Portfolio

Arthur Fabre

Graphic Designer
agency / in-house / freelance

1 Frankfield View,
Old Youghal Road
Cork T23 P8C5

→ www.arthure.fr

arthur.e.fabre@gmail.com

+353 (85) 18 05 410

Fairly

« Solution de calcul d'impacts pour le spectacle vivant »

→ Refonte de logo et charte graphique

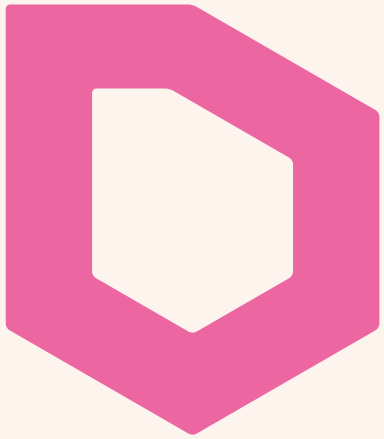
"Impact assessment solution for the performing arts"

→ Logo redesign and visual identity development

Pour cette création, l'enjeu est de créer un visuel ludique avec un ton léger, pour un projet quant à lui très sérieux.
La solution trouvée passe par des couleurs très pop, des typographies très fortes et un lexique graphique emprunté à celui du jeu pour exprimer les objectifs à atteindre.

The challenge behind this project was to create a playful visual identity with a light-hearted tone for a project addressing a very serious subject.
The chosen approach combines bold, pop-inspired colours, strong typography and graphic elements borrowed from the world of gaming to communicate the goals to be achieved.

FAIRLY



FAIRLY

FAIRLYEVENT

FAIRLYCONSULT

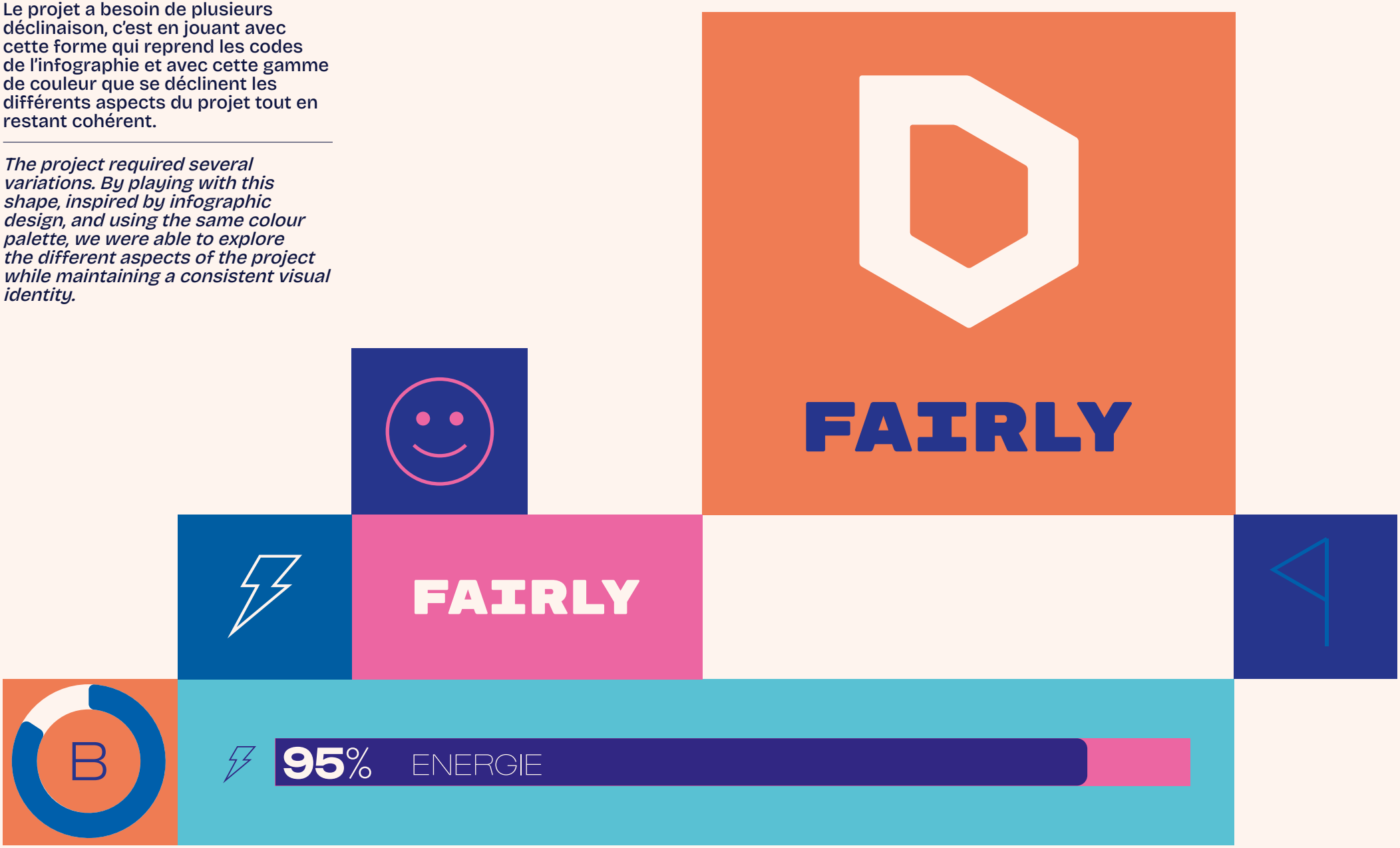
FAIRLYSCORE

FAIRLYTICKETS

FAIRLY

Le projet a besoin de plusieurs déclinaison, c'est en jouant avec cette forme qui reprend les codes de l'infographie et avec cette gamme de couleur que se déclinent les différents aspects du projet tout en restant cohérent.

The project required several variations. By playing with this shape, inspired by infographic design, and using the same colour palette, we were able to explore the different aspects of the project while maintaining a consistent visual identity.



LJLAW

Médiation juridique
Laurence Jacques
Projet réalisé pour l'agence PC3
→ Identité visuelle
→ Web Design

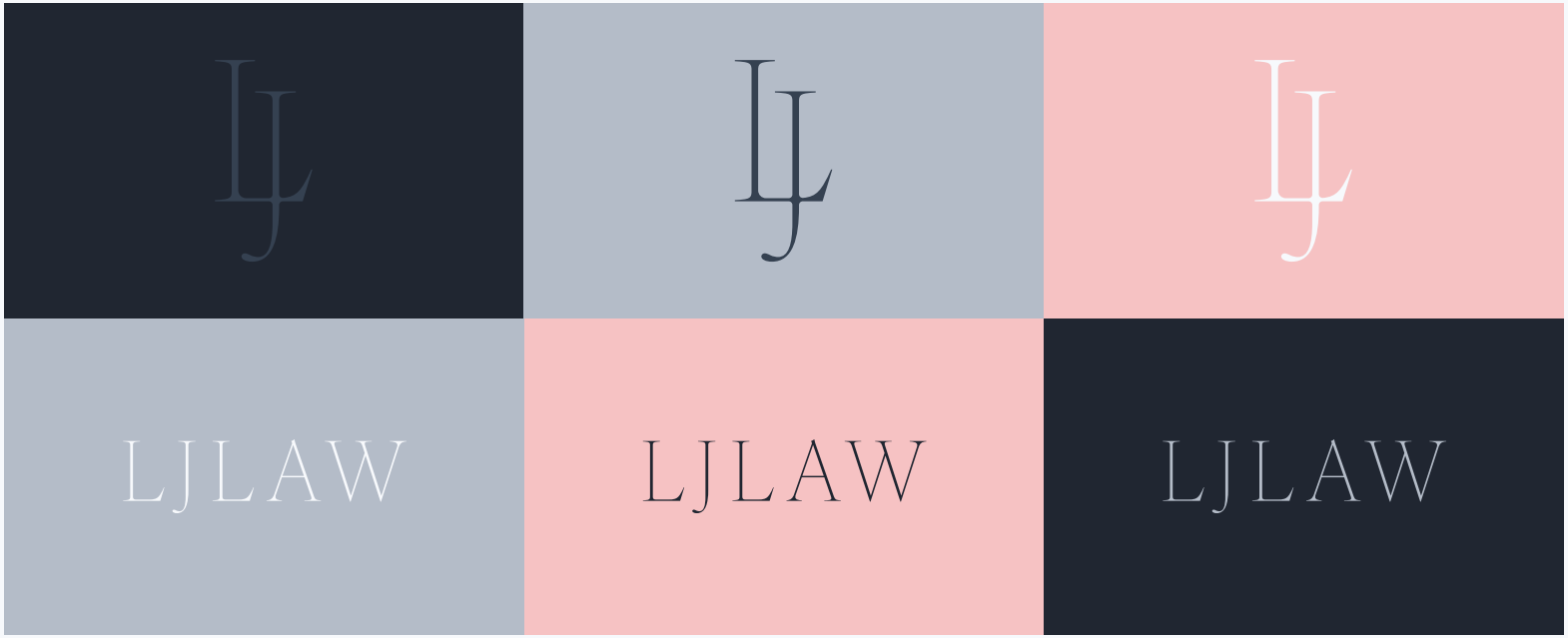
Legal Mediation
Laurence Jacques
Project created for PC3 Agency
→ Brand identity
→ Web Design

LJLAW

MEDIATION

La création repose sur une représentation du sérieux des services professionnels sans être impersonnelle. La solution est d'apporter à une gamme de ton de gris, et un rose apportant la féminité de Laurence Jacques, mais surtout la douceur et l'humain, symbole du conflit résolu.

The visual identity aims to convey the professionalism and credibility of the services while avoiding an impersonal feel.
The approach combines a range of grey tones with a touch of pink, reflecting Laurence Jacques' femininity, but above all bringing warmth, softness and a human touch — symbolising conflict resolution.



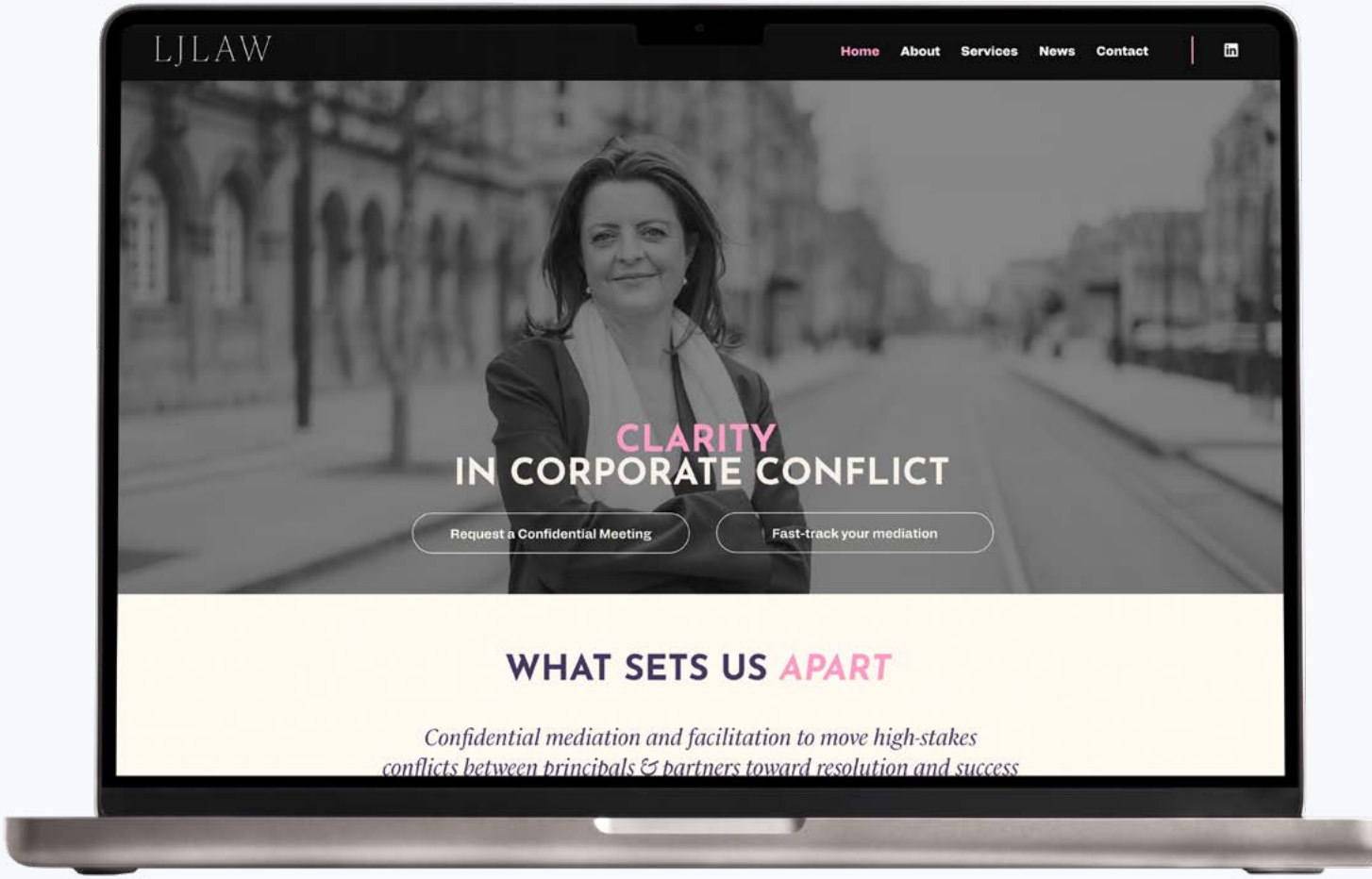
LJLAW

MEDIATION

Ce contraste entre les différents gris et ce rose se retrouve également dans les compositions, mais aussi les choix typographiques.

This contrast between the different shades of grey and the pink is also reflected in the layouts and typographic choices.





La Stud

« Les ondes libres»
Média musical et agence événementiel

→ Identité visuelle

"Free Waves"
Music Media & Event Management Agency

→ Brand identity

LA STUD

LA STUD
LES ONDES LIBRES

La Stud est un projet hybride, qui parle de musique elle aussi bien souvent hybride. L'identité visuelle de ce projet a pour but d'être en mouvement, le tétraèdre se déplace entre les styles, et les couleurs se mélangent comme les genres musicaux.

La Stud is a hybrid project exploring music that is often hybrid in nature. The visual identity is designed to be constantly evolving: the tetrahedron moves freely between styles, while the colours blend together just like musical genres.



Cette identité visuelle permet une facilité d'utilisation et une polyvalence sans limite.

This visual identity offers ease of use and endless versatility.







Guardwell Sheltered Housing

« Logements indépendants pour adultes et personnes âgées au sein de la communauté..»

→ Identitée visuelle
→ Web design

"Independent housing for adults and older people in the community."

→ Brand identity
→ Web design

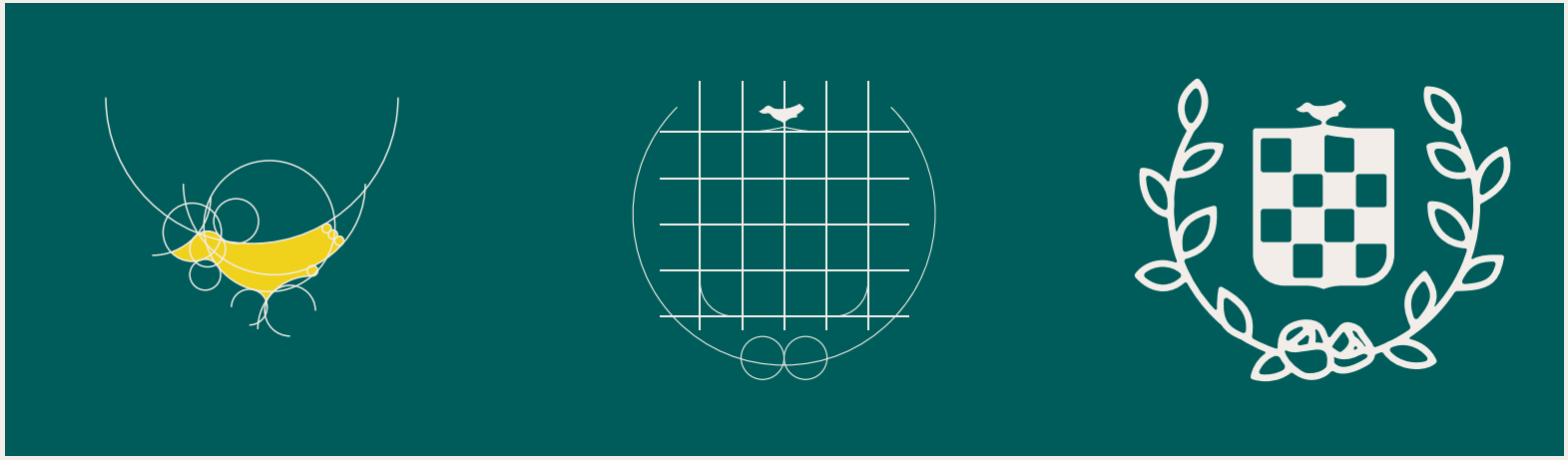


Cette identité visuelle reprend les codes de la culture irlandaise, le blason de la ville de Kinsale et les couleurs des paysages de la côte sud de l'Irlande.

This visual identity draws inspiration from Irish culture, the coat of arms of the town of Kinsale, and the colours of the landscapes along Ireland's southern coast.

GUARDWELL
SHELTERED
HOUSING

GUARDWELL
SHELTERED
HOUSING





L'identité reprend cette héritage et les codes traditionnels et les traite de façon moderne avec un design flat sobre et clair, accessible pour la cible de ce projet.

The identity draws on this heritage and traditional visual codes, reinterpreting them through a modern approach with a clean, understated flat design that is clear and accessible to the project's target audience.

Les Éclairs

Maison d'édition indépendante

→ Direction Artistique
→ Production

Independent Publishing House

→ Art Direction
→ Production

Notre projet était de créer un livre qui nous ressemble, Robin Fabre, auteur et scénariste, et moi même, Arthur Fabre, designer et illustrateur. Ce premier livre, « Là où s'arrête la nuit » de Robin et Arthur Fabre, est une nouvelle originale illustrée, imprimée en risographie dans nos studio, et relié à la main.

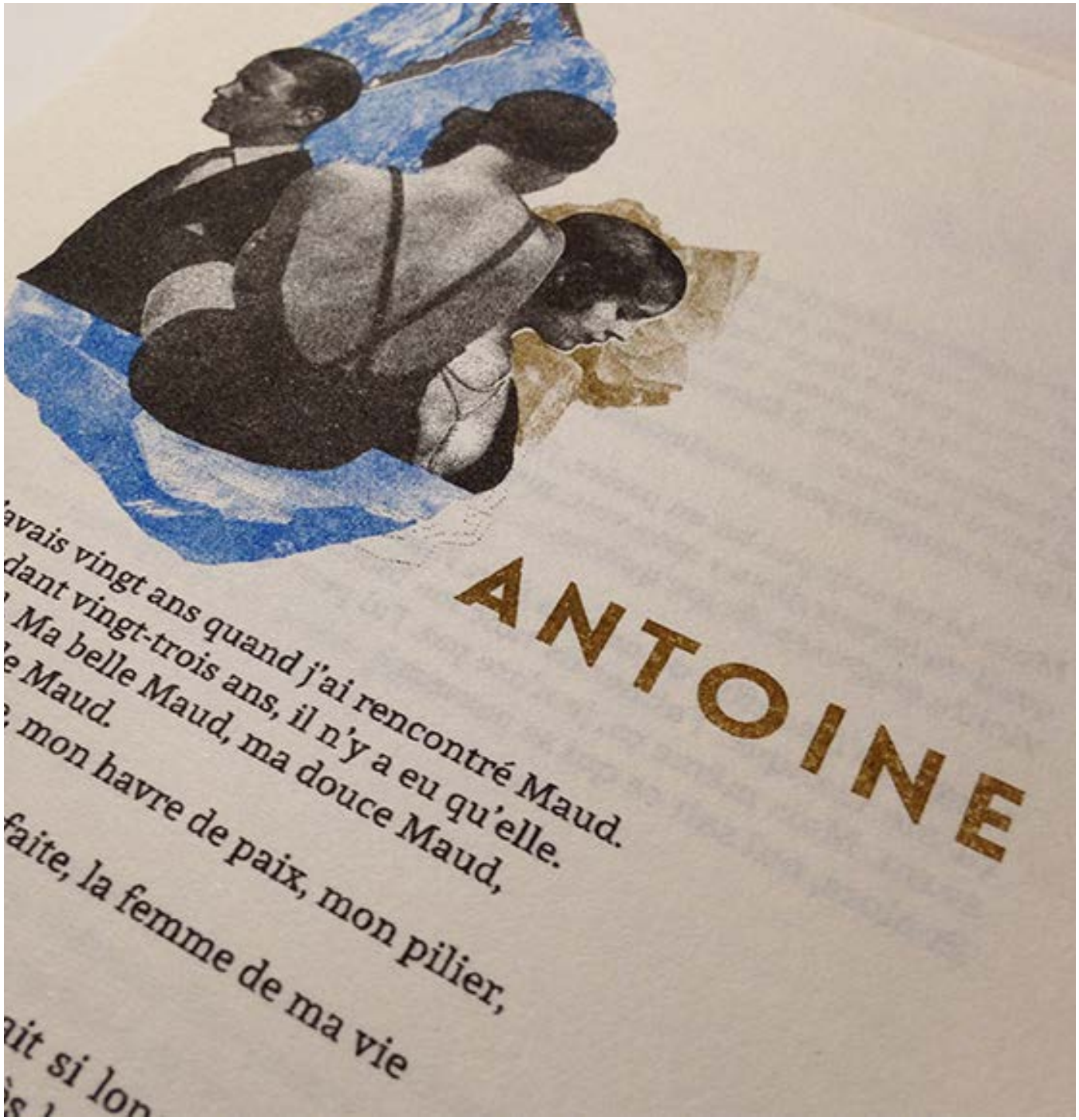
Our aim was to create a book that reflects who we are: Robin Fabre, writer and screenwriter, and myself, Arthur Fabre, designer and illustrator.
Our first book, Là où s'arrête la nuit by Robin and Arthur Fabre, is an original illustrated short story, printed in-house using risograph printing and hand-bound in our studio.

LES ECL· AIRS

L'identité visuelle reprend le concept même du projet : ce livre qui nous ressemble. Un livre ouvert avec le visuel et le texte qui se font face, et ce contraste qu'on retrouve partout : le carré de la forme et l'arrondi de la typographie, l'organique du dessin et le digital du texte.
La typographie a été dessinée spécialement pour ce projet.

The visual identity reflects the very concept behind the project: a book that represents who we are. An open book, with the visual and the text facing each other, embodying the contrasts that run throughout the project: the square shape versus the rounded typography, the organic nature of the illustrations versus the digital feel of the text.
The typeface was custom-designed specifically for this project.

ABCDEF
GHIJKL
MNOPQ
RSTUV
WXYZ



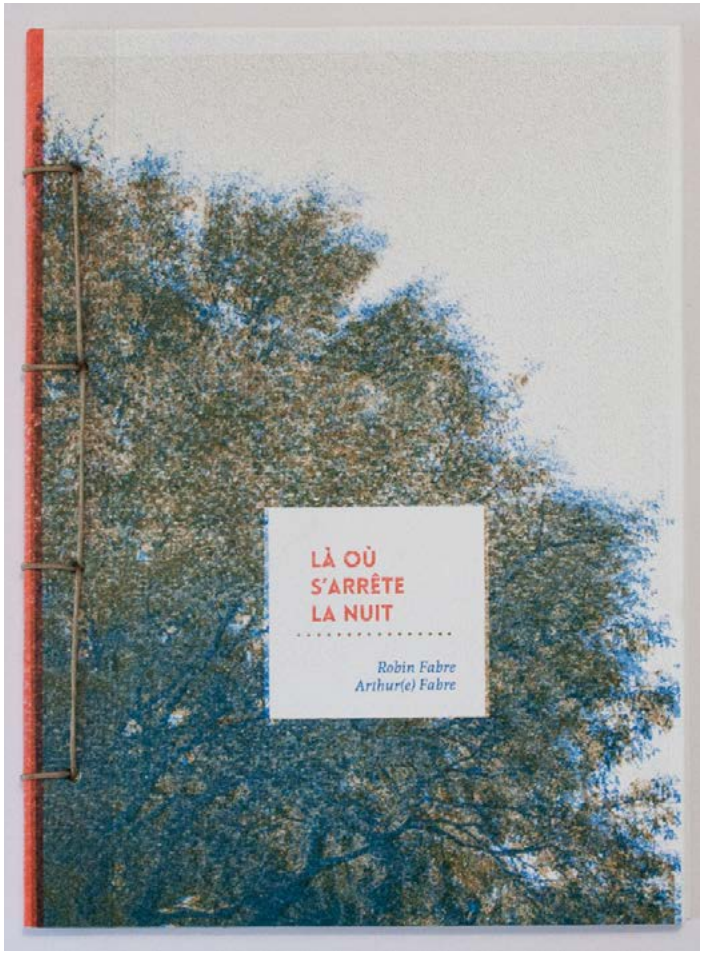
LES ECL·AIRS

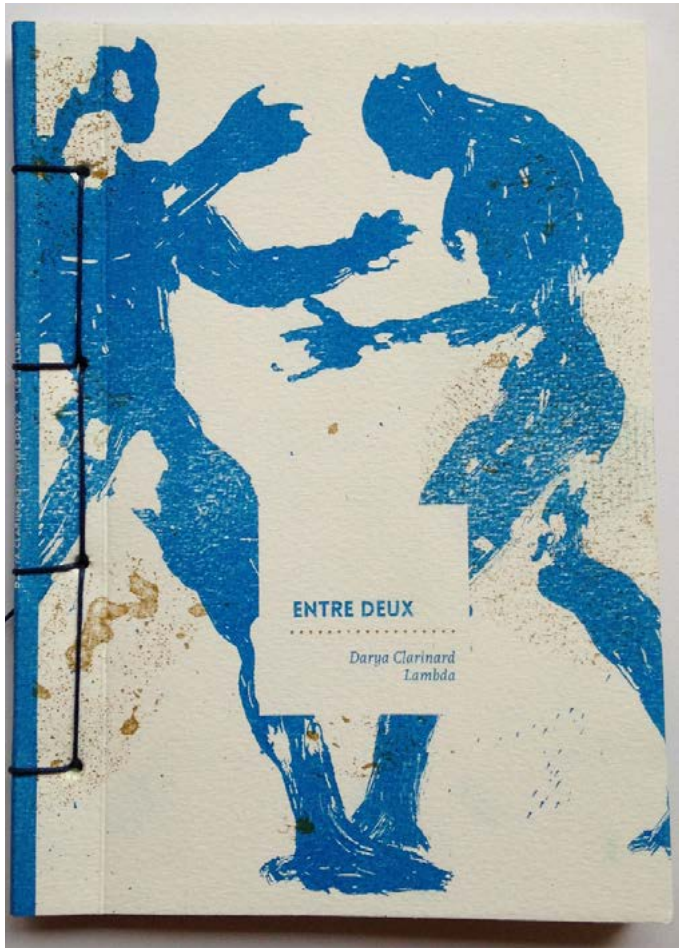
Suite à ce premier livre, nous avons publié toute une collection, disponible dans toutes les librairies de France jusqu'en 2022.

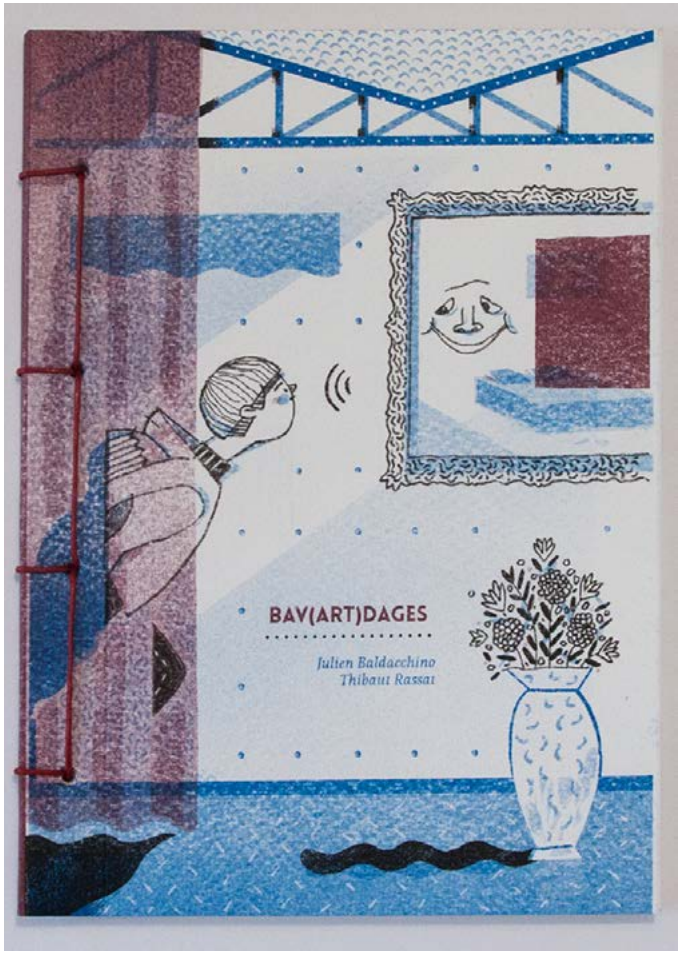
Following the release of this first book, we went on to publish an entire collection, available in bookshops throughout France until 2022.











Toka Toka

« For tourists only »
→ Branding
→ Direction artistique
→ Design textile

« For tourists only »
→ Brand design
→ Art direction
→ Textile design

Toka Toka se veut être le vestiaire du touriste dans sa propre ville. Cela s'exprime par un ton léger et amusant, des vêtements confortables, pratiques, parfois retro, et qui n'ont jamais peur d'en faire trop.

Toka Toka aims to be the go-to wardrobe for tourists in their own city. This is reflected in a light-hearted, playful tone and a collection of comfortable, practical, sometimes retro-inspired clothing that is never afraid to go over the top.





toka toka
for tourists only

Les photos sont surexposés comme des souvenirs pris à l'appareil jetable, et l'image toujours décalée.

The photos are overexposed, evoking memories captured on a disposable camera, with imagery that always feels quirky and offbeat.











365 Days Off

Un an pour devenir champion du monde de gravel !
→ Identité Visuelle

One year to become gravel world champion!
→ Brand identity



L'identité visuelle de ce projet représente les codes racing vintage, en y ajoutant des couleurs amusantes, à l'image du sportif - pour l'instant - amateur, qui se professionalise. On retrouvera dans toute la communication du projet cet effet d'aérosol, qui rappelle les marques peintes au sol lors des courses cyclistes.

The visual identity draws on vintage racing aesthetics, enhanced with playful colours that reflect the personality of an athlete who is still an amateur but on the path to becoming a professional. Throughout the project's communications, a spray-paint effect evokes the markings traditionally painted on the ground during cycling races.

365 DAYS OFF



LE CONCEPT



FAIRE D'UN CYCLISTE AMATEUR
LE PROCHAIN CHAMPION DU MONDE :
TEL EST LE DÉFI DE NOTRE EXPÉRIENCE.

NOTRE OBJET DE RECHERCHE

Le 1er septembre 2026, Marty un cycliste comme il en existe des millions décide de mettre sa vie en pause durant une année complète pour s'entrainer et vivre au rythme d'un athlète professionnel.
L'objectif est limpide : devenir le prochain champion du monde UCI de Gravel amateur (catégorie 19-34 ans).
A travers cette recherche, nous tenterons de montrer quelles sont les limites de l'individu et comment se construit une performance de bout en bout.

LA COMMUNAUTÉ

CRÉATION D'UN CYCLING CLUB À MARSEILLE : LE 365 CYCLING CLUB

365CC

Parce que l'humain est au centre du projet, Marty sera en charge d'organiser des moments conviviaux où les cyclistes de Marseille (et plus) pourront se retrouver et rouler ensemble.
Basé sur le modèle des runnings clubs à succès, le 365CC permettra aux amateurs de vélo de se rencontrer et partager une sortie au moins une fois par mois.
Ces moments de convivialité permettront de rassembler et agrandir la communauté intéressée par le projet. Ils seront aussi un moment privilégié pour les partenaires.

1
CRÉER DES MOMENTS ET DES PRISES DE PAROLE POUR LES PARTENAIRES

2
RENDRE VISIBLE LE PROJET HORS DES RÉSEAUX SOCIAUX

3
CRÉER DU LIEN SOCIAL AUTOUR D'UN SOCLE DE VALEURS COMMUN

4
FIDÉLISER LA COMMUNAUTÉ, FÉDÉRER SES MEMBRES

OFuPo

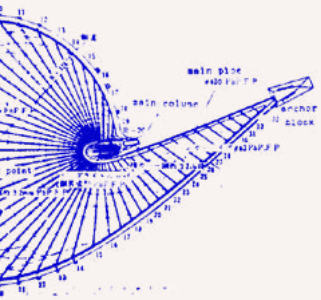
« L'obervatoire des Futurs Potentiels »

→ Identitée visuelle
→ Web design

"The Observatory of Future Possibilities"

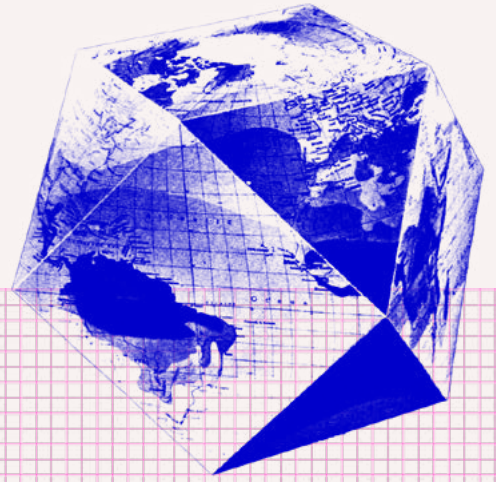
→ Brand identity
→ Web design





OFuPo

Observatoire
des Futurs
Potentiels



Bastien François s'intéresse au futur, et pour cela, où mieux chercher que dans le passé.

Bastien François is fascinated by the future, and what better place to look for it than in the past?

OFuPo

Observatoire
des Futurs
Potentiels



Visuellement, le projet s'inspire de différentes esthétiques retro-futuristes, avec des références multiples : des compositions futuristes italiennes, des typographies Bauhaus, des codes couleurs de l'origine du web et ses typographies monospace, le tout ramené au gout du jour avec un effet de parallaxe sur l'ensemble du site.

Visually, the project draws inspiration from various retro-futuristic aesthetics, bringing together a range of references: Italian Futurist compositions, Bauhaus typography, the colour palettes of the early web and its monospaced typefaces. All these influences are brought up to date through a parallax effect applied throughout the website.

Coupe du Monde

Création d'une collection bootleg de stickers de la coupe du monde 98.

Creation of a bootleg sticker collection inspired by the 1998 World Cup.























Hundred Eyes

Identité visuelle, photographie et production pour le LP « faking and pretending » du groupe Hundred Eyes.

Brand identity, photography and production for the LP Faking and Pretending by the band Hundred Eyes.



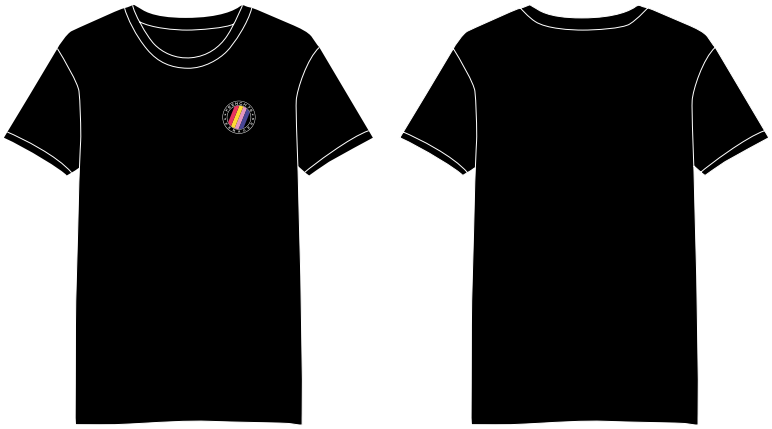




French79

Merch design,
Application de l'identité visuelle de l'album à une collection de prêt à porter pour la tournée de l'artiste.

Merch design,
Applying the album's visual identity to a ready-to-wear collection for the artist's tour.











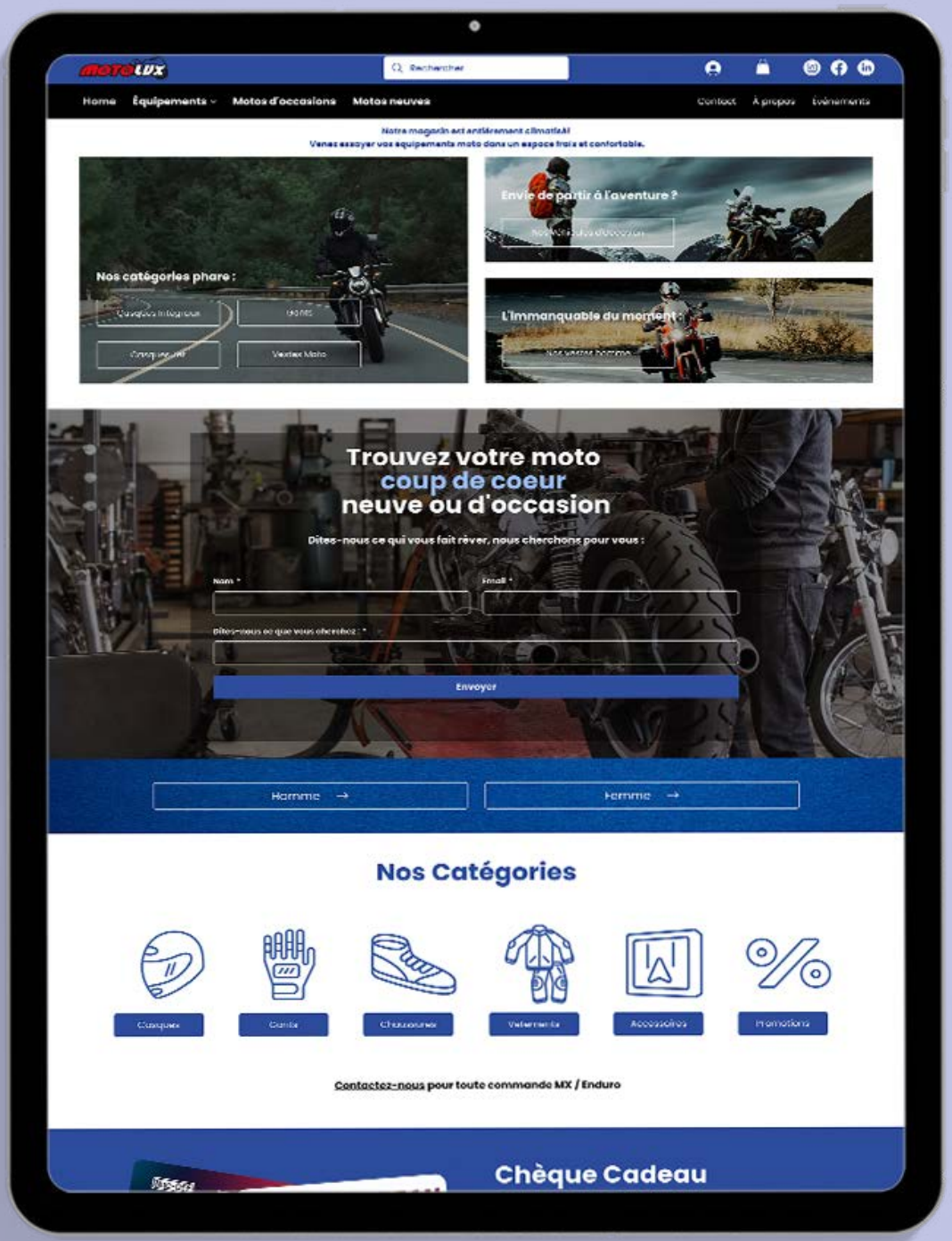


Motolux

Webdesign d'un e-shop pour
un grand magasin de moto au
Luxembourg
Projet réalisé pour l'agence PC3

E-commerce website design for a major motorcycle retailer in Luxembourg.
Project created for PC3 Agency.



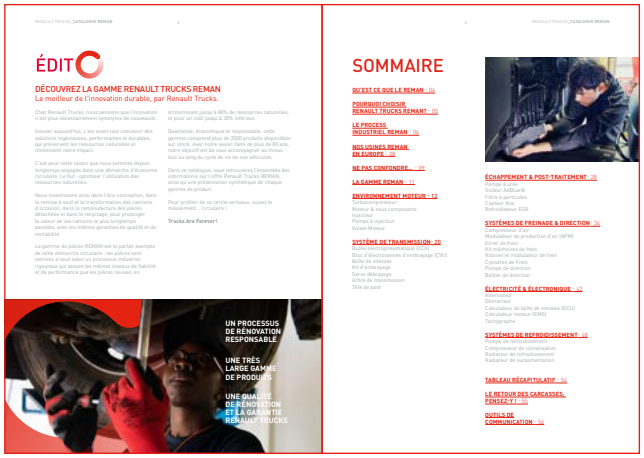


Renault Truck

Design du catalogue de pièce détachées pour la marque Renault
Projet réalisé pour l'agence Insign.

Design of the spare parts catalogue for Renault.
Project created for Insign Agency.











Thank you

Arthur Fabre

Graphic Designer
agency / in-house / freelance

1 Frankfield View,
Old Youghal Road
Cork T23 P8C5

→ www.arthure.fr

arthur.e.fabre@gmail.com

+353 (85) 18 05 410