



## EXPERTISE PORTFOLIO



Pascal Viguiier

### Les coups de cœur du CEO de **Curius**

Tous les jours, la même question se pose : comment le design favorise-t-il l'interaction entre les marques et leurs publics ?

Ma réponse : remettre constamment l'humain au cœur du processus de design. Comment ? En utilisant le pouvoir de la curiosité, pour transformer les marques en signes de ralliement, en espaces de dialogue partagés, réels ou virtuels, en personnes qui nous parlent. Car c'est en étant curieux à la fois des marques et de leurs consommateurs qu'on les relie profondément, durablement... et avec audace. C'est cela, un design qui connecte !

### Biographie

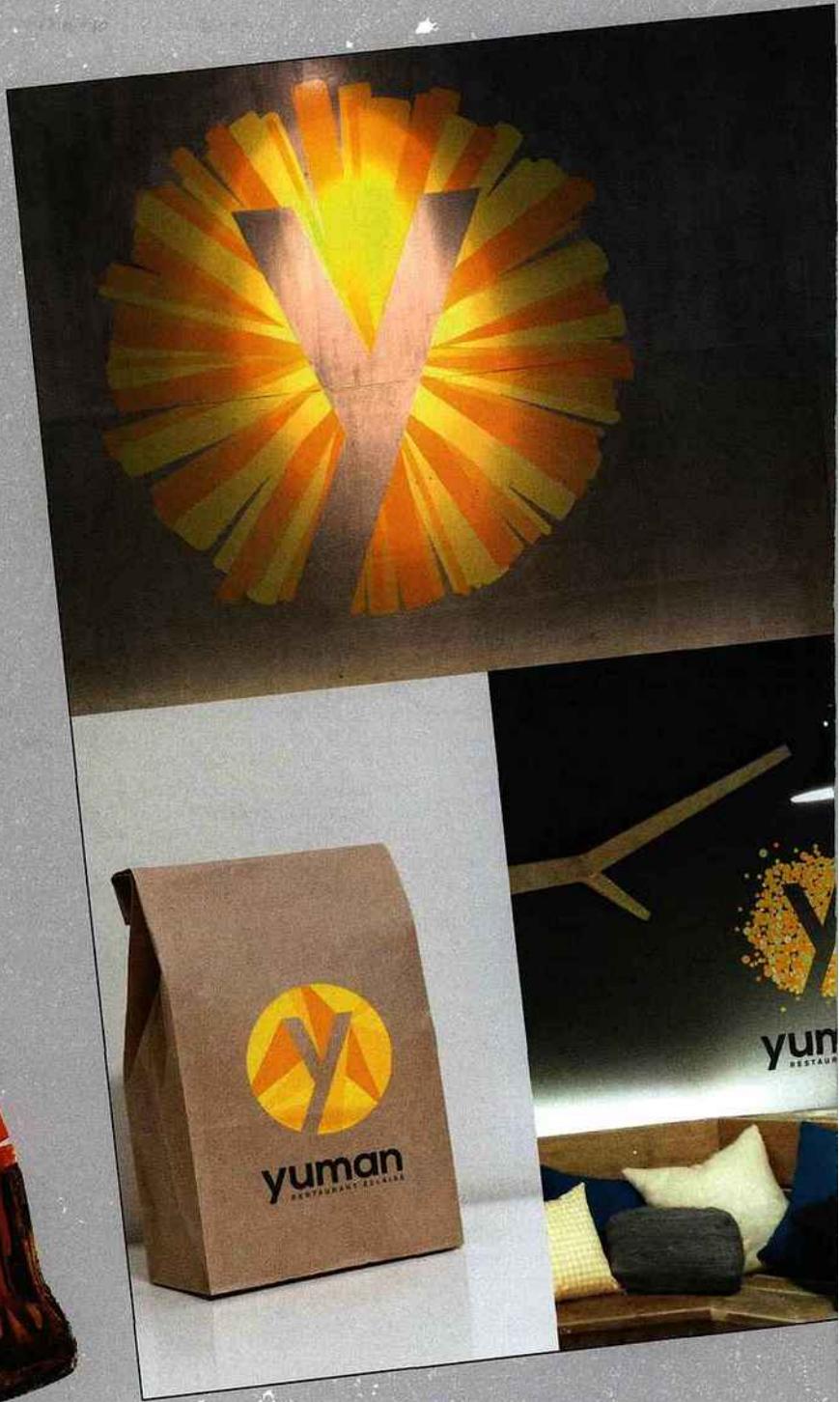
Fondateur et CEO de l'agence de design Curius, Pascal Viguiier s'appuie sur un double parcours Publicité (Synergie, Entente Delacroix) et Design (Lonsdale, Fitch, Saguez & Partners).



**OGILVY POUR "SHARE A COKE"**  
Le marketing personnalisé et émotionnel a fait recette avec cette campagne qui doit son succès à la participation et à l'implication des consommateurs.

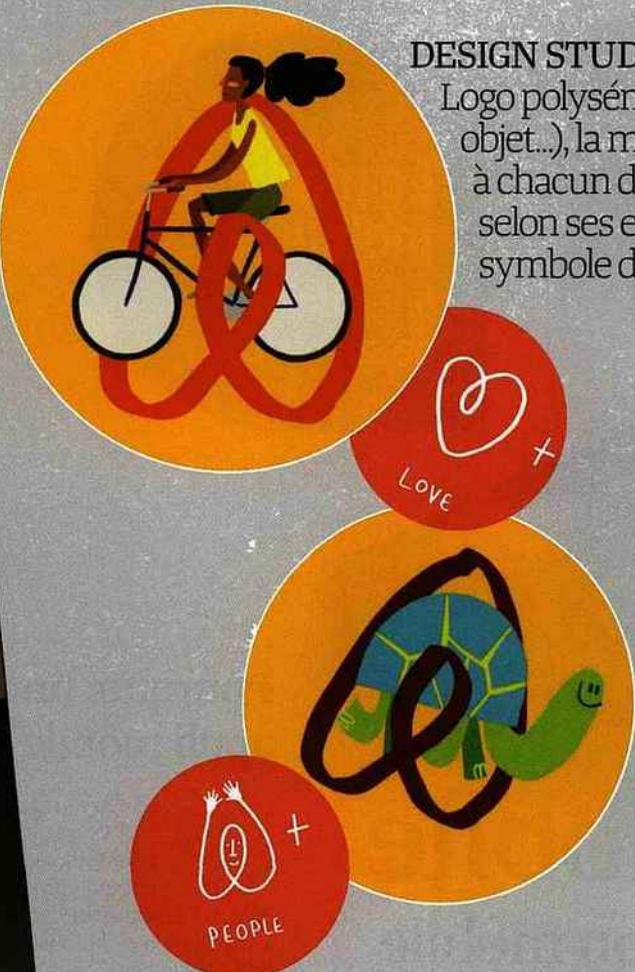


COCA-COLA



**CURIUS POUR YUMAN**  
Manger (bio, local, responsable) peut devenir un acte citoyen. C'est le pari de l'agence et de son client en intégrant ce concept dans le nom Yuman et le design de ce restaurant éclairé. We are all Yuman !





**DESIGN STUDIO POUR LE BELO D'AIRBNB**  
Logo polysémique (A, esperluette, personnage, objet...), la marque offre la possibilité à chacun de l'adapter et le modifier selon ses envies de le transformer en symbole de discussion et de partage.



**RAAF POUR THE END OF SITTING**  
Le design de ces bureaux, une invention néerlandaise, revisite notre rapport au travail en se recentrant sur le bien-être et privilégie la position debout ou semi-assise.



**MARK ONE POUR MY VESSYL**  
Réguler son poids comme sa dose de caféine et de sucre par jour... My Vessyl, c'est l'avenir de la consommation connectée dédié au bien-être.



**I amsterdam.**

**KESSELSKRAMER POUR I AMSTERDAM**  
C'est l'histoire d'une simple campagne marketing lancée par la région et devenue la marque favorite de ses habitants. Plus besoin de com' pour se propager, le slogan est maintenant une expression, une affirmation, l'icône de la ville.

