

Ceci est un document pour te faciliter la tâche le plus possible. Merci !

**Document google doc :**

<https://docs.google.com/document/d/1nk0UG5NmQYSfUesP3adfjAe2aJPrGyvWhlhdGG6kLx8/edit?usp=sharing>

**Document Tilda :**

<https://www.figma.com/file/ZLOMIrpPuGYc04jgORVe0I/Untitled?node-id=528%3A921&t=lcYdpVS4SLGZq9Mb-1>

## Propriétés générales

<H1, h2> - Lora Regular <https://fonts.google.com/specimen/Lora?query=Lora>  
<p> - 28px, Inter Regular <https://fonts.google.com/specimen/Inter?query=inter>

## Home Page

- Background color - #FCF6EA
- H1 - 96px
- H2 - 64px
- H3 - 36px

**Animations:**

Je n'ai pas trop d'idées d'animation, mais lorsqu' on interagit avec les boutons, ils s'agrandissent un peu. Si t'as des idées d' animations qui sont faciles à faire et rendent bien, tu peux proposer!

**Marges:**

- Entre chaque bloc - à peu près 300px
- Sur les bords - 194px
- Entre le titre et le texte/éléments - 80px

**Liens:**

- Le bouton explorer descend sur "mes projets"
- Chaque carré emmène sur une autre page liée au travail

- “Mon CV” fait ouvrir un PDF sur une autre page
- L'icône et le texte de LinkedIn emmènent sur ma page  
<https://www.linkedin.com/in/renata-khaerutdinova-b506ba250/>

### Textes:

- Renata Richie
- Étudiante en BUT Métiers Multimédia et Internet spécialisée en Design graphique et Identité visuelle.
- Découvrir mes projets
- Enchantée
- Je suis étudiante en première année de BUT Métiers du multimédia et de l'internet à l'université Paris Saclay - UVSQ. Ma formation porte sur trois domaines de multimédia : le graphisme, le développement et la communication. J'adore le graphisme et je m'épanouis dans la création numérique variée et la conception de l'identité visuelle d'une marque.

Pourquoi me suis-je intéressé au graphisme? Grandissant dans un monde dominé par le numérique, j'ai remarqué à quel point les marques et entreprises mettaient l'accent sur leur visuel. Attiré par cette esthétique, j'ai pu constater les effets néfastes des sites mal conçus et non ergonomiques. J'ai alors décidé de créer des visuels moi-même et j'ai découvert que c'était une activité très gratifiante.

Selon moi, la reconnaissance visuelle est indispensable pour créer une marque forte et reconnue. Mon objectif est donc de rendre ce monde plus beau et de contribuer au succès de mes futurs clients.

- Restons en contact
- +33 6 44 94 19 44/ [renata.td17@gmail.com](mailto:renata.td17@gmail.com)/ Renata Khaerutdinova

## Portfolio

! Les photos sont cliquable, quand on clique dessus ils s'ouvrent en meilleur qualité en plein écran

### Les marges

La marge entre le logo et le texte/élément 200px  
les marges des bords 100px

## **BFA**

**Couleur #0E0E87**

### **Texte**

Durant nos cours de communication, nous avons travaillé en équipe sur le développement de la marque BFA, une banque digitale. Notre agence a procédé à l'analyse du marché, défini le public visé et mis en place une stratégie de communication.

BFA cherche à rendre la banque accessible à tous en proposant des services bancaires digitaux simples et intuitifs. En tant que banque 100% digitale, elle veut offrir une expérience plus rapide, plus facile et plus pratique.

La charte graphique a été conçue avec le choix de deux couleurs : le bleu marine en tant que couleur principale et l'orange comme couleur d'accent. Ces deux couleurs créent un fort contraste, ce qui facilite l'attraction visuelle. En ce qui concerne le logo, nous avons opté pour des formes simples et géométriques pour transmettre une impression de stabilité et de confiance, étant donné que c'est une banque.

## **Vivaviande**

### **Texte**

Au cours de nos cours de communication, nous avons créé une entreprise fictive de A à Z et leur avons proposé un dossier de recommandation. Dans ce dossier, nous avons effectué une analyse du secteur et défini les étapes à suivre pour le développement d'une marque, allant de la conception de son identité à la gestion de sa communauté.

Vivaviande est une entreprise qui met l'accent sur la responsabilité dans la production de viande. Elle propose une chaîne de boucheries à travers toute la France, offrant des produits locaux issus de l'artisanat local. Cette chaîne est spécialisée dans la production de viande locale, éthique et durable.

La marque vivaviande se caractérise par des couleurs qui évoquent l'environnement de ferme : marron, vert et rose, pour rappeler respectivement les fermes, la partie écologique et l'activité animalière, afin de créer une atmosphère campagnarde. Son logo est composé de formes simples, pour montrer sa simplicité, et d'un fermier, symbole de la production locale, accompagné d'une herbe, qui souligne son côté éco-responsable.

## **Miel de montagne**

**Couleur #F1C46A**

### **Texte**

Daniel Boiron, un artisan local, est à l'origine de la marque de miel artisanal Miel de Montagne, qui est produite dans les Hauts-Alpes.

J'ai eu pour objectif de moderniser l'étiquette du miel et de créer une charte graphique. Pour y parvenir, nous avons opté pour une image authentique en sélectionnant des couleurs reflétant celles du miel et du bois.

Le logo est composé d'une abeille qui fait référence à l'activité du commerce et d'une montagne qui représente les lieux où le miel est récolté. L'écriture manuscrite ajoute une touche authentique et une ruche entoure l'ensemble, créant l'impression d'une étiquette et rappelant les ruches des abeilles.

## **MDL**

**Couleur #181818**

### **Texte**

Durant mes années de lycée, j'ai été chargé de communication à la Maison des lycéens. Mes tâches étaient notamment la gestion des réseaux sociaux et la création de visuels pour informer les élèves des événements organisés par la MDL.

Volle Ravel

**Couleur #45022E**

## **Texte**

Volle Ravel est une école de danse classique et de pilates située à Valence. Cette école a une réputation locale et existe depuis plus de 30 ans.

Au cours de ce projet, j'ai travaillé sur la charte graphique de l'école et je me suis chargé de créer une affiche pour les promouvoir. Pour refléter l'histoire de la danse, il était essentiel de respecter une esthétique stricte. Le logo est illustré par une ballerine, représentant ainsi immédiatement l'activité de l'école. Une police d'écriture stricte et élégante a été choisie. Des couleurs sombres et calmes communiquent le statut de l'institution. De plus, j'ai ajouté des éléments décoratifs accentués à l'affiche, ce qui montre une vision différente et innovante de cette activité.

## **PetWish**

### **Texte**

PetWish est un hôtel pour les animaux. Grâce à PetWish, les propriétaires d'animaux peuvent maintenant partir en vacances sans s'inquiéter pour leur animal de compagnie. En effet, PetWish offre un séjour de qualité 5 étoiles à votre compagnon à quatre pattes, pour votre plus grande tranquillité.

J'ai créé un site web d'une page dans le but de promouvoir un service inhabituel. Afin de susciter l'intérêt des jeunes adultes et de conserver une atmosphère positive autour des animaux, j'ai opté pour des couleurs vives et un ton humoristique.

Voir le projet sur Behance

## **Beelding Company**

**Couleur #131313**

### **Texte**

En tant que membre de l'équipe de Beelding Company, l'entreprise spécialisée dans la construction de bâtiments luxueux, j'ai eu l'opportunité de partager mes compétences en matière de conception de logo et de sites web à plusieurs pages. Nous avons également travaillé sur le nom de l'entreprise,

en jouant avec la sonorité de l'anglais et en incluant l'image de l'abeille, un excellent constructeur dans la nature.

Le logo, composé de formes simples et arrondies, renforce l'image de luxe de la marque. Sa couleur jaune vive attire l'attention et la silhouette des bâtiments fait immédiatement penser à l'activité de l'entreprise.

Voir le projet sur Behance

Rustigr

**Couleur #11115B**

### **Texte**

Durant mes cours de graphisme, nous avons dû concevoir une charte graphique pour une entreprise, en utilisant comme point de départ une photo de tigre et en créant un logo à partir de celle-ci.

RUSTIGR est un restaurant de fast-food de haut de gamme situé à Paris. Il propose une cuisine artisanale faite maison spécialisée en mini burgers. RUSTIGR offre des produits frais issus des producteurs locaux.