

Frédéric CABAS

06.12.25.21.26

LinkedIn : [Frédériccabas](#)Blog : [Kab-book.com](#)

23 rue des Pelus – 37210 Rochecorbon

frederic.cabas@gmail.com

Disponible immédiatement

COMMUNICATION, ÉVÉNEMENTIEL & DIGITAL

PROFIL

- Vision stratégique & marketing
- Transformation digitale de la communication
- Gestion de projets, management

EXPERTISES

- Communication corporate, commerciale, interne et externe
- Événementiel et relation presse
- Communication digitale

Responsable communication, marketing opérationnel et digital**Pôle de compétitivité S2E2**Tours - www.s2e2.fr - (mars 2013 – septembre 2018)

Akteur économique régional qui a pour missions de soutenir l'innovation et de contribuer au développement d'entreprises positionnées dans les domaines de l'énergie électrique.

200 membres, 125 entreprises, 205 projets R&D financés, 430 M€ d'investissements publics et privés, 172 produits innovants générés - Périmètres : Régions Centre-Val de Loire, Pays de la Loire, Nouvelle Aquitaine

Enjeu : Inscrire le Pôle S2E2 dans la modernité et améliorer la visibilité de ses actions auprès de son écosystème (entreprises, établissements publics, structures d'appui, médias et collectivités locales)

Mission : « J'ai construit et mis en place le plan d'actions marketing/communication visant à promouvoir l'offre de services du pôle S2E2 et à améliorer sa visibilité, ainsi que celle de l'activité de ses membres en France et à l'international »

- Pilotage de la communication interne et externe
- Stratégie digitale (web et réseaux sociaux) et gestion des relations presse
- Organisation d'événements (forums, séminaires, visites d'entreprise...) et animation réseau

Responsable marketing et digital**Made in Bordeaux**Bordeaux - www.made-in-bordeaux.com - (avril 2010 – février 2013)

e-commerçant et cadeaux d'affaires

150 clients, 450K€ de CA, près de 250 produits recensés

Enjeu : Modéliser le plan marketing et mettre en valeur l'offre de la société auprès de ses différentes cibles

Mission : « J'ai mis en place l'ensemble des outils marketing, afin d'assurer la visibilité de la marque et le développement de l'activité de la société sur son territoire »

- Mise en place des supports de communication (catalogue, offres...)
- Stratégie digitale (site web, référencement, campagnes AdWords, newsletters, réseaux sociaux)
- Promotion de la marque (Salons, événements, médias, collectivités locales)
- Développement d'une clientèle professionnelle

Consultant en communication événementielle**Ti 'Bass l'agence**

Bordeaux / Paris - (avril 2006 – février 2010)



Agence de conseils en communication globale

Enjeu : Conseiller et accompagner les clients pour la mise en place de leurs actions de marketing opérationnelle

- Développement d'un portefeuille clients (agences, entreprises, collectivités locales)
- Mise en œuvre de stratégies marketing opérationnelles BtoB et BtoC

Directeur projet événementiel et clientèle**Magic Garden Agency**Paris 10° - www.magicgarden-agency.com - (février 2000 – mai 2005)

Agence de communication événementielle

3 M€ CA/an, 15 salariés (chiffres 2005) - Périmètres : France et internationale

Enjeu : Assurer le développement et la fidélisation d'un portefeuille client par le pilotage d'opérations événementielles.

- Gestion de projets et coordination d'événements (road show, tournées européennes, lancements de produit, salons, conférences de presse, incentives, show case...)

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Aisance rédactionnelle (articles, dossiers, interviews...) et relationnelle
- Anglais : Bonne maîtrise
- Maîtrise des logiciels de retouches d'images et d'édition

FORMATION

- Master en marketing et métiers de la communication – Institut International de Communication de Paris / ESG Paris / 2001
- DUT techniques de commercialisation option marketing Tours / 1999

ADHÉRENT MDCIL**Retombées sur 5 ans**

- Offre de services : augmentation des ressources privées (15% / an)
- 20 événements organisés par an
- Site web : +57% de fréquentation
- Twitter : + 1400% de followers
- Animation d'une page LinkedIn
- Une douzaine de supports de communication édités par an
- 56 communiqués de presse réalisés / 9 conférences de presse organisées
- 40 Newsletters numériques diffusées par an (6000 contacts)
- Management d'1 personne

Retombées

- Création d'une société qui perdure depuis 9 ans
- Site web : audience quadruplée en 3 ans (2010-2013)
- Retombées presse générées par la stratégie social média
- 50 clients professionnels sur 3 ans (La POSTE, VEOLIA, SNCF, VINCI, THALES, Girondins de Bordeaux)

Résultats

- Gestion de budget de 30 à 250K€
- Clients gérés : Veolia, COBAS, SFR : Groupe SUD OUEST, XBOX, AXE, SONY, RATP, DESPERADO
- Edition d'un périodique gratuit sur le Bassin d'Arcachon : « Ti 'Bass magazine »

Résultats

- Gestion de budget de 50 à 650K€
- Clients : Société Générale, AXE, Nintendo, Pepsi, MTV, Bandai, APPLE, Techno Parade, Lipton...
- Management de 5 personnes

Récompenses

Trophée du Marketing des jeunes du magazine « Stratégies » pour les opérations AXEBOAT (AXE/Unilever) et X-CITE (Wrigley's)

2003/2004

