

2025



# Portfolio

graphic Design

Réhane

rehane.esrhyer@gmail.com

**ESRHYER**

## Projet - BIEN CHEZ SOI

Campagne Réseaux Sociaux  
& Conception supports marketing

Bien Chez Soi est un réseau canadien de services à domicile dédié au bien-être et à l'autonomie des personnes. J'ai été sollicitée pour la conception et la direction artistique d'une campagne de communication digitale déployée sur Facebook et Instagram pendant deux ans. Cette campagne visait à renforcer la notoriété du réseau, valoriser les équipes locales et sensibiliser le grand public aux services d'accompagnement à domicile.

Parallèlement, j'ai conçu l'ensemble des supports marketing pour les événements et salons auxquels participait Bien Chez Soi : affiches, brochures et visuels promotionnels. L'identité visuelle déclinée sur ces supports mettait en avant la chaleur, la bienveillance et le professionnalisme de la marque, à travers une palette lumineuse et des images du quotidien empreintes d'authenticité.



-  **Aide à l'autonomie**  
Aide au lever et au coucher • Aide à la toilette  
Aide aux repas • Présence de nuit
-  **Compagnie et vie sociale**  
Promenades • Sorties culturelles • Discussions  
Aide aux courses
-  **Soins spécialisés**  
Soins infirmiers • Soins post-opératoires  
Soins Palliatifs • Accompagnement spécifique (démence handicap)
-  **Aide ménagère**  
Ménage • Rangement • Repassage • Lessive



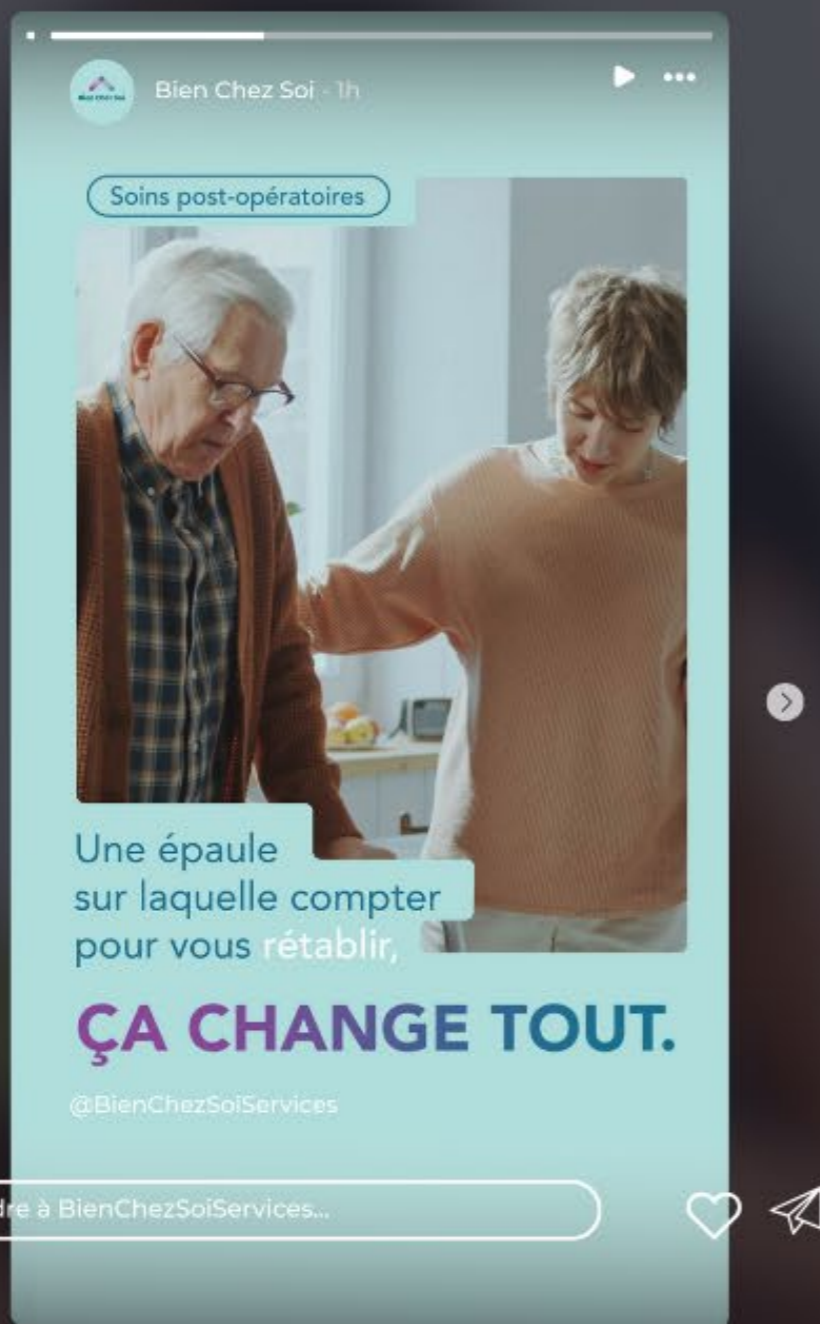
Nous recrutons

**PRÉPOSÉ AUX BÉNÉFICIAIRES**  
INFIRMIER  
AUXILIAIRE FAMILIALE  
NOUNOU

Les avantages à travailler dans l'aide à domicile

-  Vous choisissez vos horaires
-  Bénéficiaires attirés
-  Des missions proches de chez vous
-  Salaires intéressants





Un projet en partenariat avec l'agence marketing DEMA



## Projet - CEPSEM

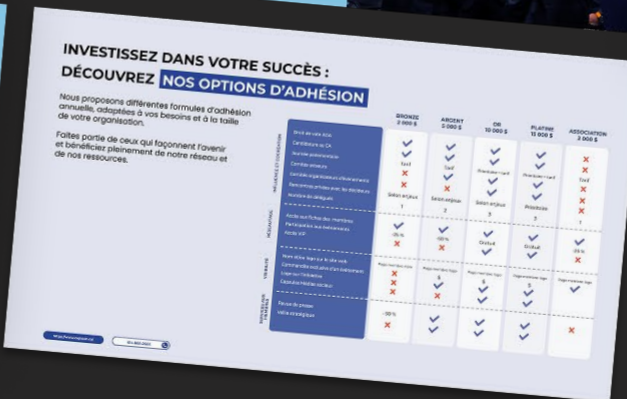
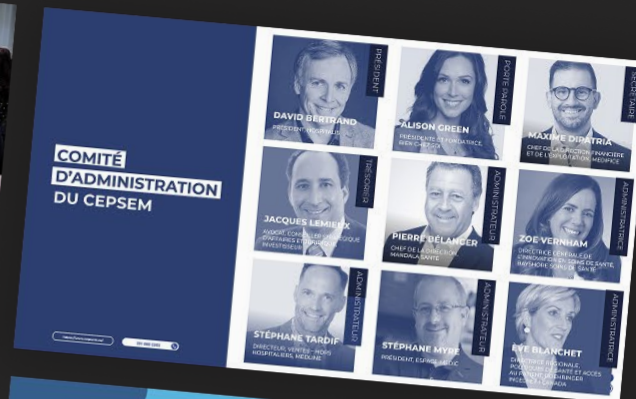
### Campagne Réseaux Sociaux

Le CEPSEM œuvre à la rencontre entre la recherche, la santé publique et l'innovation médicale. Pendant un an, j'ai accompagné le centre dans la conception d'une campagne de communication sur LinkedIn. L'objectif de cette campagne était double : d'une part, renforcer la visibilité du CEPSEM auprès d'acteurs privés et institutionnels du secteur de la santé pour susciter de nouveaux partenariats; d'autre part, informer les administrés et partenaires des avancées, projets et innovations portés par l'organisation.

J'ai conçu l'identité visuelle de la campagne, la ligne éditoriale et les documents de communication associés. Le ton se voulait à la fois rigoureux et accessible, reflétant les valeurs du CEPSEM : expertise, transparence et collaboration.

**Plus de 80% de nos membres restent 5 ans ou plus avec nous.**

Comme eux, faites-nous confiance,  
vous ne le regretterez pas !





VIELLISSEMENT DE LA POPULATION

# 3 PISTES DE SOLUTION

pour recentrer le système de santé sur le patient, plutôt que sur les institutions.

# 1

## Déplacer les soins vers la communauté.

Les soins doivent être **accessibles** au sein de la communauté, à proximité des patients. Cette approche diminue la dépendance aux institutions et favorise **l'indépendance des aînés**.

# 53%

des Québécois ont déjà eu recours, au moins une fois, à des soins de santé privés au cours de leur vie.

## La collaboration public-privé comme solution pour réduire les délais de chirurgie

Nombres de chirurgie

2021 2023

ENTRE 2021 ET 2023, ENVIRON 115 000 OPÉRATIONS ONT ÉTÉ ENVOYÉES DU SYSTÈME PUBLIC AU PRIVÉ.

Et plus de 20 nouveaux types de chirurgie sont désormais remboursés par l'État et réalisés au privé pour **accélérer l'accès aux soins**.

INVESTIR DANS NOS ENTREPRISES DE SANTÉ

INVESTIR DANS NOTRE AUTONOMIE

Parmi eux...

# 81%

se disent satisfaits ou **très satisfaits** de leur expérience.\*

## Favoriser la collaboration public-privé : un atout essentiel pour cette transformation.

Les partenaires privés du secteur de la santé jouent un rôle clé dans la création de **solutions innovantes** d'accompagnement à domicile. Ensemble, nous pouvons bâtir un système de santé plus **résilient** et **accessible**.

# 3

# 2

## Repenser la conception des habitations et des communautés.

Pour réussir le vieillissement à domicile, il est essentiel de repenser l'architecture des maisons et des communautés, afin que l'environnement physique **favorise l'autonomie**, facilite l'accès aux soins et reste dans un **cadre familial**.

**\* En comparaison, le taux de satisfaction pour les soins reçus dans le réseau public est de 43 %.**

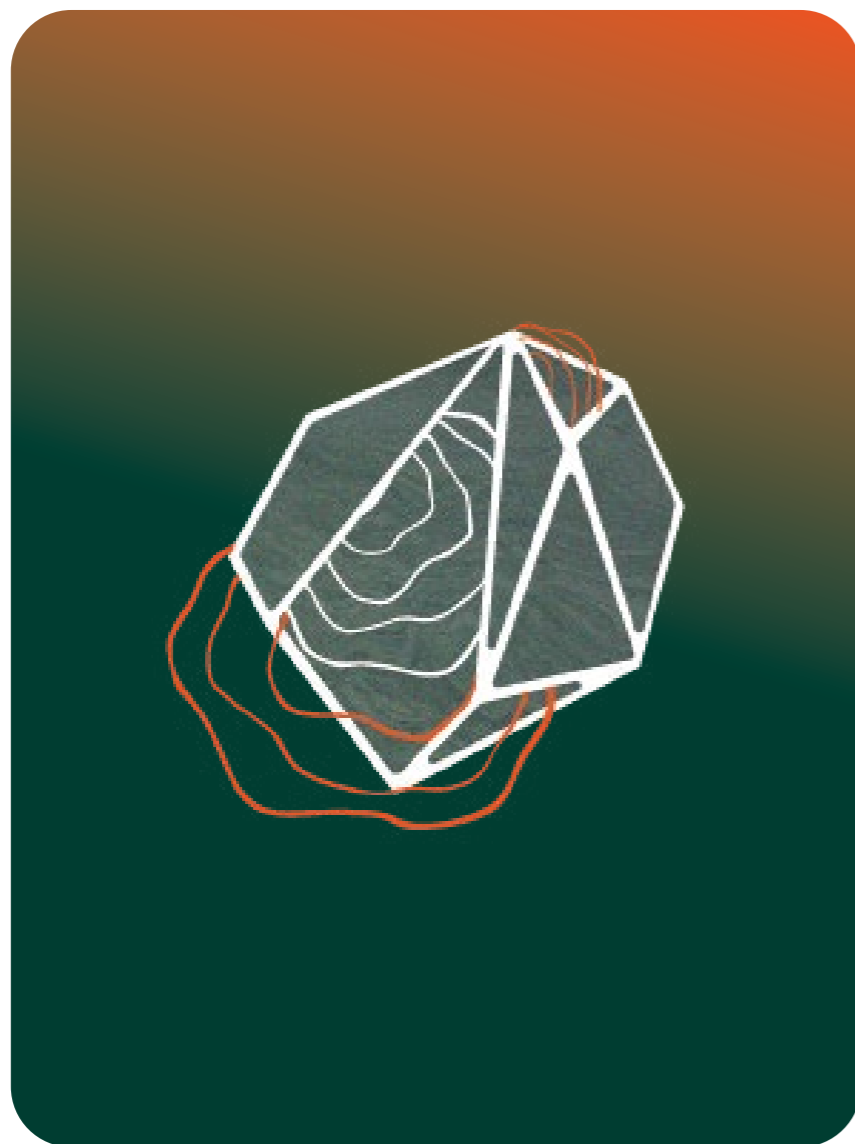
\* Sondage Synopsys, 2024.

## Projet - N'ÉTAIT-CE PAS L'ÉTÉ

Création de Logo  
Identité Graphique

N'était-ce pas l'été est une librairie indépendante où les mots, les saisons et les sensibilités se rencontrent. J'ai été sollicitée pour concevoir le logo et l'identité visuelle, avec la volonté de traduire l'atmosphère singulière de ce lieu : à la fois chaleureux, curieux et poétique.

Ce concept puise son inspiration dans les formes organiques et les paysages imaginaires. La palette de verts profonds et d'oranges solaires reflète la nature, la lumière et la douceur d'un été qui se prolonge entre les pages.



#2f4b3c

#0a332d

#f1541d



#0a332d

#2f4b3c

#fea94f

#f1541d

# Ag

**Aptly** - medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ-  
1234567890

# Ag

**Roca**- bold

abcdefghijklmnopqrstuv  
wxyzABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ-12345678  
90

## Projet - SWG SPECIALTY

### Conception de supports de marketing

SWG Specialty est un expert canadien de l'assurance spécialisée, dédié à l'accompagnement de secteurs à risques élevés ou difficiles à placer. Dans le cadre de leur développement et de leur nouvelle identité de marque, j'ai été sollicitée pour concevoir une série de bannières et un ensemble de documents marketing destinés aux partenaires intermédiaires, aux courtiers et aux prospects.

L'objectif de ce projet était de traduire visuellement le positionnement de SWG Specialty : innovation, expertise, solutions sur-mesure pour des risques atypiques. Le ton graphique est clair, professionnel, avec des repères visuels permettant au lecteur de comprendre rapidement les segments d'assurance, les types de risques couverts et la valeur ajoutée de la marque.

# BANNIÈRES 2024

Travailler avec l'existant pour harmoniser  
les envies et les besoins.

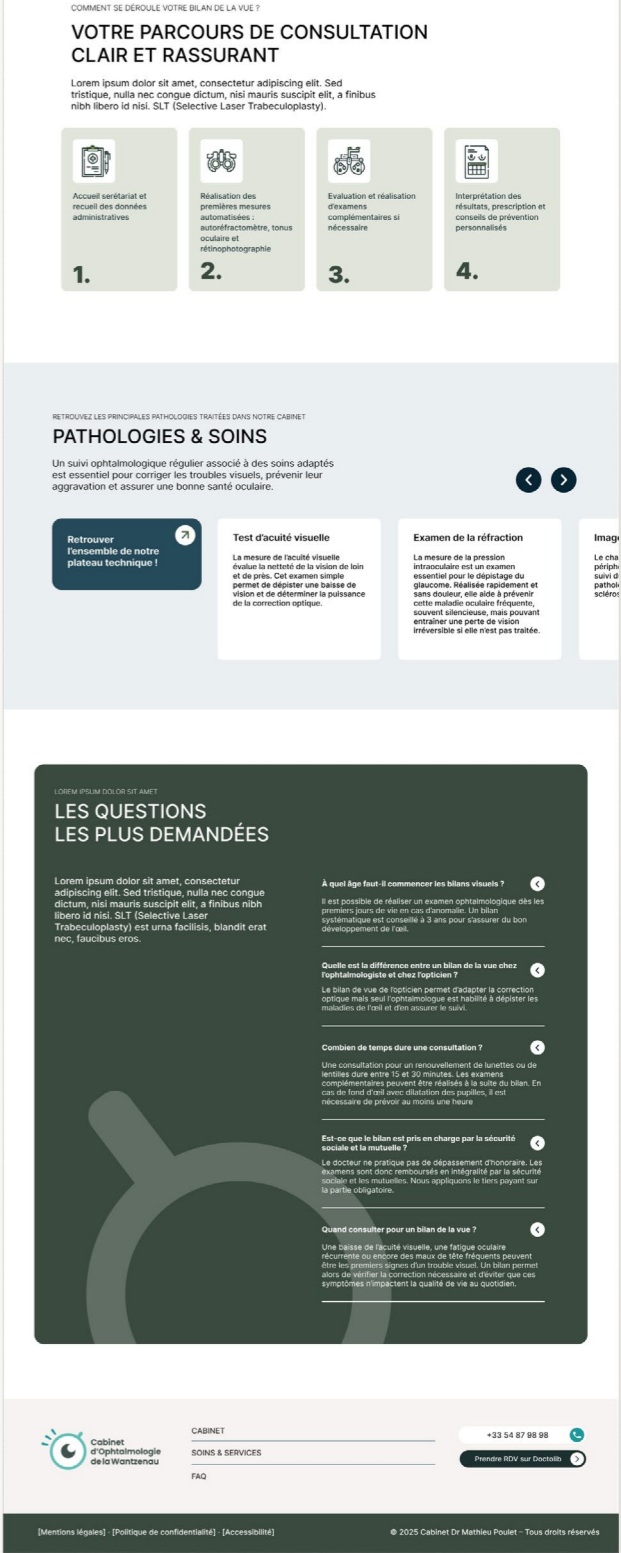
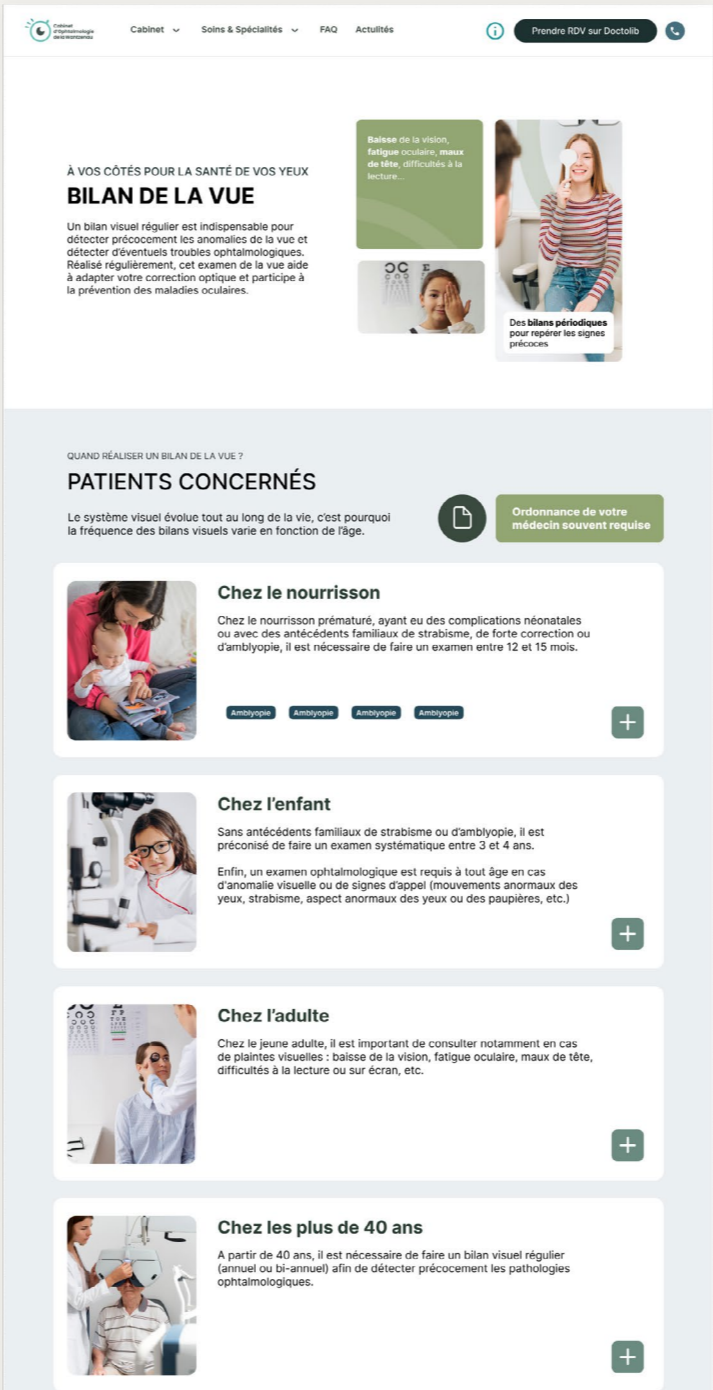


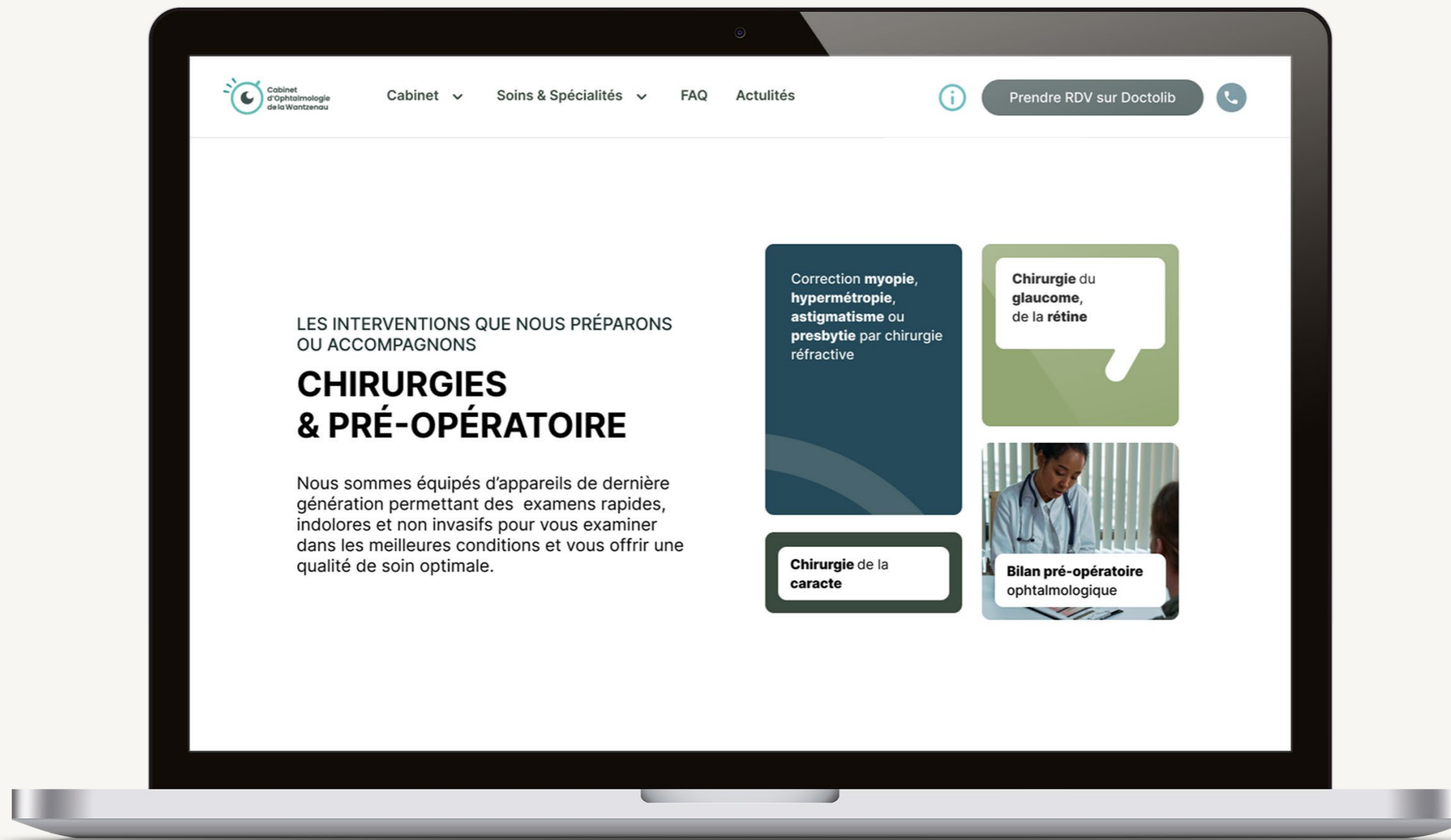
## Projet - CABINET D'OPHTALMOLOGIE DE LA WANTZENAU

Conception de site sur WordPress

Le Cabinet d'Ophtalmologie de la Wantzenau souhaitait se doter d'un site web clair, moderne et rassurant, à l'image de la qualité de ses soins et de la relation de confiance qu'il entretient avec ses patients. J'ai été sollicitée pour concevoir les maquettes du futur site, en collaboration avec l'équipe médicale.

L'objectif principal était d'offrir une navigation fluide et intuitive, permettant aux patients d'accéder rapidement aux informations essentielles : prise de rendez-vous, spécialités, équipe médicale et conseils pratiques.





Cliquez - *ici* - pour découvrir l'ensemble de la maquette en détail sur Figma !