



milkshake®

copyright © 2023  
milkshakeparis.co / @milkshakestudio.co

Agence de Création et Stratégie.  
Un studio au service des marques  
et du consommateur.



# L'agence

STRATÉGIE ET CRÉATION

Un modèle hybride qui prend part à toutes les étapes de communication d'une marque. Qu'elle soit déjà bien installée ou qu'elle se lance sur son marché, le studio Milkshake saura s'adapter aux besoins de la marque à l'instant T et trouver les mécaniques tactiques. Donner vie aux idées, en alliant bienveillance et accessibilité. Décloisonner les expertises pour créer l'impact et des résultats à long terme.

Milkshake est composée d'une équipe de 10 talents, en planning stratégique, web & design graphique et gestion de projet ainsi que de nombreux partenaires experts sur tous les projets proposés.



## BRAND STRATEGY

Identité de marque *Stratégie digitale* Plateforme de marque *Naming* Positionnement *Recommandations stratégiques* Storytelling *Audit de marque* Études qualitatives & quantitatives *Trend book*

## BRAND DESIGN

Concepts créatifs *Charte graphique* Logotype *Identité visuelle* (Re)branding *UI/UX Design* Édition *Print* Packaging *Création de contenus* Scénographie

## BRAND PRODUCTION

Content production *Brand content* Event production *Web & app* Influencers activation *Shooting* Live shopping *Media training* Promotion d'artistes *Non-Fungible Token (NFT)* Sound Design





# Claudie Pierlot

PLANNING STRATÉGIQUE, DIRECTION ARTISTIQUE & EDITION

**savoir-faire** Un art du décalage bien affirmé. Plus de trente ans après leur création, les pièces iconique de Claudie Pierlot séduisent toujours autant. Mais si les fondamentaux de la marque sont toujours les mêmes, ils sont sans cesse revisités, réinterprétés, décalés, c'est le twist Claudie. Une mode féminine audacieuse et élégante, avec le sens du détail qui séduit à l'international.

Milkshake accompagne Claudie Pierlot dans ses prises de parole, plus particulièrement sur la première édition print de la Gazette Claudie. Un journal imaginé, conçu et édité par l'agence.



# Guerlain

TREND BOOK & ICONOGRAPHIE

**savoir-faire** Depuis 1828, Guerlain explore, innove et sublime. En parfum, en soin, en maquillage. Des créateurs audacieux, des créations mythiques, des savoir-faire intemporels. La Nature et l'Art comme sources d'inspiration. La Culture du Beau en signature. Le parfumeur français Guerlain a fait appel au studio milkshake pour l'accompagner dans la compréhension de l'évolution des comportements de consommation et des tendances 2022-2023. Nous avons réalisé un trend book sur les tendances hairstyle à l'échelle internationale, à destination des équipes innovation et marketing. Nos recherches ont permis l'optimisation de la stratégie de communication sur le marché asiatique.





# Walk in Paris

PLANNING STRATÉGIQUE & CAMPAGNE ONLINE

**savoir-faire** Décrit par les Inrockuptibles comme « l'un des collectifs parisiens les plus effervescent du moment », la marque Walk In Paris fondé par Gary Neveu et le danseur Léo Walk ne cesse de nous surprendre. Au-delà d'un univers accompagné de musique, de poésie, de danse et d'art au sens large, Walk In Paris propose des lignes prêt-à-porter aux accents urbains, vintages et intemporels. Habitée aux collaborations héritages avec de grands noms tels que Lacoste, Parobot et aujourd'hui Schott, la marque Walk In Paris lance sa première collection de maroquinerie.

Les Walkers peuvent désormais se fournir en porte-monnaie, porte-carte, besace ou sacoche dans la boutique du 10<sup>ème</sup> arrondissement de Paris ou sur le site e-commerce. C'est pour accompagner le développement de cette nouvelle collection que Walk In Paris a fait appel à Milkshake. La marque confie à l'agence sa stratégie Méta et ses publicités digitales afin d'atteindre ses objectifs en ligne.



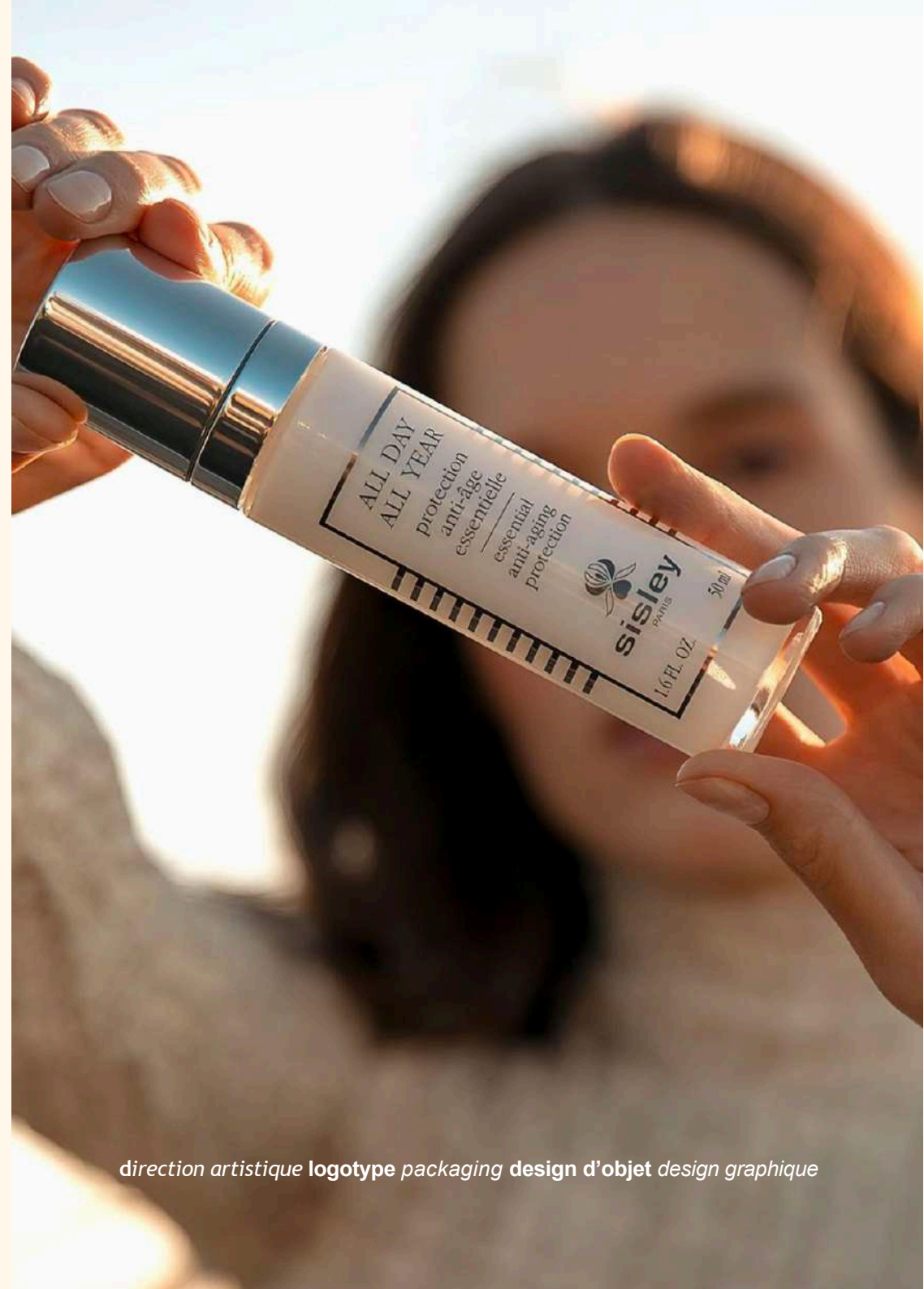
# Sisley Paris

DIRECTION ARTISTIQUE, LOGOTYPE & PACKAGING

**savoir-faire** Sisley Paris est reconnue à travers le monde pour la haute qualité de ses produits, l'efficacité des actifs naturels et leur grande sensorialité. Ces produits sont régulièrement récompensés par les plus grands prix internationaux.

L'histoire de Sisley est basée sur une aventure familiale et plus de 80 ans d'expérience et de recherche.

Nous accompagnons Sisley Paris en direction artistique et en design graphique pour l'adaptation de son logo ainsi que pour le lancement de sa nouvelle gamme. Nous avons également repensé le design d'objet afin de moderniser l'ensemble de ses contenants.



direction artistique **logotype** packaging design d'objet design graphique



# Philip Karto

PLANNING STRATÉGIQUE, DIRECTION ARTISTIQUE & SCENOGRAPHIE

**savoir-faire** L'amour de Philip Karto pour la mode a commencé dès son plus jeune âge, alors qu'il observait et admirait les détails complexes des vêtements portés par les membres de sa famille. Depuis sa création, la marque Philip Karto est synonyme de luxe et de savoir-faire exceptionnel. En incorporant des designs innovants à des matériaux de haute qualité réutilisés, Philip Karto a fédéré une clientèle fidèle qui apprécie l'attention portée aux détails et l'esthétique unique que ses produits incarnent.

Milkshake accompagne Philip Karto sur la direction artistique et la scénographie d'espace de ses premières boutiques en Europe, au Moyen-Orient, en Asie et au Etats-Unis ainsi que sur ses campagnes de lancement 360.





# Uriage

PLANNING STRATEGIQUE, DIRECTION ARTISTIQUE & CAMPAGNE

**savoir-faire** Depuis 1992, les Laboratoires Dermatologiques Uriage créent des soins dermo-cosmétiques innovants.

Les produits bénéficient des propriétés de l'Eau Thermale d'Uriage, associées à des actifs reconnus pour leur efficacité et leur tolérance. C'est grâce à cette expertise que les produits de soins d'Uriage sont prescrits par les dermatologues et recommandés par les pharmaciens du monde entier.

Milkshake soutient Uriage dans la création de campagnes publicitaires, dans le naming de produits phares ainsi que dans le design et la conception de packaging.

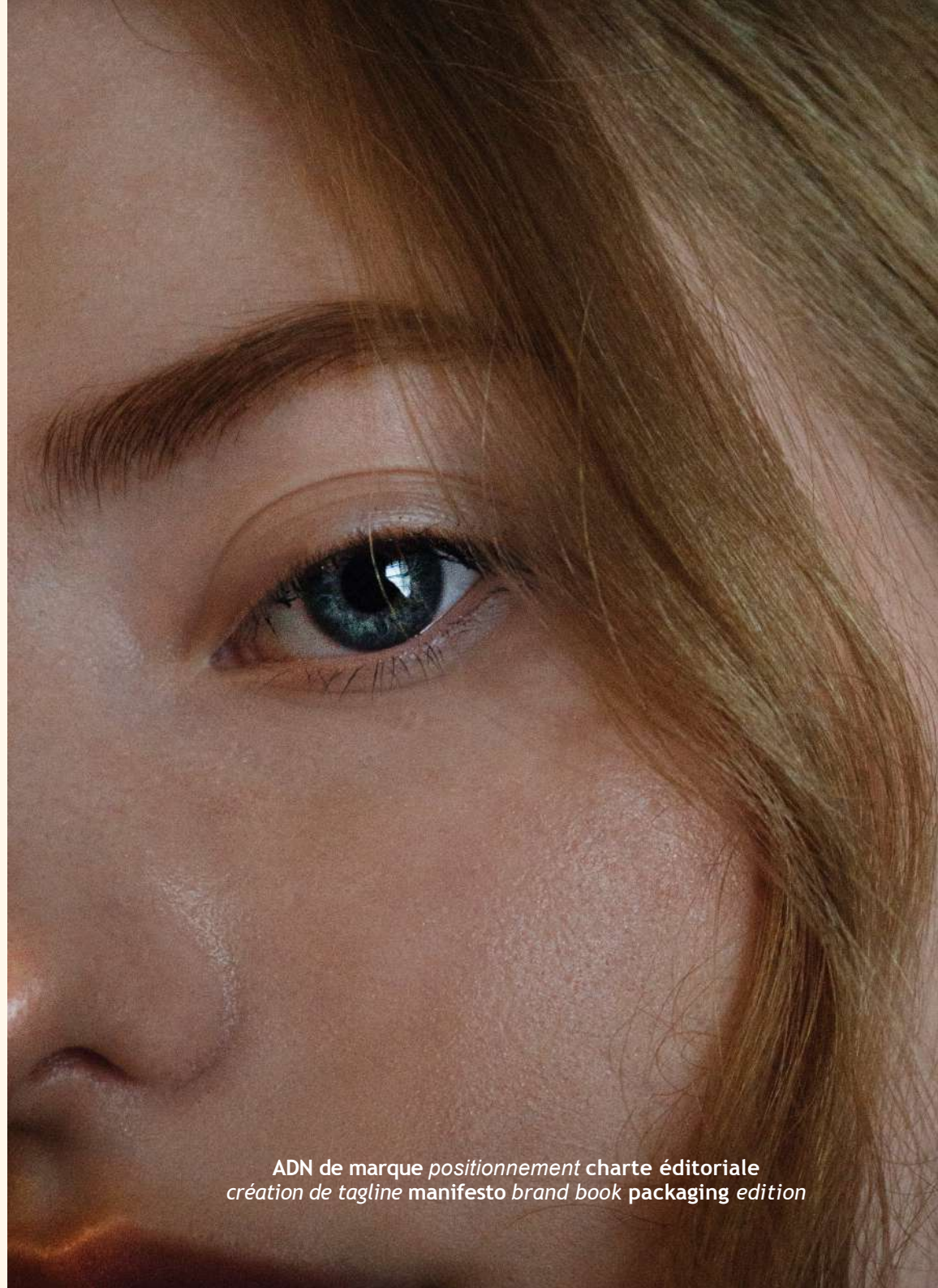


# *Madame la Présidente*

PLANNING STRATEGIQUE, DIRECTION ARTISTIQUE & CAMPAGNE

**savoir-faire** Madame la Présidente est une marque de haircare engagée répondant aux problématiques capillaires les plus fréquentes au travers de routine In & Out. La marque propose une gamme de produits ayant une efficacité cliniquement prouvée pour tous les types de cheveux allant du complément alimentaire au soin définissant. Chacune des formulations est naturelle, exclusive et fabriquée en France.

Milkshake a accompagné Madame la Présidente dans la création de son positionnement de marque, de sa tagline et son manifeste, ainsi qu'en direction artistique au travers d'un rebranding de son identité visuelle et la refonte de ses packagings. Par ailleurs, milkshake a également pensé une recommandation stratégique et créative pour soutenir ce nouvel ADN avec des activations on et offline (édition de journal, série de podcast..)





# Tajine banane

PLANNING STRATÉGIQUE, DIRECTION ARTISTIQUE & SCENOGRAPHIE

**savoir-faire** Fondé en 2018 par Alison Cavaille, TajineBanane est la marque de référence de vêtement d'allaitement. Afin de casser les codes et démocratiser l'allaitement « partout et tout le temps », Tajine Banane, propose un vestiaire audacieux, tendance et engagé. Engagé depuis ses débuts la marque soutient plus d'une dizaine d'associations dont, entre autres, la Fondation des femmes, Utopia56, Toutes à l'abri.. Forte de son audience (+ 220 000 followers sur les réseaux sociaux ) engagés, Tajine Banane propose étend aujourd'hui ses créations aux hommes et à la famille plus largement.

Milkshake accompagne la marque dans sa campagne 360 durant la semaine mondiale de l'allaitement maternel avec le concept « It's training milk » qui se décline autour d'un Pop up / Coffee shop à Paris, d'affichage sauvage, d'influence et relation presse soutenu par une stratégie de contenu sur les réseaux sociaux.



# Waam

CAMPAGNE D'INFLUENCE

**savoir-faire** Marque inclusive de cosmétique naturels, bio et made in France. Waam fête ses 5 ans en 2021 et à cette occasion nous les accompagnons sur leur campagne de communication. Nous avons créé la campagne d'influence avec une émission mêlant influenceurs food et beauté. Un jury d'experts beauté note des influenceurs food sur la réalisation de recettes cosmétiques donnant l'illusion de recettes culinaire. Pour Waam nous avons également fait une campagne d'acquisition durant 6 mois avec des ads social, créations de bannières et A/B test.





# Kenzo

UI/UX DESIGN & PLANNING STRATÉGIQUE

**savoir-faire** Depuis 50 ans, Kenzo insuffle une énergie positive et une liberté contagieuse en revendiquant une mode polychrome, audacieuse et sans frontière qui célèbre la nature et la diversité culturelle. Fondée à Paris en 1970 par Kenzo Takada, la Maison ne cesse de cultiver et réinterpréter avec modernité les codes qui font sa singularité: la mixité des imprimés, l'accord de couleurs raffinées et une créativité exubérante et sophistiquée empreinte d'optimisme et d'impertinence. Nous avons accompagné la marque sur une refonte globale du site e-commerce en adéquation avec l'univers Kenzo, établi un planning stratégique et réalisé a création de contenu inspirant pour la cible.



# Baija Paris

PLANNING STRATÉGIQUE & DIRECTION ARTISTIQUE

**savoir-faire** Baija est une marque de cosmétiques et parfums d'intérieurs créée en 2012. La marque propose des univers olfactifs exclusifs, des associations inattendues, tout cela avec une fabrication 100% made in France et des ingrédients d'origine naturelle. Sa renommée n'est plus à faire, puisque la marque a rejoint les rayons de grandes enseignes comme Monoprix. Milkshake a accompagné Baija dans la refonte de sa marque avec la création d'un ADN de marque. Nous avons repositionné la marque avec un ADN centré sur l'optimisme, l'émotion et l'expérience. Ce nouveau positionnement se traduit par des valeurs autour du self empowerment, l'art du soin et la proximité. Bien plus qu'une marque, Baija devient un accompagnateur du quotidien. L'évasion souvent utilisée par les parfumeurs est renforcée ici par la personnalité positive et fun de Baija.





# Café Lomi

Direction artistique & Planning stratégique

**savoir-faire** Créé en 2010, Café Lomi s'est imposé dans le monde du café de spécialité en proposant un triptyque inédit : café, équipement, et accompagnement. Lomi propose alors des cafés de spécialité sur-mesure « du grain à la tasse », des formations approfondies, et un accompagnement sur mesure sur l'équipement pour plus de 300 hôteliers et restaurateurs.

Lomi sélectionne méticuleusement ses grains auprès de petits producteurs (Brésil, Honduras, Éthiopie, Colombie...), en privilégiant des pratiques agricoles responsables et éthiques, puis torréfie dans la Drôme à Poët-Laval.

Milkshake a accompagné Lomi dans la définition de sa charte graphique, la création de guidelines d'image, ainsi que sur la création d'assets de communication.



# KUANTOM

CONCEPT CRÉATIF & PRODUCTION VIDEO

**savoir-faire** Kuantom est le point de rencontre entre la technologie et la mixologie. Leur innovation a pour but de démocratiser les créations de mixologues sans concession sur l'expérience et la qualité.

Aujourd'hui, Kuantom (groupe Moët Hennessy) partage cet art de vivre à la française avec bar, restaurant, hôtel, casino, navire de croisière en respectant toujours l'héritage de ce savoir faire traditionnel.

Milkshake est fier d'accompagner Kuantom sur sa production de contenu vidéo, du concept artistique et publicitaire jusqu'à la réalisation.





# John Hamon

DIRECTION ARTISTIQUE & ARTWORK

**savoir-faire** Vous avez sans doute déjà croisé son visage, sur des affiches collées dans tous les arrondissements de Paris, projetées sur les murs des plus grands musées (Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, Palais de Tokyo, Centre Pompidou, Musée du Louvre, Vuitton Fondation...) et monuments historiques (Tour Eiffel, Arc de Triomphe, Assemblée Nationale...), et depuis peu sur les billets de banque : John Hamon, pionnier de l'art urbain, est aussi l'un des artistes contemporains les plus visibles sur le web et les réseaux sociaux. il décrit ainsi sa motivation : « C'est la promotion qui fait l'artiste ou le degré zéro de l'art » Pour le street artiste, nous avons choisi de donner un ton à la fois vintage et rétro futuriste à l'identité de sa campagne. L'objectif est de se démarquer de l'identité très moderne des campagnes actuelles et d'éveiller des souvenirs auprès du public. Le souvenir pas si lointain d'une époque révolue. Nous avons pensé l'affiche principale de la campagne comme une Madeleine de Proust, en nous inspirant de celle en 8 bits de François Mitterrand en 1981. Le style graphique de cette affiche fait résonner le nom du parti ainsi que son idéal, un univers lié à la blockchain pour donner la parole au peuple.

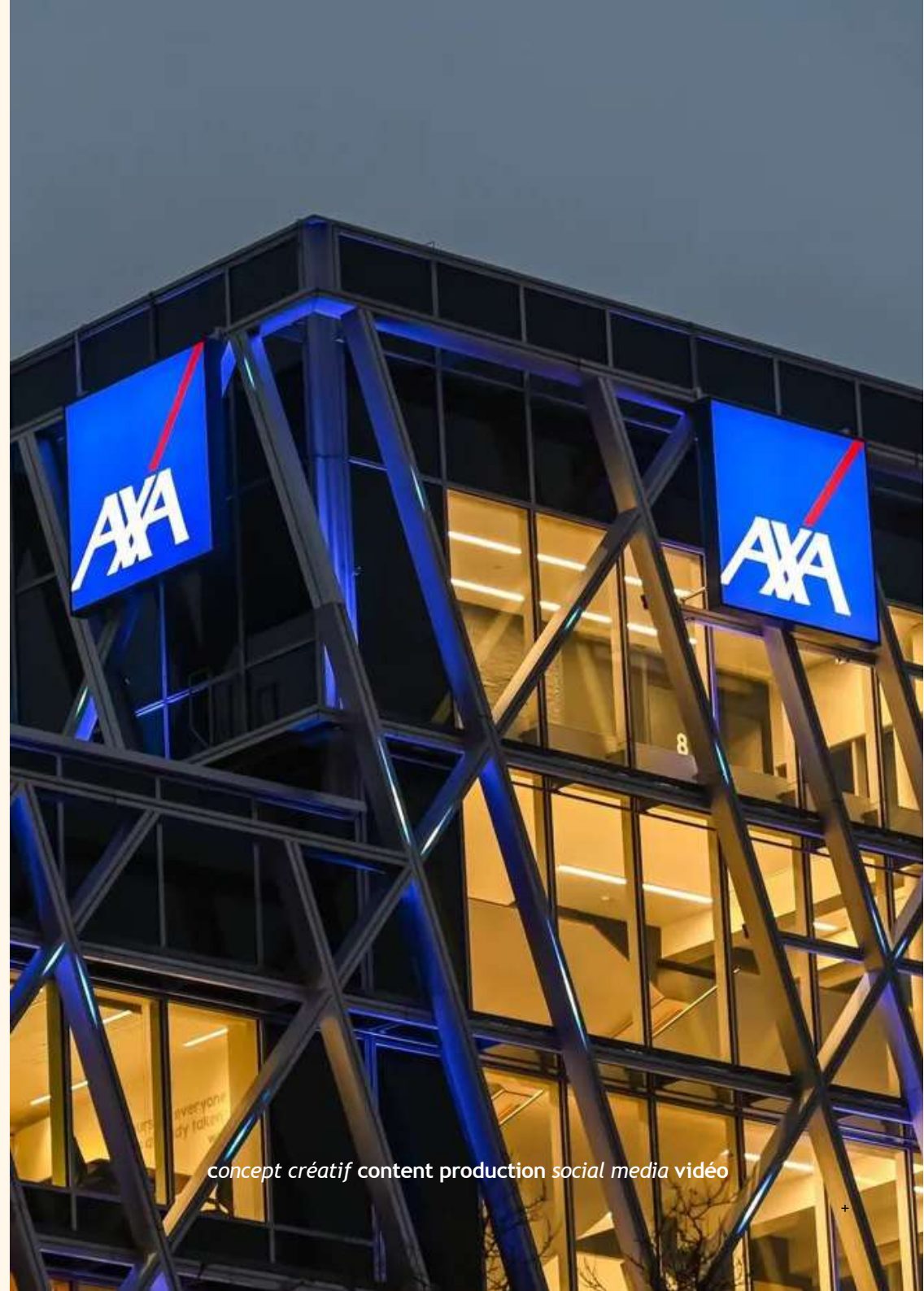


# AXA

CONTENT PRODUCTION & SOCIAL MEDIA

**savoir-faire** Depuis sa création en 1985, AXA est devenue une des marques françaises parmi les plus reconnues mondialement. Présente dans 64 pays et comptant près de 107 millions de clients, Axa a à cœur de se réinventer sans cesse pour simplifier l'assurance.

Nous avons accompagné la marque dans la réalisation d'une campagne de social media pour le recrutement de nouveaux talents. Nous avons pensé un concept autour de 3 sites en Europe visant à mettre en lumière l'agilité, la culture des équipes autour du monde ainsi que les valeurs fondamentales de la marque.





# ***Bouygues construction***

DIRECTION ARTISTIQUE & SHOOTING

**savoir-faire** Avec plus de 30 000 collaborateurs et intervenant dans 60 pays, Bouygues Construction conçoit, réalise, et réhabilite les infrastructures et les bâtiments essentiels pour une société durable. Marque française prônant la beauté de construire et l'aventure humaine autour de ses métiers, Bouygues construction a fait appel à Milkshake afin d'établir de nouvelles guidelines image axées valeurs.

Nous avons accompagné la marque dans la définition de sa nouvelle direction artistique, de ses prises de vues signatures à son traitement de l'image. Cette nouvelle direction a été infusée lors de plusieurs shootings pour les supports digitaux et print de la marque.



# Wojo

PLANNING STRATÉGIQUE & COMMUNICATION 360°

**savoir-faire** Nextdoor devient Wojo suite à l'association de deux actionnaires : Accor et Bouygues Immobilier. Dans le cadre du revamping de la marque nous avons accompagné Wojo pour le planning stratégique à savoir, le positionnement de la marque, l'audit et le concept créatif pour campagne d'affichage à l'échelle nationale avec une augmentation de +50% sur LinkedIn. Expansion des Wojo office à Paris, Monaco, Lille...





# Hanzô

LOGOTYPE, WEB DESIGN & NFT

**savoir-faire** Hanzô est une Fintech dédiée à la Blockchain. Convaincu que la Blockchain peut apporter des réponses aux problématiques de transparence de données (ESG, taxonomie verte, gouvernance et data décentralisées) et est indispensables au financement d'une économie responsable, Hanzô porte une approche au triptyque : technologie, expertise financière, engagement. Nous avons accompagné la marque spécialiste des sujets de Smartcontract, Security Token, Tezos Finance et legal dans la conception de son identité visuelle (logo et charte graphique) et dans son premier projet de NFT.

HANZÔ

FROM WINE & FINANCE CLUB

## THE WAFFERS

NFTS DESIGNED BY MILKSHAKE STUDIO



non-fungible token (NFT) *logotype illustration*  
*charte graphique direction artistique iconographie*

# Kokoon

IDENTITÉ VISUELLE & PLANNING STRATÉGIQUE

**savoir-faire** La start-up Prop Tech propose une offre unique en France consistant en un service hyper-personnalisé de chasse immobilière dédiée à la location. Kokoon propose de mettre en contact le chasseur ou « Kokooner » qui « matchera » le mieux avec le futur locataire pour trouver au plus vite son prochain logement. La société regroupe aujourd'hui une vingtaine de collaborateurs au siège parisien et plus de 160 Kokooners sur les 15 plus grandes villes françaises. Nous avons accompagné Kokoon, marque de prop tech dans sa nouvelle identité visuelle, ses relations presse et sa communication événementielle.





# Sayna

IDENTITE VISUELLE, UI/UX DESIGN & BRAND CONTENT

**savoir-faire** Fondé en 2018, la start-up EdTech a pour objectif de pousser des générations de Malgaches à améliorer leurs conditions de vie grâce au code. SAYNA propose un écosystème 360 interconnecté pour les porteurs de projets, apprenants et développeurs. Au travers de son Academy, la marque a développé une formation gamifiée en ligne, sous forme d'un jeu vidéo à dérouler sur une durée de trois à six mois. Une fois les compétences techniques validées, les apprenants réalisent - contre rémunération - des micro-tâches de développement pour le compte d'entreprises et d'institutions sur deux continents.



ui/ux design identité visuelle brand content refonte site web

## NOS OUTILS

+ milkshake réalise des études et tendances avec des outils précis de collecte de datas sur les sujets de consommation, couvrant tous les secteurs : mode, luxe, food, lifestyle, assurance, banque, automobile, cosmétique, santé

+ milkshake analyse l'audience de ses clients grâce à des outils de social listening

**KANTAR**



**WGSN**





## Convictions

Les campagnes de persuasion rationnelles produisent de puissants effets commerciaux à court terme et sont donc très séduisantes. Mais elles ne suffiront pas à offrir un maximum de succès à long terme.

La familiarité perçue et la popularité des marques renforcent leurs attraits et leur saillance au niveau individuel. Cela stimule le succès commercial.

Les conso-acteurs affectionnent particulièrement les marques dont ils se sentent émotionnellement proches.

Les campagnes très créatives sont fortement associées à la fois à des réactions émotionnelles et à la renommée d'une marque. Elles sont en moyenne 10x plus efficaces et efficientes (source IPA Databank). Elles génèrent plus de puissance à long terme.

Il faut développer une communication créative soutenue par de multiples activations pour générer des ventes à court terme pendant que la marque prend de l'ampleur.



ILS NOUS FONT CONFIANCE





CONTACT

[hello@milkshakeparis.co](mailto:hello@milkshakeparis.co)  
+33 (0)7 8229 6107

instagram / @milkshakestudio.co  
linkedin / milkshake paris

WEBSITE

[www.milkshakeparis.co](http://www.milkshakeparis.co)



**« Creative without strategy is called art,  
creative with strategy is called advertising. »**

—Jef I. Richards