

SELECTED WORK

2025

P O R

T F O

L I O

HELLO@JAUNEDEAU.COM

WWW.JAUNEDEAU.COM



**JAUNE D'EAU**

CRÉA PRINT & DIGITAL

---

“Que ce soit pour la création ou la refonte de votre identité visuelle, pour son application sur tous supports imprimés ou pour vitaminer vos projets digitaux web et mobile, jaune d'eau vous accompagne dans votre communication afin de la rendre attrayante, simple et efficace.”

# PROFIL



Jean-Philippe Lamblin

GRAPHIC DESIGNER - DA DIGITAL  
UX/UI DESIGNER FREELANCE

*Quel que ce soit mon degré d'intervention, je mets tout en œuvre pour atteindre votre objectif et que celui-ci soit couronné de succès. Portant une attention constante aux détails afin de livrer des produits et services de qualité, je peux aussi bien rejoindre une équipe au pied levé que poser les fondations d'un projet ex nihilo.*

## CHAMPS D'ACTION

### DIGITAL

UX/UI design, applications mobiles, sites web, motion design, e-mailings & newsletters, montage vidéo, pubs digitales...

### PRINT

Mises en page de documents : brochures, dépliants, affiches, catalogues, cartes de visite, papeterie... Retouche photo

### BRANDING

Identité visuelle nouvelle ou refonte, création sur-mesure, charte graphique.

### 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

## CONTACT

T. +34 646 646 110  
[www.jaunedeaup.com](http://www.jaunedeaup.com)  
[hello@jaunedeaup.com](mailto:hello@jaunedeaup.com)

## APPS SKILLS

### DIGITAL

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

### PRINT

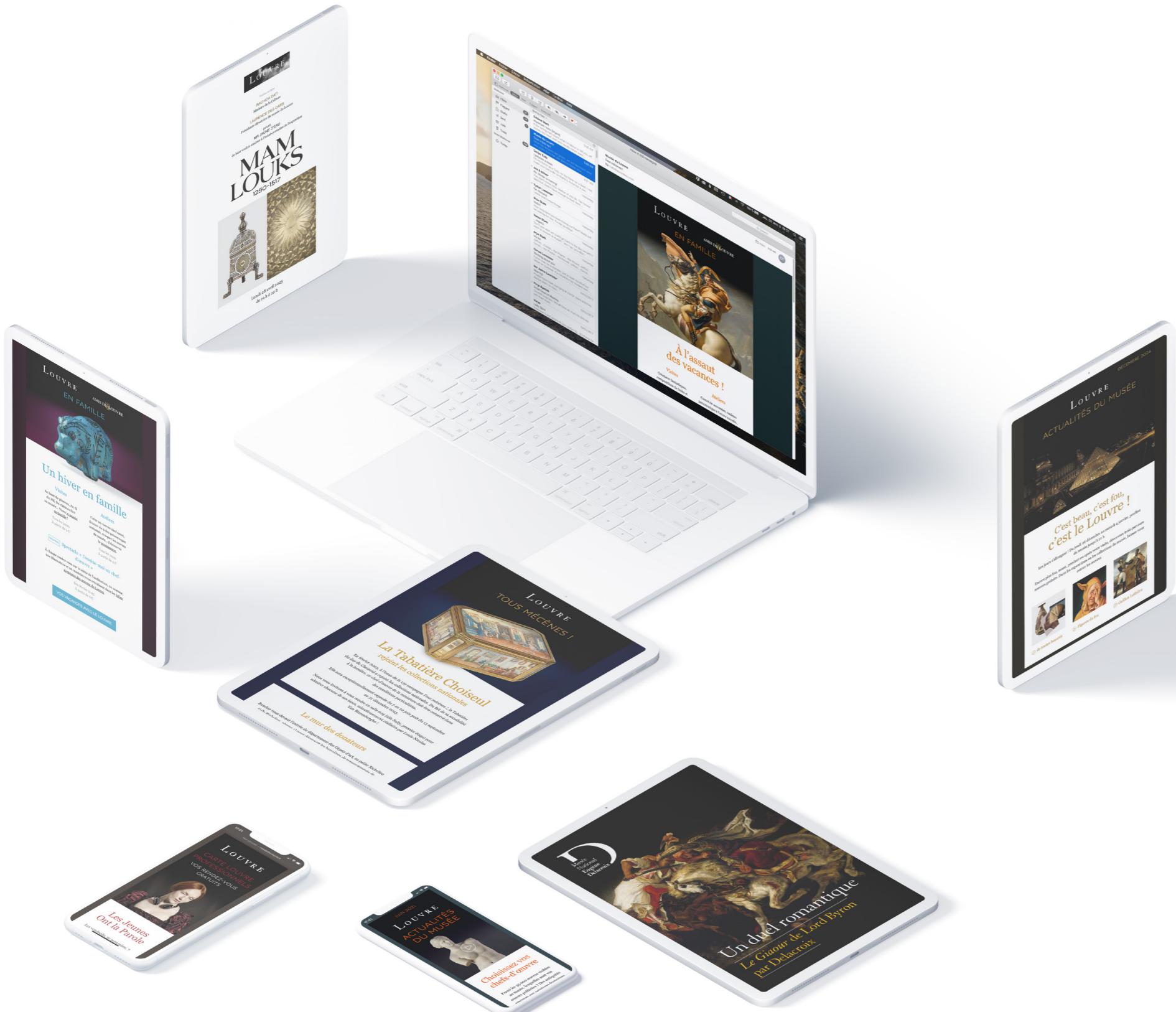
- + Adobe InDesign
- + Adobe Photoshop
- + Adobe Illustrator

### VIDÉO

- + Adobe After Effects
- + Adobe Premiere

# SOMMAIRE

#04	<b>MUSÉE DU LOUVRE</b>	#36	<b>MÉMOSCOPE</b>
#18	<b>CANAL+</b>	#38	<b>COMPAGNIE DE PHALSBOURG</b>
#24	<b>40AIR</b>	#40	<b>ALPES PREMIUM</b>
#34	<b>CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX</b>	#42	<b>BARCELONA WINK</b>
		#43	<b>BRANDING</b>



*“C'est une chance inouïe et une immense fierté que d'être impliqué sur les projets digitaux du plus grand musée du monde. Et un plaisir au quotidien de collaborer en toute confiance avec des équipes partageant la même sensibilité, dans une relation toujours agréable et constructive.”*

# MUSÉE DU LOUVRE

## Newsletters, pubs motion, vidéo

Le premier gros chantier fut celui de la refonte des communications électroniques du musée avec pour objectif de garantir un affichage optimal de l'ensemble des newsletters et des e-mailings sur tous supports digitaux. Le tout, en conservant l'excellente délivrabilité initiale et en tentant d'améliorer encore les scores d'audience.

Des recherches importantes et des propositions largement débattues ont fait naître une charte aussi solide qu'efficace, qui simplifie au maximum les styles typo, offre aux visuels un affichage le plus large possible, en veillant à conserver des blancs pour donner plus de force au contenu. Résultat : l'ensemble des indicateurs (taux d'ouverture, de rebond, etc.) sont excellents. Et pour encore davantage d'engagement, certaines campagnes s'ouvrent à présent sur un visuel animé.

Version en ligne – Se désabonner

OCTOBRE 2025

# LOUVRE

## ACTUALITÉS DU MUSÉE

### Jacques-Louis David

Exposition du 15 octobre au 26 janvier

David est un monument. « Père de l'école française », « régénérateur de la peinture », il a traversé six régimes politiques et participé activement à la Révolution.

Son œuvre et sa vie, indissociables, posent notamment la question de l'engagement de l'artiste dans une société en pleine mutation. Pour lui, l'art ne s'envisage que comme moyen de changer le monde.

Ce dont témoignent ses plus grands chefs-d'œuvre, où éclatent la force d'invention et la puissance expressive de sa peinture.

[UNE RÉVOLUTION](#)

Présentation de l'exposition le lundi 20 octobre à 12 h 30 et à 19 h.

[Réservez votre place !](#)

[À suivre aussi en direct à 19 h](#)

---

**De David à Kubrick. La Révolution et l'Empire au cinéma**  
Festival de films

De vendredi 17 au dimanche 26 octobre

[Voir la bande-annonce](#)

De 5 à 10 €. Tarif réduit pour les [Amis du Louvre](#) et les adhérents [CLEF+](#).

[LES SÉANCES](#)

[EN SCÈNE](#)

**Une Révolution en musique**  
Concerts

Mercredi 22 octobre à 20 h

**Un opéra pour Napoléon**

Avec Judith van Wanroij, soprano, et les solistes du Concert de la Loge.

Jeudi 30 octobre à 20 h

**Rococo et Empire**

Avec Marc Minkowski et Les Musiciens du Louvre

[NAPOLÉON FAIT SON SHOW !](#)



## ACTUALITÉS DU MUSÉE

C'est la principale newsletter du musée du Louvre. Cette édition mensuelle rassemble la majeure partie des infos sur les expositions, événements, activités, concerts, conférences à venir ou en cours.

Pour sa seconde refonte, l'objectif premier était de rendre l'ensemble des newsletters et les e-mailings clairs et attrayants, de parvenir à une mise en valeur optimale des visuels et une lecture nettement plus fluide après simplification drastique des différents styles de texte.

+ Voir en ligne

[Octobre 2025](#)

[Septembre 2025](#)

[Été 2025](#)

[Mai 2025](#)

[Mars/Avril 2025](#)

[Décembre 2024](#)

[Novembre 2024](#)

[Octobre 2024](#)

[Septembre 2024](#)

[Juin 2024](#)

[Avril/Mai 2023](#)



## 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.

Parce qu'il s'appuie sur un visuel ciblé jeune public que l'on peut détourner sans contrainte, cet e-mailing a permis de proposer un système de couleurs appliquées en fond et sur les typos qui transcende à la fois l'œuvre et le message.

S'il ne fonctionne pas sur tous les visuels proposés, j'ai pu appliquer ce système sur certains visuels d'autres campagnes, devant parfois revoir ma copie pour obtenir l'aval d'un conservateur s'il considère que l'œuvre est dénaturée.

**LOUVRE** AMIS DU LOUVRE

## EN FAMILLE

### 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.

Parce qu'il s'appuie sur un visuel ciblé jeune public que l'on peut détourner sans contrainte, cet e-mailing a permis de proposer un système de couleurs appliquées en fond et sur les typos qui transcende à la fois l'œuvre et le message.

S'il ne fonctionne pas sur tous les visuels proposés, j'ai pu appliquer ce système sur certains visuels d'autres campagnes, devant parfois revoir ma copie pour obtenir l'aval d'un conservateur s'il considère que l'œuvre est dénaturée.

### À l'assaut des vacances !

**Visites**

Créatures fantastiques, compositions de fruits et de légumes, portraits de musiciens... [Explorez les collections.](#)

À partir de 9 €. Tous les jours.

**Ateliers**

Carnet de souvenirs, rouleau panoramique à l'encre colorée... Des vacances hautes en couleur !

À partir de 9 €. Tous les jours.

**Spectacle « Dessine-moi un chef-d'œuvre »**

Et si l'art devenait un jeu ? Un conteur, une illustratrice et un musicien vous embarquent dans la grandiose histoire du tableau de Jacques-Louis David, *Le Sacre de Napoléon* !

Samedi 11 octobre à 11 h et 15 h.  
À l'Auditorium Michel-Laclotte.  
De 7 à 107 ans.  
À partir de 8 €.

**VOS VACANCES AU LOUVRE**

◊ L'histoire de l'expédition d'Égypte menée par Bonaparte !

**Le musée du Louvre** est ouvert tous les jours de 9 h à 18 h, sauf le mardi, le 1er janvier, le 1er mai et le 25 décembre. Ouvert jusqu'à 21 h le mercredi et le vendredi.

**Adhérez**  
**AMIS DU LOUVRE**

**Suivez-nous**

Gérez vos centres d'intérêt

Tous mécènes du Louvre

Nos médias en ligne

Inspiration Louvre

Boutique en ligne

+ Voir en ligne

[Toussaint 2025](#)

[Eté 2025](#)

[Pâques 2025](#)

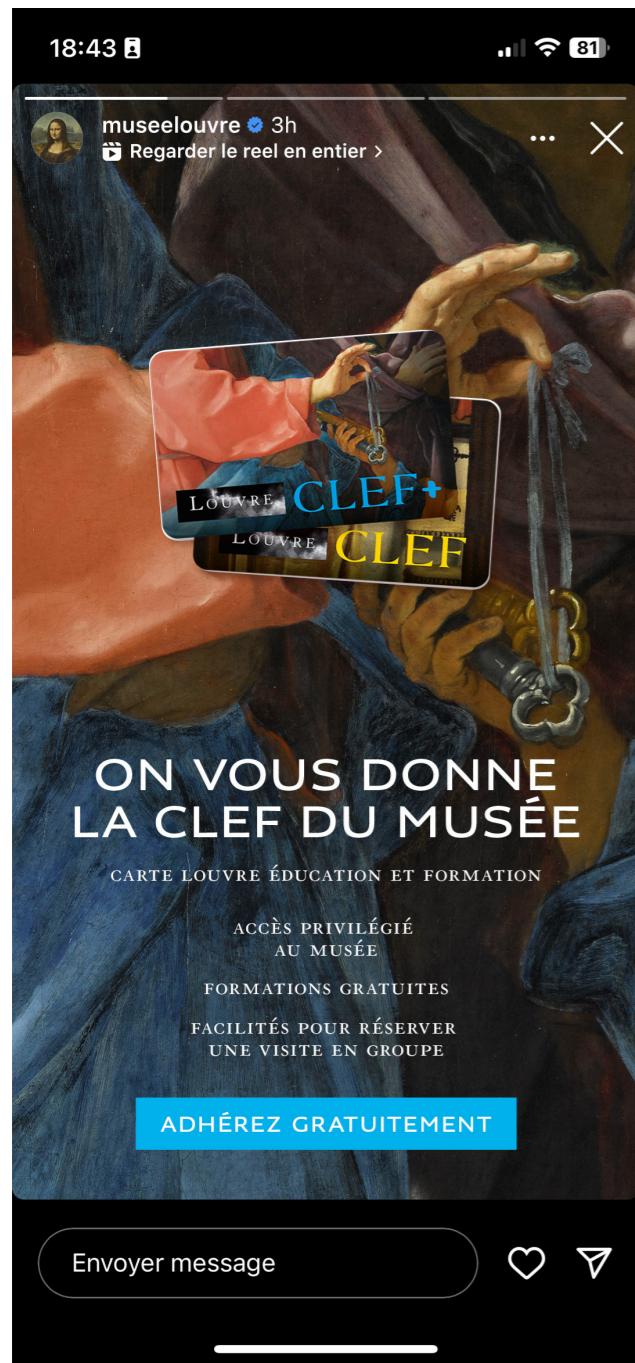
[Noël 2024](#)

[Toussaint 2024](#)

[Pâques 2024](#)

[Hiver 2024](#)

PORTFOLIO 2025



## 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. Si, pour répondre aux besoins du Louvre, les animations restent simples et épurées, 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

prirent  
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 XVIe 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

prirent  
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.

# 13

+ 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

Il s'agit d'e-mailings d'invitations officielles aux avant-premières, aux présentations à la presse d'une exposition ainsi qu'à certains événements. Cette nouvelle version intègre en préambule les puissances invitées qui s'adressent alors de manière personnalisée. Son style très sobre et solennel permet à ce support de se démarquer visuellement du reste des e-mailings.



+ Voir en ligne

- [\*\*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, la présente un éventail assez large de tout ce qui tourne autour de l'événement : les conférences, les activités famille, les projections... et tente ainsi de répondre à la curiosité du public.



## E-MAILINGS & NEWSLETTERS ADHÉRENTS

+ Voir en ligne

- [\*\*Repreneons contact : e-mailing\*\*](#)
- [\*\*Repreneons contact : landing page\*\*](#)
- [\*\*Lettre CLEF Déc 2024 / Fév 2025\*\*](#)
- [\*\*Lettre CLEF Sept / Oct 2025\*\*](#)

Version 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

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.

[EN SAVOIR PLUS](#)

[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](#)

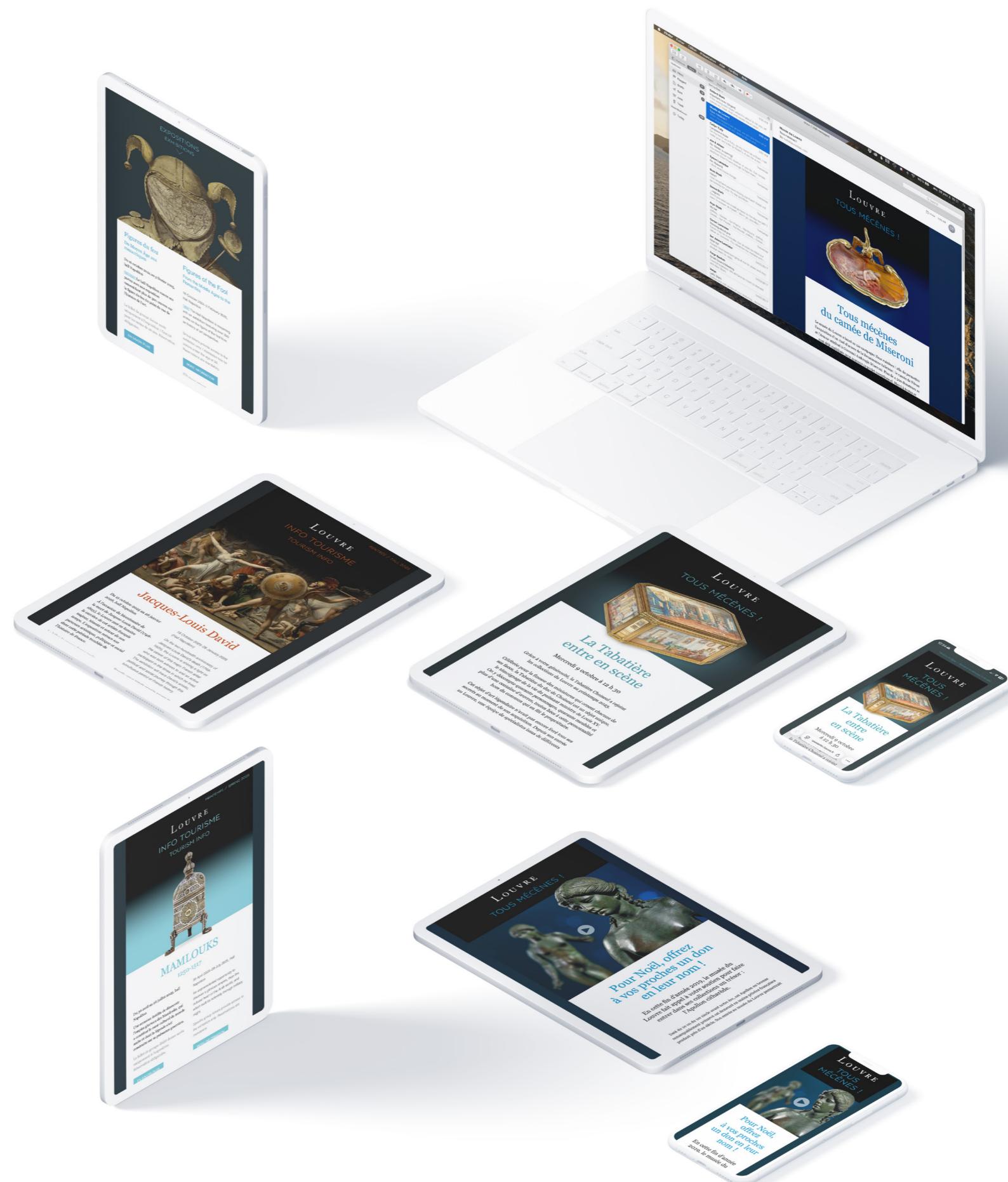
### LOUVRE COUTURE Art and fashion: Statement Pieces

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 \(in French\)](#)



## LOUVRE

### 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](#)

 [Tourisme Rentrée 2025](#)

[Tourisme Printemps 2025](#)

+ [Tous mécènes !](#)

[La Tabatière Choiseul](#)

[La Tabatière en scène](#)

[Le camée de Miseroni](#)

[Appel au don Pour Noël](#)



*“Si mon cursus de formation en design digital fut récompensé par un titre honorifique de major de promo, on retiendra bien plus qu'une simple mention sur mon CV : la carte de visite d'un D.A. de CANAL+ glissée à l'issue de la remise des diplômes. Ce précieux sésame m'aura ouvert la première d'une longue série de portes. Reconnaissance éternelle.”*

## CANAL+

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

Depuis 1999, Canal me confie des projets aussi bien digitaux que print. En 25 ans, en salarié ou en freelance, j'aurai participé notamment à plusieurs refontes de leurs sites web, créé le premier site web de Zinédine Zidane (eh oui !) et croisé du beau monde. On continue sur la même base de confiance. Il faut dire qu'à présent je connais « assez bien » la maison et l'identité de la marque.



## 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.

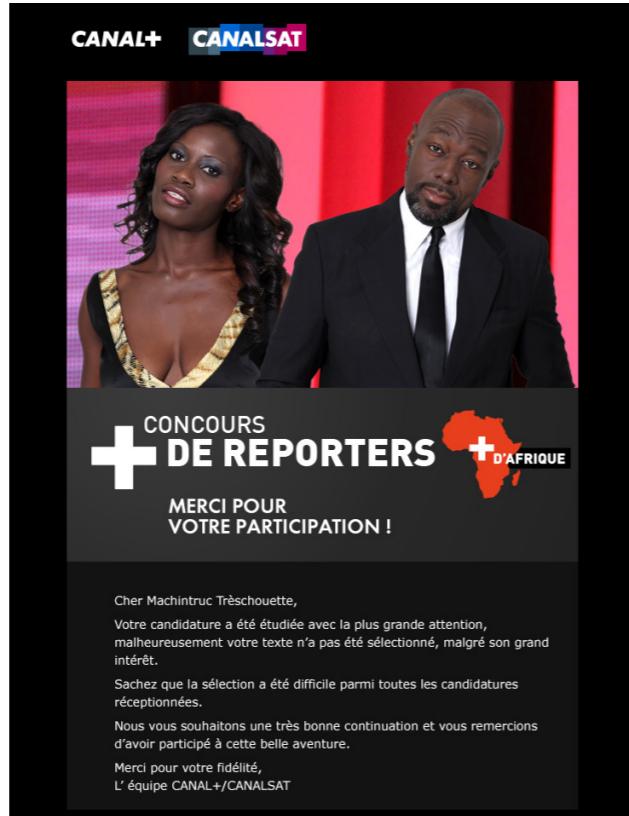
Après avoir défini et rassemblé les différentes itérations et être parvenu à un parcours utilisateur cohérent, accessible et parfaitement adapté aux besoins de chaque région, j'ai pu passer à l'action, depuis le design de la page d'accueil à celui d'une grille de programmes TV en temps réel, les pages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



## 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.

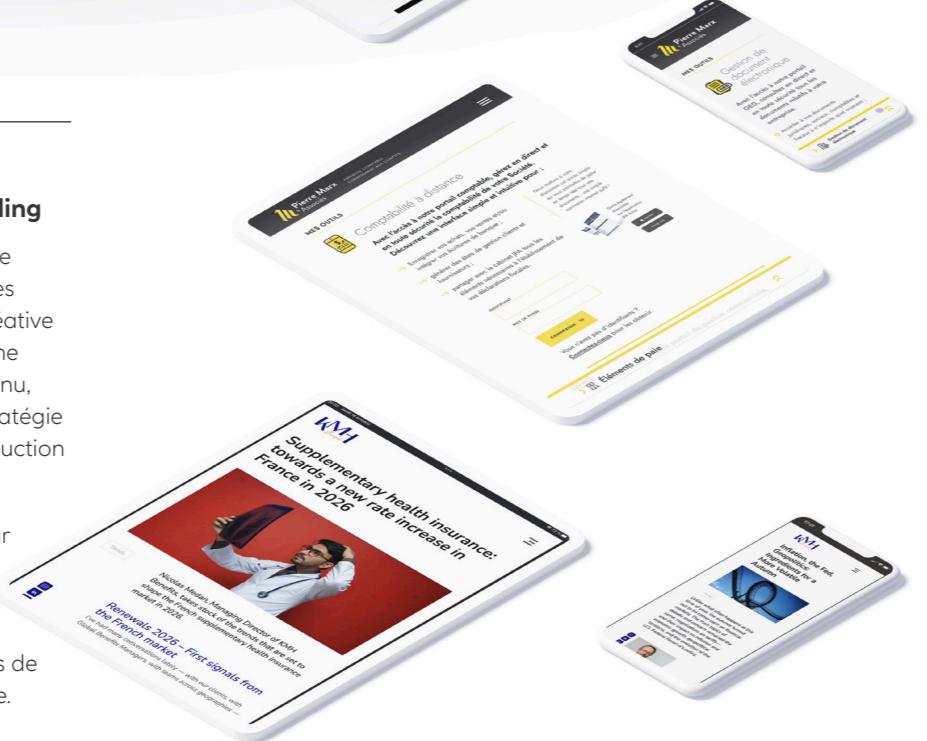


# 40 AIR

## 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

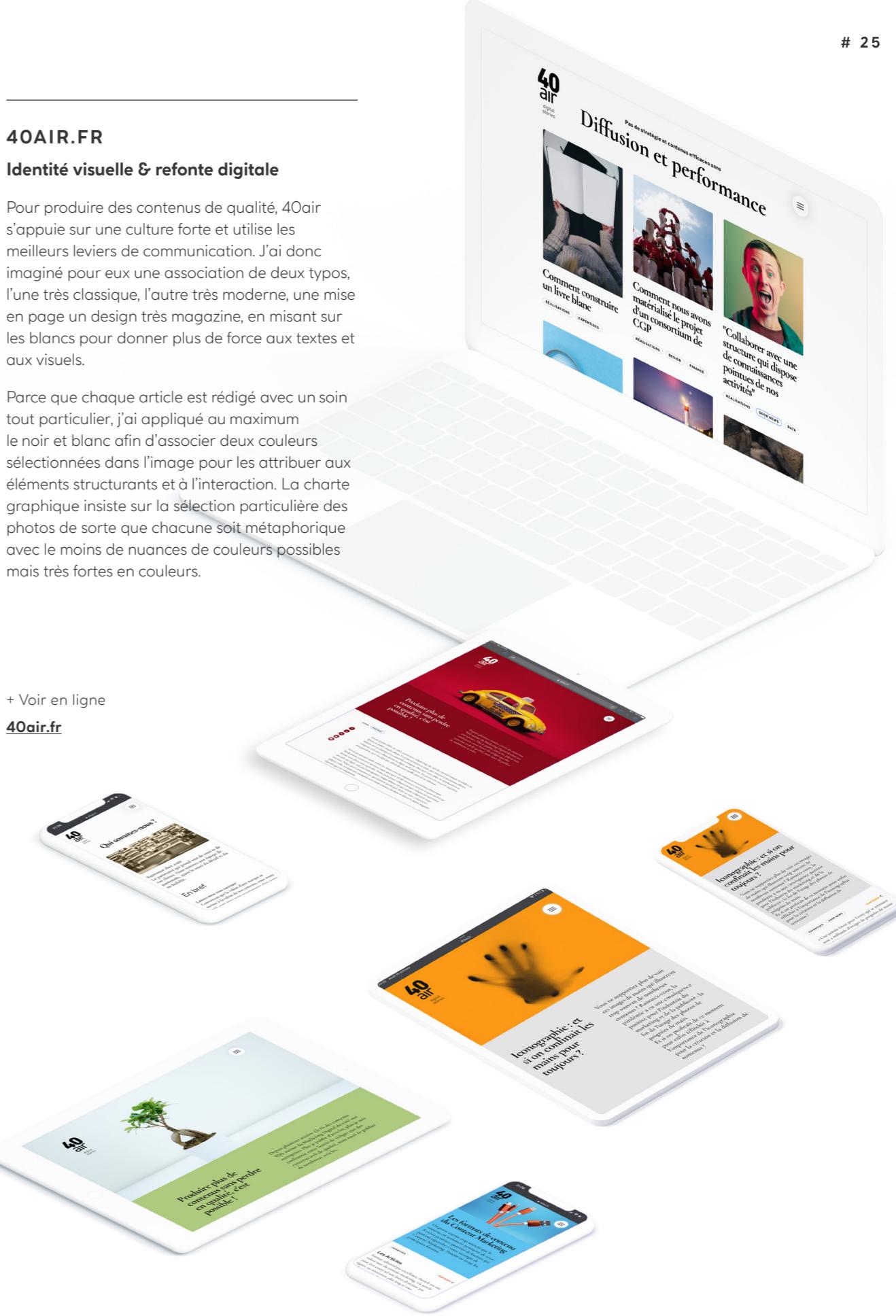
### Identité visuelle & refonte digitale

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](http://40air.fr)



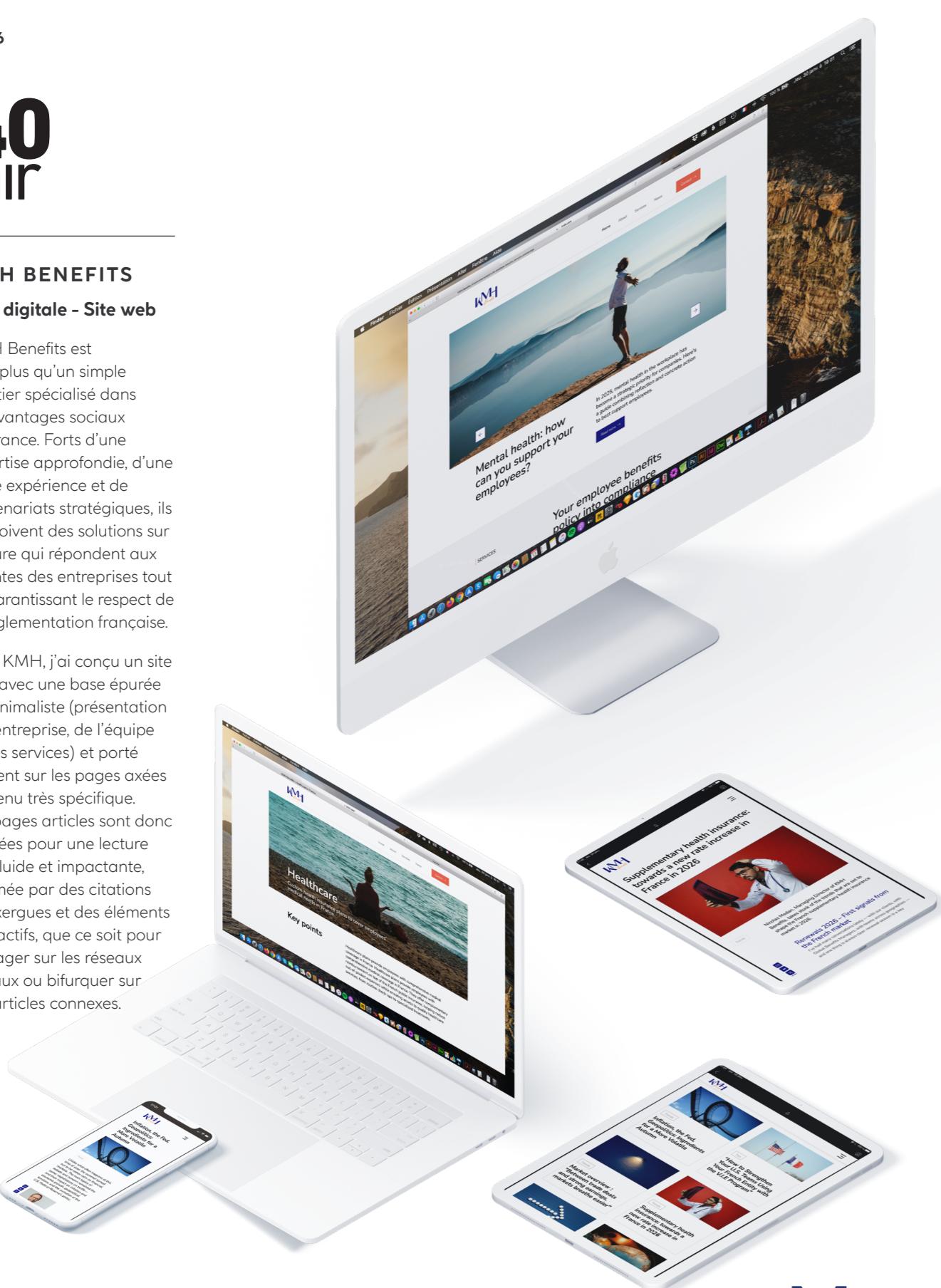
# 40air

## 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](#)



## 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, nous disposions d'un peu moins de deux mois pour étudier la demande du CNRS, pousser nos recherches, décider des options que nous allions 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.



# 40air

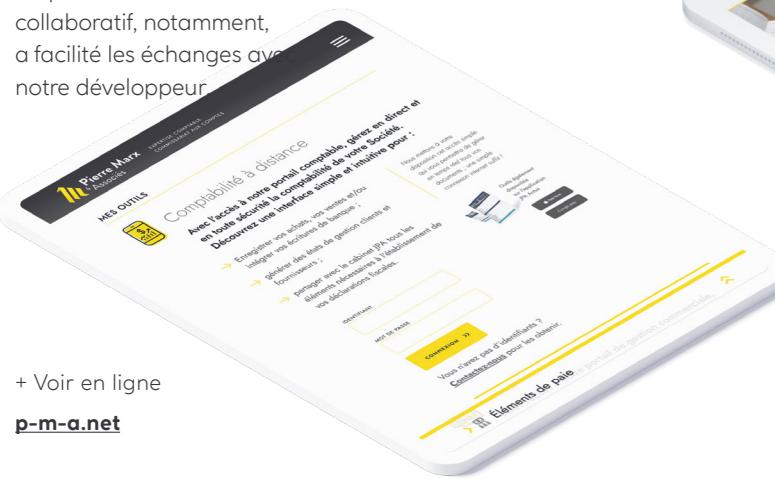
## PIERRE MARX & ASSOCIÉS

### 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, nous 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 notre développeur.



+ Voir en ligne

[p-m-a.net](http://p-m-a.net)



Pierre Marx  
& Associés



# 40 air

## 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

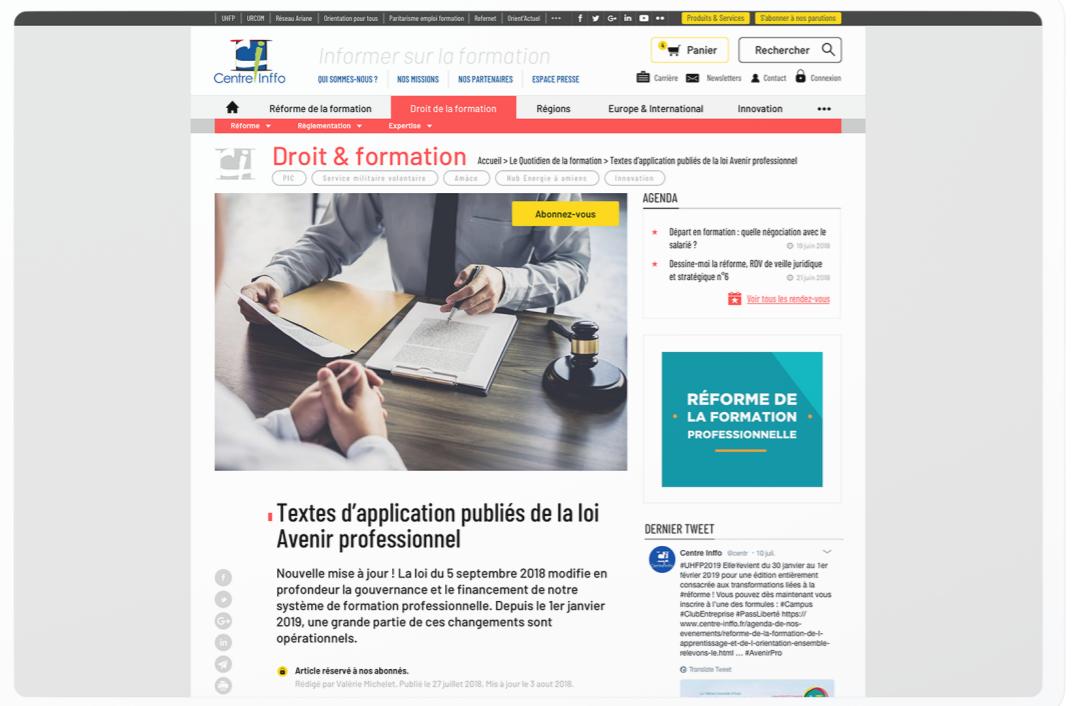
### Création d'un livre blanc

« 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.



Il faut préparer et anticiper son passage à la retraite pour espérer maintenir une partie plus conséquente de ses revenus, sous peine de mauvaise surprise.



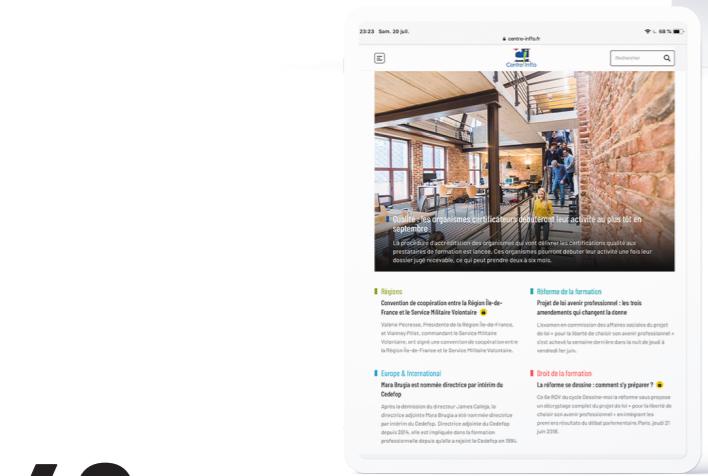
# 40 air

+ 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. Nous avons travaillé sur la refonte des sites d'information de Centre Inffo pour en faire un site unique et à jour, un vaisseau amiral.



**EMB**  
E-INTELLIGENCE  
MEANS  
BUSINESS



**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. L'ensemble des équipes de 40air ont œuvré pour donner à EMB, acteur majeur de la data marketing, une image plus conforme à ses ambitions. De la genèse de ce projet à sa finalisation, nous vous dévoilons les coulisses de notre démarche.

# 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 XXe siècle, dont dix-neuf sont inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

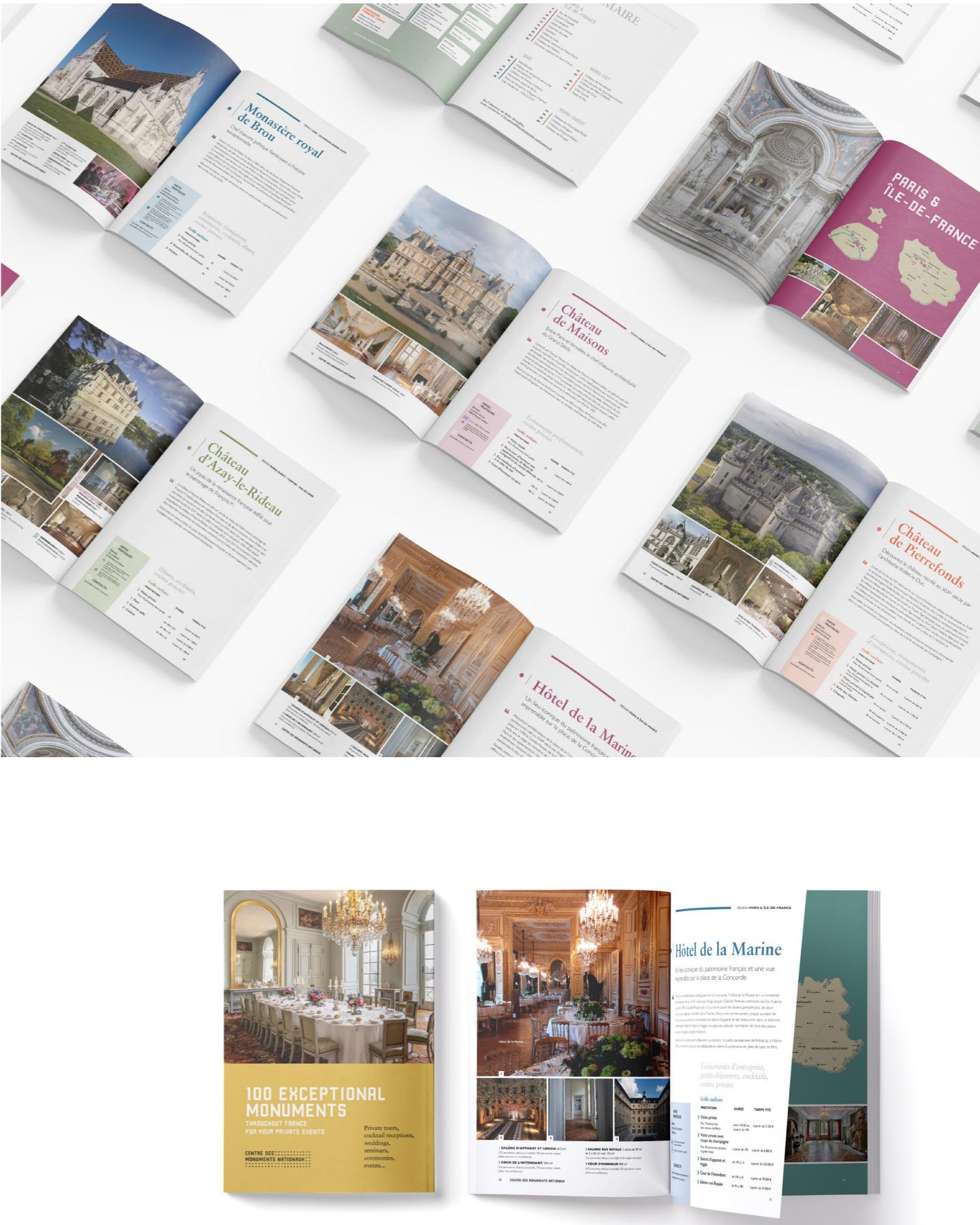


## CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

### BROCHURE LOCATION ESPACES

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

Afin d'appuyer notre 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.



## IDENTITÉ VISUELLE

Pour la création de cette identité visuelle, la recherche de pistes créa m'ont conduit dans l'univers très riche et coloré des années 50 à 80. L'objectif fut d'évoquer au premier regard l'intention de rassembler et partager les souvenirs d'une époque foisonnante, légère et insouciante 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. Il ne s'agit pas d'une fonte existante mais d'une création originale, inspirée du normographe avec une forme de lettres minimalistes et comme si chaque lettre était indépendante dans un alphabet en kit. La superposition des lettres donnent à l'ensemble un côté plastique, léger et enfantin.

*Rassembler  
les souvenirs  
et ceux qui  
les aiment.*

## NEWSLETTER & STORIES

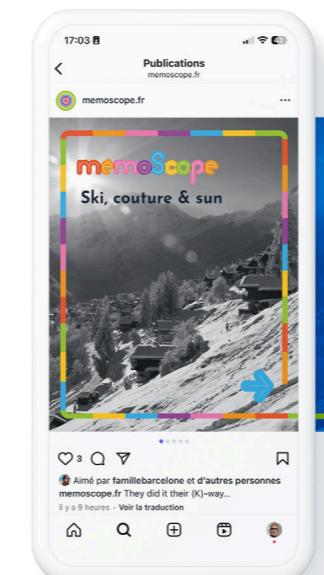
mémoScope peut appuyer sa communication sur son identité visuelle déclinée sur les premiers supports : un gabarit de newsletter et des templates pour produire des stories et publications sur les réseaux sociaux.

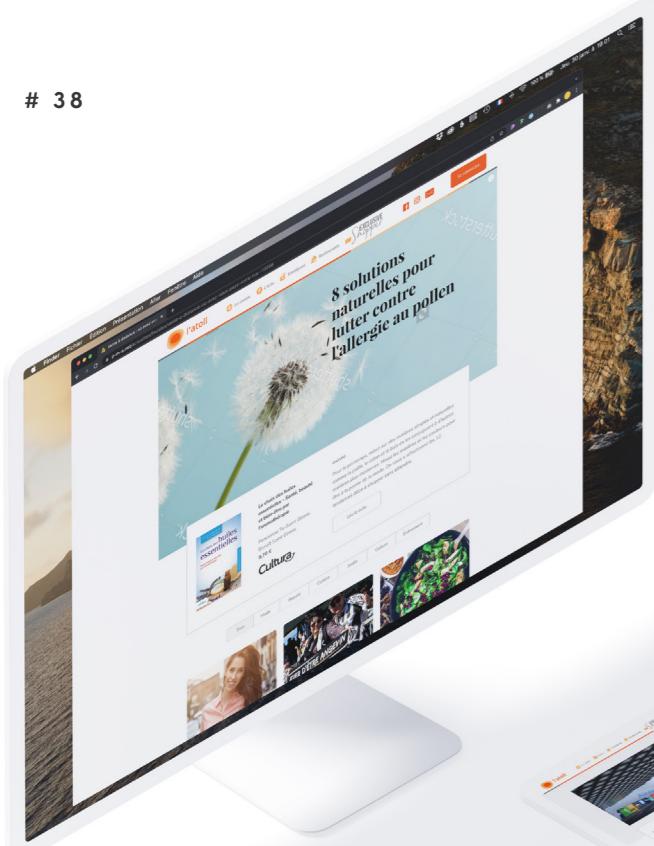
En plus de la papeterie, j'ai conçu un gabarit de newsletter dont chaque rubrique reprend une couleur des lettres du logo, ainsi que des templates de stories et de publications.



+ Voir en ligne

[memoscope.fr](http://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](#)



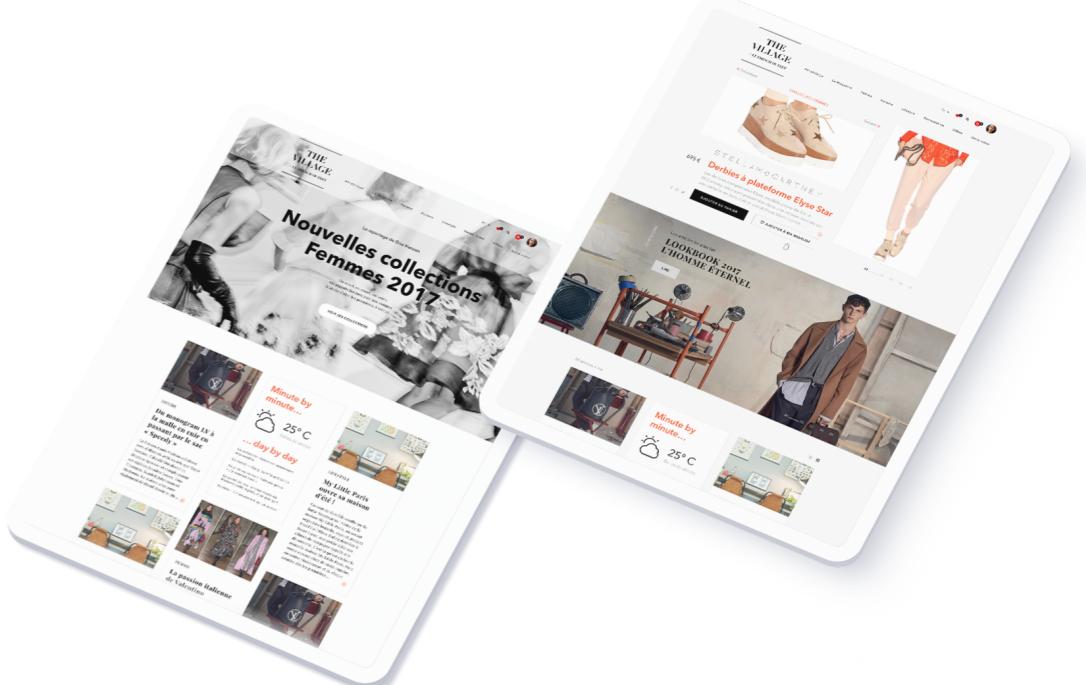
COMPAGNIE  
DE  
PHALSBOURG



+ Voir en ligne



[The Village Outlet](#)



## 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.

# 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 site simple en HTML5 avec juste le contenu qu'il faut pour présenter l'activité et devant garantir un 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

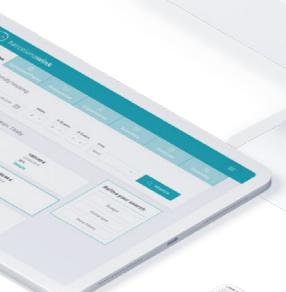
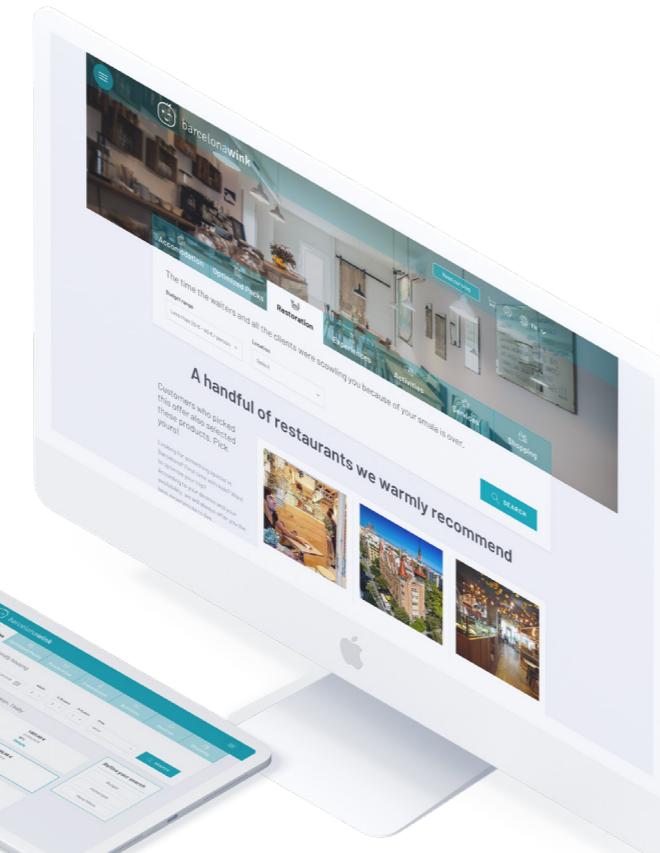
Barcelona Wink rassemble l'ensemble des services pour permettre aux familles de profiter au mieux de leur séjour.

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](#)



# BRANDING

## Création ou refonte d'identité visuelle

Après avoir effectué un audit préalable permettant de connaître l'historique, les valeurs, l'ADN de l'entreprise, j'entame un dossier rassemblant l'ensemble du processus de création depuis les recherches visuelles, les premières propositions de pistes créatives, la synthèse des retours clients, les améliorations apportées sur la piste retenue jusqu'à la version validée. La charte graphique prend forme : elle détaille les caractéristiques techniques du logo et les règles d'utilisation, indique les valeurs des couleurs pour utilisation print et digitale, la typographie choisie et celles qui devront être utilisées, les déclinaisons de formats afin de s'adapter au mieux dans tous les environnements et supports visuels possibles et de garantir la cohérence et une efficacité optimale.



## **PORTFOLIO**

# **JEAN-PHILIPPE LAMBLIN**

---

## **ADRESSE**

**SITGES (BARCELONA)**  
C/ Pepe de Garraf 13  
Bajo 1a

## **CONTACT**

T. +34 646 646 110  
[www.jaunedeau.com](http://www.jaunedeau.com)  
[hello@jaunedeau.com](mailto:hello@jaunedeau.com)