



Conception et mise en œuvre
d'un plan de
« **Marketing Viral** »

Pour le 104 Cent Quatre Cent Quatre
Etablissement Artistique de la Ville de Paris

1 6 / 0 6 / 0 8

Présentation de www.104.net

Nous vous proposons de vous implanter dans l'espace virtuel de la même façon que vous vous êtes positionné dans l'espace urbain et artistique parisien ...

Comme le 104 est un lieu de convergence artistique, d'échange, et de rayonnement ... nous avons imaginé lui adjoindre un espace d'expression et de diffusion virtuel voué à se développer au fur et à mesure que le 104 prend de l'ampleur à Paris, en France, à l'international.

Ce dispositif de réception et de dissémination d'œuvres d'art a été conçu par des artistes pour faire écho aux thèmes contemporains que sont la viralité et la globalisation, les dimensions participatives ou génératives des oeuvres, les rapports entre espace virtuel et espace urbain ou encore le jeu entre dématérialisation et rématérialisation.

Cet espace virtuel sera conçu comme une cartographie dynamique permettant de visualiser un ensemble de projets artistiques postés par des artistes.

En zoomant ou dézoomant de manière fluide sur chacune des œuvres, on pourra apercevoir des aspects différents de la nébuleuse des œuvres qui composent cet espace :

- Chacune d'entre elles ne sera d'abord qu'un élément artistique parmi d'autres, un point dans une nébuleuse formée de ses nombreux voisins.
- En s'approchant, on percevra le détail de cette nébuleuse, et on pourra prendre connaissance uniquement des œuvres qui comportent des similitudes avec l'œuvre : catégorie artistique, mouvement, sujet, support, artiste résident du 104...
- En cliquant sur l'oeuvre, on pourra la voir ou l'écouter (image, vidéo, son), et en savoir plus sur l'artiste lui même.
- Enfin on pourra se rendre compte de comment cette œuvre se diffuse dans Paris et finalement dans le monde entier via ce site web en consultant les différentes cartes de diffusion.

Cet espace pourra évoluer vers une version V2 d'ici un an pour ajouter une partie communautaire avec espace de rédaction, qui elle même pourrait s'incarner dans un magazine bien réel.

Cet espace sera d'abord accessible depuis www.104.fr , ensuite une adresse internet lui sera dédiée : www.104.net

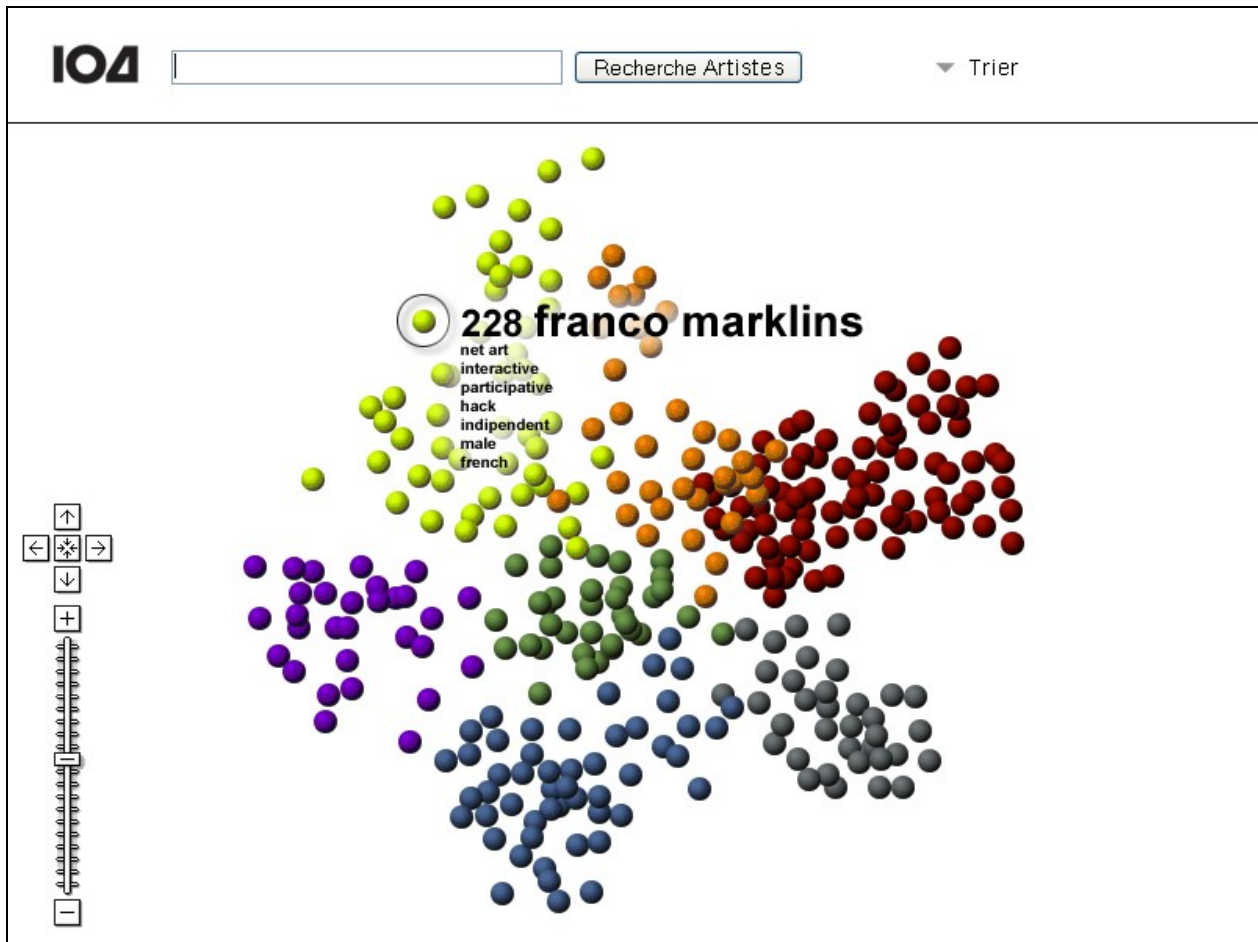
Description du projet

Les artistes français dans un premier temps, puis du monde entier seront appelés à déposer leur projet sur ce nouvel espace Internet dédié du 104. Lors de cette opération, ils attribueront une série de critères à chaque œuvre. Le site sera modéré pour filtrer en amont la pertinence des projets postés.

Un programme informatique positionnera les œuvres sur la carte, de sorte qu'elles forment des clusters en fonction des similarités déterminées par les critères associés. Les technologies de visualisation utilisées pourront être du type réseau de neurones (carte auto-adaptative) ou graphes.

Les œuvres seront visualisées sur une carte interactive aussi accessible via les téléphones portables et éventuellement projetable sur un écran géant sur place. Elles vibreront légèrement, pour donner un effet dynamique, mais également pour suggérer leur tendance à la mobilité dans l'espace.

Les images suivantes sont des intentions graphiques.




Sur la gauche de l'écran, un curseur permettra de zoomer dans la carte: à l'échelle plus petite on pourra voir le nom de l'artiste et les liens de celui-ci avec d'autres artistes.



Si on zoome ultérieurement œuvre relative à l'artiste sélectionné s'affichera à l'écran.

104 Recherche Artistes ▼ Trier

228 franco marklins
net art
interactive
participative
hack
independent
male
french

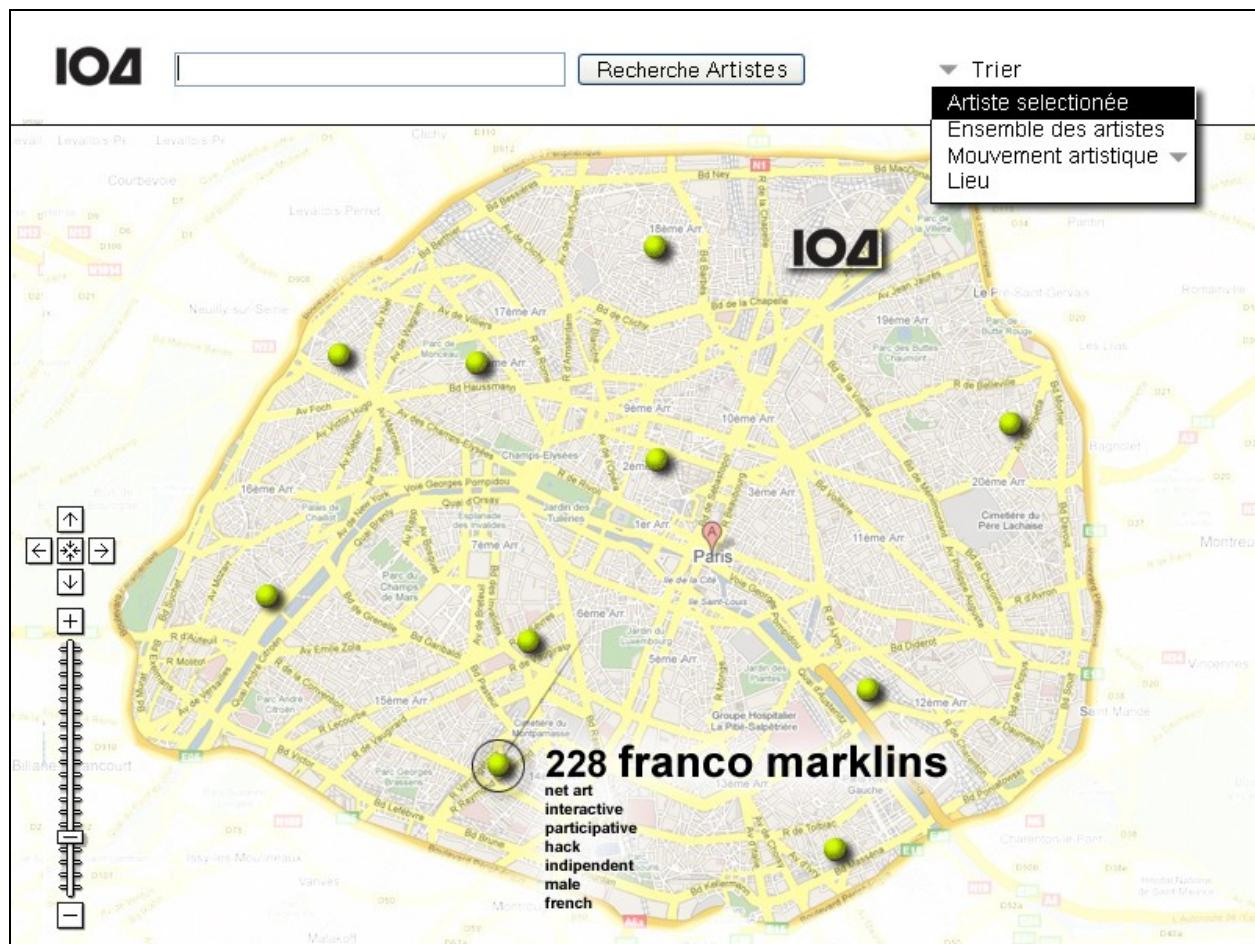


Navigation icons: directional arrows, zoom in (+), zoom out (-), and a vertical scroll bar.

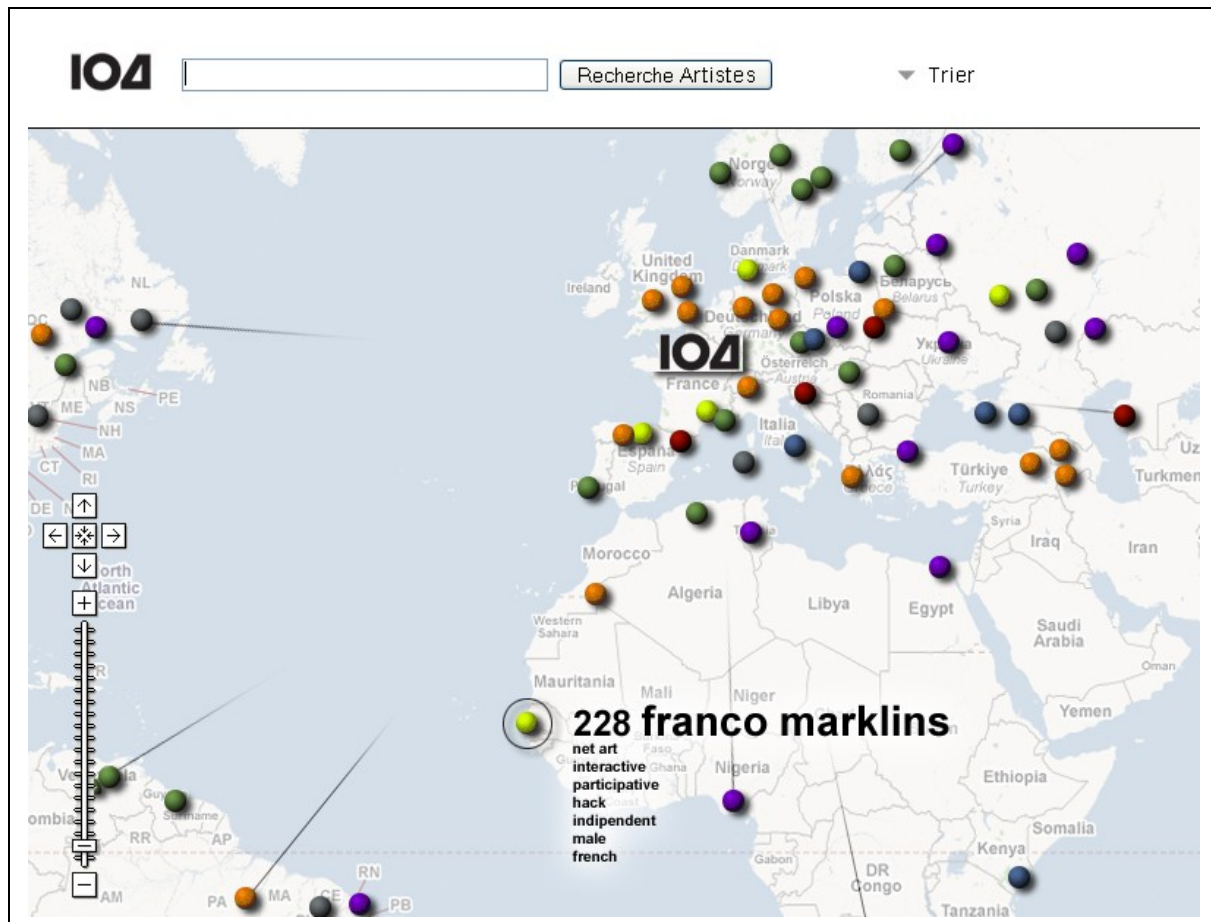
3 Plensa 1998

Les œuvres seront aussi disséminées dans l'espace réel (voir la partie 2 du projet) ; Grâce à des protocoles de géo localisation relatifs à la consultation des œuvres, il sera possible de les visualiser physiquement, tout d'abord dans Paris, grâce au réseau Vélib. Il sera possible de visualiser juste les œuvres de l'artiste sélectionné, ou l'ensemble des artistes, en utilisant le menu tri.

Tri sur un seul artiste:



En dézoomant encore sur la carte, les œuvres se diffuseront progressivement de sorte que l'on pourra les suivre au niveau mondial, grâce à la géo localisation sur Internet.



Animation du site

Nous proposons du community management consiste à identifier les « supporters » potentiels d'une initiative sur internet et de les impliquer sur le long terme. L'idée est ici de contacter un nombre restreint, mais actif de producteurs de contenus proches des valeurs du 104 et de les associer à l'animation du site.

Plusieurs objectifs

- apporter une caution communautaire à une initiative publique
- générer des contenus décentralisés, crédibles et bien référencés
- multiplier l'audience
- s'impliquer dans une communauté préexistante, celle des artistes disposant d'une visibilité sur la sphère communautaire d'internet

Le community management commence par un audit communautaire, où sont identifiés les futurs relais de l'opération en fonction de critères allant de l'audience à la récurrence et la qualité des contenus

L'objectif est ensuite de construire la relation, en installant un contact durable entre le 104 et les membres « influents » de la communauté (rencontres, envoi de contenus, d'information...).

Le community management, dans le cas du projet du 104, servira également à identifier des contenus susceptibles d'être mis en avant sur le site
Exemples de supporters potentiels : blogs d'artistes, réseaux sociaux comme MySpace ou Facebook, forums de discussion, sites persos, éventuellement mondes virtuels comme Second life

La première étape consistera à rencontrer les artistes identifiés suite à l'audit communautaire, avec pour objectif une centaine d'œuvres en ligne sur le site www.104.net pour le premier septembre

La seconde phase est une étape d'élargissement progressive de la sphère communautaire, via la mise à disposition de contenus et d'outils « viraux » que les artistes du programme pourront diffuser sur leurs propres espaces entre le 1^{er} septembre et le 15 octobre, générant ainsi une visibilité démultipliée, un référencement naturel accru et un pic d'audience auprès d'une population ciblée, celle des amateurs d'arts.

Un objectif raisonnable, sur la base d'une communauté d'artistes bénéficiant d'une visibilité minimum de 5 000 visiteurs uniques part mois, pourrait généré un médium décentralisé permettant de toucher environ 300 à 500 000 visiteurs uniques ciblés sur cette période

Philosophie de La Cie des Projets Spéciaux

La Compagnie des Projets Spéciaux est la seule agence française de communication opérationnelle à « géométrie variable ».

Installée au Médiavillage depuis cinq ans, La Compagnie des Projets Spéciaux compte aujourd'hui une vingtaine de collaborateurs qui interviennent à la demande et suivant les cas depuis le conseil et la création, jusqu'à la production.

Son organisation particulière et son approche pragmatique de la communication lui permettent d'intervenir « sur mesure » avec les meilleurs spécialistes du conseil, de la publicité, du marketing opérationnel, du Web, du design graphique ou d'environnement, de l'édition papier ou en ligne.

La Compagnie des Projets Spéciaux est une agence « multi-spécialiste » qui s'appuie sur un pôle de jeunes professionnels très innovants et passionnés par leur métier.

Cette fédération de spécialistes permet à la Compagnie des Projets Spéciaux d'offrir les solutions les plus innovantes dans les disciplines de communication les plus pointues : planning stratégique, développement Web, multimédia, images de synthèse, édition, production audiovisuelle... Le tout pour un coût maîtrisé, inférieur aux agences de communication opérationnelles ou corporate de tailles comparables.

Pour chaque projet, La Compagnie des Projets Spéciaux met en place une équipe spécifique, préconise la stratégie de communication la plus adaptée, avec la volonté de proposer des créations variées mais strictement en cohérence avec le positionnement de la marque ou de l'entreprise.

L'équipe 104 dédiée de La Cie des Projets Spéciaux

L'équipe que nous vous proposons constitue notre atout principal.

Pour notre projet d'accompagnement de marketing viral pour le lancement du 104, nous vous proposons l'équipe suivante :

Le projet sera coordonné par Paul de la Gorce qui sera votre principal point de contact.

Le concept créatif est supervisé par Jérémy Dumont, fondateur de l'agence Pourquoiucours ?

Nous faisons appel à un binôme de jeunes artistes multimédia reconnus pour le pilotage et la mise en place de la proposition : Ignazio Mottola et Christophe Bruno.

Pour la partie e-mailing, nous faisons appel à l'agence Heaven Conseil qui est spécialisée dans ce type d'opération.

Paul de La Gorce

Directeur et fondateur de La Cie des Projets Spéciaux

En s'appuyant sur une solide expérience de Directeur de clientèle et de projet acquise dans des agences de communication généraliste et chez l'annonceur (PBMC/ groupe LVMH, Médiagérance), Paul vous apporte son expertise dans la conduite et le développement de projets multisupports. De la définition d'une stratégie à l'élaboration d'un concept au suivi des équipes de production, Paul est animé par le même souci d'exigence basée sur une recherche constante de solutions performantes et innovantes.

Jérémy Dumont

Planeur stratégique, directeur de l'agence pourquoiucours (l'agence des idées)

15 d'expérience au planning stratégique chez pourquoiucours (paris), INTUITION PARIS, LOWE PARIS, ARNELL BRAND CONSULTING NEW YORK PUBLICIS NEW YORK. Les directeurs marketing, et/ou communication de IDTGV ; Yves Rocher ; BLAST ; Sup de pub ; l'Express ; Mercure ; le crédit coopératif ont fait appel a pourquoiucours cette année.

Il est également intervenant pour les établissements suivants :

-CNAM, HEC, ESP, Sup de Crea, Sup de Pub, Ecoles de Design de Nantes, IESA multimédia,

- institut des média...

- et pour Stratégies, AACC, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

Aujourd'hui POURQUOITUCOURS ? c'est une structure de planning stratégique au service des responsables marketing et communication des marques. Un planning stratégique créatif, impliquant, et semi participatif. Notre structure est \pm trois Étages : l'agence des idées (plannings stratégique), courts-circuits (cercle d'innovation) et, lesaperosdujeudi, (rencontres interprofessionnelles : marketing, communication, media, creation)

POURQUOITUCOURS ? (L'agence des idées) est une structure qui compte parmi ses clients IDTGV ; Yves Roche ; BLAST ; Sup de pub ; l'Expresse ; Mercure ; le crédit coopératif ; un enfant par la main ; Merck ; Pampero ; l'association professionnelle d'agents de photographes, d'illustrateurs, graphistes et assimilés, pour lesquels il crée des nouveaux produits.

Réseau mobilisable : 60000 professionnels dans le marketing, la communication, les médias et la création..

L'agence heaven conseil

- Créée en mars 2001
- Indépendante, ancienne filiale interactive de l'agence de Public Relations Edelman. Le capital est détenu à 100% par les quatre fondateurs de l'agence.
- Une équipe de 45 consultants et chefs de projets venus de différents horizons : marketing en ligne, conseil média, relations publiques, publicité, édition, intelligence économique... qui fonctionnent comme l'extension de votre équipe marketing
- 25 clients actifs dans six pôles d'expertise : corporate, high-tech, luxe/santé/beauté, jeu vidéo, divertissement, grande consommation.
- Un métier : le conseil en marketing et communication online.

Heaven conseille ses clients sur la création et l'optimisation de leur présence en ligne. Depuis 2001, conscients que tous les internautes peuvent jouer un rôle dans la réputation des entreprises en ligne, les consultants de l'agence intègrent dans leurs stratégies la composante communautaire d'internet, et aident les entreprises à passer du rôle d'annonceur à celui de membre à part entière de la communauté.

- 2 activités transverses :
 - o Heavenstudies (audits, études et formation). Heaven est centre de formation agréé
 - o heaven media : conseil et optimisation de stratégie media online
- CA 2007 = 8 500 000 € / Marge Brute = 3 400 000 €
- L'agence heaven conseil fait partie du groupe heaven (85 personnes), qui comprend aussi Influences (régie), Fresh Media (production de contenus) et Miracles (R&D)

Ignazio Mottola

Architecte ayant quinze ans d'expérience dans les médias numériques, sa spécialité est de concevoir et réaliser des solutions technologiquement novatrices, dont le dénominateur commun est la volonté d'élargir le concept d'interactivité à de nouveaux domaines : espace, architecture, design, terminaux dédiés, installations...

Il a également une solide expérience de Directeur Artistique et de Directeur de Projets, acquise notamment au sein de Montparnasse Multimédia, une des entreprises les plus novatrices dans le domaine de l'interactivité.

En 2004, il crée Bartproject, studio de design spécialisé dans les médias numériques, avec l'objectif d'explorer les interconnexions entre le design, l'art et la technologie. Spécialisé dans l'intégration de l'interactivité dans l'espace, Bartproject a développé des concepts architecturaux d'espaces réactifs, en particulier pour Yves Saint Laurent, BNP Paribas, RTL et Unibail.

Bartproject produit également des animations 3D pour des architectes et designers de renommée internationale: Jean Nouvel, Christian de Portzamparc, Yves Saint Laurent, Paco Rabanne, Bechu, Viguié, Moatti-Rivière, Groupe 6 ...

Dans le domaine de l'art, Ignazio Mottola collabore régulièrement avec différents artistes. Il était l'un des organisateurs de l'exposition Second Night, qui a été organisée par la Ville de Paris à la fois dans un espace réel et sur Second Life, au cours de la Nuit Blanche 2007.

Deux des installations interactives de M. Mottola ont également été exposées au cours de la Nuit Blanche à Paris: Viso, en 2007 et "La machine de Lombroso" 2005.

Vous pouvez prendre connaissance de ses réalisations en consultant le site Internet: www.bartproject.com

Christophe Bruno

Artiste, vit et travaille à Paris. Lauréat du prix ARCO Nouveaux Media à la Foire d'Art Contemporain de Madrid 2007, il a également été récompensé au Prix Ars Electronica 2003 pour sa pièce "Le Google Adwords Happening". Son travail a été exposé internationalement : FIAC Paris, ARCO Madrid, Diva Art Fair à New-York, Palais de Tokyo à Paris, Biennale de Sydney, ArtCologne, MOCA Taipei, Musée d'Art Moderne de la ville de Paris, Rencontres Internationales Paris-Berlin-Madrid, New Museum of Contemporary Art à New-York, Biennale d'Art Contemporain de Tirana, Nuit Blanche de Paris, Share Festival à Torino, Transmediale à Berlin, Laboral Cyberspaces à Gijon, galerie Sollertis à Toulouse, Gallery West à La Haye, Vooruit Arts Center à Gent, ICC Tokyo, File Festival à Sao Paulo, ReJoyce Festival à Dublin, P0es1s.net à Berlin, Microwave Media Art Festival à Honk-Kong, Read_Me Festival à Dortmund et Aarhus, Vidarte à Mexico City...

Il a été également commissaire, en collaboration avec Daniele Balit, de l'exposition Second Night, produite par la Mairie de Paris, qui se déroulait sur Second Life lors de la dernière Nuit Blanche de Paris.

Il partage actuellement son temps entre activité artistique et curatoriale, enseignement, conférences, publications et son activité de consultant Internet indépendant.

Ancien élève de l'Ecole Centrale de Paris, Docteur de l'Université d'Aix-Marseille II en Physique Théorique, il a ensuite travaillé comme concepteur / chef de projet chez Montparnasse Multimédia avant de cofonder une agence Web en 1998 qu'il a codirigée jusqu'en 2002.

Plus de renseignements sur : <http://www.christophebruno.com>

Planning prévisionnel Marketing Viral

Les délais étant assez court, notre objectif est de prendre le plus d'avance possible sur le planning afin d'ouvrir le site 104.net au plus tard le 15 septembre, soit un mois avant l'ouverture annoncée de l'établissement.

	Juillet	Août	Septembre	Octobre
Mise au point et validation du cahier des charges				
Production du site				
Campagne Indentification des artistes				
Contribution des 100 premiers artistes				
Mise en ligne du site 104.net				
Campagne buzz marketing				

Budget Marketing Viral

Campagne E mailing

Campagne Indentification des artistes

10 000,00 €

Objectif : recruter les 100 premières contributions artistiques

Contact téléphonique individuel

Gestion des contributions

Campagne buzz marketing

10 000,00 €

E-mailing ciblé pour toucher une cible d'artistes-créatifs et plus largement les personnes qui s'intéressent à la création artistique

2 Vagues de diffusion pour promouvoir le site 104.net

Gestion et sélection des bases

Sous Total campagne e-mailing

15 000,00 €

Développement du site 104.net

Conception	6	500,00 €	3 000,00 €
Design	7	500,00 €	3 500,00 €
Charte graphique et fonctionnelle	5	500,00 €	2 500,00 €
Gestion de projet	20	500,00 €	10 000,00 €
Conception et développement de la base de données	5	500,00 €	2 500,00 €
Développement du back office	14	450,00 €	6 300,00 €
Interfaçage avec les données de géo localisation	7	450,00 €	3 150,00 €
Exe graphique	12	450,00 €	5 400,00 €
Développement et intégration graphique de l'interface du site (hors cartes)	16	450,00 €	7 200,00 €
Développement et optimisation du moteur cartographique	17	450,00 €	7 650,00 €
Développement de l'affichage cartographique et intégration dans le site	12	450,00 €	5 400,00 €
Moteur de recherche avec filtres multicritères	5	450,00 €	2 250,00 €
Tests et recettage	10	450,00 €	4 500,00 €

Sous-total site

63 350,00 €

Honoraire agence

Création, conseil et gestion de projet

Sous-total honoraires agence **20 000,00 €**

Total marketing Viral	103 350 €
------------------------------	------------------