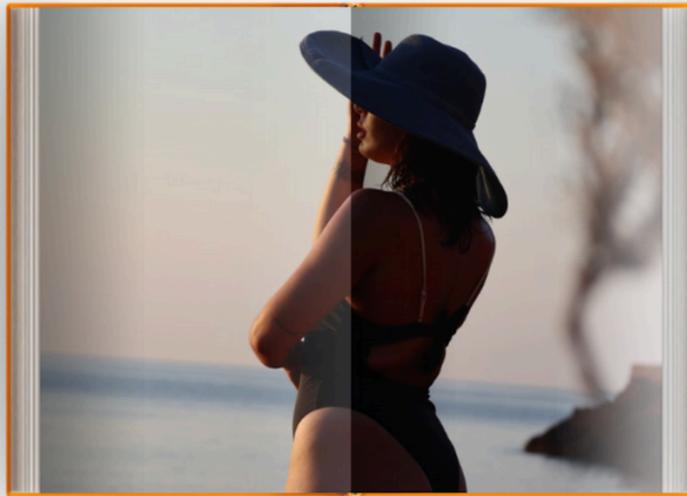


PORTFOLIO

BIENVENUE DANS MON UNIVERS



Retrouvez-moi également sur Instagram
@maisonprovence_marketing
@southlewe

Passionnée de photographie, de mise en scène, de création de contenus et de communication digitale, je vous invite à plonger dans mon décor et découvrir mes travaux. Explorez ce portfolio comme une invitation à voir le monde à travers mon objectif, où chaque cliché est un reflet de ma passion et de ma vision artistique.

À propos

Photographie

Réalisations graphiques - Brandind

Photoshop

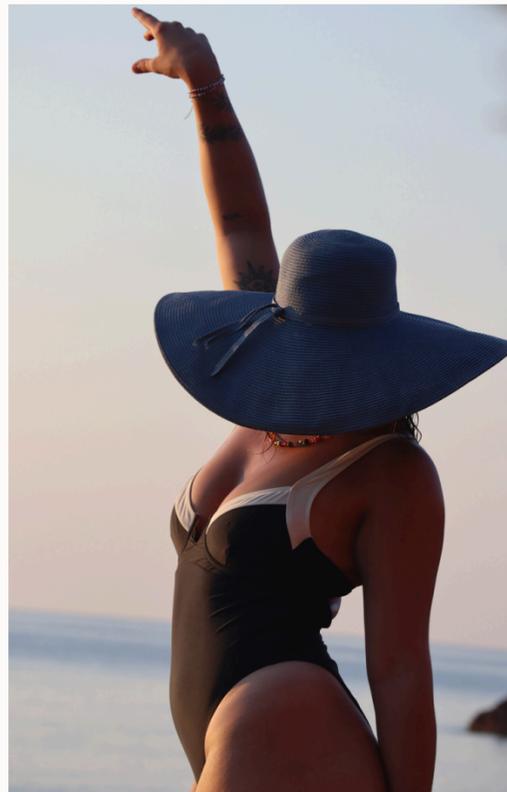
Web & copyrighting

Statistique Réseaux Sociaux

Sommaire



À PROPOS DE MOI



Diplômée en marketing digital à l'ISEG Com Nice en 2024. Je suis passionnée de photographie et de création visuelle, j'aime jouer avec la lumière et les émotions pour raconter des histoires à travers mes images. Chaque photo est pour moi une façon de capturer un instant unique, une émotion sincère ou un détail souvent invisible à l'œil nu.

En parallèle, je m'intéresse à la communication digitale, notamment à travers ma marque de lingerie @kholwa.fr. Je gère tout, du marketing à l'organisation des shootings, en passant par la création de contenu et l'editing.

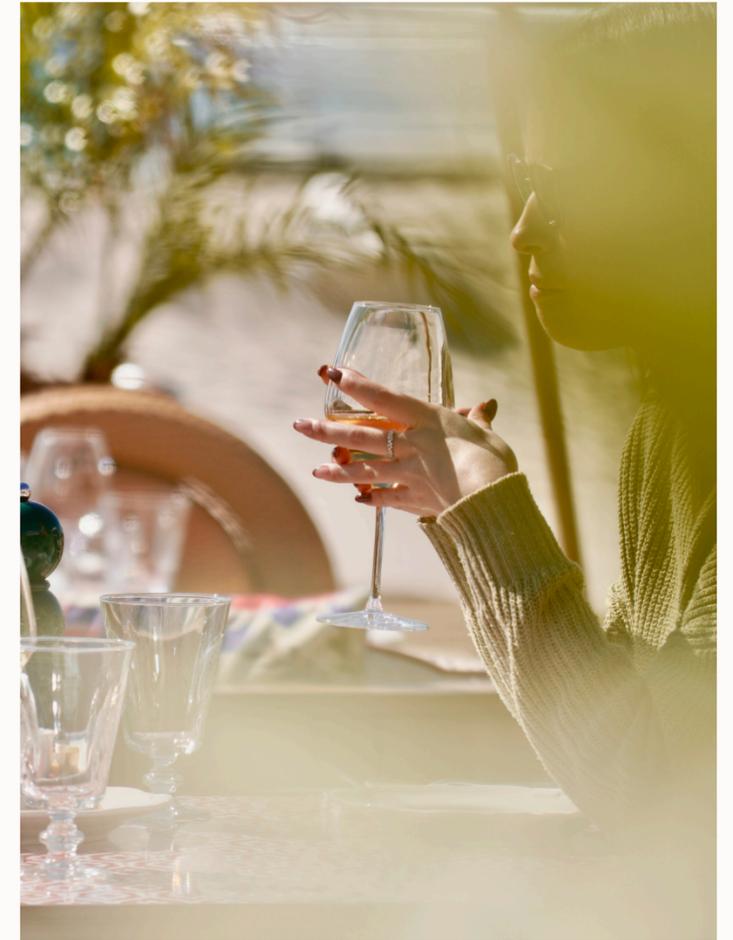
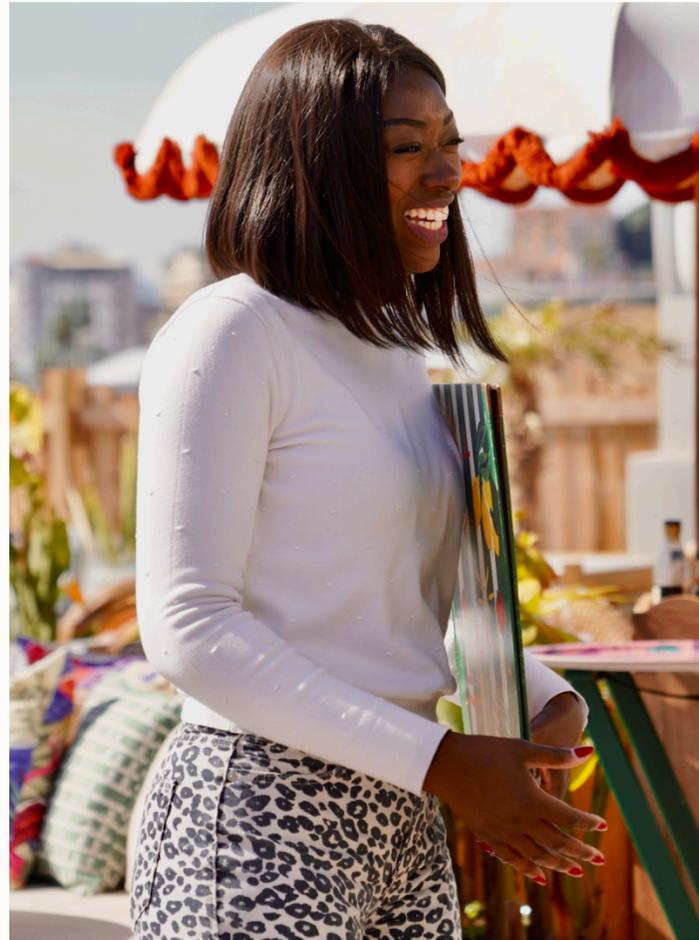




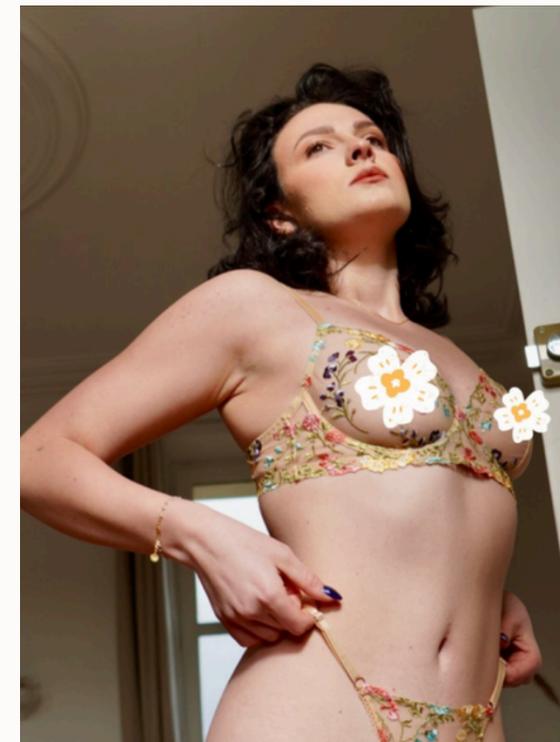
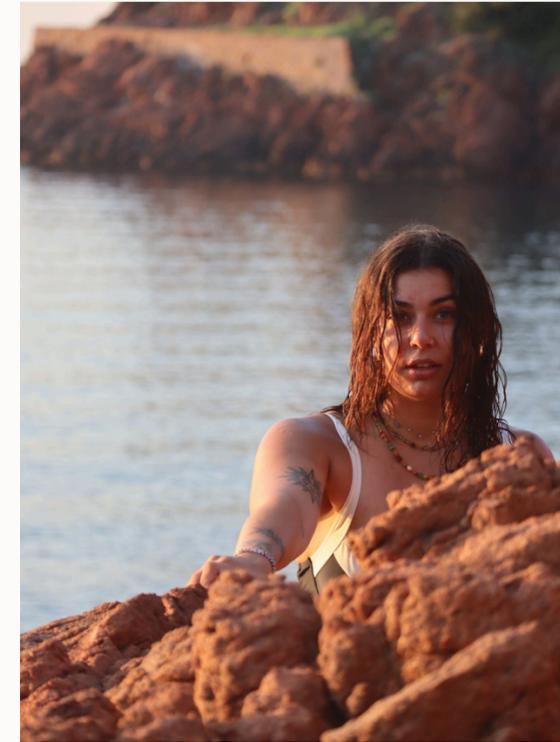
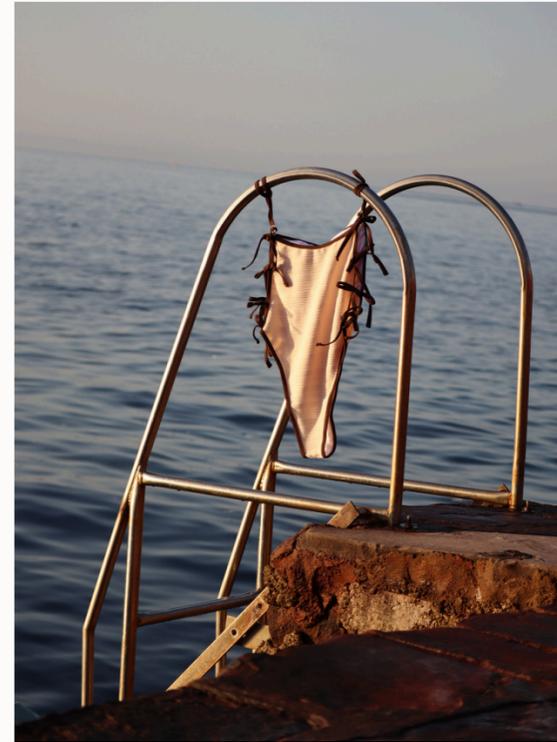
MON APPROCHE artistique

Ma démarche artistique repose sur l'envie de raconter des histoires à travers chaque image. J'explore la mise en scène et les jeux de lumière pour capturer des émotions authentiques et révéler la beauté des détails. Chaque photo est pour moi un moyen d'exprimer une vision unique, où l'esthétique se mêle à la profondeur narrative.

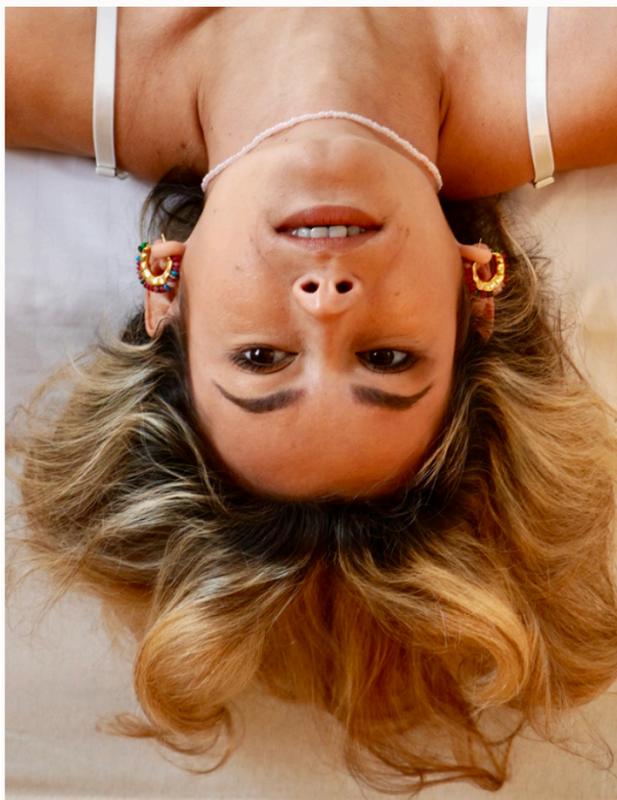
RESTAURANTS



SHOOTING BIKINIS & LINGERIE

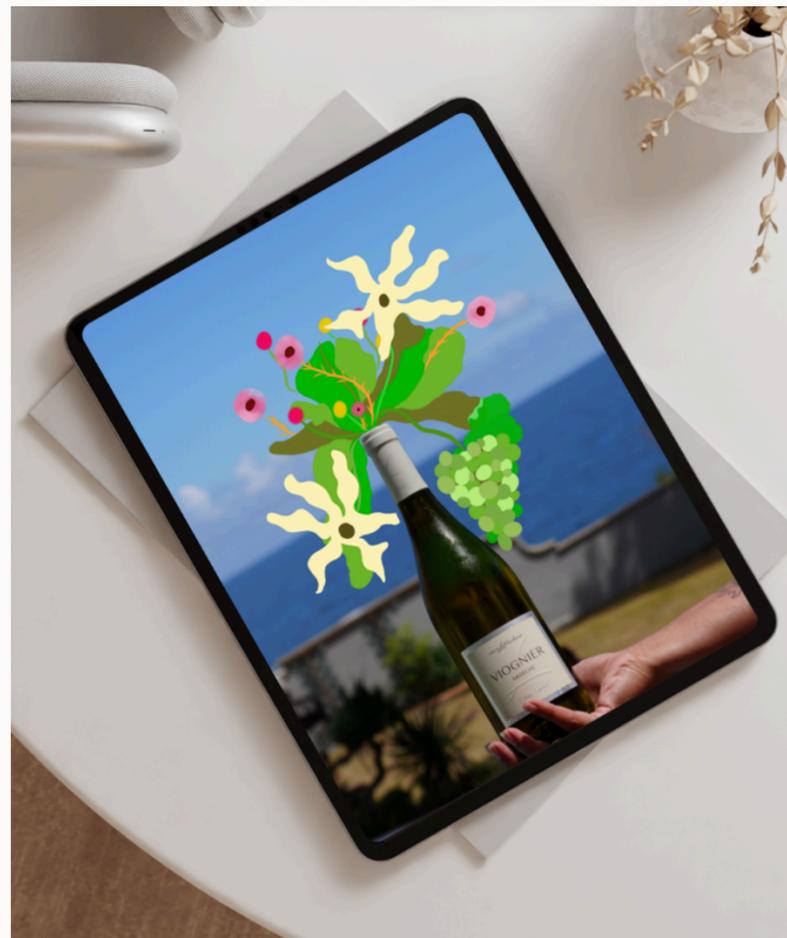
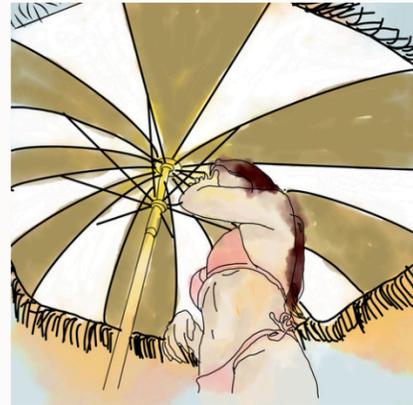


AUTRES



CRÉATIONS

DE CONTENU – GRAPHIQUE



Via Fresco, je dessine aussi du contenu original et attractif pour les réseaux sociaux. Ici, vous avez un graphique pour un événement Pool Party, et à droite, du contenu pour du vin, qui pourrait parfaitement convenir à un restaurant, par exemple.



Présenté par Catherine Turner

SOMMAIRE

1. Introduction
2. Logo & Identité Visuelle
3. Palette de Couleurs
4. Typographie
5. Éléments Graphiques & Iconographie
6. Ton & Voix de la Marque
7. Mockup
8. Applications & Supports
9. Les réseaux sociaux
10. Présentation de la marque
11. Analyse de l'identité Actuelle
12. Liste des Concurrents Actuelle
13. Stratégie de Marque
14. Identité visuelle
15. Ton et style de communication
16. Supports de communication
17. Plan de déploiement
18. Conclusion et recommandations

INTRODUCTION

Objectif des Brand Guidelines
 Les Brand Guidelines sont un guide essentiel pour assurer une communication visuelle cohérente et impactante de MOI EXTRA MONTE-CARLO. Elles définissent les règles d'utilisation du logo, des couleurs, de la typographie et des éléments graphiques afin de garantir une identité forte et reconnaissable sur tous les supports.

Importance de la cohérence visuelle
 Une identité visuelle homogène renforce la notoriété et la crédibilité de la marque. Chaque détail visuel contribue à transmettre les valeurs de luxe, d'excellence et d'exclusivité qui définissent MOI EXTRA MONTE-CARLO.



LOGO & IDENTITÉ VISUELLE

LOGO & IDENTITÉ VISUELLE



Utilisation sur différents supports

- Sur fond clair : Utilisation du logo en couleurs officielles.
- Sur fond sombre : Utilisation du logo en version blanche ou dorée pour une meilleure visibilité.

PALETTE DE COULEURS

Les couleurs doivent évoquer le luxe, la confiance et l'exclusivité :

Bleu Marine (#001F3F) Représente la confiance, la stabilité et le prestige.	Or (#C9A04D) Symbole du luxe et de l'exclusivité.	Gris Élegant (#A0A0A0) Apporte une touche de modernité et de neutralité.	Blanc Pur (#FFFFFF) Évoque la pureté, la clarté et la transparence.
--	--	---	--

Associations et usages recommandés

- Le bleu et l'or sont privilégiés pour les supports premium.
- Le gris peut être utilisé en arrière-plan ou pour les textes secondaires.

TYPOGRAPHIE - TITRE N°1

Hierarchie et styles typographiques

- Titres en majuscules pour une présence affirmée.

AA BB CC
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU VXYZ
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU VXYZ
1234567890

TYPOGRAPHIE - TITRE N°2

Hierarchie et styles typographiques

- Corps de texte en minuscules pour un confort de lecture optimal.

Aa Bb Cc
ABCDEFGHIJKLMN OPQR STUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy z
1234567890

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES & ICONOGRAPHIE

Motifs et textures

- Utilisation d'effets dorés pour souligner le luxe.
- Motifs inspirés de l'architecture monégasque.

icônes et pictogrammes

- Icônes minimalistes pour une communication épurée.
- Symboles liés à l'univers du luxe et de l'hospitalité.

Effets et styles visuels autorisés

- Légers effets 3D pour les éléments en or (couronne et points du logo).
- Filtrés doux pour conserver une esthétique premium.



TON & VOIX DE LA MARQUE

Positionnement et langage utilisé

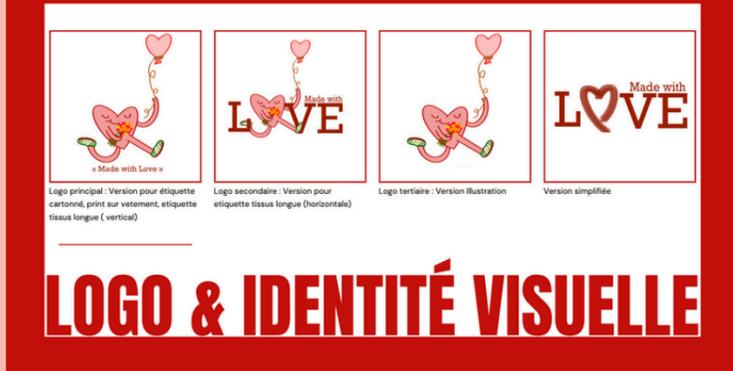
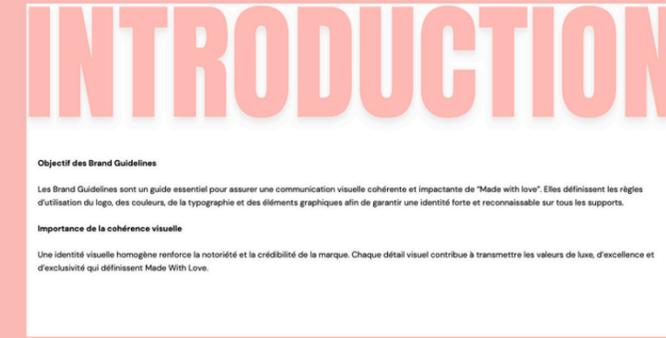
- Un ton professionnel, chaleureux et exclusif.
- Une communication sobre et élégante.

Exemples de communication

- Instagram & LinkedIn : Publications raffinées et friendly mettant en avant les services et l'expertise.
- Supports print & digital : Un discours institutionnel clair et impactant.



Présenté par Catherine Turner



PALETTE DE COULEURS

Les couleurs doivent évoquer l'amour et la simplicité

Rouge Vif (#C330FC)

Symbolique : C'est une couleur très intense, associée à la passion, à l'amour ardent, et à l'émotion brute. C'est le rouge classique de la passion amoureuse, du cœur battant et du désir.

Rose Poudré Clair (#FAB0B6)

Symbolique : Le rose pastel évoque la tendresse, la douceur, la romance douce et sincère.

Vert Olive Foncé (#526702)

Symbolique : Le vert peut surprendre dans un logo d'amour, mais il apporte une stabilité, un lien avec la nature, la croissance d'une relation ou d'un amour plus mature, éternel.

TYPOGRAPHIE - TITRE N°1

Hierarchie et styles typographiques

Aa Bb Cc

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU
VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Rockwell (4)

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES & ICONOGRAPHIE

Motifs et textures

Les chausures du personnage sont inspirées des célèbres modèles Gazelle, avec une possibilité de variation vers un style Golden Goose pour une touche plus urbaine et tendance. Les textures peuvent inclure des détails usés (effet vieilli) ou des éclats de peinture pour rappeler le côté street-art et mod décontracté.

Les motifs intégrés dans l'ensemble du design s'inspirent de l'univers de l'amour : cœurs, fleurs et rue ballon. La marque « Comme des Garçons » sert de référence esthétique, avec une approche décalée, arty et minimaliste.

Icônes et pictogrammes

L'univers graphique peut s'enrichir d'icônes secondaires comme des petits cœurs volants, des fleurs simplifiées, des cadènes d'amour ou des enveloppes avec des baisers. Ces éléments peuvent ponctuer le logo ou être utilisés en pattern d'arrière-plan.

Effets et styles visuels autorisés

- Tracés à la main, légèrement irréguliers pour un rendu artisanal et chaleureux
- Palette de couleurs centrée sur le rouge, le rose et quelques touches de vert, orange, jaune pour dynamiser
- Effets de relief doux (contours épais façon cartoon) pour donner du volume

TON & VOIX DE LA MARQUE

• Positionnement

La marque incarne une élégance décontractée, un luxe sans prétention où l'authenticité prime. Inspirée par l'esprit "street-chic", elle s'adresse aux initiés, ceux qui savent reconnaître la valeur d'une pièce unique, pensée dans les moindres détails. Ici, chaque vêtement raconte une histoire, entre inspirations urbaines, amour du beau et savoir-faire artisanal.

Langage utilisé

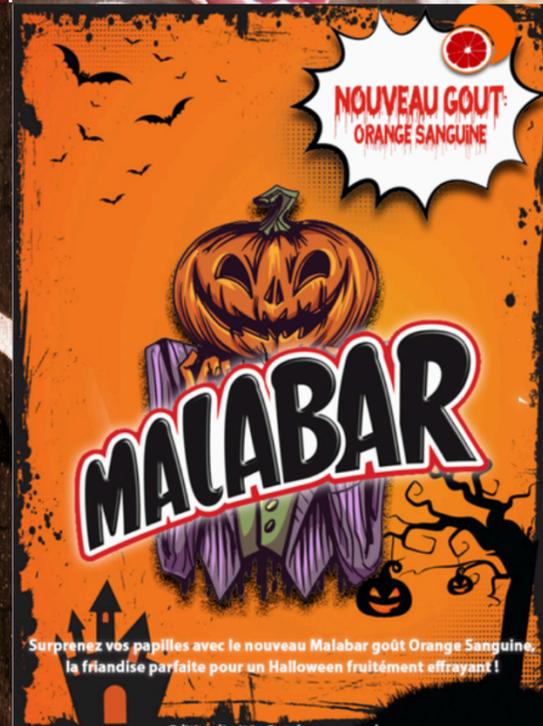
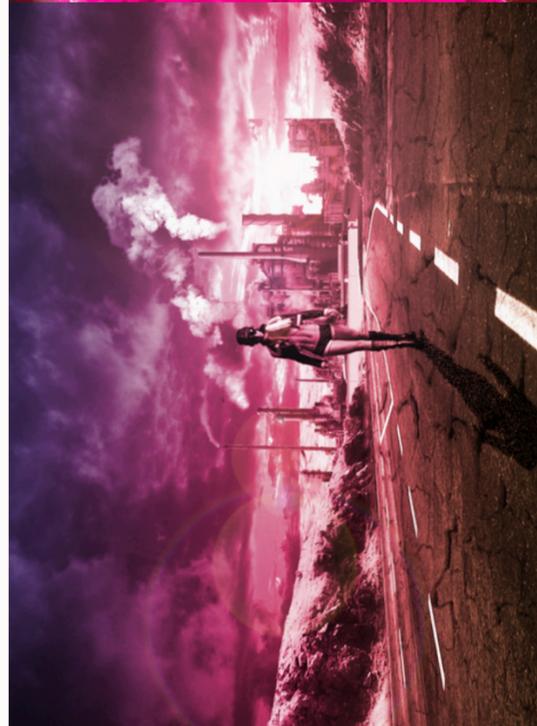
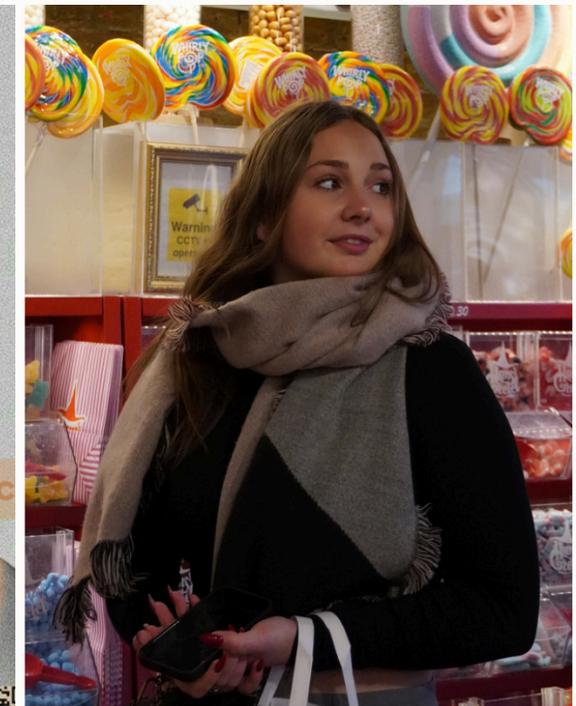
Le ton est confidentiel, complice, presque initiatique. On ne cherche pas à séduire tout le monde, mais à parler à ceux qui partagent les mêmes codes. On valorise le produit sans ostentation, avec des phrases courtes, un vocabulaire pointu mais accessible, et une touche de second degré pour casser l'austérité du luxe classique.

• Exemples de messages

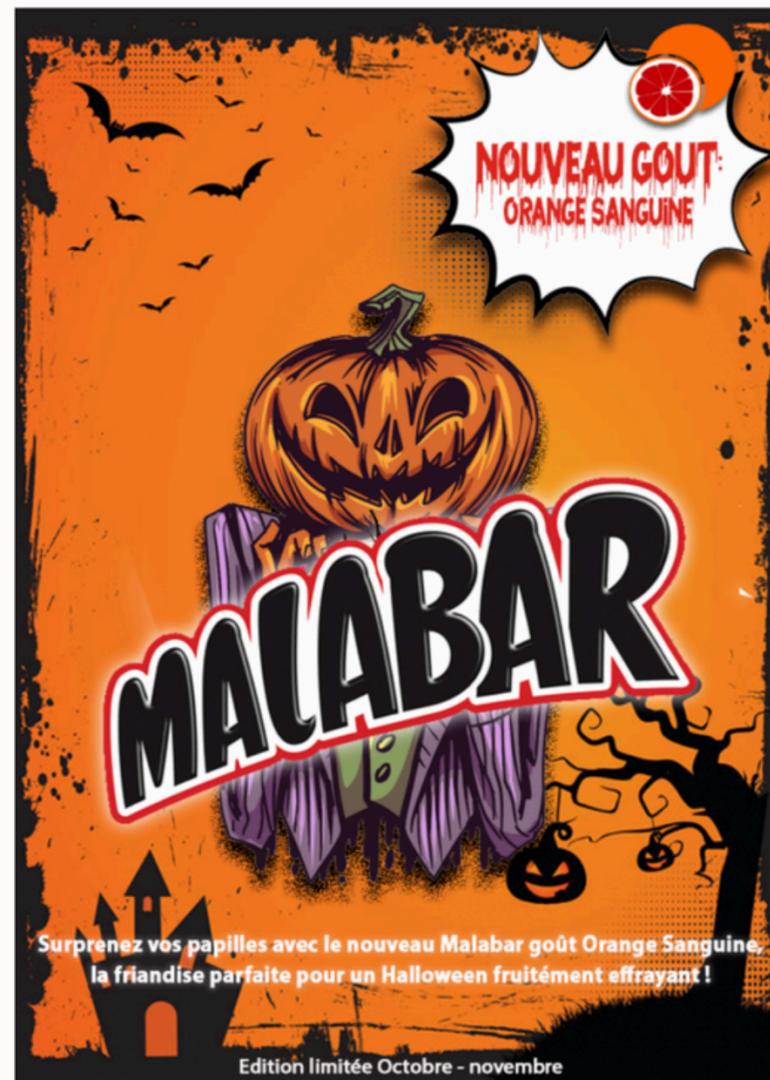
- « Conçu avec amour. Pensé pour ceux qui savent. »
- « Un cœur qui bat. Une pièce qui vibre. »
- « La mode qui dure plus qu'un crush. »
- « Une pièce de caractère, pour des caractères trempés. »
- « L'amour du détail. Le luxe du vrai. »



FLYER, MOCKUP & POST



RÉALISATION BRANDING



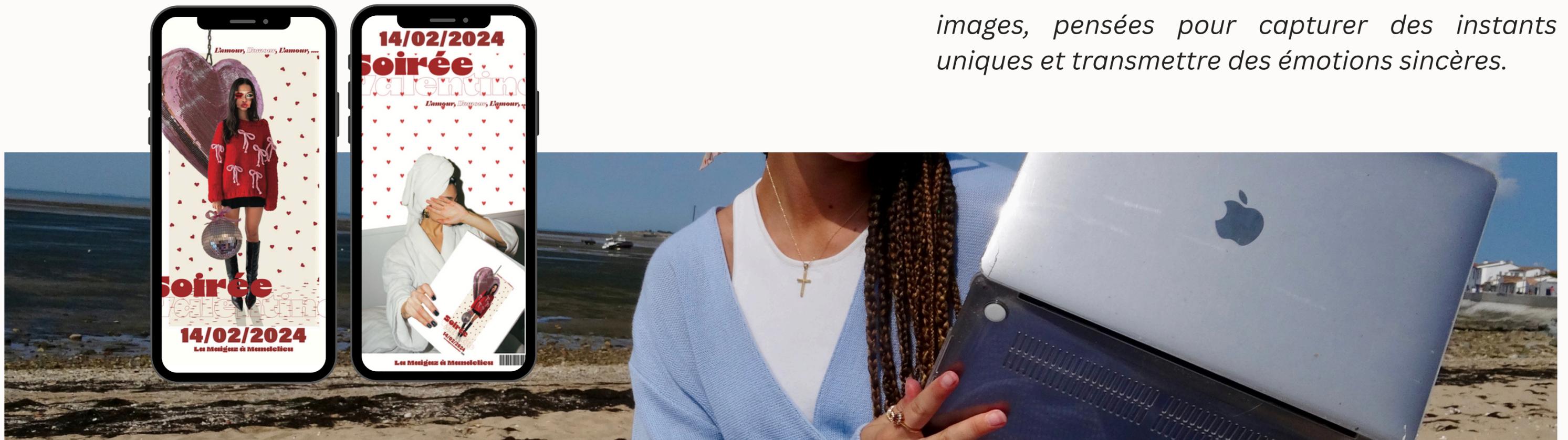
AFFICHES A4
21 X 29,7 CM



INSPIRATIONS & RÉFÉRENCES

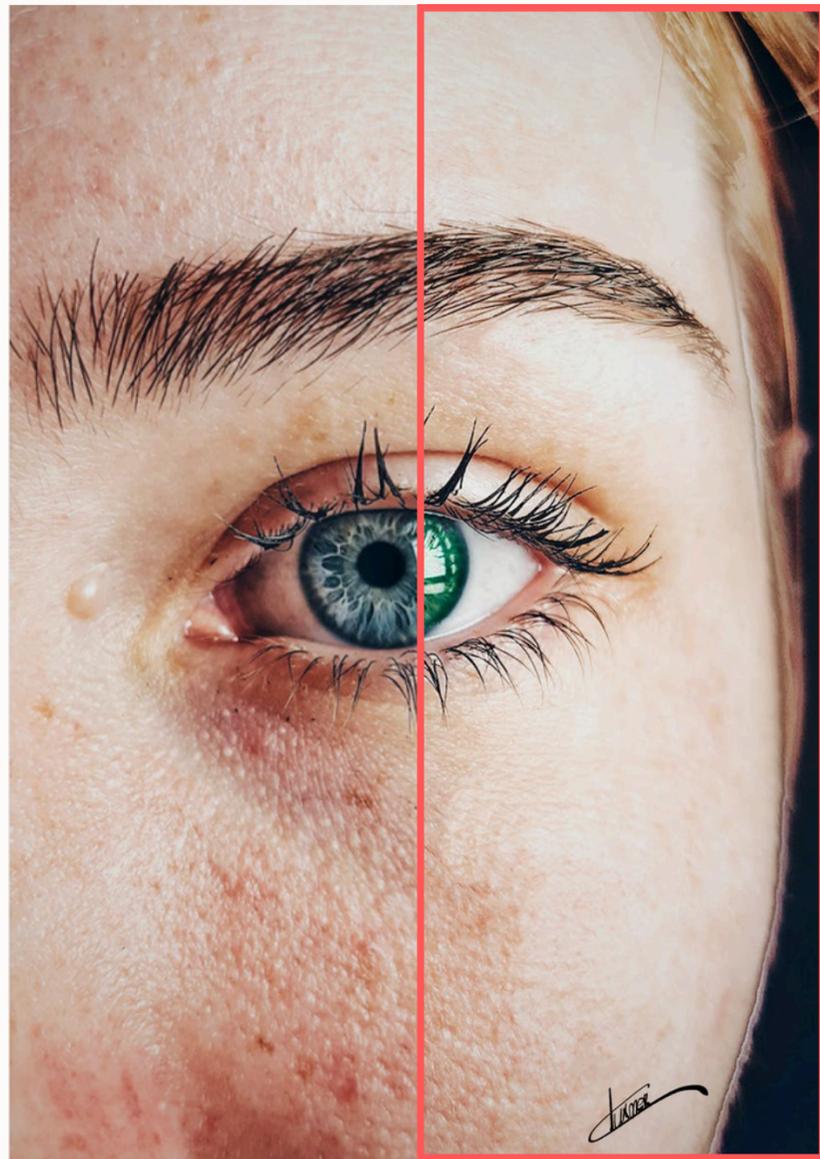
Mon travail est inspiré par ce qui m'entoure et nourrit ma créativité au quotidien. Ma mère, qui m'a appris très jeune à manier une caméra, a joué un rôle clé dans mon parcours. Mes études aussi qui m'ont aidé à "peaufiner" tout cela.

La nature, avec ses formes et jeux de lumière, m'inspire autant que l'énergie des villes et les émotions humaines. Je puise aussi dans l'art, la photographie et le cinéma pour affiner ma vision. Toutes ces influences se retrouvent dans mes images, pensées pour capturer des instants uniques et transmettre des émotions sincères.



PHOTOSHOP

AVANT / APRÈS



Via Photoshop, j'édite des images en supprimant les détails indésirables des photos

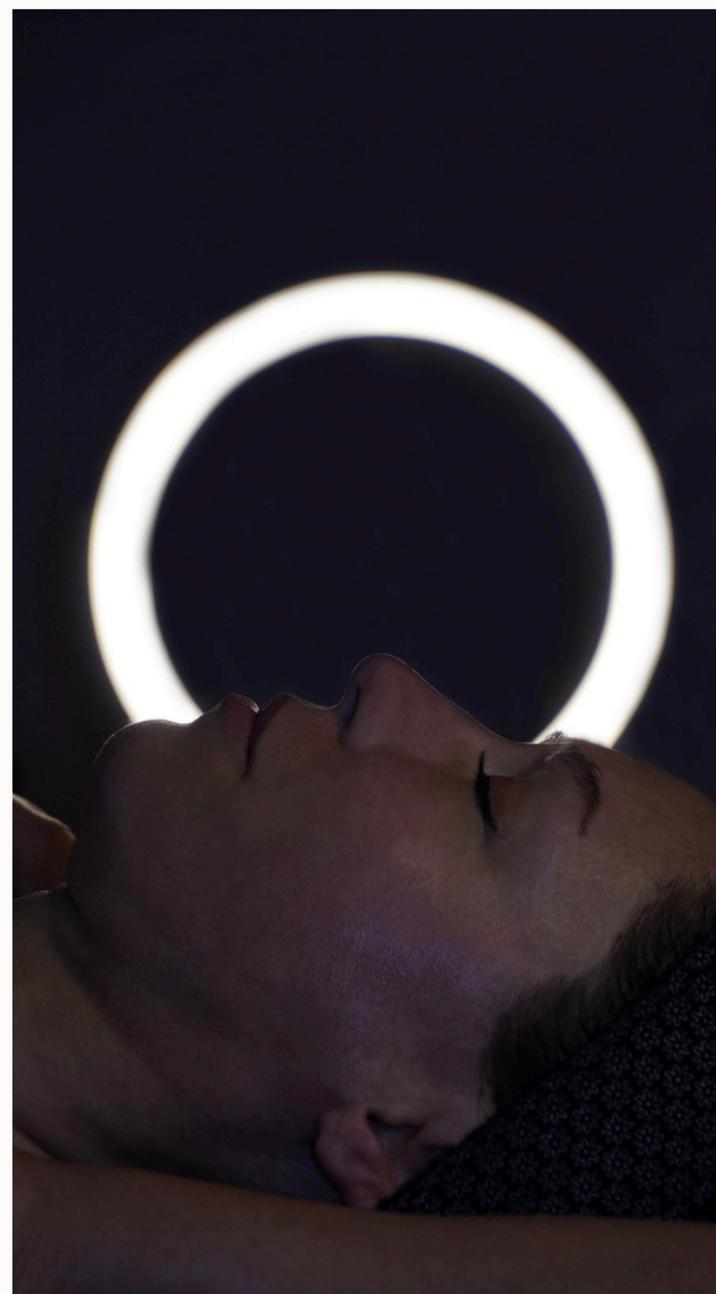
Saviez-vous

?

On dit souvent "les photos ne mentent jamais", mais en réalité, il y a bien plus derrière chaque image, même les plus simples.



AVANT



APRÈS



AVANT



APRÈS



AVANT



APRÈS



AVANT



APRÈS

SITE WEB & COPYRIGHTING



Un site web offrant une excellente expérience utilisateur, enrichi d'articles optimisés pour booster votre SEO, constitue un élément clé de votre stratégie digitale.



DE LA LINGERIE POUR ELLE

Kholwa

Et des maillots bien sur ! c'est bientôt l'été <3

[La marque](#)

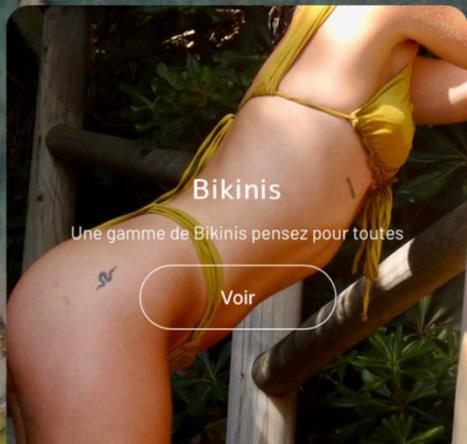
[La Boutique](#)

utilise des cookies pour fournir les fonctionnalités de site nécessaires et améliorer votre expérience. En utilisant ce site, vous acceptez notre utilisation des cookies.

[Accepter](#)

Les filles au bronzage Punta Cana approchent !

Oulala j'adore



Bikinis

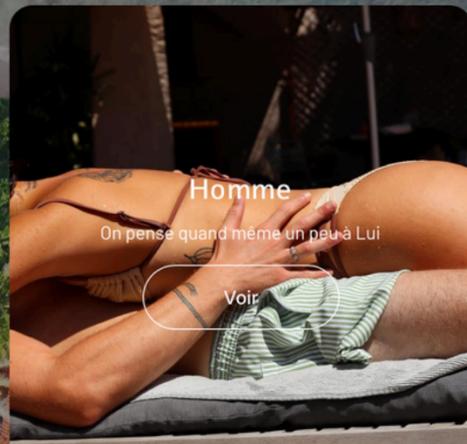
Une gamme de Bikinis pensee pour toutes

Voir



Lounge

Voir



Homme

On pense quand même un peu à Lui

Voir



Les clés du bien-être mental pour une vie épanouie

Le bien-être mental passe par l'équilibre des émotions, la gestion du stress et des relations positives. Cultiver la pleine conscience, l'autocompassion et adopter des habitudes saines favorisent une vie plus sereine et épanouie.

Kholwa.fr
12/3/2024 · 2 min lire



Comprendre l'Eczéma & Le Coton

On cherche sans cesse des solutions contre l'eczéma : alimentation, produits, stress... mais rien ne semble fonctionner. Mais nous ne pensons jamais à simplement l'adoucir, d'où l'importance du coton...

Kholwa
11/30/2024 · 2 min lire



La Beauté des Corps : Ode au Body Positivity

Dans un monde où les étoiles scintillent de mille feux et où chaque vague caresse le rivage avec douceur, il existe une beauté infinie qui ne demande qu'à être célébrée. Cette beauté réside en chacun de nous, dans chaque courbe, chaque imperfection, chaque éclat unique qui compose notre être.

Kholwa
7/31/2024 · 1 min lire



Everybody is a Bikini Body

Every Body is a Bikini Body Chez Kholwa Swimwear, nous célébrons la diversité et la beauté de chaque



Parcourir par

- Tous les produits
- Carte Cadeau
- Coton
- Été
- Homme
- Lounge Femme
- Maillots de Bains - Elle
- Maillots de bains - Lui
- Sous vêtement Homme

Tous les produits

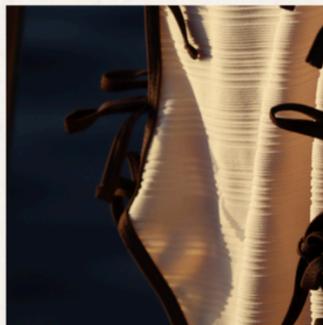
Trier par: Défaut



Carte cadeau pour Elle

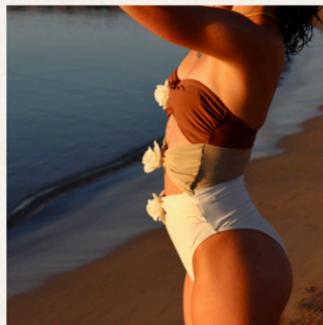
€20.00

Ajouter au panier



"Dune"

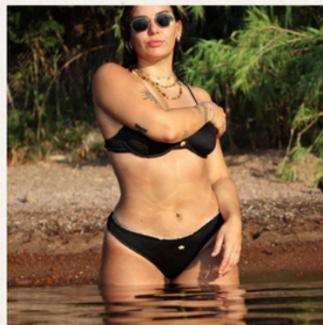
ÉPUISÉ



"Lilou"

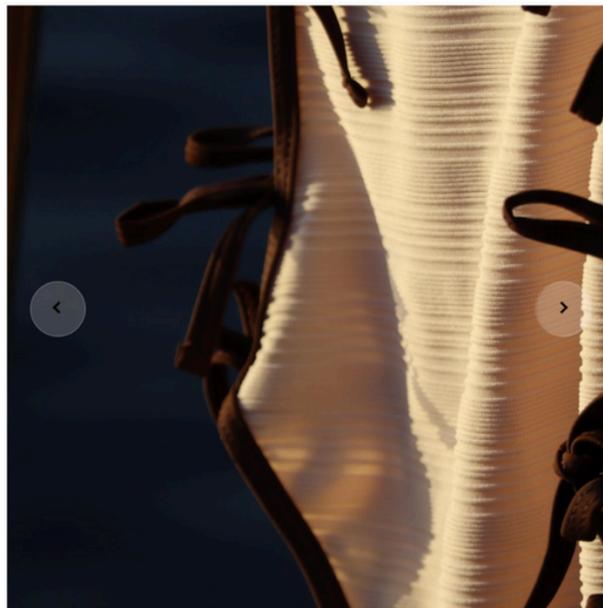
€30.00

Ajouter au panier



Haut - "Amy"

ÉPUISÉ



"Dune"

Maillot une pièce - Collection Dune

€30.00

Taille

S

- 1 + Rupture de stock

Ajouter au panier

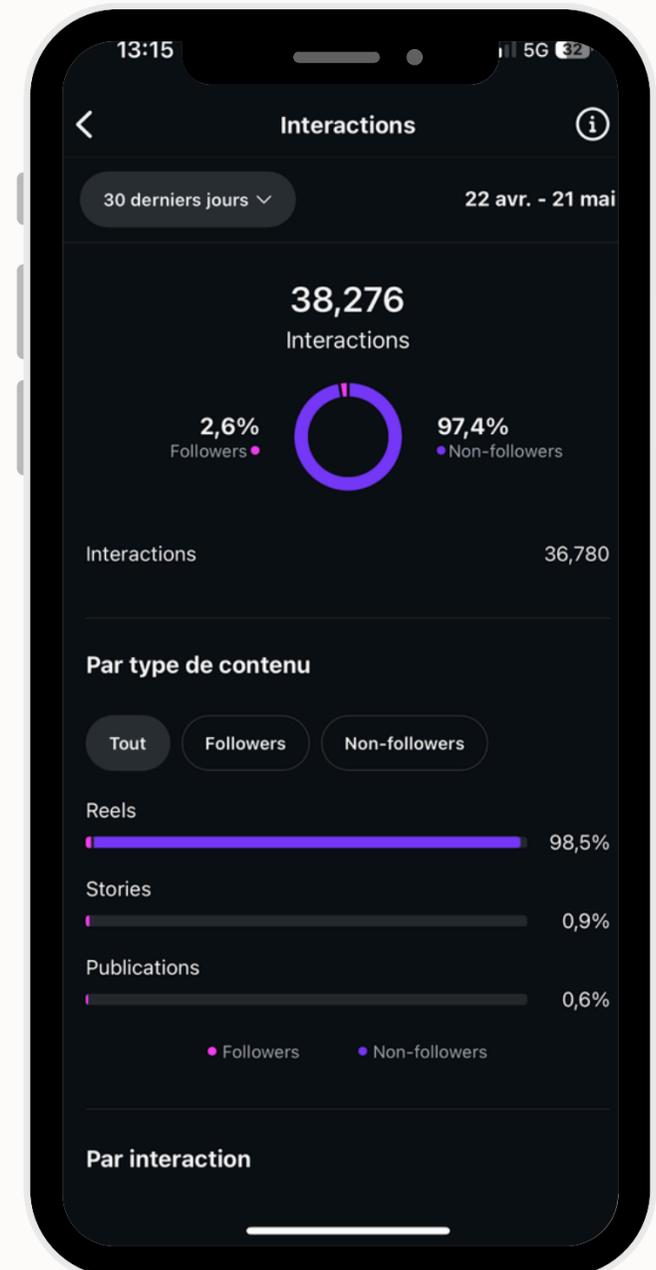
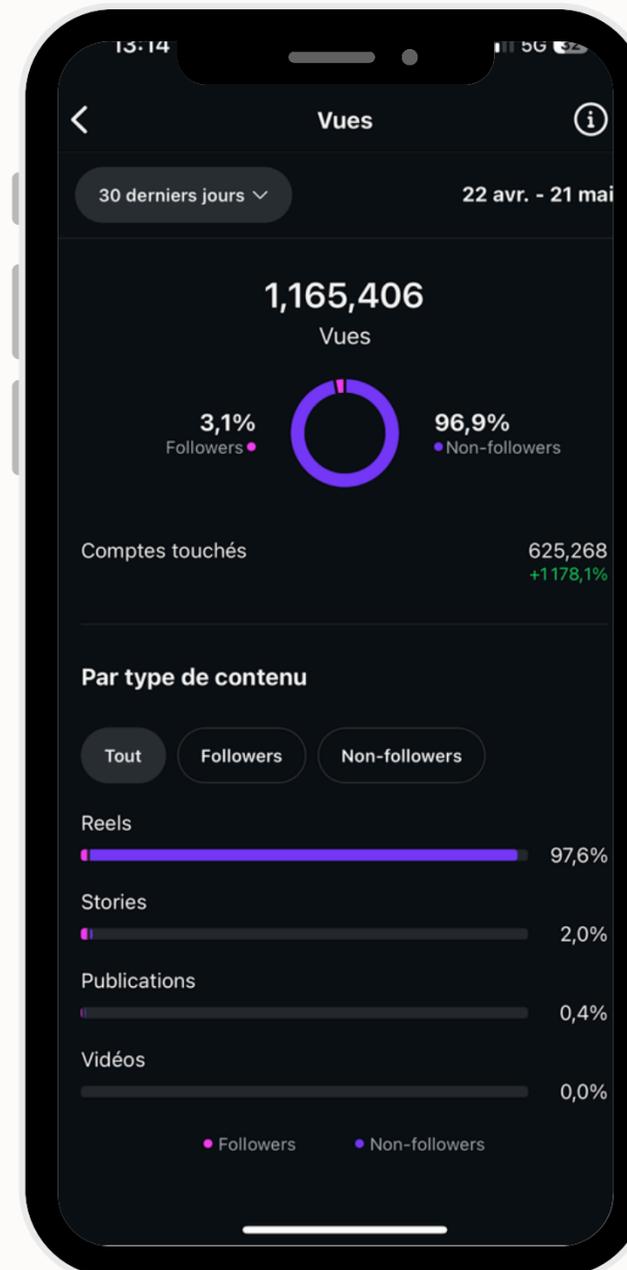
Découvrez le maillot de bain une pièce de la collection Dune, véritable incarnation de l'élégance estivale. Ce modèle présente une teinte beige sable, inspirée des dunes côtières, rehaussée de bordures et de liens latéraux marron chocolat qui ajoutent une touche sophistiquée. La coupe du maillot suit parfaitement les courbes du corps, offrant à la fois confort et maintien. Les liens sur les côtés permettent un ajustement personnalisé, tandis que le design

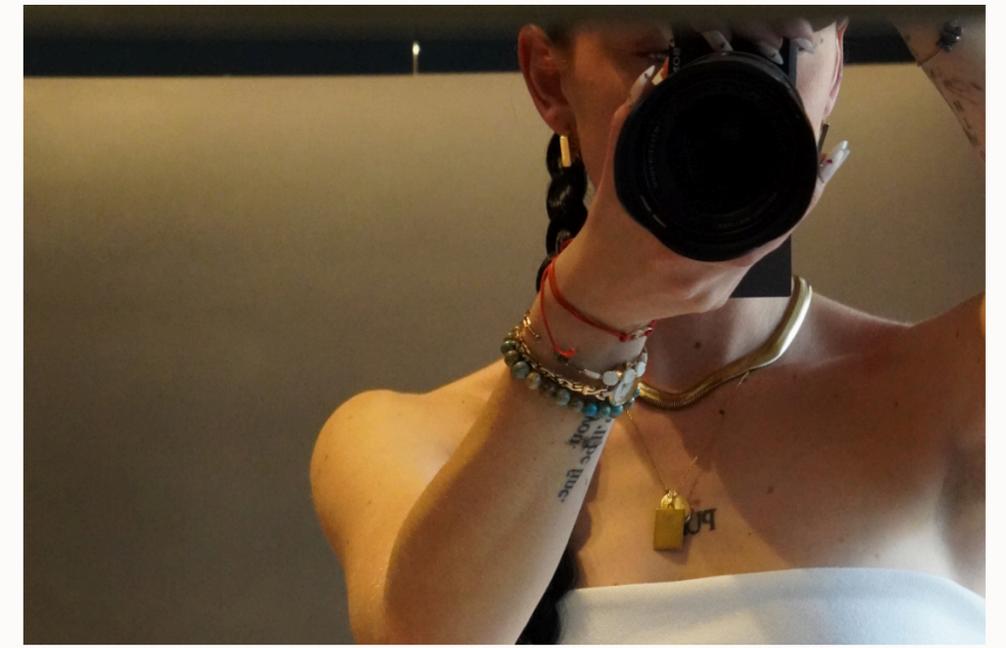


STATISTIQUES RÉSEAUX SOCIAUX

Notez bien :

À noter que ces statistiques sont issues d'un travail mené entre janvier et mai. Les résultats commencent à porter leurs fruits.





CONCLUSION & CONTACT

*Voyez le monde à travers mon objectif.
Envie de créer ensemble? Contactez-moi!*



06 52 76 81 22



Catherineturner.mail@gmail.com



@maisonprovence_marketing
@southlewe