

☎ 06 12 51 47 24

✉ leonard.taieb@gmail.com

📍 Paris, 75002

# Portfolio Créatif

*“La culture de la simplicité”*

par Léonard Taïeb

[www.leonardtaieb.com](http://www.leonardtaieb.com)

# TABLE DES MATIÈRES

La simplicité est l'art de rendre simples, lisibles, compréhensibles les choses complexes.

De même que complexe ne doit pas être confondu avec compliqué, simplexe ne doit pas être confondu avec simple.

Une "chose simplexe" est une "chose complexe dont on a déconstruit la complexité que l'on sait expliquer de manière simple".

**03** [À propos](#)

**05** [Vision](#)

**06** [Skills](#)

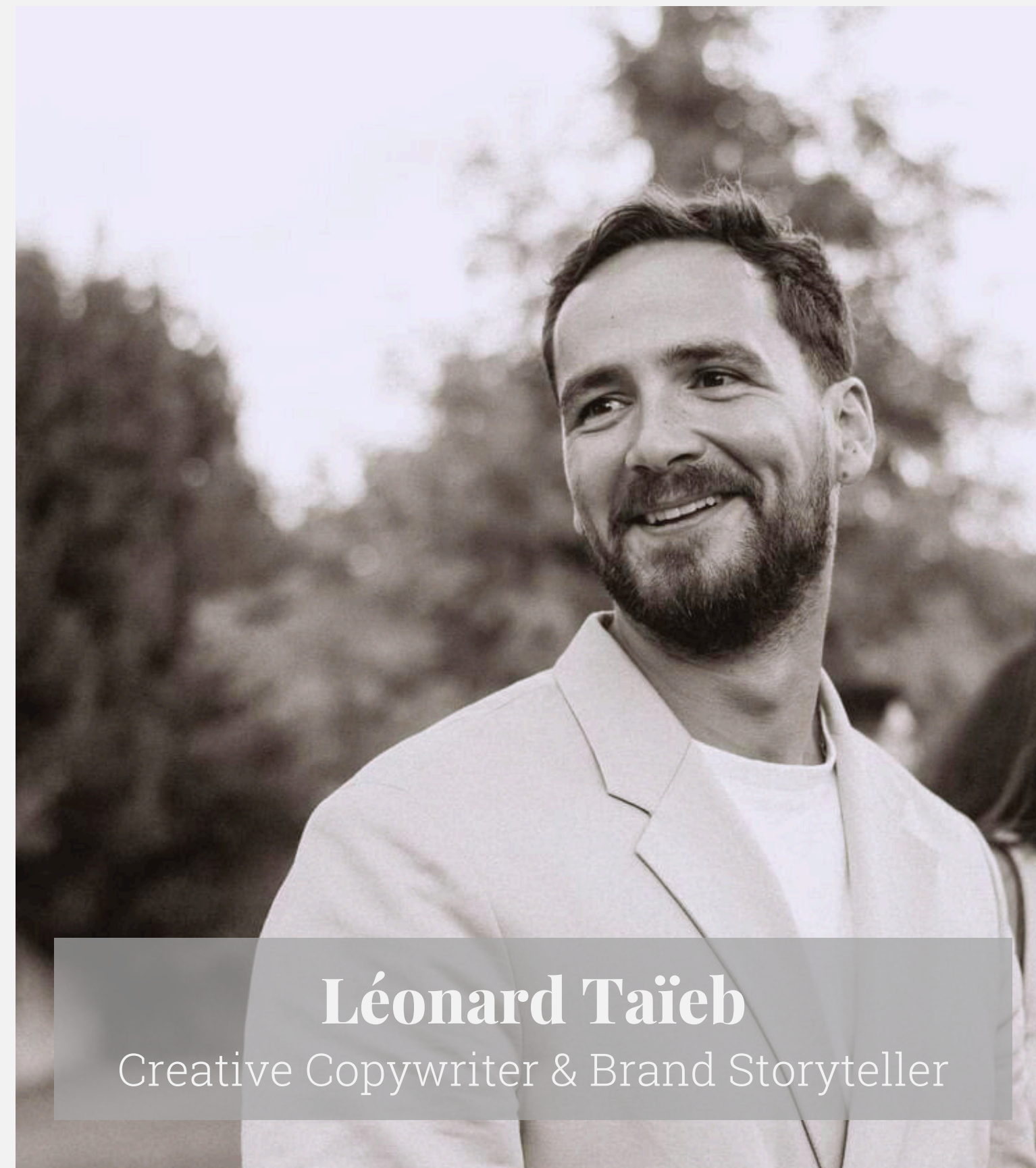
**07** [Projets Portfolio](#)

**13** [Annexes](#)

**16** [Contact](#)

# À propos de moi

Mon expertise s'étend de la conception de stratégies éditoriales percutantes à la direction de projets visuels, en passant par le storytelling, le print, le digital et les activations sur les réseaux sociaux. Polyvalent et créatif, je sais faire naître des idées, les structurer et les transformer en contenus impactants, tout en respectant l'ADN des marques et les attentes de leurs audiences.



**Léonard Taïeb**

Creative Copywriter & Brand Storyteller

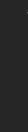
# À propos de mon parcours

Mon parcours s'est construit autour de la diversité des métiers de la création, des projets et des expériences, alliant la rigueur de la conception-rédaction à la vision globale de la direction artistique.

Cette diversité m'a enrichi, me donnant la capacité de créer des stratégies créatives à forte valeur ajoutée, où chaque mot et chaque visuel résonnent ensemble.

**STEELCASE**, Paris

Copywriter



**FREELANCING**, Paris

Copywriter / Art Director



**GETIR**, Paris

Copywriter



**ALTICE MEDIA ADS & CONNECT**, Paris

Concepteur-rédacteur brand content



**STUDIO M, GROUPEM, WPP**, Paris

Concepteur-rédacteur



**LAGARDÈRE PUBLICITÉ**, Paris

Concepteur-rédacteur OPS



**CONDÉ NAST FRANCE**, Paris

Maquettiste puis Directeur artistique



# Une vision globale & cohérente

Chaque mot et chaque visuel doivent **raconter une histoire authentique et puissante**. Je crois en la force du storytelling pour capter l'attention et en l'impact d'une direction artistique soignée pour créer des expériences mémorables. **La créativité ne s'arrête pas à l'idée initiale** : elle doit se décliner sur tous les supports, qu'ils soient digitaux, print ou événementiels, tout en **restant fidèle à l'essence de la marque**.

J'allie stratégie et émotion pour concevoir des concepts forts, connectés aux besoins des marques et de leur public. Mon approche, polyvalente et curieuse, me permet de **transformer chaque projet en une expérience immersive et impactante**, toujours avec l'ambition de marquer les esprits.



# Skills hard & soft

Mon expertise technique s'accompagne de qualités humaines qui me permettent d'innover et d'être capable de m'épanouir dans des projets variés tout en gardant une vision stratégique.



Storytelling et copywriting



Polyvalence et adaptabilité



Curiosité



Créativité

# Projets Portfolio

À chaque expérience, un projet marquant.  
Découvrez ceux qui ont façonné mon  
parcours, où créativité, stratégie et impact  
se rencontrent.

**01**

## **Condé Nast France**

Brand Content Louis Vuitton & Boucheron.

**02**

## **Lagardère Publicité**

Manifesto pour la Coupe du Monde de Rugby 2023.

**03**

## **Studio M**

Campagne digitale de lancement du Xiaomi Mi11 Lite 5G.

**04**

## **Altice Media Ads & Connect**

Campagne Brand Content pour Square.

**05**

## **Annexes**

Projets digitaux pêle-mêle

# Projet 01

Condé Nast France  
*Vanity Fair x Louis Vuitton*

## “Story Louis Vuitton”

Brand Content

**Enjeu** : Événementialiser le lancement de la nouvelle collection de parfums Louis Vuitton, alors que le dernier parfum de la maison date de 1946.

**Rôle** : Copywriting, direction artistique.

*(épisode 1/4)*



# Projet 01

Condé Nast France  
*Vanity Fair x Boucheron*



## “Boucheron Moment”

Brand Content

**Enjeu :** À l’occasion de la sortie de la bague Quatre pour homme, Boucheron et Vanity Fair s’associent pour raconter une journée de moments.

**Rôle :** Copywriting, direction artistique.

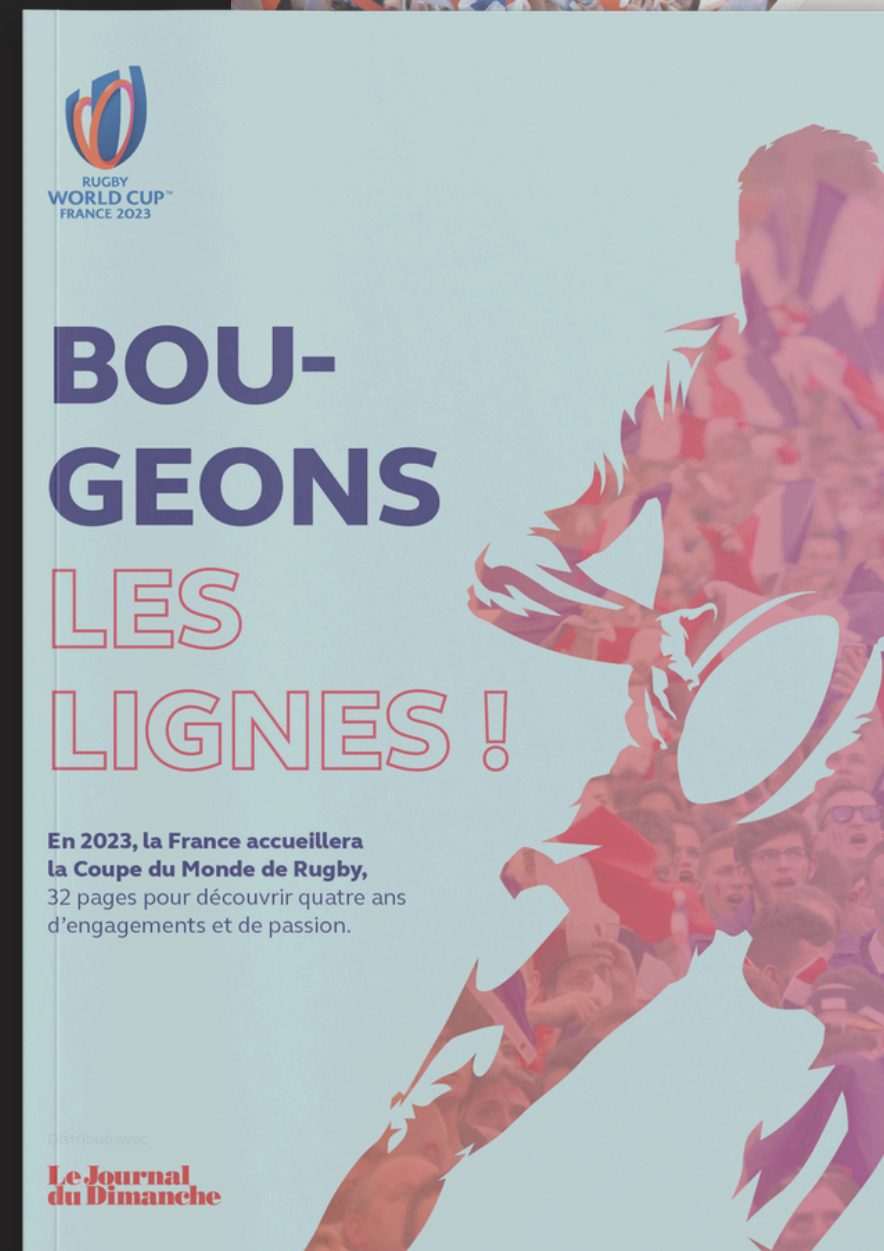
# Projet 02

Lagardere Publicité

**Marque :** Journal du Dimanche x Le Comité d'Organisation de la Coupe du Monde de Rugby 2023.

**Problématique :** Comment, en 5 jours, écrire, mettre en page et imprimer un manifesto autour de la passion du rugby en France ?

**Rôle :** Storytelling, mise en page, conception-rédaction & direction artistique.



# Projet 03

Studio M



**Marque :** Xiaomi

**Problématique :** Comment réunir 3 influenceurs issus d'univers différents pour communiquer en digital autour de la sortie du nouveau smartphone Xiaomi ?

**Rôle & enjeux créatifs :** Copywriting VF/VENG, conceptualisation, rédaction VO, pitch client.



# Projet 04

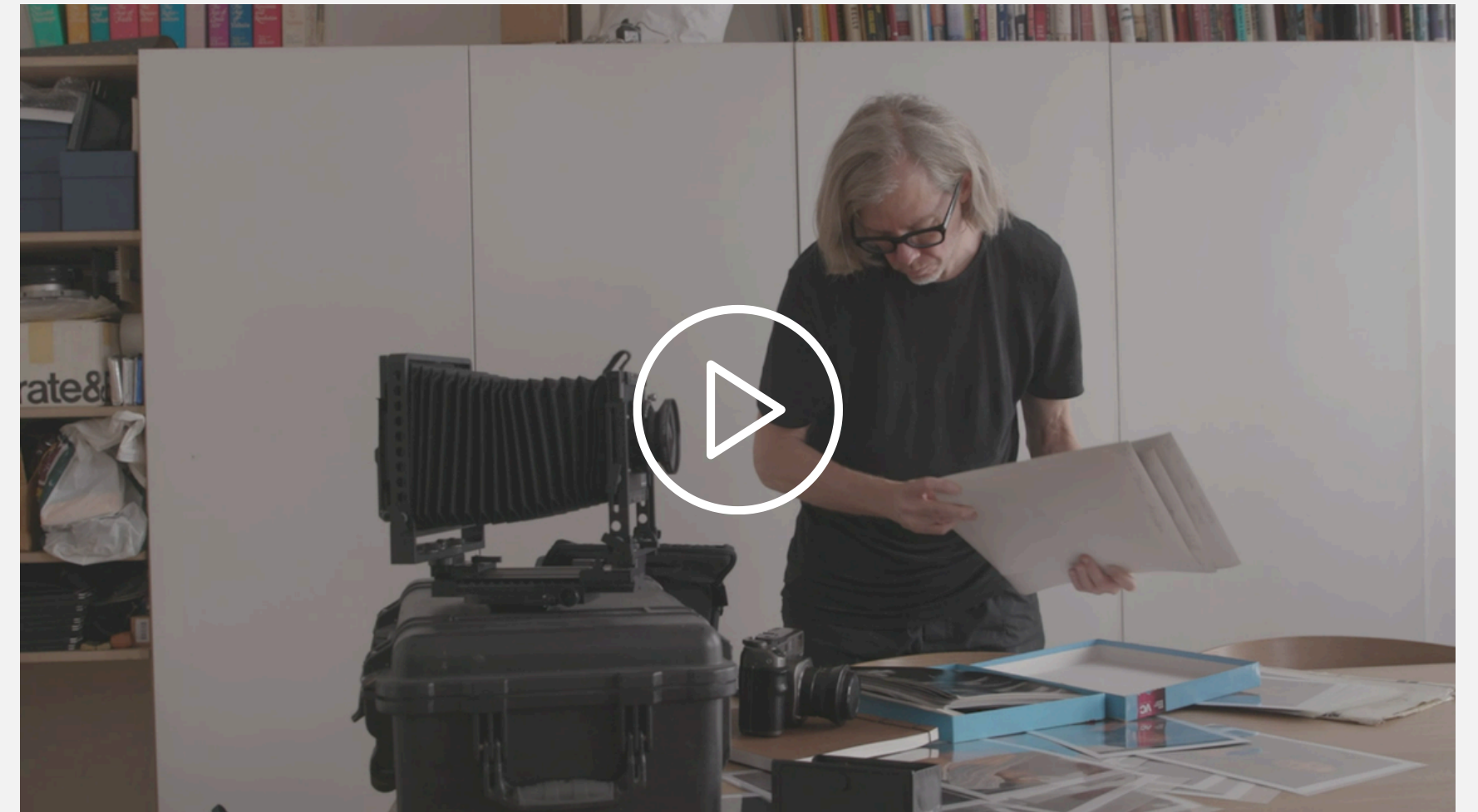
Altice Media Ads & Connect

## “Square, c’est carré”

Brand Content

**Problématique** : Comment mettre en avant la facilité d’utilisation et la diversité des solutions Square ?

**Rôle & enjeux créatifs** : Copywriting, direction artistique, pitch client.



# Annexes

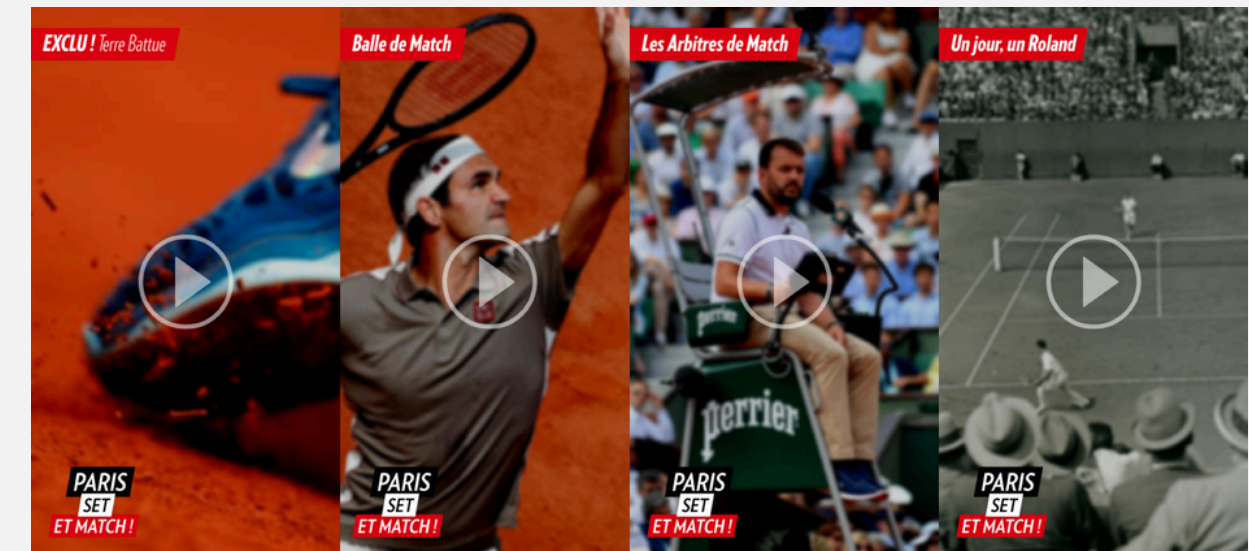
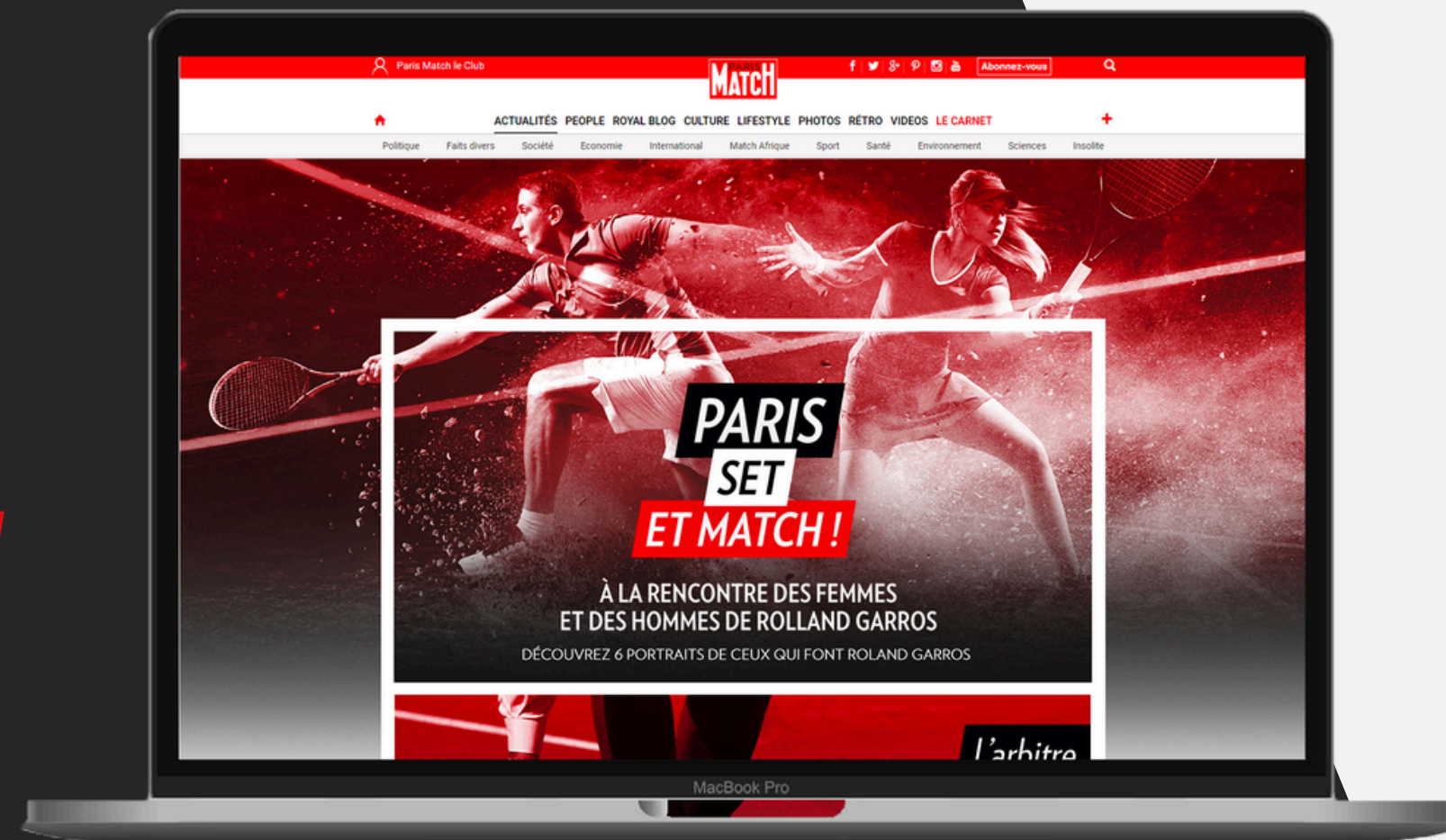
Projets pêle-mêle

## Paris Match x Roland Garros

Brand Content - Création d'un espace dédié en ligne pour mettre en avant

Rôle : Copywriting, direction artistique.

**PARIS  
SET  
ET MATCH!**



# Annexes

## Projets pêle-mêle

### GQ

Formats digitaux marketing pour la sortie d'un numéro.

**Rôle :** Copywriting, direction artistique.



CE QU'IL FAUT AVOIR LU,  
POUR ÊTRE VU !



1 AN D'ABONNEMENT À 26,95€



CE QU'IL FAUT AVOIR LU,  
POUR ÊTRE VU !



1 AN D'ABONNEMENT À 22,95€

Mon KIOSQUE VOGUE GQ GLAMOUR VANITY FAIR AD

Élégant, léger, drôle pour les gentlemen modernes.  
Abonnez-vous à GQ !



ABONNEZ-VOUS...

1 AN  
11 NUMÉROS  
2€  
LE NUMÉRO

ET POUR 4€ DE PLUS, RECEVEZ LES 2 MANUELS DU STYLE



IL FAUT L'AVOIR LU, POUR ÊTRE VU !

Cher lecteur,

Profitez de la rentrée (re)prendre vos bonnes habitudes de lecture, n'oubliez pas notre outil mode indispensable pour tout au long de l'année.

Abonnez-vous au mensuel d'entertainment intelligent qui traite des questions de style, de design, mais aussi de culture, de politique, de faits de société avec une distance amusée, une démarche esthétique assumée.

Retrouvez les meilleures offres sur Mon Kiosque by Condé Nast.

ABONNEZ-VOUS



1 AN D'ABONNEMENT À 22,95€



ET POUR 4€ DE PLUS

CE QU'IL FAUT AVOIR LU,  
POUR ÊTRE VU !



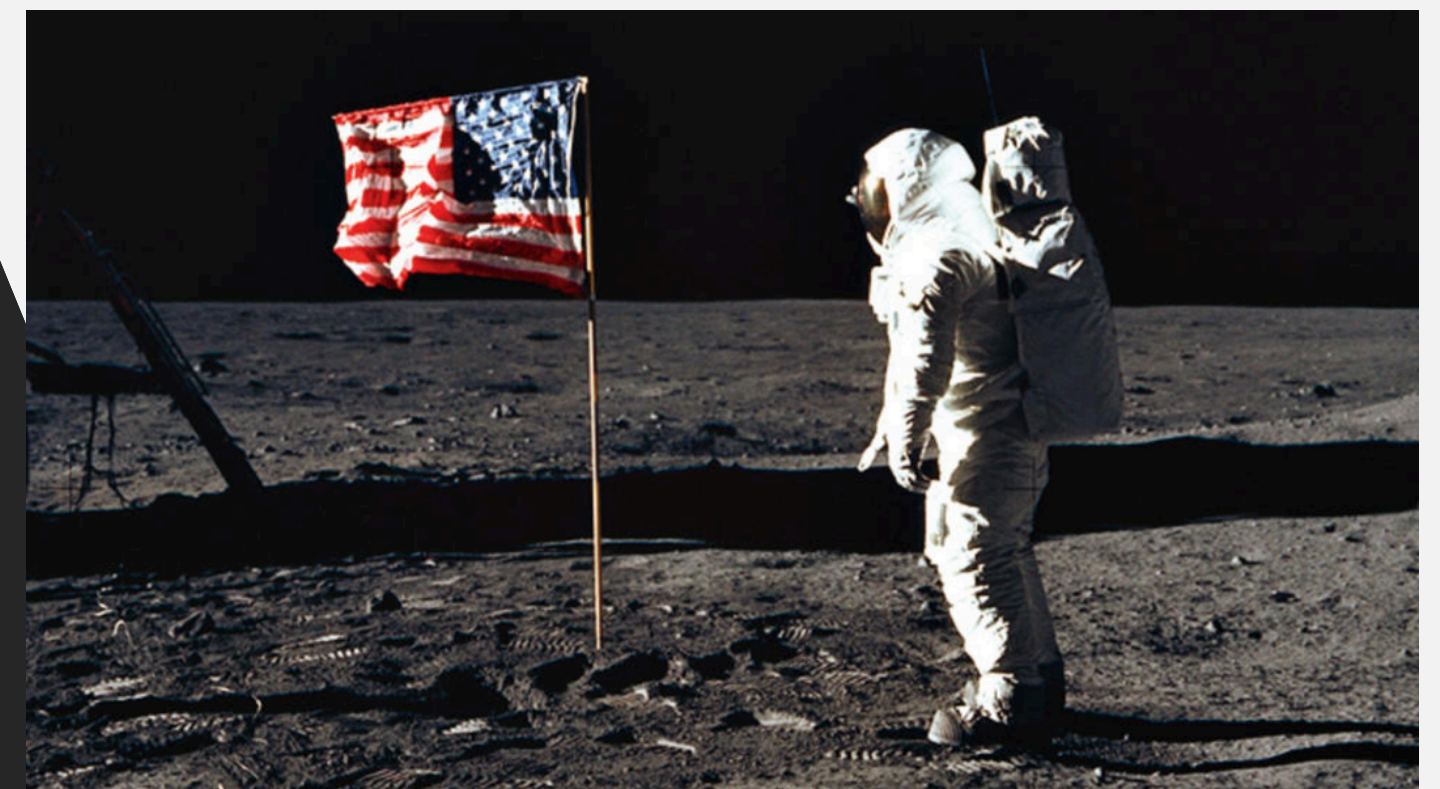
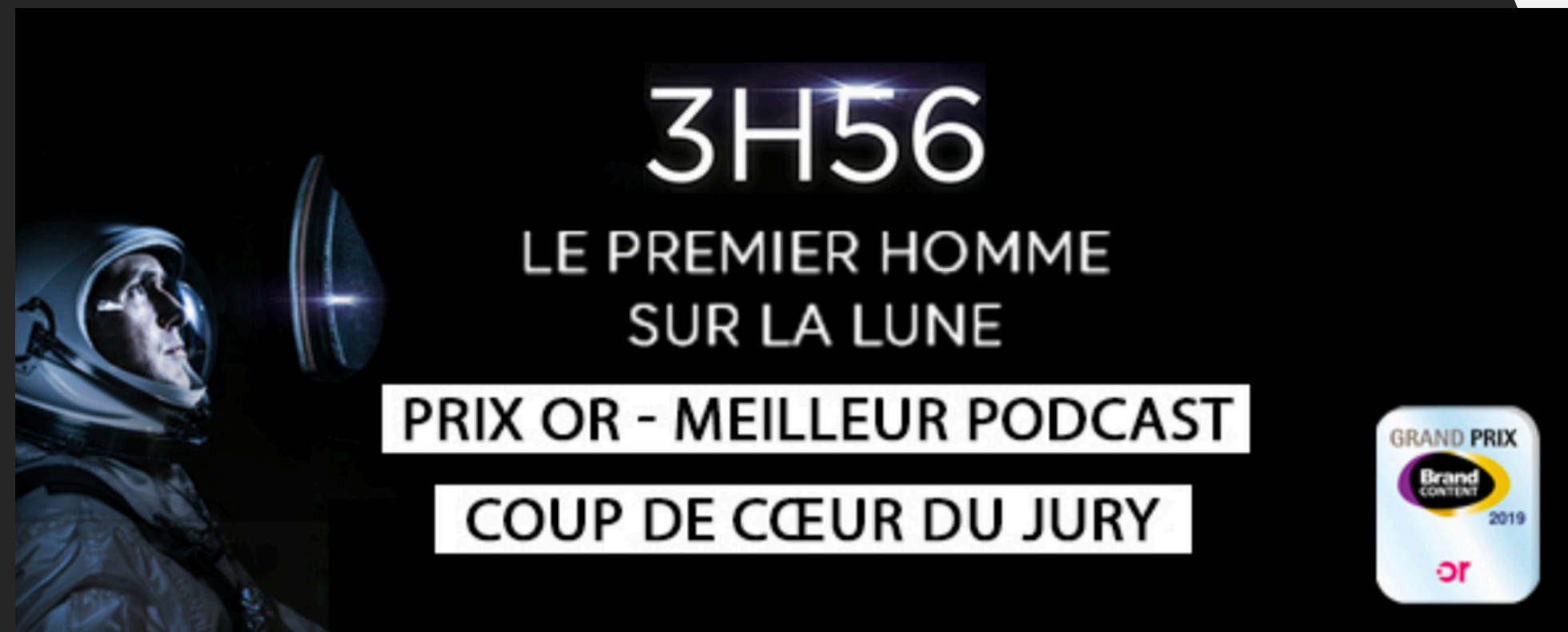
# Annexes

Projets mêle-mêle

## Europe 1 x Universal Studio

Le 21 juillet 1969, à 3h56, l'humanité assiste au premier pas de l'Homme sur la Lune. Dans la série "3h56", des personnalités comme Philippe Starck et Hubert Reeves partagent leurs souvenirs de cet événement marquant, accompagnés des analyses d'experts offrant un éclairage historique et culturel.

**Rôle :** Conceptualisation.



☎ 06 12 51 47 24

✉ leonard.taieb@gmail.com

**Merci**  
pour votre attention !



*plus de projets ci-dessous*

**www.leonardtaieb.com**