

GESTUELLE

STUDIO DE CRÉATION
DE CONTENUS VIDÉO
ET ÉDITO



GESTUELLE // Andréa Fernandez

8 ans d'expériences en stratégie éditoriale
et conduite de projets en établissements 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
andrea@gestuelle.fr
<http://gestuelle.fr>

GESTUELLE // Savoir-faire

- RÉALISATION ET MONTAGE VIDÉO

- Reportages, entretiens longs ;
- Interviews courtes, formats rapides, montages cut ;
- Teasers et vidéos bilans d'un événement ;
- Captations d'événement

Expériences : Festival Paris l'été, Théâtre 13, Arte, La Belle Friche, Cadence parfaite, Magasin des horizons, Cité des Sciences

- RÉDACTION DE CONTENUS

- Programmes, plaquettes de saison, articles

Expériences : Cnes, Courrier du Vietnam...

GESTUELLE // Savoir-faire

• STRATÉGIE ÉDITORIALE

- Définition d'un ton par plateforme pour servir un objectif (positionnement, image de marque, cible de public, vente...) ;
- Adaptation et optimisation des contenus par support de diffusion ;
- Mise en place d'un planning éditorial

Expériences : Festival Paris l'été, Théâtre 13, Cité des Sciences, Cnes, Palais de Tokyo, La Villette

• COMMUNITY MANAGEMENT

- Animation des réseaux sociaux suivant la stratégie éditoriale définie préalablement ;
- Couverture d'événements en live : relai photos et vidéos prises à l'appareil – Sony A7 iii, retraitées sur téléphone ou laptop suivant configuration de l'événement

Expériences : Festival Paris l'été, Théâtre 13, Cité des Sciences, Cnes, Palais de Tokyo, La Villette

GESTUELLE // Fluidité et continuité de services



En cas de périodes de vacances, de maladie, ou en complément de mes savoir-faire je peux m'appuyer sur une communauté de partenaires, rencontrés lors de mes deux années de freelance et de mes expériences précédentes.

Au premier rang desquels : une société de production vidéo avec qui j'ai travaillé pendant plusieurs années, des free-lances graphistes et spécialisés en motion-design.

Les références
de
GESTUELLE

The logo for the television channel arte, featuring the word "arte" in a bold, lowercase, orange sans-serif font.The logo for Festival Paris L'été, with "FESTIVAL" in small pink letters, "PARIS L'ÉTÉ" in large pink letters, and "ARTS SCENES & SUN" in small black letters below.The logo for Théâtre 13, featuring the word "Théâtre" in white on a dark red background, the number "13" in large white font, and "Jardin" and "Seine" in smaller white text on teal and orange backgrounds respectively.The logo for Le GRÉSIVAUDAN, with "Le" in blue, "GRÉSIVAUDAN" in dark blue, and "LE DÉPARTEMENT" in small blue letters below.The logo for CADENCE PARFAITE, with "CADENCE" and "PARFAITE" in bold black uppercase letters stacked vertically.The logo for MAGASIN DES HORIZONS, featuring the text "MAGASIN DES HORIZONS" in white uppercase letters inside a purple hexagon.The logo for BnF (Bibliothèque nationale de France), featuring the text "{ BnF" in black, with the opening curly brace on the left.The logo for Arts IN THE VIPS, with "Arts" in purple, "IN THE" in small black letters, and "VIPS" in large green letters, with "ART CREATION" in small black letters below.The logo for cité sciences et industrie, with "cité" in white lowercase letters on a black square, and "sciences et industrie" in small black lowercase letters below.The logo for cnes OBSERVATOIRE DEL'ESPACE, with "cnes" in blue lowercase letters and "OBSERVATOIRE DEL'ESPACE" in black uppercase letters to the right.The logo for KROSSING OVER ARTS FESTIVAL, with "KROSSING OVER ARTS FESTIVAL" in white uppercase letters on a blue rectangular background.The logo for LE COURRIER DU VIETNAM, with "LE COURRIER" in red uppercase letters and "DU VIETNAM" in black uppercase letters below.The logo for QUENTIN HINDLEY, with "QUENTIN" and "HINDLEY" in bold black uppercase letters stacked vertically.



PRODUCTRICE DE CONTENUS VIDÉOS ET ÉDITORIAUX

2019-2020

Créatrice de contenus vidéos et éditoriaux dans le cadre d'un marché d'un an pour le service de Community Management sur les Réseaux Sociaux de la chaîne.

- Réalisation de vidéos : reportages, interviews, teasers...
- Adaptation de vidéos aux différents formats de diffusions : 16/9, carré, 9/16 et vertical pour une diffusion sur Instagram HDTV et story
- Production de contenus à partir des éléments fournis par les sociétés de production autour des programmes web de chaîne afin de faire leur promotion sur les réseaux sociaux
- Conception de contenus originaux pour assurer la promotion sur les réseaux sociaux des programmes web de la chaîne

Exemple de réalisation :

Interview de Régis Brochier, dans le cadre du programme Nanaroscope. Réalisation de l'interview en 4K, montage en format vertical pour une diffusion sur Instagram HDTV et teasing en story.

<https://www.youtube.com/watch?v=mDsLbQDxY3g>



PRODUCTION DE CONTENUS ET COMMUNICATION EN LIGNE

Éditions 2017, 2018 et 2019

Définition du plan de communication en ligne et de la stratégie de contenus pour asseoir le nouveau positionnement du Festival, assurer le renouvellement de son public et sa fidélisation

- Coordination de l'ensemble de la production de contenus et des prestataires impliqués : teaser, série d'épisodes vidéo couvrant l'ensemble du festival, interviews d'artistes, micro-trottoirs du public et habitants, vidéo bilan, photos pour la presse et les réseaux sociaux,
- Animation des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram et Youtube,
- Paramétrage et suivi des campagnes de publicité Facebook

Exemples de réalisations :

Série vidéo Paris l'été au jour le jour – « Surgissements »

https://www.youtube.com/watch?v=uQnA_ElX7cU&list=PLnEf8vgilJEbxfnYQivJ9Btey4cemk28-&index=2&t=0s



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...

Exemple de réalisation :

Interview de Léonard Matton et Emmanuelle Bercot dans le cadre de l'adaptation de Face à Face de Bergman.

https://www.youtube.com/watch?v=xr_4c3nlhbs



RÉALISATION DE REPORTAGES VIDÉO

Hiver 2018/2019

Réalisation d'une série de reportages vidéos autour des artistes associés au Magasin des horizons, centre d'art contemporain de Grenoble

- Ralston & Bau,
- Chloé Delaume,
- Gabrielle Boulanger,
- Pamina de Coulon,
- Et Béatrice Josse, directrice du lieu dans le cadre d'une vidéo de présentation globale du programme de résidences

Exemple de réalisation :

Interview de Pamina de Coulon dans le cadre de son travail d'écriture et de recherche au Magasin des horizons. Vidéo réalisée en 4k, reportage sur son exposition illustrant ses recherches.

<https://www.youtube.com/watch?v=N6hMcZmhNns>



RÉALISATION D'UNE CAPTATION DE CONCERT ET DE 3 VIDÉOS COURTES

Avril 2019

- Réalisation de la captation intégrale du concert.
Équipement : 2 caméras (une fixe, une mobile), enregistrement du son avec un Zoom 4
- Réalisation d'une vidéo bilan de la journée, de 3 min, allant de la livraison du piano aux saluts des artistes face public
- Réalisation de deux interviews des artistes : Franck Avitabile, pianiste, et Julie Erikssen, chanteuse.
Format court, montage rapide

Exemple de réalisation :

Interview de Franck Avitabile, montage cut rapide

<https://www.youtube.com/watch?v=VzCq75VjT3M>



RÉALISATION D'UN REPORTAGE VIDÉO

Mars 2019

Réalisation d'une vidéo de couverture d'un événement co-organisé par la Belle Friche à Montévrain sur les thèmes de la concertation et de l'écologie.

- Captation de l'événement le jour j, réalisation des interviews des organisatrices, des partenaires et des habitants engagés dans le projet
- Montage d'une vidéo bilan de la journée de 3 min, présentant les différents acteurs et le projet développé à Montévrain

Voir la vidéo :

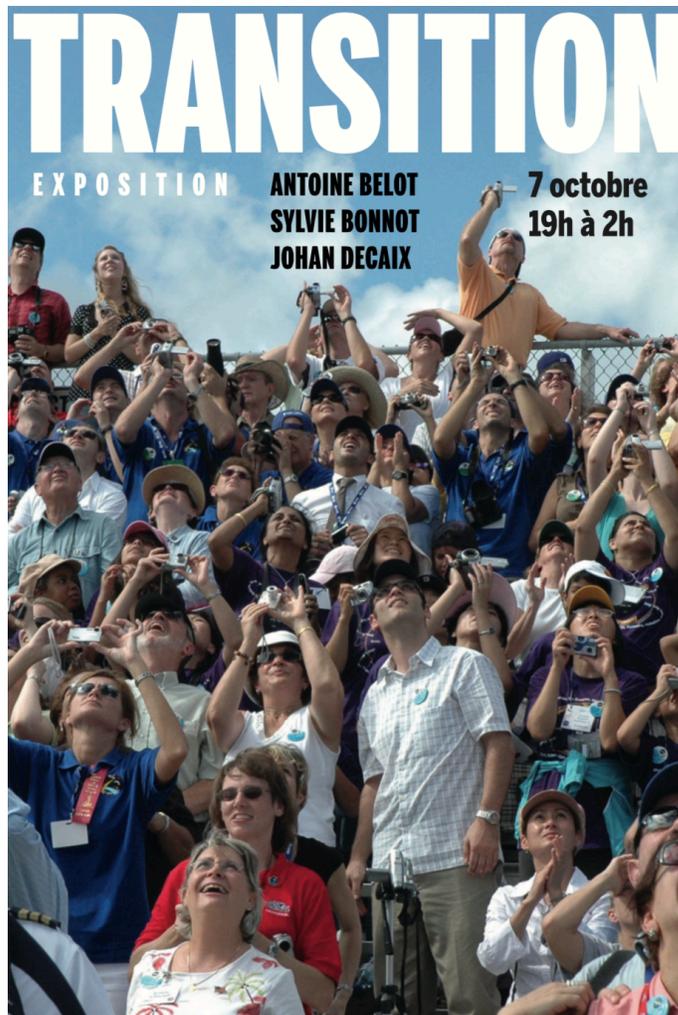
https://www.youtube.com/watch?v=j_Cpj14yr_I



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 – novembre 2018
 - Noël de la Tech – 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, ...



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

AVANT **GESTUELLE**

la  villette

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

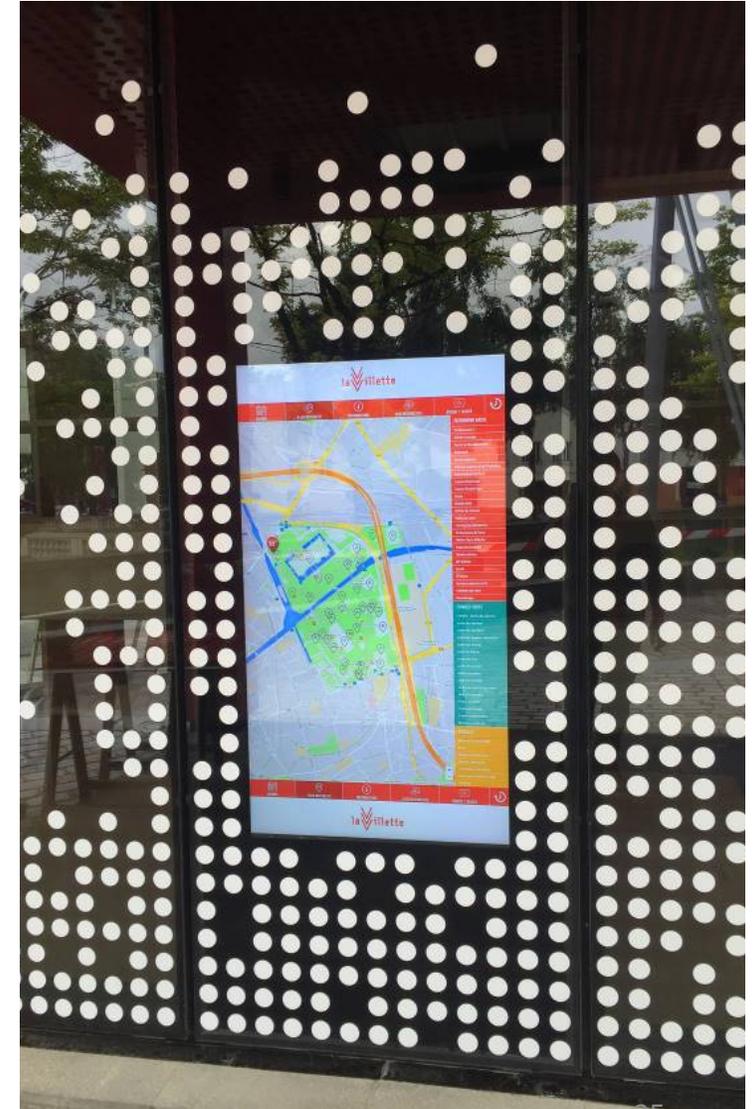
8 institutions partenaires : Centre Pompidou, Château de Versailles, Louvre, Philharmonie, Picasso, Musée du Quai Branly, RMN – Grand Palais, Universciences

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
andrea@gestuelle.fr
<http://gestuelle.fr>

