Emmy Lamblin-Durosset

Portfolio
2025

Sommaire

Post Instagram carrousel mise en valeur des éleveurs - Soignon Page 3

Post Instagram recette - Soignon Page 4

Post Pinterest recette - Soignon Page 5

Post Instagram carrousel #JMSEP - Lumière sur la SEP (groupe ROCHE) Page 6

Post Instagram carrousel interactif #JMSEP - Lumière sur la SEP (groupe ROCHE) Page 7

Post Instagram match - RugbyShop (groupe PANINI) Page 8

Post Instagram carrousel portrait de joueur - RugbyShop (groupe PANINI) Page 9

Post Instagram carrousel Hors-Série - Regard d'Art Page 10

Post Instagram carrousel culture histoire de l'art - Regard d'Art Page 11

Contact Page 12

Post Instagram carrousel mise en valeur des éleveurs - Soignon

Client : Soignon (agence : Intuiti)
Objectif : valoriser les engagements de la marque sur le terrain

Dans le cadre de la stratégie éditoriale portée par Intuiti pour Soignon, ce carrousel Instagram visait à renforcer la transparence de la marque en mettant en lumière le travail des agriculteurs partenaires. À travers une série de visuels authentiques, l'objectif était de valoriser la qualité des produits, le respect du bien-être animal et l'implication humaine derrière chaque fromage. Cette prise de parole s'inscrivait dans une logique de proximité avec les consommateurs, pour créer un lien de confiance durable avec la communauté Soignon.

Lien du post Instagram complet

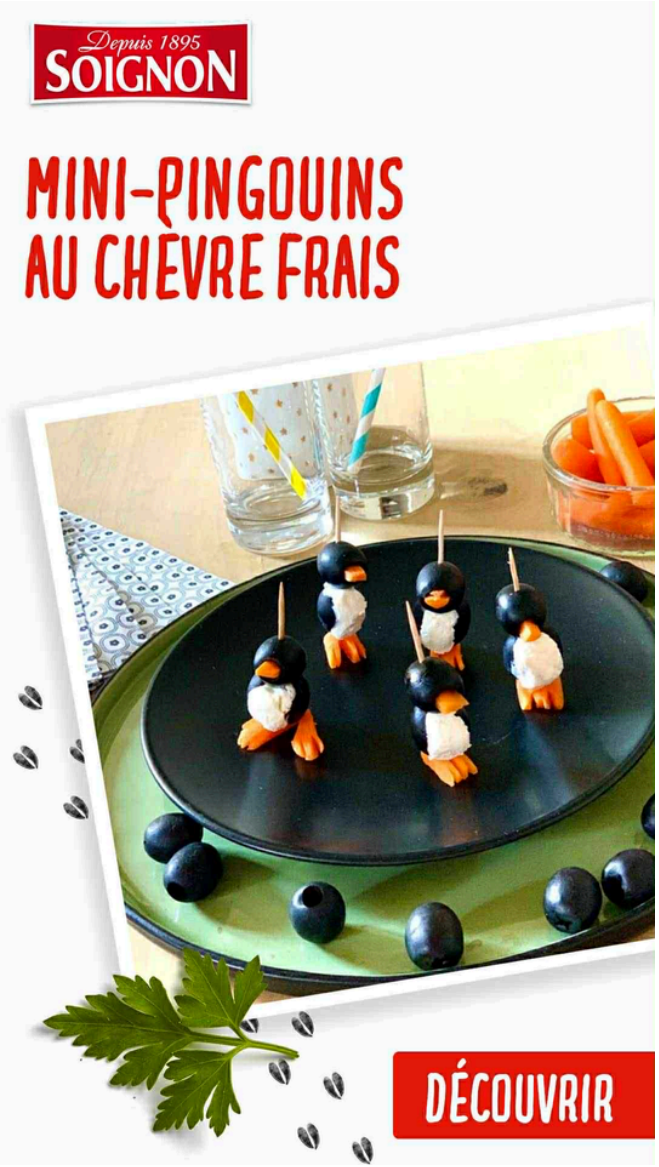
Post Instagram recette - Soignon

Client : Soignon (agence : Intuiti)
Objectif : renforcer la proximité avec la communauté à travers du contenu utile et engageant

Ce post s'inscrit dans une série de contenus lifestyle conçus pour inspirer la communauté Soignon autour d'un usage simple, accessible et créatif des produits de la marque. L'objectif était double : valoriser la gamme de produits en montrant leur polyvalence en cuisine et encourager l'interaction en proposant des idées concrètes à reproduire facilement au quotidien. En intégrant la recette directement en description, le post favorise une expérience fluide et pratique, pensée pour fidéliser l'audience sur le long terme grâce à un contenu à la fois inspirant et utile.

Lien du post Instagram complet

Post Pinterest recette - Soignon



Client : Soignon (agence : Intuiti)
Objectif : activer une nouvelle audience via un réseau social inspirationnel

Ce contenu a été conçu spécifiquement pour Pinterest, plateforme idéale pour partager des idées créatives autour de la cuisine du quotidien. L'objectif était d'explorer un nouveau levier de visibilité en proposant des recettes originales, faciles à réaliser et ludique comme ici une activité gourmande à partager entre parents et enfants. La recette, accessible via un lien externe, est accompagnée d'un visuel engageant, avec un mockup graphique différencié selon le type de recette (salée, sucrée, apéritive...). L'utilisation des hashtags permet d'optimiser le référencement, tandis que le ton ludique renforce la proximité avec les utilisateurs. Ce format contribue à ancrer la marque dans les routines culinaires des internautes, sur un réseau encore peu exploité par les concurrents.

Lien du post Pinterest complet

Post Instagram carrousel #JMSEP - Lumière sur la SEP (groupe ROCHE)

Client : Roche – projet "Lumière sur la SEP" (agence : Intuiti)
Objectif : sensibiliser et créer de l'identification autour d'une maladie invisible à l'occasion de la Journée mondiale de la sclérose en plaques

Ce post s'inscrit dans une campagne de sensibilisation pour le laboratoire Roche à travers le compte "Lumière sur la SEP". L'objectif de ce carrousel était de rendre visible l'invisible : faire comprendre la réalité quotidienne des personnes atteintes de sclérose en plaques en valorisant leur parole. Pour cela, 7 témoignages forts ont été recueillis auprès de volontaires vivant avec la maladie, chacun mis en image par un illustrateur différent. Ce dispositif croise récit personnel et création artistique pour renforcer l'impact émotionnel et la portée du message, tout en favorisant l'identification et le soutien entre malades. Ce contenu éditorial mêle donc sensibilisation, engagement et création artistique dans une approche humaine et bienveillante.

🔗 Lien du post Instagram complet

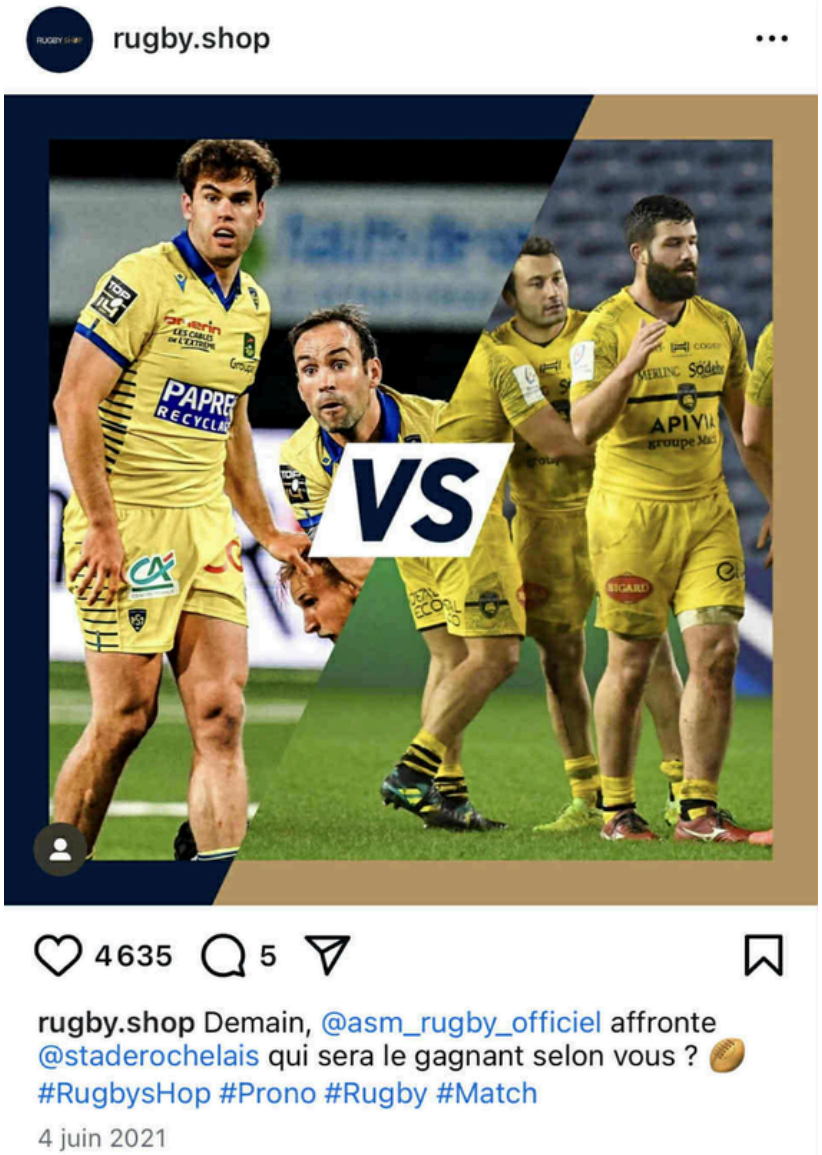
Post Instagram carrousel interactif #JMSEP - Lumière sur la SEP (groupe ROCHE)

Client : Roche – projet "Lumière sur la SEP" (agence : Intuiti)
Objectif : engager la communauté et encourager la prise de parole individuelle autour de la SEP

Dans la continuité de la campagne lancée pour la Journée mondiale de la sclérose en plaques, ce carrousel visait à ouvrir la parole au plus grand nombre. Après la publication de 7 témoignages illustrés, les utilisateurs étaient invités à s'approprier ces visuels pour y associer leur propre histoire, en lien avec la maladie. L'objectif était de favoriser l'expression personnelle, le partage d'expériences et le sentiment de reconnaissance entre personnes touchées par la SEP. Ce format participatif permettait à chacun de s'exprimer librement tout en s'appuyant sur une identité visuelle forte, déjà connue du public. Il contribuait à renforcer la communauté autour du compte, en créant un espace d'écoute, d'échange et de soutien.

🔗 Lien du post Instagram complet

Post Instagram match - RugbyShop (groupe PANINI)



Client : RugbyShop - groupe PANINI (agence : Intuiti)

Objectif : renforcer l'engagement de la communauté et ancrer la marque dans l'univers passionnel du rugby

Avant l'intervention de l'agence, le compte Instagram de RugbyShop était principalement orienté vente et produit. L'objectif de ce post, premier d'une série, était d'amorcer un virage éditorial en positionnant la marque comme un acteur de la culture rugby, proche de sa communauté. À l'occasion de grands matchs, ces contenus proposaient aux abonnés de donner leur pronostic en commentaire, dans un esprit de défi bon enfant. Le visuel décliné aux couleurs de la marque, servait de support à l'échange et était prolongé en stories avec des animations autour du match. Ce format a permis de créer de l'interaction, de développer la fidélité à la marque et de renforcer son positionnement communautaire, bien au-delà du simple rôle de distributeur.

🔗 Lien du post Instagram complet

Post Instagram carrousel portrait de joueur - RugbyShop (groupe PANINI)

Client : RugbyShop - groupe PANINI (agence : Intuiti)
Objectif : créer un contenu émotionnel et engageant autour des figures emblématiques du rugby

Ce carrousel avait pour but de mettre à l'honneur un joueur de rugby à l'occasion d'un moment marquant de sa carrière. À travers une sélection de photos retraçant son parcours, le post proposait un contenu plus éditorial et narratif, pensé pour valoriser les figures du rugby qui font vibrer la communauté. La description servait à interpeller les abonnés, les inciter à réagir, à partager leurs souvenirs et à échanger entre passionnés. Ce type de contenu s'inscrit dans une stratégie de diversification du feed, qui va au-delà de la mise en avant produit pour créer un lien émotionnel durable avec la communauté RugbyShop.

Lien du post Instagram complet

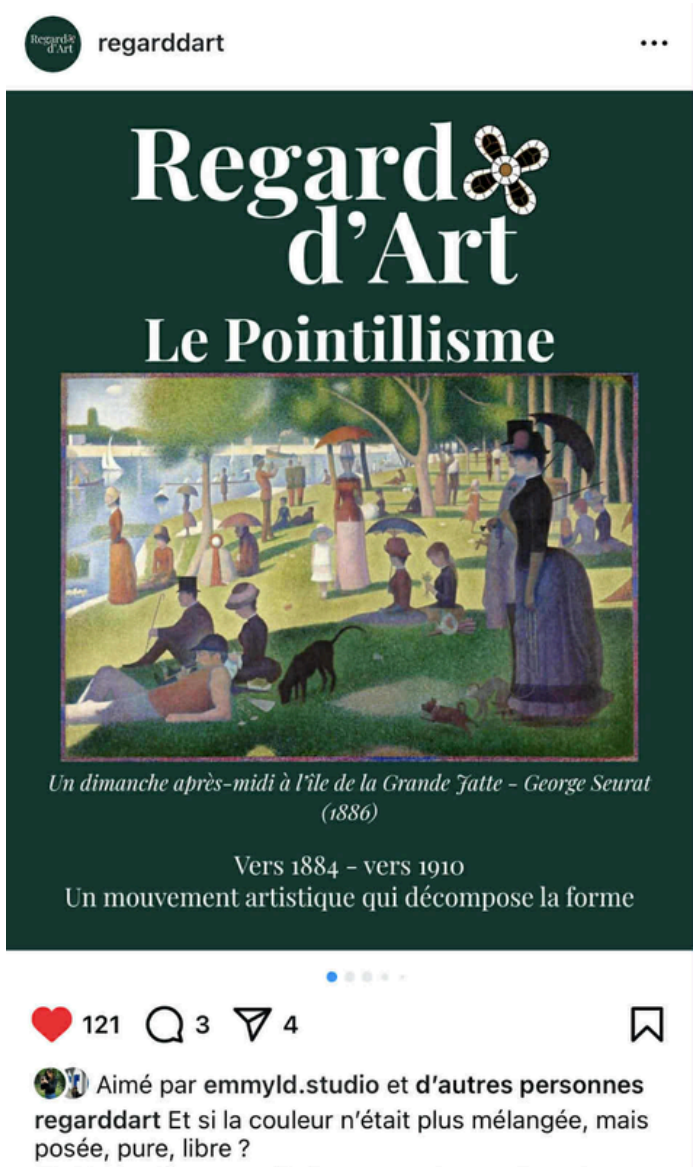
Post Instagram carrousel Hors-Série - Regard d'Art

Projet personnel : Podcast Regard d'Art
Objectif : renforcer l'engagement et créer du lien grâce à des formats variés et contextualisés

Dans la gestion des réseaux sociaux du podcast « Regard d'Art », en complément des épisodes hebdomadaires classiques dédiés à l'analyse d'une œuvre ou d'un artiste, j'ai développé un format Hors-Série publié 1 à 2 fois par mois. Ces épisodes permettent d'aborder des sujets en lien direct avec l'actualité, une date forte ou un lieu spécifique.
Le carrousel réalisé pour le 8 mai illustre cette approche : il met en avant les Monuments Men et Rose Valland, acteurs clés de la sauvegarde des œuvres volées pendant la Seconde Guerre mondiale. Grâce à une narration visuelle et des contenus incarnés, ce post vise à renforcer l'immersion de la communauté et à susciter une meilleure compréhension, en donnant un visage aux histoires racontées dans l'épisode.
Cette stratégie vise à diversifier le contenu, créer de la valeur ajoutée et ancrer le podcast dans des moments culturels et historiques forts. L'objectif est de fidéliser l'audience en proposant un contenu à la fois pédagogique et émotionnel.

🔗 Lien du post Instagram complet

Post Instagram carrousel culture histoire de l’art - Regard d’Art



Projet personnel : Podcast Regard d’Art
Objectif : vulgariser des notions clés de l’histoire de l’art pour élargir et engager la communauté

Dans le cadre de la stratégie éditoriale du podcast « Regard d’Art », je publie en moyenne deux fois par mois des contenus pédagogiques sur Instagram, pensés comme des mini-leçons visuelles autour de notions techniques ou culturelles : courants artistiques, lexique, anecdotes, ou clés de lecture d’une œuvre. L’objectif est de prolonger l’expérience du podcast en offrant des contenus courts, accessibles et ludiques, qui permettent à chacun de mieux comprendre le monde de l’art, même sans bagage préalable.
Ce post en carrousel présente de manière synthétique et visuelle les bases du pointillisme, un mouvement souvent cité mais rarement expliqué simplement. En quelques slides, le ton est à la fois clair, dynamique et pédagogique, pour capter l’attention des abonnés et susciter l’intérêt sans complexifier le propos. Ce type de contenu permet d’ancrer le compte comme une véritable porte d’entrée vers l’art et sa compréhension, tout en renforçant l’engagement et la fidélité de la communauté autour du podcast.

Lien du post Instagram complet

Restons en contact !

Emmy Lamblin-Durosset

emmy.lamblindurosset@gmail.com

06 23 06 00 99

Linkedin