

JANVIER 2024

PLATEFORME DE MARQUE

CITÉ DE L'ARCHITECTURE ET DU PATRIMOINE



NellyRodi TrendLab
9 Rue Cadet, 75009 Paris
+ 33 (1) 42 93 04 06 | hello@nellyrodi.com

CONTEXTE

L'ARCHITECTURE : TOTALEMENT FAMILIÈRE, PARFAITEMENT OBSCURE



**L'architecture fait partie de nos vies
mais nous ne savons pas la lire**

Nous sommes entourés d'architecture. Nous vivons dans l'architecture. Elle fait tellement « partie du décor » que nous ne la voyons pas.

Si nous voyions tout ce qu'elle nous fait, tout ce qu'elle dit sur nous... elle nous passionnerait, c'est évident.



**Sortir l'architecture de la vraie vie
pour l'enfermer dans un musée : drôle d'idée !**

Sortir l'architecture de son milieu naturel pour mieux la voir : voilà une idée intéressante. A condition d'insuffler aux maquettes, moulages et autres documents toute la vie qui caractérise l'architecture.

De l'humain, du bruit, du mouvement, des histoires !

LES 3 POUVOIRS DE L'ARCHITECTURE POUR CONQUÉRIR LE GRAND PUBLIC



L'architecture est la seule discipline qui englobe toutes les autres : art, technique, politique, sociologie... Elle permet de capter l'air du temps, de matérialiser un contexte, de faire des connexions entre les choses.



L'architecture nous projette dans le futur, elle apporte des solutions concrètes aux grands enjeux qui nous animent : culturels, sociétaux et environnementaux.



L'architecture est le plus spectaculaire des décors, le meilleur moyen de nous transporter dans une histoire, qu'elle soit passée, présente ou future.

PLATEFORME DE MARQUE

VISION



Ce en quoi la Cité croit

*Rien ne révèle mieux
une époque, un lieu, un
groupe de gens, que leur
architecture.*

MISSION

Ce qui guide la Cité dans ses actions

Faire vivre l'architecture !

[Grand public]

**DONNER ENVIE DE S'INTÉRESSER
À L'ARCHITECTURE EN LA PRÉSENTANT
COMME UN OBJET VIVANT.**

Nous faire vivre l'architecture :
pas l'aborder comme une discipline
froide, mais nous faire entrer dans
un monde incroyable où on invente
la vie de demain, où on déplace
des montagnes, où on crée du beau
et du juste.

[Grand public]

**CRÉER DES EXPÉRIENCES FORTES POUR
VIVRE L'ARCHITECTURE
ET LA COMPRENDRE.**

Transformer des objets inanimés –
maquettes, moulages, plans,
documents en tous genres –
en spectacle, en expérience,
en histoires à vivre.

[Pros]

**METTRE L'ARCHITECTURE ET CEUX QUI
LA FONT SUR LE DEVANT DE LA SCÈNE.**

Contribuer à animer un écosystème
de professionnels et à le connecter
au grand public et aux grands enjeux
du monde de demain.

SIGNATURE

Ici, l'architecture prend vie

- _ « Ici » : Donne envie de venir, ancre la Cité comme un lieu
- _ « l'architecture » : Annonce d'emblée de quoi il est question
- _ « prend vie » : Idée de mouvement, d'expérience vivante, de connexion à la vraie vie.



PROMESSE

Ce que nous offrons à nos visiteurs et à ceux qui nous suivent



ABORDER TOUS
LES ARTS ET SCIENCES À LA FOIS.

COMPRENDRE PROFONDÉMENT
UNE ÉPOQUE, UN COURANT,
UNE CULTURE GRÂCE
À SON ARCHITECTURE.



RÉFLÉCHIR AU MONDE
DE DEMAIN À TRAVERS
CE QU'IL Y A DE PLUS CONCRET :
CE QUE NOUS ALLONS
CONSTRUIRE ET COMMENT
CELA VA CHANGER NOS VIES.

TROUVER DES SOLUTIONS FACE
AU CHANGEMENT.



VIVRE DES HISTOIRES
QUI PARLENT DE NOUS.

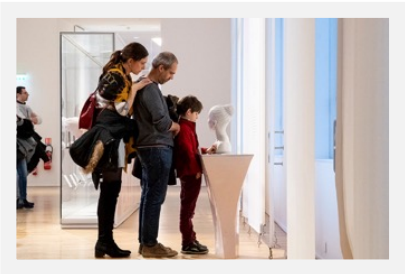
NOUS IMMERGER DANS
DES EXPÉRIENCES AVEC
UNE DIMENSION SENSORIELLE.

CIBLES

Les visiteurs de la Cité
(grand public et prescripteurs, hors professionnels)

C I B L E S P R I O R I T A I R E S

Les Familles



Leur faire passer un bon moment ensemble et faire en sorte que chacun y trouve son compte : la sortie familiale parfaite.

Les enfants s’amusent et apprennent quelque chose, les parents ont rempli leur devoir sans que cela soit une corvée.

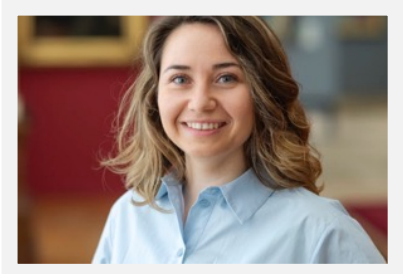
Les habitués des musées



Faire en sorte qu’ils choisissent spontanément la cité pour leurs sorties culturelles.

S’inscrire dans le parcours des expositions et des lieux « à faire » : cools et sources d’expériences.

Les leaders d’opinion



Les attirer, les inviter et les impliquer via des événements spéciaux, des partenariats, collaborations.

Faire partie des références culturelles dont ils ont envie de parler spontanément.

(Artistes & personnalités influentes de la mode et de la culture : influenceurs, journalistes...).

C I B L E S S E C O N D A I R E S

Les Scolaires



Les faire goûter à la cité et leur laisser un bon souvenir pour les faire revenir.

Leur faire apprendre l’histoire, les sciences économiques et sociales grâce à l’architecture.

Les citoyens Engagés



Satisfaire leur envie de prendre du recul sur le monde et de regarder la société, autrement.

Leur donner les moyens de faire évoluer les choses.

VALEURS



Les idéaux qui donnent sens à l'action de la Cité

Ouverture & Rayonnement

La Cité est comme l'architecture : ouverte à tous les arts et à toutes les sciences, à toutes les cultures, à toutes les époques, à tous les publics.

Transmission & Expertise

La Cité est comme l'architecture : transparente, généreuse de sa connaissance, tournée vers la vie et l'humain.

Engagement & Prospective

La Cité est comme l'architecture : tournée vers le futur, sans oublier hier. Elle nous aide à penser les grands défis du monde de demain – et à envisager des solutions.

ÉCOSYSTÈME

Les cinq entités de la Cité

Le musée

L'expérience,
l'immersion

Vivre
l'architecture d'hier
et d'aujourd'hui

La plateforme

La prospective
L'innovation

Penser
les modes de vies
d'aujourd'hui
et de demain

L'école

La formation
La transmission

Construire
l'architecture
de demain

Les archives

Les ressources
Les références

Conserver
le travail
des architectes

La bibliothèque

Les savoirs
La documentation

Rassembler
les savoirs
sur l'architecture

LA PLATEFORME*, LA MARQUE DES INITIATIVES PROSPECTIVES DE LA CITÉ À TRAVAILLER AVEC LA MÊME IDENTITÉ

*Le département de la
création architecturale

Conférences

LA PLATEFORME



le lieu des conférences et des rencontres

LE LABORATOIRE DU LOGEMENT



LES ENTRETIENS DE CHAILLOT



Concours

LES GLOBAL AWARDS



MINI MAOUSSE



L'OBSERVATOIRE DE LA CHINE & DE L'AFRIQUE



Observatoire de l'architecture de la
Chine contemporaine

Publications

L'ARCHISCOPIE



PLAN D'ACTION

LE PLAN D'ACTION POUR FAIRE VIVRE L'ARCHITECTURE

L'angle des expositions et des conférences

Le parcours des collections

La cité hors les murs

La stratégie d'influence

Le site internet

L'ANGLE DES EXPOSITIONS ET DES CONFÉRENCES

*Des expositions grand public plus récurrentes: des sujets actuels qui intéressent le grand public, la majorité avec une éditorialisation et une description des expositions désirables, réalisées par le service communication.
Qui parle au grand public.*

SUR LES MONOGRAPHIES:

- Un titre et une description qui nous donnent envie de découvrir l'homme ou la femme: ses engagements, sa personnalité, sa vision du monde et de la vie des gens.
- Des visuels qui nous donnent accès à sa personnalité et qui nous font rentrer dans son intimité et des visuels qui font référence à son travail, si possible à des réalisations spectaculaires/ connues/ faisant écho à la culture populaire contemporaine.

POUR LES EXPOSITIONS PATRIMONIALES ET THÉMATIQUES:

- Faire référence à des vies humaines (passées ou présentes) toujours en soulignant les liens avec la culture pop et moderne, en mettant en avant ce qu'il y a de spectaculaire dans le sujet (exemple: gigantisme du métro, Skyline de New York, Paquebots)



Autres idées:

NOS LIEUX DE VACANCES
(club, station
balnéaire...)

TIERS LIEUX, POU MON
CULTUREL

VIE VERTICALE

VILLE OU CAMPAGNE?

TINY HOUSE & VIE DE
CABANE

LES JEUX OLYMPIQUES

LE PARCOURS DES COLLECTIONS

GALERIE DES MOULAGES ET ESPACE MAQUETTES

Une visite à la Cité demain doit obligatoirement être augmentée par d'autres instruments de médiation: une visite = des objets + des histoires

1er niveau:

Des écrans qui viennent ponctuer la visite et qui mettent l'accent sur les histoires à raconter autour des objets présentés (sur ceux qui sont à l'origine de l'objet, sur les vies qui les traversent et toutes les belles histoires autour de l'objet : comment une maquette a permis de restaurer Notre Dame de Paris)

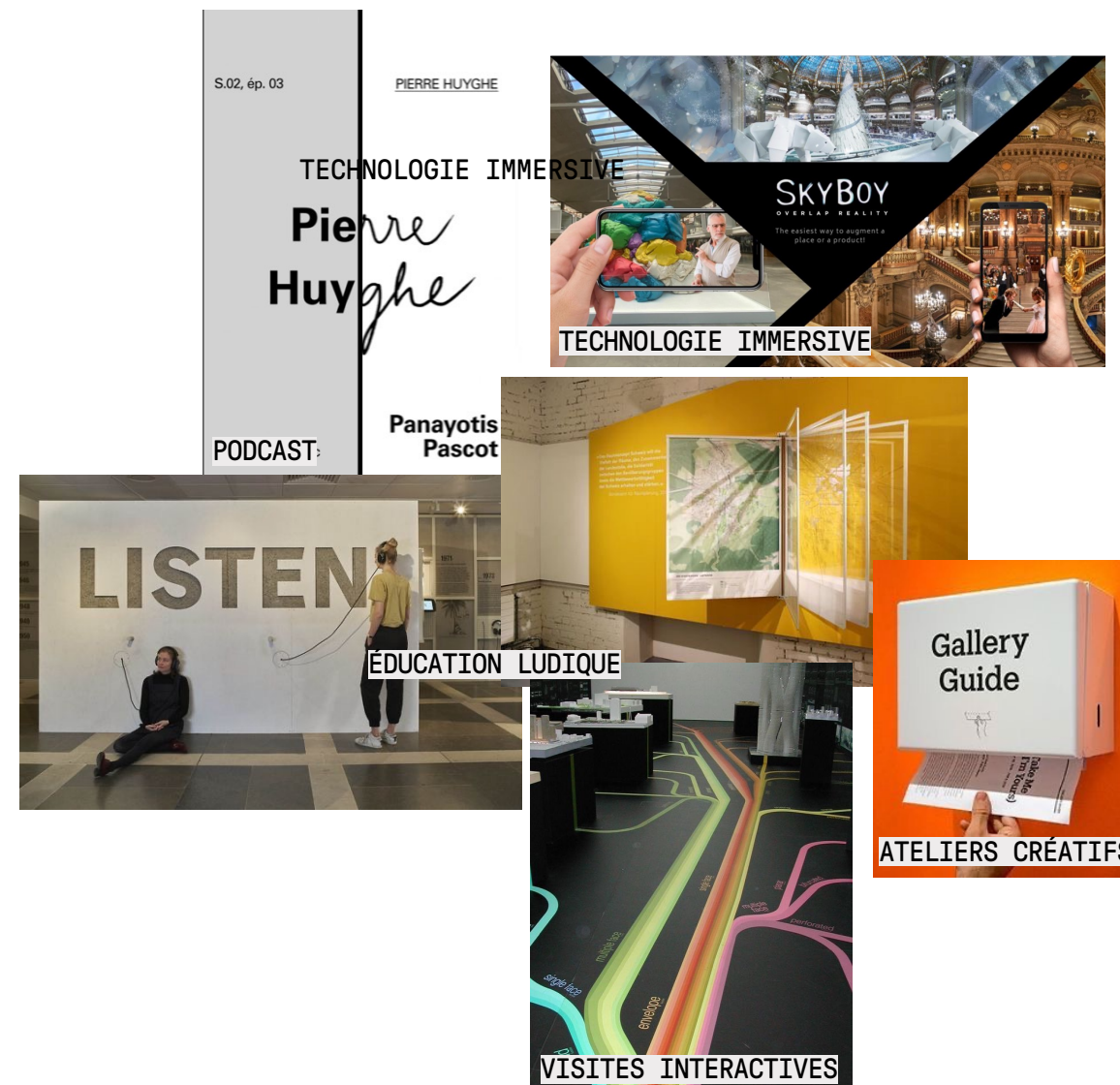
2ème niveau:

Des audioguides ou visio-guides qui mettent l'accent sur la narration (narrateurs professionnels, anecdotes extraordinaires, ludiques)

3ème niveau:

La réalité augmentée pour donner vie aux objets – à relier à du contenu documentaire que l'on retrouve aussi sur les différentes plateformes

(3 médiations à décliner en version enfant)



LA CITÉ HORS LES MURS

*Faire le lien entre la Cité et l'architecture du monde réel:
Investir le monde réel par la communication:
« guérilla marketing »*

À la Cité:

Occuper le hall, le parvis en fonction des expositions
(exemple de la Foreuse sur le parvis pour l'exposition métro)

Marketing créatif physique:

Une communication dans le monde réel pour une institution
qui nous parle du monde réel

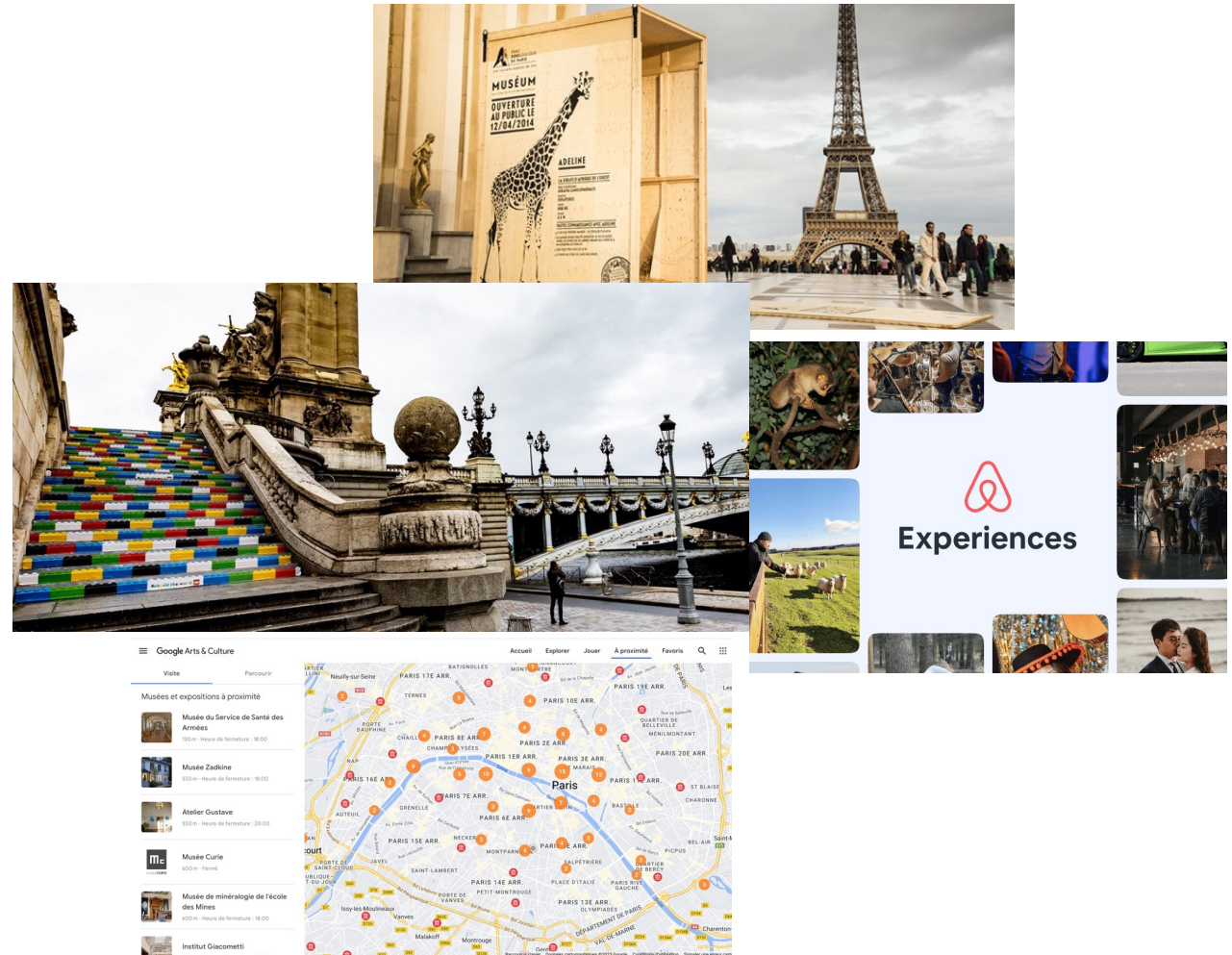
> Art Déco: se poster devant des monuments art déco et créer
un Happening: l'exposition commence au pied de l'architecture
(Grand Rex)

> Métro: Takeover: prendre tout l'affichage de la station

Création de parcours / visites thématiques en lien avec
les expositions - à travailler avec les « expériences » Airbnb

Par le digital:

Créer une app qui propose une expérience géolocalisée: parcours
thématique À travers les monuments qui font écho à une expo



LA STRATÉGIE DE CONTENU

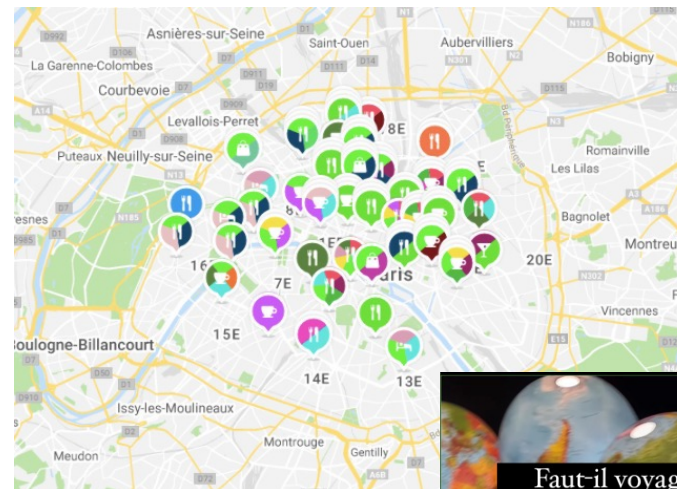
À la Cité : Proposition éditoriale

Un « Secrets d'histoire de l'architecture »

Raconter l'architecture & l'exposition actuelle :

- Par des histoires de vie, sur comment les gens vivaient et comment les gens vivent: anecdotes, histoires humaines et intimes...
- Par l'actualité et la culture pop (JO, l'architecture dans les séries & films actuels...)
- À travers des personnages connus du grand public, non professionnels de l'architecture qui parlent de leur rapport à l'architecture de façon très simple
- À travers les internautes (Q&A)
- À travers des jolis visuels qui font rêver (dont la Cité qui est un lieu magique avec la plus belle vue de Paris) & guides maps en lien avec l'exposition en cours
- À travers un contenu plus ludique et actuel: des vidéos/ format reportage, masterclass autour de divers sujets d'actualités liés à l'architecture « L'Observatoire des modes de vie »

Arrêter de publier par trois, augmenter le format vidéo, poster plus fréquemment



Passer la nuit dans une oasis à Palerme

Airbnb rend possible de résider à la Villa Tasca, l'exceptionnelle demeure sicilienne du XVI^e siècle de la série «The White Lotus».



Destinations mythiques

LE SITE INTERNET

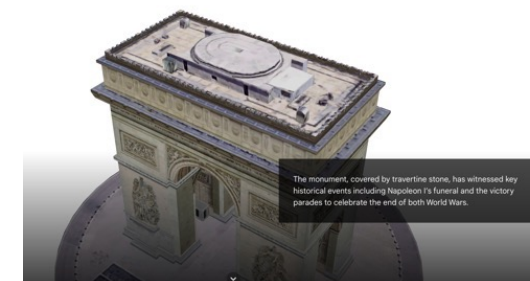
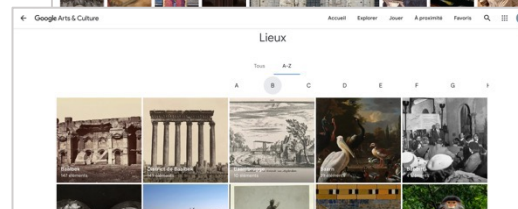
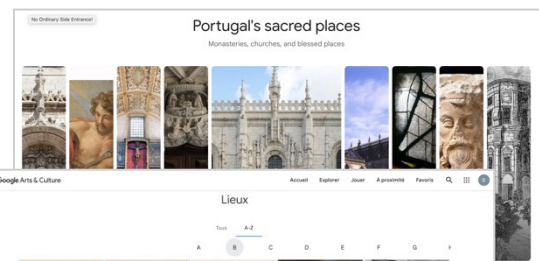
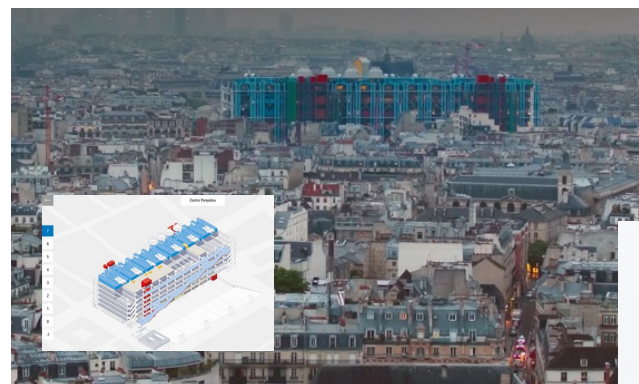
Une page d'accueil plus dynamique:

Donner envie **de découvrir la Cité** : situer dans l'espace la Cité et son écosystème dans le but de mettre en avant sa propre architecture (format vidéo drone, plan, jolies photos).

Donner envie **de venir à la Cité en expliquant clairement les différentes expériences que l'on peut y vivre**: vue & bâtiments, galerie des moulages, expositions, plateforme etc.

Donner envie **d'explorer et de connaître plus la Cité**: un menu plus agile, moins long sur les parties « Visiter le musée, Hors les murs etc. », qui segmente de façon plus simple l'écosystème de la Cité.

Au global un **contenu plus visuel et moins textuel** qui permet de s'informer de manière plus simple et récréative.



LES OPPORTUNITÉS EN RELAI D'INFLUENCE & ÉVÉNEMENTIEL

Co-branding :

Monter des initiatives visibles avec des partenaires « cool » sur les 3 sujets de la Cité: environnement, société, culture

En propre :

Organiser des événements « cool & créatifs » à la Cité en lien avec les expositions temporaires ou des soirées à thème qui met en avant le côté spectaculaire de la Cité :

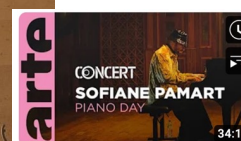
Expériences autour des expositions ou d'œuvres architecturales

Art Déco: un dîner autour des menus Paquebot

Métro: expérience sonore autour des sons du métro (@Thylacine), projection de film où le métro joue un rôle à la Plateforme.

BtoB / événementiel :

Commercialiser les espaces de la Cité aux marques & acteurs des industries créatives: dîner de charité, soirées privées, spectacles, événements de mode, de musique...



Sofiane Pamart au Piano Day -

ARTE Concert

ARTE Concert 2,9 M de vues

#SOFIANEPAMART #PIANODAY [DISPONIBLE JUSQU'AU

28/03/2023] Setlist : 00:00 La Havane 02:22 Nara 04:36 Seoul 07:4...



LA BOUTIQUE & LE CAFÉ

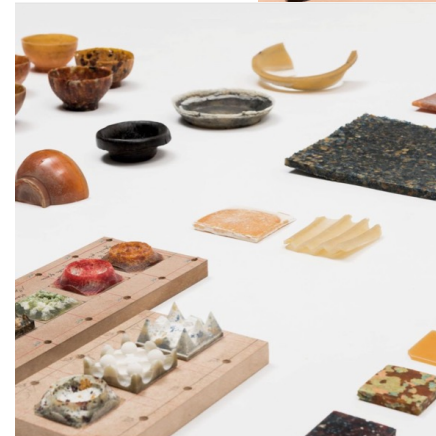
« La dernière salle de l'exposition »

Un espace hors expo qui prolonge l'exposition au travers d'une expérience plus sensorielle.

Faire **vivre l'architecture « concrètement »**, avec une approche **sensorielle**:

- La faire déguster : une offre alimentaire en lien avec l'exposition (*par exemple une offre snack sur l'exposition métro, une offre « paquebot » sur l'exposition Art Déco, « la boisson préférée de... », collaboration avec des pâtisseries*)
- La faire écouter : playlist en lien avec l'exposition phare en cours
- La faire toucher : tournée vers les matériaux de demain, le toucher sensuel des objets bien faits, les objets en relief, les architectures « à emporter »
- La faire admirer : tournée vers les belles formes, les esthétiques d'hier et de demain (beaux livres et objets sur la couleur, le graphisme, les courants artistiques)

Le tout avec une parfaite pertinence par rapport aux enjeux de demain : éco-responsabilité, inclusivité, accessibilité...





NellyRodi TrendLab
9 Rue Cadet, 75009 Paris
+ 33 (1) 42 93 04 06 | hello@nellyrodi.com