

GESTUELLE

Studio de création de contenus
&
conduite de projets culturels



Book projets

GESTUELLE // Andréa Fernandez

7 ans d'expérience en stratégie de communication digitale et
conduite de projets culturels

Réalisation de vidéos et reportages ; conseil en communication,
stratégie numérique et éditoriale ; conduite de projets culturels.



GESTUELLE Fondatrice (Février 2017 – aujourd'hui)



Responsable pôle numérique (Nov 2013 – Janv 2017)



Communication numérique (Fev 2012 – Nov 2013)



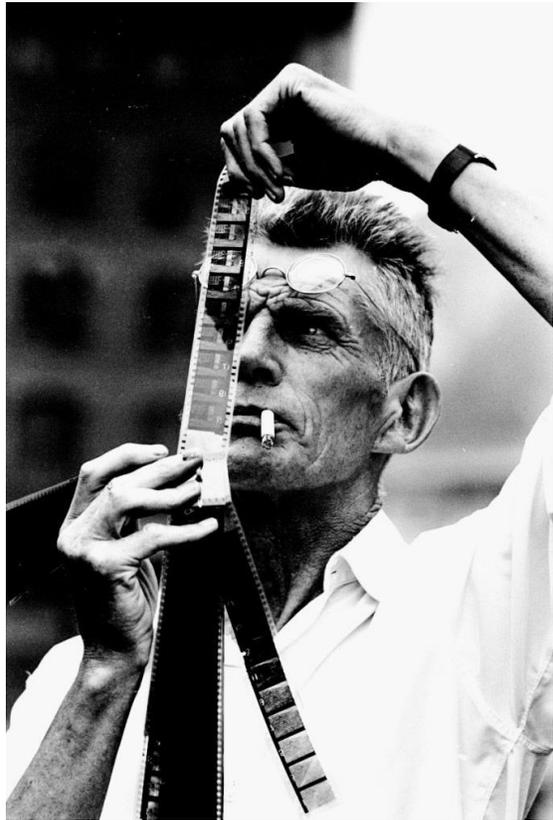
Éditorial et communication - Pôle séries / fictions (Juill – Dec 2011)

06 73 31 76 88

gestuelle.paris@gmail.com

<http://gestuelle.paris>

GESTUELLE // SOMMAIRE



4 - 13

les missions de **GESTUELLE**

15 - 22

les projets menés en poste à **La Villette**

23 - 26

les projets menés en poste au **Palais de Tokyo**

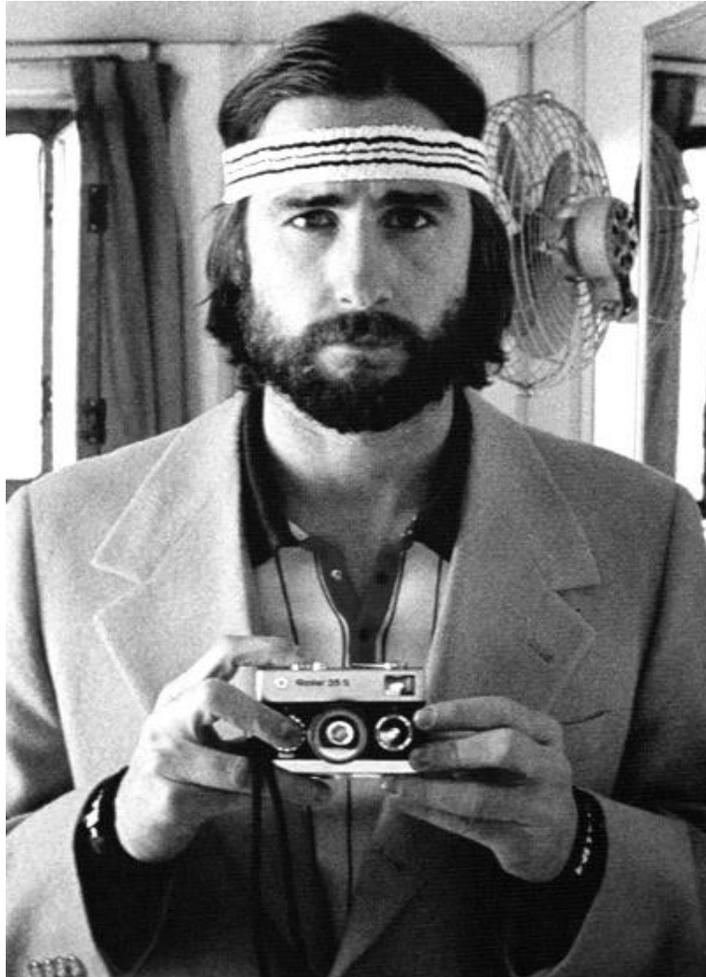


CONSEIL EN COMMUNICATION – FESTIVAL ARTS IN THE ALPS

Hiver 2018/2019

Conseil en communication autour de la nouvelle édition du Festival Arts in the Alps 2019 organisé par la Maison de la Création - Université Grenoble Alpes.

- Stratégie de communication en ligne
- Positionnement du site internet et de ses contenus



RÉALISATION DE REPORTAGES VIDÉO

Automne 2018 – Hiver 2018/2019

Réalisation d'une série de reportages vidéos autour des artistes associés au Magasin des horizons :

- Ralston & Bau,
- Chloé Delaume,
- Gabrielle Boulanger,
- Pamina de Coulon



INTÉGRATION ET CONTRIBUTION

Hiver 2018/2019

Gestion d'une grande quantité de contenus sur Drupal en préparation de la mise en ligne du futur site de la BNF.

- Mise en forme des contenus et création des pages sur le nouveau site en construction



RÉALISATION D'UNE VIDÉO VERTICALE

Automne 2018

Interview de Régis Brochier, fondateur de Nanarland et réalisateur du programme « Nanaroscope » diffusé sur Arte

- Réalisation de l'interview en 4K
- Montage en format vertical pour une diffusion sur Instagram HDTV et teasing en story



COMMUNITY MANAGEMENT ET RÉALISATION DE VIDÉOS

Saison 2018 - 2019

Animation des réseaux sociaux du théâtre et production de contenus dans l'objectif de développer son public et de recruter chez les moins de 35 ans.

- Community management du théâtre (Facebook, Twitter, Instagram et Youtube), paramétrage et suivi des campagnes de publicité Facebook.
- Réalisation d'objets vidéos autour de la programmation du théâtre – production de vidéos avec les compagnies programmées autour de leur spectacle, interviews d'artistes, d'auteurs et de metteurs-en-scène, micro-trottoirs du public...



COMMUNICATION WEB ET PRODUCTION DE CONTENUS

Mai 2017 – décembre 2018

- Exposition Valérian et Laureline - mardi 13 juin 2017
 - Maker Faire Paris - mai 2017
 - Festival Drôle de drone - mai 2017
 - Festival Terra Data - avril 2017
 - Maker Faire Paris – à venir : novembre 2018
 - Noël de la Tech – à venir : décembre 2018
-
- Réalisation des plans de communication en ligne en amont,
 - Réalisation des kits de communication à destination des partenaires et participants de l'événement
 - Community management sur Facebook, Twitter et Instagram autour du programme
 - Relai des visites d'inauguration et des allocutions
 - Production de contenus : publication de vidéos live sur Twitter, réalisation d'interviews vidéos des intervenants et participants montées et publiées dans la journée (avec ou sans sous-titres suivant la demande du client), réalisation de micros-trottoirs du public, prise de photos, ...



PRODUCTION DE CONTENUS ET COMMUNICATION EN LIGNE

Éditions 2017 et 2018

Définition du plan de communication en ligne pour assoir le nouveau positionnement du Festival et assurer le renouvellement et la fidélisation de son public

- Animation des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram et Youtube,
- Paramétrage et suivi des campagnes de publicité Facebook,
- Production de contenus autour de la programmation : photos pour la presse & réalisation de vidéos pour la communication en ligne (chartage de 14 teasers, réalisation et montage de 12 interviews vidéo d'artistes, réalisation et montage de 6 journaux vidéos)

Chiffres clés

+ 51% du nombre de likes Facebook de juin à août 2018

+ 1400% de la portée moyenne des publications : 800 début juin vs/ 12 063 fin juil

+ 6% du nombre followers sur Twitter de juin à août,



EXPÉRIENCE AU VIETNAM

Janv – Juin 2018

De janvier à juin 2018, Gestuelle s'est expatriée six mois au Vietnam pour aller à la rencontre de la scène contemporaine d'Ho Chi Minh.

- **Clients et expériences professionnelles**
 - Journaliste culture pour le journal francophone *Le Courrier du Vietnam* ;
 - Responsable de la communication en ligne pour le festival d'art contemporain *Krossing Over* ;
 - Librairie française Nam Phong ;
- **Projet personnel**
 - « Vietnam Stories » : réalisation d'une série de films courts autour du Vietnam



CONSEIL EN COMMUNICATION

Mai – décembre 2017

- Définition et mise en place de la stratégie de communication institutionnelle et événementielle :
 - Réalisation des plans de communication autour des événements organisés par l'Observatoire : Nuit Blanche, Revue Espace(s), résidences d'artistes...
 - Conception et coordination de la production des supports print : programmes, flyers, invitations, affiches, bache façade Cnes...
 - Production des contenus éditoriaux pour le site internet et documents print,
 - Négociation des partenariats médias,
 - Animation des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Youtube, Instagram
 - Coordination de l'équipe de communication : graphistes, webmaster, rédacteur, relations presses, relations publiques, en lien avec les artistes

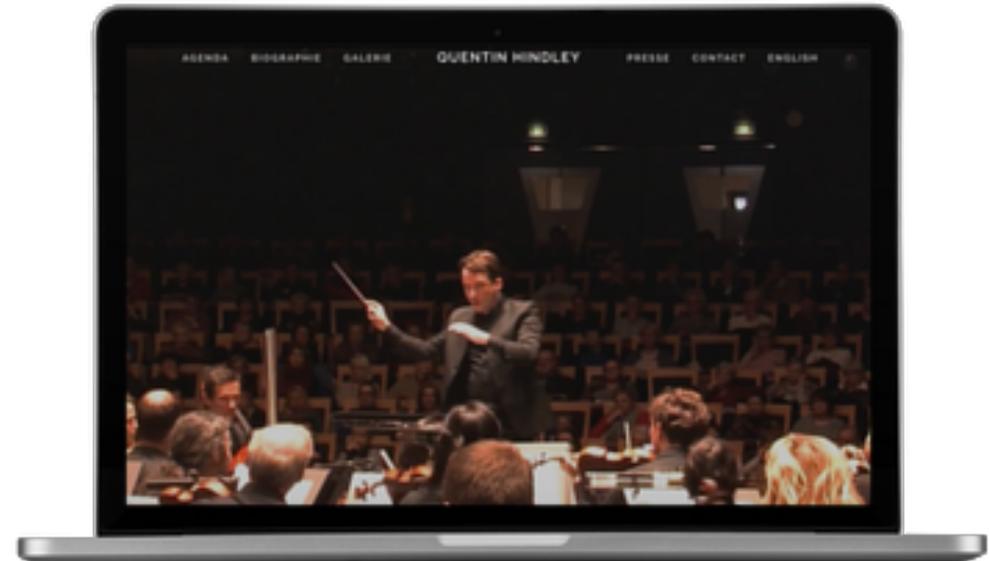
→ L'Observatoire de l'Espace est le laboratoire Arts-sciences du Cnes



RÉALISATION PORTFOLIO

Octobre 2017

- Conception, production et mise en ligne du portfolio du Chef d'orchestre



AVANT **GESTUELLE**

la  illette

PALAIS
DE TOKYO 

CANAL+

Chiffres clés

+ 881% du nombre de likes sur Facebook de février 2013 à décembre 2016

Facebook devient la 3ème source de trafic sur le site en 2016 (après le trafic direct et Google)

+ 558% du nombre de followers de 2013 à 2016 sur Twitter

STRATÉGIE DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Définition et mise en places des méthodologies de travail

- Organisation des équipes projets et missions associées,
- Gestion des tâches et des plannings des équipes projets (mise en place d'outils de gestion et de suivi : type Basecamp, Trello...)
- Fonctionnement en méthode agile sur nos projets avec prestataires externes,
- Gestion d'un budget annuel transversal de 500 000€ en 2016

Editorialisation des contenus

- Définition de la charte éditoriale et du planning associé : fréquence, ton...
- Développement d'un univers graphique ludique,
- Fidélisation d'un cercle d'ambassadeurs,
- Mise en place dispositifs in situ : tweetwalls, photobooth

Webmarketing

- Gestion des campagnes de publicité sur Facebook, Youtube, Adwords et Twitter
- Développement et rentabilisation des campagnes par objectifs fixés : ventes web, vues par vidéo, image...

REFONTE DU SITE INTERNET

Décembre 2013 – Septembre 2014

Affirmation de la marque « La Villette », incarnation du lieu dans sa triple mission : programmateur culturel, syndic et exploitant, donner une visibilité claire aux internautes-usagers du lieu « Villette » sur la programmation du parc

- Conduite générale du projet et encadrement de l'équipe projet en interne,
- Rédaction cahier des charges pour recruter l'AMO et l'agence web,
- Encadrement prestataires choisis jusqu'à la mise en production du site,
- Coordination en interne des besoins par service,
- Définition de l'arborescence globale du site et structuration des contenus,
- Centralisation des contenus par service,

Chiffres clés

+ 72% de V.U./mois depuis 2013

40% fréquentation en mobile en 2016 contre 13% en 2013

42% ventes web en 2016 contre 35% en 2013



APPLICATION MOBILE

Septembre – Novembre 2015

Répondre à un besoin du public de géolocalisation sur le parc, récolter les données d'utilisateurs du parc, valoriser la diversité de l'offre du parc

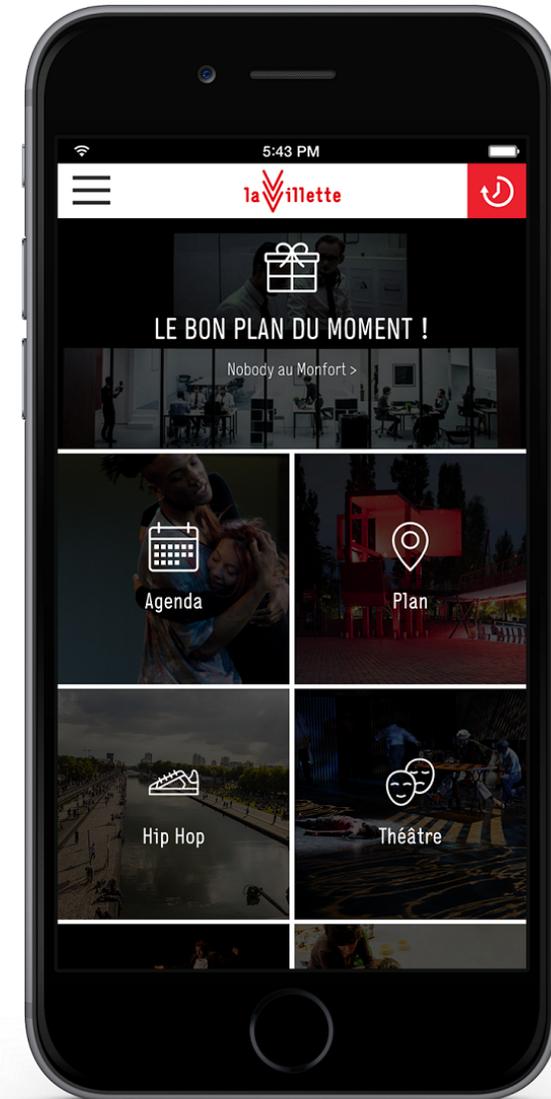
- Répondre aux besoins identifiés en intégrant :
 - carte interactive avec module d'itinéraire sur le parc
 - publication de bons plans hebdo sur inscription mail
 - entrées thématiques sous forme de mosaïque
- Rédaction cahier des charges et appel d'offre pour recruter l'agence
- Encadrement prestataires choisis jusqu'à publication
- Suivi de projet en méthode Agile - 3 sprints d'une semaine

Chiffres clés

15 000 téléchargements de novembre 2015 à décembre 2016

8 100 comptes créés via l'application mobile

5/5 sur Appstore & **4,7/5** sur Android



GRAND PROJET : BORNES NFC

Octobre 2015 – Juin 2016

Offrir aux abonnés une technologie de pointe leur permettant d'obtenir des contenus exclusifs via la carte d'abonnement et des bornes NFC implantées sur le parc

- **Définition l'expérience utilisateur**
 - Design d'expérience : « augmentation » des cartes d'abonnés, format et design des bornes en cohérence avec le design et l'architecture du parc, parcours utilisateur in situ,
 - Refonte du parcours utilisateur : création des comptes utilisateurs personnel liés aux comptes de billetterie, refonte de la base de données billetterie, refonte du parcours d'achat en ligne,

- **Cadrage juridique et financier**
 - Rédaction cahiers des charges et appels d'offre pour recruter l'ensemble des prestataires (AMO, agence web, constructeur bornes NFC, fournisseur de cartes, prestataire billetterie...)
 - Suivi juridique des procédures de marchés publics
 - Suivi du budget transversal à l'ensemble des directions



GRAND PROJET : BORNES NFC

- Suivi de production du projet
 - Encadrement de l'ensemble des prestataires (travaux, électricité, billetterie, web...)
 - Coordination interne d'une équipe projet dédiée de 25 personnes : service de la communication, informatique, billetterie, bâtiment, technique & spectacles, juridique, administration
 - Définition des emplacements des bornes,
 - Raccordement des lieux en fibre optique, équipement en switch et serveurs dédiés
 - Suivi des développements web avec l'agence retenue en méthode Agile - 8 sprints d'une semaine
 - Tests utilisateurs en condition réelle : parcours sur le site, sur tablette et en mobile de l'expérience allant de l'achat d'abonnement au badge sur une borne



Chiffres clés

+ de 30 500 comptes utilisateurs créés avec le lancement des comptes personnels (entre avril et décembre 2016)

+ de 2500 abonnés équipés d'une carte NFC

GRAND PROJET : MICRO FOLIES

Janvier 2016 – Janvier 2017

Proposer dans des lieux faiblement dotés en matière d'équipements culturels un projet global offrant l'accès aux trésors artistiques de la nation, favoriser la création, animer les territoires

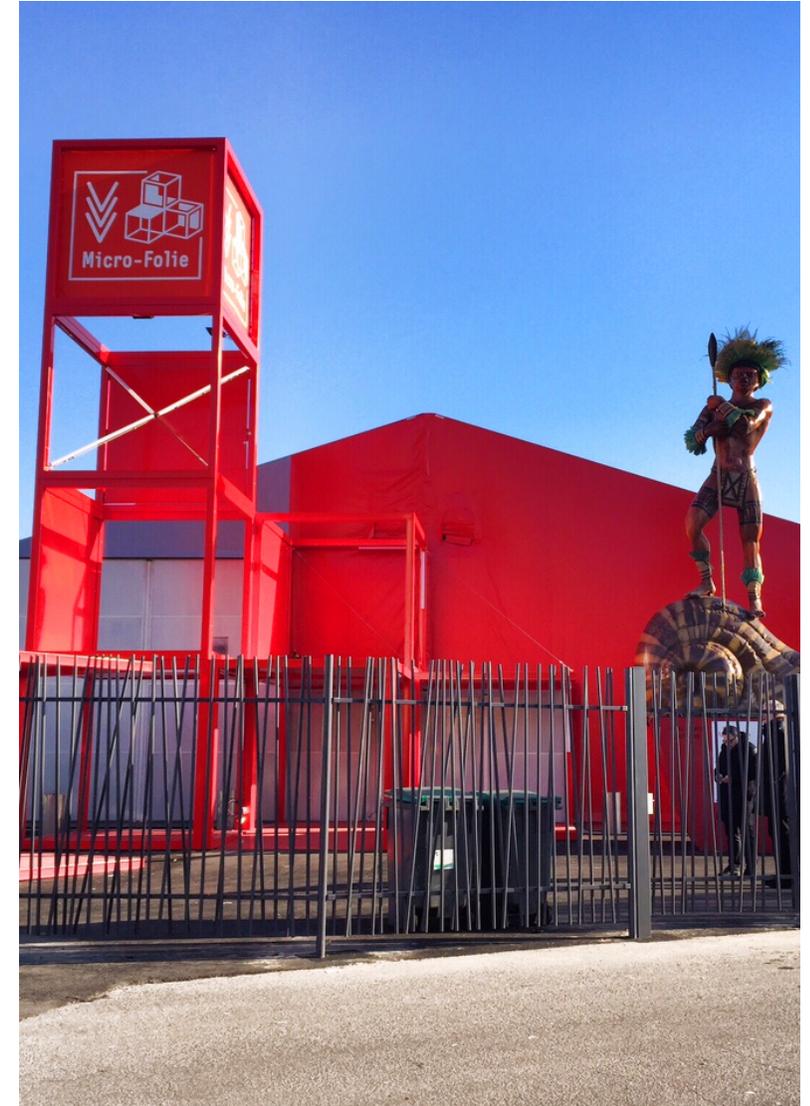
- **Conception du musée numérique**
 - A la naissance du projet : conception du musée numérique intégrant un écran géant et un lot d'équipements numériques permettant la diffusion des contenus artistiques des établissements partenaires,
 - Présentations institutionnelles du projet de musée numérique,
 - Recherche de partenariat (Institut culturel de Google, Cisco, PWC...)

- **Cadrage juridique et financier**
 - Rédaction cahiers des charges et appels d'offre pour recruter l'ensemble des prestataires (AMO, agence web, constructeur bornes NFC, fournisseur de cartes, prestataire billetterie...)
 - Suivi juridique des procédures de marchés publics
 - Suivi du budget transversal à l'ensemble des directions



GRAND PROJET : MICRO FOLIES

- Suivi de production du projet
 - Recrutement prestataire assurant la mise en œuvre du premier musée numérique à Sevrans,
 - Suivi de production de l'application permettant l'accès aux contenus diffusés dans le cadre du musée numérique,
 - Conception et suivi de production d'un template de site internet « Micro Folie », duplicable pour chaque ville s'équipant d'une Micro Folie (<http://sevrans.micro-folies.com>)



Chiffres clés

12 janvier 2017 inauguration de la première Micro Folie à Sevrans

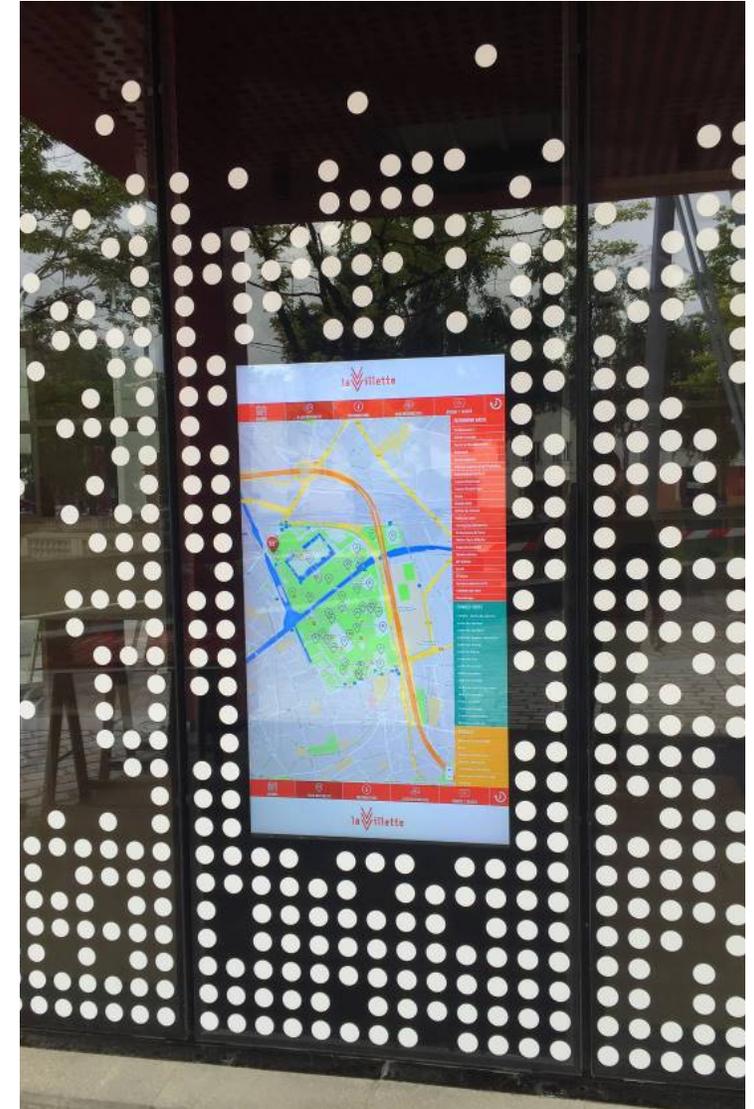
8 institutions partenaires : Centre Pompidou, Château de Versailles, Louvre, Philharmonie, Picasso, Musée du Quai Branly, RMN – Grand Palais, Universciences

65 œuvres numérisées diffusées via le musée numérique

PROJETS DIVERS

Novembre 2013 – Janvier 2017

- Mise en place d'**écrans interactifs** dans les folies d'accueil et billetterie du parc,
- **Visites virtuelles en 360°** de la Villette via 'Google360°' des espaces de la Grande halle, WIP et Pavillon Paul Delouvrier,
- Intégration d'une **plateforme de crowdfunding** sur le site,
- Création du **blog** de la Villette et de la **version anglaise** du site,
- **Refonte graphique du site** avec la nouvelle charte graphique en 2015



REFONTE DU SITE INTERNET

Février – avril 2012

- Définition de l'arborescence du site,
- Encadrement de l'agence web en charge du développement,
- Suivi de production du site internet jusqu'à sa mise en ligne,
- Récupération des contenus auprès de l'ensemble des services,
- Editorialisation et mise en forme des contenus,
- Suivi de production de la version anglaise du site,
- Suivi de traduction de l'ensemble des contenus,
- Conception et suivi de production de la version Responsive du site



Chiffres clés

110 000 VU/mois (en 2013) contre 34 000 VU (en 2012)

3 pages consultées par visites (en 2013)

2,3 minutes par visites (en 2013)

APPLICATION MOBILE

Mai – juillet 2012

- Définition du design et de l'arborescence de l'application,
- Coordination du projet en partenariat avec Orange en mécénat de compétences et l'agence prestataire désignée,
- Suivi de production de l'application Iphone et Android,
- Editorialisation et mise en forme des contenus spécifiques à l'application : focus, frise historique...



Chiffres clés

11 000 téléchargements de l'application sur Iphone et Android
(en septembre 2013)

NEWSLETTERS

Janvier 2013

- Définition nouveau format : fréquence bi-mensuelle, conception graphique nouveau template,
- Coordination avec l'ensemble des services concernés pour les mises en avant bi-mensuelles,
- Editorialisation des contenus, rédaction des chapôts,

Chiffres clés

38200 abonnés (en septembre 2013)

47% de taux d'ouverture moyen

6% de taux de clics moyen

Si vous ne visualisez pas correctement cette page, cliquez [ici](#)

PALAIS DE TOKYO

EN



PAVILLON :
Appel à candidature

Texte chapeau...Répondant à l'invitation du Musée éclaté de la presqu'île de Caen, Le Palais de Tokyo a choisi de présenter Hicham Berrada .

A partir du 20 juin... [\(suite\)](#)



HORS-LES-MURS :
Berrada

Texte chapeau...Répondant à l'invitation du Musée éclaté de la presqu'île de Caen, Le Palais de Tokyo a choisi de présenter Hicham Berrada .

A partir du 20 juin... [\(suite\)](#)



HORS-LES-MURS :
Gonçalo Séna

Texte chapeau...Répondant à l'invitation du Musée éclaté de la presqu'île de Caen, Le Palais de Tokyo a choisi de présenter Hicham Berrada .

A partir du 20 juin... [\(suite\)](#)



VISITE :
Palais décalés



EVENT :
Grosse Fatigue



EXPO :
Derniers jours

COMMUNITY MANAGEMENT

Février 2012 – Novembre 2013

- Définition d'une **stratégie de communication** sur les réseaux sociaux,
- **Structuration de la présence**, ton et fréquence sur Facebook, Twitter et Youtube,
- Création et animation des comptes :
 - **Instagram** : relai des prises de vue photographes et coulisses, entre 3 et 5 publications par semaines,
 - **Tumblr** : 1 post par jour sur les coulisses du Palais,
 - **Pinterest** : album par grande saison,

PALAIS DE TOKYO

TOUTES LES PHOTOS ET VIDEOS DU PALAIS DE TOKYO : VERNISSAGES, EXPOSITIONS, CONCERTS, PERFORMANCES, PROJECTIONS, RENCONTRES, SOIREES, ETC.

SITE FACEBOOK TWITTER PINTEREST INSTAGRAM



CHAMPS ELYSEES

Du 21 juin au 9 septembre

[Voir l'article sur le site](#)



GESTUELLE

Andréa Fernandez
06 73 31 76 88

Gestuelle.paris@gmail.com

<http://gestuelle.paris>

