

PORTFOLIO

ARNOLD LOUIS

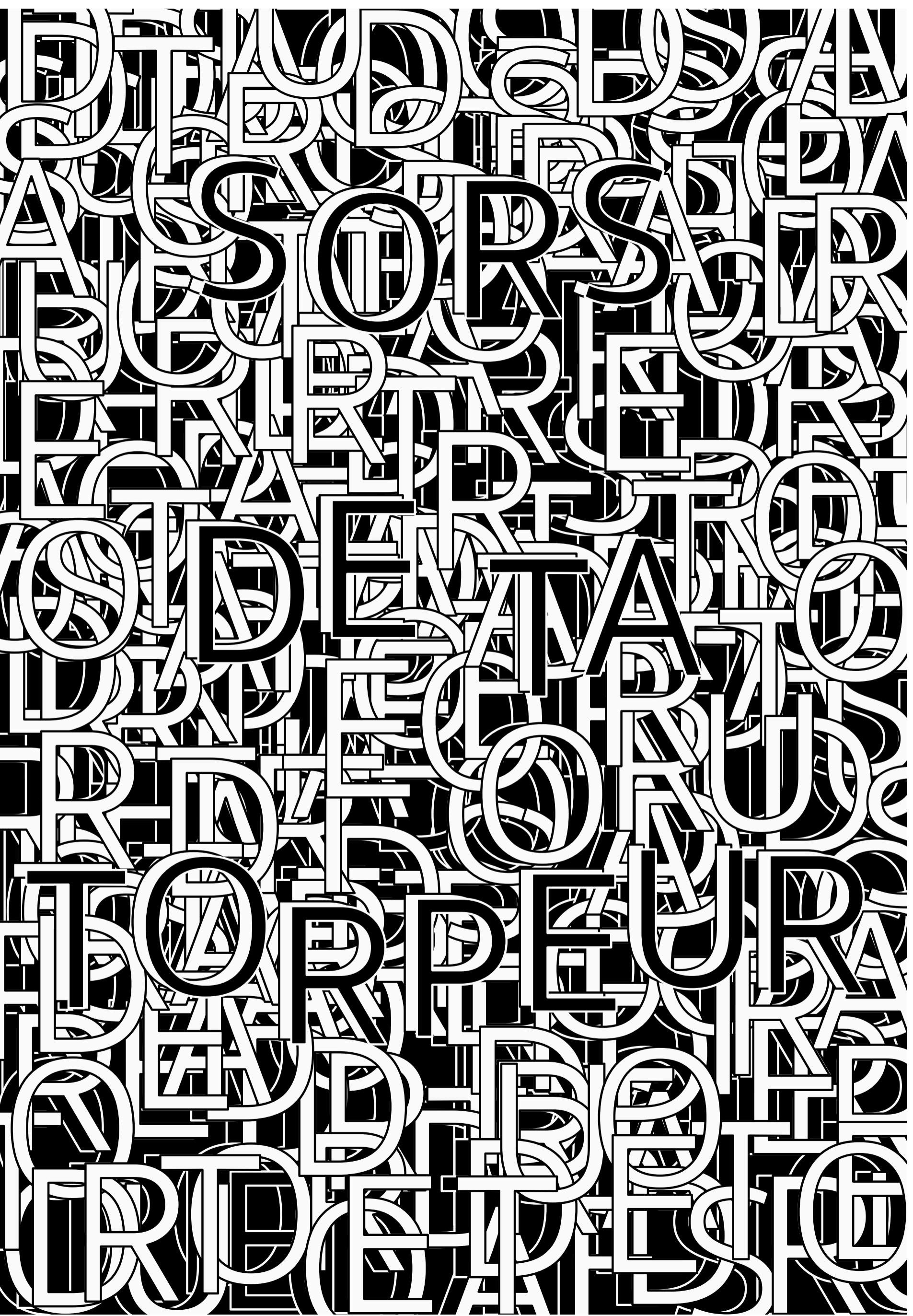
## SORS DE TA TORPEUR

Affiche d'après un extrait du film surréaliste «l'âge d'or».

AFFICHE - 2018

## SORS DE TA TORPEUR

Plakat inspiriert auf einem Ausschnitt aus dem surrealistischen Film «l'âge d'or».





## LITTERING

Affiche contre le littering avec une petite vidéo.

[https://youtu.be/dlGdK2fH\\_90](https://youtu.be/dlGdK2fH_90)

## LITTERING

Plakat gegen Littering mit einem kurzen Video.

[https://youtu.be/dlGdK2fH\\_90](https://youtu.be/dlGdK2fH_90)



## DÉCOUPE EN COULEUR

Projet personnel en faisant une Intervention de découpe et de couleur dans un journal.

## FARBENSCHNEIDEN

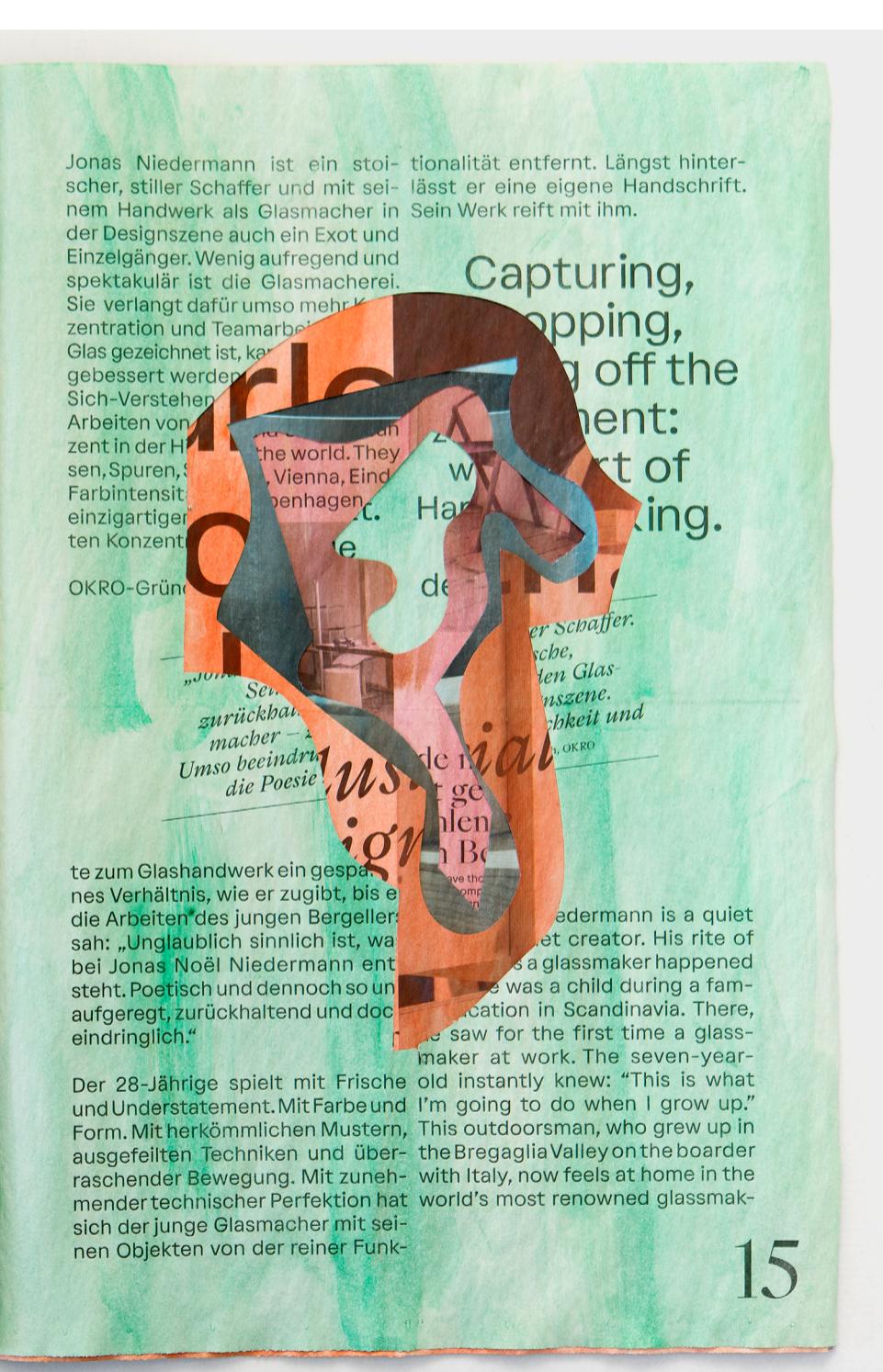
Persönliches Projekt durch eine Intervention mit schneiden und Farbe ein einer Zeitung.



aus. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich die unglaublich präzise Machart, die wunderschöne Zeichnung des Holzes, die durchdachte geometrische Anordnung. Dieses Stück könnte stellvertretend für die Diversität des Projekts OKRO als Ganzes stehen. Was ist OKRO überhaupt? Negativ definiert ist OKRO: kein Brand, keine Design-galerie und auch kein Shop. Und doch von allem ein wenig. OKRO ist – um beim Bild der Leidenschaft zu bleiben – lang-sam gewachsen, organisch gewachsen. Initiiert hat der Architekt Heinz Caflisch das aussergewöhnliche Vorhaben bereits vor vier Jahren. Schon damals der neue Umgang der jungen Designergeneration mit Materialien und Herstellungsprozessen faszinierte. Er beob-achtete ein vertieftes Interesse und eine grosse Leiden-schaft für Handwerk. Caflisch packte dieselbe Leidenschaft, er wollte Objekte, die diese Prozesse widerspiegeln, unter die Leute bringen. Solche Stücke entstehen nicht über Nacht, es braucht Geduld und Hingabe, bis das gewünschte Resultat steht. Und viel, viel Zeit. Diese wollte Caflisch sich auch nehmen – zusammen mit seinen Autoren (so heissen bei OKRO Designer und Designerinnen, Handwerker und Handwerkerinnen). Das ist ein Geschäftsmodell, das man definitiv als entschleunigt bezeichnen muss. Doch das Dranbleiben hat sich gelohnt: Entstanden ist eine kleine Welt, die in der Schweiz ihresgleichen sucht. Das Wa-benkonzzept trägt nun seine Früchte.

Susanna Koeberle ist freie Journalistin; sie schreibt öfter über Kunst, Design und Architektur

3



4

In OKRO's new premises, there is a large shelf made of wood somewhat resembling a night shelf. It doesn't have the regular night shelf. But from after you can see quite grandeur. On closer inspection, you'll notice its precise design, the beautiful, rich grain of the wood, the thoughtful arrangement. That's what you expect for the diversity of the project OKRO al large. But what is OKRO anyway? Well, it's not a brand, a design gallery nor a shop. It's a slow, organic growth, step by step, the image of the house, even organically, it will evolve gradually, until it's a brand. Already 4 years ago, the young designer generation was fascinated by how the young and crafty project. He had to be a decelerated model, sticking to it was something. This small model is special to come to Switzerland. The honeycomb concept has come to fruition!

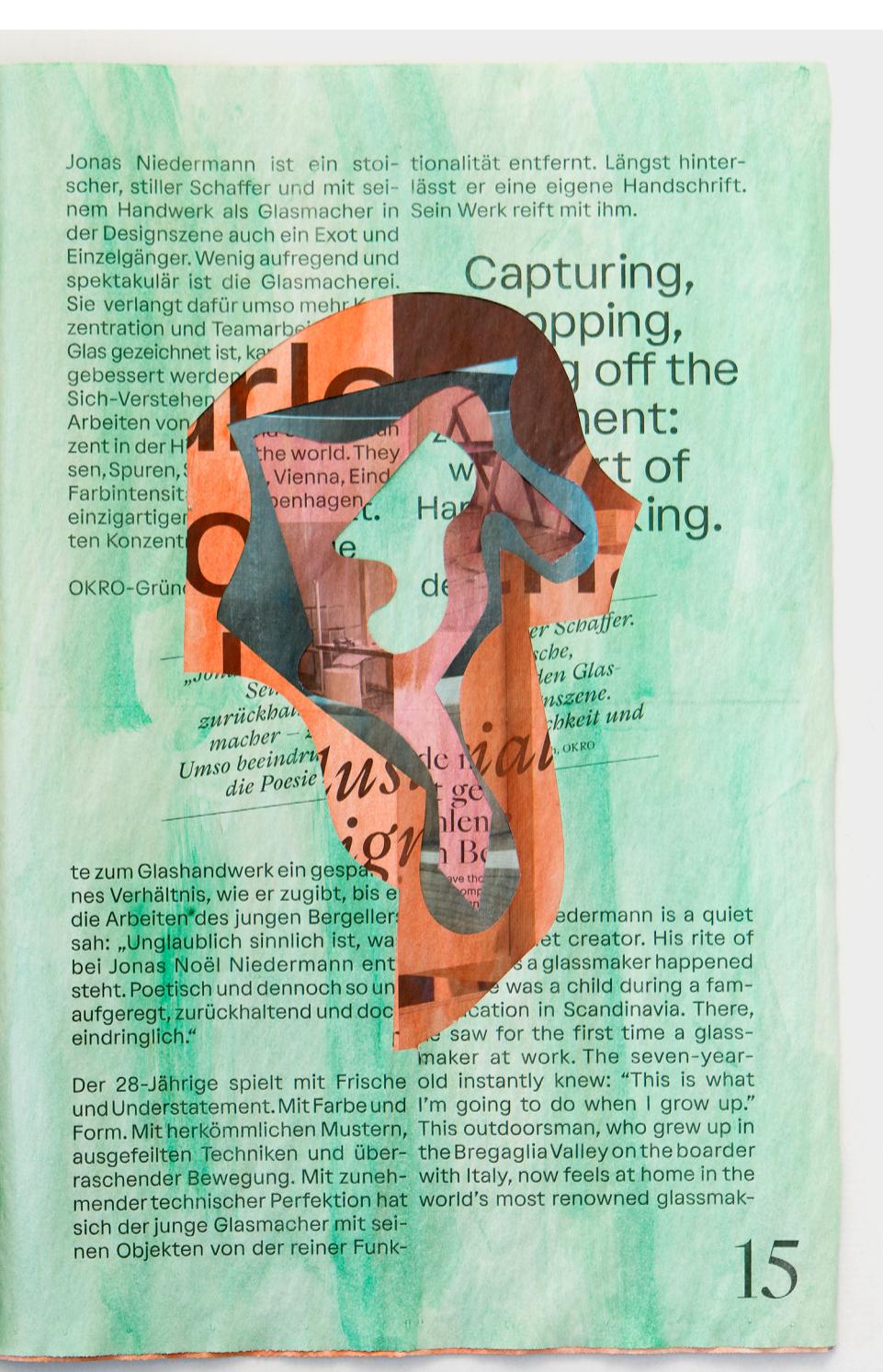
Susanna Koeberle is a freelance journalist; she often writes about art, design and architecture.

6

Laurin Schaub CH.  
Keine Poesie  
mehr

Zweimal hinschaun – Dreimal hinschaun –  
D

7



Jonas Niedermann ist ein stoisch- tionalität entfernt. Längst hinter-ischer, stiller Schaffer und sei- nem Handwerk als Glasmacher in Sein Werk reift mit ihm.

Capturing, dropping, cutting off the moment:

Welt of Handmaking.

OKRO-Grüne

Jonas Niedermann is a quiet creator. His rite of passage as a glassmaker happened when he was a child during a family vacation in Scandinavia. There, he saw for the first time a glass-maker at work. The seven-year-old instantly knew: "This is what I'm going to do when I grow up."

Der 28-Jährige spielt mit Frische und Understatement. Mit Farbe und Form. Mit herkömmlichen Mustern und ausgefeilten Techniken und überraschender Bewegung. Mit zunehmender technischer Perfektion hat sich der junge Glasmacher mit seinen Objekten von der reinen Funk-

15



## LES +99

Brochure sur l'obsolésance des cabines téléphoniques.

## DIE +99

Broschüre über die Obsoleszenz von Telefonkabine.

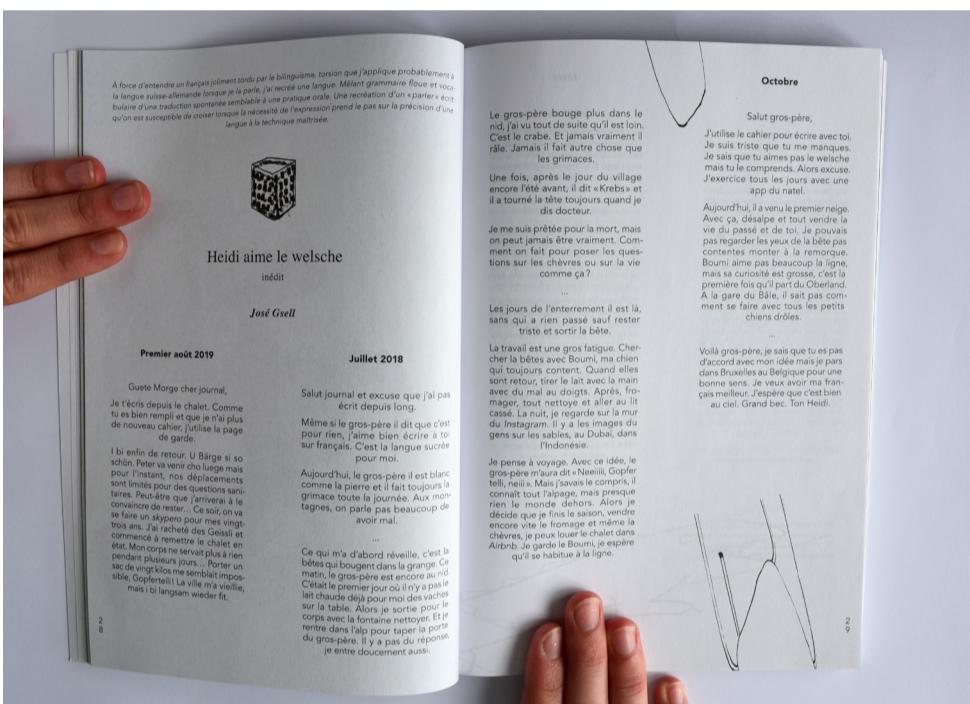
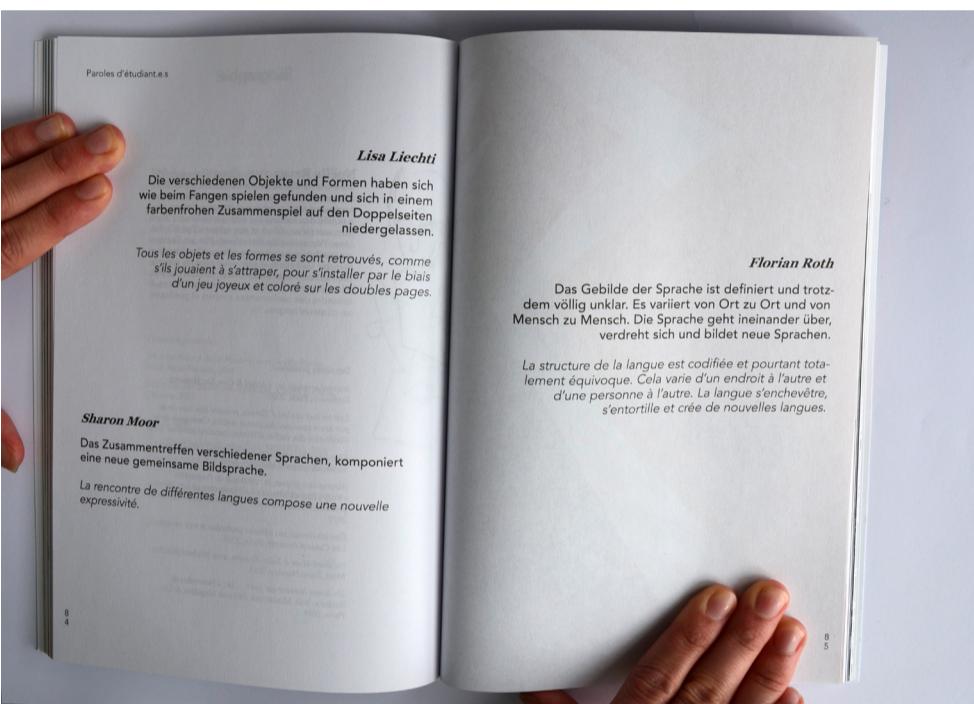
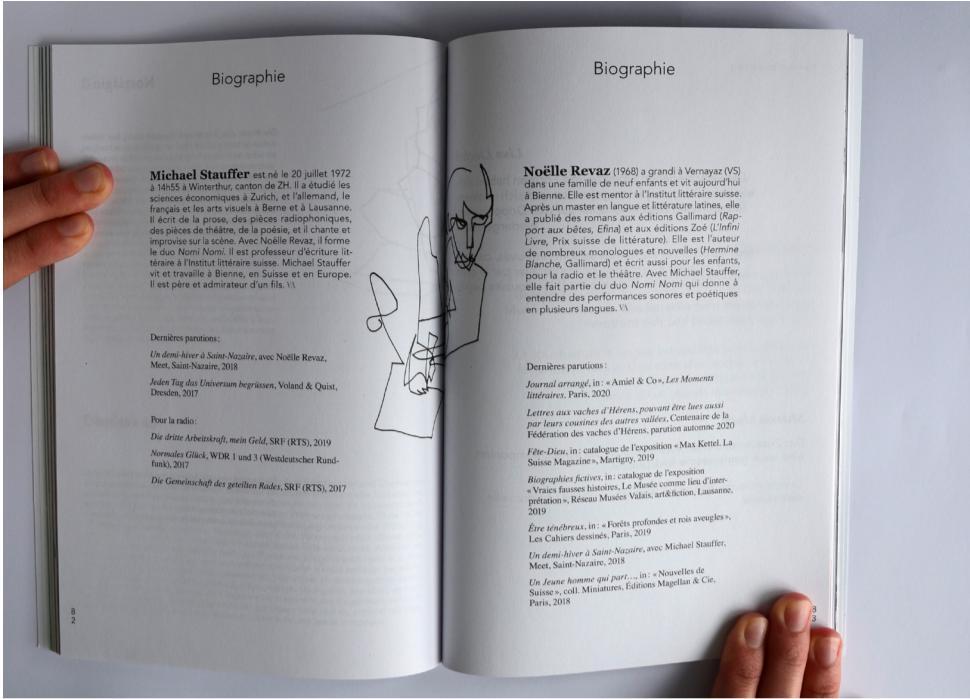
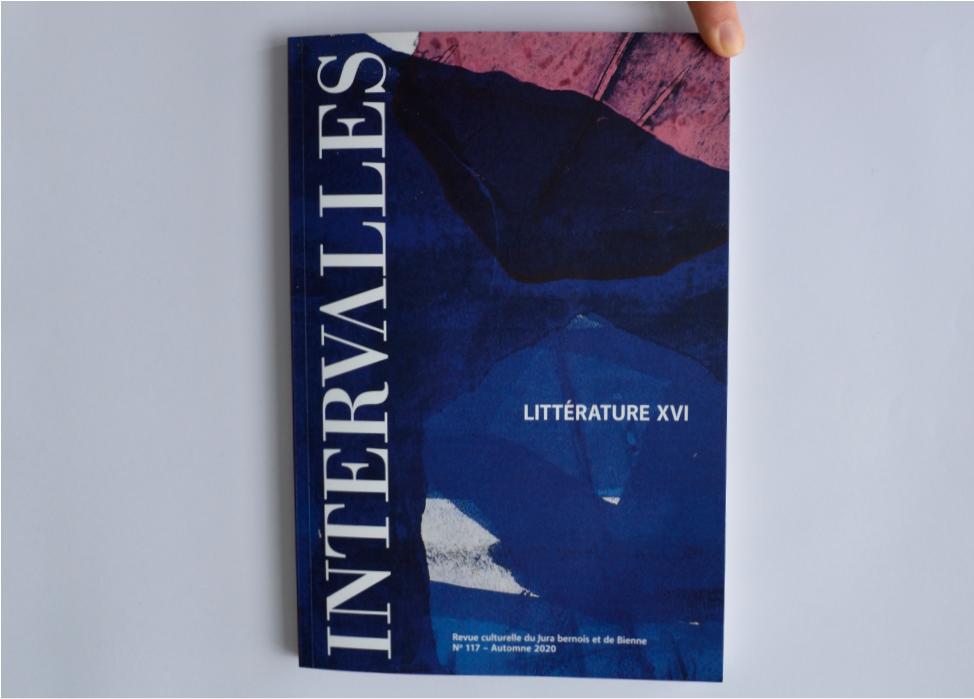
# LES +99

Die Recherche  
über die  
Telefonkabine

Ein Projekt | Florian Schmid  
Arno Louis







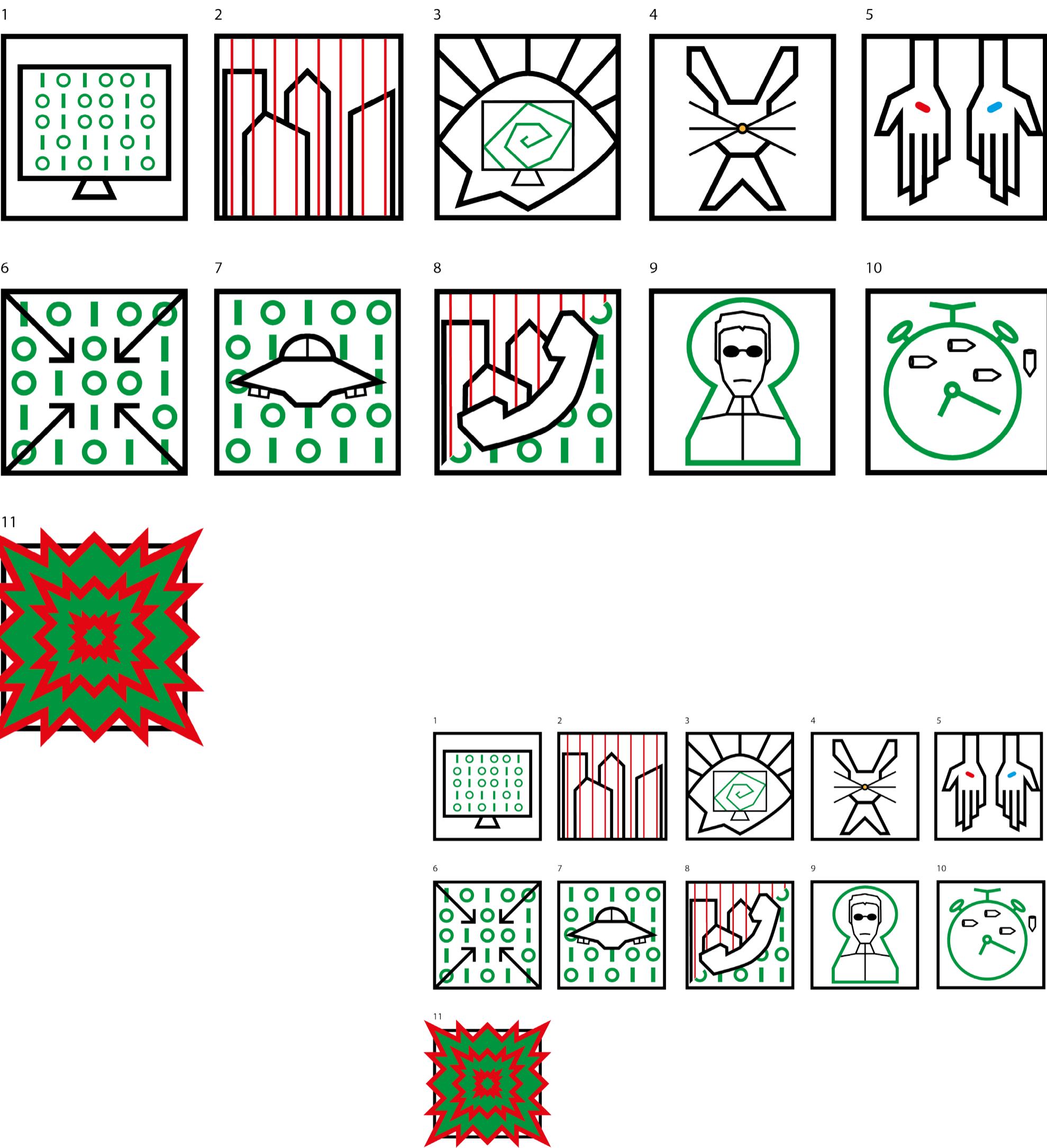
## INTERVALLES

Lors du stage de l'école j'ai confectionné avec un collègue une brochure littéraire «Intervalles» pour l'agence Hot's design à Bienné.

LIVRE - 2020



# MATRIX

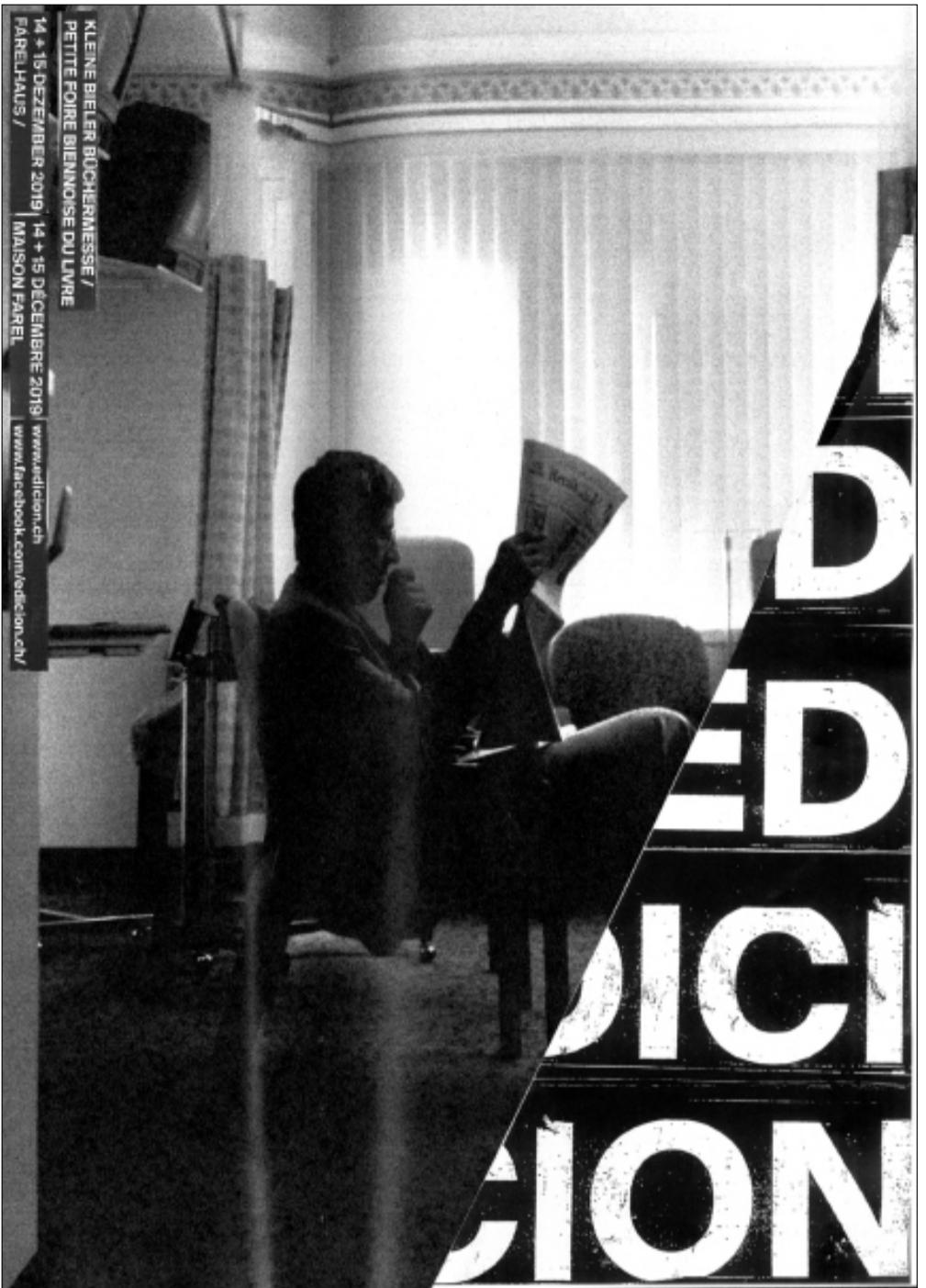


## MATRIX

J'ai retranscrit l'histoire des films matrix durant un travail de pictogrammes.

## MATRIX

Ich habe die Geschichte der Matrixfilme während einer Piktogrammarbeit transkribiert.

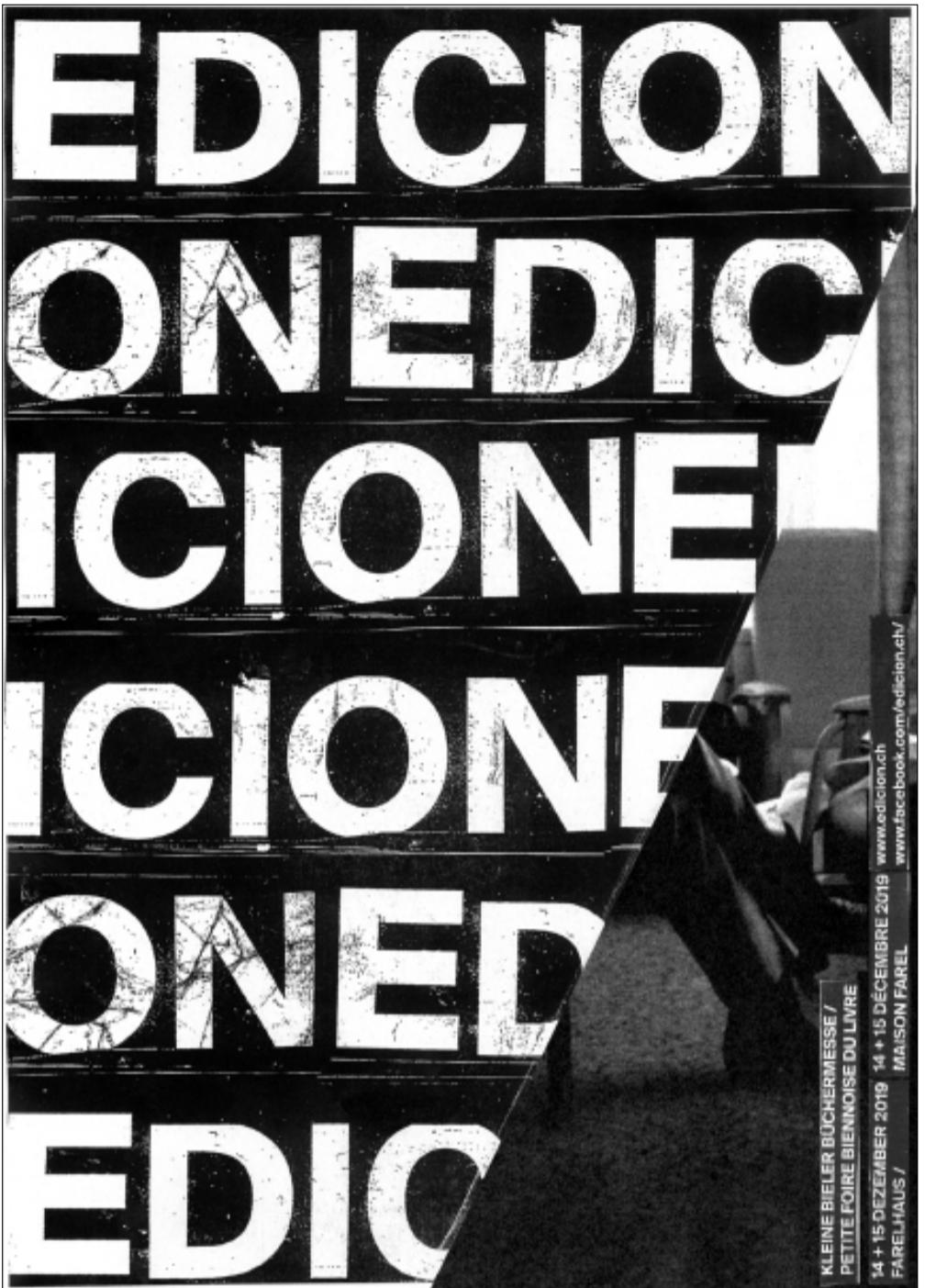


# EDICION

Création analogue de différents supports graphiques à l'occasion de la manifestation, petite foire biennoise du livre.

## EDICION

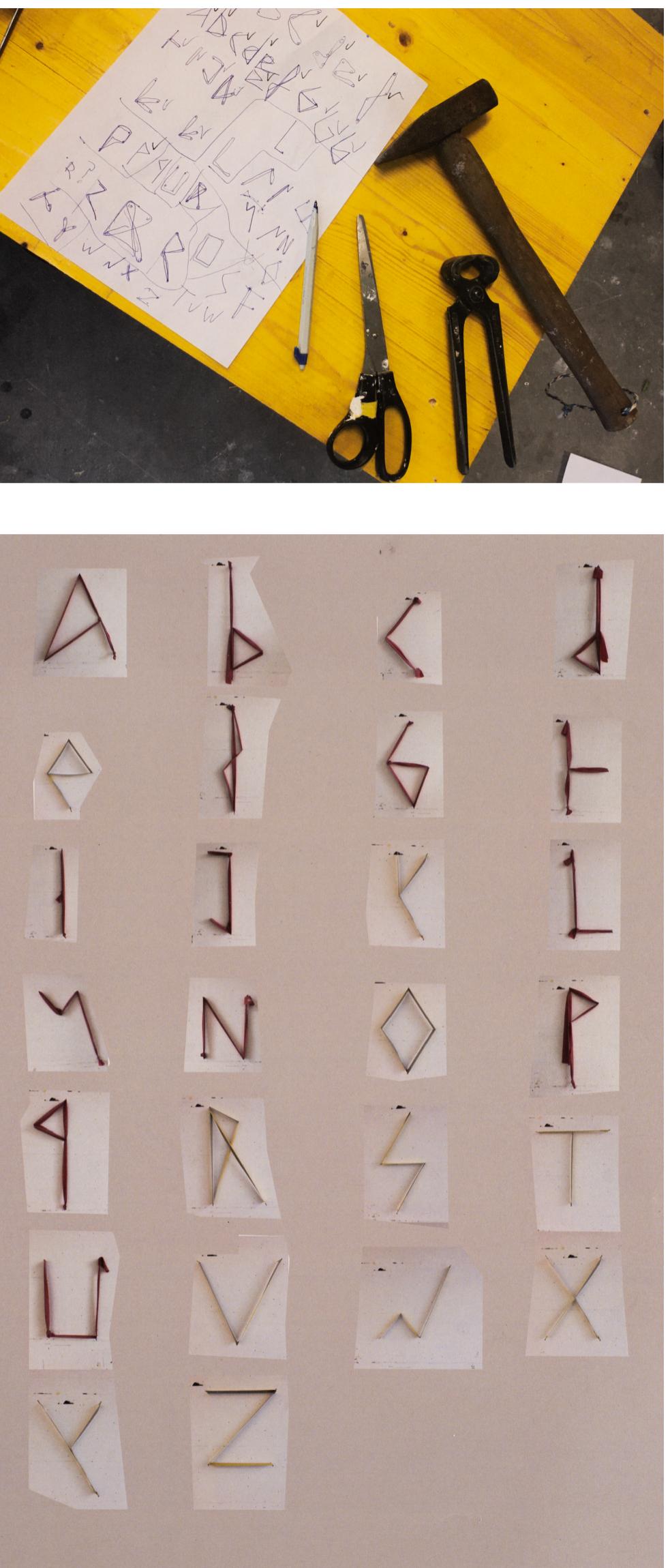
Analoge Erstellung verschiedener grafischer Produkte für die Veranstaltung, kleine Bieler Buchmesse.



# CI/CD EDICION PETITE FOIRE BIENNOISE DU LIVRE



A      b      <      d  
        |      ↖      +  
        ]      ↙      L  
        M      N      ♦      P  
        Ǝ      R      ⚡      T  
        U      V      ↘      X  
        X      Z

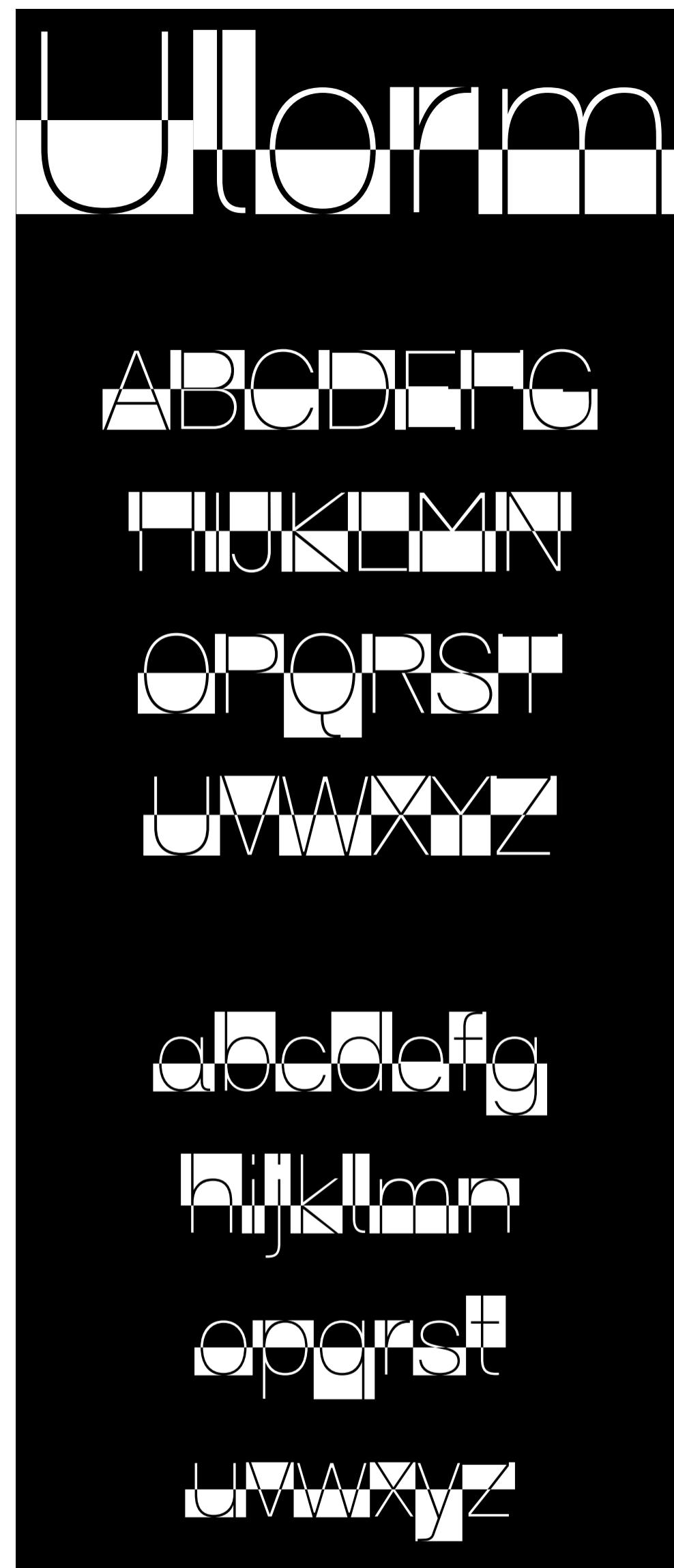


#### LETTRES TENDUES

Recherche d'alphabet avec des élastiques et des clous.

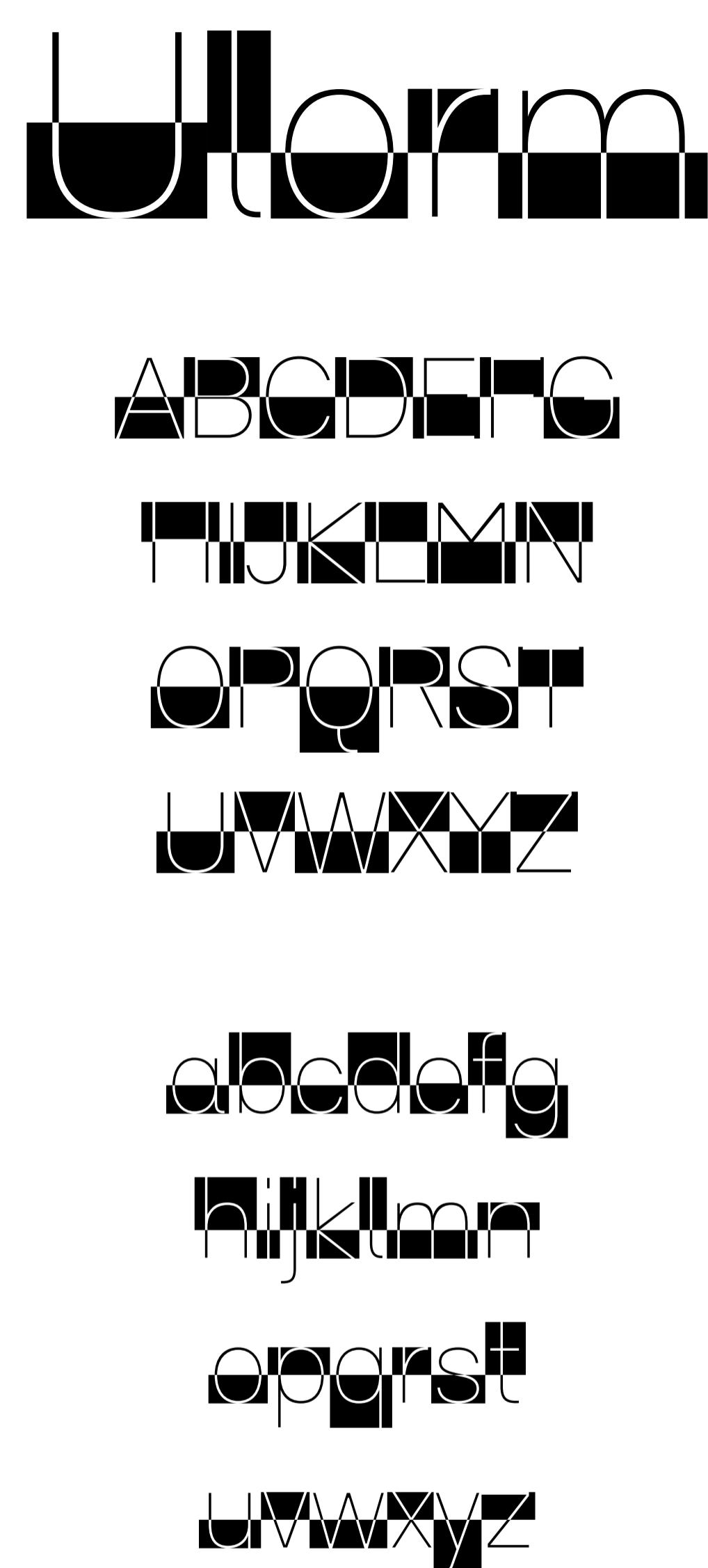
#### TENSE-BRIEFE

Alphabetsuche mit Gummibändern und Nägeln.



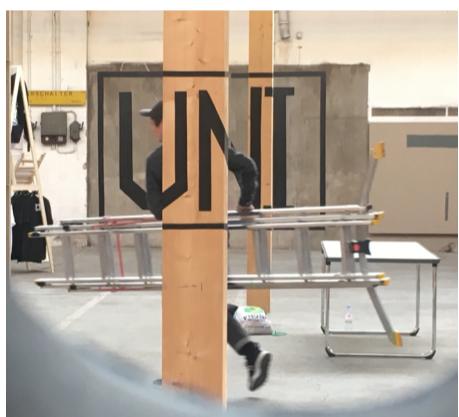
#### ULORM

Création typographique composée de plein et de vide.



#### ULORM

Typografische Gestaltung bestehend aus vollen und leeren Räumen.



## UNI

Projet d'anamorphose en collaboration d'une collègue durant la journée typographique.

## UNI

Anamorphes Projekt in Zusammenarbeit mit einer Kollegin während des typografischen Tages.

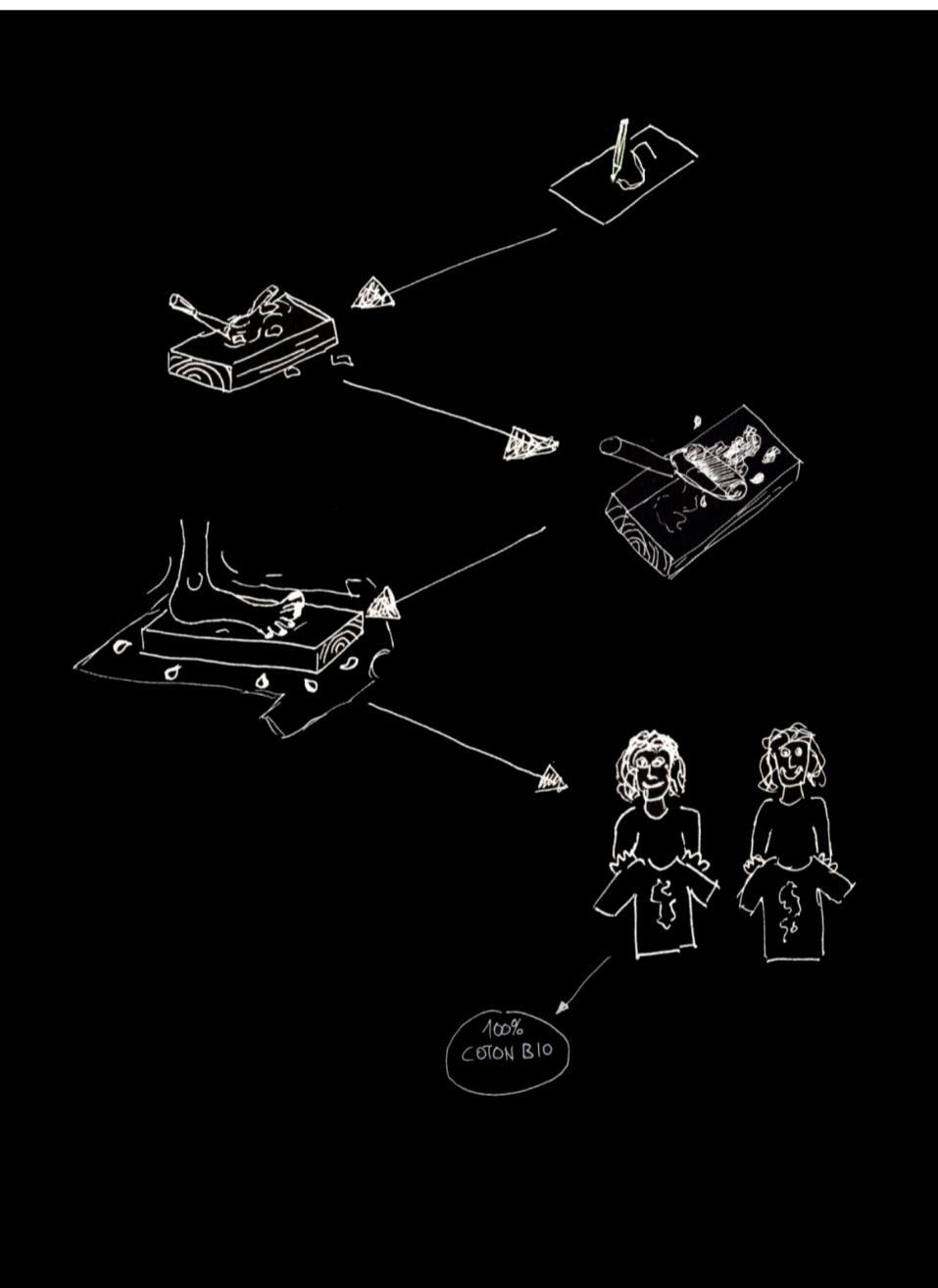
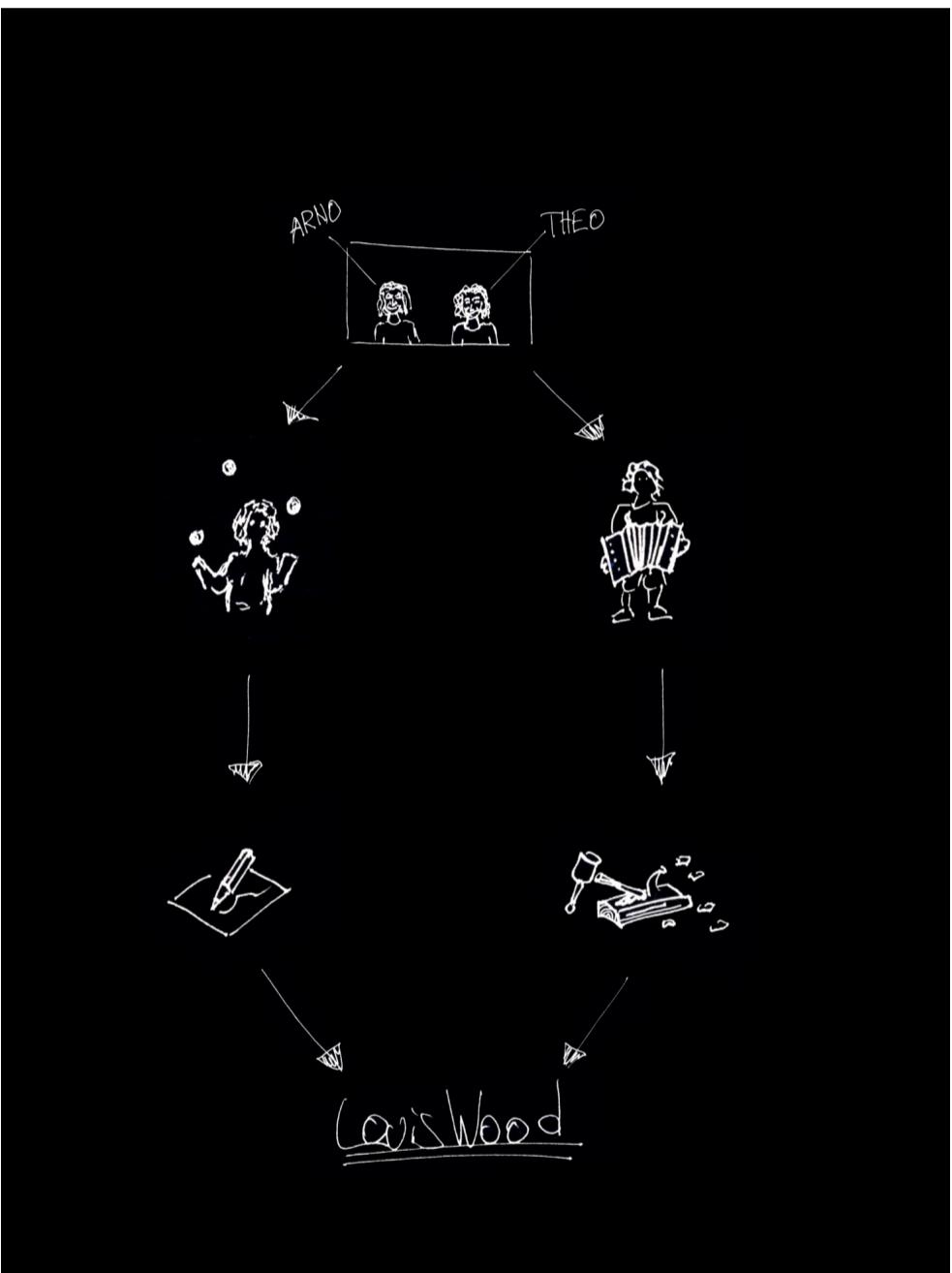
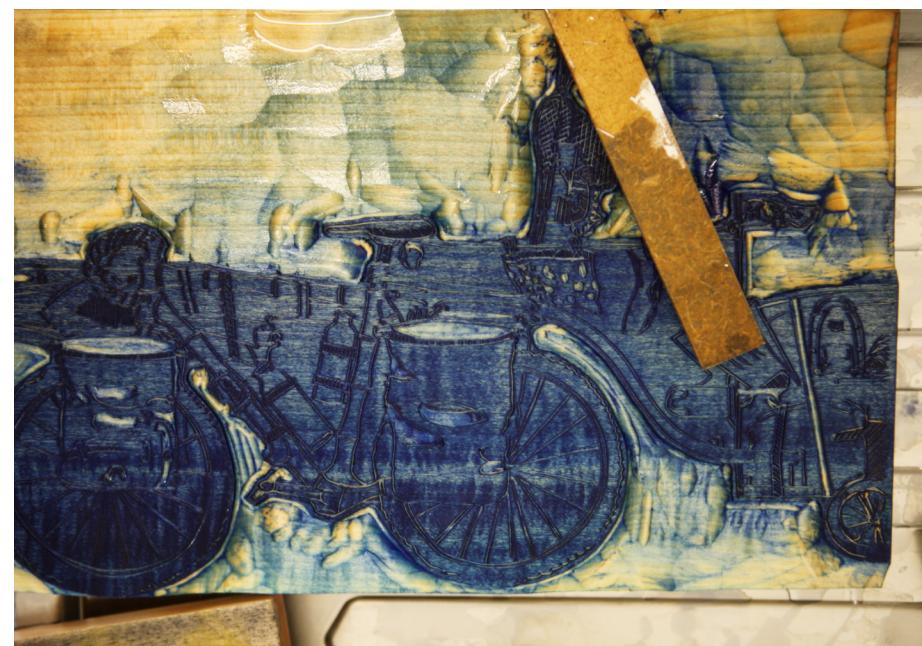
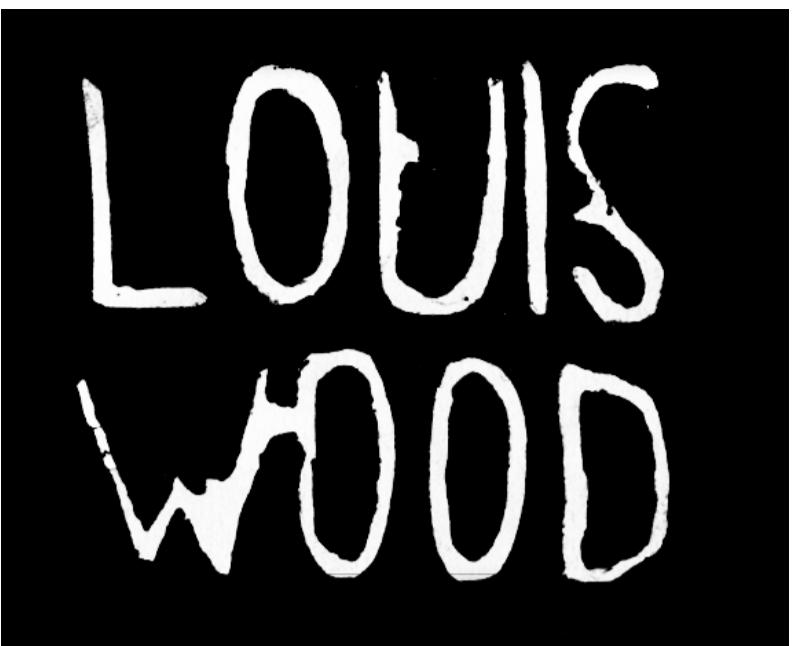


## LE CHIEN DE MIGROS

Conceptualisation d'un nouveau sac Migros (supermarché) avec comme slogan «Migros appartient à tout le monde».

## DER MIGROS-HUND

Designvorschlag einer neuen Migros-Tasche (Supermarkt) mit dem Slogan «Migros gehört den Leuten».



## LOUISWOOD

Création d'une identité visuel pour ma marque et d'un concept d'impression avec des clichés en bois pour imprimé sur textile que je réalise avec mon frère sculpteur sur bois.

MARQUE PERSONNEL- 2016

## LOUISWOOD

Erstellung einer visuellen Identität für meine Marke und eines Druckkonzepts mit Klischees aus Holz für den Druck auf Textilien, die ich mit meinem Bruder als Holzschnitzer anfertige.



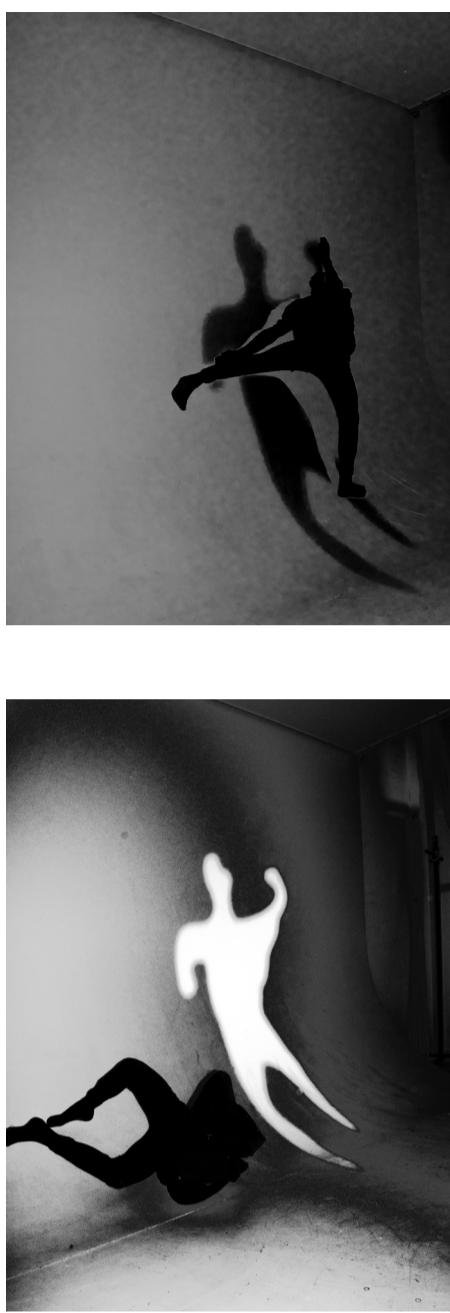
**ANALOGUE**

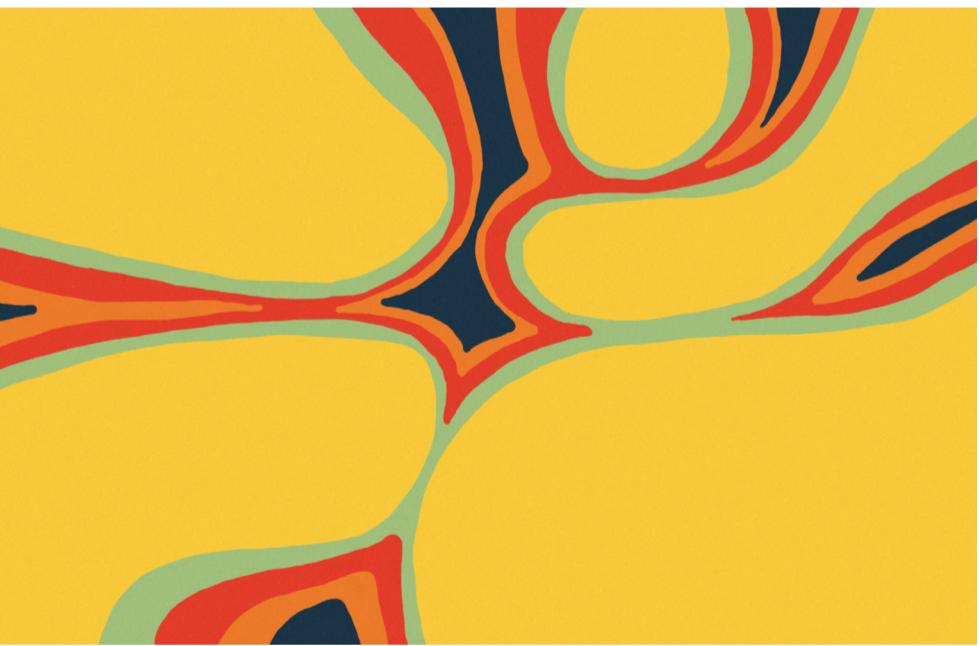
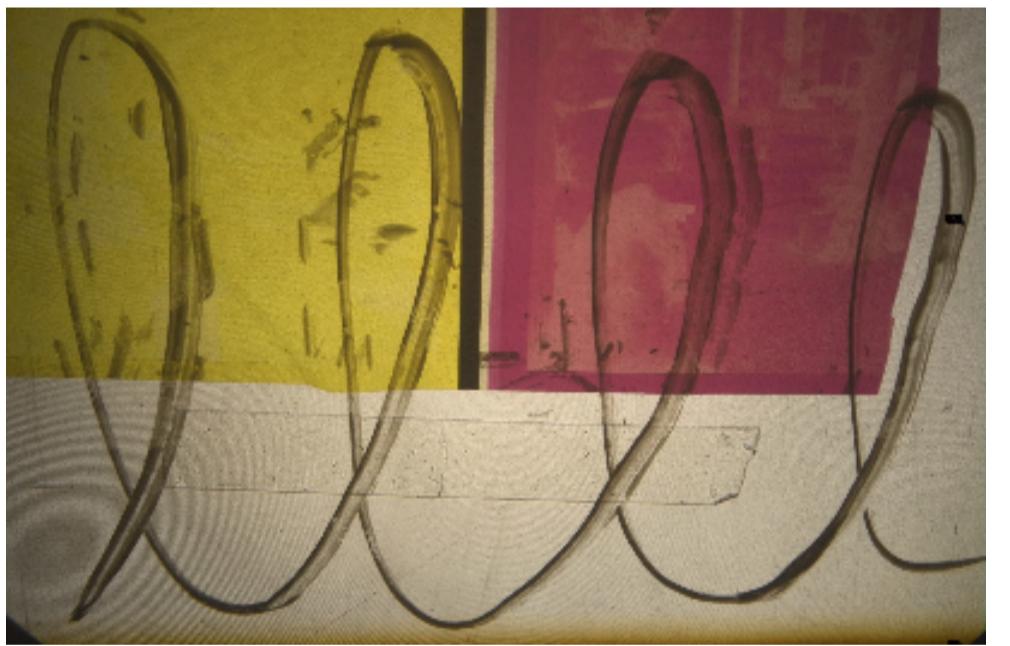
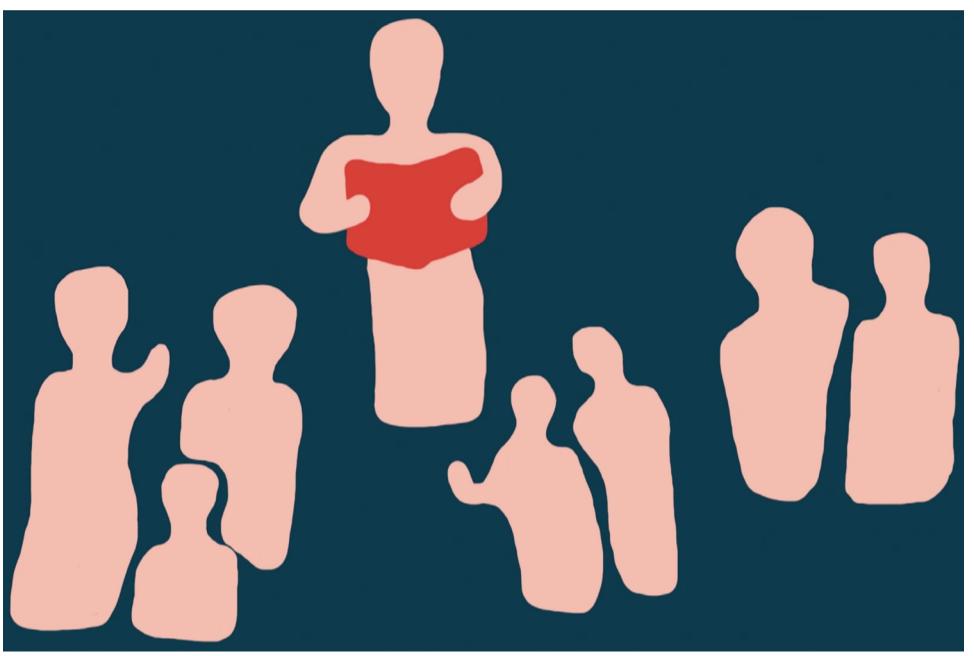
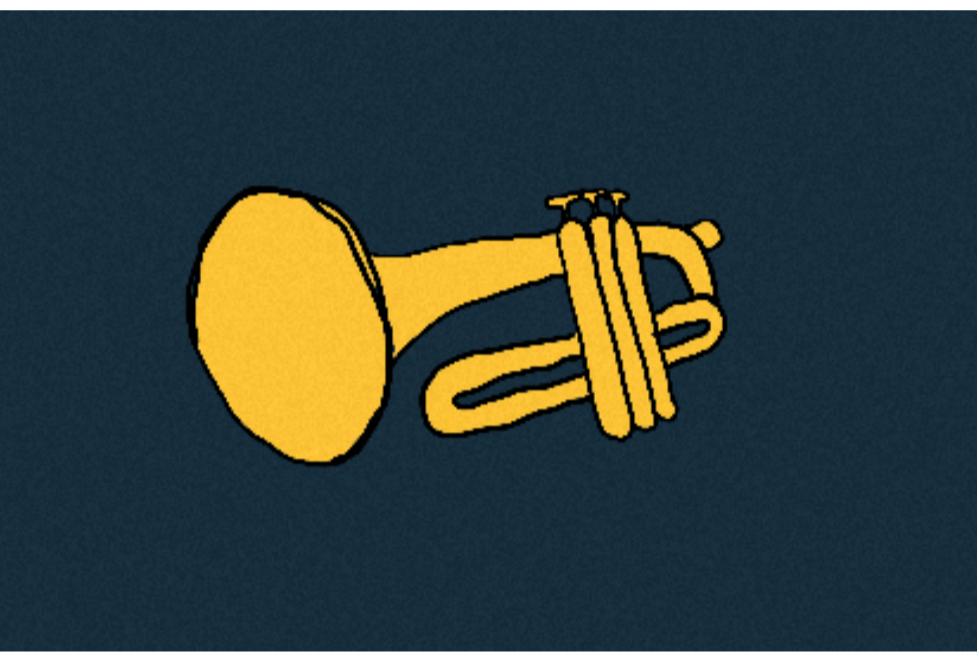
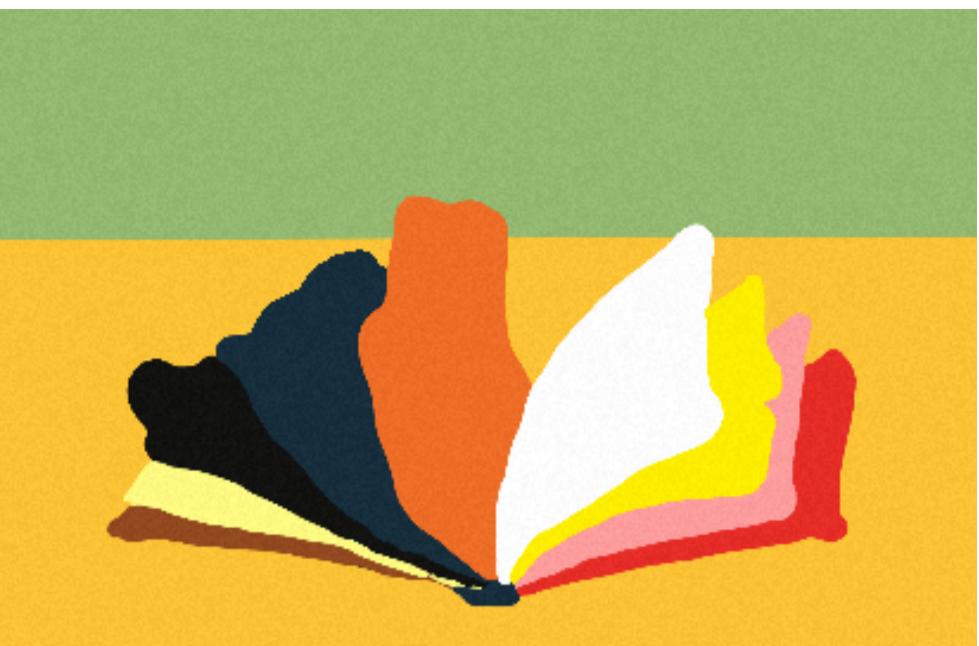
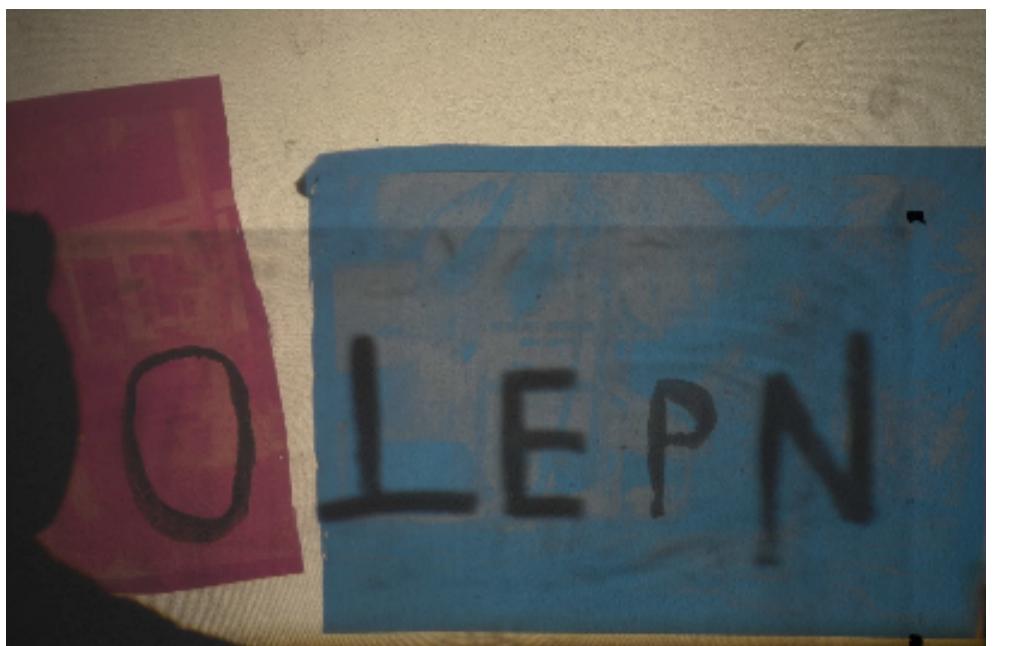
**ANALOG**



**OMBRE ET DE LUMIÈRE**

**LICHT- UND SCHATTEN**





**NAPOLEON (STOP MOTION)**

<https://youtu.be/PKcGLHxCoOA>

**VIDÉOS**

**LE MUR (CLIP VIDEO - TRAVAIL PERSONNEL)**

<https://youtu.be/yh5tcUQPDMA>

**VIDEOS**

**CLIP BIBLIOTHEQUE VOL 1 (STOP MOTION)**

[https://youtu.be/NLmBgiBl9\\_E](https://youtu.be/NLmBgiBl9_E)

**CLIP BIBLIOTHEQUE VOL 2 (STOP MOTION)**

<https://youtu.be/u4GwQ9zkK0g>



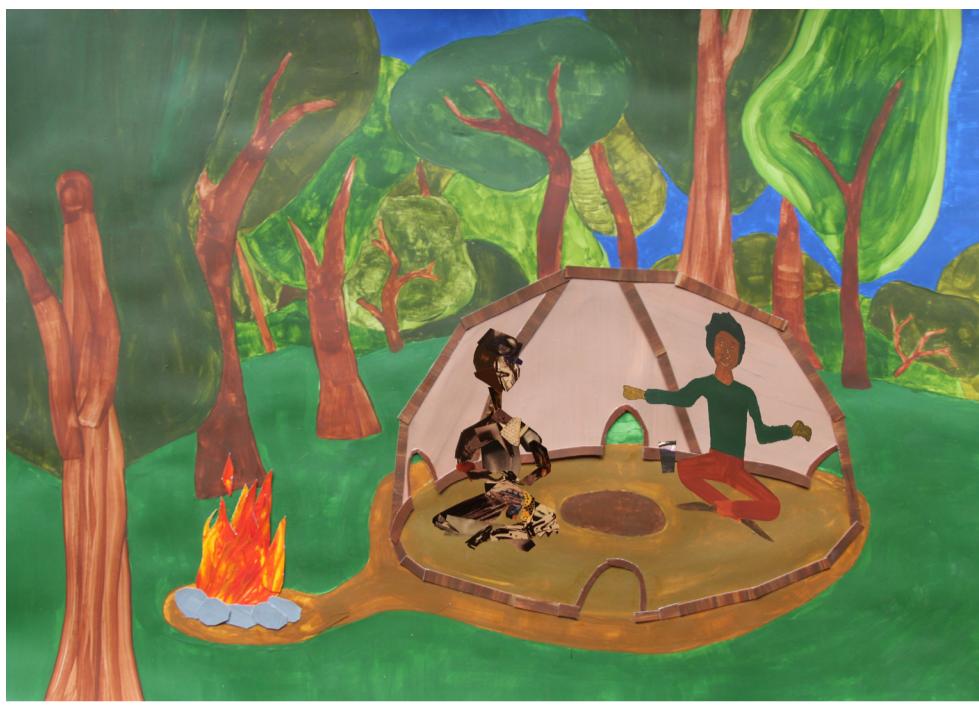
1



## METAMORPHOSE

J'ai confectionné trois vidéos sur des retraites spirituelles. Un univers visuel entre le collage et la peinture qui ont leur propre symbolique.  
(gg-expo.ch)

GRAND PRIX GRAPHIQUE - 2020



2



3



1: <https://youtu.be/UYHQXQbLNyw>

2: [https://youtu.be/X4I\\_EabYdmc](https://youtu.be/X4I_EabYdmc)

3: <https://youtu.be/IroreFe2mQ4>

## METAMORPHOSE

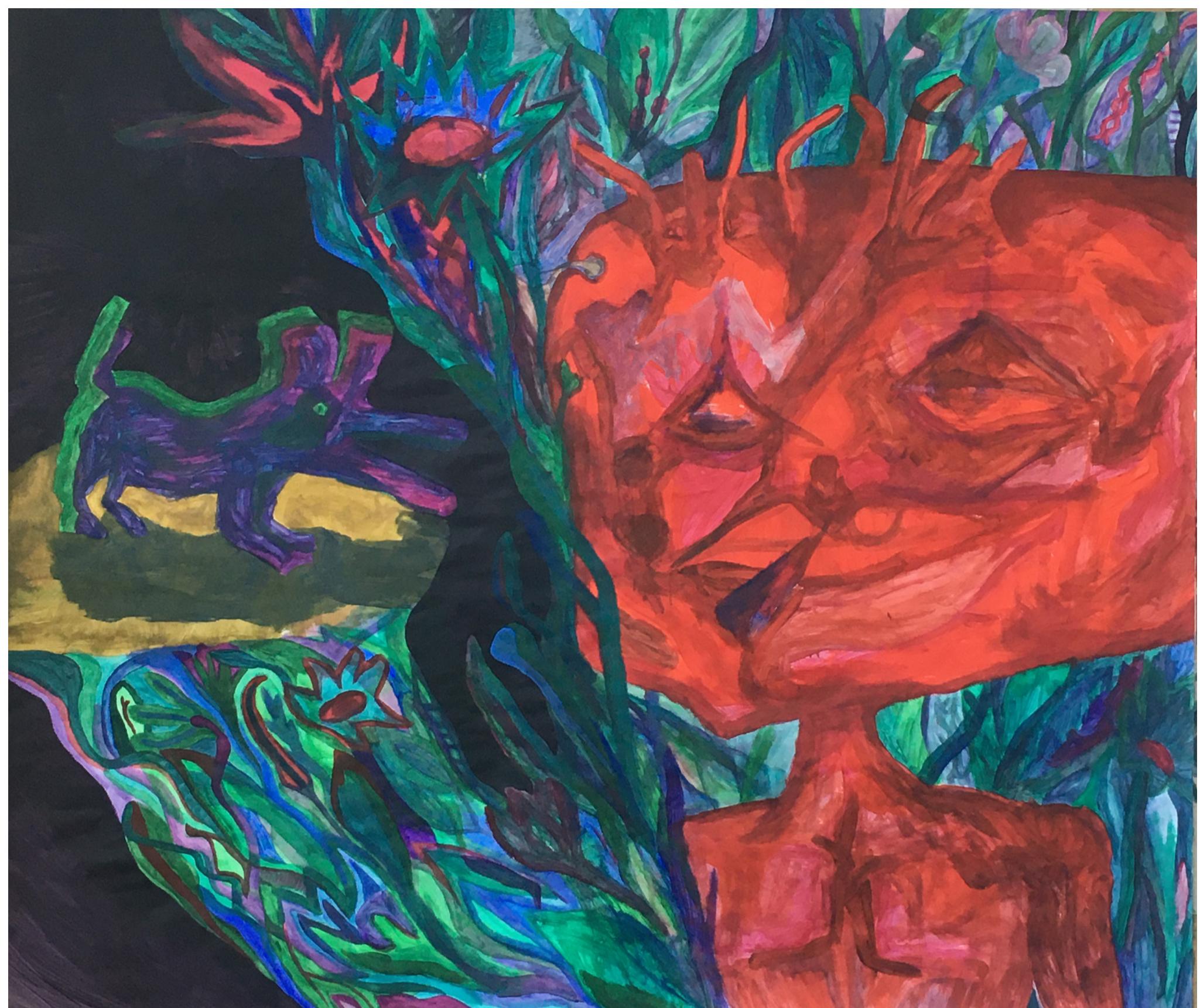
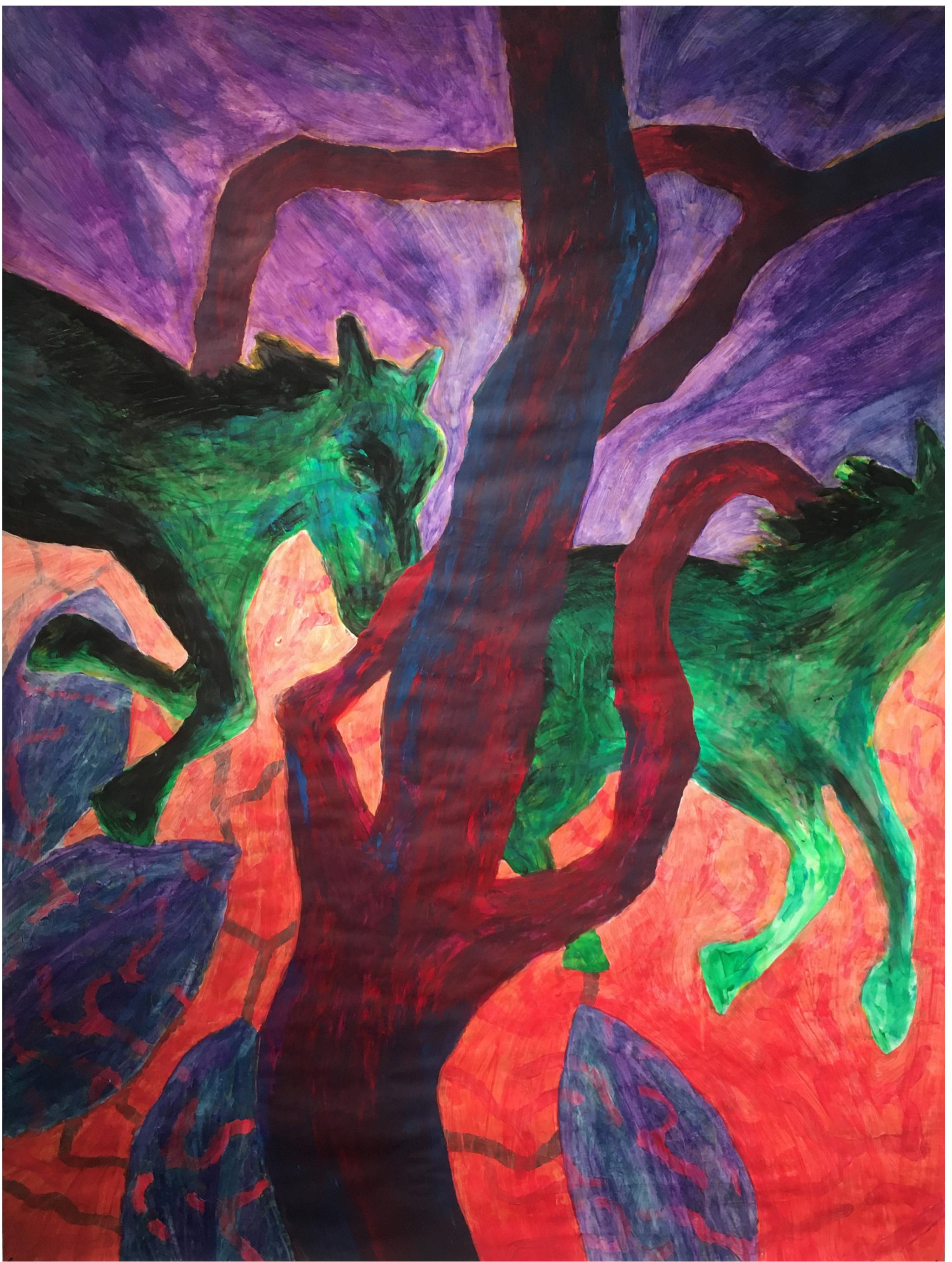
Ich habe drei Videos über spirituelle Rückzüge gemacht. Ein visuelles Universum zwischen Collage und Malerei, die ihre eigene Symbolik haben.  
(gg-expo.ch)



BILDSPRACHE

BILDSPRACHE

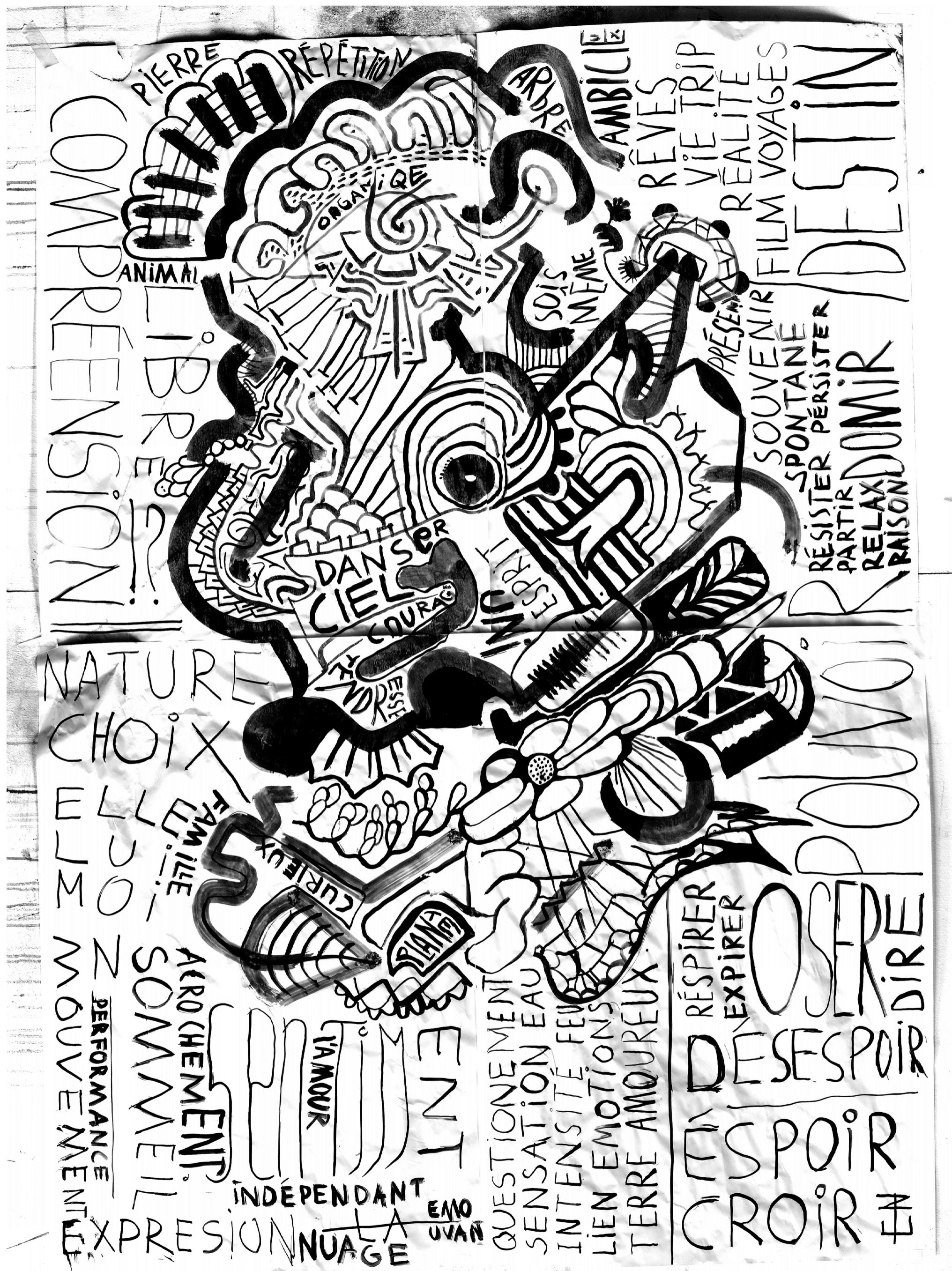


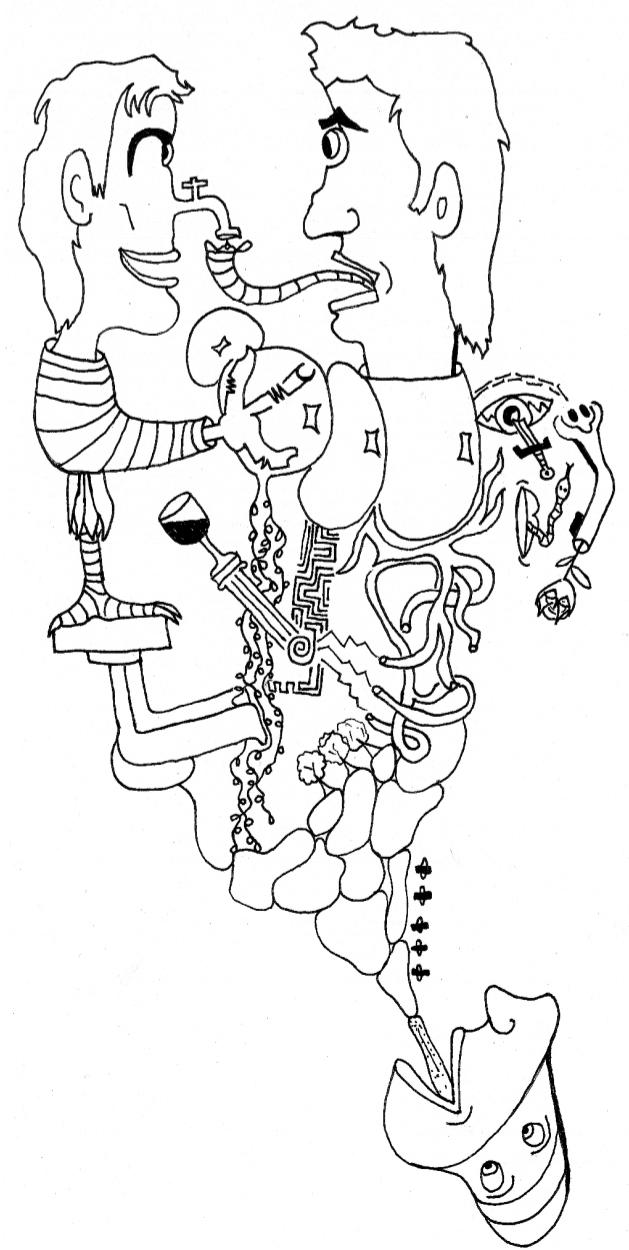
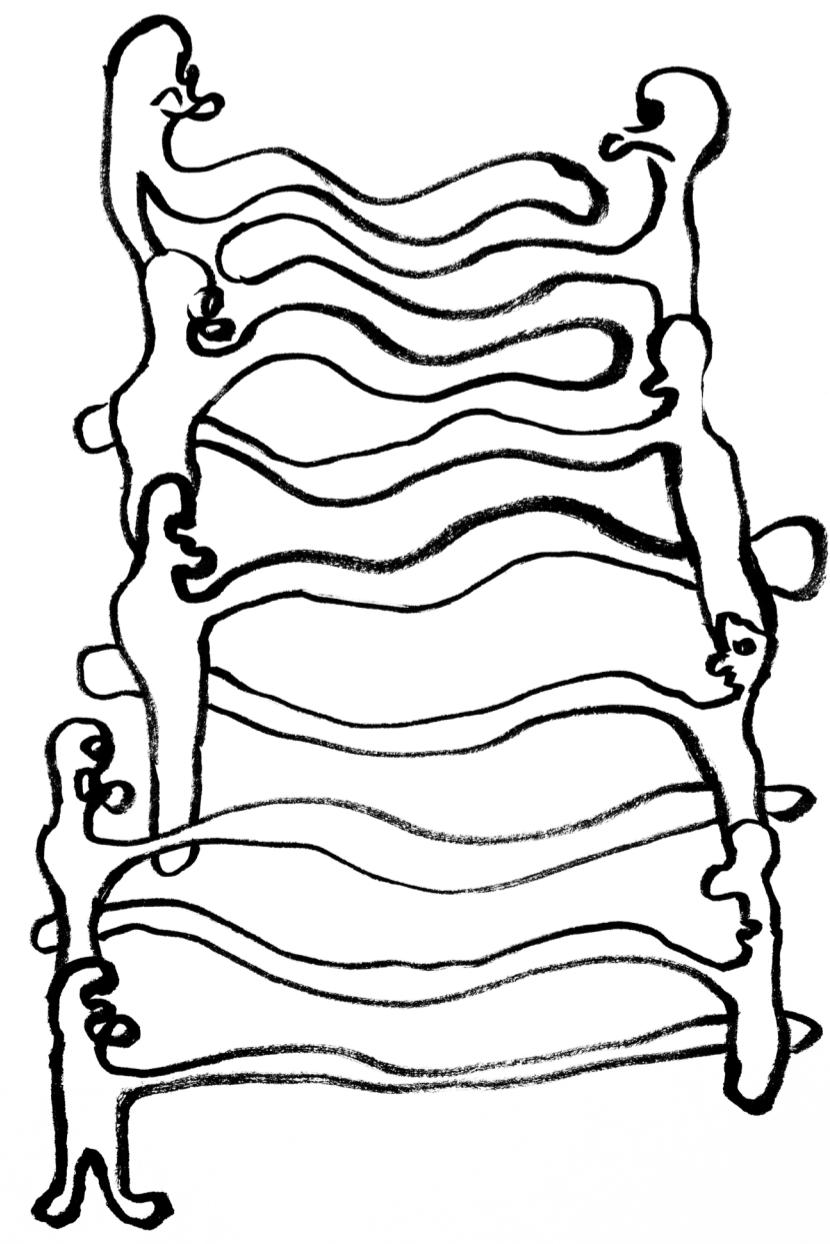
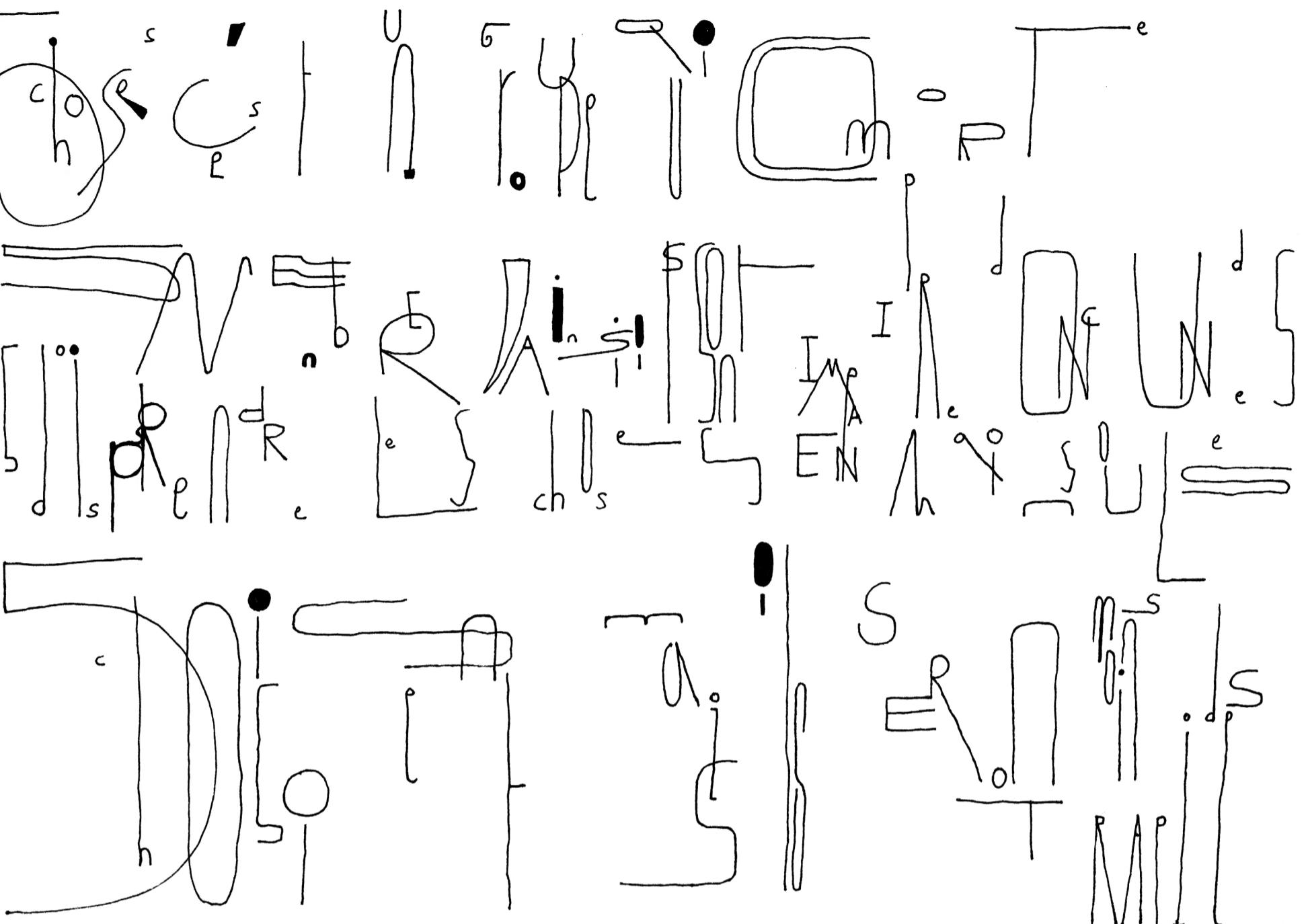
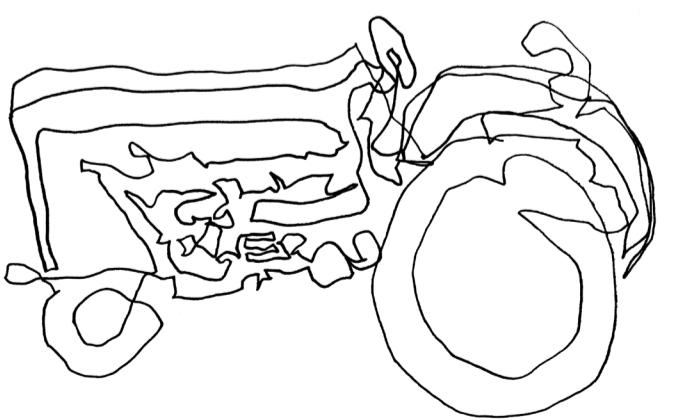
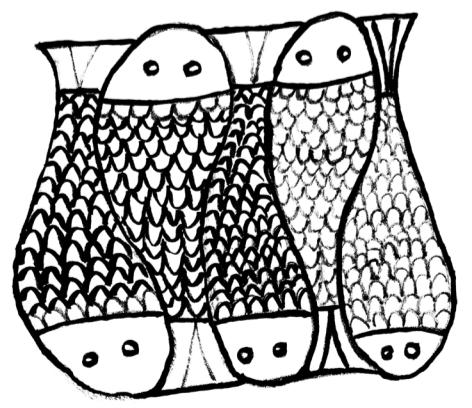
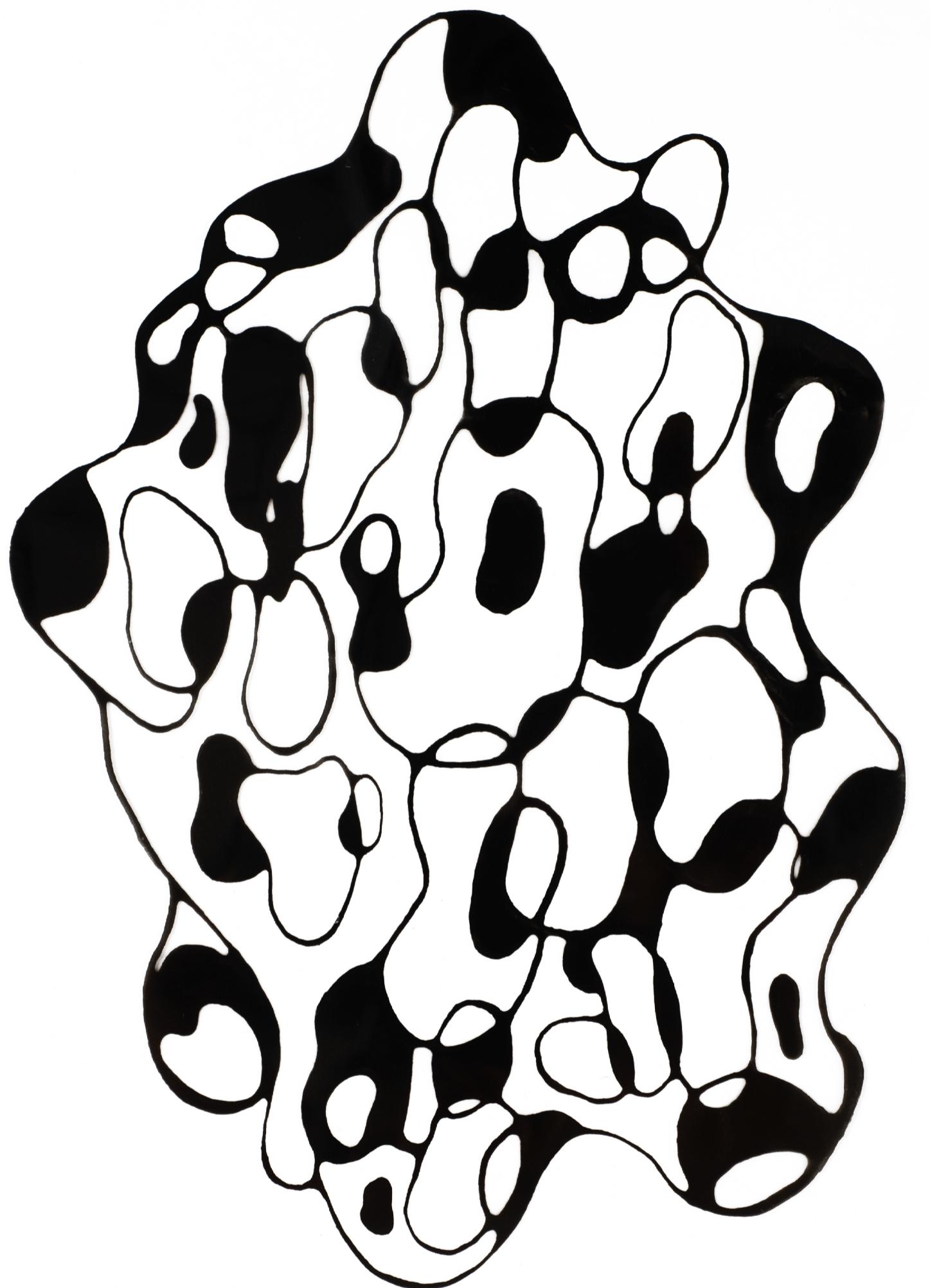


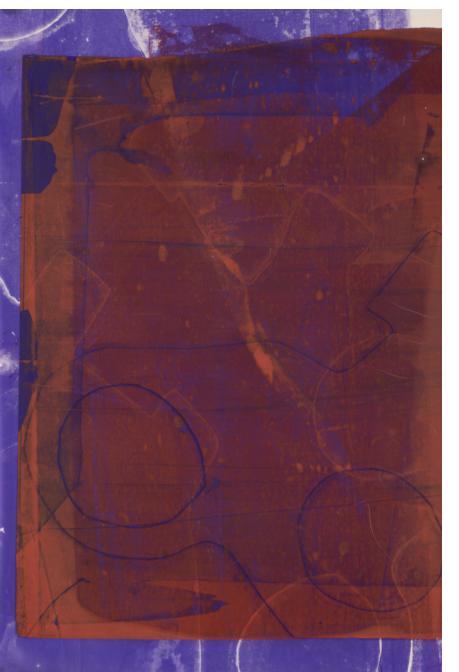


FLEURVILLE

FLEURVILLE







ARNOLD LOUIS