



PORTFOLIO

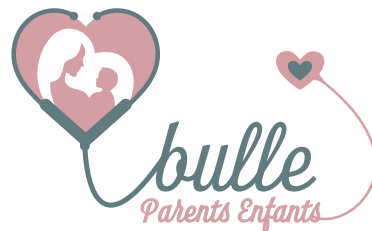
MARIE BARRET
B FOR DESIGN

06 46 22 05 75
contact@bfordesign.fr
www.bfordesign.fr

B FOR DESIGN.
AGENCE DE COMMUNICATION GLOBALE

A teal-colored horizontal band across the middle of the page. In the background, there is a faint illustration of a laptop on the left and a basket of fruit on the right. The text is centered in white.

LOGOS - IDENTITÉ VISUELLE

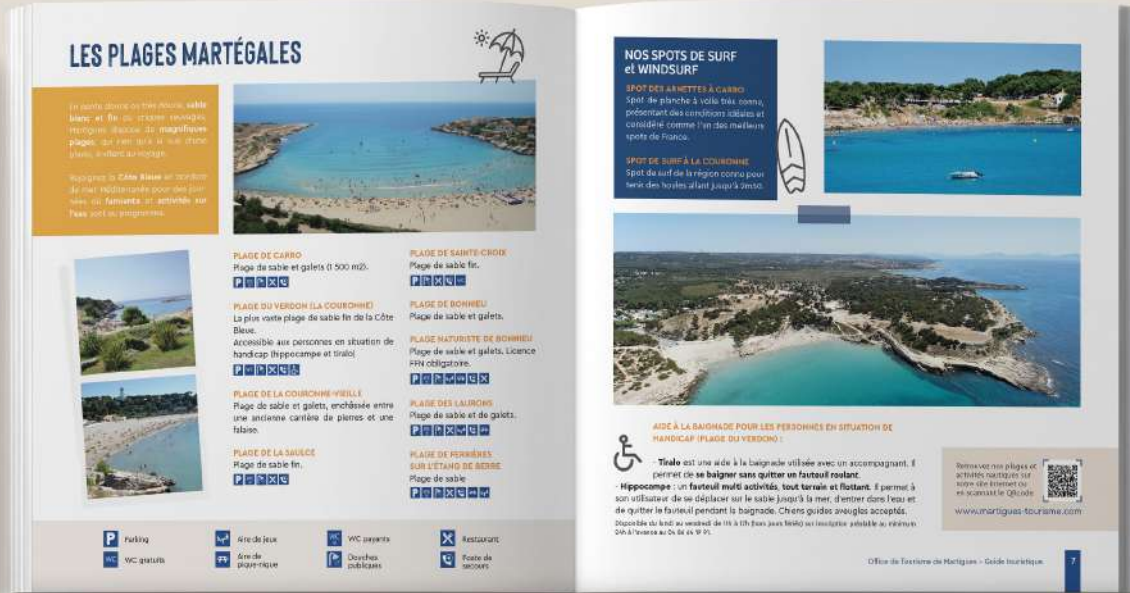




PRINT



DÉPLIANT - OFFICE DE TOURISME MARTIGUES



GUIDE TOURISTIQUE - OFFICE DE TOURISME MARTIGUES



TOPO RANDOS - OFFICE DE TOURISME MARTIGUES

Martigues en Provence
OFFICE DE TOURISME ET DES LOISIRS

BALADE EN BATEAU
au coucher de soleil
À MARTIGUES

31 août

Infos et réservations à l'Office de Tourisme de Martigues, par téléphone au 04 42 42 31 10 ou sur www.martigues-tourisme.com

Martigues en Provence
OFFICE DE TOURISME ET DES LOISIRS

BALADE EN BATEAU SUR LES CANAUX

26 OCT 2023 | 2 NOV 2023

Infos et réservations à l'Office de Tourisme et des loisirs de Martigues
Tél : 04 42 42 31 10
www.martigues-tourisme.com

AFFICHES VISITES - OFFICE DE TOURISME MARTIGUES

**BERGER
D'UN JOUR**

Martigues-en-Provence
OFFICE DE TOURISME ET DES LOISIRS

**21
FEV
2024**

INFOS ET RESERVATIONS
Office de Tourisme et des loisirs de Martigues
Tél : 04 42 42 31 10
www.martigues-tourisme.com

**MURDER
PARTY**

Martigues-en-Provence
OFFICE DE TOURISME ET DES LOISIRS

**24 31
OCT OCT
2023 2023**

INFOS ET RESERVATIONS
Office de Tourisme et des loisirs de Martigues
Tél : 04 42 42 31 10
www.martigues-tourisme.com

AFFICHES VISITES - OFFICE DE TOURISME MARTIGUES



CARTES POSTALES - OFFICE DE TOURISME MARTIGUES



LIVRE BLANC - KODAK ALARIS



LIVRES BLANCS - PINEY BOWES, IRON MOUNTAIN, ARCHIMED, CHAMPSVISION, LEXUSNEXUS, DOCUWARE, CYBERLIBRIS

archimag

Confiance numérique : Où en sont les organisations françaises ?

LA CONFIANCE NUMÉRIQUE AU COEUR DES PRÉOCCUPATIONS DES ORGANISATIONS

1 organisation sur 4 a digitalisé ses processus pour assurer la confidentialité ou répondre à un besoin de confiance et de traçabilité

67% des professionnels affirment que leur organisation respecte le RGPD

Pas de 8 structures ou 10 considèrent que les certifications et labels sont des critères déterminants dans leurs choix technologiques

DES TECHNOLOGIES DÉJÀ BIEN REPENDUES

60% des organisations ont déjà une solution de signature ou de cadastre électronique

Les 3/4 des structures disposent d'une GED ou d'un ECM

80% ont recours aux technologies Cloud (SaaS, IaaS, PaaS, etc.)

...ET D'AUTRES PLUS EN RETARD

62% des employeurs ne proposent pas de cadre-fort numérique à leurs salariés

41% des organisations ne disposent d'aucun système d'archivage électronique (SAE)

Moins de 3 organisations sur 10 ont recours à la Lettre Électronique

80% d'entre elles n'utilisent pas la Blockchain

Enquête Archimag menée auprès d'une centaine d'organisations françaises de septembre à novembre 2021.

archimag .com

COMMENT LES ORGANISATIONS ASSURENT-ELLES LEUR SÉCURITÉ NUMÉRIQUE ?

STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR

supplément gratuit n°351

Protéger l'information

Comment les organisations assurent-elles leur sécurité numérique ?

Enquête Archimag

Confiance numérique : où en sont les organisations françaises ?

Technologies

Zoom sur la signature électronique, le cadre-fort numérique, le SAE et concrets

CONFIANCE NUMÉRIQUE

Assurer la confiance numérique grâce à des dispositifs certifiés

L'essor de la digitalisation des processus ouverts aux organisations n'apporte pas que des points positifs. Elle s'accompagne en effet de nombreux risques, notamment liés à la sécurité des données et à la confidentialité. Quelles sont les solutions pour y remédier ? Sont-elles bien répandues en France ? Le point.

La transformation digitale des organisations est plus que jamais en marche ! Comme le confirme une enquête menée par Archimag de septembre à novembre 2021 auprès d'une centaine de structures françaises, seulement 5 % n'ont pas prévu de mesures liées à la sécurité de leurs données. Au contraire, elles sont 84 % à l'avoir mise bien avant la crise sanitaire, principalement pour gagner en efficacité, comme le précisent 27 % des organisations.

Il ne s'agit cependant pas de tout élément décisif de cette digitalisation : 17 % des répondants indiquent que cette initiative répond à des besoins en conformité, tandis que 8 % recherchent plus de efficacité. Les organisations sont d'ailleurs de plus en plus conscientes qu'il est essentiel de plus s'équiper pour la préserver et n'ont pas plus mal estimé que leur employeur respecte les enjeux du RGPD.

Des solutions loin de faire l'unanimité

Afin de réduire les risques liés à l'usage du digital, les organisations sont de plus en plus nombreuses à adopter des solutions performantes afin de préserver la confidentialité : 50 % en ont déjà prévues électroniques et les 3/4 se sont dotées d'une GED (66 % ou d'un ECM (7 %). Ces plateformes, généralement populaires dans la gestion des documents, permettent d'archiver numériquement les données, d'assurer la sécurité et la traçabilité des données, sous réserve d'être correctement configurées (gestion des droits d'accès, notamment).

Cependant, d'autres outils bien utiles sont sous-estimés par les organisations. C'est notamment le cas du cadre-fort numérique, mis à disposition des collaborateurs dans seulement 39 % des cas, alors qu'il offre une sécurité optimale pour les documents électroniques (billets de paie dématérialisés, etc.).

De même, les efforts sont encore à fournir du côté de l'archivage électronique également, avec 2 structures seulement sur 10 qui ont recours à un SAE, qui présente la même valeur juridique que son homologue papier sous certaines conditions, et est répandu que dans 27 % des organisations.

Comme de nombreux logiciels et outils, les dispositifs technologiques offrent une sécurité accrue, mais ils ne sont pas à l'abri de failles. C'est le cas de la Blockchain, dont l'adoption est effective que dans 20 % des structures, ou encore de la cryptologie, toujours pas déployée dans près d'1 organisation sur 2. À contrario, les technologies Cloud (SaaS, IaaS, PaaS, etc.) ont été plus de succès : 80 % des répondants y ont recours !

Quoi qu'il en soit, la sécurité s'impose comme une thématique prioritaire pour de nombreux professionnels. Plus de 80 % des organisations s'intéressent aux certifications et autres labels au moment de choisir une technologie.



MAGAZINE- ARCHIMAG

Catalogue Général 2019-2020

Tous les matériels
et produits de traitements
pour la Piscine Heureuse®

Mareva

POMPES DE FILTRATION

POMPE QUALITÉ PREMIUM

De 0,25 à 1,2 CV - Mono - Pour piscines de 30 à 110 m³

LES + PRODUITS

- Qualité de filtration optimisée, perte de charge minimisée
- Durabilité extrême, hygiène maximale, pas de bio film gênant
- Une seule granulométrie, consommation de produit de traitement d'eau réduite
- Consommation d'eau et d'énergie restreinte

Toutes les références bénéficient d'une turbine de grand gabarit
Axe moteur acier inox 304L
Roulements résistants à haute température (DOU CI)
Moteur protection IP65 classe F
Pompe fournie avec 2 raccords à coller D50 pour tuyau rigide
(+ 2 raccords coniques à visser D32-38 pour tuyau souple de 0,25 CV à 0,50 CV)
Équipée d'un câble d'alimentation européen 1,58 m.

Pompes centrifuges auto-amorçantes avec pré-filtre

Conditionnement	Référence
POMPE QUALITÉ PREMIUM	
0,25 CV - Par 1	608 000
0,33 CV - Par 1	608 001
0,50 CV - Par 1	608 002
0,75 CV - Par 1	608 003
1 CV - Par 1	608 004
1,2 CV - Par 1	608 005

50

Consultez votre espace PRO sur www.mareva.fr

ANTI-ALGUES CHOC

Rattrapage eau verte

Clarifiant choc préventif et curatif pour piscine au chlore

Dosage :
1L / 10 m³. 1 fois toutes les 3 à 4 semaines

Joker by Mareva

Conditionnement	Référence	Palettisation
Rattrapage eau verte SL Aquaclar flash - Par 4	041 113U	-
Rattrapage eau verte SL Aquaclar flash - Par 1/2	041 113D	16 cartons
Rattrapage eau verte SL Aquaclar flash - Par 4	041 1131	32 cartons

Revatop® 12%

Revatop® 12% est un anti-algues choc efficace pour rattraper une piscine verte.

Non soumis à la réglementation sur les précurseurs d'explosifs. Voir p. 8

Dosage :
3L / 10 m³

Etiquetage	Designation	Référence	Conditionnement	Palettisation
FR	3 x 5 L	000 120U	1 carton de suremballage de 3 bidons	-
	3 x 5 L	000 1201	1 carton de suremballage de 3 bidons	120 bidons
FR	4 x 5 L	-000 121U	Par carton de 4 x 5 L	-
	4 x 5 L	-000 1211	Par carton de 4 x 5 L	128 bidons
FR	4 x 5 L	000 124U	Par carton de 4 x 5 L	-
	4 x 5 L	000 1241	Par carton de 4 x 5 L	128 bidons

MÉTHODE DE TRAITEMENT SANS CHLORE

Aquaclar+ 3L

Pour piscines sans chlore
Désinfectant à base de PHMB

Rattrapage eau verte

Pour piscines avec et sans chlore

Dosage : Maintenir un taux de 30 à 35 ppm de désinfectant

Conditionnement	Référence	Palettisation
Aquaclar+ 3L - Par 6	041 011U	-
Rattrapage eau verte SL Aquaclar flash - Par 4	041 113U	-
Rattrapage eau verte SL Aquaclar flash - Par 1/2	041 113D	16 cartons
Rattrapage eau verte SL Aquaclar flash - Par 4	041 1131	32 cartons

Danger. Respecter les précautions d'emploi.
Utiliser les produits bouchés avec précaution. Avant toute utilisation, lisez l'étiquette et les informations concernant le produit.
LA GARANTIE PRODUIT MAREVA (Une DLUO de 42 mois (sauf Javel))

25

www.mareva.fr - Contactez votre commercial voir p. 5

CATALOGUE - MAREVA PISCINE



CATALOGUES - SERA FORMATION - M-FILES

MAGAZINE - MARTIGUES ÉVOLUTION



DÉPLIANT ABO - ARCHIMAG



DÉPLIANT GUIDES - ARCHIMAG

COURTAGE IMMOBILIER DE FRANCE

Simulation gratuite et sans engagement

**PRÊT IMMOBILIER - RACHAT DE PRÊT
ASSURANCE EMPRUNTEUR
REGROUPEMENT DE CRÉDIT**

Les meilleurs taux négociés pour vous

VINOT ANTHONY
Courtier en prêt immobilier
www.cidf-france.fr
www.kidf-france.fr

Anthony VINOT
06 34 37 25 16
04 42 61 02 30

OPTIMISEZ VOTRE ASSURANCE EMPRUNTEUR

Étudiez vos emprunts et optimisez vos mensualités

Étude et frais de dossier offerts

Vous avez la possibilité de changer d'assurance emprunteur (Délegation d'assurance)

LOI BOURQUIN

Vous avez la possibilité de changer d'assurance emprunteur chaque année à la date d'échéance selon préavis

DEPUIS LE 26 JUILLET 2017

VOLPE VANESSA
Courtier en prêt immobilier
www.cidf-france.fr
www.kidf-france.fr

06 06 64 20 76
25 Ave Jules Ferry - 13120 Gardanne
1 Avenue Victor Hugo - 13170 Les Pennes Maritimes

KUSH

www.kush-france.fr

L'ENVOL

Community on pizza.cas
06 18 52 34 75

Bonne appétite!

LENYOL - PIZZARIA / ITALIAN FOOD

PIZZA	8 €
SPAGHETTI	8 €
CAZULANO	10,5 €
TOURNOI	7,5 €
MAISON	10,5 €
TRIO	11 €
GRAND	12,5 €
TRIO COPRA	11 €
TRIO	11,5 €
PANINIS	8,5 €

KUSH

kush-france.fr

ALLER	RETOUR	ALLER + RETOUR
120€	220€	340€
100€	180€	280€
80€	140€	220€
60€	100€	160€

FLYERS - CIDF - KUSH - L'ENVOI



patrimoine : tirer profit du digital

Partie 3 - Stratégie de contenu
- Le contenu au service de la stratégie digitale
- Ecrire pour le web
- Comment optimiser dans Wikipedia
- Ressources disponibles

Partie 4 - Q&A

Form with fields: NOM, Prénom, Fonction, Adresse, Code Postal / Ville, Tél., Courriel, Signature obligatoire

Service commercial
cathy.potel@archimag.com

L'AGENCE DIGITALE
www.lagence-digitale.fr/archimag.com
24, rue de Milan - 75009 Paris
01 44 53 45 00

Service de création éditoriale
eric.livengarchimag.com

archimag! guide pratique n°68

Plongez dans le digital !
doc, bib et patrimoine : tirer profit du digital

Comment documenter, archiver, indexer... ou mieux prendre le site digital pour des utilisateurs digitaux ? A l'âge d'or du web, le site est devenu un lieu incontournable pour construire son image de marque sur ses réseaux sociaux, pour communiquer, pour vendre, pour recruter... Comment documenter, archiver, indexer... ou mieux prendre le site digital pour des utilisateurs digitaux ? A l'âge d'or du web, le site est devenu un lieu incontournable pour construire son image de marque sur ses réseaux sociaux, pour communiquer, pour vendre, pour recruter...

Partie 1 - Définir sa stratégie digitale et cibler ses utilisateurs
- Stratégie digitale : enjeux et perspectives
- Comment définir sa stratégie digitale : du diagnostic au lancement
- Connaître ses utilisateurs : comment transformer ses visiteurs en utilisateurs fidèles et engagés

Partie 2 - Choisir des médias

- Comment choisir ses médias digitaux
- Méthode d'attribution
- Améliorer son référencement (SEO)
- Choisir un bon assistant
- Réseaux sociaux : aller à la recherche de nouveaux publics
- La maintenance continue d'un projet de production et de distribution
- Former avec un MOOC, un MOOC ou un MOOC
- Les avantages du blog
- Créer un podcast
- Choisir sa plateforme d'abonnement et la rendre attractive
- Ressources disponibles

Partie 3 - Stratégie de contenu

- Le contenu au service de la stratégie digitale
- Ecrire pour le web
- Comment optimiser dans Wikipedia
- Ressources disponibles

Partie 4 - Q&A

GUIDE PRATIQUE N°68
Doc, bib et patrimoine : Tirer profit du digital
Archimag accompagne du lancement à Archimag 24, rue de Milan F-75009 Paris
Tél : +33 1 53 45 00 30 - Fax : +33 1 44 53 45 01 - Courriel : info@archimag.com - Site : www.archimag.com

Form with fields: NOM, Prénom, Fonction, Adresse, Code Postal / Ville, Tél., Courriel, Signature obligatoire

Service commercial
cathy.potel@archimag.com

Digitale, faites décoller votre communication digitale

ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

RELATION PRESSE
OUTBOUND MARKETING

48 PAGES

DOC, BIB ET PATRIMOINE : TIRER PROFIT DU DIGITAL

archimag! guide pratique n°68

Plongez dans le digital !

doc, bib et patrimoine : tirer profit du digital

Comment documenter, archiver, indexer... ou mieux prendre le site digital pour des utilisateurs digitaux ? A l'âge d'or du web, le site est devenu un lieu incontournable pour construire son image de marque sur ses réseaux sociaux, pour communiquer, pour vendre, pour recruter... Comment documenter, archiver, indexer... ou mieux prendre le site digital pour des utilisateurs digitaux ? A l'âge d'or du web, le site est devenu un lieu incontournable pour construire son image de marque sur ses réseaux sociaux, pour communiquer, pour vendre, pour recruter...

Partie 1 - Définir sa stratégie digitale et cibler ses utilisateurs

- Stratégie digitale : enjeux et perspectives
- Comment définir sa stratégie digitale : du diagnostic au lancement
- Connaître ses utilisateurs : comment transformer ses visiteurs en utilisateurs fidèles et engagés

Partie 2 - Choisir des médias

- Comment choisir ses médias digitaux
- Méthode d'attribution
- Améliorer son référencement (SEO)
- Choisir un bon assistant
- Réseaux sociaux : aller à la recherche de nouveaux publics
- La maintenance continue d'un projet de production et de distribution
- Former avec un MOOC, un MOOC ou un MOOC
- Les avantages du blog
- Créer un podcast
- Choisir sa plateforme d'abonnement et la rendre attractive
- Ressources disponibles

Partie 3 - Stratégie de contenu

- Le contenu au service de la stratégie digitale
- Ecrire pour le web
- Comment optimiser dans Wikipedia
- Ressources disponibles

Avec L'Agence Digitale, faites décoller votre communication digitale

ANALYSE / CONSEIL EN STRATEGIE DIGITALE

MARKETING DE CONTENUS

GESTION DE BLOG & NEWSLETTER

ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

RELATION PRESSE
OUTBOUND MARKETING

48 PAGES

DOC, BIB ET PATRIMOINE : TIRER PROFIT DU DIGITAL

archimag! guide pratique n°68

PUBLICITÉ - ARCHIMAG

PUBLICITÉ - ARCHIMAG



ARCHIMAG VOUS CONVIE À UNE GRANDE JOURNÉE D'ÉCHANGES, DE RETOURS D'EXPÉRIENCE ET DE BONNES PRATIQUES AUTOUR DE LA VEILLE ET DU KNOWLEDGE MANAGEMENT !

Veilleurs, ne négligez plus aucune source. Face à l'infobésité, comment acquérir et traiter finement l'information ?

Veilleurs : Que vaut vraiment votre veille ?

Comment mixer recherches de connaissances et informations issues de la veille ? Comment mieux comprendre les données pour mieux les partager ? Comment développer le collaboratif ? Comment rendre votre veille interactive ?

Comment mesurer son efficacité, sa diffusion, son impact, etc. ? Comment impliquer et motiver les collaborateurs pour développer le collaboratif ? Comment rendre votre veille interactive ?

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT : <https://bit.ly/3vLwYIU>



archimag guide pr



GUIDE PRATIQUE N°71 Bibliothèques en mutation

À renvoyer accompagné du règlement à Archimag 24, rue de Mélan F-75009 Paris tél : +33 1 38 71 52 30 - fax : +33 1 44 53 49 01 - Courriel : info@archimag.com - Site : www.archimag.com

- OUI, je commande (enveloppe à payer au prix unitaire de 69 euros TTC, soit 120 € hors taxes) - TVA 2.10% + 4,50 euros de frais de port
- OUI, je commande (enveloppe à payer au prix unitaire de 69 euros TTC, soit 120 € hors taxes) - TVA 2.10% + 4,50 euros de frais de port
- OUI, je commande (enveloppe à payer au prix unitaire de 69 euros TTC, soit 120 € hors taxes) - TVA 2.10% + 4,50 euros de frais de port

NOM :	
PRÉNOM :	
FONCTION :	
AUDIENCE :	
SECTEUR D'ACTIVITÉ :	
ADRESSE :	
CODE POSTAL / VILLE :	
TEL. :	
COURS :	

Signature ou cachet

GUIDE PRATIQUE N°71 BIBLIOTHÈQUES EN MUTATION

100 PAGES

archimag guide pr



Le livre pour des méthodes, des outils et des témoignages sur des expériences innovantes.

Table des matières

- Table 1 - Introduction**
 - Les bibliothèques deviennent guides dans le monde de la veille
 - Les bibliothèques sont des laboratoires de veille
 - Comment mieux gérer votre veille
 - Les bibliothèques sont des laboratoires de veille
 - Les bibliothèques sont des laboratoires de veille
 - Les bibliothèques sont des laboratoires de veille
- Table 2 - Acteurs**
 - Le développement durable en bibliothèque
 - Le rôle de la bibliothèque dans la veille
 - Le rôle de la bibliothèque dans la veille
 - Le rôle de la bibliothèque dans la veille
 - Le rôle de la bibliothèque dans la veille
- Table 3 - Méthodes**
 - Méthode des 5D
 - Méthode des 5D
 - Méthode des 5D
 - Méthode des 5D
 - Méthode des 5D

« De la gestion documentaire à la gestion des connaissances ou comment mieux partager l'information et le partage optimal des informations, la documentation stratégique aux collaborateurs d'une structure ? »

« Recherche et diffusion de l'information : comment paramétrer vos outils ? »

ARCHIMAG VOUS CONVIE À UNE GRANDE JOURNÉE D'ÉCHANGES, DE RETOURS D'EXPÉRIENCE ET DE BONNES PRATIQUES AUTOUR DE LA VEILLE ET DU KNOWLEDGE MANAGEMENT !

Veilleurs, ne négligez plus aucune source. Face à l'infobésité, comment acquérir et traiter finement l'information ?

100 PAGES

archimag guide pr



PUBLICITÉ - LA CÔTE IMMO - ESPACE YAM



04 42 48 48 48 | espaceyam@hotmail.com | www.eym.fr

ESTIMATION GRATUITE

La côte immobilière

VOUS AVEZ UN PROJET IMMOBILIER ?
X Achat X Conciergerie

Pour vous aider à réaliser votre projet, prenons le temps de nous rencontrer !

Email : contact@lacote-immmo.com
Téléphone : 0636995552

Facebook : @coteimmo
Instagram : @lacoteimmo

ESPACE YAM MARINE

espaceyam@hotmail.com | www.eym.fr

ESTIMATION GRATUITE

La côte immobilière

CONCESSIONNAIRE YAMAHA

VOUS AVEZ UN PROJET IMMOBILIER ?
X Vente X Achat

Pour vous aider à réaliser votre projet, prenons le temps de nous rencontrer !

Email : contact@lacote-immmo.com
Téléphone : 0636995552

CONCESSIONNAIRE YAMAHA

04 42 48 48 48 | espaceyam@hotmail.com

La côte immobilière

VOUS AVEZ UN PROJET IMMOBILIER ?
X Vente X Achat X Conciergerie

Pour vous aider à réaliser votre projet, prenons le temps de nous rencontrer !

Email : contact@lacote-immmo.com
Téléphone : 0636995552

Facebook : @coteimmo
Instagram : @lacoteimmo

La côte immobilière

CONCESSIONNAIRE YAMAHA



PUBLICITÉ - CRÉDIT AGRICOLE



STAND SALONS - ARCHIMAG



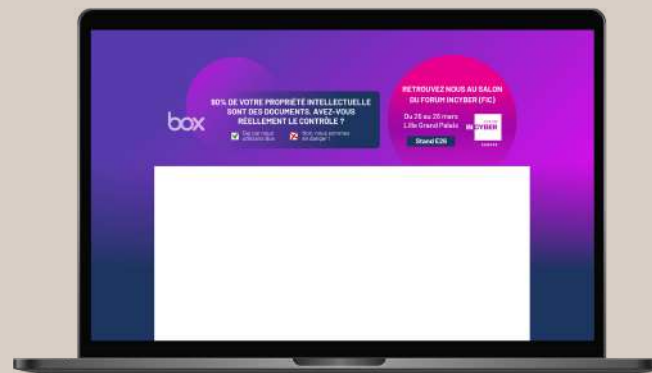
STAND SALONS - ARCHIMAG



ILLUSTRATIONS

A teal-colored horizontal band across the middle of the page. The background of this band is a faint, semi-transparent illustration of a desk setup. On the left, a laptop is open. In the center, a hand is holding a smartphone. On the right, there is a small basket containing lemons and a glass of water. The overall aesthetic is clean and modern.

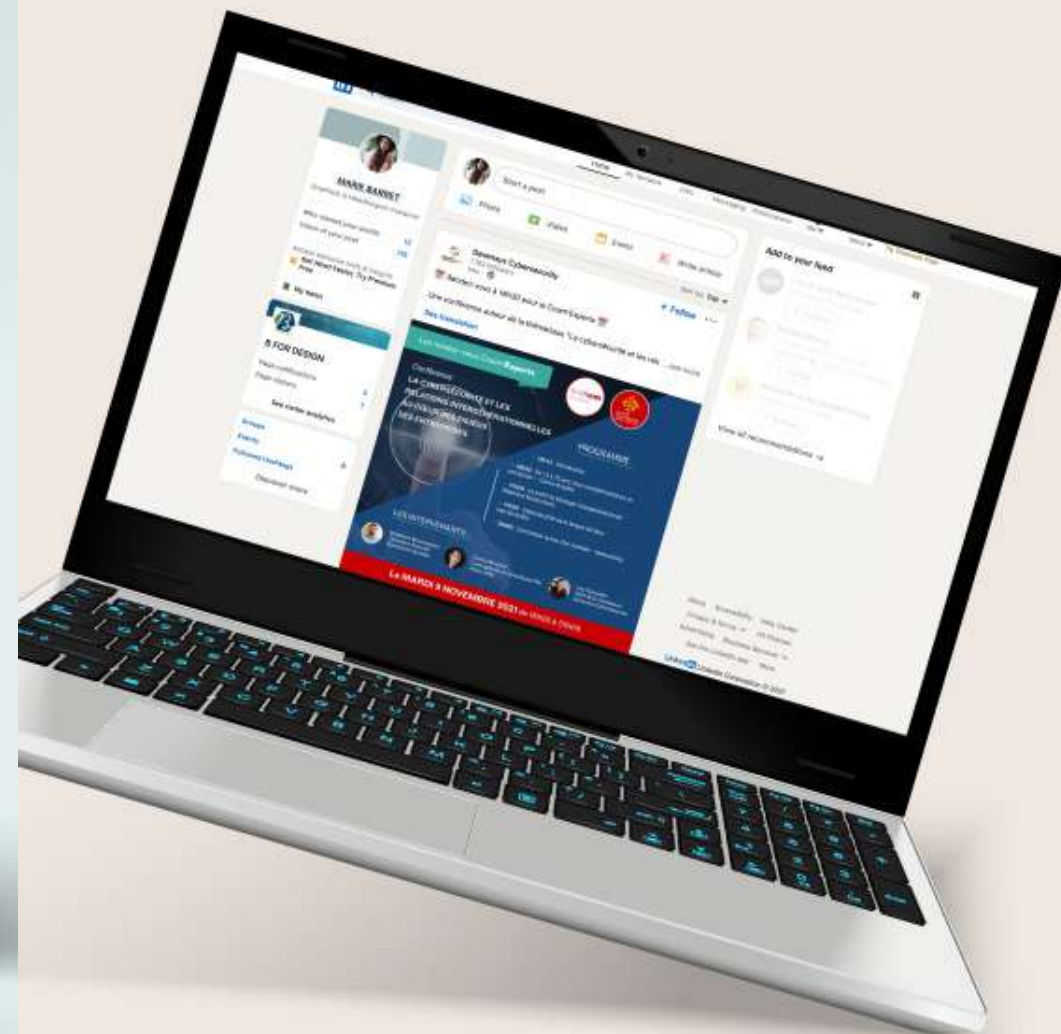
DIGITAL - RÉSEAUX SOCIAUX



HABILLAGES PUB SITE WEB - ARCHIMAG



STORIES - INSTAGRAM

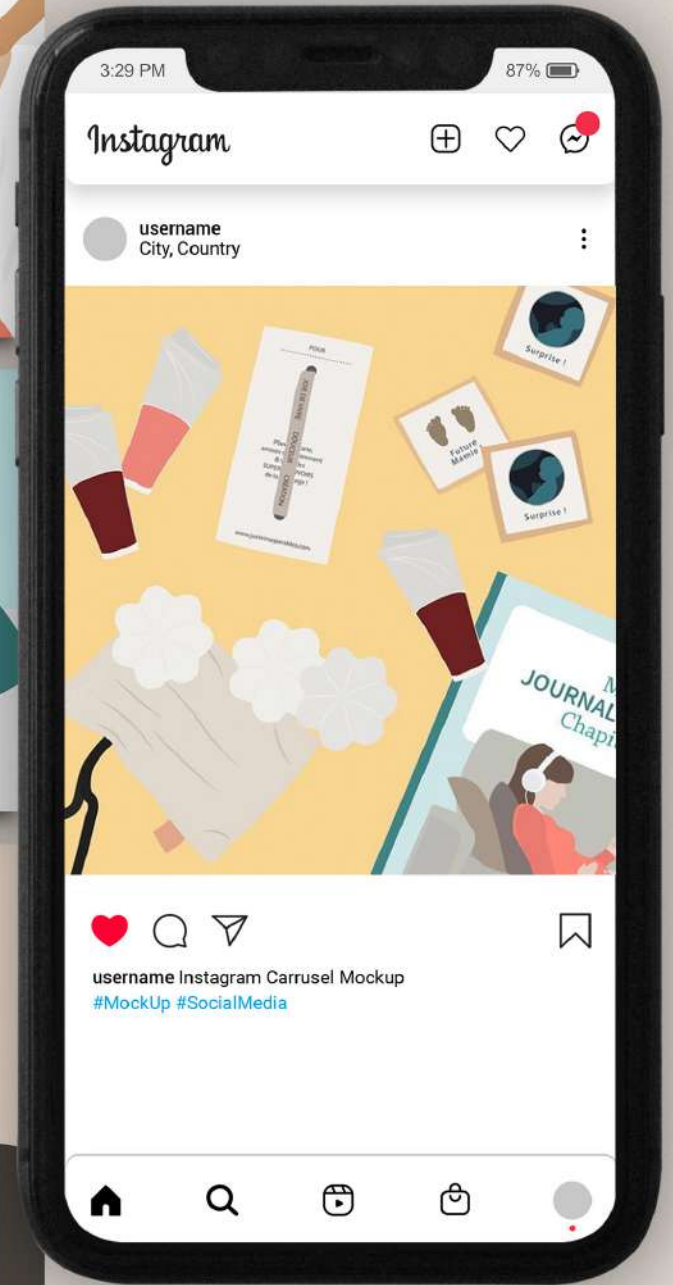


PUBLICITÉ - LINKEDIN

IDÉE REÇUE N°1 :
“ Faut-il manger pour deux ? ”



IDÉE REÇUE N°2 :
“ La forme du ventre révèle le sexe du bébé ? ”



POSTS INSTAGRAM - MININOO



POSTS INSTAGRAM - CRÉDIT AGRICOLE



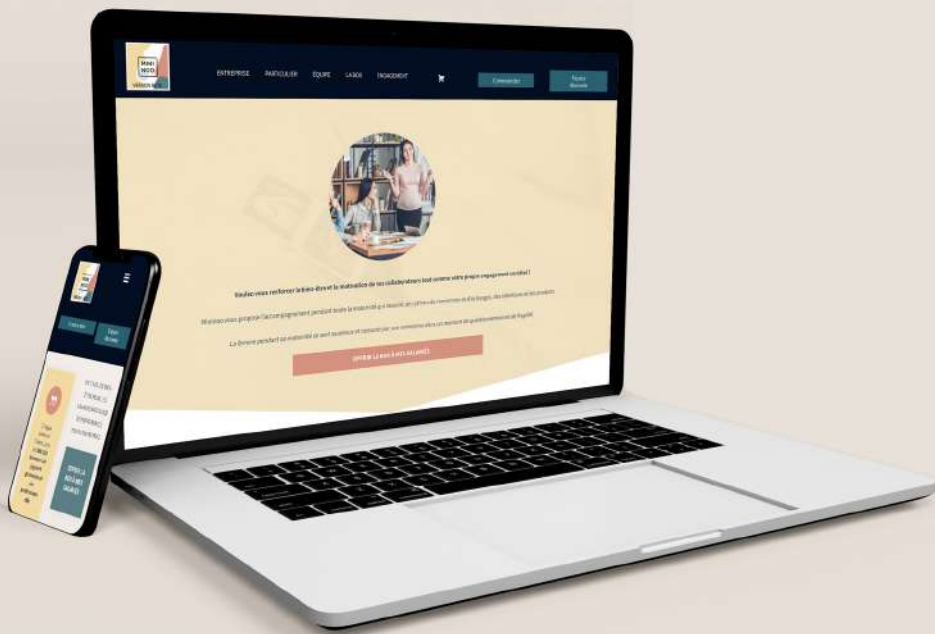
MOTION DESIGN



ANIMATIONS VIDÉO - CRÉDIT AGRICOLE

A teal-colored horizontal band across the middle of the page. Inside this band, there is a faint, stylized illustration of a laptop on the left, a hand holding a smartphone in the center, and a bowl of fruit on the right. The text 'SITES INTERNET' is centered in white, bold, uppercase letters.

SITES INTERNET



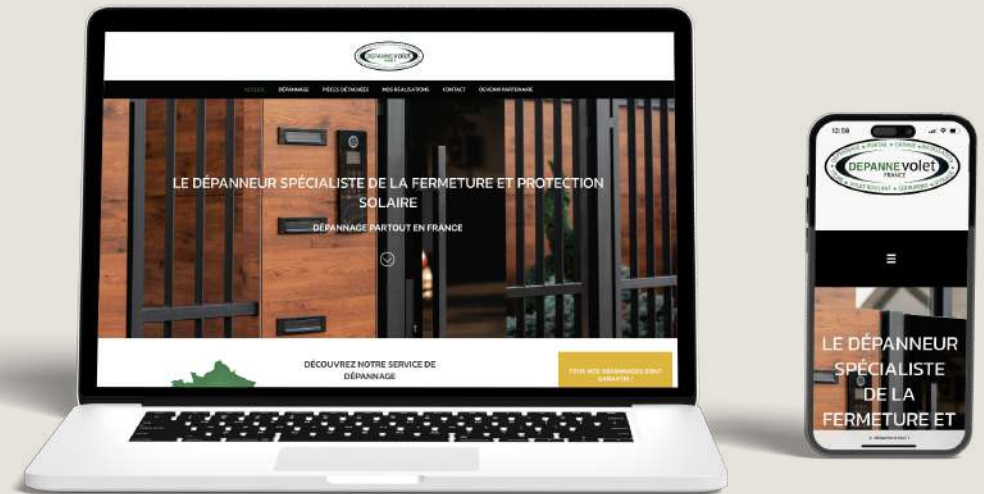
SITE WEB - MININOO



SITE WEB - PARLONS BAMBINS



SITE WEB - BULLE PARENTS ENFANTS



SITE WEB - DEPANNE STORE



SITE WEB - LASER GAMES ISTRES



SITE WEB - SPITFORM

The background of the slide is a photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. To the right of the laptop, there is a glass jar containing a smoothie with a blue straw, and a small white bowl filled with fresh fruit, including lemons and oranges. The entire scene is overlaid with a semi-transparent blue filter. A light green rectangular box is positioned in the upper center, containing the company logo and name.

B FOR DESIGN.

AGENCE DE COMMUNICATION GLOBALE

www.bfordesign.fr / contact@bfordesign.fr / 06 46 22 05 75