

**GRAPHISTE • UX/UI DESIGNER**

**JULIEN  
FURBERG**

**PORTFOLIO 2025**

# SOMMAIRE



- **PRESENTATION**
- **FORMATION**
- **EXPERIENCES**
- **COMPETENCES**
- **MES PROJETS**

# PRESENTATION

## QUI SUIS-JE ?

J'ai 28 ans et j'ai toujours baigné dans l'univers du design. Avec une mère architecte, j'ai grandi entouré de livres de design, de croquis, de maquettes, et de discussions autour de l'esthétique et de la création. Mes sorties d'enfance n'étaient pas les parcs d'attractions, mais les musées, les expos, les galeries. Autant de lieux qui ont forgé mon regard et ma sensibilité artistique.

Aujourd'hui, je nourris cette passion à travers la photographie, le graphisme, les figurines de collection et les livres. Je fais clairement partie de ceux qui peuvent acheter un produit uniquement parce que son packaging est beau ou intrigant.

Créatif mais aussi profondément bienveillant, empathique et passionné, j'aborde chaque projet avec le souci du détail et l'envie de raconter une histoire forte, à la fois belle et utile.



# EXPERIENCES

**5 ANS D'ETUDES**  
**8 ANS D'EXPERIENCES**

## ETUDES

**2016 - 2019**

Bachelor Gestion de projet digital (Hetic)

**2019**

Master 1 direction artistique (Ecole Multimédia)

**2020**

Master 2 direction artistique (Ecole Multimédia)

## ENTREPRISES

**2017**

Stage ux/ui designer (Sodifrance)

**2017 - 2019**

Alternance ux/ui designer / développeur front (Realiz3D)

**2019 - 2024**

Alternance puis CDI ux/ui design (Subskill)

# COMPETENCES

Durant mes études, je me suis spécialisé dans le branding et le design UX/UI. J'ai eu l'occasion de collaborer avec plusieurs marques pour les aider à développer leur identité visuelle et à optimiser leurs interfaces utilisateur.

**CREATIF**

**SERIEUX**

**EMPATHIQUE**

## ● CREATIVITE

Ma créativité découle directement de ma méthode de travail. Pour moi, la veille et le benchmark sont des éléments indispensables pour nourrir et entretenir l'inspiration. Sans eux, on risque de perdre en objectivité et de s'enfermer dans une vision du design d'interface qui n'est pas forcément juste ni adaptée.

## ● DESIGN

UX design

UI design

Site web

Landing page

Application mobile

Design system

## ● OUTILS

Figma

Photoshop

Illustrator

Lightroom

Sketch

Adobe XD

Zeplin

# MES PROJETS



1

**SITE INSTITUTIONNEL**

2

**SITE DE CONTENU**

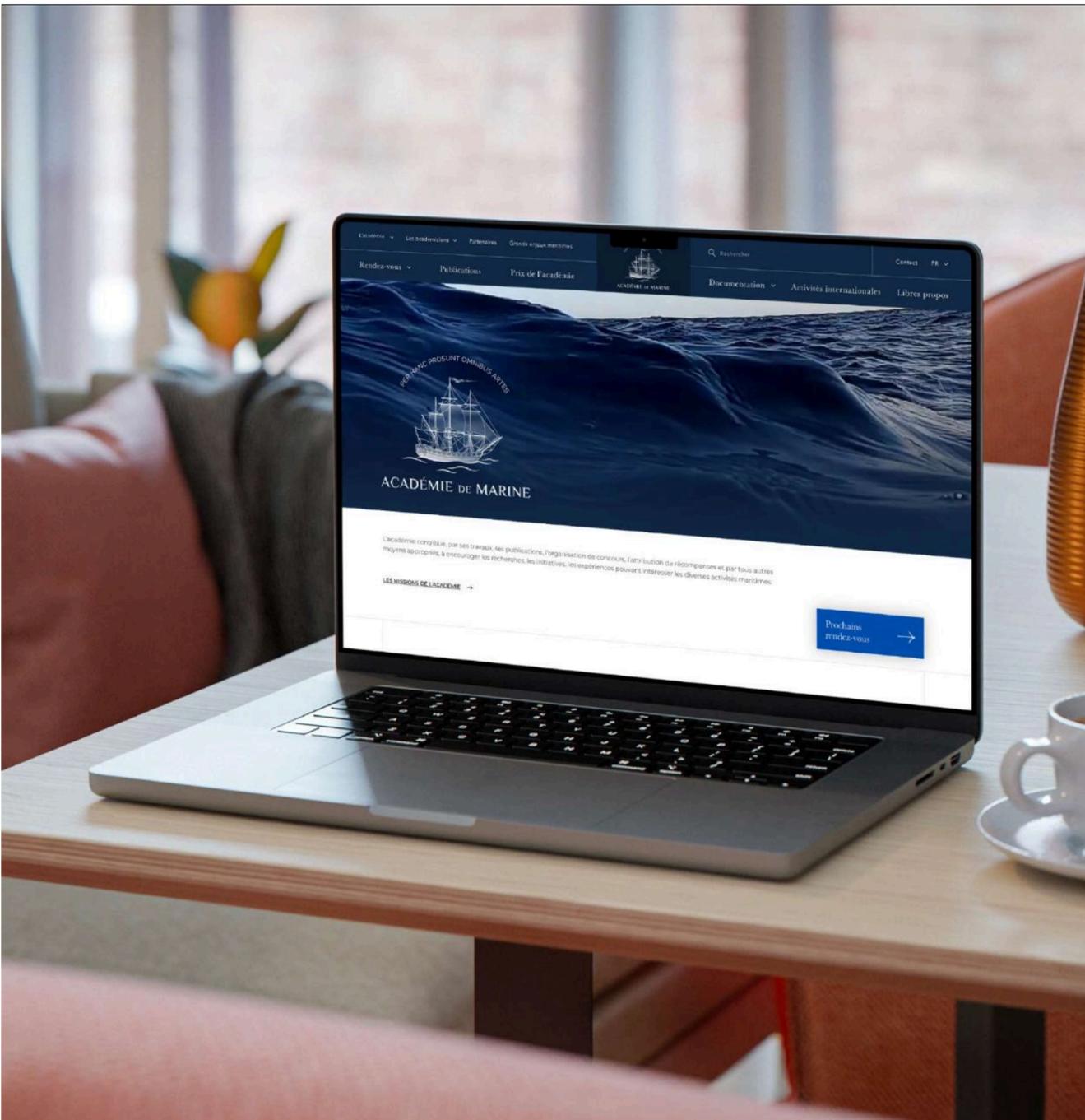
3

**SITE E-COMMERCE**

4

**LOGO**

# PROJET



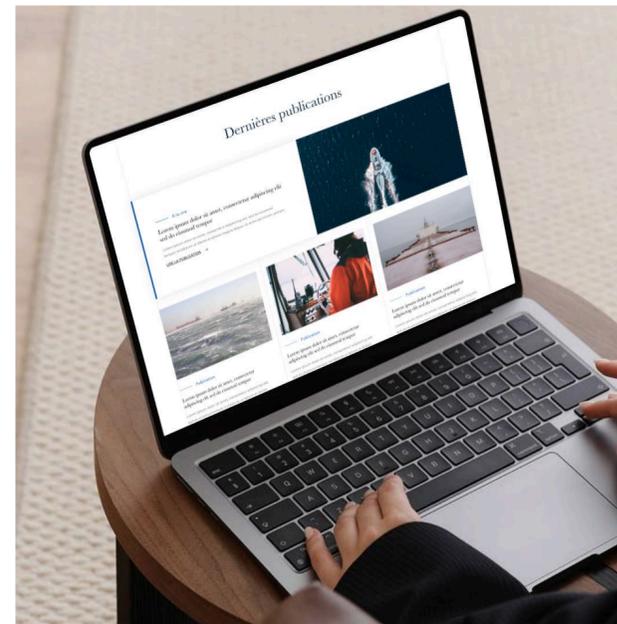
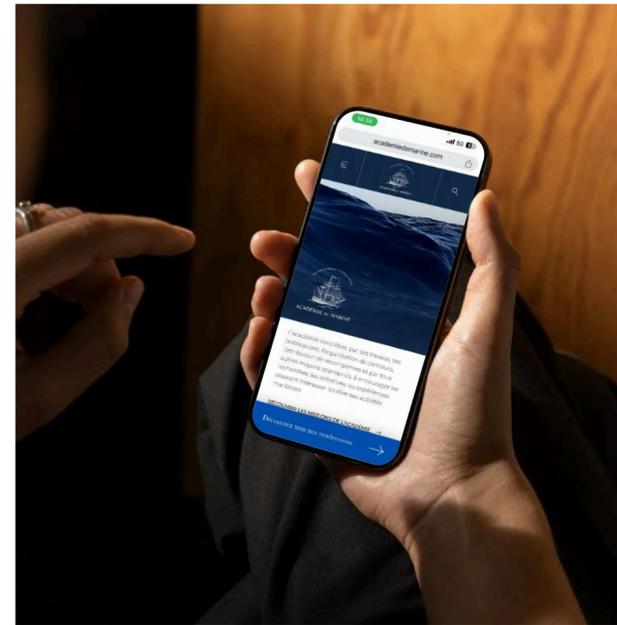
## ACADEMIE DE MARINE

TYPE DE SITE : INSTITUTIONNEL | DATE DU PROJET : 2023

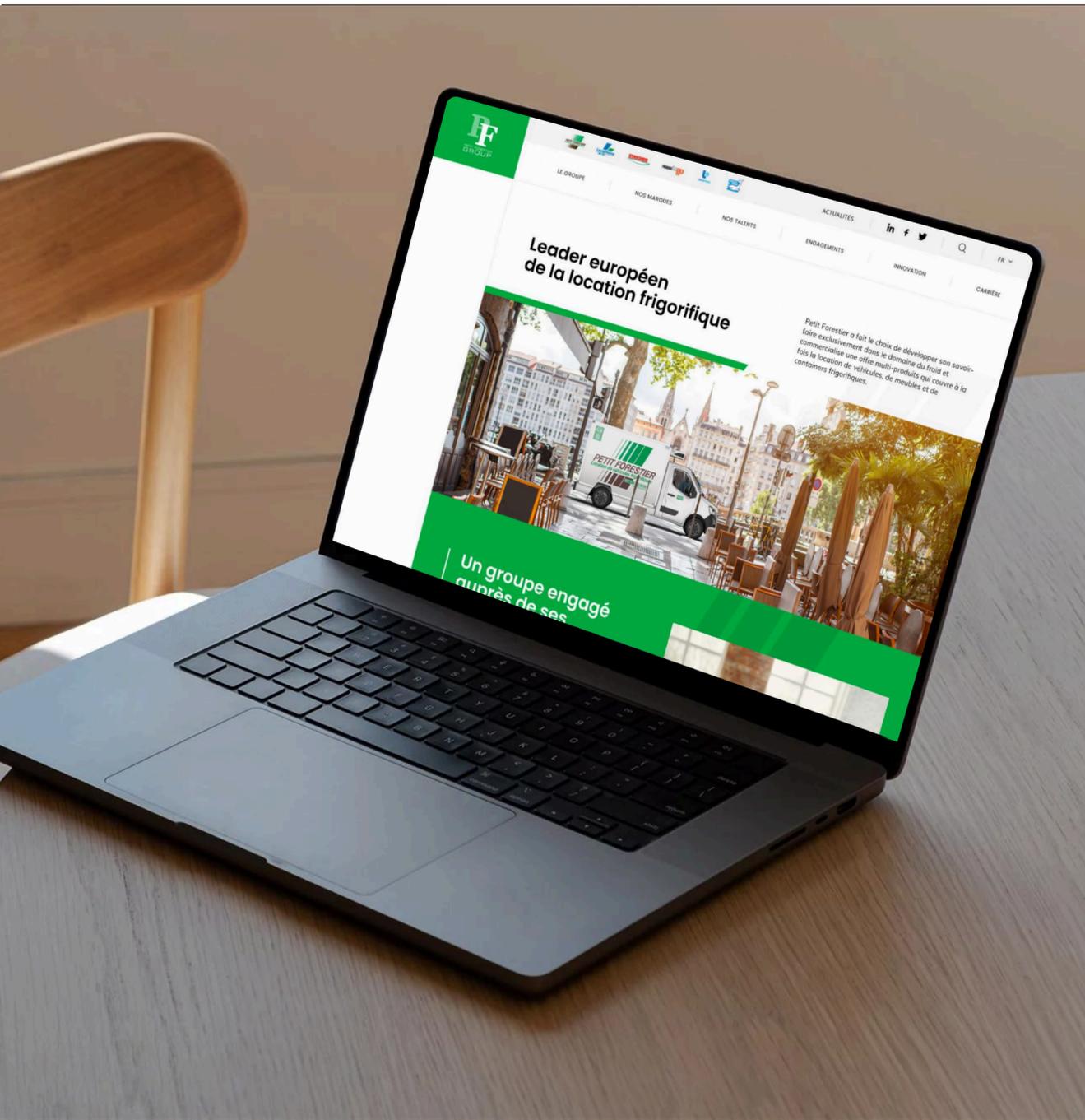
L'Académie de Marine est une institution dont l'objectif est de promouvoir les hautes études dans divers domaines, tels que les sciences culturelles, scientifiques, technologiques, économiques, juridiques et environnementaux liés aux mers et aux océans.

J'ai été chargé de redesigner l'ensemble du site, avec pour objectif de présenter les différentes activités de l'Académie, son histoire et ses actualités. L'objectif était également de transmettre l'image d'une institution forte tout en apportant une touche de modernité. Sur ce projet, je suis parti d'une page blanche, en prenant pour seule base le logo, qui lui n'a pas changé.

# PROJET



# PROJET



## PETIT FORESTIER GROUPE

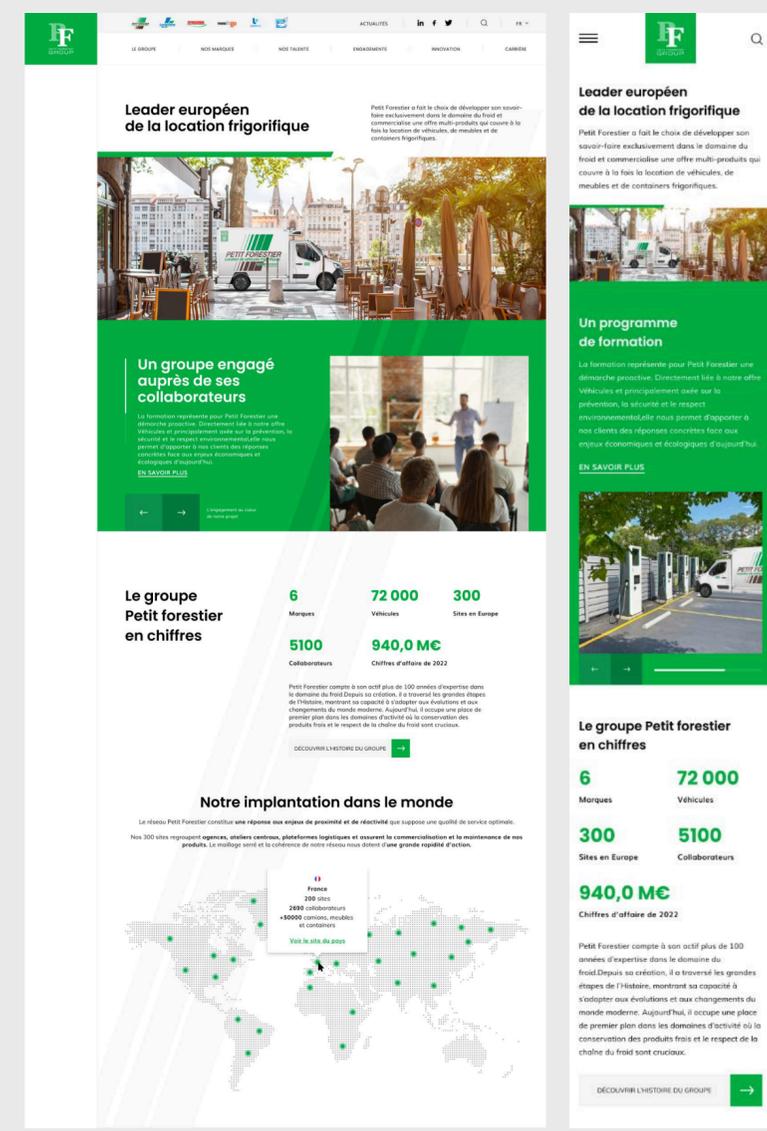
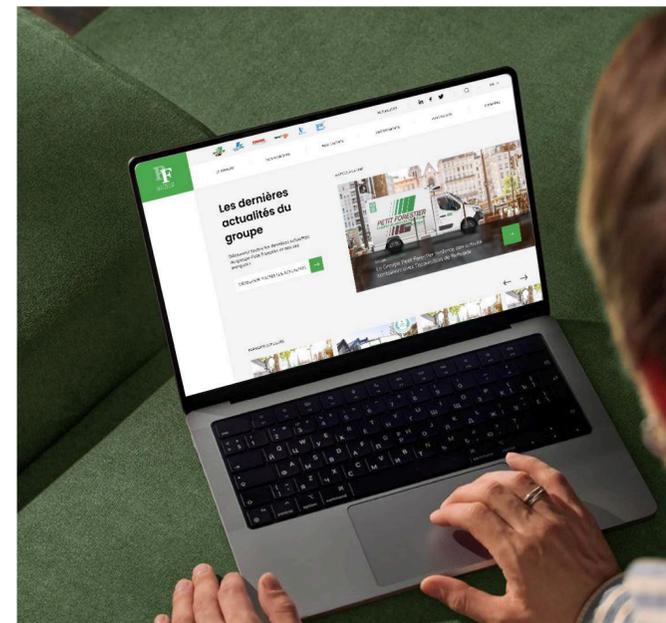
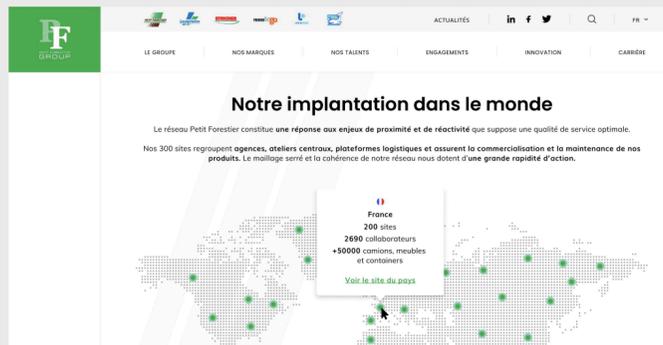
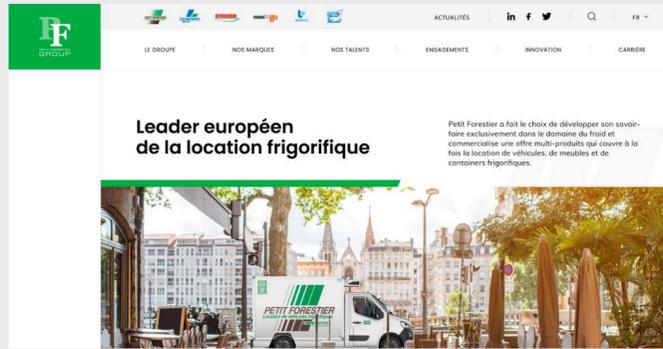
TYPE DE SITE : INSTITUTIONNEL | DATE DU PROJET : 2022

Petit Forestier Groupe est un leader européen spécialisé dans la location de véhicules utilitaires frigorifiques, offrant des solutions de transport et de stockage réfrigérés pour les secteurs alimentaires, pharmaceutiques et logistiques.

L'objectif de ce projet était de redesigner le site corporate de Petit Forestier en l'adaptant à une nouvelle charte graphique.

Le but du site était de présenter les activités du groupe, ses actualités, ainsi que les différentes offres d'emploi disponibles au sein de l'entreprise. C'est pourquoi j'ai proposé la création d'un espace dédié aux carrières.

# PROJET



# PROJET

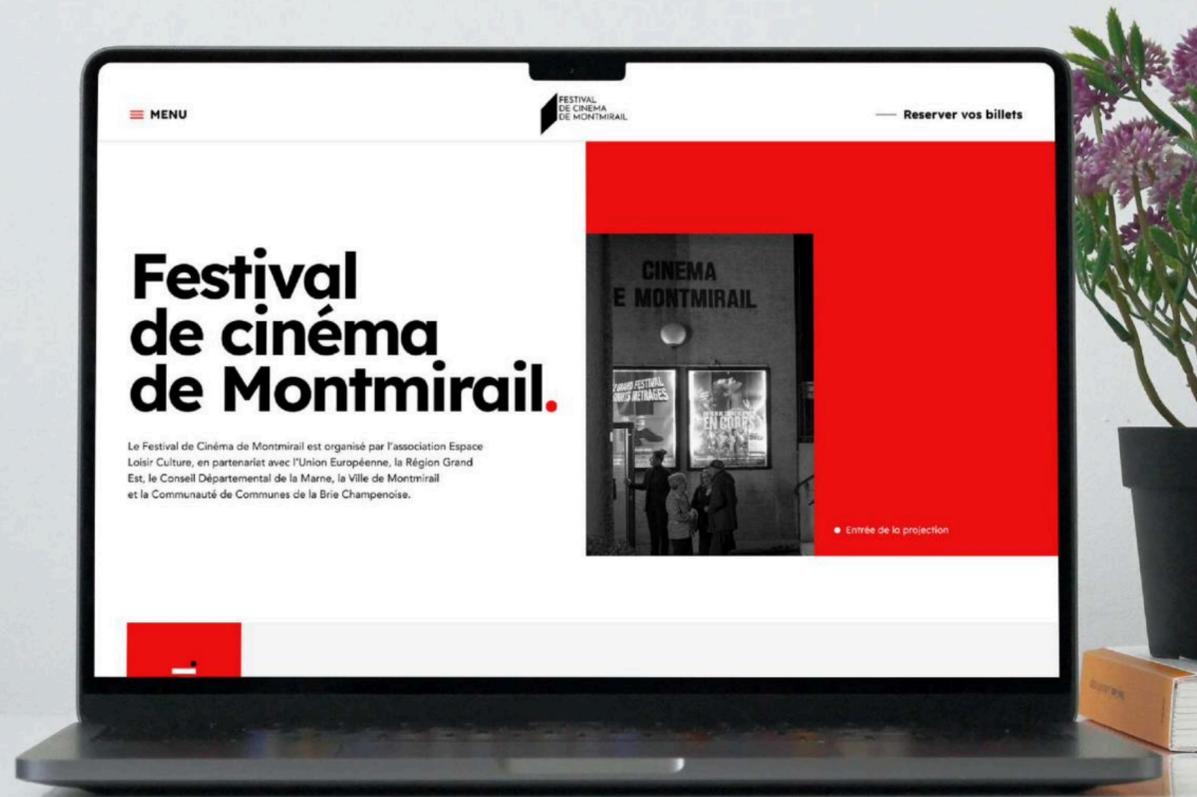
## FESTIVAL DE MONTMIRAIL

TYPE DE SITE : CONTENU | DATE DU PROJET : 2024

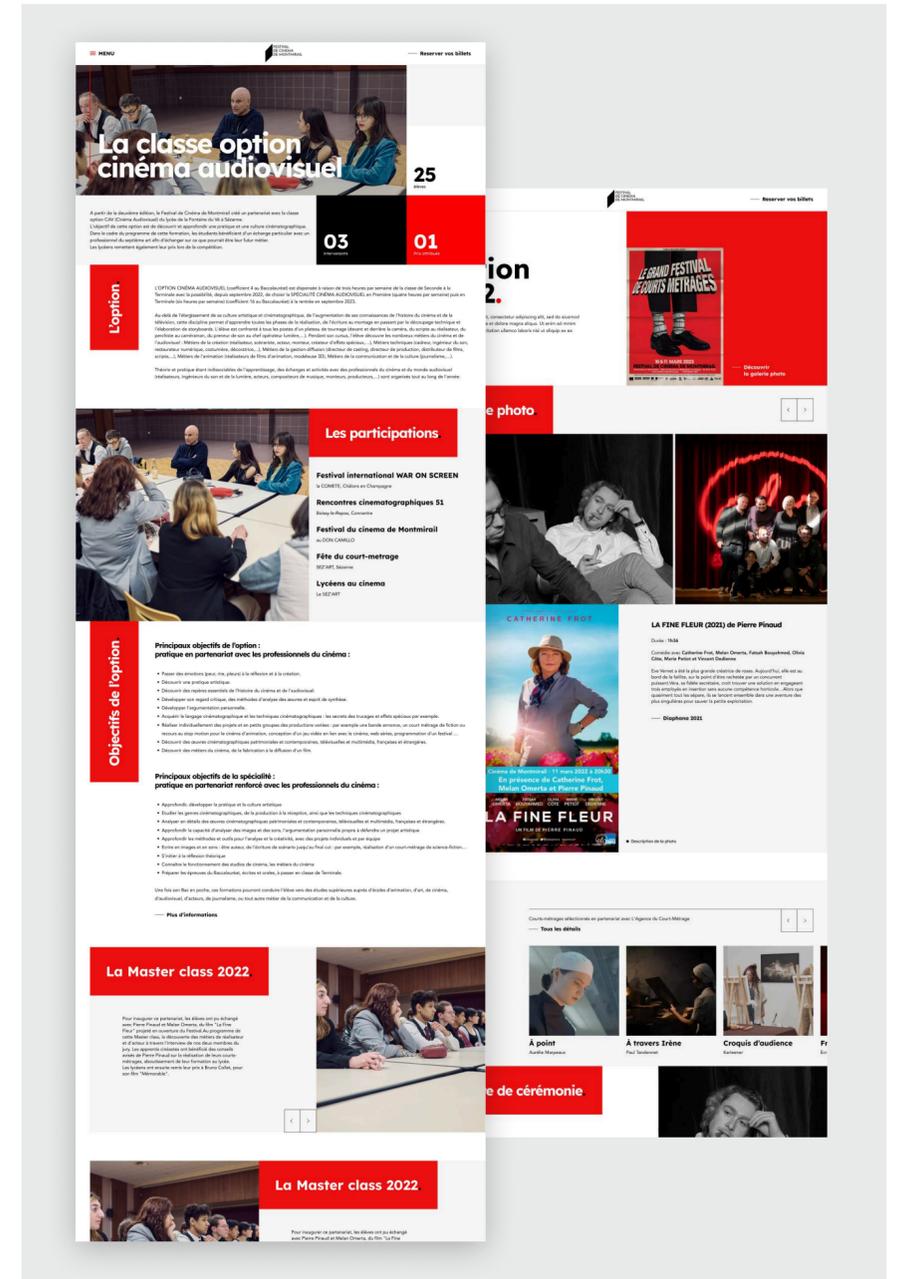
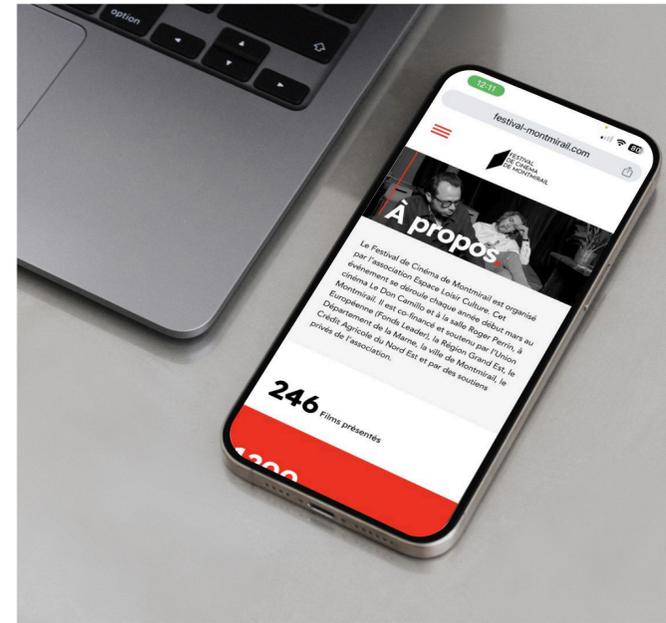
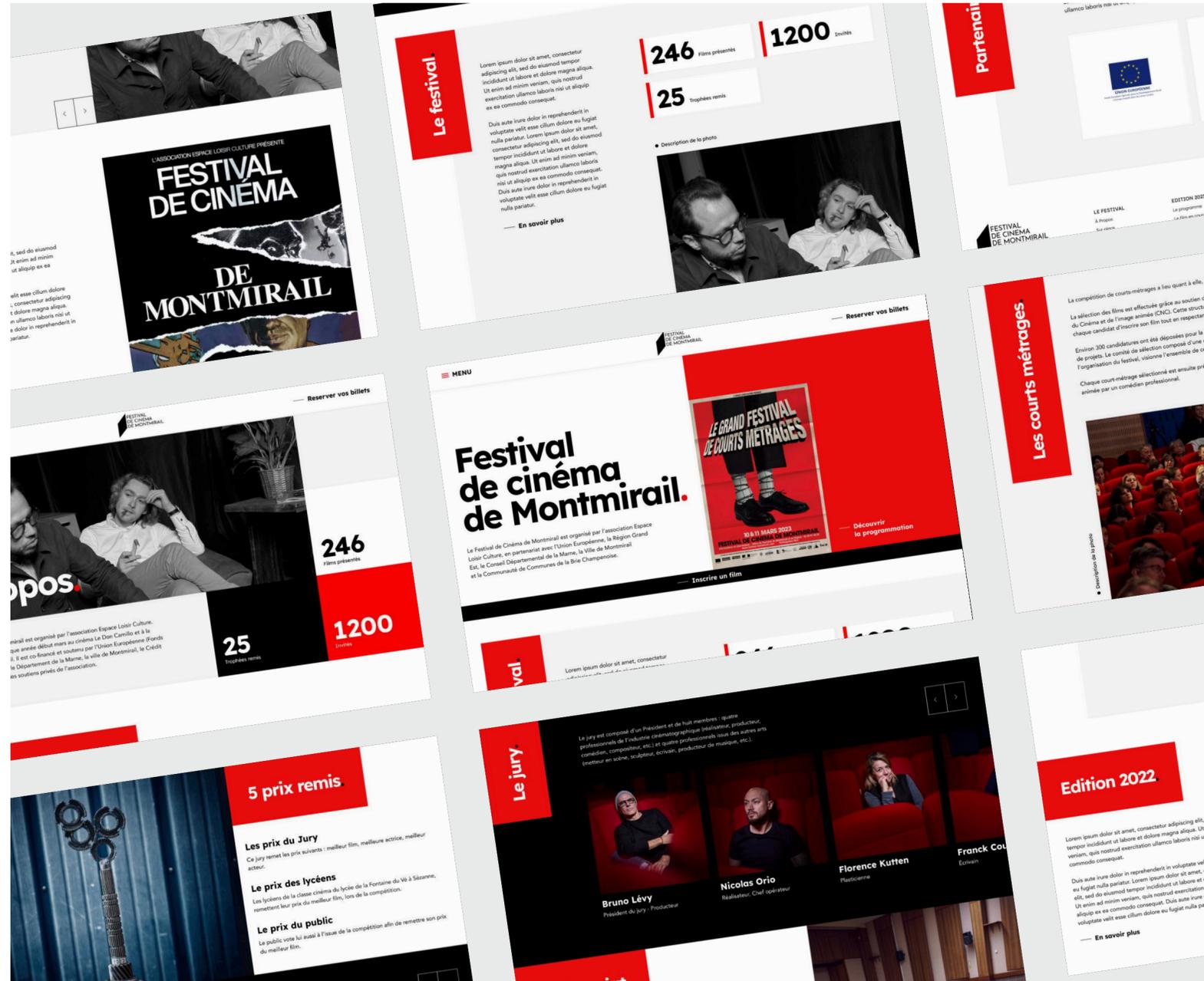
LIEN : <https://www.festival-montmirail.com/>

Le Festival de Montmirail est un festival de cinéma organisé par l'association Espace Loisir Culture.

L'objectif de la refonte était de renouveler l'image du festival en s'adaptant au contenu déjà existant. Le site a pour but de présenter les films en compétition à chaque édition, avec une fiche détaillée pour chaque film, de proposer une rétrospective des anciennes éditions, mais aussi de mettre en avant les hôtels et restaurants à proximité du festival.



# PROJET



# PROJET



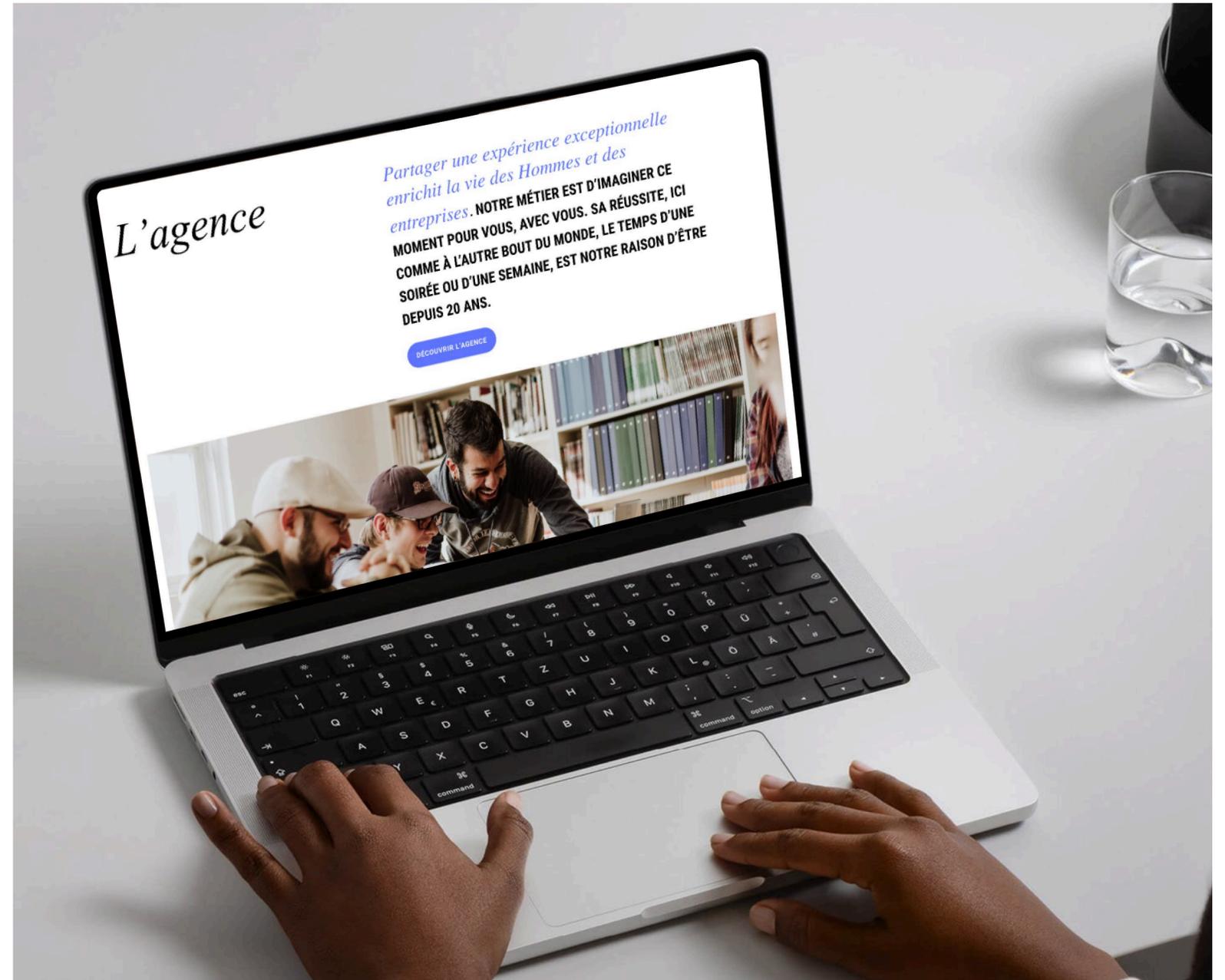
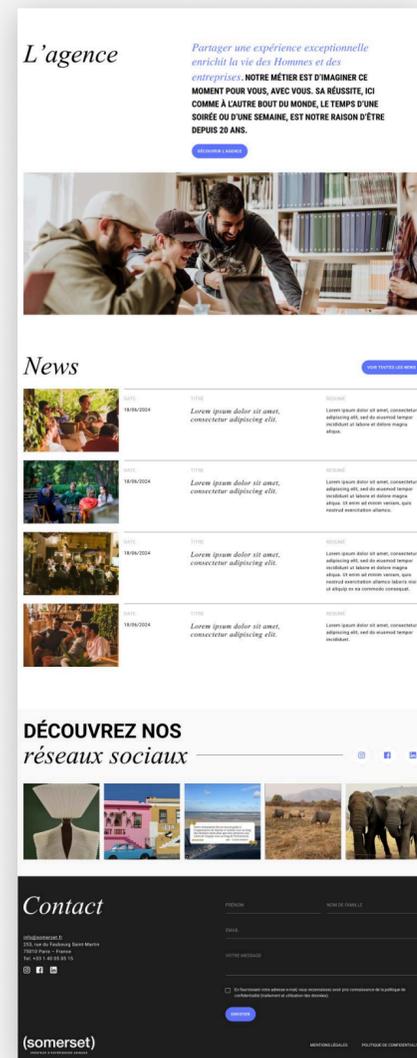
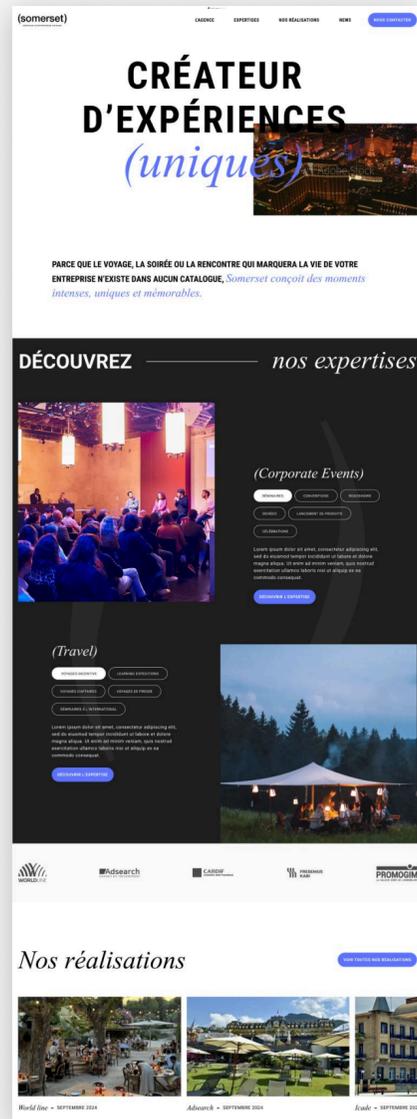
## SOMERSET

TYPE DE SITE : CONTENU | DATE DU PROJET : 2024

Somerset est une entreprise qui organise des voyages et des événements d'entreprise sur mesure.

L'objectif de cette refonte était de recentrer le discours de l'entreprise avec la mise en avant des catégories d'événements, la mise en avant des différentes réalisations mais aussi la mise en place d'un espace actualités. Le second objectif était de redonner une nouvelle image beaucoup plus moderne à l'entreprise tout en gardant l'identité de la marque.

# PROJET



# PROJET



## BILLECART SALMON

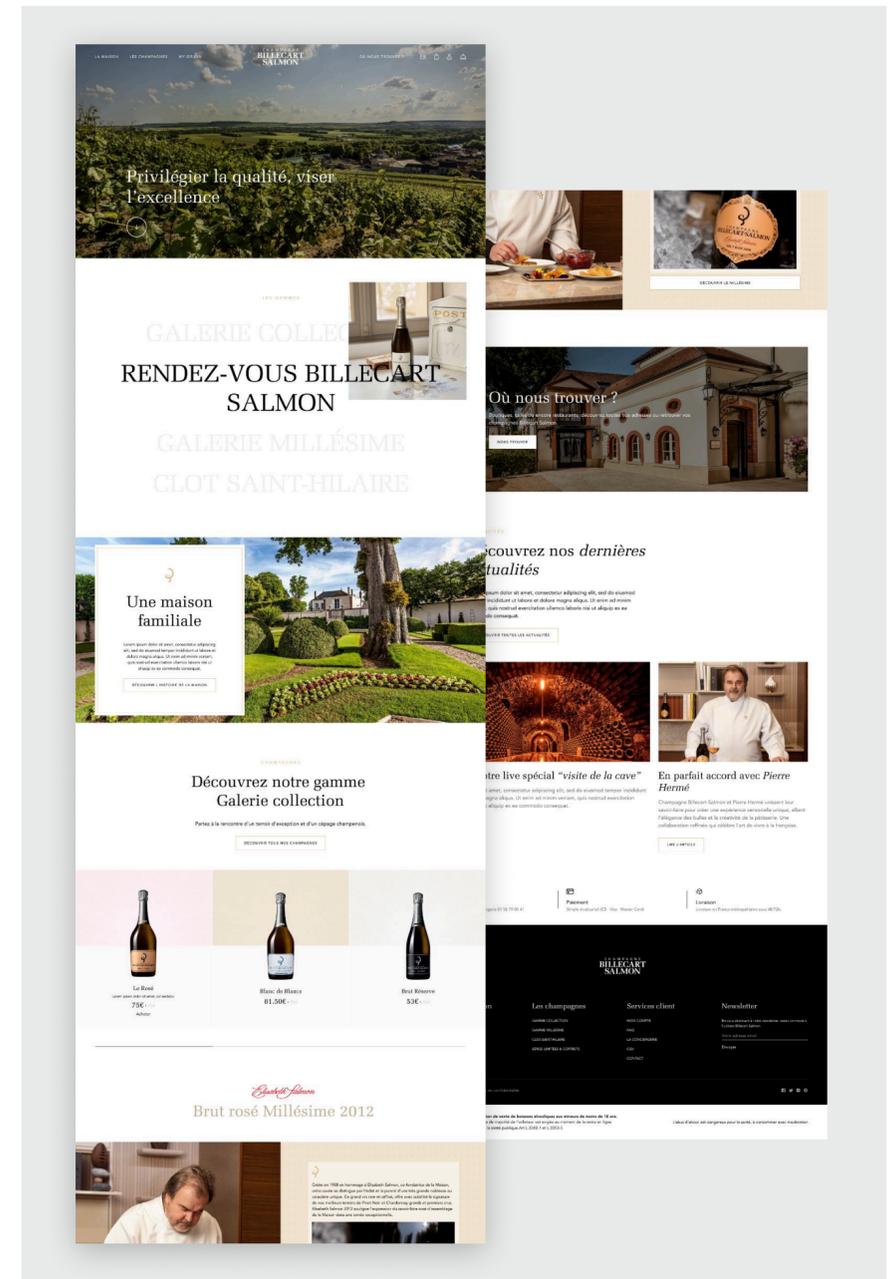
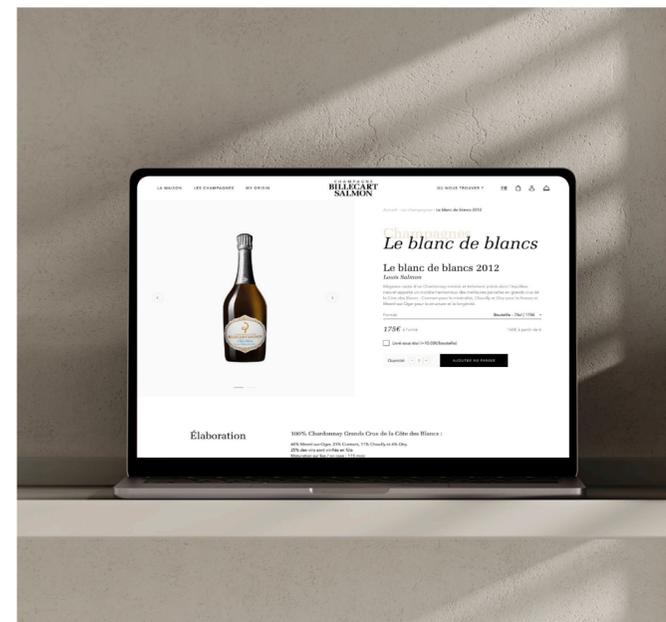
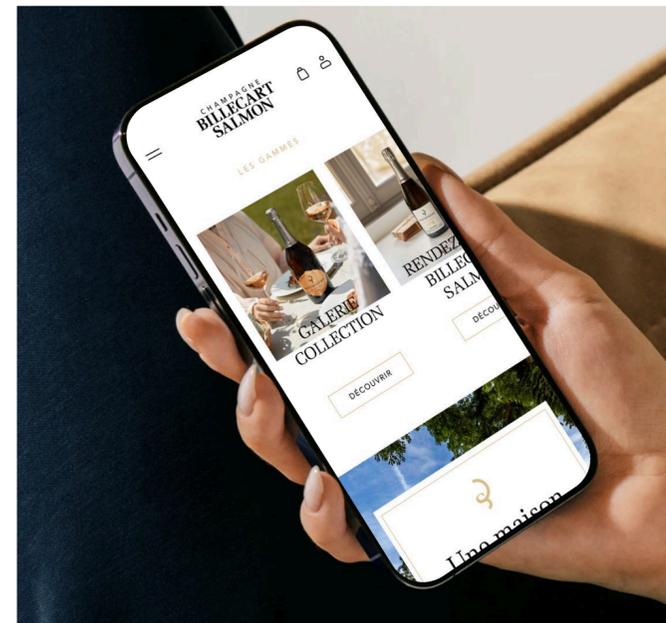
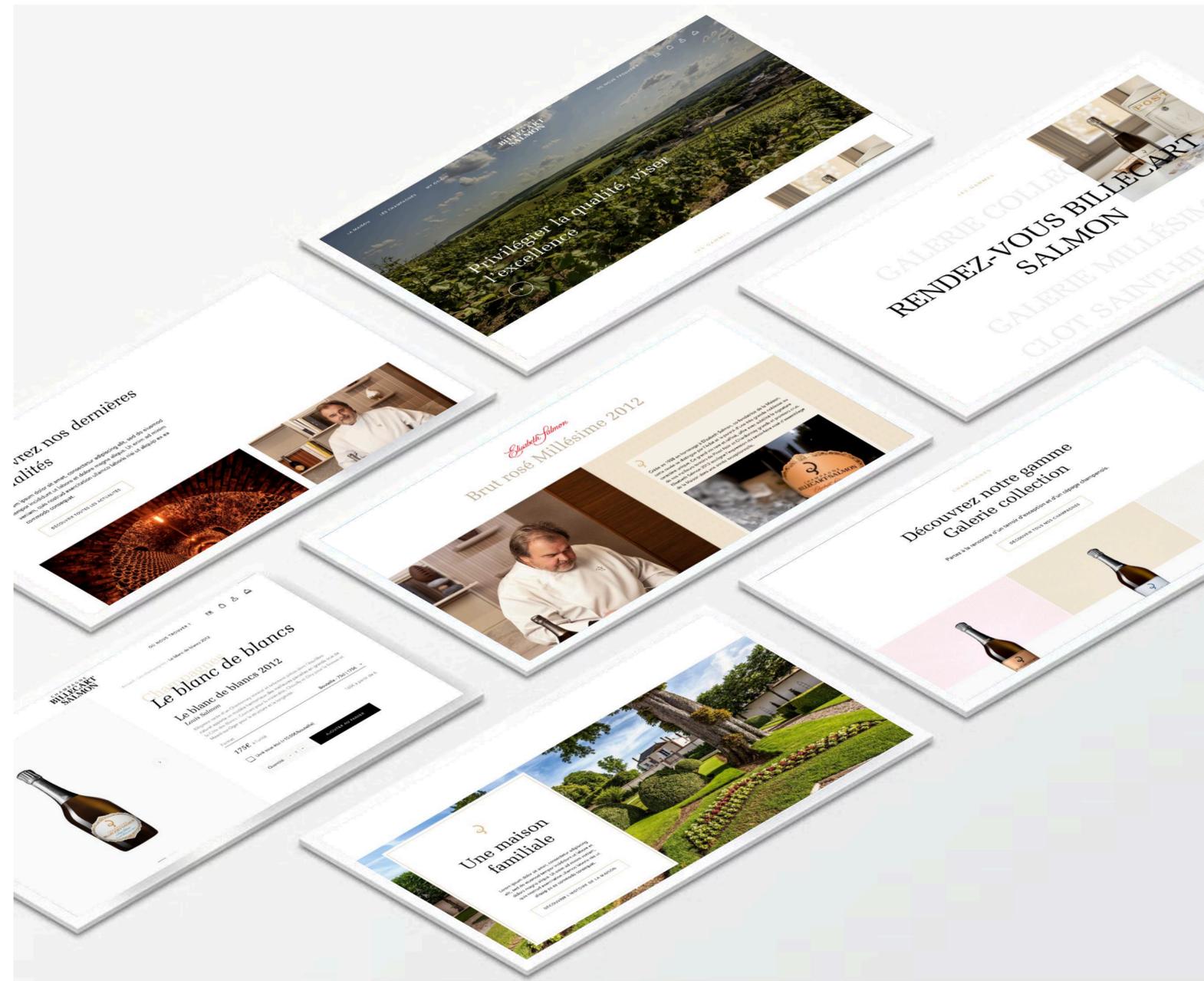
TYPE DE SITE : E-COMMERCE | DATE DU PROJET : 2024

Billecart-Salmon est une prestigieuse maison de champagne fondée en 1818 à Mareuil-sur-Aÿ, reconnue pour son exigence de qualité, la finesse de ses cuvées et son ancrage fort dans la tradition champenoise.

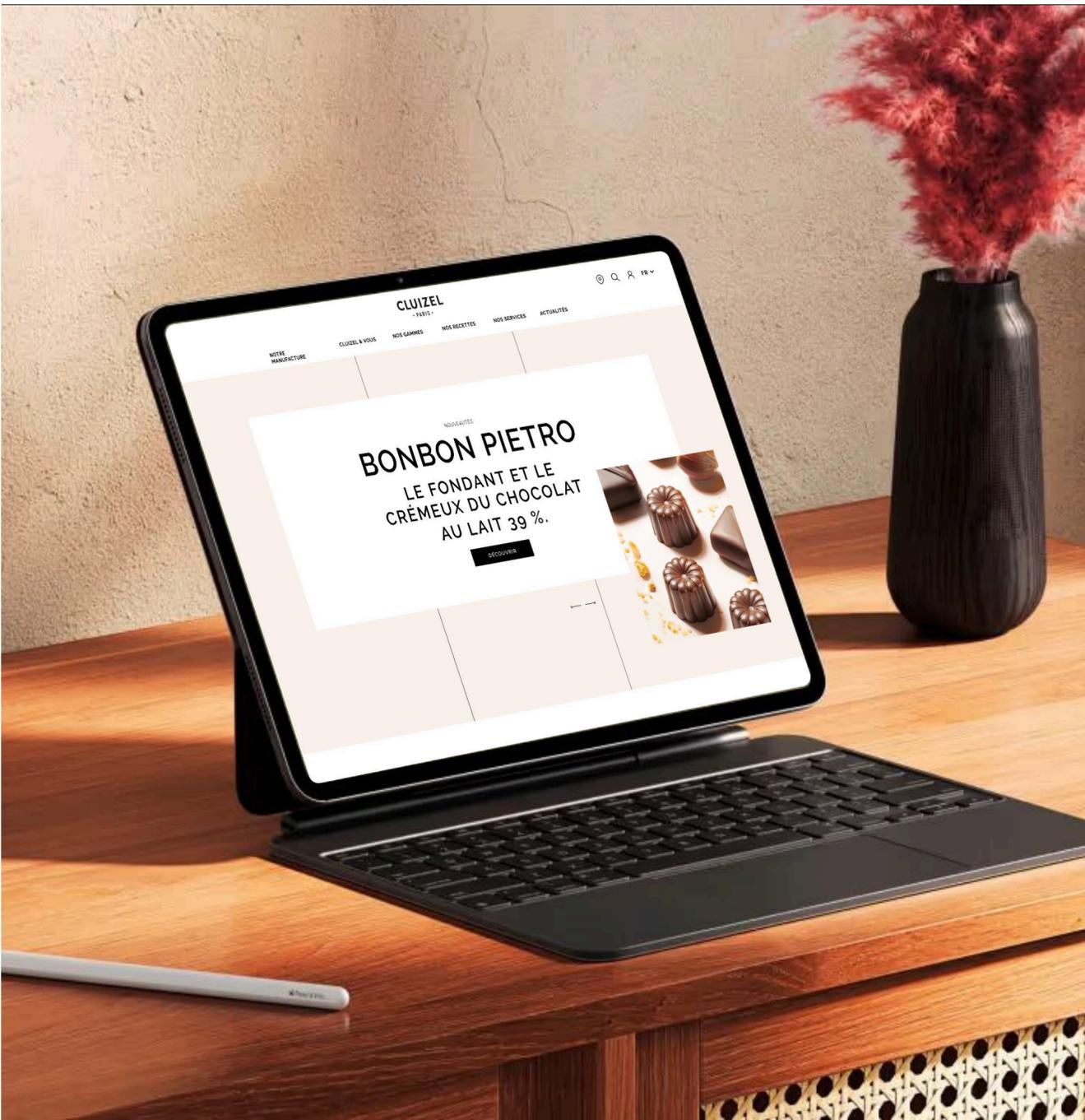
Ce projet avait pour but de moderniser l'image du site de la Maison Billecart-Salmon en adoptant un design plus contemporain, tout en respectant son identité élégante et patrimoniale.

Il s'agissait également de mettre en valeur ses différentes gammes de champagnes ainsi que les nombreux lieux de distribution, tels que restaurants, caves à vin et établissements spécialisés.

# PROJET



# PROJET



## CLUIZEL

TYPE DE SITE : E-COMMERCE | DATE DU PROJET : 2024

Cluizel est une maison chocolatière française indépendante, fondée en 1948, reconnue pour son savoir-faire artisanal et son engagement envers des chocolats de haute qualité, élaborés avec des ingrédients d'exception et un respect rigoureux de la filière cacao.

L'objectif de ce projet était de moderniser l'image de la Maison Cluizel à travers une refonte complète de son site web, tout en préservant son identité artisanale et son héritage familial. Le travail a également porté sur la création de nouveaux contenus éditoriaux, tels que des « Mots du Chef » et des recettes mettant en valeur l'excellence des produits. Une nouvelle arborescence a été pensée pour améliorer la navigation, structurer l'offre et enrichir l'expérience utilisateur.

# PROJET



ACTUALITÉ À LA UNE

## COFFRET INITIATION LES "SENS DU CHOCOLAT"

Le coffret Initiation Les Sens du Chocolat est le premier coffret, disponible sur le marché, à initier et éduquer les sens à la dégustation du chocolat ! Fière de son savoir-faire de Cacaofévier, la Manufacture CLUIZEL fait découvrir les richesses et subtilités de ses chocolats de Plantation noir et lait...

LIRE PLUS

DÉCOUVRIR TOUTES LES ACTUALITÉS

## DÉCOUVREZ NOS PRODUITS & SERVICES À VOTRE ACTIVITÉ



## VOUS TRANSMETTRE & PARTAGER NOTRE SAVOIR-FAIRE : NOS SERVICES

01



### LES FORMATIONS CLUIZEL

Sed fruatut sane hoc solacio atque hanc insignem ignominiam, quoniam uni praeter

02



### PERSONNALISATION

Sed fruatut sane hoc solacio atque hanc insignem ignominiam, quoniam uni praeter

03



### NOTRE CHEF VOUS AIDE

Sed fruatut sane hoc solacio atque hanc insignem ignominiam, quoniam uni praeter

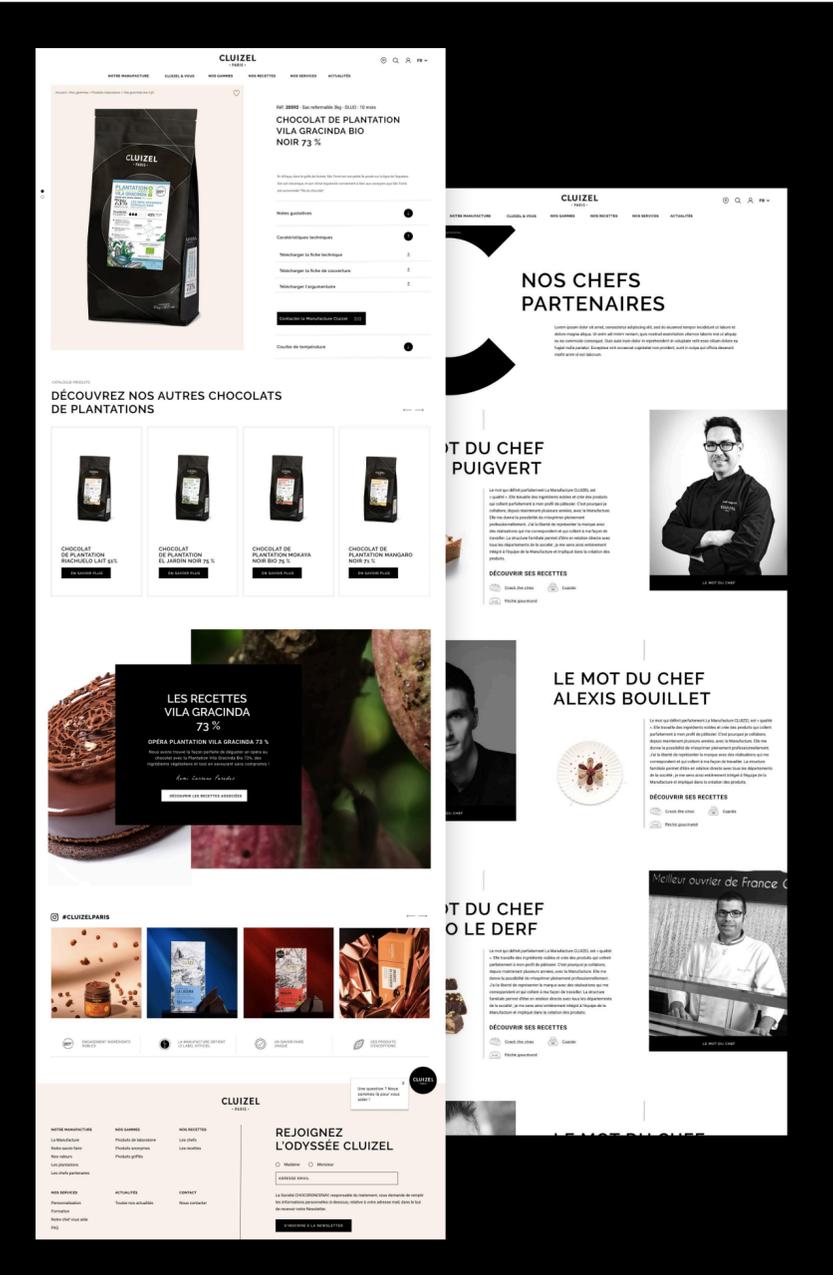
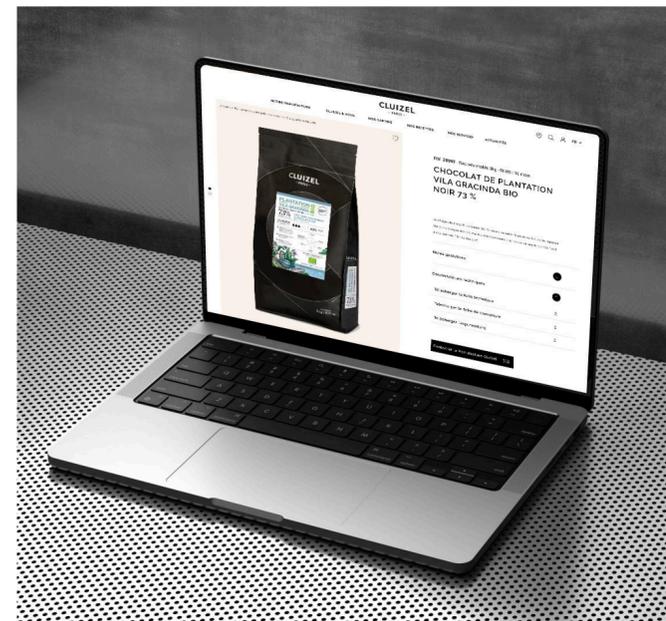
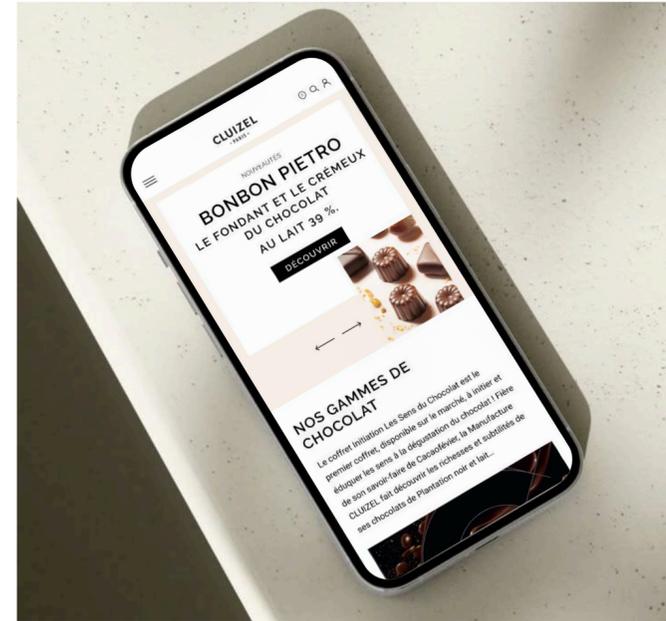
04



### FAQ

Sed fruatut sane hoc solacio atque hanc insignem ignominiam, quoniam uni praeter

## LE MOT DU CHEF JORDI PUIGVERT



# PROJET

## ANIMA VINUM

TYPE DE SITE : E-COMMERCE | DATE DU PROJET : 2024

Animavinum est un site dédié à la présentation de vignobles et de vigneronns soigneusement sélectionnés, garantissant une qualité haut de gamme. Chaque domaine bénéficie d'une page de présentation détaillée.

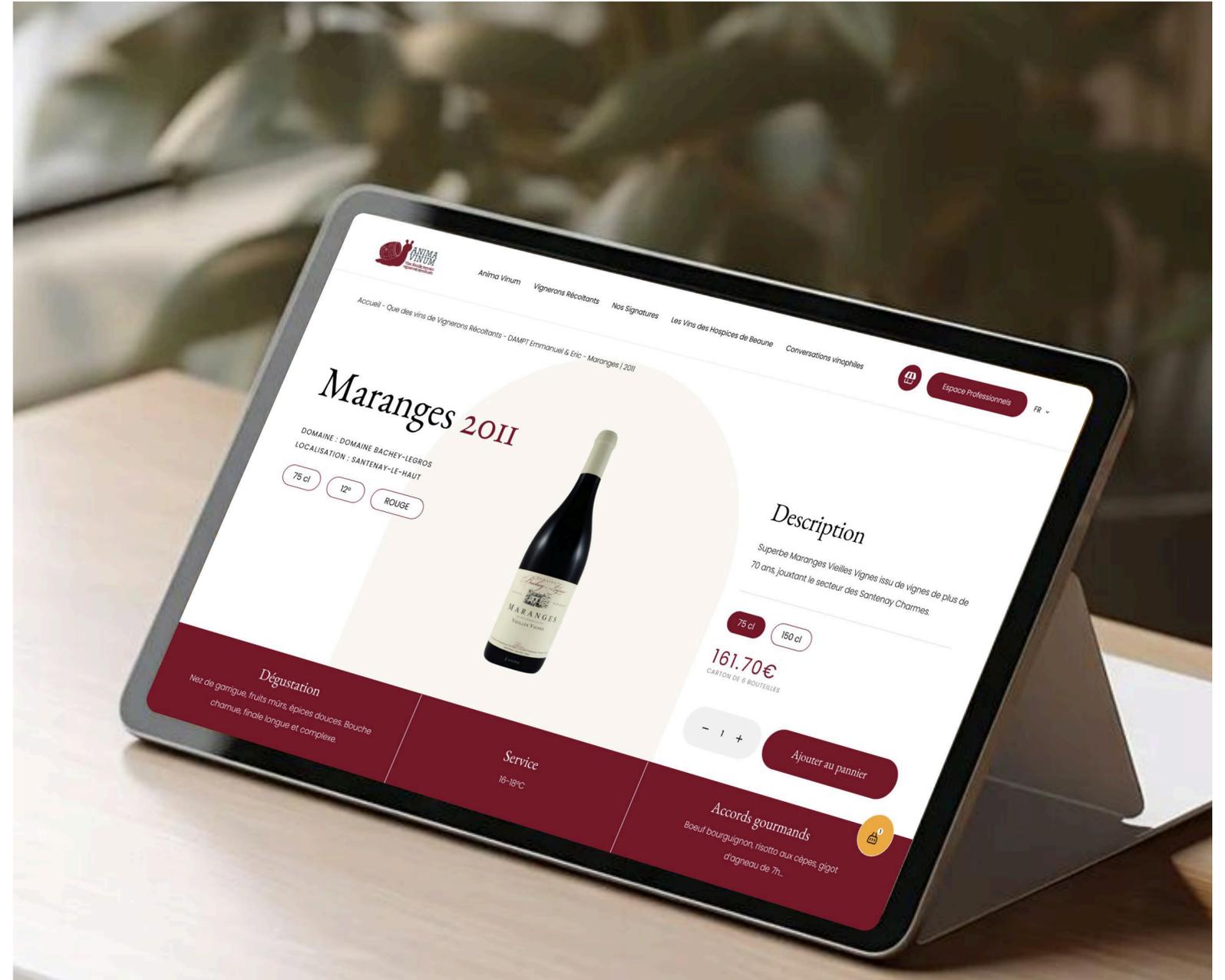
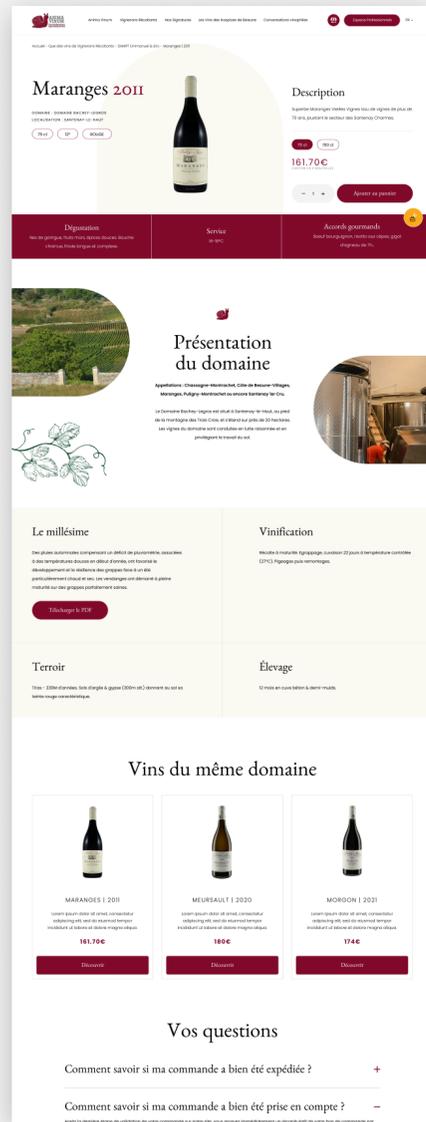
Pour ce projet, les clients souhaitaient moderniser l'image de la marque tout en conservant une forte dimension artisanale. L'objectif principal de la refonte était d'intégrer une partie e-commerce, accessible uniquement depuis les pages des vignobles.

Afin d'assurer une expérience transparente, j'ai conçu un système de panier discret, qui n'apparaît que lorsqu'un produit est ajouté. Aucun produit n'est visible sur les autres pages, sauf sur celles dédiées aux vignobles.

Sur le plan visuel, j'ai proposé des maquettes riches en photographies des vigneronns et en illustrations, pour refléter le savoir-faire artisanal et l'authenticité « fait main » de la marque.



# PROJET



# PROJET



## KOREAN BEAUTY

TYPE DE PROJET : LOGO | DATE DU PROJET : 2024

Korean beauty est une petite entreprise de beauté spécialisée dans la beauté du regard et qui se concentre plus principalement sur les sourcils.

La marque m'a contacté dans le but de créer son logo. La demande était de concevoir un logo typographique filaire, avec la présence d'une feuille de laurier et de la baseline "Beauté du regard". J'ai donc retravaillé une typographie déjà existante afin d'obtenir un rendu homogène, en y ajoutant des formes arrondies reprenant la courbe d'un sourcil.