

PORTFOLIO

Branding

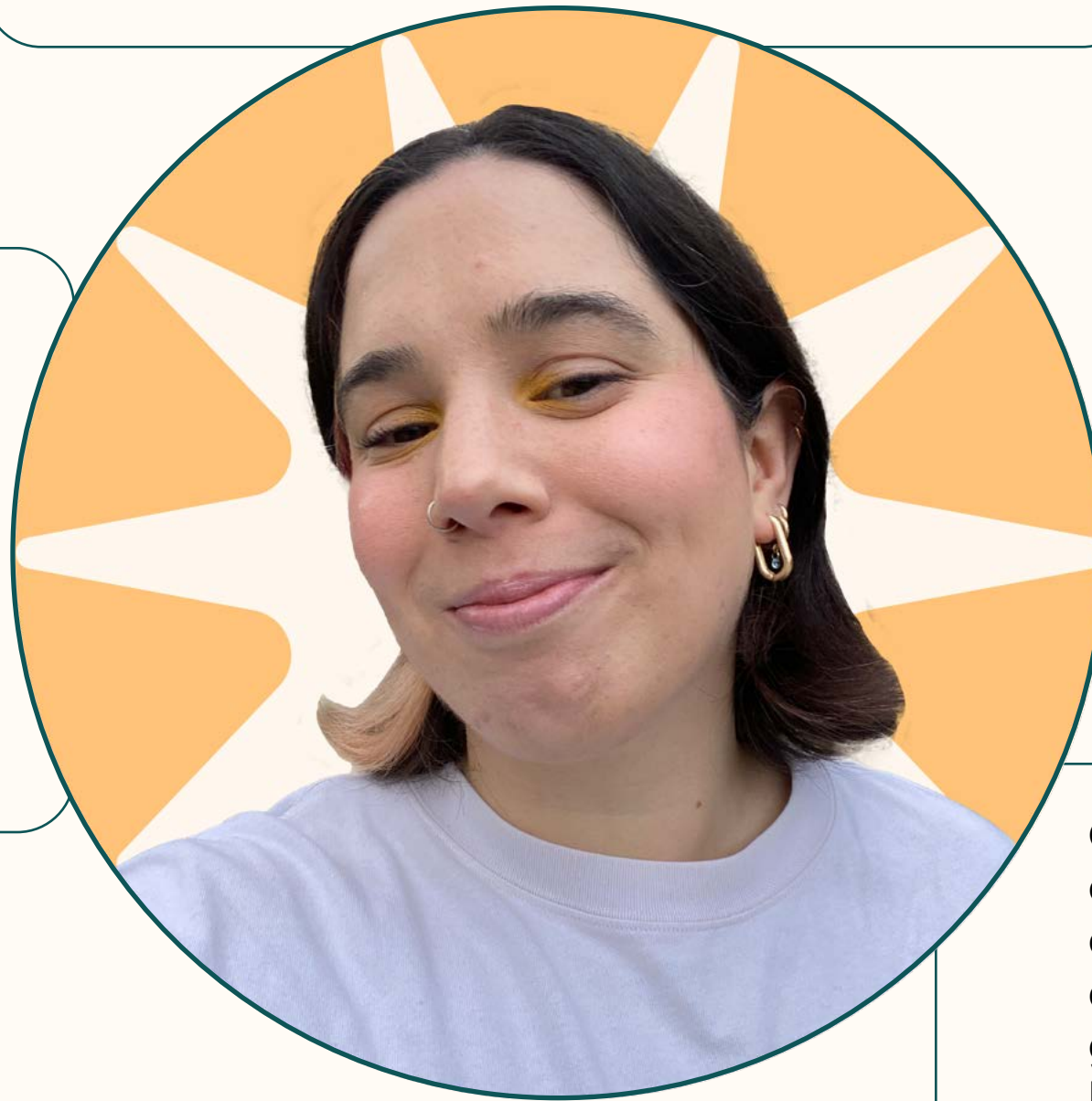
Webdesign

Edition

• UNE BRÈVE PRÉSENTATION •

Moi c'est Axelle, 29 ans, graphiste passionnée et allergique à la monotonie ! Je suis depuis trois ans maintenant graphiste & webdesigner en freelance. Après plusieurs expériences dans le monde de la communication, j'ai fait ce choix par envie de m'investir dans des projets passionnants et qui me tiennent à coeur.

Depuis la création de mon entreprise, je me suis spécialisée dans la conception d'identités visuelles sur mesure, ainsi que leur déclinaison sur une large gamme de supports de communication. Mon approche consiste à concevoir des univers graphiques uniques et cohérents, qui reflètent fidèlement l'image de marque et les valeurs de mes clients.



Que ce soit pour des projets de création ou de refonte, je travaille à partir d'une analyse approfondie des besoins de mes clients afin de leur fournir des solutions graphiques impactantes et adaptées à leur stratégie de communication.

• MA PHILOSOPHIE ET APPROCHE •

Créativité sur-mesure

Je crois fermement que chaque projet est unique et mérite une solution graphique pensée sur-mesure.

Mon objectif est de créer des visuels qui ne se contentent pas seulement d'être esthétiques, mais qui racontent une histoire, traduisent l'identité d'une marque ou d'une organisation, et répondent pleinement aux objectifs fixés.

Je prends le temps de comprendre la vision, les valeurs et les besoins de mes clients pour concevoir des solutions qui leur ressemblent.

Mon expertise dans l'identité visuelle et la déclinaison sur des supports variés garantit des résultats originaux, adaptés au public cible et respectant toujours les contraintes du projet.

Engagement professionnel

Depuis la création de mon entreprise, je me suis engagée à fournir des prestations de qualité, livrées dans les délais impartis, et à accompagner mes clients de manière proactive tout au long du projet. Je suis réactive, flexible et rigoureuse dans la gestion des projets, que ce soit en termes de planning, de communication ou de préparation des fichiers.

Ecoute et proximité

Je place l'humain au cœur de ma démarche, car je suis convaincue que la communication fluide et la compréhension mutuelle sont la clé d'un projet réussi.

J'écoute attentivement les attentes exprimées et j'encourage les retours tout au long du processus créatif, car je considère mes clients comme des partenaires dans la réalisation de leur projet.

Cette approche collaborative garantit une satisfaction totale du client et me permet d'adapter mes propositions en temps réel, selon les ajustements ou retours reçus.

LES PROJETS
SUR LESQUELS
J'AI TRAVAILLÉ



Anais Care Studio

Identité visuelle

Webdesign

Anais Care Studio est un espace de soin du visage d'exception, fondé par Anais, esthéticienne diplômée d'État et Skin Thérapeute Experte. Elle propose des soins entièrement personnalisés, loin des protocoles standards, et s'appuie sur des technologies rares et avancées comme le micro-courant, la photomodulation LED ou l'oxygène thérapie.

LE BESOIN

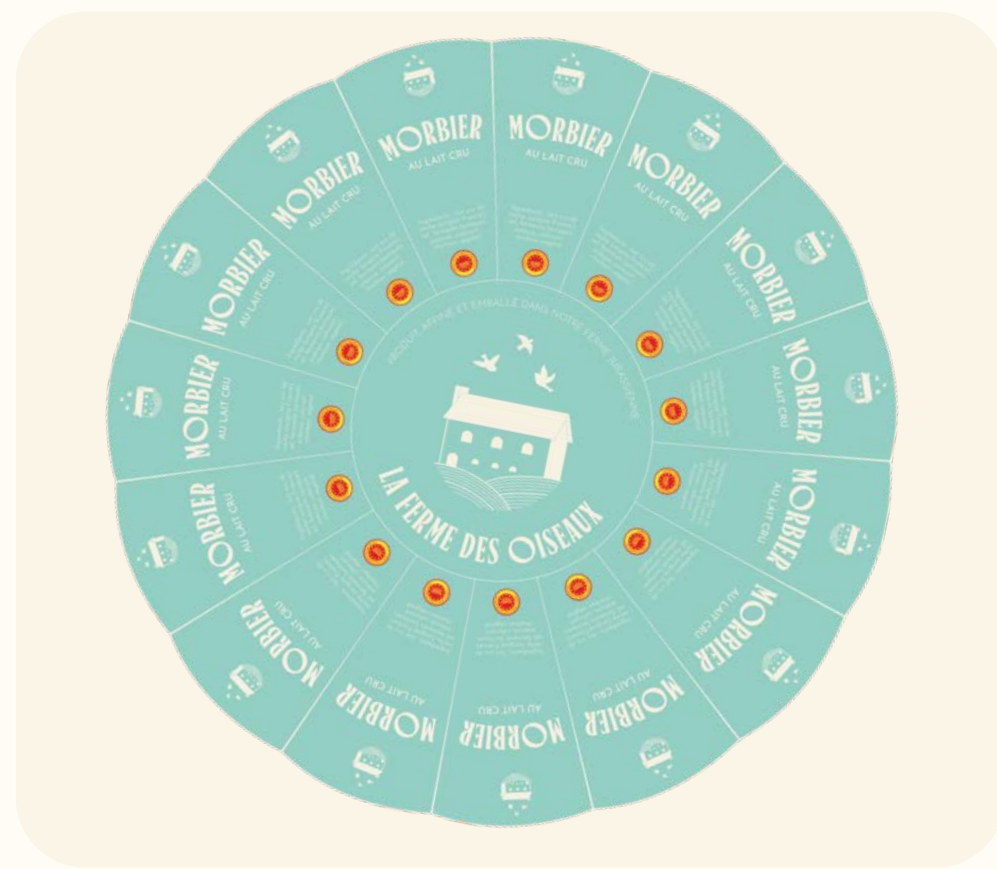
Aujourd'hui l'identité visuelle d'Anais Care Studio doit évoluer pour refléter pleinement la vision business : proposer des soins haut de gamme, rares et sur mesure, dans une logique de qualité avant la quantité.

MON APPROCHE

Dans cette refonte, Anais souhaitait que l'on garde une base identifiable du logo originel, nous avons donc conservé le «ANAIS CARE STUDIO» tel quel. J'ai construit un nouvel univers de marque autour de ce nom en ajoutant une tagline et un écusson. Celui-ci est inspiré de l'histoire d'Anais et devient alors un fort élément de différenciation dans un marché encombré.

LE RÉSULTAT

En structurant une identité forte et complète, Anais Care Studio gagne en visibilité, affirme sa personnalité et prépare le terrain pour ses futurs projets, notamment le développement de formations professionnelles.



La ferme des oiseaux

Identité visuelle Packaging Print

Philippine et Gaspard ont quitté Paris pour s'installer dans le Jura et ouvrir une ferme, dont une partie à la location en gîte, accueillant familles et visiteurs.

LE BESOIN

Pour développer leur activité, le couple souhaitait renforcer la visibilité de leur gîte et de la ferme par la création d'une identité visuelle, puis la conception de supports tels qu'un trifold présentant le gîte et ses prestations, et des packagings pour leurs fromages.

MON APPROCHE

Pour ce projet, j'ai voulu mêler tradition et modernité, afin que le design reflète à la fois l'authenticité de la vie à la ferme et l'attractivité des supports modernes.

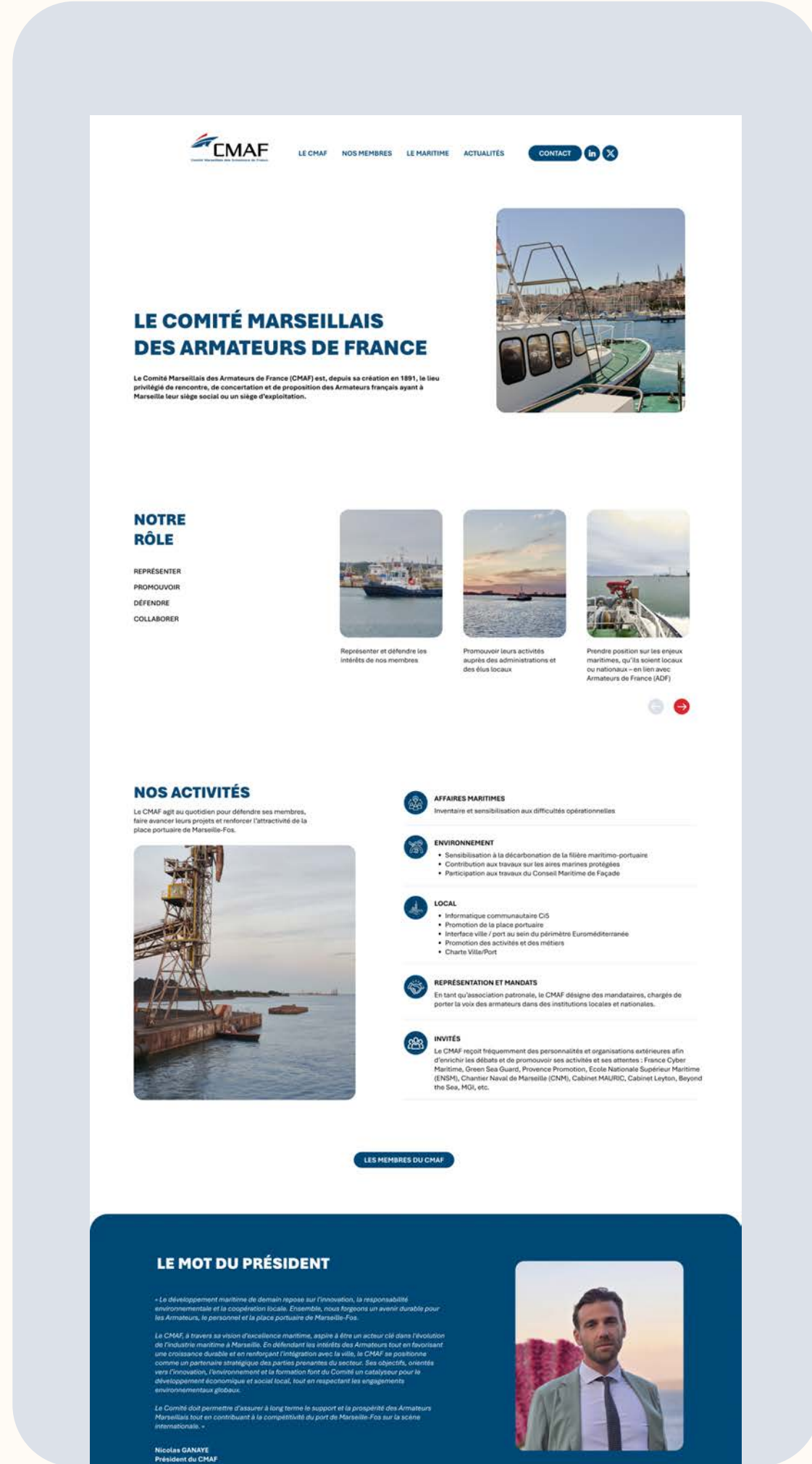
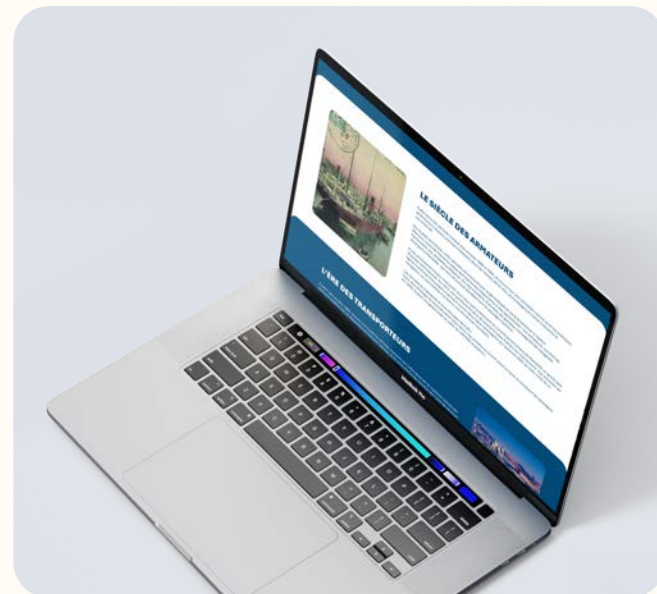
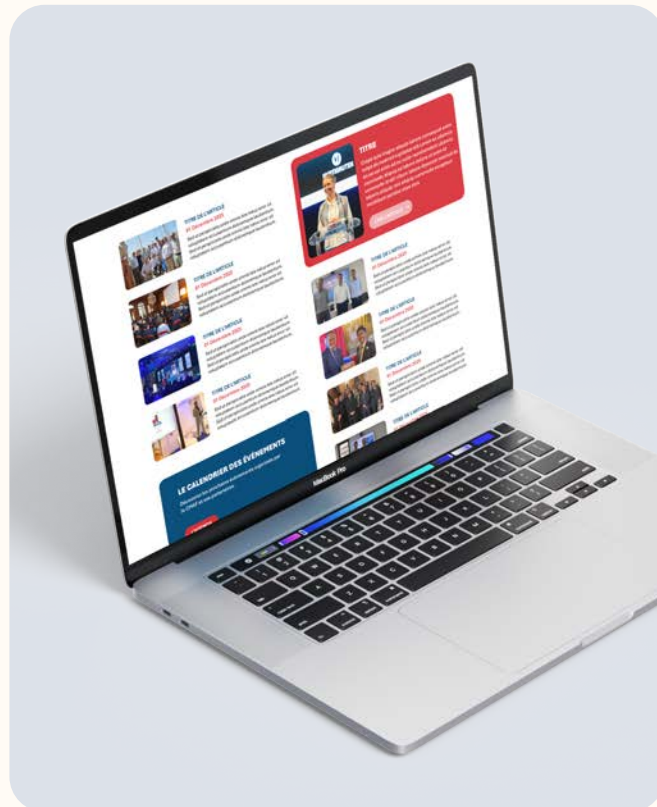
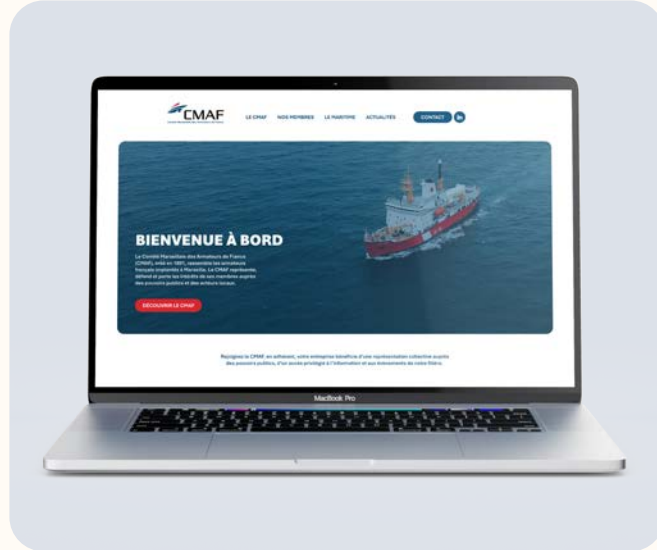
La palette de couleurs s'inspire des valeurs de Philippine et Gaspard : passion, convivialité et tradition, avec des teintes chaleureuses et naturelles.

LE RÉSULTAT

Un univers graphique cohérent et attractif, qui reflète les valeurs de la Ferme des Oiseaux : proximité, partage, passion et tradition.

Le trifold présente le gîte de manière claire et accueillante, tandis que les étiquettes mettent en valeur les produits fermiers et renforcent leur identité sur le marché local.





CMAF

Webesign

Le Comité Marseillais des Armateurs de France (CMAF) est une organisation professionnelle qui représente et défend les intérêts des armateurs marseillais. Acteur incontournable du secteur maritime régional, il assure la promotion du pavillon français et accompagne ses membres sur les enjeux juridiques, économiques et environnementaux liés à l'activité maritime.

LE BESOIN

Le site internet du CMAF, bien qu'existant, souffrait d'une navigation peu intuitive et d'un design vieillissant qui ne rendait pas justice au poids et au dynamisme de l'organisation. L'enjeu était double : moderniser l'image digitale du CMAF et repenser l'architecture de l'information pour faciliter l'accès aux contenus clés.

MON APPROCHE

J'ai mené une refonte centrée sur l'expérience utilisateur et la modernisation du design :

- Audit et restructuration : analyse de l'existant pour identifier les points de friction dans la navigation et redéfinir une architecture de l'information plus claire et logique.
- Modernisation du design : refonte graphique du site en cohérence avec l'identité et le positionnement institutionnel du CMAF, un univers visuel sérieux, ancré dans le monde maritime, avec une hiérarchie visuelle soignée et une mise en page aérée.
- Optimisation de l'expérience utilisateur : simplification des parcours de navigation, meilleure mise en valeur des rubriques essentielles (rôle, activités, membres, actualités), et adaptation aux usages actuels.

LE RÉSULTAT

Un site internet modernisé, plus fluide et plus lisible, qui reflète fidèlement le sérieux et l'expertise du CMAF. La refonte offre une expérience utilisateur sensiblement améliorée et renforce la présence digitale de l'organisation auprès de ses membres, partenaires et institutions.

Eurocinéma

Identité visuelle

Fondée en 1991 à l'initiative des organisations professionnelles françaises de la production audiovisuelle et cinématographique, Eurocinema est une association qui regroupe les principaux syndicats de producteurs de cinéma et d'audiovisuel en France. Sa mission : représenter et défendre les intérêts de la filière auprès des institutions de l'Union européenne, sur des enjeux aussi cruciaux que la propriété intellectuelle, la régulation audiovisuelle ou le programme Média.

LE BESOIN

Avec le temps, l'identité visuelle d'Eurocinema ne reflétait plus le poids ni l'ambition d'une association qui se bat quotidiennement pour le cinéma européen à Bruxelles. Une refonte complète s'imposait : moderniser les codes graphiques tout en affirmant le positionnement institutionnel et culturel de l'association. Dans la foulée, le site internet devait être mis à jour pour intégrer cette nouvelle identité.

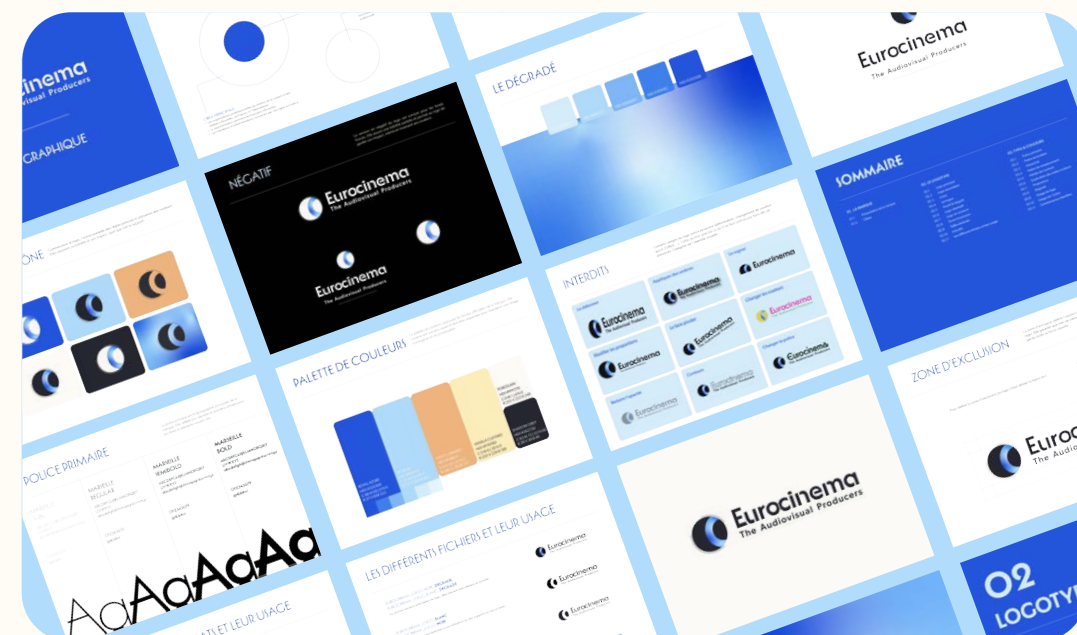
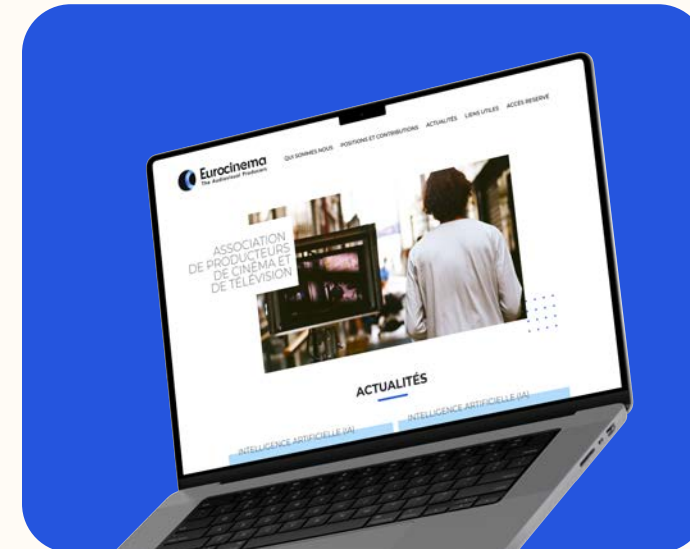
MON APPROCHE

J'ai abordé ce projet en deux temps complémentaires.

- Refonte de l'identité visuelle : en partant de l'univers du cinéma et de l'audiovisuel, j'ai construit une identité à la fois sobre et affirmée, qui reflète le sérieux institutionnel d'Eurocinema tout en évoquant la créativité propre au secteur culturel. Le choix des couleurs, de la typographie et du logo a été guidé par la volonté d'incarner une association moderne, crédible et ancrée dans l'espace européen.
- Mise à jour du site internet : une fois la charte graphique définie, j'ai appliqué la nouvelle identité au site existant en veillant à la cohérence visuelle globale, à la lisibilité des contenus et à une navigation claire pour des utilisateurs aux profils variés (producteurs, institutions, presse).

LE RÉSULTAT

Une identité visuelle renouvelée, cohérente et à la hauteur du rayonnement européen d'Eurocinema, déclinée sur un site internet modernisé qui renforce la crédibilité de l'association et facilite l'accès à ses prises de position, actualités et ressources.



SP HYGIÈNE



SP Hygiène

Identité visuelle

Print

Webesign

SP Hygiène est une entreprise spécialisée dans la distribution de produits et matériels d'hygiène pour les professionnels. Elle accompagne collectivités, entreprises et structures tertiaires avec des protocoles adaptés et fiables.

LE BESOIN

L'identité visuelle de SP Hygiène, devenue vieillissante, ne reflétait plus l'évolution ni les ambitions de l'entreprise. Dans un marché très concurrentiel où l'image de marque est déterminante, il devenait essentiel de moderniser les codes graphiques pour gagner en clarté, en attractivité et en pertinence.

MON APPROCHE

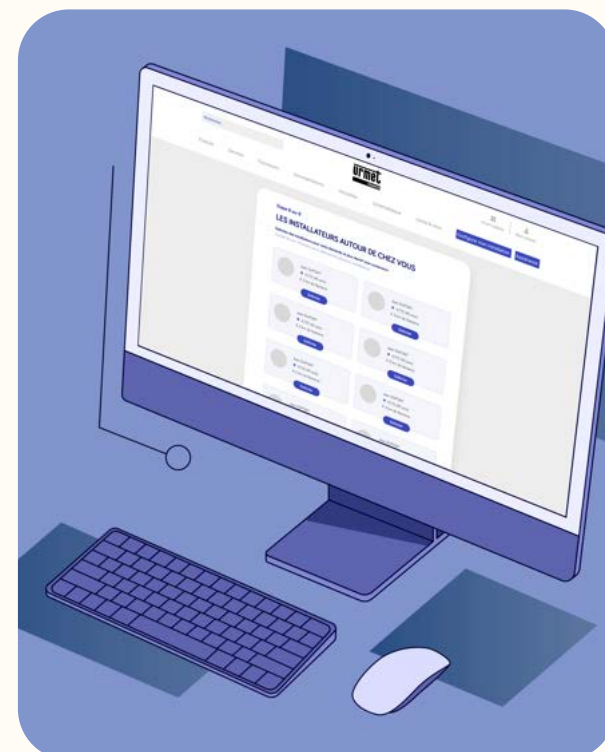
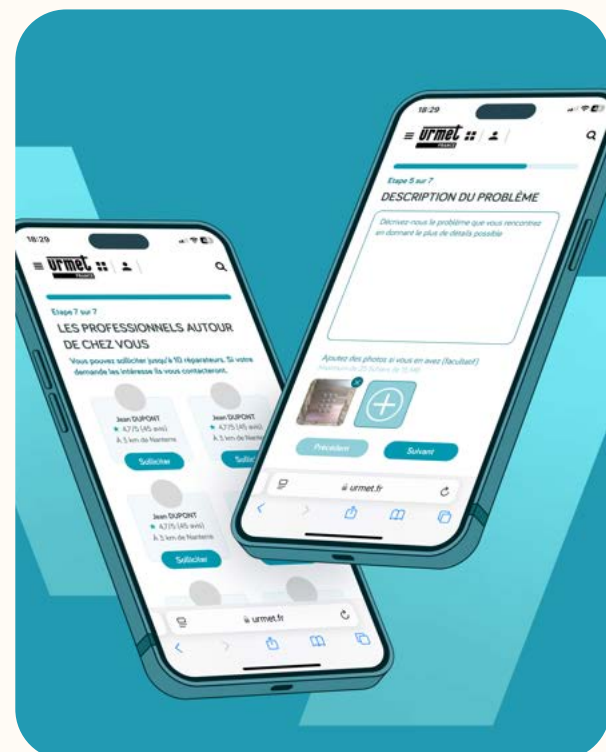
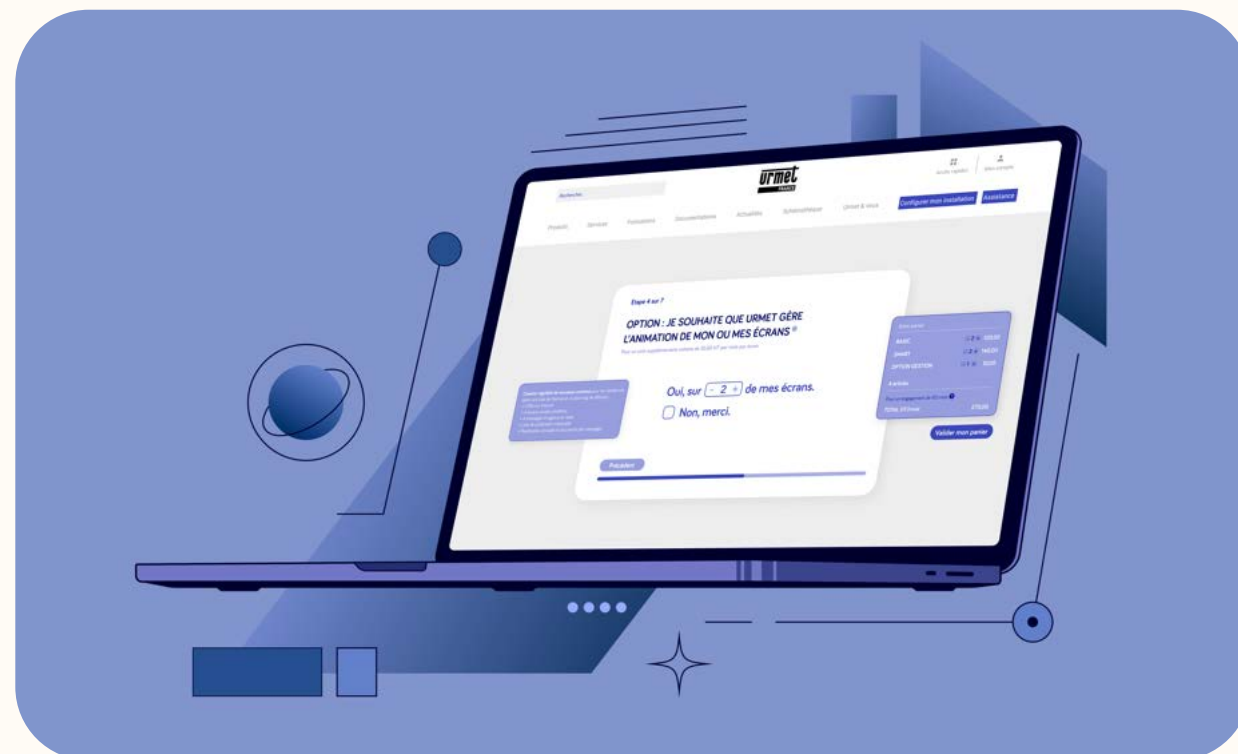
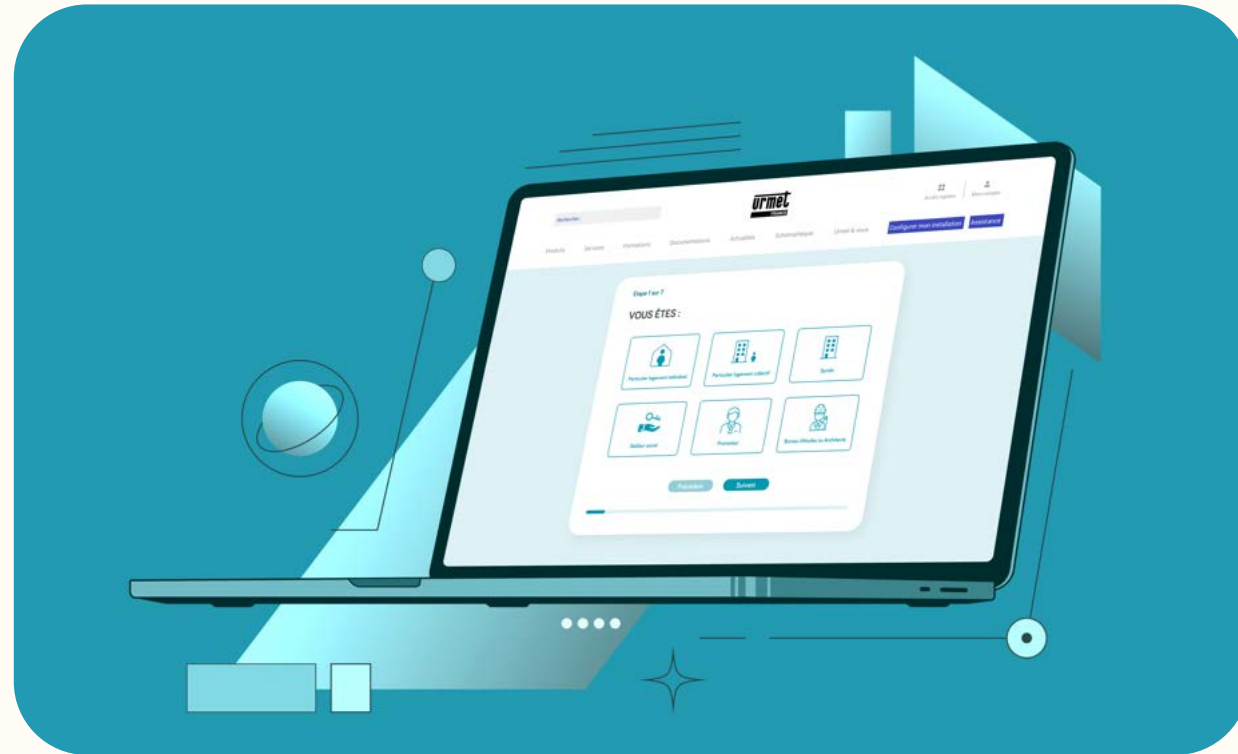
Nous avons profité de la refonte de l'identité visuelle pour construire une plateforme de marque complète. Dans un premier temps j'ai donc demandé au client de compléter un questionnaire stratégique pour bien cerner ses attentes et les caractéristiques importantes de l'entreprise et de la marque SP Hygiène. En parallèle, j'ai mené une étude approfondie du marché et de l'entreprise afin d'avoir des informations sur les clients, leurs habitudes de consommation, les tendances du marché, quelques chiffres clés, etc.

Cette phase de recherche m'a permis de définir les éléments clés de la plateforme de marque : le positionnement, les valeurs, la promesse, la mission et la vision de la marque SP Hygiène. Ce travail de stratégie est essentiel pour concevoir une identité visuelle pertinente et en phase avec les attentes des clients de l'entreprise.

LE RÉSULTAT

Un univers de marque dans l'air du temps et surtout cohérent avec la plateforme de marque de SP Hygiène.





Urmet

UI Design

Urmet est un leader sur le marché des interphones, du contrôle d'accès, de la domotique et de la vidéosurveillance. L'entreprise m'a sollicitée à deux reprises.

LE BESOIN

Dans les deux cas, l'enjeu était de concevoir des tunnels d'assistance optimisés : des parcours utilisateurs fluides, logiques et simples, afin que chaque utilisateur puisse aller au bout de son processus sans friction ni confusion.

MON APPROCHE

Lors de notre première collaboration, le challenge était double : découvrir un univers que je ne connaissais pas encore et livrer des écrans en moins de 24 heures.

Pour relever ce défi, j'ai mis en place un design system précis, qui m'a permis de gagner en rapidité et en cohérence dans la conception des interfaces.

Pour la deuxième mission, je me suis appuyée sur ce même procédé de création, ce qui a facilité et accéléré le travail tout en garantissant la qualité et la cohérence des parcours proposés.

LE RÉSULTAT

Deux tunnels d'assistance ergonomiques et cohérents, chacun doté de sa propre identité visuelle pour être identifié rapidement.

Au-delà de la qualité des interfaces livrées, cette collaboration a renforcé la relation de confiance avec Urmet : l'entreprise a renouvelé sa demande, preuve de sa satisfaction.



Pace+

Identité visuelle

Pace+ est une marque de soins dédiée aux sportifs et aux journées actives. Ses produits protègent la peau de la transpiration, du soleil et des impacts liés à l'entraînement. Complets et efficaces, ils préparent la peau, facilitent la récupération et permettent de repartir en forme le lendemain.

LE BESOIN

Pace+ souhaitait une identité visuelle forte et des packagings attractifs pour se démarquer sur le marché du skincare sportif. L'objectif : exprimer l'efficacité des produits tout en incarnant l'énergie propre aux sportifs.

MON APPROCHE

L'identité visuelle s'inspire du rythme du corps en action : vitesse, fréquence cardiaque, chaleur et variations physiologiques liées à l'effort. Visuellement, cela se traduit par un motif sinusoïdal, symbole des variations d'énergie, associé à un dégradé dynamique évoquant mouvement et performance. L'ensemble a été pensé pour rester cohérent sur tous les supports, packagings comme digitaux.

LE RÉSULTAT

Une identité visuelle moderne et énergique, parfaitement alignée avec les besoins des sportifs.

Motif et dégradé assurent une reconnaissance immédiate, tandis que les packagings rendent les produits attractifs et facilement repérables.

En résumé, Pace+ dispose d'un univers graphique cohérent et différenciant, conçu pour séduire et fidéliser sa cible.



Cat Nettoyage

Webdesign

Fondée en 1998, Cat Nettoyage est une entreprise familiale spécialisée dans le nettoyage professionnel pour entreprises, résidences, syndicats et événements. Ses valeurs humaines et son savoir-faire guident son activité depuis plus de vingt ans.

LE BESOIN

Cat Nettoyage souhaitait renforcer sa visibilité avec un site vitrine clair, moderne et professionnel.

MON APPROCHE

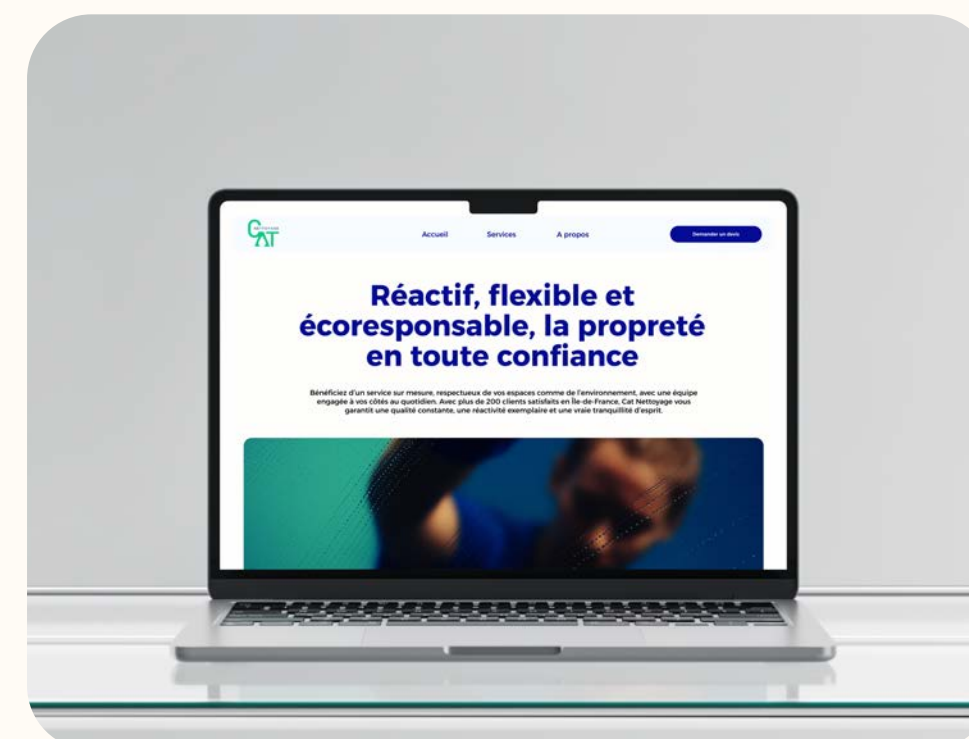
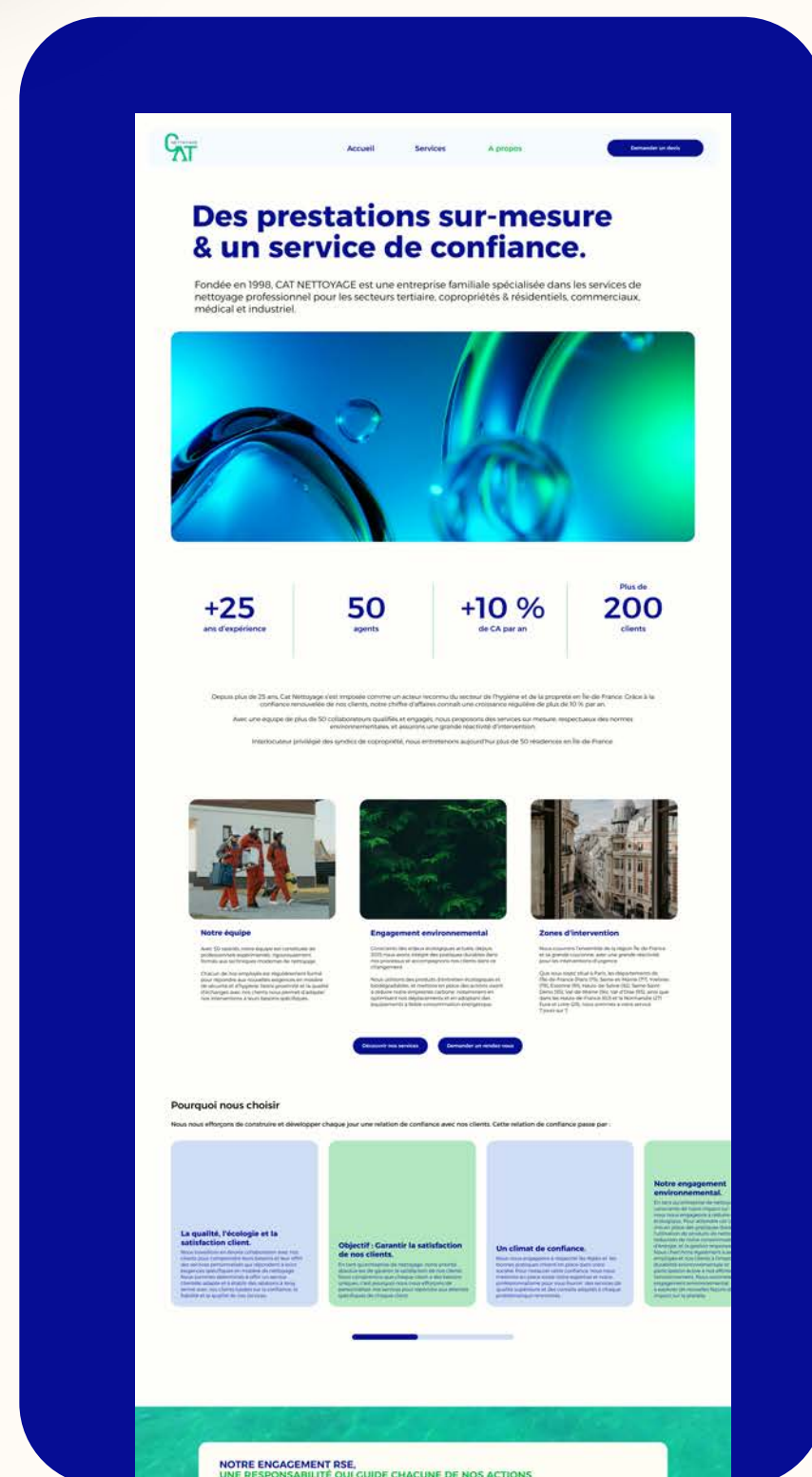
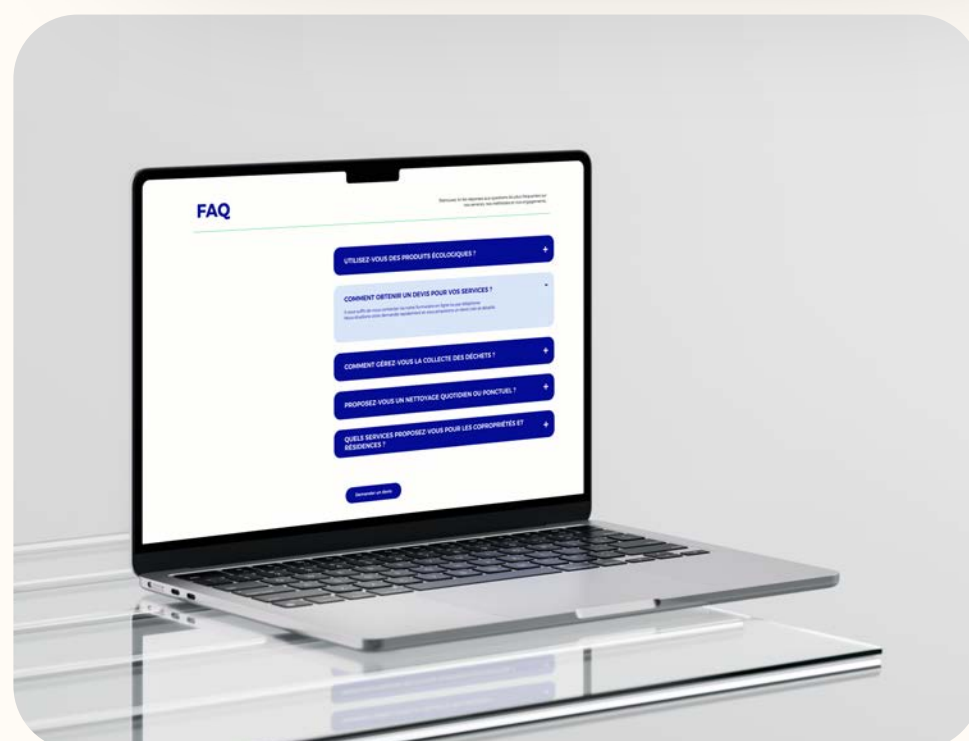
J'ai adopté une démarche stratégique centrée utilisateur :

- Analyse du contexte : un échange approfondi et une rapide étude du marché ont permis de cerner les besoins, les valeurs et les services essentiels de l'entreprise.
- Construction de l'univers visuel : sans charte graphique, j'ai pris le logo comme base pour définir couleurs, contrastes et hiérarchie typographique afin de refléter sérieux et fiabilité.
- Choix typographique : la police Alexandria, moderne et lisible, a permis une mise en page homogène et professionnelle.
- Design intuitif : la structure du site facilite la navigation et l'accès rapide aux informations clés.

LE RÉSULTAT

Le site vitrine obtenu est moderne, ergonomique et devient un véritable outil de communication :

- Visibilité accrue et services immédiatement compréhensibles.
- Expérience utilisateur fluide grâce à une navigation optimisée.
- Cohérence visuelle en accord avec l'identité familiale et professionnelle.
- Support polyvalent pour d'autres usages de communication.



Interventions

Création graphique

Webesign



Depuis juin 2025, j'interviens au sein d'écoles supérieures sur des thématiques liées à la création et au design. J'y occupe un double rôle : celui d'intervenante enseignante lors de semaines d'animation thématiques, et celui de jurée lors des examens oraux certificatifs.

LE BESOIN

Les établissements font appel à moi pour répondre à deux types de missions complémentaires. D'une part, animer des semaines pédagogiques autour de problématiques concrètes de design et de création.

D'autre part, intervenir en tant que correctrice et jurée afin d'évaluer les projets et les compétences des étudiants lors des examens certificatifs.

Ces interventions répondent à un besoin commun : confronter les étudiants aux réalités du métier, à ses exigences, à ses contraintes, mais aussi à ses opportunités.

MON APPROCHE

Mon ambition première est de faire progresser les étudiants, en allant au-delà d'un cadre purement scolaire. Je m'attache à leur transmettre des compétences et des méthodes directement applicables dans un contexte professionnel : réflexion stratégique, sens du détail, cohérence des choix graphiques, capacité à argumenter et à défendre un projet.

Chaque intervention s'appuie sur mon expérience de designer en activité, afin d'apporter un regard concret, actuel et exigeant. L'objectif est de partager une expertise terrain, d'encourager la prise de recul et d'aider les étudiants à gagner en confiance dans leur posture de futurs professionnels.

LE RÉSULTAT

« Je recommande vivement Axelle DA COSTA pour la qualité de son travail en tant que formatrice en webdesign à l'ISCOM Rouen.

Avant le séminaire, Axelle s'est distinguée par un excellent cadrage en amont : son workshop était parfaitement structuré, clair et cohérent avec nos attentes pédagogiques. Elle a également fait preuve d'une grande réactivité dans nos échanges, ce qui a facilité la préparation du module et assuré une mise en œuvre fluide.

Auprès des étudiants, Axelle a su trouver le bon équilibre entre exigence et bienveillance. Elle explique avec clarté, prend le temps d'ancrer les apprentissages dans la pratique, et adopte une attitude professionnelle irréprochable. Grâce à son accompagnement, nos étudiants ont véritablement progressé, un vrai bond en compétences sur les bases du webdesign et l'usage des bons outils. C'est avec plaisir et confiance que je recommande Axelle pour toute collaboration future. »

Juliette Lebourg, Directrice de l'ISCOM Rouen



Midily-net +

Identité visuelle

Midily-net+ est une jeune entreprise qui propose deux services complémentaires : le nettoyage industriel des locaux et l'entretien des espaces verts. Elle s'adresse aussi bien aux professionnels qu'aux particuliers.

LE BESOIN

Au lancement, l'entreprise vivait essentiellement grâce au bouche-à-oreille. Son fondateur, Diakité, m'a contactée afin de concevoir une identité visuelle professionnelle qui permette à Midily-net+ de gagner en visibilité, en crédibilité et en reconnaissance sur son marché.

MON APPROCHE

La force de Midily-net+ réside dans sa dualité : proposer à la fois du nettoyage et de l'entretien paysager. Ce point de différenciation devait être au cœur du logo. J'ai donc créé un symbole unique, combinant une goutte et une branche, qui illustre immédiatement les deux services.

LE RÉSULTAT

Un logo clair et impactant qui transmet instantanément la dualité des services de Midily-net+. Au-delà de l'esthétique, chaque détail (formes, couleurs, typographie) communique subtilement les valeurs de l'entreprise et la personnalité de son dirigeant.

Grâce à cette identité visuelle, Midily-net+ dispose désormais d'une image de marque professionnelle et mémorable, capable de séduire aussi bien des clients particuliers que des partenaires professionnels.

Panda Services

Webdesign

Panda Services est une entreprise familiale proposant des services de nettoyage et d'entretien. Ils s'adressent principalement aux entreprises, commerces et gestionnaires de copropriétés. Leur ambition est de centraliser une multitude de services via l'emploi de sous-traitants afin que le client minimise ses interlocuteurs.

LE BESOIN

Après 35 ans d'activité, l'entreprise souhaitait travailler sa présence digitale en se dotant d'un site internet. Le défi principal ? Partir d'un logo existant (que l'entreprise tenait à conserver) pour bâtir un univers digital moderne et cohérent.

LE RÉSULTAT

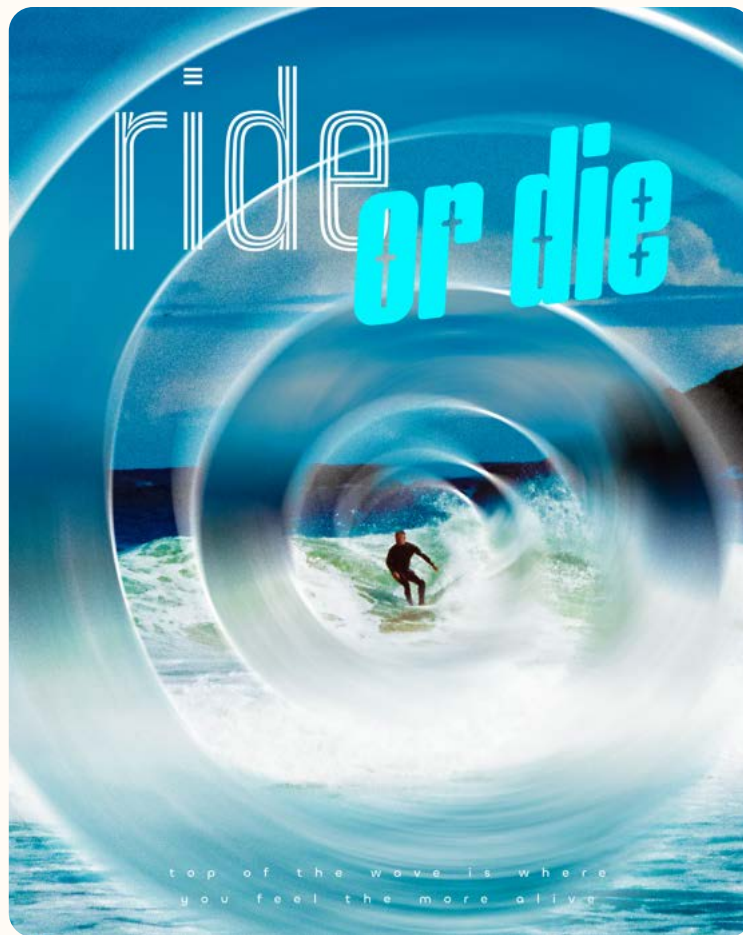
Un site internet moderne, sobre et efficace, qui reflète les 35 ans d'expérience de Panda Services tout en projetant une image actuelle et professionnelle.

Le design met en avant la clarté et la simplicité : chaque service est facilement identifiable, la navigation est fluide, et le visiteur trouve rapidement l'information dont il a besoin. L'identité visuelle créée pour le site permet également à l'entreprise de gagner en cohérence sur l'ensemble de sa communication (print et digital).

Ce nouveau site vitrine devient ainsi un véritable outil de crédibilité et de confiance pour Panda Services :

- il rassure les prospects grâce à une présentation claire et professionnelle,
- il met en valeur le savoir-faire et la longévité de l'entreprise,
- il offre une expérience utilisateur moderne, adaptée aux attentes actuelles.





Analog design

Création graphique

Analog Design est un projet personnel né de ma pratique de la photographie argentique. À partir de mes propres images, je conçois des visuels et des posters où photographie et design graphique se rencontrent. Ce projet est pensé comme un espace de recherche, d'exploration et de liberté créative.

LE BESOIN

À travers Analog Design, le besoin initial est avant tout personnel : stimuler ma créativité, sortir des cadres imposés par les projets clients et me reconnecter à une approche plus instinctive du design.

L'argentine, par sa lenteur et son imprévisibilité, m'offre un terrain propice à l'expérimentation et à la remise en question de mes automatismes graphiques.

MON APPROCHE

Chaque création débute par une photographie argentique, capturée sans objectif de rendu final prédéfini. Les images deviennent ensuite une matière première que je retravaille graphiquement : composition, typographie, contrastes, textures, couleurs.

J'aborde ces visuels comme des posters expérimentaux, en jouant avec les codes du design éditorial et de l'affiche, tout en laissant une place importante à l'accident, à l'imparfait et au sensible. Analog Design me permet d'explorer de nouvelles directions visuelles, sans contrainte de brief ni de validation.

LE RÉSULTAT

Analog Design est un laboratoire créatif en constante évolution.

Ce projet nourrit directement ma pratique professionnelle, affine mon regard et enrichit mes univers graphiques. Il me permet également de partager une vision plus personnelle du design, où l'image analogique devient un point de départ pour raconter, composer et expérimenter autrement.



Nitido

Identité visuelle

Packaging

Cette nouvelle marque propose des produits d'hygiène et d'entretien de haute qualité, respectueux de l'environnement et accessibles grâce à un excellent rapport qualité-prix.

LE BESOIN

En tant que nouvel acteur sur le marché B2B, l'enjeu était clair : concevoir une identité visuelle forte qui inspire confiance et crédibilité, tout en valorisant la qualité et le professionnalisme des produits.

MON APPROCHE

Comme pour chacun de mes projets, j'ai commencé par un questionnaire stratégique afin de cerner au mieux les attentes et la vision du client. L'objectif de ce questionnaire est de récolter un maximum d'informations sur la marque et sur les attentes du client en termes de visuel.

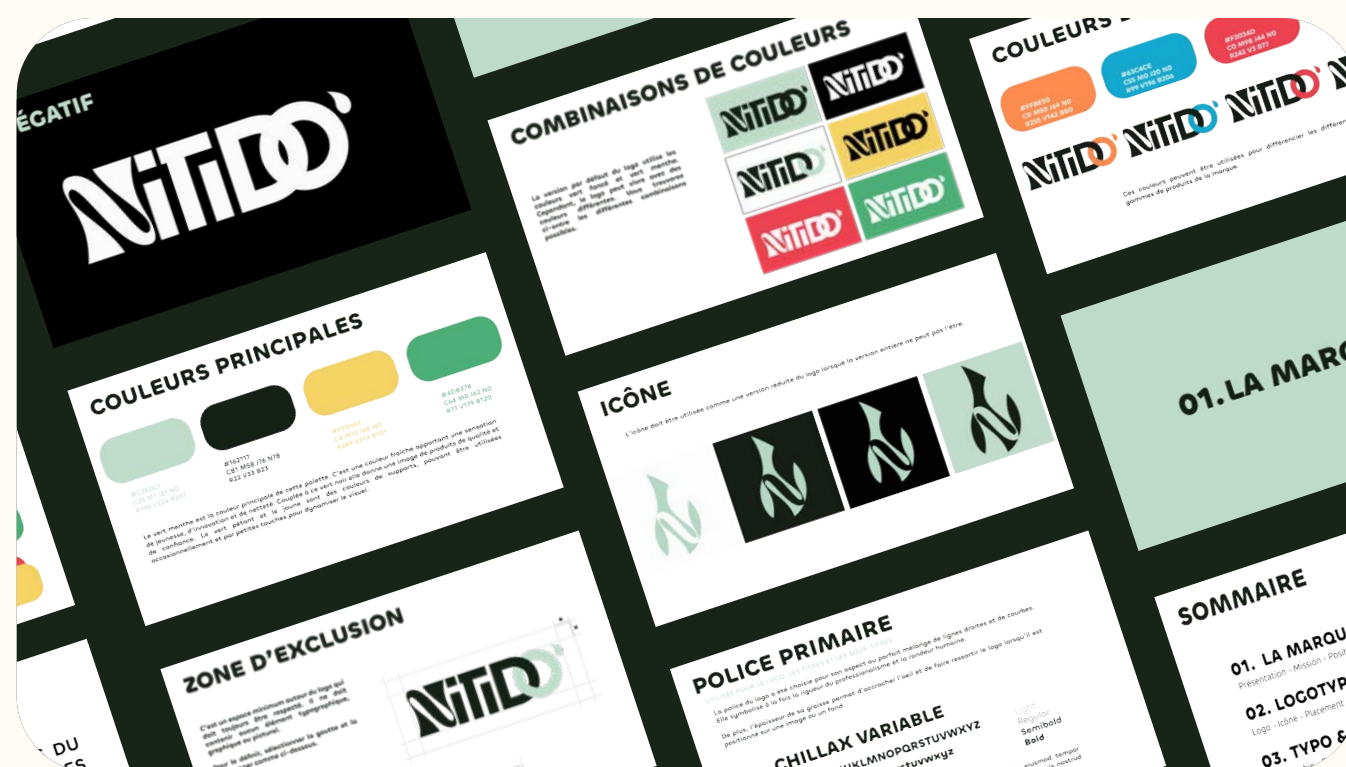
Ce travail m'a permis de construire la plateforme de marque de Nitido. Sur la base des informations communiquées et d'une étude du marché. Une étape indispensable pour poser les fondations de l'univers graphique.

LE RÉSULTAT

Un univers graphique complet et cohérent, qui incarne les ambitions de Nitido et la différence immédiatement de ses concurrents. Grâce à cette identité visuelle sur mesure, la marque dispose désormais de tous les atouts pour :

- s'imposer comme un acteur crédible et professionnel sur le marché B2B,
- véhiculer ses valeurs d'innovation et de respect de l'environnement,
- se rendre identifiable et mémorable auprès de ses clients.

En somme, Nitido ne se contente pas de proposer des produits de qualité : elle affirme sa place sur le marché grâce à une identité de marque solide et différenciante.





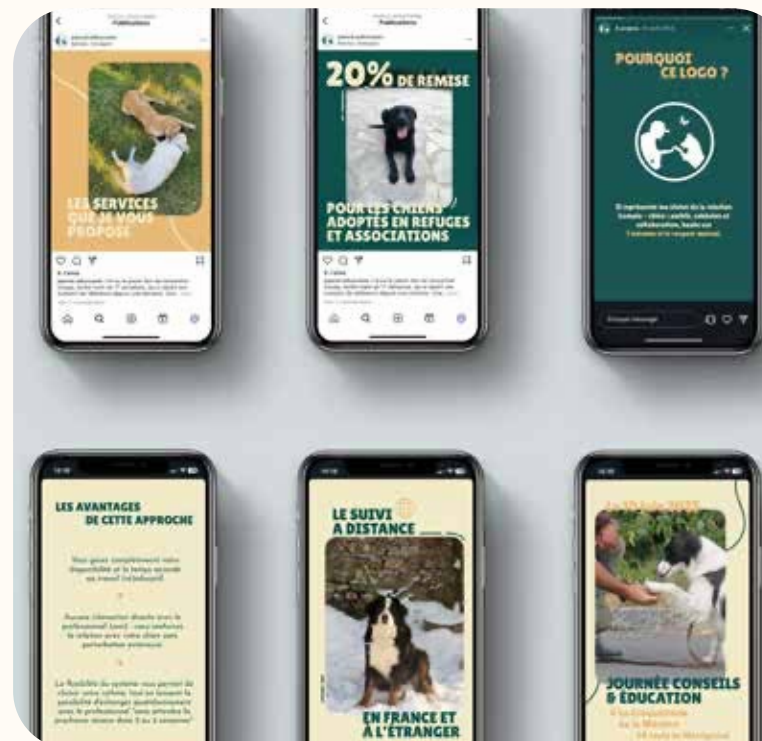
Geoffroy Didier

Print

J'ai accompagné Geoffroy Didier, député européen, dans la création de son compte-rendu de mandat. Ce livret A5 de quatre pages met en lumière ses réussites passées et ses engagements pour l'avenir.

Ce projet a également permis de définir une identité visuelle complète, incluant une palette de couleurs et des typographies, destinée à être réutilisée sur d'autres supports.

Mots-clés Confiance | Sérieux | Avenir



Educatriceur canin

Identité visuelle

Webdesign

Expert du comportement animal, Pascal aide les maîtres à comprendre et décrypter les signaux de leur chien. Son approche repose sur le renforcement positif : encourager les bons comportements, rediriger ou ignorer les mauvais, jusqu'à leur disparition naturelle.

LE BESOIN

Pascal ne souhaitait pas créer de nom de marque pour son activité, mais il lui fallait une identité visuelle claire et cohérente. Celle-ci devait pouvoir être déclinée sur tous ses supports : site internet, cartes de visite, réseaux sociaux. L'enjeu : bâtir une marque personnelle autour de sa pratique et de sa philosophie, puis imaginer un univers graphique à la fois professionnel et fidèle à ses valeurs.

MON APPROCHE

Pour le logo j'ai voulu imaginer la coopération et l'entente entre le maître et son chien, qui est au cœur de la méthodologie de renforcement positif qu'utilise Pascal dans ses séances.

Autour du logo, nous avons une palette de couleurs réfléchie pour mettre en avant les valeurs chères à Pascal dans l'exercice de son activité.

LE RÉSULTAT

Une identité de marque personnelle et impactante, avec un logo explicite et porteur de sens, une palette de couleurs cohérente et des éléments graphiques adaptés à tous les supports.

Grâce à ce travail, Pascal dispose désormais d'un univers visuel à la fois professionnel et authentique, qui reflète sa personnalité et sa méthode d'éducation canine.

**SI VOUS AVEZ UNE QUESTION OU VOUS SOUHAITEZ
JUSTE ME PASSER LE BONJOUR C'EST PAR ICI :**

hello@studioaxolotl.com

+33 6 63 02 72 25