



JAUNE D'EAU

CRÉA PRINT & DIGITAL

P O R

T F O

L I O

SELECTED WORK

*« Que ce soit sur support print ou digital,
je mets ma créativité et mon savoir-faire à votre service
pour vous accompagner dans vos projets de communication visuelle
afin de la rendre attrayante, simple et efficace. »*

PROFIL



Jean-Philippe Lamblin

GRAPHIC + UX/UI DESIGNER -
DA DIGITAL FREELANCE



+34 646 646 110



www.jaunedeau.com



hello@jaunedeau.com

CHAMPS D’ACTION

DIGITAL

motion design, montage vidéo, design web & mobile, newsletters
& e-mailings, réseaux sociaux, montage vidéo, pubs digitales...

PRINT

retouche photo, créa de brochures, dépliants, affiches, catalogues,
pubs, packaging, PLV...

BRANDING

créa/refonte d’identité visuelle, chartes graphiques, univers
de marque, déclinaison/adaptation multi-support...

FORMATION

CONCEPTEUR MULTIMÉDIA

> écriture de scénario interactif pour projets offline & online
> présentation de projets interactifs au Milia ‘99, Cannes

GRAPHIC DESIGNER

> identité visuelle, pré-presse, pack, affichage, PLV
> typographie, rough, charte graphique, chaîne graphique

MONTAGE VIDÉO

> motion design, effets spéciaux, authoring DVD

APPS SKILLS

DIGITAL

+ Adobe Photoshop
+ Adobe Illustrator
+ Adobe InDesign
+ Adobe Dreamweaver
+ Adobe XD
+ Figma, Sketch, Hype
+ Visual Studio Code
+ HTML, CSS

PRINT

+ Adobe InDesign
+ Adobe Photoshop
+ Adobe Illustrator

VIDÉO

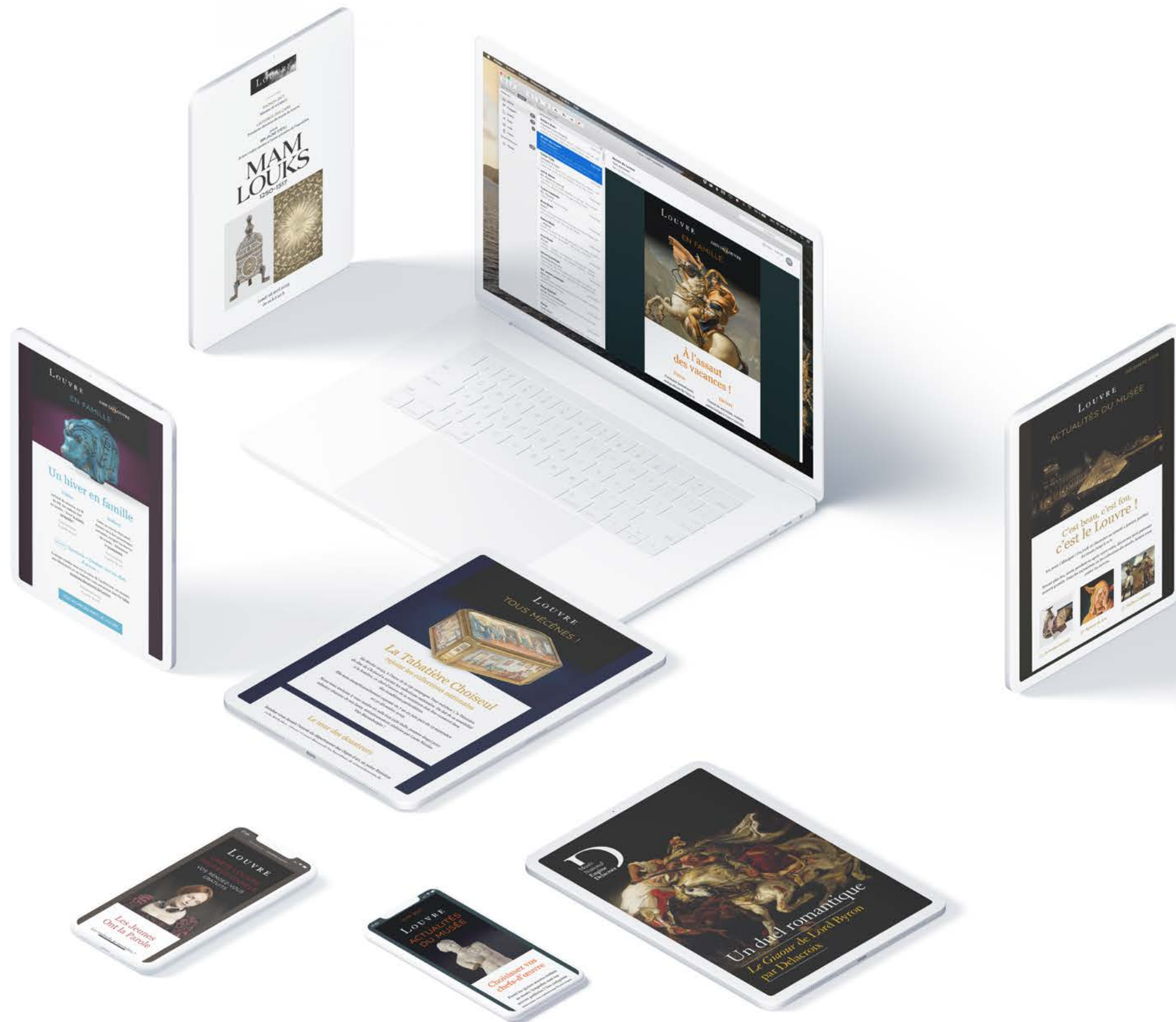
+ Adobe After Effects
+ Adobe Premiere

Que ce soit sur support print ou digital, je mets ma créativité et mon savoir-faire à votre service pour vous accompagner dans vos projets de communication visuelle afin de la rendre attrayante, simple et efficace.

Graphiste et directeur artistique, je porte une attention constante aux détails afin de concevoir des projets authentiques, réfléchis et uniques. Flexible, curieux, je questionne, j’observe, j’analyse avant de suivre un processus de création rigoureux.

SOMMAIRE

# 4	MUSÉE DU LOUVRE	# 36	MÉMOSCOPE
# 18	CANAL+	# 38	COMPAGNIE DE PHALSBURG
# 24	40AIR	# 40	ALPES PREMIUM
# 34	CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX	# 42	BARCELONA WINK
		# 43	IDENTITÉ VISUELLE



J'accompagne les équipes digitales du musée du Louvre depuis 2013. Newsletters mensuelles, e-mailings destinés au public famille, invitations officielles aux avant-premières, campagnes publicitaires animées, vidéos de vœux : des formats très différents, des publics très différents, une même exigence d'image.

MUSÉE DU LOUVRE

Newsletters, e-mailings, pubs motion, vidéo

Tout part d'un chantier fondateur, la refonte des communications électroniques du musée. Deux exigences difficiles à concilier : garantir un affichage impeccable sur tous les clients mail et tous les supports, sans rien céder sur une délivrabilité déjà excellente. Après une phase de recherche et beaucoup d'allers-retours avec les équipes, la charte validée repose sur trois partis pris : réduction drastique des styles typographiques, visuels au plus large, respiration blanche pour donner du poids au contenu.

C'est cette grammaire commune qui permet à chaque format présenté ci-dessous d'avoir son propre caractère — sobre et solennel pour les invitations officielles, plus libre pour les activités en famille — sans que l'ensemble se disperse.

ACTIVITÉS EN FAMILLE

Cet e-mailing est envoyé un peu avant les vacances au public familial de 7 à 107 ans. Son objectif est de renforcer le lien en lui réservant la primeur de l'information sur des visites mini-découverte, des spectacles ou encore des ateliers qui peuvent être liés aux grandes expositions du musée.

Ce format s'appuie sur un visuel d'objet ou une peinture avec un personnage central que je peux détourner avec pour seule contrainte de ne pas dénaturer l'œuvre. L'idée étant de la faire sortir du cadre.



+ Voir en ligne



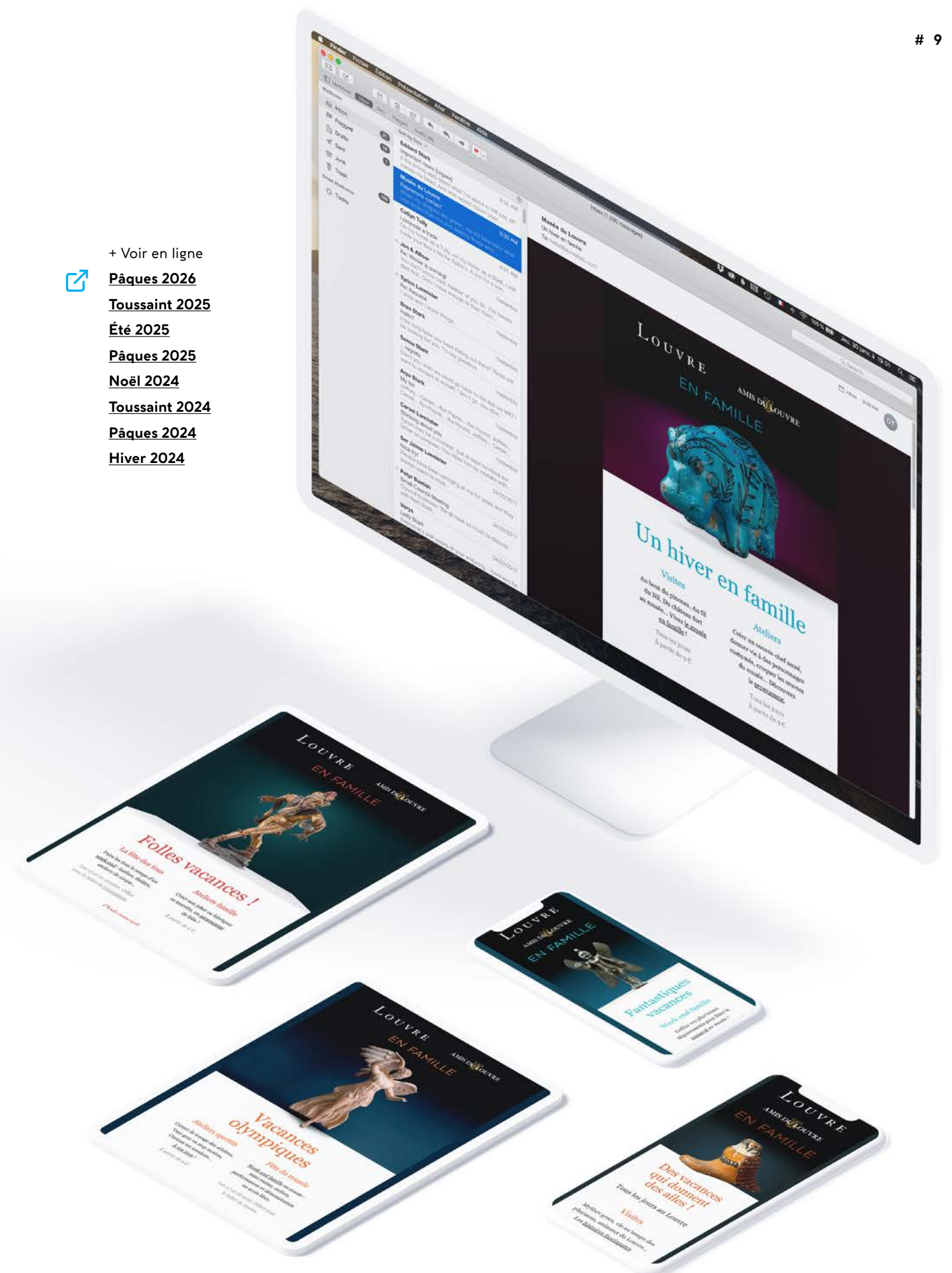
Pâques 2026

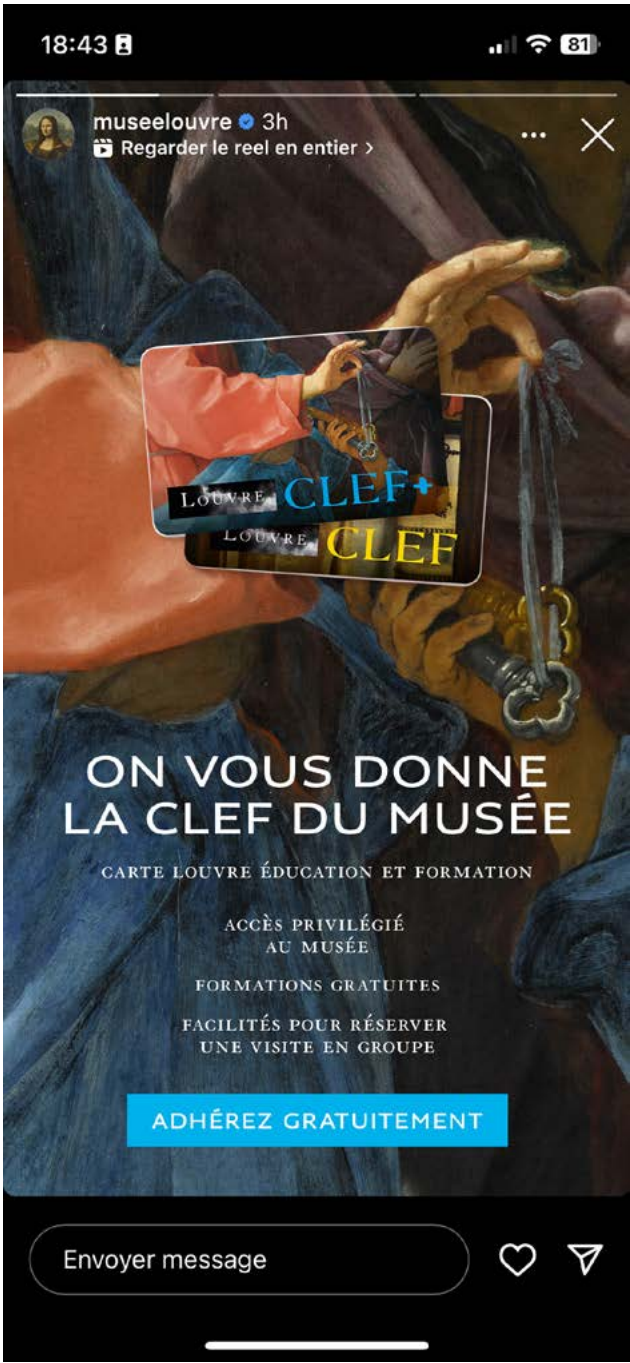
Toussaint 2025Été 2025

Pâques 2025

Noël 2024Toussaint 2024

Pâques 2024

Hiver 2024



PUBS DIGITALES

En complément des campagnes sur d'autres supports, j'ai produit des formats pubs sur supports digitaux, web et mobile ainsi que quelques stories pour réseaux sociaux. Dès lors que les contraintes techniques de la plupart des annonceurs ont élargi leur champ des possibles, les GIF animés ont laissé place à des animations bien plus élaborées en HTML5. Pour répondre aux besoins du Louvre, les animations restent simples et épurées tandis que les outils de motion design permettent d'offrir des animations nettement plus fluides et d'une qualité incomparable.

- + Voir en ligne
- [Cartes CLEF](#) (story Instagram)
- [Naples dans le regard des cinéastes](#)
- [Un duel romantique](#) (Musée Delacroix)
- [Les Choses](#)
- [Pharaon des Deux Terres](#)
- [Paris - Athènes](#)
- [Réouverture du Louvre](#)



LOUVRE

RACHIDA DATI

Ministre de la Culture

LAURENCE DES CARS

Présidente-directrice du musée du Louvre

prient

MR JAUNE D'EAU

de bien vouloir assister à l'avant-première de l'exposition

Lundi 17 mars 2025 de 18 h 45 à 22 h
au musée du Louvre.

JE M'INSCRIS

Nous vous remercions de bien vouloir confirmer votre présence avant le mercredi 12 mars 2025.

Sous Rodolphe II, Prague devient l'un des principaux centres artistiques et intellectuels de la fin du XVI^e siècle. À l'appel de l'empereur, artistes et savants talentueux, venus de toute l'Europe, travaillent à proximité les uns des autres. Cette cohabitation fait de Prague un lieu d'expérimentation qui ouvre la voie à une nouvelle approche de la nature, basée sur l'observation directe.

Cette exposition rassemble cent œuvres (objets d'art, sculptures, peintures, arts graphiques, instruments scientifiques, manuscrits, imprimés...) et présente cette convergence des regards scientifiques et artistiques sur la nature.

Commissariat général : Xavier Salmon, directeur du département des Arts graphiques du musée du Louvre, Alena Volrábová, directrice de la collection d'estampes et de dessins de la Národní Galerie de Prague.

LOUVRE

RACHIDA DATI

Ministre de la Culture

LAURENCE DES CARS

Présidente-directrice du musée du Louvre

prient

MR JAUNE D'EAU

de bien vouloir assister à l'avant-première de l'exposition

Lundi 13 octobre 2025
de 19 h à 21 h 30
au musée du Louvre.

JE VIENS DÉCOUVRIR L'EXPOSITION

Nous vous remercions de bien vouloir confirmer votre présence avant le mardi 7 octobre 2025.

Le Louvre consacre une rétrospective majeure à l'œuvre de Jacques-Louis David (1748-1825). Cette exposition offre une vision nouvelle sur la personnalité et l'œuvre de ce « révolutionnaire » de la peinture, dont les images hantent notre imaginaire collectif : Marat assassiné, Bonaparte franchissant les Alpes, le Sacre de Napoléon...

À l'occasion du bicentenaire de sa mort en exil à Bruxelles, l'exposition met en lumière la force d'invention et la puissance expressive de la peinture de David, plus chargée de passion que l'imposante rigueur de ses compositions ne le laisse penser. Conservant le plus important ensemble de peintures et de dessins de l'artiste au monde, seul le Louvre pouvait relever un tel défi.

Commissariat : Sébastien Allard, directeur du département des Peintures, et Côme Fabre, conservateur au département des Peintures, assistés d'Aude Gobet, cheffe du service étude et documentation du département des Peintures, musée du Louvre.

Avec l'aimable concours du musée national des châteaux de Versailles et de Trianon.
Avec les prêts exceptionnels des musées royaux des Beaux-Arts de Belgique.



+ Voir en ligne



Jacques-Louis David

L'expérience de la nature

Mamlouks

Figures du Fou

Chefs-d'œuvre Torlonia

Le panier de fraises

Ingres et Delacroix

The MET au Louvre

Revoir Watteau

E-INVITATIONS

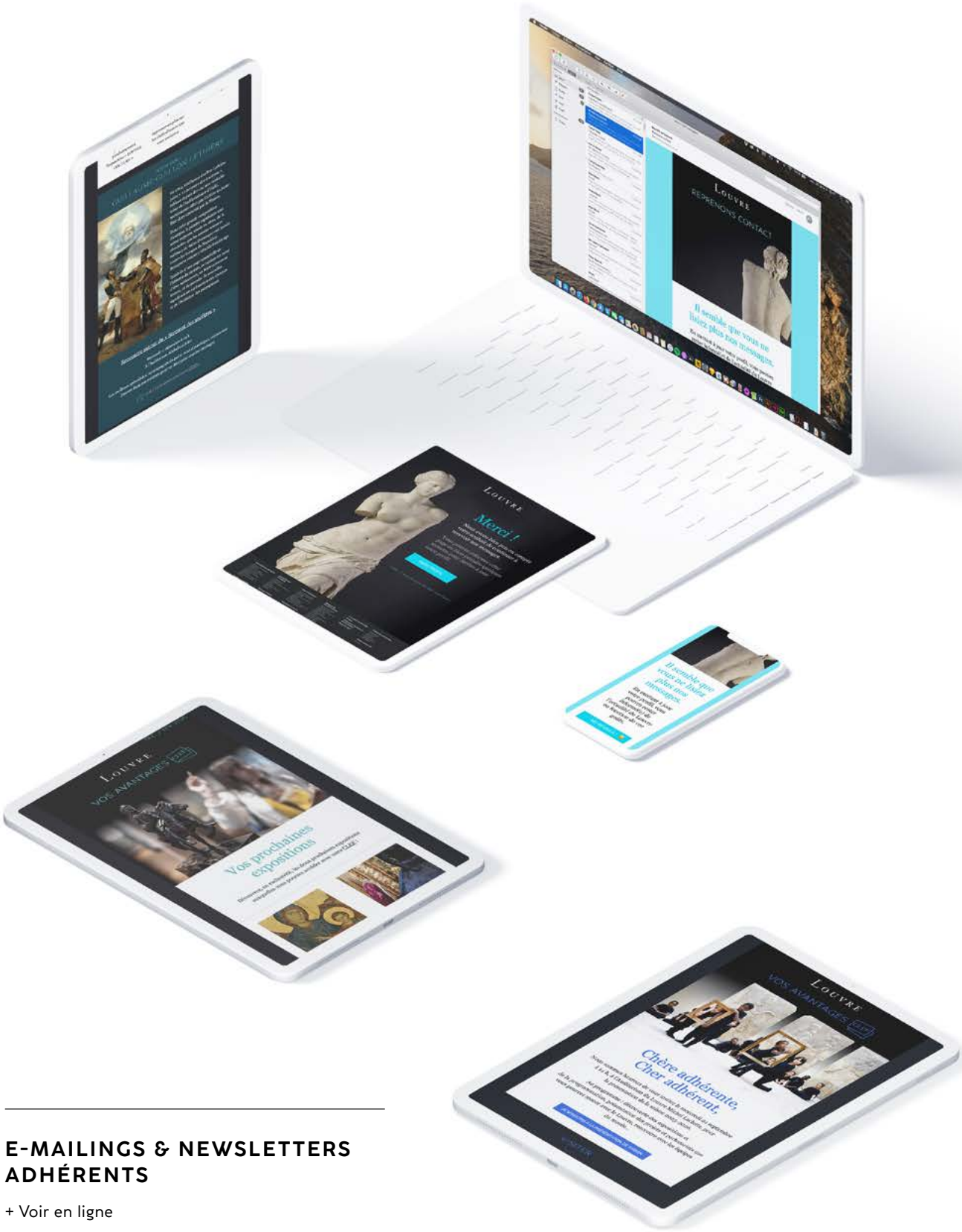
Cette version d'e-mailings remplace les versions imprimées des invitations officielles aux avant-premières, aux présentations à la presse et au personnel du musée, aux grandes expositions ainsi qu'à certains événements. Cette version devait se démarquer visuellement, tout en conservant un style très sobre et solennel et en s'adressant de manière personnalisée aux invités.



- + Voir en ligne
- [Michel-Ange Rodin](#)
 - [Arts & Sport](#)
(Jeux Olympiques)
 - [Pharaon des Deux Terres](#)
 - [Les Choses](#)
 - [Paris - Athènes](#)
 - [Le Corps et l'Âme](#)

NUMÉRO SPÉCIAL

Cette newsletter permet au Louvre d'annoncer ses grandes expositions. Entre deux anecdotes, celle-ci présente un large éventail de ce qui tourne autour de l'événement : les conférences, les activités famille, les projections...



E-MAILINGS & NEWSLETTERS ADHÉRENTS

- + Voir en ligne
- [Reprenons contact : e-mailing](#)
 - [Reprenons contact : landing page](#)
 - [Lettre CLEF Été 2026](#)
 - [Lettre CLEF Déc 2024 / Fév 2025](#)
 - [Lettre CLEF Sept / Oct 2025](#)

Vision en ligne | Online version — Envoyer ce message à un ami | Send this message to a friend — Se désabonner

PRINTEMPS / SPRING 2025

LOUVRE

INFO TOURISME

TOURISM INFO



MAMLOUKS

1250-1517

Du 30 avril au 28 juillet 2025, hall Napoléon

Une occasion inédite de découvrir l'empire glorieux des Mamlouks, qui a constitué le cœur culturel du monde arabe et dont la légende s'est construite sur sa puissance guerrière.

Le billet de groupe dédié donne accès uniquement à l'exposition. Réservation obligatoire.

EN SAVOIR PLUS

30 April 2025–28 July 2025, Hall Napoléon

An unprecedented opportunity to discover a glorious empire, then the cultural heart of the Arab world, and which built its notoriety through military might.

Specific group tickets provide access to the exhibition only. Reservations are mandatory.

MORE INFORMATION

 Communiqué de presse

 Press release



LOUVRE COUTURE

Objets d'art, objets de mode

Jusqu'au 21 juillet 2025, département des Objets d'art

L'exposition est accessible avec le billet d'entrée au musée. Toutes les modalités de prise de parole dans l'exposition.

EN SAVOIR PLUS

 Communiqué de presse

LOUVRE COUTURE

Art and fashion: Statement Pieces

Until 21 July 2025, Department of Decorative Arts

Museum tickets provide access to the exhibition. All the ways to speak publicly in the exhibition.

MORE INFORMATION

 Press release (in French)

17

A collection of digital devices (laptop, tablet, smartphone) displaying various Louvre museum newsletters and promotional content. The devices are arranged in a cluster, showing different versions of the Louvre's digital communication materials. The content includes exhibition announcements, tourism information, and calls to action for donations and group tickets.

The Louvre logo, featuring the word "LOUVRE" in a serif font, with a small graphic of the Louvre Pyramid to the right.

TOURISME

Cette newsletter trimestrielle bilingue annonce aux publics liés au tourisme les expositions et événements majeurs du musée.

TOUS MÉCÈNES !

Le musée du Louvre adresse à ses donateurs les avantages qui sont réservés au mécénat. Il les informe également des nouvelles acquisitions entreprises par le musée et les sollicite par le biais d'appel aux dons.

+ Voir en ligne

A small icon representing an external link, consisting of a square with a diagonal line and a circle at the end.

[Tourisme Rentrée 2026](#)

[Tourisme Rentrée 2025](#)

[Tourisme Printemps 2025](#)

+ Tous mécènes !

[La Tabatière Choiseul](#)

[La Tabatière en scène](#)

[Le camée de Miseroni](#)

[Appel au don Pour Noël](#)

PORTFOLIO



CANAL+ est le client qui m'accompagne depuis le début. Entré en 1999, salarié puis freelance, j'ai travaillé pour la chaîne cryptée pendant plus de vingt-cinq ans : refontes de sites web, UX/UI design, newsletters, affichage digital en boutique, merchandising.

CANAL+

Types de créa : DA digitale, UX/UI design, merchandising, motion design, newsletters

Tout est parti d'une carte de visite glissée par le directeur artistique des projets multimédia de CANAL+, à l'issue du jury et de la remise des diplômes à SupInfoCom. Cette carte m'a ouvert la première d'une longue série de portes.

Vingt-sept ans sur une même marque produisent quelque chose qu'aucun brief ne remplace : une connaissance intime de l'identité CANAL+, de ses codes et de ses non-négociables. C'est ce qui permet d'aller vite et de proposer juste. Les projets ci-dessous en donnent un aperçu — beaucoup d'autres restent confidentiels.



CANAL+

REFONTE GLOBALE DE 6 SITES WEB & APPLIS MOBILE

Direction artistique digitale

C'est peu dire que les versions en place étaient obsolètes. Quant au graphisme, j'ai recensé quasiment tous les interdits de la charte Canal. Cette refonte globale des zones Caraïbes, Réunion, Maurice, Afrique, Madagascar et Nouvelle-Calédonie était l'occasion de repenser, simplifier et harmoniser l'ensemble des pages et interfaces web.

Après avoir défini et rassemblé les différentes itérations et être parvenu à un parcours utilisateur cohérent, accessible et parfaitement adapté aux besoins de chaque région, j'ai pu passer à l'action, depuis le design de la page d'accueil à celui d'une grille de programmes TV en temps réel, les pages de présentation des offres d'abonnement, des chaînes et options et des différentes thématiques et enfin, terminer par l'espace client.

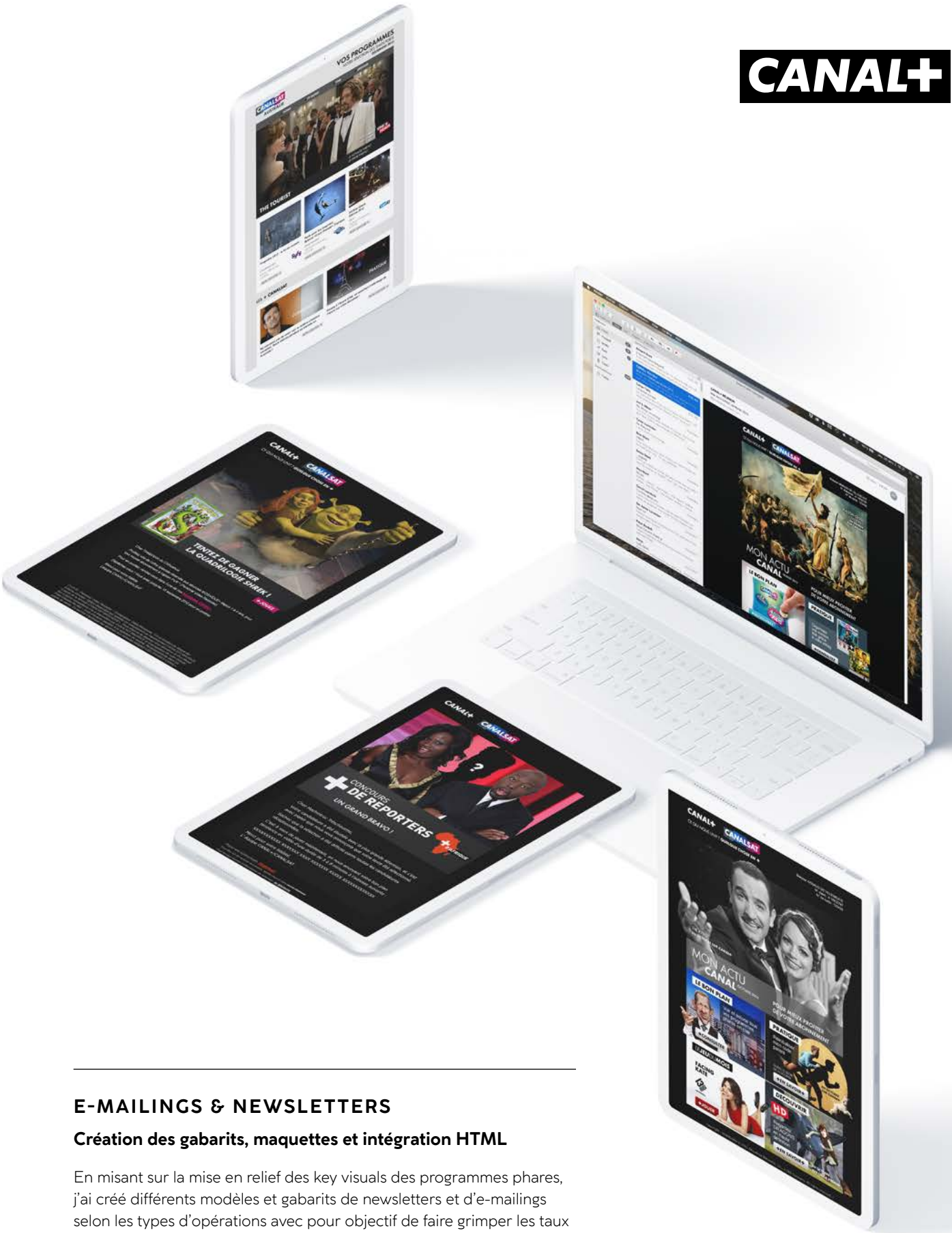
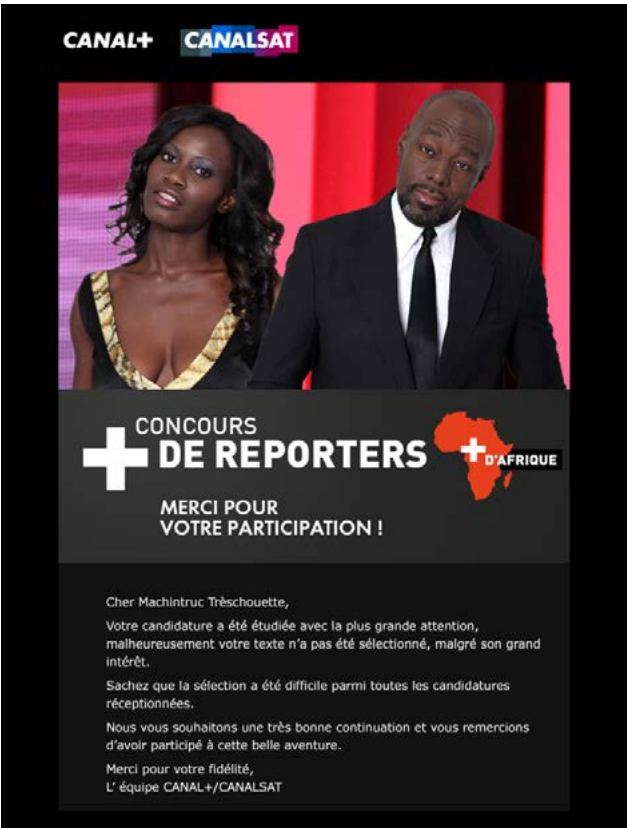


REFONTE ESPACE UTILISATEUR ET PROGRAMMES DE FIDÉLITÉ

Direction artistique digitale, UX/UI design

Ces deux parties des sites web furent assurément les plus complexes à concevoir : offrir une interface utilisateur claire fonctionnelle et facile d'accès avec des différences énormes dans les types de profils, les formules d'abonnement et les avantages clients. À cela s'ajoute le design des pages de support technique, des opérations de parrainage, des mises à jour de matériel...





E-MAILINGS & NEWSLETTERS

Création des gabarits, maquettes et intégration HTML

En misant sur la mise en relief des key visuals des programmes phares, j'ai créé différents modèles et gabarits de newsletters et d'e-mailings selon les types d'opérations avec pour objectif de faire grimper les taux d'ouverture et de rebond.

40
air
digital
stories

40 AIR

Types de créa : DA print & digitale, UX/UI design, identité visuelle, e-mailing

40air est une équipe de passionnés ayant le souci du détail et la volonté d'apporter à ses clients une vision stratégique innovante, créative et distinctive. Convaincus que la valeur d'une marque se mesure à la valeur de son contenu, 40air accompagne ses clients dans leur stratégie de contenus et, par extension, dans la production de contenus premium.

Pour 40air, j'interviens en tant que directeur artistique, sur des projets pouvant couvrir l'ensemble de la chaîne graphique depuis la création ou la refonte d'identité visuelle de leurs clients, la globalité de leurs besoins de communication aussi bien print que digitale.

40AIR.FR

Identité visuelle & refonte digitale

Pour produire des contenus de qualité, 40air s'appuie sur une culture forte et utilise les meilleurs leviers de communication. J'ai donc imaginé pour eux une association de deux typos, l'une très classique, l'autre très moderne, une mise en page un design très magazine, en misant sur les blancs pour donner plus de force aux textes et aux visuels.

Parce que chaque article est rédigé avec un soin tout particulier, j'ai appliqué au maximum le noir et blanc afin d'associer deux couleurs sélectionnées dans l'image pour les attribuer aux éléments structurants et à l'interaction. La charte graphique insiste sur la sélection particulière des photos de sorte que chacune soit métaphorique avec le moins de nuances de couleurs possibles mais très fortes en couleurs.

+ Voir en ligne

40air.fr

KMH BENEFITS**D.A. digitale - Site web**

KMH Benefits est bien plus qu'un simple courtier spécialisé dans les avantages sociaux en France. Forts d'une expertise approfondie, d'une vaste expérience et de partenariats stratégiques, ils conçoivent des solutions sur mesure qui répondent aux attentes des entreprises tout en garantissant le respect de la réglementation française.

Pour KMH, j'ai conçu un site web avec une base épurée et minimaliste (présentation de l'entreprise, de l'équipe et des services) et porté l'accent sur les pages axées contenu très spécifique. Les pages articles sont donc pensées pour une lecture très fluide et impactante, rythmée par des citations en exergues et des éléments interactifs, que ce soit pour partager sur les réseaux sociaux ou bifurquer sur des articles connexes.

+ Voir en ligne

**KMH Benefits**

www.jaunedeau.com

KMH
For life
**CNRS****Refonte d'identité visuelle**

40air décida de réunir ses forces pour répondre à l'appel d'offre du prestigieux Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) dans le cadre de la refonte de son logo et de l'ensemble de son identité visuelle.

À la prise en main de l'offre, 40air disposait d'un peu moins de deux mois pour étudier la demande du CNRS, pousser les recherches, décider des options qu'ils allaient proposer et constituer le dossier. Au final, ça s'est joué à un demi-point pour remporter l'appel d'offre, de quoi rester sur un sentiment de fierté.



**PIERRE MARX
& ASSOCIÉS****Refonte d'identité
visuelle & refonte
digitale**

Le cabinet Pierre Marx & Associés, constitué d'une société d'expertise comptable et d'une société de commissaires aux comptes, est implanté à proximité de Strasbourg depuis 1993.

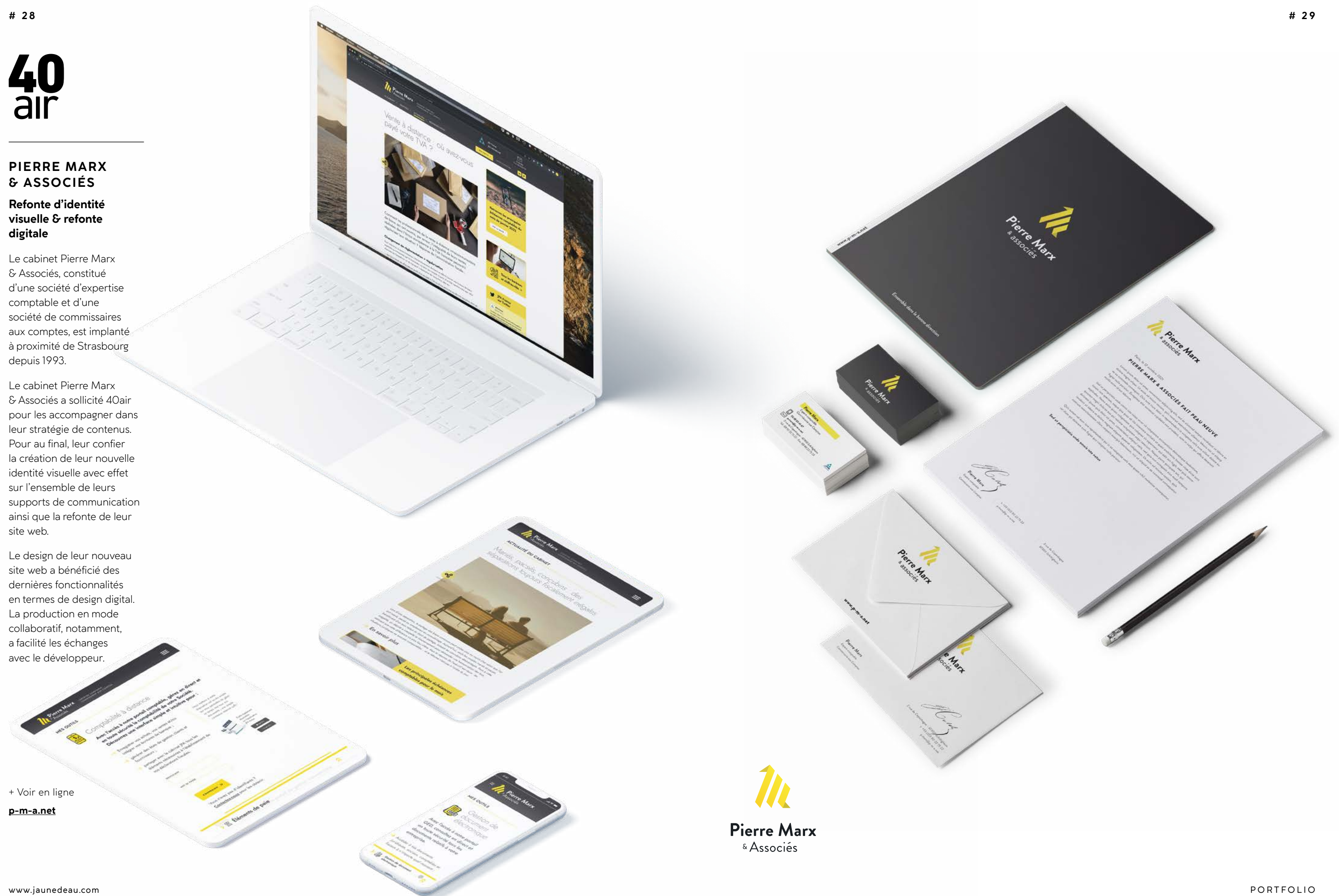
Le cabinet Pierre Marx & Associés a sollicité 40air pour les accompagner dans leur stratégie de contenus. Pour au final, leur confier la création de leur nouvelle identité visuelle avec effet sur l'ensemble de leurs supports de communication ainsi que la refonte de leur site web.

Le design de leur nouveau site web a bénéficié des dernières fonctionnalités en termes de design digital. La production en mode collaboratif, notamment, a facilité les échanges avec le développeur.

+ Voir en ligne



p-m-a.net



Pierre Marx
& Associés

JPA INTERNATIONAL
& JPA FRANCE

Refonte digitale

JPA est un réseau de cabinets indépendants d'audit, d'expertise comptable et de conseil. Depuis 1987, le Groupe JPA a développé un réseau en France et à l'International permettant à ses clients de bénéficier à la fois d'une expertise à proximité et d'une implantation internationale.

La création du nouveau design des sites web France & International a été l'occasion d'implémenter de nouvelles fonctionnalités parmi lesquelles un outil de recherche des membres du réseau avec localisation sur Google Maps.

+ Voir en ligne



[Homepage](#)

[Locate a member](#)

[About us](#)

[Publication](#)

[Contact](#)



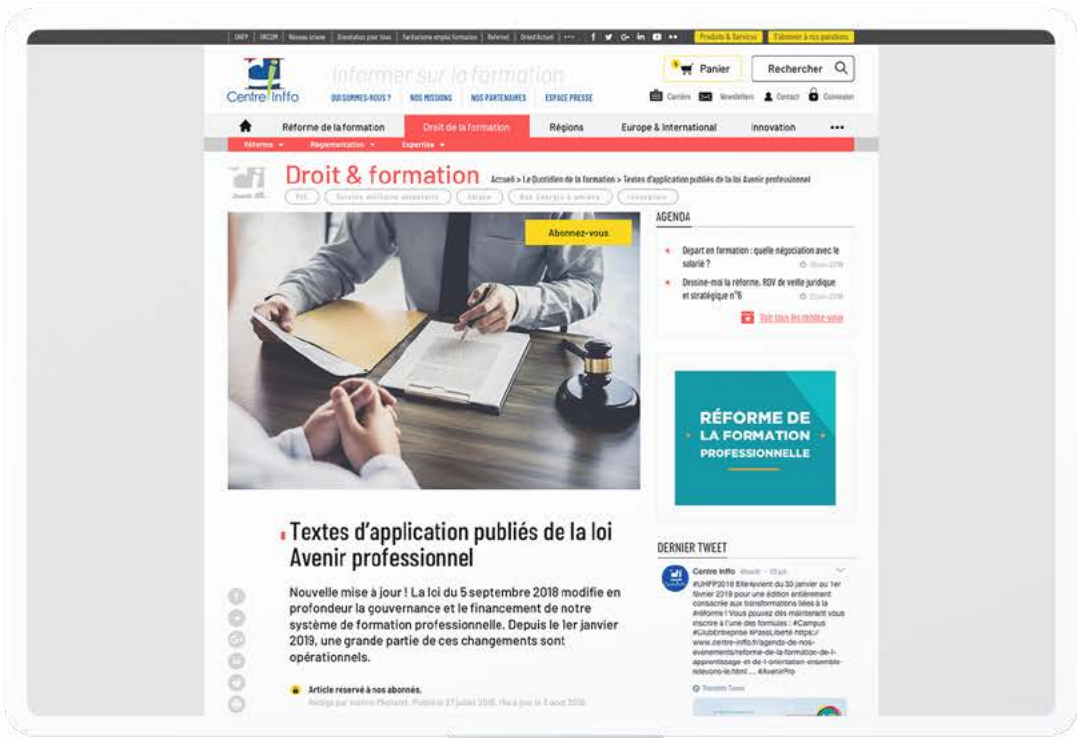
JPA WANLIN-GRELIER

Création d'un livre blanc

« Réussir la gestion et la transmission d'une exploitation viticole ». Ce guide rassemble des conseils pratiques et concrets : choix de financements, montages financiers, gestion des stocks, stratégies de diversification, et bien plus encore.

20 pages A4, 1 version print, 1 version digitale.





40
air

+ Voir en ligne



[Page d'accueil](#)
[Liste d'articles 1](#)
[Liste d'articles 2](#)
[Article](#)
[Qui sommes-nous ?](#)
[Contact](#)

CENTRE INFFO

Refonte digitale

La boîte à outils pour les professionnels de l'orientation et de la formation professionnelle. Initialement, Centre Inffo se présentait comme une galaxie de sites. 40Air a travaillé sur la refonte des sites d'information de Centre Inffo pour en faire un site unique et à jour, un vaisseau amiral mis en forme par mes soins.

EMB E-INTELLIGENCE
MEANS
BUSINESS

+ Voir en ligne



[EMB Europe](#)



EMB EUROPE

Refonte d'identité visuelle & refonte digitale

Éditeur de bases de données leader depuis plus de 15 ans, EMB collecte, enrichit et affine des centaines de millions de jeux de données pour optimiser vos actions de marketing digital B2B et B2C en France et en Europe.

Repenser l'univers d'une marque. De la genèse de ce projet à sa finalisation, les équipes de 40Air ont œuvré pour donner à EMB, acteur majeur de la data marketing, une image plus conforme à ses ambitions.

CMN

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

Types de créa : Direction artistique print sur brochures et publicités

Le Centre des monuments nationaux (CMN) est un établissement public sous tutelle du ministère de la Culture. Financé par l'État, il conserve, gère et ouvre à la visite plus de cent monuments, allant de la Préhistoire au XX^e siècle, dont dix-neuf sont inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.



CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

BROCHURE LOCATION ESPACES

Création graphique d'une brochure dédiée à la promotion des offres de privatisation

Afin d'appuyer leur communication lors des salons et workshops professionnels, le Centre des monuments nationaux a souhaité disposer d'une brochure dédiée à la promotion de la privatisation des espaces de leurs monuments. Publiée en 2017 également en anglais, le CMN m'a sollicité pour une seconde édition en 2025.



MÉMOSCOPE

Création d'identité visuelle, DA print & digitale, e-mailing

« *mémoScope réactive les souvenirs communs qui nous ont fait vibrer depuis les années 50 en les exhumant du web ou en éditant des archives inédites de ses partenaires.* »



+ Voir en ligne
memoscope.fr

IDENTITÉ VISUELLE

Quelle aubaine de lancer ses recherches de pistes créatives dans l'univers coloré des années 50 à nos jours ! L'objectif fut d'évoquer au premier regard l'intention de rassembler et partager les souvenirs d'une époque foisonnante, légère et insouciance dans laquelle nous pourrions nous réfugier ou s'évader au moins pour un temps de la période si austère que nous traversons.

Pour le logo mémoScope, j'ai créé spécialement une typo, une création originale inspirée du normographe avec une forme de lettres minimaliste et comme si chaque lettre était indépendante dans un alphabet en kit. La légère superposition des lettres marque la volonté de la marque de rassembler (les souvenirs, et ceux qui les aiment).

NEWSLETTER & STORIES

Un vendredi sur deux, mémoScope envoie gratuitement sa newsletter. Et pour mettre ses lecteurs en appétit, il distille pendant la semaine quelques morceaux choisis sur les réseaux sociaux.

En plus de la papeterie, j'ai conçu un gabarit original de newsletter qui reprend les couleurs du logo appliquées au fond de chacune des rubriques.

Enfin, j'ai créé les différents gabarits des templates de stories et de publications pour leur diffusion sur Facebook, Instagram, X, Pinterest et LinkedIn.



+ Voir en ligne
memoscope.fr



COMPAGNIE DE PHALSBOURG

DA digitale, UX/UI design, refonte applis mobile et web

La Compagnie de Phalsbourg est un acteur incontournable et innovant de l'immobilier d'entreprise en France. Leur ambition : changer les entrées de la ville et bâtir de manière écologique et durable.

REFONTE 3 APPS MOBILE + 5 SITES WEB

La Compagnie de Phalsbourg m'a confié la refonte globale de leurs applis mobile et les sites web de 5 de leurs centres commerciaux : actualités, présentation des enseignes, des services, des offres et autres avantages.

+ Voir en ligne



[L'Atoll](#)

[Waves Actisud](#)

[Ma Petite Madelaine](#)

[MyPlace](#)

[La Croix Blanche](#)



THE VILLAGE

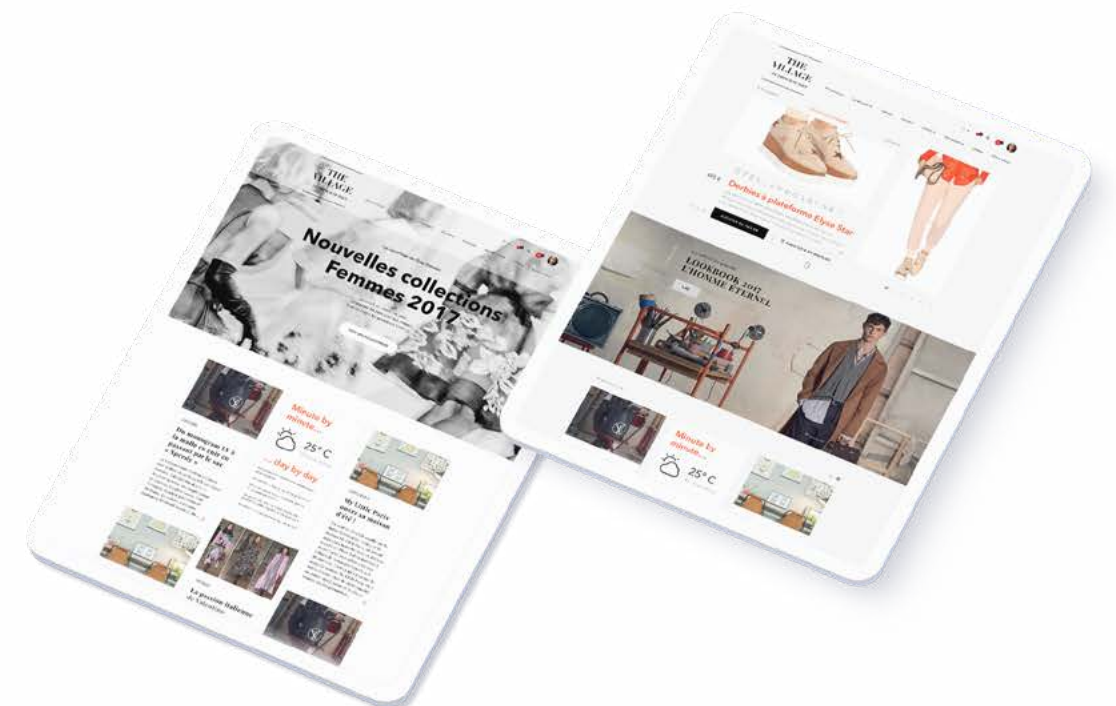
La Compagnie de Phalsbourg m'a demandé de présenter un moodboard inspiré de la haute couture et de la conciergerie d'hôtels de luxe avant d'appliquer les idées dans les maquettes de pages de leur site internet. Conçue comme un magazine de mode, cette boutique en ligne click & collect aide les utilisateurs à s'orienter avant de retirer un produit ou de se le faire livrer.

Ce premier village d'enseignes de la région lyonnaise regroupe aujourd'hui 80 grandes enseignes ainsi qu'une offre de restauration de 11 enseignes. Dans une architecture villageoise contemporaine, The Village propose des services exclusifs favorisant la fidélisation de la clientèle.

+ Voir en ligne



[The Village Outlet](#)



ALPES PREMIUM

Création d'identité visuelle, DA print & digitale, web design

Alpes Premium propose des services de conciergerie, de ménage et de blanchisserie haut de gamme destinés à une clientèle particulièrement exigeante et leur identité visuelle se devait de refléter ce haut niveau d'exigence.



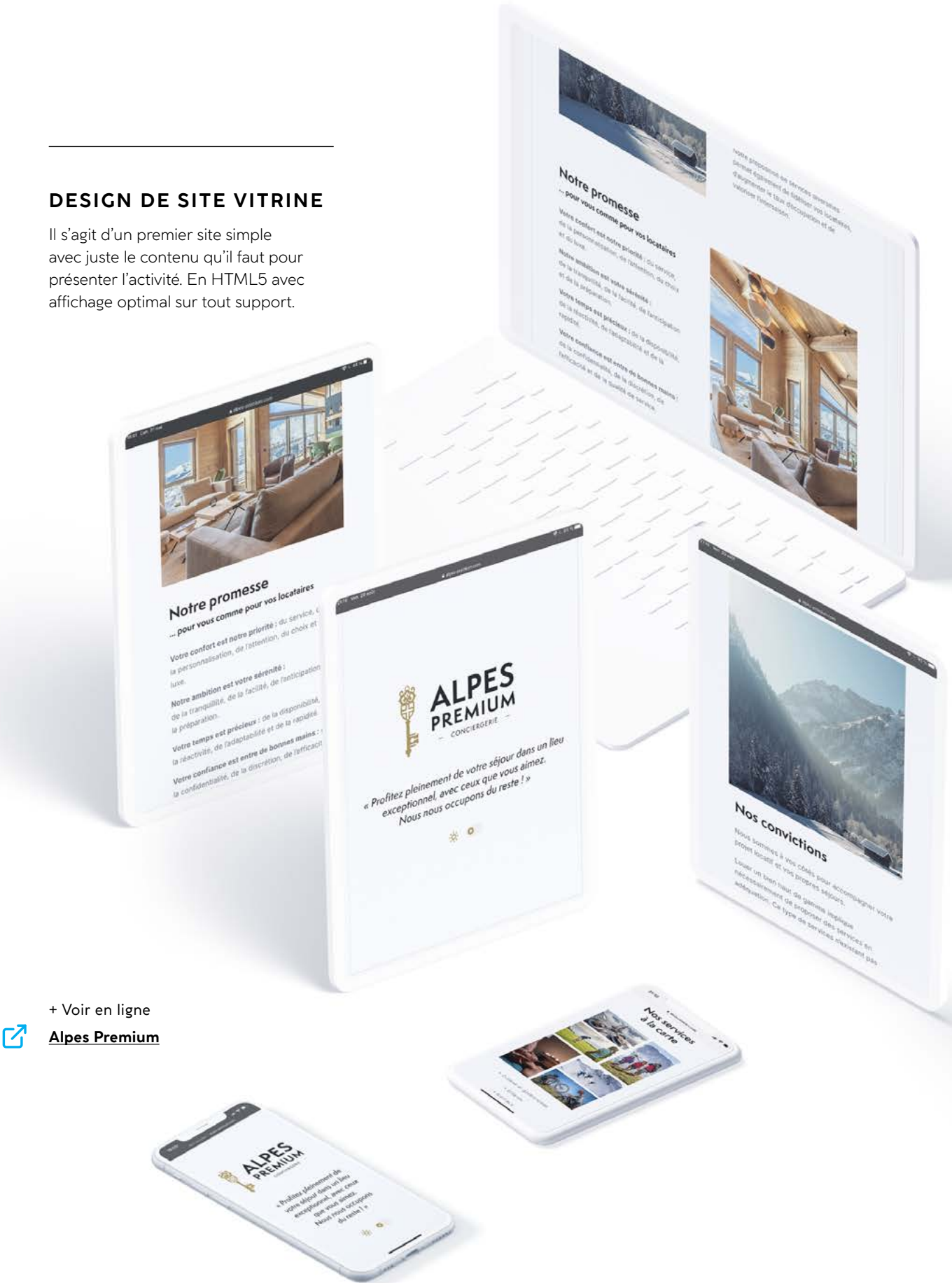
IDENTITÉ VISUELLE

Objectif premier : pouvoir identifier au premier coup d'œil la qualité exceptionnelle des services proposés par Alpes Premium.

Naturellement, ma recherche s'est orientée vers les codes graphiques utilisés dans le milieu de la conciergerie très haut de gamme. On ne va pas réinventer la roue : dans la profession, l'excellence est symbolisée par la clé. Ça tombe bien car initialement, l'entité devait s'appeler « Les Clefs des Arcs ». Et pour souligner l'appartenance à la région, la clé dorée que j'ai dessinée intègre la croix de Savoie.

DESIGN DE SITE VITRINE

Il s'agit d'un premier site simple avec juste le contenu qu'il faut pour présenter l'activité. En HTML5 avec affichage optimal sur tout support.



+ Voir en ligne
[Alpes Premium](#)

BARCELONA WINK

Création d'identité visuelle, DA print & digitale, UX/UI design

Barcelona Wink est une plate-forme spécialement conçue pour planifier des vacances en famille dans des lieux d'hébergement et de restauration adaptés aux enfants et des activités libératrices pour les parents.

Une plateforme de planification de séjour

Barcelona Wink rassemble l'ensemble des services pour permettre aux familles de profiter au mieux de leur séjour.

Objectif : profiter pleinement des vacances

Imaginé par des mères de famille, Barcelona Wink propose des prestations et des expériences sélectionnées comme si c'était pour elles-mêmes.

+ Voir en ligne



Barcelona Wink



LOGOS

Création / refonte d'identités visuelles

Pour être adaptées aux enjeux des marques, il est impératif de suivre une méthodologie rigoureuse et un processus créatif structuré, s'imprégner des valeurs de l'entreprise, de son histoire et de ses ambitions.

Chaque logo est délivré dans un package complet incluant l'ensemble des déclinaisons de formats prévus pour une efficacité de lecture optimale quel que soit l'environnement dans lequel il va évoluer. Il s'accompagne d'une charte graphique qui détaille ses caractéristiques techniques et ses règles d'utilisation tant en print qu'en digital.



PORTFOLIO

JEAN-PHILIPPE LAMBLIN

ADRESSE

CANYELLES (BARCELONA)
C/ Buscarró 3

CONTACT



+34 646 646 110



www.jaunedeau.com



hello@jaunedeau.com