



La démarche du studio

PRÉSENTATION

Passionnée de dessin depuis toujours, j'ai très vite orienté mes études dans les [Arts Appliqués](#) en passant un Bac STI AA, puis un BTS en Communication visuelle à Olivier de Serres (75) et le DSAA Bac + 4 qui s'en suit dans la même école.

LA VISION DU STUDIO

Après 2 années de freelance à Berlin puis en tant que Directrice artistique web pour Lacoste je travaille désormais [en freelance à Vannes en Bretagne](#).

J'accompagne mes clients dans une logique de graphisme global:

- Création d'identité visuelle
- Création web: création graphique d'interfaces digitales
- Création print: livrets, dépliants, cartes de visite, affiches

Mon objectif est de [centrer la création sur les besoins de communication](#) (cible, valeurs, ton, ..) de mes clients dont les secteurs sont divers (de marques de luxes aux PME ou associations locales dans le domaine touristique), tout en leur proposant une communication issue de [mon vocabulaire graphique plastique et vivant](#) (textures, dessin, typographie personnalisée).





Expériences professionnelles

—



BERLIN

Freelance de
2009 à 2011

FANNY THAUVIN
GRAPHIC DESIGN

PARIS

D.A web chez
Lacoste e-commerce
de 2011 à 2014

VANNES

Freelance
depuis 2014

VAGUE GRAPHIQUE

Exemple de clients :



GUERLAIN
PARIS

T+
TISSOT





VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Book
Web



RÉALISATIONS DIGITALES

- Lacoste
- Guerlain Presse
- Guerlain Library
- Marie Luv Pink
- Maud & Marjorie
- Fête Impériale
- Les Valseuses Vannes
- Tissot
- Rod House
- Motion
- Chloé Thétiot
- Cooksy
- Hermès

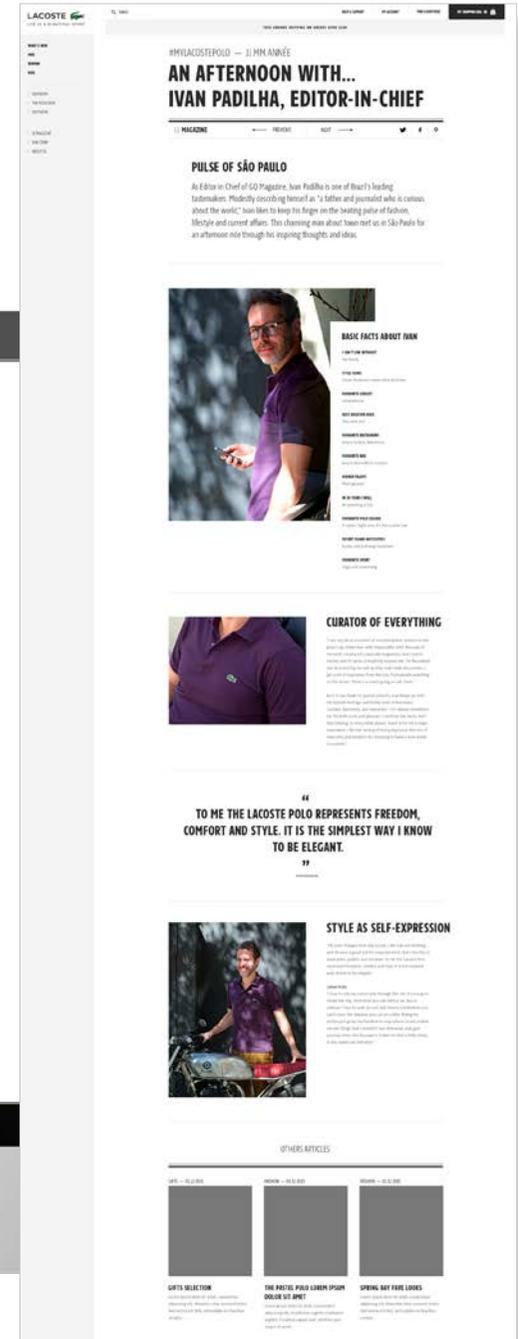
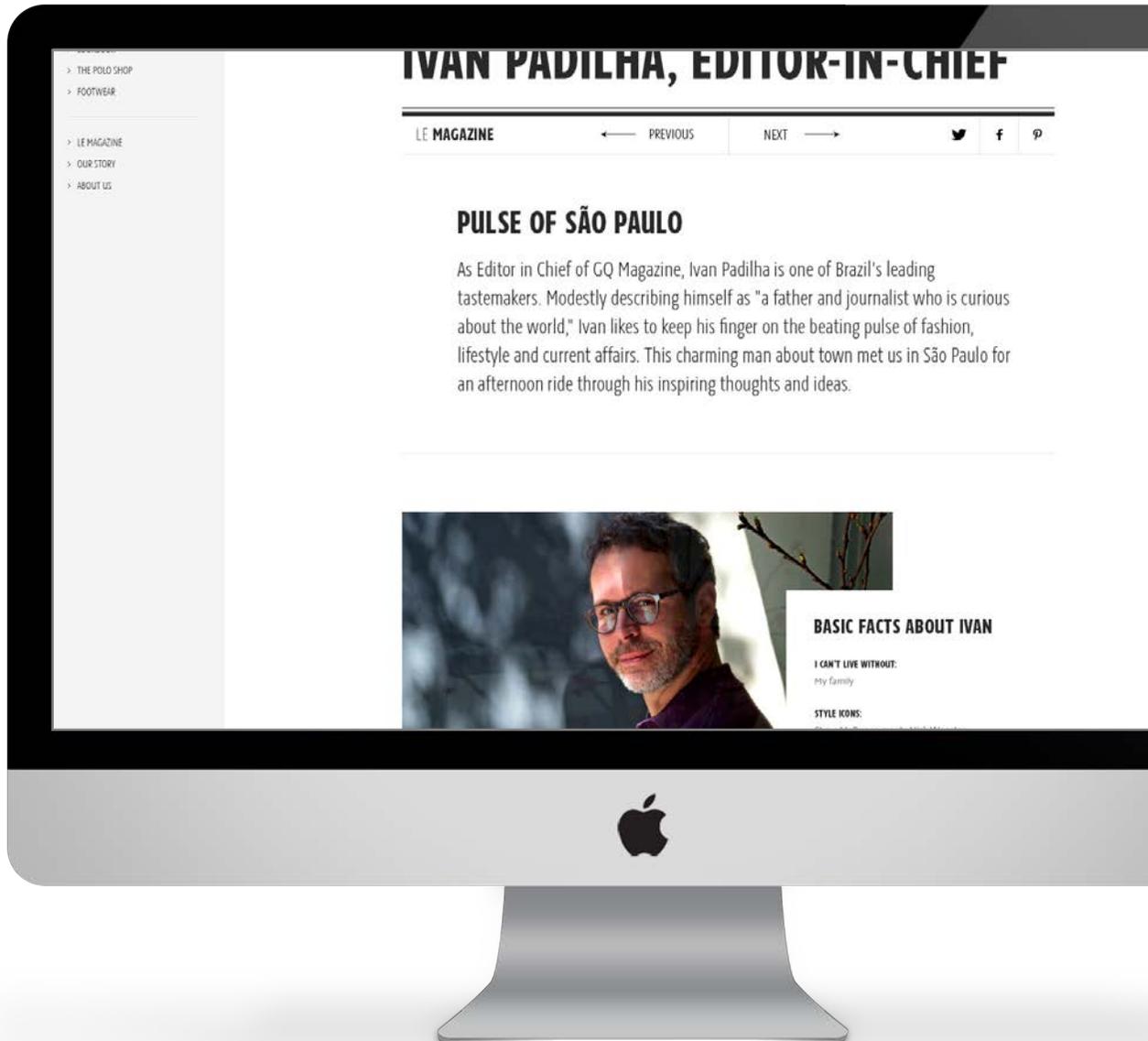


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Lacoste

TEXTILE

Lacoste a souhaité intégrer du contenu éditorial sous forme de «stories» dans son nouveau site en 2015 et j'ai donc créé une mise en page épurée avec des jeux de masses de contenus alternées avec des marges. L'idée était de respecter la charte graphique tout en apportant une mise en page innovante pouvant accueillir une quantité de texte importante.



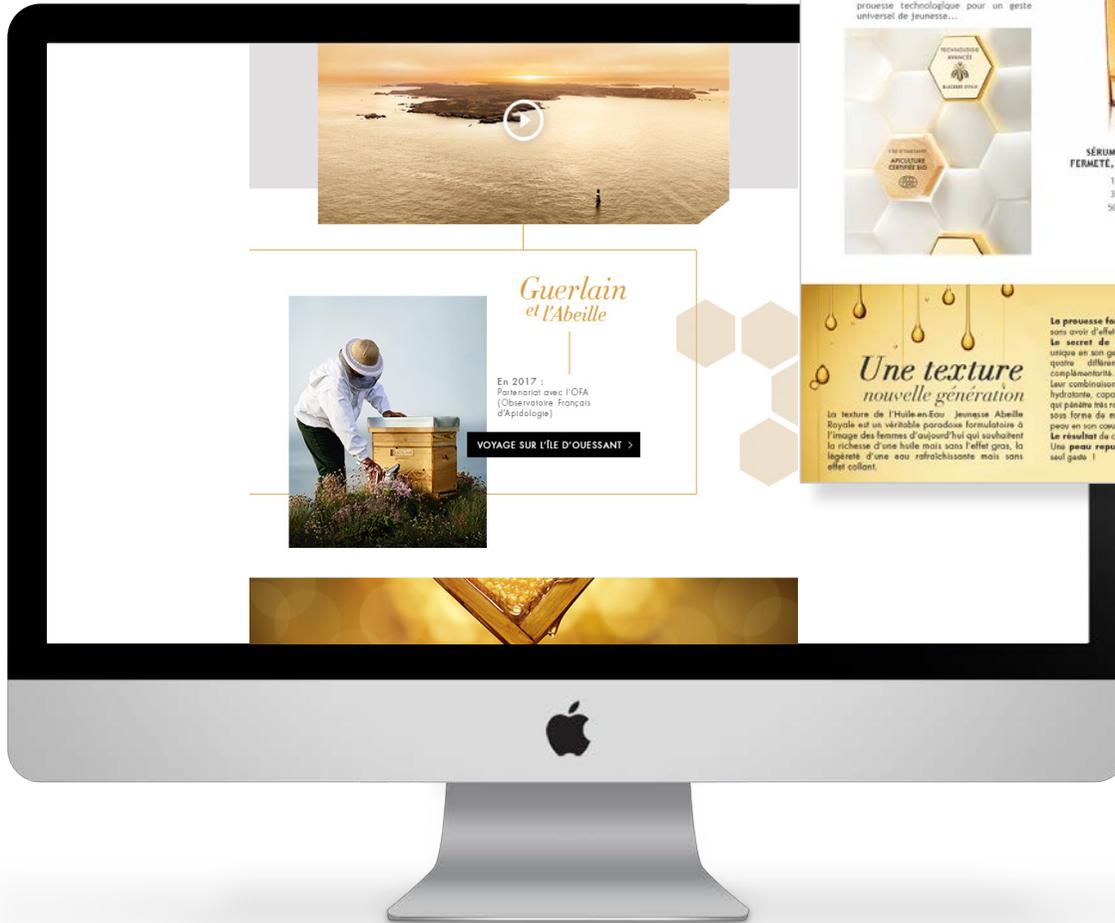


Digitalisation des dossiers de presse Guerlain

PARFUMEUR

Afin de réduire le volume de stockage papier dans les rédactions, Guerlain a souhaité partager ses dossiers de presse par newsletters durant l'été 2017.

J'ai donc été missionner de repenser la mise en page des DP qui devait rester séduisante tout en respectant contraintes techniques d'intégration de newsletter responsive.



GUERLAIN
TELECHARGER LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE EN PDF >

LA RÉPARATION NÉE DE LA SCIENCE ET DE L'ÉTIQUETTE
ABEILLE ROYALE
HUILE-EN-EAU LE SÉRUM BOOSTER DE JEUNESSE À EFFET INNOVANT

NOUVELLE FORMULE

UNIQUE : L'HUILE-EN-EAU JEUNESSE ABEILLE ROYALE
Le pouvoir d'un sérum, la richesse d'une huile, la fraîcheur d'une lotion... Une fois encore, La Maison Guerlain innove avec cette formule inédite. Une huile-en-eau non grasse pour une peau repulpée et éclatante instantanément. Imaginée à l'aide des ingrédients uniques et exclusifs de l'abeille et de l'huile de Commiphora, une huile utilisée dans la médecine traditionnelle indienne, elle constitue le premier sérum anti-âge. Une prouesse technologique pour un geste universel de jeunesse...

SÉRUM ANTI-ÂGE LIFT, FERMÉTÉ, CORRECTION RIDES
15 ML - 49 €
30 ML - 88 €
50 ML - 127 €

Une texture nouvelle génération

La texture de l'Huile-en-Eau Jeunesse Abeille Royale est un véritable paradoxe formulatoire à l'usage des femmes d'aujourd'hui qui souhaitent la richesse d'une huile mais sans l'effet gras, la légèreté d'une eau rafraîchissante mais sans effet collant.

Leur combinaison unique permet une hydratation, capable d'apporter et de retenir l'humidité sans effet gras. Le résultat de cette formule haute performance est un **peau repulpée, cor nourrie et hydratée**.

UNE TECHNOLOGIE RÉVOLUTIONNAIRE

Les connexions peau/cerveau sont le nouveau territoire scientifique inspiré et nourri la technologie « Blackbee Repair ». En 2016, réunissant des chercheurs du monde entier* autour de cette passion aventure scientifique. La présentation de leurs travaux** à la recherche Guerlain dans la pertinence de sa technologie « Blackbee ». La technologie « Blackbee Repair » cible à la fois les cellules dites également - et c'est une nouveauté - les cellules nerveuses clés du processus de régénération de la peau et de son niveau de réparation est boostée, plus complète, plus intensive, cosmétique réussit à cibler les dommages du système nerveux cutané photo-exposition et aux agressions extérieures. C'est ce qu'on appelle...

DES RÉSULTATS SPECTACULAIRES
LES BÉNÉFICES SONT VISIBLES IMMÉDIATEMENT.

Les bénéfices sont visibles immédiatement. L'Huile-en-Eau Jeunesse améliore l'éclat de la peau. Elle la repulpe, la lisse et l'illumine de façon instantanée et durable au fil des applications. Non grasse, elle convient à toutes les peaux et s'utilise dès 30 ans pour la meilleure des préventions.

L'INTERVIEW DES EXPERTS
VOIR LE FILM >

En 2017 : Rencontre avec l'OSA (Observatoire Français d'Apiculture)

VOYAGE SUR L'ÎLE D'OUESSANT >

LA MAISON GUERLAIN

VOIR LE PRODUIT >

VOIR LE PRODUIT >

VOIR LE PRODUIT >

SUIVRE L'ABEILLE NOIRE >

Abelle Royale, c'est aussi

ABEILLE ROYALE LE MIEL GUERLAIN RÉCOLTE 2016
125 G
16,00 €
VOIR LE PRODUIT >

ABEILLE ROYALE GOLD EYETECH SÉRUM SCULPTEUR RÉGÉNERATEUR
TUBE 15 ML
105,00 €
VOIR LE PRODUIT >

ABEILLE ROYALE LOTION DÉMAQUILLANTE
FLACON 500 ML
58,00 €
VOIR LE PRODUIT >

GUERLAIN

LA MAISON GUERLAIN

SUIVRE L'ABEILLE NOIRE >



Digitalisation des dossiers de presse Guerlain

— **PARFUMEUR**

Afin de réduire le volume de stockage papier dans les rédactions, Guerlain a souhaité partager ses dossiers de presse par newsletters durant l'été 2017.

J'ai donc été missionner de repenser la mise en page des DP qui devait rester séduisante tout en respectant contraintes techniques d'intégration de newsletter responsive.



GUERLAIN
TELECHARGER LE COMMUNIQUE DE PRESSE EN PDF >

LE PARFUM D'UN NOUVEAU GENRE.

LE CONCEPT
Féminin. Masculin. Pourquoi choisir ?

Le genre n'est pas une détermination mais un jeu dont chacun peut reinventer les règles, détourner les codes, flouter les frontières entre féminité et masculinité pour mieux glisser de l'un à l'autre et se reinventer chaque jour. La fluidité des genres est un état d'esprit qui nous vient tout droit des années folles ... quand les femmes portaient leurs premiers pantalons, adoptaient une coupe à la garçonne ou s'affichaient la cigarette aux lèvres. Aujourd'hui, la même envie de liberté inspire une génération entière qui s'affranchit des clichés traditionnels, bouscule les stéréotypes pour affirmer toutes les facettes de son identité. Ce vent d'audace créative souffle à Guerlain l'idée d'un parfum résolument universel.

PARFUM LUI
FLACON 50ML
160,00 €

LE PARFUM

LUI est un parfum qui aime semer le trouble. Il est totalement féminin, ni véritablement masculin. Il est les deux à la fois. Son sillage d'origine repose sur le benjoin : un ingrédient qui possède lui aussi de nombreuses facettes. Tour à tour florale, épicée ou boisée, cette résine se déploie dans toute sa complexité au fil de la composition imaginée par la parfumeuse Delphine Jelk. Après une envolée mêlant la douceur d'une note de poivre au piquant d'une note de girofle, le benjoin se mêle aux accents poudrés et épicés de l'accord œillet. Un mariage aussi inattendu qu'harmonieux avec cette fleur androgyne, qui s'affiche parfois à la boutonnière des hommes. Puis le benjoin se révèle sous un jour plus sombre, plus intense, vibrant sur un fond cuiré aux accents fumés et boisés. La vanille et les muscs blancs l'emmenent vers une sensualité confortable et toute en souplesse.

LUI est ambivalent par nature, complexe par essence. Mais c'est au contact de la peau qu'il révèle le mieux son caractère. Une alchimie singulière, unique à chacune, qui le distingue tantôt par ses notes florales poudrées enveloppantes, tantôt par la profondeur de ses effets cuirés, boisés et épicés. LUI toujours égal à lui-même mais jamais pareil.

L'HERITAGE

Un élégant carré laqué de noir, aux coins biseautés. Une étiquette longiligne d'où se détachent trois lettres graphiques à la silhouette Art Déco. Le flacon de LUI emprunte son esthétique à une création historique du patrimoine Guerlain : LUI, somptueux floral aldéhyde créé par Jacques Guerlain en 1929 qui enveloppa l'émancipation des femmes d'un sillage de liberté. Clin d'œil moderne à ce parfum iconique, LUI s'en inspire depuis son nom en anagramme jusqu'à l'objet qui le contient, sobre et intemporel.

GUERLAIN
TELECHARGER COMMUNIQUE DE PRESSE EN PDF >

LE PARFUM D'UN NOUVEAU GENRE.

LE CONCEPT
Féminin. Masculin. Pourquoi choisir ?

Le genre n'est pas une détermination mais un jeu dont chacun peut reinventer les règles, détourner les codes, flouter les frontières entre féminité et masculinité pour mieux glisser de l'un à l'autre et se reinventer chaque jour. La fluidité des genres est un état d'esprit qui nous vient tout droit des années folles ... quand les femmes portaient leurs premiers pantalons, adoptaient une coupe à la garçonne ou s'affichaient la cigarette aux lèvres. Aujourd'hui, la même envie de liberté inspire une génération entière qui s'affranchit des clichés traditionnels, bouscule les stéréotypes pour affirmer toutes les facettes de son identité. Ce vent d'audace créative souffle à Guerlain l'idée d'un parfum résolument universel.

PARFUM LUI
FLACON 50ML
160,00 €

LE PARFUM

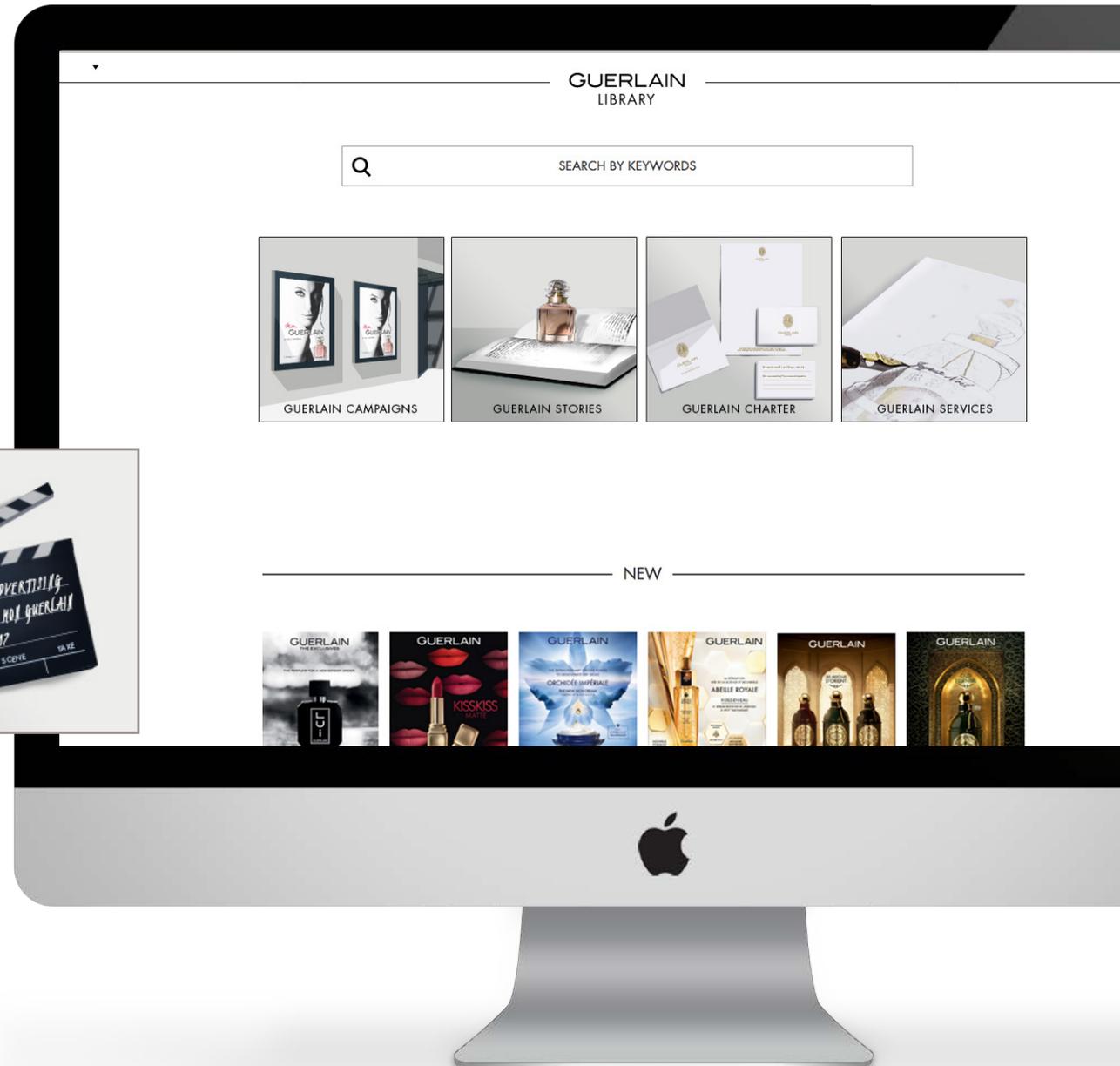
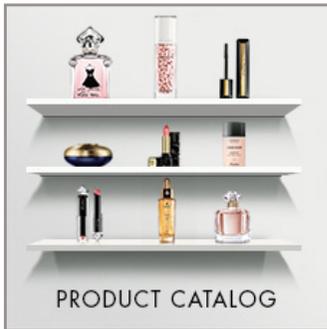


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Création de pictogrammes et icônes: Guerlain

— **PARFUMEUR**

Dans le cadre du changement d'arborescence de sa librairie Médias, Guerlain souhaitait offrir aux professionnels la possibilité de mieux s'orienter dans cet outil. J'ai donc travaillé sur la création de visuels type «mock-ups» de style photographique dans les premières étapes de recherche puis sur des pictogrammes pour les fonds de catégories.



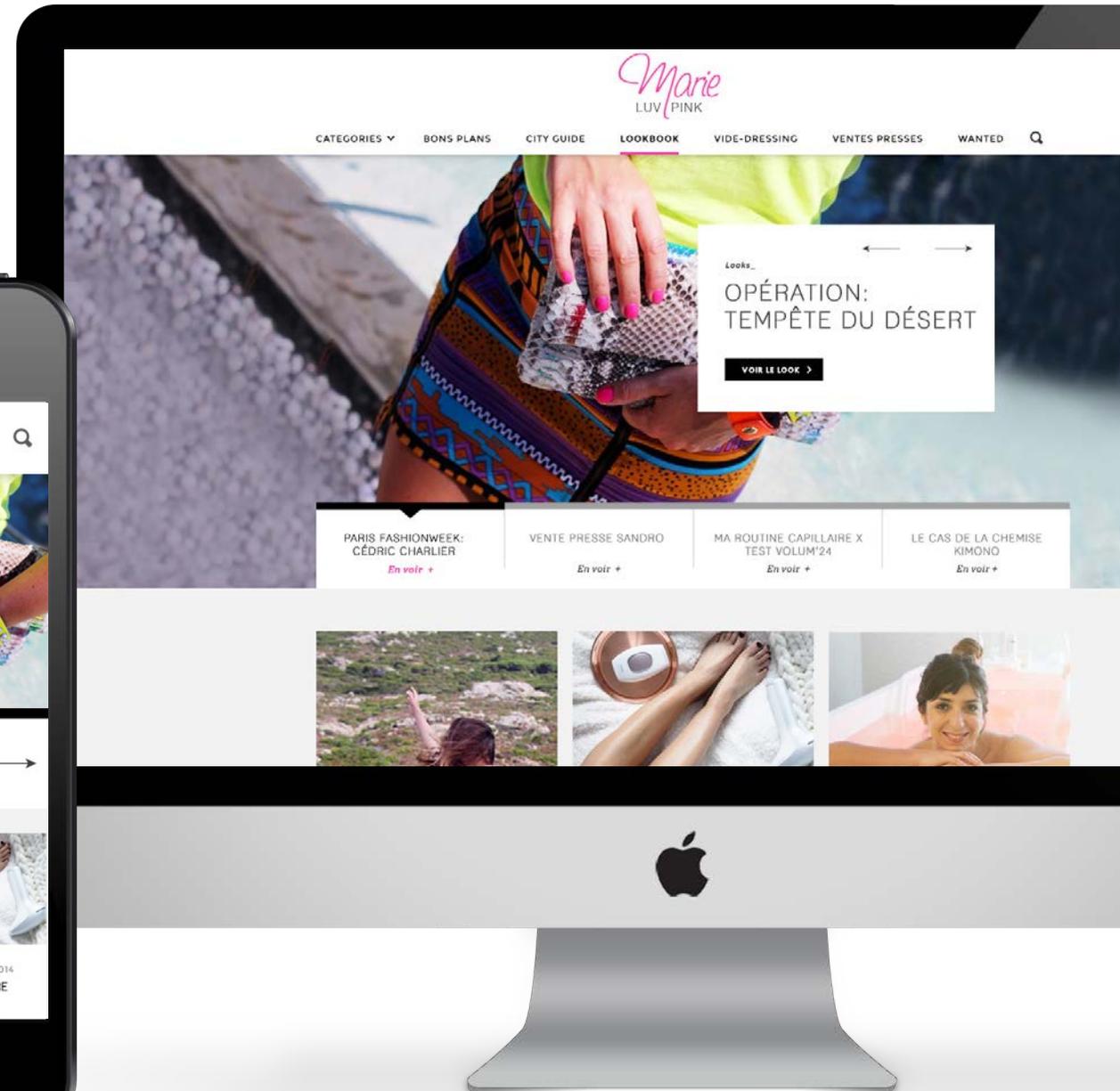
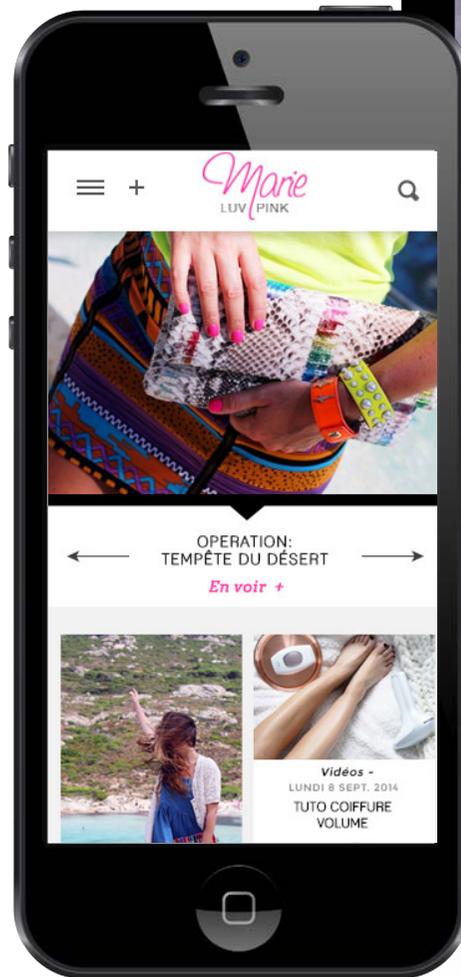


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Marie Luv Pink

BLOGUEUSE INFLUENTE

Refonte du site de Marie Luv Pink, afin de sortir du format Blog classique au scroll pour adopter une ligne éditoriale type magazine avec un système de bloc de catégories sur la Home et un carousel.





VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Maud & Marjorie

LINGERIE DE LUXE

Refonte du site de Maud et Marjorie en vue du passage sur Magento. Reprise d'une ligne magazine pour ce site e-commerce basé sur le «story-telling».



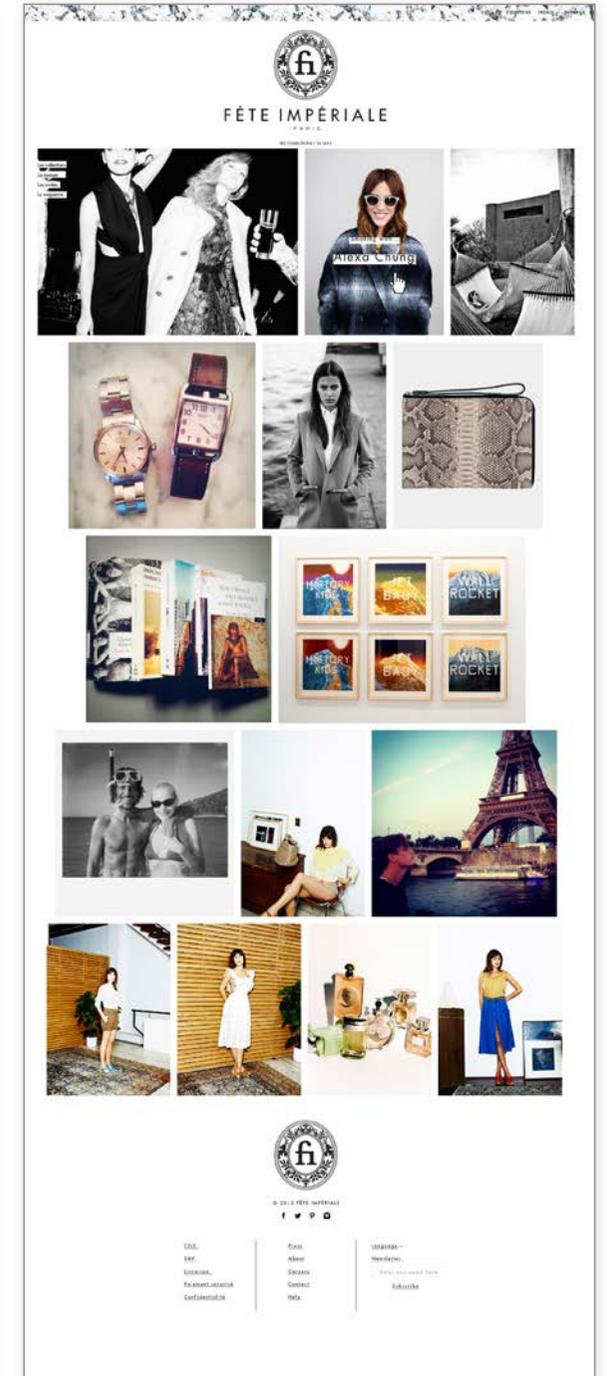
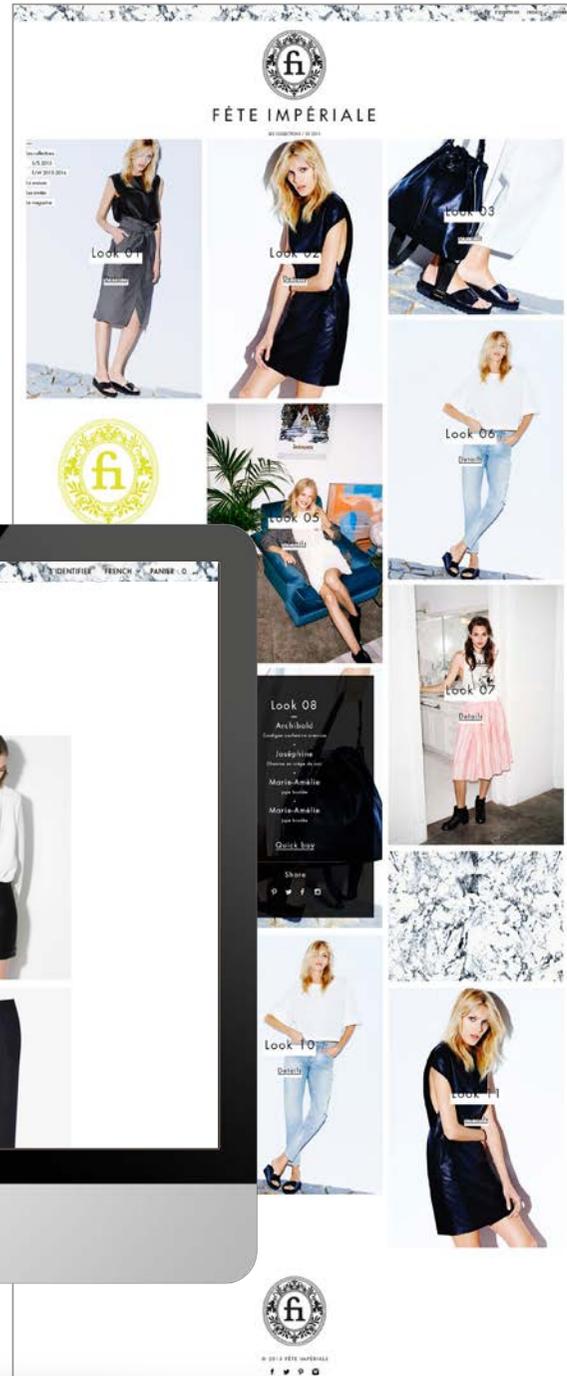
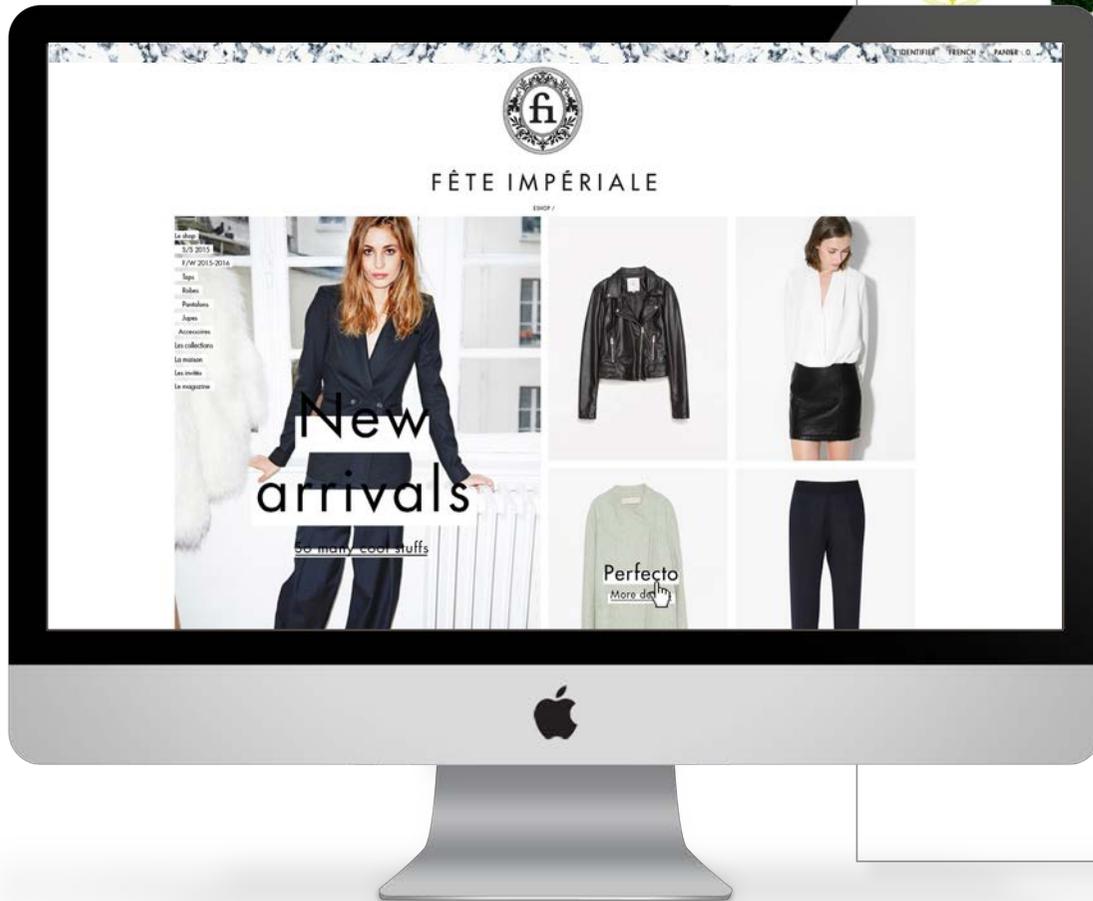


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Fête Impériale Site e-commerce

MARQUE TEXTILE DE LUXE

Travail graphique à la frontière
de l'éditorial/magazine et de la
vente en ligne : principes de mo-
saïques de contenus, souligne-
ment de texte, ...



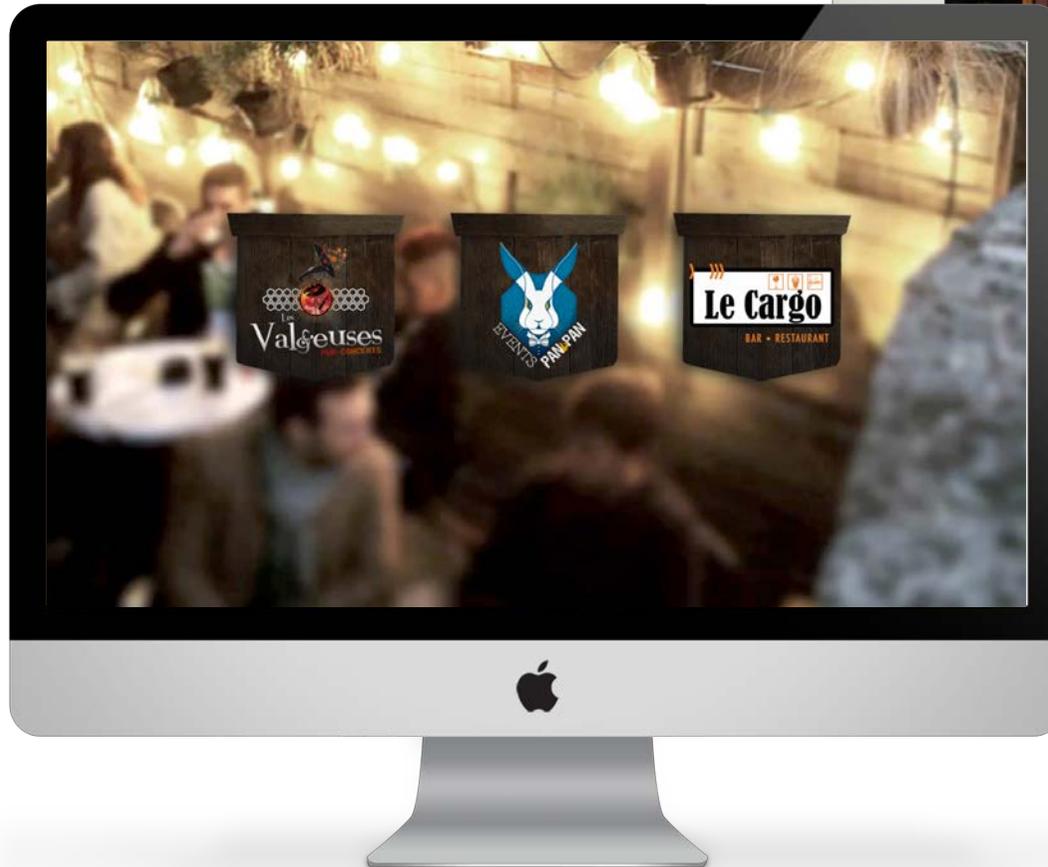


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Les Valseuses, Vannes

— BAR / RESTAURATION

Création graphique du site internet réunissant les 3 lieux de sorties à Vannes et ses alentours. Il s'agit d'un portail amenant à 3 landings pages aux univers graphiques différents.

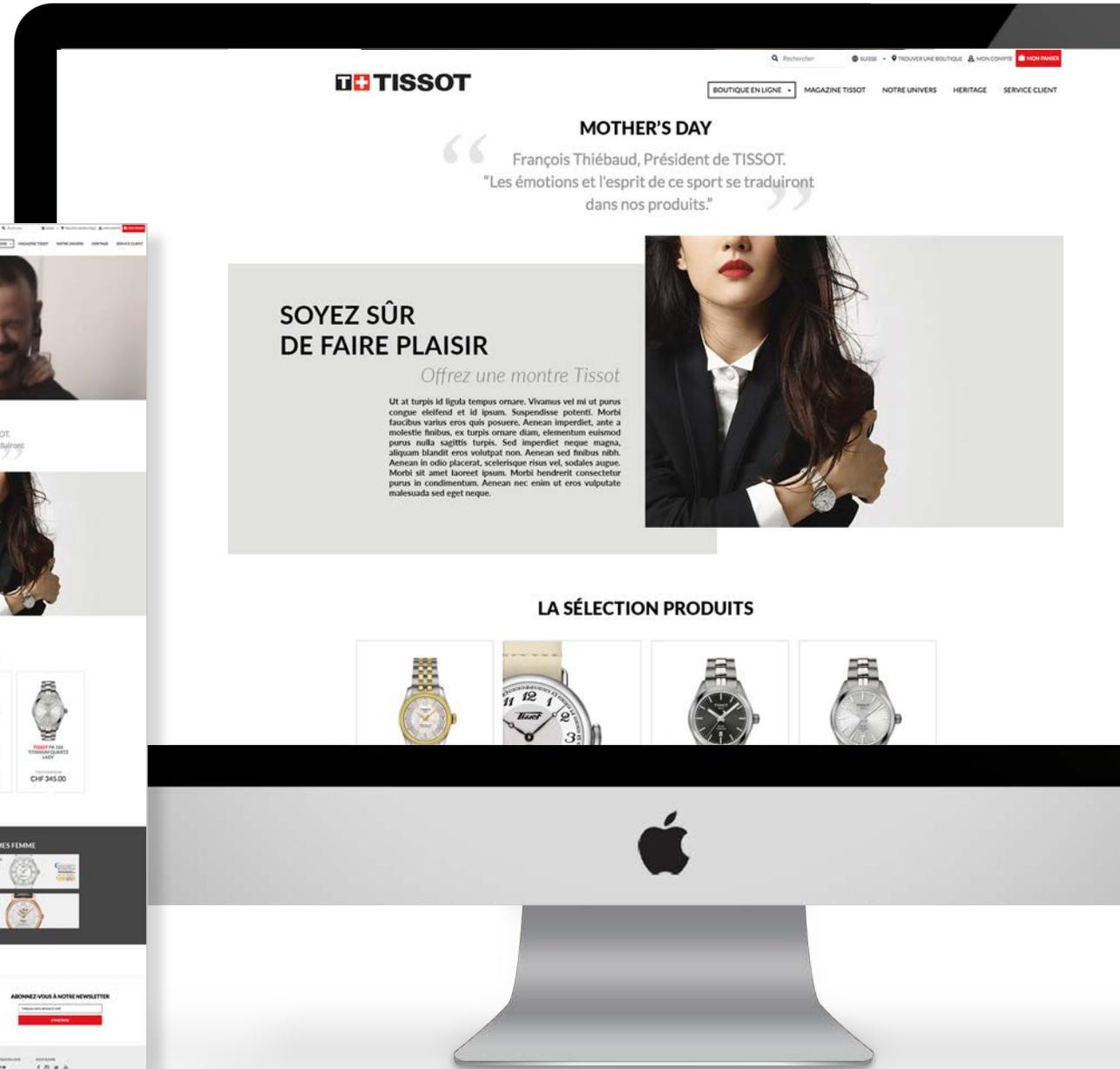
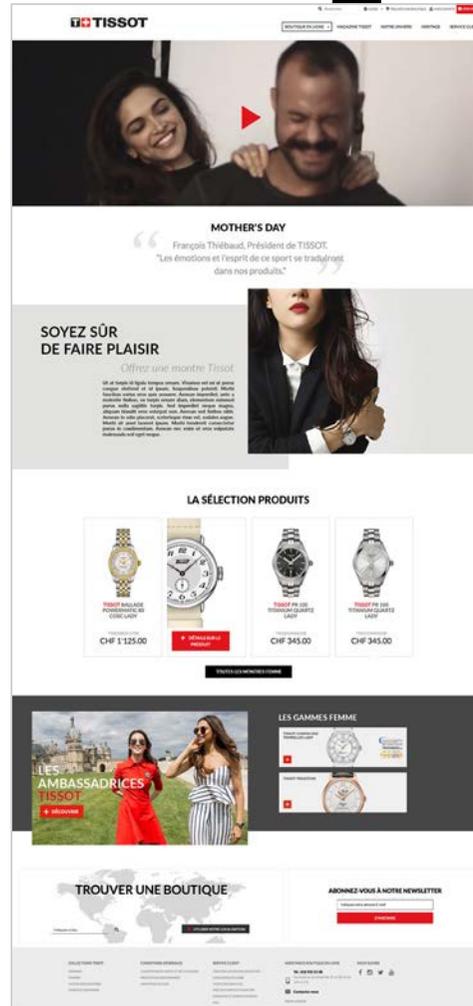
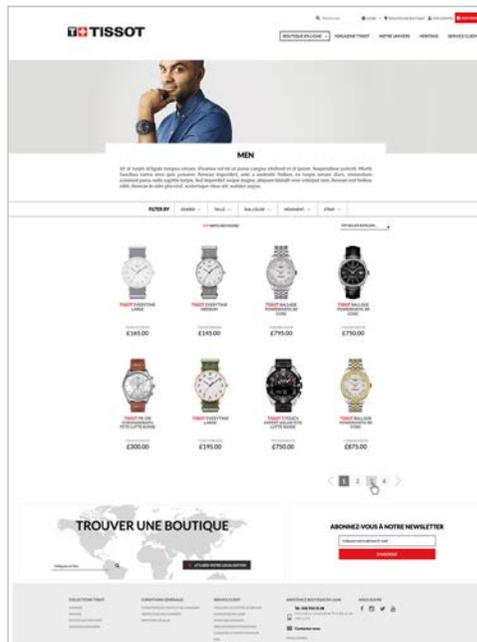




Création de pages éditoriales pour Tissot

HORLOGER SUISSE

Afin d'accueillir plus de contenu éditorial et optimiser son référencement naturel, Tissot a souhaité développer de nouvelles landing pages pour chacune des catégories.



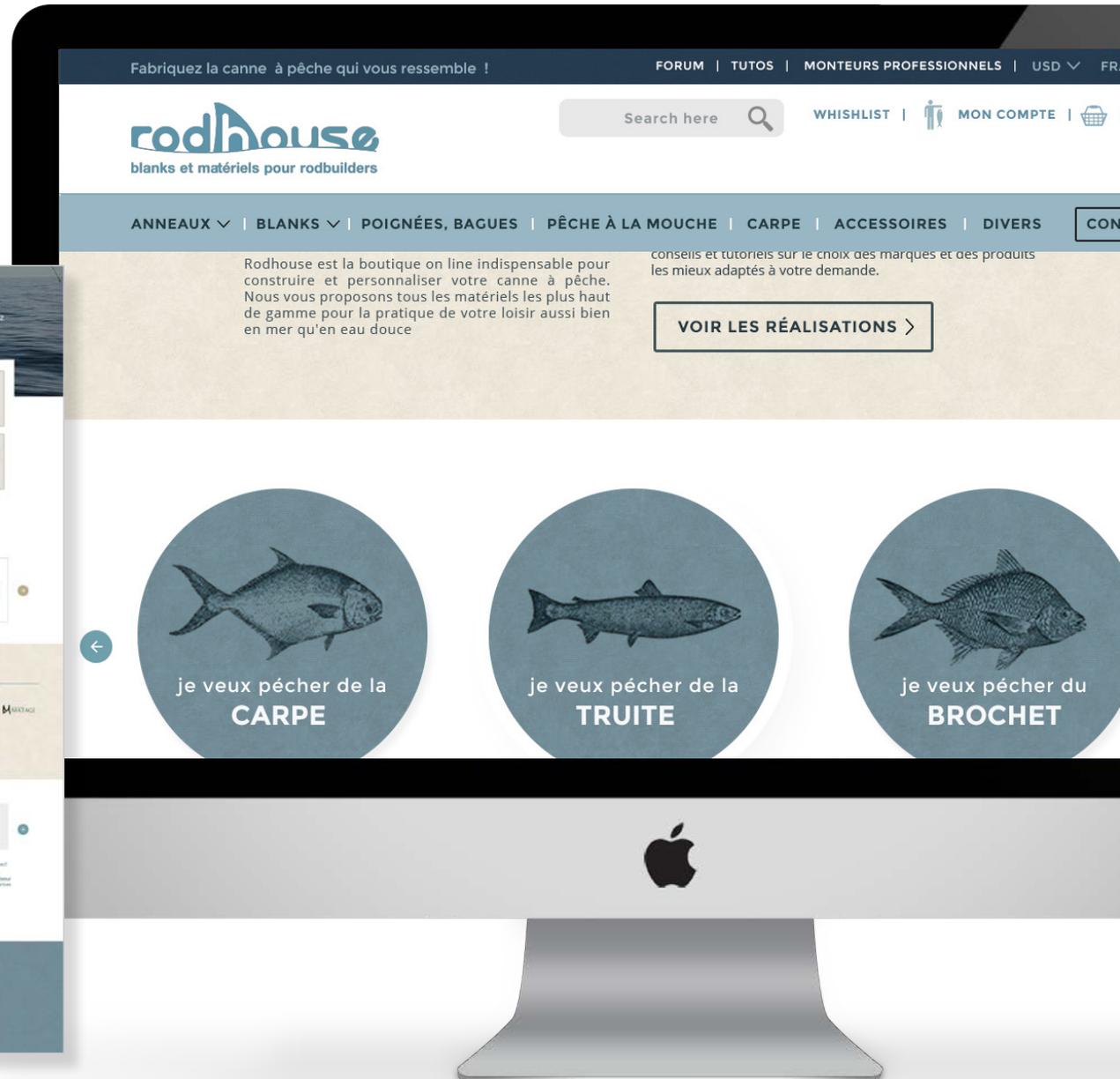
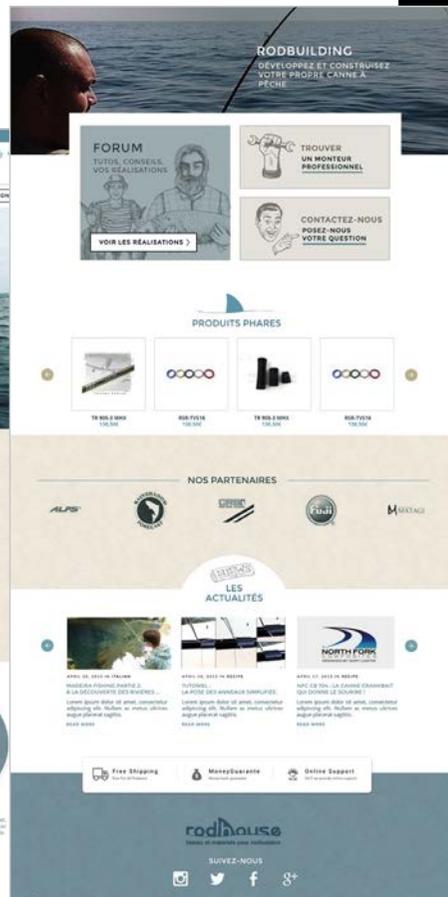
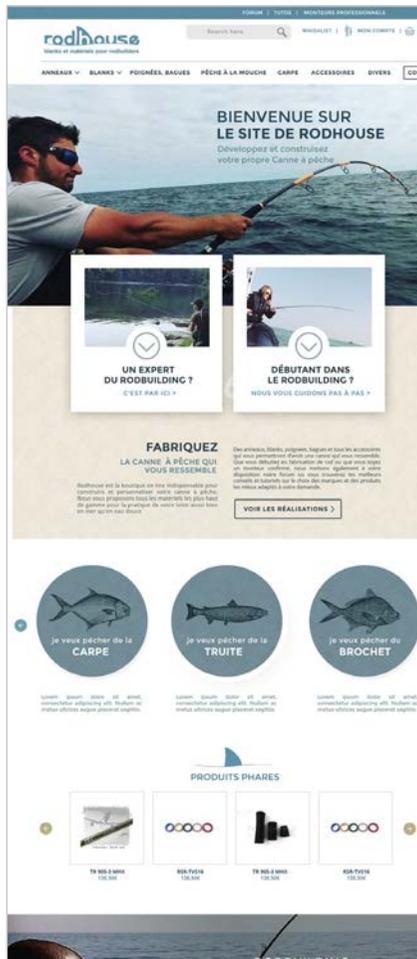


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Rod House

CANNE À PÊCHE EN KIT

Création graphique web présentée au client dans le cadre de son projet de refonte de site e-commerce.

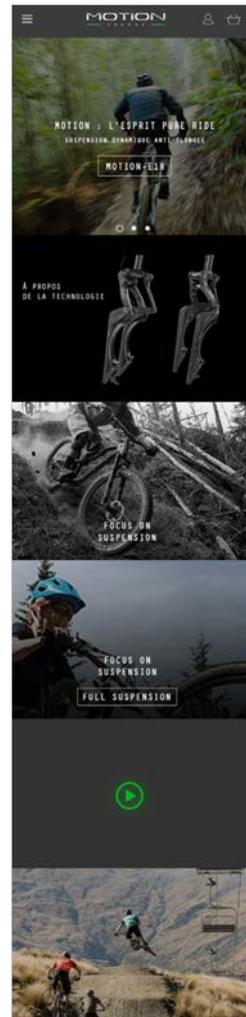
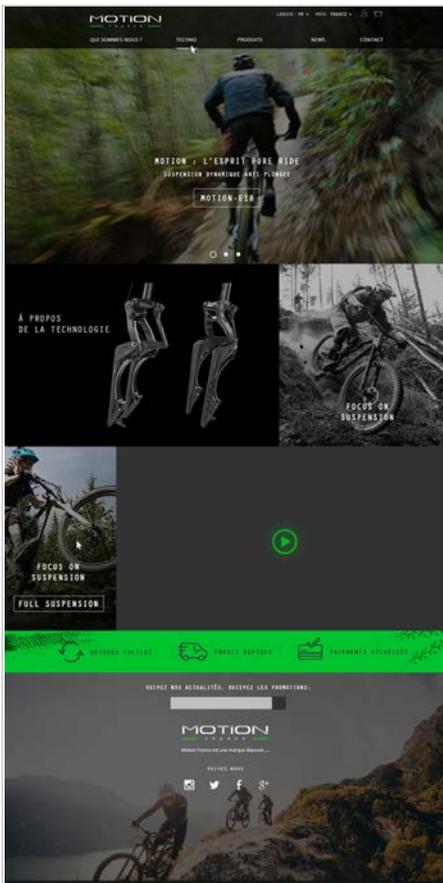




Motion

FOURCHES TECHNIQUES

La création graphique de ce site e-commerce a été construite dans une palette réduite, avec une notion perpétuelle de mouvement, de décalage faisant référence au milieu sportif outdoor du VTT.



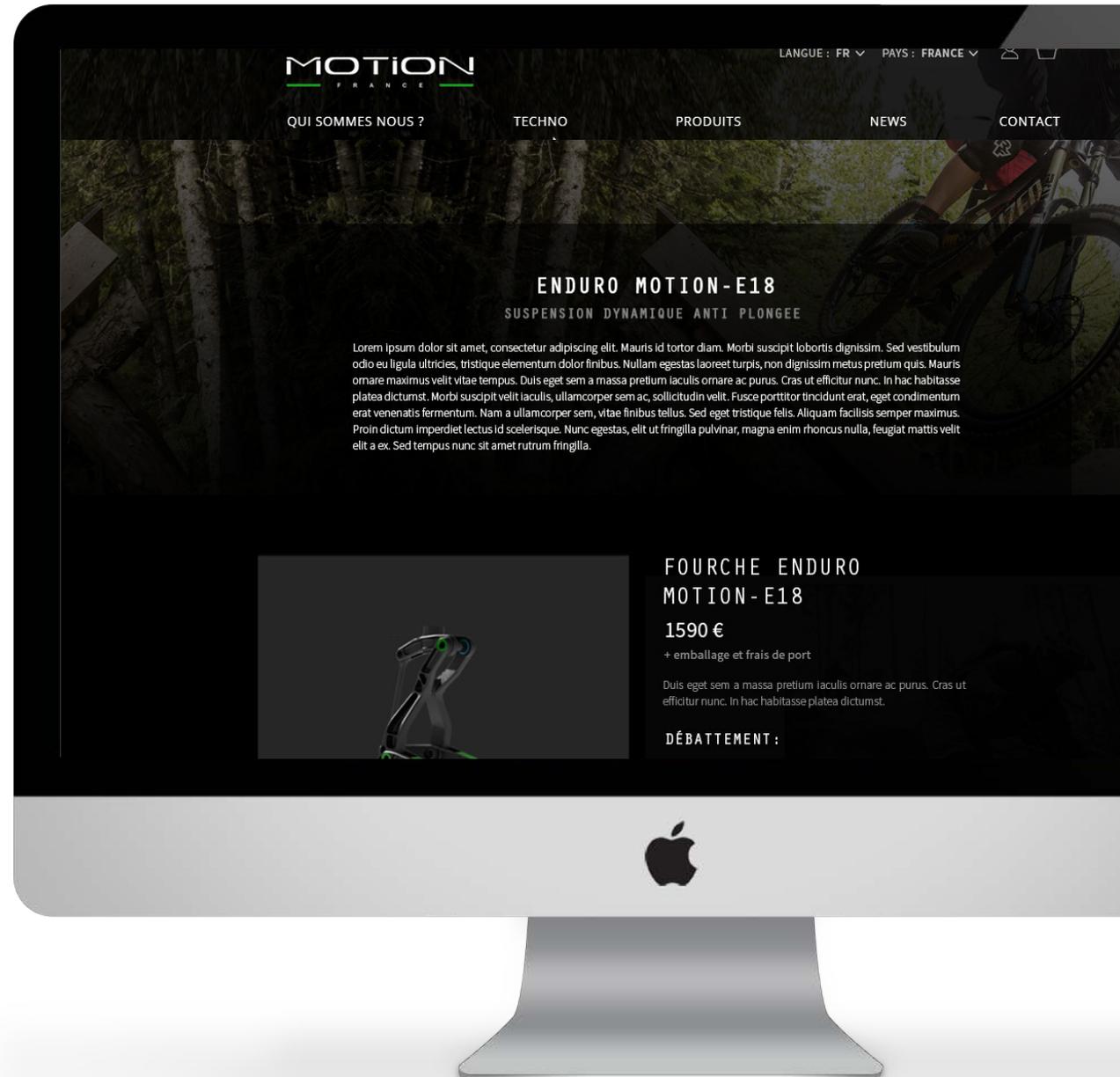
LA SUSPENSION DE VTT ULTIME

MOTION France a conçu une nouvelle génération de suspensions avant VTT qui associent les effets des fourches à ressorts, à ressorts à l'énergie de stockage, à l'absence de maintenance, de réglage et de hauteur. Le réglage de la suspension est simple à effectuer au sein de l'ETP, ce qui permet de régler avec une précision optimale les caractéristiques de la suspension.

Notion propose en premier lieu une version intégrée pour un investissement de 1300-1600-1700€ et un VTT équipé de 1000-1200€.

La fourche sera disponible à partir du printemps 2016.

Notion se réserve le droit de modifier les caractéristiques techniques sans préavis.



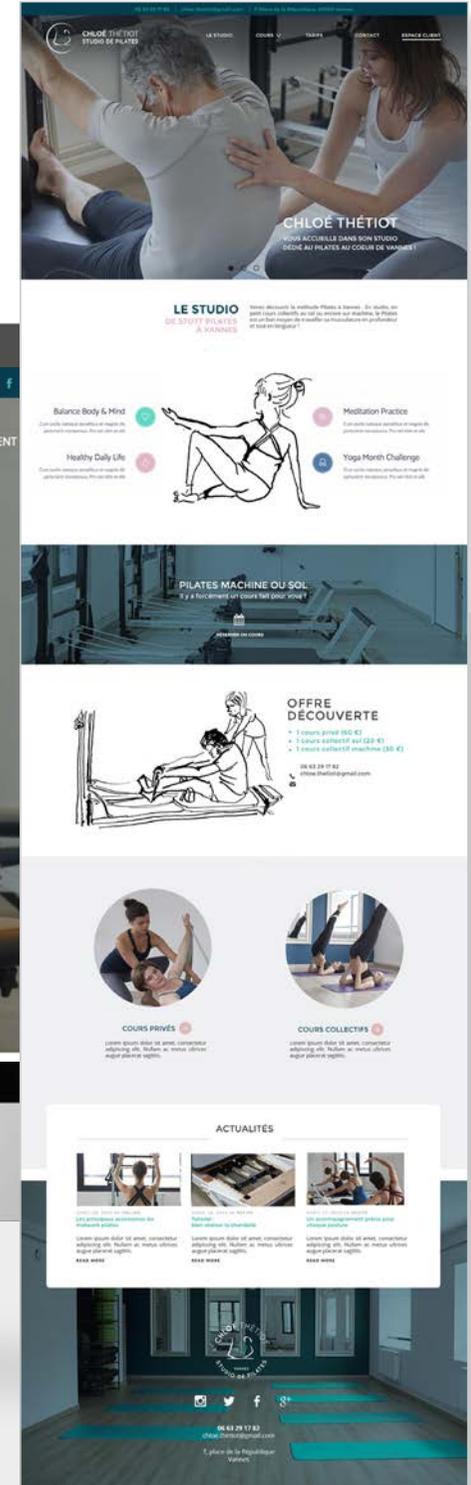
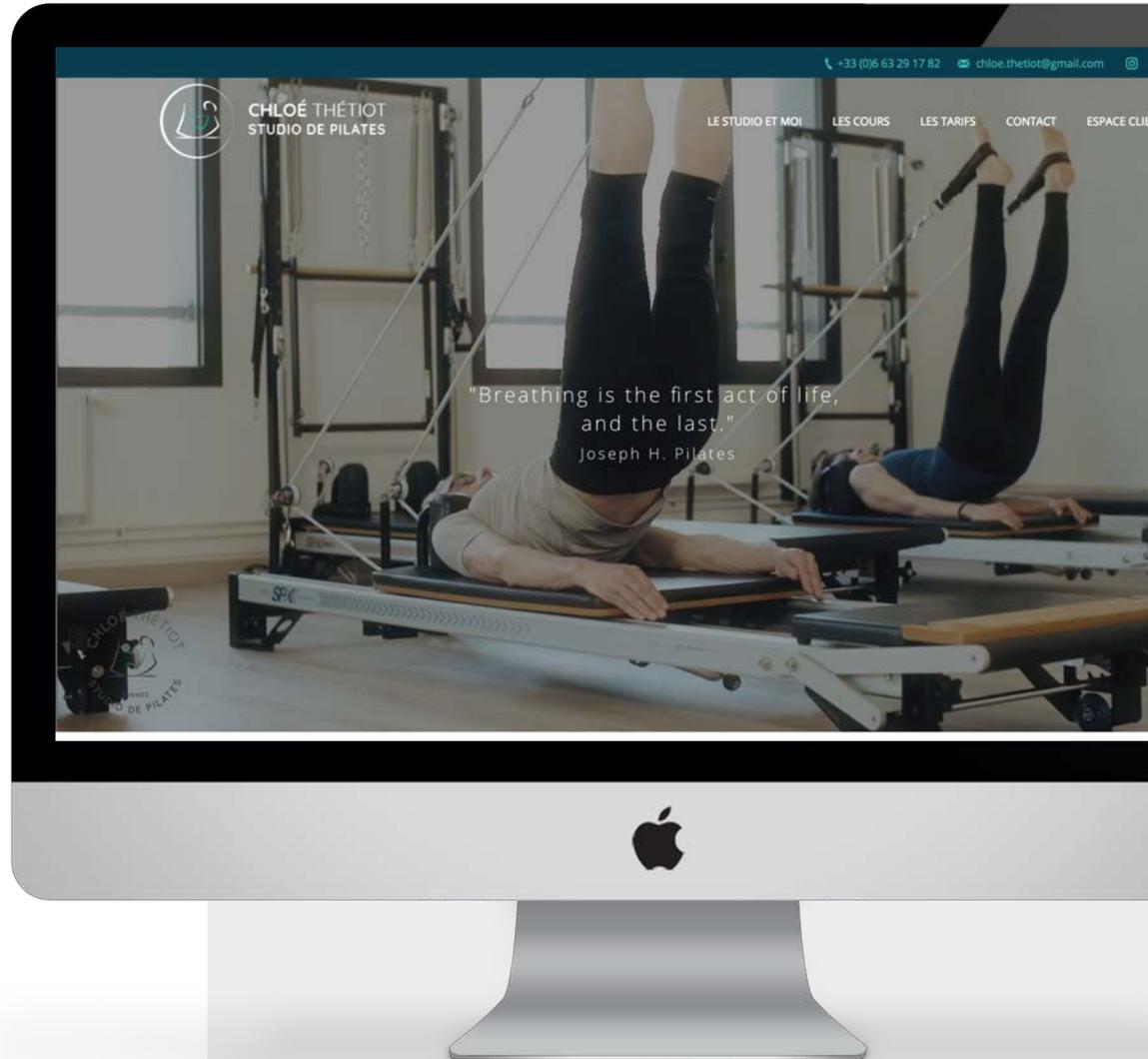


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Chloé Thétiot, Vannes

STUDIO DE PILATES

Refonte du logo et du site web dans
le cadre du déménagement du studio
dans un nouvel espace à Vannes.



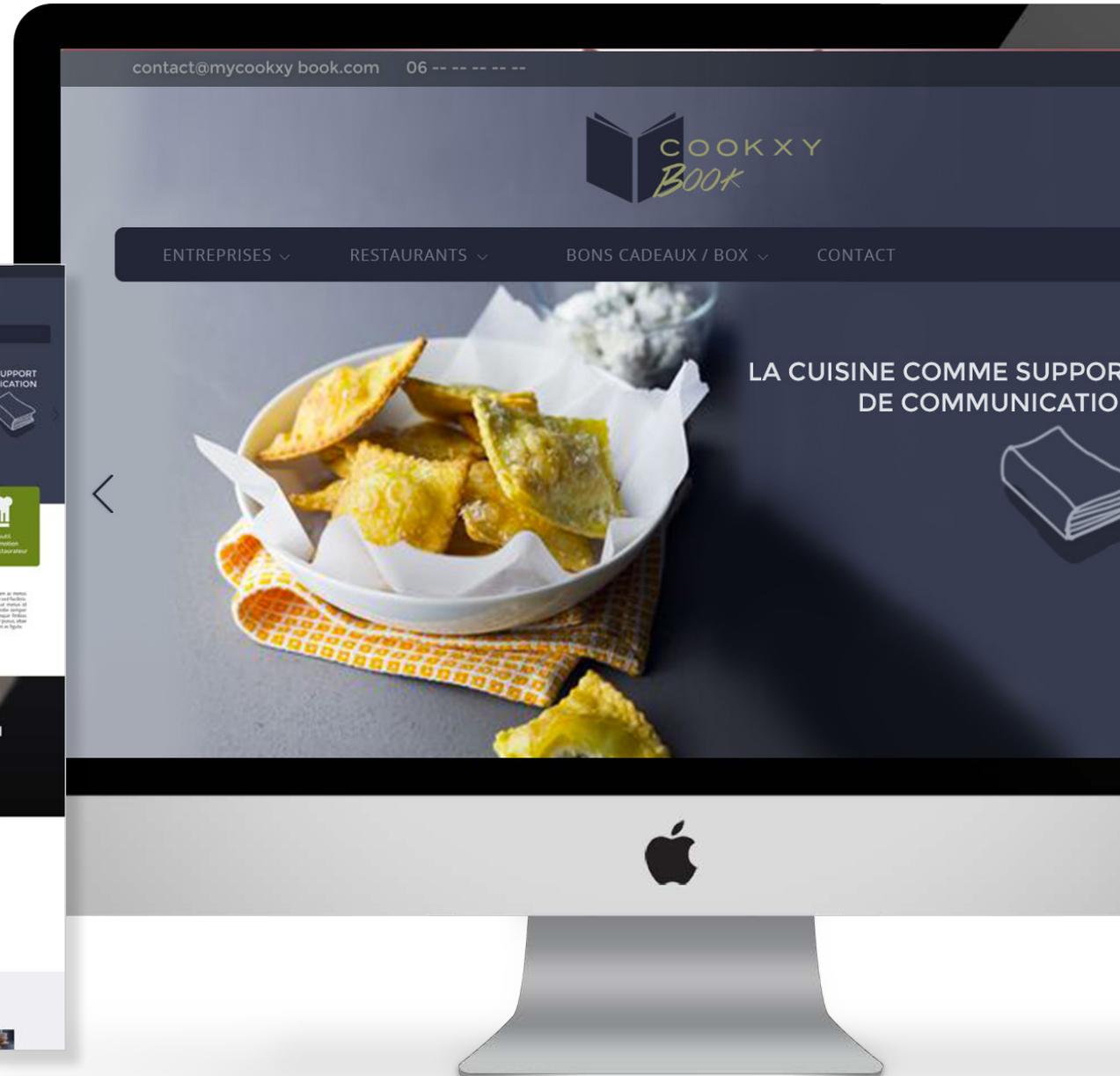
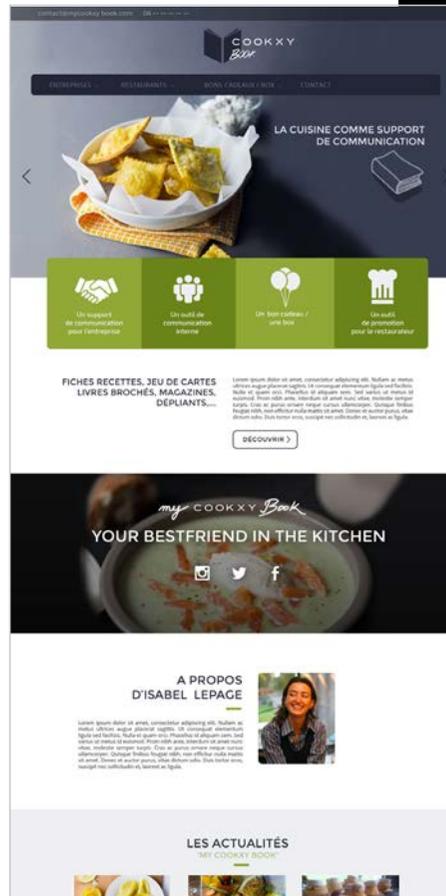


VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Cookxy

STYISME CULINAIRE

Création graphique web pour une
personnalisation de book après
atelier-cuisine.





VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Hermès, Exposition 2016

— EXPOSITION ANNUELLE

Direction artistique digitale de l'exposition sur «La Flânerie», dans laquelle un couloir interactif avec des flâneurs célèbres répondait aux pas et actions des visiteurs.





VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Book
Design global

—



RÉALISATIONS CHARTES GRAPHIQUES

- Azenn
- Approche sur mesure
- Morgane Schlumberger
- Atka Polar School



VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Identité visuelle: Approche sur mesure

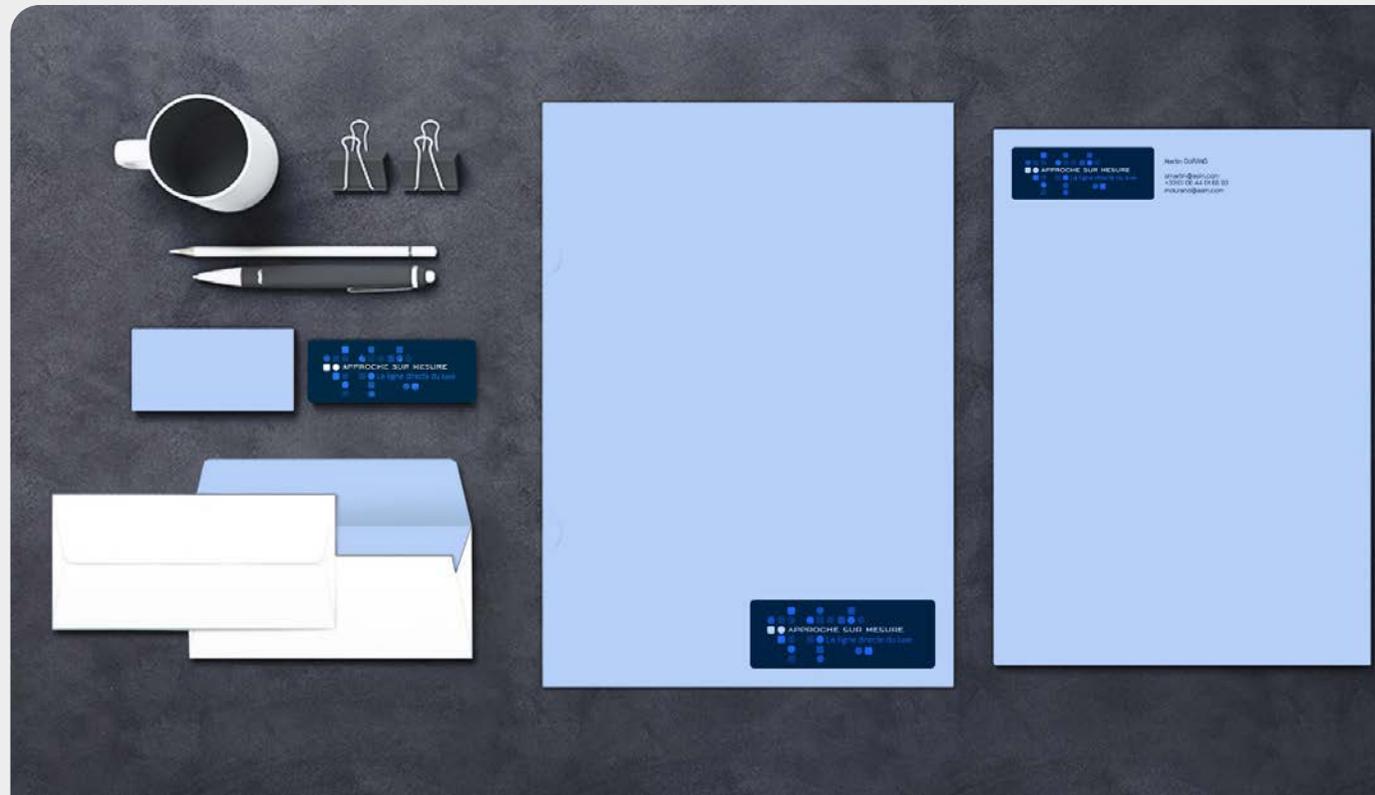
SERVICE CLIENT SPÉCIALISÉ
DANS LE LUXE

Refonte du logo original avec conservation des éléments symbolique fondateurs en aplats bleu foncé. Le logo est devenu un motif qui fait référence au piwel, la digitalisation et dessine un planishpère, zone d'activité désormais étendue de l'entreprise.

Logo précédent:



Nouveau logo:





VAGUE GRAPHIQUE /
FANNY THAUVIN

Identité visuelle: Morgane Schlumberger

— ARCHITECTE NAVAL

Création d'une carte de visite autour de l'aspect technique et environnemental des bateaux conçus par Morgan Schlumberger. Les découpages et décalages de collage permettent aux éléments naturels de prendre vie et d'exprimer les aspects mécaniques du bateau.





Identité visuelle: Atka Polar School

EXPÉDITION POLAIRE

Création d'un logo pour les ressources pédagogiques liées à l'expédition polaire Atka.
L'idée est d'avoir une intervention manuelle commune de deux mains venant du nord et du sud pour composer les lettres du nom du bateau.





Affiche

EXPÉDITION

Expédition Low -Tech

