

EMMANUELLE VINCENT

Cheffe de studio Direction artistique & production

Je supervise depuis plus de douze ans la création de contenus visuels multicanaux — print, web, réseaux sociaux, vidéo et motion. J'encadre une équipe créative, je collabore avec des pigistes, agences et studios externes, et je veille à la cohérence visuelle, à la qualité des livrables et à la bonne organisation du studio.

Je contribue à la direction artistique, à l'image de marque et à la production de campagnes d'intérêt public, notamment dans les domaines de la santé, du mieux-être et de la sensibilisation sociale. Mon travail s'articule entre vision créative, structuration des projets, gestion des talents et traduction concrète des idées en expériences visuelles percutantes.

Ce qui m'anime : donner une direction claire, faire émerger des idées fortes, les mener jusqu'à leur réalisation, et créer des communications qui soient à la fois créatives, accessibles et pertinentes.

MERCI

3. Défis

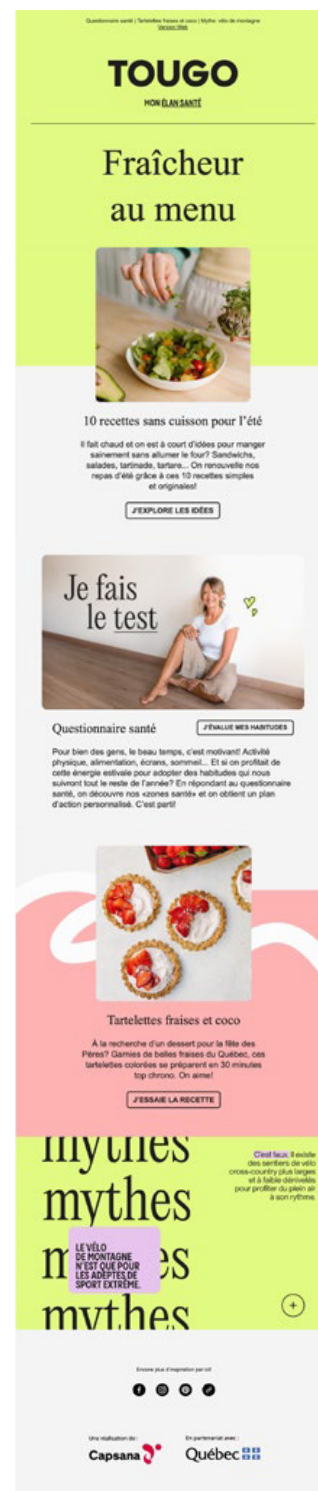
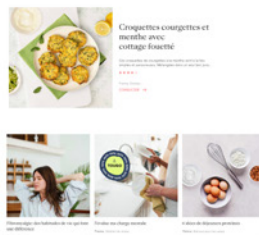
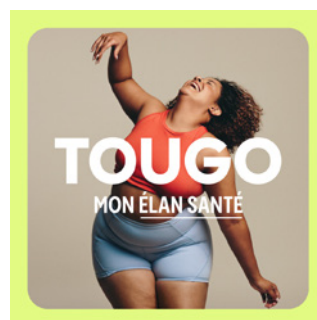
- Faire évoluer une marque existante sans perdre son identité.
- Harmoniser des contenus très variés (recettes, bien-être, activité physique, prévention...).
- Produire rapidement, avec une petite équipe, sur de multiples plateformes.
- Trouver l'équilibre entre créativité et rigueur de marque

4. Solutions mises en place

- Participation aux refontes successives de l'image de marque.
- Clarification des briefs créatifs et orientations visuelles.
- Création d'un système graphique modulable (charte, gabarits, déclinaisons par thématique).
- Organisation des workflows entre studio interne, agences, pigistes et partenaires.
- Supervision et accompagnement de l'équipe pour garantir cohérence et qualité.

5. Résultats

- Marque forte, cohérente et reconnue dans le milieu de la santé publique.
- Production soutenue de contenus tout en préservant les standards visuels.
- Une communauté engagée :
+100 000 abonnés Facebook
+10 000 abonnés Instagram
+350 000 abonnés à l'infolettre
- Appropriation de la marque par les écoles, municipalités et organismes.



1. Contexte

TOUGO est une campagne provinciale de santé publique portée par Capsana et le gouvernement du Québec.

Elle encourage les saines habitudes de vie à travers des contenus web, réseaux sociaux, infolettres, imprimés, vidéos et outils éducatifs.

2. Mon rôle

Rôle stratégique

- Participation à l'orientation créative avec les équipes projet, communication et les partenaires gouvernementaux.
- Élaboration des briefs créatifs, et alignement des équipes internes et externes.
- Contribution aux évolutions de l'identité visuelle de TOUGO pour maintenir une marque cohérente, actuelle et fidèle à sa mission publique.

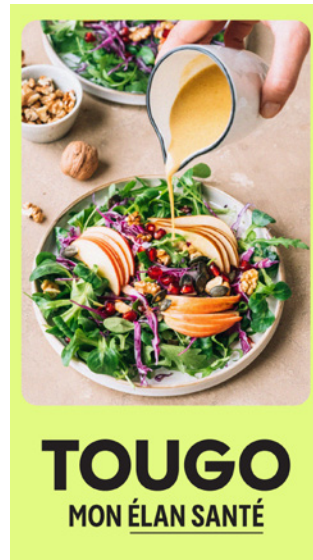
Direction artistique et supervision des livrables

- Direction artistique globale et validation de tous les livrables visuels produits par Capsana (web, réseaux sociaux, imprimés, vidéo, motion, outils éducatifs).
- Garantie du respect de la cohérence visuelle et des lignes éditoriales de la marque.
- Supervision de la qualité des productions réalisées à l'interne comme à l'externe.

Coordination d'équipe et production

- Supervision de l'équipe créative interne.
- Coordination des pigistes, agences créatives et fournisseurs.
- Mise en place de gabarits, processus collaboratifs et outils pour garantir qualité, cohérence et efficacité.

TOUGO
TOUGO



3. Défis

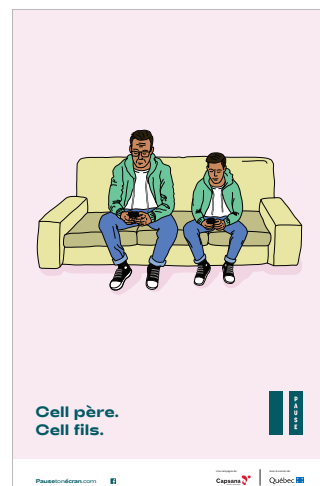
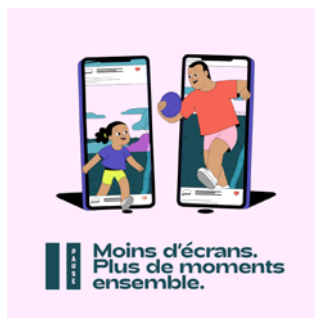
- Créer une marque entièrement nouvelle et crédible auprès des jeunes, des parents et des milieux.
- S'adapter à la multiplicité des cibles : jeunes, parents, écoles, milieux et intervenants
- Unifier des contenus très divers (campagne, outils pédagogiques, 24h) sous une même identité.
- Gérer une croissance rapide avec une petite équipe interne et de nombreux partenaires externes.
- Garder une cohérence visuelle malgré la diversité des plateformes et formats.

4. Solutions mises en place

- Création de l'identité visuelle complète de PAUSE et de ses déclinaisons (24h, 24h en famille).
- Création d'un univers graphique flexible et modulable, déclinable selon les publics, les milieux et les canaux.
- Définition d'un ton visuel et éditorial : bienveillant, accessible, mais toujours crédible.
- Développement de gabarits réutilisables pour les réseaux sociaux, infolettres et outils scolaires

5. Résultats

- Marque reconnue et implantée à l'échelle du Québec.
- **366 Maisons des jeunes** participantes aux 24h de PAUSE depuis 2021.
- **Plus de 70 000 familles inscrites** au 24h de PAUSE en famille (~ 275 000 personnes).
- Communauté en croissance :
9 500 abonnés Instagram
16 000 sur Facebook.
- Identité solide, durable et adaptable pour promouvoir un usage des écrans qui fait du bien.



1. Contexte

PAUSE est une initiative de bien-être numérique lancée en 2018 par Capsana, en collaboration avec des partenaires gouvernementaux. Elle encourage les jeunes, les familles et les milieux éducatifs à adopter une relation plus saine et réfléchie aux écrans.

La marque vit à travers :

- une plateforme web active toute l'année,
- des outils éducatifs et du contenu adapté aux milieux jeunesse,
- des activités de sensibilisation dans les écoles et maisons des jeunes,
- des événements de déconnexion, dont les 24h de PAUSE et le 24h de PAUSE en famille.

2. Mon rôle

J'ai participé à la création complète de la marque PAUSE, ainsi qu'au développement de ses déclinaisons comme le 24h de PAUSE et le 24h de PAUSE en famille. Depuis son lancement, j'en assure l'évolution artistique et la cohérence, en adaptant constamment son langage visuel aux différents publics : jeunes, parents, écoles, maisons de jeunes et intervenants.

Au sein de Capsana, je travaille en amont avec les équipes projet et communication pour définir l'orientation créative, préparer les briefs destinés aux agences externes et valider les propositions. Je supervise ensuite la production des contenus visuels (web, réseaux sociaux, imprimé, outils pédagogiques, vidéos), en coordonnant le travail du studio interne ainsi que des pigistes, illustrateurs et studios de production.

L'enjeu consiste à maintenir une identité forte et identifiable, tout en laissant une place à l'évolution, à la créativité et aux particularités de chaque cible.

