

Coulisses 15 mai 2026 · 5 min de lecture

Narval : concevoir un site qui vend une évasion

Narval, c'est de la location de yachts haut de gamme en Méditerranée : journées en mer, événements privés, croisières avec skippers certifiés. Un projet à part dans mon portfolio, parce qu'il ne cherche pas à résoudre un problème d'utilisateur au sens classique. Il cherche à vendre un désir.

Ce désir, je suis allée le chercher dans un souvenir bien réel, et il ne se limite pas à l'île de Frioul. Je pêche avec mon père depuis toute petite : la mer, chez nous, c'est une histoire de famille, pas une destination de vacances. Un jour, on a pris le bateau ensemble pour rejoindre l'île de Frioul, au large de Marseille. Cette traversée, cette sensation de larguer les amarres et de laisser la ville derrière soi, m'a donné envie de voir les choses en grand. C'est exactement ce que je voulais faire ressentir à quelqu'un qui découvre le site Narval pour la première fois.

Mon père et moi, au Vieux-Port de Marseille. La mer, chez nous, c'est une histoire de famille.

Le brief : vendre un instant, pas un produit

La difficulté n'était pas de lister des prestations. N'importe quel site vitrine sait faire ça. La difficulté était de faire ressentir, en quelques secondes de navigation, l'envie de tout quitter pour une journée en mer. Ça change complètement la manière de concevoir : chaque écran doit d'abord faire rêver, avant d'informer.

Design : élégance, sobriété, désir

J'ai fait le choix d'une direction artistique volontairement épurée : peu de texte, une palette sobre inspirée du bleu marine et du blanc, et surtout, une large place laissée à la photographie. Sur ce type de projet, l'image porte davantage le message que n'importe quel argumentaire commercial.

Cormorant Garamond

L'élégance en mer

Bleu marine — fond, ambiance

Bleu brume — voile sur les photos

Blanc — typographie, contraste

- Hero en plein écran avec photographie immersive, avant tout texte de présentation.
- Navigation volontairement minimale pour ne jamais casser l'ambiance visuelle.
- Un seul appel à l'action clair et récurrent : réserver une sortie.
- Version mobile pensée pour la navigation impulsive, dans les transports ou entre deux rendez-vous.

```
// Chargement d'image optimisé pour un site porté par la photographie
import Image from "next/image";

function HeroBanner({ src, alt }) {
  return (
    <Image
      src={src}
      alt={alt}
      fill
      priority
      quality={90}
      sizes="100vw"
      className="object-cover"
    />
  );
}
```

Sur un site comme Narval, la performance ne se mesure pas qu'en millisecondes : elle se mesure à la première seconde où l'image donne envie de rester.

Ce que je retiens de Narval, c'est que concevoir pour le désir est un exercice à part entière, différent de concevoir pour l'utilité. Il faut accepter de sacrifier de l'information au profit de la sensation, ce qui va souvent à l'encontre des réflexes qu'on développe sur des projets plus fonctionnels. Un bon exercice de style, et une corde de plus à mon arc de designeuse.