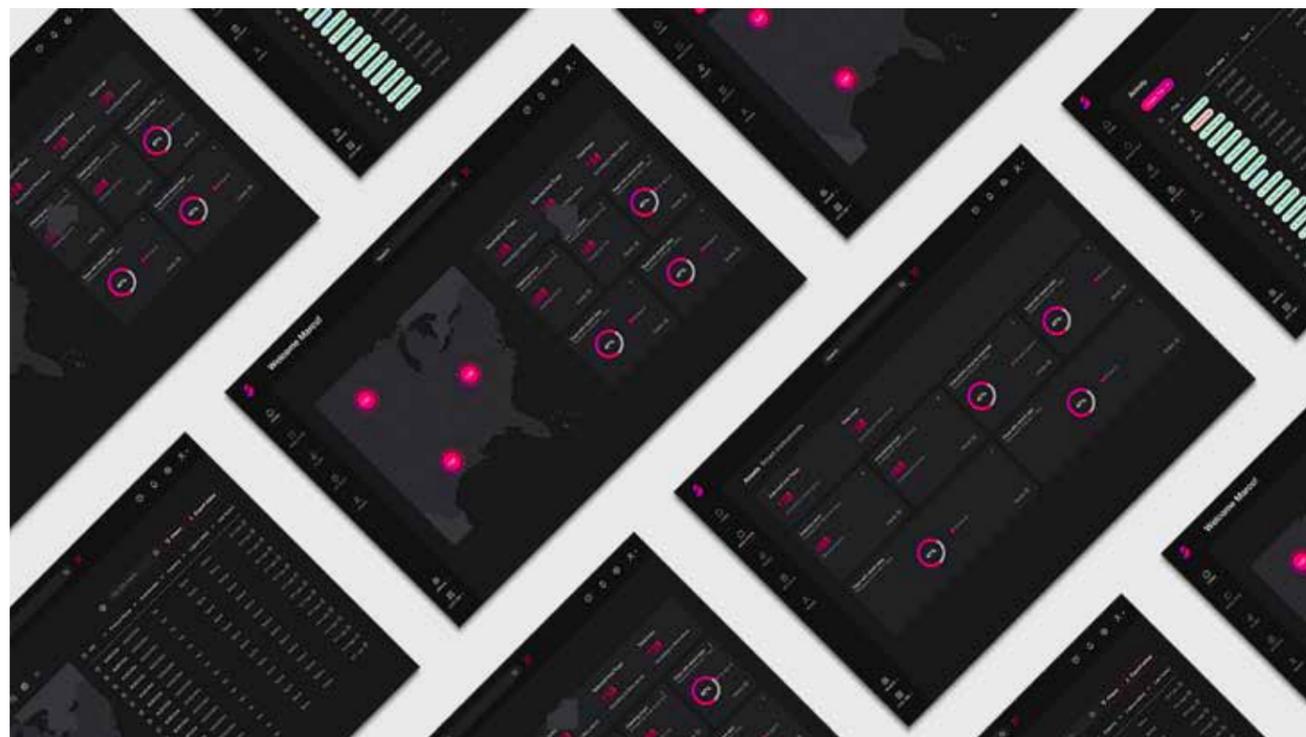
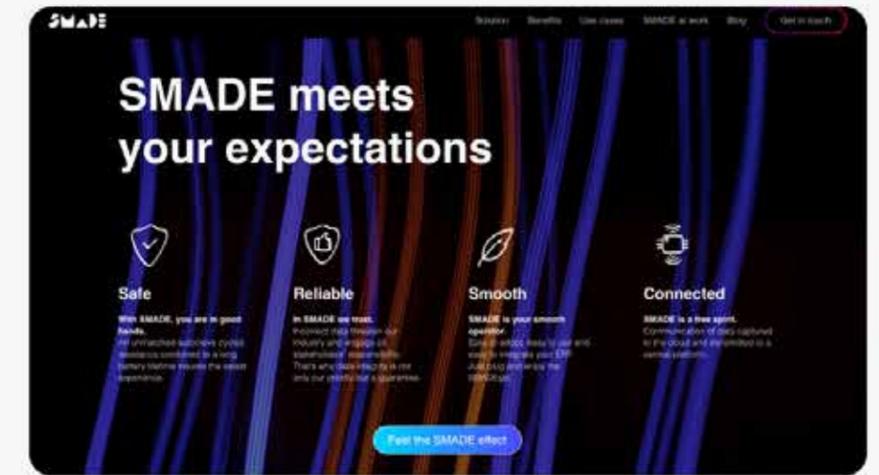
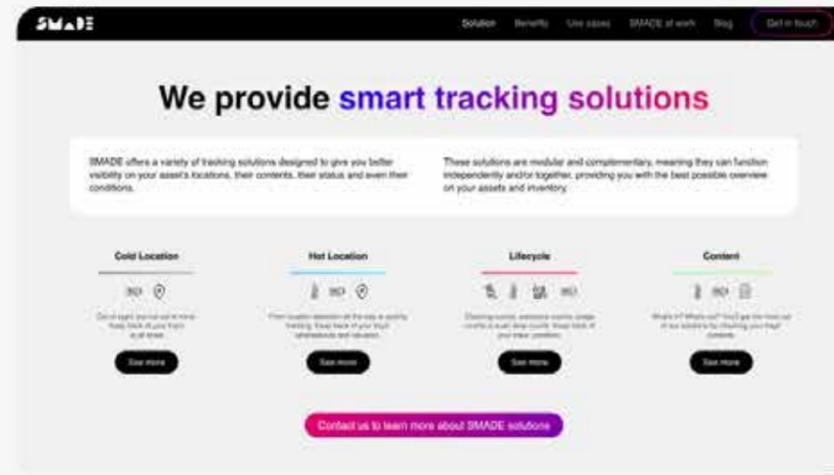
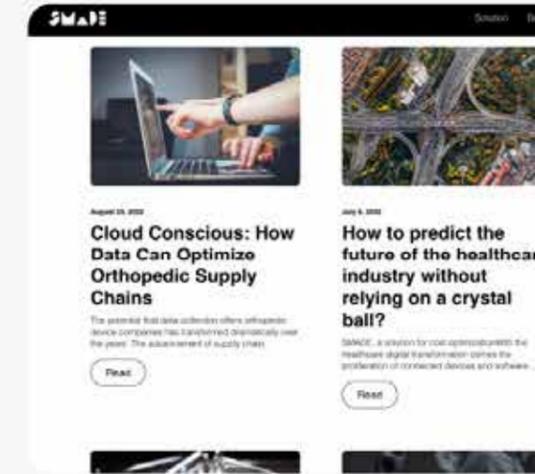
Le logo apparaît alors grâce aux contreformes qui sont mises en avant. Ainsi le nom se révèle de la même manière que SMADE révèle la data issue du terrain (l'invisible) via ses dispositifs médicaux connectés et outils digitaux.



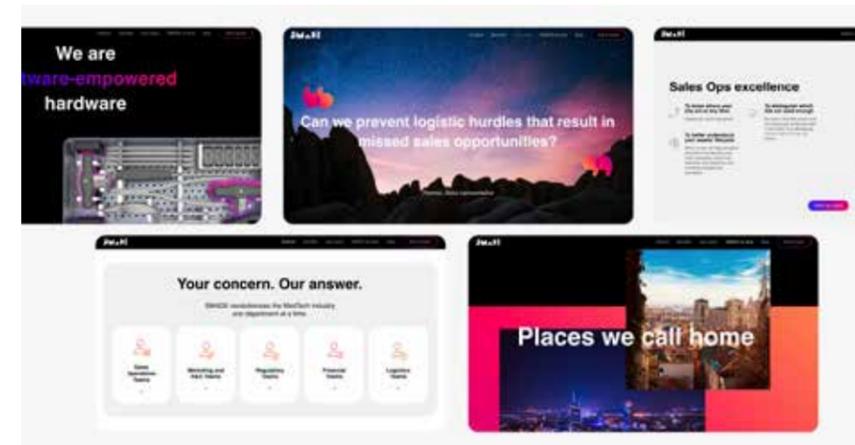
Exemple de style d'icongraphie

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



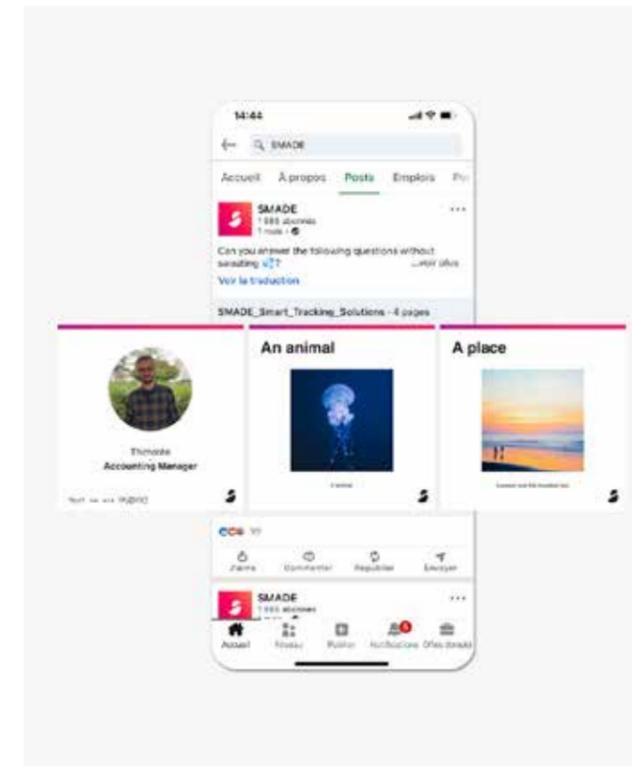
Le wording ou l'art de jouer avec les mots est un élément essentiel dans la communication de SMADE.

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.



Every family dreams of having a child prodigy...

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™.

... At Tornier, we have one.

The HLS Kneetec fixed or rotating stabilised posterior knee prosthesis is a unique concept resulting from 25 years of research, innovation and clinical success. Because each person is unique, Tornier has designed an implant which adapts perfectly to all anatomies. And because you each have your own surgical approach, the HLS Kneetec instrumentation is designed to adapt to all your techniques and meet all your expectations.



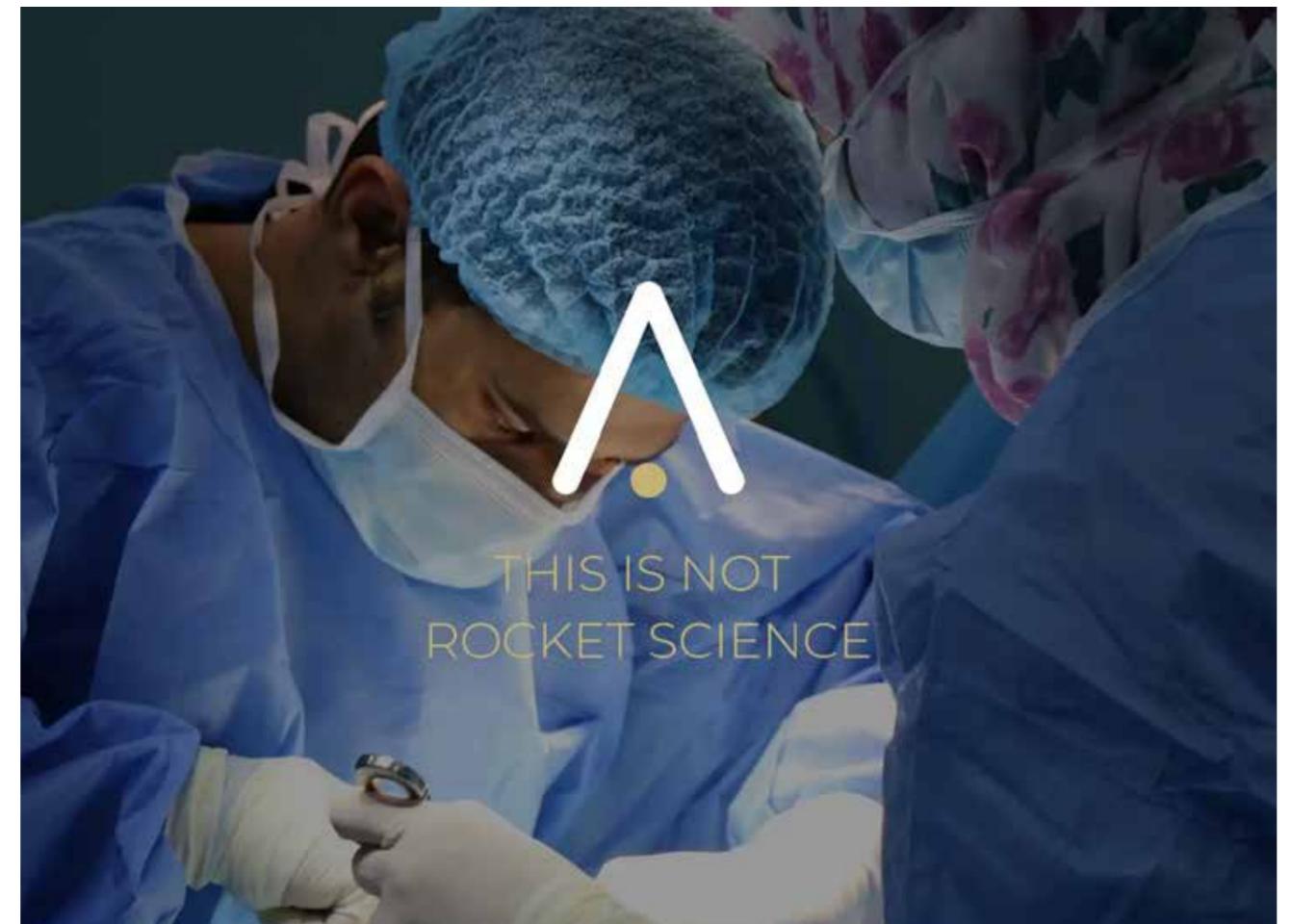
161, rue Lavoisier, Montbonnot, 38334 Saint-Jornet cedex, France. Tél. 33 (0)4 76 61 35 00, Fax 33 (0)4 76 61 35 33, www.tornier.com

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.

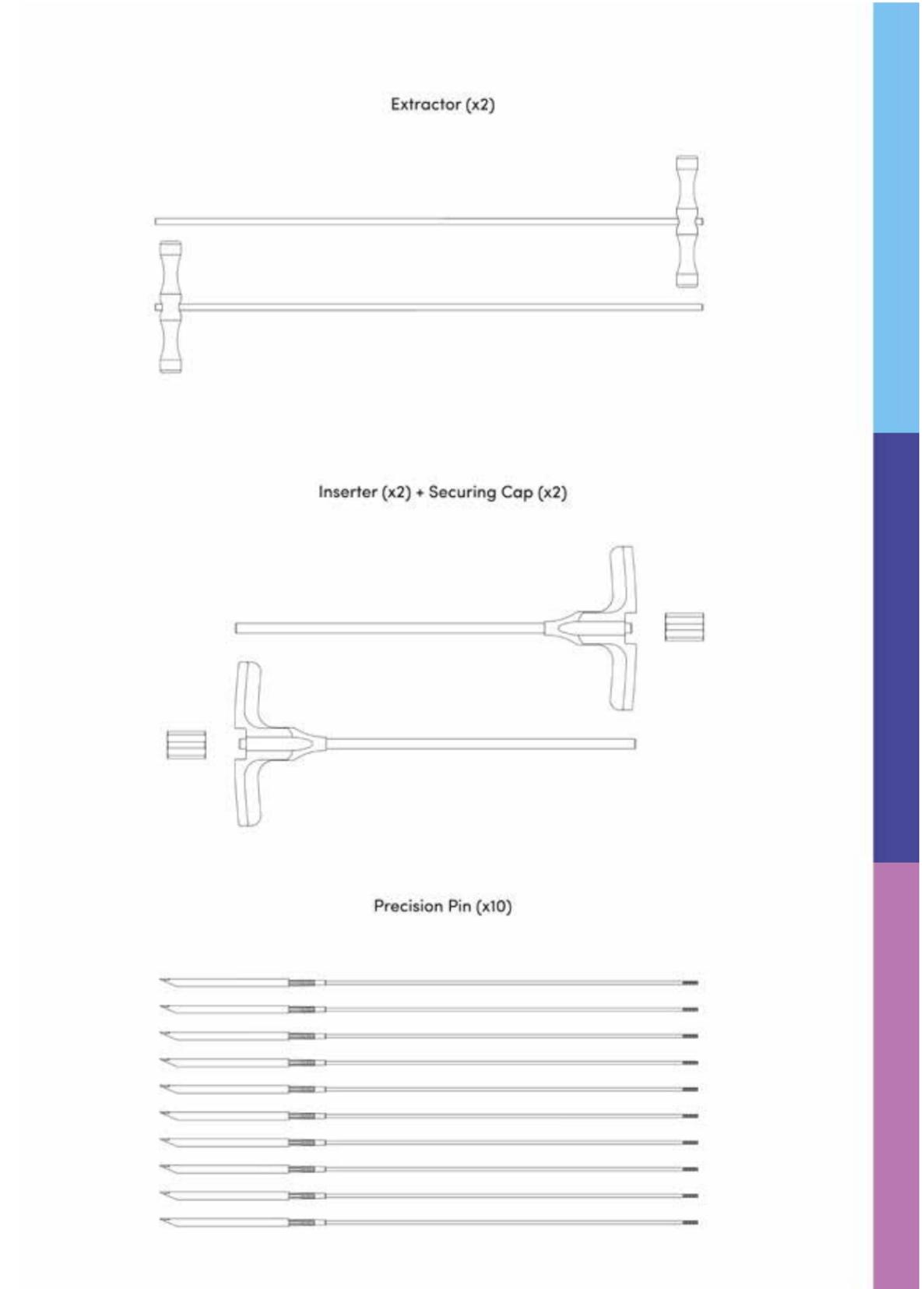
Les couleurs douces sont aussi utilisées pour la hiérarchisation des produits composant les kits.





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

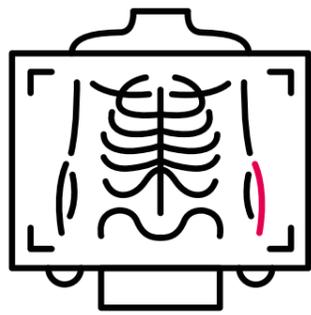


Le design de l'offre PSI est un enjeu stratégique majeur car il permet à Newclip Technics de propulser ONE sur le marché avec de solides atouts.

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.

En 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.



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



 SORIN | SPIDERFLASH-t





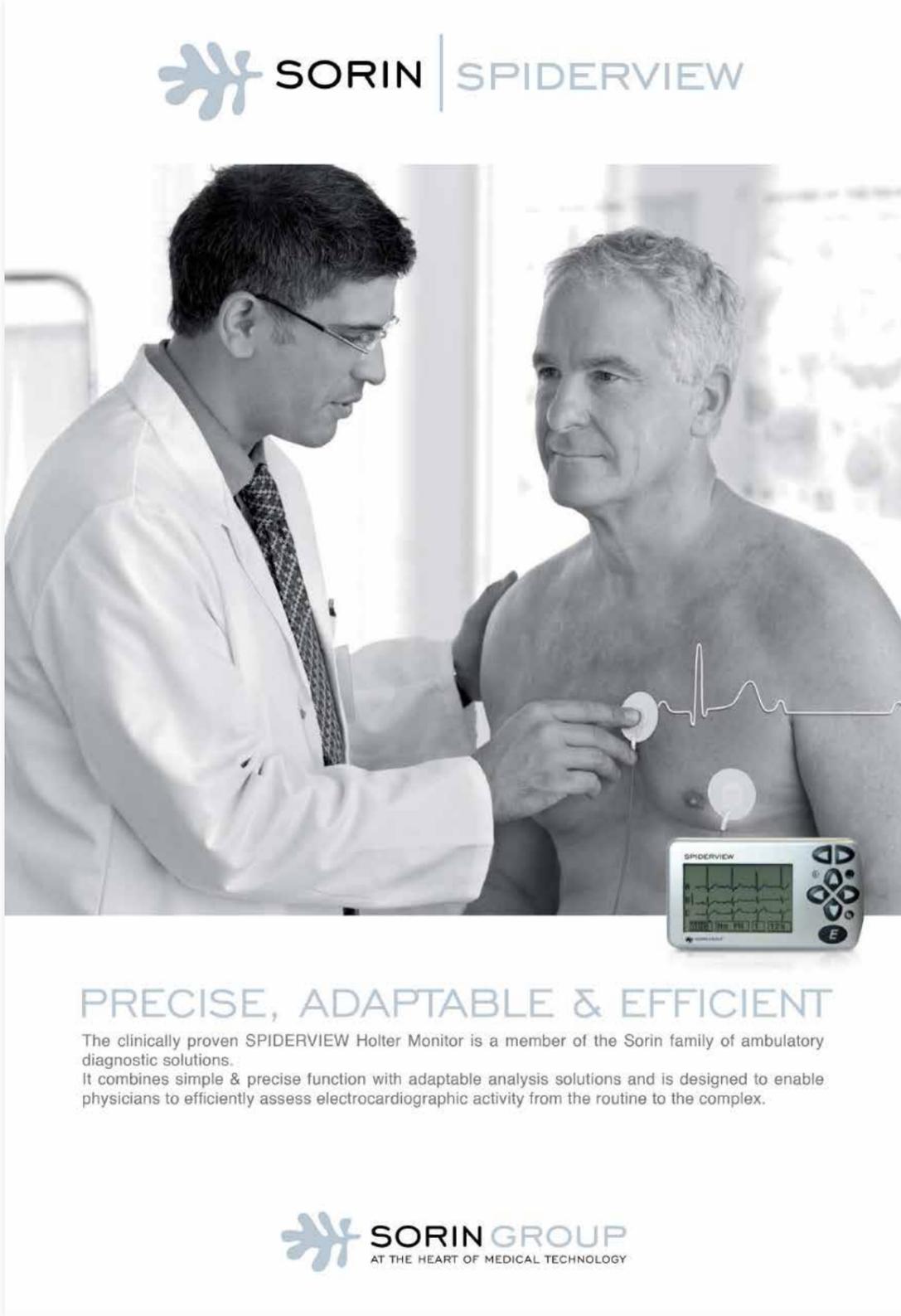
ATRIAL FIBRILLATION

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**

Mise 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.



 SORIN | SPIDERVIEW





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.

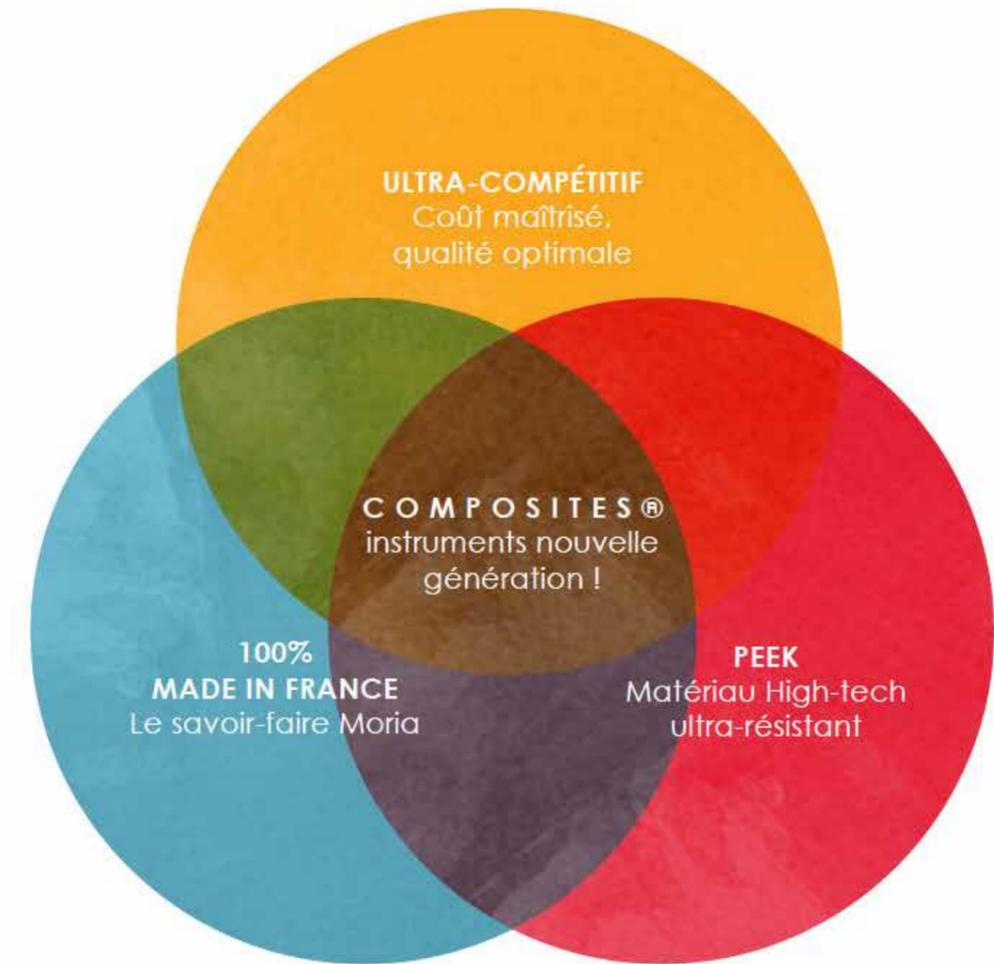
 SORIN GROUP
AT THE HEART OF MEDICAL TECHNOLOGY

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.



COMPOSITES®
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



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

Creative people.