

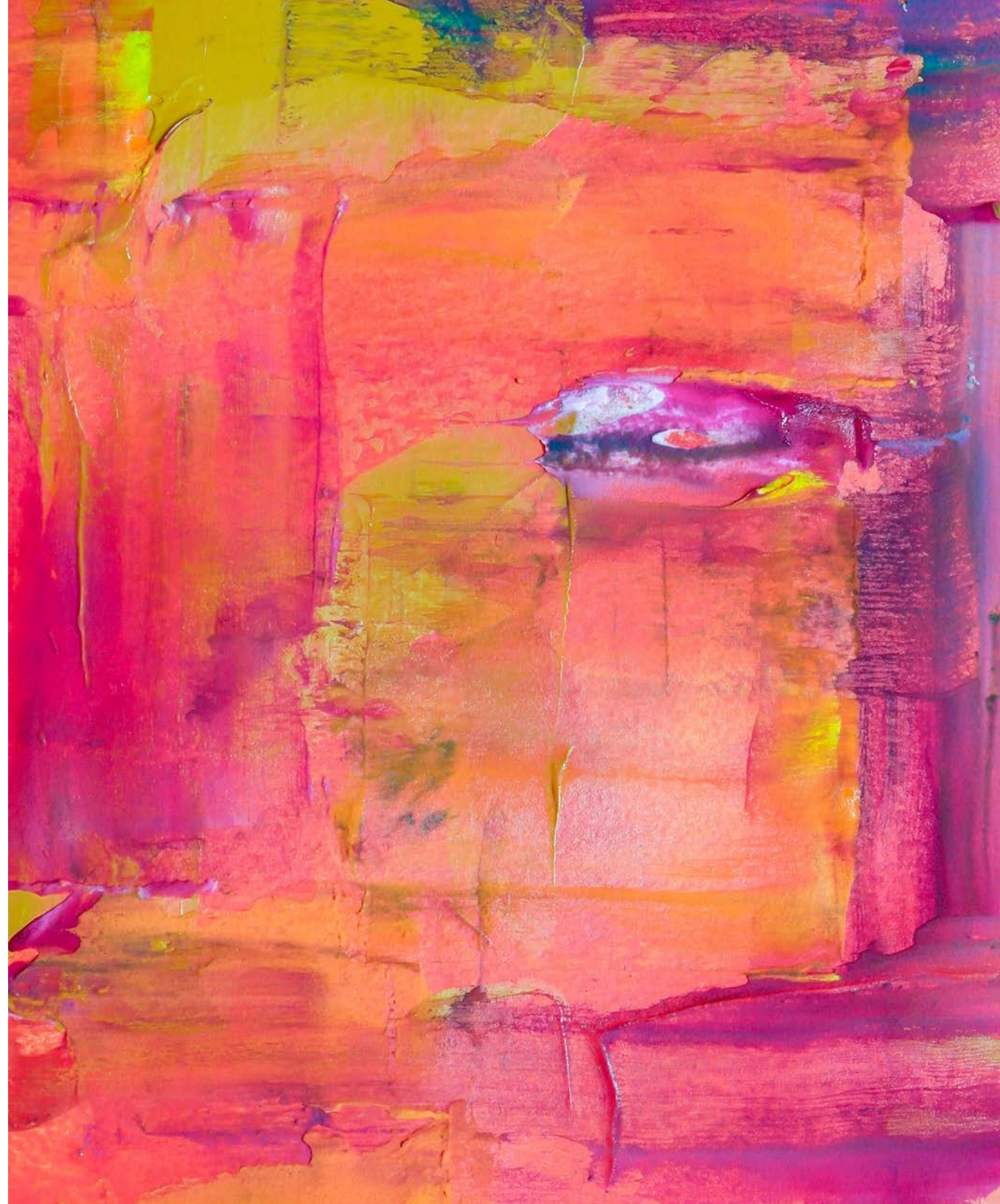
PORTFOLIO

Marie-Chantal Milette



COULEUR = POUVOIR

La couleur augmente la reconnaissance d'une marque par 80%.
J'ai donc décidé d'apprendre absolument tout sur la couleur afin
d'utiliser ses pouvoirs pour augmenter les ventes de mes clients.
Je m'appelle Marie-Chantal et voici mon portfolio.



BIO

C'est en découvrant une couleur de peinture nommée "Vert Calice" que le rêve de Marie-Chantal Milette est né, soit celui de vouloir nommer les couleurs pour les détaillants de peinture.

Tout comme son rêve de jeune fille, Marie-Chantal possède un parcours unique. Diplômée en design graphique du *Collège Salette* et en publicité de *The Creative Circus*, école de renommée internationale et pépinière de créatifs parmi les plus recherchés dans l'industrie, elle a également suivi une formation de pointe auprès de Leatrice Eiseman, directrice du *Pantone® Color Institute* et sommité mondiale en psychologie de la couleur et en prédiction des tendances.

Ce bagage, qui fait d'elle une des rares expertes couleur, lui a permis d'exploiter au mieux son talent dans le contexte de nombreux projets couronnés de succès.



ÉDUCATION



**COLLÈGE
SALETTE**

Design Graphique 2010



**THE
CREATIVE
CIRCUS**

Design & Publicité 2012



Eiseman Center for
Color Information & Training

Consultation Couleur 2013



PRÉDICTIONS

Je me suis fait connaître en prédisant la couleur de l'année Pantone à trois reprises soit *Radiant Orchid* en 2014, *Greenery* en 2017, et *Illuminating* en 2021, un accomplissement dont je suis très fier. Ce sont ces prédictions qui m'ont valu une réputation d'experte en tendances.

Ma compréhension unique de la couleur excède cependant les tendances; de la psychologie à l'impact émotionnel qu'elle exerce, mon expertise unique fait de moi une ressource inestimable pour quiconque cherche à exploiter le pouvoir de la couleur de manière stratégique et créative.



PROJETS CLIENTS

J'ai fondé Kryptonie, il y a plus de dix ans afin de démocratiser la couleur et de faire bénéficier à mes clients de ses pouvoirs. Depuis la création de mon agence, j'ai aidé une centaine d'entreprises à se positionner grâce à une utilisation stratégique de la couleur. Les prochaines pages exposent quelques-uns des projets clients sur lesquels j'ai travaillé au cours des dernières années.



MISE EN MARCHÉ

Mes services de consultation couleur se distinguent par une approche centrée sur la psychologie des couleurs. Mon expertise en stratégie de mise en marché offre des solutions percutantes pour renforcer votre présence sur le marché. Avec mon accompagnement, votre marque bénéficie d'une approche nuancée qui va au-delà des simples teintes, mettant en avant les aspects émotionnels et stratégiques de la couleur pour forger des connexions durables avec votre public cible.



DESIGNME

Au sein de Design.Me, j'ai joué un rôle clé en dirigeant la sélection des couleurs des nouveaux emballages de leurs produits. L'objectif était de mieux cibler les femmes milléniales, et la combinaison audacieuse de pastels et de néons visait à établir un lien émotionnel avec ce public en jouant la corde de la nostalgie. Le résultat final : une identité visuelle reflétant l'esprit de Design.Me tout en répondant aux attentes des Milléniaux.



MISE EN MARCHÉ

GUERLAIN

Pour Guerlain, mon mandat était de créer des profils de personnalités associés aux nouvelles teintes des boîtiers de rouges à lèvres. Ce processus visait à établir un lien significatif entre les clientes et les produits lors du lancement en magasin, en mettant de l'avant le pouvoir que chaque couleur pouvait représenter dans la vie des femmes et comment elle pouvait refléter leur personnalité.



MISE EN MARCHÉ

PRINCECRAFT®

Pour Princecraft, j'ai contribué à la colorisation intérieure et extérieure de plusieurs de leurs gammes de pontons et de bateaux de pêche. Mon rôle était de sélectionner des couleurs liant marchés cibles, gammes de prix et tendances; chacune d'entre elles devait refléter le modèle correspondant tout en répondant aux attentes des consommateurs. L'objectif étant de renforcer l'identité de la marque Princecraft tout en offrant plus de choix aux clients, qu'ils recherchent une option haut de gamme pour le plaisir en famille ou un modèle de pêche plus abordable.





Chez S&S ActiveWear, j'ai été chargée à plusieurs reprises de développer la stratégie merchandising et de coordonner la présentation visuelle de leurs kiosques lors de divers salons professionnels, tout en sélectionnant méticuleusement chaque produit.

En 2017, mes efforts ont valu à S&S ActiveWear (autrefois Technosport Canada) le prix du *Meilleur Environnement de Vente* lors du salon *Western Imprint Canada Show*.



MISE EN MARCHÉ

ESPACE COMMERCIAL

L'influence de la couleur dans un espace commercial est une dimension essentielle à prendre en compte, car elle a un impact direct sur le bien-être des usagers et les performances de vente. Mon expertise vient appuyer l'équipe de design d'intérieur en faisant des recommandations stratégiques sur les choix de couleurs. Les couleurs sélectionnées peuvent influencer les émotions des clients, créer une atmosphère accueillante, et encourager une expérience positive. Des teintes apaisantes peuvent favoriser la détente, tandis que des couleurs plus vives peuvent stimuler l'enthousiasme et l'interaction.

En comprenant l'importance de l'harmonie chromatique et l'impact psychologique des couleurs, je contribue à créer des espaces commerciaux où les usagers se sentent à l'aise et inspirés, ce qui, à son tour, peut se traduire par une augmentation du niveau de bien-être et/ou des ventes.



Viol-Secours

Comment le design d'intérieur peut-il mieux accompagner les victimes d'agressions sexuelles? Bien plus qu'une simple initiative de réaménagement, le projet Viol-Secours incarne un mouvement communautaire teinté de solidarité féminine.

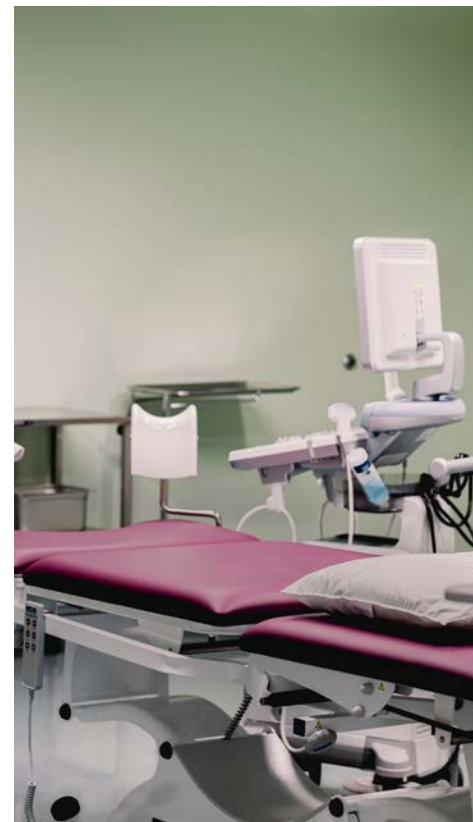
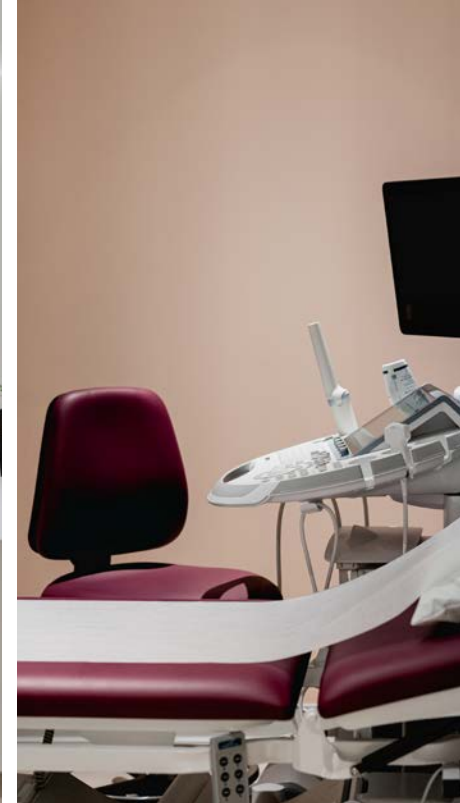
Après avoir effectué différents tests, l'équipe de *Foucade*, mandatée de créer les nouveaux locaux, a voulu consolider sa direction avec l'ajout d'un regard extérieur au projet, le tout dans le but de définir la meilleure approche à prendre considérant les faits. C'est ainsi que je me suis jointe à l'équipe en tant que consultante couleur. Cette collaboration s'est révélée fructueuse et a confirmé la voie à suivre pour la colorisation de l'espace.





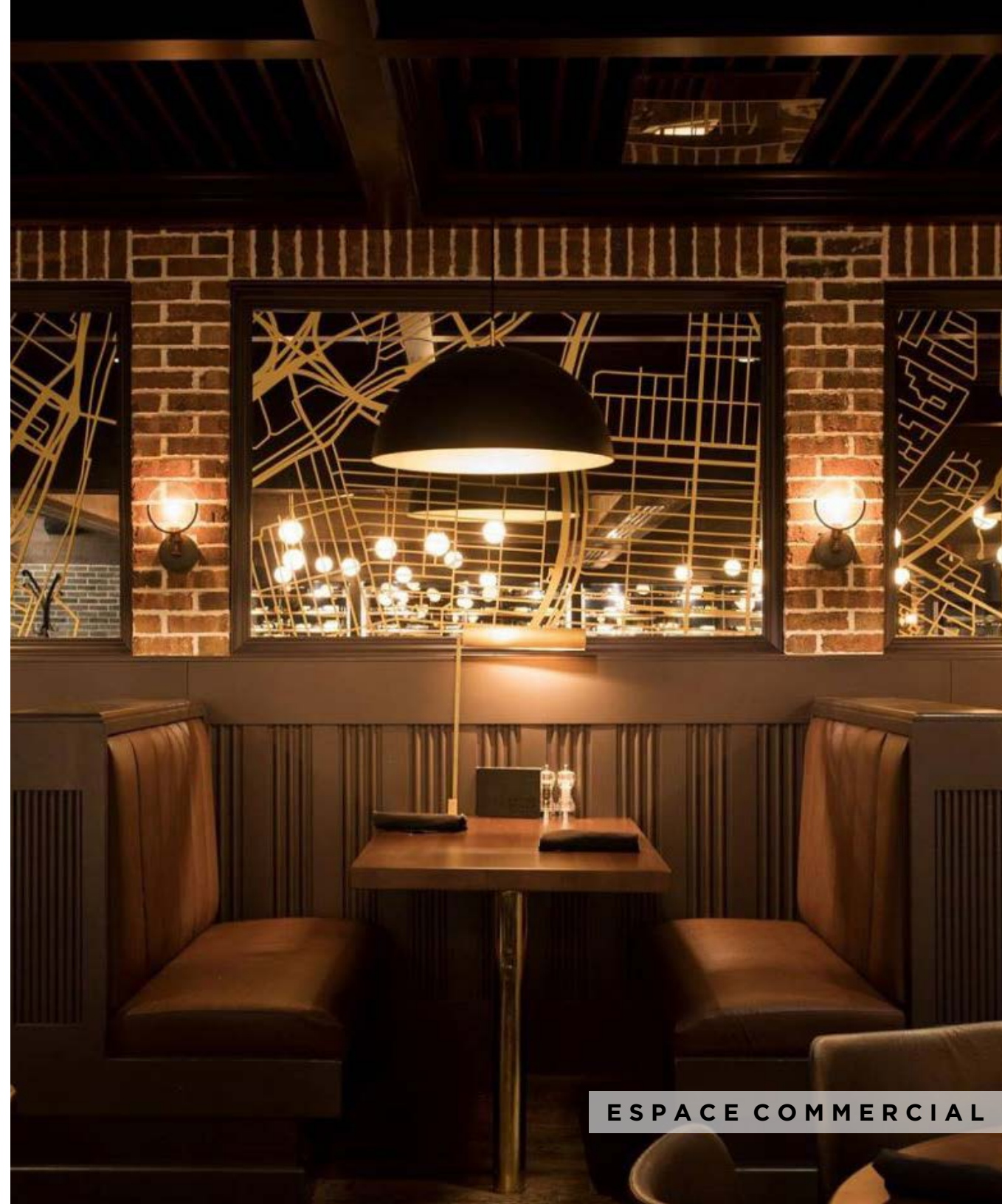
Le choix des couleurs dans un espace clinique ne doit jamais être sous-estimé. Les couleurs ont un impact puissant sur nos émotions, notre bien-être, et notre perception de l'environnement qui nous entoure. Dans le contexte d'une clinique de fertilité, où les patients vivent des moments émotionnellement sensibles, les couleurs peuvent jouer un rôle crucial pour évoquer un sentiment de réconfort, de sérénité et d'espoir.

Ma sélection couleurs pour la nouvelle clinique de Fertilys en Montérégie visait à mieux accompagner les patients lors de leur processus unique pour devenir parents.



BÂTON ROUGE

Dans le cadre des restaurants Bâton Rouge, une révision de l'image projetée par les établissements était nécessaire afin d'attirer une clientèle plus jeune, tout en préservant la loyauté de sa clientèle initiale qui a soutenu la chaîne depuis ses débuts. Mon rôle consistait à garantir une harmonisation des choix de couleurs, en alignant ces décisions sur les objectifs du client et créer un équilibre visuel qui séduirait à la fois les nouveaux clients et habitués de la place.



ESPACE COMMERCIAL

RAPPORT TENDANCES

Analyser, comprendre et prédire les tendances de marché est la clé du succès dans plusieurs industries. M'étant illustrée comme experte en la matière en prédisant la couleur de l'année Pantone à trois reprises, je suis la personne toute désignée pour produire un rapport de tendances unique adapté à vos besoins et à votre industrie.



headster

Pour Headster Kids, ma mission consistait à élaborer un rapport tendances, puis à extrapoler ce rapport en une variété d'options de palettes de couleurs. L'objectif était de fournir une source d'inspiration pour l'équipe en charge de la conception des accessoires afin de faciliter leur travail de création d'une collection dynamique et attrayante pour leur clientèle cible en fonction d'une saison donnée.



RAPPORT TENDANCES

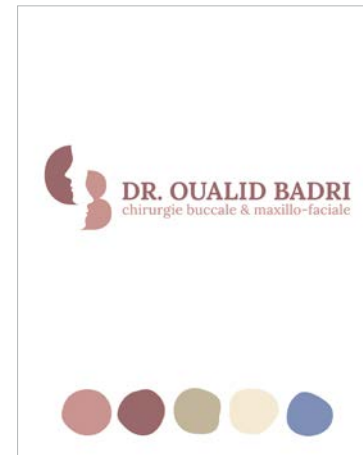
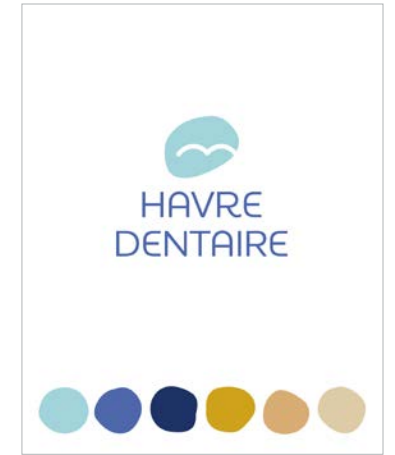
IMAGE DE MARQUE

Les services d'image de marque que je propose sont imprégnés d'une compréhension unique de la psychologie de la couleur, ce qui distingue mon approche. J'ai la capacité de déployer cette compréhension au profit des marques que je sers, en créant des identités visuelles qui transcendent la simple esthétique. Mon expertise en matière de couleur me permet d'aller au-delà des apparences pour forger des connexions émotionnelles profondes avec le public, de renforcer la reconnaissance de la marque et d'influencer positivement les comportements d'achat. En collaborant avec moi, votre marque bénéficiera d'un avantage stratégique qui va bien au-delà du simple choix de couleurs.



IMAGE DE MARQUE

Voici quelques exemples d'images de marques sur lesquelles j'ai eu la chance de travailler au cours des dernières années. En m'appuyant sur un processus de recherche unique, j'ai créé l'ADN de chacune de ces marques, en mettant particulièrement l'accent sur la manière dont leurs couleurs contribuent à forger leurs identités distinctives.



FORMATIONS

Dans les dernières années, j'ai évolué en tant que formatrice et conférencière. J'ai partagé mes connaissances avec passion et ai eu le privilège d'inspirer de nombreuses personnes grâce à mes enseignements.

Ayant collaboré avec des clients de renom tels que *Formica*, *Benjamin Moore* et *Index-Design* pour créer des formations de haut niveau. Ma maîtrise de la psychologie de la couleur, mon dynamisme et son approche pratique sont des atouts essentiels pour mes clients.

En plus de disposer d'un éventail de conférences et cours déjà prêts à être livrés, je conçois des formations sur mesure spécifiquement adaptées à votre industrie, garantissant une réponse précise à vos besoins de développement professionnel.

Mes services de formation sont éligibles à la loi du 1% pour le développement de la main-d'œuvre et peuvent aussi être accréditées par l'APDIQ.

CLIENTS

qui ont eu recours à mes services de formation

 **simons**

FENIX™

BMO 


Benjamin Moore®

 **AIGA** the professional association for design

 **THE CREATIVE CIRCUS**

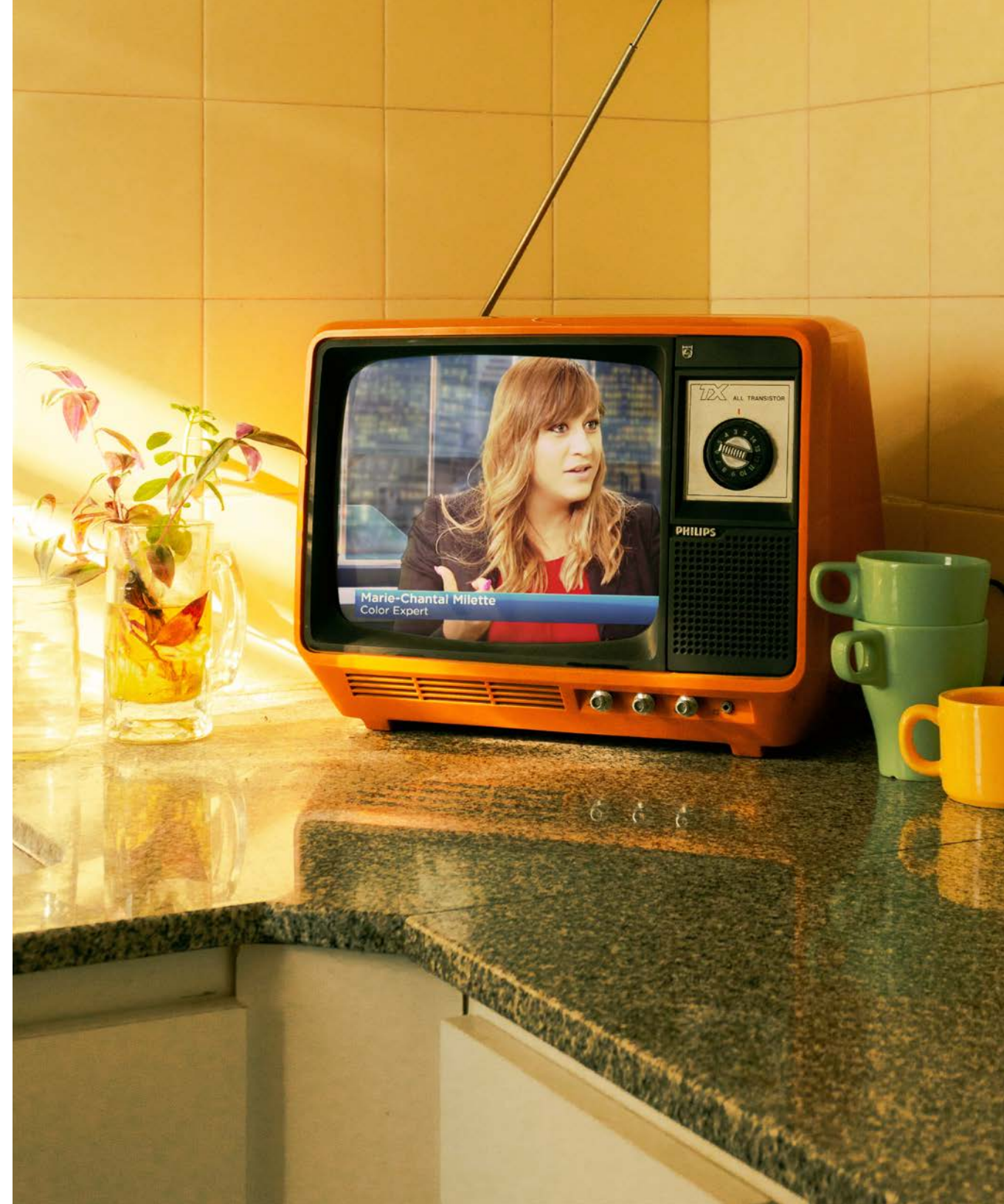
INDEX DESIGN



DANS LES MÉDIAS

Avec une expérience significative dans les médias traditionnels et une présence active sur les médias sociaux, j'ai eu le privilège d'animer plusieurs chroniques sur la couleur à l'émission *Salut Bonjour*. J'ai aussi rédigé de nombreux articles et accordé de nombreuses entrevues sur le sujet, apportant ainsi une expertise incontestable au contenu journalistique. Ma passion pour la couleur m'a permis d'explorer en profondeur ses diverses facettes, et je suis toujours prête à partager mes connaissances.

N'hésitez donc pas à me contacter pour toute demande d'entrevue ou collaboration future. Je suis enthousiaste à l'idée de continuer à contribuer à la conversation sur la couleur et à enrichir vos projets médiatiques.



PRENONS UN CAFÉ

Prêts à propulser votre entreprise
au niveau supérieur grâce à la couleur?

Prenons un café!





Marie-Chantal Milette, Experte Couleur et Fondatrice, Kryptonie l'Agence Couleur
514.267.6274 | marie@kryptonie.com | kryptonie.com