

Poulpastore

Marchandisage
Visuel

LP Maitoux
Béthune

Source d'inspiration : la **caisse de transport** sur mesure (planche ci-contre) : référence forte au transport maritime, alternative au container et symbole du transport en sécurité du contenu fragile et/ou précieux.

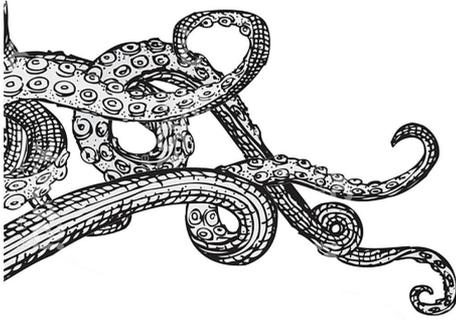


Planche inspiration

POP UP STORE
Poulpaphone



FRAGILE



Campagne de street marketing pour l'ouverture du Parc Zoologique de Paris.



Damien Hirst - The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living, 1991



The space of art / installation / MAK Österreichisches Museum für angewandte Kunst und Gegenwartskunst / 2011

Pop-up store "POULPASTORE" : magasin éphémère, point de vente des différents produits dérivés et de promotion des différents acteurs du festival. Dimension : parallélepède de 4m de largeur x 5m de longueur x 2,4m de hauteur. Matériaux : OSB et contreplaqué extérieur lasuré, mobilier spécifique en OSB. Assemblage : vis inox têtes fraisées et pointes têtes fraisées galvanisées.

Maquettes, projets échelle 1/10 et mise en scène dans vitrine pédagogique, élèves de 1^{er} MarVi, année scolaire 2017-2018



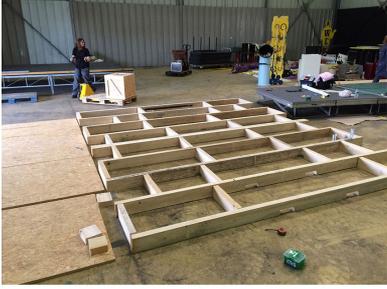
Projection 3D, élèves de TMarVi



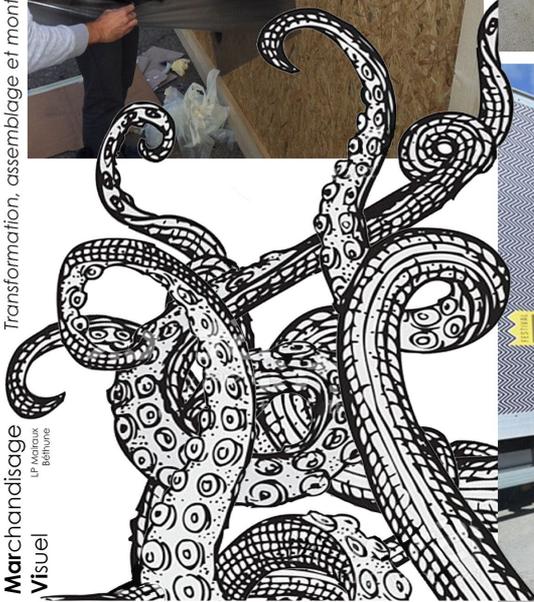
Transformation et fabrication en atelier



Transformation, assemblage et montage sur le site du Poulpaphone, Garramanche, élèves de TMarVi



Marchandisage Visuel



Poulpastore en activité sur le site du Poulpaphone, 28 et 29 septembre 2018. Projet réalisé par les élèves de TMarVi du Lycée Professionnel André Malraux de Béthune de septembre 2017 à septembre 2018.

