

2026

Bo
R
FJ
18



Product Owner | Chef de projet digital

www.nguykaren-digitalstudio.com

“

Pourquoi ?

Le feu a un double pouvoir : éclairer la route pour l'équipe et forger la matière brute.

Pour moi, la réussite d'un projet tient à cet équilibre : il doit être clair et inspirant pour ses bâtisseurs, et résolument utile pour ceux qu'il touche. C'est au cœur de ce foyer que je fais le pont entre ces deux mondes. Depuis 5 ans, j'unis l'effervescence des idées (la lumière) à la réalité de la production (la forge). Mon but ? Livrer des solutions digitales qui ont autant de sens que de technique, au service de l'utilisateur final.

”

hello

NGUY Karen



Une passionnée de nouvelles technologies et de multimédias

C'est autour d'un ordinateur familial que tout a commencé. Je créais mon premier site à 10 ans pour connecter une guilde de joueurs. Depuis, cette fascination ne m'a jamais quittée : je vois la tech comme un formidable moteur d'expériences et de solutions.

Après un parcours entre numérique et stratégie de marque, j'ai choisi de dépasser le « faire vouloir » pour me concentrer sur l'utile : apporter des solutions à de vrais besoins. Qu'il s'agisse d'aider les équipes internes ou le client, c'est dans l'organisation et la réalisation concrète que je trouve mon sens. Aujourd'hui, je mets cette rigueur au service de la construction en agissant comme traductrice : je synchronise les enjeux business avec la réalité technique pour servir au mieux les équipes et l'utilisateur final.

Un parcours en production

Bachelor Chef de projets Digital - spécialité e-marketing
(Ecole Supérieure du Digital)

J'ai appris à transformer un brief en dispositif concret en maîtrisant toute la chaîne de valeur : de l'analyse et la conception (UX/UI, Graphisme) à l'intégration (Développement Web), jusqu'à la diffusion (Web-marketing, Motion Design). C'est cette maîtrise opérationnelle qui me permet aujourd'hui d'évaluer la faisabilité et la charge de travail réaliste d'une demande technique.

La Fraise - Première mission : lancement de produit & crowdfunding

Team Lewis - Cap sur l'agence : gestion multi-projets, clients Tech B2B & Masterclass en marketing digital

Matrice - Explorer demain : Innovation, Complexité & Acculturation IA

Extracadabra - Cap sur le Produit SaaS : immersion au cœur de l'agilité

Vous ?

ET... EN STRATÉGIE

Master Stratégie de marque & Planning stratégique
(Ecole Supérieure de la Publicité)

Après avoir exploré les différents rôles d'un projet en production, j'ai voulu maîtriser le sens : le "pourquoi", les intentions stratégiques, et les liens entre les équipes. Ce double bagage me permet aujourd'hui de piloter des projets avec cohérence : je m'assure que la vision de la marque s'incarne concrètement dans la réalité technique, sans déperdition.

Des formations qui m'ont servi en temps réel (voir mon CV)

De la stratégie à la delivery

Expériences

Matrice

Livre blanc

IAG & Brand Content

Produit IA

Brainer : Le cerveau des marques

Webflow - Digital Studio

Extracadabra

Web/App

UX/UI

Eastern State Penitentiary

Digital Village

MIJE

Seeds

Product Owner

AirBnB

Multimédias

Video Mapping

Diginight

Recommandation

Nous Anti Gaspi

Duralex

Campagne gamifiée

Benetton

01.

BILAN D'EXPÉRIENCES

LA VIE EST UNE ÉCOLE.
CHAQUE EXPÉRIENCE UNE
LEÇON, CHAQUE RELATION
UN ENSEIGNANT



Alternance (2022-24) - Chef de projet Digital

Matrice Association

Centre d'innovation technologique et sociale créé en 2016. Il conçoit des projets complexes et des programmes ambitieux sur des enjeux prospectifs (IA, futur du travail) en croisant recherche, entrepreneuriat et formation.

Missions

- **Interface Experts / Grand Public** : Traduire la complexité technique (IA, Deeptech) en supports digitaux accessibles et engageants
- **Pilotage transverse** de l'écosystème numérique (Web, Contenus, Acquisition)
- **Alignement** : Coordination des parties-prenantes (Chercheurs, Entrepreneurs à impact, Artisans, Artistes)

Outils principaux

Gestion de projet (Notion), CMS (Wordpress), Créations (Canva), Stratégie SEO, Analyse de données (Analytics)

Chiffres clés

15

Projets complexes alignés
(Harmonisation de la vision)

+30%

Croissance Organique
(sur une cible experte et niche)

180+

Bénéficiaires engagés
(dans les différents programmes)



Temps forts

2022

Event - Nuit Blanche : Atelier Barillet

Documentaire immersif

2023

Refonte de marque

Déploiement de la nouvelle identité de marque sur l'ensemble de l'écosystème.

2022 - 2024

Pilotage de l'Acquisition (Growth)

Campagnes de recrutement pour programmes Cube & Impulser

350

candidatures traitées

160

startups accompagnées

11

promotions lancées





Livre blanc (mémoire) - Master (2024)

IA Générative : Le défi de la singularité

Analyse approfondie de l'impact de l'IA Générative sur les écosystèmes de marque. Étude des risques de standardisation des modèles (Model Collapse) et proposition de méthodologies pour hybrider créativité humaine et puissance algorithmique

Missions

- Discovery : Veille tech & analyse des usages.
- Enquête : Entretiens qualitatifs
- Vulgarisation : Rédaction d'un guide stratégique

Certifications

Google AI Essentials & Google Prompting (2024)

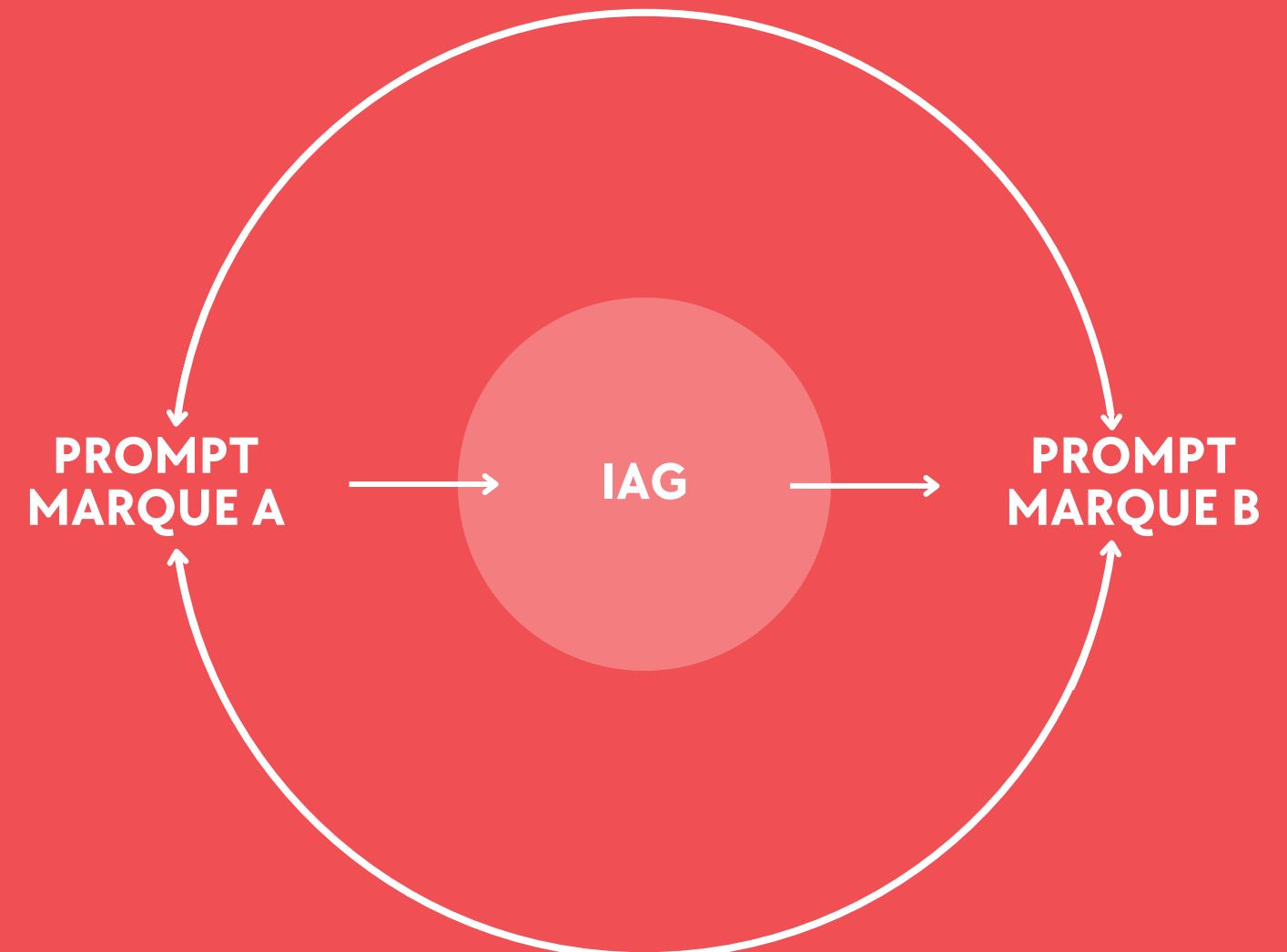


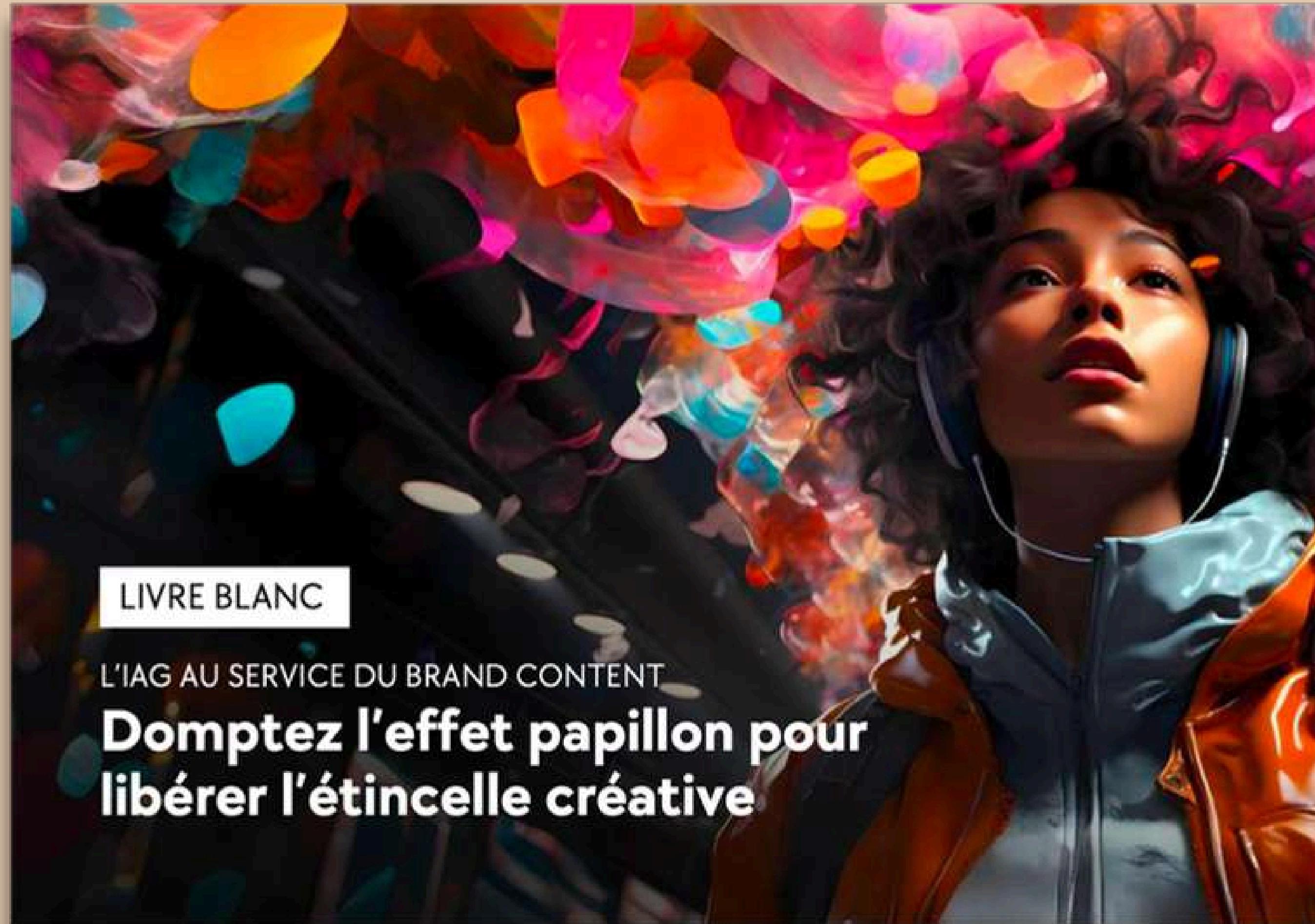
Bluffée ... Bravo pour ce Livre Blanc, qui sait prendre de la hauteur par rapport à ce sujet très actuel, qui pourrait être déjà galvaudé et qui est traité de façon pertinente !!!

Catherine Guérin, Consultante en marketing & communication

Très très pertinent : l'approche, l'édition et le sujet (bravo !)

Justhian Mbumba, Créatif et stratège à Brainsonic





LIVRE BLANC

L'IAG AU SERVICE DU BRAND CONTENT

Domptez l'effet papillon pour libérer l'étincelle créative

DESIGN

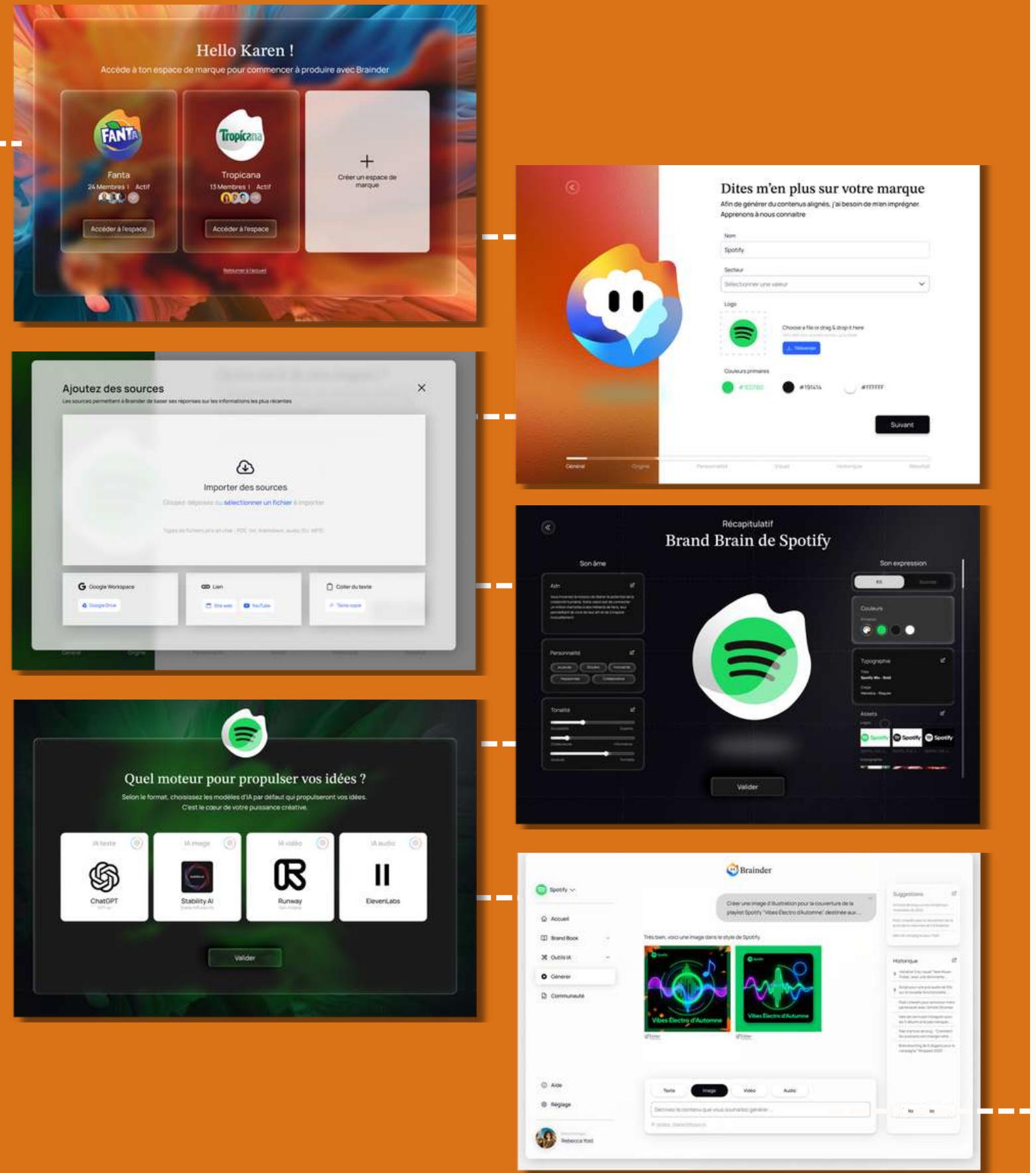
de l'IAG chez
pées dans le
idjouney et
la textuelle.
nt d'adapter

élève encore
la propriété
machine ? Le
es récentes
des suites
niveaux défi

ED

légation et
onne les
design
s... et
en temps
électeurs
nductivité





Prototypage SaaS & Innovation - Finaliste Chatons d'Or (2025)

Brainder : L'Orchestratrice de Marque (RAG)

Face à la standardisation des modèles (Model Collapse) due à leur usage massif et à la fragmentation des outils marketing, j'ai conçu une architecture SaaS visant à contrer la dilution des identités de marque

Le défi : Comment préserver la singularité des marques face aux algorithmes ?

Missions

Discovery & Product Design : Cadrage du problème et définition du concept. Scénarisation de l'expérience utilisateur et prototypage haute-fidélité (workflows, userflows, arborescence)

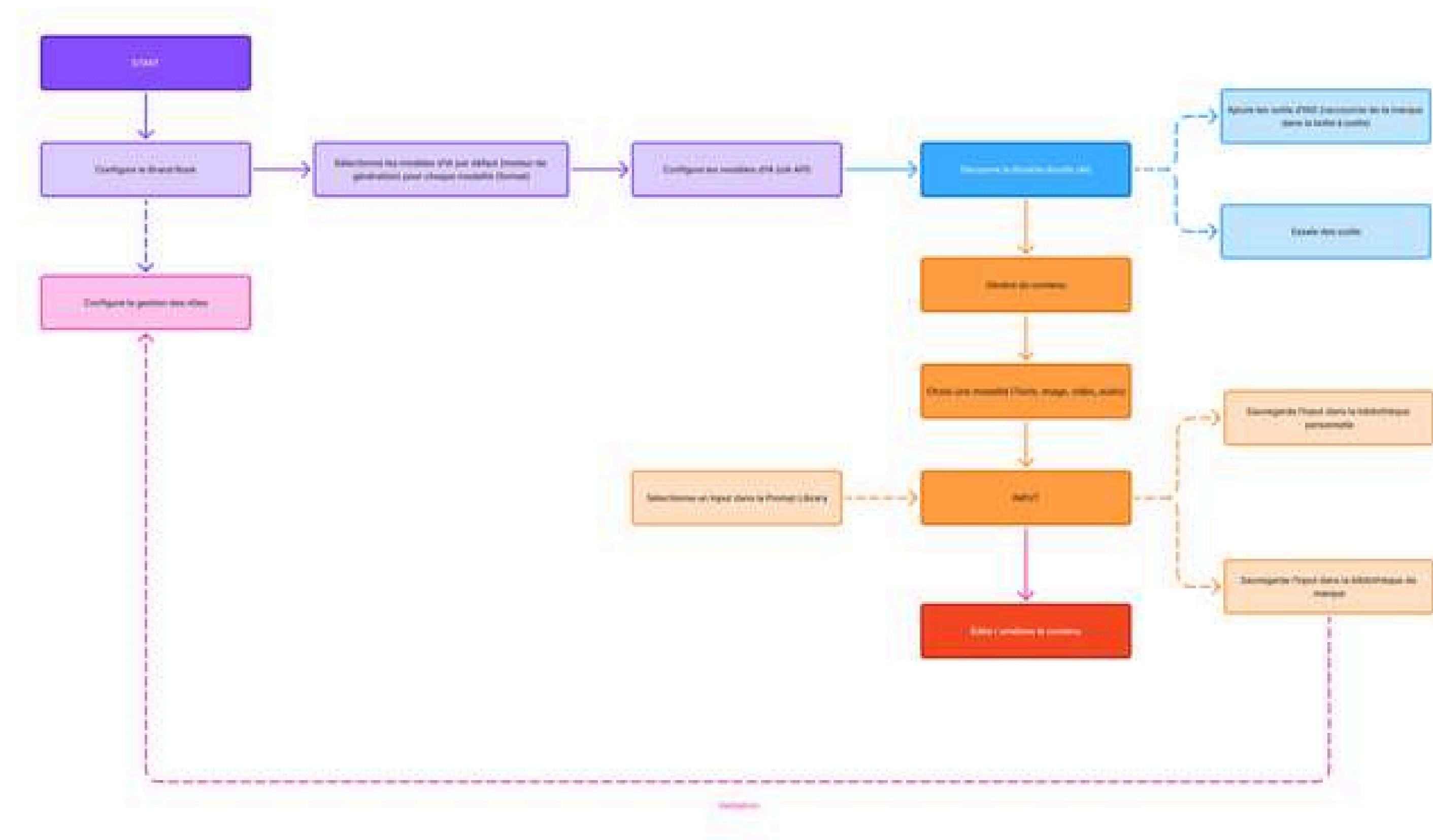
Solution

Brainder centralise les composants de la marque (Base de données) et les injecte dynamiquement via API pour former une couche d'orchestration pour forcer l'IA à respecter la charte



Finaliste, sélectionné parmi 300 projets (Catégorie Nouveaux Usages Numériques) par le jury expert des Chatons d'Or, le festival tremplin de l'avenir de la création

#TASKFLOW : PARCOURS GÉNÉRAL





Brainder

L'IA qui pense comme votre marque

Commencer

X





L'art de transformer un parcours en un actif pérenne. (2025)

Digital Studio : Ma Plateforme de Marque

J'ai voulu dépasser le format du portfolio académique pour créer un outil durable, capable de soutenir aussi bien une recherche d'emploi qu'un projet freelance ou entrepreneurial, aujourd'hui comme demain

Le Défi : Comment concevoir un parcours utilisateur unique capable de convertir deux audiences aux besoins divergents (RH vs Partenaires business) ?

Missions

- **Product Owner & Designer** : Définition de la roadmap, du concept et de l'architecture de l'infos
- **UX Writing** : Rédaction stratégique pour aligner le message avec mes valeurs et mon positionnement

Solution

- **Traduction de l'expertise** (Tech + Brand) en proposition de valeur
- **Narrative Flow** : Architecture pensée pour transformer un CV en une réelle histoire
- **Identité forte** : Création d'un univers visuel propriétaire et différenciant

Qui suis-je ?

Réalisations

KAREN

Services

Contact

Hello moi c'est Karen !

Chef de projet digital | Creative Strategist & Tech Addict

Mon CV

Mon Book

Pour les plus curieux, slider pour découvrir mon histoire

—
Preface Chap.1 Chap.2 Chap.3



Architecte de produits digitaux, de marques et d'expériences mémorables

C'est autour du feu que sont nées les premières histoires. Depuis petite, l'univers du multimédia et du storytelling me passionne pour sa façon unique de toucher les coeurs, de faire réfléchir et de captiver les audiences. Curieuse du monde et des évolutions qui le façonnent, j'aime explorer comment les marques, les nouvelles technologies et l'innovation peuvent enrichir ces récits pour leur donner une portée encore plus grande. Chaque marque a une histoire unique, et mon idée est de m'en emparer pour la transformer en projets qui résonnent à la fois avec l'audience et les objectifs business.



Mon histoire

Chapitre 1 - Bachelor ESD (bac +3)



Découverte : Ma passion pour le numérique flamme

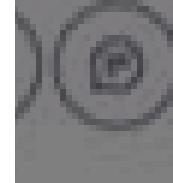
Où suis-je ?

Décosations

KAREN

Services

Pricing



Un projet qui brûle d'une flamme claire
et sincère ne s'éteint jamais : il éclaire,
rassemble et inspire

Produit & Activation digitale

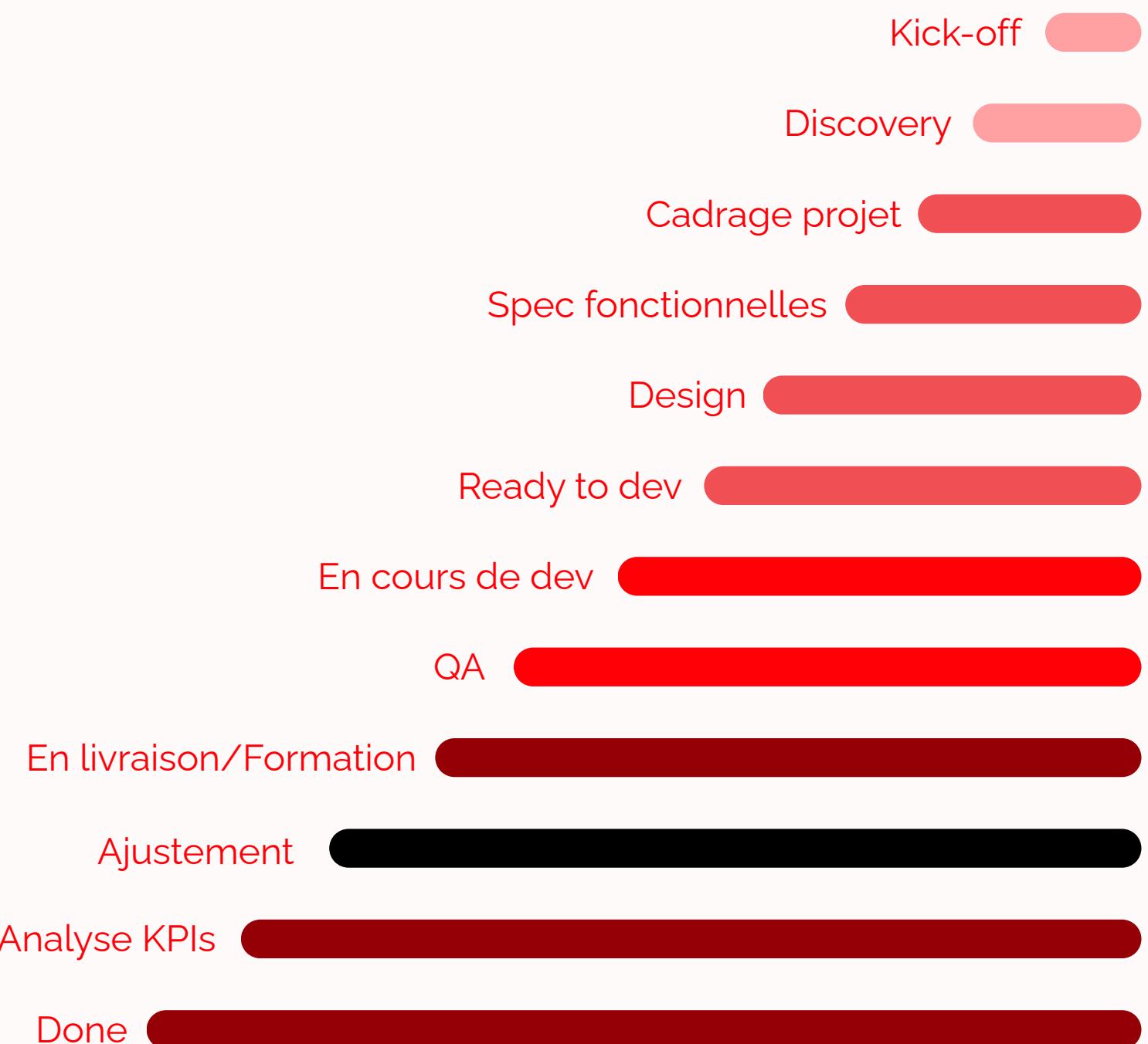
Donnons vie à votre projet





Immersion produit (2026)

Extracadabra



Après plusieurs années en marketing digital, j'ai réalisé cette immersion chez Extracadabra (SaaS) pour valider mon pivot vers le Product Ownership : passer de la création de désir à la résolution de problèmes concrets et à la structuration technique.

Le Défi : Passer de l'ambiguïté du marketing à la rigueur opérationnelle d'un backlog SaaS

Missions

- **Agilité & Priorisation** : Rituels Scrum (Sprints Planning, Daily, PBR, Retro) et initiation à la méthode de priorisation RICE.
- **Specs Fonctionnelles** : Rédaction de tickets et spécifications complexes (ex : Template Candidature) pour traduire le métier aux développeurs
- **Discovery** : Observation de phases de Kick-off et définition de KPIs sur le projet de "Recommandation candidat"

Apprentissages

- **Interface Tech/Business** : Rôle de pivot pour fluidifier les échanges entre les Sales, le CSM et la Tech
- **Workflow Delivery** : Maîtrise du cycle de vie produit, du cadrage initial jusqu'à l'analyse post-livraison

02.

WEB/APP DELIVERY

IL FAUT TOUJOURS VISER LA LUNE,
CAR EN CAS D'ÉCHEC ON FINIT DANS
LES ÉTOILES.



Proposition d'offre - Freelance (2025)

Digital village

L'Happy Hour est un moment de partage, pas d'attente passive. J'ai imaginé une passerelle invisible entre le digital et le comptoir : une expérience où le jeu s'invite dans la dégustation. L'objectif était de briser la glace par l'interactivité, transformant chaque minute d'attente en un frisson collectif où la technologie se met, littéralement, au service de la convivialité.

Missions

Recherche - UX & UI Design (Wireframe & Maquette)

Concept

Rendre la happy hour plus interactive et engageante

En tant que client, j'aimerai gagner une bière gratuite

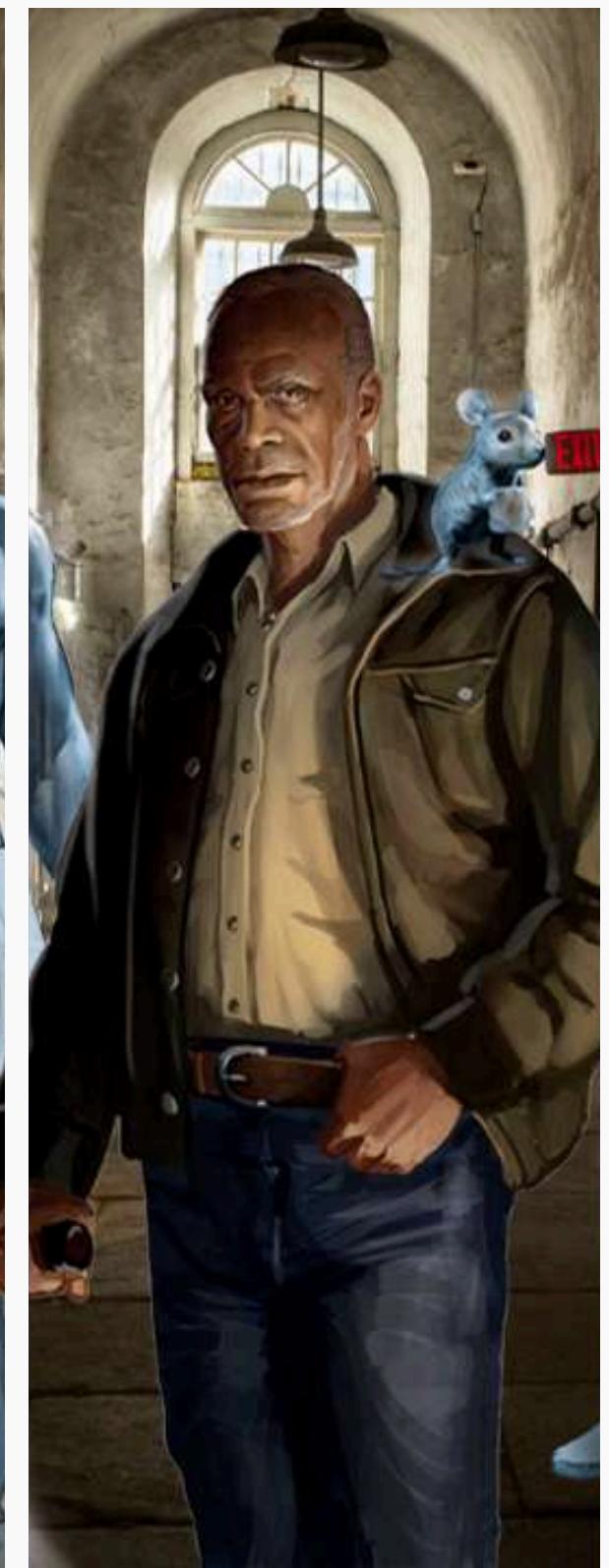


The image shows a digital interface for "Le Café du Village". At the top, there's a QR code and text: "Ce soir, tente de gagner une pinte 🍺 Bienvenue au Café du Village, chaque soir de 18h à 2h tente de gagner une pinte gratuite. Un tirage au sort est effectué toutes les 30 minutes sur le grand écran à l'intérieur. Bonne chance !". Below this are four input fields for "NOM", "PRENOM", "EMAIL (pinte@digital.fr)", and "TÉLÉPHONE (+33..)". On the right, there's a section for "Les derniers gagnants:" with names like NOAH BURTON, ALEXANDER H., JANE READER, TOM SAWYER, and STEVE ROGERS. In the center, there's a QR code with the same lottery text. To the right, a large digital screen displays a cartoon character drinking from a bottle and a timer counting down from 30:00. Below the screen, a message says "Félicitations Jérôme ! Vous avez gagné une pinte à récupérer au bar 🍺 CONFIRMER LE RETRAIT". At the bottom, there's a map of Digital Village Paris and accessibility information.



Étude de cas - Escape Game (2021)

Eastern State Penitentiary



Ancienne prison emblématique, l'Eastern State Penitentiary est aujourd'hui un musée en ruine. Le lieu nous a confié la création d'une expérience pour relancer sa fréquentation et améliorer son ROI

Défi : Comment transformer une visite historique en un parcours interactif "phygital" qui soit à la fois éducatif et mémorable ?

Missions

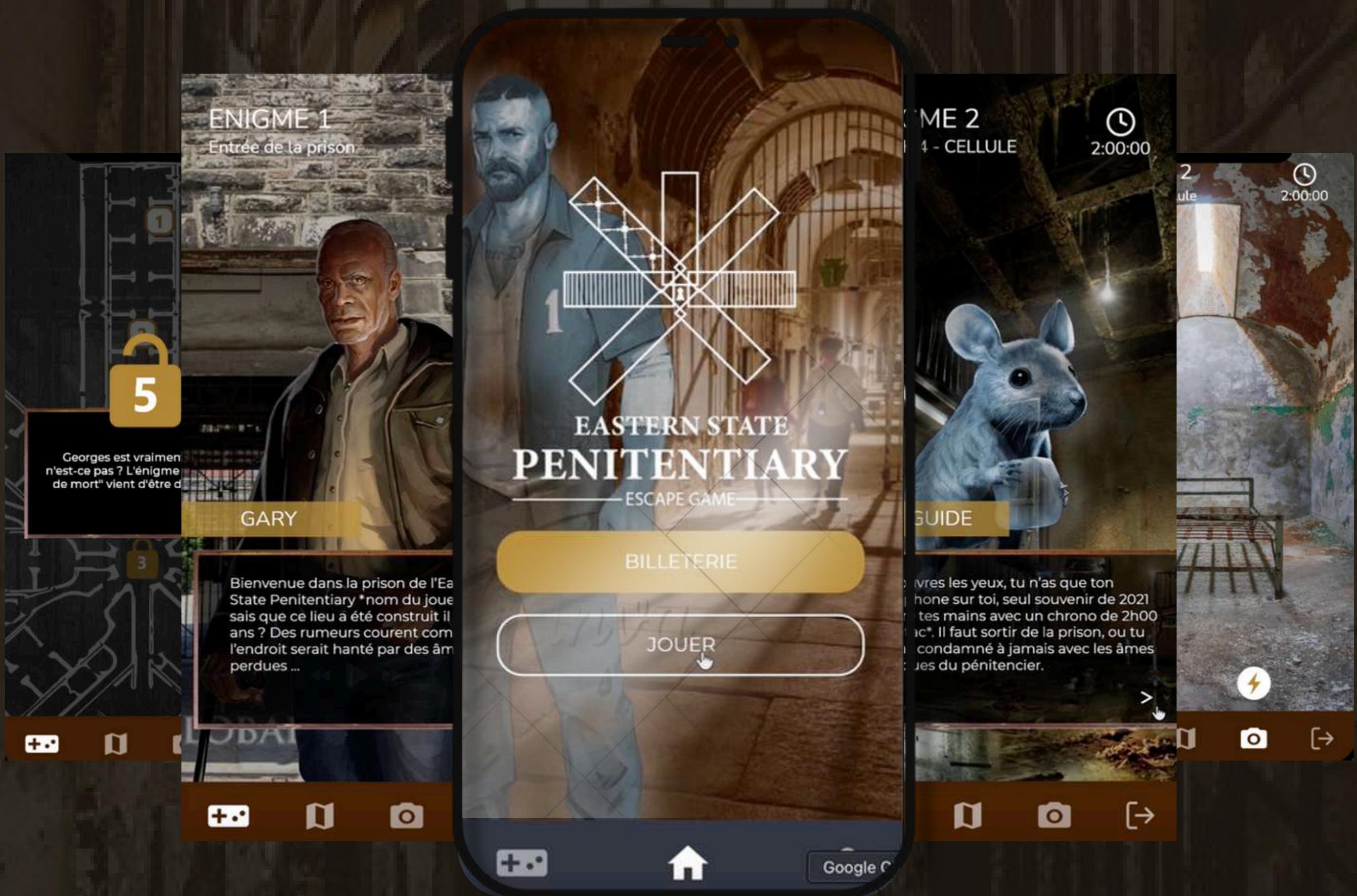
- **Stratégie UX** : Recherche, architecture (zoning, wireframing) et prototypage Adobe XD.
- **Conception** : Séquençage narratif, mécaniques de jeu et direction artistique.
- **Gestion** d'une équipe de 4 personnes

Concept

« Le Phygital au service du récit » : immersion narrative fusionnant décor réel et interactions digitales

Fonctionnalités

- **Histoires intégrées** : 80 % des énigmes sont basées sur les légendes de la prison
- **Adaptabilité** : une expérience conçue pour être captivante, mais ni trop effrayante, afin de convenir à un large public
- **Mise en scène immersive** : Utilisation du téléphone (appareil photo et flash) pour résoudre des énigmes





Étude de cas - UX Research (2021)

MIJE association

Post-confinement : l'association MIJE doit transformer son image d'agence de voyages éducatifs en un partenaire de vie numérique pour les enseignants afin de restaurer le lien de confiance.

Défi : Comment transformer la simple prestation de voyage ponctuelle en un écosystème numérique fédérateur avec un engagement continu ?



Souvent seul en classe, mais quand on se retrouve autour d'anecdotes sur nos élèves : ces récits en commun nous font bien rire



Missions

Gestion d'une équipe de 7 Personnes

User Research & UI Design : Enquête (50 répondants) et 8 entretiens qualitatifs pour extraire des insights

Concept

« Échangez vos classes le temps d'un voyage » :

Fédérer les professeurs autour d'un projet immersif de partage de pratiques pédagogiques.

Fonctionnalités

- **Matching** : Mise en relation pour faciliter l'organisation de l'échange.
- **Forum** : Partage de récits et de ressources pour rompre l'isolement.

The screenshots illustrate the MIJE platform's user interface. The left screenshot shows the 'Salle des profs' (Teachers' lounge) page, which features a search bar and a list of 'PROFESSEURS À PROXIMITÉ' (Teachers nearby). The right screenshot shows a 'DISCUSSION' (Discussion) page, which includes a sidebar for 'Canaux' (Channels) such as '#VDM', '#CONSEILS_METHODOLOGIE', '#PAUSE_CAFE', and '#NEWS'. A message from user 'Alexis Matteo' is visible in the discussion feed.



ORGANISER UN VOYAGE



MIJE
.com

PARTICIPER À UN ÉCHANGE

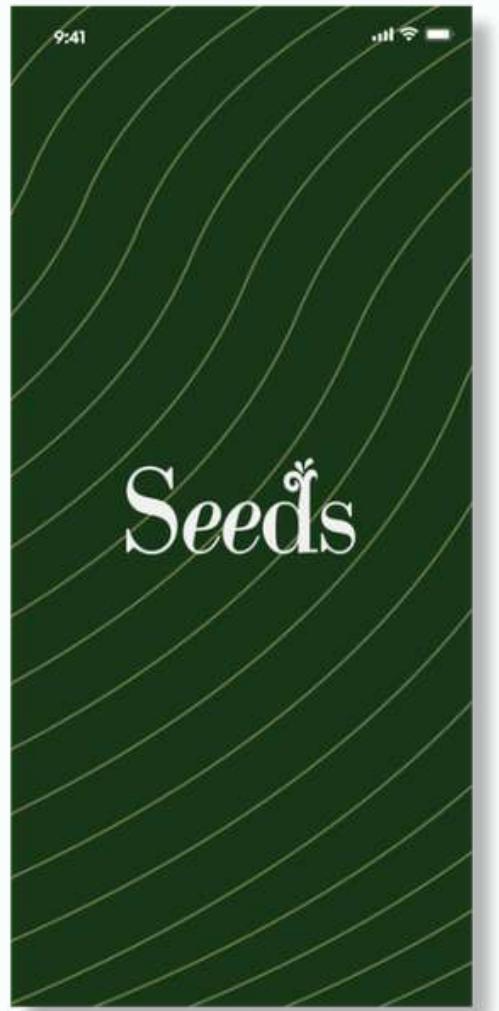


SALLE DES PROFS



Votre destination





Nos recommandations :

- Rose des sables 79€
- Jardinière en terre cuite 79€
- Miroir rond chêne 79€
- Trio de plantes 79€

Bienvenu sur Seeds app
L'application de prévisualisation des plantes chez soi avec aide pour les dimensions + prévisualisation de la croissance de la plante.

Démarrer

Retour Seeds

Strelitzia reginae 144€

Cette plante de grande envergure peut mesurer jusqu'à 2 mètres de haut. Elle demande environ 4 à 5 heures de soleil par jour.

AJOUTER AU PANIER

Retour Nouveau scan

Scan enregistré !

Caractéristiques de la pièce

Nom : Salon

Dimensions : L [] m x L [] m

Orientation : Sud-Ouest

Votre panier (0)

Vous recherchez...
 Plantes Accessoires Meubles

SCANNER



Étude de cas – E-commerce (2022)

Seeds : L'oasis de verdure

Lancement d'un e-shop de plantes durables alliant design haut de gamme et accessibilité

Défi : Comment créer une identité de marque forte et une expérience e-shop immersive qui lève les freins à l'achat de plantes en ligne ?

“ Difficile de se projeter : j'ai peur que la plante ne s'intègre pas à mon intérieur ou qu'elle soit trop encombrante

Missions

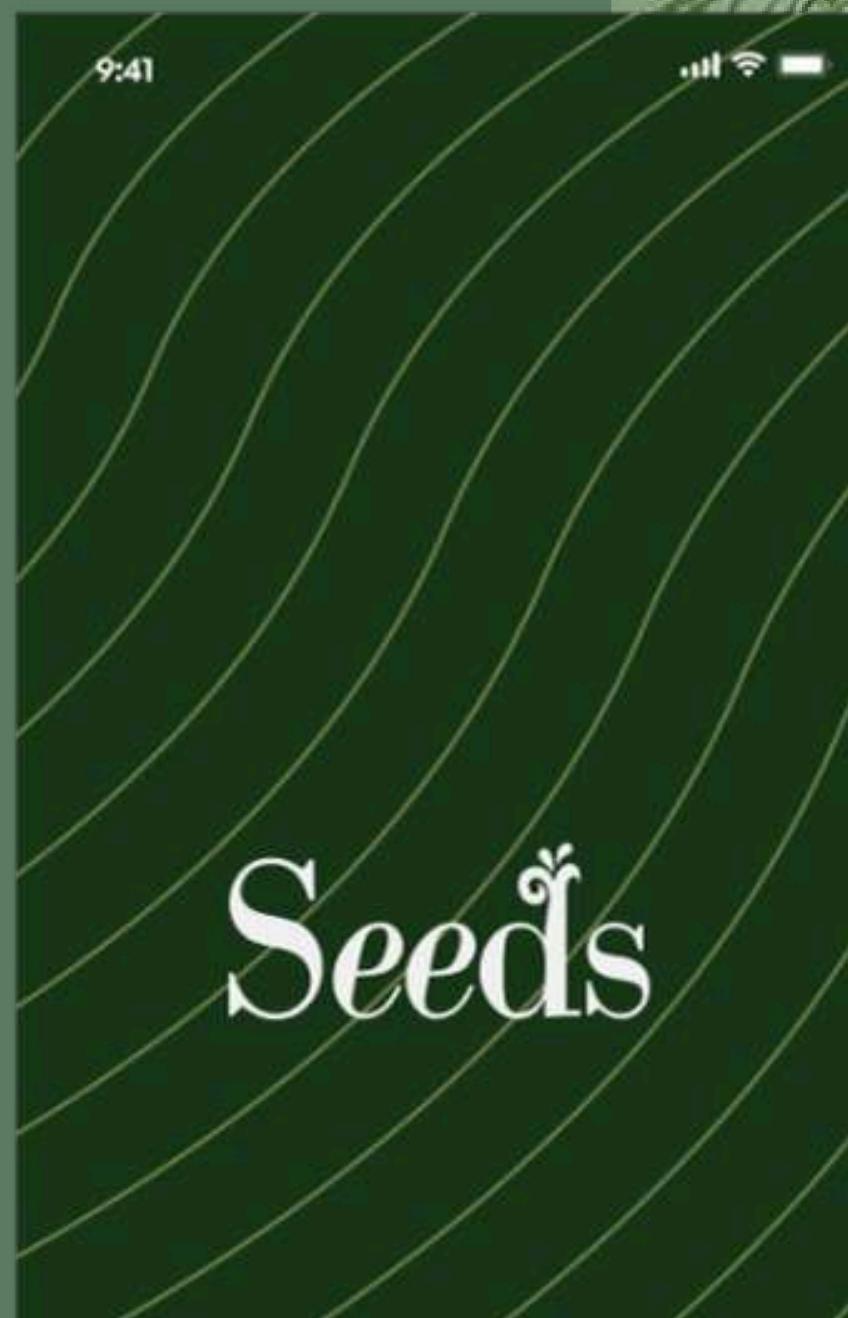
- Branding & UI** : Création de l'identité visuelle complète et design haute-fidélité du shop
- Innovation** : Conception d'une extension mobile intégrant la réalité augmentée au parcours d'achat.

Concept

L'oasis de verdure : faciliter la projection utilisateur grâce à la technologie

Fonctionnalités

- Visualisation AR** : Projection de la plante en temps réel dans son environnement via smartphone
- Tunnel d'achat** : Parcours utilisateur optimisé pour la conversion, de la découverte au panier



MENU

Seeds

Accueil / Tous les produits / Plantes d'intérieur / Palmier Aréca Dypsis

Palmier Aréca Dypsis

PLANTE D'INTÉRIEUR

Une des plantes au plus fort pouvoir purifiant ! En créant une atmosphère tropicale et une sensation de fraîcheur, le palmier areca (*Dypsis lutescens*) purifie l'air ambiant. Il capture les polluants et les transforme en oxygène dans son superbe panier en jute. Faites entrer les tropiques chez vous avec la Dypsis !

9:41

45€

1 +

AJOUTER AU PANIER

< >

Changer le pot

A product page for a potted Areca palm (Dypsis lutescens) on a website. The main image shows a tall, multi-stemmed palm with many long, thin leaves. It is potted in a black plastic pot and sits on a light-colored wooden floor against a plain white wall. In the top left corner of the page, there is a small inset image of a smartphone displaying the Seeds app's home screen. The main page has a light green header with the word "Seeds" in a large, dark green serif font. Below the header, there is a breadcrumb navigation: "Accueil / Tous les produits / Plantes d'intérieur / Palmier Aréca Dypsis". The product title "Palmier Aréca Dypsis" is displayed prominently in a large, bold, dark green sans-serif font. Below the title, the text "PLANTE D'INTÉRIEUR" is written in a smaller, dark green sans-serif font. To the right of the product image, there is a description in French: "Une des plantes au plus fort pouvoir purifiant ! En créant une atmosphère tropicale et une sensation de fraîcheur, le palmier areca (*Dypsis lutescens*) purifie l'air ambiant. Il capture les polluants et les transforme en oxygène dans son superbe panier en jute. Faites entrer les tropiques chez vous avec la Dypsis !". Below the description, the price "45€" is shown in a large, bold, dark green sans-serif font. To the right of the price is a quantity selector with a minus sign, the number "1", and a plus sign. Below the quantity selector is a button labeled "AJOUTER AU PANIER" in a dark green sans-serif font. At the bottom of the page, there are two small circular arrows, one pointing left and one pointing right, and a green rectangular button with the text "Changer le pot" in white.



AirBnB - Étude de cas, spécification fonctionnelle (2026)

Le Paiement Partagé

Les réservations groupées obligent un seul utilisateur à avancer les frais, créant un frein financier et un risque de non-remboursement. J'ai conçu le Split Payment sur AirBnB pour automatiser et sécuriser les paiements entre voyageurs.

Défi : Comment répartir les paiements entre plusieurs participants tout en gérant délais, annulations et risques ?

Missions

- Définition des règles d'éligibilité et du cycle de paiement
- Rédaction des spécifications fonctionnelles et des flux
- Anticipation des scénarios d'échec et critères de QA

Fonctionnalités

- Lien de paiement sécurisé pour chaque invité
- Calcul du solde restant en temps réel
- Relances automatiques et annulation sous 48h si incomplet

The image displays two screenshots of the Airbnb payment interface, illustrating the 'Split Payment' feature. Both screenshots show a 'Confirm and Pay' step. In the top screenshot, the 'Share the payment' option is selected, and the total amount to pay is 144,5€. A button labeled 'Ajoutez des payeurs' (Add payees) is visible. The bottom screenshot shows a more detailed view of the payment configuration, including fields for invitees' names and phone numbers, and a summary of the payment details. The total amount is 144,05€, and a note at the bottom right indicates that the listing is a 'Perle rare' (rare gem) due to frequent bookings.

Confidentialité · Conditions générales · Fonctionnement du site · Infos sur l'entreprise

03.

MULTIMÉDIAS DELIVERY

JE N'AI PAS DE RÊVES,
J'AI UN AGENDA.



Hackathon - Video Mapping (2021)

Diginight (ESD)

Participation à la DIGINIGHT, un hackathon créatif annuel au sein d'un collectif de plus de 20 personnes pour produire une œuvre immersive en temps record

Défi : Assurer l'unité artistique et technique d'une production immersive massive sous contraintes sanitaires (Covid) et deadline courte

Missions

- **Scénarisation** : Co-conception du récit visuel basé sur l'œuvre de Rimbaud.
- **DA & Création** : Réalisation d'univers graphiques hybrides (artisanat & digital).
- **Exécution Technique** : Pilotage de la régie et du mapping via MadMapper / Resolume.

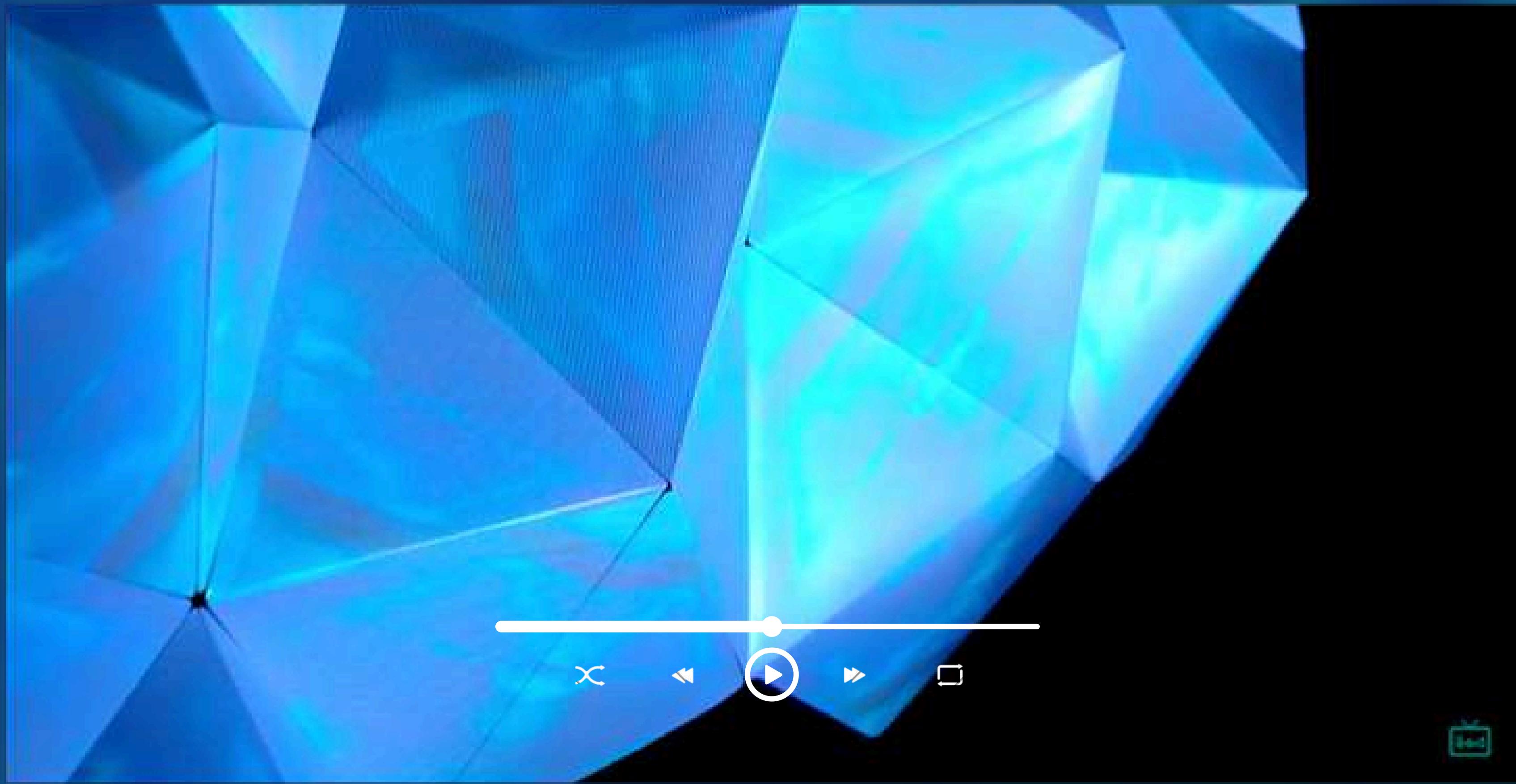
Concept

« Le Bateau ivre » : métaphore poétique de l'isolement lié au confinement et de la résilience collective

Résultat

- **Innovation** : Transformation d'une discipline immersive en expérience sensorielle vidéo pendant le Covid







Étude de cas - Recommandation (2023)

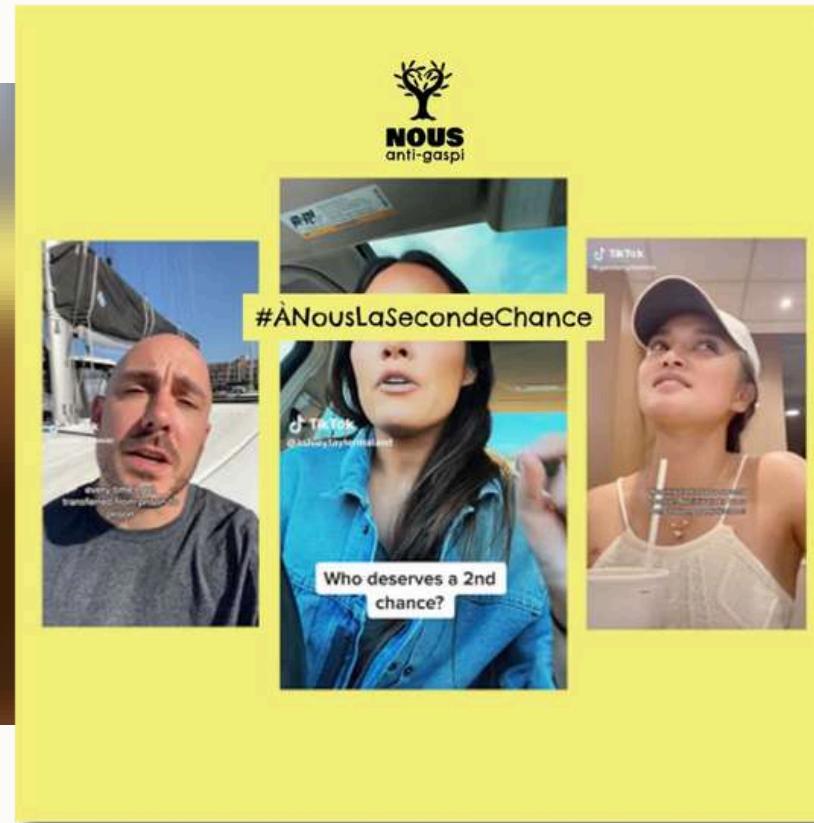
Nous anti gaspi

Recommandation stratégique pour accroître la notoriété de la marque et engager les consommateurs contre le gaspillage alimentaire.

Défi : Coordonner 8 profils pluridisciplinaires pour synthétiser une stratégie omnicanale complexe en une vidéo d'une minute à fort impact

Concept

Tout le monde a le droit à une seconde chance
récit émotionnel valorisant les produits imparfaits.

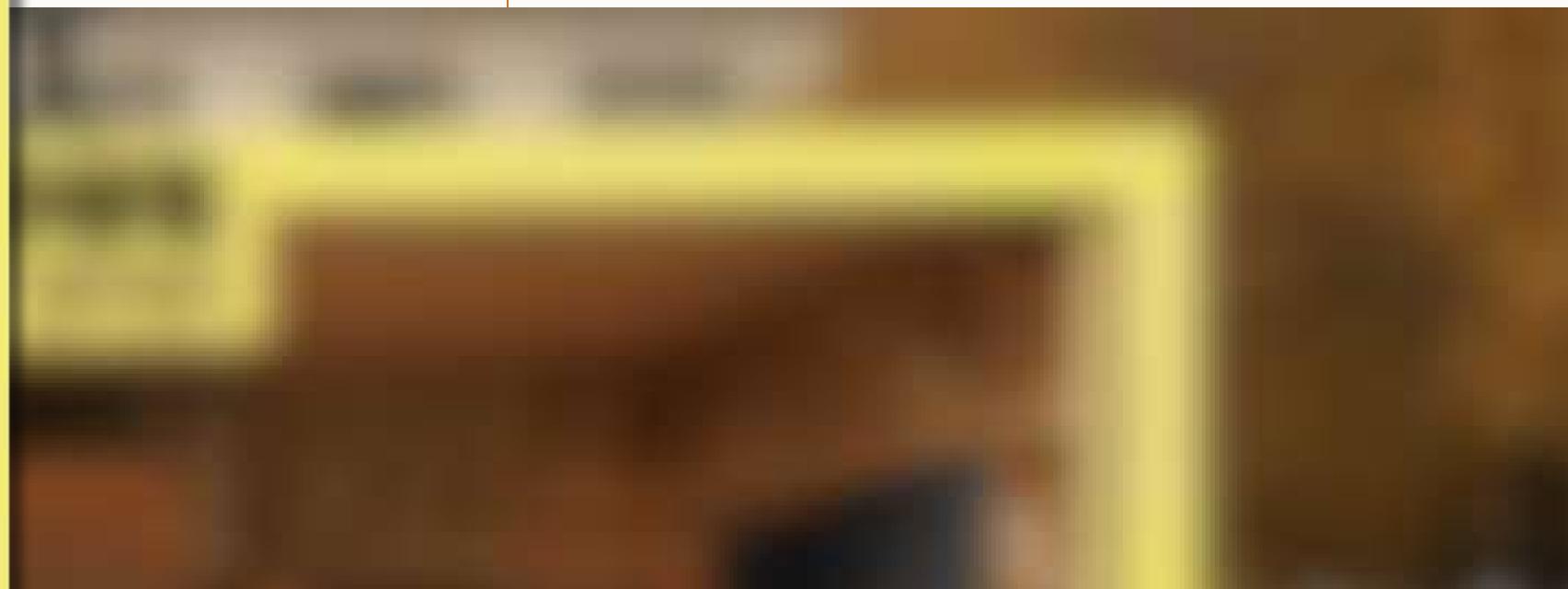


Missions

- **Lead Coordination** : Pilotage de 8 experts (stratégie & création).
- **Stratégie** : Étude de marché et orchestration des activations.
- **Production** : Storyboarding et montage de la vidéo finale.

Activations clés

- **Livrable** : Synthèse vidéo d'un dispositif 360° (Street, Social, AR).
- **Management** : Synergie fluide entre pôles créatifs et stratégiques.





SECONDE CHANCE

pour les produits





Duralex

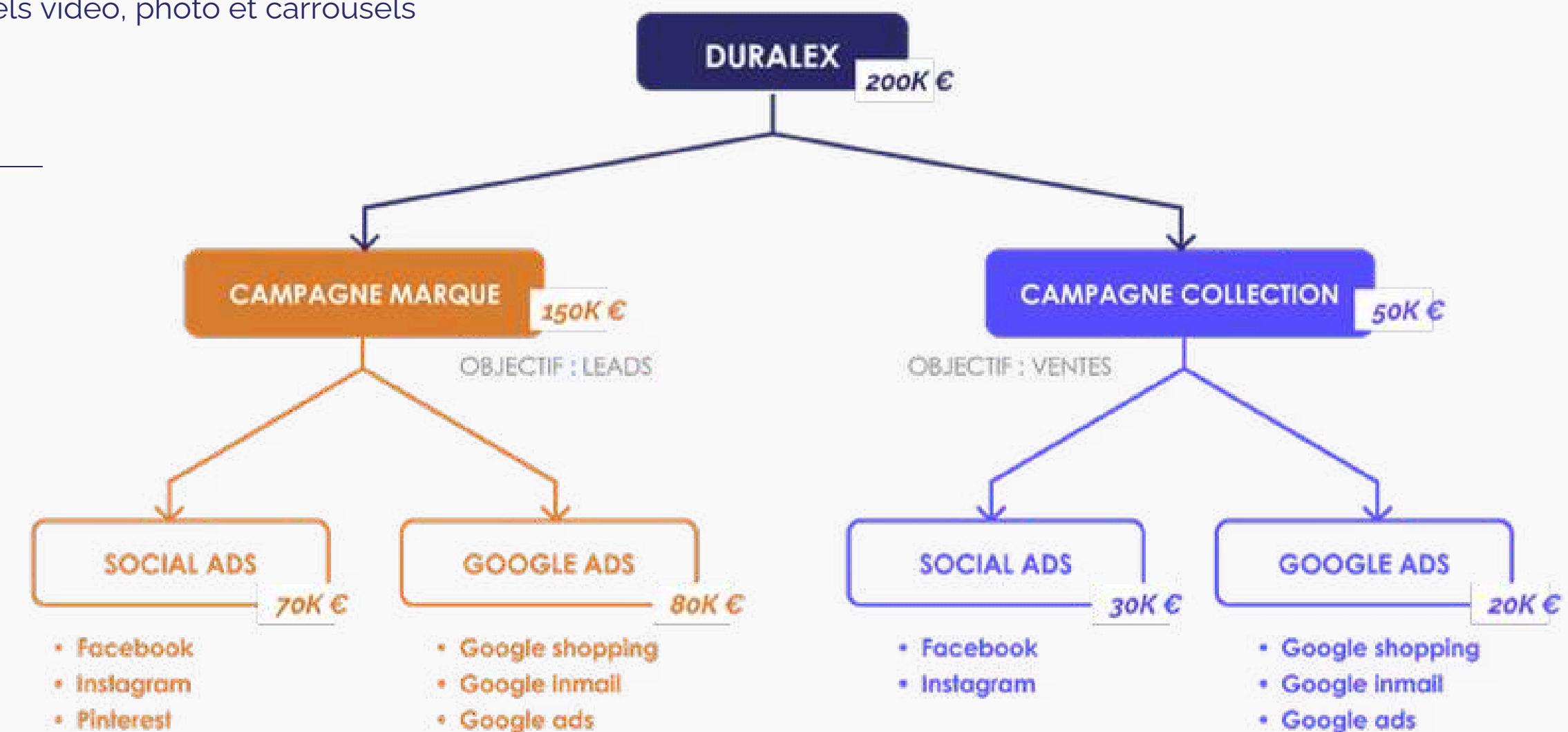
Relance stratégique d'une marque française iconique suite à son rachat. Objectif : moderniser l'image et booster les ventes (Collection Santorini) via le levier Paid Media.

Rôle

- **Coordination** : Pilotage d'une équipe de 4 experts sur la réflexion et l'organisation de la campagne
- **Création** : Conception des visuels vidéo, photo et carrousels optimisés pour la conversion
- **Répartition budgétaire**

Résultats

- **Structure ROIste** : Campagne segmentée par objectifs pour maximiser la rentabilité des investissements



DURALEX®



**LE VERRE DE
TOUS LES ÂGES**

En savoir plus

1,534 Likes

Duralex - Des verres pour tous, pour tous les jours et pour toujours ! Ne passez pas à côté d'une vaisselle transmise de génération en génération.

Like Comment Share



**POUR TOUS,
POUR TOUS LES
JOURS ET POUR
TOUJOURS**

Duralex  Sponsored 

Transparent ou coloré, design ou traditionnel, petite ou grande capacité, vous trouverez toujours le verre Duralex qui vous accompagnera à tous les moments.



[duralex.com](#) Des verres résistants [Voir plus](#)

[duralex.com](#) Une vaisselle pour tous [Voir plus](#)

100 2 Comments 5 Shares

Like Comment Share



Étude de cas (2024)

Benetton



Benetton souhaite se démarquer avec une application ludique et éducative pour parents et enfants, afin de renforcer son image, élargir sa clientèle et aller au-delà de ses produits traditionnels.

Défi : Comment sensibiliser les parents et les enfants aux valeurs de la marque de manière interactive et pédagogique ?

Missions

- **Lead UX/UI** : Conception de l'expérience, parcours utilisateur et interface haute-fidélité.
- **Coordination** : Alignement des pôles (6 intervenants) sur l'objectif et l'identité produit
- **Gamification** : Création des mécaniques de jeu pour engager la cible jeunesse

Concept

Explorer, comprendre, apprendre à travers l'entertainment et la pédagogie

Activations clés

- **Box Phygital** : Conception d'une "box sensorielle" liant le produit physique au jeu digital
- **Mini-jeux Narratifs** : Modules interactifs pédagogiques intégrés au parcours de l'application
- **Capital Sympathie** : Identité visuelle forte générant un engagement immédiat des familles.



04.

ET ENCORE
PLEIN D'AUTRES PROJETS

UN JOUR, ÇA VAUDRA LE COUP



RETHINK



BOMBAY SAPPHIRE

Un gin,
une infinité de
possibilités.

Découvrir



ACCUEIL



BOUTIQUE

0.00 €
0

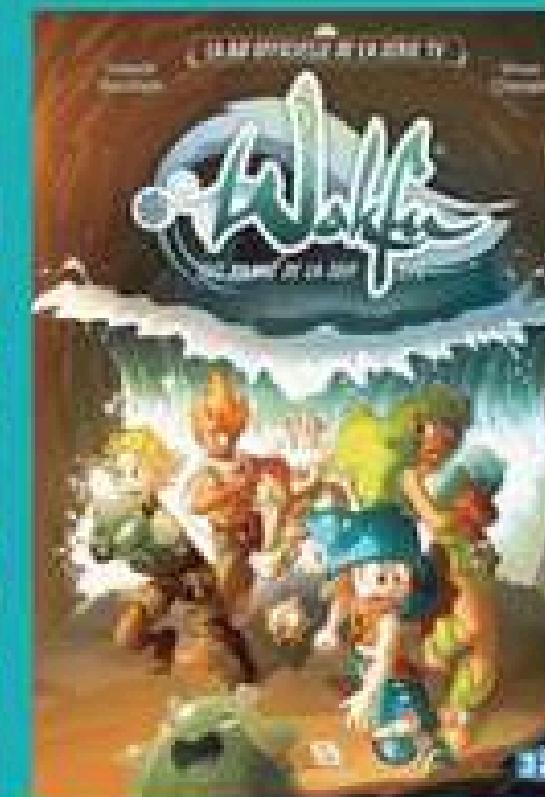


LA BOUTIQUE

NOS PRODUITS



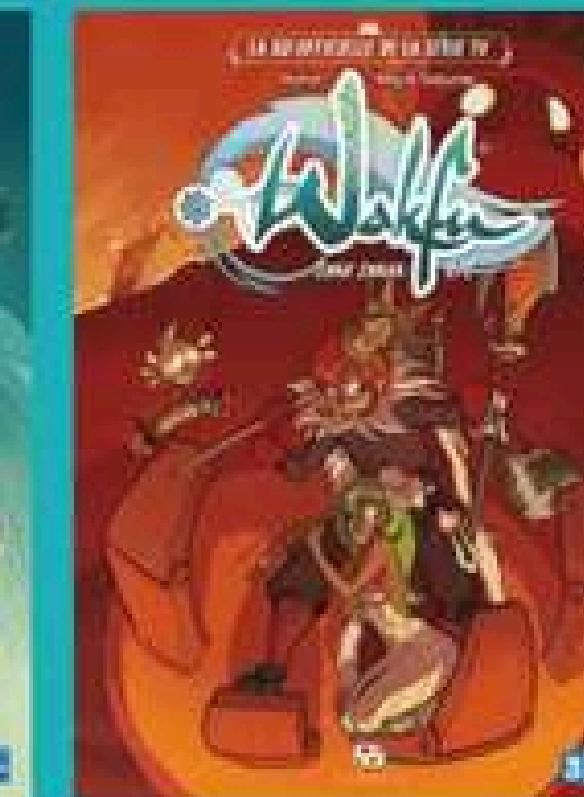
WAKFU : Les Kamas de la soif, Tome 1



WAKFU : Les Kamas de la soif, Tome 2



WAKFU : Shak Shakka, Tome 1



WAKFU : Shak Shakka, Tome 2

0

À VOUS, PARLEZ-MOI DE VOTRE PROJET



TÉLÉPHONE :

+33 6 51 72 45 88

E-MAIL :

nguyk.ren@gmail.com

WEBSITE :

nguykaren-digitalstudio.com

LINKEDIN :

NGUY Karen



RIEN NE COMMENCE TANT QUE TU NE COMMENCES PAS..