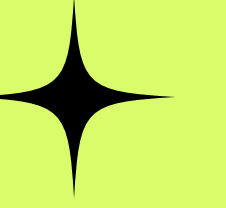


Jeanne — Moinon



Art Direction Brand Design Design Digital

Paris — Marseille

Portfolio —

ART DIRECTION

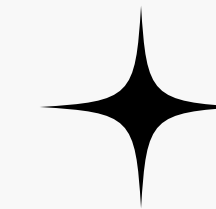
BRANDING

UI

SOCIAL MEDIA

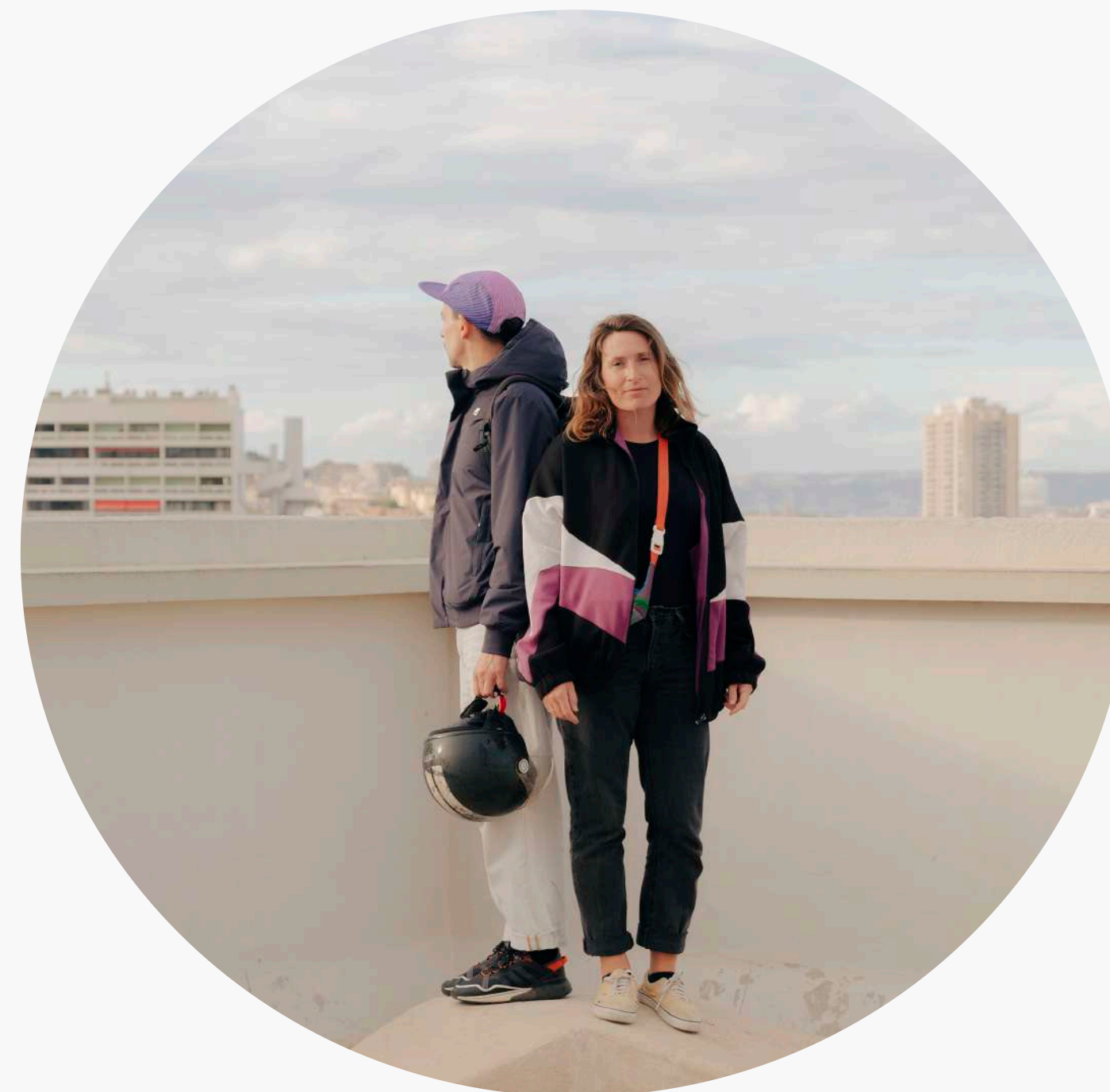
PRINT

Jeanne — Moinon



Bonjour,

Je suis Jeanne Moinon, j'assure la direction artistique et la création graphique de projets print & digitaux .
Spécialisée en brand design et en création d'identité de marque, je dispose d'une expérience professionnelle de + de 10 ans en agence et en freelance.



Paris — Marseille

Portfolio —

ART DIRECTION

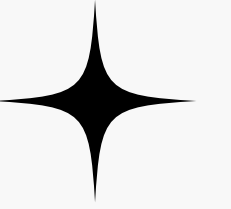
BRANDING

UI

SOCIAL MEDIA

PRINT

Jeanne — Moinon



UNEDEMAI.STUDIO

2022 à aujourd'hui

Freelance

PayFit, Marsatwork, ATEE, Floors, Studio Giraud...

DUPONT LEWIS

2019-2022

Dupont Lewis

Heinz, Saint-Mamet, Accor, Five Guys, Innocent, Extrême...

BETC

2017-2019

BETC

Première Vision, Kering, Monoprix, Printemps,
Guerlain, Petit Bateau, Morgan...

O CÉDILLE

2014-2017

O Cédille

Estée Lauder, Veuve Clicquot, Moulin Rouge, TV5 Monde,
Médecins Sans Frontières...

CV —

ENGLISH SPOKEN

Art director / Brand designer

Jeanne — Moinon

Printemps²⁰²⁰

Direction artistique photo, digitale et print pour
la collection capsule *Printemps Mariage*.

- Agence BETC ÉTOILE ROUGE
- Photographe Alex Fadel
- DA Jeanne Moinon & Sebastien Pignon

ART DIRECTION

UI

PRINT

SOCIAL MEDIA





PRINTEMPS

SPÉCIAL MARIAGE



J-9 MOIS

J-9

MOIS

LA ROBE

ET COMMENCE UN CONTE DE FÉES MODERNE

Vous souhaitez une belle robe unique. Éblouissante, naturelle et authentique. Impossible ? Le commerce en ligne au service des espaces Printemps Mariage et Maria Luxe Mariage.

Vous souhaitez à l'appui de la tendance, une robe créative, unique. En ligne aussi. Le site du Printemps Hausmann vous offre les plus belles robes de mariage dont la robe de votre rêve. Pour les signatures françaises et Temperley ou Rue de la Seine pour une robe plus internationale.

Principales marques de robes de mariage



Livraison gratuite
sur toute la France à partir de 100€ de robes de mariage



Livraison gratuite
sur toute la France à partir de 100€ de robes de mariage

UN ESSAYAGE

Après le jour J, vous serez
plus à l'aise. Plus à l'aise.
Plus à l'aise. Plus à l'aise.

Après le jour J, vous serez
plus à l'aise. Plus à l'aise.
Plus à l'aise. Plus à l'aise.

Après le jour J, vous serez
plus à l'aise. Plus à l'aise.
Plus à l'aise. Plus à l'aise.

Après le jour J, vous serez
plus à l'aise. Plus à l'aise.
Plus à l'aise. Plus à l'aise.

Après le jour J, vous serez
plus à l'aise. Plus à l'aise.
Plus à l'aise. Plus à l'aise.

J-9 MOIS

J-9 MOIS



PRINTEMPS

Shop

— Spéciale Mariage

Les robes courtes

Les prestiges

Les nudes

Les iconiques



CONNECTEZ-VOUS à votre espace client

 caroline_lalune@gmail.com

 Mot de passe

Continue

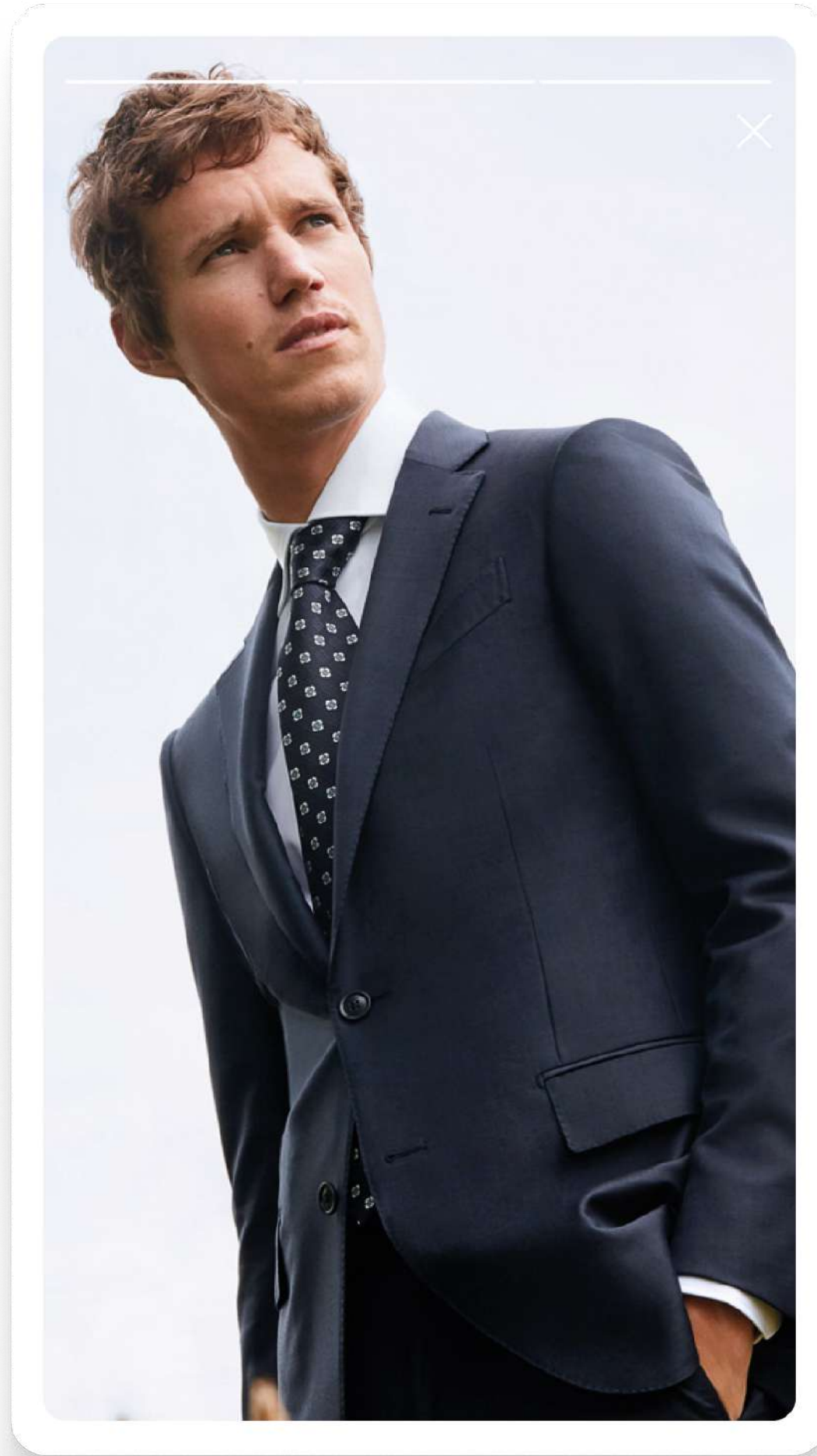
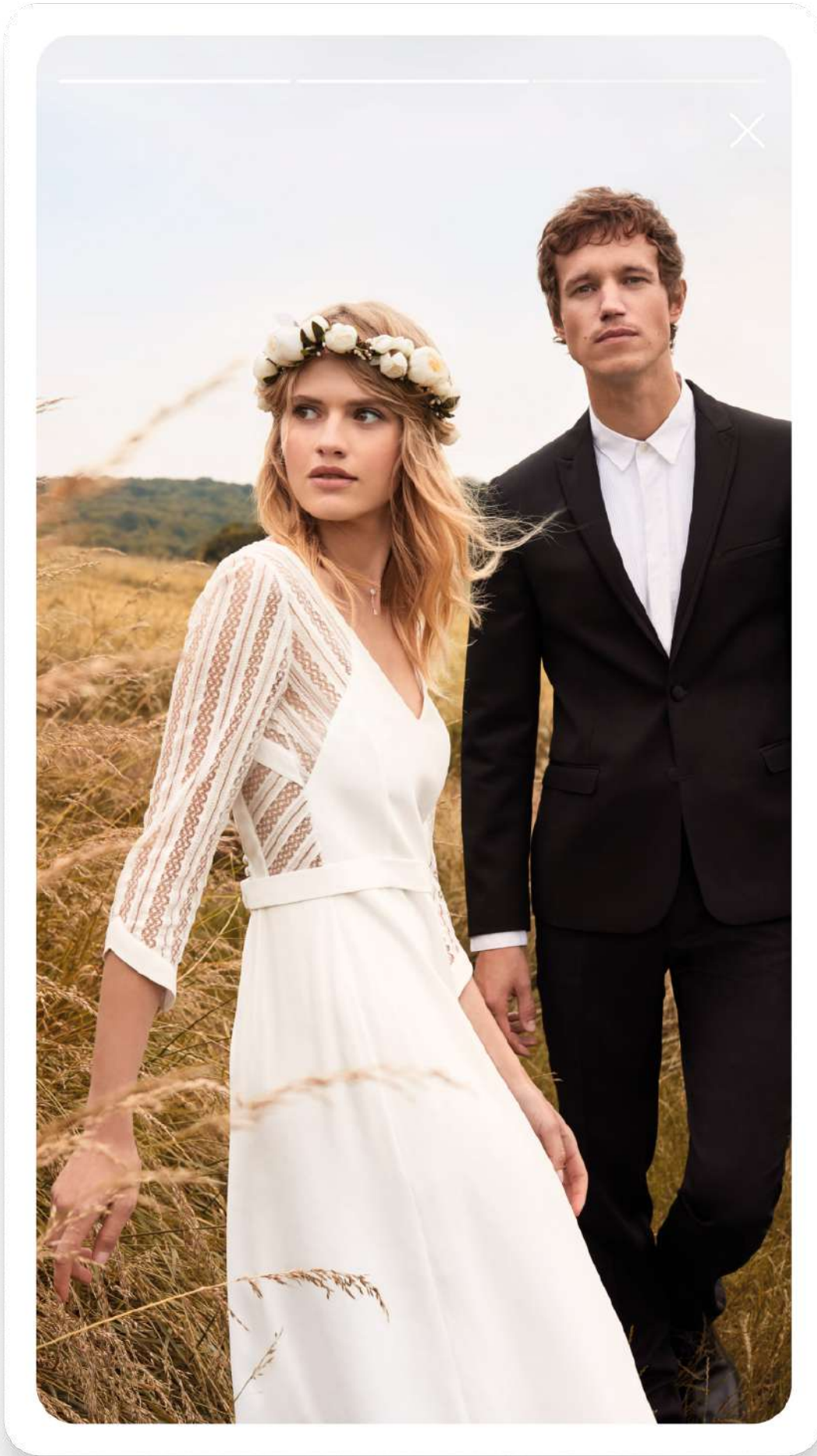
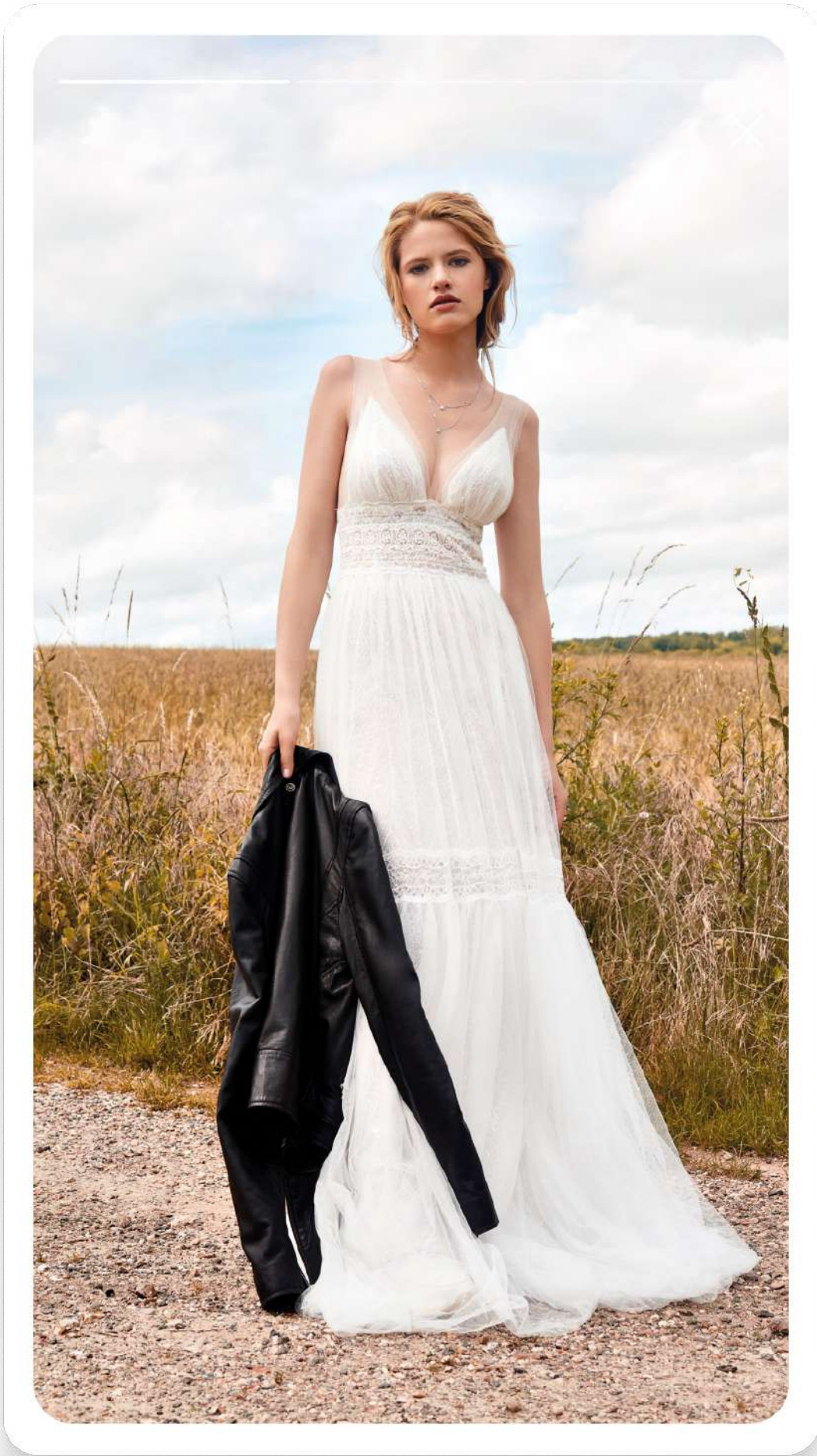


OU



Pas encore membre ? Inscrivez-vous





Jeanne — Moinon

From Future²⁰²¹

Réalisation de différents supports de communication pour la marque *From Future* : landing page, vidéo social média, posts instagram.

↳ Agence unedemai.studio

VIDÉO

UI

SOCIAL MEDIA

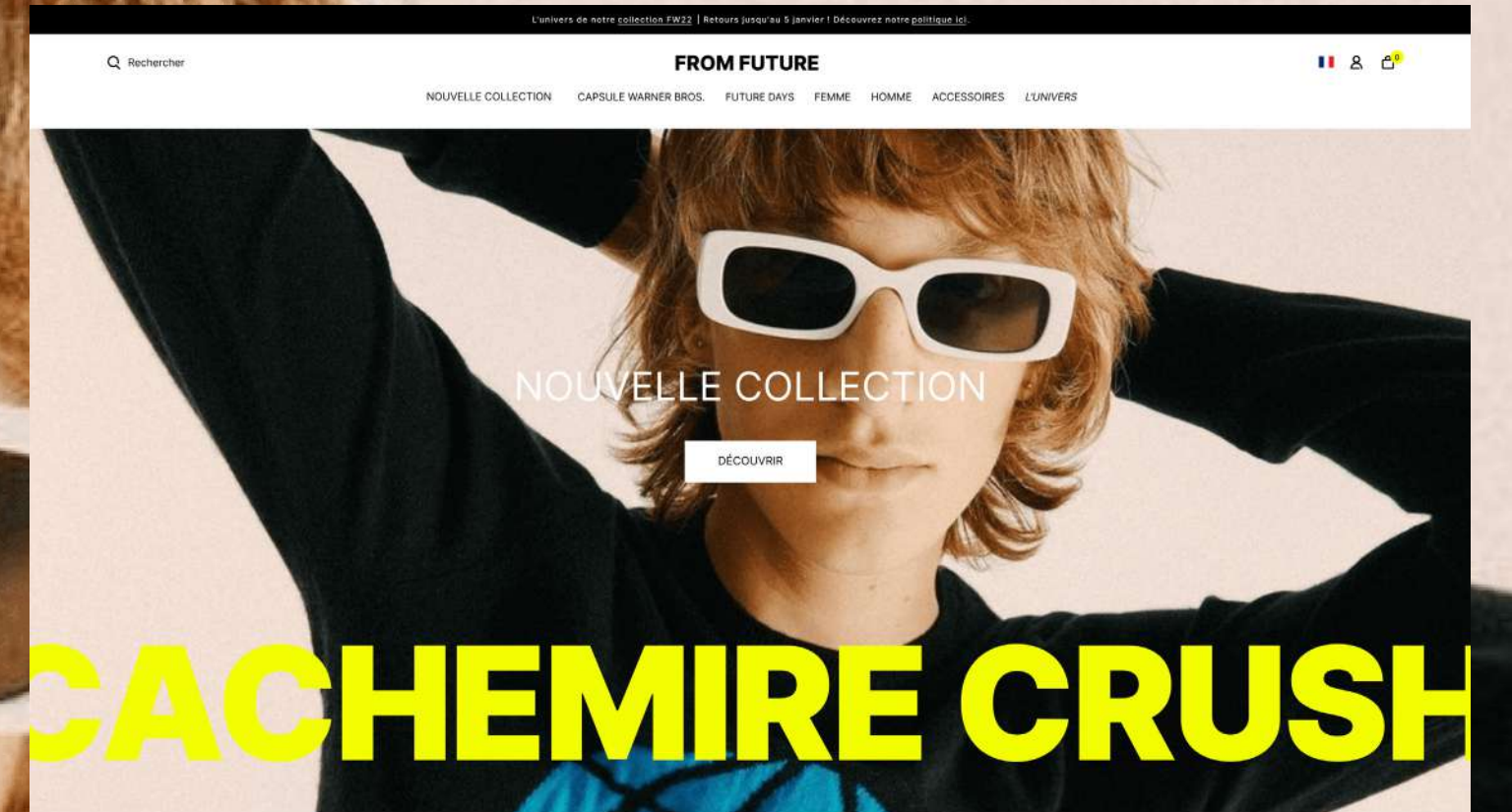




NOUVELLE COLLECTION

DÉCOUVRIR

CACHEMIRE CRUSH



CACHEMIRE CRUSH

LE MOIS DU CACHEMIRE

Explorez l'univers du cachemire FROM FUTURE, où la fibre devient une seconde peau, fusionnant avec le corps pour créer une expérience sensorielle incomparable.

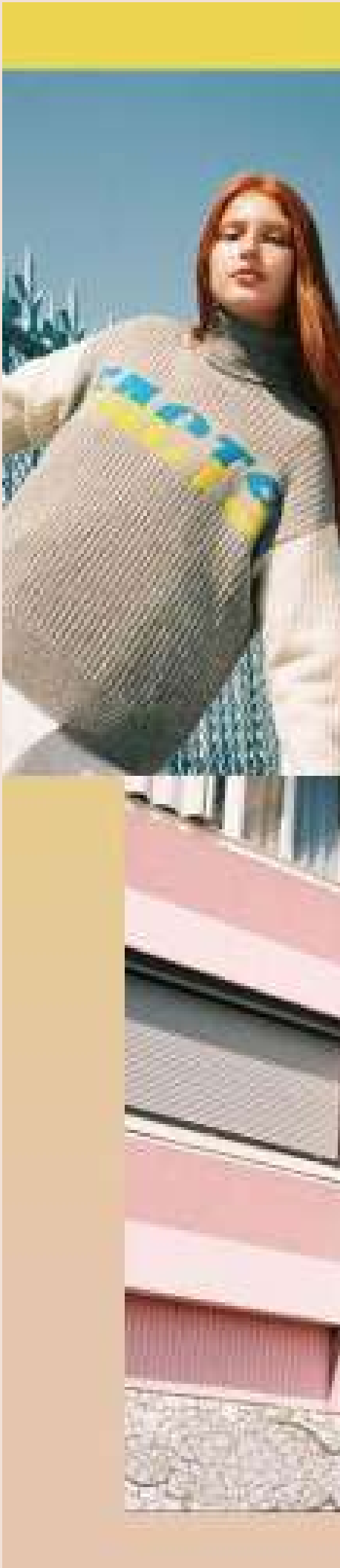
Notre savoir-faire artisanal
Notre engagement envers l'excellence se reflète dans chaque maille, chaque détail, offrant des créations qui transcendent le temps.

La sensation du luxe
La douceur du cachemire caresse votre peau, éveillant les sens à une sensation de luxe intense. Chaque vêtement devient une extension de soi, créant une connexion intime avec la matière.

Une émotion pure
Chaque pièce est conçue pour envelopper votre corps, suscitant une émotion pure, une fusion de confort et d'élégance.



JOIN FUTURE CLUB -





Jeanne — Moinon

Souleiado²⁰²²

Direction artistique photo, digitale et print pour la marque
Souleiado : landing page, posts social média, lookbook.

- ✎ Agence unedemai.studio
- ✎ Photographe Coco Malet
- ✎ DA Jeanne Moinon & Coco Malet

ART DIRECTION

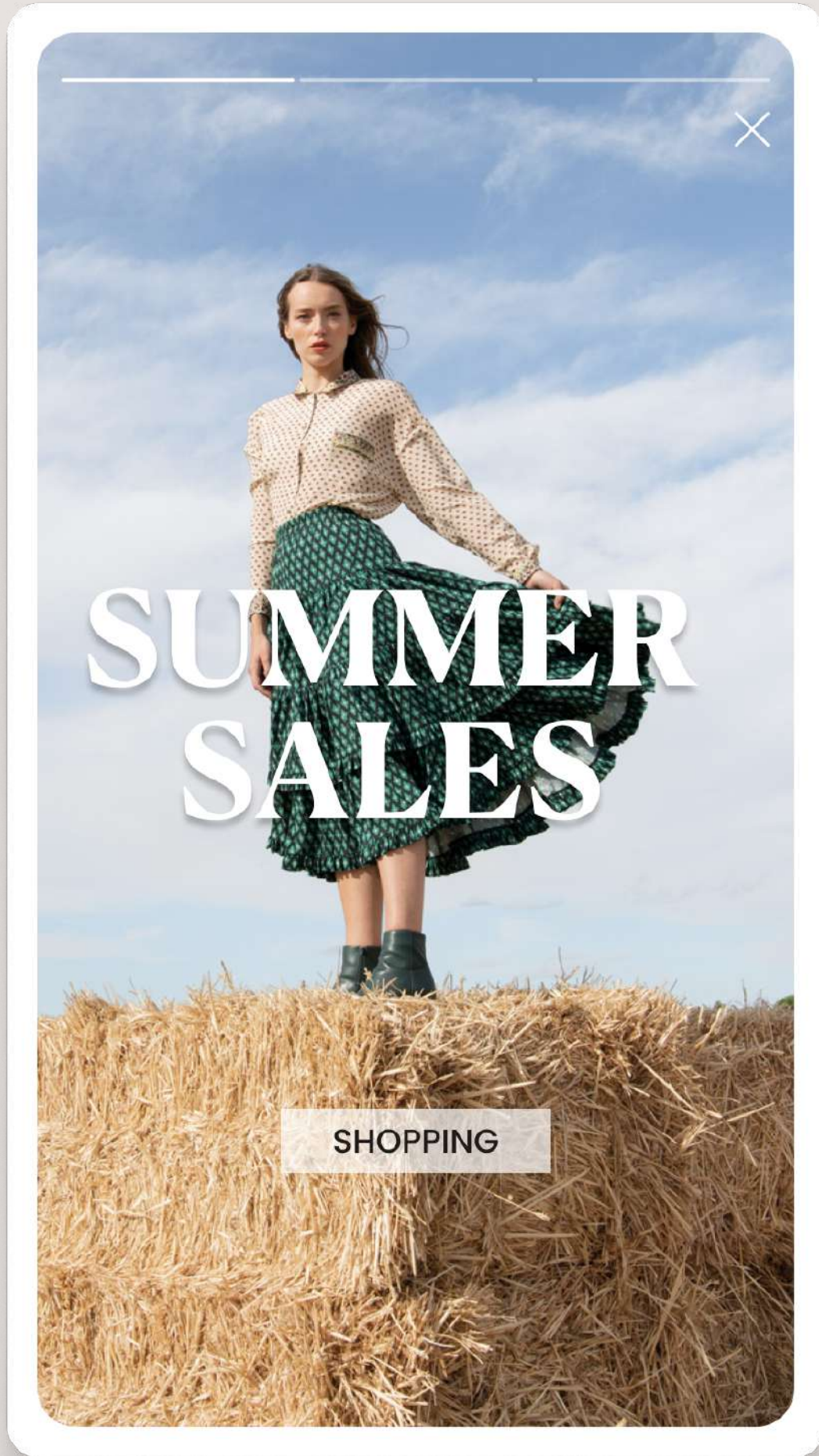
UI

PRINT

SOCIAL MEDIA







SUMMER
SALES

SHOPPING

This advertisement features a woman standing on a large haystack under a blue sky with light clouds. She is wearing a light-colored, long-sleeved blouse with a small pattern and a long, flowing green skirt with a white floral pattern. A white 'X' icon is in the top right corner, and a 'SHOPPING' button is at the bottom.



SOLEIATIC

SHOPPING

This advertisement features a woman with long brown hair and bangs, holding a green vase with dried flowers. She is wearing a black dress with a small pink and white floral pattern. The background is a dark, textured pattern of small pink and white dots. A white 'X' icon is in the top right corner, and a 'SHOPPING' button is at the bottom.



J-3
SALES

SHOPPING

This advertisement features a man with curly hair leaning against the side of a vintage blue car. He is wearing a blue and white patterned suit. The background is a field of golden wheat under a blue sky with light clouds. A white 'X' icon is in the top right corner, and a 'SHOPPING' button is at the bottom.



01

COLLECTION AUTOMNE-HIVER 2022

JE DÉCOUVRE



Découvrez tous les conseils stylistes de Noémie, personal shopper pour Souleiado.





Jeanne — Moinon

Première Vision ²⁰¹⁹

Direction artistique pour le salon de mode *Première
Vision* : supports print.

- Agence unedemai.studio
- Photographe Coco Malet
- DA Jeanne Moinon & Coco Malet

ART DIRECTION

PRINT



PREMIÈREVISION®
CLOUD OF FASHION

Denim Première Vision
23 & 24 May 2018
Parc Floral-Paris

Blossom Première Vision
4 & 5 July 2018
Carreau du Temple-Paris

Première Vision New York
17 & 18 July 2018
Pier 94

Première Vision Paris
19, 20, 21 September 2018
(Note new show days: Wednesday to Friday)
Paris Nord Villepinte

Première Vision Istanbul
10, 11, 12 October 2018
ICC Istanbul Congress Center

Denim Première Vision
5 & 6 December 2018
Old Truman Brewery-London

Blossom Première Vision
11 & 12 December 2018
Carreau du Temple-Paris

CLOUD
OF FASHION
Newspaper #

Première Vision Paris heads

...ion,
... the leather sector,
... oted phenomenon,

...etplace,

...



CLOUD OF FASHION
PREMIÈREVISION
PARIS

19-21 Sept. 2018

A°19 W°20

The new geopolitics of manufacturing

Gilles Lasbordes

La nouvelle géo-politique du manufacturing

The world's leading trade fair for all fashion industry players, Première Vision offers a real-time snapshot of the international supply chain. A closer look from General Manager Gilles Lasbordes.

Premier salon au monde réunissant tous les acteurs de la filière mode, Première Vision offre une photographie en temps réel d'une supply chain internationale. Explications avec Gilles Lasbordes, directeur général.

NEWSPAPER #3

With Première Vision Manufacturing and The Sourcing Connection, Première Vision brings together a rich and exclusive selection of fashion manufacturers from around the world. How do you make your choice? At the next September edition we'll be welcoming some 240 manufacturing exhibitors, with an exceptionally high loyalty rate. But of course we are also open to newcomers, who add to the vitality of the event and underline evolution in the market. Our process is simple. The candidates send us an application with a profile of their company - business activity, structure, customer profile, etc. - and a sampling of their production. Our committees, made up of Première Vision exhibitors, buyers and representatives, assess the relevance of each participation request and their added value compared to the show's overall offer. Exhibitors come from around the world, with a large representation from the Euro-Mediterranean zone at Première Vision Manufacturing and from the Asia-Pacific region at The Sourcing Connection.

Special attention is paid to manufacturers from this last region. Can you tell us more about that? For The Sourcing Connection, we set up a specific complementary selection, really unique in the market, which aims to provide an upstream audit for companies from the Asia-Pacific market. We provide this in collaboration with Veritas, a certification agency that provides on-site investigations on the basis of precise criteria: production conditions (factory quality, use of dangerous products) and working conditions (time, remuneration, environment, employee age). This is a sensible investment for Première Vision but on an ethical and sustainable level, we think it's essential. Right now we are the only trade fair insisting on these compliance criteria, and our goal is to offer a more concise but sharper and safer selection. In terms of production quality, these exhibitors are on an equal footing with other countries, but positioned around larger production series.

Avec Première Vision Manufacturing et The Sourcing Connection, Première Vision réunit des collectionneuses du monde entier avec une sélection à la fois riche et exclusive. Comment effectuer votre choix? Nous accueillons pour la prochaine édition de septembre quelque 240 exposants de ce métier, avec un taux de fidélité exceptionnel. Nous sommes, bien sûr, ouverts aux nouveaux venus qui participent à la vitalité de l'événement et soulignent l'évolution du marché. Notre démarche est simple. Les candidats envoient un dossier présentant le profil de leur entreprise (activité, structure, profil de clientèle...) ainsi qu'un échantillonnage de leur production. Notre comité - composé d'exposants, d'acheteurs et de représentants de Première Vision - évalue alors la pertinence des demandes et leur valeur ajoutée par rapport à l'offre globale du salon. Ces exposants viennent de partout, avec une représentation importante de la zone euro méditerranéenne via Première Vision Manufacturing et de l'Asie-Pacifique via The Sourcing Connection.

Une attention toute particulière est portée sur les fabricants de cette dernière zone. En quoi consiste-t-elle? En effet, nous avons mis en place pour The Sourcing Connection, une sélection spécifique qui vise à auditer en amont les entreprises en provenance d'Asie-Pacifique. Nous collaborons pour cela avec Veritas, un bureau de certification qui enquête sur place sur la base de critères précis : conditions de production (qualité des sites, utilisation de produits dangereux) et conditions de travail (temps, rémunération, environnement, âge des salariés). Il s'agit d'un investissement important pour Première Vision mais celui-ci nous semble essentiel sur un plan éthique et responsable. Nous sommes aujourd'hui le seul salon à exiger ces critères de conformité et nous espérons offrir une sélection plus concise mais plus pointue et plus sûre. Sur le plan de la qualité de production, ces exposants font également jeu égal avec les autres pays, mais se positionnent sur des séries de production plus grandes.

“Some brands mix the two requirements: a large programmed production and strong reactivity for certain products.”



The designer seeking to save the oceans

Cyrill Gutsch

Le designer qui veut sauver les océans

The collaboration network Parley for the Oceans has made a name for itself by partnering with adidas to design sneakers made from recycled plastic waste. Founder Cyrill Gutsch takes us inside his fight to stem ocean pollution. And his vision of radically transforming global production methods.

Le réseau de collaboration, Parley for the Oceans s'est notamment fait connaître en collaborant avec la marque adidas pour concevoir une basket à base de matériaux issus de plastiques recyclés. Cyrill Gutsch, son fondateur, nous dévoile son combat contre la pollution des océans. Et sa volonté de transformer radicalement les modes de production sur la planète.

Eco-responsible production is more important than ever. What's your impression?

A lot of the leading brands are moving towards Eco innovation. More and more of them are making it an integral part of their strategy. When you look at consumers, they expect their brands to do the right thing. More and more consumers want a brand for its quality, design and environmental commitment. Our success with Adidas has proven our vision of "making purpose the new luxury". Hundreds of companies are reaching out to us, to find their own way into this new economy. In a few years nobody will be able to afford making products with harmful materials, because there will be no market for it.

Is it a growing market?

It is a rapidly growing market, if done right. With that, I mean that consumers recognize true commitments and differentiate them from public relations stunts. For a long time 'Sustainability' was located in most of the companies under communication or risk management, to defend the company practices. We repositioned 'Sustainability' as 'Eco Innovation' and encourage our partners to focus it next to marketing and product design and let it influence the whole company culture and the design process.

Can you describe your partnership with Adidas?

At Parley we started by focusing on marine plastic pollution. Plastic never dies. It is discarded in wastewater and ends up in our oceans. To combat this we created Ocean Plastic® a material made of plastic waste. Adidas made one million products with Parley Ocean Plastic® in 2017 and they are making five times more this year. These products are more expensive than comparable items and yet sell out very fast. The consumer buys these products to make a statement, to be part of the movement, to use their wallet to support us.

Le développement durable prend une place grandissante dans l'univers de la mode. Quel est votre constat ?

De nombreuses marques se soucient de leur responsabilité et certaines la placent même au cœur de leur identité. Du côté des consommateurs, la tendance est identique. Les clients sont de plus en plus nombreux à choisir une marque pour sa qualité, son design et son engagement environnemental. Le succès de notre partenariat avec adidas a montré le bien fondé de notre volonté : donner du sens au luxe. Des centaines d'entreprises nous sollicitent aujourd'hui et trouveront leur voie dans cette nouvelle économie. Dans quelques années, plus personne ne pourra produire sans le souci de préserver la planète, car il n'y aura plus de marché pour cela.

À quel rythme progresse cette tendance ?

Elle peut se développer rapidement si nous restons de façon pure. Pour cela, les consommateurs doivent apprendre à reconnaître les engagements véritables des actions opportunes. Dans les entreprises, la réflexion autour du développement durable a longtemps été placée sous la responsabilité d'équipes de communication ou de gestion des risques, notamment pour couvrir leurs pratiques. Elle doit désormais devenir un service marketing et design pour agir, concrètement, sur la culture de l'entreprise et l'évolution des processus de fabrication.

Quelle est la nature de votre partenariat avec Adidas ?

Chez Parley, nous avons commencé notre combat par la pollution des océans. Il faut savoir que les déchets plastiques ne disparaissent jamais, ils sont éjectés dans les eaux usées et finissent dans les océans. Pour lutter contre ce fléau, nous avons imaginé le Parley Ocean Plastic®, un matériau directement issu de ces déchets. Adidas a fabriqué un million de produits en 2017 avec ce plastique recyclé et ce chiffre devrait être multiplié par cinq cette année. Ces produits coûtent plus cher et, pourtant, se vendent plus rapidement car les consommateurs ont le sentiment de s'engager avec cet achat. Le moment qu'ils attendent au moment de leur achat à venir leur portefeuille pour cela.

Is Parley Ocean Plastic® just one step in your project?
The initial is interesting as a first step, because it helps to stop making new plastic and remove plastic from nature, but... it is still plastic. So Parley Ocean Plastic® is just a step because our true objective is to put an end to plastic made from fossil fuel. Our strategy for change has three pillars: Avoid, Intercept, Recycle. The third is where the real change happens. We started a new program called Parley Biofabrication, which aims to propose commercially feasible alternatives within the next 5-7 years. Last December we declared the Material Revolution, and we believe that redesigning is the next big change in our society.

Beyond marine pollution, you are talking about an examination of our entire society.
While we focus a lot on wildlife, on single-use systems in our oceans, we have a very clear point of view when it comes to how we treat our occupancies. Child labour and worker labour conditions should already be a matter of the past. But they aren't. Parley for the Oceans is building a model that includes education, access to a bank account, legal representation, etc.

Is this kind of awareness a worldwide phenomenon?
Parley has a global network and our partners are operating in over 100 countries. And what you can clearly see is that everyone is worried about the future of this planet. There is this basic feeling that we're doing something to drastically wrong, something I would call instinct. A new economy is rising, one built on creativity, innovation and collaboration. And every company who gets it early enough will be the future leader. Adidas was the one we felt could help us to make the first big step. Very soon we will announce partnerships with a lot of other big players in the fashion industry, automotive industry, furniture and more. We are negotiating with governments and collaborating with organizations like the United Nations and World Bank.

Which areas are the most advanced?
Fashion has a big part to play and we are inviting the whole fashion industry to take the lead, to become the spearhead of our movement. Because fashion has the superpower of establishing trends and setting them. But fashion's situation is paradoxical. It is the least innovative in modernizing its production methods, but still, we believe fashion can become an important agent of change. To be fair, it is very hard as a company to do the right thing, there is each pressure for competitive pricing. But it's what we need to do to protect a world from a plastic error entering its core, or a bird growing up with plastic bottle caps in their stomachs. Even recycling is not the solution, you have to think about non-consumption, alternative energy and waste conservation.

Which projects seem most exciting to you now?
First and foremost, as we know it is an old model. You will not succeed with warning signs, pressure or petitions. Now is the time for people with vision who share the idea of a blue future, of a planet that is the magic home of all these wonderful creatures. That's the mission I look to.

- A pilot offer for smart fashion in Barcelona and the smart Square Smart Square - our smart retail in Copenhagen (Denmark)
- A total of 500 m2 with a store
- Smart Services & Partners - a collection of specialized players in various fields
- Smart Library - a forum of eco-friendly and sustainable products
- Smart Talks - to discuss the issues of tomorrow's fashion
- Smart Workshops - on selection of fashion items' finished collections

In the heart of Francisco Viquez Lathrop Hall's, EcoActivity is September.

Le Parley Ocean Plastic® est-il seulement une étape dans votre projet ?
Cette matière est intéressante car elle permet de limiter la production classique et participe à l'éliminer dans la nature, mais... Elle reste du plastique ! Elle s'est donc qu'un premier pas car notre objectif est d'en finir totalement avec le plastique créé avec l'énergie fossile. Notre stratégie de changement a trois piliers : Éviter, Intercepter, Recycler. C'est avec cette troisième étape que le vrai changement intervient. Via notre programme de recherche baptisé Parley Biofabrication, nous espérons proposer des alternatives commercialement viables d'ici 5-7 ans. En décembre dernier, nous avons engagé officiellement une révolution des matières premières en la déclarant comme LE changement majeur de notre société.

En dehors de la pollution des océans, vous êtes en train de réfléchir sur la société toute entière que vous souhaitez engager...
En agissant pour le respect de la nature, il s'agit logique que nous en arrivions à une réflexion plus globale sur notre façon d'organiser la société. Le travail des enfants, l'absence d'un droit des conditions d'emploi devraient appartenir au passé mais sont toujours d'actualité. Parley for the Oceans commet des projets pour améliorer l'éducation des enfants, l'accès au financement de projet, le processus légal d'immigration.

Cette prise de conscience est-elle mondiale ?
Nous travaillons avec plus de 100 pays et constatons que les habitants se préoccupent partout du sort de notre planète. C'est une réflexion universelle mais également quelque chose de plus local. Un instinct de survie. Une nouvelle demande est en train de se faire, fondée sur la créativité, l'innovation et la collaboration. Les entreprises qui le comprennent aujourd'hui seront celles de demain. Adidas a été la première marque à nous suivre, nous allons bientôt annoncer des partenariats avec d'autres entreprises dans le secteur de la mode, de l'automobile, de l'immobilier, de la santé. Nous négocions avec les gouvernements et des organisations telles que les Nations Unies et la Banque mondiale.

Quels secteurs sont les plus avancés ?
La mode est stratégique et nous avons invité la fashion à prendre le leadership de cette lutte, dans le secteur où elle possède ce pouvoir particulier de créer des tendances et d'inspirer de façon. Sa situation est paradoxale. C'est souvent sur l'un des moins innovés dans la modernisation de ses processus de production, mais il peut être un élément clé pour le changement. Admettons-le, cela n'est pas facile dans un univers très compétitif, où le créateur du prêt-à-porter est important. Mais il faut en passer par là si l'on veut mener de réussite des tentatives révolutionnaires que des pratiques qui perdurent dans nos vêtements ou des vêtements qui grandissent avec des boutons dans leur estomac. Recycler n'est pas la solution, il faut penser à demain. Aux énergies alternatives et à la préservation de l'eau.

Quels projets vous semblent les plus excitants ?
La lutte pour l'investissement, telle qu'elle se joue, est toujours délicate. Nous ne pouvons plus nous contenter de simples pétitions et de pétitions. Les initiatives les plus prometteuses sont celles menées par des gens qui ont une vision, qui partagent le désir d'un futur harmonieux, d'une planète qui puisse être un refuge pour les être vivants. Voilà le domaine que je souhaite.

- Une offre à pilotage pour une mode intelligente
- En septembre au la santé, découverte le Smart Square notre espace consacré à la collection en magasin
- Au total 500 m2 pour votre magasin de la santé
- Smart Services & Partners - une collection d'experts spécialisés dans divers domaines
- Smart Library - un forum de produits éco-responsables et innovants
- Smart Talks - des prises de parole autour des enjeux de la mode de demain
- Smart Workshops - une exposition des collections de produits faits de matériaux de recyclage

In the heart of Francisco Viquez Lathrop Hall's, EcoActivity est septembre.



31

Jeanne — Moinon

Margot Combat²⁰²³

Direction artistique pour la mixologue/bartender,
Margot Combat. Réalisation de supports print, site
internet, posts social média...

↳ Agence unedemai.studio

ART DIRECTION

UI

PRINT

SOCIAL MEDIA



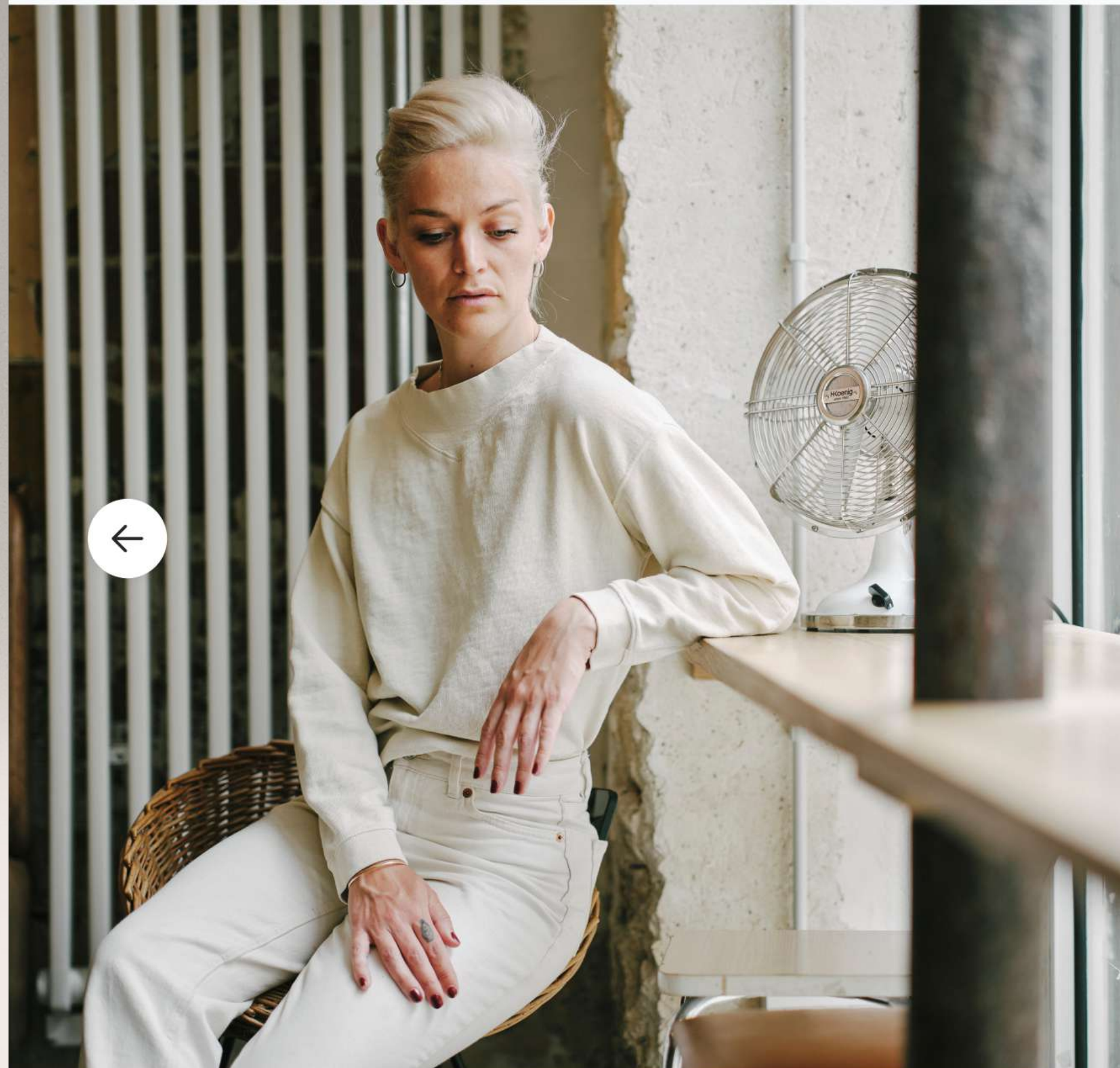
Mixologie

MARGOT COMBAT
BARTENDER



Adress

Combat Belleville



EVENT

Le Fooding x Margot Com

Event evening Fooding x Margot Comba
Combat Belleville, be there!

[See details](#)



Menu
Cocktail 2023®



FOODING

SUZE



ELLE COMBAT







Jeanne — Moinon

La Canette²⁰²⁰

Réalisation du branding de la marque *La Canette*, bières brassées à Marseille.

- Agence ForceTreize
- Photographe Julien Bouvier
- DA Jeanne Moinon & Julien Bouvier

ART DIRECTION

UI

PRINT

PACKAGING











[Bières](#)

[Story](#)

[Shop](#)

[Collections](#)

01

La Canette IPA

02

Un assemblage de deux cuvées spéciales : un Imperial Stout avec cacao et café (élevé 6 mois en barriques de Bourbon) et un Imperial Baltic Porter (élevé 18 mois en inox).

03

Boss Final est impactant, savoureux et un peu fou - comme nos chers brasseurs.
Une collab avec la brasserie aixoise SMASH !

[Découvrir l'offre](#)



SOUR



IPA



LAGER



[Youtube channel](#)



Jeanne — Moinon

Ludotech²⁰²³

Branding globale de l'agence digitale *Ludotech* :
identité visuelle, website, brand book, ads et posts
social media...

↳ Agence unedemai.studio

BRANDING

UI

SOCIAL MEDIA



Ludotech

BUILDING SUPERIOR DIGITAL PRODUCTS

Brand Guidelines 23-24

Discover Guidelines →

Logotype sur fond photo

Ludotech

BUILDING SUPERIOR DIGITAL PRODUCTS



Logotype

Ludotech

Logotype Zone de réserve

01. Explorations

Vert
HEX #5DF55E

Noir
HEX #1E1E1E

Blanc
HEX #FFFFFF

Crème
HEX #FFFAD6

Typographie principale

Hero headline
Aeonik Medium

Aeonik

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
?!&@\$€% 0123456789

Body copy
Aeonik Medium

Aeonik

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
?!&@\$€% 0123456789

Cta / Tag ...
IBM Plex Mono Medium

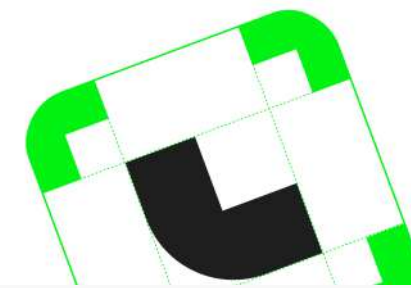
IBM Plex

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
?!&@\$€% 0123456789

03. Typographie

Symbole de réserve

Construction





ludotech.co



Ludotech

PORTFOLIO ABOUT US CAREERS BLOG CONTACT

Book a meeting →

Let's build superior digital products

Our services are tailored-fit to your business goals. Choose the service you need, and we'll take care of the rest.

Services

Book a meeting →



Improved model performance

Benefit from up to 15% uplift in model performance with data rebalancing, data imputation, and high-quality synthetic data generation. SDK helps increase revenue across conversion, fraud, revenue recovery, and more.



API-first extensible framework

Extend and plug-in into any data platform or ETL pipeline including Airflow, Dataproc, Spark. Fast and easy deployments using Kubernetes, OpenShift and Docker.



Guaranteed compliance

"Data as Code" approach enables you to codify complex compliance requirements into concrete data transformations.

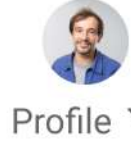


Full analytics and reporting

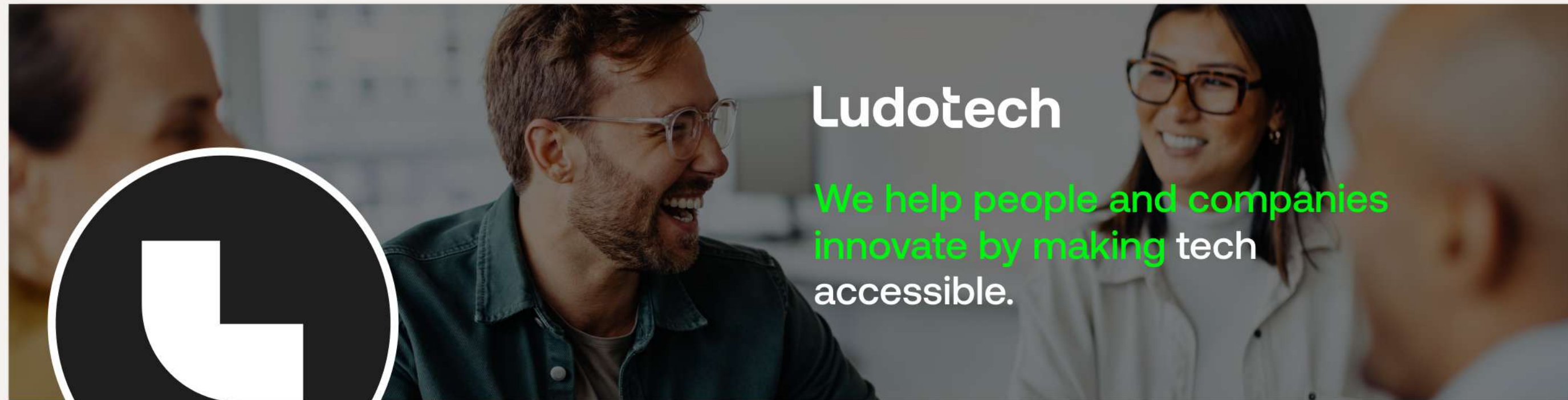
Full visibility of key data metrics including data quality, data compliance, and model performance metrics in your reports.



Search



Try Premium for



Ludotech

We help people and companies innovate by making tech accessible.

Ludotech

Product Development Studio

Technologies et services de l'information · Paris, Ile de France · 10 000 abonnés · 16 employés

To set up a contact

send a message

More

Infos

What is Ludotech? Ludotech is a product development studio based in France that specializes in



Other members also viewed



Marie Clark

User information

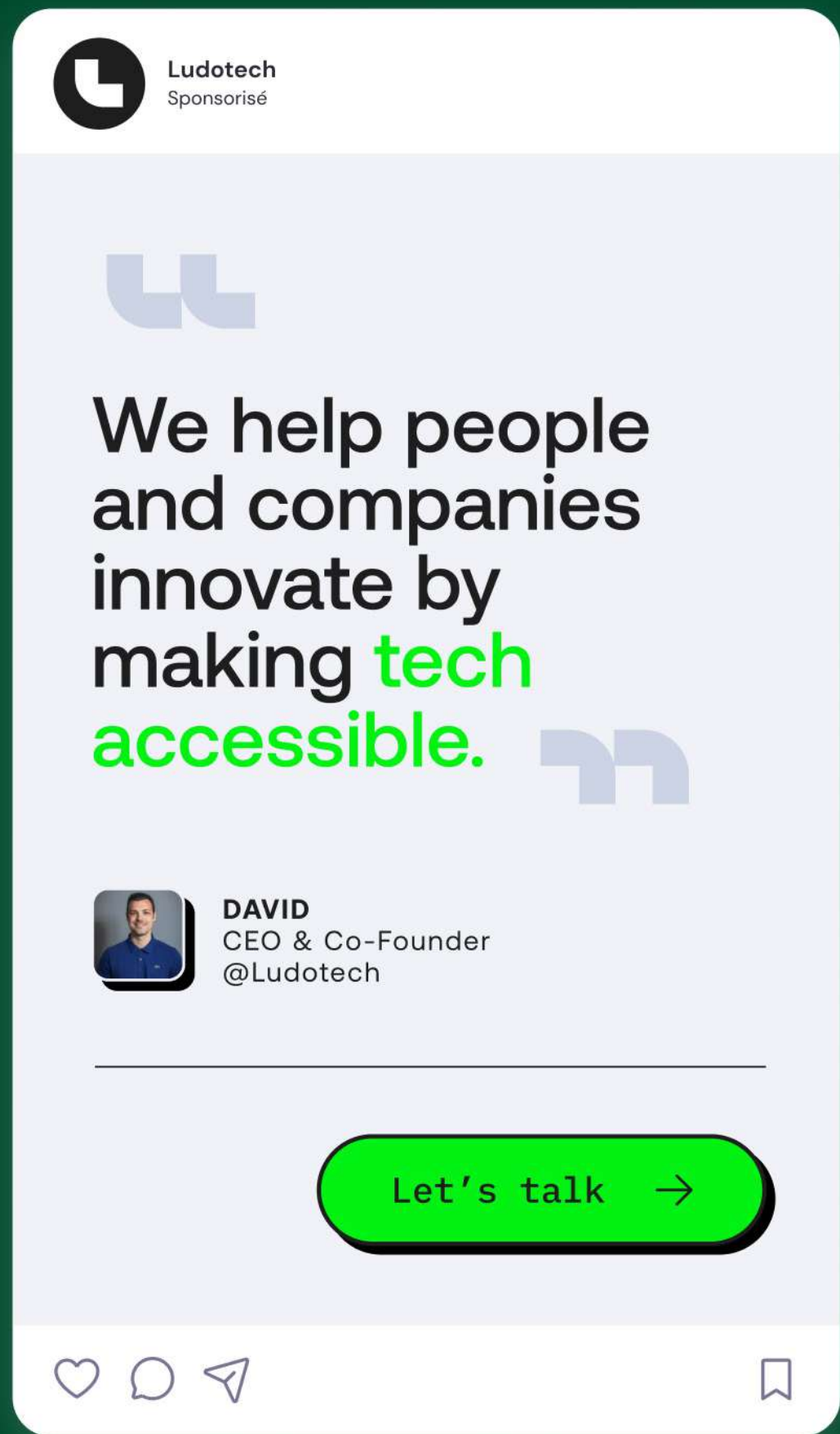
send a message



Tom Karen

User information

To set up a contact



Jeanne — Moinon

Floors²⁰²³

Branding globale du syndic immobilier *Floors* :
identité visuelle, website, brand book, supports print.

↳ Agence unedemai.studio

BRANDING

UI

PRINT

NAMING



elines

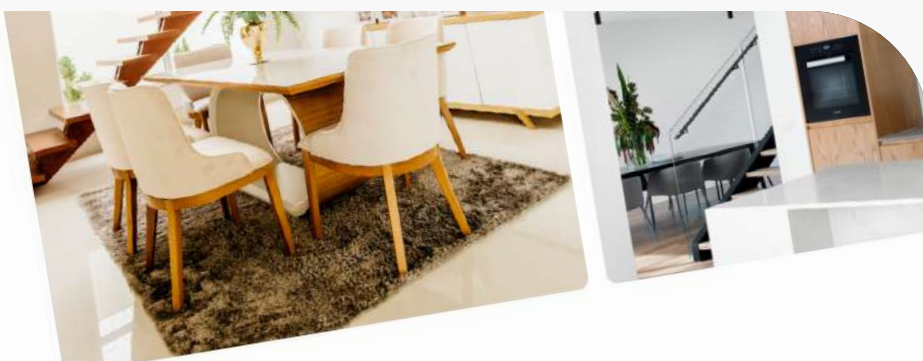


Palette couleurs secondaires

GREEN FOREST 100 HEX #FBFDFD	TONIC LIME 100 HEX #FDFEF7	GREEN BLUE 200 HEX #E7EDED
GREEN FOREST 200 HEX #EFF3F4	TONIC LIME 200 HEX #FBFCEB	GREEN BLUE 300 HEX #C2CFD1
GREEN FOREST 300 HEX #B7C7CB	TONIC LIME 300 HEX #EFF6B3	GREEN BLUE 400 HEX #9EB4B5
GREEN FOREST 400 HEX #709096	TONIC LIME 400 HEX #E7F29C	GREEN BLUE HEX #87A1A3
GREEN FOREST HEX #014751	TONIC LIME HEX #D7EA64	

02. Couleurs

04. Iconographie



Carte de visite



03. Design Applications

Logotype aplats couleurs

01. Identité

Zone de réserve



Plaque



Univers Visuel

Les photos
Univers urbain (la ville, les immeubles)



ymbole

Badge



Louer et faire gérer ses biens immobilier en toute sérénité.

Nous sommes une agence spécialisée dans la gestion immobilière : gestion locative et syndic de copropriété. Nous proposons un service de proximité, indépendant basé à Montpellier.

Découvrir nos offres ▶



Les valeurs Floors

In faucibus tincidunt rhoncus. Suspendisse velit nisl, volutpat sit amet accumsan sed, pulvinar in mauris.



Réactivité



Intégrité



Transpa

Témoignages

In faucibus tincidunt rhoncus. Suspendisse velit nisl, volutpat sit amet accumsan sed, pulvinar in mauris.



"Nunc consequat justo eget enim finibus ed, feugiat hendrerit massa. In cursus ornare sollicitudin."

Emmanuelle
Propriétaire d'un T3 à Arles



"Nunc consequat justo eget enim finibus ed, feugiat hendrerit sollicitudin."

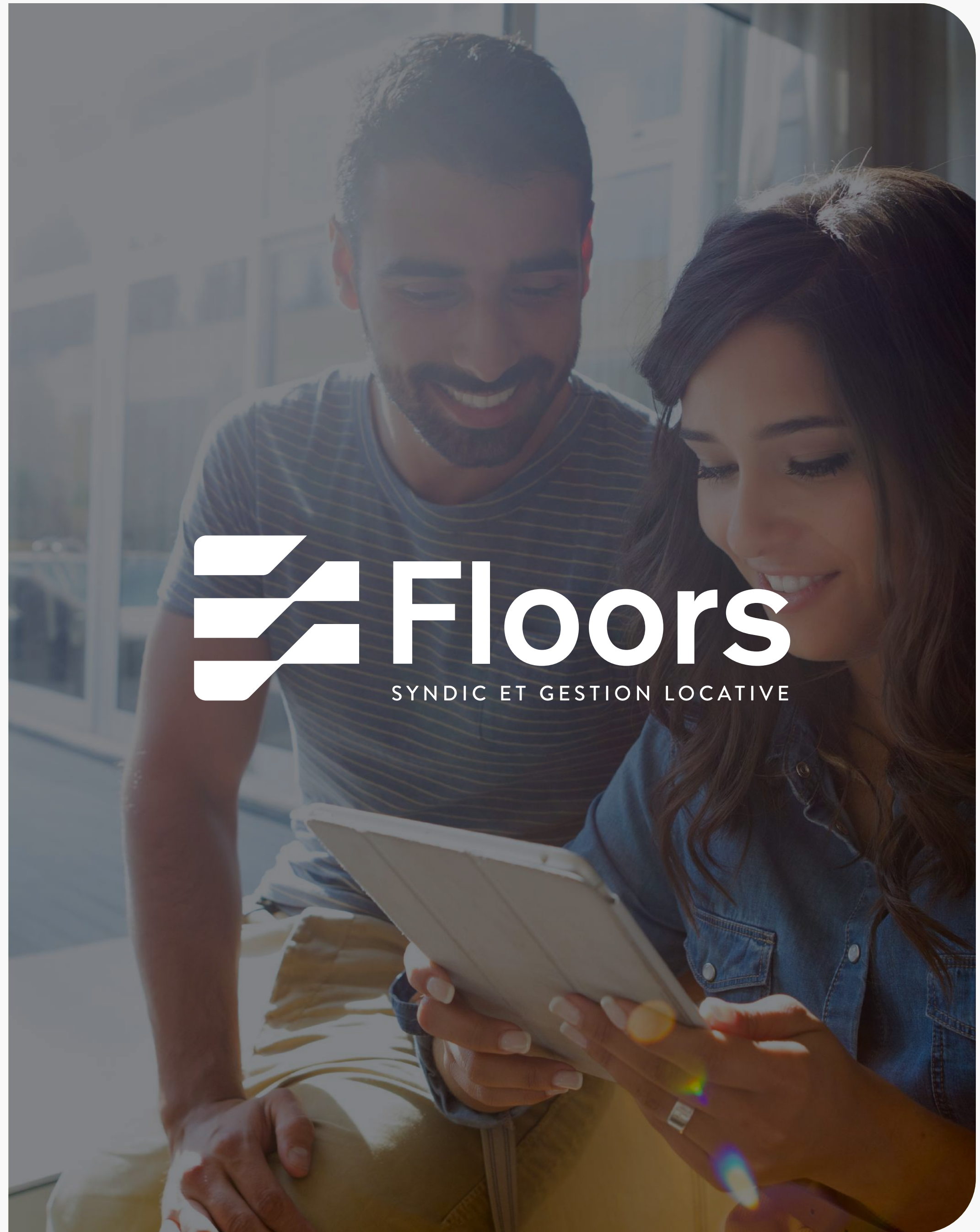
Max et Lola
Propriétaire d'un T4 à Montpellier



"Nunc consequat justo eget enim finibus ed, feugiat hendrerit massa. In cursus ornare sollicitudin."

Sophie
Propriétaire d'un studio à Marseille





Jeanne — Moinon

PayFit^{2020/23}

Missions freelance pour la StartUp' *PayFit* : réalisation du PayFit book annuel, ads social media, livres blancs...

↳ Agence unedemai.studio

ART DIRECTION

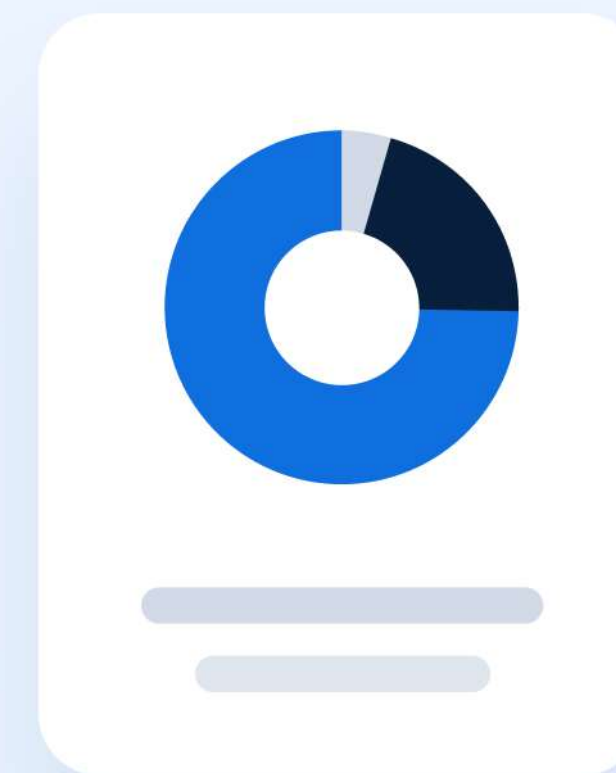
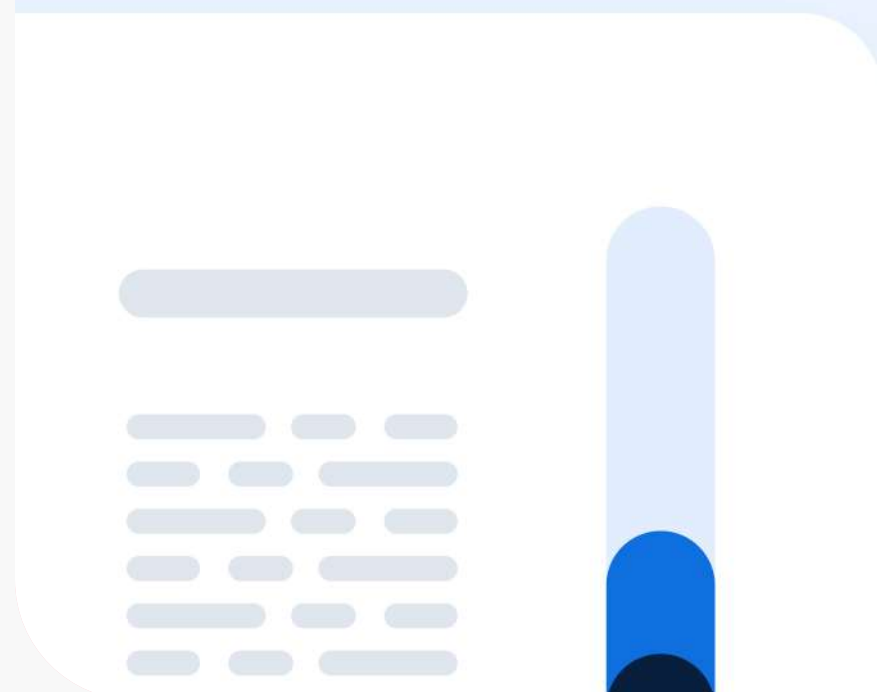
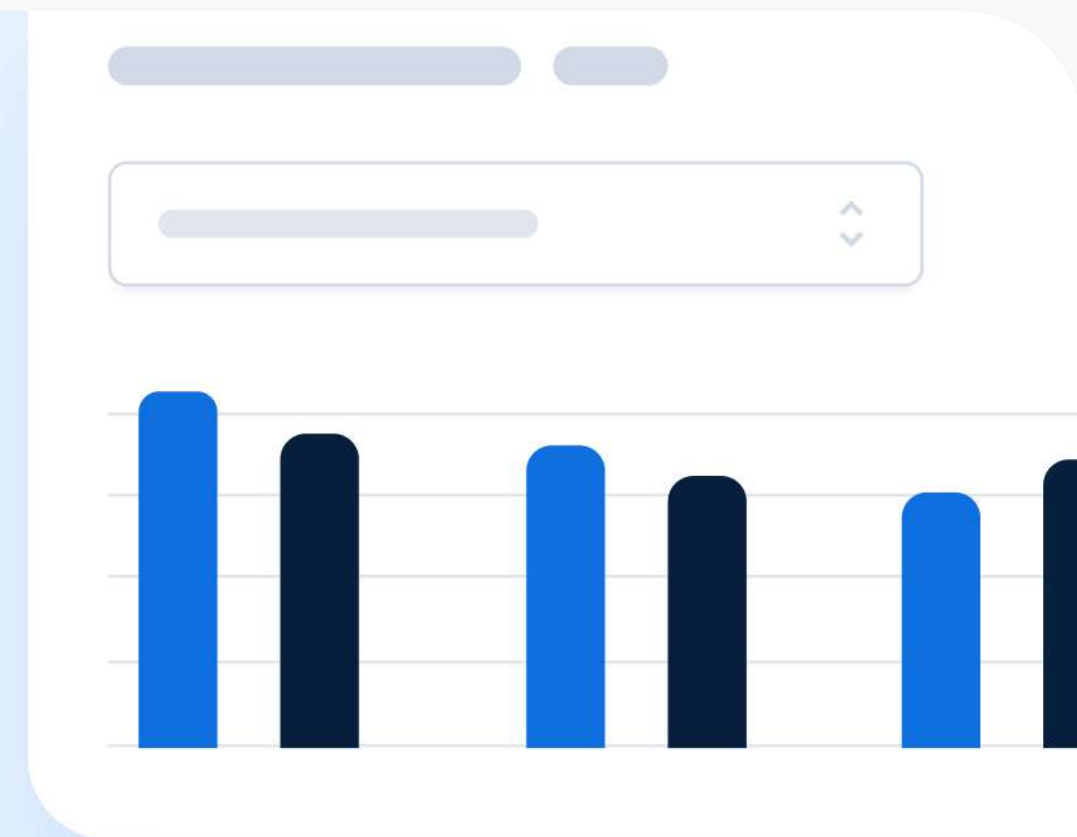
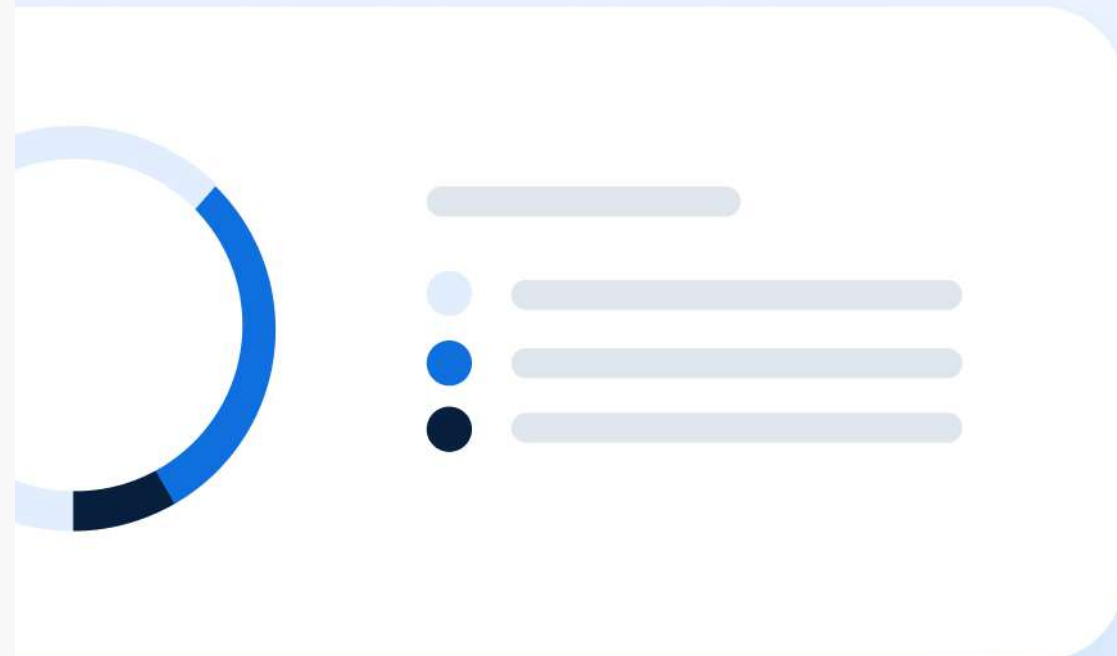
PRINT

UI

SOCIAL MEDIA



Automatisez votre paie, on fait le reste





PayFit
Book 2021

PayFit
Book

PayFit

PayFit
Book 2022

PayFit

PayFit
Book 2021

PayFit

ities
ring

WHAT'S THE DIFFERENCE BETWEEN OUTSOURCING AND NEARSHORING?

When a company outsources, it's looking for a way of delivering front-end or temporary projects through a third party. Nearshoring is not dissimilar to offshoring. The main difference is that the company transfers a business process to a location within the region in which it operates.

You've said that strategy is a bit like consultancy. You've spent time as an external consultant: what is the biggest difference between external and internal consultancy?

When you're an external consultant, you're always slightly removed from the project when you're an external consultant. For example, if things don't go according to plan, the blame is unlikely to turn up at your door. When you're an internal consultant, you are held much more accountable for your decisions, which can sometimes make things a little more complicated. However, it's easier in the sense that you have more knowledge and visibility of the whole company, and that's certainly much more rewarding as you're involved in the project from inception to delivery.

On a more basic level, the way people dress at PayFit is different. My previous experiences have been at a level of formality that doesn't exist in Start-up. I've got no doubt that this also contributes to the overall positive atmosphere.



PayFit year launch

PAYFIT YEARBOOK
2022 EDITION
March 22 | April 22 | May 22 | June 22
July 22 | August 22 | September 22 | October 22 | November 22 | December 22

GOING "PHYGITAL"

Before the COVID-19 pandemic, team meetings at PayFit were a very different experience. In the boutique office in Paris's 17th arrondissement, PayFitters would cram into a room and listen to Firmin and other speakers present.

In front of the stage, a small camera would film the meetings, which was then broadcast to each of the PayFit offices - Barcelona, Berlin and London - where PayFitters would gather and watch the meeting together.

The meetings were convivial: there were spontaneous rounds of applause, jokes, laughs and post-meeting gatherings.

However, when COVID began to take effect and teams started working from home, all Global Team Meetings became exclusively online.

"The meeting was a success, with over 150 PayFitters physically present for the meeting"

I had a clear idea about how the meeting should go. I spoke with people in my team, Firmin and other members of the leadership team to decide what they thought. Ultimately, it was decided that the 51 2022 launch would be the perfect opportunity for us to return to a live format. I had a clear idea about how the meeting should go. The only thing I wasn't necessarily all that sure about was how to ensure that everything was done to a high standard. Thankfully, Thomas Jaegerlein, Chief Operating Officer, gave an agency that specialised in the type of project. So, following his recommendation, I reached out to them and set the ball rolling.

Germany 2022 reviewed

PAYFIT YEARBOOK
2022 EDITION
Constance Styvola - Germany's Country Manager

WELCOME TO BERLIN

Constance Styvola, Germany's Country Manager, only joined PayFit halfway through last year. She reviews the German team's 2022, plans for 2023 and explains what has impressed her most since arriving at PayFit.

You joined at the beginning of June. What were your first impressions of PayFit?

What struck me immediately was the product's strength, value proposition and how it could impact customers. I was also highly impressed with the company culture. Three factors stood out.

First, I recognised that PayFitters were well-intentioned and decent people who appreciate collaboration and search for feedback. The founders have instilled this culture. Since meeting them for the first time, I have been continually impressed by their integrity and authenticity. In my opinion, if you have good, principled people at the top of an organisation, their values and behaviours trickle down to everyone else.

My second point centres on the way that PayFit has recruited across senior positions. Many startups continue to work with the original team when scaling and shy away from hiring people with lots of experience.

At PayFit, a lot of foresight and maturity has been shown to recruit experienced professionals across a number of key and strategic roles. Finally, the speed and agility of organisational decision-making made a real change, compared to my previous experiences.

Before joining PayFit, I had spent over 10 years working for Amazon where it could take months to decide on something. The level of autonomy and empowerment PayFit gives us is something that I am really grateful for.

"We need to become and be perceived as experts in not just our product but in payroll as a whole."

Were you surprised by any parts of the job?

Since joining my position has been to make PayFit the leading digital payroll solution for SMEs in Germany. To achieve this, I initially concentrated on product development, however, I underestimated how our customer service and the content we produce could be equally beneficial to our value proposition.

Over time, I've become more aware of how product and human expertise are closely linked. Today, I believe that to achieve our overarching goal of becoming recognised and reputable payroll specialists, we need to become and be perceived as experts in not just our product but in payroll as a whole.

WELCOME TO BARCELONA

2022



Spain 2022 reviewed

Yoann Artus - Spain's Country Manager

It's been a busy year for growth at PayFit Spain. Yoann Artus, Spain's Country Manager, shares his review of 2022, what he is most proud of and the goals for 2023.

Introducing our operating principles



After the best part of a year's work, we were finally revealed to PayFitters due to our values.

WHAT ARE OPERATING PRINCIPLES?

Operating principles are written statements that define values and concrete actions and describe how employees will interact with each other and our service - e.g. customers and stakeholders.

WHY DID WE DECIDE TO IMPLEMENT OPERATING PRINCIPLES?

As we grew, we recognised the need for a clearer culture at PayFit.

On the theme of growth, I'm proud of our revenue increase. We started the year with a revenue target of 100M and we exceeded it by 10M. The revenue growth was achieved through the implementation of an ambitious sales strategy.

On the marketing side, it was fantastic to see our first office brand campaign launch. The campaign was a huge success, and we achieved some fantastic leads.

And, of course, our office in Barcelona. It was a great experience to see our first office brand campaign launch. The campaign was a huge success, and we achieved some fantastic leads.

What have I learned? Even though I've only been in the role for a short time, I've learned a lot from the team and from the company.

Les congés pour raisons familiales



LES CONGÉS POUR RAISONS FAMILIALES (1/7)

Le congé maternité

Le congé maternité est ouvert aux femmes enceintes sur une période qui s'étend entre les dernières semaines de la grossesse et les premières semaines de vie du nouveau-né.

Le saviez-vous ?
Un congé pathologique peut être prescrit par un médecin en cas de complications dues à la grossesse. Cette période de repos peut durer au maximum 14 jours consécutifs.

NOM / PRÉNOM DE LA SALARIÉE :

LES POINTS ESSENTIELS À CONNAÎTRE

Situation de la salariée	Durée du congé
1 ^{er} ou 2 ^{ème} enfant	16 semaines
À partir du 3 ^{ème} enfant	26 semaines
Enceinte de jumeaux	34 semaines
Enceinte de triplés ou plus	46 semaines

Il est possible de reporter une partie du congé prénatal après l'accouchement, dans la limite de 3 semaines maximum.

Indemnisation
→ Oui, par la caisse d'assurance maladie (CPAM) ou l'employeur

Acceptation de l'employeur
→ Obligatoire

PÉRIODE ESTIMÉE DU CONGÉ :

LES DÉMARCHES OBLIGATOIRES

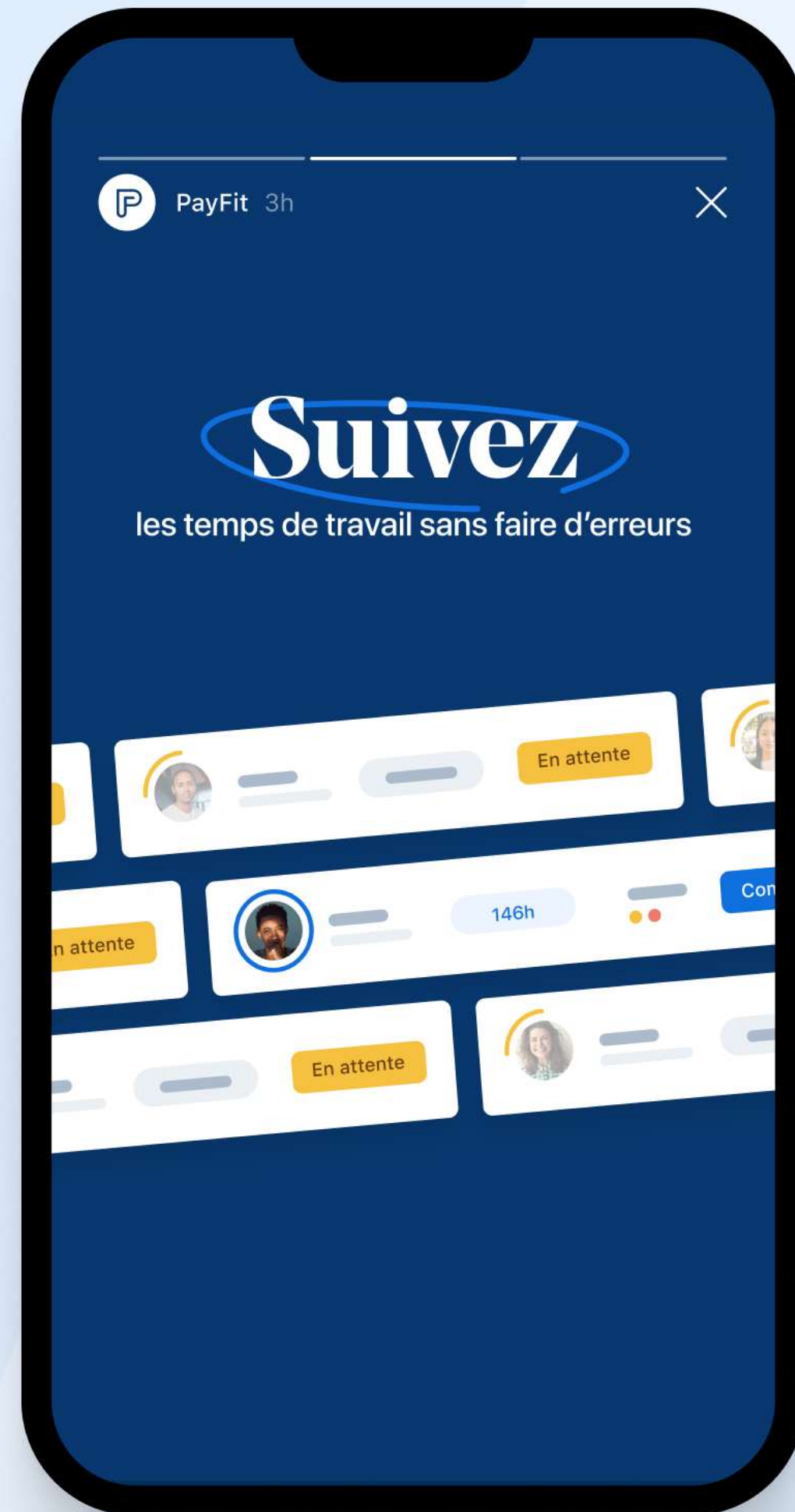
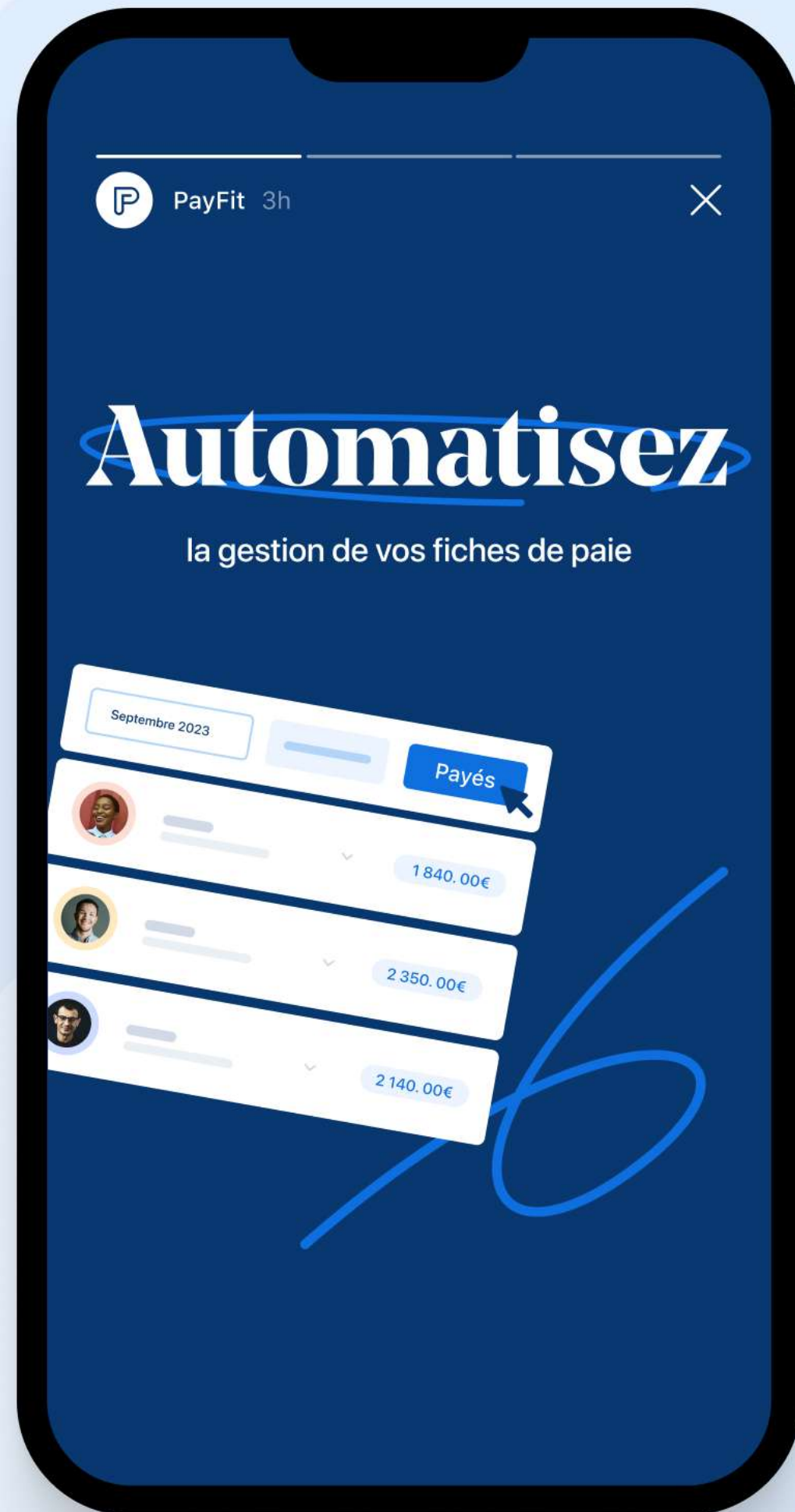
Démarches de l'employeur
L'employeur doit :

- accepter la demande du salarié ;
- établir une attestation de salaire ;
- transmettre le document à la caisse d'assurance maladie de l'assurée.

L'employeur peut établir cette attestation de salaire :
→ par courrier ;
→ sur le site web net-entreprises.fr ;
→ depuis son logiciel de paie certifié.

Démarches du salarié

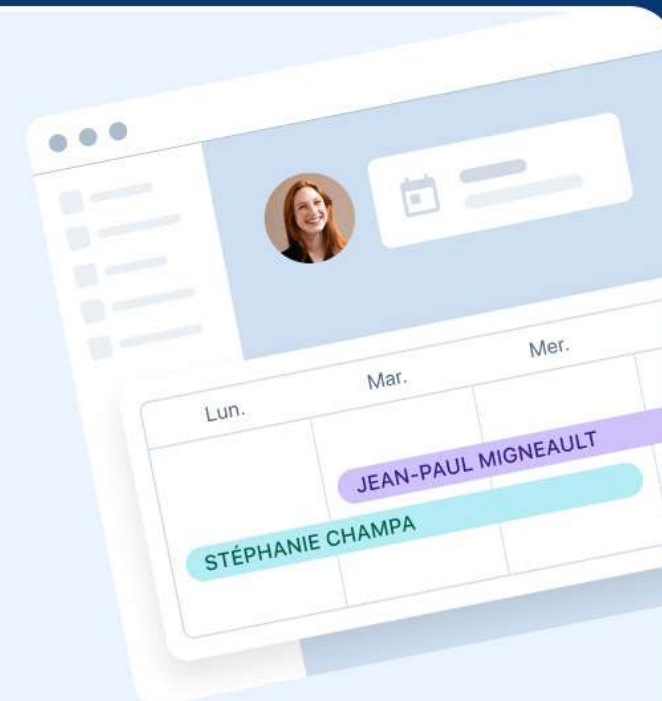
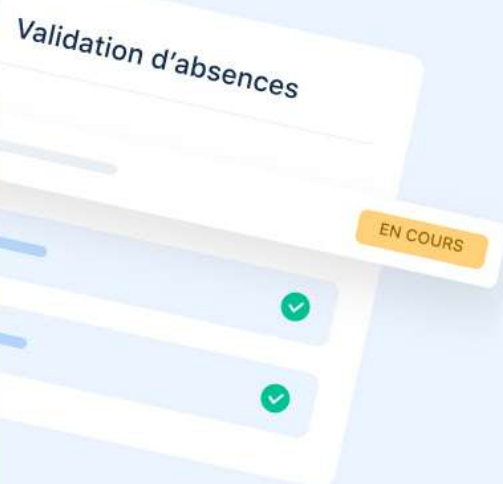
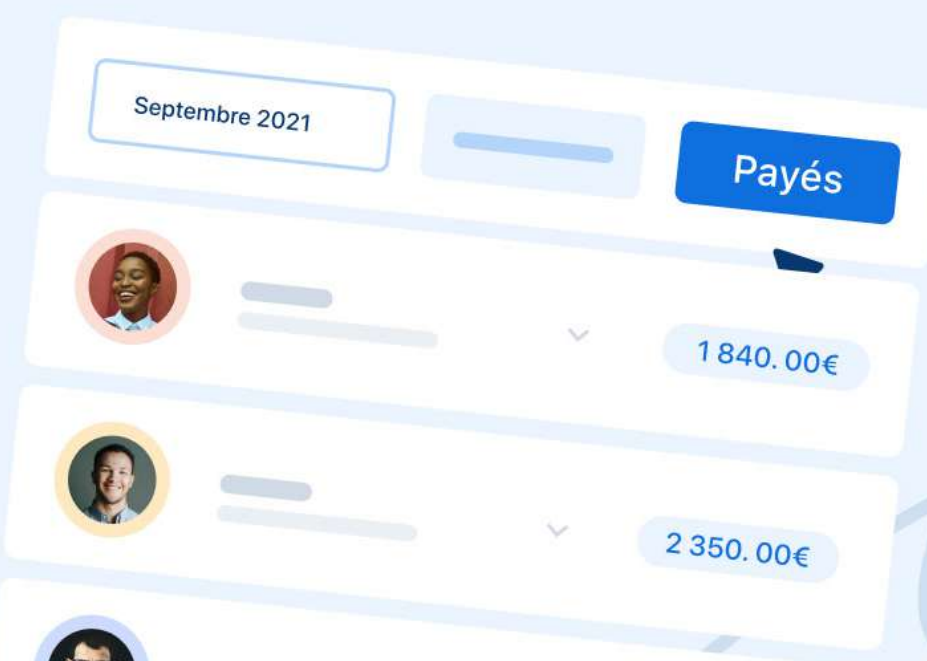
- La salariée enceinte doit :
- informer son employeur de sa grossesse par courrier ou oralement avant le 1^{er} jour du congé maternité ;
 - déclarer sa grossesse à sa caisse primaire d'assurance maladie et à sa caisse d'allocations familiales avant la fin de la 14^{ème} semaine de grossesse.





Automatisez

la gestion de vos fiches de paie



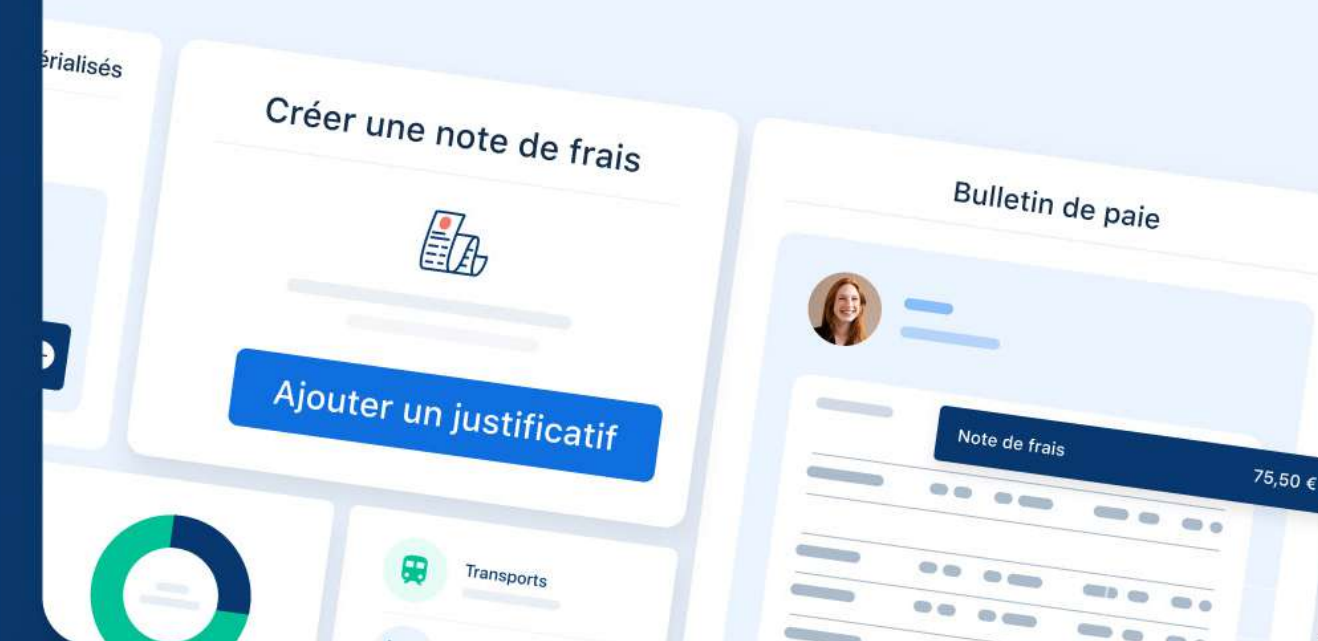
Déléguiez

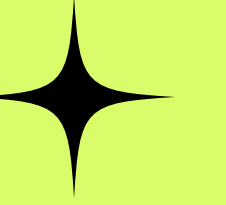
la gestion des congés et absences



Centralisez

la gestion des notes de frais





Thanks for watching !

Paris — Marseille

ART DIRECTION

BRANDING

UI

SOCIAL MEDIA

PRINT