[2026]

PORTFOLIO

↘ NATHAN MACÉ

↘ +33 7 68 81 63 00
NATHAN.MACE04@GMAIL.COM

↘ PAGE NMBRE
17

↘ VERSION
2026.1



GAME DESIGN

JANVIER 2023
DNMADE 1

PROJET SCOLAIRE
WORKSHOP

DYING TO DEAL





Un jeu de survie où les échanges, les trahisons et les vols sont communs pour échapper aux zombies.

↘ Dans le cadre d'un workshop annuel d'initiation au game design, encadré par Tatiana Vilela dos Santos, nous avons exploré différentes mécaniques de gameplay tirées au sort : IDENTITÉS CACHÉES, RESSOURCES et TEMPS.

Le jeu que nous avons réalisé repose sur l'échange et la stratégie. Les joueurs peuvent troquer leurs cartes, les défausser pour voler leurs adversaires et surtout, il doivent se nourrir à la fin de chaque journée. S'ils échouent, ils se transforment en zombies.
Contrairement au Loup-Garou, ces derniers ne sont pas éliminés mais continuent à jouer, pouvant ainsi se venger des survivants.

Ce projet, entièrement jouable, a été développé en une semaine dans le cadre d'un workshop en groupe de cinq. Le jeu a ensuite été mis à disposition des lycéens au CDI.



GAME DESIGN

JANVIER 2024
DNMADE 2

PROJET SCOLAIRE
WORKSHOP

HOW DID YOU END UP?



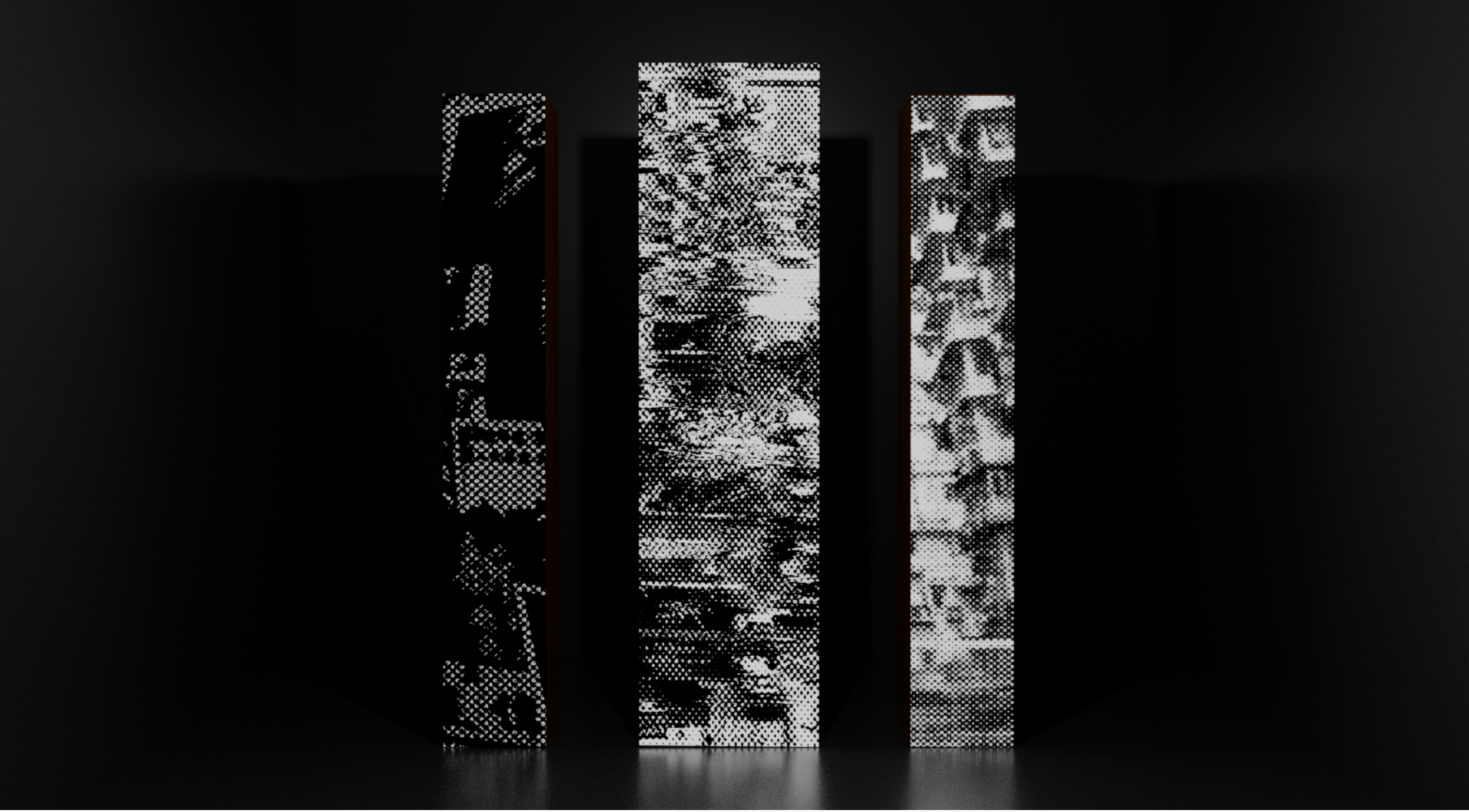


Un jeu narratif et décalé, où les joueurs doivent créer l'histoire la plus cohérente possible.

↘ Lors de ma seconde participation au workshop dirigé par Tatiana Vilela dos Santos, les mécaniques de gameplay tirées au sort étaient : NARRATION, RESSOURCES et ÉCHANGES.

En plaçant la narration au cœur du jeu, nous avons imaginé un univers décalé où les chats remplacent les humains.
Mais derrière ces illustrations à l'apparence tranquille se cache un décalage narratif assumé : les cartes « narration » dévoilent des scènes improbables, absurdes, voire parfois gores, contrastant violemment avec l'esthétique douce du jeu. Cet équilibre entre le calme apparent et l'extravagance des récits invite les joueurs à créer des histoires aussi surprenantes que déroutantes.

L'objectif : construire l'histoire la plus cohérente en seulement cinq cartes « narration ».
Vous allez tenter de convaincre les autres joueurs que vous êtes le meilleur conteur de cette séance thé camomille, pantoufles et ronrons.

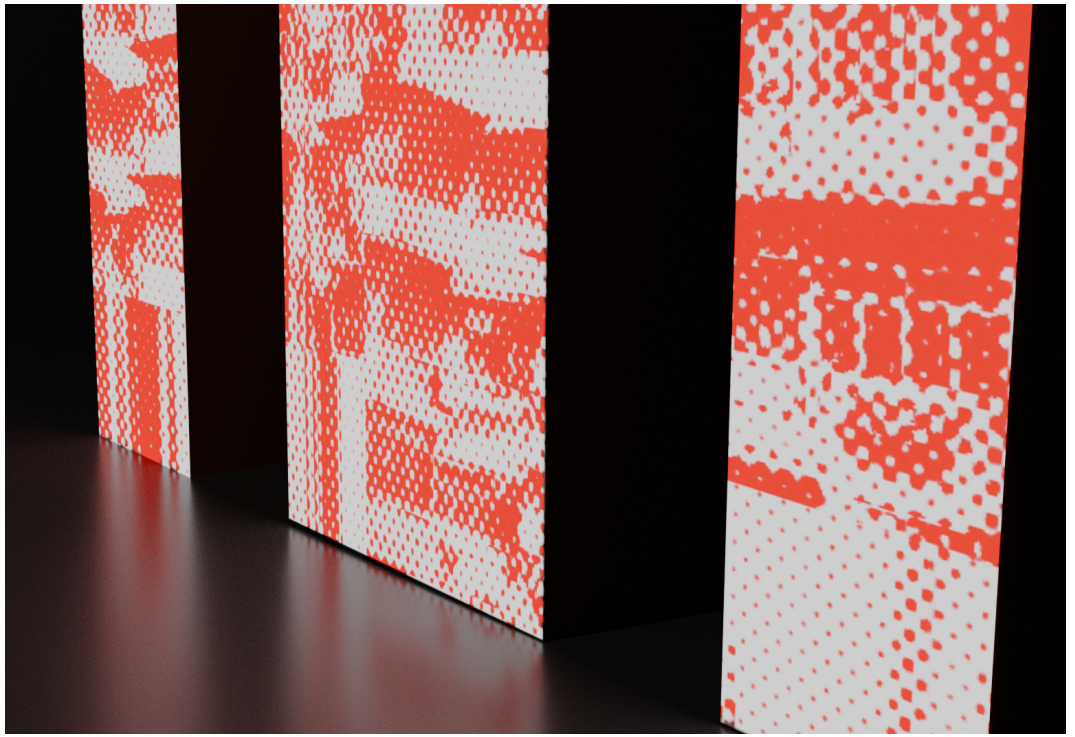


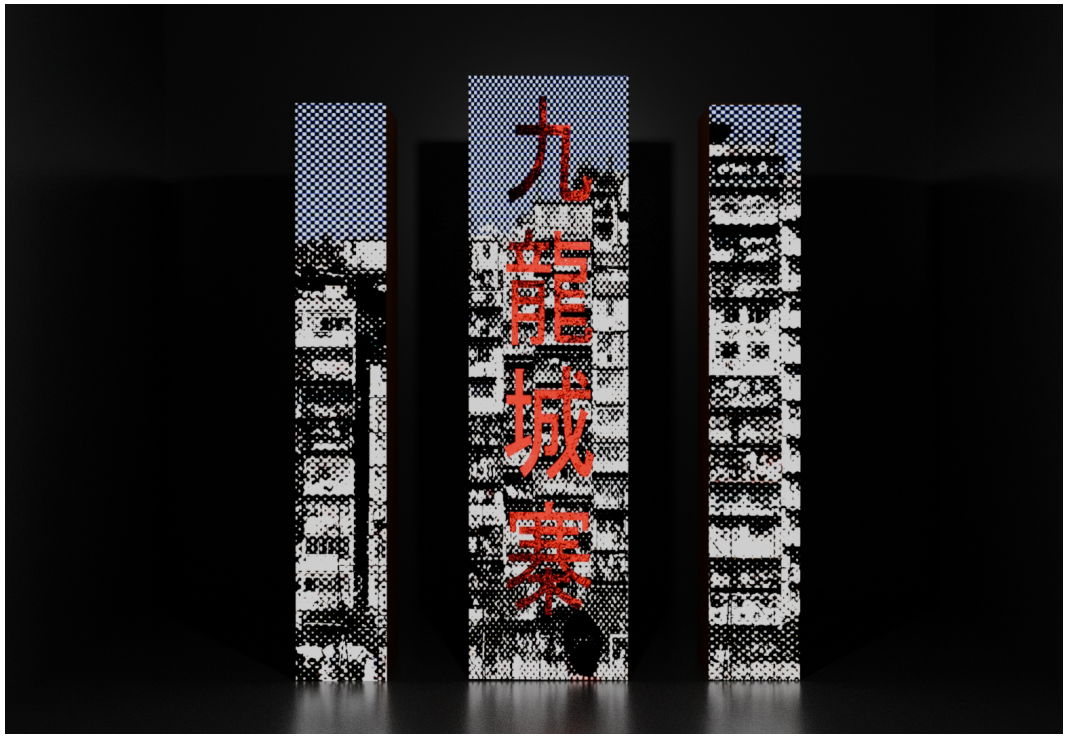
MAPPING VIDÉO

JANVIER 2025
DNMADE 3

PROJET SCOLAIRE
WORKSHOP

CHAMBRE NOIRE





Une immersion visuelle dans le chaos de Kowloon, au travers d'une vidéo mapping.

↘ Dans le cadre d'un projet de vidéo mapping en binôme, nous avons choisi d'explorer la cité de Kowloon, un lieu emblématique de la densité urbaine extrême. L'objectif était de traduire son atmosphère unique à travers des images abstraites projetées sur un espace physique.

Nous avons conçu une séquence vidéo de trois minutes, où la superposition visuelle évoque l'enchevêtrement et la surpopulation.

Les jeux de lumière et de textures retranscrivent l'énergie de ce labyrinthe urbain, entre désordre et harmonie.

↘ Ce projet nous a notamment permis d'expérimenter la narration par l'image en mouvement, en jouant sur la perception et l'illusion pour immerger le spectateur dans l'essence même de Kowloon. Il a notamment été présenté lors des journées portes ouvertes de notre formation, offrant ainsi aux visiteurs une immersion dans notre approche du design et du mapping vidéo.



ÉDITION
MÉMOIRE IMPRIMÉ

DÉCEMBRE 2024
DNMADE 3

PROJET SCOLAIRE

SIGNES & SAVOIRS

08





Un mémoire explorant la vulgarisation scientifique, où une clé de lecture rend des données accessibles.

↘ Dans le cadre de ma troisième année de DNMADE, la réalisation d'un mémoire constituait le projet central du premier semestre.

J'ai choisi d'orienter mes recherches autour des sciences et de la vulgarisation scientifique, en mettant particulièrement l'accent sur l'astronomie comme domaine d'application.

La rencontre avec deux experts du domaine a été déterminante et m'a aidé à identifier les enjeux majeurs à aborder. Ces réflexions ont ensuite pris forme à travers un objet éditorial à l'esthétique inspirée du design suisse, où la rigueur typographique et la mise en page structurée servent le propos scientifique.

↘ Un parti pris graphique fort vient enrichir l'expérience de lecture : certaines données sont volontairement inaccessibles sans l'utilisation d'une clé de lecture, placée sur la première de couverture. Ce procédé engage le lecteur dans une démarche active, illustrant ainsi les enjeux de la vulgarisation scientifique et de l'accessibilité de l'information.



GAME DESIGN
PROJET DE FIN D'ÉTUDES

JUILLET 2025
DNMADE 3

PROJET SCOLAIRE

T-ZERO PROGRAM





Faire comprendre l'invisible en astrophysique grâce aux mécaniques de gameplay.

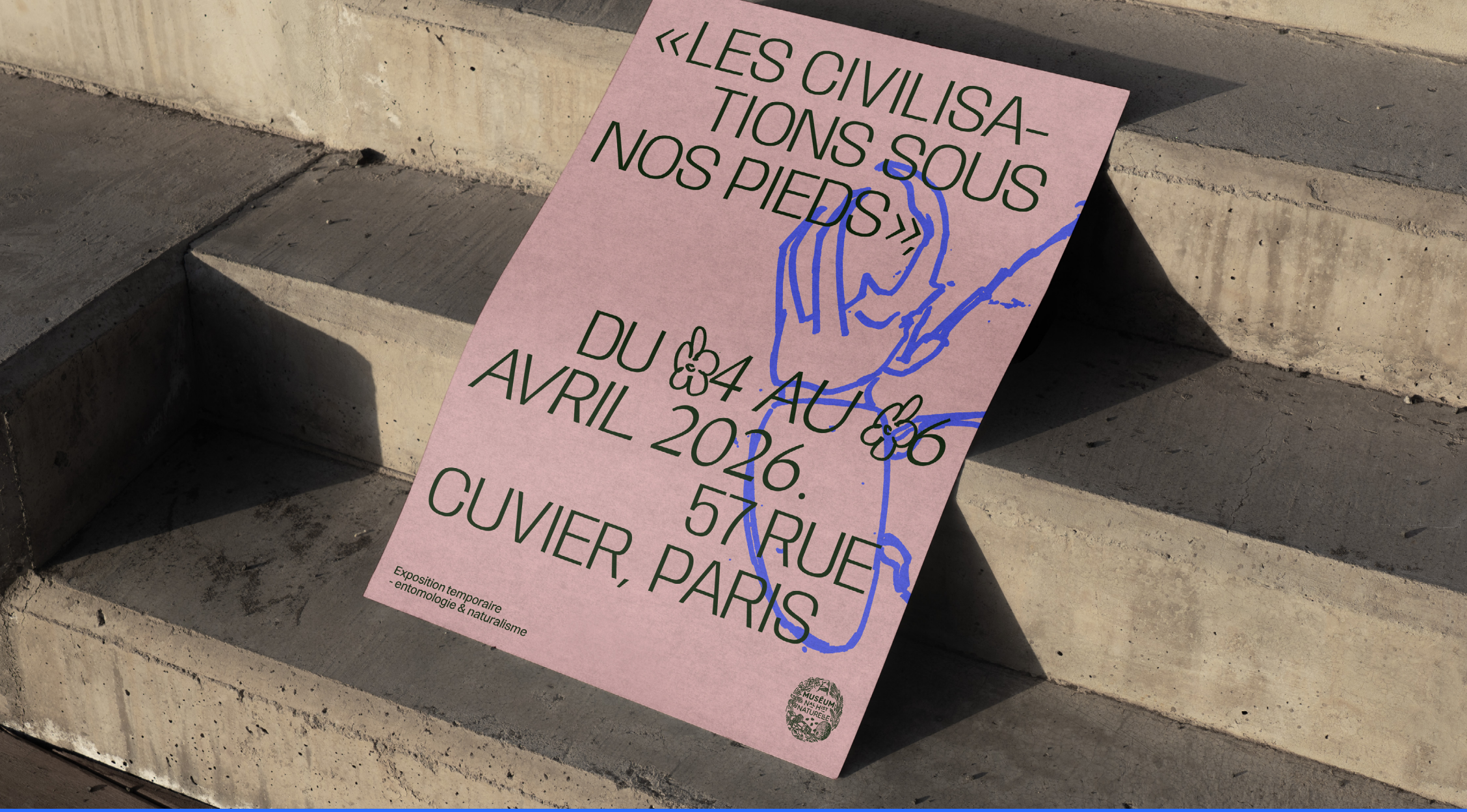
↘ Ce projet est né d'un constat : les trous noirs sont des objets célèbres de la culture populaire, mais leur fonctionnement demeure largement méconnu. J'ai donc imaginé un jeu de société ayant pour ambition de rendre accessibles des notions complexes d'astrophysique grâce aux mécaniques de gameplay plutôt que par une approche purement théorique.

Les trous noirs constituent le point d'entrée d'une réflexion plus large autour de phénomènes tels que les ondes gravitationnelles, la dilatation du temps ou encore les contraintes énergétiques du voyage interstellaire.

Plutôt que de transmettre ces connaissances à travers un livret explicatif, j'ai choisi de les intégrer directement aux mécaniques de gameplay. Les règles ainsi que la manipulation du matériel deviennent alors les principaux vecteurs de compréhension.

J'ai conçu l'intégralité du projet, des mécaniques de jeu jusqu'à la réalisation ; intégrant une phase de prototypage et de fabrication, notamment par découpe laser.

Soucieux de garantir une rigueur scientifique, j'ai confronté mon interprétation de ces phénomènes à un membre de l'Observatoire de Paris lors d'un festival d'astrophysique, puis à l'Observatoire de Meudon.



BRANDING

MAI 2026
MASTÈRE 1

PROJET SCOLAIRE

ENTOMOGRAPHIE



Une identité culturelle où le visuel devient un outil de transmission et d'identification.

↘ Ce projet fictif consistait à imaginer l'identité visuelle d'une exposition d'entomologie pour le Muséum national d'Histoire naturelle. L'enjeu était de créer un système graphique cohérent, identifiable et facilement déclinable sur une grande diversité de supports (affichage urbain, communication digitale et signalétique).

Le cahier des charges imposait une unique contrainte : concevoir le projet en s'appuyant sur les principes du naïve design.

↘ L'objectif était d'explorer une approche plus instinctive et imparfaite du graphisme, à l'inverse des productions extrêmement lisses et précises des générations artificielles.

Cette direction de travail a permis de développer une identité visuelle plus spontanée, où les illustrations ainsi que la composition assument leur caractère humain.

Ce choix graphique offre une lecture plus accessible de l'exposition tout en renforçant sa singularité et sa capacité à interpeller un public varié.

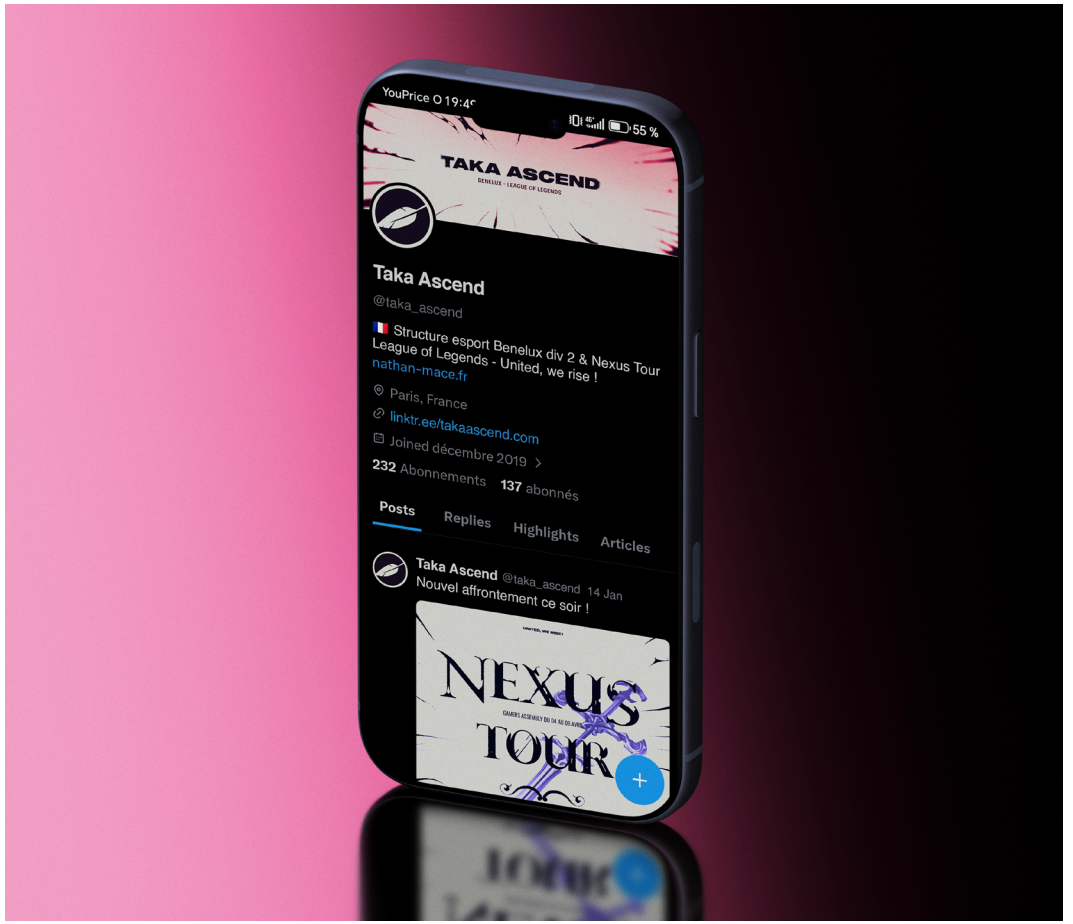


BRANDING

JANVIER 2026
MASTÈRE 1

PROJET FREELANCE

TAKA ASCEND





Précision de l'image de marque d'une structure esport grâce à une identité visuelle singulière.

↘ Au sein de Taka Ascend, mon rôle de directeur artistique consistait à analyser les valeurs de la structure ainsi que son positionnement face à ses concurrents, afin d'identifier un espace de développement visuel singulier.

Cette réflexion stratégique servait de fondation à l'ensemble des décisions créatives.

L'enjeu principal était notamment de traduire l'ADN de l'équipe : un projet avant tout communautaire et humain. Cette vision se matérialise par des formes organiques mais tranchantes. Leurs courbes évoquent la dimension humaine sans oublier l'aspect compétitif et ambitieux.

L'identité devient alors un outil de narration. À travers cette direction artistique, la structure affirme une image cohérente, singulière et alignée avec ses ambitions : une nécessité pour une structure de division 2 Benelux qui souhaite donner une image plus professionnelle.



BRANDING

DÉCEMBRE 2025
MASTÈRE 1

PROJET SCOLAIRE

SWARM.





Swarm, allier deux marques pour créer un produit unique et décliner son identité.

↘ Ce projet explore l'opportunité d'un cobranding entre Team Vitality et Dammann Frères, deux marques aux univers a priori éloignés, mais partageant une exigence de qualité, de précision et d'expérience. L'objectif était d'imaginer une collaboration capable d'élargir les territoires d'expression de l'esport tout en proposant une alternative aux boissons traditionnellement associées au secteur.

J'ai débuté par une analyse du marché, clairement dominé par les boissons énergétiques. Ce constat a permis d'identifier un espace de différenciation : proposer une boisson plus raffinée, pensée pour accompagner les moments de concentration.

J'ai ainsi conçu un thé au miel en édition collaborative, pensé comme un produit premium à la croisée des identités des deux marques. Ce travail s'est accompagné de la création d'une direction artistique dédiée, cherchant à concilier l'univers compétitif et contemporain de Vitality avec l'élégance et le savoir-faire associés à Dammann Frères.

Une déclinaison a notamment été réalisée pour les réseaux sociaux au format vidéo vertical.