

Alexandre
Cazelles

portfolio

— 2026 —

Casino JOA de Saumur

À propos

Les points clés	
Date du projet	Mars 2026
Description	Construction et ouverture du nouveau casino JOA
Tags	Direction artistique · Photographie · Vidéo

Le projet

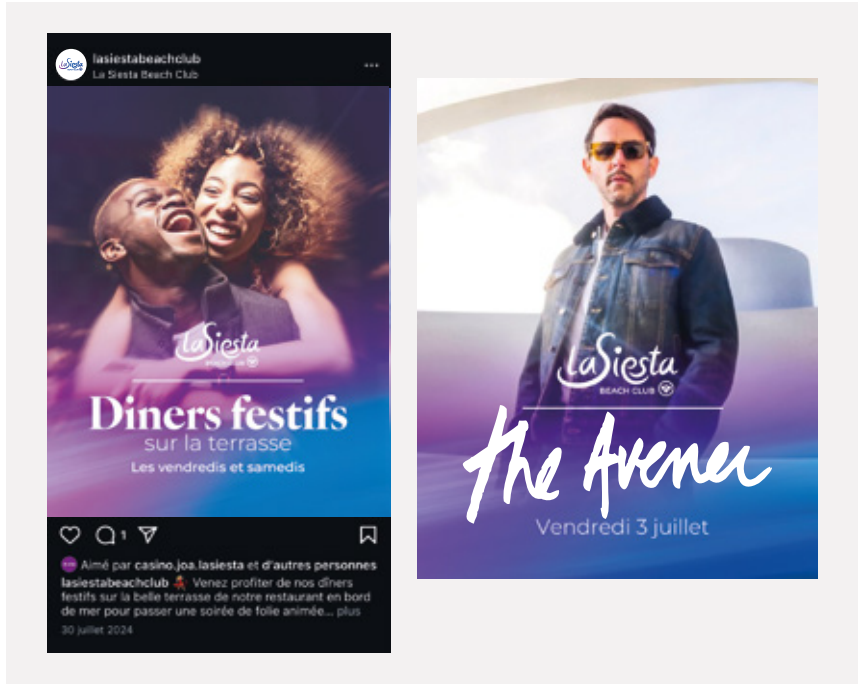
Le 26 mars 2026 marque l'ouverture du nouveau Casino JOA de Saumur, l'aboutissement de plusieurs mois de réflexion et de création autour de nombreux sujets de marque, de communication et d'expérience client.

Mon intervention s'est articulée autour de plusieurs axes. J'ai notamment imaginé et piloté la création de la toute première carte Club JOA en édition limitée et numérotée à 100 exemplaires, de la conception graphique jusqu'au suivi de production.

En parlant de carte, côté restauration, j'ai conçu l'ensemble des supports de carte, développé un système de menus déclinable au fil des saisons et assuré les prises de vue culinaires afin de valoriser l'offre du restaurant.

Enfin, j'ai participé à la stratégie de communication accompagnant l'ouverture du casino : pose de la première pierre, reportages photo du chantier, campagnes de teasing sur les réseaux sociaux, affichage urbain, campagnes sponsorisées et dispositifs digitaux. Un projet transversal permettant d'accompagner chaque étape de la naissance d'un nouvel établissement JOA.





La Siesta Beach Club

À propos

Les points clés

Date du projet	été 2026
Description	Rebranding et relance d'un beach club iconique de la Côte d'Azur
Tags	Direction Artistique · Rebranding · Hospitality Design

Le projet

Icône des nuits antiboises dans les années 1960-80, La Siesta Beach Club a marqué plusieurs générations avant de disparaître progressivement du paysage azuréen. En 2026, JOA a décidé de redonner vie à ce lieu emblématique à travers une réouverture et un important travail de repositionnement de marque.

Pendant plusieurs mois, j'ai participé à la construction de l'identité du projet. Afin de préserver l'histoire du lieu tout en le modernisant, nous avons collaboré avec Joël Guenoun pour revisiter le logo historique et poser les bases d'une nouvelle identité visuelle. En lien étroit avec l'agence Mouton Noir, qui nous a accompagné sur la nouvelle charte JOA en 2025, j'ai ensuite contribué au développement d'une mini-chartre graphique permettant de faire cohabiter l'univers JOA avec les codes propres au beach club. Un bleu vibrant est ainsi venu enrichir le violet emblématique de la marque, accompagné d'un travail de dégradés évoquant l'énergie de la Côte d'Azur et des reflets du soleil sur la mer.

Le projet s'est également décliné sur l'ensemble des supports de communication, des réseaux sociaux aux campagnes print, en passant par la programmation musicale. Côté restauration, j'ai assuré la direction artistique de la carte du beach club, regroupant l'offre food et boissons, ainsi que celle des visuels culinaires. En collaboration avec le photographe antibois Loïc Bisoli, nous avons construit un univers visuel cohérent entre l'identité de marque et l'expérience proposée sur place.



Refonte charte JOA

À propos

Les points clés	
Date du projet	2024-2025
Description	Refonte de l'identité visuelle et déploiement de marque
Tags	Rebranding · Plateforme de Marque

Le projet

Après plusieurs années d'utilisation, l'identité visuelle du groupe JOA ne répondait plus aux ambitions de la marque. Jugée vieillissante et insuffisamment différenciante, elle nécessitait une refonte complète afin d'accompagner l'évolution du groupe, de son positionnement et de son image.

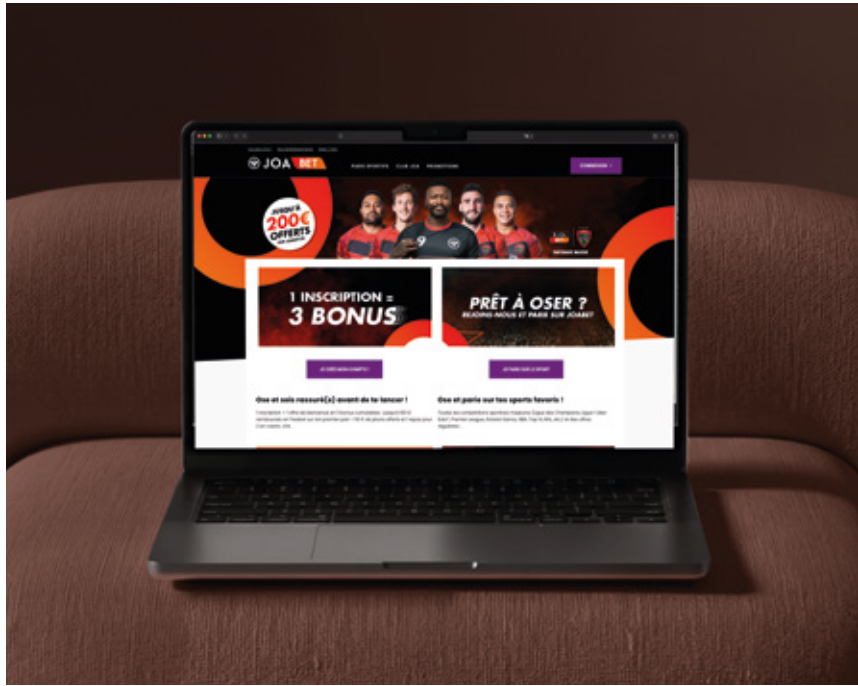
À la suite d'un appel d'offres remporté par l'agence Mouton Noir, j'ai été l'interlocuteur créatif principal du projet au sein de JOA. En tant qu'unique créatif intégré à l'entreprise, j'ai participé à la définition des orientations artistiques, au cadrage des besoins et aux nombreux échanges ayant permis de construire cette nouvelle plateforme de marque.

Dévoilée à l'été 2025, cette nouvelle identité repose sur une direction artistique modernisée, une architecture de marque repensée et une hiérarchisation plus lisible des différentes entités du groupe. J'ai également piloté la refonte du programme de fidélité Le Club, avec la volonté de le positionner comme une extension naturelle de l'univers JOA. L'adoption d'un violet plus profond et d'un territoire visuel plus exclusif a permis de renforcer sa dimension premium et son attractivité auprès des membres.

Dans le cadre de cette refonte, un shooting photo de marque a également été réalisé afin d'incarner cette nouvelle identité. Mené en collaboration avec le photographe Étienne Delorme, ce projet m'a permis d'intervenir sur la préparation et le suivi des prises de vue, avec un regard particulier porté sur la cohérence entre les images produites et les ambitions de la nouvelle charte graphique.

Au-delà de la conception, j'ai assuré le déploiement opérationnel de cette nouvelle charte sur l'ensemble des supports de communication du groupe. Un travail de plusieurs semaines visant à harmoniser et mettre à jour les contenus présents dans les 33 casinos JOA, garantissant ainsi une cohérence de marque à l'échelle nationale.





Djibril Cissé

À propos

Les points clés

Date du projet	2021 - 2022
Description	Déploiement du partenariat JOABET x Djibril Cissé
Tags	Campagne 360° · Événementiel · Shooting Photo

Le projet

À l'occasion de l'Euro 2021, JOABET a noué un partenariat d'un an avec Djibril Cissé afin d'accroître la notoriété de sa plateforme de paris sportifs en ligne. L'enjeu était de renforcer la visibilité de la marque et de soutenir son développement sur un marché particulièrement concurrentiel.

Récemment arrivé chez JOA quelques jours auparavant, j'ai rapidement été impliqué dans le déploiement du partenariat. J'ai participé à la conception et à la réalisation des contenus de lancement, notamment les vidéos de teasing et de révélation, ainsi qu'au développement des supports de communication déployés dans les casinos et à la refonte visuelle de l'écosystème JOABET.

Tout au long de l'année, j'ai accompagné les différentes prises de parole sponsorisées de Djibril Cissé pour JOABET autour des grands rendez-vous sportifs, tels que la Ligue des Champions et l'Europa League. J'ai également contribué à l'organisation de plusieurs événements de marque, notamment au sein des casinos JOA de Cannes Mandelieu et de La Seyne-sur-Mer.

Cette dernière soirée a permis de réunir les deux partenaires majeurs de JOABET : Djibril Cissé et le Rugby Club Toulonnais. À cette occasion, j'ai supervisé un shooting photo exclusif réunissant les deux univers, en assurant la recherche du photographe, la préparation du projet et la direction artistique de la séance.

Un projet complet mêlant communication, événementiel, production de contenu et respect du cadre réglementaire strict imposé par l'Autorité Nationale des Jeux.

U.S. Montauban

À propos

Les points clés	
Date du projet	2017 - 2019
Description	Création des maillots et produits dérivés de l'USM
Tags	Retail · Design Textile · Rugby Professionnel

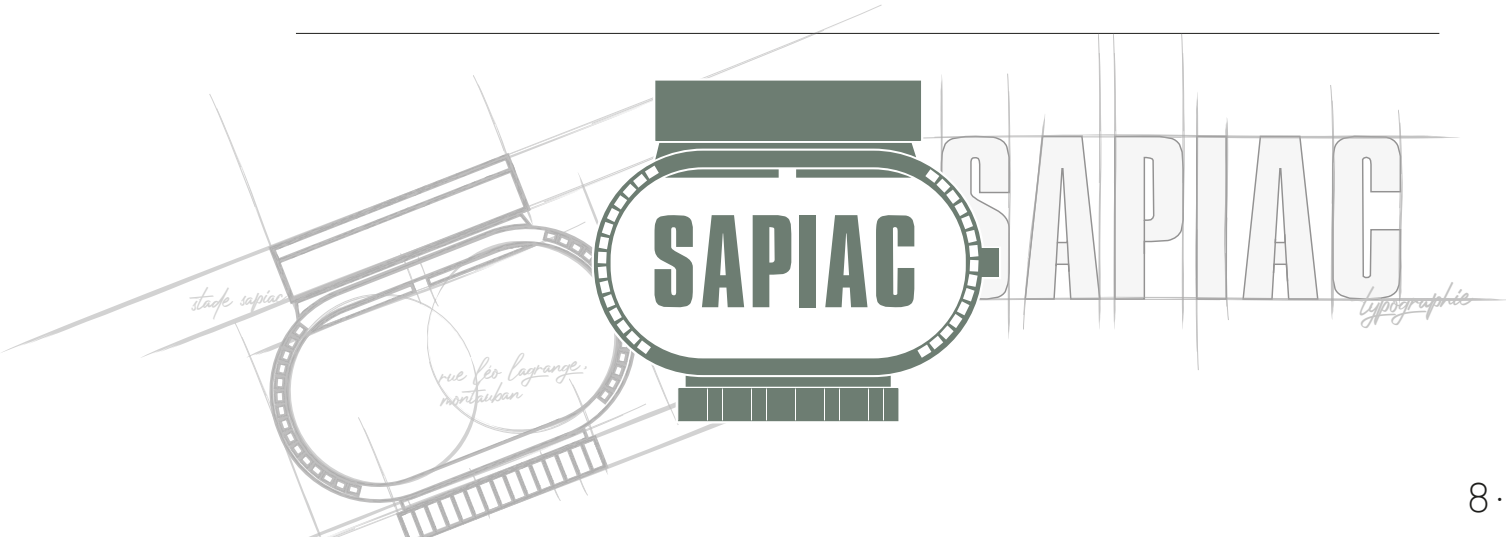
Le projet

En 2017, après plusieurs années de collaboration avec le Castres Olympique, Jersey Créations devient fournisseur officiel de l'US Montauban, alors pensionnaire de Pro D2 et équipée par la marque Eldera. Ce partenariat marque une nouvelle étape pour l'entreprise avec pour objectif la conception et la production des maillots de match ainsi que de l'ensemble des produits dérivés du club.

En étroite collaboration avec Eldera et l'USM, j'ai participé à la création des maillots de la saison 2017-2018 et développé une large gamme de produits destinés à la boutique officielle : t-shirts, sweatshirts, affiches, transats, stickers et de nombreux autres supports dérivés.

Au-delà des produits, j'ai également conçu une identité graphique dédiée au merchandising autour de « Sapiac », nom emblématique associé au stade et profondément ancré dans la culture du club. Pensé pour fédérer les supporters autour d'un symbole fort, ce logo a été déployé sur l'ensemble de la gamme et est resté utilisé pendant plusieurs années après sa création.

Cette saison fut également marquée par les excellents résultats sportifs du club, qui termine à la deuxième place de la saison régulière avant d'échouer aux portes du Top 14 lors des phases finales. Sur le plan commercial, ce partenariat a représenté un véritable succès pour Jersey Créations, générant un chiffre d'affaires supérieur à celui réalisé avec le Castres Olympique sur une saison standard.





Limoges CSP

À propos

Les points clés

Date du projet	2018-2020
Description	Conception des équipements du CSP Limoges et d'un maillot hommage historique.
Tags	Design Textile · Basket Professionnel · Identité Sportive

Le projet

Lors des saisons 2018-2019 et 2019-2020, le CSP Limoges, alors pensionnaire de Jeep Élite, était équipé par BigSports, société dirigée par Frédéric Weis. La production textile était assurée par Jersey Créations, avec pour mission la réalisation de l'ensemble des équipements du club : surmaillots, maillots de pré-saison, maillots de championnat, maillots d'EuroCup ainsi que les produits destinés à la boutique officielle.

J'ai été l'interlocuteur privilégié entre BigSports, le club et les équipes de production tout au long du projet. Un travail quotidien qui demandait de concilier les attentes sportives, les contraintes techniques de fabrication et les nombreuses réglementations imposées par les instances professionnelles.

Au-delà de cette collaboration, un projet particulièrement marquant a vu le jour en 2020. À l'occasion du retrait du maillot de Frédéric Forte, figure emblématique du CSP Limoges disparue prématurément en 2017, le club a souhaité lui rendre hommage à travers un maillot unique porté lors de la cérémonie organisée à Beaublanc.

Le travail mené tout au long de la saison précédente et la relation de confiance construite avec BigSports ont naturellement conduit le club et son équipementier à me confier la conception de ce maillot commémoratif. J'ai ainsi eu l'opportunité d'imaginer et de créer une pièce unique, pensée comme un véritable hommage à Frédéric Forte.

Inspiré de l'histoire du CSP, il réinterprétait les couleurs historiques du club et son ancien logo. Chaque maillot intégrait un numéro 4 en suédine, ainsi qu'un hommage à Frédéric Forte à travers son portrait et l'une de ses citations emblématiques. Un projet chargé d'émotion, conçu pour célébrer l'héritage d'un homme qui a marqué durablement l'histoire du club et du basket français.

"la vita è bella"
Forte 4

merci