

The logo for KULTE AGENCE features the word "KULTE" in a large, bold, white, sans-serif font. A white lightning bolt graphic is positioned to the left of the "K", extending upwards and downwards, partially overlapping the letter. Below "KULTE", the word "AGENCE" is written in a smaller, white, sans-serif font.

KULTE
AGENCE

NOTRE ADN

Chez Kulte, nous plaçons l'échange et la rencontre au centre de nos expériences, pour mieux répondre aux enjeux du monde dans lequel nous vivons.



Responsable



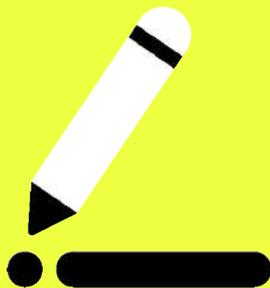
Émotions



Engagement

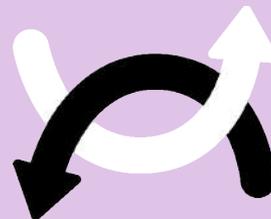


NOTRE EXPERTISE ÉVÈNEMENT- IELLE



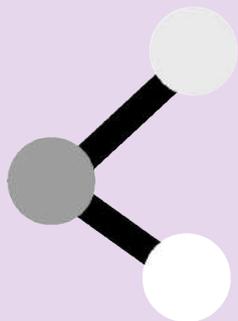
Brand content

Positionnement de marque
Stratégie de contenu
Définition des messages



Production

Création de temps
et espaces événementiels
présentiels, hybrides
et digitaux



Reach

Paid media
Relations publiques
Relations Presse
Construction
de communautés
sur le long terme

ROI

Data
Leads
Revenus
Résultat

AOP FESTIVAL

CNIEL/CNAOL

- DA
- parcours visiteurs
- Production executive



Saison culturelle Ressources

Ville de Bordeaux Parvis des Archives métropolitaines Bordeaux

- Espace public
- Tissu culturel
- Éco-conçu à isocoût

Le Grand Apérosé de Bordeaux

CIVB

Les Vivres de l'Art, Bordeaux

- BtoC
- 1500 personnes
- 4 000 000 d'impressions





Brice Perrochon
Directeur De L'agence



Nina Ducouret
Directrice Des
Opérations



Flore Guffroy
Cheffe De Projet



Noémie Castellani
Cheffe De Projet



Marie Guettiere
Chargée De Production



Clément Lejeune
Responsable Du
Planning Stratégique



Émilien Malaret
Responsable Création



Romain Vas
Concepteur Rédacteur



Inssiyah Goulamhousen
Design Graphique



Emma Frémont
Graphiste Executive



Caroline Aspetéguy
Scénographe



Crystel Rakotoson
Consultante Marketing
& Communication



Frédéric Bianchi
Directeur Technique



Marco Raymond
Régisseur Général



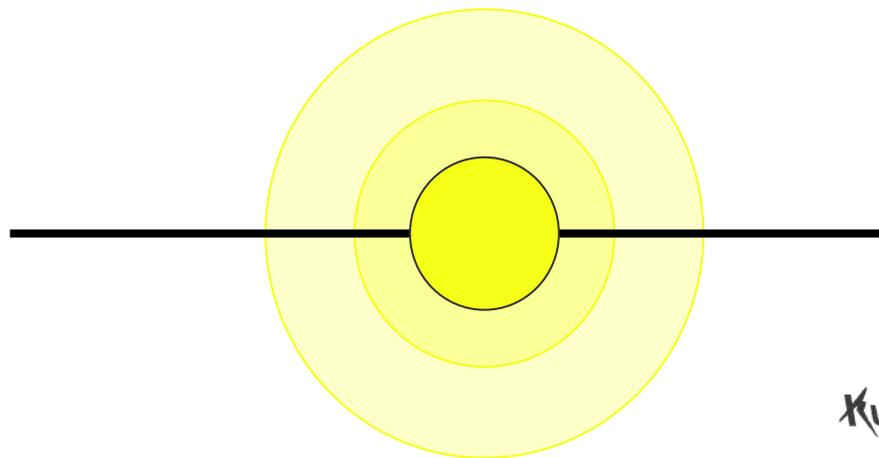
Loïc Gestraud
Responsable
Partenariats

Qu'est ce qu'un événement ?

Un événement c'est

**un moment qui a un impact
dans le temps**

**au centre duquel
se situe la rencontre**





Un événement c'est

1.

concept

De l'analyse à la conception créative

2.

communication

expérience - message - contenus

3.

Production

pilotage

4.

Bilan

mesure de l'impact



La valeur d'un événement

la matière



**La valeur d'un
événement**

la matière

l'idée



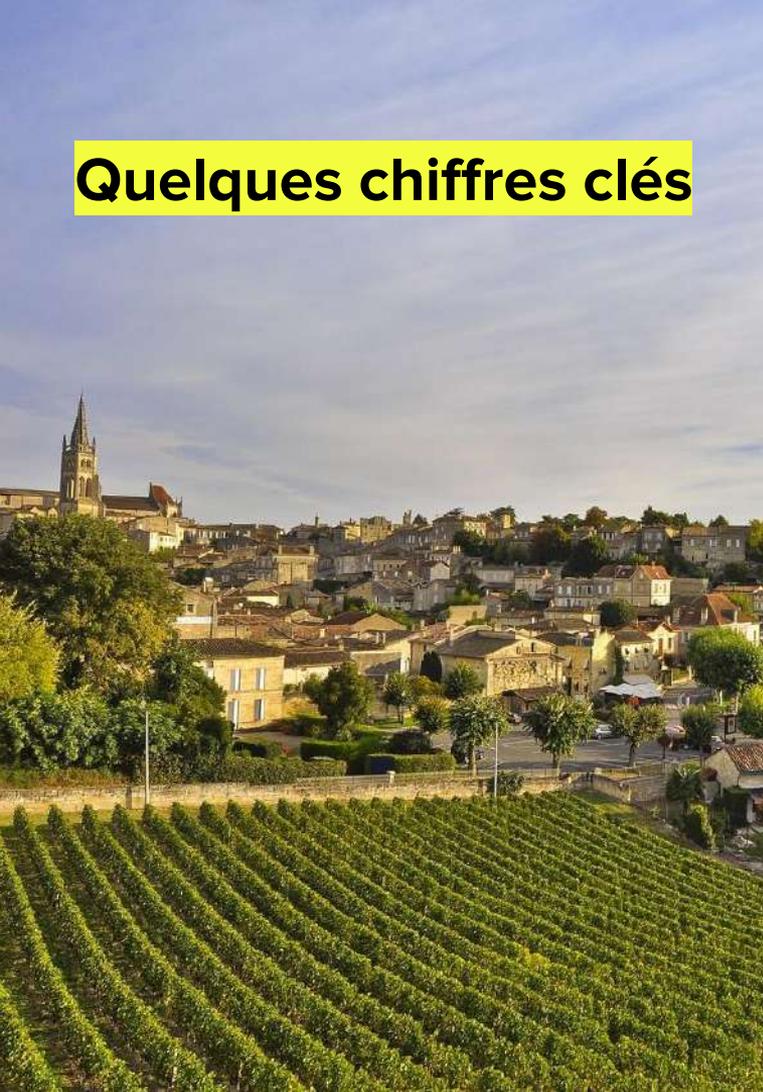
**La valeur d'un
événement**

la matière

l'idée

le temps

un événement dans le tourisme



Quelques chiffres clés

59 000

exploitations de vin en France

10 millions

d'œnotouristes en France

6,8 millions

d'œnotouristes en Gironde

5,2 milliards

de recettes générées en €

A woman wearing a light blue dress and a large, wide-brimmed hat with black and white concentric circles is walking away from the camera through a vineyard. The rows of grapevines are lush and green. In the background, a large, light-colored stone building with a prominent bell tower is visible under a clear sky.

worrying twenties

Bordeaux bashing

**Le déclin du tourisme
de masse**

Authenticité / Exclusivité

Près de chez nous



**Quelles tendances
Quelles opportunités
se dégagent ?**



La montée en puissance du virtuel et du distanciel



Des événements participatifs



Des événements identitaires



Des événements créateurs de richesse



Des événements rémunérateurs



Des événements liés à des communautés



Des événements instagrammables



Des événements durables



Des événements porteurs de sens



Des événements inattendus

Quelles opportunités pour les acteurs du territoire ?

Une méthodologie en 5 étapes

1

Une impulsion territoriale

Quel positionnement en matière de marketing territorial

Quelle expérience

Quel dialogue avec les parties prenantes

Quelle action leader

2

Positionnement & public

Définir son positionnement par rapport à la destination

Préciser ses persona

3

expérience différente et complémentaire

Quelle proposition de valeur j'apporte

4

Parcours client

comment je construis mon expérience extraordinaire

quels points de contacts j'offre tout au long du parcours

5

fidélisation

quelle suite je donne

Une méthodologie en 10 étapes

1

Kick off

Objectifs :
Définir les contours de la demande : contexte, objectifs, publics, formats, moyens envisagés, KPI, budget, plannings.

Livrables :
compte rendu à J+5
note de cadrage à J+15

2

Recommandation & Validation

Objectifs :
> Valider le dispositif sur la base de la recommandation ainsi que le planning et le budget associé.
> Présenter le plan d'action RSE de l'événement.

Livrables :
signature bon de commande, notification marché subséquent

3

Coopération

Objectifs :
> Rencontrer les titulaires des autres lots afin de présenter le dispositif événementiel et recueillir leurs attentes et éventuelles contributions.
> Établir une méthodologie de travail concertée.

Livrables :
compte rendu à J+5
mise en place d'outils et process communs

4

Pilotage projet et production

Objectifs :
La directrice de projet coordonne les différentes étapes du dispositif ainsi que la production des contenus et des supports. Elle sera également votre interlocutrice privilégiée pour répondre à vos demandes.

Livrables :
plan d'actions RSE
dossier de production

5

Le plan de communication

Objectifs :
> Valider le cahier des charges des productions de contenus.
> Recueillir ou produire si nécessaire les éléments de charte.
> Produire les différents éléments.

Livrables :
planning éditorial, ensemble des contenus visuels (vidéos, invitations, signalétique)

Une méthodologie en 10 étapes

6

Activations

Objectifs :

> Préciser et valider les éléments de contenus travaillés suite à la recommandation et au tuilage avec les titulaires des autres lots : timing, guest, quantités, visuels, sons, etc.

Livrables :

fiches projets et focus dispositifs

7

Digital

Objectifs :

> Valider les processus d'inscription en ligne
> Valider la stratégie digitale et les outils.
> Garantir la faisabilité du streaming si recours.
> Valider les UX et les éventuelles maquettes.

Livrables :

mailing inscriptions, arborescence et maquettes, feuilles de routes, rooming list etc

8

Accueil & VHR

Objectifs :

> Accueillir les différent-e-s invité-e-s et personnalités que ce soit en amont ou sur site.
> Garantir une fluidité de leur expérience en étant à leur écoute et ressource en cas de problème.

Livrables :

badges, rappel des règles de sécurité et sanitaires, astreinte logistique

9

Régie Générale & sécurité

Objectifs :

> Coordonner les équipes pour le Montage, l'Exploitation et le Démontage (MED).
> Réaliser un filage technique.
> Garantir le bon déroulé de l'événement.

Livrables :

planning MED, conduite technique, dossier de sécurité, préconisations gestion Covid

10

Enquête de satisfaction & Bilan

Après la réalisation du projet nous vous livrerons un bilan de production ainsi qu'un bilan de gestion RSE.

Merci.

Contact

Brice Perrochon

brice@agencekulte.com

06.75.62.89.91

