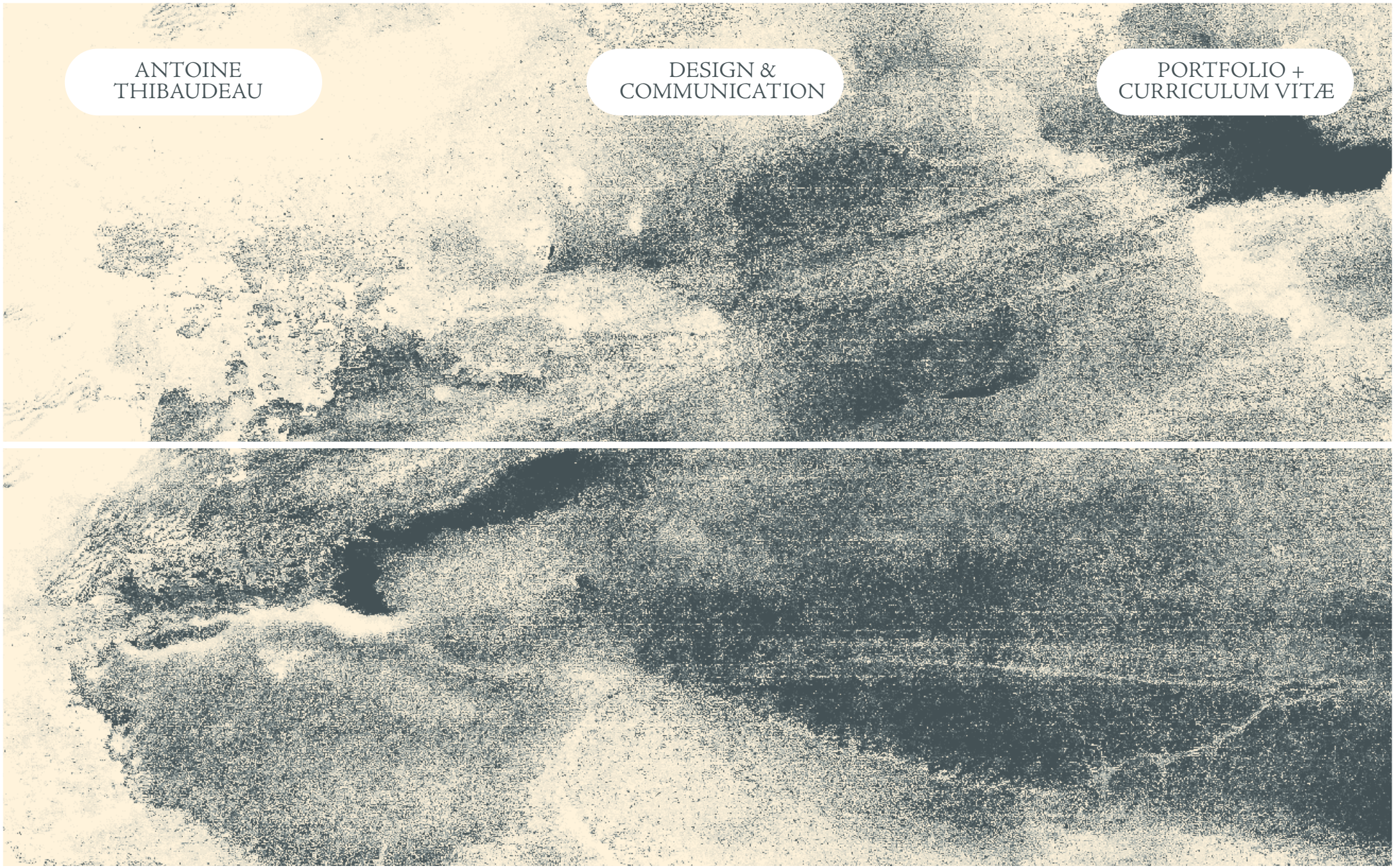


+33 6 60 36 01 59

34, rue Poulin
93100 - Montreuil

antoine-thibaudeau.com
hello@antoine-thibaudeau.com

antoine-thibaudeau/

SOMMAIRE

03 **INTRODUCTION**

04 **L'UGICT-CGT**
communication 360°, direction artistique, communication événementielle, web design...

11 **LA REVUE OPTIONS**
coordination éditoriale, gestion de projet,

16 **L'EXPLORATEUR CULTUREL**
co-création de start-up, web design (prototype UX et UI), création d'identité visuelle, organisation d'événement...

23 **KULTIO**
conseil en communication, création d'identité visuelle...

19 **MUSÉE DE LA VALLÉE DE LA CREUSE**
création typographique, création d'identité visuelle, signalétique...

27 **CURRICULUM VITÆ**

NB. Tous droits réservés : Antoine Thibaudeau. L'ensemble des photos et des visuels présents dans ce portfolio ont été réalisés par mes soins.



Designer et communicant de formation, j'apporte depuis sept ans aux entreprises, start-up et institutions culturelles des solutions pour développer leur identité visuelle et les accompagner dans leur direction artistique.

En transformant les médiums traditionnels (*peinture, encre, fusain...*) grâce aux outils numériques, je tente d'apporter de nouvelles formes de communication plus humaines, impactantes et engageantes.

Chaque nouvel environnement implique dans mon travail une phase d'écoute et d'analyse afin de répondre au mieux aux enjeux de déploiement des projets à réaliser. De ce changement de méthodologie peuvent aussi bien découler des processus de création très personnels que des coopérations à plus grande échelle. Ce document a pour but de donner un aperçu des différents types de collaborations que j'ai été amené à réaliser.

L'UGICT-CGT

Postes occupés : chargé de communication.

Missions : direction artistique, communication événementielle, gestion de projets, création visuelle et mise en page, web design (front-end), prise de vue (photo et vidéo), co-animation de réseaux sociaux, montage vidéo.

L'Union générale des ingénieurs cadres et techniciens (Ugict) est une organisation créée en 1963 qui permet à plus de 80 000 salariés de s'informer, d'échanger et d'être aidés sur des thèmes et des problématiques propres à leurs catégories professionnelles. Par le biais de réalisations de campagnes, de guides et de nombreux autres supports, elle traite de thématiques telles que : la responsabilité sociale et environnementale, l'égalité femmes-hommes, l'encadrement du télétravail, le droit à la déconnexion, l'intelligence artificielle...

Pendant cinq ans, mon travail à été de développer, avec l'équipe en charge de la communication, des créations visuelles singulières, vives et aisément identifiables.



1·



2·



3·













4·

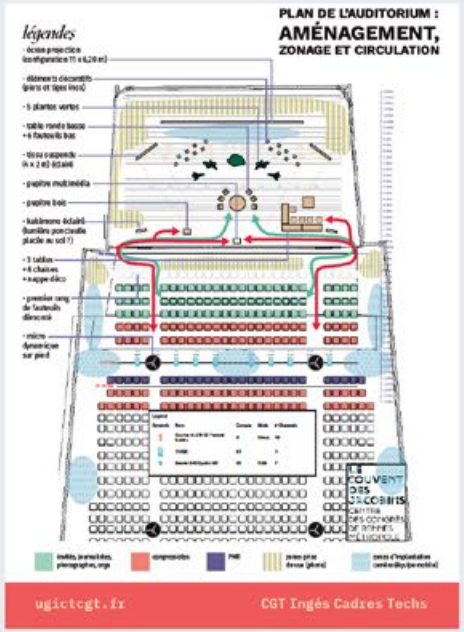
1· *Scénographie*
Conception et réalisation d'un décor de scène pour le congrès, définition d'ambiances lumineuses (mise en oeuvre par l'équipe technique du Couvent des Jacobins).

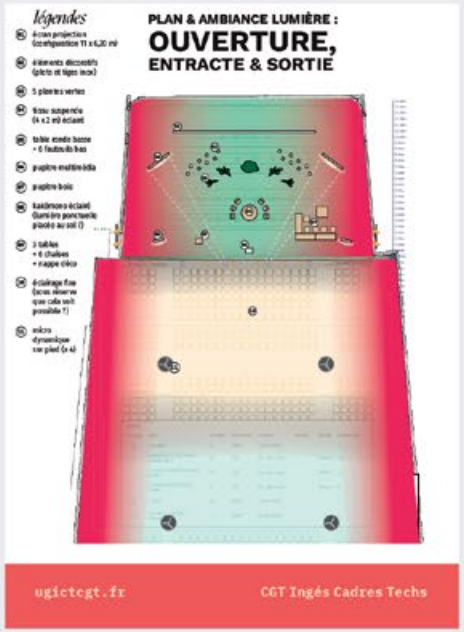
2· *Habillage vidéo*
Réalisation de l'habillage vidéo, de slides et d'animations courtes en 4K afin d'aider à rythmer les échanges filmés et vidéoprojetés durant les trois jours du congrès.

3· *Motion design*
Conception et réalisation d'une boucle vidéo de 30 secondes pour l'éclairage de la tour du Couvent des Jacobins de Rennes. Réalisation de supports vidéos pour la signalétique vidéo.

4· *Accompagnement technique*
Interfaçage entre la régie du Couvent des Jacobins et les organisateurs du congrès. Suivi du déroulé des journées, gestion des retours du régisseur du Couvent.

1·





2·





3·







4·

1· *Gestion des plans d'éclairage*
Conception et création de goodies, recherche de prestataires, suivi de fabrication (gourdes, porte-clefs, carnets, sous-bocks, post-it, boîtes en bois et graines de coquelicots, gobelets…).

2· *Zoning & définition des sens de circulation*
Définition, avec les organisateurs et le régisseur du Couvent des Jacobins, de l'attribution des espaces, ainsi que des sens de circulation (avec les contraintes liées à la période « Covid »).

3· *Production de documents techniques*
Définition des besoins techniques et du matériel nécessaire pour y répondre (*vidéoprojecteur, écran, micros…*), en lien avec l'équipe technique et le régisseur du Couvent des Jacobins.

4· *Suivi de production*
Recherche de prestataires, comparatif de devis, suivi de fabrication pour l'ensemble des goodies, et les supports prints (signalétique, affiches, documents, etc.).

1·



2·



3·







4·







***1·** Produits dérivés et cadeaux de congrès*
Conception et création de goodies (gourdes, porte-clefs, gels hydroalcooliques, carnets, sous-bocks, post-it, boîtes en bois avec graines de coquelicots, gobelets, stickers...).

***2·** Fronton de bâtiment et logo*
Conception d'un logo pour communiquer sur le 19e congrès. création d'une bâche extérieure de 5x5,5 mètres. Le logo dessiné fait écho aux arches du patio du Couvent des Jacobins.

***3·** Sac des congressistes*
Réalisation d'un totebag, aide à la préparation des sacs. Ces derniers étaient remplis avec des documents informatifs, les goodies, ainsi que le projet de document d'orientation.

***4·** Bornes d'accueil et signalétique*
Habillage de bornes d'accueil, réalisation de supports signalétiques (bâches et affichettes) pour indiquer les sens de circulation, les différents espaces, et fluidifier la circulation.

1·



2·



3·















1· *Guide du lanceur d'alerte*
Conception et réalisation d'un ouvrage de 72 pages, tirage en 1000 exemplaires. Impression de la couverture sur papier couché demi-mat 250 g. (avec ajout d'un vernis sélectif brillant) et des pages intérieures sur papier offset naturel 120g. 180x240mm.

2· *Guide « Intelligence artificielle et algorithme*
Conception et réalisation d'un ouvrage de 60 pages, tirage en 1000 exemplaires. Impression de la couverture en deux tons directs (noir + Pantone métalique avec ajout d'un vernis sélectif), et des pages intérieures sur papier offset blanc, 210x297 mm.

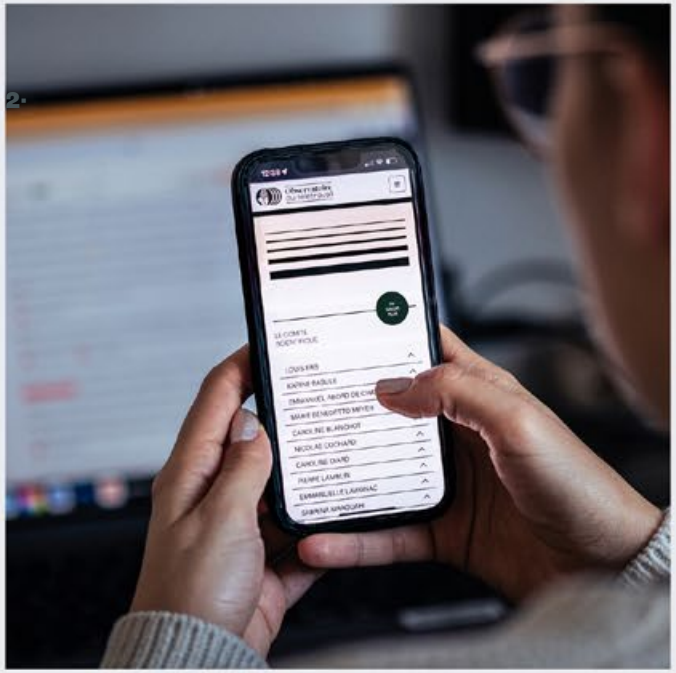
3· *Guide « Prévenir les violences sexistes au travail »*
Conception et réalisation d'un ouvrage de 100 pages, tirage en 1000 exemplaires. Impression de la couverture sur papier Rives Tradition extra blanc 250 g. et des pages intérieures en deux tons directs (bleu, rouge) sur papier Offset blanc 100g. 210x297 mm.

Observatoire du télétravail

1·

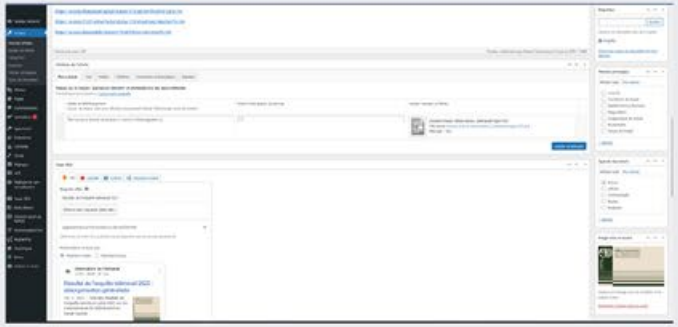


2·



3·

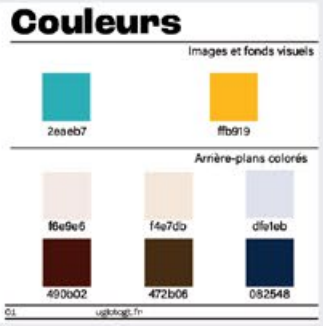
Observatoire
du télétravail











4·

1· *Dossier de presse*
Mise en page d'un dossier de presse sur document Word partagé impliquant une rédaction simultanée de Camille Airvault, chargée des relations presse… un travail d'équipe qui a payé !

2· *Web design et mise en ligne d'articles*
Design de l'interface du site de l'Observatoire. L'intégration sur Wordpress a été réalisée par Damien Ramage, responsable de la communication en charge du développement web.

3· *Réalisation du logo de l'Observatoire*
Conception d'un logo pour l'Observatoire du télétravail. Le dessin met en jeu une souris d'ordinateur inscrite dans la lettre « O » et un élément graphique évoquant un sonar.

4· *Identité visuelle*
Réalisation d'une identité visuelle avec un document d'utilisation graphique (*couleurs, fontes, icono…*) à destination des chargés de communication et des pilotes du projet.

1·



2·



3·











4·

1· *Aide logistique et médiation*
Aide à la préparation des éléments et à la mise en place de stands lors de divers événements (Rencontres Options, Fête de l'Humanité, débats, colloques…). Médiation auprès du public.

2· *Tifo géant et habillage de stands*
Conception et réalisation d'un tissu géant de 10x12 mètres et de décors de stands pour animer les rencontres syndicales du mardi 26 septembre 2023 (parvis de La Défense).

3· *Pancartes et supports prints*
Co-conception et réalisation d'une série de 12 pancartes tirées en 1000 exemplaires chacune et distribuées lors du mouvement social des deux réformes des retraites (2019 et 2022).

4· *Photographie et vidéo*
Couverture de manifestations (photo et vidéo) afin d'alimenter les ressources visuelles internes de l'Ugict-CGT et celles du journal Options.

LA REVUE OPTIONS

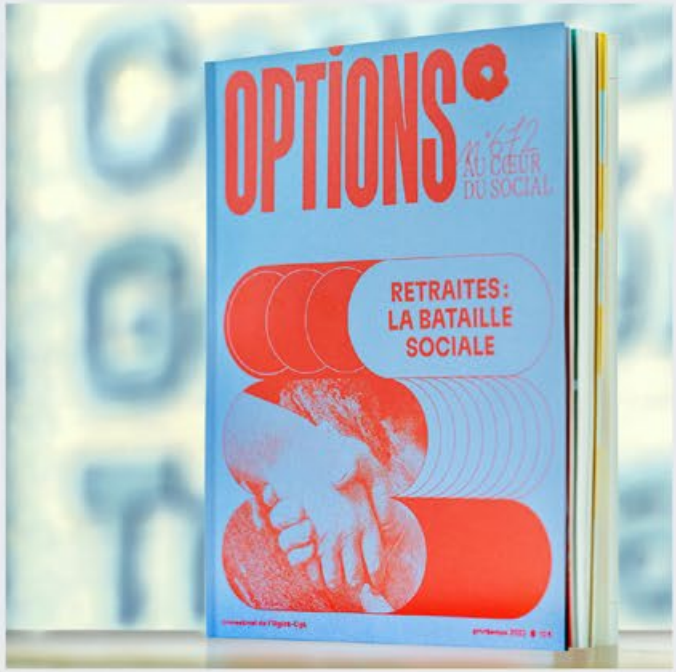
Postes occupés : rédacteur graphique (journaliste).

Missions : direction artistique, coordination éditoriale, communication événementielle, gestion de projets, prise de vue (photo et vidéo).

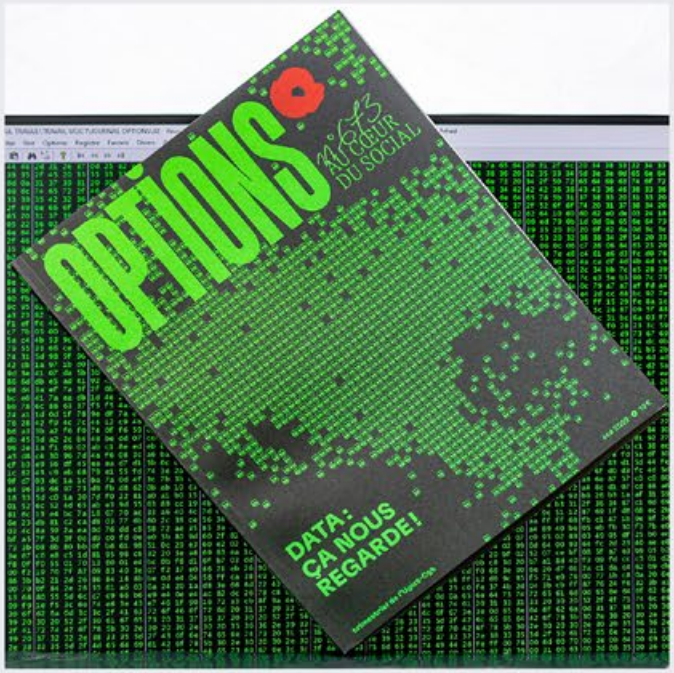
Options est le journal historique de l'Ugict-CGT. Créé la même année, en 1963, le titre de presse a pris des formes variées au fil des décennies afin de s'adapter aux évolutions techniques et aux habitudes de son lectorat. Le journal existe aujourd'hui sous deux formes : un journal numérique, mis à jour de façon bimensuelle, et une revue trimestrielle tirée aujourd'hui en près de 80 000 exemplaires. Avec l'objectif de croiser les points de vue pour éclairer des thématiques liées au monde du travail, cette revue fait la part belle aux contributions d'universitaires, de chercheurs, de scientifiques ou d'acteurs du monde du travail. Mon rôle a d'abord été d'accompagner la transformation du périodique afin qu'il en ressorte une revue élégante et contemporaine, puis d'assurer la bonne réalisation de chaque numéro en menant un travail de coordination éditoriale.



1·



2·

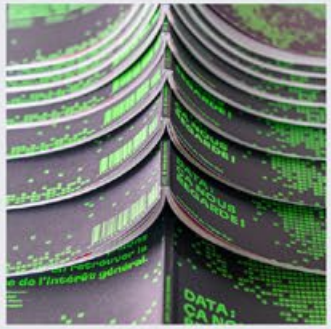












3·





4·

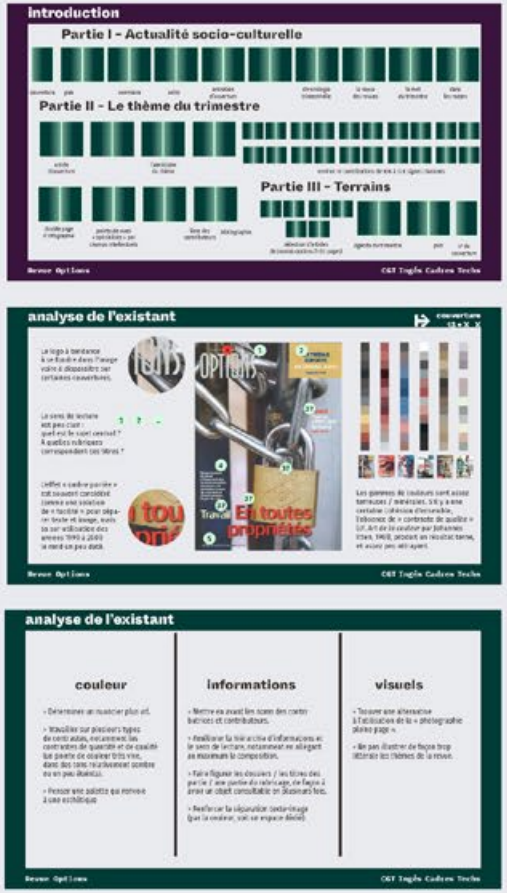
1· *Revues Options n°672, n°673 et n°674*
Direction artistique de la revue aux côtés de Julienne Richard et Joséphine Ohl. Recherches iconographiques, arbitrages visuels ou sémantiques, création de visuels, d'un nuancier, etc.

2· *Coordination éditoriale*
Arbitrage des choix iconographiques, formulation de briefs et de retours… À titre d'exemple, cela a impliqué un ajustement de la couverture et le choix d'un Pantone vert fluo dans le n°673.

3· *Suivi de production.*
Interfaçage avec l'équipe de la SIEP (imprimerie basée Bois-le-Roi) pour passer d'un magazine mensuel tiré en 42 K à une revue trimestrielle tirée en 78 K exemplaires.

4· *Iconographie.*
Si l'ensemble de la mise en page est assuré par J. Ohl et J. Richard, la coordination avec l'équipe de rédaction m'amenait aussi à produire des visuels ou à prendre des photos de terrain.

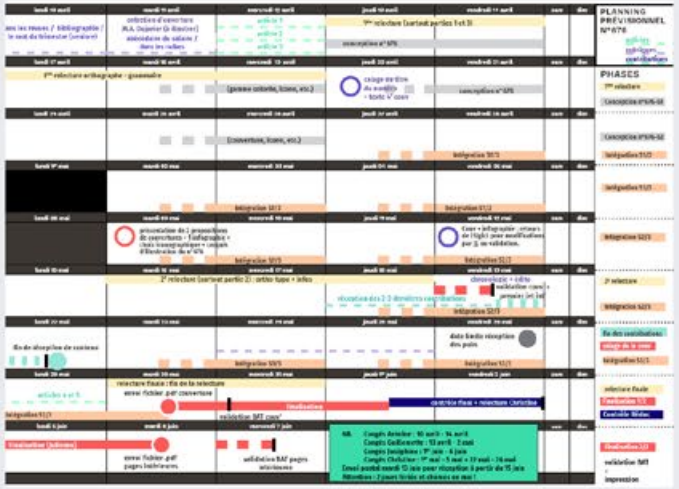
1·



2·



3·



4·



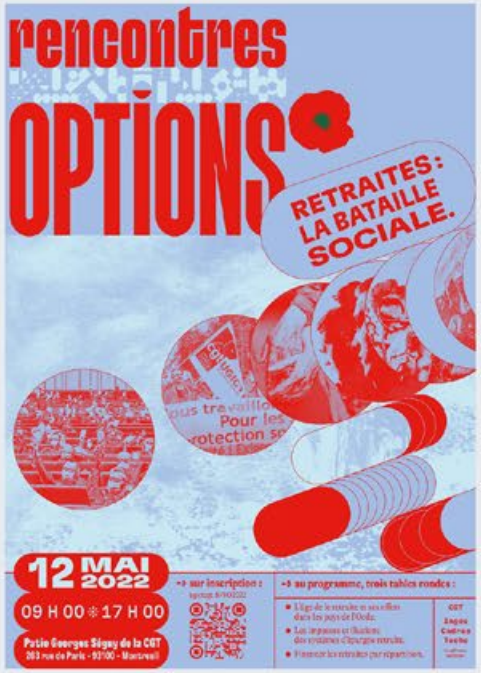
1· *Analyse et refonte du mensuel Options*
Réalisation d'une analyse de 56 pages afin de définir un nouveau format qui intègre les changements souhaités par la direction de l'Ugict-CGT et par la rédatrice en chef, Christine Labbe.

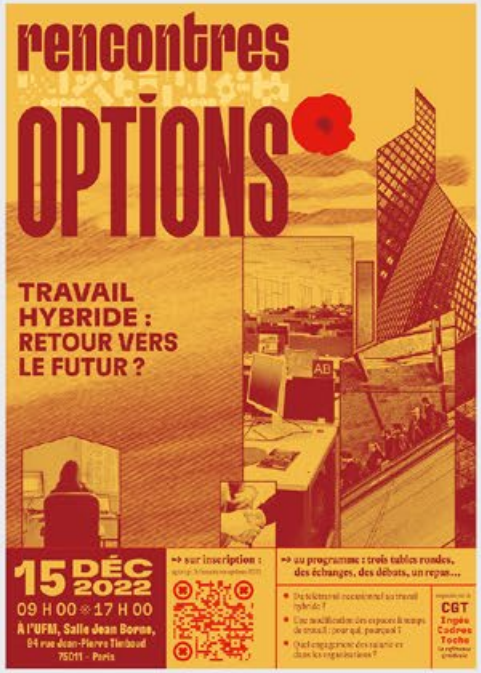
2· *Conception éditoriale*
Recherche de la ligne esthétique de la revue (planches tendances, nuanciers, etc.). Définition, avec la rédactrice en chef et des designers, du format, du chemin de fer, du papier…

3· *Gestion de projet*
Réalisation de rétroplannings, définition des deadlines, interfaçage entre l'imprimeur et l'équipe en charge de la réalisation de la revue, suivi des partenariats.

4· *Comparatif*
Réactualisation complète du périodique. L'objectif était de retrouver certains codes esthétiques qui caractérisaient le titre de presse de 1963 au début des années quatre-vingts tout en restant actuel.

1·







2·











3·



4·

1· *Affiches*
Création d'affiches pour les *Rencontres Options*, des journées thématiques d'échanges et de débats rassemblant entre 150 et 200 personnes et enregistrées sous forme de podcasts.

2· *Communication événementielle*
Réalisation de posts et de stories pour annoncer l'événement sur les réseaux sociaux, par mail et sur le site de l'Ugict. Réalisation de supports print (*programme, carton d'invitation…*).

3· *Couverture de l'événement*
Prises de photos et de vidéos pour communiquer sur le contenu rédactionnel et les podcasts qui sont publiés à la fin de chaque Rencontres Options.

4· *Jingle et musiques originales*
Composition en enregistrement d'un jingle d'ouverture et de titres musicaux courts afin de rythmer les séries de trois podcasts réalisés lors de chaque « Rencontres Options ».

1·





2·



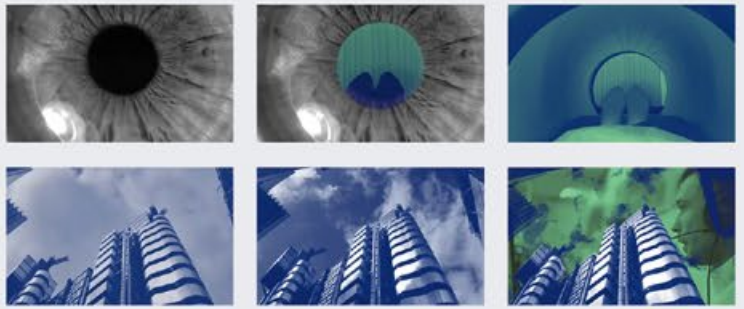


3·





4·



1· *Communication événementielle*
Création d'une identité pour mettre en avant la thématique environnementale dans les productions de l'Ugict. Création et diffusion de supports print, web et de visuels pour les réseaux sociaux.

2· *Montage vidéo*
Segmentation et montage des captations live (passage de 1h30 par table ronde à 30 minutes de vidéo). Réalisation d'une vidéo introductive.

3· *Aide technique*
Réalisation de synthés et d'habillages vidéo, de visuels et d'animations courtes pour l'équipe de la Fête de l'Humanité qui était en charge de la captation vidéo Live (diffusion en direct).

4· *Réalisation d'un trailer / spot*
Conception et réalisation d'un trailer de 3min51 à partir d'une voix off (ie. la lecture de la préface du *Manifeste pour la Responsabilité environnementale* de Valérie Gonçalvès, pilote du projet).

L'EXPLORATEUR CULTUREL

Client / Commanditaire :
Ministère de la Culture

Brief / Commande
Simplifier l'accès aux informations culturelles qui nous entourent en proposant une plateforme web inédite à échelle locale. Formuler une proposition destinée en priorité au « jeune public » (16-25 ans).

Inspiré par la forme et le mouvement des astrolabes, ces instruments de navigation maritime utilisés lors de la découverte du nouveau monde, le logo a été un élément déterminant pour le reste du projet, notamment en terme d'UI et UX.

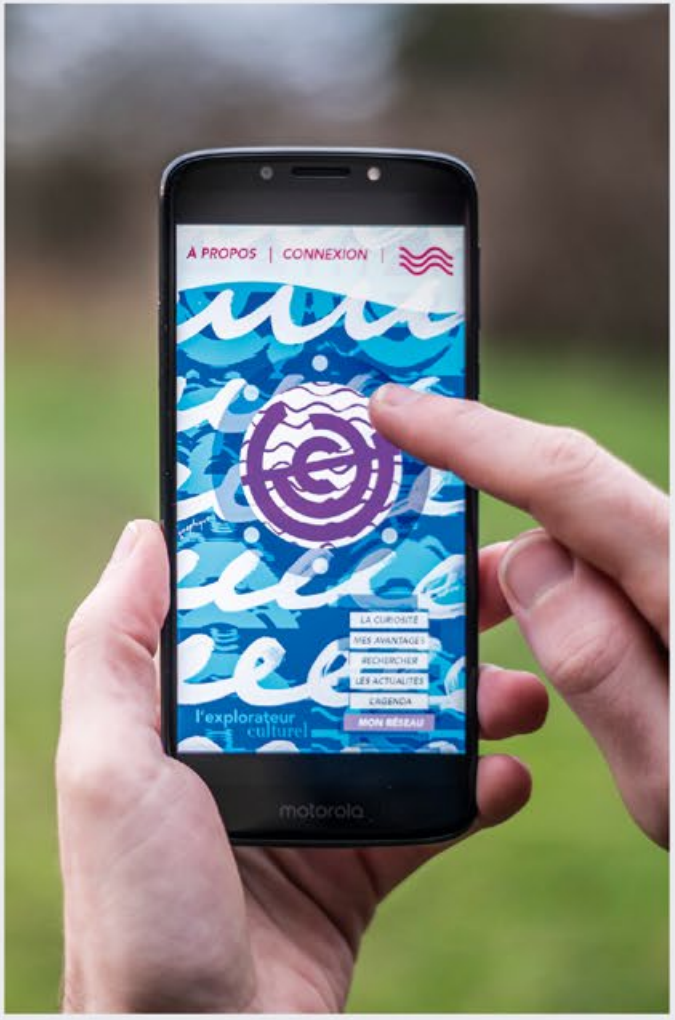
Le reste de l'identité s'est construit autour d'un dégradé de formes qui change en fonction des résultats du moteur de recherche. Ces codes visuels ont permis à l'équipe de penser un système de navigation intuitif et à l'ergonomie novatrice. Le projet, impulsé par l'organisme de formation et incubateur de start-up « Matrice », a fini par prendre le grand large au Ministère de la Culture.



1·



2·



3·



1· *Autocollants*
Réalisation de 10 modèles d'autocollants distribués à des fins promotionnelles dans les salons et les événements.

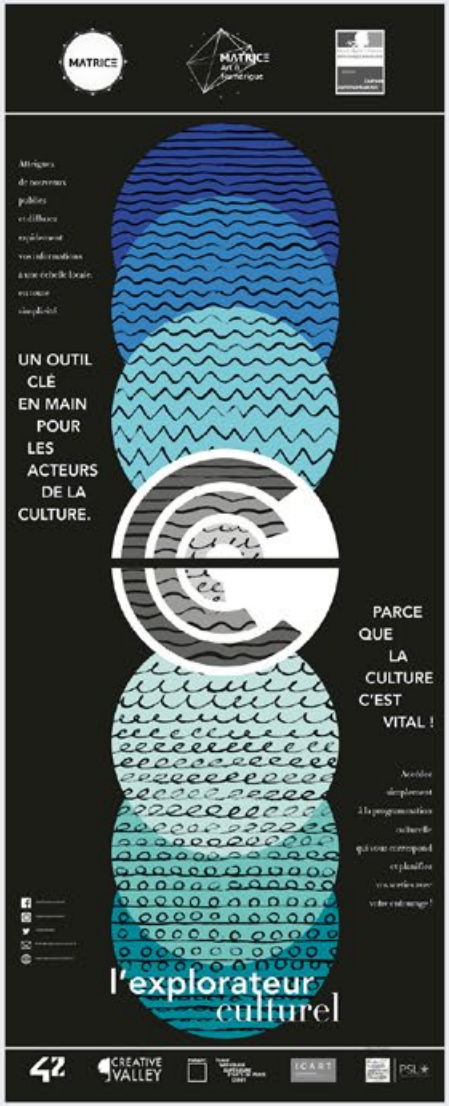
2· *Application mobile*
Conception d'une interface mobile et web pour le moteur de recherche d'événements « l'Explorateur culturel ». La navigation sur la page d'accueil du site se fait de façon ludique par le biais d'un bouton animé inspiré par la forme des astrolabes.

3· *Flyers pour « Station F ».*
Flyers destinés à accompagner la présentation (Powerpoint) du prototype à la Station F. Cette présentation s'est faite en présence des commanditaires (chargés de projets du Ministère de la Culture), de l'équipe de la Matrice et de Xavier Niel.

1.



2.





1· *Détail du kakémono*
Dessin d'une trame faisant partie intégrante de l'identité visuelle. La trame se décline en 6 types d'ondes (lignes, sinusoïdes, triangles, vagues, 'e', cercles et pointillés) qui représentent les différents types d'événements à voir (cinéma, concert, etc.)

2· *Kakémono de présentation*
Conception et réalisation d'un kakémono et de différents supports visuels pour promouvoir le projet lors des déplacements. Il a, par exemple, été utilisé pour faire tester le projet aux étudiants (public cible) au festival Toc3 d'Alençon.

3· *Cartes de visite*
Série de cartes de visites. Impression en quadri + Pantone sur papier Rives Tradition extra blanc 320 g / m².

KULTIO

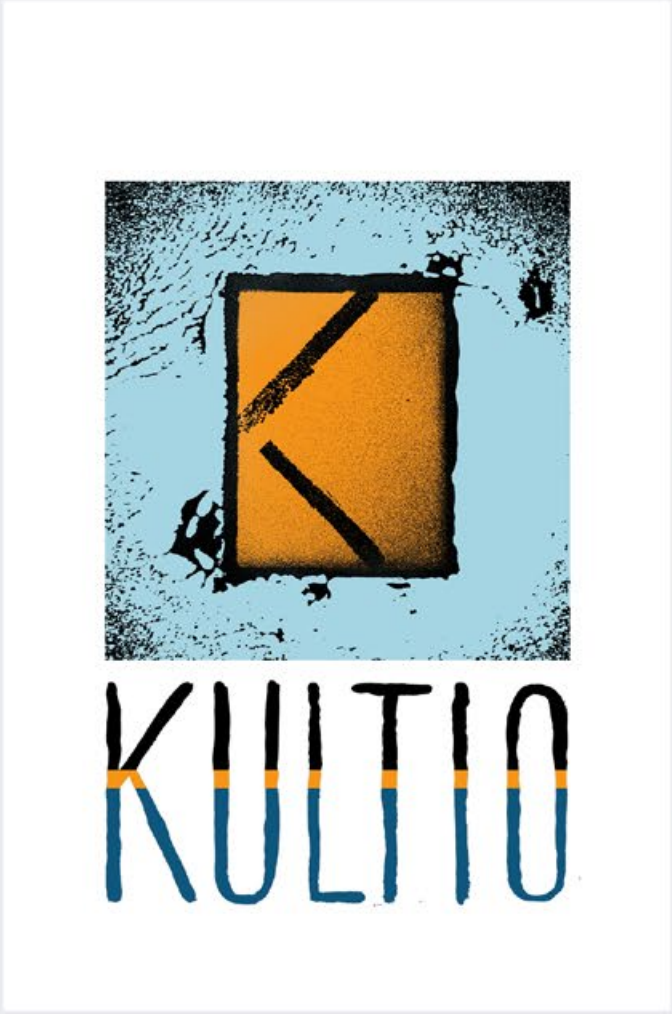
Client / Commanditaire :
La start-up Kultio

Brief / Commande
Réaliser une identité visuelle pour communiquer sur le lancement de Kultio, une agence de production artistique basée à Paris, spécialisée dans l'art urbain. La production visuelle était accompagnée de conseils en communication.

Avec l'utilisation de la bombe de peinture et du rouleau, ce travail, qui renvoie au champ visuel de l'empreinte, devait permettre d'identifier immédiatement l'agence comme étant liée au domaine du Street-Art. L'une des envies des fondateurs était d'arborer des supports de communication hauts en couleurs qui se distinguent de l'esthétique des oeuvres qu'ils comptaient sélectionner. Le logo quant à lui renvoyait directement à la notion de cadre, ou de fenêtre. Il est à voir comme une ouverture sur ce domaine en pleine expansion que l'agence avait pour mission de promouvoir.



1·



2·



3·



1· *Logo*
Conception et réalisation d'un logo. On peut y voir, entre autres, la lettre «K » inscrite dans un cadre. Le jeu de barres horizontales et l'association de couleurs dans le logo ont été pensés pour varier selon les thématiques associée (production, vente, partenariats...).

1· *Visuel pour le site de l'agence*
Détail d'une fresque qui avait pour but d'être recadrée à différentes tailles afin de créer des bannières, des boutons ou des éléments décoratifs pour le site web de l'agence. Ce système permettait d'optimiser les temps de chargement du site.

3· *Suggestion de présentation*
Quelques visuels « behind the scenes » ont été réalisés pour alimenter les réseaux sociaux de l'agence. Ces photos permettaient de mettre en image l'actualité de la start-up avec des contenus humains et engageants.

1.



2.



3.



ROMAIN PATILLON

CO-FONDATEUR DE KULTIO
Développeur-Programmeur.

romain@kultio.com
+33 6 23 58 34 23

www.kultio.com
/kultio_art



EDWARD GOMES

CO-FONDATEUR DE KULTIO
Ingénieur culturel.

edward@kultio.com
+33 6 25 95 05 27

www.kultio.com
/kultio_art

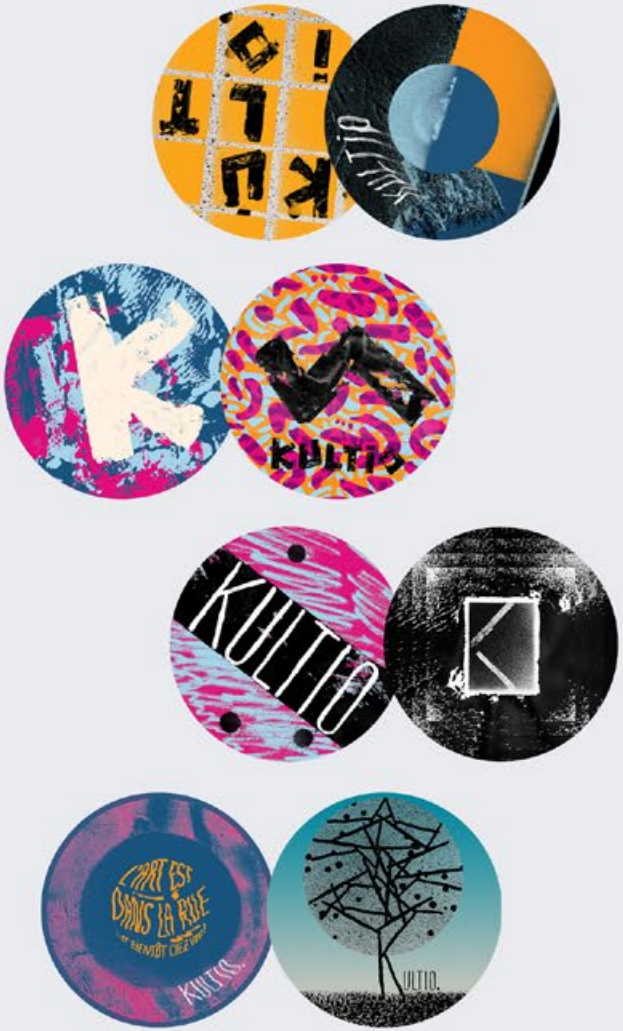
1. *Plaquette de présentation*
Rédaction et réalisation d'un flyer pour présenter l'agence Kultio. Impression numérique sur papier bouffant Munken Lynx 100 g. /m².

2. *Affiche en série limitée*
Affiche en série limitée qui permettait à Kultio de communiquer sur le lancement de leur projet et d'obtenir des fonds par le biais du crowfounding. Format A1, sérigraphie en 3 couleurs sur papier offset couché mat 170 g. /m².

3. *Cartes de visite*
Série de cartes de visites pour les membres de l'équipe. Impression sur papier de création Curious skin White 380 g. /m².







1· *Visuel pour le site de l'agence*
Détail d'une autre fresque pour décorer le site de l'agence.

2· *Kakémono*
Support de présentation pour les salons auxquels la start-up devait participer. Format 85x200 cm. Impression sur toile Serge Ferrari 270g./m² traitée anti-feu M1.

3· *Autocollants*
Série de 8 modèles d'autocollants, déclinés en visuels pour les réseaux sociaux. Ces autocollants étaient également envoyés aux personnes finançant l'agence par le biais du crowfounding.

MUSÉE DE LA VALLÉE DE LA CREUSE

Client / Commanditaire : municipalité de la ville d'Éguzon-Chantôme (Indre, France)

Missions : création d'une identité visuelle, réalisation d'affiches, d'un guide de visite, de supports signalétiques, de produits dérivés.

Le musée de la Vallée de la Creuse est un lieu qui met en parallèle une partie permanente ***consacrée aux Arts et Traditions populaires et une autre temporaire dans laquelle se succèdent des expositions sur le thème du paysage et allant de la période impressionniste à l'Art contemporain. Il a hébergé les rétrospectives d'artistes faisant figure de référence comme Léon Detroy, Francis Picabia, Gérard Titus-Carmel, ou encore Nils Udo.***

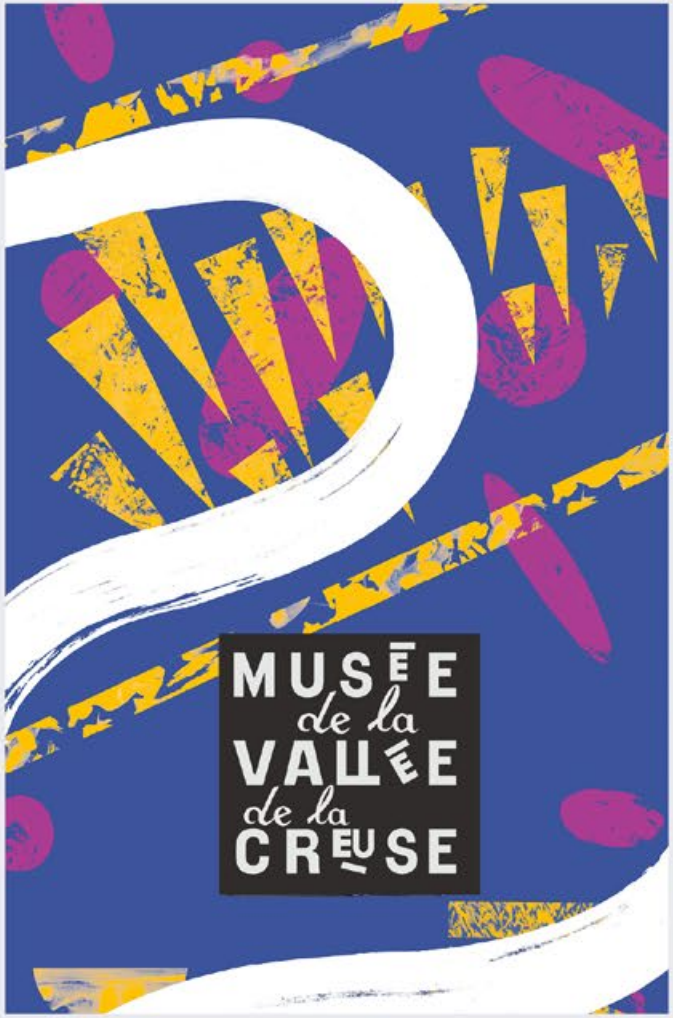
Prendre l'argile de la région, en faire un logo ; photographier les machines qui servaient autrefois à fabriquer les sabots, en extraire une police de titrage ; tracer à l'encre une cinquantaine d'objets anciens, en faire des motifs... L'envie à l'origine de ce travail était, avant tout, de partir de la singularité de l'environnement local pour en tirer une proposition actuelle et vivante.



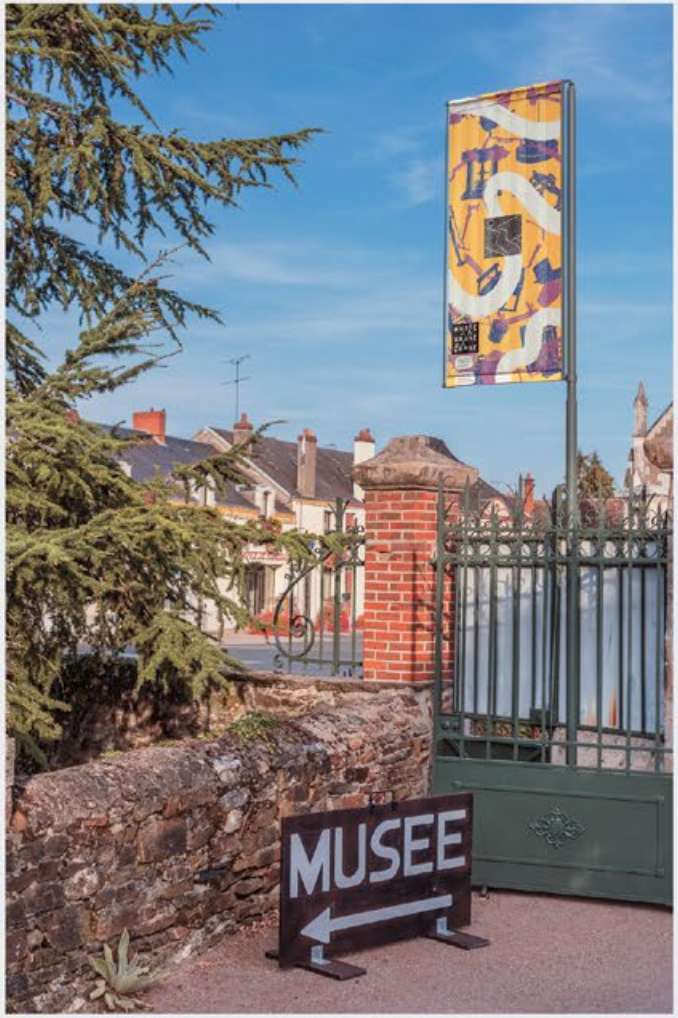
1.



2.



3.



1· *Sac en papier pour livre.*
Sacs en papier sérigraphiés en une couleur pour la boutique et la bibliothèque du musée. On y retrouve le logotype, le logo et un jeu de puzzle créé à partir de celui-ci. Format 30x42cm

2· *Kakémono « expo temporaire ».*
Détail du projet. Le kakémono pour l'exposition temporaire est composé d'éléments visuels abstraits afin de renvoyer à l'Art moderne et contemporain. Le travail de textures s'inspire d'œuvres présentées et de matières naturelles par le musée.

3· *Kakémono « expo permanente ».*
L'exposition permanente étant consacrée aux Arts et traditions populaires, les supports qui y sont rattachés font figurer des illustrations d'objets tracés à l'encre de chine. impression sur bâche extérieur 300 g./ m². Format 200 x 80 cm.

1.



2.



1234567890
ABCDEF
GHIJKLM
NOPQRS
TUVWXYZ

3.



1· *Typographie « A. Baudin »*
Une linéale de titrage inspirée par les machines automatiques à faire les sabots de bois que fabriquait la société Antonin Baudin dans les années trente. Cette police de caractère a été également utilisée pour le logotype et la signalétique.

2· *Logo en argile*
Ce logo a été tracé en suivant la forme de la Creuse qui serpente dans cette région. Cette petite zone géographique atypique, appelée « la boucle du Pin », avait notamment attiré l'attention de personnalités comme George Sand ou Claude Monet.

3· *Cartels signalétiques*
Une série de 12 cartels signalétiques pour transmettre des informations liées au règlement intérieur, aux sens de circulation, ou aux éléments pratiques. Impression en quatre couleurs sur aluminium Dibond®. Format 20x20.cm

1.



1. *Affiches d'exposition*
De gauche à droite : des affiches conçues et réalisées pour les expositions des artistes plasticiens Katarina Axelsson et Josquin Pouillon, de « l'Indre à l'épreuve de la Grande Guerre » (réalisée lors du centenaire de la Première guerre mondiale) et du sculpteur Zigor.

Antoine Thibaudeau

DESIGNER & COMMUNICANT

parcours universitaire

2012 - 2017 : MASTER « DESIGN GRAPHIQUE & MULTIMÉDIA », MENTION TB.
École nationale supérieure des Arts décoratifs de Paris (EnsAD)

2015 : ÉCHANGE ERASMUS
Un semestre à la Aalto University d'Helsinki, Finlande.

2010 - 2012 : BTS COMMUNICATION VISUELLE
Lycée Raymond Loewy, La Souterraine, Creuse.

2009 - 2010 : MISE À NIVEAU EN ARTS APPLIQUÉS (MàNAA)
Lycée Raymond Loewy, La Souterraine, Creuse.

2008 : FORMATION D'INITIATION À LA MODÉLISATION 3D ET L'ANIMATION.
École EAP Prépa Info Seine, Paris.

2008 - 2009 : BAC SCIENTIFIQUE, OPTION ARTS, MENTION B.
Lycée Pierre et Marie Curie, Châteauroux.

expériences professionnelles

2019-2024 : CHARGÉ DE COMMUNICATION
à l'Ugict-CGT et pour le journal Options.

2016-2019 : DESIGNER GRAPHIQUE (FREELANCE) : missions de direction artistique

2018 - 2019 : Conception & réalisation d'identité visuelle, signalétique, affiches d'expositions pour :
le Musée de la Vallée de la Creuse, ÉGUZON.

2017 - 2018 - Conception & réalisation d'identité visuelle, conseils en communication pour :
l'agence de production Kultio, PARIS.

2016 - 2017 : Co-fondation, conception & réalisation d'identité visuelle, UX design pour :
la Start-Up l'Explorateur culturel, PARIS.

2014 - 2017 : MÉDIATEUR CULTUREL
au Musée de la Vallée de la Creuse, ÉGUZON.

2011 : STAGE EN DESIGN GRAPHIQUE
dans l'agence de communication Tongui, PARIS.

2010 : *ASSISTANT TECHNIQUE*
à l'imprimerie Matarèse, CHÂTEAUROUX.

maîtrise des logiciels / langages web

- **P. A. O :**
  Suites Adobe de CS2 à CC (2023) :
  Photoshop, Illustrator, InDesign, LightRoom
  Suite Office et web Apps :
  Word, Powerpoint, Canva Pro
  Excel.
- **Gestion de projet :**
  Suite Outlook, Zoom.
  Microsoft Teams.
- **Vidéo :**
  Adobe Premiere, After Effect.
- **M. A. O. :**
  Reaper Software.
- **Webdesign :**
  HTML, CSS,
  Jquery, Vanilla JS, Java.
  Wordpress (CMS).
- **Modélisation 3D :**
  Sketchup, Rhino.
- **Travail en déplacement :**
  Teamviewer, Suite Synology.

compétences

- **Direction artistique**
- **Coordination d'équipe**
- **Stratégie de communication**
- **Gestion de projet**
- **Design graphique**
- **Production photo & vidéo**
- **Conception de projets**
- **Conception du supports imprimés et numériques**
- **Veille esthétique**
- **Stratégie de marque**
- **Formation en communication**

centres d'intérêt

- ***Art contemporain, design, expositions...***

Réalisation d'expositions personnelles en 2014 et 2017.

- ***Photographie argentique et numérique***

Dispose de matériel argentique & numérique.

- ***Musique, composition et ingénierie son***

Pratique d'instruments, dispose d'un home studio.

langues parlées

- **Français, langue natale.**
- **Anglais, parlé et écrit niveau C1 (CECRL).**
- **Catalan, parlé et écrit niveau A2.**
- **Espagnol, parlé et écrit niveau A1.**

niveau : **maîtrisé** **avancé** **intermédiaire** **notions**

Carte de presse / Permis B & véhicule


ANTOINE
THIBAUDEAU
+33 6 60 36 01 59
hello@antoine-thibaudeau.com
34, rue Poulin
93100 - Montreuil