

PARTENARIAT AVEC LES ENTREPRISES : STRATEGIE DE COMMUNICATION

PROFIL DE L'ÉQUIPE

3 étudiant.e.s avec une appétence pour les enjeux de la communication corporate et une sensibilité aux problématiques B2B. Connaissance et goût du mécénat, des partenariats arts-entreprises et du sponsoring apprécié.e.s.

Excellentes qualités rédactionnelles en français et en anglais. Un intérêt pour l'art contemporain et les institutions culturelles est un plus

INSTITUTION PARTENAIRE

Palais de Tokyo (SASU)

Direction du développement économique (mécénat, partenariat et privatisations)

13 avenue du Président Wilson

75116 PARIS

www.palaisdetokyo.com

PERSONNES RESPONSABLES DU PROJET

Agathe Bertrand, Chargée du développement économique

Thomas Roussel, Chargé du développement économique

PRESENTATION DE L'INSTITUTION ET CONTEXTE DU PROJET

Dédié à la création contemporaine, le Palais de Tokyo est depuis 2002 le lieu vivant des artistes d'aujourd'hui. Ouvert de midi à minuit, le plus grand centre d'art contemporain en Europe est au cœur de Paris, entre la Tour Eiffel et les Champs-Élysées, une destination incontournable pour expérimenter l'art sous toutes ses formes. Expositions, rencontres, projections, concerts, performances, mais aussi une librairie, deux restaurants, un club, une architecture spectaculaire et une médiation adaptée à tous les publics font du Palais de Tokyo le lieu où l'art se vit non-stop.

Le modèle économique du Palais de Tokyo repose sur un financement mixte public / privé. La subvention de l'État représente 40% des recettes du Palais ; il génère les 60% restant à travers ses activités en lien avec le secteur privé : le mécénat et le partenariat d'entreprises, l'association des Amis, les événements organisés par des marques, les défilés des Fashion Week, et plusieurs concessions (librairie, restaurants, club).

Ce modèle économique unique en son genre dans le paysage culturel et artistique français est notamment soutenu par les activités de la Direction du développement. Les 9 membres de la direction ont la charge de

développer et fidéliser un vaste réseau de partenaires privés qui contribuent à hauteur d'un tiers des recettes du Palais. Différents modes d'association coexistent : mécénat, partenariat, club d'entreprises, association d'image, coproduction, privatisation...

Le Palais de Tokyo est ainsi identifié depuis sa création comme un centre d'art ouvert aux entreprises et aux marques qui peuvent y matérialiser leurs projets de communication, marketing, relations publiques et influence. Le Palais a par exemple développé des collaborations poussées avec les entreprises suivantes : Richard Mille, Fondation Louis Roederer, Audi, Petit Bateau, Engie, Altran, Hopscotch, Fondation Bettencourt-Schueller, La Poste, Bonpoint, Sylvanian...

Ce contexte et la concurrence toujours plus tendue sur le secteur du mécénat et du partenariat arts-entreprises imposent au Palais de Tokyo d'avoir une identité, des valeurs, des atouts et une offre lisibles auprès des acteur.rice.s du secteur privé. La Direction du développement souhaite donc revoir en profondeur l'intégralité des outils et manières servant à communiquer avec et à propos de ses partenaires et prospects, ainsi qu'à valoriser son activité.

CONTENU PEDAGOGIQUE DU PROJET

La Direction du développement du Palais de Tokyo souhaite revoir sa stratégie de communication afin de :

- valoriser son activité et son modèle économique ;
- véhiculer auprès des acteur.rice.s du secteur privé son identité, ses valeurs et ses atouts, pour souligner comment ces éléments distinguent le Palais des autres institutions culturelles ;
- mettre en valeur les partenariats et collaborations développés avec les marques et entreprises ;
- imaginer de nouveaux modes de communication et d'approche, innovants, pour rester le lieu où tous les projets peuvent se concrétiser.

L'objectif principal est d'accroître la visibilité du Palais auprès des acteur.rice.s économiques et améliorer la lisibilité de son offre auprès de cette même cible afin de contribuer à l'augmentation des recettes propres du Palais de Tokyo.

Attention, il s'agit bien d'un projet portant sur la communication de la Direction du développement uniquement. Il n'est en aucun cas attendu de l'équipe d'étudiant.e.s de réfléchir et formuler des propositions sur la stratégie de communication de l'institution dans son ensemble, ni de nouvelles formes ou modalités de partenariat.

RESULTATS ET PRODUITS ATTENDUS

- Analyse de la stratégie et des outils existant.e.s ;
- Étude des stratégies et outils utilisés dans d'autres institutions françaises et internationales ;
- Note d'intention présentant des recommandations pour atteindre les objectifs cités ci-dessus, à présenter à la direction du Palais de Tokyo ;
- Dossier de présentation de l'offre de mécénat et de partenariat print et digital, en français et en anglais ;
- Dossier de présentation du Tokyo Art Club Entreprises print et digital, en français et en anglais ;
- Dossier de présentation de la mesure of success ;
- Conception d'un « guide du mécène » : définition des outils de communication, des accréditations, informations pratiques du Palais de Tokyo, déroulé des BAT pour la communication... ;
- Vidéo promotionnelle sur le mécénat, les partenariats et les privatisations ;
- Refonte de la stratégie digitale du service (LinkedIn, site internet, newsletter...)

- Identité graphique commune pour l'ensemble de la Direction du développement (police, logo, modèles de propositions, modèles de courriers, éléments de langage...).

Calendrier du projet

- Mi-septembre : réunion de lancement du projet ;
- Octobre : benchmark et analyse de la stratégie et des outils existant.e.s ;
- Novembre : présentation d'une note d'intention et d'un plan d'action à la Direction du développement puis à la Direction générale du Palais de Tokyo ;
- Décembre-avril : mise en œuvre du plan d'action, conception et production des différents supports

METHODOLOGIE

Réunion entre l'équipe du projet et les personnes responsables toutes les deux semaines au lancement du projet puis tous les mois en fonction de l'avancement et du besoin d'encadrement. Ces réunions feront office de comités de pilotage durant lesquels seront évoqué.e.s l'état d'avancement global du projet, les points de blocage et les solutions à apporter.

Certaines réunions pourront également être dédiées à la réflexion et au partage d'idées entre l'équipe du projet et les membres de la Direction du développement.

LOGISTIQUE

L'équipe du projet pourra rencontrer parmi les équipes du Palais de Tokyo et les partenaires les interlocuteur.ice.s qu'elle jugera pertinent.e.s dans la réalisation du projet. La Direction du développement apportera son appui pour faciliter et encadrer ces prises de contact.

L'équipe du projet pourra aussi compter sur le concours des graphistes et des équipes de la communication du Palais de Tokyo pour accompagner la réalisation de leurs missions.

L'équipe du projet, sous la responsabilité des équipes du Palais de Tokyo, bénéficiera d'un budget pour la bonne réalisation des différents livrables (impression, production vidéo, traductions...).

Pour les réunions, le Palais de Tokyo pourra accueillir l'équipe du projet dans ses locaux. Un bureau ou une salle pourront également être mis à leur disposition pour les tâches qui nécessiteraient d'être présent au Palais.

Les étudiant.e.s auront accès à la salle des Projets collectifs à Sciences Po, munie d'un ordinateur, d'un écran plasma, d'une imprimante et d'un téléphone.