

2025



Portfolio graphic Design

Réhane

rehane.esrhyer@gmail.com

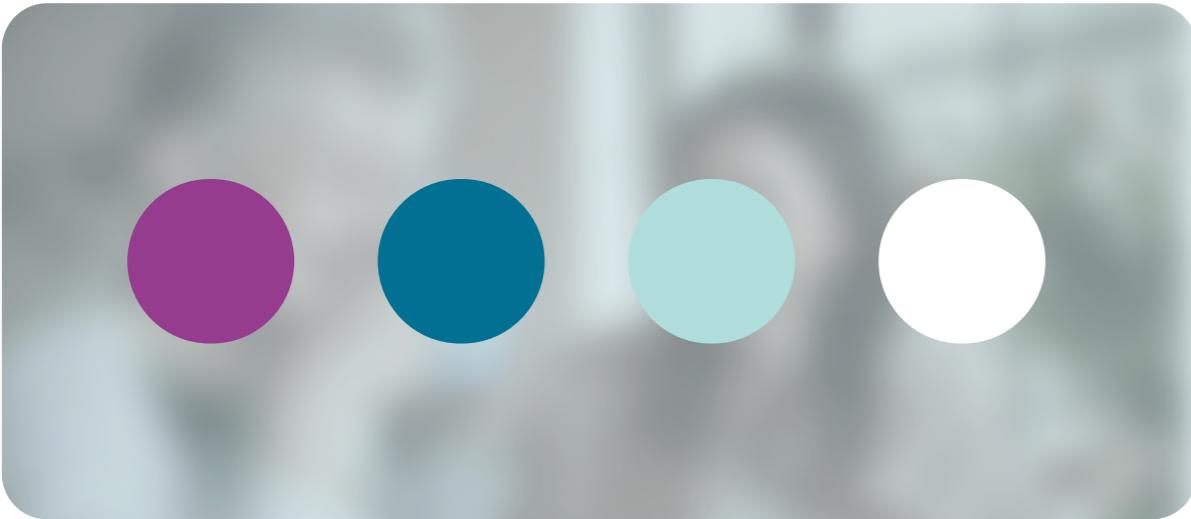
ESRHYER

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.



Bien Chez Soi
Aux petits soins

Votre aide à domicile sur mesure
La référence québécoise pour le soutien à domicile

Estimation gratuite et sans engagement
1-866-636-2439
www.bienchezsoi.ca

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

Faites une différence grâce à votre bienveillance
Partagez votre candidature dès maintenant !
1-866-636-2439
www.bienchezsoi.ca

Nous recrutons
PRÉPOSÉ AUX BÉNÉFICIAIRES
INFIRMIER
AUXILIAIRE FAMILIALE
NOUVEAU

Les avantages à travailler dans l'aide à domicile
Vous choisissez vos horaires
Bénéficiaires attitrés
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.

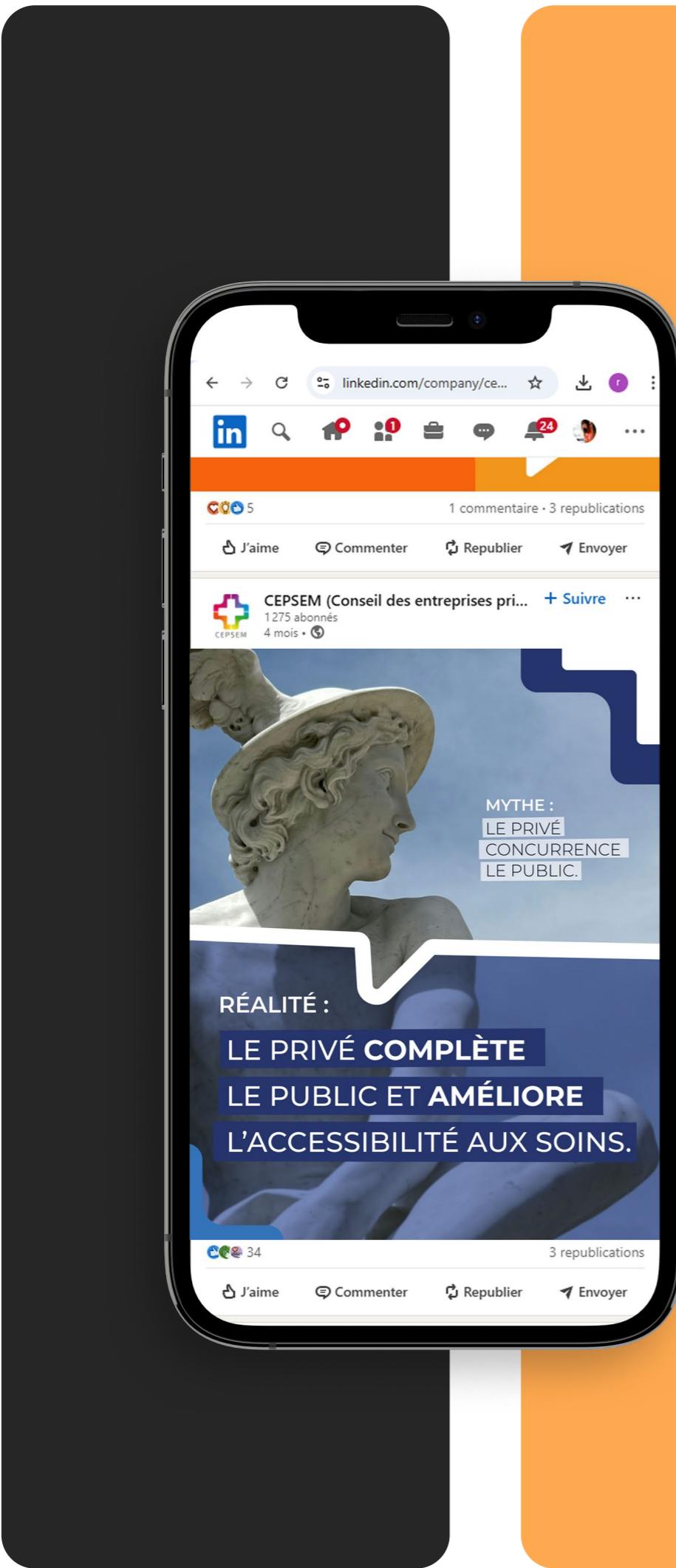
J'ai conçu l'identité visuelle de la campagne, la ligne éditoriale et les documents de communication associés. Le ton se voulait à la fois rigoureux et accessible, reflétant les valeurs du CEPSEM : expertise, transparence et collaboration.



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

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





VIEILLISSEMENT 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.

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**.

3 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**.

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

Entre 2021 et 2023, environ 115 000 opérations ont été envoyées du système public au privé.

Nombres de chirurgie

2021 2023

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

* Sondage Synopsis, 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.

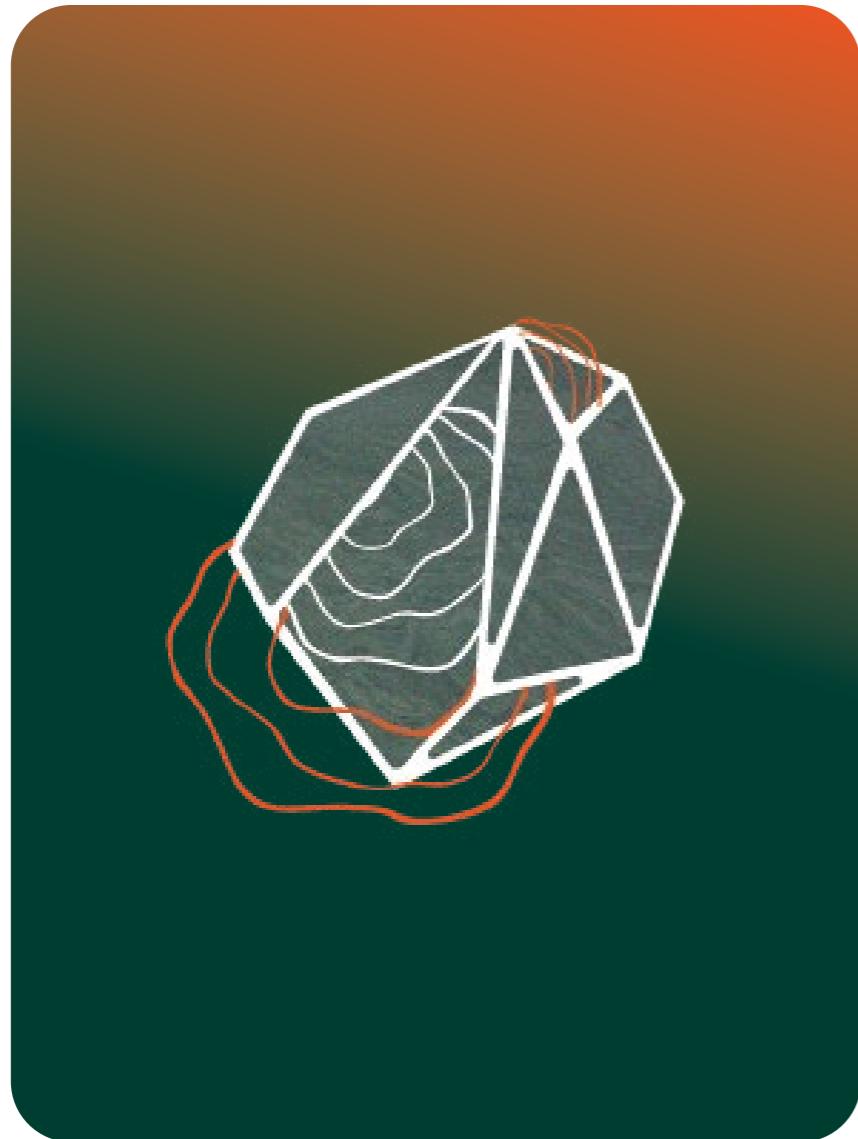
Ce concept puise son inspiration dans les formes organiques et les paysages imaginaires. La palette de verts profonds et d'oranges solaires reflète la nature, la lumière et la douceur d'un été qui se prolonge entre les pages.



#2f4b3c

#0a332d

#f1541d





#0a332d

#2f4b3c

#fea94f

#f1541d

Ag

Aptly - medium

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z -
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Ag

Roca - bold

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v
w x y z A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z - 1 2 3 4 5 6 7 8
9 0

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

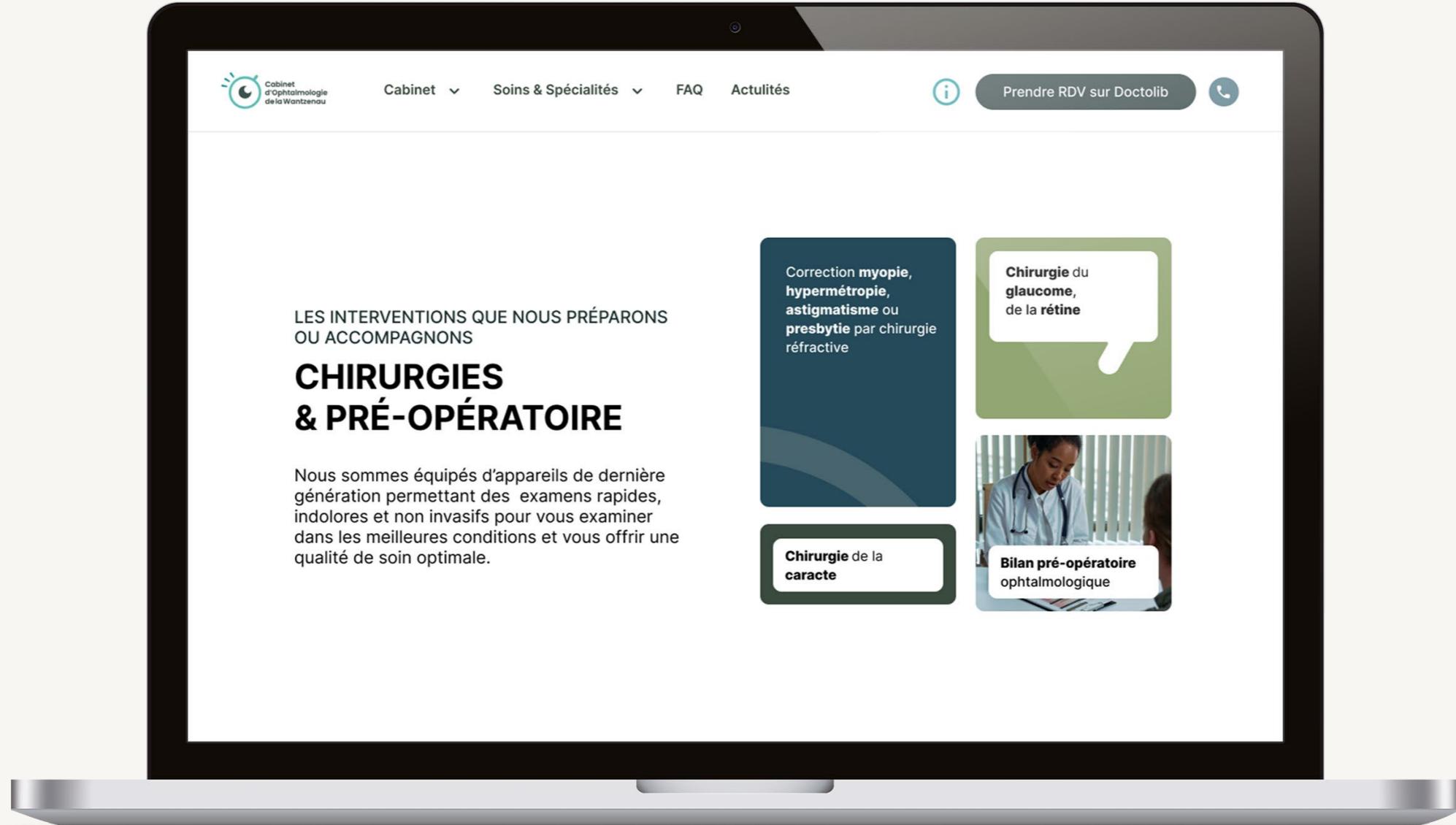
Le Cabinet d'Ophtalmologie de la Wantzenau souhaitait se doter d'un site web clair, moderne et rassurant, à l'image de la qualité de ses soins et de la relation de confiance qu'il entretient avec ses patients. J'ai été sollicitée pour concevoir les maquettes du futur site, en collaboration avec l'équipe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

The mobile screen displays the main landing page. At the top, there's a large image of a church spire against a cloudy sky. Below it, the text reads: "Cabinet d'Ophtalmologie DE LA WANTZENAU". A paragraph of placeholder text follows. Two call-to-action buttons are present: "Prendre RDV sur Doctolib" and "Contactez le cabinet". At the bottom, there are two smaller images with captions: "Notre équipement" and "Renouvellement de lunettes".

This desktop view shows the "BILAN DE LA VUE" (Eye Exam) section. It features a green header with icons for "Cabinet", "Soins & Spécialités", "FAQ", and "Actualités", along with a "Prendre RDV sur Doctolib" button. The main content includes a title "À VOS CÔTÉS POUR LA SANTÉ DE VOS YEUX", a sub-section "BILAN DE LA VUE", and a "QUAND RÉALISER UN BILAN DE LA VUE ?" section. Below these are four boxes titled "PATIENTS CONCERNÉS": "Chez le nourrisson", "Chez l'enfant", "Chez l'adulte", and "Chez les plus de 40 ans". Each box contains a small image of a patient and some descriptive text. A large image of a young boy wearing glasses is positioned at the bottom right.

This desktop view shows the "PATHOLOGIES & SOINS" (Pathologies & Care) section. It starts with a title "COMMENT SE DÉROULE VOTRE BILAN DE LA VUE ?" and a section "VOTRE PARCOURS DE CONSULTATION CLAIR ET RASSURANT" with four numbered steps: 1. Accès au cabinet et recueil des données administratives, 2. Réalisation des premières mesures automatisées, tonus oculaire et rétinophotographie, 3. Evaluation et réalisation d'exams complémentaires si nécessaire, 4. Interprétation des résultats, prescription et conseils de prévention personnalisés. Below this is a section titled "RETROUVEZ LES PRINCIPALES PATHOLOGIES TRAITÉES DANS NOTRE CABINET PATHOLOGIES & SOINS" with three cards: "Test d'acuité visuelle", "Examen de la réfraction", and "Examens complémentaires". At the bottom, there's a large section titled "LES QUESTIONS LES PLUS DEMANDÉES" with several frequently asked questions and their answers.



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