

leatoluzzo

SOMMAIRE

À PROPOS

PRÉSENTATION / CV

PROJETS

TWISTED BITES / EKEN / GLOW / AMICI /
À PORTÉE DE MAIN / GERMANIER

MÉMOIRES

DE LA MAIN À L'ÉCRAN / LES SUPPORTS IMPRIMÉS DANS
LA MODE HAUTE COUTURE

EN SAVOIR +

CONTACTS



GRAPHISTE

PARIS

Actuellement en CDI dans une agence créative à Paris en tant que Designer Éditorial, je participe à la réalisation de projets imprimés et digitaux. Curieuse et motivée, je suis ouverte à de nouvelles opportunités créatives.

EXPÉRIENCES

DESIGNER ÉDITORIAL - GRAPHISTE

AGENCE CIMAYA

ASSISTANTE DIRECTRICE ARTISTIQUE

JB PRODUCTION

GRAPHISTE

ALEXANDRE.J

ASSISTANTE GRAPHISTE

ORANGE

ASSISTANTE GRAPHISTE

SNCF

ASSISTANTE GRAPHISTE

ORANGE

CURSUS

MASTÈRE DIRECTION ARTISTIQUE (en alternance)

CIFACOM, 75019 PARIS

16/06/25 - AUJOURD'HUI

**22/08/22 - 22/08/24
(2 ANS)**

**29/04/21 - 23/07/21
(3 MOIS)**

**26/11/18 - 01/02/19
(2 MOIS)**

**04/06/18 - 29/06/18
(1 MOIS)**

**08/01/18 - 22/02/18
(1 MOIS)**

2022-2024

2019-2022

2016-2019

**DNMADE GRAPHISME AUGMENTÉ
LYCÉE JACQUES PRÉVERT, 92100 BOULOGNE-BILLANCOURT**

**BAC PROFESSIONNEL COMMUNICATION VISUELLE
LYCÉE CLAUDE NICOLAS LEDOUX, EBTP, 94300 VINCENNES**

LOGICIELS

Indesign Photoshop Illustrator Figma
After effects Webflow HTML / CSS Canva Notion

COMPÉTENCES

Design graphique Direction artistique Web design
Identité visuelle Motion Édition Organisation

LANGUES

Français Anglais (B1)

WORKSHOPS

. Identité visuelle avec **Ruedi Baur, Vera Baur, Maxime Leleux**

. Affiche avec **Alain Le Querrec**

. Typographie avec **Remi Forte de la Fonderie 250TF**

. Partenariat avec le **Musée des Arts Décoratifs de Paris**

. Risographie avec **Johanna Grandgirard**

CENTRES D'INTÉRETS

Pratique manuelle (Dessin, linogravure, sérigraphie)

Photographie (Numérique & Argentique)

Peintures (Ines Longevial)

Voyages : Danemark, Royaume-Uni, Italie, Grèce, Espagne, États-Unis

TWISTED BITES

BRANDING



CLIENT:	@LETS.BRIEF
CATÉGORIE:	BRANDING
DATE:	2025

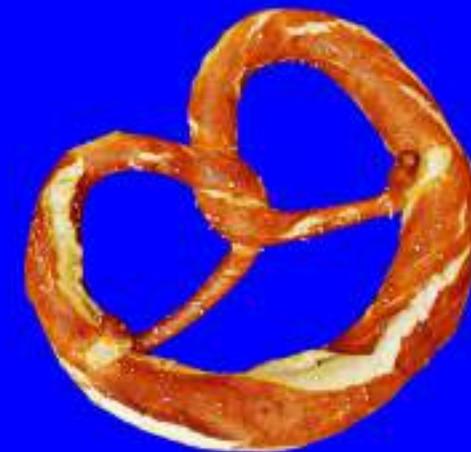
PROBLÉMATIQUE

Twisted Bites est une boutique de bretzels au cœur de Munich, alliant tradition bavaroise et créativité. Du classique aux versions revisitées à la truffe ou au chocolat, chaque bretzel est une explosion de saveurs. Pour refléter son univers gourmand et audacieux, Twisted Bites veut une identité visuelle dynamique, colorée et fun, à l'image de ses créations originales.

SOLUTION

Pour ce brief, j'ai conçu une typographie mixte, associant une sans-serif moderne à une écriture manuscrite inspirée des formes arrondies et entortillées des bretzels. Elle est accompagnée d'une palette de couleurs pétillantes : un bleu électrique qui apporte du dynamisme et un jaune éclatant pour une touche de fun et de convivialité. L'ensemble crée une identité visuelle vibrante et gourmande, parfaitement alignée avec l'esprit audacieux de Twisted Bites.





TWISTED
BITES



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&









EKEN

BRANDING



CLIENT:	@DESIGNERBRIEFS
CATÉGORIE:	BRANDING
DATE:	2025

PROBLÉMATIQUE

Eken est une marque de mobilier scandinave en chêne qui incarne élégance et robustesse. Pour mettre en valeur son univers, EKEN aspire à une identité visuelle épurée, mettant en valeur des lignes droites et des matériaux naturels.

SOLUTION

Pour ce brief, j'ai imaginé une typographie minimalistique et géométrique, évoquant la solidité et la précision du design, accompagnée d'une palette de couleurs inspirée du chêne brut et des teintes naturelles. Un lookbook raffiné mettra en valeur les textures pour souligner l'authenticité du bois, créant ainsi un univers visuel alliant modernité et élégance, en parfaite harmonie avec l'essence artisanale de la marque.



eke









léa

PORTFOLIO - PROJETS

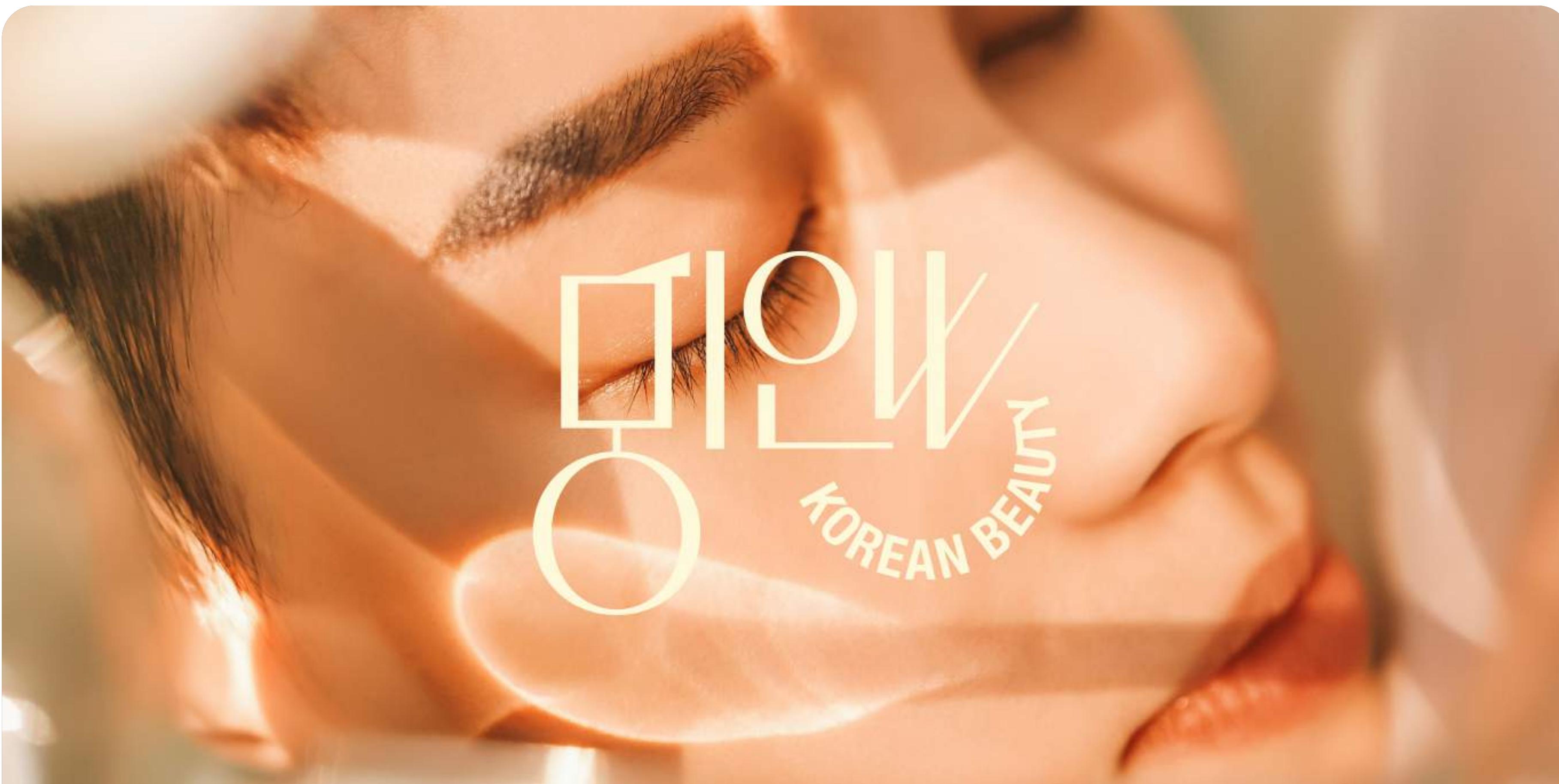
2025





GLOW

BRANDING



CLIENT:	@THENEWBRIEF
CATÉGORIE:	BRANDING
DATE:	2025

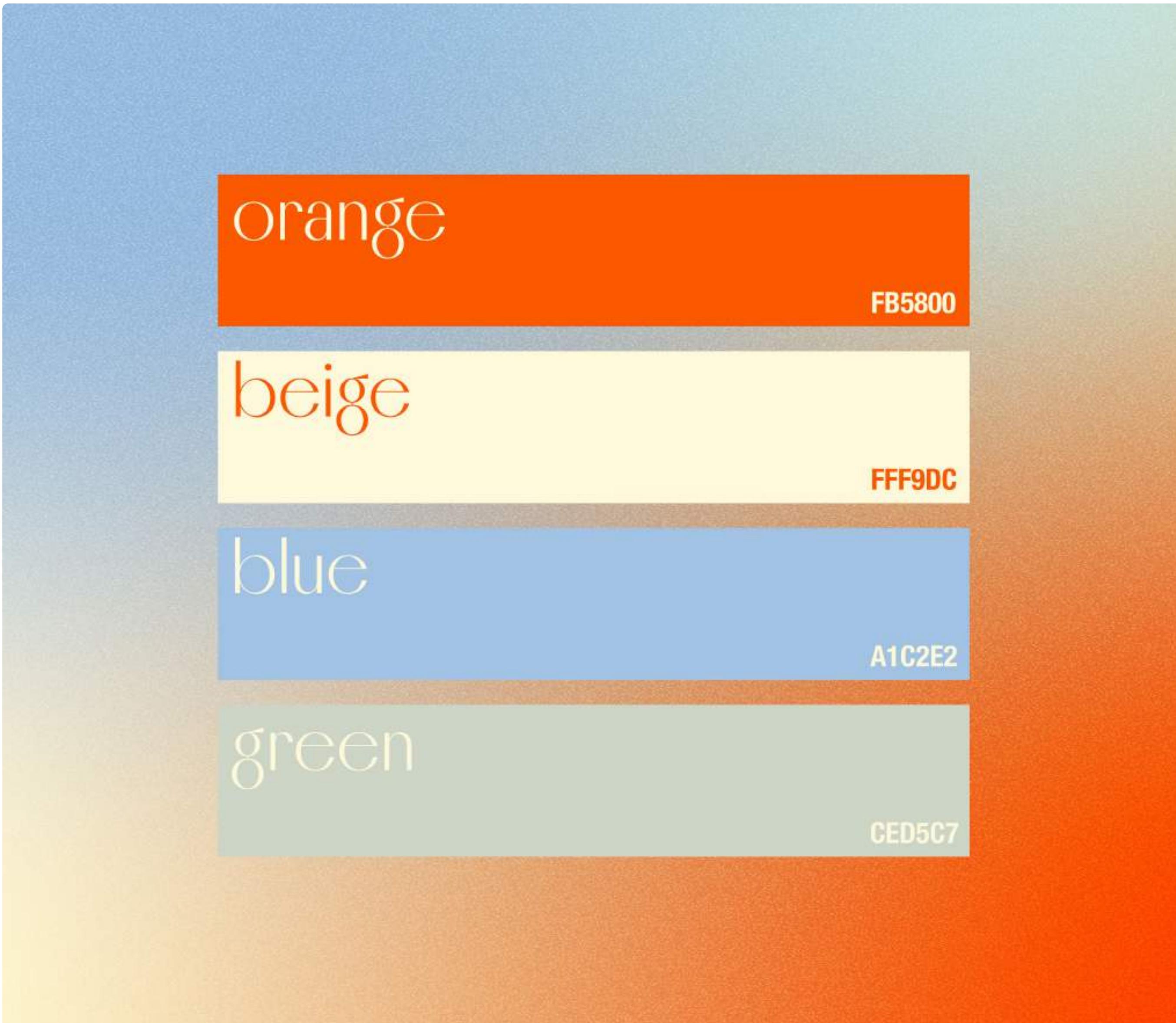
PROBLÉMATIQUE

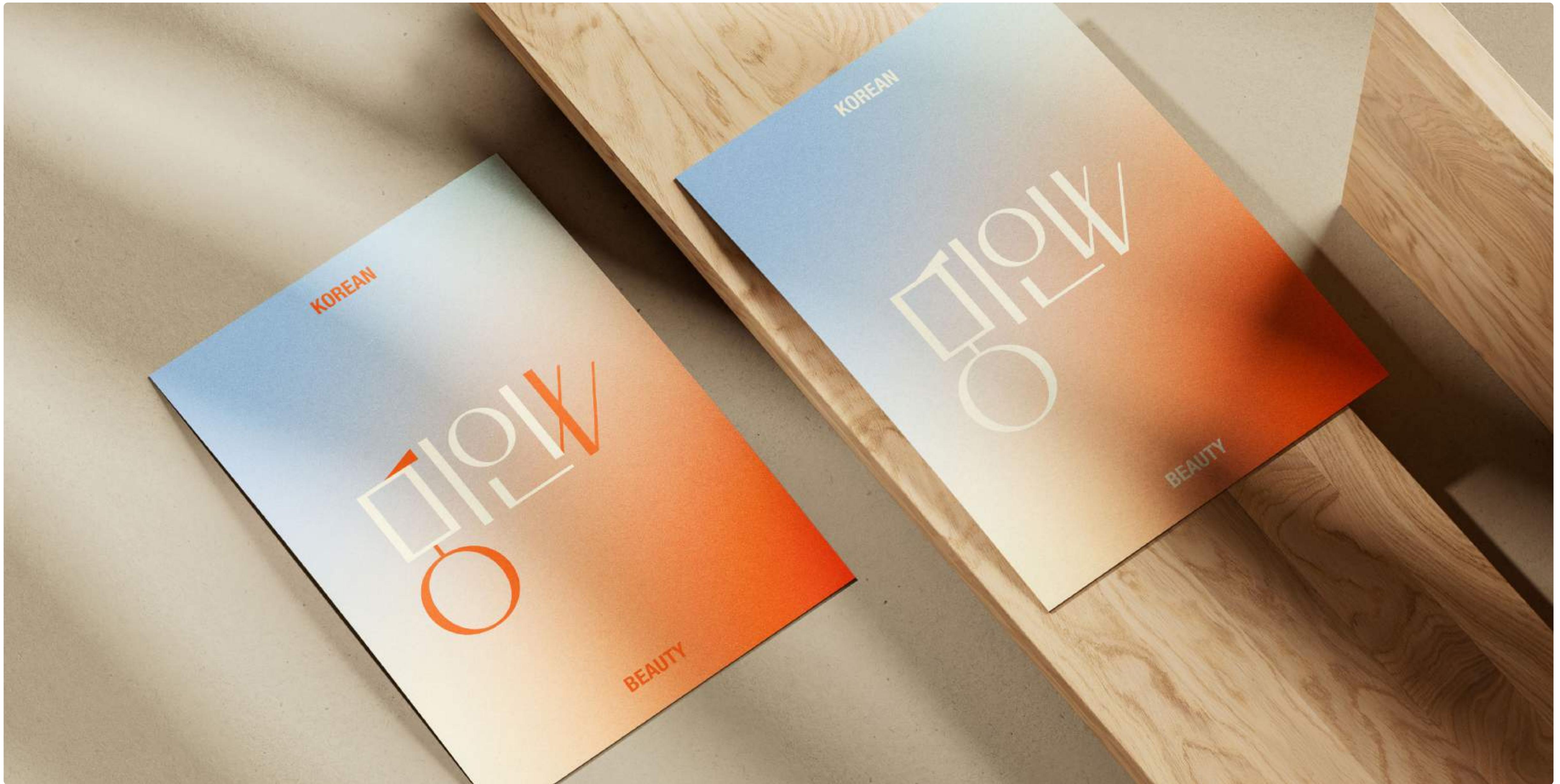
Glow est une marque de soins de la peau inspirée des rituels de beauté coréens. Chaque produit révèle l'éclat naturel de la peau tout en la nourrissant. Pour sublimer son univers, Glow aspire à une identité mêlant innovation et luxe, éclat et naturel.

SOLUTION

Pour ce brief, j'ai conçu une identité visuelle à la fois innovante et raffinée, parfaitement représentative de GLOW. Le logo associe une typographie élégante aux contrastes marqués entre pleins et déliés, intégrant également l'écriture coréenne. Cette fusion entre l'univers du luxe et l'esthétique coréenne donne naissance à une typographie audacieuse et moderne. Les couleurs fraîches, quant à elles, apportent dynamisme et légèreté aux visuels. Les packagings, minimalistes, reprennent les codes de la marque pour allier élégance et identité forte. L'ensemble crée une identité unique et harmonieuse, reflétant parfaitement l'univers sophistiqué et lumineux de GLOW.











AMICI

BRANDING



CLIENT:	RESTAURANT
CATÉGORIE:	BRANDING
DATE:	2025

PROBLÉMATIQUE

Amici, c'est un restaurant italien qui veut une identité simple, fun et conviviale, à l'image des moments de partage qu'il propose. Avec son bar à pizza, il invite à composer des pizzas personnalisées, à partager entre «AMICI», amis, comme une planche apéro revisitée. L'idée est de créer un lieu chaleureux où chacun peut profiter d'un bon moment autour d'une cuisine italienne généreuse. Aujourd'hui, Amici souhaite une identité visuelle qui reflète cet esprit authentique et accueillant.

SOLUTION

Le logo d'Amici s'inspire du célèbre geste italien de la main, symbole universel de « délicieux » lorsqu'il est dirigé vers la bouche, en clin d'œil à sa cuisine savoureuse. Il est accompagné de la citation « Tant qu'il y a des amis, il y a de la vie », reflet de la convivialité italienne. Les couleurs, rouge et beige, symbolisent la passion et l'authenticité, tandis que le vert évoque la fraîcheur. Avec une typographie épaisse et ronde, rappelant la générosité des pizzas. Ce branding invite à une expérience à la fois festive, accueillante, et résolument italienne.













À PORTÉE DE MAIN

PROJET 360°



CLIENT:	MAIRIE DE PARIS
CATÉGORIE:	PROJET 360°
DATE:	2024

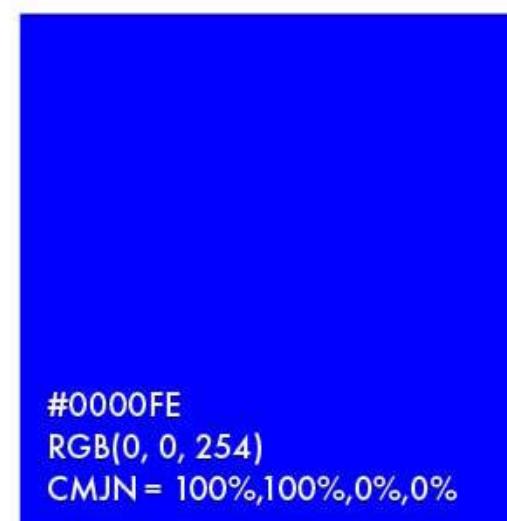
PROBLÉMATIQUE

Dans le cadre de notre projet de fin d'études, nous, cinq étudiants en direction artistique, avons voulu explorer comment le design graphique peut encourager des changements sociaux. Partant de notre école située dans le quartier Jourdain, au nord de Paris, nous avons remarqué que de nombreux commerçants et artisans avaient du mal à se faire connaître des habitants. Nous nous sommes donc demandé : comment le design pourrait-il aider à renforcer les liens de proximité et dynamiser la vie de quartier ?

SOLUTION

Pour répondre à cette question, nous avons créé le projet fictif «À portée de main», une initiative pour mettre en valeur les commerçants et artisans du quartier. Nous avons développé plusieurs outils de communication : application, site web, réseaux sociaux, une box découverte, ainsi qu'un fanzine pour améliorer leur visibilité et encourager l'échange avec les habitants. Notre objectif : utiliser le design graphique pour créer une communauté locale plus connectée et solidaire.





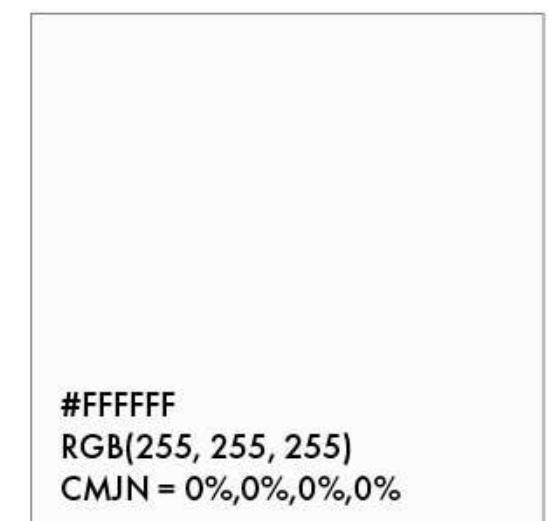
#0000FE
RGB(0, 0, 254)
CMJN = 100%, 100%, 0%, 0%



#000000
RGB(0, 0, 0)
CMJN = 0%, 0%, 0%, 1%



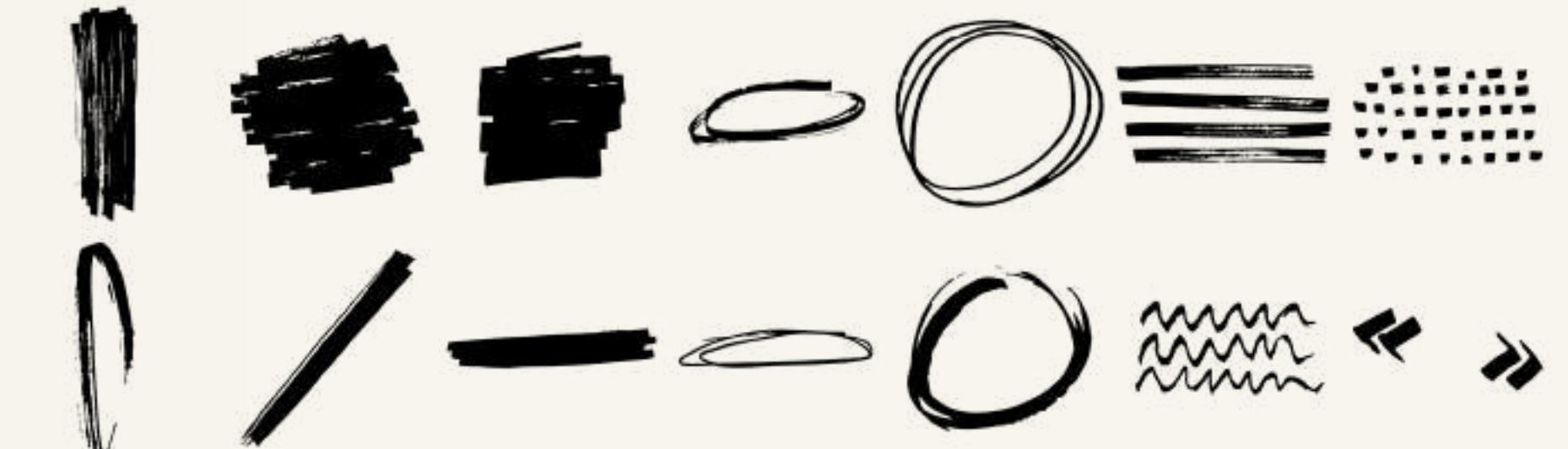
#F7F5ED
RGB(247, 245, 237)
CMJN = 0%, 1%, 4%, 3%



#FFFFFF
RGB(255, 255, 255)
CMJN = 0%, 0%, 0%, 0%

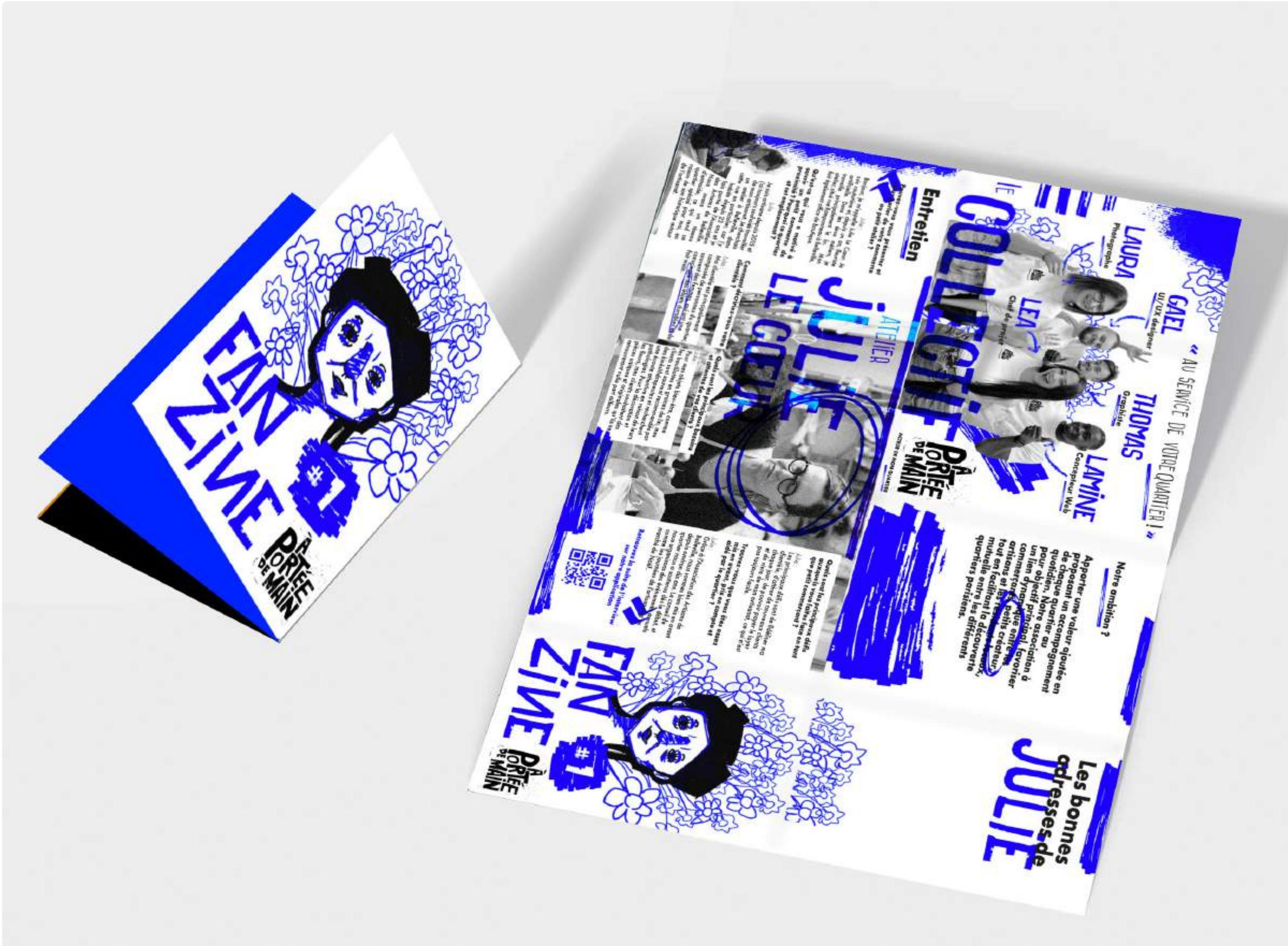
A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

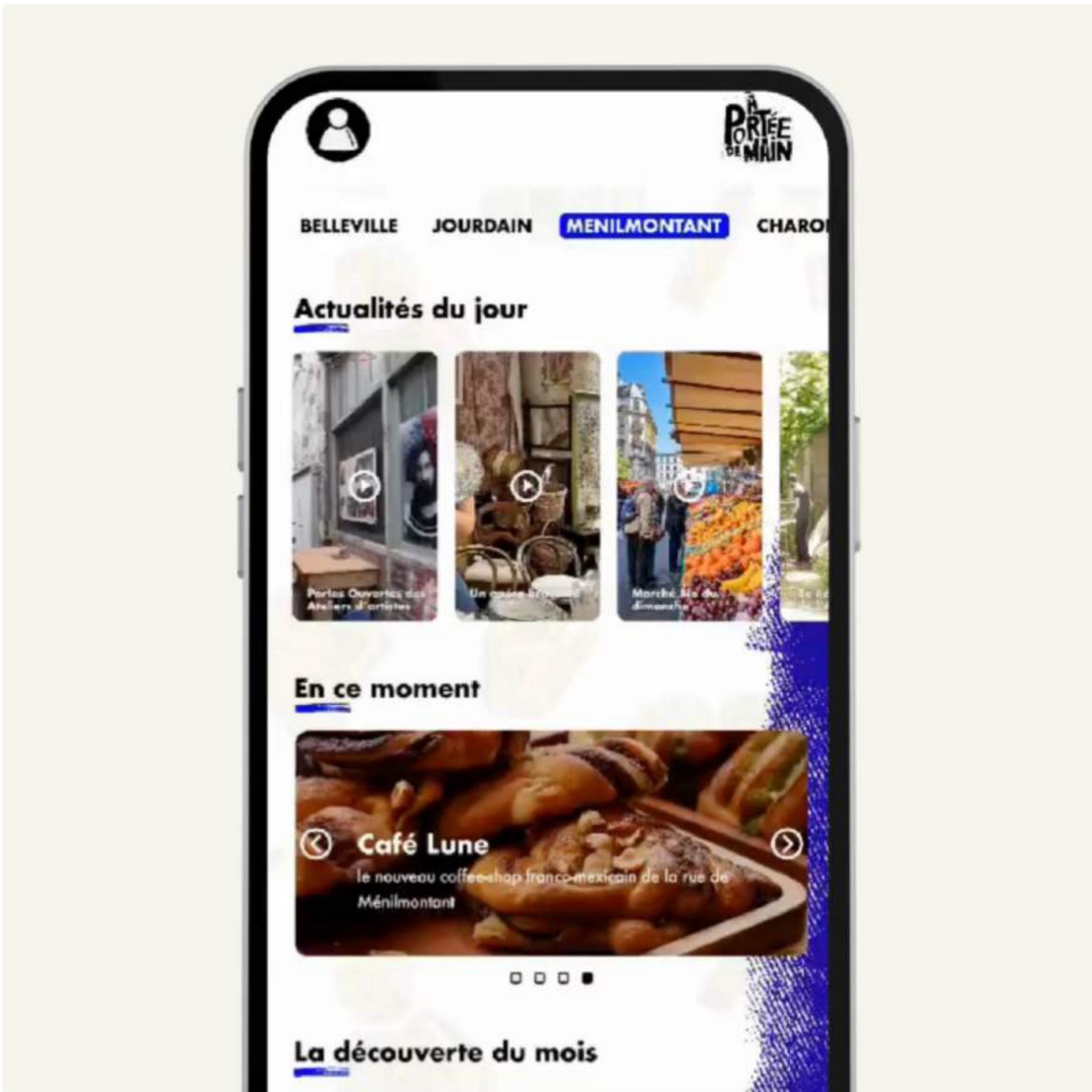
A B C D E F G H Í J K I M
N O P Q R S T U V W X Y Z





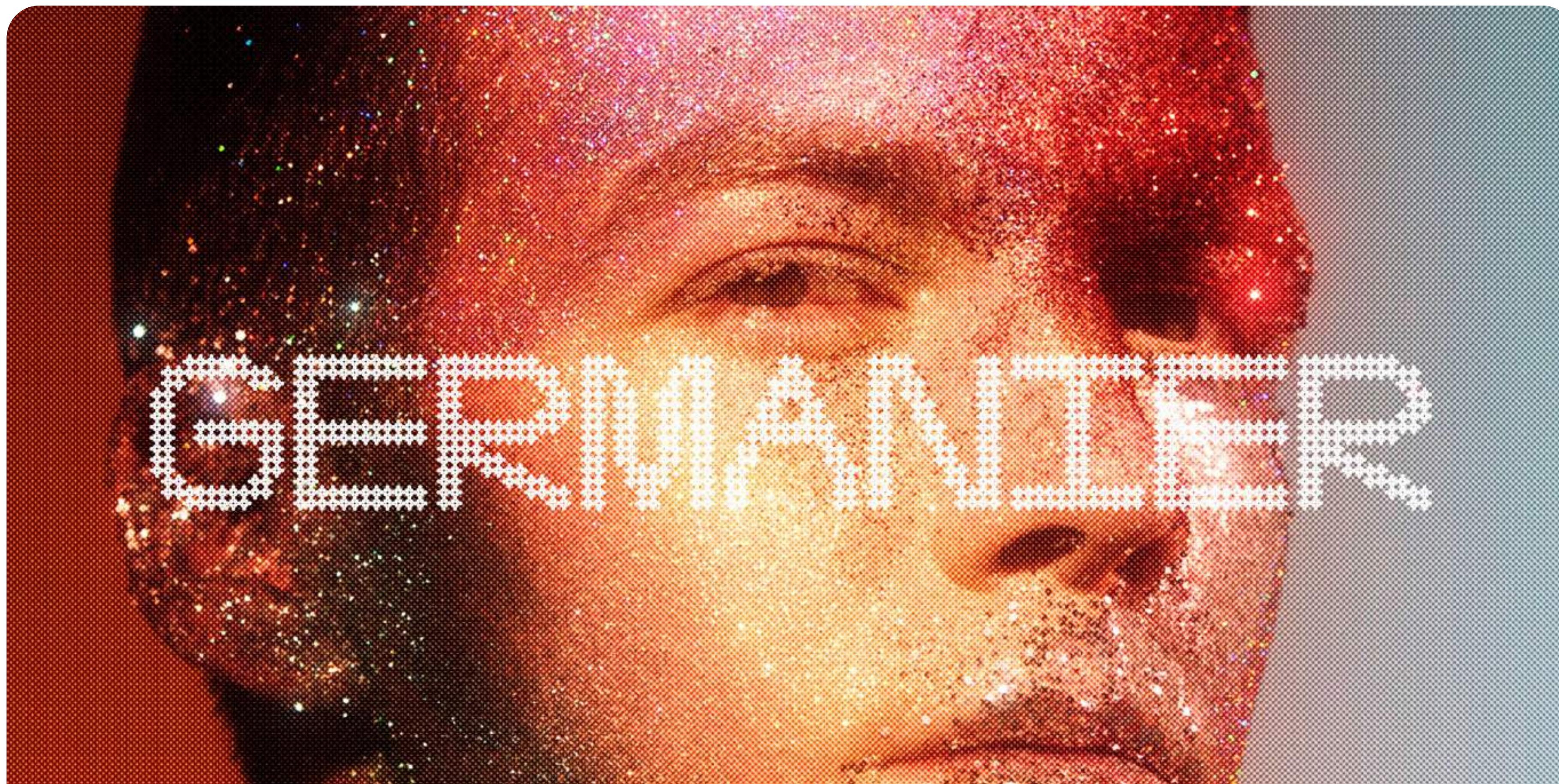






GERMANIER

PROJET 360°



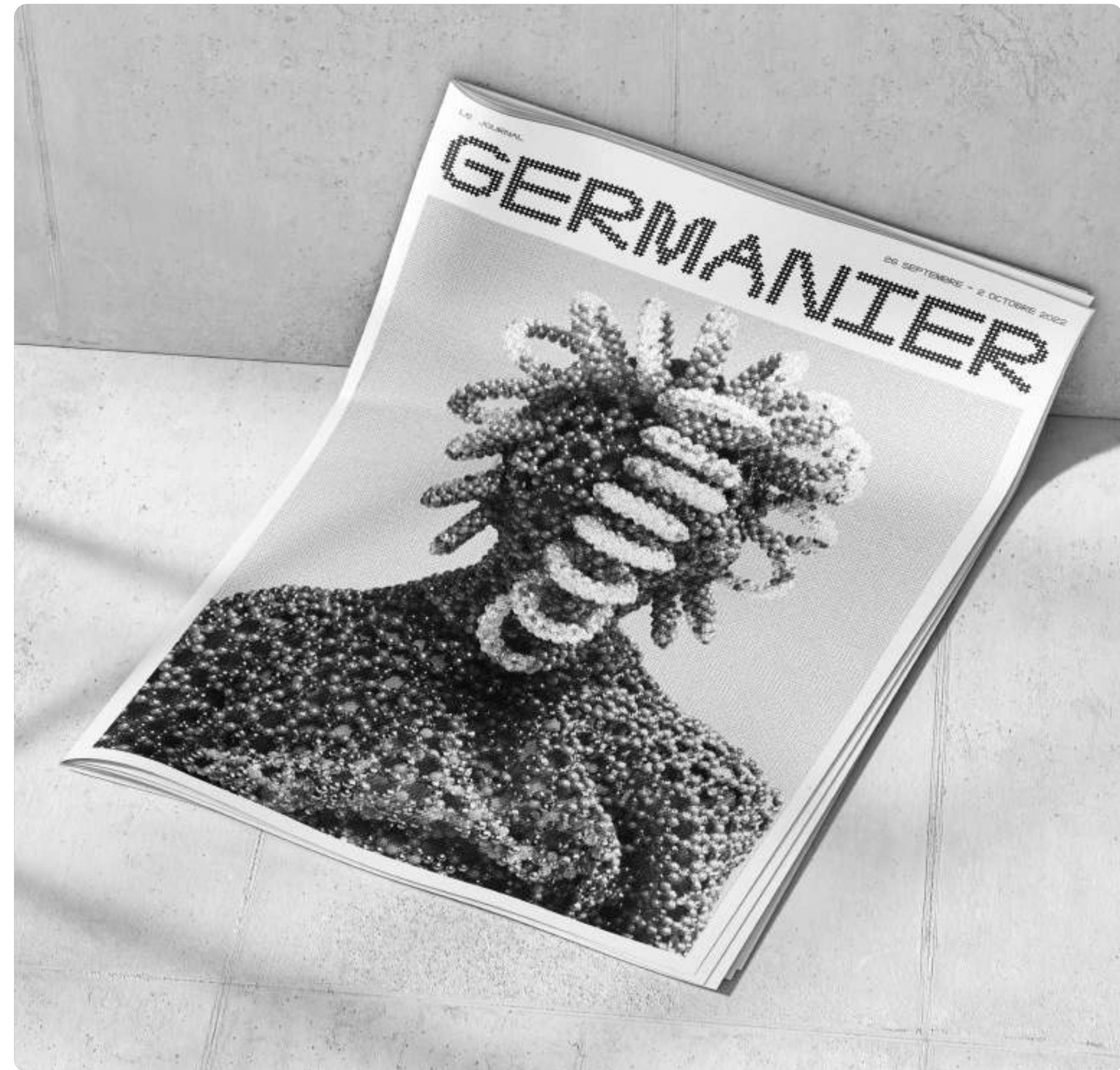
CLIENT:	GERMANIER
CATÉGORIE:	PROJET 360°
DATE:	2022

PROBLÉMATIQUE

Ce projet de fin d'année de DNMADE est la continuité de mon mémoire intitulé « Les supports imprimés dans la mode haute couture », où je me suis intéressée sur l'importance des supports visuels pour renforcer l'image de marque dans ce secteur. Mon objectif était de développer l'identité visuelle de la marque de mode Germanier, en m'inspirant de ses caractéristiques distinctives. La marque, connue pour ses créations avant-gardistes, mêle des éléments comme les perles, un univers futuriste et la broderie, des aspects qui devaient se refléter dans une identité visuelle forte et cohérente avec son image.

SOLUTION

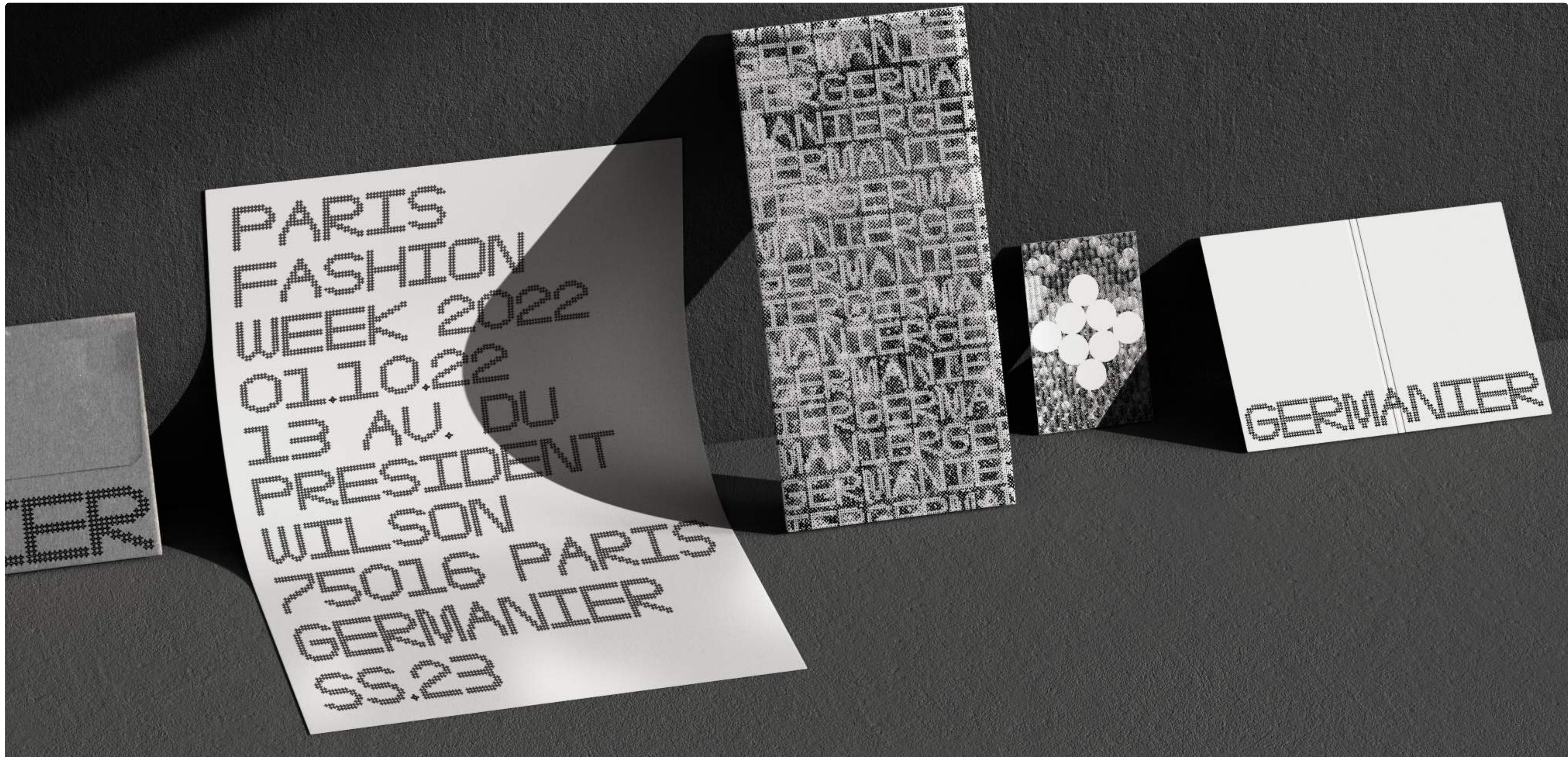
Pour répondre à cette problématique, j'ai conçu une police de caractère lors d'un workshop avec Rémi Forte, de la fonderie 250TF. Cette typographie, inspirée des éléments emblématiques de Germanier, incarne l'univers de la marque et renforce son identité visuelle. J'ai ensuite décliné cette typographie sur divers supports imprimés, allant des affiches au lookbook, afin de donner vie à cette identité sur différents formats. Ce travail a permis d'offrir à Germanier une présence visuelle unique et reconnaissable, en lien direct avec les conclusions de mon mémoire sur l'importance des supports imprimés dans la mode haute couture.

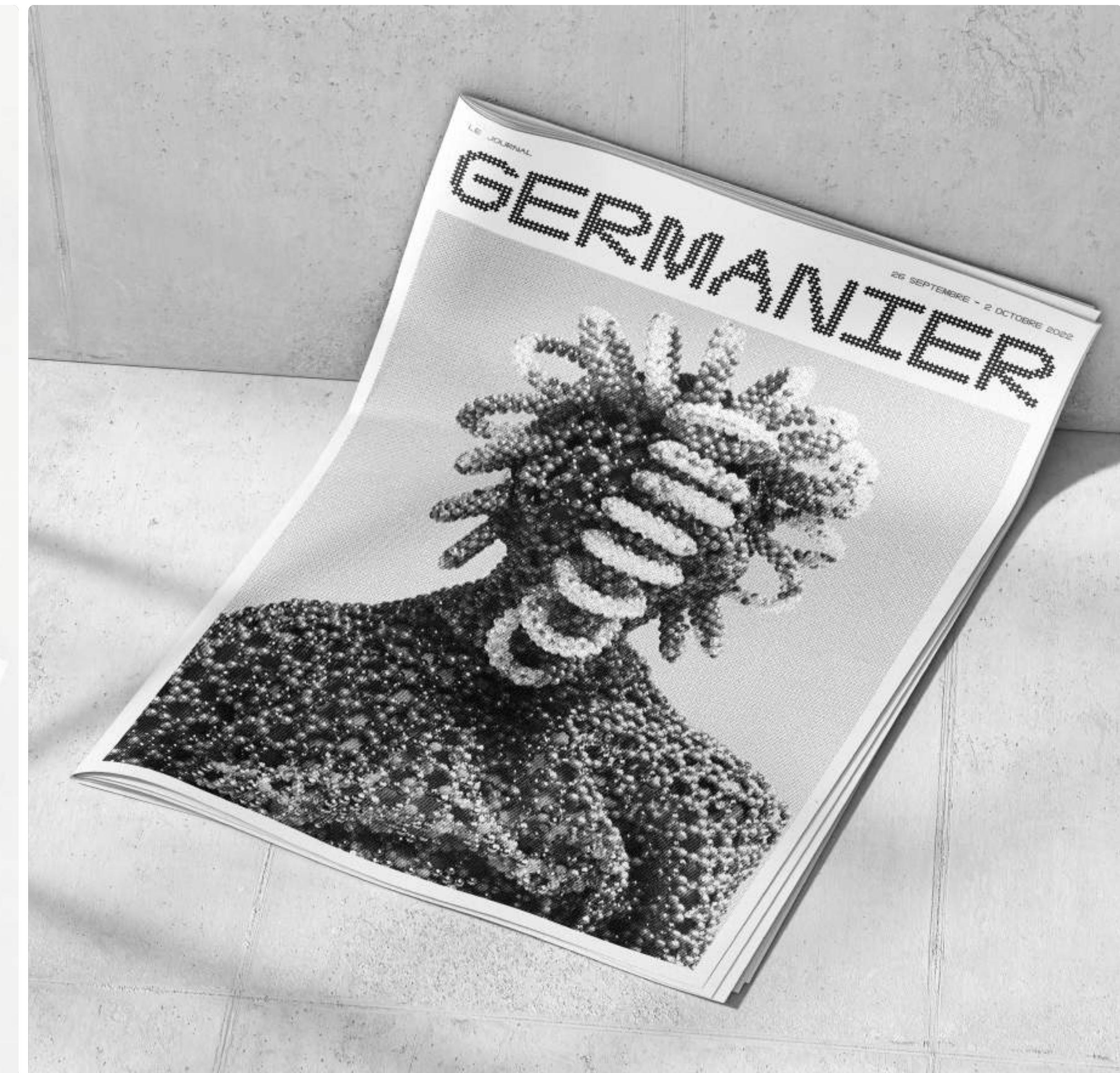




A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z









DE LA MAIN À L'ÉCRAN

MÉMOIRE MASTÈRE



CLIENT:	/
CATÉGORIE:	MÉMOIRE
DATE:	2024

PROBLÉMATIQUE

Dans mon mémoire de mastère en direction artistique, j'ai exploré l'importance du travail manuel dans le graphisme contemporain. Partant de ma réflexion personnelle sur l'apport de l'artisanat dans mes projets, ma problématique était la suivante : « La pratique manuelle a-t-elle encore sa place dans le graphisme actuel ? ». Ce sujet est d'autant plus pertinent avec l'avancée rapide des technologies et la numérisation du métier. Dans ce mémoire, j'analyse l'évolution de la publicité aux 19e et 20e siècles, le rôle du travail manuel dans le graphisme aujourd'hui, et l'impact des nouvelles technologies, notamment l'intelligence artificielle, sur notre domaine.

SOLUTION

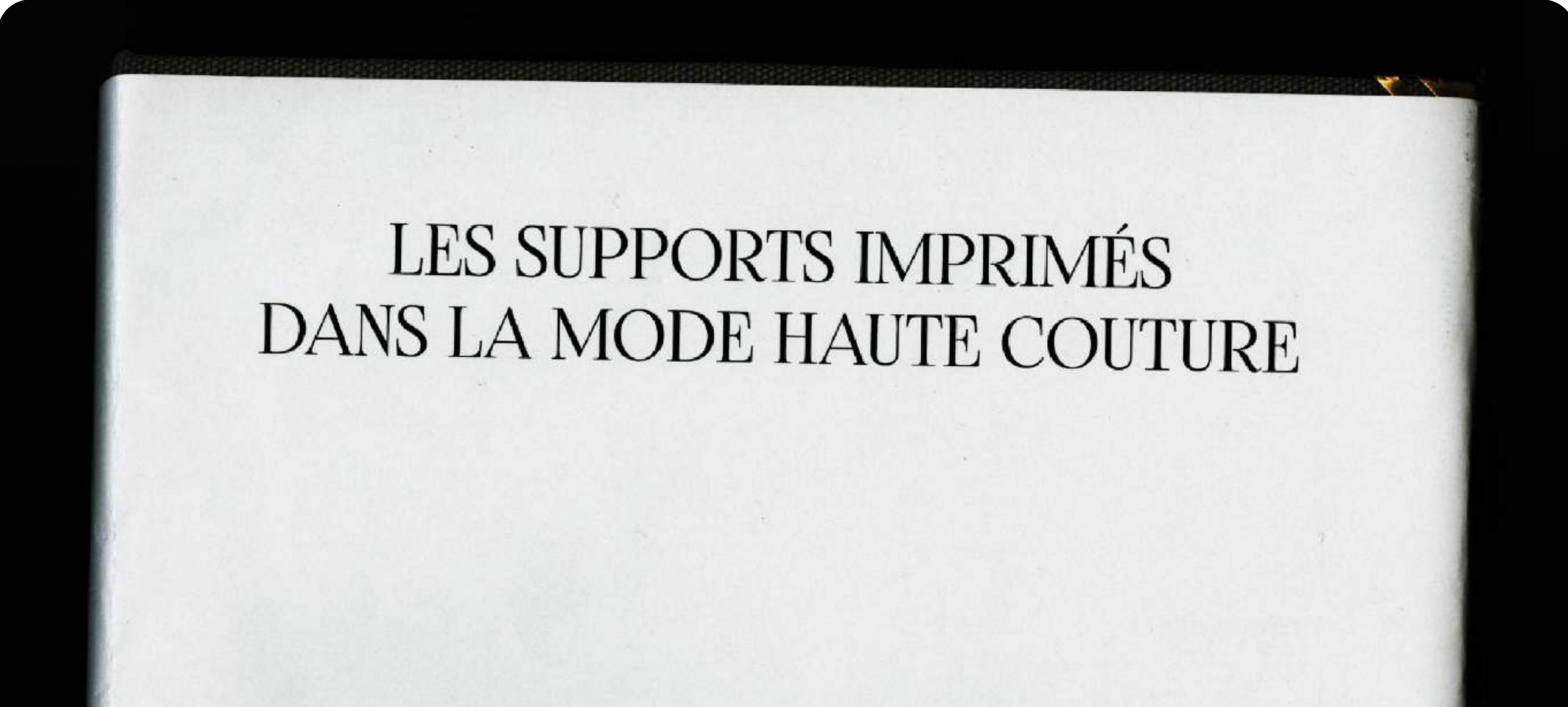
Pour illustrer ma réflexion, j'ai choisi de créer une édition entièrement réalisée à la main. Ce travail comprend toutes les étapes artisanales, depuis la reliure jusqu'à la création de la couverture, composée d'impressions en linogravure. Par cette approche, je souhaite démontrer que la pratique manuelle conserve une valeur unique et complémentaire dans le graphisme contemporain, même à l'ère des technologies avancées. L'édition manuelle permet ainsi de renforcer l'authenticité et la créativité dans un domaine de plus en plus dominé par les outils numériques.





LES SUPPORTS IMPRIMÉS DANS LA MODE HAUTE COUTURE

MÉMOIRE DNMADE



LES SUPPORTS IMPRIMÉS
DANS LA MODE HAUTE COUTURE

CLIENT:	/
CATÉGORIE:	MÉMOIRE
DATE:	2022

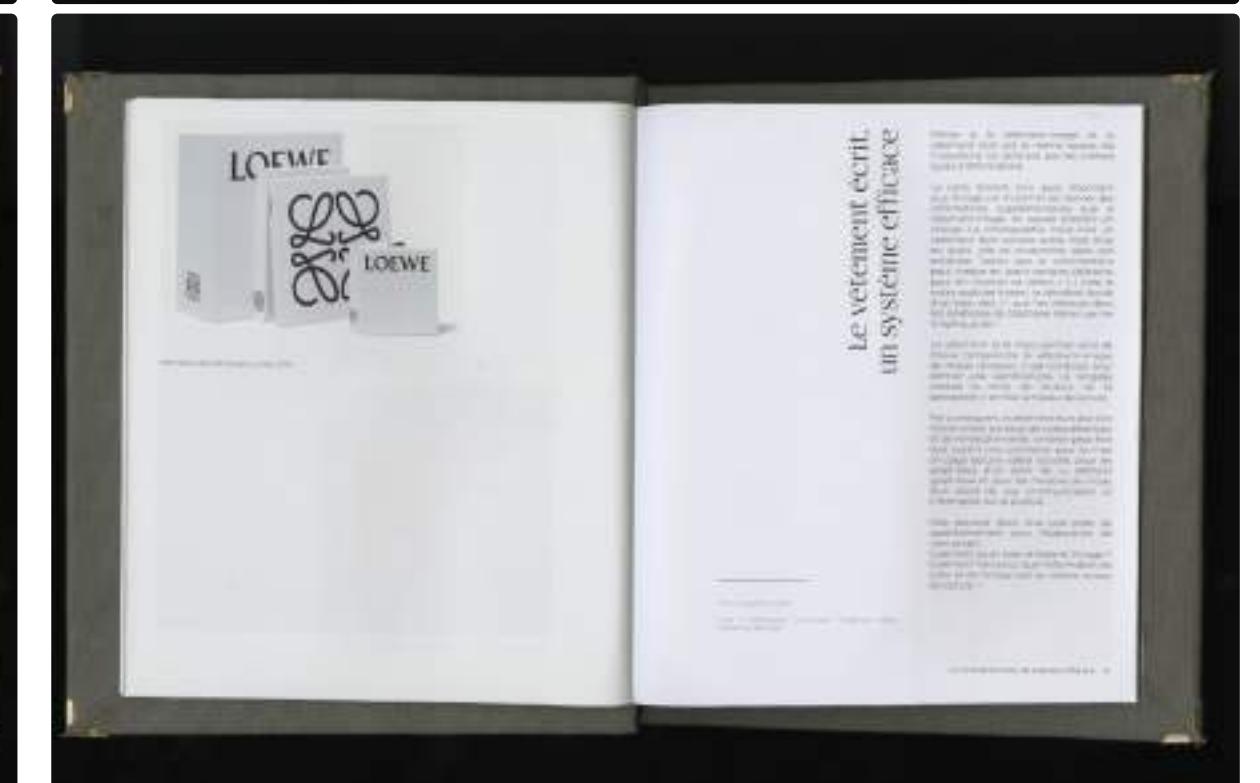
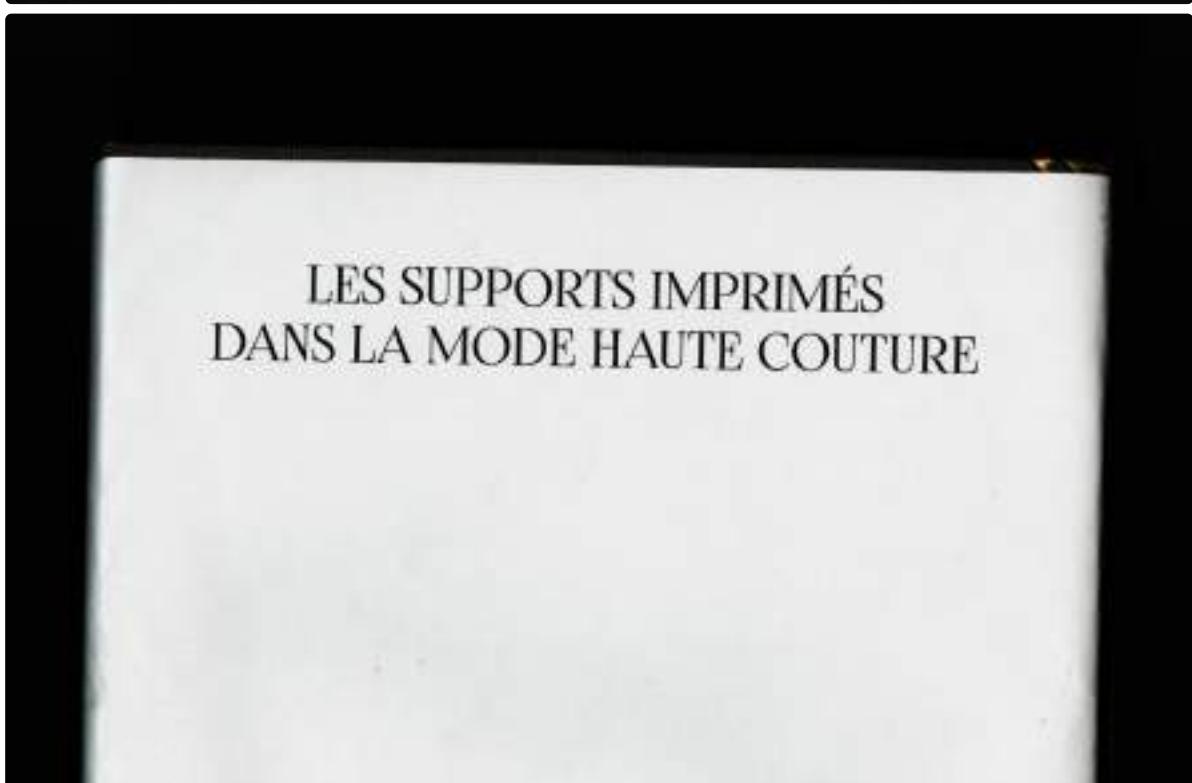
PROBLÉMATIQUE

Mon mémoire de DNMADE explore l'interaction entre la mode et le graphisme, en s'intéressant plus particulièrement aux supports imprimés dans la haute couture. La problématique que je me suis posée était la suivante : « Les supports imprimés dans le secteur de la mode haute couture sont-ils un terrain de jeu pour les graphistes ? ».

SOLUTION

Pour concrétiser cette réflexion, mon mémoire va au-delà d'un simple texte. Il prend la forme d'une édition artisanale, avec une reliure et une couverture en tissu faites à la main, pour renforcer le lien entre le support matériel et l'univers de la haute couture. L'ouvrage inclut des échantillons graphiques et visuels illustrant mes analyses. Cette approche, mêlant théorie et création manuelle, montre que les supports imprimés sont non seulement essentiels à l'image de la haute couture, mais aussi un terrain d'expérimentation riche pour les graphistes.





CONTACTS

ADRESSE MAIL

TOLUZZOLEA@GMAIL.COM

RÉSEAUX SOCIAUX

LINKEDIN / INSTAGRAM / BEHANCE

@LEATOLUZZO

SITEWEB / PORTFOLIO

LEATOLUZZO.FR



*léa*toluzzo

PORTFOLIO 2025