

2026

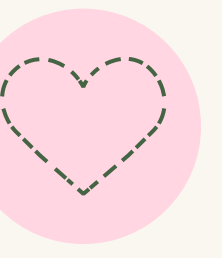
Marketing,
design &
univers créatif

Portfolio

Clémence.A

clemence.81@live.fr





Hello,
c'est
Clémence !



Clémence.A

À propos

Après une prépa spécialisée dans le numérique (communication digitale, développement web et design web) au sein de l'école ICADEMIE, je m'oriente aujourd'hui vers un diplôme en UX/UI design. Titulaire d'un Master 1 en marketing et d'un Master 2 en management de projet, j'ai travaillé un peu plus d'un an en tant que cheffe de produit junior dans une start-up spécialisée dans la distribution de produits bio à Aix-en-Provence.

Suite à cette expérience et toujours animée par mon envie de découvrir le monde, je suis partie en Australie en tant que backpackeuse. Je pensais y rester quelques mois... j'y ai finalement vécu trois ans.

À mon retour en France, j'ai choisi de me lancer dans une nouvelle aventure : le design. Une évidence, tant j'ai toujours été attirée par l'esthétisme, le sens du détail et la création.



Mes formations

- Prépa Métiers du Numérique — ICADEMIE Digital School, distanciel
- Master 2 Management de Projet — IAE de Metz
- Master 1 Marketing & Vente — Eklya School of Business, diplôme en partenariat avec le CNAM — Lyon
- Bachelor in Business Development — Eklya School of Business CCI — Lyon
- BAC Littéraire, option Droit, mention Assez Bien — Lycée Bellevue, Albi

Langues et permis

- Anglais — C1 / Professionnel
- Espagnol — A1 / Débutant
- Permis B

Mes passions

- Le voyage (Australie, Asie du Sud-Est...)
- La lecture (polar, romance, fantastique)
- Le cinéma & les séries
- Le design (création graphique)

Mes dernières expériences...

Chef de produit Marketing Opérationnel

ALL4GREEN, Aix-en-Provence

Février 2021 — Septembre 2022

- Pilotage du développement de produits en collaboration avec les équipes créatives et commerciales
- Analyse des usages, des tendances marché et de l'environnement concurrentiel afin d'orienter les décisions produit
- Participation à la conception des packagings, supports de communication et éléments graphiques en collaboration avec les graphistes
- Gestion et optimisation du site web sous WordPress
- Suivi des performances digitales et proposition d'améliorations continues

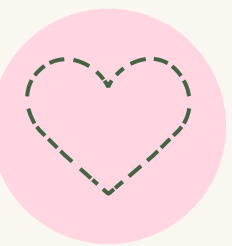
Chargée d'animation commerciale en alternance

CHANEL, Paris

Mars 2019 — Septembre 2020

- Développement d'actions commerciales en magasin sur Paris-Est visant à améliorer l'expérience client
- Mise en place d'animations en point de vente
- Formation et accompagnement des équipes retail
- Sens du détail et respect de l'image de marque

Clémence.A



COMPÉTENCES PRO

Analyse de marché

Gestion de projet

Branding & Identité visuelle

Suite Adobe

Figma

Relation clientèle

Canva

HTML, CSS & JavaScript

COMPÉTENCES PERSO

Créativité

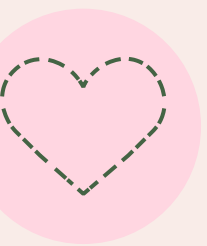
Sens de l'organisation

Excellent relationnel

Empathie

Capacité d'adaptation

2026



MARLYO COFFEE

Branding & Web Design

Communication digitale

Design graphique

Développement web

Clémence.A

Projet 01

clemence.81@live.fr



- contexte
- charte graphique
- contenu digital
- expérience web
- développement web
- print

➤ contexte

Marly Coffee est une marque fictive de café de spécialité imaginée pour développer une identité visuelle forte, pensée avant tout pour les supports digitaux. L'objectif est de créer une marque capable de séduire une clientèle urbaine en proposant une expérience chaleureuse, premium et cohérente sur l'ensemble de ses points de contact numériques.

stratégie

- Créer une identité visuelle moderne qui se distingue des codes traditionnels des coffee shops tout en conservant les valeurs d'authenticité et de convivialité
- Favoriser la fidélisation des particuliers et la confiance des partenaires professionnels grâce à une identité graphique forte et une communication régulière

objectifs

- Développer une identité facilement mémorisable
- Renforcer la présence digitale de la marque
- Proposer une identité facilement déclinable sur le site web, le blog et les réseaux sociaux
- Offrir une expérience visuelle cohérente sur tous les supports
- Proposer une image premium et rassurante

positionnement

Positionnement sur la qualité

- Gamme : premium accessible
- Univers : chaleureux, artisanal, contemporain
- Ton : authentique et convivial
- Différence : une identité pensée pour fonctionner aussi bien sur le digital que sur le terrain

➤ contexte

Claire, 33 ans



cible

- B2B – restaurants, concept stores
- B2C – particuliers, via le site marchand et la maison mère (coffee-shop basé à Biarritz)
- Public principal
- 20 à 40 ans
- Actifs urbains
- Amateurs de café de spécialité
- Sensibles au design et à l'esthétique
- Habitues à découvrir des marques via Instagram, Pinterest ou Google

persona

- Travaille dans les ressources humaines
- Consomme local et bio principalement pour ses courses alimentaires
- Habite à Paris, fiancée, sans enfant
- Réseau social préféré : Instagram
- Apprécie les marques responsables au design soigné
- Achète principalement en ligne

Logo principal

MARLYO
COFFEE

➤ contexte ➤ charte graphique

Typographies

GUNTER
Aa

Utilisée pour le logo,
les gros-titres
ou les mots-clés
mis en évidence
sur des visuels

Forma DJR
Deck Bold

Aa

Utilisée pour les titres
principaux

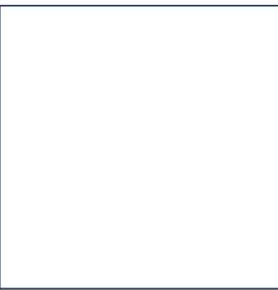
Forma DJR
Text Medium

Aa

Utilisée pour les sous-titres
et le contenu texte

La typographie moderne, elle,
renforce la lisibilité sur les
interfaces numériques.
L'ensemble crée une identité
chaleureuse, contemporaine
et facilement déclinable sur le web.

Palette de couleurs



White
Code hexa. #FFFFFF
RGB 255, 255, 255
HSB 0, 0%, 100%
CMYK 0, 0, 0, 0
TYPE D'ENCRE – Processus



Latte
Code hexa. #D98436
RGB 217, 132, 54
HSB 29, 75%, 85%
CMYK 13, 54, 84, 2
TYPE D'ENCRE – Processus



Bleu roi
Code hexa. #011142
RGB 1, 17, 66
HSB 225, 98%, 26%
CMYK 100, 92, 42, 53
TYPE D'ENCRE – Processus



Deep Brown
Code hexa. #732C02
RGB 115, 44, 2
HSB 22, 98%, 45%
CMYK 33, 84, 100, 47
TYPE D'ENCRE – Processus

Afin de traduire les valeurs de Marlo Coffee, la DA s'appuie sur une palette de couleurs inspirée du café torréfié, des tons chauds évoquant la douceur, un bleu roi central faisant écho à la confiance et la sérénité. L'association de ces teintes chaudes et de ce bleu roi souligne l'aspect premium de la gamme.

Déclinaisons du logo

MARLYO
COFFEE

MARLYO
COFFEE

MARLYO
COFFEE

MARLYO
COFFEE

valeurs de la marque : qualité,
authenticité, simplicité,
confiance et convivialité

Les textures «café» renforce
l'identité visuelle de la marque
en évoquant les matières premières,
les arômes et le savoir-faire artisanal

Une expérience visuelle chaleureuse
et reconnaissable retranscrite
aussi bien sur le web que sur le print



Icône

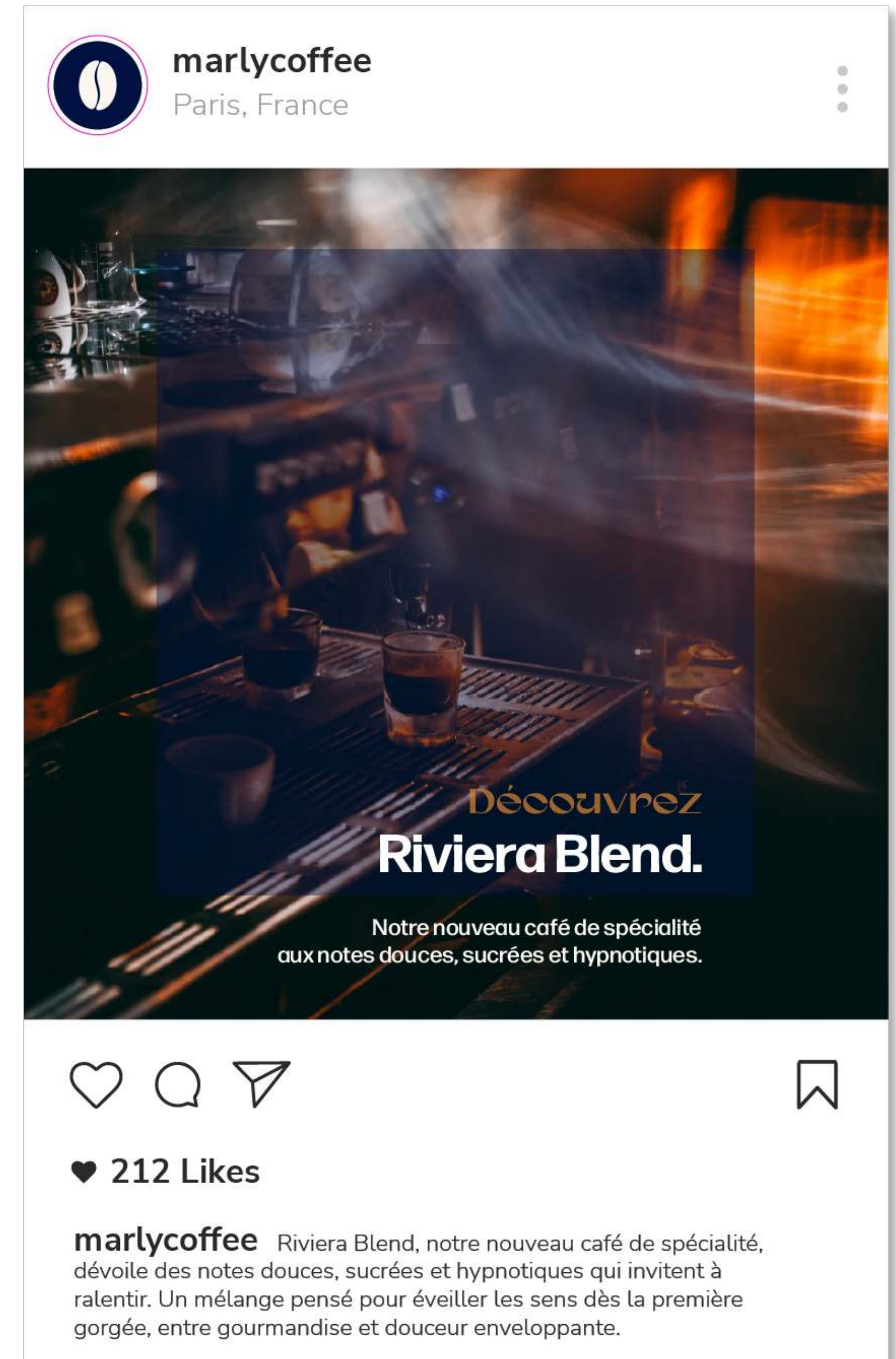
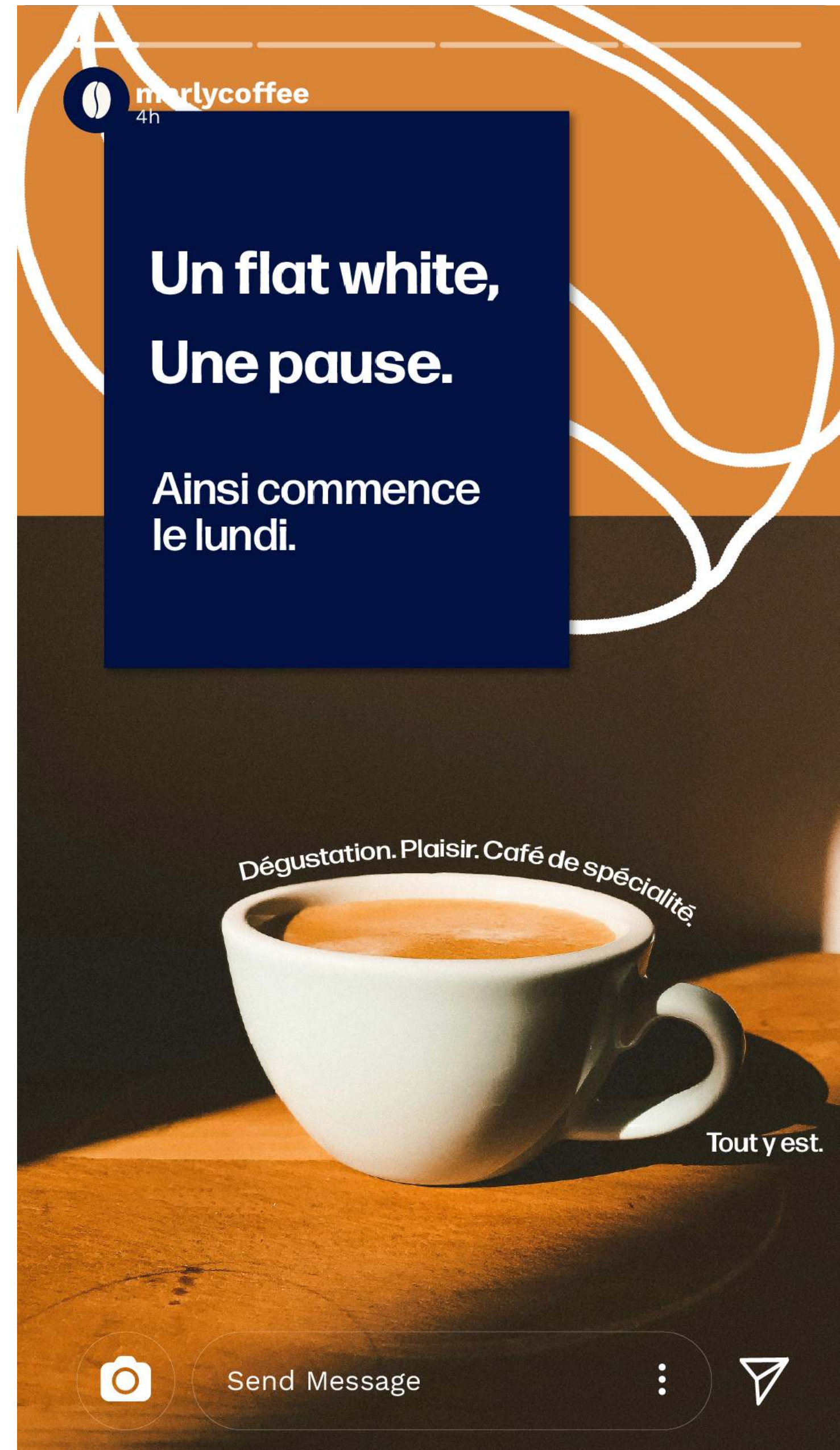


Valeurs

Authenticité
Qualité
Simplicité
Convivialité

➤ contenu digital

Déclinaison de l'identité sur les réseaux sociaux, pensée pour Instagram (story et post).



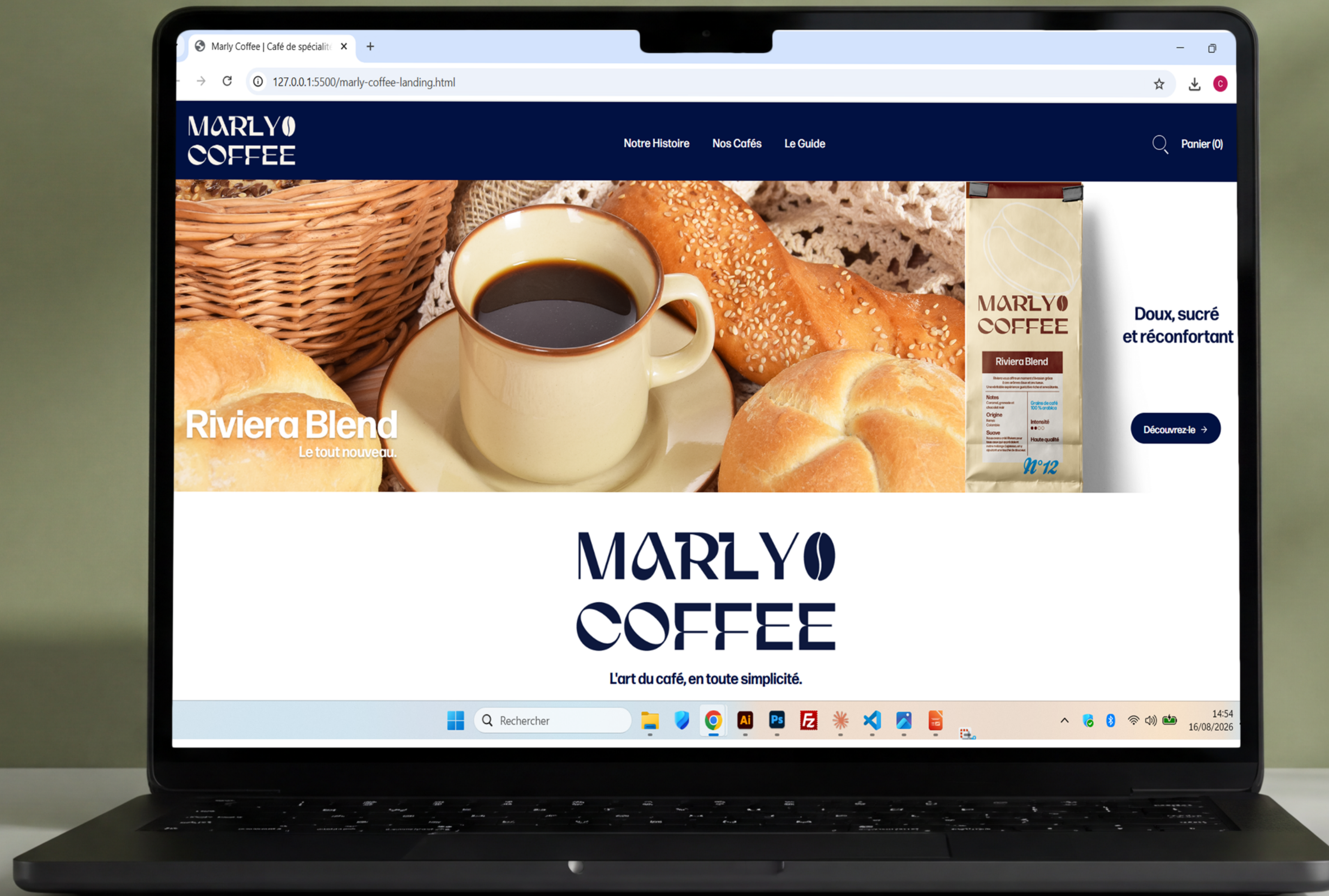
➤ expérience web ➤ développement web

De la bannière au footer, une page d'accueil entièrement designée et codée en HTML/CSS pur sans framework, pensée pour s'adapter à tous les écrans.
<https://clemenceassier.fr/marly-coffee-landing.html>

➤ Responsive

➤ Composants UI

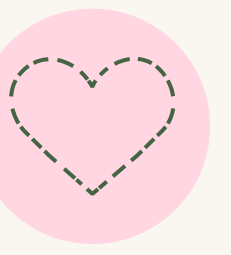
➤ Mobile-first



➤ print

Un menu pensé pour prolonger l'identité de la marque jusqu'en salle, entre typographie affirmée et palette chaleureuse.



**ANNONCE**

Recherche d'alternance

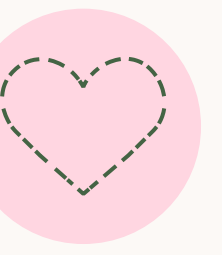
À la recherche d'une alternance en UX/UI design de 18 mois, sur Toulouse et ses alentours, à partir de septembre 2026.

Le rythme prévoit 3 ou 4 jours en entreprise par semaine, les jours de formation pouvant être adaptés.

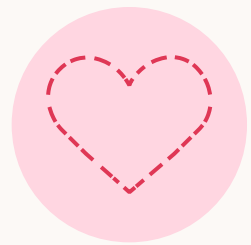
Curieuse, rigoureuse et déterminée à mettre mon parcours marketing au service du design.

Disponible pour échanger dès maintenant.

2026



**Mon profil vous
parle ?
Créons ensemble !**



clemence.81@live.fr

Clemence.A

clemence.81@live.fr

