



PORT

FOLIO





PHOTOGRAPHE

CFB

PERSONNES



FEMMES



EMPLOYÉS



SEPIA





CAMPAGNES

Les Tane de l'eau
Calendrier 2016

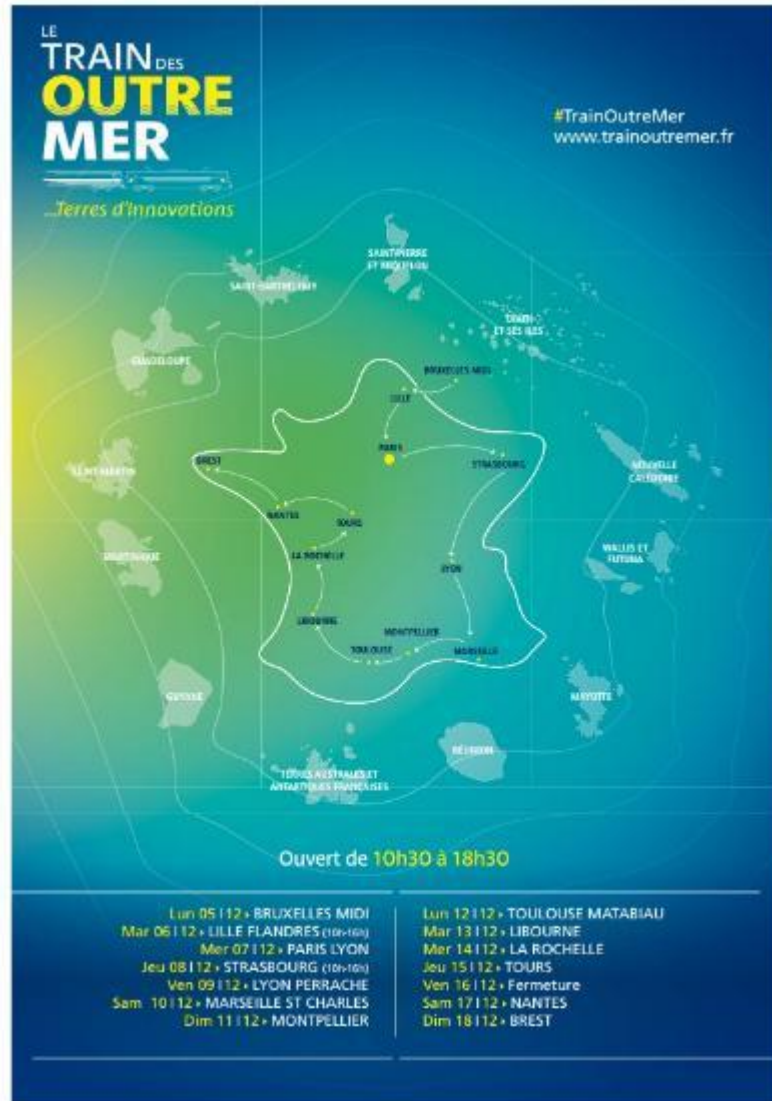
JOURNÉE MONDIALE DE LA FEMME




2014-2016

Conception stratégique. Identité graphique. Entretiens et écriture des portraits.
Formation au genre et à l'égalité homme - femme. Animations d'ateliers et conférences.

COP 21 – TRAIN DES OUTRE MER



2015-2016

Entretiens et enquêtes de terrain.
Rédaction des portraits. Analyse croisée et rapport genre et eau.
Production de vidéos et matériel d'exposition. Expositions à Papeete, Nouméa, Fort-de-France, Paris et Train des Outre-Mer.

MANU ITI – ATN – ISEPP



2018

Brief créatif. Encadrement d'une équipe de 21 étudiants.
Conception et rédaction. Suivi et exécution.
Conférences et campagne de communication. Exposition.
Sponsoring.

JOURNÉE DE L'HOMME – POLYNÉSIENNE DES EAUX



2015
Concept créatif du calendrier
de la Journée des hommes.
Photographie, conception et
rédaction. Suivi et exécution.
Planification média. Campagne
sur les réseaux sociaux
(Facebook).



SUEZ Environnement a acquis
les droits et a lancé le
calendrier dans le cadre de sa
communication.
Le projet a remporté le prix de
l'innovation (médaille d'argent).

NESTLÉ – MARKETING



2017

Contrat à durée déterminée – remplacement pour congé maternité.

Responsable marketing et commercial. Gestion des campagnes de communication et de marketing dans les médias et les supermarchés locaux. Briefing des équipes commerciales. Pilotage de l'agence de communication et validation des

campagnes. Organisation et gestion d'événements promotionnels.

Marques – MILO – Kit Kat – Nescafé.

POLYNÉSIENNE DES EAUX – COMMUNICATION STRATEGIQUE



2015 - 2018

Conseil et soutien en communication pour diverses campagnes et problématiques. Analyse stratégique. Production de supports variés, notamment des campagnes de sensibilisation, vidéos, panneaux d'affichage, réponses aux appels d'offres, réseaux sociaux, communication interne, événements... Formation de la responsable communication en poste, Mehiata Riaria.

A sepia-toned photograph of a vast desert landscape with rolling sand dunes. A lone figure, dressed in traditional desert attire, is walking along the crest of a large dune in the middle ground, leaving a trail of footprints behind them. The horizon is flat and distant under a hazy sky.

CHARTRE GRAPHIQUE



TESSON DE FROMENT

CHARTRE GRAPHIQUE

Guide d'utilisation et règles d'usage



2023 – 2026

Benchmarking. Analyse stratégique et recommandations. Brief créatif. Refonte de l'image de marque (rebranding). Conception et rédaction.

Charte graphique. Plan de communication stratégique incluant les réseaux sociaux. Formation des collaborateurs / de l'équipe commerciale.

RÈGLES D'USAGE DES LOGOS



IDENTITÉ CHROMATIQUE



Couleurs principales et couleurs secondaires



Couleurs principales et couleurs secondaires

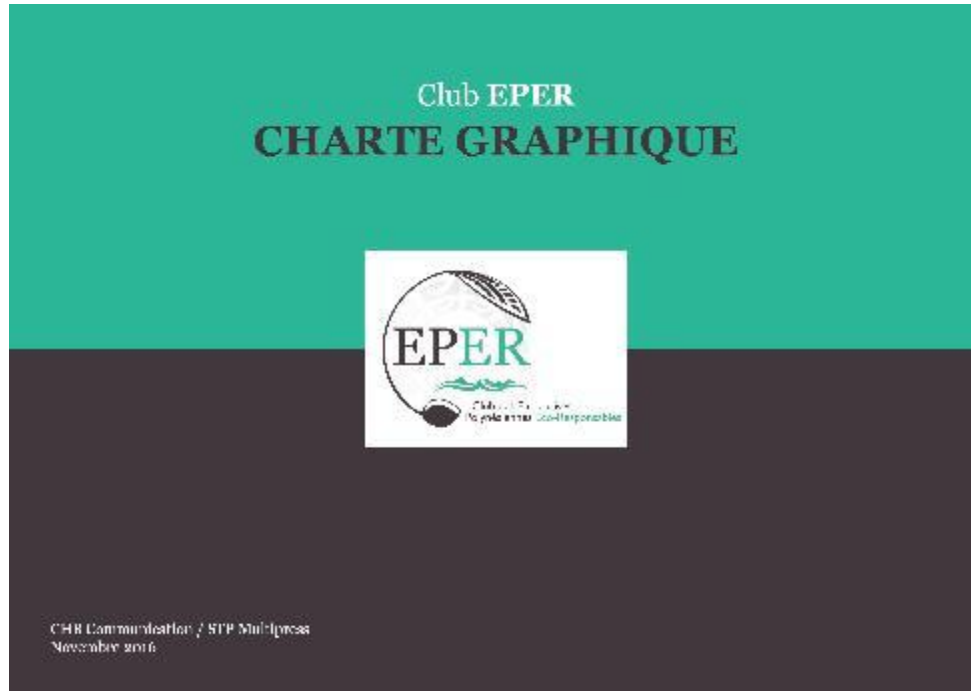
Couleurs principales et couleurs secondaires

INTERDITS



À ne pas utiliser

CLUB EPER



2015 – 2018

Benchmarking. Analyse stratégique et recommandations. Brief créatif. Refonte de l'identité de marque. Conception et rédaction. Charte graphique. Plan de communication stratégique. Création du logo d'un label avec la participation d'étudiants en 2018.

EDP



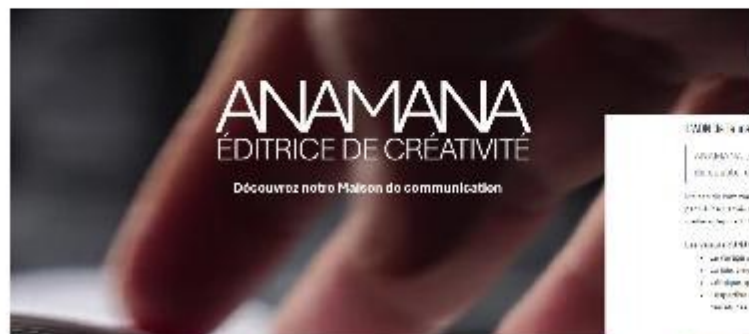
2020-2022

Analyse comparative (benchmarking). Analyse stratégique et recommandations. Brief créatif. Stratégie de marque (branding). Design et narration (storytelling). Charte graphique. Plan de communication stratégique. Note d'orientation (policy brief). Rédaction de réponses à des appels d'offres impliquant des enjeux élevés de confidentialité et une forte concurrence commerciale.

ANAMANA

SITE INTERNET

Accueil À propos Anamana Conflits Coaching Formations Boutique Communauté Blog



Une place importante est accordée à l'image pour valoriser les textes et ainsi tout un agencement émotionnel profond. Le thème visuel aborde le mystère, les émotions joyeuses à travers l'enfance et l'évasion avec des images où la nature ouvre l'horizon. Enfin, on lit constamment, la mise en page est toujours présente à travers le papier, le style, le design, le cinéaste, le livre, le page, etc.

COULEUR DE LA MARQUE ANAMANA

ANAMANA est une marque créée par une équipe d'experts en communication, design et stratégie marketing. Elle est conçue pour être utilisée de manière cohérente et professionnelle.

Les couleurs de la marque ANAMANA sont définies par les codes suivants :

- La couleur principale est le bleu marine, qui symbolise la confiance et la stabilité.
- La couleur secondaire est le blanc, qui apporte une touche de fraîcheur et de modernité.
- La couleur d'accent est le rouge, qui apporte une touche de dynamisme et de passion.



LE LOGO TYPE

Principaux paramètres

ANAMANA
ÉDITRICE DE CRÉATIVITÉ

Version: Finalisée 2023-2025

Logo: Orange, Blanc, Noir

LES VERSIONS DU LOGO

ANAMANA
ÉDITRICE DE CRÉATIVITÉ

ANAMANA
ÉDITRICE DE CRÉATIVITÉ

ANAMANA
ÉDITRICE DE CRÉATIVITÉ

Version: Finalisée 2023-2025

Version: Finalisée 2023-2025

Version: Finalisée 2023-2025

Version: Finalisée 2023-2025

Version: Finalisée 2023-2025

Version: Finalisée 2023-2025

LA POLICE

LES TITRES

Aa

Version: Finalisée 2023-2025

LE TEXTE

Aa

Version: Finalisée 2023-2025

BUREAUTIQUE

Aa

Version: Finalisée 2023-2025

LES SUPPORTS

CARTE DE VISITE



NEWSLETTER



2023 – 2025

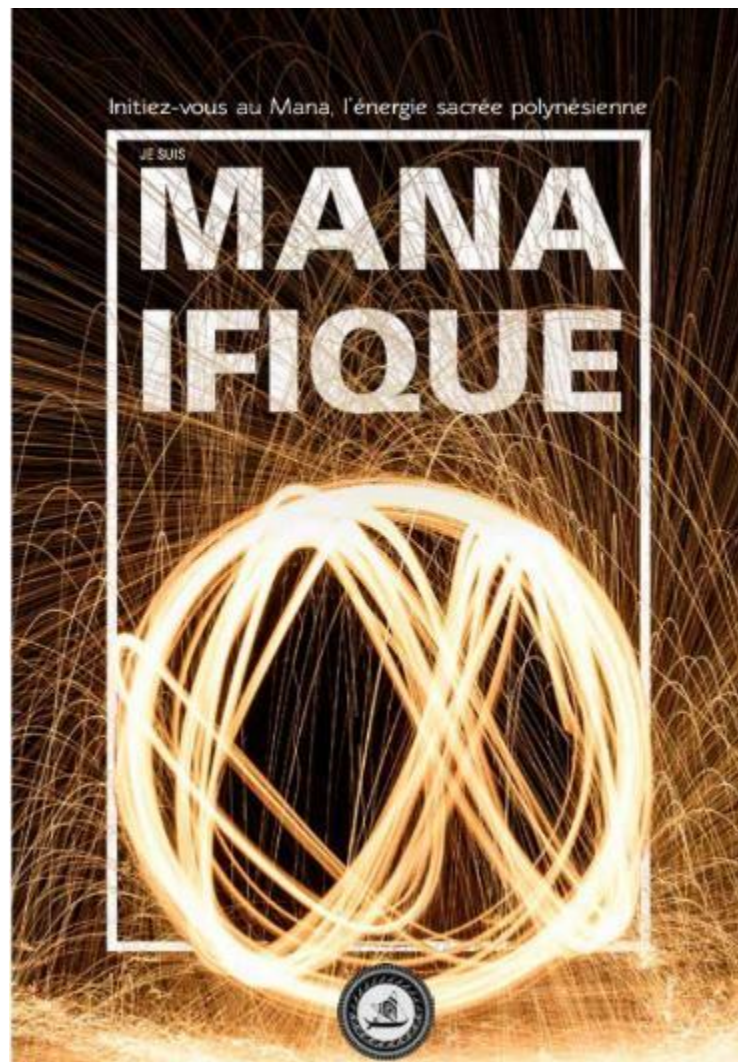
Analyse comparative. Brief créatif et stratégie. Design et narration. Suivi et exécution. Refonte de l'image de marque en 2025 avec la participation des étudiants.

CALENDRIER ÉNERGÉTIQUE 2020

PRINT



JE SUIS MANAIFIQUE – HAUT COMMISSARIAT



2018

Concept créatif de
sensibilisation

Guide sur le « Mana » pour le
Haut-Commissariat de la
Polynésie française et ATN.

Rédaction.

Direction artistique (graphiste).
Impression et diffusion via des
événements et des campagnes
d'e-mailing.

* Galerie Tua'Uru :

Galerie d'histoire pour l'eau de Mahina

Les travaux

2017

Phase de consultation des maires et des élus des communes de la zone d'impact de l'AMM

2018

La date limite de dépôt des candidatures pour les maires et élus des communes de la zone d'impact de l'AMM

* Te fa'atatauā o te natura

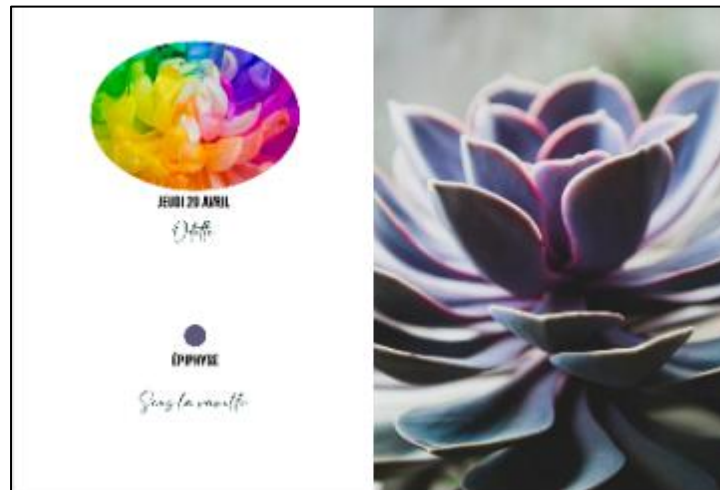
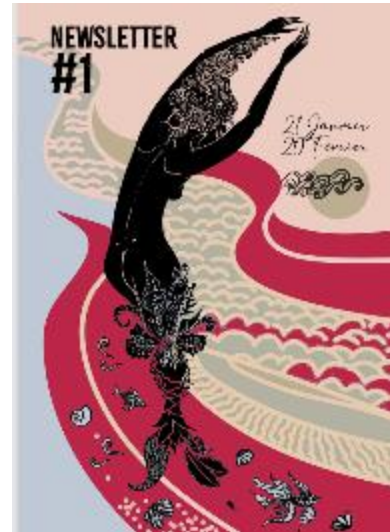
L'eau de la pluie s'infiltre dans le sol et se recharge dans les nappes phréatiques. L'eau de la pluie s'infiltre dans le sol et se recharge dans les nappes phréatiques.

[illegible]

Lauréat de l'appel d'offres avec ARTNOW et ADEQUATION.

Étude comparative (benchmarking). Gestion d'études qualitatives et quantitatives. Analyse stratégique et recommandations. Pilotage du rebranding et des campagnes de communication. Création de divers supports de marque. Gestion de la newsletter, des panneaux d'information et des communiqués de presse. Gestion de la page Facebook.

NEWSLETTER – CHB



2018 – aujourd'hui
Rédaction et diffusion d'une
newsletter personnelle auprès
d'une liste de diffusion de plus
de 1 600 contacts via
MailChimp.

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL – COM'SUP



2025

Concept créatif. Création de 5 guides portant sur des défis spécifiques de développement personnel, combinant divers exercices et expériences en ligne. Diffusion auprès des étudiants et suivi de leur progression sur une durée de deux mois. Les étudiants ont clôturé l'expérience en réalisant une vidéo pour Instagram et TikTok.

CALENDRIER – ANAMAN A



COMPRENDRE LES MOUVEMENTS DES PLANÈTES LONGUES

Les mouvements des planètes longues (Jupiter, Saturne, Uranus, Neptune) sont lents mais ont une grande influence sur notre vie. Voici un aperçu de leurs cycles principaux :

Planète	Signe	Qualité	Cycle principal (années)
Jupiter	♃	Positif	12
Saturne	♄	Négatif	30
Uranus	♅	Positif	84
Neptune	♆	Négatif	165

En 2024, Jupiter est en Bélier, Saturne en Capricorne, Uranus en Taureau et Neptune en Poissons. Ces positions influencent les thèmes de la vie personnelle et collective.

LES ÉVÉNEMENTS CÉLESTES

Voici les événements célestes majeurs pour le cycle 2024-2026 :

- Éclipse de Lune du 17 août 2024 :** Éclipse totale de Lune, visible en France. Elle marque le début d'une période de réflexion et de transformation.
- Éclipse de Soleil du 29 septembre 2024 :** Éclipse partielle de Soleil, visible en France. Elle marque le début d'une période de réflexion et de transformation.
- Éclipse de Lune du 17 août 2025 :** Éclipse totale de Lune, visible en France. Elle marque le début d'une période de réflexion et de transformation.
- Éclipse de Soleil du 29 septembre 2025 :** Éclipse partielle de Soleil, visible en France. Elle marque le début d'une période de réflexion et de transformation.

POUR PENSER CETTE TRANSITION, PENSEZ À COUVERT :

Les planètes longues ont une influence majeure sur notre vie. Voici les positions clés pour le cycle 2024-2026 :

- Jupiter :** Bélier (2024-2025), Cancer (2025-2026)
- Saturne :** Capricorne (2024-2025), Taureau (2025-2026)
- Uranus :** Taureau (2024-2025), Cancer (2025-2026)
- Neptune :** Poissons (2024-2025), Cancer (2025-2026)

COMPRENDRE LES MOUVEMENTS DES PLANÈTES LONGUES

Les mouvements des planètes longues (Jupiter, Saturne, Uranus, Neptune) sont lents mais ont une grande influence sur notre vie. Voici un aperçu de leurs cycles principaux :

Planète	Signe	Qualité	Cycle principal (années)
Jupiter	♃	Positif	12
Saturne	♄	Négatif	30
Uranus	♅	Positif	84
Neptune	♆	Négatif	165

PLUTON, L'ASTÉROÏDE SUBALTERNESQUE

Pluton, l'astéroïde subalternesque, est une planète naine qui a une influence majeure sur notre vie. Voici les positions clés pour le cycle 2024-2026 :

- Pluton :** Bélier (2024-2025), Cancer (2025-2026)

QUE VEUT DIRE PLUTON EN VERSEAU ?

Pluton, l'astéroïde subalternesque, est une planète naine qui a une influence majeure sur notre vie. Voici les positions clés pour le cycle 2024-2026 :

- Pluton :** Bélier (2024-2025), Cancer (2025-2026)

2024-2026

Concept créatif de calendrier astrologique. Conception et rédaction. Diffusion via un site web et une version imprimée.

**BONNE SEMAINE
A TOUS ET A TOUTES**

ÉVÈNEMENTIEL



FITNESS DAY – NESTLE



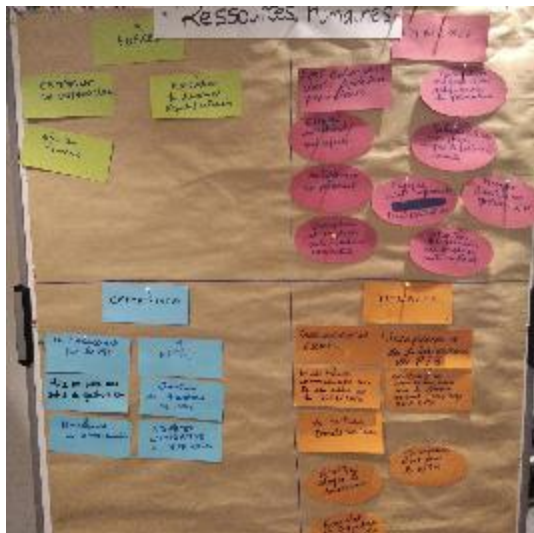
Organisation de la journée « Fitness ». Coordination des activités et des prestataires. Gestion de l'équipe et de la logistique. Planification média. Photographe sur site. Indicateurs de performance (KPI). Gestion du budget.

MILO DAY – NESTLE



Organization of several MILO DAYS with local schools and associations. Coordination of activities and services providers. Management of team and logistics. Media planning. On site photographer. KPIs. Budget management.

FORMATION GENRE – GIZ – NODALIS



2020-2021

Gestion de sessions de formation sur le genre dans le secteur de l'eau. Coordination avec les ressources humaines et la GIZ.

Rapport d'analyse et suivi individuel des parcours professionnels d'employés ciblés en vue de leur future désignation comme points focaux « genre ».

DOLCE VITA – COM'SUP



2025

Encadrement d'un groupe de 12 étudiants pour la création d'un concept événementiel original. Gestion de l'événement et répartition des tâches. Gestion budgétaire. Coordination des prestataires et des sponsors. Suivi des indicateurs de performance (KPI) et élaboration du bilan de l'événement.

VISITE PÉDAGOGIQUE – FRMF



2025

Organisation, en collaboration avec le Secrétaire général de la Fédération royale marocaine de football, d'une visite exclusive et inédite pour des étudiants au Musée du football et au Complexe Mohammed VI de football.
Coordination et gestion budgétaire.



An aerial night view of a city with a river and sailboats. The city is illuminated with yellow lights, and the river is dark blue. Several sailboats with yellow sails are visible on the river. The word "JEUX" is written in white capital letters across the center of the image.

JEUX

Je

JEUX SUR L'ENVIRONNEMENT – LYDEC



Les Clés de la Ville – The Keys of the City



Les Incollables – Play Bac

2007-2008

Création de trois jeux originaux de sensibilisation à l'environnement pour Lydec. Conception créative et rédaction.

Coordination du graphiste et de l'imprimeur. Organisation d'événements et d'ateliers destinés aux enfants et aux élèves. À ce jour, plus de 10 000 exemplaires de ces jeux « Incollables » ont été distribués.



Jeu de l'Oie – Game of Goose

VAI AND MANA – DIREN



2017

Création d'un jeu original centré sur la vallée de Faaone, l'eau et les traditions ancestrales polynésiennes. Projet parrainé par la DIREN (ministère de l'Environnement). Rédaction des contenus et coordination du graphiste. Organisation d'ateliers pour les enfants et d'une randonnée thématique pour les adultes.

ENQUÊTE 1

QUI



EMPIRE STATE OF LOOKING

Dans la fresque, cherche et repère huit lettres soulignées, tu pourras reconstituer le nom d'un auteur à l'origine d'une des théories de la communication de masse.

Pour t'aider, les cinq approches sont décrites en dernière page... Lis les cinq textes et démasque l'auteur mystère avec les lettres que tu as pu trouver.



①

Voici mon identité numérique, regardez-moi évoluer. Ces plateformes sociales sont conçues pour favoriser la communication entre les utilisateurs. Elles favorisent également l'échange d'informations et de services aux industries culturelles créatives. Theodor Adorno et Herbert Marcuse.

1. 研究背景与意义

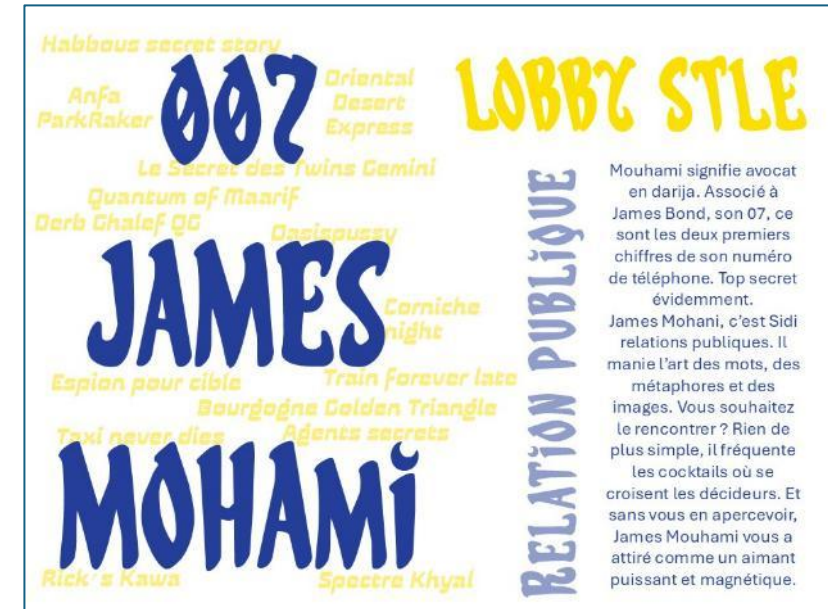
Création d'un Escape Game original portant sur New York et les grandes théories de la communication, dans le cadre de la semaine d'intégration des étudiants de Com'Sup (Bachelor en sciences de l'information et de la communication). En présentiel.

COM' TU PARLES – COM'SUP



2024 - 2025

Creation of an original cards games on Moroccan archetypes of communication professionals and occupations. AI Design with Adobe. Co Writing with a group of 15 students in three languages, French – English and Moroccan Arabic. On site exhibition.



CARTES DU MANA – VEGA EDITIONS

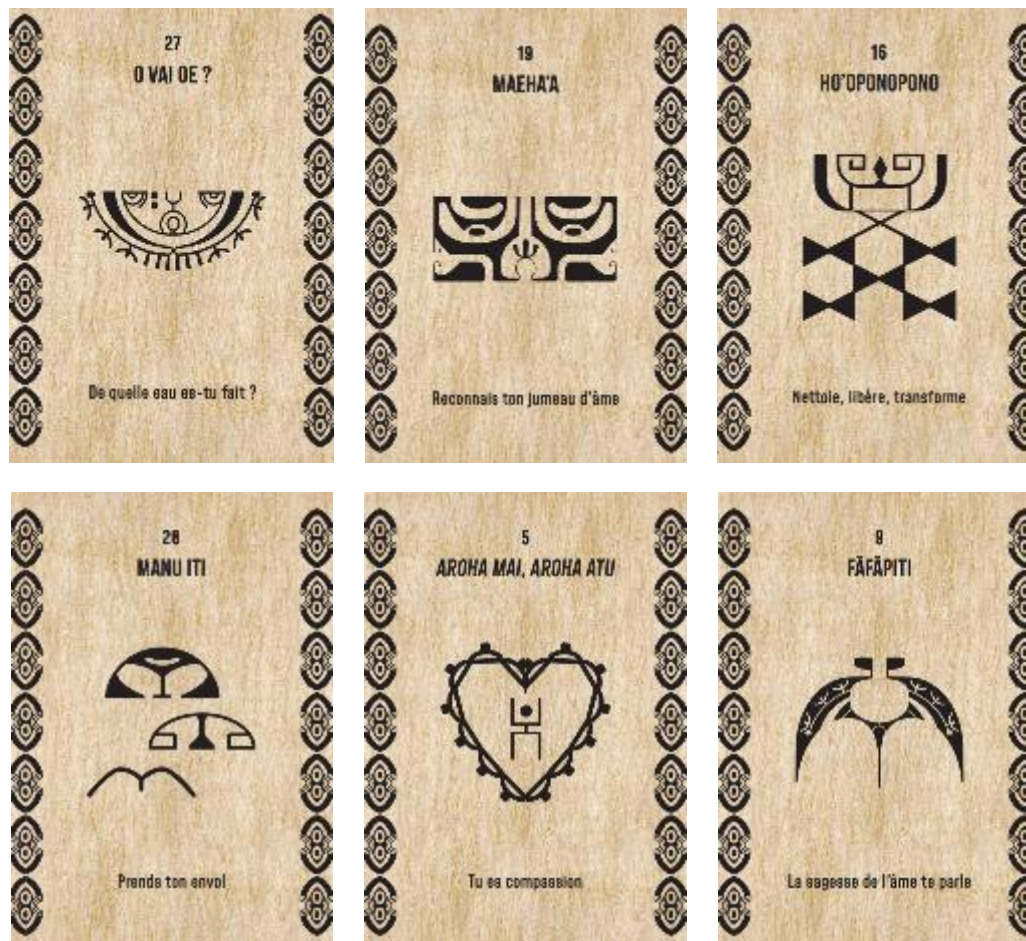


2019-2021

Création d'un jeu de cartes original sur
le thème du mana. Rédaction.

Coordination du graphiste.

Conception finale assurée par
l'éditeur. Près de 5 000 exemplaires
vendus en 2025.



CARTES DE VAIANA – VEGA EDITIONS

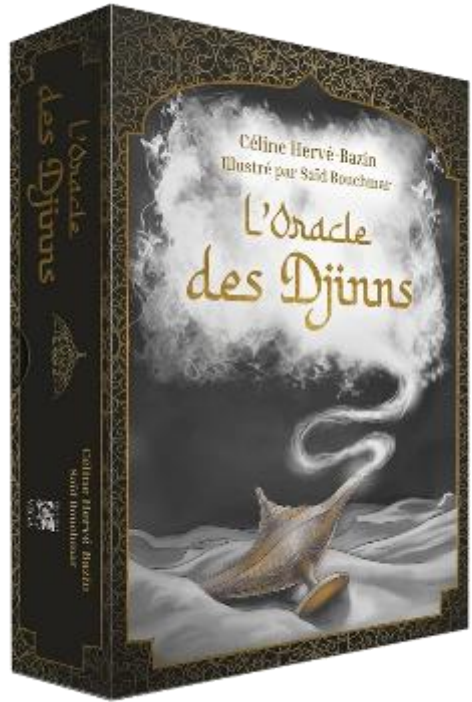


2022-2023

Création d'un jeu de cartes original sur le thème du mana.
Rédaction. Coordination du graphiste. Conception finale assurée par l'éditeur. Près de 2 000 exemplaires vendus en 2025.



CARTES DES DJINNS – VEGA EDITIONS



2023-2025

Création d'un jeu de cartes
original sur les djinns.

Rédaction. Coordination du
graphiste. Conception finale
assurée par l'éditeur.

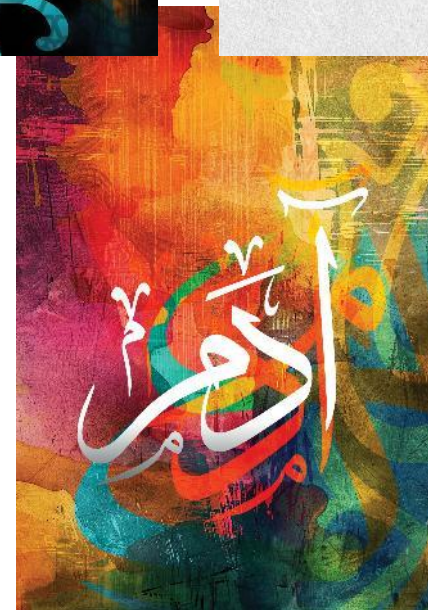
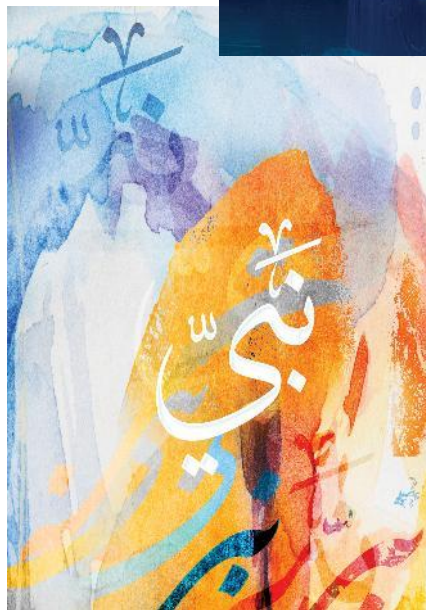
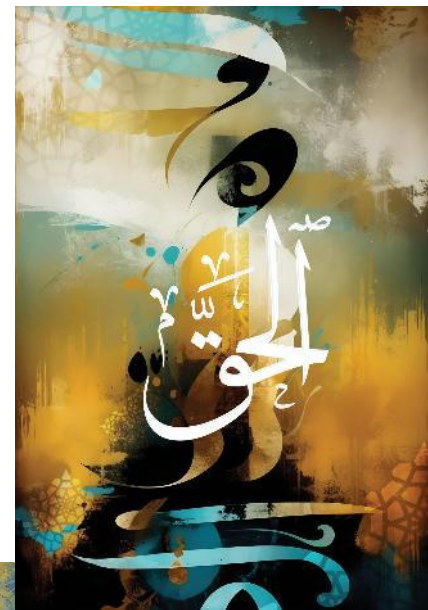
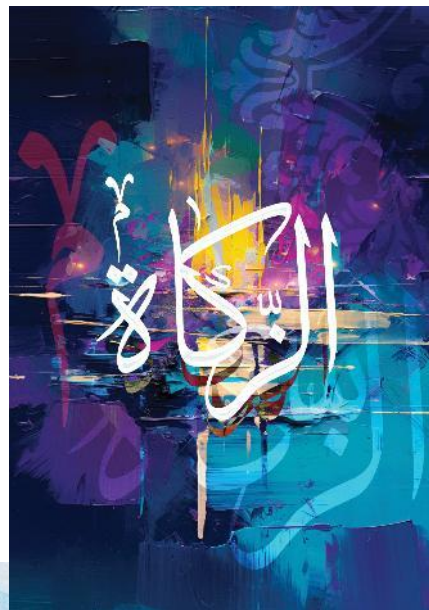
Publication en novembre 2025.



CARTES MEKTOUB – VEGA EDITIONS

2025-2027

Création d'un jeu de cartes original sur La calligraphie arabe. Rédaction. Coordination du graphiste. Conception finale assurée par l'éditeur.
Publication en février 2027.



HEALING KALIMAT – ANAMANA



2025-2026

Creation of an original cards deck on Arabic Calligraphy.
Writing. Management of two students in graphic design. To be
published in 2026.

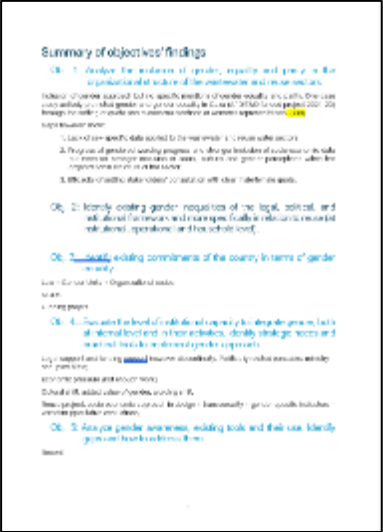
DOSSIER ENVIRONNEMENT

Candidature au Projet de Ferme, Tahiti Nui Télécom, 2021
SMEG

STRATÉGIE



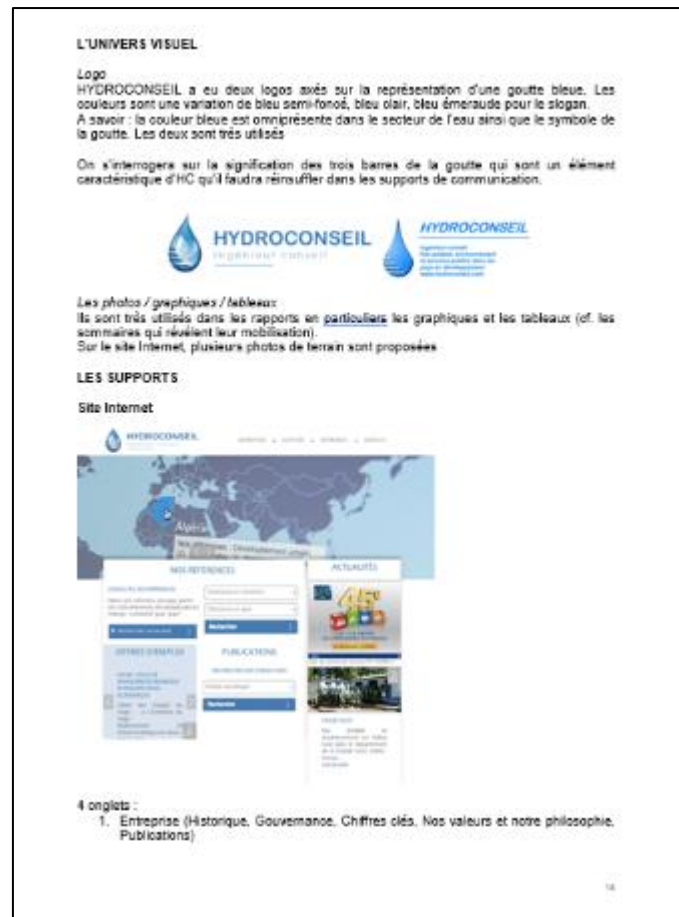
EXPERTISE GENRE – AFD – HYDROCONSEIL



2024-2025

Expert en genre pour l'étude de conception du programme WADIS sur les eaux recyclées, destinée aux organismes palestiniens du secteur de l'eau. Entretiens sur site et analyse. Rédaction du rapport sur le genre.

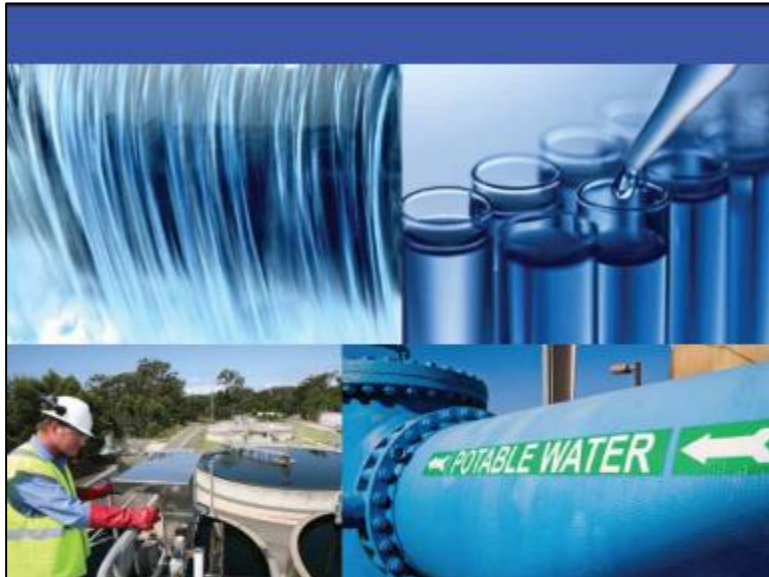
STRATÉGIE – HYDROCONSEIL



2013-2021

Benchmarking. Diagnostic de communication et recommandations pour un plan de communication stratégique et l'image de marque. Photographies et vidéos. Rédaction de propositions et de lignes directrices pour les newsletters et les outils internes.

STRATÉGIE – ACQUEAU



ACQUEAU



**A Eureka initiative
for
GROWTH AND INNOVATION IN WATER**

ACQUEAU
is the EUREKA Cluster for Water
ACQUEAU is the first industry-driven initiative
to fund innovation and R&D projects
in the water sector.

ACQUEAU is an industry-driven EUREKA initiative
dedicated to water-related technologies and
innovation. It aims at promoting innovative and
market-driven solutions to develop new technologies
in the European water sector.
The major goal is to facilitate the generation of
innovative ideas, pan-European collaborative water
research and technology development projects for
the benefit of the European water industry.
It is a non-profit association under Belgian law, it was
founded by industrial companies.
ACQUEAU addresses industries that develop and sell
water products or devices dedicated to water
supply, treatment, distribution, collection and
management, that use water in manufacturing
processes and that have an interest in developing
technologies related to the water cycle.

Who supports ACQUEAU?

Supporting Countries:

- United Kingdom (London)
- Canada
- Czech Republic
- Germany
- France
- Greece
- Israel
- Italy
- Poland
- Spain
- Sweden
- Switzerland
- The Netherlands

Interested countries:

- Austria
- Belgium (Flanders and Wallonia)
- Bulgaria
- China
- Czech
- Denmark
- Finland
- France
- The Netherlands
- Norway

Contact us:

Dr. Silvia Farnham
Director
1, Queens Wharf Lane
London
W8 5AH, UK
Tel: +44 (0) 20 73 11 18 88
Email: silvia.farnham@acquEAU.eu

Dr. Sabine Harnd-Sachs
Director
221, rue de la Woluwe
1200 Brussels, Belgium
Tel: +32 (0) 27 49 41 49
Email: sabine.harnd-sachs@acquEAU.eu

www.acquEAU.eu

Five Key Programmes to boost competitiveness

ACQUEAU has identified five key challenges to boost the competitiveness of the water sector in Europe and to
develop a bottom-up solution for the market.

Membrane Technologies

Membrane technologies include any process for water or
wastewater treatment achieving filtration through a
porous or semipermeable media made of polymers, mixed
or composite materials.
The global membrane market for water applications will
grow to 6.9B in 2015, to over 10.5B in 2017. The objective
is to foster the emergence of European companies with
new technologies to secure a market essentially
dominated today by US and Japanese companies
supplying and to develop European know-how and
equipment in order to propose competitive European
technologies for various applications including:
• wastewater and brackish water desalination,
• waste water treatment and reuse,
• water softening or removal of organic substances
contribution for drinking water production.

Real-time system Management

Real-time system management through online sensors,
actuators, data management, spiders, representation
(map, link with GIS, etc.) and trading, and various
control strategies. The goal is to reduce the
European know-how and equipment in order to secure
the management of water resources, water and
wastewater works, secure the quality of the product
delivered to customers, improve the operation of
networks and reduce the cost of construction.

Materials for pipes and coating

Water distribution and storage can benefit from a
comprehensive infrastructure for water delivery to
production and consumption. They are responsible for
about two thirds of the total cost of water supply in
developed regions. The objective is to improve durability,
safety and cost of "environmental friendly" materials.

**Low environmental impacts
for disinfection and oxidation**

This programme is intended to develop new disinfection
or other oxidation processes for the removal of
microbiological activity or other harmful compounds.
This targets all new processes for disinfection that will
1/ consume less energy, less chemical products,
2/ reduce environmental impacts of water treatment
processes and 3/ guarantee the best safety for the human
health. Disinfection is widely used:

- To reduce or eliminate microbiological activity in
water
- To ensure drinking water safety at point of use.
- To guarantee the safety of bathing waters near
wastewater discharges.
- To reduce harmful compounds.

Low energy wastewater treatment

To target low energy waste water treatment, the
development of the micro-pollutants water part of the
treatment (effluent). It aims to promote worldwide low energy
wastewater treatment based on different structures:

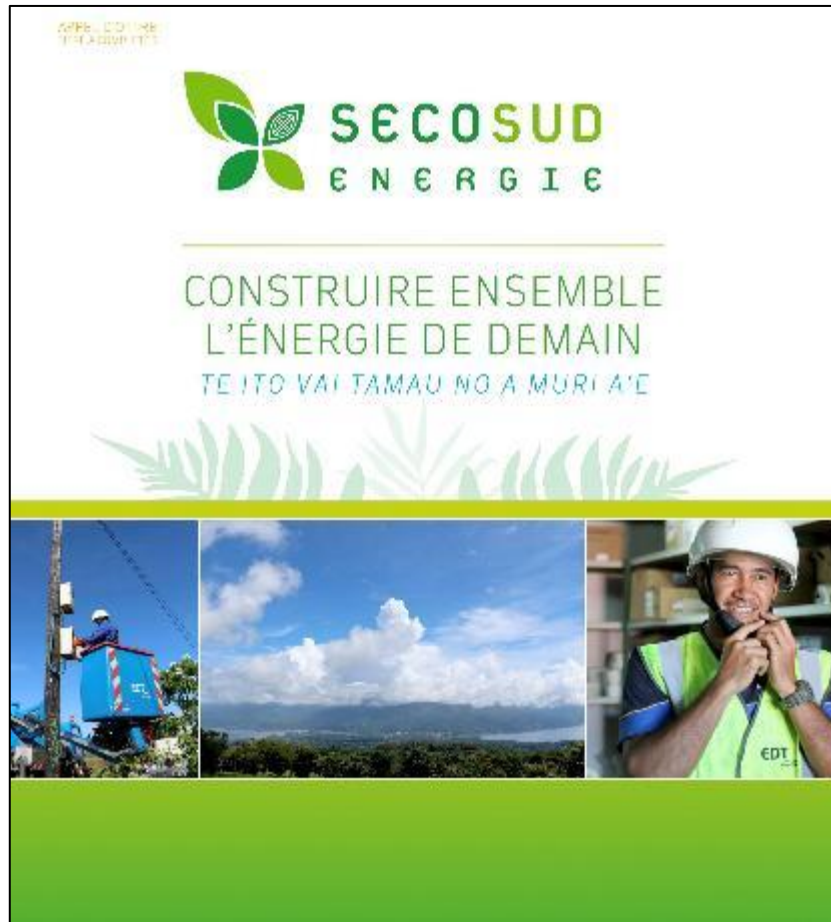
- To develop energy self-sufficient plant with
energy recovery and energy in situ production.
- To guarantee the complete removal of pollutants
effluents as phosphorus, nitrogen...
- To transform all effluents solid or liquid as
co-product (biogas, compost).

The main goal is to ensure the protection of water
resources and the preservation of the environment.

2009-2011

Analyse comparative (benchmarking). Diagnostic de communication et recommandations pour un plan de communication stratégique et une stratégie de marque. Conception graphique. Production d'outils de communication, incluant des supports institutionnels, un rapport scientifique, des appels d'offres et des notes d'orientation (policy briefs). Organisation d'événements de relations publiques avec la Commission européenne et les institutions européennes des pays partenaires.

SECOSUD – EDT



2018-2020

Analyse comparative (benchmarking). Diagnostic de communication et recommandations en matière de communication stratégique et de réponse aux appels d'offres. Conception graphique. Production de supports de communication, incluant des documents institutionnels et des dossiers de réponse aux appels d'offres. Photographie. Conception de divers documents imprimés, tels que flyers, brochures et catalogues.

JOURNÉE MONDIALE DE L'EAU – DIREN



Journée Mondiale de l'Eau 2017
Etude d'impacts

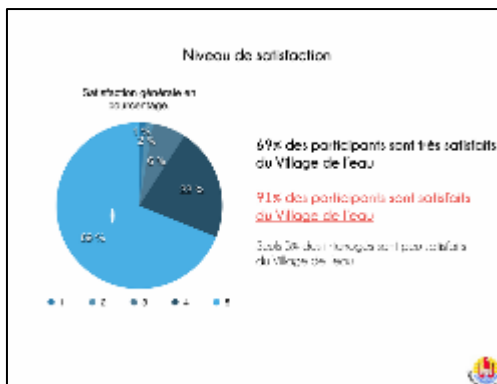


Questionnaire

- 3 questions thématiques
- Evaluation des perceptions : échelle de valeur
- Une question libre ouverte aux commentaires et suggestions
- Etude complétée par les données relatives à l'accueil (moyens de connaissance / canal médias)
- Echanges avec les participants (surtout de 8h30 à 10h30 : affluence modérée, permettrait de dialoguer et recueillir les impressions des interrogés)

Recommandations Médias

- Télévision
- Facebook
- Affiches ciblées :
 - Front de mer
 - Ecoles primaires - maternelles
 - Centres para scolaires
 - Activités para scolaires (activités sportives, artistiques)
 - Garderies
 - Particuliers
 - Entreprises
 - Communes



2017

Analyse comparative. Enquête sur site.
Analyse et production de statistiques.
Recommandations pour la planification de la communication stratégique et une campagne de sensibilisation.

HIVA OA – EDT



Hiva Oa
Un service de proximité




UNE ÉQUIPE DE CONFIANCE

Ses agents engagés au service des Marquisiens

L'équipe EDT Hiva Oa, les conseillers de proximité et chargés de l'installation et de la maintenance des infrastructures et des réseaux de l'île, travaille en étroite collaboration avec les agents locaux pour assurer la qualité de service et la satisfaction des clients.

À l'écoute des entreprises

Chaque jour, les agents de l'équipe Hiva Oa sont à l'écoute des entreprises pour répondre à leurs besoins et leur proposer des solutions adaptées.

Un accueil client personnalisé

Chaque jour, les agents de l'équipe Hiva Oa sont à l'écoute des entreprises pour répondre à leurs besoins et leur proposer des solutions adaptées.




2018-2022

Benchmarking. Diagnostic de communication et recommandations stratégiques (communication et réponses aux appels d'offres). Conception graphique. Production d'outils de communication, incluant des supports institutionnels et des dossiers de réponse aux appels d'offres. Photographie et vidéo. Conception de divers documents imprimés (flyers, brochures, catalogues). Déploiement à l'échelle de l'ensemble des îles Marquises. Suite à l'obtention du marché : création d'une nouvelle marque de communication, EDP – Énergie de Polynésie française.

DSP MARQUISES – EDP



2020-2022
Élaboration de réponses
spécifiques à 6 appels
d'offres pour le CODIM.

1. Notre candidature en un clin d'oeil



**TAHITI NUI
TELECOM**



SMAG

Société Tahiti Telecom

Société à la demande

- Actionnaire majoritaire et à la majorité de l'Etat
- Actionnaire minoritaire et à la majorité de l'Etat
- Engagement à la durée et à la fondation
- Association à la mise en œuvre des installations
- Partenaire à long terme de THT

100% - 70%

30% - 40%

Initiative de l'Etat

Commande d'investissement

et d'exploitation

Document 2

Séances de travail : par ateliers de travail pluridisciplinaire du projet et l'ensemble des savoirs : technique, économique, financier, administratif, environnemental et contractuel.

En charge également du financement du projet sur fonds propres et de la mise en place des contrats de financement bancaires.

Références : études techniques effectuées par un expert en conception photovoltaïque pour la grande puissance d'une valeur maximale de plus de 12 millions d'€ (100 MW).

Enjeu



Approche d'approvisionnement

En charge des études d'ingénierie, de la conception du plan d'implantation, de l'optimisation PV + stockage, de la sélection des modules photovoltaïques, onduleurs, BESS et SCADA, de la coordination des études de compatibilité électromagnétique avec la société Latécoère.

Références : acteur international spécialisé dans l'ingénierie, l'approvisionnement et la construction (EPC) de grands projets PV, avec plus de 2000 MW en exploitation, ainsi qu'une expérience dans les projets sol-énergie (Maroc, USA, Haïti, Afrique).

Enjeu



Construction et exploitation

Rôle chargé de l'ingénierie : réaliser, de la part de la société des études, solutions et du poste de livraison, de l'approvisionnement des structures et de la construction globale d'un montage mécanique, installation électrique, de la mise en service des installations et des tests.

Références : 21 000 panneaux PV installés en Polynésie, dont 2 installations avec des batteries de Li-ion, 25 onduleurs, 14 centrale de maintenance de sites industriels.

Enjeu



L'opération : maintenance et surveillance

Support local de l'équipe pour l'ingénierie, la montage des composants, en charge de l'assistance à la mise en service des installations, de l'exploitation, de la maintenance, de la provision de la production en collaboration avec la société Boudry, et d'infrastructures production et stockage d'énergie.

[illegible][illegible][illegible]

Benchmarking. Diagnostic de communication et recommandations en matière de communication stratégique et de réponse aux appels d'offres. Conception graphique. Production d'outils de communication, incluant des supports institutionnels et des dossiers de réponse aux appels d'offres. Après l'obtention du marché, production de nouveaux supports de communication pour le client, TNT.

VIDÉOS



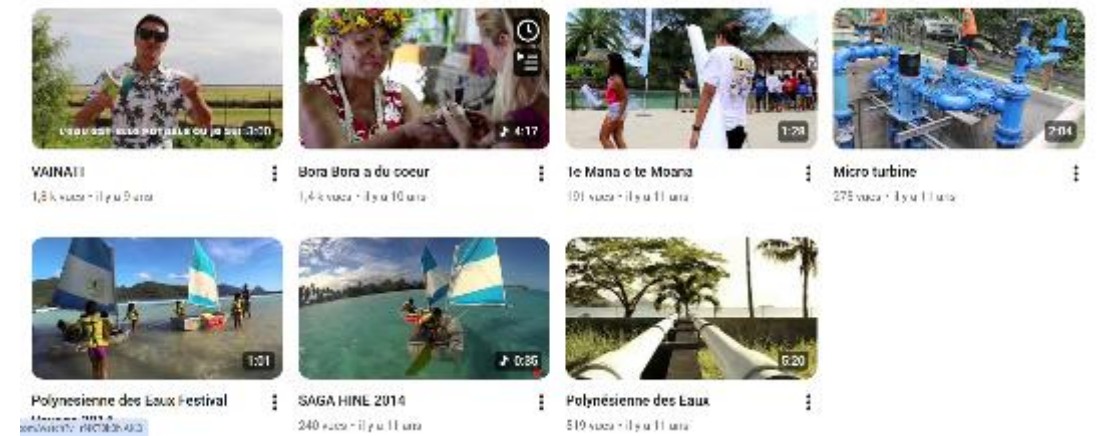
BORA BORA A DU CŒUR – BORA BORA



2015-2016

Conception originale de deux vidéos : un clip de 3 minutes destiné aux touristes visitant l'île de Bora Bora et un documentaire pour les lycéens. Ce projet s'inscrivait dans une campagne de sensibilisation globale de la commune de Bora Bora concernant ses initiatives et investissements en faveur de l'environnement. Missions : écriture du scénario, casting, repérage des lieux, coordination du réalisateur, ainsi que gestion de la production et de la post-production. Conception et rédaction d'un kit pédagogique pour les élèves. Le clip a été diffusé dans tous les hôtels de luxe de Bora Bora ainsi que lors de divers événements en France et en Chine pour promouvoir la destination. www.youtube.com/watch?v=rNKT8kBNKQ

VAINATI – POLYNÉSIENNE DES EAUX



2015-2016

Conception originale de plusieurs vidéos commerciales et institutionnelles destinées aux réseaux sociaux, aux agences clientes et à la communication interne. Écriture, casting, réalisation et production. Planification média. Gestion des réseaux sociaux.

Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=19yGl923uYI>

LA VALLEE DU RIFT – BIGLO



2011 - 2012

Assistant de production documentaire – *Great Rift Expedition*, une série de documentaires pour France 5 réalisée par les frères de La Tullaye. Gestion des contenus et de l'actualité du site web. Aide à la recherche de lieux de tournage, d'experts locaux et d'associations. Coordination depuis la France lors des tournages sur le terrain. Assistance à l'écriture et au montage (montage du réalisateur).

RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK – POLYNÉSIENNE DES EAUX



2015-2017

Planification stratégique pour les réseaux sociaux. Production de publications et de vidéos, ainsi que gestion des commentaires. Création de jeux en ligne et sur site pour stimuler l'engagement du public. Exemple : VaiDating. Lors du salon organisé pour la Journée mondiale de l'eau, les visiteurs sont invités à exprimer ce que l'eau représente pour eux. Après la publication en ligne, un gagnant est désigné parmi les participants.

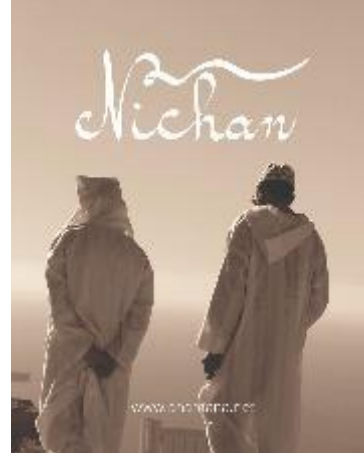
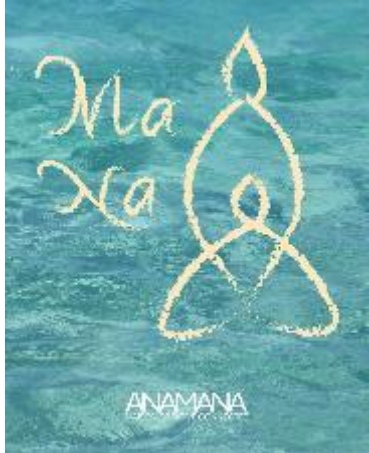
FACEBOOK – ANAMANA



2023 - 2025

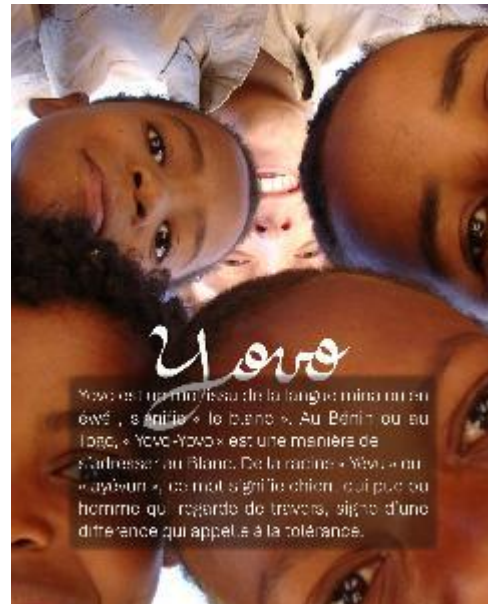
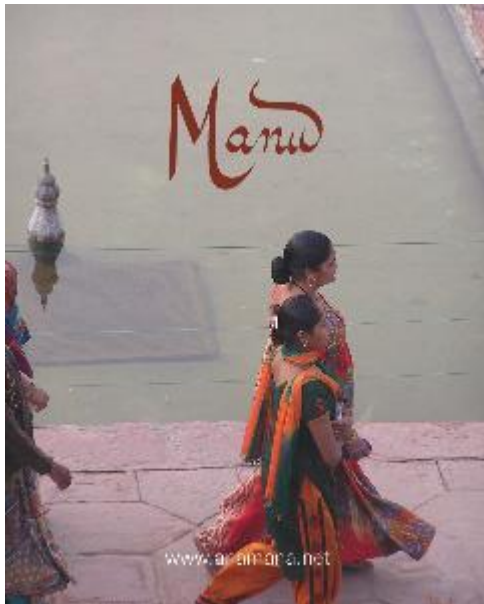
Planification et gestion des réseaux sociaux. Création de plusieurs publications pour Facebook et Instagram visant à susciter l'engagement du public et à promouvoir des événements et des produits.

INSTAGRAM – ANAMANA



2025

Encadrement d'un community manager et d'un graphiste pour la création de publications artistiques visant à informer la communauté d'ANAMANA sur plusieurs mots sacrés.

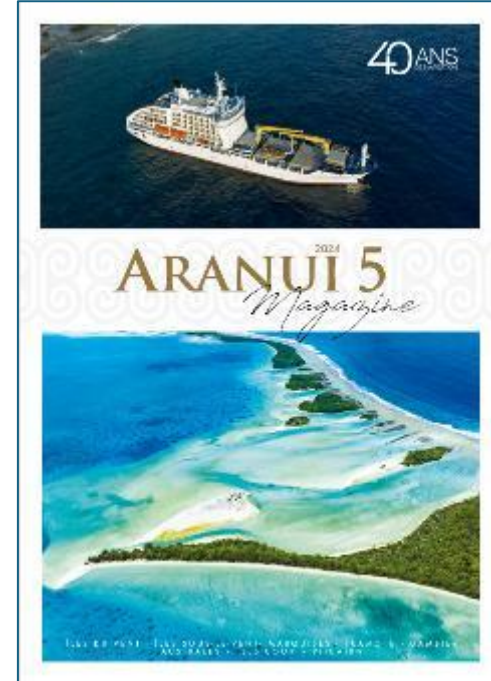
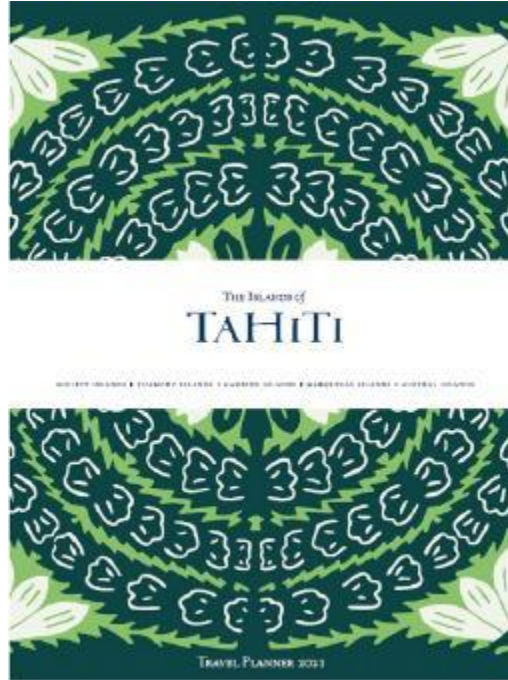


S'initier au chamanisme polynésien

ÉCRIVAIN



MAGAZINES – Clients



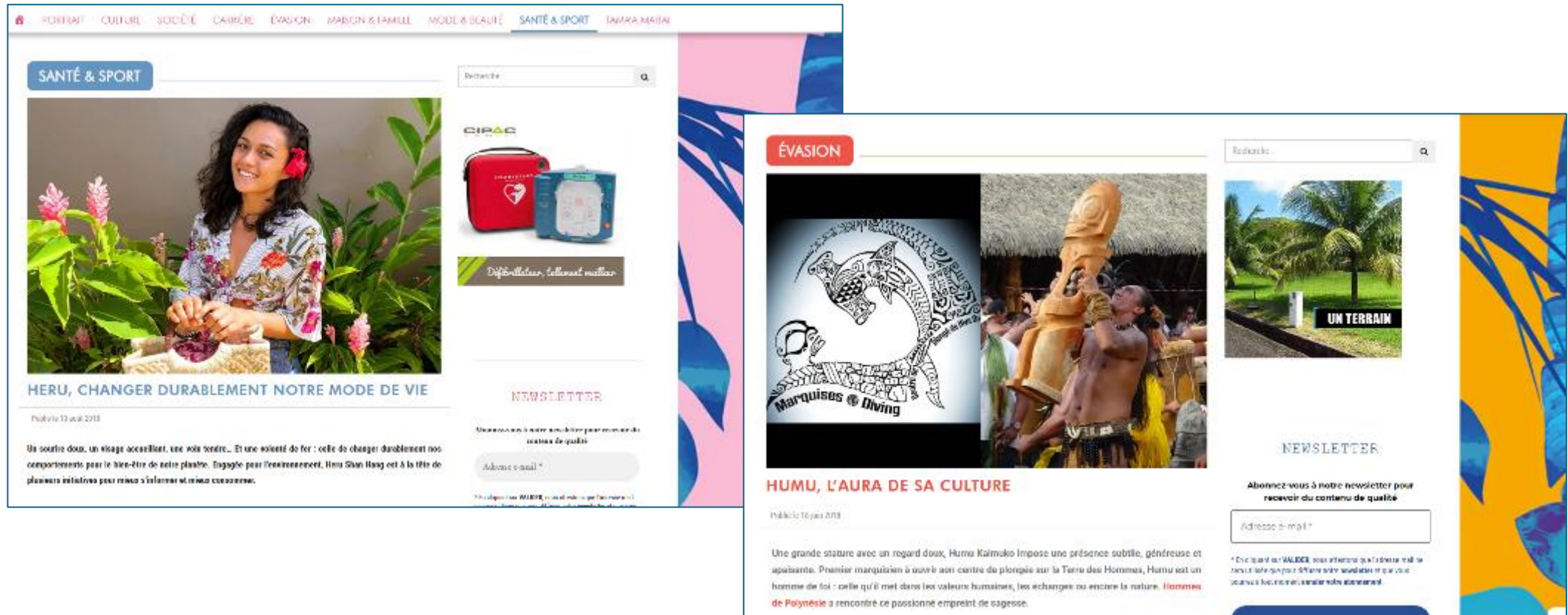
2016 – aujourd'hui

Rédaction régulière d'articles, de brochures et de rapports pour divers clients.

Exemples présentés, de gauche à droite :

1. REVA Tahiti – Magazine de bord d'ATN – Article thématique sur le « Mana ».
2. Travel Planner – Guide de l'île de Tahiti – Plusieurs articles sur les activités insulaires et l'histoire culturelle.
3. ARANUI – Magazine de bord – Édition spéciale consacrée au 40e anniversaire de la compagnie.

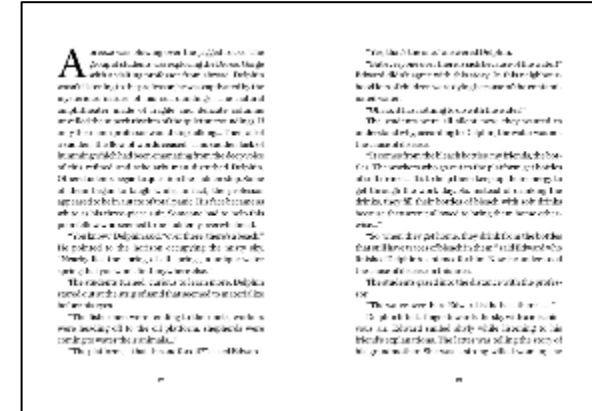
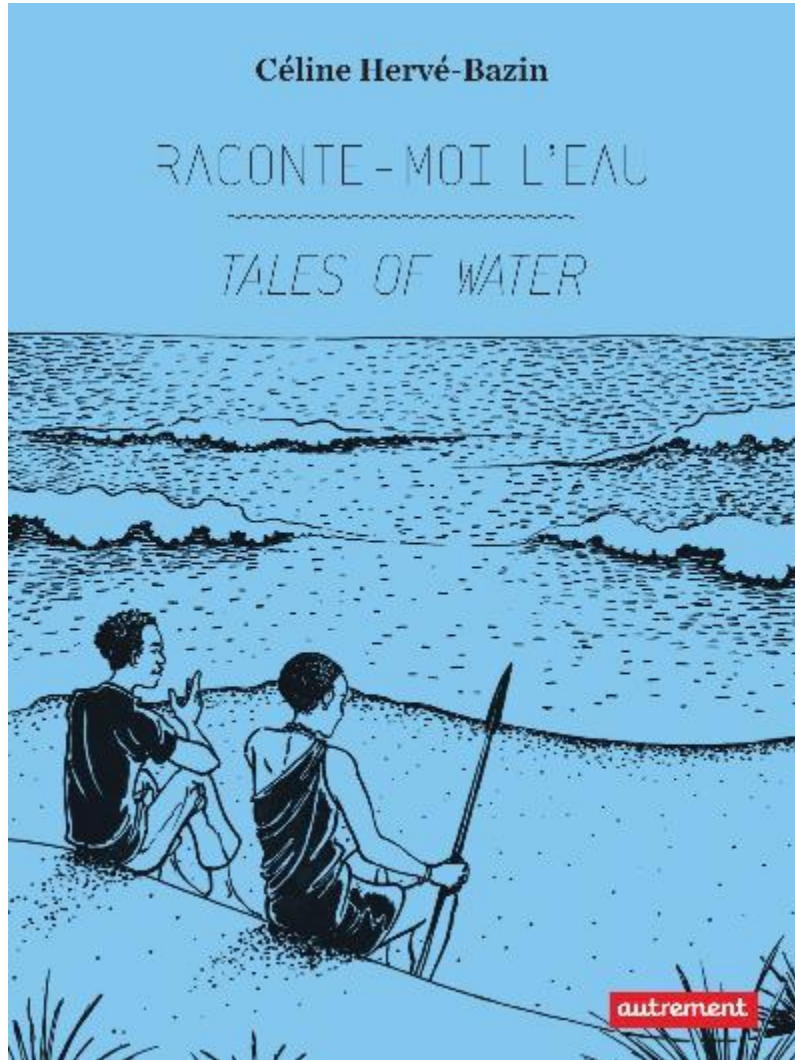
WEBZINE – FEMMES HOMMES DE POLYNÉSIE



2017-2018

Autrice de portraits de femmes et d'hommes pour le Webzine Femmes et Hommes de Polynésie. Plus de 20 portraits incluant interviews, photographie, écriture et montage.

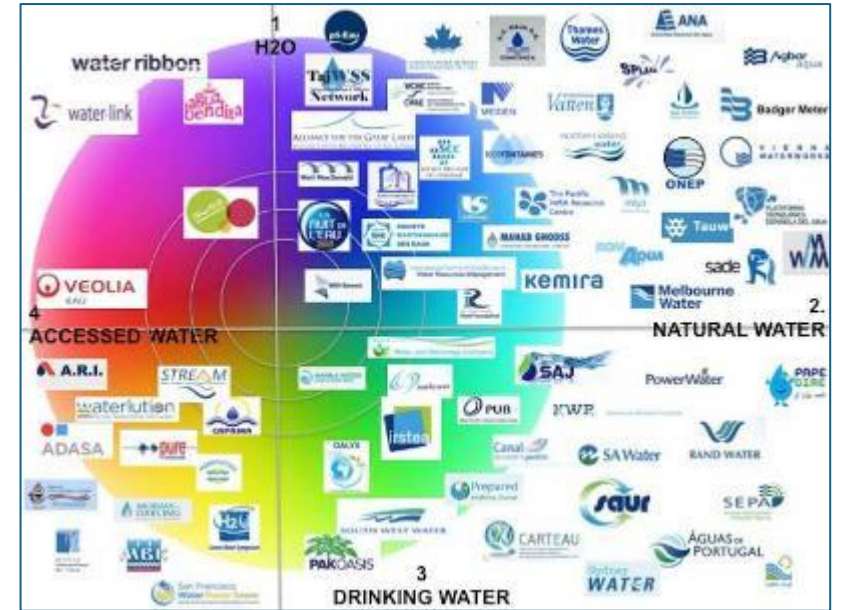
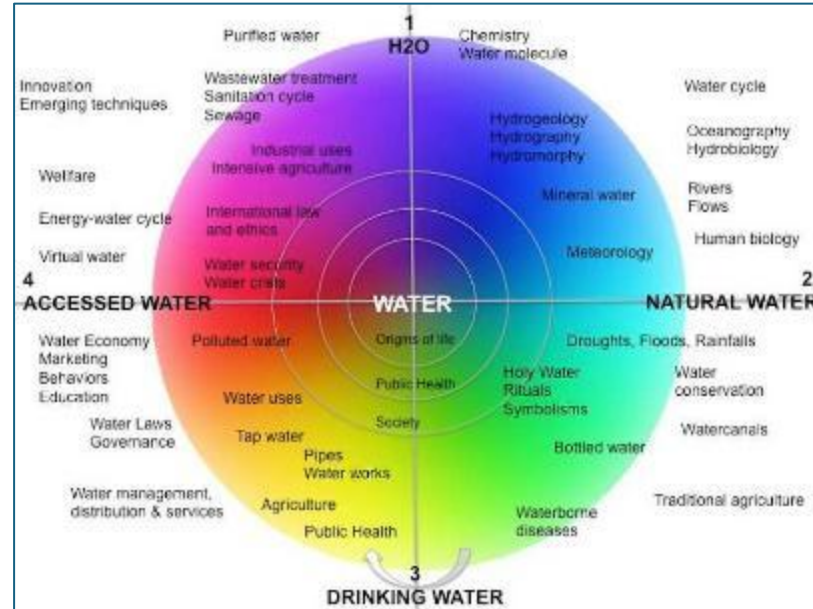
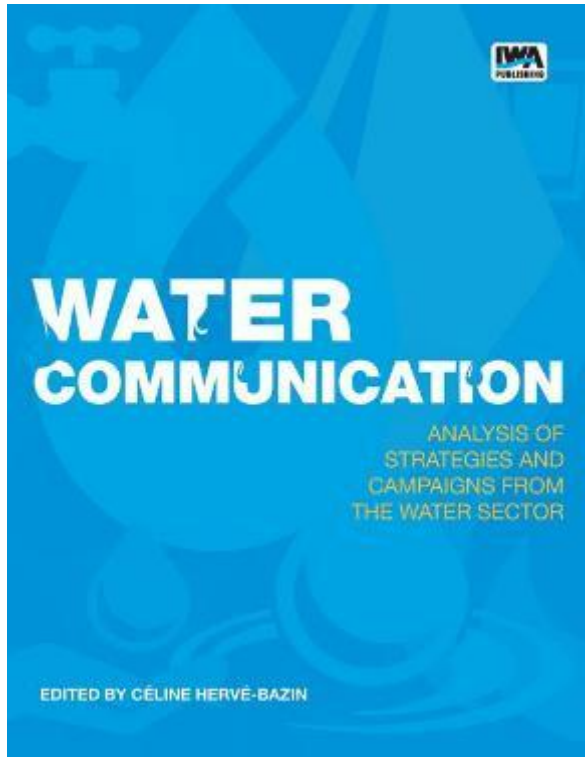
RACONTE-MOI L'EAU – AUTREMENT



2011 - 2012

Recueil d'histoires sur l'eau provenant de 16 pays et des 5 continents. Rédaction. Coordination des traductions avec un traducteur anglophone. Coordination du graphiste.
500 exemplaires publiés.

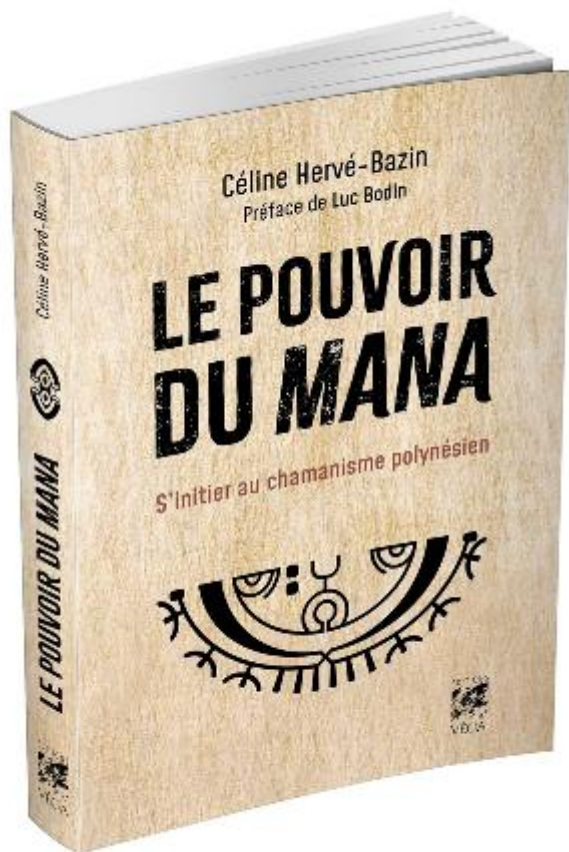
WATER COMMUNICATION – IWA PUBLISHING



2011 - 2014

Collecte de plus de 500 logos et de 140 campagnes de communication consacrées à l'eau. Coordination de 12 rédacteurs et experts reconnus du secteur de l'eau issus des cinq continents. Publication du premier état des lieux des campagnes de communication sur l'eau. Lancement, sous l'égide de l'initiative « ONU-Eau » (UN-Water), du premier atelier consacré aux défis de la communication dans ce domaine. Contribution à la structuration de groupes de travail réunissant des responsables de la communication du secteur de l'eau. Animation de plusieurs conférences sur les enjeux de communication liés à la sensibilisation aux ressources en eau.

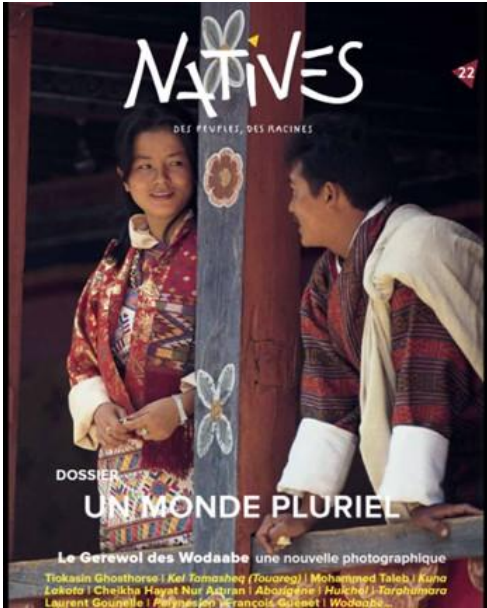
LE POUVOIR DU MANA – VEGA



2018 - 2021

Recueil de témoignages. Étude de la littérature existante. Entretiens sur le terrain aux îles Marquises, à Rapa Nui, en Nouvelle-Zélande et aux îles Cook. Entretiens en ligne avec un expert hawaïen. Rédaction. Ouvrage publié aux éditions Vega. Plus de 3 000 exemplaires vendus. Nommé pour le prix du meilleur livre sur le chamanisme par le Festival du chamanisme en France.

ATACAMA – NATIVES



	
74 SPIRITUALITÉS Une écospiritualité musulmane Muhammad Taleb L'islam, un chemin vers l'âme du monde Hayat Nur Azuram Rêmi, le soufisme et la nature	104 REPORTAGE Le monde surnaturel du Tschu 112 HIER ET AUJOURD'HUI Sorcières & C° 116 NOS RACINES La distillerie corse qui fait "parler" les plantes
84 REGARDS Atacama Les mémoires de l'eau	118 RENCONTRE Laurent Gouinelle
90 ARTS Kei Tamasheq Le tendé des femmes	124 CULTURES Livres - expositions
96 CHRONIQUE d'Ernst Zürcher Écouter battre le cœur des arbres	130 Billet
98 EN QUÊTE contributions familiales Un recours du rite	

En couverture : Public venu des villages d'origine de la vallée de Paris pour assister aux danses monothématiques du Tschu, du monastère bouddhiste de Wanglung Dzong, Paris, Bhoutan. Photographie de François Guenet.

SOMMAIRE 3



2026

Article sur les mémoires de l'eau dans le désert de l'Atacama avec Magdalena Sota.

PROJETS CRÉATIFS



WATER RIBBON – WORLD WATER FORUM

water ribbon

2011 - 2012

Collecte de témoignages. Création de « Water Stories » mettant en scène des professionnels de l'eau du monde entier – 156 contributions. Organisation d'un concours de photographie en ligne ayant suscité plus de 1 000 participations. Dix lauréats ont vu leurs clichés exposés au MAP (Toulouse). Le projet a obtenu le label « Initiative citoyenne » et a bénéficié d'un parrainage couvrant les frais de participation ainsi que l'exposition de l'initiative sur un stand dédié lors du Forum mondial de l'eau.



LA VALLEE DES REINES – TV5 MONDE



2012 - 2013

Écrivain et concepteur créatif du webdocumentaire La Vallée des Reines.
Obtenu plus de 175 k euros auprès de sponsors dont SUEZ
Environnement, l'AFD, Pictonovo, La Cité des Sciences.

VO[IA]GE – COM'SUP



2025 - 2026

Collecte de 15 témoignages. Encadrement d'un groupe de 16 étudiants ayant recueilli plus de 20 témoignages. Rédaction d'articles et création d'un site web à l'aide de l'IA et d'outils hors ligne. Comparaison des résultats et des expériences. Production de résultats scientifiques et d'outils pédagogiques pour l'enseignement des théories de la communication à l'ère de l'IA.

Point de départ

On projette de réaliser un **Vo[IA]ge** à propos des nouvelles technologies qui transforment notre monde professionnel, académique, personnel et social. Il s'agit d'un projet de recherche à long terme, qui vise à explorer les implications de l'IA dans la communication et la société. Le projet est structuré en plusieurs phases, qui seront abordées au cours de l'année.

Son objectif est d'explorer des thématiques liées aux nouvelles technologies et d'identifier les différentes formes d'intelligence à l'ère de l'IA, et de comprendre comment elles influencent la communication et la société. Le projet est structuré en plusieurs phases, qui seront abordées au cours de l'année.

Il s'agit d'un projet de recherche à long terme, qui vise à explorer les implications de l'IA dans la communication et la société. Le projet est structuré en plusieurs phases, qui seront abordées au cours de l'année.

Il s'agit d'un projet de recherche à long terme, qui vise à explorer les implications de l'IA dans la communication et la société. Le projet est structuré en plusieurs phases, qui seront abordées au cours de l'année.



Portraits de professionnels enregistrés

Par souci d'éthique, nous ne montrons pas les visages des personnes enregistrées. Les portraits sont représentés par des silhouettes stylisées.

Les portraits sont représentés par des silhouettes stylisées.

• Amos (Bijon)	• Clotilde (Chaval)
• Chantal (J. La)	• Julien (Cassan)
• Aurélie (Bayer-Poisson)	• Lucie (Brenson)
• Sophie (Gérald-Fernandez)	• Nicolas (Bijon)
• Luc (Bijon)	• Hyan (Bijon)
• Corinne (Lamouche)	• Blaise (Lamouche)
• Béa (Lamouche)	



VOYAGES MANAIFIQUES – ATN



2023 – aujourd'hui

Production de données qualitatives sur le tourisme spirituel. Création d'expériences de voyage en Polynésie française fondées sur diverses traditions sacrées.

Couvre plusieurs pays : France, Maroc, Chili, Nouvelle-Zélande, Australie, Colombie...

contact

CÉLINE HERVÉ-BAZIN
www.celinehervebazin.com

