

Dossier Stratégique.

**Bienvenue chez
Racer & Cébé !**

Racer, c'est quoi ?

Née en **1927**, **Racer** est une marque française historique, équipementier des athlètes dès les **JO de Grenoble en 1968**.

Aujourd'hui, elle est la référence de la protection corporelle (gants, dorsales, genouillères) pour le ski, la moto et le vélo.

Pour garantir un confort et une sécurité absolue, la marque développe ses propres technologies brevetées:

- **Imperméabilité** : Ses membranes exclusives **Polymax®** et **Polymax® Pro** barrent la route à l'eau et au vent.
- **Chaleur** : Sa technologie de pointe **R-Warm®** propulse l'efficacité de ses gammes chauffantes.
- **Sécurité** : Ses coques métacarpiennes innovantes comme le **Core Guard** ou le **Spikes Shield** forment un véritable bouclier anti-choc.



Cébé, c'est quoi ?

Née dans le Jura en **1892**, **Cébé** est une marque pionnière qui a marqué l'histoire de l'alpinisme en créant les toutes premières lunettes de glacier pour les explorateurs.

Forte de cet héritage montagnard, la marque a su se moderniser pour devenir une référence incontournable de la protection outdoor.

Aujourd'hui, **Cébé** propose une gamme complète qui protège à la fois les yeux et la tête des sportifs. Elle développe des **casques** et **masques** de ski performants pour l'hiver, ainsi que des lunettes de sport (équipées de verres photochromiques, polarisés,...) parfaitement adaptées au trail, au VTT et au running pour l'été ou l'hiver.



Mon Job.

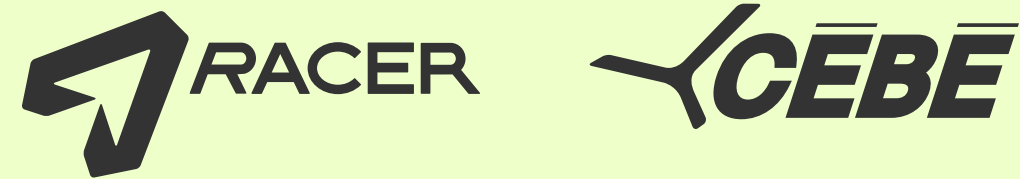
2 ans chez Racer & Cébé, au sein d'une équipe soudée, humaine et bienveillante.

Post occupé alternante - Assistante Graphiste.

- Création de visuels à travers différents supports (print & web)
- Réalisation & Direction Artistique shooting photo
- Réalisation & Montage vidéos.
- Direction Artistique & Élaboration de Concept afin de promouvoir des collections.
- Direction Artistique des RSO.



L'entreprise.



Racer et Cébé sont deux marques françaises historiques réunies au sein de **Sphere Outdoor**, la branche sport du groupe **Upperside Capital Partners**. Ensemble, elles équiperont et protégeront les sportifs en extérieur, été comme hiver :

- **Racer** : Le spécialiste des équipements de protection corporelle de pointe (gants, protections)
- **Cébé** : Le pionnier de la protection visuelle (lunettes de soleil outdoor, casques et masques de ski), né dans le Jura en 1892 et créateur des premières lunettes de glacier.

22 Collaborateur.ices

L'entreprise est composée de nombreux services dont le pôle Marketing et le pôle Produit & Développement.

Team Marketing : Julie, Estelle, Marine, Mathilde, Ambre & Salomé

Team Produit & Développement : Élisabeth, Thierry & David (CEO)

Secteurs d'activité

Conception et fabrication d'équipements de protection pour le sport et l'outdoor.

- **Racer** : Secteur de la protection corporelle (gants techniques, dorsales, genouillères).
- **Cébé** : Secteur de la protection visuelle et crânienne (lunettes de sport, masques et casques de ski).

Clientèles

Particuliers (cible B2C) & Revendeurs & Distributeurs (cible B2B)

Le but était de **promouvoir** la collection **hiver 2026 2027** de **Racer & Cébé**, ce qui représente la plus grosse partie de nos ventes annuelles. Il était donc primordial d'avoir une **communication mémorable**.

Ainsi, on m'a sollicité afin de diriger la communication de cette saison, en passant par **l'élaboration d'un concept, la direction artistique, la création de contenus et sa stratégie**.

The Atlas. (La Mission.)

Mission

Élaboration d'un **concept solide** et **déclinable**.

Établir une direction artistique pour le concept et nos communications.

Créations des **supports de communication** (moodboards collections, photos, vidéos, edito, cartes commerciales, catalogue produits, header web)

Établir un **planning** de communication ainsi que la liste des produits à mettre en avant et des mix & match entre Racer et Cébé.

Cible

Le projet était principalement orienté vers le grand public (**B2C**), mais l'enjeu était de garder une vraie cohérence avec notre réseau **B2B**. Il a donc fallu trouver le bon point d'accroche pour que l'univers visuel séduise à la fois le client final et nos partenaires commerciaux.

Durée

Le projet The Atlas s'est déployé sur une durée d'environ 6 mois, mené en parallèle d'autres dossiers transversaux.

Jalon 1 - Cadrage, DA & supports commerciaux

- Élaboration d'un concept solide et déclinable, premières esquisses graphiques et cadrage de la direction artistique globale.
- Établissement du listing des produits à mettre en avant et des mix & match entre Racer et Cébé, en collaboration avec notre responsable développement produit.
- Création de moodboards par mini-collections afin de représenter visuellement l'esprit de chaque gamme avec les produits associés.
- Création des cartes commerciales et du catalogue produits B2B pour nos équipes commerciales.

Jalon 2 - Storytelling & production de contenus

- Réalisation de l'édito pour raconter toute l'histoire du concept.
- Production des contenus photos et vidéos, avec une grosse partie réalisée avec l'IA.

Jalon 3 - Stratégie, collaboration & préparation de saison

- Travail en collaboration avec notre community manager et notre responsable communication pour créer les moodboards athlètes et caler les dotations athlètes.
- Établissement du planning stratégique de communication pour la saison.

Jalon 4 - Déploiement digital & web

- Création des headers web.
- Réalisation des réels, stories et des prévisualisations de la grille Instagram pour toute la saison.

Budget

À l'exception du budget dédié aux impressions éditoriales, le projet ne disposait d'**aucun budget** dédié à la création de contenus (shootings photo ou tournages vidéo).

Cette contrainte importante a demandé de l'**adaptabilité**, de l'**autonomie** et beaucoup de temps de recherche pour trouver des solutions alternatives.

Pour pallier ce manque de ressources tout en assurant un rendu soigné, j'ai notamment fait le choix d'intégrer l'**IA** pour générer une bonne partie des visuels et vidéos, en complément de nos bases existantes. Cela a permis de donner vie au concept et de proposer des supports **qualitatifs** sans engendrer de coûts de production supplémentaires.

Du Brief à la Réponse.

Collaboratrices

Élisabeth Le Bec - Responsable Développement Produit / Designer

Développement et design des produits et des collections.
Une collaboration essentielle pour échanger sur le listing produits, valider les mix & match (Racer & Cébé) et s'assurer que les intentions graphiques et les moodboards respectent fidèlement la vision et l'ADN des produits conçus.

Estelle Auer - Graphiste & Web manager

Collaboration, cadrage et validation graphique, cohérence et intégration des assets web.

Ambre Leonard - Alternante Community Manager

Travail conjoint sur les moodboards athlètes, la sélection des dotations athlètes, et la diffusion sur les réseaux sociaux (réels et post Instagram).

Julie Girard - Responsable Marketing / Communication

Cadrage et validation stratégique du projet, des actions de communication et planning stratégique .

Marine Moizant - Cheffe de projet

Coordination du projet, suivi du planning et des étapes clés.

Livrables

Direction Artistique & Stratégie :

- Univers de concept global (L'Atlas Chromatique & L'Atlas Thermique).
- Moodboards par mini-collections (8 chapitres : colorimétrie, matières et paysages).
- Listing des mix & match produits Racer & Cébé
- Planning stratégique de diffusion de saison.
- Moodboards d'orientation pour les dotations athlètes et ambassadeurs.

Éditions & Supports d'aide à la vente (Print & B2B) :

- Catalogue produits B2B : Support complet pour les revendeurs présentant l'ensemble de la collection hiver.
- Cartes commerciales terrain « Atlas Cards » : Fiches produits synthétiques et maniables créées pour accompagner les commerciaux en magasin.
- Livret éditorial « The Atlas » : Support de marque imprimé, documentant le concept, les coordonnées géographiques, les conditions climatiques et les récits des 8 destinations.

Digital & Contenus (B2C & Social Media) :

- Banque d'assets visuels et vidéo : Décors alpins, textures et ambiances immersives créés en partie via l'IA pour pallier l'absence de shooting réel.
- Retouches des photos générées par IA, pour que les produits correspondent à la réalité.
- Headers web : Déclinaisons graphiques pour les sites e-commerce.
- Social Media : Réels Instagram, stories et prévisualisations complètes de la grille Instagram (feed previews) pour rythmer les lancements de la saison.

Outils utilisés

Logiciels de création :

InDesign, Photoshop, Illustrator, CapcCut, Figma, Canva et outils d'IA générative (Gemini, ChatGPT, Claude)

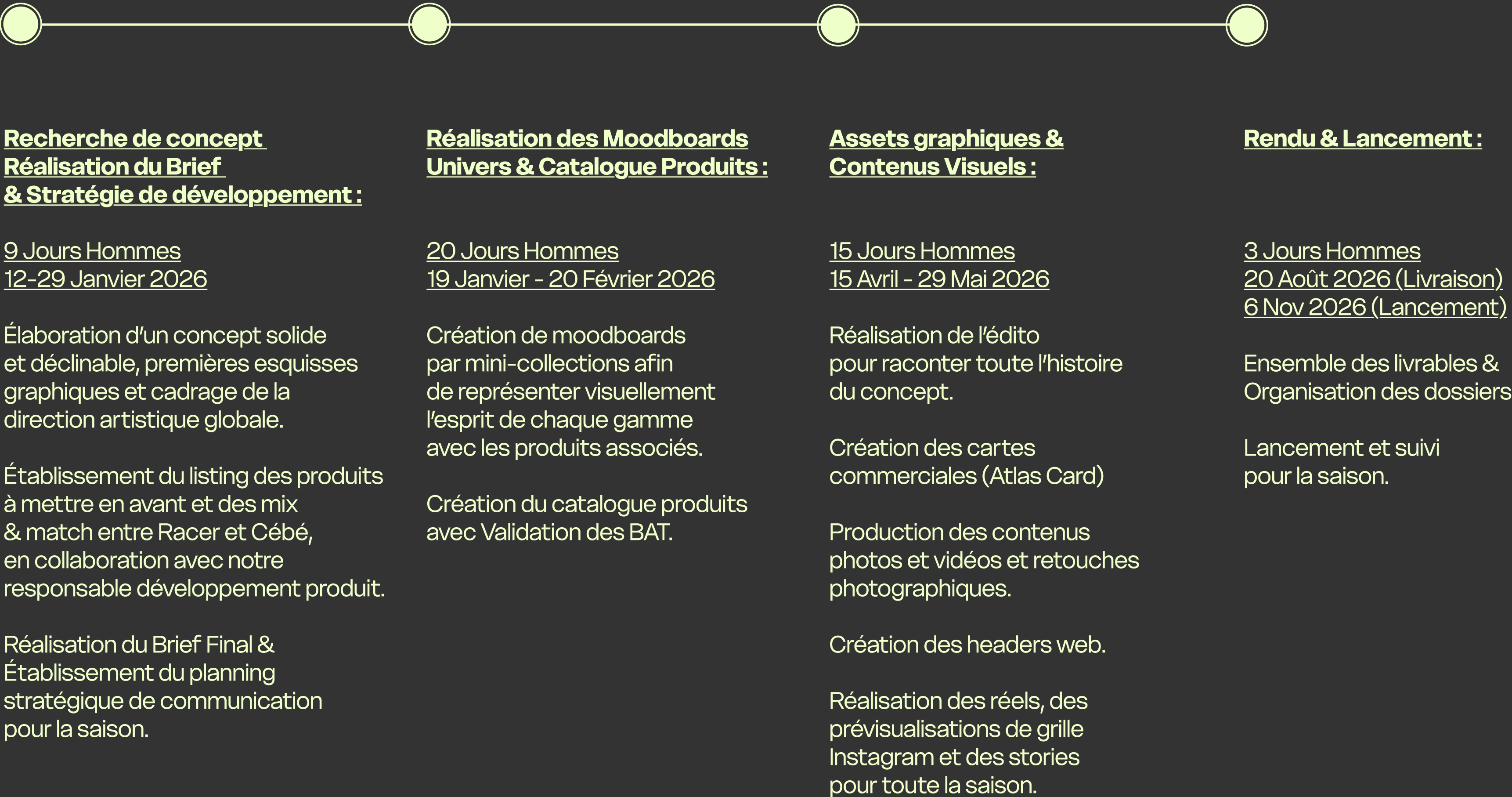
Outils Collaboratifs :

Monday, Canva, Teams

Matériels de création :

Light Box, Appareil photo, Flash, Éléments de décoration, Produits

Du Brief à la Réponse Créative.



Contraintes :

Budget : Aucun budget dédié à la production de contenus photo ou vidéo (uniquement une enveloppe pour l'impression du catalogue).

Temps & polyvalence : Projet mené sur **6 mois** en parallèle de la charge quotidienne d'autres missions graphiques.

Coordination interne : Aligner les **impératifs** du développement produit, du marketing, de la communication et des forces de vente.

Échanges :

Collaboration étroite avec Elisabeth (responsable développement produit) pour assurer l'**alignement** entre le design textile/technique et la DA.

Travail conjoint avec Ambre (CM) et Julie (Responsable marketing) pour établir le **calendrier de diffusion**, les sélections athlètes et la **cohérence de marque**.

Échanges réguliers avec les responsables commerciaux pour **ajuster** les formats de présentation selon les réalités du terrain.

Pour promouvoir la collection hiver de façon **originale** et **mémorable**, j'ai imaginé le projet « **The Atlas** », pensé comme un véritable carnet de **voyage** à la fois **technique** et **esthétique**.

Pour pousser **l'immersion** au maximum, chaque marque s'appuie sur une **carte d'exploration topographique** inspirée des tracés GPS et des codes outdoor (style Strava). Chaque chapitre y est **géolocalisé** avec ses coordonnées GPS, ses conditions météo et ses températures. Mais au-delà de simples points sur une carte, chaque chapitre est pensé comme une **destination** à part entière, doté de son propre **univers** et de sa propre **mini-identité visuelle** (colorimétrie dédiée, matières et textures associées, style de ride). Ce sont de véritables **sous-DA modulaires** créées au sein de la direction artistique globale du projet, toutes rattachées à **l'ADN** des deux marques.

Ce système de **mini-identités interconnectées** permet de construire des mix & match naturels et cohérents entre les casques/masques Cébé et les gants Racer. Il offre un **outil** d'aide à la vente clair et visuel pour le réseau **B2B**, tout en proposant une **expérience narrative** riche et **immersive** pour le consommateur **B2C**.

L'Atlas s'articule ainsi autour de deux visions complémentaires :

Le Concept.

L'Atlas Chromatique : Vision, Style et Reflets.

Pour **Cébé**, cet Atlas explore **4 destinations** axées sur les contrastes lumineux, la lecture du relief et l'allure sur les pistes, avec chacune leur univers graphique dédié :

- **SAVAGE** : un univers mode et audacieux plein soleil, caractérisé par un motif léopard et des accents rose fluo.
- **NIGHT FALL** : une ambiance feutrée et mystérieuse sous le ciel de fin de journée et de nuit, déclinée en bleu marine mat, gris anthracite et verres sombres.
- **RETRO BOOST** : une atmosphère rétro-futuriste électrique sous les projecteurs, rythmée par du violet intense et du jaune néon.
- **ICE LAGOON** : un univers épuré et cristallin face à la réverbération des glaciers, habillé de teintes vert d'eau et turquoise polaire.



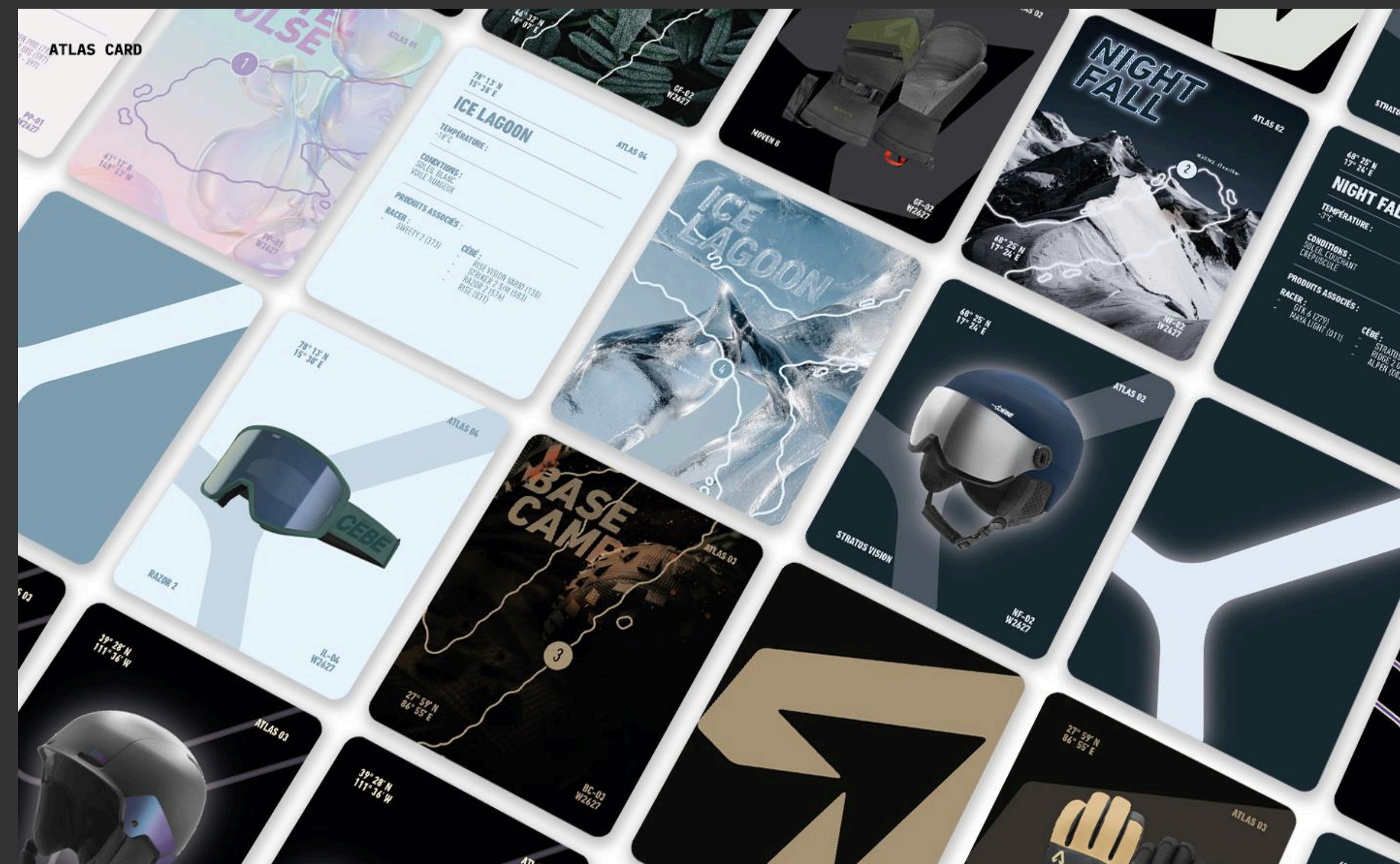
L'Atlas Thermique : Technicité, Contrôle et Matière.

Pour **Racer**, la carte traverse **4 territoires** d'exigences climatiques mettant à l'honneur l'ingénierie textile, la protection thermique et la texture des matières :

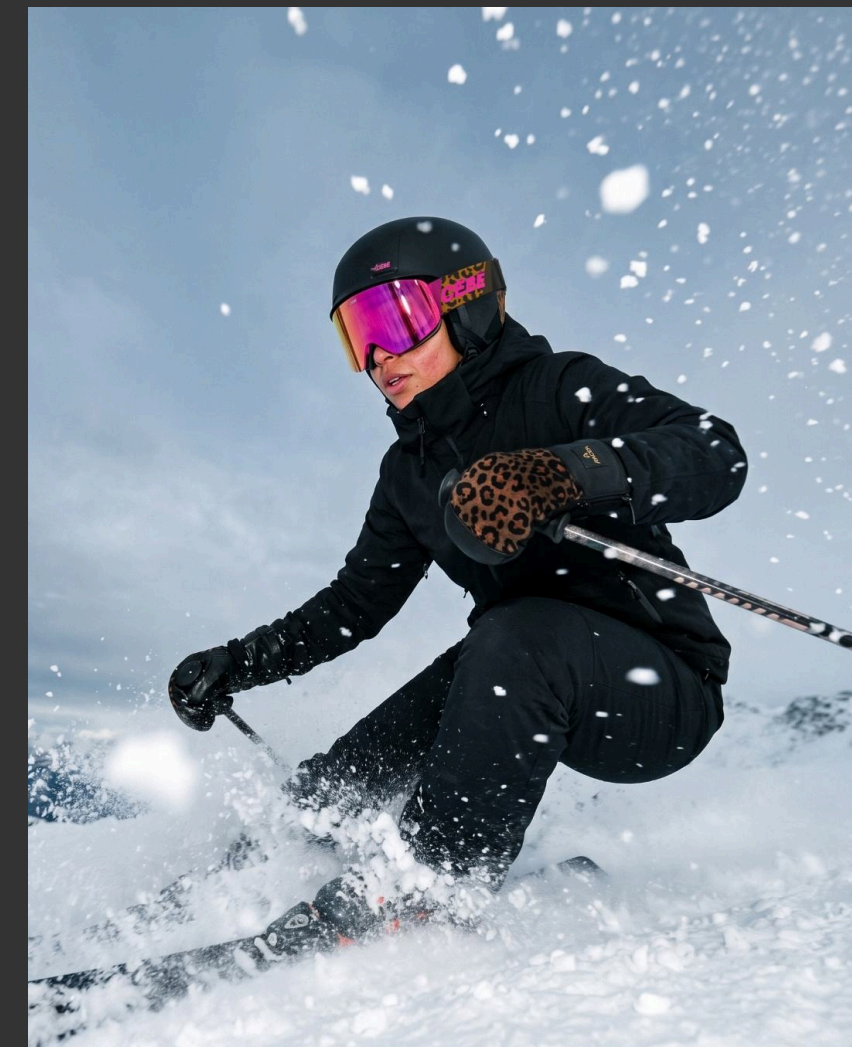
- **PASTEL PULSE** : un cocon doux et familial sur neige légère, porté par une DA pastel apaisante et lumineuse.
- **GRAPHIC FOREST** : un univers brut et technique dédié au freeride en sous-bois, teinté de nuances vert sapin, kaki et végétales.
- **BASE CAMP** : un style utilitaire et robuste inspiré des camps d'expédition, associant cuir, beige minéral et tons sable.
- **FIRESTONE** : une identité puissante et protectrice face au froid extrême, jouant sur le contraste radical entre la roche volcanique noire et un orange vif.



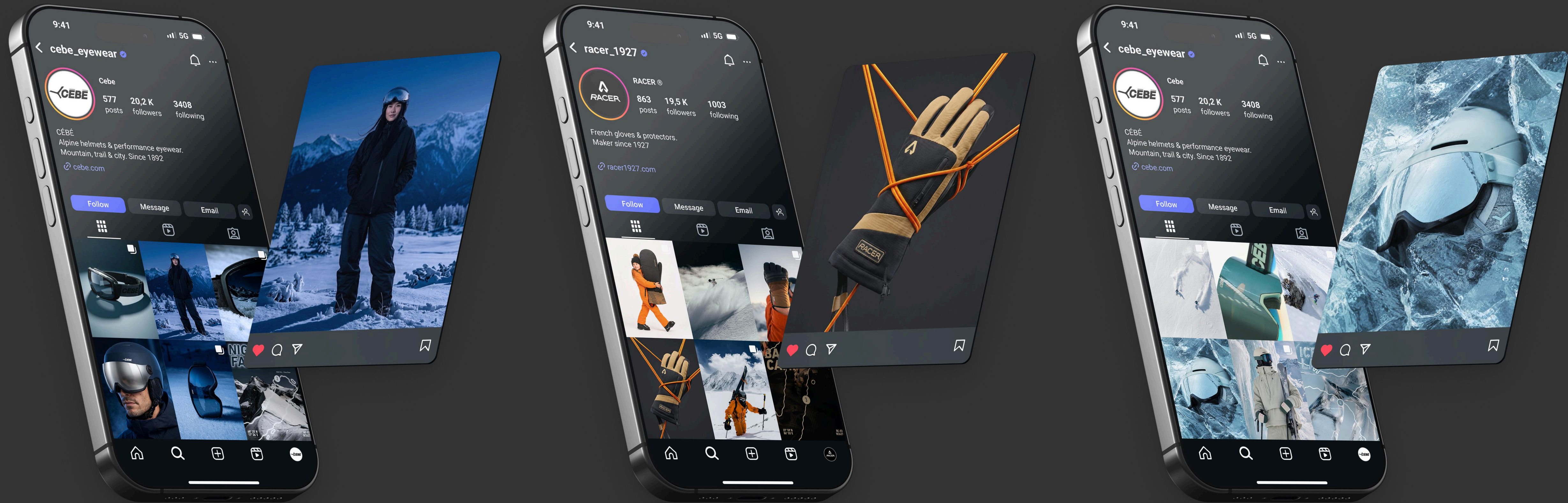
L'Édition. (Livrables)



Production Photos. (Livrables)



Preview Instagram. (Livrables)



Analyse Réflexive.

Transfert de savoirs & Bonnes pratiques

Intégration de l'IA générative : Partage des méthodes de prompting et de retouche avec l'équipe comme solution interne pour les projets sans budget de production.

Création de templates réutilisables : Mise à disposition de gabarits (cartes commerciales, catalogue produits, maquettes de feed Instagram) pour simplifier le travail des futures saisons.

Compétences acquises

Pilotage créatif & vision 360° : mener un projet complet de A à Z sur 6 mois, dialoguer avec le pôle design textile/produit et concevoir une DA cohérente malgré l'absence de budget de production.

Exigence graphique & maîtrise technique : utilisation concrète de l'IA (prompt, retouches, intégration), œil affûté sur les finitions/coquilles, rapidité d'exécution tout en préservant des temps de veille et d'expérimentation visuelle.

Marges de progression :

Cadrage des validations : mieux canaliser les retours informels, poser des jalons fermes et savoir défendre fermement mes choix graphiques face aux avis différents.

Gestion du perfectionnisme : doser le temps passé sur les micro-détails selon la priorité des supports pour optimiser mon temps et mon énergie.

Propositions d'amélioration

Caler le planning DA sur les prototypes réels : Attendre d'avoir les premiers échantillons ou fiches techniques définitives du pôle produit avant de lancer les visuels finaux, pour éviter de refaire des déclinaisons si un coloris ou une matière change en cours de route.

Créer une "charte de déclinaison" express : Rédiger un mini-guide d'une page qui résume les règles de chaque chapitre (couleurs, tonalité des visuels) pour que la CM ou la web manager puissent décliner en totale autonomie sans dénaturer la DA.

Positionnement

Confirmation de ma capacité à occuper un poste de Directrice Artistique junior, capable d'allier storytelling visuel, rigueur technique et réalité commerciale.

Travailler sur **The Atlas** pendant mon alternance a été l'expérience la plus **marquante** de mon parcours. C'était un vrai **challenge** de prendre en main la direction artistique de la collection hiver de A à Z, en sachant que c'est la **période** la plus **importante** pour **Racer & Cébé**.

Ce projet m'a appris à être beaucoup plus **autonome** et **débrouillarde**, surtout lorsqu'il a fallu trouver des solutions pour créer tous les visuels sans aucun budget de shooting. J'ai adoré **échanger** avec les différents métiers de l'entreprise, comprendre les **contraintes** du design produit et voir le concept prendre vie petit à petit sur tous les supports, des éditions jusqu'aux réseaux sociaux.

Cela m'a énormément fait grandir en tant que graphiste et directrice artistique, tant sur la **rigueur** et **l'attention aux détails** que sur ma façon d'organiser mon travail au quotidien et celui en équipe. C'est un projet qui me rend vraiment fière et qui me conforte dans mon envie de continuer vers la **direction artistique**.

Bilan d'Expérience.