

CALLEN BOLE



HELLO / BONJOUR

de la philosophie

Au cours de mes études de premier cycle, j'ai eu l'occasion de développer une base solide de compétences en recherche et en pensée critique tout en préparant mon **bachelor's en sciences politiques et en philosophie**. Ces compétences ont été renforcé par mon expérience professionnelle de chercheur que j'ai acquise pendant et après mes études.



à l'art

Après avoir obtenu mon diplôme, j'ai fait deux stages dans deux studios d'art tout en travaillant comme assistant pour un artiste professionnel. Finalement, j'ai eu l'**opportunité de voyager en Chine pour une master en beaux-arts** grâce à une bourse complète du gouvernement chinois. Là, j'ai pu développer d'avantage mes sensibilités esthétiques et conceptuelles tout en m'immergeant dans la culture locale.



au design

Pendant ma maîtrise, mes intérêts ont commencé à graviter vers le design. Je crois qu'une bonne méthodologie de design nécessite de se mettre à la place des autres pour résoudre des problèmes, répondre à des besoins et, espérons-le, améliorer des vies. Je poursuis actuellement un **master en design industriel à Paris, France**.



EXPERIENCE

Professionnel

- **Senior Designer, Circl Labs chez Station F**
Assistance pour tous les besoins de design de la startup, y compris la création de pitch decks et de supports marketing, le design UX/UI, ainsi que la recherche et les tests de produits.
Septembre 2023 – Présent
- **UX Design Lead, ArcelorMittal**
Affecté à la recherche et le design pour la refonte d'E-steel, la plateforme e-commerce d'ArcelorMittal.
May 2023 – Septembre 2023
- **Web Design Lead, Estuairte chez Station F**
Dirige la conception et la recherche liées au développement du site web de l'entreprise.
Avril 2023 – May 2023
- **Freelance, Design UX / UI**
Collabore avec les clients pour produire des conceptions UX et UI qui répondent à leurs objectifs et besoins.
Septembre 2021 – Avril 2023
- **Assistant, James Hubbell Architecture** : Aide à la création et à la construction d'une nouvelle résidence sur la propriété Ilan Lael.
Janvier 2020 – Mars 2020
- **Analyste, Bureau du Maire de Boston**
Aide à la mise en œuvre et à l'évaluation des programmes sociaux, entrevues avec les électeurs pour solliciter des commentaires, résumé et présentation des recherches qualitatives et quantitatives.
Janvier 2017 – Mai 2017

Éducation

- **ENSCI - Les Ateliers** : Master en Design Industriel
Septembre 2021 – Présent
- **Google UX Design Certificate** : cursus en ligne
Février 2021 - Avril 2021
- **China Academy of Art** : Master en beaux-arts internationaux
Septembre 2018 – Mai 2021
- **Sciences Po** : Semestre d'échange
Septembre 2016 – Janvier 2017
- **Boston University** : Bachelor's en sciences politiques et philosophie
Septembre 2013 – Mai 2017

STATS

Références

- **Maxime Meijers** : CEO, Estuaire
maxime.meijers@estuaire.dev
- **Sophie Malou** : Business Analyst, ArcelorMittal
sophie.malou@arcelormittal.com
- **Justyna Swat** : Professor, ENSCI - Les Ateliers
justynaswat@gmail.com
- **Michael Grady** : Professor, China Academy of Art
gradyms@appstate.edu

Langues

- **Anglais** : langue maternelle
- **Français** : niveau avancé (DELF B2)
- **Chinois** : débutant (HSK 2)

Compétences

- **Design Graphique** : Suite Adobe
- **Design UX/UI** : Adobe Xd, Figma, draw.io, Balsamiq
- **Modélisation et Impression 3D** : Blender, Rhino, Cura Ultimaker
- **Recherche et Analyse** : benchmarks, personas, analyse concurrentielle, entretiens utilisateurs
- **Développement Web Front-end** : HTML, CSS, et JavaScript.
- **Web Builders** : Wix, Squarespace, Wordpress, Webflow
- **Écriture et Grammaire Anglaise** : Expérience professionnelle dans l'enseignement de l'anglais et de l'écriture à tous les âges.
- **Sculpture en Céramique** : composition d'argile et d'émail, techniques de cuisson, tour, techniques à la main
- **Sculpture en Métal** : soudage (MIG/TIG), moulage à la cire, application de patine

Logiciels

- Adobe InDesign
- Adobe Premier
- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe Xd
- Figma
- Photoscape
- Blender
- Cura Ultimaker
- Rhino

PROJETS

Analogique

Nest Coffin



Design Produit | 05 – 11

Black Diamond



Design Graphique | 12 – 18

Hamartia



Sculpture | 19 – 25

Numérique

E-steel



Design UX | 26 – 32

Estuaire



Design UI | 33 – 39

Hangzhou Archives



Dev. Front-end | 40 – 46

Nest Coffin

- cercueil écologique
- 2022
- avec Clemence Nollim



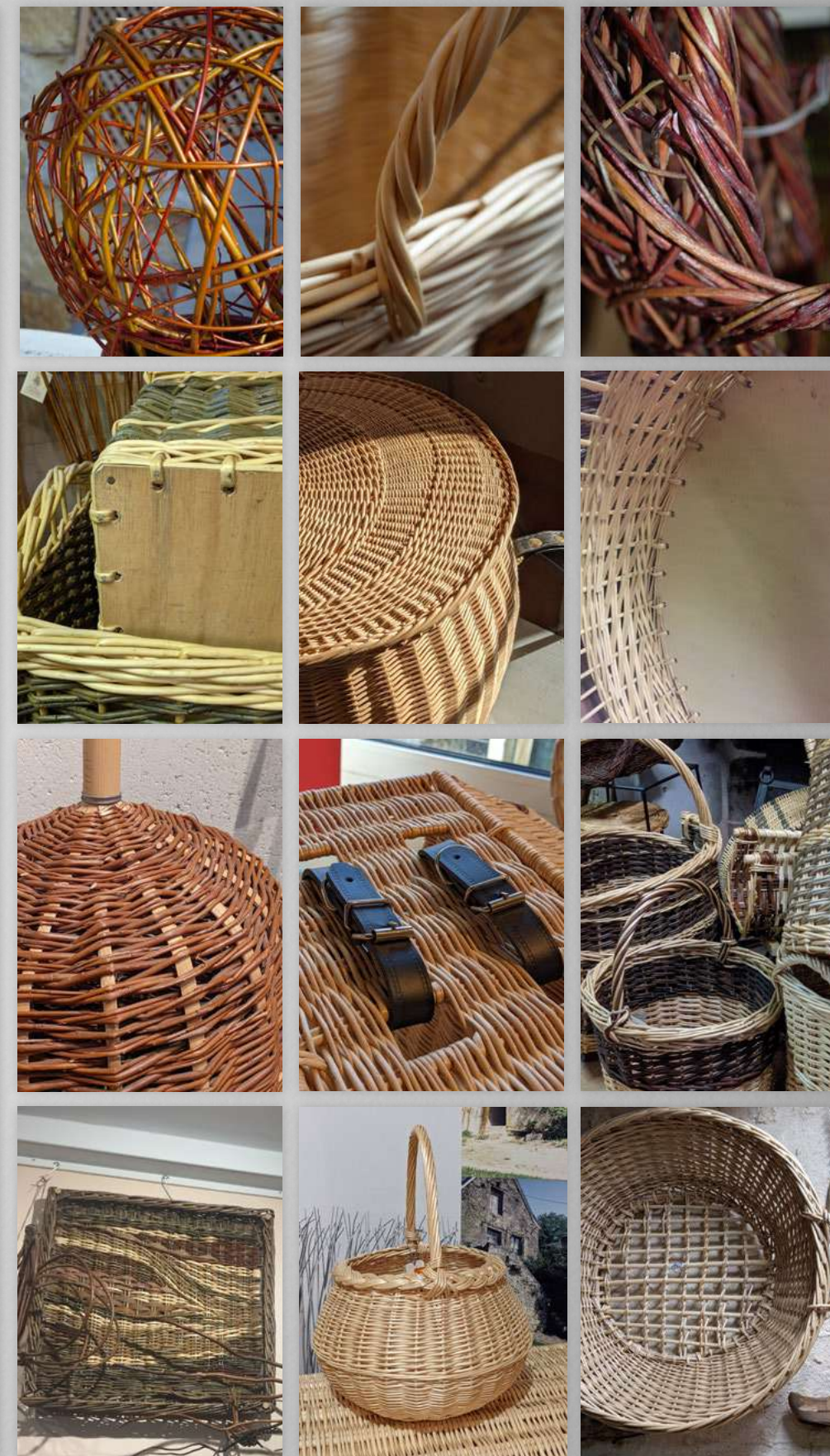
Le défi

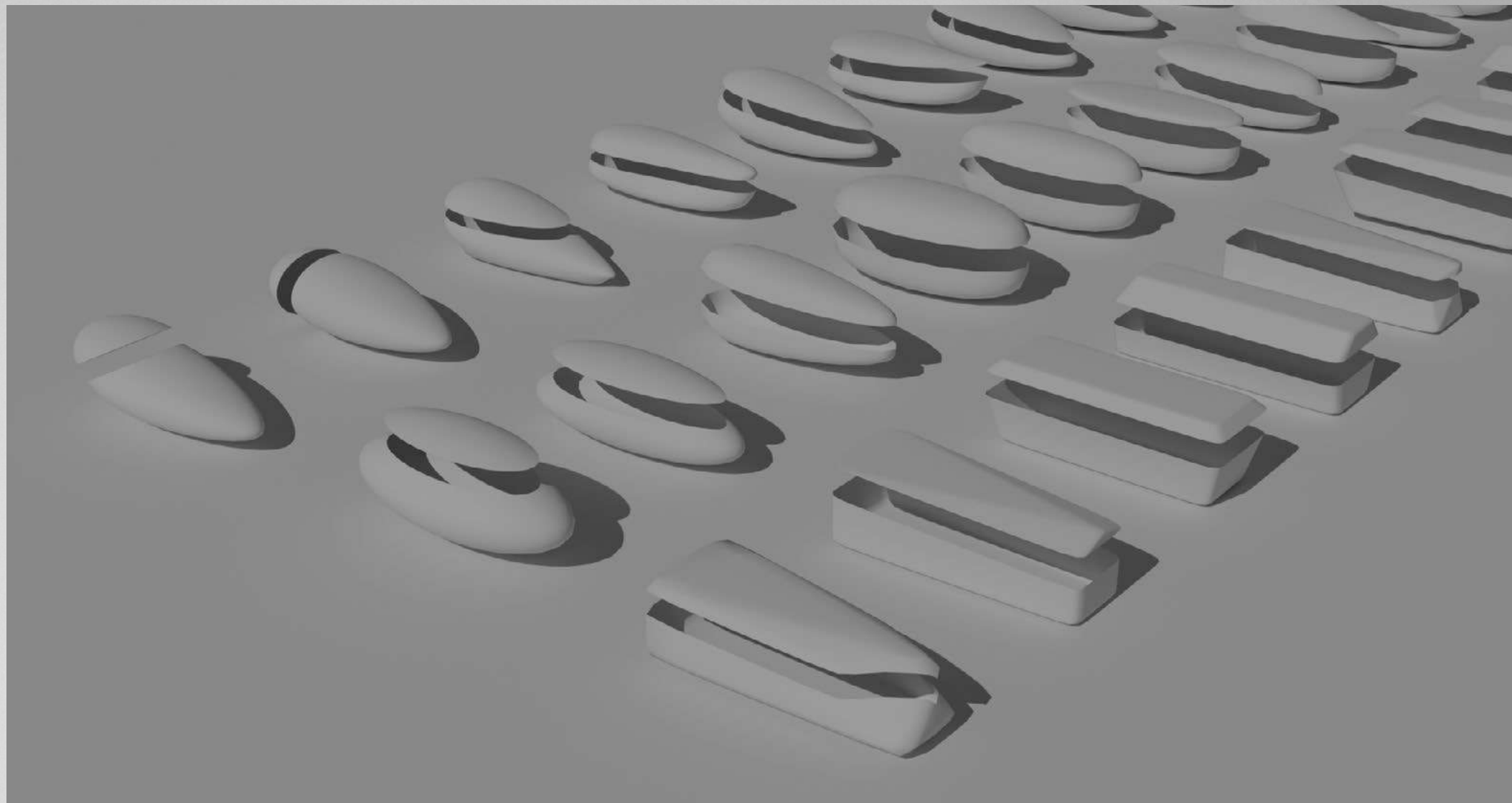
Nous devons développer un cercueil pour des consommateurs soucieux de l'environnement sur le marché français. Cela nécessitait l'utilisation de matériaux biodégradables conformes à la réglementation française relativement stricte en matière d'étanchéité et d'intégrité structurelle. Le cercueil typique, fabriqué à partir de bois ou de substituts de bois, contient des résines et des laques toxiques pour l'inhumation et l'incinération. Le partenaire nous a donc demandé de développer des alternatives esthétiques et formelles.



La recherche

Après avoir expérimenté différents matériaux, nous avons opté pour l'osier, relativement peu coûteux, produit durablement en France et 100% biodégradable. Pour vérifier nos recherches et acquérir une meilleure connaissance de la matière, nous nous sommes rendus à Villaines les Rochers, commune spécialisée dans la production d'articles en osier. Là, nous avons parlé à plusieurs cultivateurs et artisans, qui ont tous confirmé que le matériau possédait les qualités nécessaires pour répondre aux besoins du projet.





L'idéation

En nous inspirant des nids d'oiseaux, nous avons cherché à créer une forme qui corresponde au matériau. De plus, nous avons ajouté une couche de feutre de laine recyclée enduite de cire biodégradable pour répondre à l'exigence réglementaire d'imperméabilité, ainsi qu'un « nuage » de laine brute pour absorber l'humidité. Une base de bois de hêtre non traité a été ajoutée pour assurer le respect des réglementations structurelles. Tous les matériaux ont été choisis sur la base de leur production locale et durable.

La création

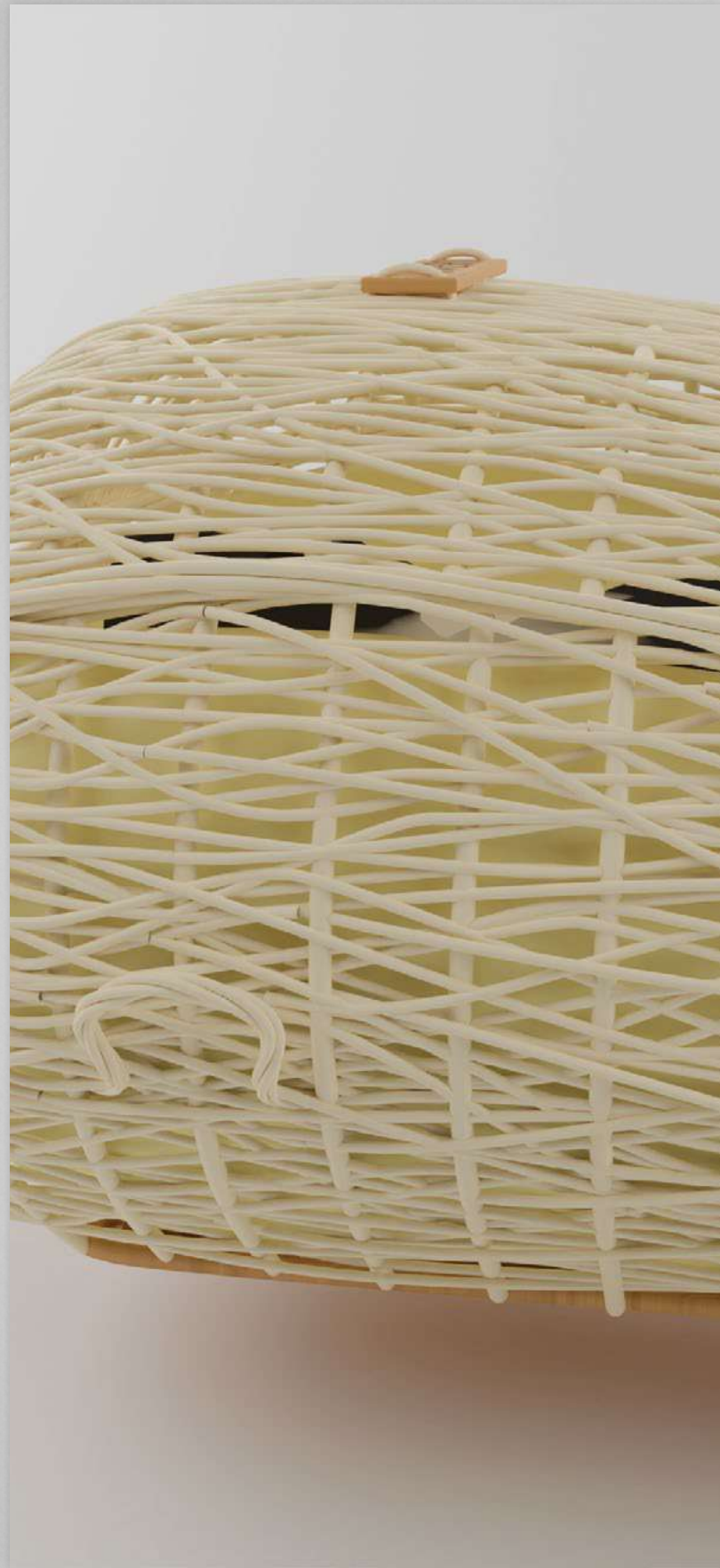
Nous avons fait un deuxième voyage à Villaines les Rochers afin de travailler aux côtés d'un artisan qui nous a appris les techniques nécessaires à la création d'échantillons, en testant différents types d'osier et de tissage au passage. Nous avons également effectué des tests d'imperméabilité en utilisant différents types de cire naturelle, en nous fixant finalement sur la cire d'olive pour son prix bas, sa production durable et son point de fusion relativement élevé.





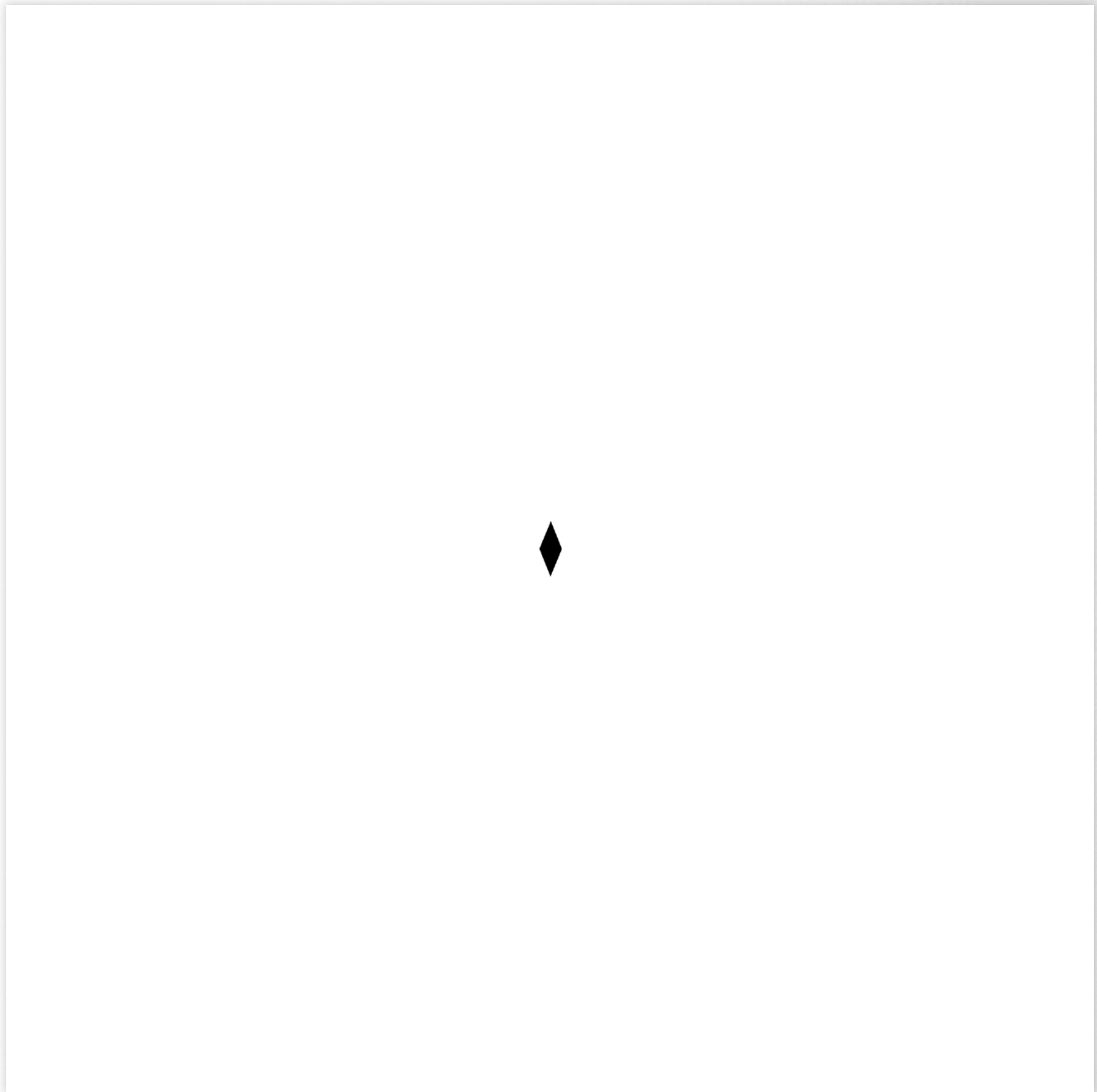
Le résultat

De gauche à droite, nous avons produit une coupe transversale du cercueil à l'échelle, un rendu 3D de l'ensemble du cercueil à l'échelle et deux échantillons à l'échelle 1/5e pour représenter les deux extrémités d'un spectre de possibilités esthétiques et structurelles. Chaque échantillon a été soumis aux tests de résistance nécessaire pour assurer la conformité à la réglementation.



Black Diamond Conversions

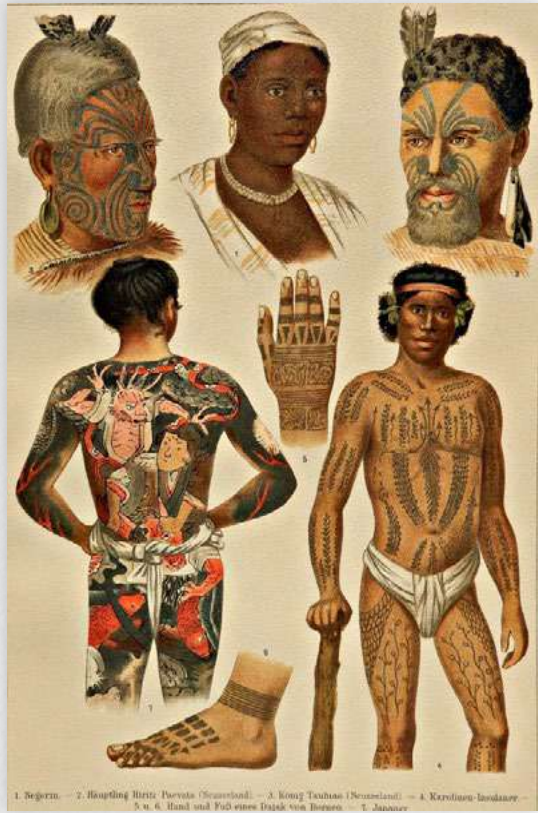
- motif de tatouage modulaire
- en cours



Le défi

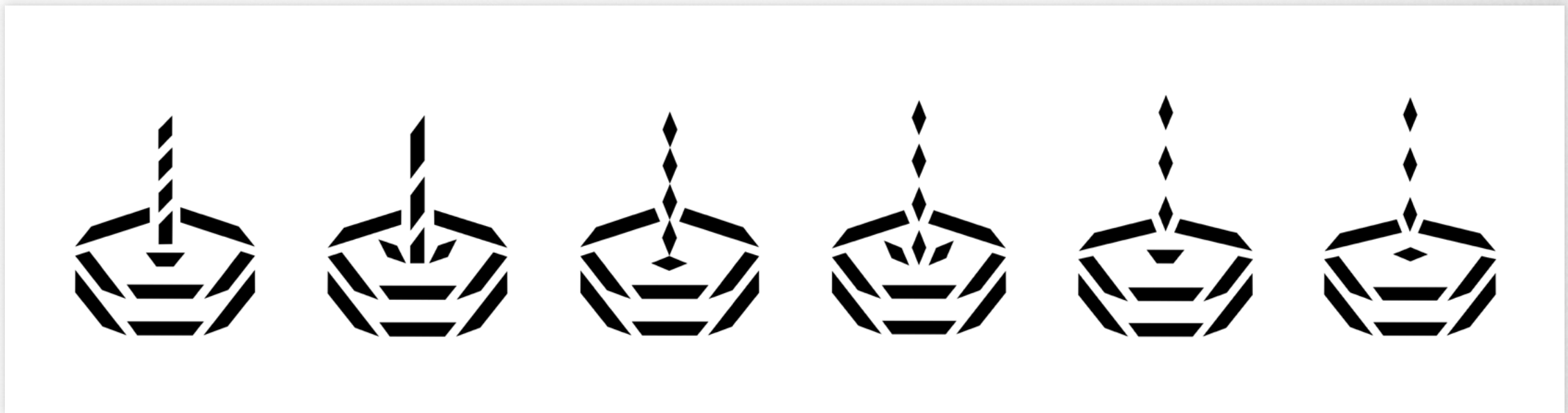
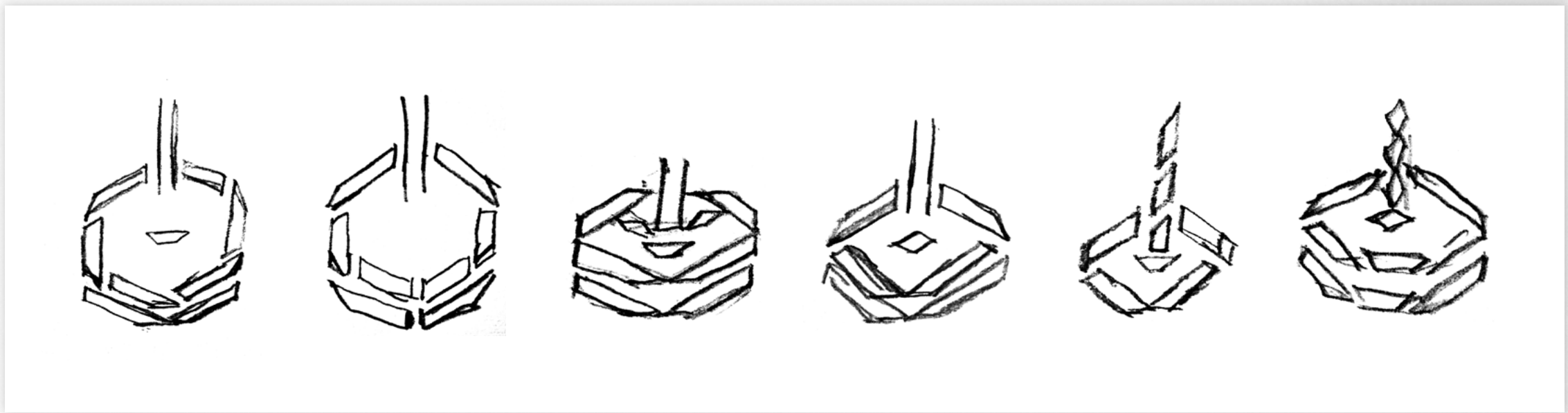
Black Diamond Archive est un projet personnel de création d'idées et d'iconographies avec un motif modulaire conçu spécifiquement pour le tatouage.





La recherche

En utilisant les tatouages tribaux traditionnels comme point de départ, j'ai développé un motif composé exclusivement de trapèzes noirs. J'ai appris en autodidacte les techniques et méthodes de tatouage contemporaines pour mieux comprendre les spécificités de la transcription du motif sur la peau.



L'idéation

Je fais des croquis pour « convertir » l'idée ou la référence originale en motif *Black Diamond*.

Une fois la forme de base construite, la conception est itérée numériquement.



La création

Le dessin est imprimé avec de légères variations de taille pour déterminer le meilleur ajustement par rapport à l'espace à tatouer. Un pochoir de la taille choisie est appliqué après que la peau a été rasée et stérilisée. Les formes sont ensuite doublées et remplies d'encre de tatouage. Dans ce cas, le tatouage a été réalisé par un professionnel.

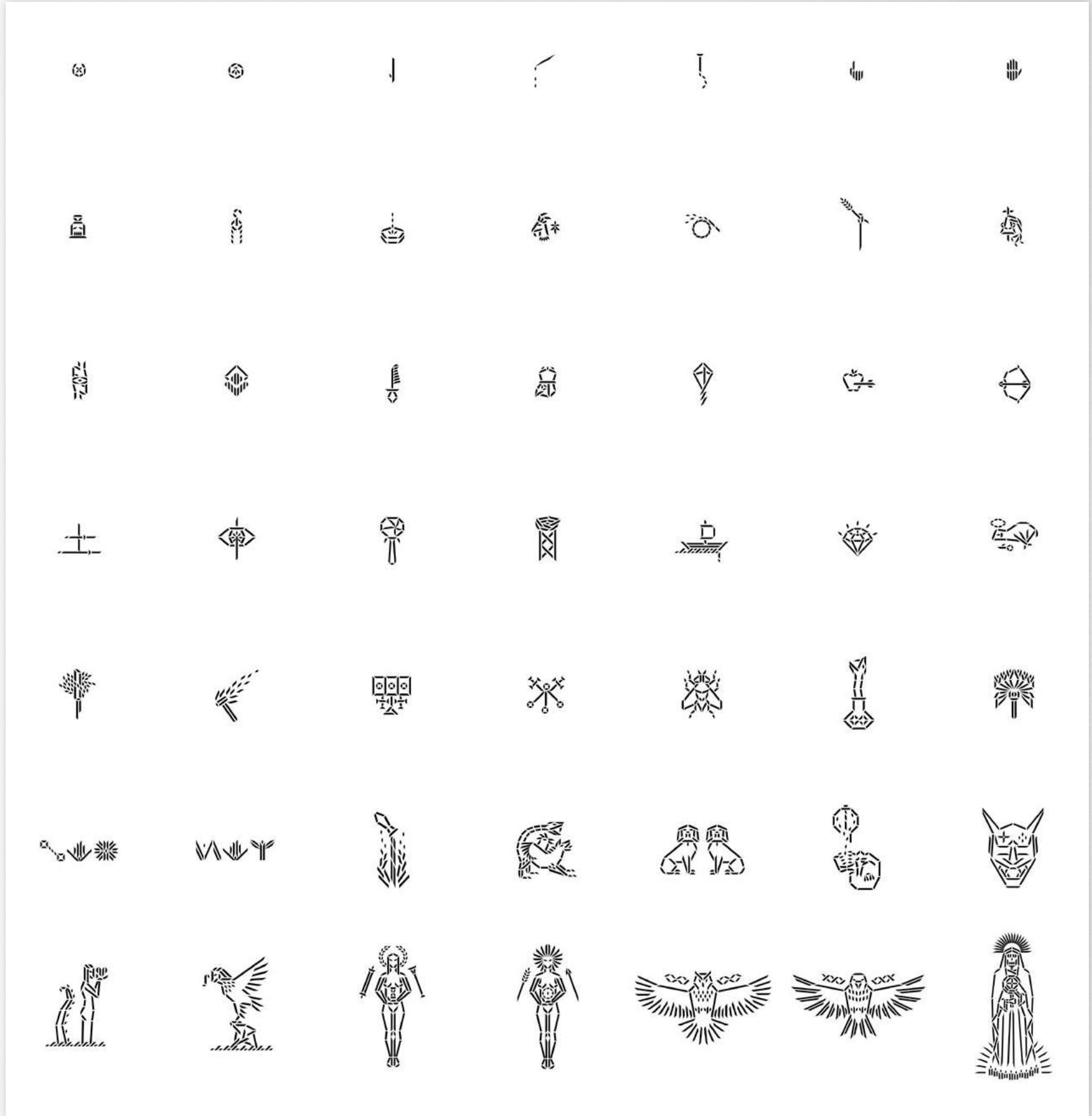
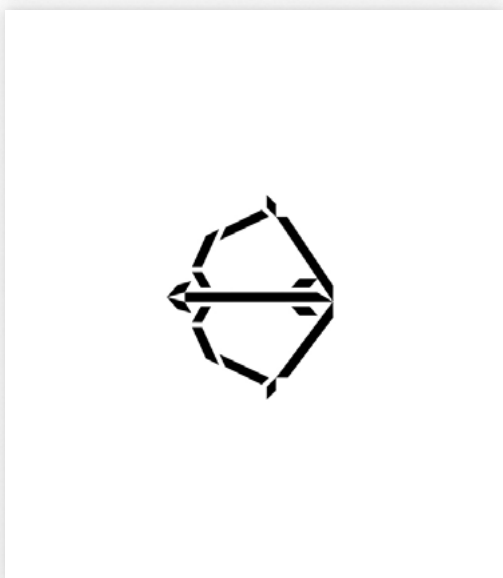
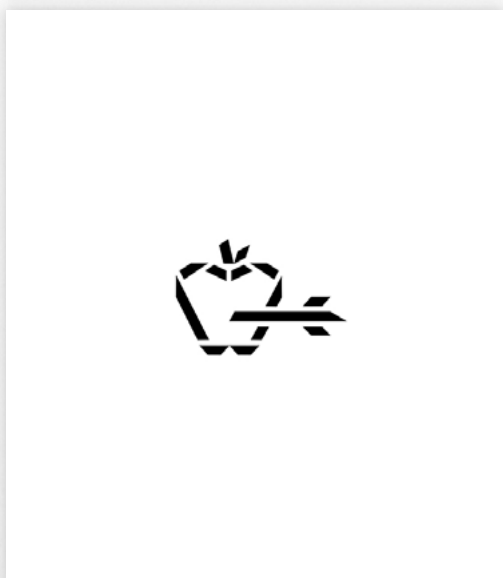
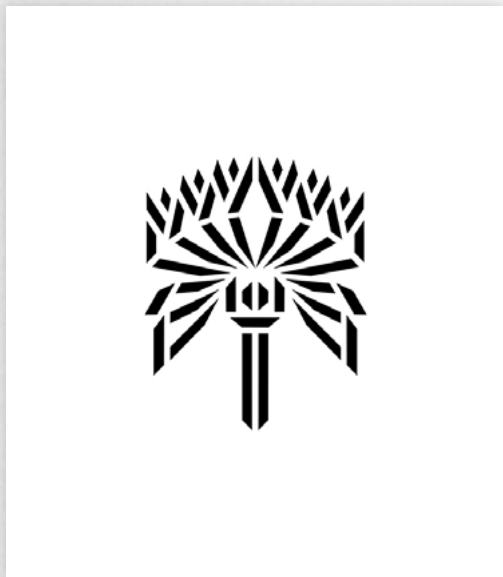
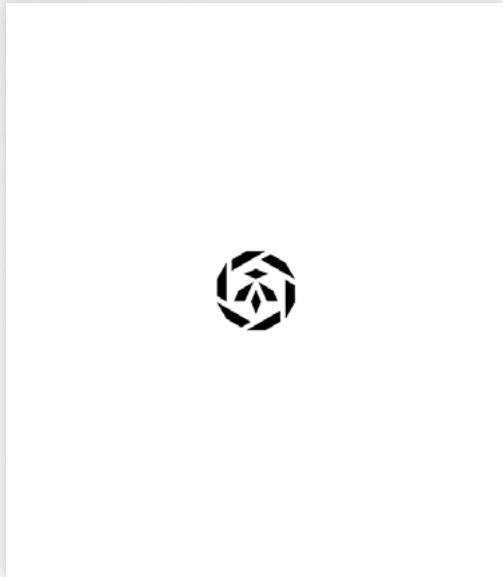


Le résultat

Plus de 50 modèles ont été créés jusqu'à présent. Au fur et à mesure que les tatouages vieillissent, l'encre se répand légèrement à travers la peau et les lignes deviennent moins définies. Normalement considéré comme indésirable, le motif développé anticipe et intègre cette dégradation naturelle. En vieillissant, les petites coupures entre les lignes commencent à se connecter et le tatouage devient entier au fil du temps.

Plus de conversions sont disponibles pour voir à :

https://hangzhouarchives.xyz/ha_black-diamond.html



Hamartia

■ sculptures en bronze et céramique

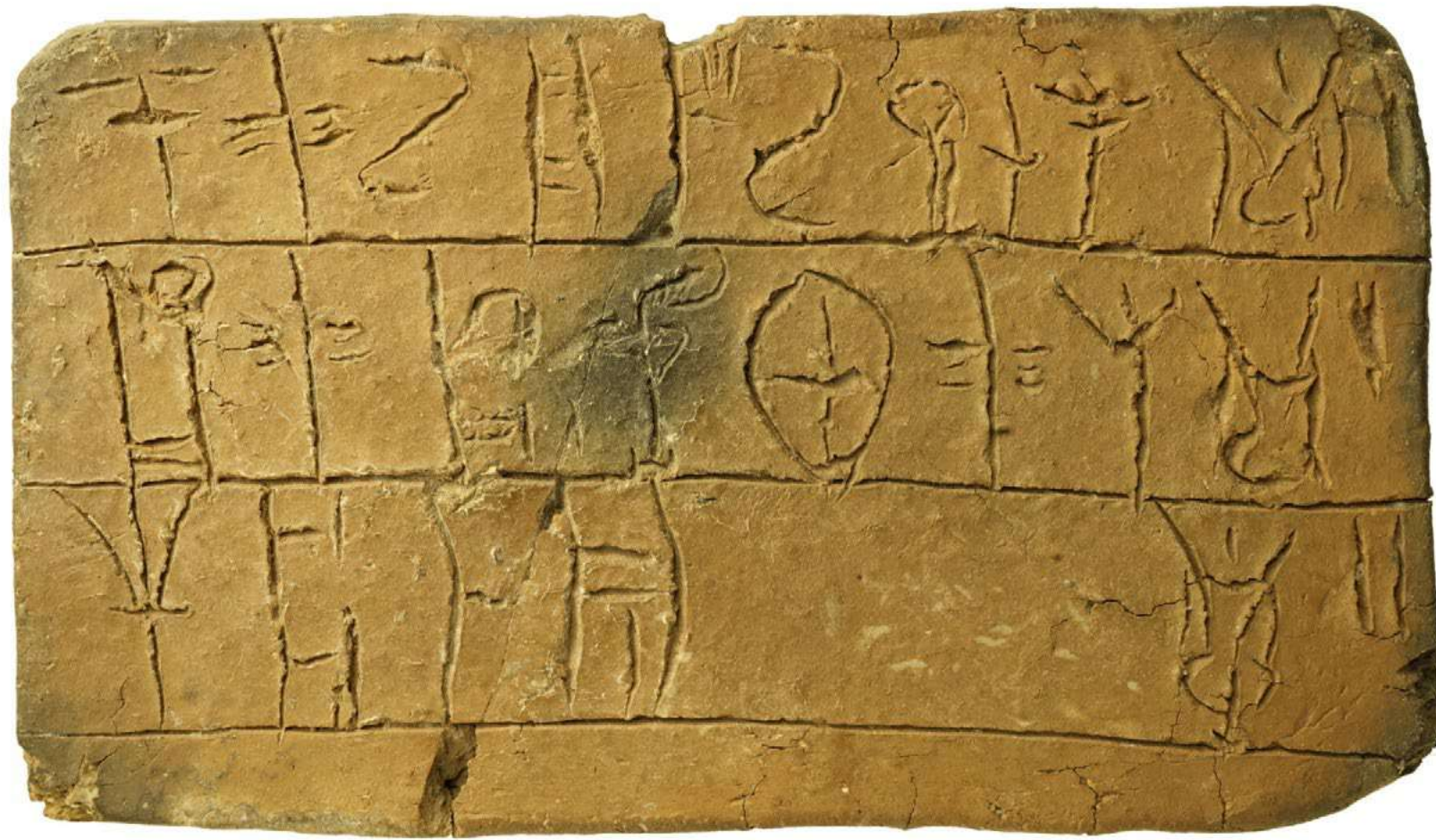
■ 2019





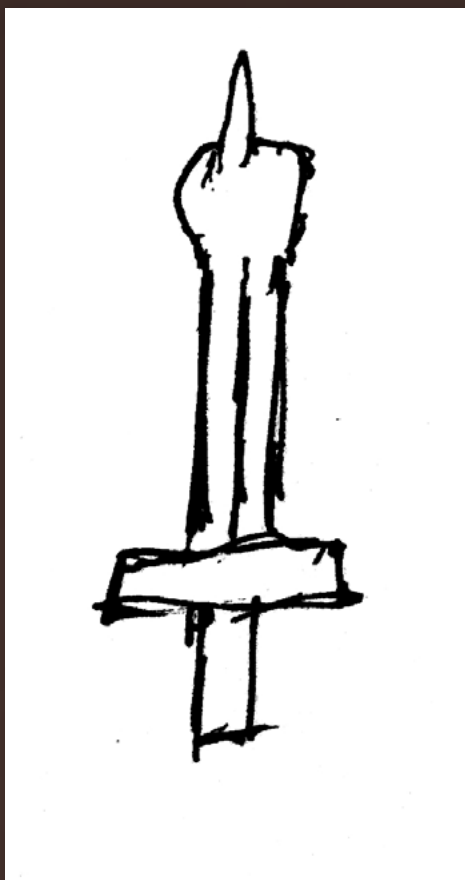
Le défi

Hamartia est un terme de la tragédie grecque qui fait référence aux défauts personnels qui causent finalement la chute d'un héros. Cette série était un projet personnel qui fonctionnait comme un moyen d'enquêter et de représenter des défauts de caractère, ainsi qu'un rappel pour s'en prémunir.



La recherche

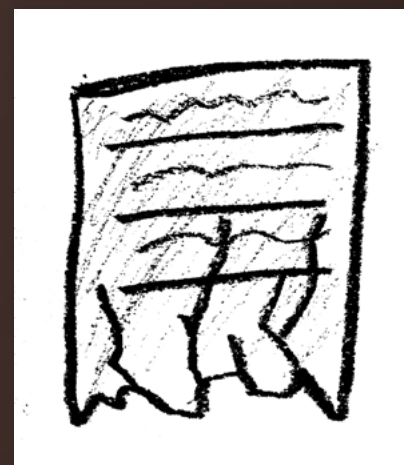
Cette série est inspirée du masque d'Agamemnon, un ancien masque funéraire mycénien, et des tablettes « Linéaire B », qui contiennent l'écriture mycénienne. J'ai choisi de travailler le bronze et la céramique pour leur ressemblance avec le matériau d'origine.



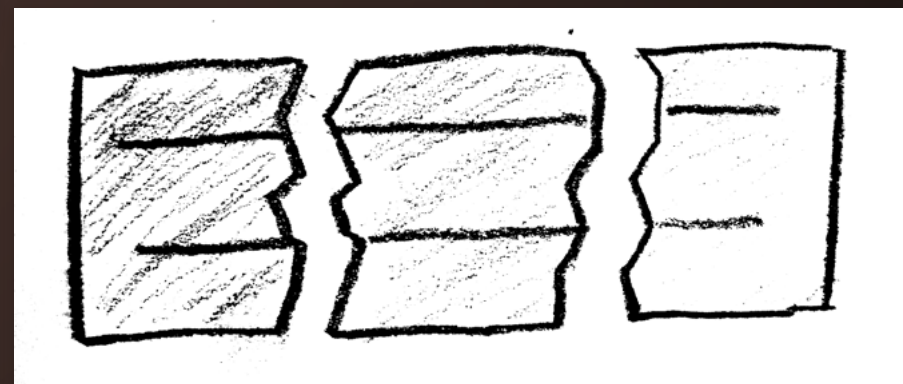
EASY
PATT
ERNS
OF THE
EFAN
TASY

EASY PA
TTERNS
OF THE F
ANTASY

EASY PATT
ERNS OF TH
EFANTASY

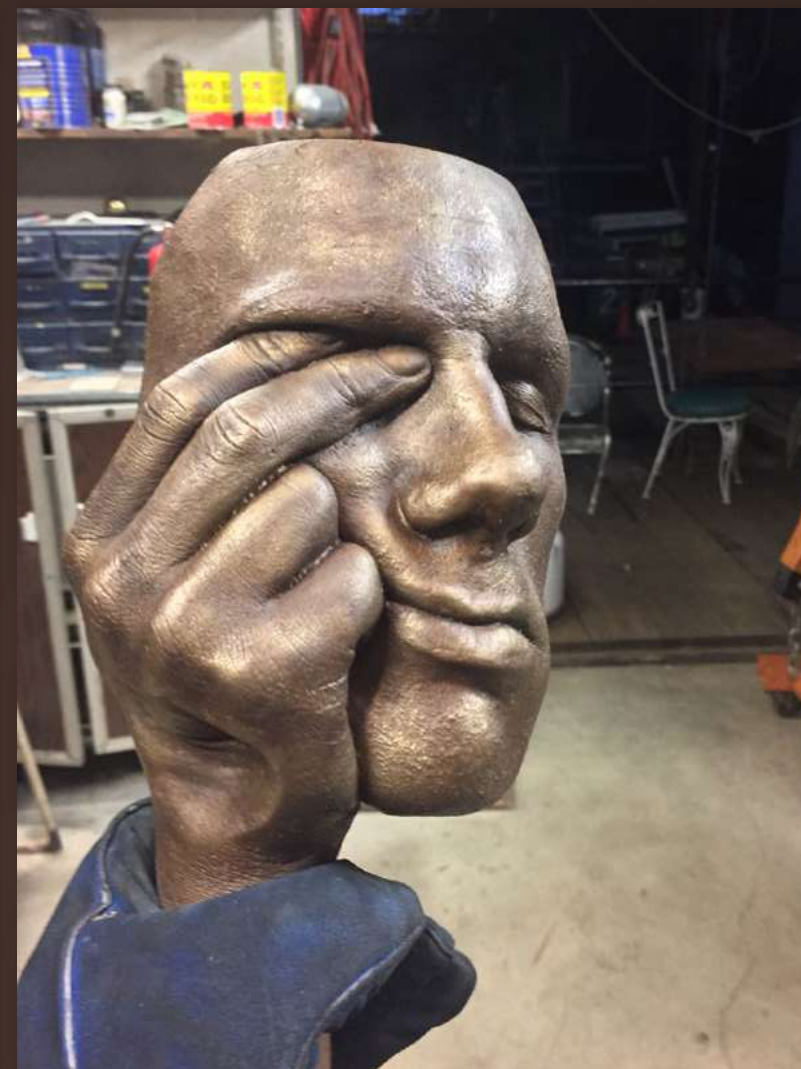


EASY PA
TTERNS
OF THE F
ANTASY



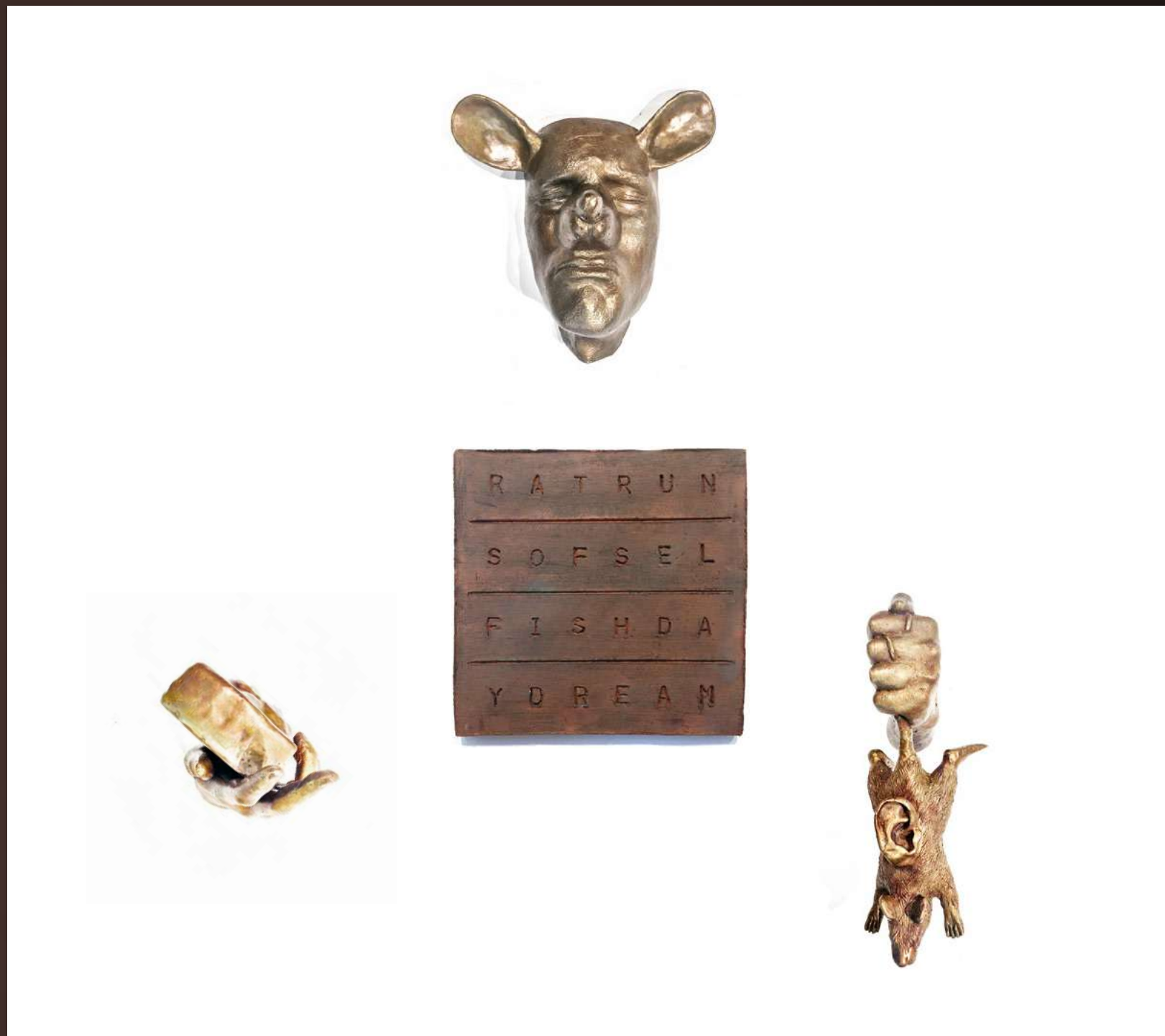
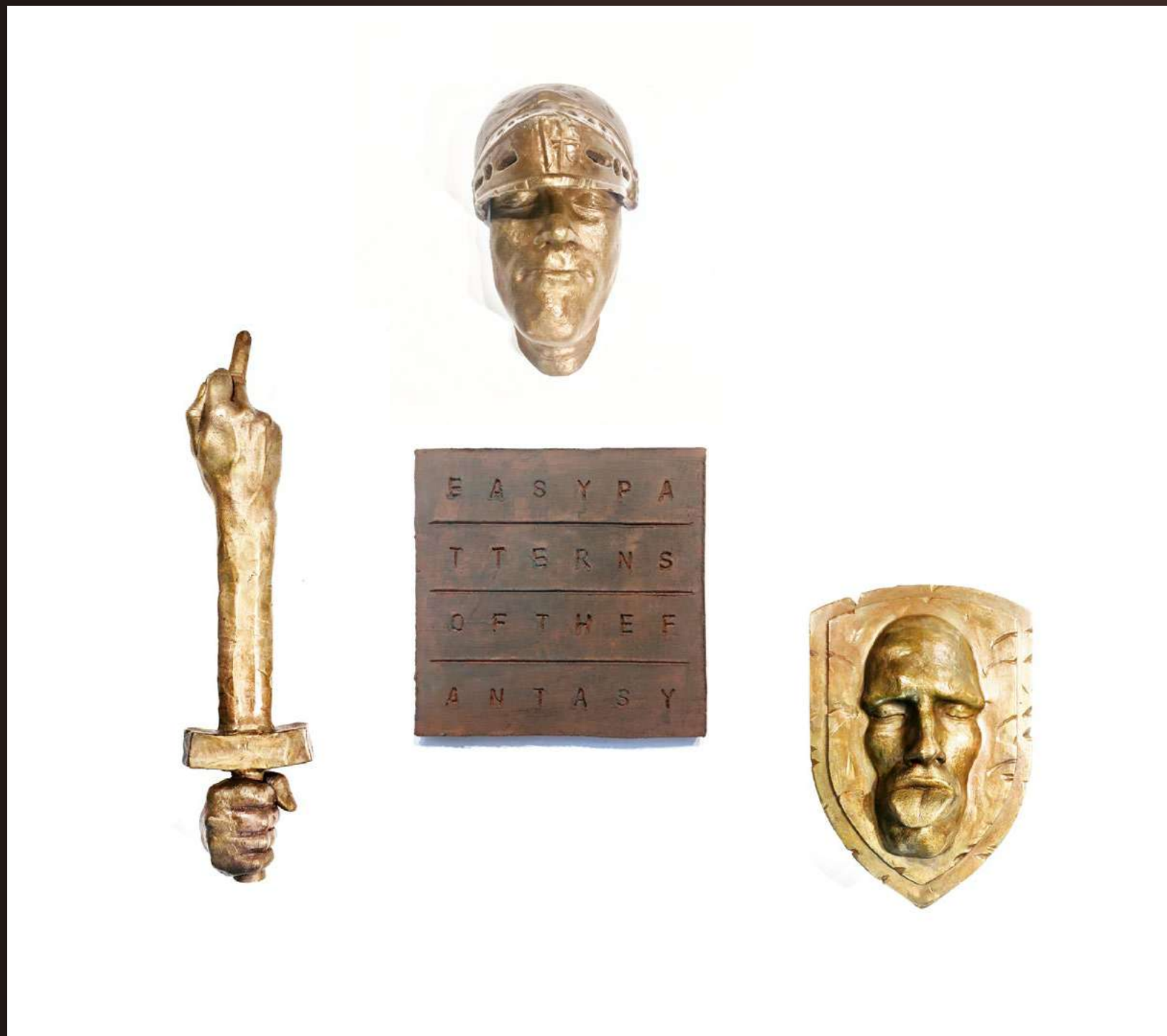
L'idéation

Tous les carreaux contiennent des phrases composées de 24 lettres qui font référence aux pièces de bronze qui les accompagnent. J'ai esquissé diverses formes et configurations de lettres et expérimenté différents types de textures d'argile et de patines de bronze.



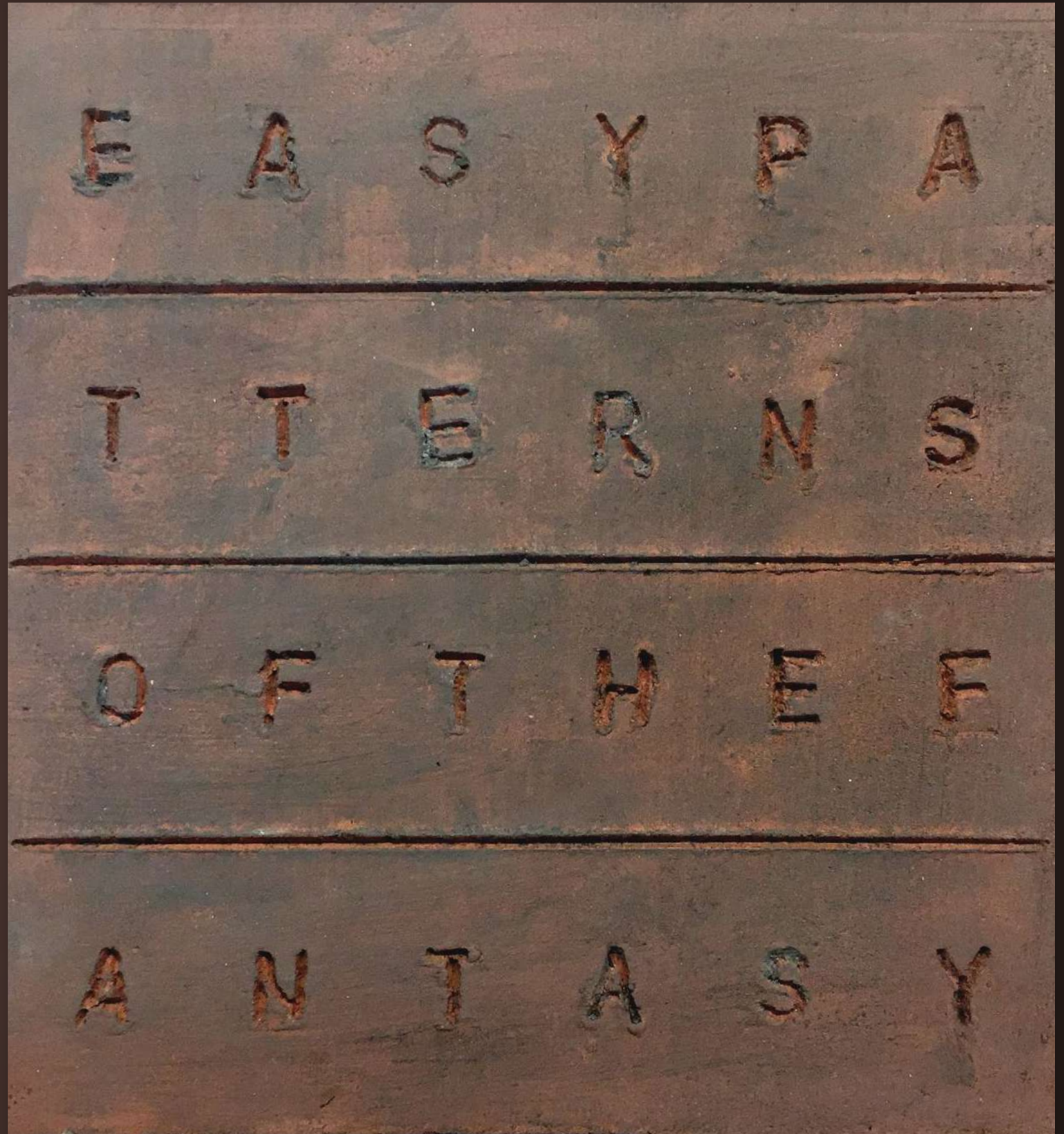
La création

J'ai créé les masques en utilisant la méthode de la "cire perdue" dans laquelle un positif en cire est fabriqué à partir d'un moule en alginate et utilisé pour créer la forme finale en bronze, qui est ensuite polie et patinée. Les carreaux ont été cuits à basse température puis frottés avec de la cendre pour ajouter de la texture et de la couleur.



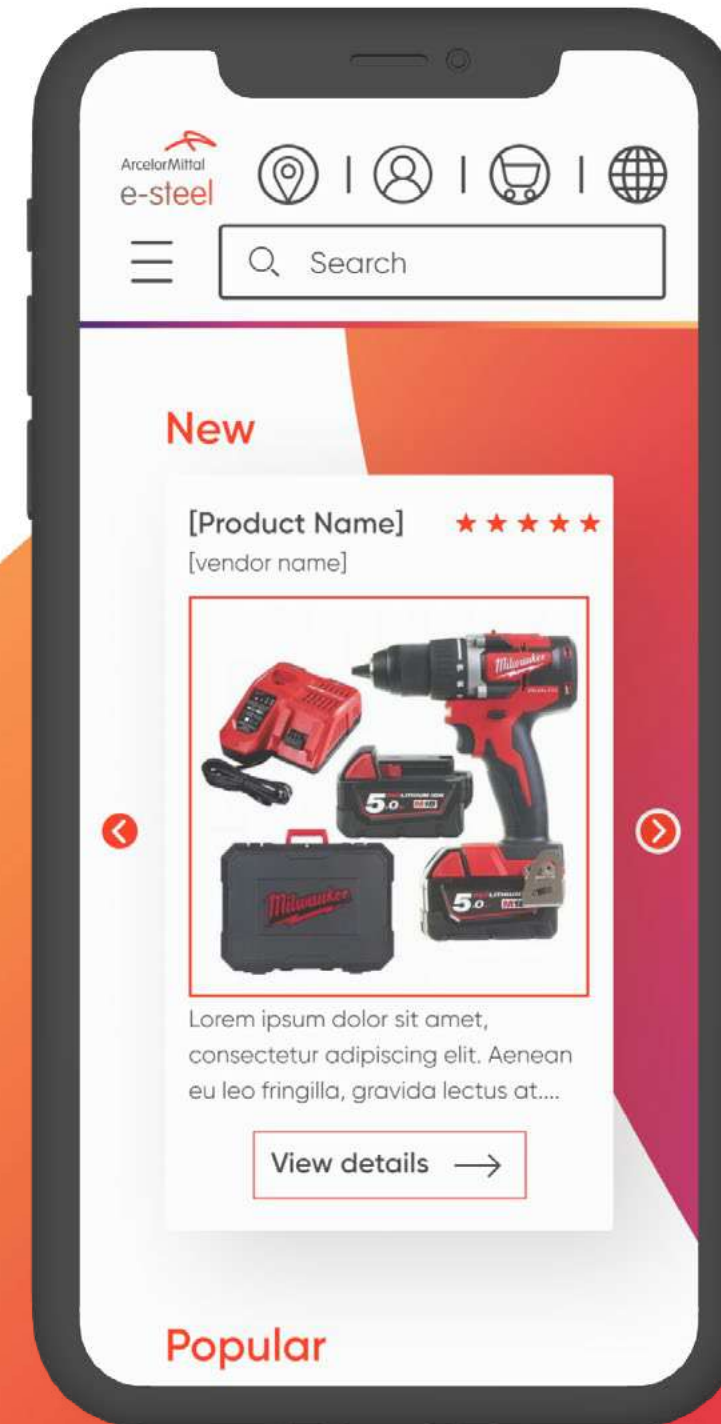
Le résultat

5 masques et 4 bras en bronze, 5 carreaux en céramique. Chaque ensemble représente un défaut de caractère différent.



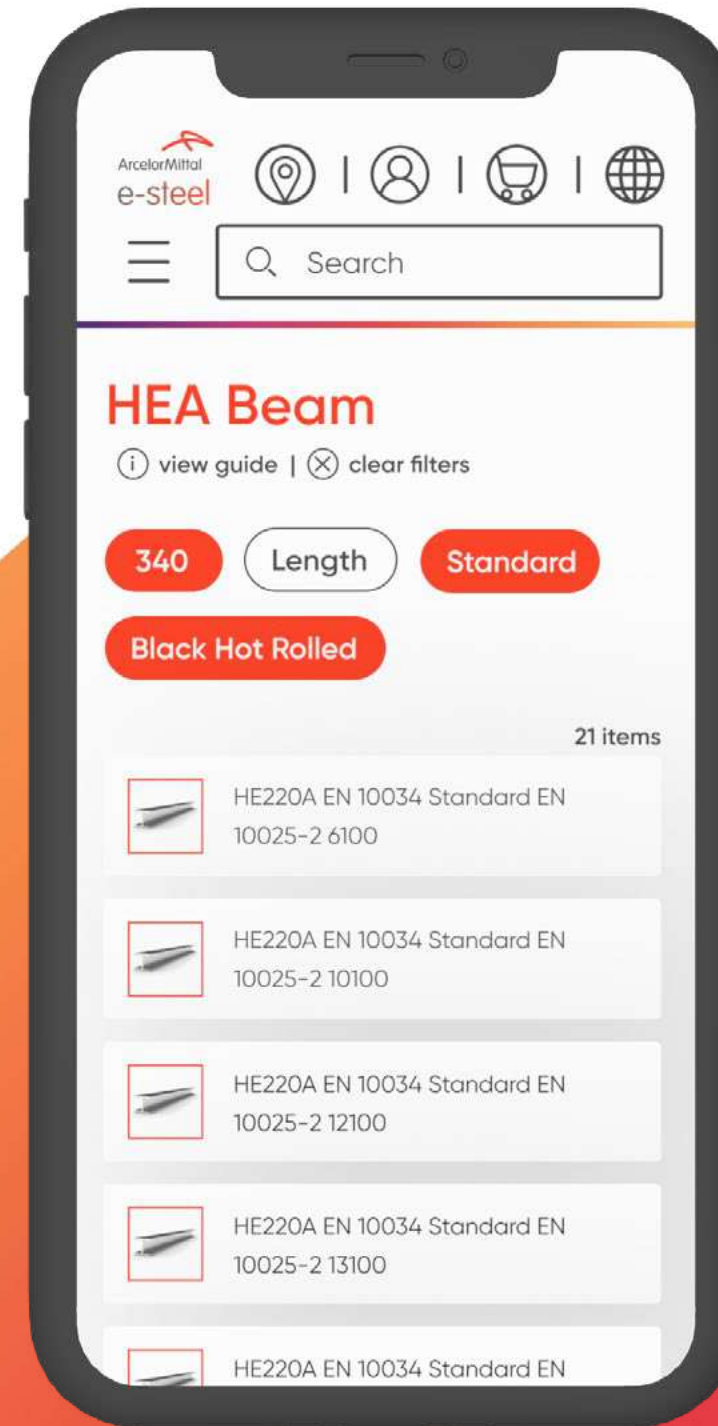
E-steel

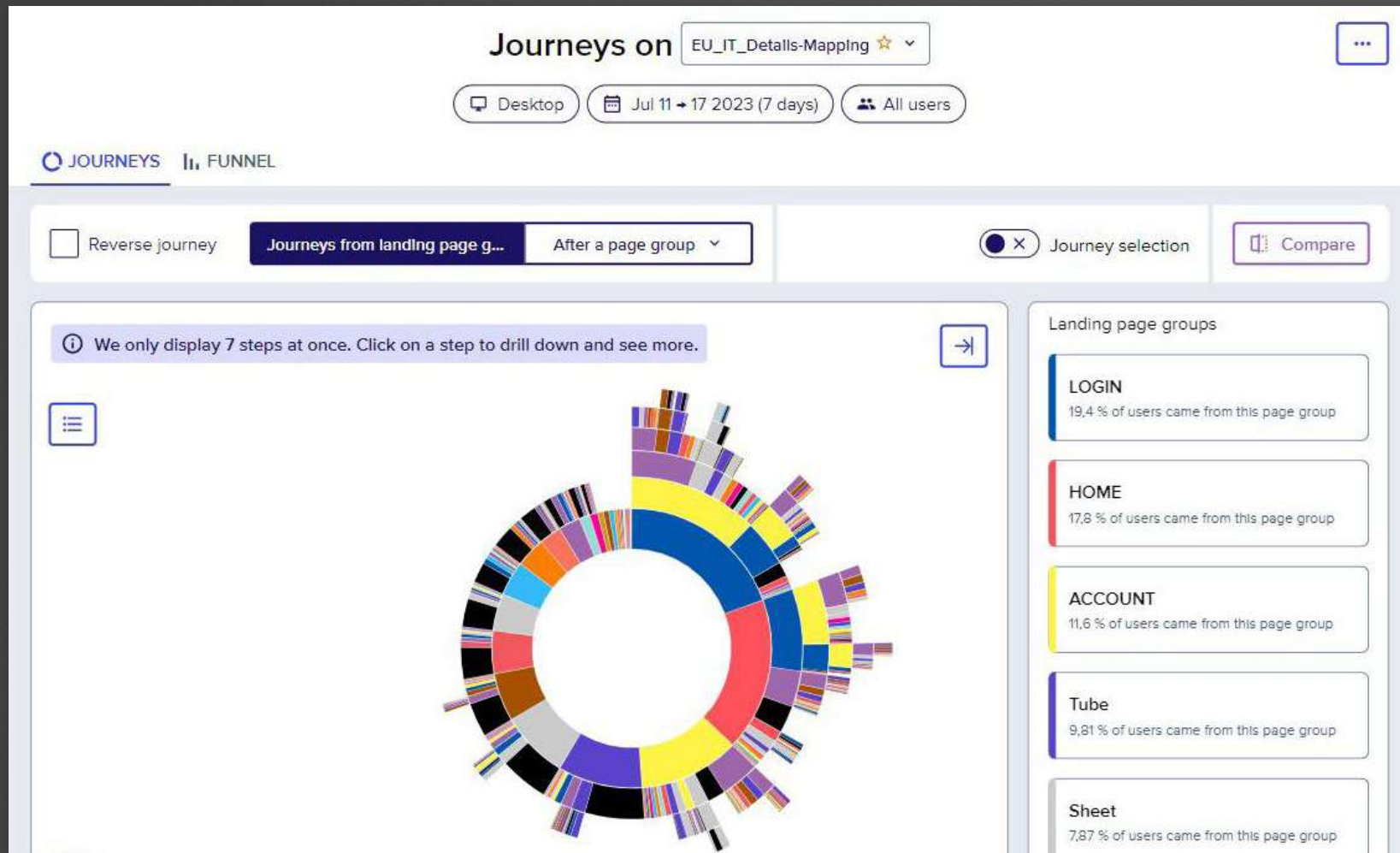
- plateforme e-commerce
- 2023 (en cours)



Le défi

J'ai été intégré à l'équipe pour repenser E-steel, la plateforme e-commerce pour tous les produits ArcelorMittal en Europe. En tant que le seul UX designer travaillant sur le projet, j'ai géré et intégré les besoins de chaque pays où le site serait déployé. La refonte devait respecter des contraintes techniques et la charte graphique relativement strictes, tout en préservant les fonctionnalités de base du site d'origine.





Willi, Digital Sales Lead Germany 14/06/23

Client Demo

- Roughly 50% resellers
- 80% of clients who are visiting e-steel are designated buyers
- Clients typically know a sales rep before arriving at the site
- Clients have general technical competency for navigating the site
- Client acquisition typically occurs through direct contact with sales representatives
- The main value point for clients is the range and wait time of delivery
- 95% percent of visits to the site accessed via desktop

Pain Points

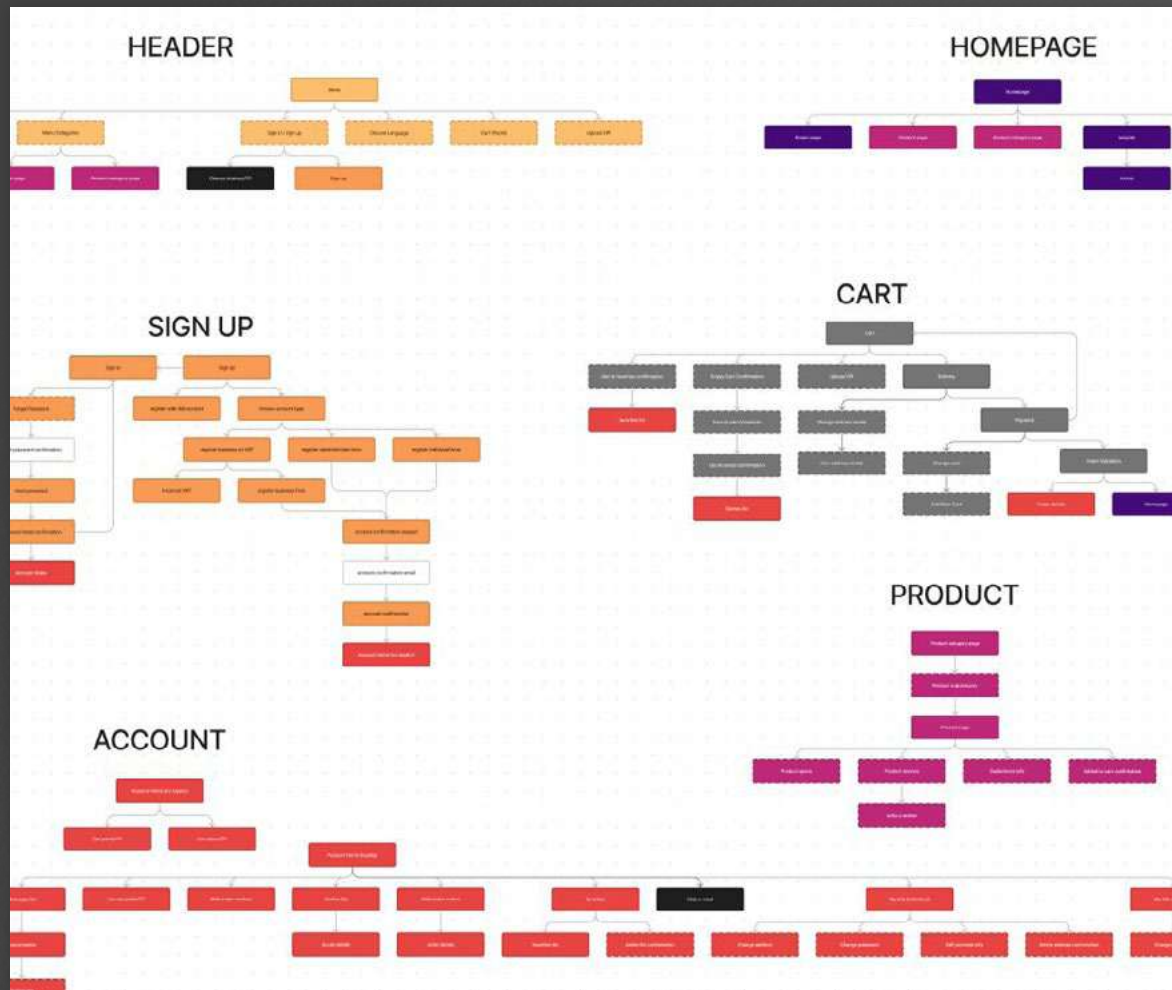
- Site is slow
- Increasing the quantity of the product sometimes increases the price due to the dynamic pricing engine
- Too many clicks to choose a specific product
- Client must log their order twice, once in our system and once in their own
- General lack of explanations for technical descriptions of products
- Clients typically know what they want to buy when arriving at the site
- Small bugs/stability issues
- Site not displaying the correct specifications for beams

Recommendations

- Search by material number/product reference
- Easily visible order upload functionality
- Generate hyperlinks to products for customers
- Less technical explanations to accompany technical descriptions
- Indicator that shows if a sales representative is available for a call?
- Include sales rep contact info with account registration?
- Suggested replacement products in the case that one is not available.
- Dumstahl site for UX reference

La recherche

J'ai mené des entretiens avec des clients et des commerciaux de chaque pays, ainsi qu'une analyse du site actuel à l'aide d'outils comme Content Square. Il est apparu que, contrairement à un site d'e-commerce typique, les clients d'E-steel ont typiquement une idée très précise du produit qu'ils doivent commander avant d'arriver sur le site. En raison de la nature industrielle des produits vendus sur E-steel, les clients effectuaient rarement des achats non planifiés. Les parties prenantes voulaient changer cela avec le déploiement d'une place de marché avec une plus grande variété de produits, il fallait donc trouver un équilibre entre la gestion des besoins des utilisateurs actuels tout en intégrant de nouvelles fonctionnalités et services.



Knowledge of product: 6/10

Technical literacy: 4/10

Loyalty to AM: 3/10

Demographics

- Occupation: buyer for a medium-sized distributor
- Age: 48
- Gender: male

Goals

- order products quickly and efficiently
- check prices against other sites
- create quotes for clients
- access certifications
- easily get in touch with AM reps.

Arthur is the designated buyer for a medium-sized distribution enterprise. He's typically given a list of materials to order from his superiors, but it's Arthur's responsibility to determine the cheapest and most efficient way to acquire these materials. He has an established professional relationship with the AM rep for his region, who has encouraged him to fulfill his orders on e-steel.

Use cases

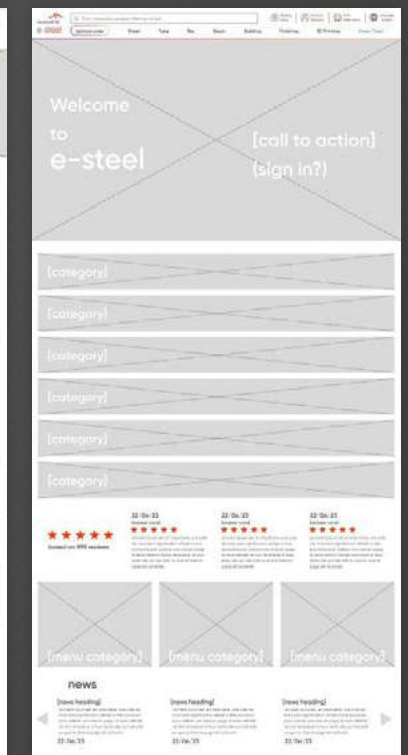
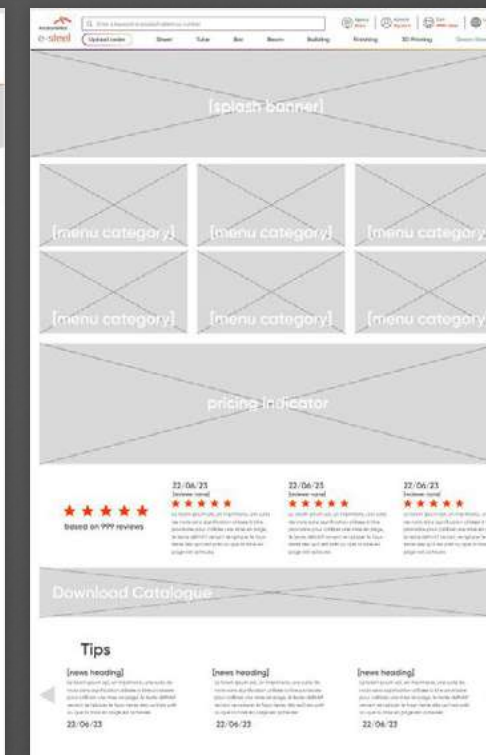
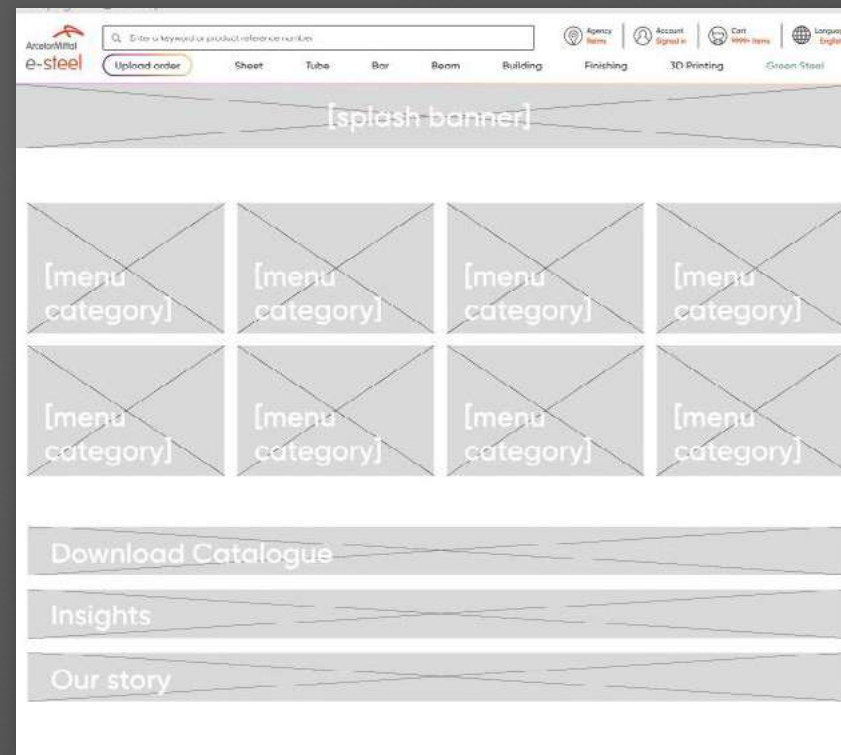
- Uses the site daily at his office. He usually knows what he will purchase before arriving at the site.
- Primarily views site on desktop with occasional use on mobile in transit.
- Occasional use on desktop at home.

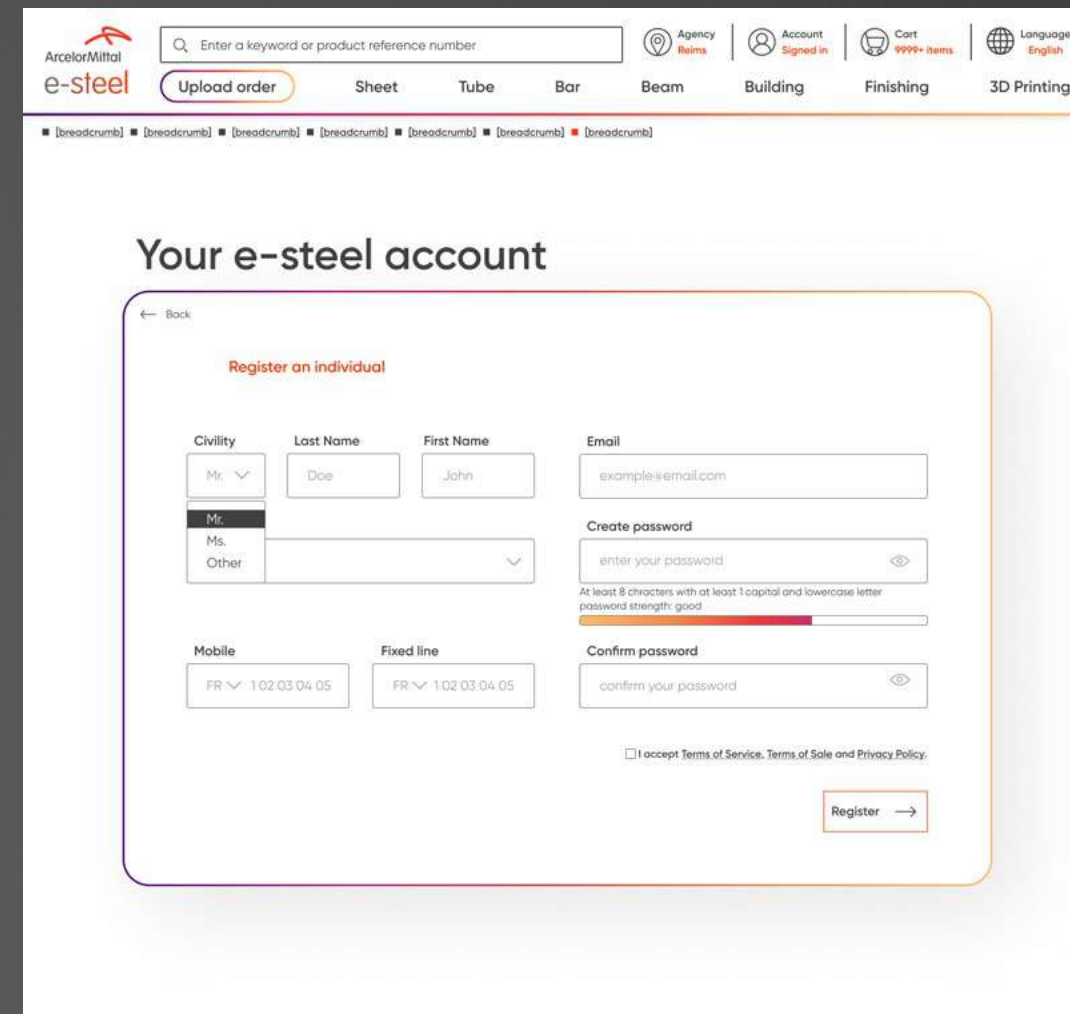
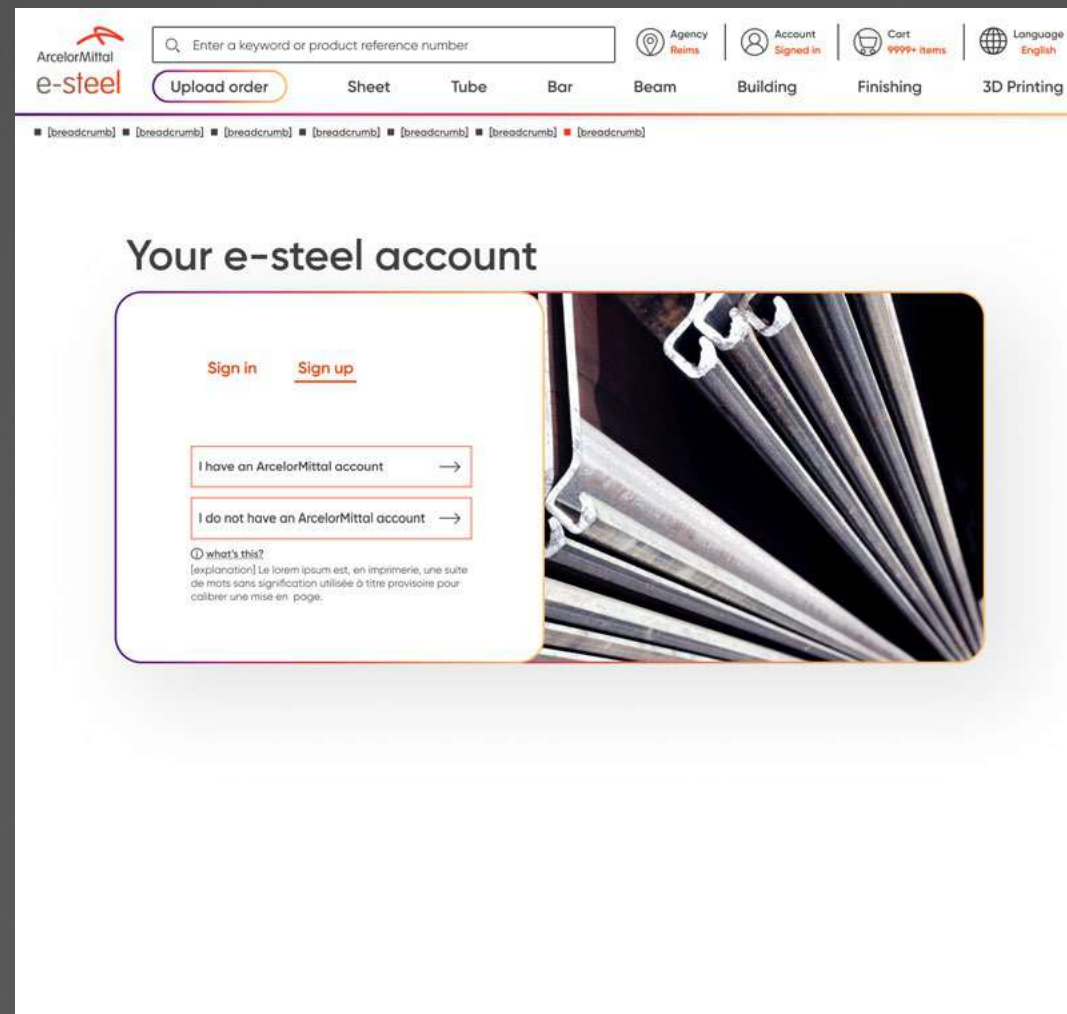
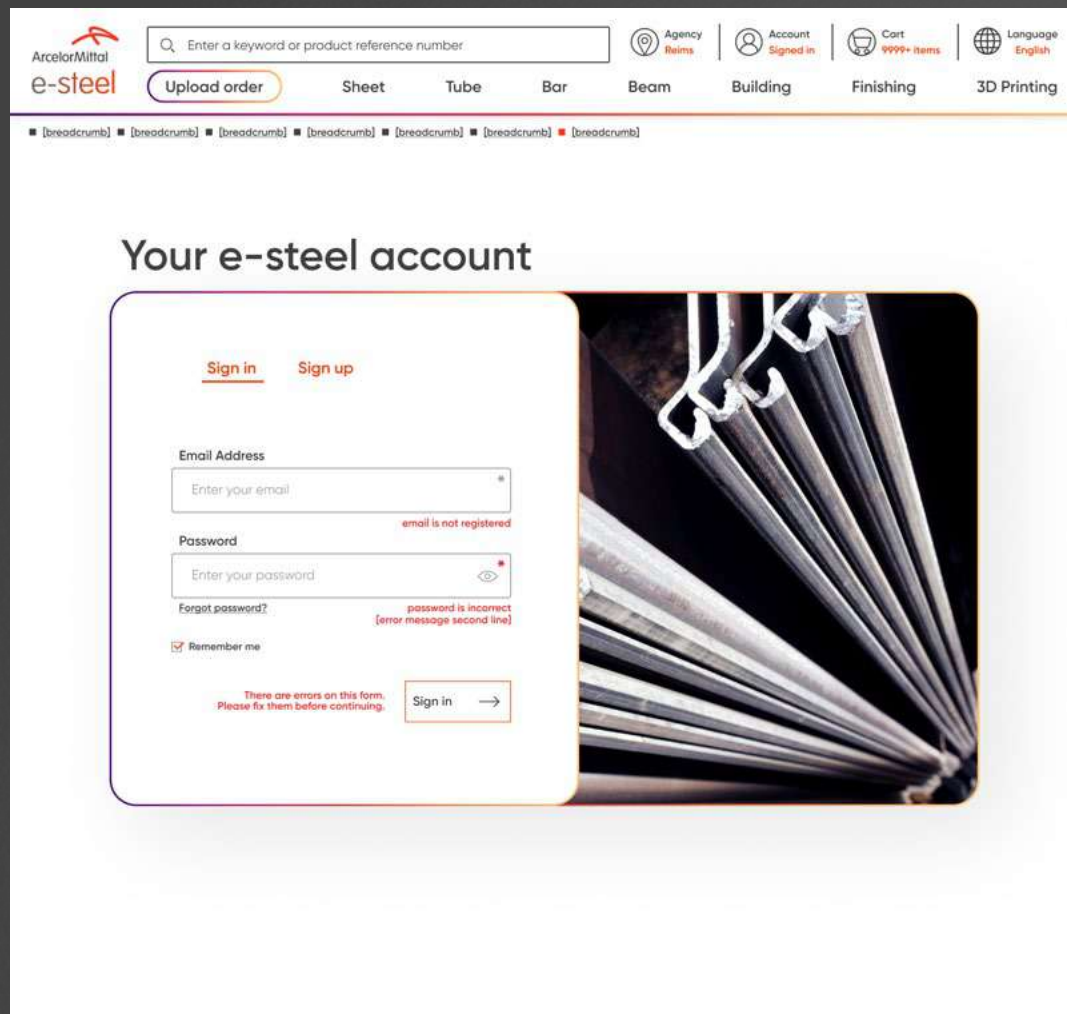
Pain points

- Doesn't rely on sight info to determine if a product is available. Typically checks with AM rep. to verify.
- Frustrated with speed of site when handling larger orders.
- Has to input orders twice: once in our system, once in his.
- Sometimes finds product descriptions too technical, unclear.
- Has to input all the product specifications to find out if the product is available.

L'idéation

Le site d'origine était immense et complexe, avec une grande variété de produits, de services et de types de comptes clients. J'ai cartographié tout cela afin de déterminer où la navigation pourrait être simplifiée et améliorée. J'ai également créé un personnage qui représentait la clientèle actuelle afin de m'assurer que chaque décision de conception répondait à leurs besoins. Enfin, j'ai créé des maquettes pour tester différentes mises en page de contenu.

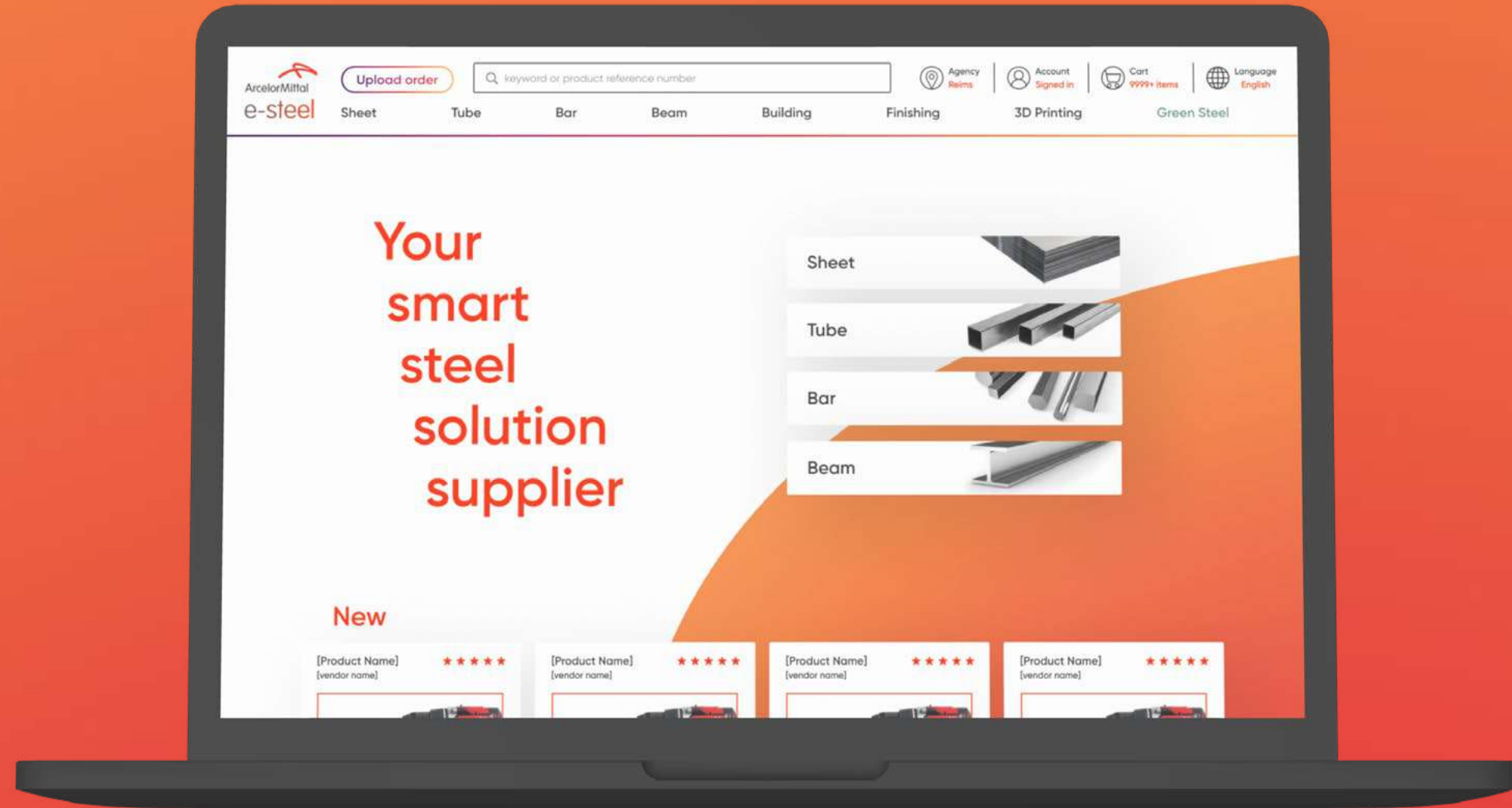
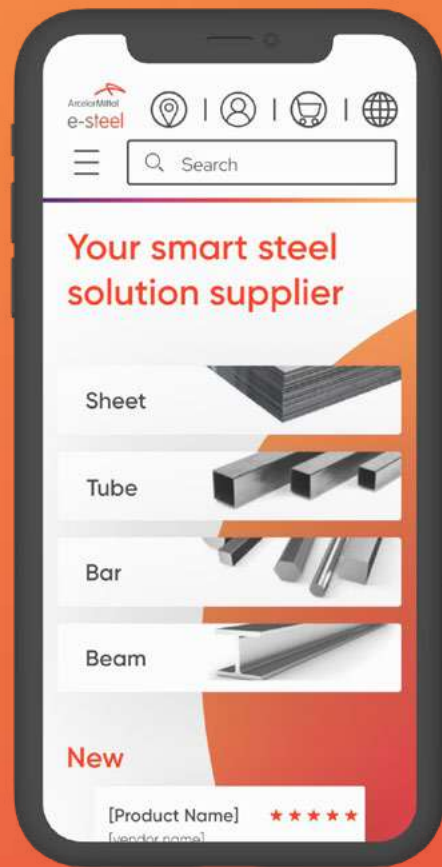




La création

En collaboration avec les équipes marketing, business analytics et informatique, j'ai réalisé des prototypes haute fidélité dans Figma ainsi qu'une spécification pour les développeurs afin de s'assurer que la réactivité et les services du site fonctionnaient correctement.

Title	Functional description & Business rules	Règles de gestion	UI/Mock-Ups (Desktop)
REGISTRATION Sign-in	<p>When the user clicks on the My Account icon on the top-bar, he is redirected to the Sign-in/Sign-up page (as today). From here, he can select the <i>Sign-in</i> or <i>Sign-up</i> form.</p> <p>Top margin :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 120px for desktop • 60px for mobile <p>Space between form elements :</p>		



Le résultat

(EN COURS) Une refonte complète du site d'E-steel. En collaboration avec les parties prenantes, nous avons développé une expérience utilisateur qui a augmenté l'efficacité du service pour les clients actuels. De plus, nous avons intégré de nouvelles fonctionnalités répondant aux besoins spécifiques de chaque pays où le site sera publié.



Your smart steel solution supplier

New

[Product Name] ★★★★★
[vendor name]

[Product Name] ★★★★★
[vendor name]

Cart

Product	Quantity	Total
2.  Standard EN 10025-2 16100 + [certification name]	999 999 999,99 €/T 999 999 999,99 KG 999 999,99 € cert.	154 154 421,15 €
delete add certification		
Sold by [Vendor Name]		
3.  [Product Name] [product description] [product description] + [certification name]	99999 PC 999 999 999,99 €/T 999 999 999,99 KG 999 999,99 € cert.	154 154 421,15 €
delete add certification		

Subtotal EXCL Tax 999 999 999,80 €

[error message can also go here]

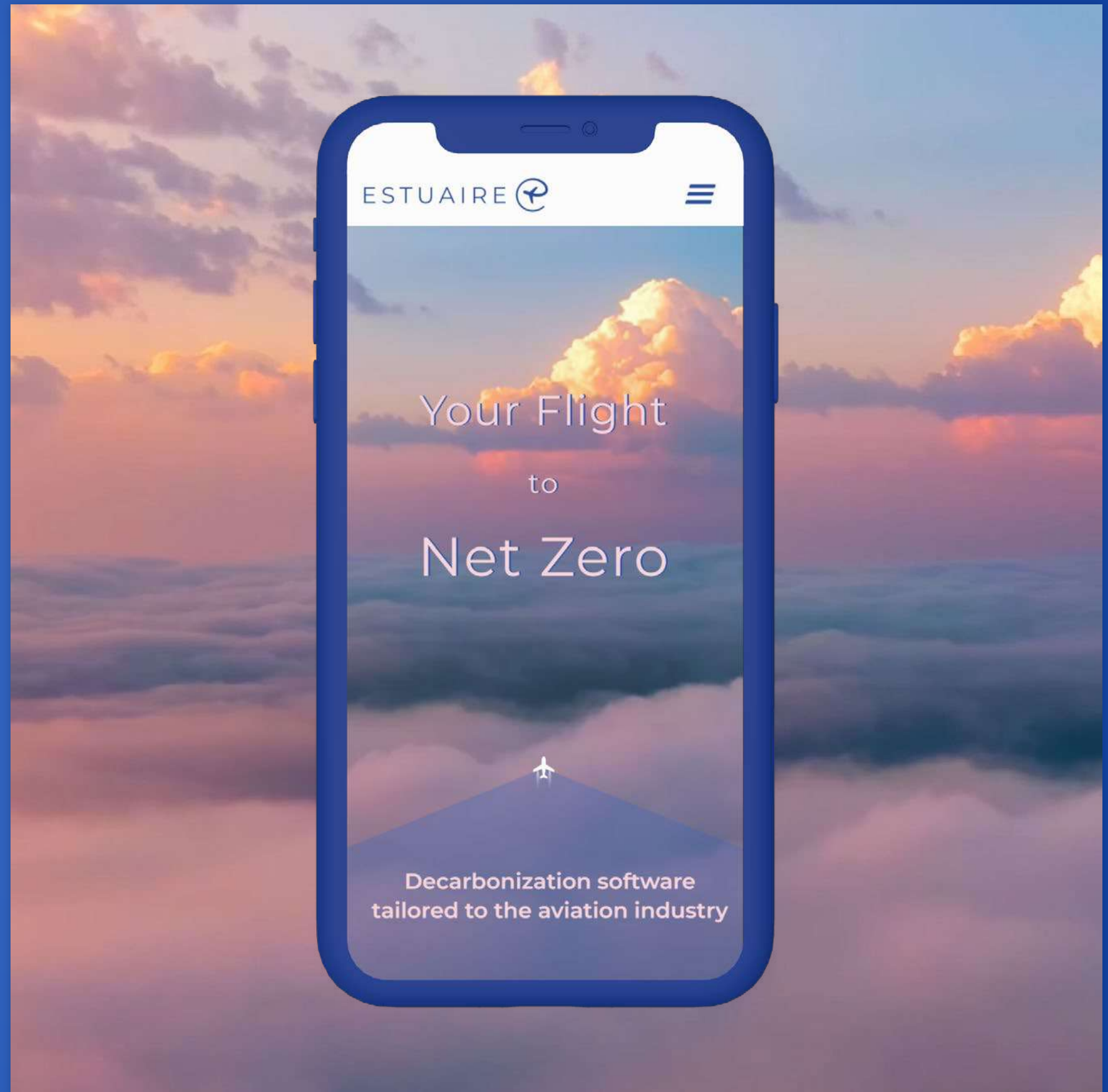
View cart →

Save as a quote →

Save to favorites →

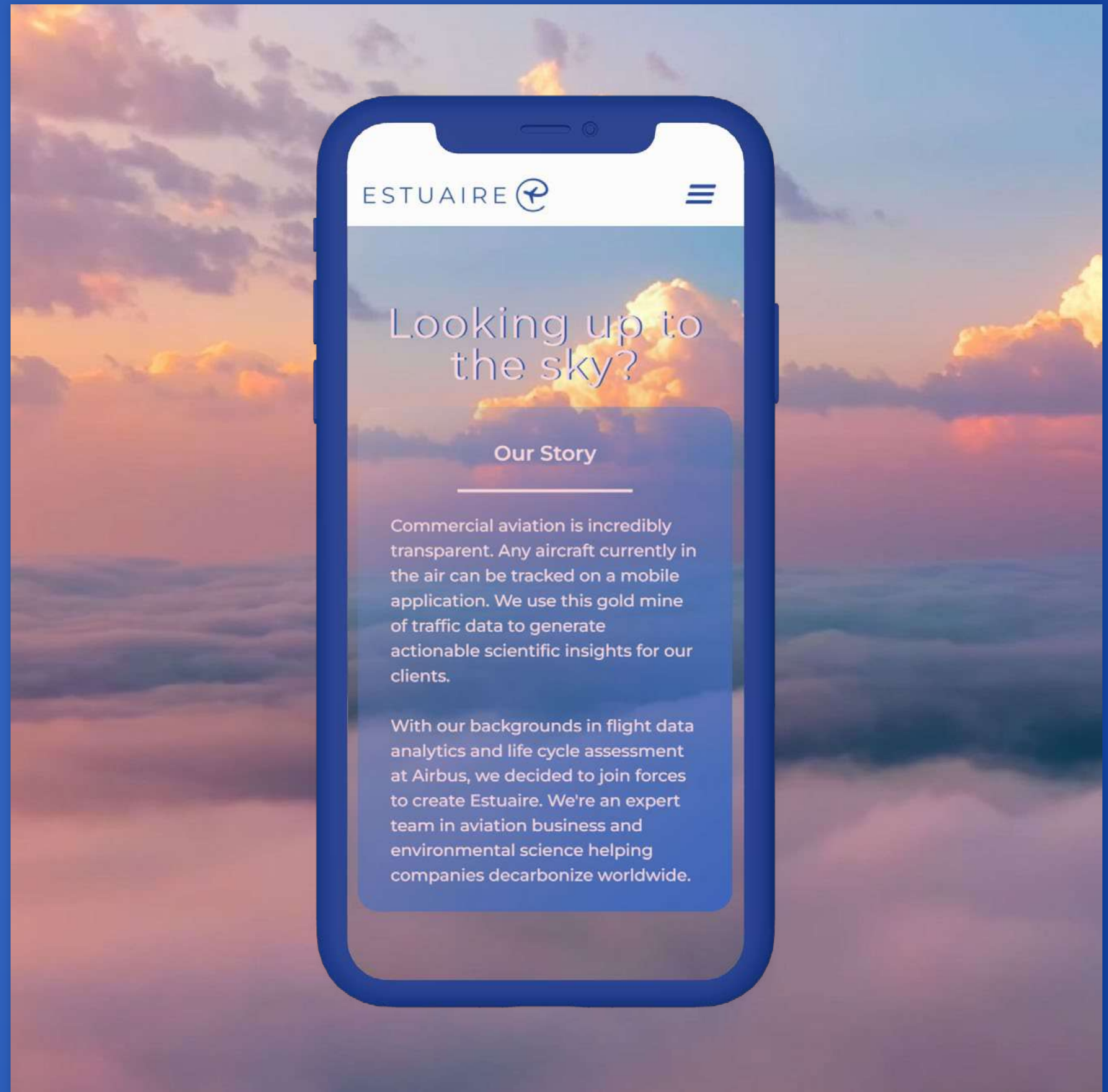
Estuaire

- site web d'entreprise
- 2023



Le défi

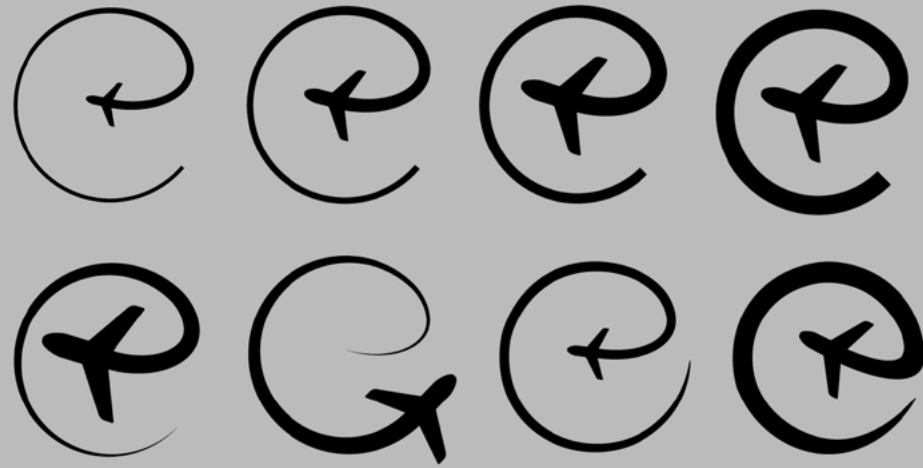
J'ai été chargé de la refonte du site de la société Estuaire. À l'époque, Estuaire était une start-up greentech en phase de démarrage à Station F, un incubateur et un campus de startups de renommée mondiale situé à Paris. J'ai travaillé directement avec les fondateurs pour refaire le logo de leur marque et mettre à jour l'esthétique de leur site Web.



1	Company	Link	Tagline	Menu	Homepage Content	Design	Notes
2	Estuaire	https://estuaire.com	Your flight to net zero	<ul style="list-style-type: none"> - Why Estuaire - Services - Clients - Insights - Join us 	<ul style="list-style-type: none"> - list of product features - static image background - socials - partners 	<ul style="list-style-type: none"> - brand logo does not match website colors - darker text difficult to read against dark background - no clear CTA - no clear logic to "measure" and "reduce" category columns 	<ul style="list-style-type: none"> - grammatical errors in text - text pop overlap and popout on mobile - broken links in "join us" - one of the articles on insights is locked behind a paywall
3	Greenly	https://greenly.com	The go-to carbon accounting platform for your business	<ul style="list-style-type: none"> - Why Greenly - Services - Industries - Pricing - Clients - Resources 	<ul style="list-style-type: none"> - animated demo - clients brands - UI screenshots - business stats - subscription plans with slider based on number of employees - product features list with inputs and outputs - use case scenarios for different businesses - media mentions - newsletter subscription prompt - socials 	<ul style="list-style-type: none"> - relatively crowded UI - customer service chatbot - Get in touch and "request a demo" as main CTAs - use case scenarios presented as interviews with either clients or greenly employees - localized versions of site for US, England, and France. No obvious differences between England and US. - frequent horizontal scrolling sections. - over 20 separate images of people in homepage 	<ul style="list-style-type: none"> - sometimes get stuck in side scroll when scrolling vertically - clients module shown twice on homepage - content categorization is not intuitive. For example, the FAQ is in the pricing page. - multiple sections that scroll vertically or horizontally independly of page scroll. - relatively large amount of pages that often lack clear category placement
4	Minimum	https://www.minimum.com	The Emissions Data Platform for enterprise	<ul style="list-style-type: none"> - Platform - Solutions - Partners - Company 	<ul style="list-style-type: none"> - UI screenshots - product features list with inputs and outputs - clients brands - client testimonials 	<ul style="list-style-type: none"> - "speak to an expert" as main CTA, opens a contact form modal - finally a greentech website that doesn't use green in its brand colors - simple, minimal UI with content never divided into more than two columns - line graphics on every page give consistent visual identity 	<ul style="list-style-type: none"> - most screenshots and graphics aren't visible on a modal - some text appears as buttons but aren't clickable - Each type of client has it's own page and description but with the same CTA.
5	IBM Envizi	https://www.ibm.com/envizi	Simplify your GHG reporting with emissions management software	<ul style="list-style-type: none"> - Product - Solutions - Consulting - Support - More 	<ul style="list-style-type: none"> - demo video - product features list - demo videos of specific features - case studies - additional articles 	<ul style="list-style-type: none"> - sticky side menu that tracks progress on homepage - "request a live demo" and "Start your free 14-day trial" as main CTAs - Seperate page for each feature with video demo and list of key functions and applications 	<ul style="list-style-type: none"> - some links in resources page are broken - no pricing options are displayed - slow load times - every feature has a corresponding demo video
6	Sinai	https://www.sinai.com	Your Smart Path to Decarbonization	<ul style="list-style-type: none"> - Platform - Solutions - Resources 	<ul style="list-style-type: none"> - parralax mountain range splash screen - clients autoscroll bar - sticky request demo button - graph that illustrates diminished carbon footprint - presentation video by CEO - features list - customer testimonials - media mentions 	<ul style="list-style-type: none"> - very sleek design. varied fade in animations, subtle gradients and parralax effects, shadow variations, varied color palate - "request demo" as main CTA 	<ul style="list-style-type: none"> - charts don't seem to have actual data associated with them. They function more as illustrations than infographics - not enough items in blog to justify a search bar. - announcement bar must be removed on every page for optimal experience

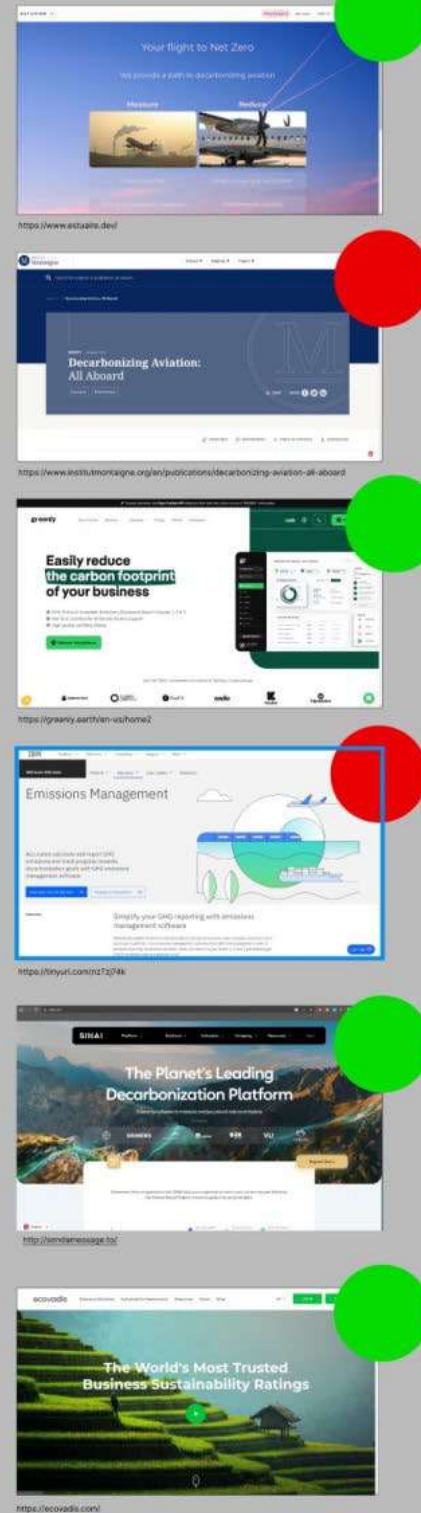
La recherche

J'ai commencé par me familiariser avec le service d'Estuaire et les différents acteurs/usagers cibles du projet. Cela comprenait un examen de leur pitch deck et de tout le contenu de leur site web initial. J'ai également comparé d'autres sites dans l'espace de greentech pour leur interface utilisateur et leur contenu.



L'idéation

J'ai sélectionné une gamme de sites allant de sobres et corporatifs à distincts et ludiques pour donner aux fondateurs quelques références pour décider où ils voulaient que leur propre site soit placé sur ce spectre. J'ai créé et partagé avec eux un fichier Figma dans lequel ils pouvaient clairement marquer leurs préférences de style et choisir parmi les itérations du logo repensé.



YES



NO



corporate

creative



minimal

maximal



sober

colorful



À qui s'adresse le site ?

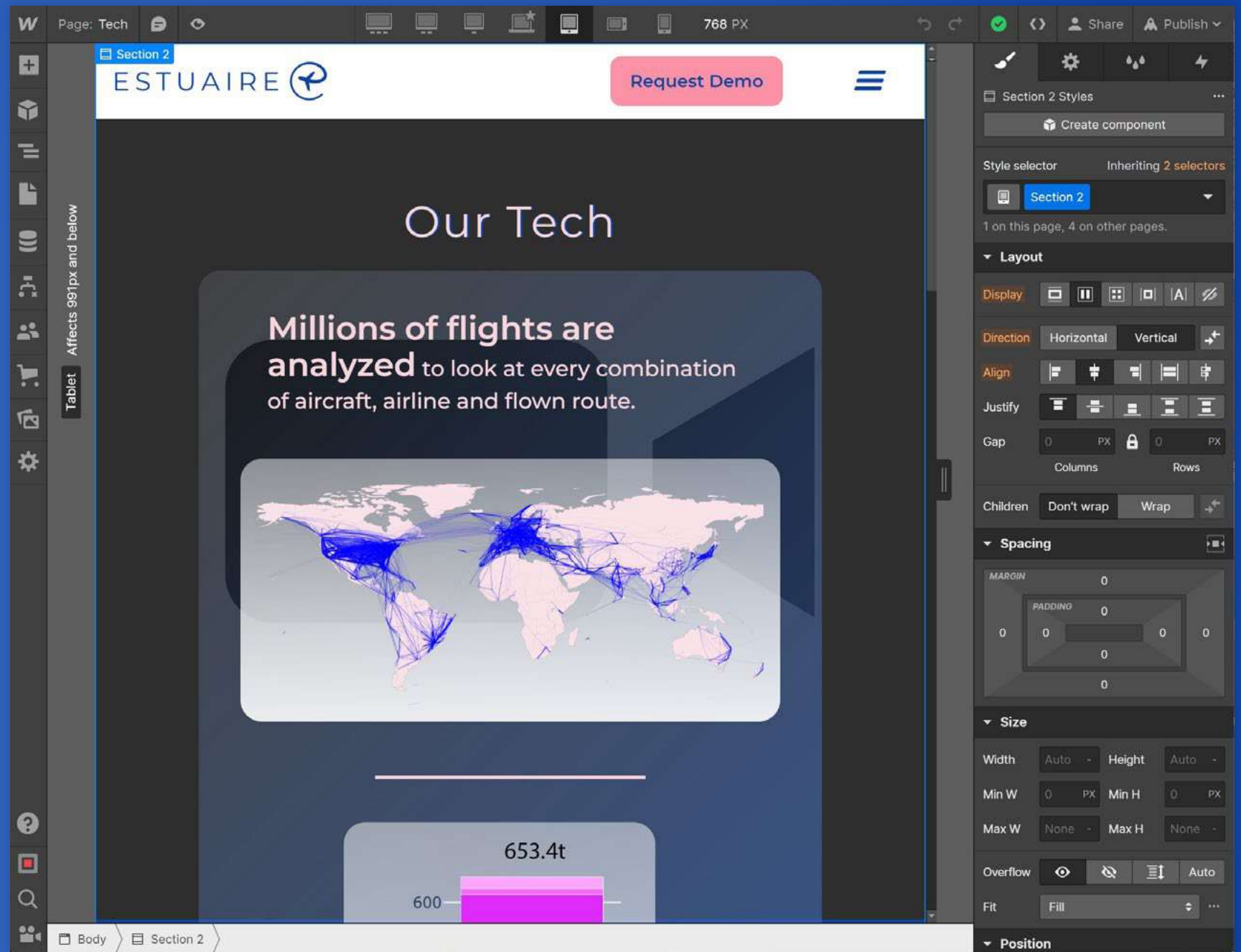
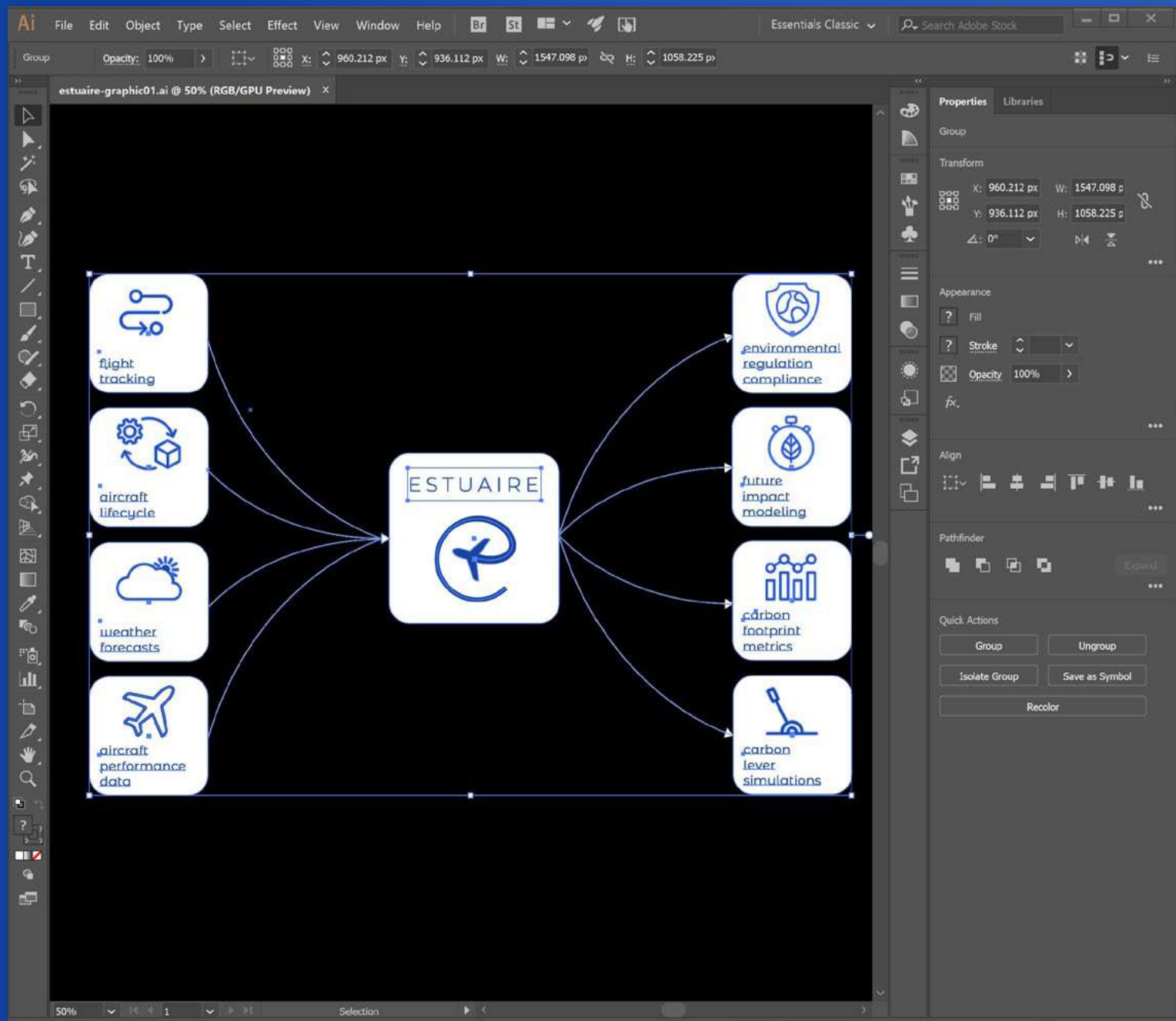
- Les loueurs d'avions
- Les institutions financières (investisseurs)
- Les compagnies aériennes (ils souhaitent économiser de l'argent)
- Les fournisseurs de data (Fournisseurs de données de suivi de vol ; Fournisseurs de données de passagers ; Fournisseurs de données météorologiques).
- (Les chercheurs)
- (les épicuriens)

Quelle connaissance de l'industrie peut-on supposer de la part des utilisateurs ciblés ?

- Estuaire fait du B2B, elle communique et propose des services à des entreprises qui elles mêmes font parties de l'industrie de l'aviation. Par conséquent, toutes les cibles sont censées très bien connaître l'industrie.

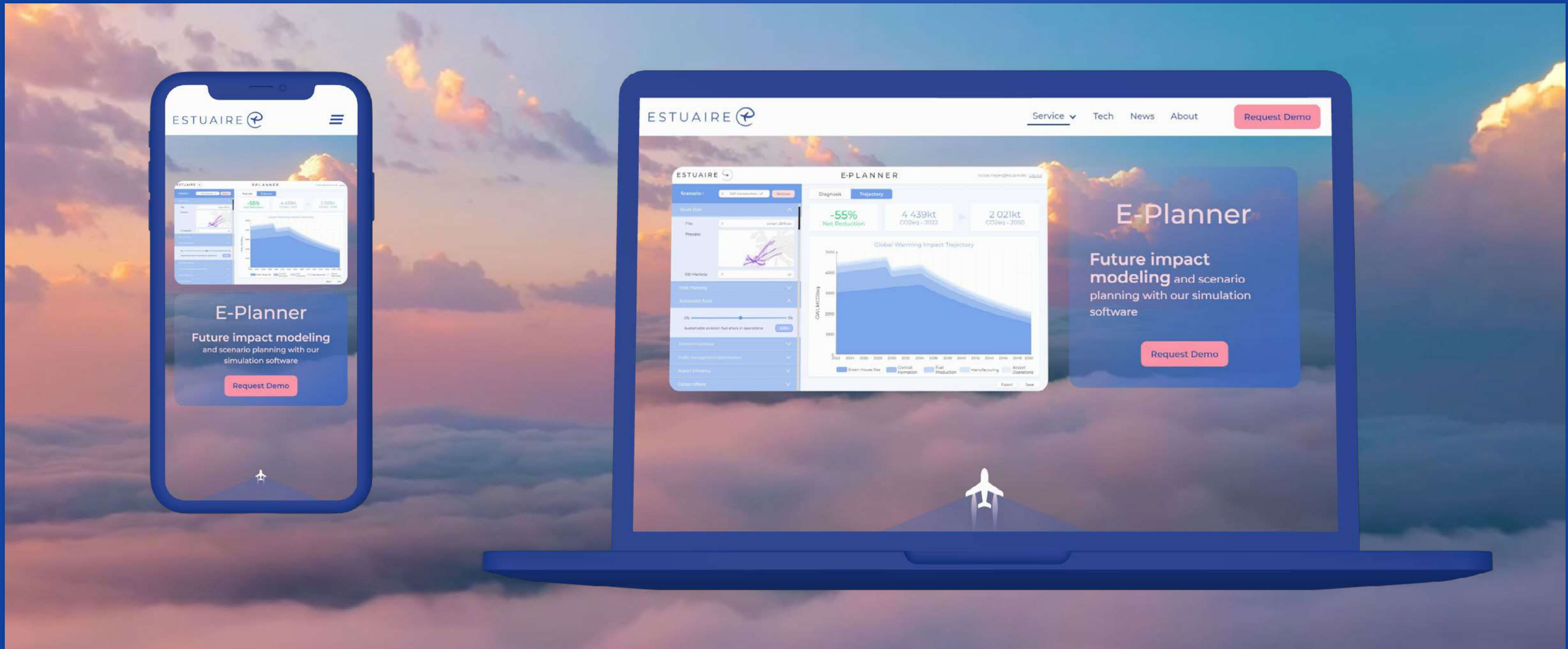
Quelles informations doivent être incluses ?

- Les compagnies aériennes, les loueurs d'avions et les calculateurs de carbone utilisent les métriques d'Estuaire pour mesurer et réduire l'impact du transport aérien.
- Nous allons modéliser le réchauffement associé aux traînées de condensation des avions. C'est important car il sera obligatoire de le signaler à partir de 2025.
- Nous avons créé une base de données alimentant notre logiciel.
- Cette base de données E-tracker contient tous les vols, les avions, les itinéraires, l'impact complet sur le cycle de vie et les demandes d'API.
- Nous fournirons un logiciel E-planner qui aidera à visualiser les données de la base E-tracker, ainsi qu'à fournir une modélisation de l'impact futur et une planification de scénarios.



La création

J'ai esquissé la mise en page du site dans Figma. Ces croquis ont servi de référence de base pour la construction du site dans Webflow. Des graphiques et des ressources personnalisés pour le site ont été développés à l'aide de la suite Adobe.



Le résultat

Un site web qui établit l'identité de marque et la proposition de valeur d'Estuaire. Formaté pour ordinateur de bureau, tablette et mobile. Le site internet est consultable sur :

<https://estuaire.dev/>

Decarbonization software tailored to the aviation industry



We process up to one million flights per day to analyze the CO2, non-CO2, and lifecycle impact of commercial aircraft flights.

Hangzhou Archives

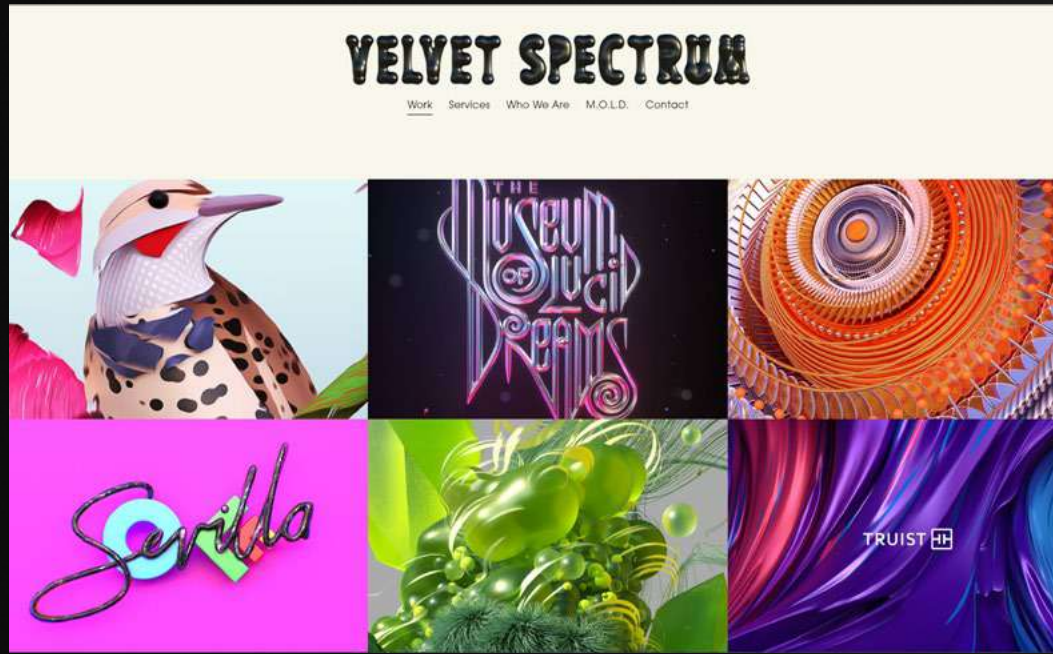
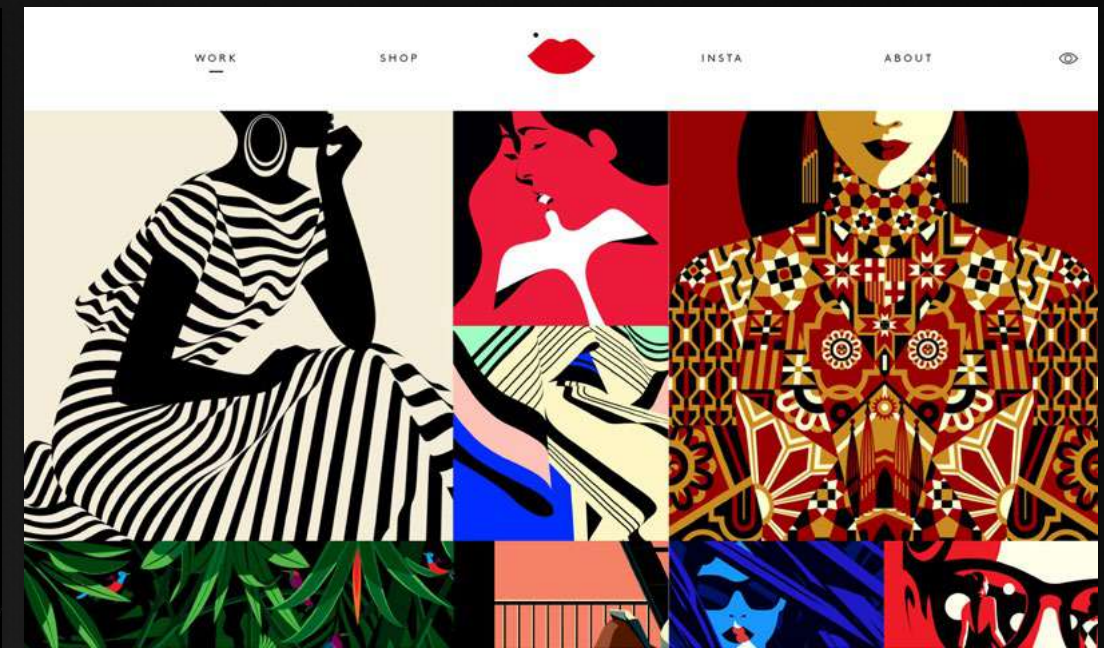
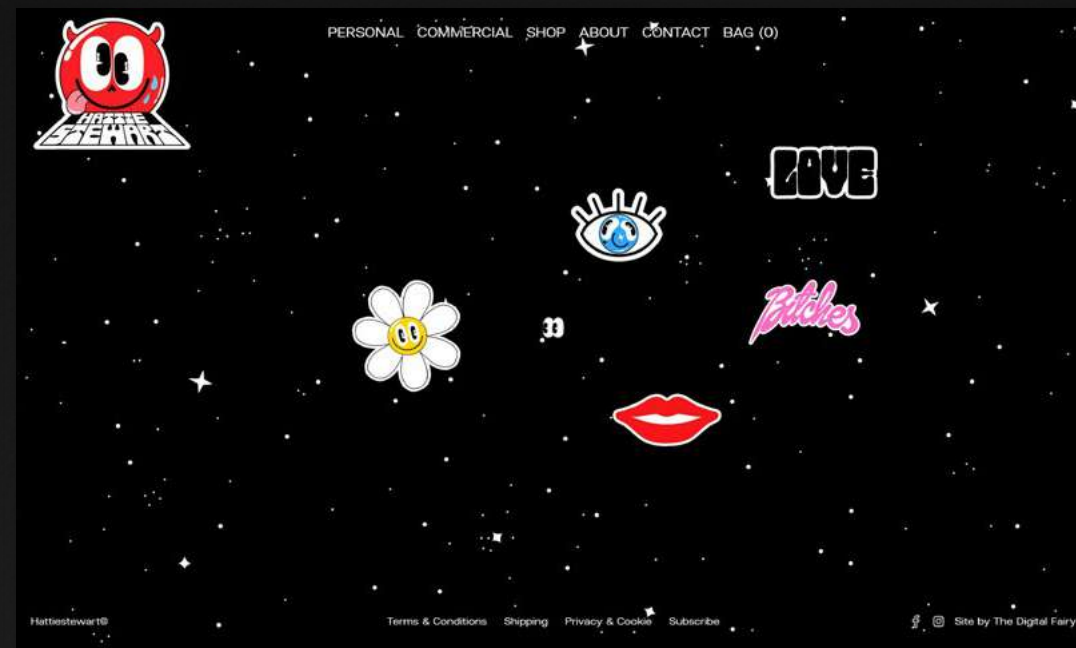
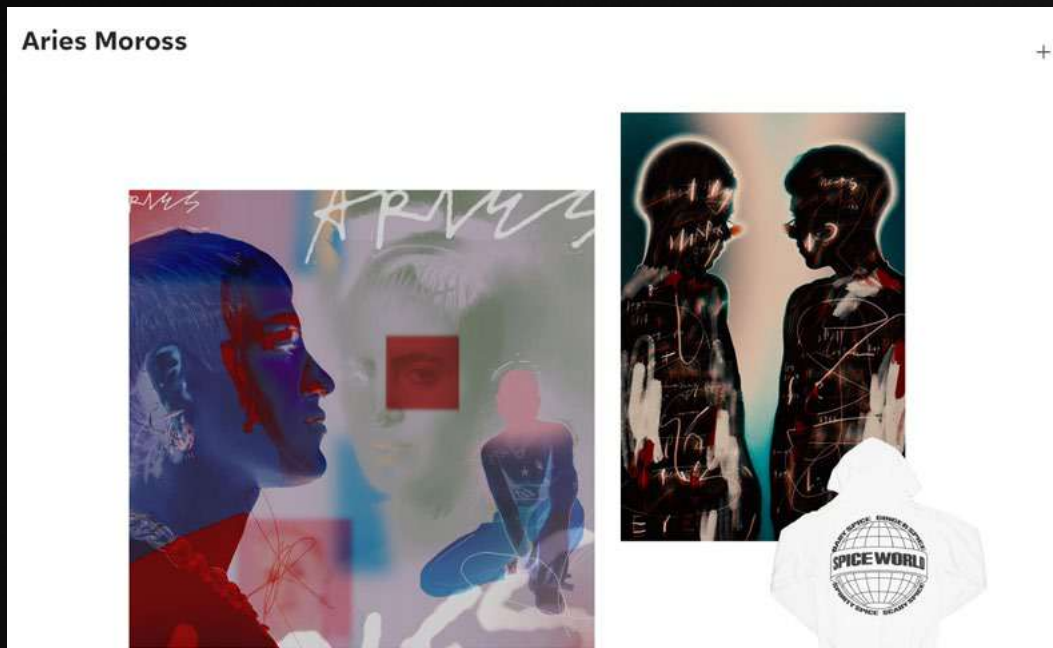
- site de portfolio
- 2022



Le défi

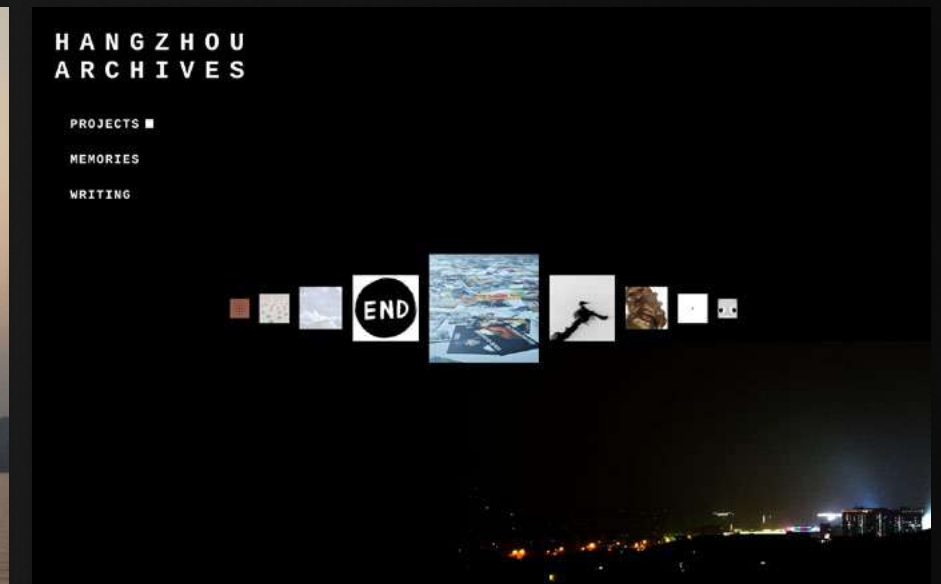
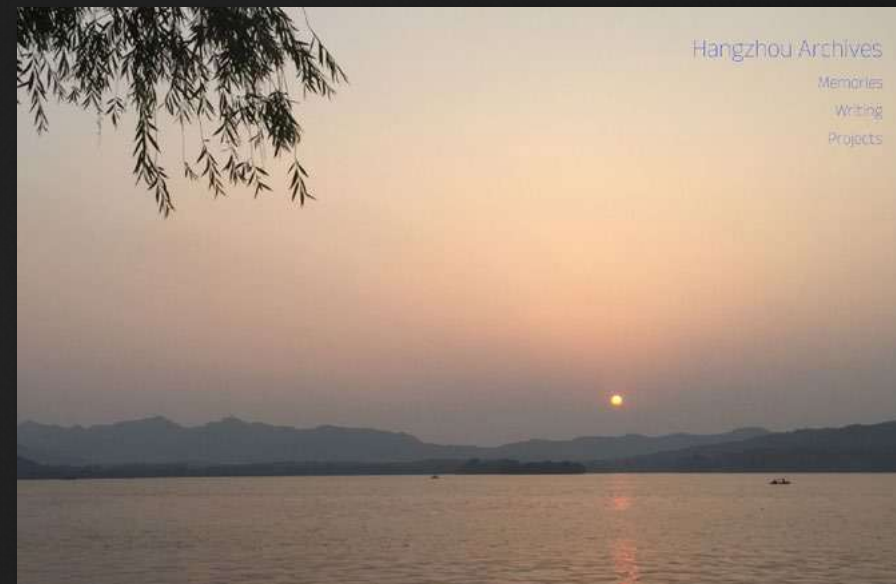
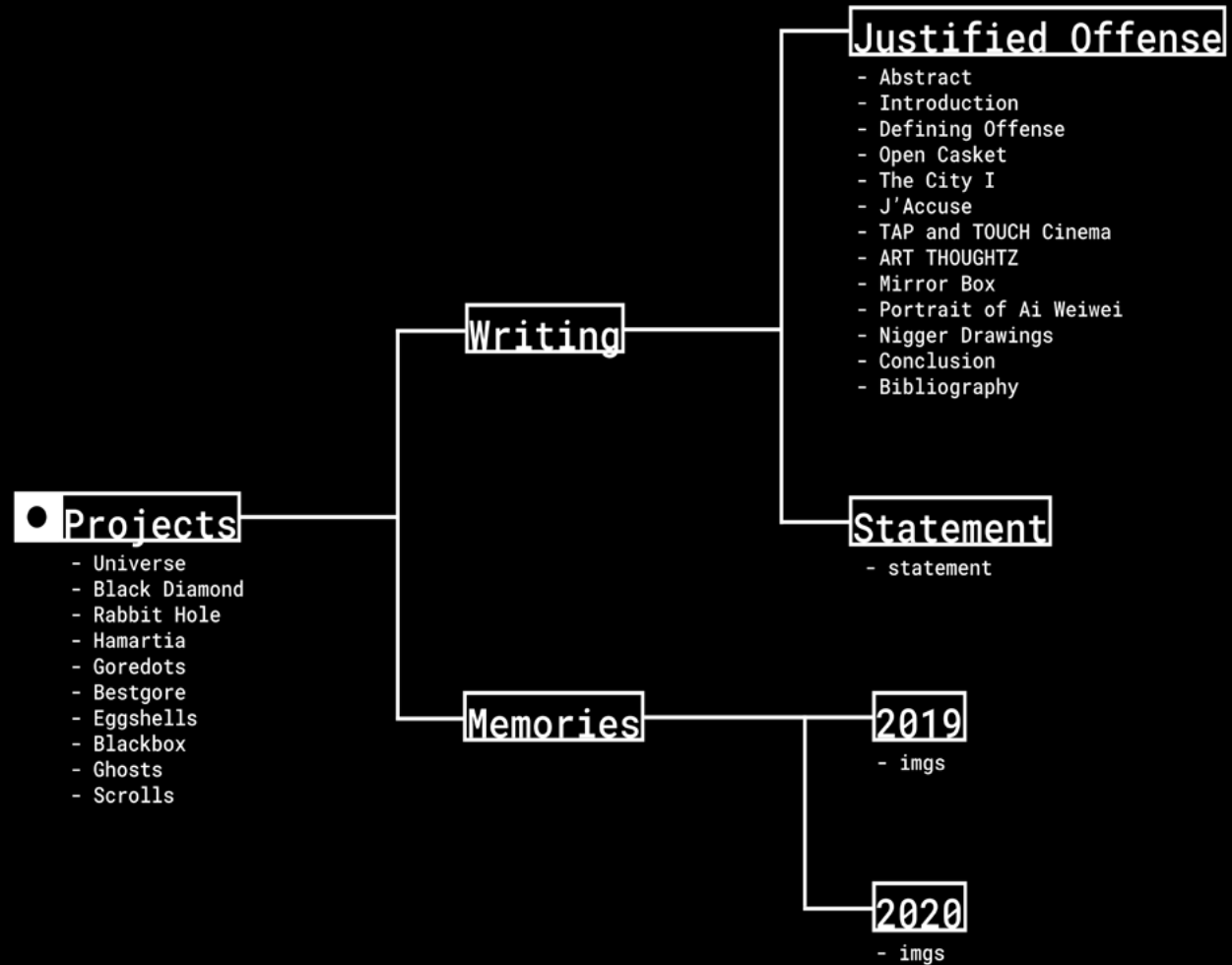
Hangzhou Archives est un site qui répertorie les œuvres et les souvenirs réalisés au cours des deux années que j'ai vécues en Chine. L'objectif était de créer un site adaptatif avec une navigation intuitive à partir de zéro.





La recherche

J'ai étudié plusieurs autres sites web de portfolio pour m'inspirer de l'UI. La navigation, les mises en page, les polices, les schémas de couleurs et d'autres éléments interactifs ont été pris en compte pour leur potentiel d'adaptation au contenu affiché dans l'archive.



L'idéation

J'ai cartographié l'architecture du site avant d'itérer différentes esthétiques dans Figma. L'objectif était de fournir une toile de fond complémentaire pour le contenu affiché. Une esthétique minimaliste en noir et blanc a été choisie en raison de sa synergie avec certaines images affichées sur le site.


```

1  <!DOCTYPE html>
2  <html lang="en">
3  <head>
4      <meta charset="UTF-8">
5      <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6      <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7      <title>STATEMENT</title>
8      <link rel="shortcut icon" type="image/png" href="ha_favicon.png">
9      <link rel="stylesheet" href="ha_styles.css">
10 </head>
11 <body>
12     <div class="text">
13         <header>
14             <h1>STATEMENT</h1>
15         </header>
16         <nav>
17             <ul class="navbar">
18                 <span><a href="index.html"><li class="header underline nav-item">PROJECTS</li></a></span>
19                 <span><a href="ha_writing.html"><li class="header underline nav-item">WRITING</li></a></span>
20                 <span><a href="ha_memories.html"><li class="header underline nav-item">MEMORIES</li></a></span>
21             </ul>
22         </nav>
23         <section>
24             <p>The motivation for my work is derived from a sincere concern for the world I live in. I find value in testing, and sometimes infringing, the limits of our collective sensibilities because it helps clarify what these sensibilities are and whether they are worth reconsidering. By continuing to investigate these limits, I hope to discover new means of relief that might help us deal with living in the current moment.</p>
25             <p class="by">BY 开伦</p>
26         </section>
27     </div>
28 </body>
29 </html>

```

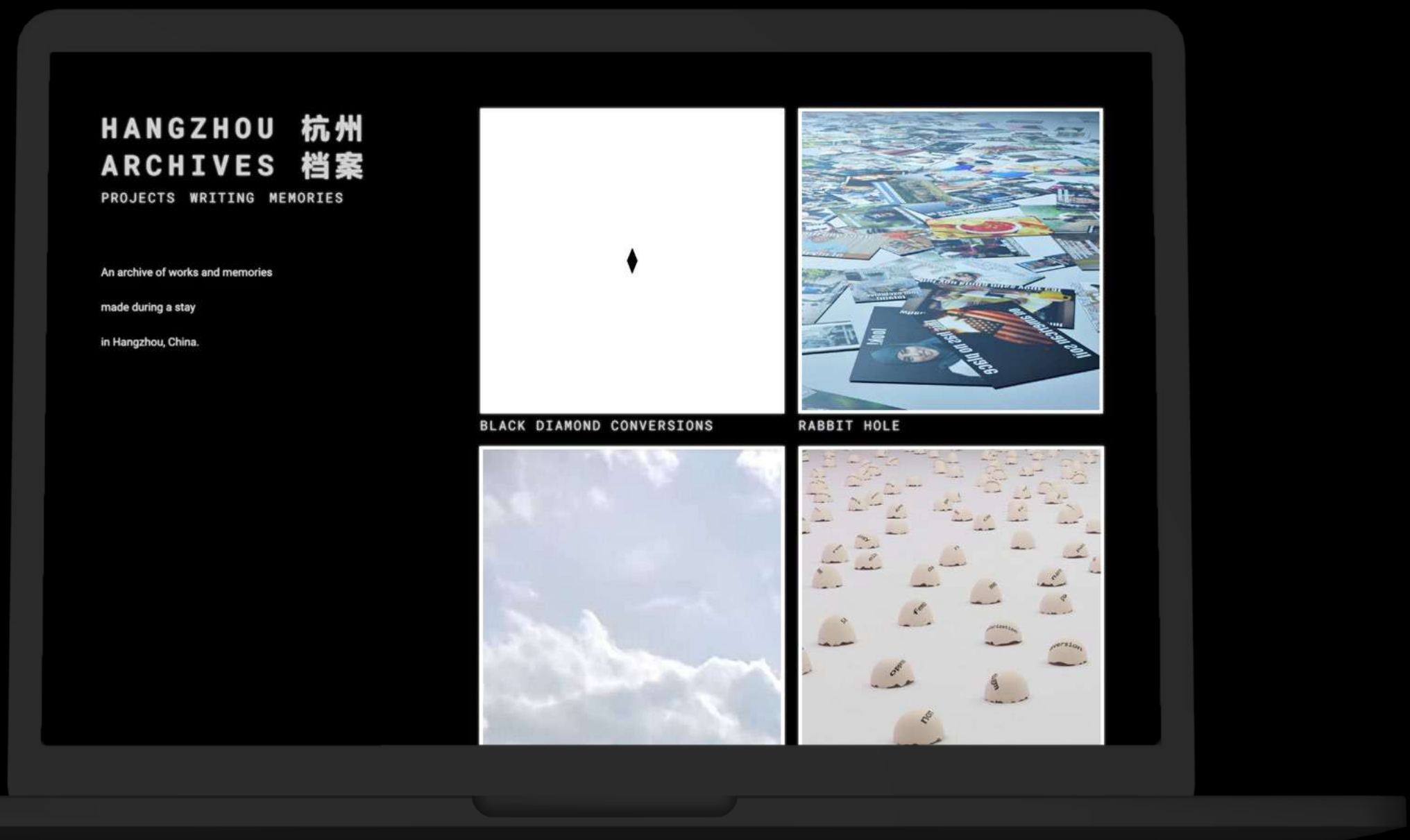
La création

Toutes les pages ont été écrites en HTML5 CSS3, et ES6.

J'ai demandé à quelques amis de tester le site avant sa publication pour m'assurer que la navigation était intuitive.

Le code et les assets peuvent être consultés sur ce lien :

<https://github.com/d-u-b-s/hangzhou-archives>



Le résultat

Un site d'archives contenant 10 projets, 1 thèse, et 160 souvenirs. Le site est accessible sur : <https://hangzhouarchives.xyz/>

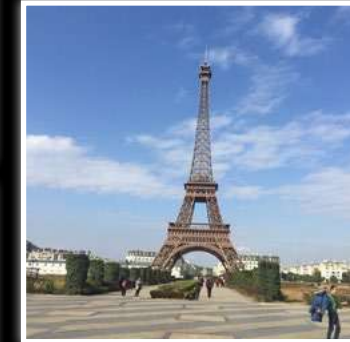
MEMORIES 回忆 2020

PROJECTS WRITING MEMORIES

A nude cat,

a saddled dinosaur,

and the second largest Eiffel Tower.



THANK YOU

