

Mathis Botton



mathisbotton.fr

(+33) 7 69 32 90 01

mathisbottondesign@gmail.com

Mathis Botton

Diplômé d'un master en design graphique, ma pratique de designer se caractérise par une approche mesurée et structurée, où les concepts jouent un rôle central. Mon travail se concentre sur le développement d'identités visuelles et de projets éditoriaux, avec une attention particulière portée à la typographie, à la composition et à la lisibilité.

Sommaire

Noms	Applications	Pages
Voix d'Alumni	Design éditorial	3 - 5
Elevate	Identité visuelle	6 - 8
JPO Bréquigny	Affiche	9 - 10
CHU Besançon F-C	Identité visuelle	11 - 13
Aurora	Typographie	14 - 16
For'Trail	Identité visuelle	17 - 19
La Question de la collection	Design éditorial	20 - 22
Kalons	Identité visuelle	23 - 25

Voix d'Alumni

Application	Date	Support
Design éditorial	2024	Livre 110 × 180 mm (reliure dos carré collé)

Voix d'Alumni interroge l'entretien comme mode de collecte et de transmission, explorant les possibilités de cette forme dans la restitution des parcours professionnels.

Le premier numéro, dédié à Paul Bergès, ancien diplômé du LAAB, illustre cette démarche en retraçant son cheminement et ses expériences.

Premiers pas (PARTIE 1)

Sans frontières (PARTIE 2)

Paysage créatif (PARTIE 3)

09 — 24

25 — 36

37 — 48

attente auprès des profs et de la formation en général. Je pense que le sujet devait intégrer un problème sociétal. Il fallait que tu comprennes un problème existant et que tu essaies de le résoudre. C'était un peu difficile de trouver un sujet. Je ne sais plus comment je suis arrivé là, mais je m'étais intéressé à la question de la réinsertion carcérale et plus généralement à l'image qu'on a de la prison dans la société, en dehors de la prison elle-même. Donc, mon premier mémoire au DSA, c'était vraiment essayer d'intégrer les milieux carcéraux, comprendre ce qu'est la réalité carcérale de manière concrète, en étant dans la prison, en voyant certaines choses de mes propres yeux. J'avais intégré une association qui s'appelle le Genepi à Rennes et c'est des gens qui font des workshops, des ateliers en prison.



Affiche Genepi, 2018 © Paul Bergé

Du coup, au début de l'année, j'avais réussi à rejoindre ces gens-là et, je ne sais pas, au milieu de l'année, j'étais en prison à faire des ateliers avec des prisonniers. Après, c'est biaisé parce que genre les gens que tu vois dans des workshops, c'est des gens qui veulent bien faire les workshops, mais malgré tout, ça donne quand même un sacré bon point de vue sur ce qu'est la prison de l'intérieur. Et après, il y avait, évidemment, plein de lectures. Et c'était juste comparer ça, à l'univers carcéral qui est vu dans la littérature ou le cinéma et qui est une sorte de vision complètement fantasmée, de ce qu'est la prison. Et j'avais une sorte de série de supports de communication, qui communiquent sur ce qu'est la prison en termes de vraies statistiques. C'était à base de graphiques parce qu'en fait, c'est difficile de communiquer sur la prison parce que tu ne peux pas, c'est compliqué de sortir des images, des interviews ou des choses comme ça. Donc, en fait, c'était, ça passait vraiment par de la communication concrète, sur des chiffres ou des choses comme ça.

Et j'avais créé, il me semble, une sorte d'espace comme ça pour mon diplôme. Dans le diplôme, j'avais fait des affiches et créé une sorte de carré de 9 mètres carrés, qui est la dimension moyenne d'une cellule. Et tout mon diplôme était une sorte de micro scénographie, performative dans ces 9 mètres carrés.



Scénographie mémoire, 2018 © Paul Bergé

Et le deuxième diplôme que j'ai fait à Nancy, il était beaucoup plus centré sur le graphisme. D'ailleurs, le côté pratique et le mémoire étaient différents. Le mémoire, c'était sur la question d'une sorte de retour au style international, au style suisse. Mais de la manière dont des codes qui existaient dans les années 60, en Suisse, en Hollande, en France, revenaient aujourd'hui, mais sous une forme de style. En fait, les gens reprennent ces codes-là et en font une sorte de style, alors qu'à l'époque, c'était vraiment un dogme, un truc hyper moderne. Il y avait vraiment eu un sens de modernité, d'après-guerre, de reconstruction, etc., qui avait du sens à l'époque et qui aujourd'hui était un peu repris en mode, voilà, on prend ça comme on avait, je ne sais pas, une couleur parce que c'est cool et tu l'utilises.

(MB) Du fait de la renommée des clients pour lesquels vous travaillez, ressens-tu une pression quant à ton travail ?

(PB) La pression existe, mais elle est souvent plus liée à la gestion des attentes des clients qu'à une pression interne. Dans mon quotidien, je n'ai pas vraiment de pression sur la création de concepts, mais en fonction du client, je dois parfois adapter mes propositions. Travailler avec des marques comme Chanel impose une certaine rigueur et de la retenue, par exemple, je ne vais pas proposer des concepts trop audacieux. La pression monte surtout lorsque des présentations importantes n'ont pas bien été reçues, et qu'on doit se rattraper lors de la suivante. Mais la grande différence dans mon studio actuel, c'est l'organisation. Zak Group est extrêmement bien structuré, ce qui fait que les échanges entre designers sont constants et transparents.

(MB) Comment décrirais-tu l'organisation interne de Zak Group ? Quel rôle joue chaque membre de l'équipe dans la dynamique du studio ?

(PB) C'est une petite boîte, il y a Zak, qui est le fondateur, mais aussi, le directeur artistique, le mec qui décide, à côté, il y a une personne qui gère la relation client et les aspects plus opérationnels comme le management, la recherche de nouveaux projets, etc... Ensuite, on a pas mal de gens qui sont partis mais on a des nouveaux qui arrivent, c'est plus ou moins toujours 4 designers, et peut-être un stagiaire du coup 5 designers généralement dans le studio. Et après on a souvent des gens qui sont soit en temps partiel soit qui sont un peu des amis du studio, ça peut être un architecte, un dessinateur de caractère qui viennent une fois ou deux fois par semaine et qui se joignent au studio. Du coup on peut aller jusqu'à peut-être 8 personnes mais jamais plus.

(MB) Dans un studio international, ressens-tu l'impact de cette diversité culturelle et des influences qui en découlent sur ton travail ?

(PB) Zak Group est vraiment un studio international : j'ai des collègues venant d'Australie, d'Angleterre, de Suisse, etc... Cela crée une dynamique particulière, car les échanges culturels sont constants, et la diversité des points de vue enrichit chaque projet. Dans le studio précédent, c'était encore plus marqué avec des personnes venant de Colombie, de Suède, d'Allemagne. L'internationalité est une force à Londres, car cela permet de confronter des visions de design très différentes.

(MB) Est-ce que travailler dans un milieu multiculturel influence ton approche du design graphique ?

(PB) Travailler avec des personnes d'horizons culturels très différents m'a beaucoup apporté, et ça a changé ma perception du design graphique. Le fait de ne pas être immergé dans une culture unique, comme en France, me permet de mieux comprendre l'importance du contexte culturel dans la création. Par exemple, mes collègues colombiens, suédois, ou allemands ont chacun des visions distinctes, ce qui rend les projets plus nuancés et les échanges créatifs plus riches. J'ai parfois l'impression que le design en France peut avoir des approches plus traditionnelles, alors qu'ici, à Londres, tout est plus global.



Collection d'images © Paul Bergé

Je pense qu'il y a un truc où même je suis influencé par tellement de trucs que je vois, même des trucs sans importance. Un lettrage que je peux voir dehors, ou un packaging hyper dégueulasse. Enfin, je trouve qu'il y a de la beauté un peu partout. Et des fois, j'aime bien emprunter, même faire référence à ce que j'emprunte. Et jouer avec des choses qui sont connues, de reconnaître ça par le plus grand nombre. Un moment, je fais allusion à un truc qui est clairement emprunté à un truc que tout le monde connaît. Et le clin d'œil, il est clair et net. Il y a une sorte de forme d'humour. J'aime bien aussi avoir des formes d'humour dans mon travail.



Application	Date	Supports
Identité visuelle	2025	Bannières
		Drapeaux
		Affiches
		Kakémonos
		Site internet
		Publications médias
		Animation

Elevate est un programme de recherche et d'innovation porté par l'IADT de Dún Laoghaire, en Irlande. À la suite d'un appel à projets interne réunissant plusieurs étudiants, j'ai été sélectionné pour concevoir l'identité visuelle.

Le système graphique développé s'appuie sur l'idée de connexion et de collaboration entre les mondes de la recherche et de l'industrie. Des formes modulaires s'assemblent et interagissent pour créer un langage visuel cohérent, capable de refléter la dynamique d'innovation portée par Elevate.

L'identité se distingue par une palette chromatique affirmée, identifiant clairement les différents pôles du programme tout en renforçant sa visibilité. L'ensemble est soutenu par l'association de deux typographies complémentaires, apportant à la fois structure et caractère aux messages.



Elevate





Elevate Program

Launch Event

9 May, 2025

Institute of Art, Design + Technology
IADT | Dún Laoghaire



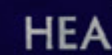
An Roinn Oideachais
Department of Education



Cómhaoineithe ag an
Aontas Eorpach
Co-funded by the
European Union



Tionól Réigiúnach
an Deiscirt
Southern Regional
Assembly



HIGHER EDUCATION AUTHORITY
AN tOIDEACHAS um ARD OIDEACHAS

Research for
the greater good

JPO Lycée Bréquigny

Application	Date	Support
Affiche	2024	Affiche A3

Commandé par le Lycée Bréquigny pour ses journées portes ouvertes 2025, ce projet reflète l'identité du lieu et de ses élèves.

L'affiche, affranchie des codes conventionnels, met en dialogue espaces et formes créant une tension structurante qui reflète l'énergie collective du lycée.



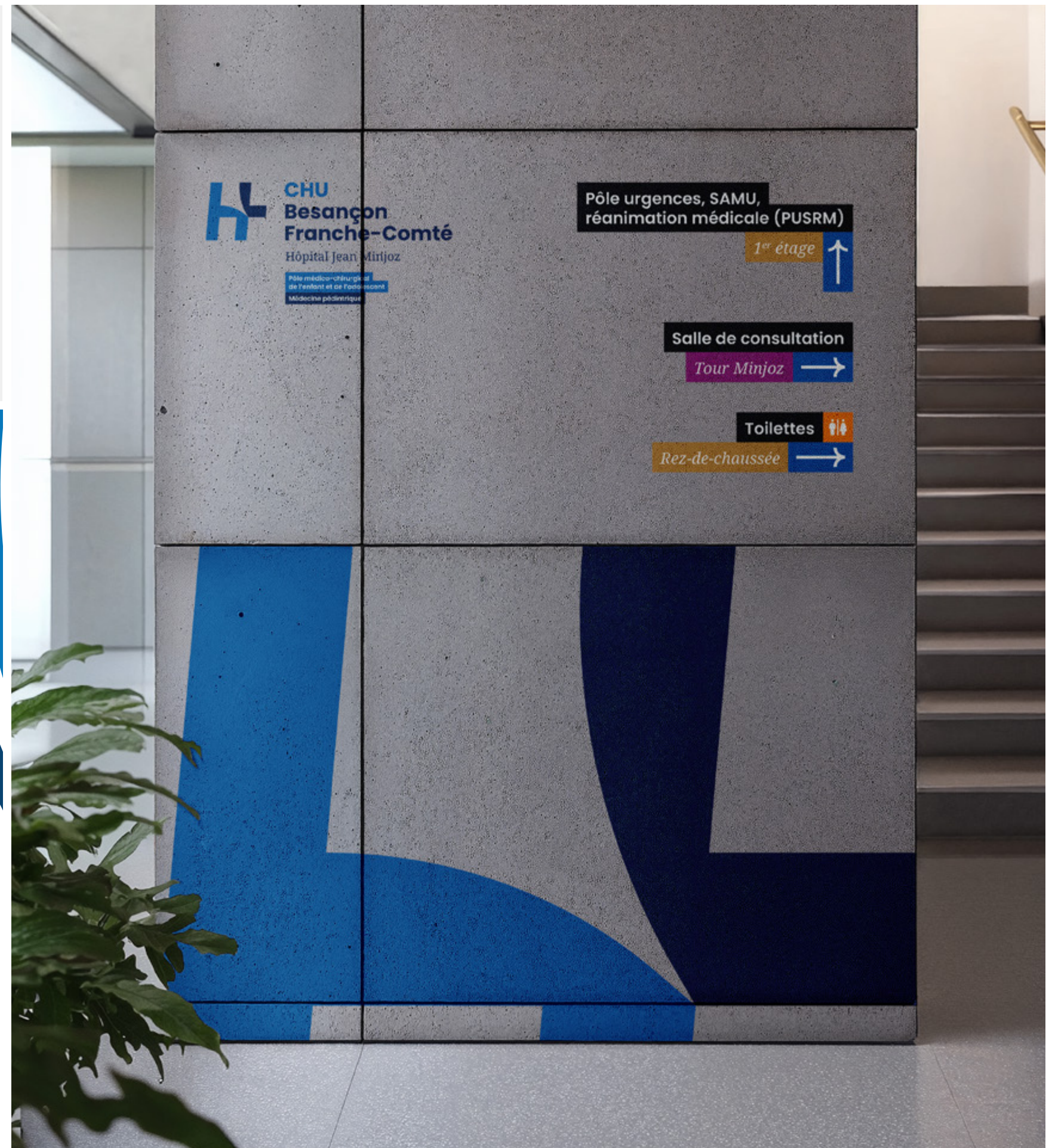
CHU Besançon Franche-Comté

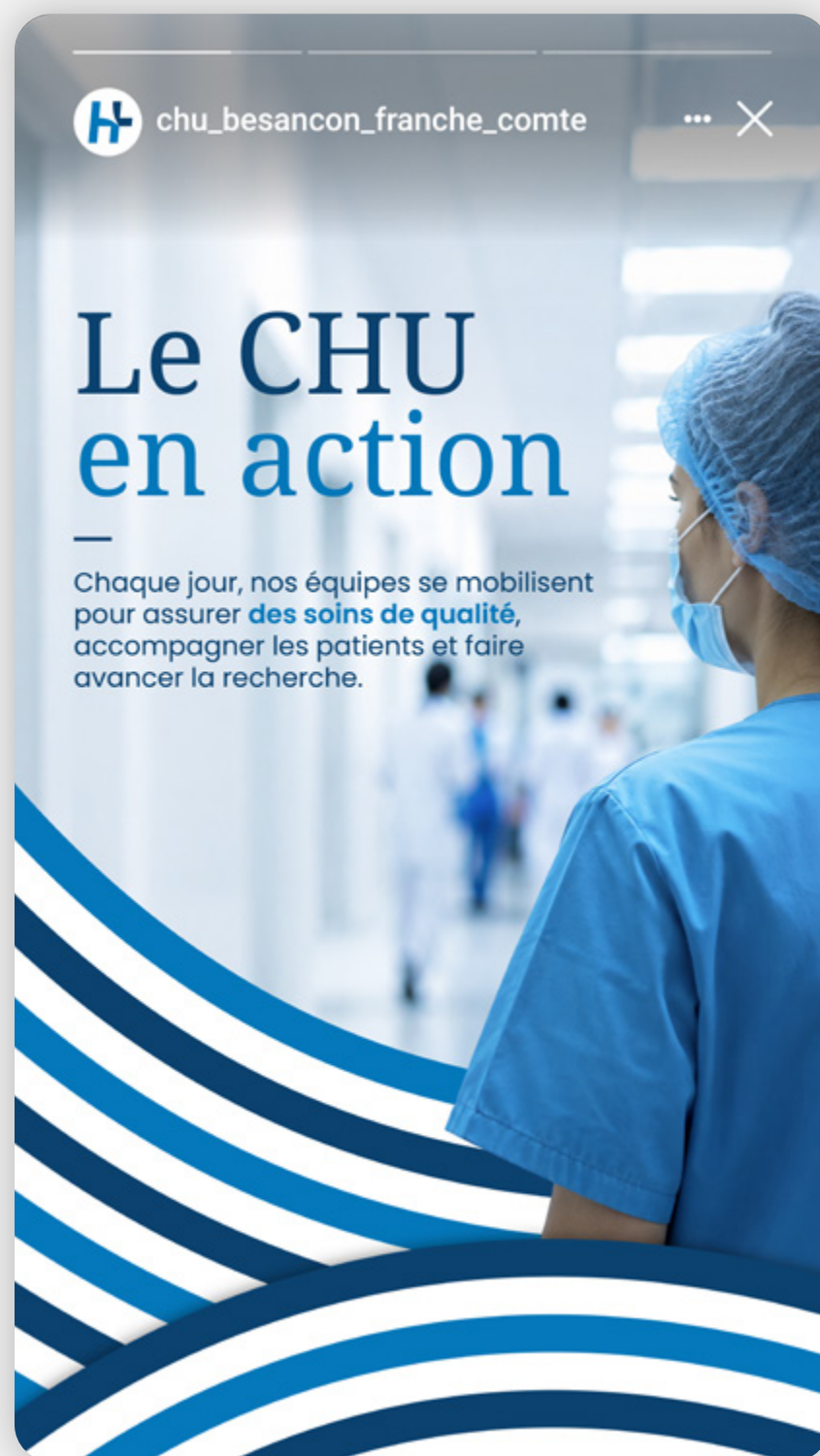
Application	Date	Supports
Identité visuelle	2025	Logotype
		Signalétique
		Publications médias

Lors d’une consultation, le CHU de Besançon a exprimé sa volonté de renouveler sa charte graphique, en parallèle d’une fusion entre différents services hospitaliers réunis sous une même entité.

Le système graphique proposé repose sur la fusion de deux éléments familiers du milieu hospitalier : le « H », symbole de l’hôpital, et la croix, représentant le soin. L’association des deux formes donne naissance à un riche univers graphique.

L’identité visuelle prend vie à travers des nuances de bleu, soutenues par des touches de couleurs plus contrastées afin d’apporter de la profondeur aux différents supports visuels.





Aurora

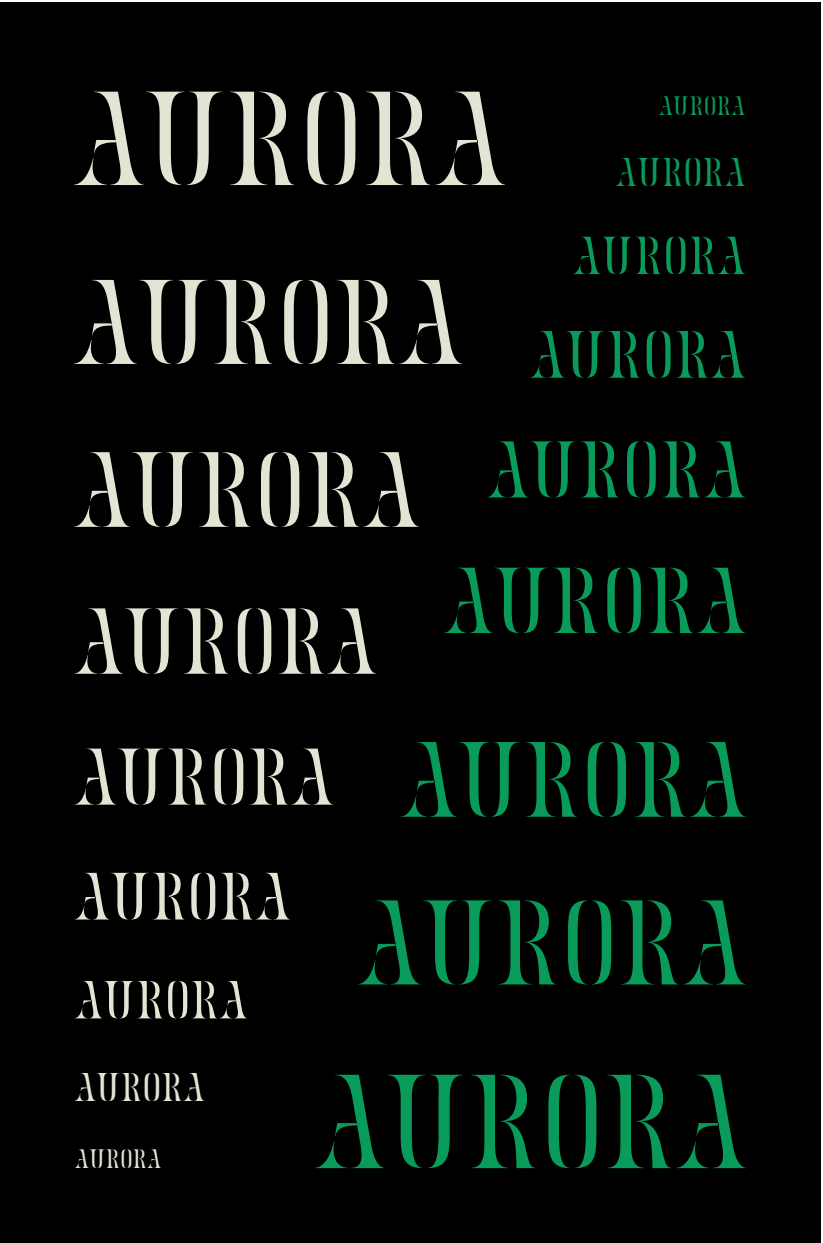
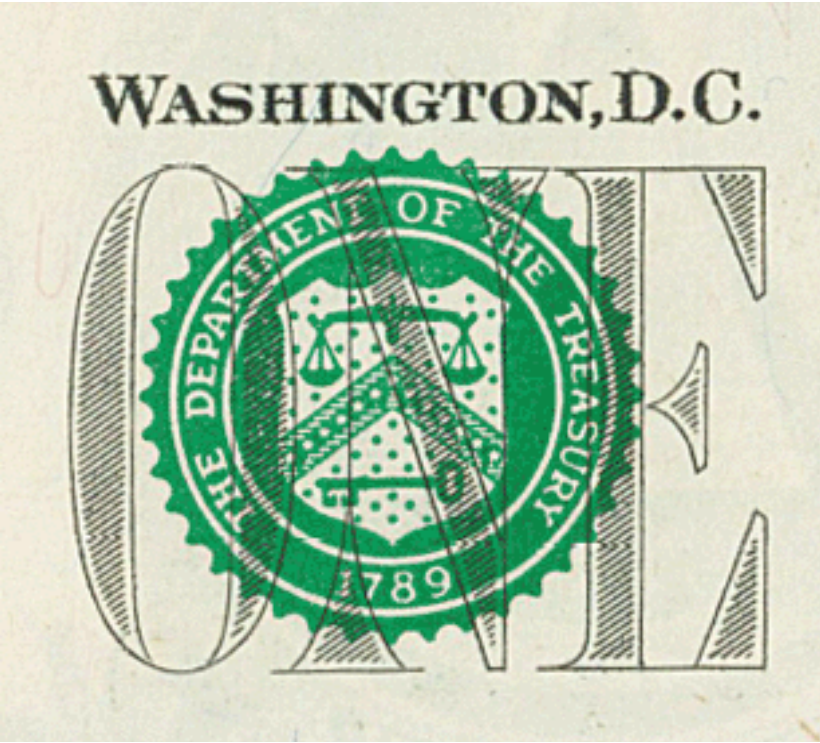
Application	Date	Supports
Typographie	2024	Typographie
		Spécimen A3 plié (recto verso)

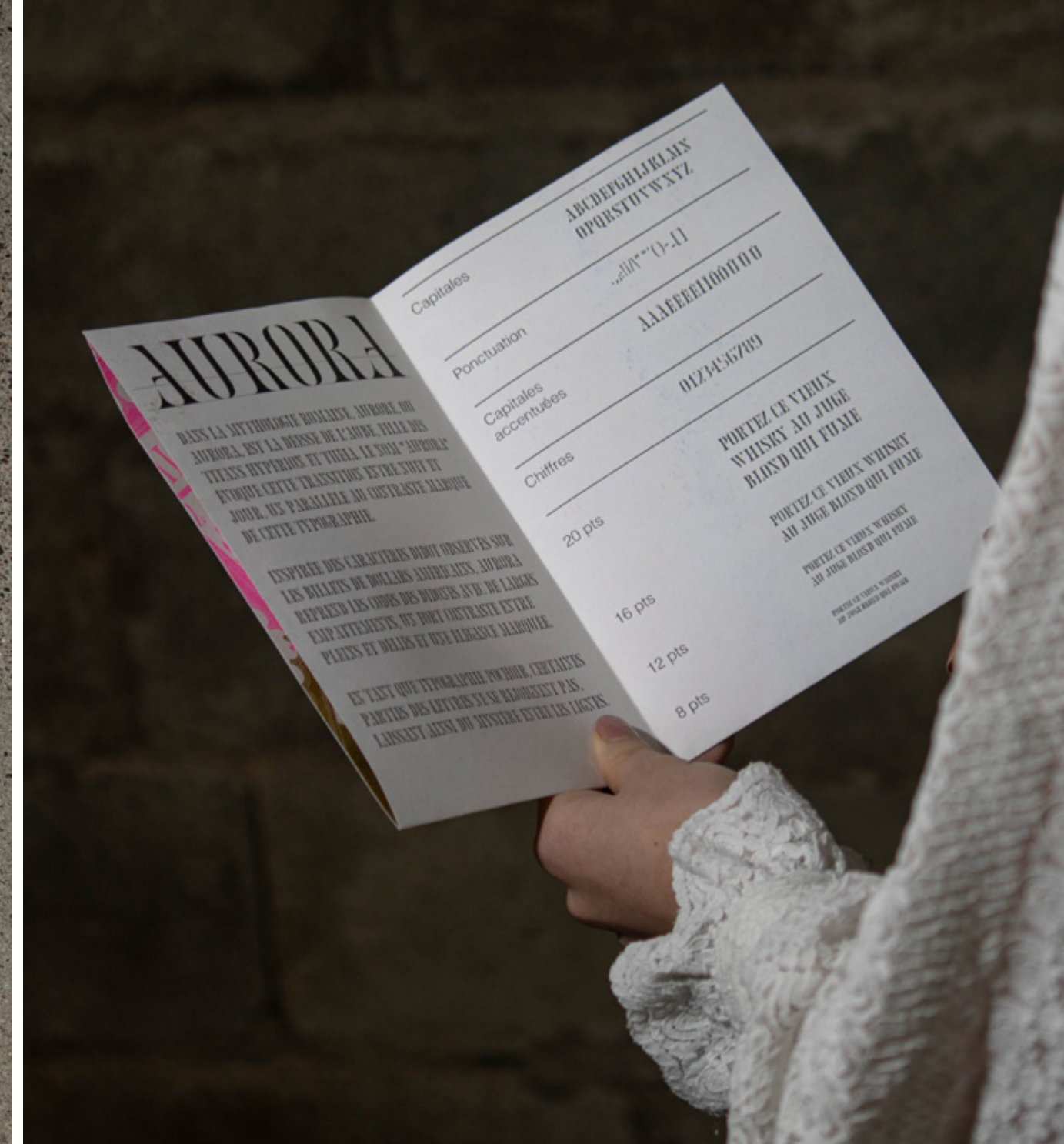
La police de caractère Aurora s’inspire d’une réinterprétation d’une typographie Didot observée sur le billet d’un dollar américain. Son design se distingue par la disparition volontaire de certaines portions des lettres, invitant l’imagination à compléter les formes et instaurant une part de mystère dans leur lecture.

Aurora tire son nom de la mythologie romaine, où elle est la déesse de l’aube, fille des Titans Théia et Hypérion. Ce choix symbolique évoque la transition subtile entre la nuit et le jour, un parallèle au contraste saisissant qui caractérise cette typographie.



AURORA





Application	Date	Supports
Identité visuelle	2022	Logotype
		Pictogrammes
		Brochure pliante A4
		Publications médias

For’Trail est une association bisontine qui soutient les athlètes de haut niveau en trail tout en menant des initiatives territoriales autour des sports de plein air.

Chargé de repenser l’identité visuelle de l’association, la nouvelle conception puise son inspiration dans les valeurs portées par For’Trail ainsi que dans les codes graphiques propres à la pratique du trail.

FOR' TRAIL

DÉVELOPPEMENT





La Question de la Collection

Application	Date	Support
Design éditorial	2022	Livre A5 (reliure cousu)

La Question de la Collection explore une vaste compilation de travaux graphiques, avec pour objectif de comprendre leur fonctionnement et les mécanismes de leur mise en place.

Cette édition se présente comme un guide pratique, décryptant différentes collections en les analysant et en les organisant par familles. Chaque groupe est illustré par un exemple, offrant une vision claire et structurée du processus de classification.

Temporalité

Ordonner les informations de manière temporelle permet de raconter une histoire en suivant le déroulement chronologique de celle-ci.

Le temps va servir de lien entre les éléments, il va les fixer dans l'espace, créant une timeline, de façon à raconter un récit.

On va pouvoir, grâce à ce procédé, jouer avec des notions de temporalités et guider le lecteur.

Chronologie

10

Temporalité

Américains, delpire & co,

"Robert Frank, portrait", 2018, [consultable à l'adresse : gazine.fr/rdv/livre/robert-frank-de-lamerique/]

The Robert Frank Collection, le 24/11/2022]. Disponible sur www.nga.gov/features/robert-frank-1955-57.html

Américains » de Robert Frank, photographique développée le 08/12/2022], <https://www.beauxarts.paris.fr/expositions/robert-frank-americains-de-rob-frank-photographique-developpee>

5

Temporalité

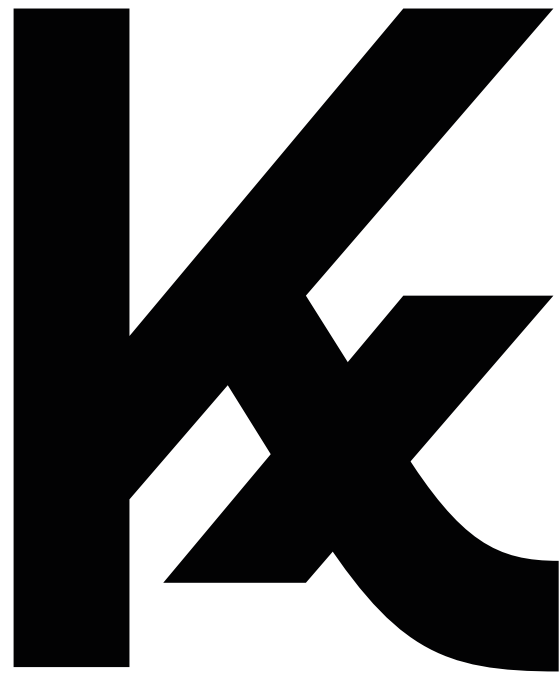
Kalons

Application	Date	Supports
Identité visuelle	2024	Symbole monétaire
		Billets (recto verso)
		Affiches
		Devanture

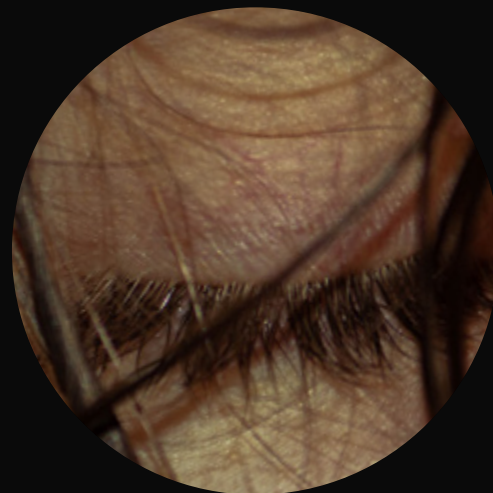
Le Kalon propose une revitalisation de la monnaie locale rennaise, aujourd’hui marginalisée et en déclin. Inspiré par les motifs, l’héritage et l’histoire de Rennes, le Kalon devient la nouvelle monnaie dédiée à Rennes Métropole et à ses habitants, tout en promouvant une économie locale et solidaire.

Son nom, issu du breton « kalon » signifiant « cœur », reflète l’idée de circulation et de connexion propre à une monnaie en circuit fermé, pensée pour soutenir chaque acteur de la communauté.

Son symbole, le « K barré », s’inspire d’une ancienne convention typographique liée au breton, où il servait à écrire des noms commençant par « Ker ». Ce signe, disparu depuis plus d’un siècle, renaît ici pour évoquer un lien entre traditions et modernité.



Merci!



mathisbotton.fr

(+33) 7 69 32 90 01

mathisbottondesign@gmail.com