

R D S
A E T
P A G
P O E
R T

EFAP 2 - 2019/20 - Nov-Mars

Adrien VILLER

SOMMAIRE

1

Préambule

Remerciements
Avant-propos

2

La Cité du Vin

Histoire / Espaces
L'écosystème
Partenaires et Mécènes
L'offre culturelle
L'équipe

3

Description/Analyse

Mes missions
Projets fils rouges
Mon analyse

4

Bilan du stage

5

Interviews CV

Remerciements

Je remercie Maxime Chabaud pour sa confiance ! Ses conseils, sa bienveillance, sa pédagogie et son envie de me transmettre sur différents domaines.

Je remercie Thomas Boue-Grabot qui m'a également pris sous son aile, suite à son arrivée dans le pôle.

Maxime et Thomas ont été, et seront pour moi de bons conseils et à l'écoute.

Je remercie Solene Jaboulet et l'ensemble du pôle marketing et communication, pour leur bienveillance, leur pédagogie et leur confiance, ainsi que l'ensemble des collaborateurs et services de la Cité du Vin.

Je remercie Philippe Massol, directeur général de la Cité du Vin pour son accueil.

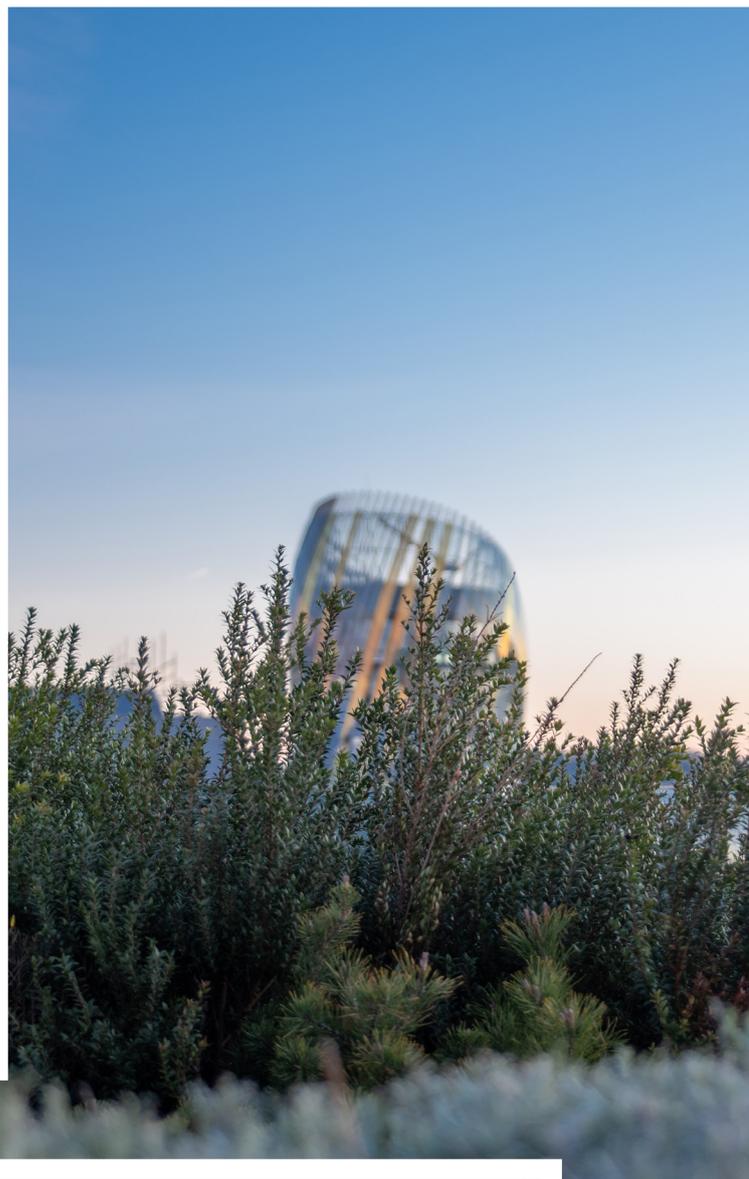
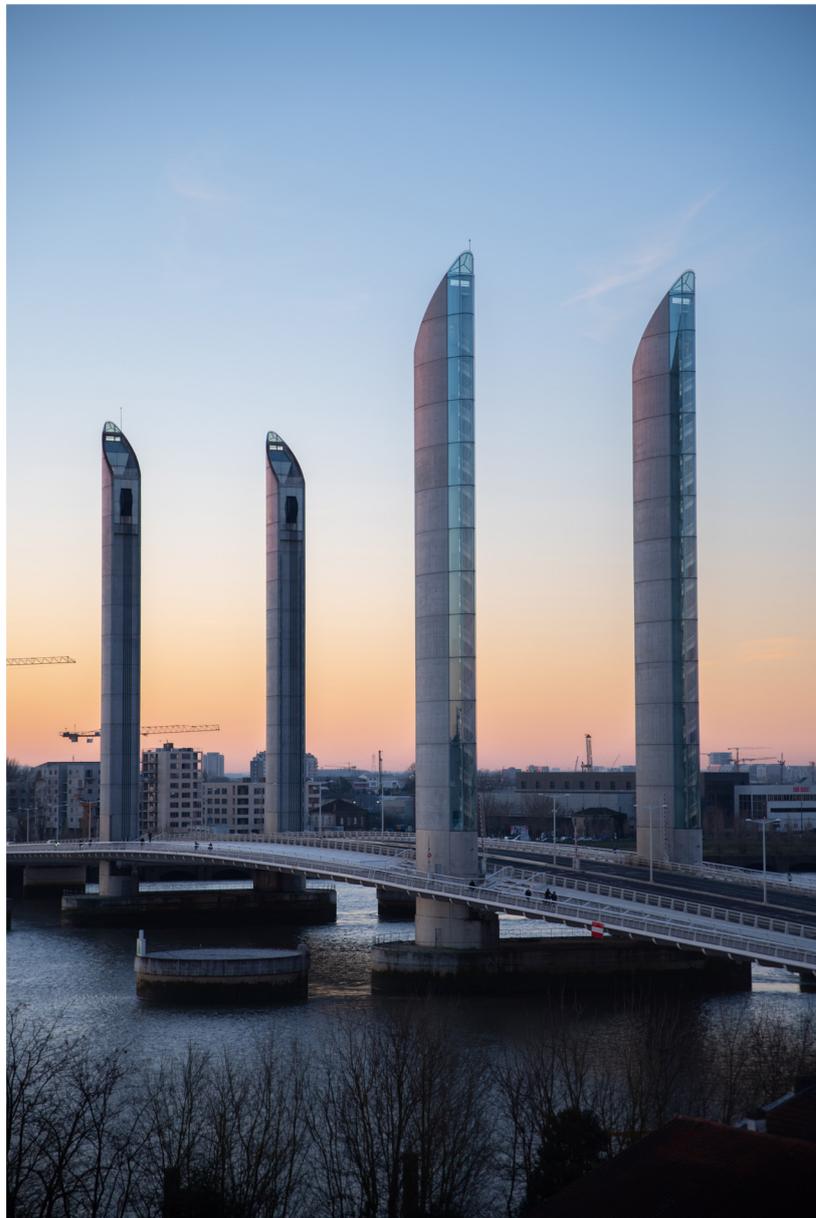
Je tiens à remercier ma famille, qui me soutient et croit en moi depuis toujours.

Avant-propos

La Cité du Vin est un lieu qui est devenu au fil des années emblématique pour Bordeaux, bâtiment gigantesque avec son architecture audacieuse et ses 55 mètres de haut, grâce aussi à sa localisation, en plein centre de Bordeaux entre les quartiers dynamiques des Chartrons et de Bacalan, le long de la Garonne et près du pont Chaban.

NB : L'ensemble des photos qui composent ce rapport de stage, ont été produits à travers mon objectif. 📷

Cet immense bâtiment s'étend sur 13 350 m², il est réparti sur 10 niveaux entre le tore et la tour. Il interroge depuis l'ouverture en 2016, étrangers, touristes, Français et Bordelais... Chaque détail de l'architecture évoque l'âme du vin et l'élément liquide en mouvement.



©AV
16/01/2020



Histoire de La Cité du Vin

La Cité du Vin ouvre ses portes le 1er Juin 2016. À l'origine du projet, en 2009, l'association de préfiguration de La Cité du Vin coordonne les études avec la Ville de Bordeaux, maître d'ouvrage et propriétaire du bâtiment.

Membres fondateurs de l'association de préfiguration : La Ville de Bordeaux, Bordeaux-Métropole, la Région Aquitaine - Poitou Charente - Limousin, le Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux.

La Cité du Vin est un phare, elle attire les visiteurs et les touristes vers Bordeaux pour après les renvoyer et réorienter vers les châteaux, dont un grand nombre d'entre eux sont mécènes et partenaires.

La Fondation pour la culture et les civilisations du vin a pour mission de rendre accessible au plus grand nombre le patrimoine culturel, universel et vivant du vin.

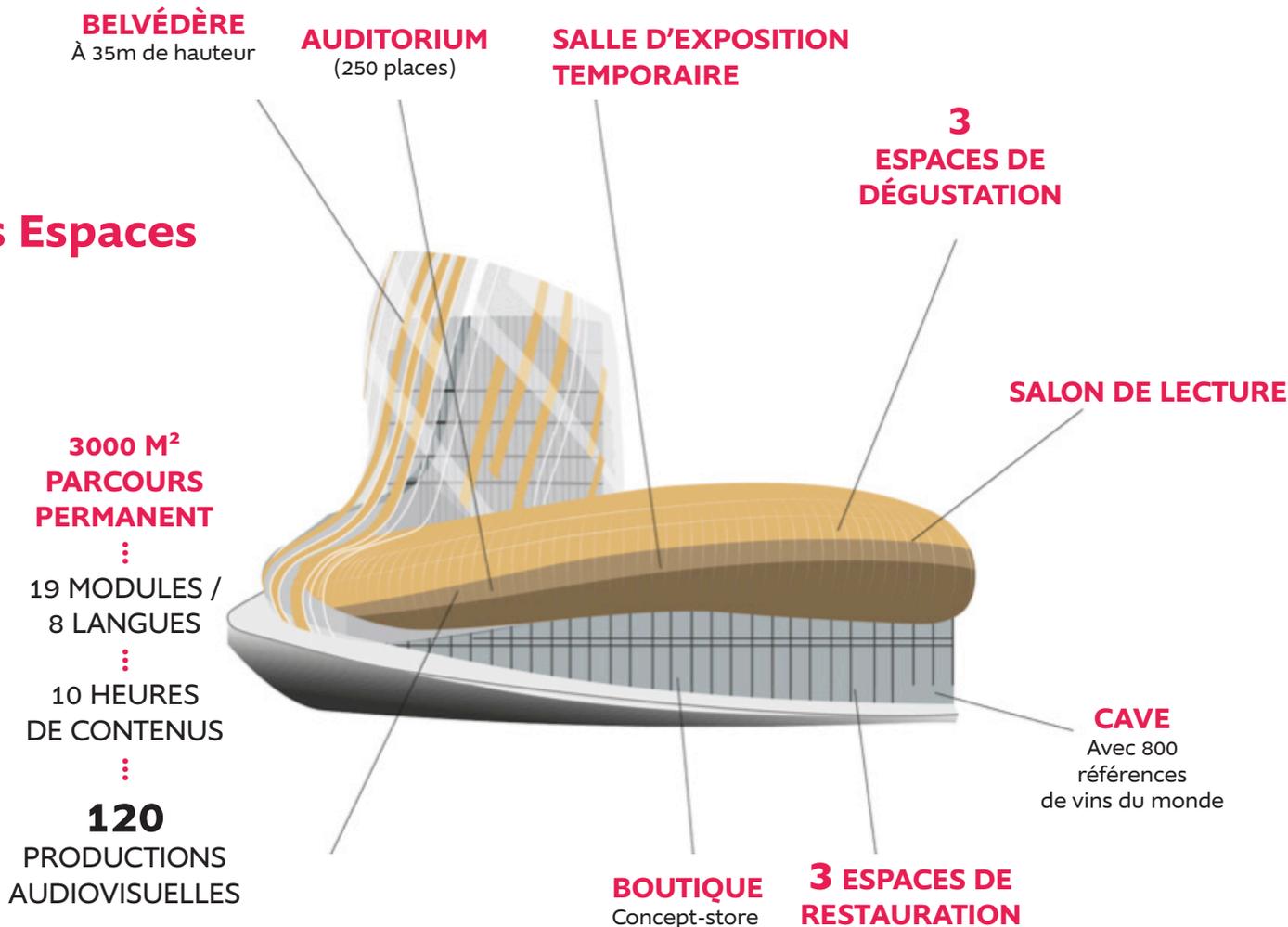
Pour atteindre cet objectif, la Fondation a en charge l'exploitation et le développement de La Cité du Vin.

3 missions

La Fondation pour la culture et les civilisations du vin, reconnue d'utilité publique doit :

- **Sauvegarder, valoriser et transmettre le patrimoine du Vin**
- **Être accessible à tous**
- **Développer la Cité du Vin**

Les Espaces



L'écosystème concurrentiel de La Cité du Vin

La cité du vin est actuellement le seul musée autour de la culture du vin en France et dans le monde.

Avec 416 000 visiteurs accueillis en 2019, portant son nombre total de visiteurs depuis son ouverture à plus d'1,5 million.

En 2019, la Cité du Vin a accueilli 178 nationalités, un visitorat de plus en plus international : la part des visiteurs étrangers représente 46 % (un résultat en augmentation de 20 % par rapport à 2018). Les

Britanniques, les Espagnols et les Américains ont été les visiteurs étrangers les plus nombreux, suivis des Italiens et des Allemands

La Cité du Vin est le 4ème musée le plus visité de France, hors Ile-de-France derrière le Musée des Confluences, le Louvre Lens et le MuCEM.

« On retrouve plusieurs types de concurrents directs et indirects. Sur Bordeaux (et ailleurs), il n'y a pas d'équivalent à la Cité du Vin. En revanche, si on prend les City breakers, en visite sur 2 jours sur Bordeaux, la Cité du Vin peut se trouver en concurrence avec les Châteaux du vignoble bordelais (dans la même thématique),

ou d'autres musées (Bassin de Lumières qui vont ouvrir par exemple) sur la thématique culturelle.» Évoque Thomas Boué-Grabot. « Il faut représenter pour le touriste sur Bordeaux ou le résident, un point de visite obligatoire lors de son passage à Bordeaux. » Souligne Maxime Chabaud

Avec l'ensemble de l'équipe marketing et communication, nous avons lors de mon stage eu l'occasion de visiter, d'observer et comprendre l'ingénierie de 3 lieux culturels en France. Le Musée de la Mer Marine à Bordeaux, La Cité de la gastronomie et le Musée des Confluences à Lyon.

Partenaires de la Cité du Vin

Partenaires viticoles de la Cité du Vin

La Cité du Vin souhaite faire découvrir la richesse et la diversité viticole mondiale. Elle invite à un voyage unique autour de grandes variétés de vins du monde. Cette immersion n'aurait pu être envisagée sans la participation de nombreux organismes, interprofessions, chambres de commerce et associations régionales qui se sont associées à La Cité du Vin à travers des partenariats élaborés autour des régions et pays viticoles à travers le monde. Les vins issus de ces nombreux partenariats sont proposés à la dégustation au belvédère et pendant les ateliers de dégustations.

Partenaires commerciales de la Cité du Vin

Grâce à des partenaires commerciaux, la Cité du Vin s'associe à des marques pour son fonctionnement, exemple avec Chef et Sommelier pour l'ensemble des verres de dégustations ou l'entreprise Bretonne Armor Lux, pour les tenues des collaborateurs en contact avec le public. D'autres partenaires commerciaux existent pour soutenir des projets culturels, comme des médias. Enfin des partenariats locaux, comme avec les Girondins de Bordeaux ou TBM, pour de l'espace publicitaire.

Mécènes de la Cité du Vin

La Cité du Vin à l'inverse des musées traditionnels, est entièrement financée par ses ressources propres (ventes billetterie et boutique, privatisations d'espaces et loyers des commerçants) et par des fonds privés issus du mécénat : c'est un modèle économique original parmi les équipements culturels Français.

Au travers de son activité et de sa renommée a su constituer des partenariats qualitatifs dans la durée, cependant pour une levée importante de fonds le mécénat est indispensable au fonctionnement de l'offre culturelle de la Cité du Vin. On le voit avec la programmation culturelle. La programmation culturelle, ainsi que les expositions temporaires de la Cité du Vin sont développées grâce à la générosité d'entreprises mécènes.



Diffusion vidéo
Stade Matmut Atlantique
Match Bordeaux-Nice
1/03/2020





Une offre culturelle variée et complète

Au 1er étage...

Plusieurs activités de médiation culturelles permettent aux visiteurs d'aller plus loin dans la découverte des cultures et des civilisations du vin.

Notamment grâce à **des ateliers** : ils sont organisés dans 3 espaces :

En journée sur différents temps forts. On voyage grâce à un tour du monde des marchés des 4 continents, on parle des sols, climats, modes de cultures, choix des cépages... On découvre ou re-découvre le vignoble de Bordeaux : son terroir, ses cépages et son savoir-faire. Ou on s'initie à la dégustation du vin.

Ou en soirée lors d'after-works récurrents les jeudis soir. Vins et chocolats du monde, Vins et fromages du monde mais aussi Vins et caviar d'Aquitaine se rencontrent lors d'ateliers gourmands, tandis qu'une région viticole est à l'honneur dans les vins du monde tous les 3èmes jeudis du mois.

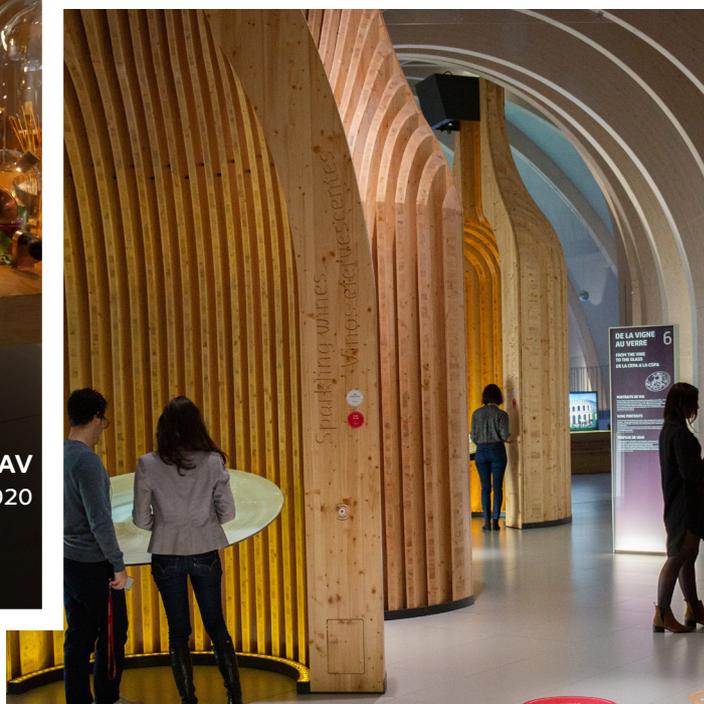


... au 2eme étage ...

le parcours permanent : au cœur de la Cité du Vin. Cet espace comprend 19 modules thématiques avec 10 heures de contenus interactifs.



©AV
12/02/2020





...l'Auditorium...

: Chaque semaine, plusieurs rendez-vous sont proposés aux visiteurs et aux Bordelais. Spectacles, concerts, projections, rencontres et débats se succèdent dans l'auditorium à chaque saison culturelle. La programmation se décline sous trois volets les cycles récurrents, les événements et les événements en lien avec l'exposition temporaire du moment.

©AV
12/02/2020

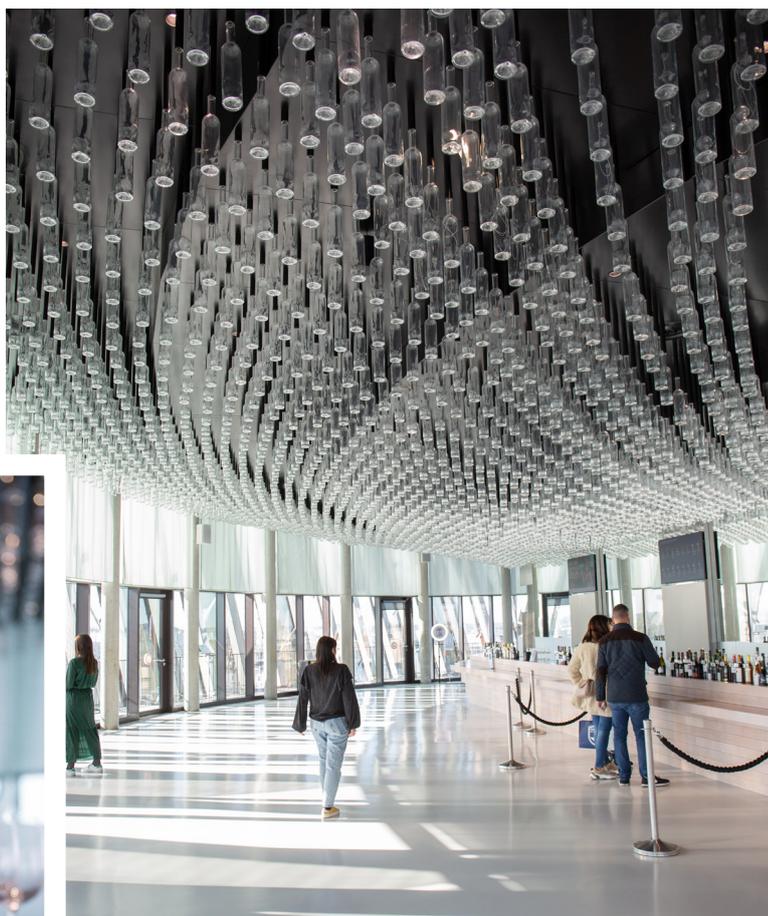


©AV

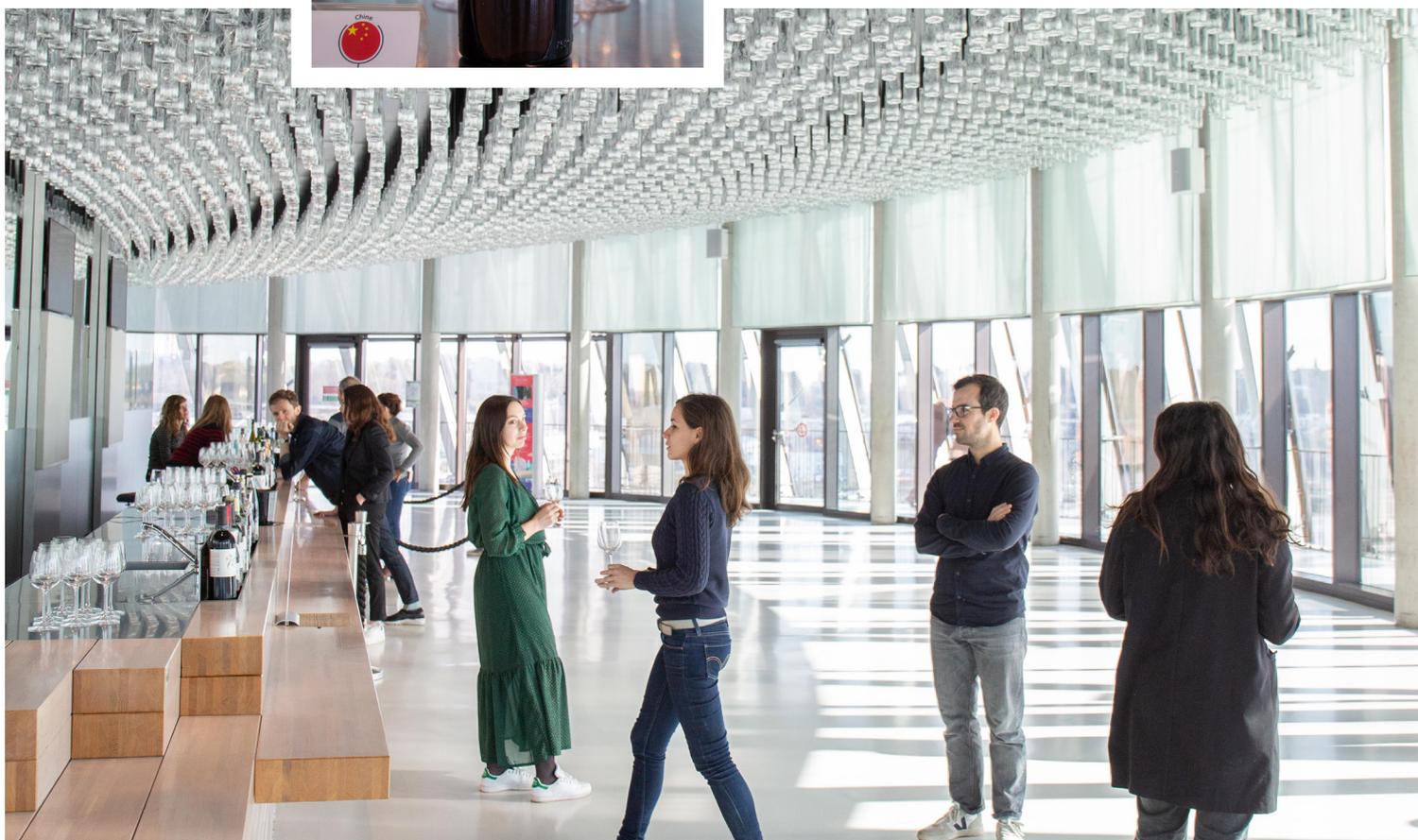
... au 8ème étage !

le Belvédère : culmine à 35 m de hauteur. Point d'orgue de la visite, le Belvédère, offre l'opportunité unique d'admirer Bordeaux et ses alentours en dégustant un verre de vin provenant d'un vignoble du monde et conseillé par un médiateur oeno-culturel.

Entièrement vitré, avec une vue 360°, une lustrerie composé de milliers de bouteilles et un comptoir en chêne de 10 mètres de long !



©AV





PHILIPPE MASSOL
Directeur général

L'équipe de La Cité du Vin



G ERALDINE CLERC
Directrice du Mécénat



PHILIPPE HERNANDEZ
Directeur de la programmation
et du développement culturel



ERIC FOURNIER
Directeur du numérique
et des systèmes d'information



SOPHIE LANGUILLAUME
Directrice de l'Accueil et des
Ventes



SOLÈNE JABOULET
Directrice marketing et
communication



LAURENT BASSE-CATHALINAT
Secrétaire général



Direction marketing et communication



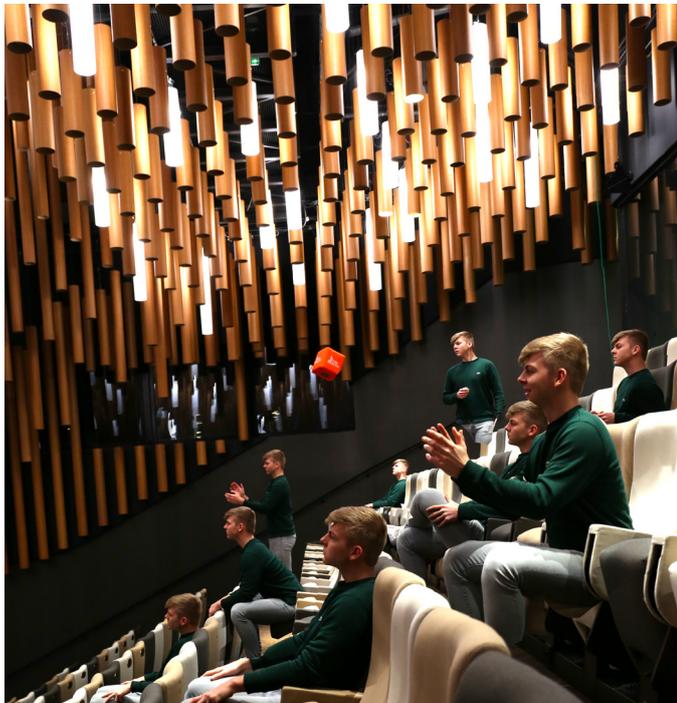
Mon stage s'est déroulé au sein du service marketing et communication de la Cité du Vin. Un service composé de plusieurs pôles : graphisme, presse, print, partenariat et enfin le service digital.

La Cité du Vin a l'ensemble de sa communication internalisée, c'est-à-dire que de la réflexion jusqu'à la conception, en passant par l'action et le bilan final tout est intégralement réalisé par le service communication de la Cité. Aucune agence ne travaille pour le service, ni pour ses graphismes ni pour les productions d'illustrations, pas d'agence web pour gérer les différentes communautés ou le site web quotidiennement.

Il y a une forte interconnexion et une grande entraide des pôles au sein du service, cela est permis par la proximité des bureaux, sur le même plateau d'étage, dans un immense open-space. Les échanges sont nombreux grâce à une réunion bimensuelle de l'ensemble du pôle pour évoquer les travaux effectués, en cours ou futurs, réaliser le bilan de certaines actions chiffré à l'appui, un exemple : le bilan de l'année digital ou presse. Ces moments d'échange permettent à chacun de partager un avis en fonction de son domaine de compétence, pour lancer ou faire avancer les projets.

Durant mon stage une newsletter interne, pour l'ensemble des collaborateurs, a été mise en place. Ce projet a été mené à bien celle-ci a pour fonction, d'informer l'ensemble des collaborateurs sur les projets en cours : campagne, offres, promotions...

J'ai eu la chance de réaliser de nombreuses expériences enrichissantes, dans l'ensemble des services pour lesquels j'ai réalisé des shootings photo/vidéo et actions de communication.



©AV
18/12/2019

Service communication de la Cité du Vin
10/12/2019



Mes missions & Projets fils rouges

Au cours de mon stage, 3 principales missions m'ont été demandées. **1** **2** **3**

Sous la direction de Maxime Chabaud, responsable du contenu et des campagnes digitales, et Thomas Boué-Grabot, responsable webmarketing.

1 Création de contenus

L'une de mes missions principales a été la mise en place et la supervision de plusieurs shootings photo et vidéo, dans différents but, pour différents types d'actions promotionnelles, pour le site web, les réseaux sociaux, supports on-line et off-line.

L'obtention de nouvelles photos pour actualiser les différents visuels interne et externe de communication. Sur différents supports.

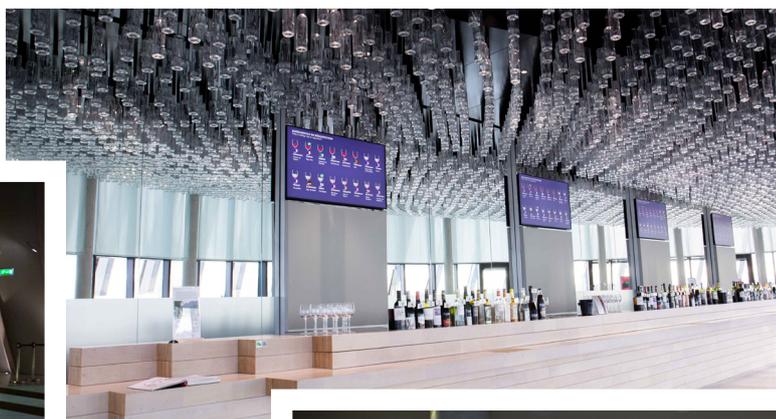
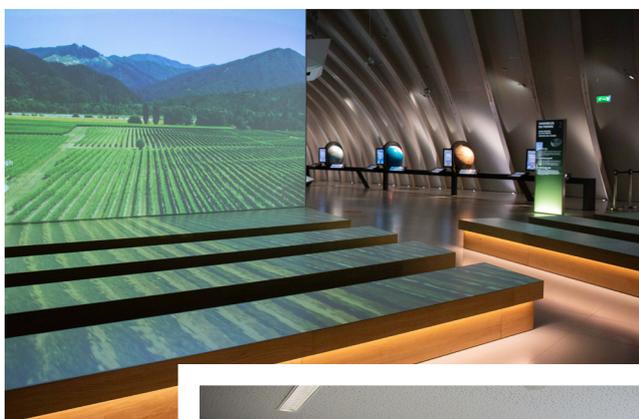
L'organisation seule ou avec une partie de l'équipe, de shootings dans l'ensemble des espaces de la Cité du Vin : les ateliers de dégustation, le parcours permanent, dans certains espaces privatisables, au belvédère pour actualiser les visuels in-situ et externe de communication pour l'ensemble des services (graphisme, presse, BtoB privatisation).



©AV
29/11/2019



©AV
12/02/2022



Réalisation quotidienne de contenus sous différents formats pour réseaux sociaux et site web.

Chaque lundi, la semaine commence avec une réunion planning éditorial de la semaine qui arrive. Nous consultons les événements de la programmation, les ateliers, les événements extraordinaires qui se déroulent à la Cité. Cela nous permet d'effectuer la promotion des événements culturels, cela en amont, pendant et post événement, sur l'ensemble des canaux digitaux.

Nous agissons, sur les 4 principaux réseaux sociaux de la Cité du Vin : Facebook (60k d'abonnés), Instagram (26k abonnés), Twitter (11k abonnés), LinkedIn (9,6 abonnés) mais également sur le site internet avec la publication d'actualités.

Storys et publications organiques ou sponsorisées, concours, photos, ITWs, vidéos...

La publication phare est hebdomadaire, le jeudi soir, c'est la publication du programme du week-end sur Facebook et Instagram avec une photo «wahou», pour donner envie aux Bordelais et excursionnistes

AGENDA	dimanche 8 mars 2020	lundi 9 mars 2020	mardi 10 mars 2020	mercredi 11 mars 2020	jeudi 12 mars 2020
Événements externes					
Expo					
Programmation culturelle				Georgie : voyage aux origines de la vigne	
Atelier					Vins et fromages du monde
IMPORTANT					
Facebook					
Publications organiques			Embed Actu Vignes	Video Vins et Fromages	Prog w/E / V13
Publications sponsorisées					
Instagram					
Publications organiques		Photo ponton	MonkeyBird		Photo w/E
Publications sponsorisées					
Stories					Vins et Fromages
Twitter					
Publications organiques					
Publications sponsorisées					
LinkedIn					
Publications organiques			Embed Actu Vignes		
Publications sponsorisées					
YouTube					
Publication Vidéo					
SoundCloud					
Publication podcast					
Site web La Cité du Vin					
Slide 1					
Slide 2					
Slide 3					
Médiathèque					
Actualités			Actu Vignes et des Hommes		Prog w/E / V13
Emailing					
Abonnés					
Anciens abonnés					
Générique					
Récurrent					
Privatisation & groupes					

La Cité du Vin
1 mars, 10:45 · 🌐

cœur de Bordeaux, voyagez dans la Cité du Vin : Découvrez le Parcours permanent Initiez-vous à l'art de la dégustation Profitez d'une vue panoramique au Belvédère



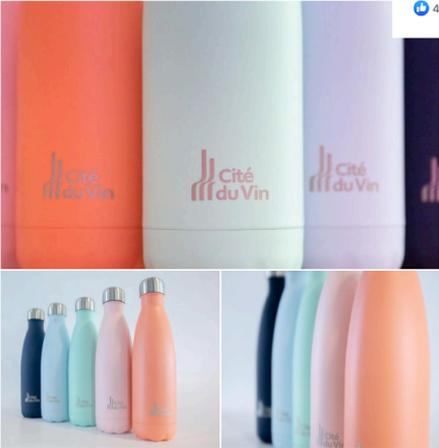
👍 271
👍 J'aime 💬 Comment

La Cité du Vin - Fondation pour la culture et les civilisations a.
9 582 abonnés
3 sem. • Modifié • 🌐

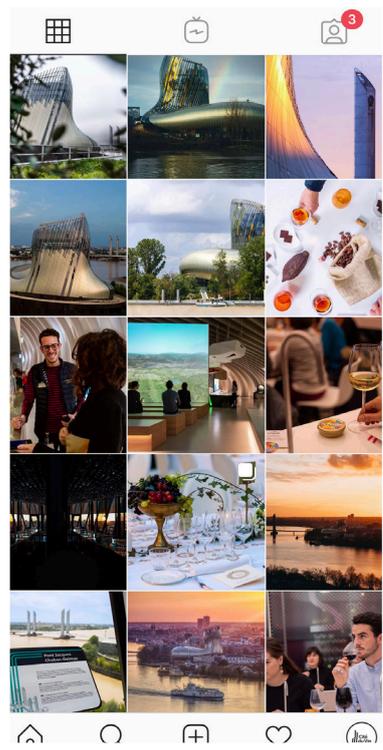
[Finis les bouteilles d'eau en plastique, place aux gourdes durables !]

Le Comité social et économique (CSE) de la Cité du Vin, toujours dans sa démarche éco-responsable et durable, a offert à chacun des 110 collaborateurs sa gourde personnelle. Idéal pour se désaltérer durablement et en couleu comme hiver !
[Qwetch](#)

#Qwetch



👍 47
👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager



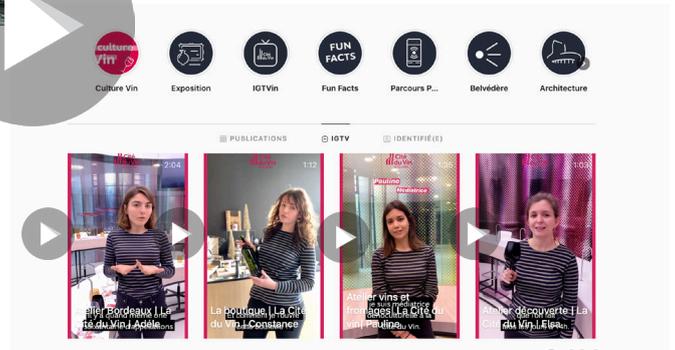
Cité du Vin @laciteduvin · 10 janv.
🍷 🍷 SAISON CULTURELLE 2020 🍷 🍷
Le nouveau livret de programmation culturelle Janvier-Juillet 2020 est arrivé !
A télécharger ou consulter via ce lien bit.ly/35DrIZg





Réalisation pour des besoins spécifiques de contenus vidéos sur les réseaux sociaux , le site web et in-situ.

En 2020 la vidéo est une tendance web-marketing du moment. Plusieurs contenus vidéos ont été réalisés, pour les différents réseaux, aux formats qui leur correspondent (carré, 16/9 horizontal ou vertical). Pour promouvoir notamment les ateliers avec **la série IGTVin** sur Instagram, **plusieurs ITWs d'intervenants** tels que « Vin et santé » avec Jean Saric ou avec Sylvie Cazes. Également avec la réalisation d'une vidéo de présentation générale sur le thème de «**préparer sa visite**», lors d'un achat en ligne.



©AV
Série de vidéos Instagram «IGTVin» du 3 au 19/12/2019



©AV
31/01/2020

Actualités de La Cité du Vin

Que faire à Bordeaux le week-end du 28, 29 février et 1 mars ?
Publié le 27 février 2020

La pluie est au rendez-vous ce week-end, alors pourquoi pas ne pas aller l'utiliser à l'agréable en découvrant les richesses du musée tout en profitant de la chaleur de la Cité du Vin ?

[PLUS D'INFORMATIONS](#)

Boire avec les dieux - Portrait d'artiste #2 : Monkeybird
Publié le 26 février 2020

Autour de l'exposition temporaire "Boire avec les dieux", découvrez notre websérie sur les artistes présents sur l'exposition. Deuxième épisode avec le duo Monkey Bird.

[PLUS D'INFORMATIONS](#)

Que faire à Bordeaux le week-end du 21,22 et 23 février ? [Spécial vacances de Février]
Publié le 20 février 2020

Venez passer vos vacances à la Cité !

[PLUS D'INFORMATIONS](#)

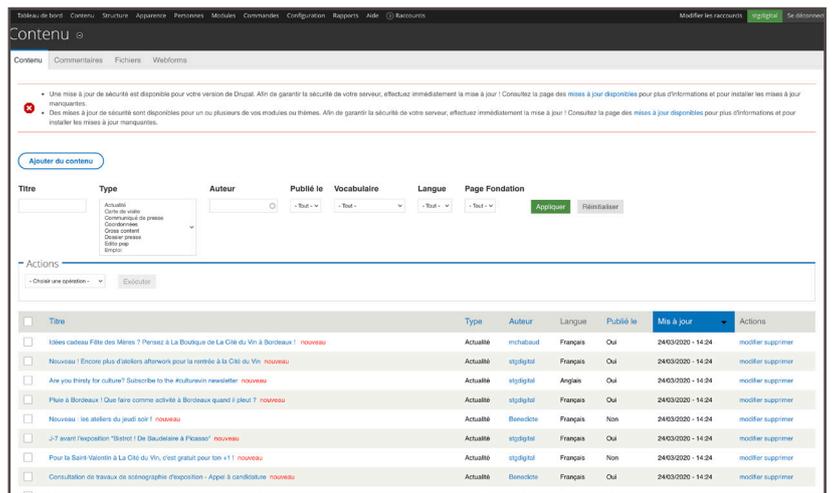
Gala 2020 de la Cité du Vin : Retour en images
Publié le 19 février 2020

Le 30 janvier dernier se tenait la 5ème édition du dîner de Gala de la Cité du Vin. Retour en images sur cette soirée exceptionnelle.

[PLUS D'INFORMATIONS](#)

2 Assistant digital

- Rédaction et publication d'articles « Actualités » sur le site, ce qui favorisent le référencement naturel.
- Suivi des outils digitaux: Facebook Business, Google My Business et Google Analytics.
- Assurer la présence de la programmation culturelle sur l'ensemble des agendas en ligne de Bordeaux.
- Benchmark des différents sites web culturel, suivi du début de la refonte du site internet avec les différents acteurs qui le composent.



3 Général

- Participation à l'activité du service communication .
- Gérer et comprendre un évènement à risque. Comment rester maître de l'image de la Cité du Vin, à travers l'intervention de médias dont les intentions ne sont pas nécessairement bienveillantes.
- Réunion de crise, avec un retentissement tout particulier liée à l'épidémie Covid19.
- Participation à différents voyages d'équipe pour connaître la concurrence (Musée de la Mer Marine de Bordeaux, Cité de la Gastronomie et Confluence de Lyon)
- Participation active à la communication de la prochaine exposition temporaire.
- Réflexion sur les 5 ans de la Cité du Vin.



Projets fils rouges

Les projets fils rouges sont des projets sur lesquels j'ai investi beaucoup de temps, avec différents moments forts du stage. Je souhaite en partager plusieurs ...

L'exposition temporaire la Cité du Vin est l'occasion de communiquer sur un nouveau sujet et d'attirer ou ré-attirer les visiteurs. Durant mon stage, j'ai participé activement à la création de contenus pour l'exposition, comme par exemple la photo de l'exposition déclinée sous différents formats, in-situ et dans Bordeaux pour le tram ou l'affichage urbain.

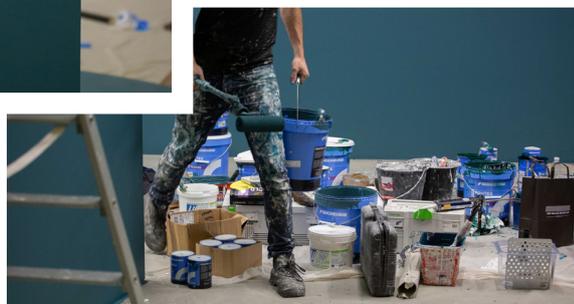


Contenus en lien avec l'expo temporaire Suivi de la construction de l'expo

Pour annoncer, promouvoir et communiquer sur la nouvelle exposition «Boire avec les Dieux», nous avons suivi l'avancée de la construction des différents espaces de l'exposition temporaire.

Un suivi quotidien, relayé sur les réseaux sociaux, pour la newsletter et différentes actualités sur le site internet.

©AV
11/03/2020



Réalisation de A à Z , captation et montage de la vidéo teaser Gala 2020

Le 30 janvier 2020 s'est tenu la 5ème édition du dîner de Gala de la Cité du Vin, au profit de la Fondation pour la culture et les civilisations du vin avec un menu étoilé signé Pierre Gagnaire.

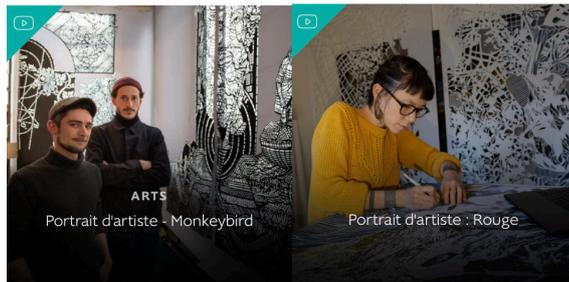
Cette vidéo, déclinée sous plusieurs formats, servira à la promotion et la communication pour le pôle mécénat, pour le prochain Gala de la Cité du Vin en 2021.

©AV
31/01/2020



Contenus en liens avec l'expo temporaire Réalisation d'ITW's d'artistes de l'expo

Médiathèque | Culture Vin



©AV

10/02/2020

Réalisation de 2 ITW's des artistes de l'exposition temporaire «Boire avec les Dieux», dans leurs ateliers à Bordeaux et Paris.

La série de vidéos est partagée sur les réseaux sociaux en version courte ainsi que dans la médiathèque sur le site de la Cité du Vin dans une version longue.



©AV

19/02/2020

La réalisation de shooting pour l'équipe en portrait corporate

Rendu nécessaire pour illustrer une citation, actualiser des documents print ou on-line, ou harmoniser la page «Équipe» du site de la Fondation. J'ai organisé les 3 sessions, pour l'ensemble des collaborateurs de la Cité du Vin, un shooting portrait corporate, pour chacun sur 3 fonds de couleurs.



©AV

11/02/2020

Pourquoi avez-vous choisi de postuler à ce stage, quelles étaient vos attentes vis-à-vis de l'entreprise et de la mission ?

J'ai choisi ce stage au sein du pôle communication digitale pour découvrir l'aspect digital de la communication. Également dans la continuité de mon premier stage où j'ai participé à l'offre culturelle durant 5 mois au côté de Philippe HERNANDEZ Directeur de la culture, mon ancien maître de stage.

La communication digitale, un aspect qui me passionne dont je ne connaissais que peu de choses. J'ai pu ainsi participer activement, et quotidiennement à la création de contenus photos et vidéos, et ainsi compléter mes connaissances dans ce domaine.

Le monde de la communication digitale m'était méconnu, j'ai pu grâce à la bienveillance de Maxime et Thomas découvrir, me familiariser et m'exercer sur différents outils web-marketing, outils business des différents réseaux sociaux et le back office du site internet de la Cité du Vin.

Durant ce stage, Maxime CHABAUD mon maître de stage et l'ensemble du pôle, m'ont laissé une grande liberté d'actions et de créations de certains contenus. J'ai pu ainsi voir mes compétences photos et vidéos ainsi que mes techniques s'étoffer.



Quel est le poste ou le domaine d'activité dans lequel vous souhaiteriez réaliser votre prochain stage, et pourquoi ?

Pour mon stage de 3ème année, je souhaiterais découvrir l'univers viticole, agroalimentaire, événementielle, culturel ou touristique, dans une agence avec une dominante web. Mes deux stages, se sont déroulés chez l'annonceur,

je souhaiterais maintenant découvrir l'univers et l'effervescence de l'agence.



L'expérience a-t-elle répondu à vos attentes ?

Oui ! En tant que stagiaire je me suis senti intégré dans l'équipe, avec des situations plus ou moins complexes. J'ai pu participer et réaliser de magnifiques projets. J'ai découvert différents univers dans la communication digitale, également des notions de graphisme, de relations presses et publiques, d'impressions et de partenariats. Je me suis familiarisé avec l'interaction des communautés, la gestion de l'univers web et d'un site web.

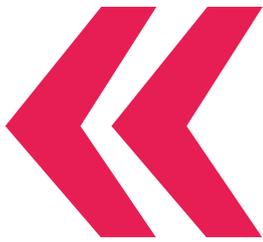
Mes compétences professionnelles se sont donc ouvertes, tout en approfondissant mes notions de création photos et vidéos.

En quoi cette expérience vous conforte ou au contraire vous éloigne-t-elle de votre projet professionnel initial ?

Cette expérience me conforte dans mon projet professionnel, la communication digitale est un univers en constante évolution, avec des mises à jour quotidiennes sur les techniques et méthodes.

Cette communication a l'avantage d'être immédiate, ciblée, précise, modifiable, gratuite ou payante selon ses propres choix .

Ce type de communication porte donc la créativité à son maximum, car l'ensemble des entreprises d'aujourd'hui disposent d'un site web ou d'une page sur les réseaux sociaux. Il faut donc se réinventer, sans cesse, chaque jour et proposer des contenus innovants afin de rester attractif.



Maxime CHABAUD

Responsable contenus et campagnes digitales

Votre parcours scolaire/universitaire ?

Parcours un peu à l'envers avec une fac de droit post bac pendant 2 ans avant de me lancer dans le graphisme en autodidacte. A 27 ans j'ai repris les études en validant un Bachelor d'infographie à Bordeaux en continuant à jongler avec mon boulot du moment.

Quels ont été vos stages durant vos études ? Vos différentes expériences professionnelles ?

J'ai donc commencé à travailler vers 21/22 ans en tant qu'assistant graphiste dans l'univers du textile dans le Sud-ouest. C'est seulement pendant mon Bachelor que j'ai pu faire un stage. En Islande, chez Arctic Adventures, le plus gros Tour Operator du pays. C'était la période où le pays était en train d'exploser pour le tourisme. J'avais en charge la conception des brochures commerciales. 6 éditions différentes. Plus de 300 000 exemplaires. Au sein du département Marketing, tout en anglais. Une super expérience pendant 3 mois.

A mon retour j'ai lancé une application mobile avec 3 amis à Paris. 2 ans dans le monde de la Start-up, très formateur également même si très usant.

De retour à Bordeaux, je me suis concentré sur le Social Media en freelance d'abord, puis dans l'agence My Destination qui avait comme client La Cité du Vin.

Pourquoi travailler à la Cité du Vin ?

Cela s'est fait naturellement car je m'occupais déjà de créer du contenu pour la Cité. Alors quand le poste s'est ouvert, c'est naturellement que j'ai postulé.

Pouvez-vous nous parler des différentes campagnes pub sur les RS ?

Elles reprennent les 2 temps principaux évoqués plus haut. L'enjeu ensuite est de savoir à quelle période il est plus juste de les lancer et optimiser.

Les concurrents de la Cité du Vin ? Pourquoi ?

Il n'est pas facile de parler de concurrence pour un musée qui est assez unique dans son genre. La difficulté majeure est de représenter pour le touriste sur Bordeaux ou le résident, un point de visite obligatoire lors de son passage à Bordeaux.

Il faut donc être performant face à d'autres établissements culturels mais aussi des activités touristiques variées.

Quelles sont vos missions : définitions de poste ?

En tant que responsable des contenus et partenariats digitaux, ma mission de créer le bon contenu pour la bonne personne au bon moment. Pour cela il faut connaître les besoins et attentes des futurs ou potentiels visiteurs dans les pays qu'on a ciblé en amont.

La création de contenus doit être varié et efficace selon la campagne que l'on a en tête.

Les partenariats digitaux se divisent en 2 temps : la préparation de voyage et les campagnes de passage. C'est-à-dire, aller chercher le visiteur chez lui dans sa réflexion ou alors le solliciter une fois sur place (à Bordeaux ou dans les environs)

Pouvez-vous nous parler des différents réseaux sociaux et communautés de la Cité du Vin ?

Nous sommes présents sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Youtube. Volontairement nous n'avons pas Snapchat ou Tik Tok car les communautés sont très jeunes pour nous.

Notre communauté totale représente plus de 120000 personnes.

Facebook est le réseau qui apporte le plus de trafic. Instagram celui avec potentiellement le plus d'engagements et LinkedIn celui en nette progression.



L'importance du contenu sur les réseaux sociaux ? Et de la vidéo en 2020 ?

Le contenu est essentiel ! On peut imaginer toutes les campagnes du monde, mais sans le contenu adapté ça ne sert à rien.

La vidéo est importante bien sûr, avec un changement notable c'est de garder en tête que la vidéo n'est plus seulement en 16/9. On a besoin de vertical pour Instagram, de carré pour Facebook par exemple.

Votre lien professionnel avec le responsable web-marketing ?

Nous travaillons en duo sur l'analyse des campagnes digitales pour être sûr de l'impact et essayer d'optimiser celles-ci.

Nous travaillons aussi ensemble sur la mise en place du planning éditorial de la semaine pour avoir une cohérence sur tous nos supports (site, réseaux, mailing...).

Qualité et capacité à avoir pour être un bon, responsable du contenu et des campagnes digitales ?

Prendre son temps pour faire le bon contenu. Ne pas avoir peur de tenter des choses. Et toujours garder un œil de ce qui se fait chez les autres.

Enfin, trouver un moyen d'optimiser le contenu quelque soit la plateforme où nous allons publier.

Par exemple : Instagram propose des quiz sondages pour la communauté ? S'en servir pour faire voter les abonnés sur un événement en particulier.

Un conseil pour un jeune qui souhaite s'orienter vers le milieu digital de la comm et du marketing ?

L'avant et l'après campagne est plus important que la campagne en elle-même. Il faut être capable de savoir ou du moins essayer d'anticiper ce qui va marcher et pourquoi on lance une campagne/post/sujet. Et ensuite ne pas se fermer à la réflexion pour comprendre pourquoi la campagne n'aurait pas marché ou comment elle aurait pu encore mieux fonctionner.

Il faut savoir parfois aussi oublier la technique et la théorie et abandonner l'idée que le contenu le plus technique est forcément le plus efficace.





Thomas BOUE-GRABOT

Responsable webmarketing

Votre parcours scolaire/universitaire ?

Parcours académique à Bordeaux pour des études d'ingénieur en physique chimie, puis un master en marketing digital à l'ESSEC à Paris.

Quels ont été vos stages durant vos études ? Vos différentes expériences professionnelles ?

Plusieurs stages durant mon parcours : des stages en laboratoires pendant mes études d'ingénieur, puis stage de fin d'étude d'école d'ingé chez Quechua (groupe Décathlon) en charge de la validation de la qualité des produits textiles montagne. Puis, durant l'ESSEC, mission pour adidas en stratégie digital puis dans une start-up spécialisée dans le digital pour l'événementiel, OuiBeat.

Le stage chez OuiBeat s'est transformé en contrat et j'y suis resté 3 ans ½ avant de redescendre sur Bordeaux et de travailler en tant que responsable webmarketing ou directeur de clientèle en agences digitales.

Finalement, j'ai rejoint la Cité du Vin en janvier 2020 en tant que responsable webmarketing.

Pourquoi travailler à la Cité du Vin ?

Car le projet professionnel m'a conquis, il regroupait l'ensemble des expériences que j'avais pu avoir auparavant en un seul projet. Et puis en tant que bordelais, fier de sa ville et amateur de vin, travailler pour la Cité du Vin remplissait beaucoup de critères personnels.

Quelles sont vos missions : définitions de poste ?

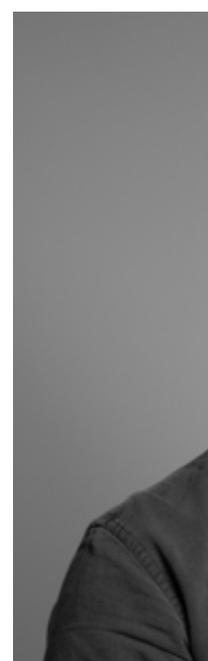
Je suis en charge de la gestion du site web et la billetterie. Je m'occupe principalement de la création de contenu sur le site (fiche produit, actualités) et d'optimiser le parcours client et nos campagnes web. Je suis également en charge de la gestion de nos campagnes Google Ads.

Les concurrents de la Cité du Vin ? Pourquoi ?

Plusieurs concurrents directs et indirects. Sur Bordeaux (et ailleurs), il n'y a pas d'équivalent à la Cité du Vin. En revanche, si on prend les City breakers, en visite sur 2 jours sur Bordeaux, la Cité du Vin peut se trouver en concurrence avec les Châteaux du vignoble bordelais (dans la même thématique), ou d'autres musées (Bassin de Lumières qui vont ouvrir par exemple) sur la thématique culturelle.

Pouvez-vous nous parler de la refonte du site web ?

C'est un projet majeur pour la fin d'année 2020 et début 2021. L'objectif est d'anticiper la fin de maintien de notre CMS et de sortir un nouveau site sur le S1 2021.



Votre lien professionnel avec le responsable du contenu et des campagnes digitales ?

On est très complémentaires et travaillons en lien étroit. Si on résume grossièrement, il s'occupe d'apporter du trafic qualifié sur le site et ensuite, à moi, d'essayer de transformer ce trafic en clients. Ça implique de travailler un peu tout à deux pour créer des campagnes et des parcours sur le site cohérents.



Pourquoi refondre un site web ?

Premièrement pour répondre à des questions techniques (le CMS utilisé n'est maintenu que jusqu'à fin 2021). Mais c'est une très bonne occasion de revoir le site actuel et de l'optimiser. Le site de la Cité du Vin est sorti en même temps que la Cité, et a suivi les évolutions depuis. Toute cette expérience doit pouvoir nous servir à refondre le site, le simplifier et offrir la meilleure expérience aux visiteurs, qu'ils veuillent acheter un billet ou simplement en savoir plus sur le musée.

Les objectifs du nouveaux site web ? Les tendances webmarketing des sites culturels ?

Pour les objectifs, ils sont listés au-dessus. D'un point de vue technique, il faut évidemment que l'expérience mobile soit le centre de notre réflexion. Le visitorat de notre site étant principalement en voyage, il utilise en forte majorité le mobile. Il est essentiel que notre site soit pensé Mobile First.

Qualité et capacité à avoir pour être un bon, responsable webmarketing ?

Comme tout métier lié au digital, je pense qu'il faut une bonne capacité d'adaptation et la remise en question, comme notre métier change tous les jours. La curiosité est également un bon atout. Également, comme on est amené à gérer plusieurs projets en parallèle, il est important de savoir s'organiser.

Un conseil pour un jeune qui souhaite s'orienter vers le milieu digital de la comm et du marketing ?

La curiosité, l'envie, l'esprit d'initiative et la capacité à rebondir. On ne reprochera jamais à quelqu'un d'avoir essayé tant qu'on apprend de ses erreurs, et le digital est parfait pour ça. On essaye, si ça rate, on recommence jusqu'à ce que ça marche !



20ans
128 RUE BOURBON
33000 BORDEAUX
07.87.02.85.06

ADRIEN VILLER

EFAP2 Bordeaux



adrien.viller@efap.com

www.linkedin.com/in/
adrien-viller-communication

Mon CV détaillé
sur mon site avec
mes réalisations.



Formation

EFAP 2 Bordeaux 2019-2024
Bac S, Spé SVT, Option Cinéma (Mention Assez-Bien)

Passions

Je photographie et film, au sein de mon lycée, j'ai passé mon bac avec l'option cinéma.

Je joue de la musique, depuis l'âge de 8ans, je me passionne pour cet art, j'ai débuté avec le trombone à coulisse, dans des formations avec mon grand-père, (orchestres, harmonies et bandas...). J'ai découvert la batterie au collège, j'apprends le piano actuellement.

Je suis sportif, course à pied ou pratique en salle de sport sont régulières afin de maintenir une bonne condition physique. Je pratique également, la plongée en bouteille, niveau 1, je travail le niveau 2, permettant de plonger en eau profonde, qui oblige un grande maîtrise de soi.

Je cuisine, passion transmise par ma famille gourmande.

Je voyage, partir à l'aventure et découvrir le monde aux travers des richesses culturelles des pays est une sensation extraordinaire (Thaïlande, Mexique, Maroc, Bali, Maldives, Guadeloupe, Italie, Ile Maurice ...).



adrien-viller-photographie.com

Je suis

Auto-entrepreneur
Le QR Code ci dessus,
renvoie vers une
des nombreuses pages
de mon site photo 📷

Je suis
aussi

Passionné

Souriant

Persévérant

Dynamique

Fiable

Ouvert
d'esprit

Perfectionniste

Créatif

Polyvalent

Autonome

Expériences

Scolarité EFAP

STAGE EFAP2 : Cité du Vin / 4 mois / Déc.-Mars 2019-20
Assistant marketing digital

Création de contenus photos et vidéos pour l'ensemble des services / Rédaction et publication sur les réseaux sociaux et le site web.

STAGE EFAP1 : Cité du Vin / 5mois / Avril-Aout 2019
Assistant de programmation culturelle

Préparation des événements / Mise en œuvre et communication des évènements / Suivi des actions culturelles.

AMBASSADEUR DE L'ÉCOLE EFAP / 2018-20

Expériences personnelles

Photographe FREELANCE depuis Nov. 2019



VIDÉASTE - 2015 - 20

Réalisation d'after-movie d'évènements sportifs et culturels (Club de basket de ProA, Festivals de musique...).
Réalisation de vidéos corporate pour des entreprises et publicités pour réseaux cinéma.

CONSEILLER MUNICIPAL JEUNE 2015-16

À Ribérac (24), création d'un festival de musique sur 3 dates pour et par les jeunes de la région.

Job étudiants

RAYONNISTE en pharmacie :

ST Astier & Neuvic - Été 2015 & 2016

CUISINIER :

Restaurant « Le Lavoir » Siorac De Ribérac - Été 2014

Restaurant « Hostellerie Plaisance », Philippe Etchebest, ST Emilion - 2014

Boulangerie-Pâtisserie Lacanau - Été 2018

Mes compétences



Google Analytics



WORDPRESS





E | F | A | P

L'école des nouveaux métiers
de la communication