

PORTFOLIO

EMMA POUGET **COMMUNICATION**

06.42.84.13.77 / emma.pouget@ep-communication.fr

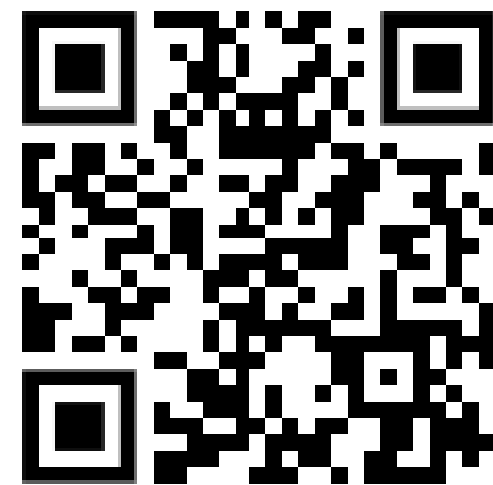


TABLE DES MATIÈRES

Spécialisée dans la communication à 360°, je suis motivée par le challenge et l'action. J'aime les rencontres et travailler en équipe.

03 QUI SUIS-JE ?

04 MON PARCOURS EN 4 ÉTAPES

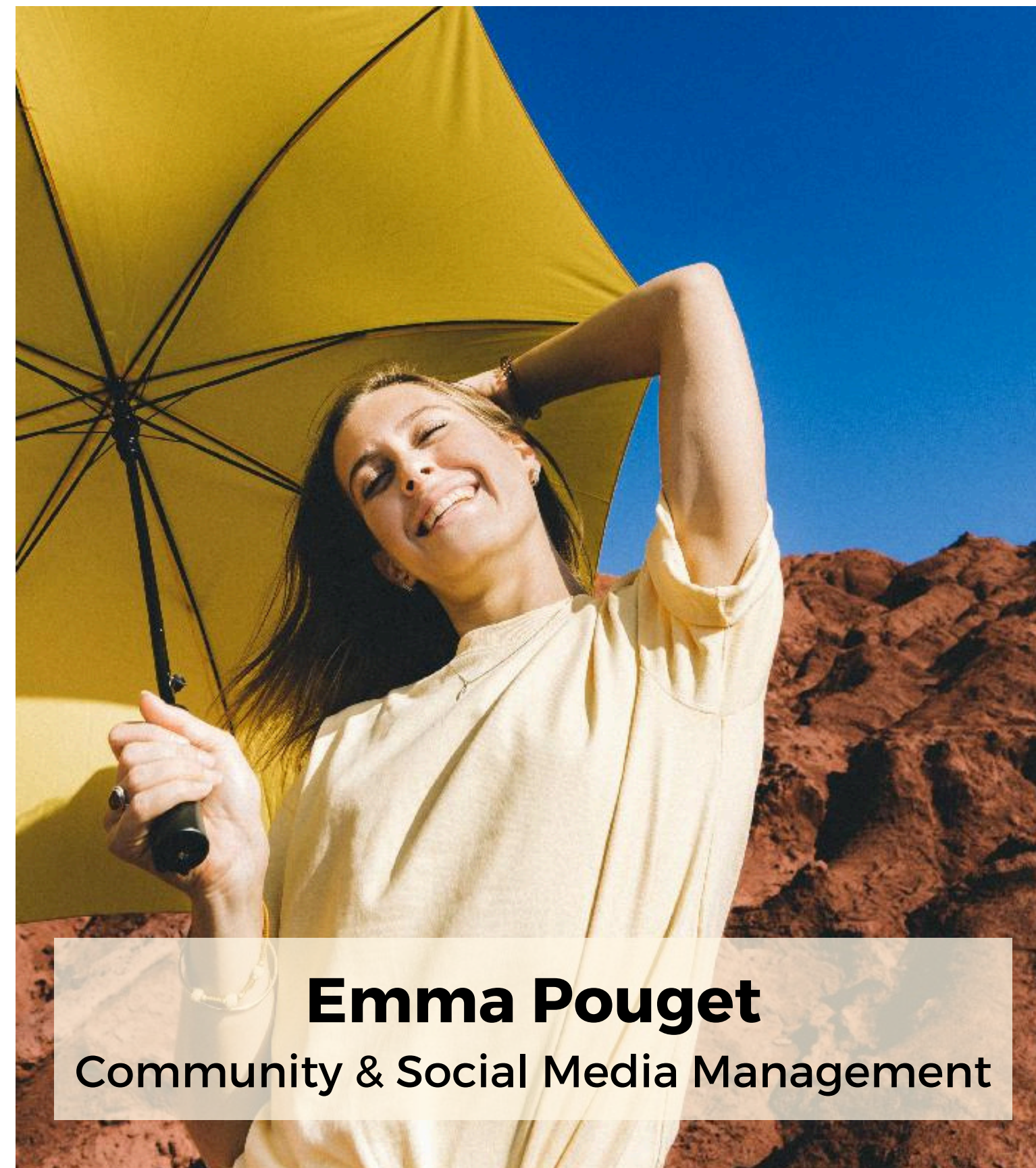
05 MES PRINCIPALES EXPERTISES

06 MES PLUS GRANDES FIERTÉS

07 MES PROJETS

Introduction UN PEU DE MOI

Depuis plusieurs années, l'organisation du festival de musiques de mon père m'a appris à gérer des événements complexes et à apprécier les dynamiques humaines. Mes 13 ans de trapèze en école de cirque m'ont également donné un sens aigu de l'art et de la créativité. Spécialisée dans la communication, j'ai acquis des compétences solides en gestion de projets et en stratégie digitale. Je suis prête à utiliser ces compétences pour créer des moments mémorables et impactants dans votre domaine.



Emma Pouget

Community & Social Media Management

1999

Née à Caracas, Venezuela

2017

Obtention BAC S

2022

Master 2 management de la mode, du luxe
et de l'art vivre (Mod'Art International - Paris)

Assistante marketing - marianne by marie jordane

Community manager - Annaé Paris

Responsable partenariats - Haveagooday

Assistante communication - Château La Coste

2005 - 2017

13 ans de trapèze dans une école de cirque amateurs à
Auch (32) et participation au festival de cirque CIRCA

2019

Obtention BTS NRC (TOULOUSE)

Chef de projet junior - Fêtes Nous Confiance

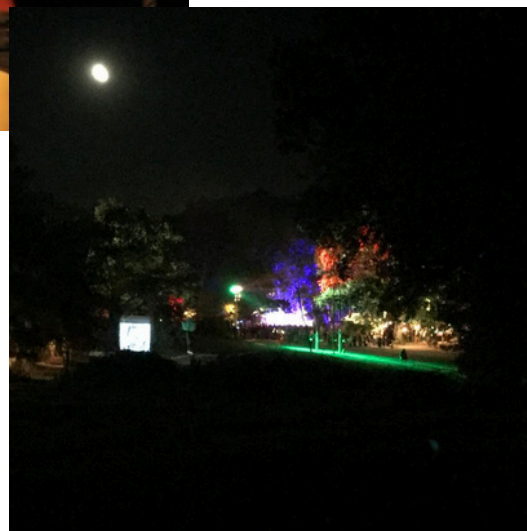
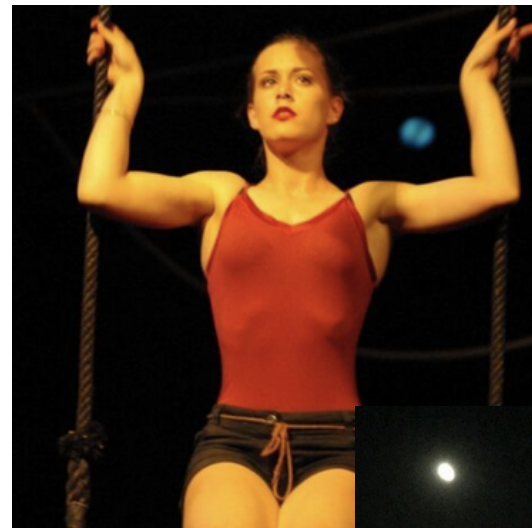
Assistante commerciale - P'tite Lumière & Cie

2023

CDI Community Manager Senior

Agence PBC (Lançon-Provence)

Mon parcours EN 4 ÉTAPES



Master en Management de la Mode, du Luxe et de l'Art de Vivre à Mod'Art International, une école parisienne renommée pour son excellence dans les domaines de la mode et du luxe.

PBC L'Agence, une agence de communication basée à Lançon-Provence, où j'ai acquis des compétences en organisation, polyvalence et adaptabilité.

13 ans de trapèze au Pop Circus, une école de renommée dans le Gers, où j'ai appris le dépassement de soi, le travail d'équipe ainsi que la gestion du stress et des imprévus.

Bénévole pour Plein Les Feuilles, un festival de musique fondé sur des valeurs de partage et d'écologie.

Principales EXPERTISES



Community Management



Gestion de projet



Création de contenus



Stratégie et analyse



Gestion des publicités



Relation clients

Mes FIERTÉS



Cheffe de projet du marché de la Région Sud (Transports ZOU !, Europe dans le Sud) remporté par PBC L'agence, avec la gestion des différents comptes et la réflexion stratégique de la communication.

Dépassement de soi nourri par mes 13 ans de trapèze qui m'ont permis de jouer au festival CIRCA.

En 18 mois, +42,15% d'abonnés sur Facebook (+47 150) et +23,11% d'abonnés sur Instagram (atteinte des 20K) pour PELLENC.

Réalisation de nombreux briefs vidéos très complets pour TRANSPORTS ZOU ! (plus de 3K vues sur Facebook).

Couverture des Étoiles de l'Europe en Région Sud à l'Hôtel de Région à Marseille, un concours soutenu par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui récompense les initiatives exemplaires dans le domaine du climat.

Projets
PORTFOLIO

01

Projet

Cheffe de projet de la
communication digitale de
PELENC

02

Projet

Cheffe de projet de la
communication digitale de
TERRE D'OC

03

Projet

Cheffe de projet de la
communication digitale de
LA RÉGION SUD

Pellenc PROJET 01

- 3 publications et 6 stories/semaine sur Facebook (+47 150 abonnés) et Instagram (+23,11% atteignant 20K). VOIR ANNEXES 1 ET 2
- 3 publications/semaine sur TikTok, +3 934 abonnés, 20,30% d'engagement, 229,4K vues sur une vidéo.
- 3 vidéos/semaine sur YouTube Shorts, +1 388 abonnés.
- Présence au salon SITEVI de Montpellier 2024.
- Publicités ADS sur Meta : 2 publicités Mention J'aime/mois sur Facebook et boost de 4 publications/mois sur Instagram.



Terre d'Oc

PROJET 02

- 6 publications et 6 stories/semaine sur Facebook (+7 586 abonnés) et Instagram (+2 672 abonnés).
- Nouvelle stratégie de communication avec une nouvelle gamme de produits.
- 3 publications/semaine sur LinkedIn, +738 abonnés, 29,2% d'engagement.
- Présence au salon Maison & Objet à Paris en janvier 2024.
- Publicités ADS sur Meta : 2 publicités Mention J'aime/mois sur Facebook et boost de 4 publications/mois sur Instagram (CPR de 0,001€ sur campagnes d'interactions de 7 jours).



Terre d'Oc BRIEF SHOOTING



Client	TERRE D'OC
Date et heure	Début juillet
Adresse	Chez Louise
Thématique	Shooting nouveautés terre d'Oc et nouveaux formats boissons du monde + THÉS GLACÉS
Mannequins	3 personnes (femmes)
Objectif du shooting	<ul style="list-style-type: none"> Faire des photos lifestyle, avec de l'humain. Mettre en avant le côté convivial. Une ambiance solaire et estivale où il fait bon vivre. Des photos dans lesquelles on voit les thés avec de la matière (mise en avant des ingrédients présents dans les thés, thé éparpillé). Utilisation des thés pour faire des cocktails filles souriantes en train de discuter, en action. varier prises de vue pour photos produits
Les interdits	<ul style="list-style-type: none"> RESPECTER LE TEMPS D'INFUSION !!! Ne pas avoir de packaging abîmés Ne pas prendre en photo le produit sans mise en situation Ne pas prendre en photo si les ongles sont trop longs ou de couleurs trop voyantes. Ne pas prendre de modèle avec piercing et tatouages apparents. Ne pas cramer les photos lors des retouches. Ne pas faire de photos sombres Faire attention à bien avoir le focus sur le produit. ENLEVER LE PLASTIQUE SUR LES BOITES

Listes des produits /situations	<p>Les thés des Régions :</p> <ul style="list-style-type: none"> Thé noir bio à l'abricot d'Occitanie Thé noir bio cerise du Sud-Ouest <p>Les boissons du monde (boîtes en métal) :</p> <ul style="list-style-type: none"> Gingembre bio au combava Maté bio torréfié dulce de leche Rooibos bio mangue passion Bissap bio fruits rouges Cacao bio criollo grand cru Maté bio cédrat et menthe Rooibos bio verveine menthe <p>Thés glacés (peche de vigne, coco framboise, menthe glacée et mangue passion)</p>
Accessoires à prévoir	<p>Ingrédients :</p> <ul style="list-style-type: none"> BISSAP FRUITS ROUGES : framboises, fraises, hibiscus ROOIBOS VERVEINE MENTHE : verveine, menthe, anis, huile essentielle de menthe poivrée GINGEMBRE COMBAVA : gingembre, miel, citron, huile essentielle de citronnelle MATÉ CÉDRAT ET MENTHE : menthe, huile essentielle de menthe poivrée, citron ROOIBOS MANGUE PASSION : fruits de la passion, mangue MATÉ DULCE DE LECHE : caramel, gousse de vanille CACAO BIO : fèves de cacao THÉ NOIR CERISE DU SUD-OUEST : cerises THÉ NOIR ABRICOT D'OCCITANIE : abricots THÉS GLACÉS : mangue, fruits de la passion, noix de coco, framboise, pêches, feuilles de menthe, glaçons <p>Décorations de table, fleurs séchées, accessoires estivaux (panier, lunettes de soleil, etc), tasses, théière, boules à thé, sachets de thé, jolie vaisselle, etc</p>
Les livrables (quantité et format)	40/50 photos format portrait et paysage 4/5 réels
Inspiration réels	<p>THÉS GLACÉS :</p> <p>https://pin.it/5pRqPoz7h https://pin.it/3lRQZVyhC</p> <p>AUTRES RÉELS :</p> <ul style="list-style-type: none"> Changement de packaging (pot en verre vers pot en métal) Préparation du goûter avec les deux nouveaux thés de régions



Ma Région Sud

PROJET 03

- Couverture du concours Étoiles de l'Europe en Région Sud à l'Hôtel de Région à Marseille.
- 13 briefs vidéos en 4 mois pour Transports ZOU ! (plus de 3K vues sur Facebook).
- Création du compte Instagram Transports ZOU ! (220 abonnés en 1 mois) et lancement de la page LinkedIn (400 abonnés en 1 mois avec publicités).
- Gestion stratégique des publicités ADS sur Meta et LinkedIn, 77,5% d'engagement.

Ma Région Sud TOURNAGE



BRIEF ARTISTIQUE

Client	Transport ZOU!
Date et heure	30 mai sur la journée
Adresse	
Intervenants	<ul style="list-style-type: none"> Vidéaste + cadreur Un groupe de 3 amis avec au moins 1 homme et 1 femme autour de 30 ans.
Accessoires	<ul style="list-style-type: none"> Un sac en tissu
Thématique	Promouvoir le pass Journée TER ZOU ! permettant de voyager en illimité pendant une journée dans le Var pour 10€ par personne, en mettant en avant l'aspect gastronomique et les avantages des trajets en TER.
Objectif du shooting	La vidéo peut faire entre 40 et 50 secondes, doit être dynamique et solaire. On souhaite un esprit coloré et solaire
Les interdits	Vidéo trop sombre. Un montage saccadé, des plans trop longs. Il faut avoir autant de plans TER/ZOU ! que de plans lifestyle. Interdiction de montrer des marques ni d'enseignes commerciales. Pas de communication sur l'alcool
Les livrables (quantité et format)	<ul style="list-style-type: none"> > Une vidéo entre 40 et 50 secondes > Musique dynamique en fond. > Une photo pour la couverture du réel.
DEADLINES	Validation du brief avant le 23 mai à midi Tournage 30 mai BAT au plus tard le 5 juin Publication le 14 juin

Script

Introduction

- Vue aérienne panoramique du Var au lever du soleil, avec des paysages typiques.
- Zoom sur trois amis souriants à la gare de Toulon, prêts à commencer leur journée. Superposition du texte : "Amateur de gastronomie ? Faites le tour du Var avec le PASS Journée TER/ZOU ! pour seulement 10€/personne"

Découverte des TER/ZOU !

- Les trois amis montent à bord d'un TER/ZOU ! en gare de Toulon. Superposition du texte : "Voyagez en toute liberté pour 10€ par personne".
- Gros plan sur l'un des amis validant son pass Journée. Superposition du texte : "Valable toute la journée".
- Les amis installés confortablement dans le TER, regardent par la fenêtre avec des plans typiques de la région tout en planifiant leur itinéraire.
- On voit les trois amis descendre en gare de Bandol (marché quotidien, place de la mairie).

Expériences Gastronomiques

- Les trois amis se promènent dans le marché provençal de Bandol, discutent avec les vendeurs, goutent et achetant des produits locaux.
- On voit les amis reprendre le train en gare de Bandol à destination des Arcs-Draguignan.
- Les trois amis descendent en gare des Arcs-Draguignan et se dirigent vers la chocolaterie Yves Thuriès afin d'acheter des chocolats et en déguster quelques-uns. Ils retournent en gare des Arcs-Draguignan direction Saint-Raphaël. **(ne pas faire apparaître le nom de la marque / du magasin).**
- Une fois à Saint-Raphaël, les trois amis se promènent dans les rues et se dirigent vers La Maison du Fromage pour y acheter quelques morceaux. Puis vont déguster une glace sur la plage. **(ne pas faire apparaître le nom de la marque / du magasin).**
- À la fin de la journée, les trois amis retournent en gare de Saint-Raphaël direction Toulon.

Clôture et Appel à l'Action

- Les amis descendent en gare de Toulon avec des sacs de courses (type totes bags) remplis de produits locaux, souriants.
- Vue du TER repartant au couché du soleil.
- Les amis, assis sur un banc de gare, déballent leurs achats de la journée.
- Logo ZOU PASS 1 JOUR + logo Région en quadri et CTA : "Profitez d'une journée de liberté en TER ! pour seulement 10€ par personne".

Détails Techniques

- **Format** : 16:9 pour diffusion web et TV.
- **Musique** : Musique dynamique, trend sur les réseaux
- **Textes Superposés** : Doivent être clairs, lisibles et concis.

Ma Région Sud TOURNAGE



Client	Transport ZOU!
Date et heure	27 mai sur la journée
Adresse	
Intervenants	<ul style="list-style-type: none"> Vidéaste + cadreur Un groupe de 3 amis avec au moins 1 homme et 1 femme entre 30 et 55 ans.
Accessoires	<ul style="list-style-type: none"> Un sac à dos par personne Des pic-nique + gourdes Tenues et chaussures de randonnée Appareil photo (pour qu'un des amis puissent prendre des photos dans la vidéo)
Thématique	Produire 1 réel dynamique donnant envie de se rendre sur la côte bleue avec les TER/ZOU ! le temps d'une journée pour une escapade randonnée et pic-nique au soleil.
Objectif du shooting	La vidéo peut faire entre 40 et 50 secondes, doit être dynamique et solaire. On souhaite un esprit coloré et solaire
Les interdits	Vidéo trop sombre. Un montage saccadé, des plans trop longs. Il faut avoir autant de plans TER/ZOU ! que de plans lifestyle.

Script	<p>À écrire au début du film : Une randonnée au bord de la mer, ça vous tente ? Allez go, on monte dans le train direction la côte bleue ! - mettre le logo tarif mini-groupe.</p> <p>Introduction</p> <ul style="list-style-type: none"> Plan d'ouverture : Vue aérienne dynamique de la côte bleue, mettant en avant les paysages côtiers et les petits ports ou Clanques. Plan des départs en train : On suit un groupe d'amis, sac sur le dos, montant bord d'un des trains au départ de la gare de Marseille Saint-Charles. Les amis peuvent se rejoindre en gare et se dire bonjour. <p>Scènes dans le train</p> <ul style="list-style-type: none"> On voit les amis s'installer dans le train côté fenêtre pour filmer les paysages de la région. Certains peuvent discuter et d'autres regarder les chemins de randonnées qu'ils vont emprunter en arrivant. Une fois en gare de Carry-le-Rouet, on voit les amis descendre du TER, sac sur le dos, prêts pour randonner. Ajouter un plan sur un poteau de balisage de l'itinéraire de randonnée. (exemple : direction "Calanque de l'eau salée") <p>Rando et pique-nique</p> <ul style="list-style-type: none"> On suit les amis se promener dans les calanques de Carry-le-Rouet. Certains peuvent prendre des photos, des pauses pour boire un peu d'eau. Ils affichent tous de grands sourires et les paysages de la côte bleue sont bien mis en avant. Les amis s'installent au Port d'Ensuès-la-Redonne afin de pique-niquer. <p>Retour sur Marseille</p> <ul style="list-style-type: none"> On suit les amis se promener dans le port d'Ensuès-la-Redonne et se diriger vers la gare pour rentrer à Marseille. Sur le dernier plan, on voit le train s'en aller et le bloc "logo tarif mini-groupe et logo région" en quadri apparaît
	<p>Les livrables (quantité et format)</p> <ul style="list-style-type: none"> > Une vidéo entre 40 et 50 secondes > Musique dynamique en fond. > Une photo pour la couverture du réel.
DEADLINES	Validation du brief avant le 22 mai BAT au plus tard la 31 mai Publication le 10 juin

EMMA POUGET

COMMUNICATION

www.ep-communication.fr

emma.pouget@ep-communication.fr

06.42.84.13.77

