

# port FOLIO

AMBRE MOULIN

# hello



## ETUDIANTE EN CRÉATION NUMÉRIQUE

Contact :

07.81.53.12.21

ambremoulin35@gmail.com

## FORMATION

**Kaplan international** 2025  
**New York ( 2 mois )**  
Cours d'Anglais

**MyDigital School** 2022/2025  
Bachelor Création numérique

**Lycée Assomption** 2019/2022  
Baccalauréat général,  
Mathématiques et Sciences  
économiques et sociales.

## EXPÉRIENCES

**Chargée de communication** 2024/2025  
**Néotoa - Alternance**

- Réalisation support print/web
- Déclinaison charte graphique
- Organisation événements

**Stage en direction artistique** 2024  
**Vincent Amiot - Stage de 2 mois**

- Création graphique print et web.
- Community management.
- Déclinaison charte graphique

**Chargée de communication** 2023  
**Lizia Stage de 2 mois**

- Stratégie marketing
- Community management
- Organisation événements
- Réalisation support print/web
- Stratégie de communication
- Rédaction de communiqué de presse

## LANGUES

Français / Anglais / Espagnol

## COMPÉTENCES

Création graphique prints  
et web : Suite Adobe  
(ai,ae,psd,in,xd)

Webdesign

Stratégie marketing

Intégration web : HTML, CSS  
et Wordpress.

**Auxilière de vie** 2023 - 2026  
**( job d'été )**

Epauler les personnes âgées de la résidence et  
participer activement à la vie de la résidence

**Banque alimentaire** 2021  
**( bénévolat )**

Participation bénévole aux récoltes de la  
banque alimentaire.

# AMBRE moulin

som   
maire

1. PISTIL
2. LOOMI
3. LA MER
4. BRAND RACE
5. CITRON
6. FORMULE 1
7. GOSSELICO
8. DESIGN
9. PACKSHOT

# pistil ↘

## CRÉATION IDENTITÉ VISUELLE PRINT VITROPHANIE

Ce projet a été réalisé dans le cadre d'un workshop intensif de 4 jours. L'objectif était de concevoir l'identité visuelle complète d'un projet fictif, tiré au hasard, en respectant une contrainte graphique et un support imposé.



J'ai choisi de travailler sur la création de l'identité visuelle d'un **fleuriste indépendant "pistil"**. Le défi principal de ce projet résidait dans l'interdiction d'utiliser toute représentation florale, afin de s'éloigner des clichés traditionnellement associés à cet univers.

**Concept :** l'odeur des fleurs. Je suis partie de l'idée de retranscrire visuellement l'odeur qui embaume les boutiques de fleurs. J'ai imaginé un univers graphique composé de formes abstraites, arrondies et colorées, évoquant les volutes et l'intensité des parfums floraux.

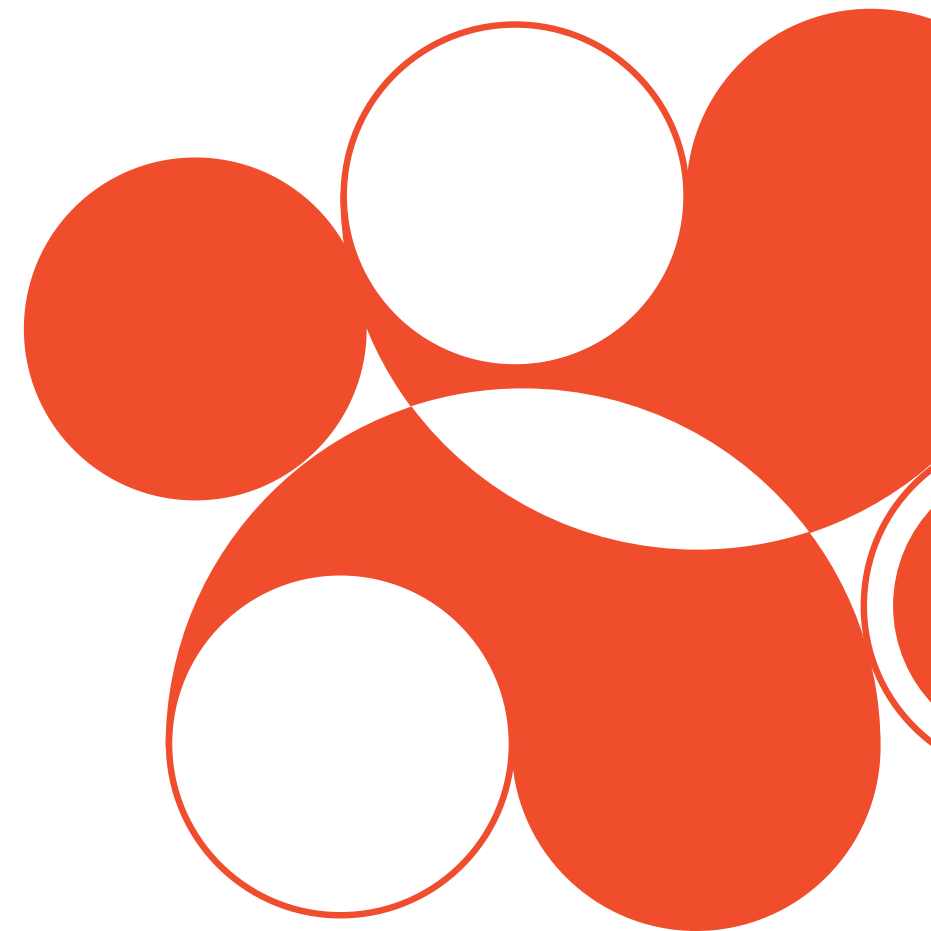
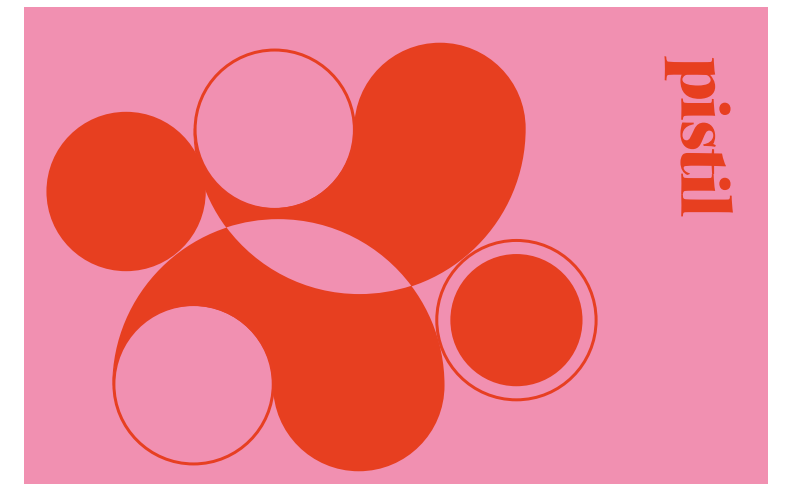
**Objectif :** Créer une identité moderne, colorée et accessible, pouvant se décliner facilement sur différents supports numériques et imprimés, tout en suscitant un sentiment immersif et sensoriel, proche de l'enveloppement olfactif qu'on ressent en entrant chez un fleuriste.

**Plaisir  
d'offrir**

### Charte graphique :

**Couleurs :** des teintes vives et contrastées, utilisées en duo (une pour les formes abstraites et une pour le fond) afin d'évoquer à la fois la force des odeurs et la vivacité des couleurs florales.

**Typographie :** un caractère serif droit et structuré, créant un contraste avec les formes organiques et arrondies des motifs, pour renforcer l'équilibre et la lisibilité de l'identité.



# loomi ↘

## GESTION DE PROJET CRÉATION IDENTITÉ VISUELLE PRINT WEBDESIGN

Ce projet a été réalisé tout au long de l'année en groupe de 5 personnes. Il s'agissait de concevoir un projet complet, de la réflexion du concept à sa stratégie, sa viabilité économique, la création de son identité visuelle et de ses supports jusqu'au développement du site web.



Nous avons imaginé Loomi, une boutique en ligne proposant des box créatives évolutives, permettant à chacun de découvrir et de progresser dans des activités manuelles à son rythme. Chaque box contient le matériel nécessaire et un support pédagogique (guide illustré ou tutoriel vidéo), offrant une expérience créative complète et accessible, du débutant au confirmé.

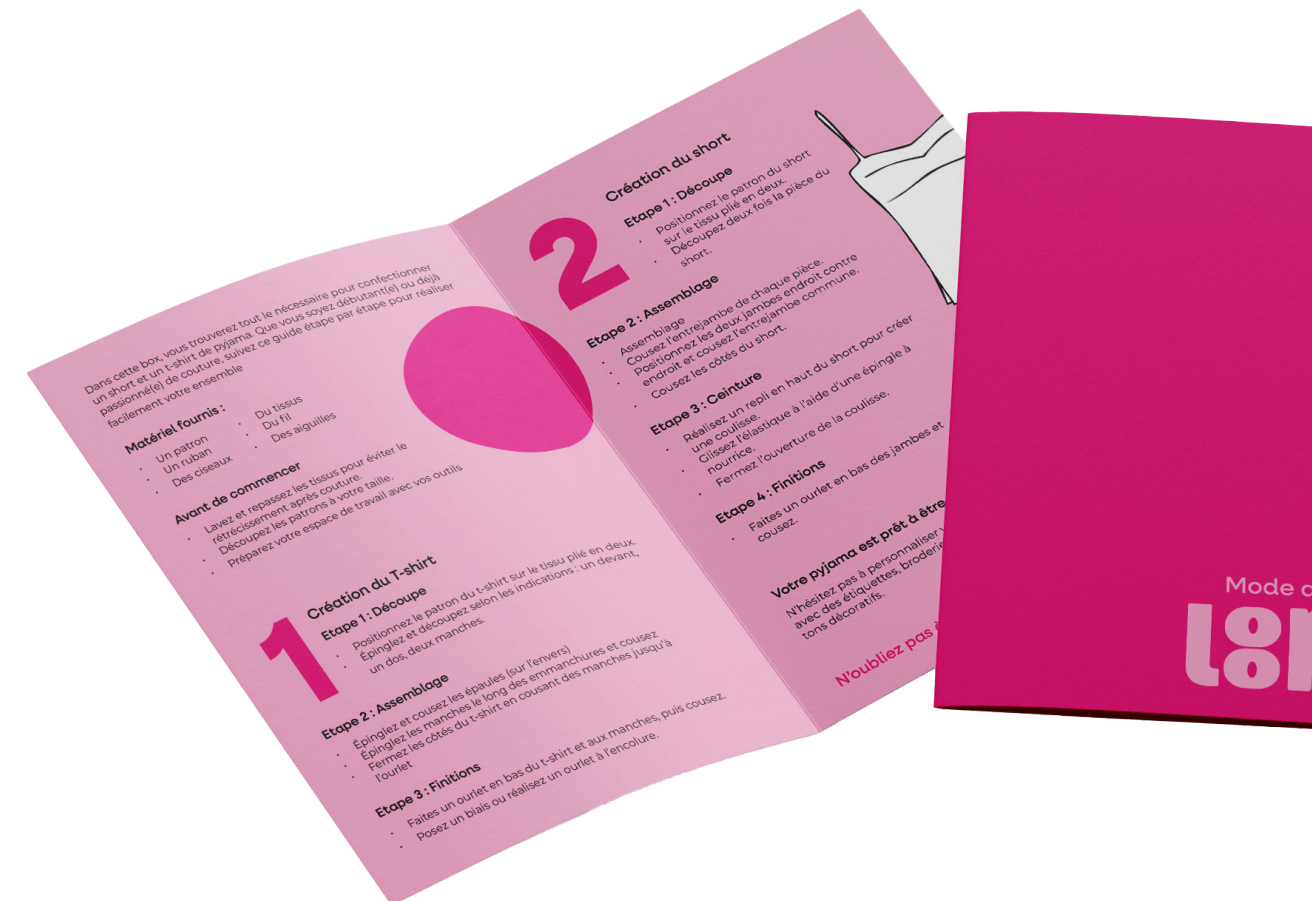
Mon rôle dans ce projet était de concevoir l'identité visuelle complète de la marque. Pour cela, nous avons développé trois pistes graphiques distinctes, chacune explorant un univers visuel différent.

En collaboration avec l'équipe nous avons confronté ces propositions pour en sélectionner une, en phase avec nos objectifs stratégiques et créatifs.

La piste retenue se distingue par un univers structuré, modulable et en mouvement, évoquant l'idée d'évolution et de progression. Les formes semblent pouvoir se transformer et s'adapter, à l'image du parcours créatif proposé par Loomi.

Cette identité transmet l'idée que Loomi n'est pas une simple activité ponctuelle, mais un chemin d'apprentissage et de découverte, où chaque box devient une étape et un défi à relever.

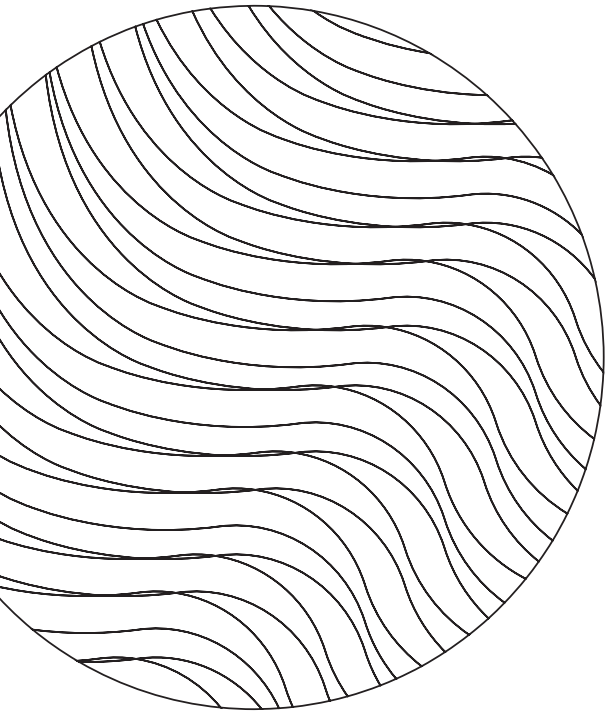
J'ai également contribué à la création de la maquette complète du site internet, en veillant à décliner l'univers graphique retenu et à proposer une interface à la fois intuitive, dynamique et en cohérence avec l'esprit de la marque.



# la mer ↘

## REFONTE IDENTITÉ VISUELLE PRINT

Ce projet consistait à repenser l'identité visuelle de la marque de cosmétique LA MER. L'objectif était de lui offrir une image plus moderne, tendance et luxueuse, en phase avec les attentes de sa clientèle actuelle et future.



Le but était de proposer trois pistes créatives distinctes, déclinables sur plusieurs supports (packaging, affiches, shopping bags).

**Piste 1 :** un univers mat et épuré, inspiré de la texture des algues, avec une esthétique minimaliste jouant sur la sobriété et la naturalité.

**Piste 2 :** une approche plus sensorielle et dynamique, autour des étoiles de mer, des vagues et des déclinaisons de bleu, évoquant l'univers marin et le soin.

**Piste 3 :** un concept minimaliste et contemporain, basé sur les reflets et les matières argentées, pour une image à la fois luxueuse et résolument moderne.



# brand race ↘

## CRÉATION IDENTITÉ VISUELLE PRINT

Ce projet a été réalisé lors d'une semaine immersive en anglais. En groupe de 5, nous devions concevoir un jeu de société entièrement en anglais, incluant ses règles, son design et sa mécanique.



L'exercice visait à gagner en aisance à l'oral, à apprendre du vocabulaire et à produire des livrables en anglais, tout en imaginant un serious game destiné à sensibiliser les joueurs à un sujet lié au numérique.

Nous avons imaginé Brand Race, un jeu pédagogique autour de l'identité de marque et des chartes graphique



### Règles du jeu :

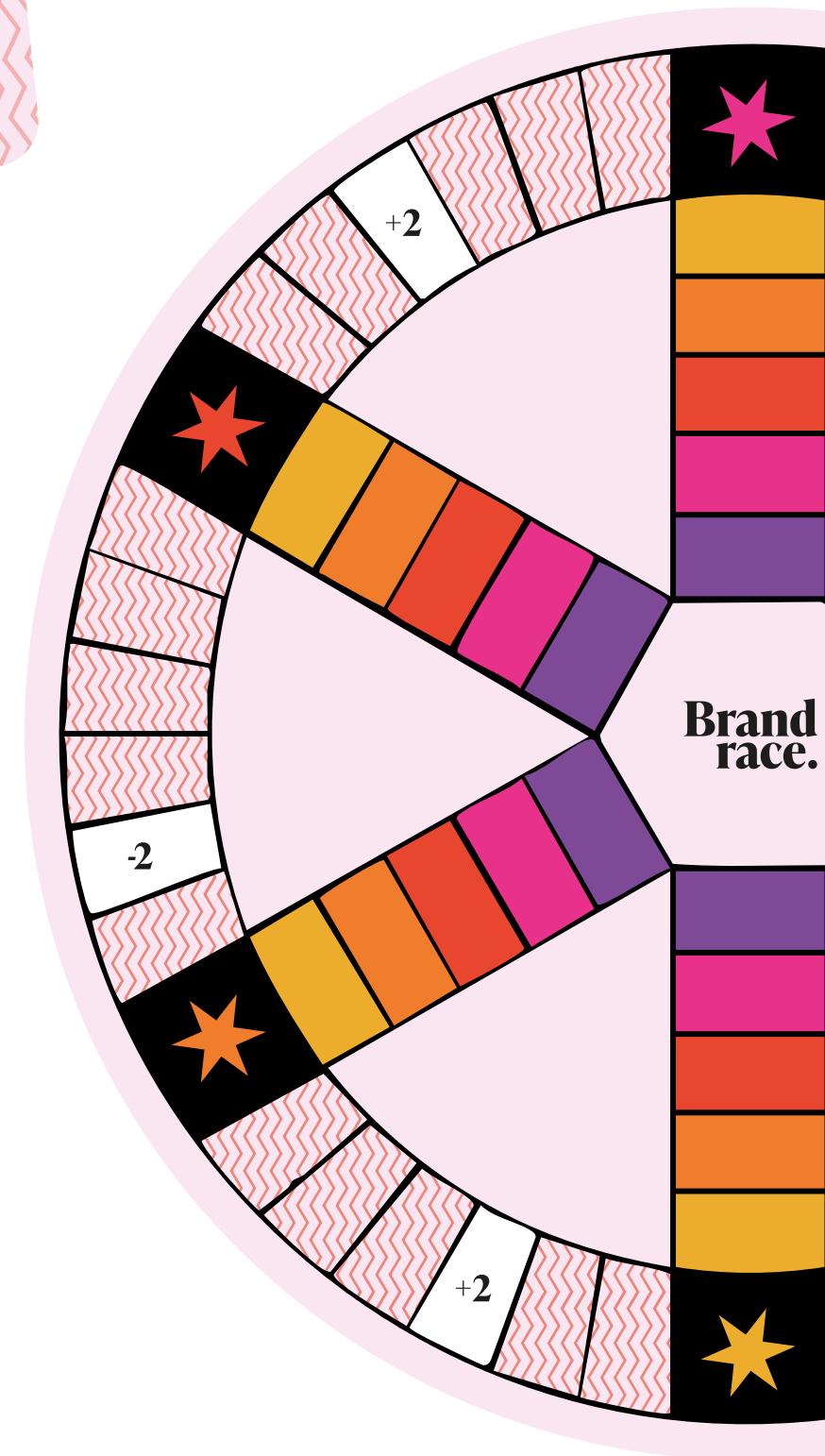
Le but est d'être le premier à reconnaître des marques à différents niveaux de difficulté, puis de reconstituer sa propre charte graphique pour remporter la partie.

Le plateau se compose de cases neutres, bonus et malus, de cartes thématiques (logos, typographies, couleurs, slogans, logiciels de création et questions sur la charte graphique) et d'un système de joker numérique via QR code.

Le jeu se joue de 2 à 6 joueurs, et mêle quiz, stratégie et hasard, en avançant sur le plateau grâce au dé.

Lors du tour final, chaque joueur doit répondre correctement à une série de questions liées aux éléments d'une charte graphique pour atteindre le centre du plateau et remporter la partie.

Ce projet m'a permis de travailler en anglais dans un cadre créatif et ludique, d'apprendre à structurer des règles de jeu claires et attractives en langue étrangère, et de concevoir une expérience pédagogique mêlant graphisme et culture digitale.



# citron ↘

## ILLUSTRATION CRÉATION GRAPHIQUE PRINT

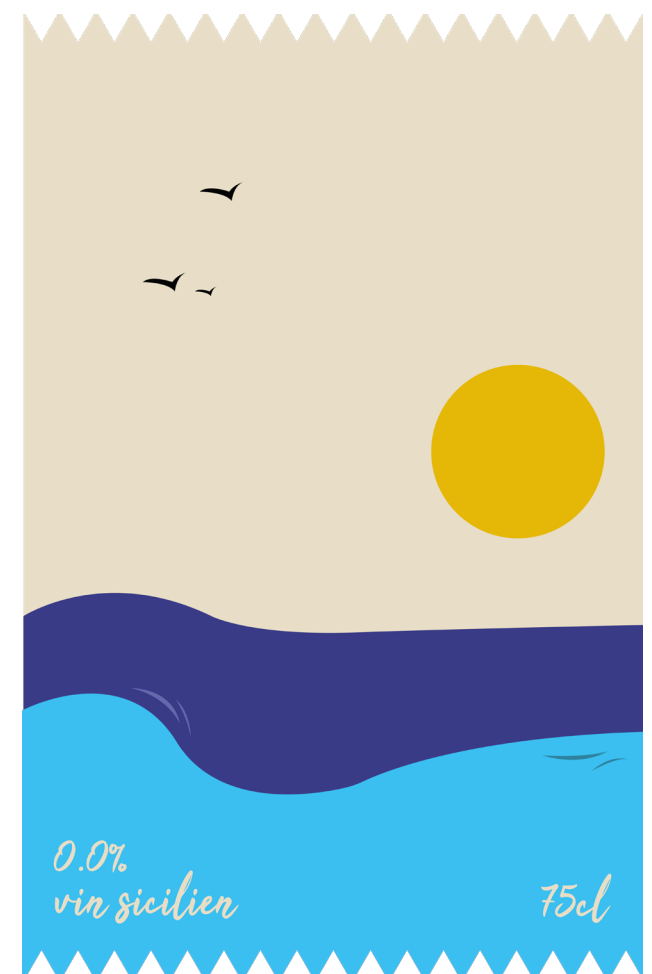
Ce projet consistait à concevoir l'étiquette d'une boisson sans alcool (vin, gin, bière...) en fonction d'un thème imposé et du type de boisson sélectionné, tout en respectant des contraintes techniques spécifiques (année de production, origine...). La réalisation devait être entièrement illustrée à la main, sans recours à l'intelligence artificielle.

# le citron

J'ai choisi de travailler sur un vin blanc sans alcool aromatisé au citron, produit en Sicile et datant de 2023. Mon objectif était de créer une étiquette évoquant à la fois le voyage, l'été et la fraîcheur.

Dans un premier temps, j'avais imaginé une composition, inspirée d'une serviette de plage ornée de détails évoquant les vacances et l'exploration. Finalement, j'ai opté pour une approche plus minimaliste, centrée sur le citron, fruit emblématique de l'été et de la Méditerranée.

L'étiquette combine ainsi un paysage marin simplifié et un citron graphique, jouant sur les couleurs et les formes pour évoquer à la fois la légèreté, la fraîcheur et l'évasion. J'ai choisi de conserver l'essentiel : le citron et le paysage, pour une composition épurée et symbolique.



# formule 1 ↘

## CRÉATION GRAPHIQUE PRINT

Ce projet consistait à concevoir de A à Z un magazine papier autour de l'univers de la Formule 1. L'objectif était de créer un support capable de séduire à la fois les passionnés historiques et le nouveau public découvert via la série Netflix dédiée à ce sport.



Pour ce magazine, j'ai choisi de construire une direction artistique sobre et élégante en optant pour une base blanche, rehaussée de touches de rouge, couleur emblématique et dynamique associée à la F1.

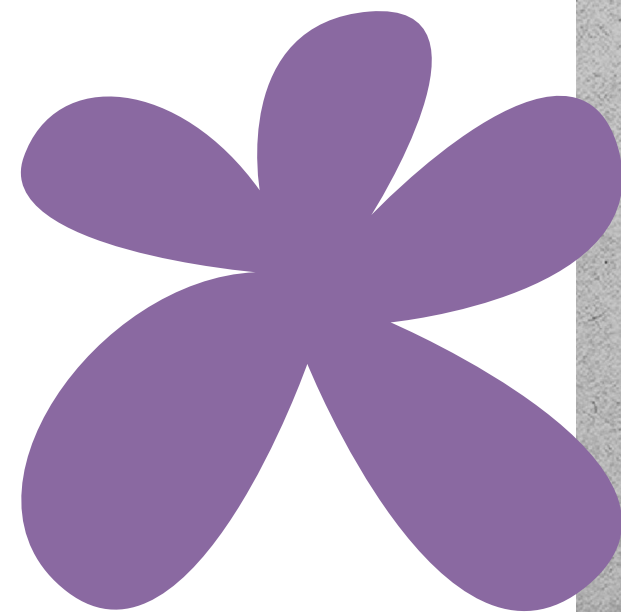
Afin de renforcer cette atmosphère à la fois classe et intemporelle, toutes les images utilisées sont en noir et blanc, créant ainsi une harmonie visuelle sur l'ensemble des pages et valorisant l'aspect historique et prestigieux de cette discipline.



# gosselico ↘

## CRÉATION GRAPHIQUE PRINT

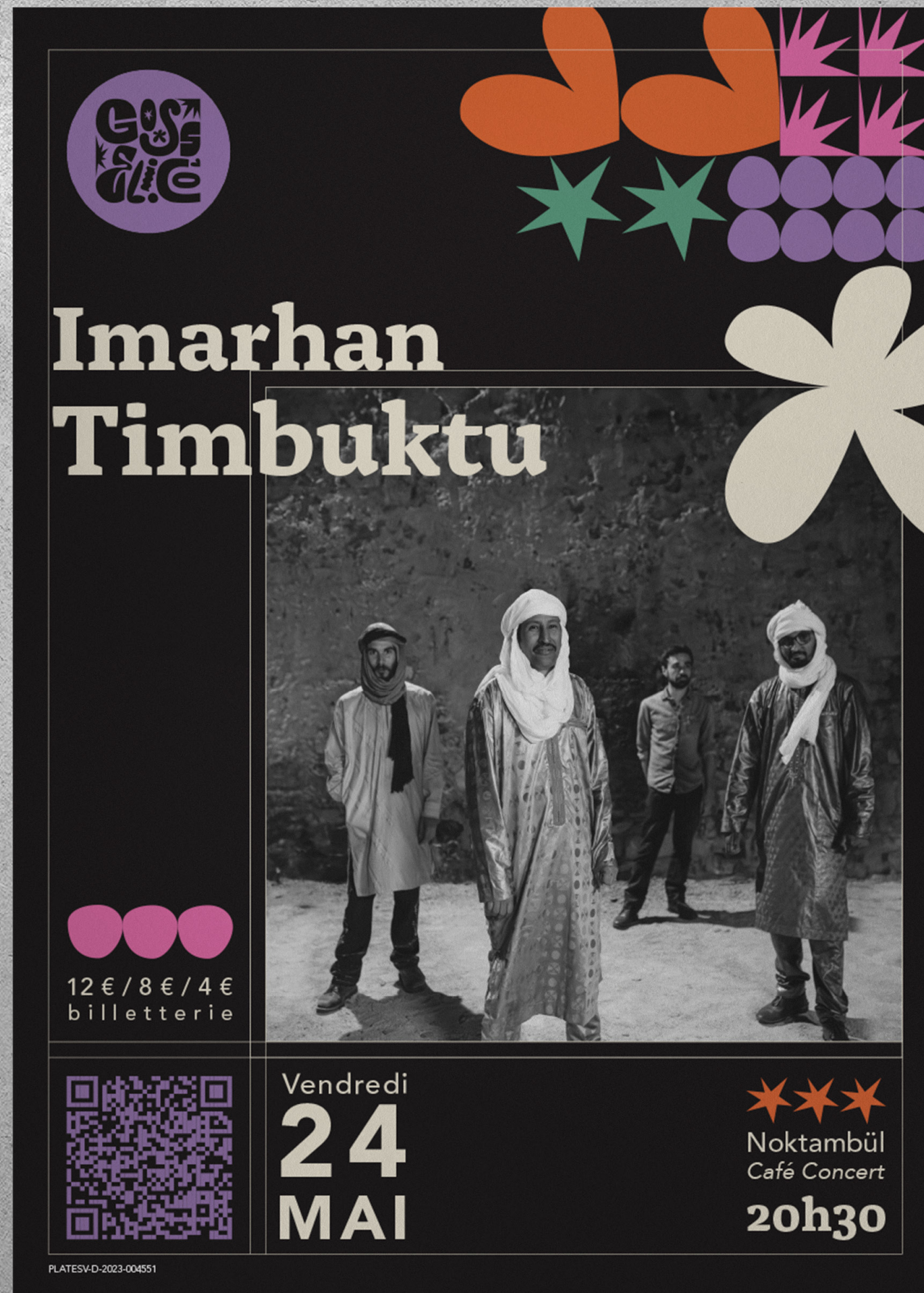
Ce projet avait pour objectif de concevoir une affiche annonçant le tout premier événement de l'association Gosselico, qui organise et produit des concerts sur Rennes et ses alentours.



Pour cette affiche, je me suis appuyé sur l'identité visuelle existante de l'association, construite autour de gymniques de couleurs et d'une grille graphique bien définie.

L'enjeu était de créer un visuel dynamique et identifiable, respectant cette charte, tout en captant l'attention dans des lieux conviviaux comme les bars et cafés, où l'affiche serait diffusée.

L'événement concernait un concert du groupe Imarhan Timbuktu, et l'affiche devait valoriser à la fois l'univers musical du groupe et l'esprit local et fédérateur de l'association.

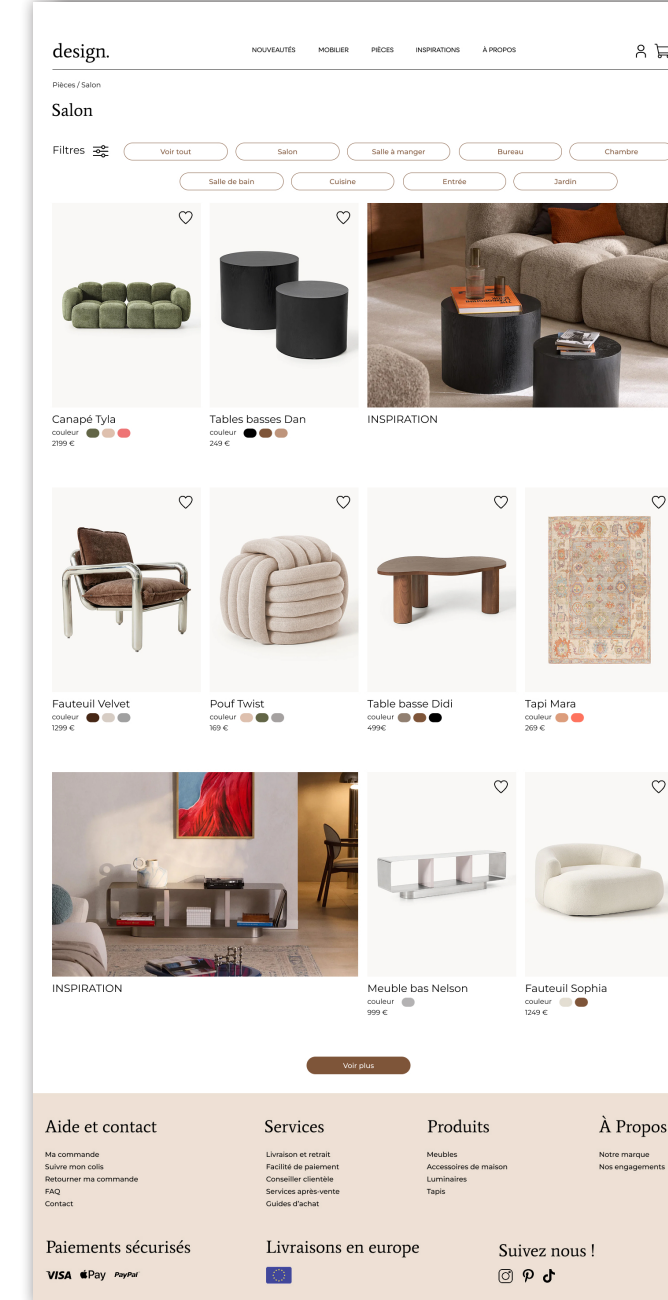


design ↘

## UI/UX WEBDESIGN

Ce projet avait pour objectif de concevoir la maquette d'un site internet de vente de meubles de luxe et de designers. L'objectif était de créer un site de vente de meuble qui permettrait d'offrir à nos clients une expérience fluide et intuitive pour trouver des pièces uniques de designer haut de gamme.

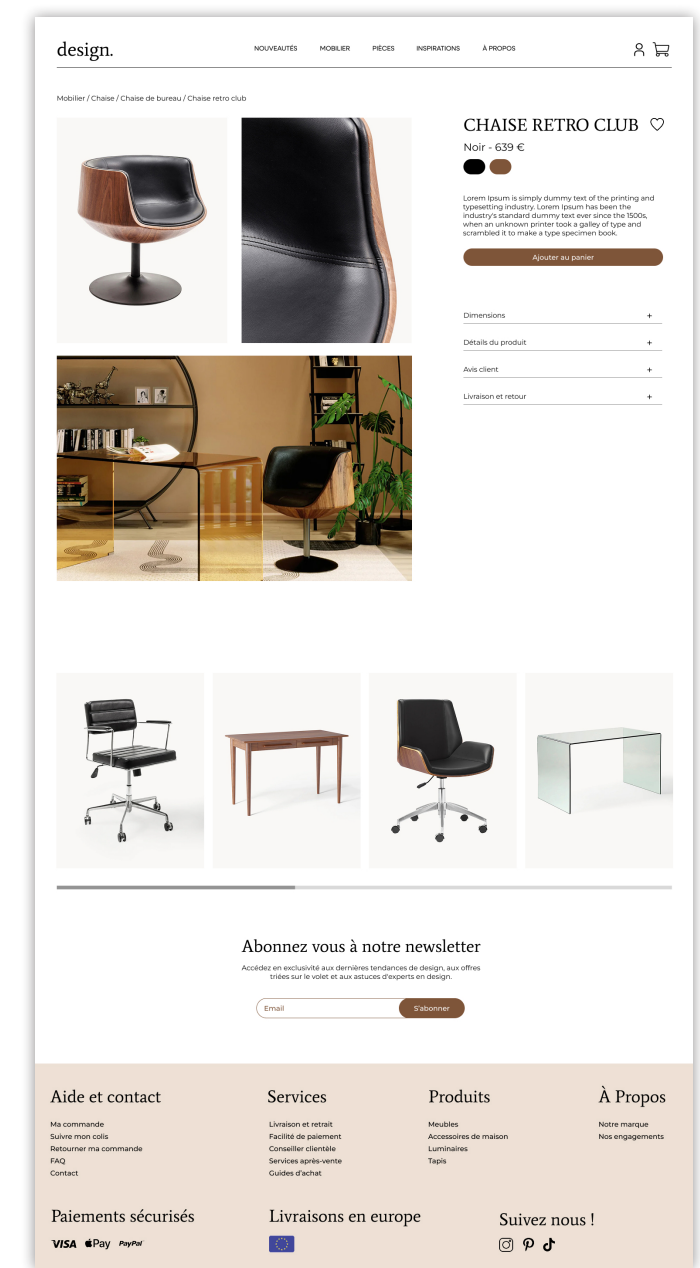
design.



Le travail a débuté par la définition de personas, afin de bien cerner les attentes et les comportements des futurs utilisateurs du site. J'ai ensuite utilisé la méthode du tri de cartes pour structurer et organiser les catégories et contenus de manière cohérente et logique.

J'ai ensuite développé un système de design atomique, en partant des plus petits composants (boutons, pictos, typographies) pour construire progressivement des organismes et des templates complets.

Cette démarche a permis d'aboutir à la réalisation de wireframes fonctionnels, servant de base pour la création de la maquette graphique finale, pensée pour refléter l'univers luxueux, épuré et contemporain de la marque.



# packshot ↘

## PHOTO MONTAGE

Ce projet consistait à réaliser deux photographies produit : un packshot principal et un packshot de détail.  
Le produit et son usage étaient libres, avec pour objectif de proposer des visuels publicitaire créatifs et soignés.



J'ai choisi de travailler sur un coffret de produits cosmétiques, en cherchant à valoriser à la fois l'ensemble du kit et les particularités de chaque produit.

### Visuel packshot principal :

Pour cette image, j'ai souhaité mettre en valeur les trois produits du coffret dans une mise en scène épurée. J'ai utilisé une étagère en verre pour conserver l'attention sur les produits et apporter de la légèreté à la composition.

Afin d'évoquer visuellement la texture et le contenu des produits, j'ai intégré des coulures de gloss autour et sur la surface, créant ainsi un jeu de matière et de couleur qui rappelle l'intérieur des produits..

### Visuel packshot de détail :

Pour le second visuel, j'ai choisi de me concentrer sur un produit spécifique du coffret. J'ai réalisé un gros plan sur l'embout du gloss, en recréant une coulure pour mettre en valeur sa texture et sa teinte.

J'ai ajouté une caractéristique écrite directement sur l'image pour souligner l'efficacité du produit et compléter l'information visuelle.



