



## Rencontres des étudiants de BTS COMMUNICATION 1<sup>o</sup> année avec Lucile BAMBRIDGE et Teheiuira TEAHUI

### Rencontre avec Lucile BAMBRIDGE

Jeudi 12 Novembre 2020, dans le cadre du 20<sup>ème</sup> Salon du livre, les étudiants du tout nouveau BTS Communication du lycée Diadème ont eu l'honneur de rencontrer Lucile BAMBRIDGE, la chargée de communication de la maison d'édition Au vent des Îles.

Après l'obtention de son double master, l'un de management et l'autre de finance et gestion financière, elle se réoriente vers sa passion qui est le monde de la lecture. À son retour au fenua, elle intègre l'association des éditeurs de Tahiti et des livres et c'est par ce biais qu'elle intègre la maison d'édition Au Vent des Îles. Elle présente la polyvalence de son métier avec le symbole du couteau suisse.

Membre de l'association qui organise le Salon du livre, elle décrit la complexité de son organisation mais plus particulièrement cette année, avec le contexte sanitaire. Avec la fermeture des frontières, le nombre d'invités a diminué. Face aux contraintes sanitaires de cette année, les organisateurs ont dû réadapter le Salon du livre en salon digital via des supports numériques : création du site Internet, ventes en ligne, réseaux sociaux (Page Facebook et Instagram « Lire en Polynésie »), rencontres retransmises en direct, concours d'écriture de nouvelles, jeu en ligne et chaîne YouTube. Le journal du Salon du livre a été imprimé avec une bande annonce rouge « Salon 100 % numérique ». Ont été impliqués les médias pour sensibiliser le public et les scolaires.

La digitalisation de cet événement a eu un budget plus conséquent et a demandé un investissement plus important de la part des communities managers et des stagiaires de Licence de communication à l'ISEEP. Il faut savoir que le Salon du Livre n'est pas à but lucratif et permet la promotion des auteurs et des livres de la littérature océanienne.

Enfin, Lucile BAMBRIDGE a présenté les nouvelles éditions de romans pour attirer l'attention des étudiants sur l'importance des pages de couvertures en termes de communication (choix des cibles et des diffuseurs) et de marketing. Les étudiants ont pris conscience de l'investissement et de la complexité de l'organisation dans l'événementiel.

### Rencontre avec Teheiuira TEAHUI

Les étudiants ont également eu la chance de rencontrer le héros polynésien de la célèbre émission Koh-Lanta.

Sa venue est liée à la promotion de son autobiographie *Aventurier dans l'âme* qui retrace son parcours dans l'aventure et sa vie quotidienne.

Les multiples participations à l'émission ont engendré la starification de Teheiuira et sa notoriété médiatique a eu des retombées positives pour la création de son food truck de plats polynésiens.

Ce qui a poussé Teheiuira à participer à Koh Lanta est le goût de l'aventure, le désir de se retrouver dans une situation de survie et le besoin de revenir aux pratiques de la culture polynésienne. C'est un retour aux sources de son enfance, à l'authenticité et à l'harmonie avec la nature.

Teheiuira gère très bien sa communication. En effet, il a son site Internet, il est très présent sur les réseaux sociaux et est ambassadeur d'une application concernant la restauration.

À la sortie de ses aventures, Teheiuira enchaîne interviews et publicités, il devient même ambassadeur de certaines marques telles que Hinano et d'ATN.

Teheiuira est le symbole de la culture polynésienne et est un modèle moral.

Il incarne la devise antique « un esprit sain dans un corps sain ».