



GRAND PALAIS

Établissement culturel public

Plus de 90 événements privés
ou publics chaque année

Fermera ses portes
à partir de Janvier 2021

Installation d'un Grand
Palais éphémère
sur le Champs-de-mars

Premier opérateur
culturel européen
Accueille des événements
d'art, de mode, sportifs
et autres manifestations
culturelles



Le Grand Palais s'inscrit dans la volonté de rendre l'exposition universelle de 1900 inoubliable. Pour se faire, un concours d'architecture est lancé. Aucune oeuvre ne s'impose dans son ensemble. L'œuvre sera donc collective et s'inspirera de plusieurs projets

Plus de 120 ans plus tard, le pari est réussi, le Grand Palais est inoubliable et pour le célébrer nous lançons un nouveau concours dont l'oeuvre finale sera également collective car elle sera le résultat de plusieurs projets





Pour convier un maximum de personnes avant sa fermeture, et toucher une cible large avec des intérêts différents, il souhaite mettre en place une opération spéciale avec des influenceurs.

Au delà de la communication classique, le Grand Palais veut toucher et solliciter sa cible à un point de contact différent et direct, en digital.



Le Grand Palais
présente

« CÉLÉBRONS L'INOUBLIABLE »

12 & 13 Décembre 2020

Entrée payante sur place ou réservable en ligne

MODE ART VOUS LOISIR SPORT

L'OPÉRATION SPÉCIALE

“#célébronslinoubliable”

La communauté est invitée
à partager sur Instagram
sa conception de
“l'inoubliable”

Tous les meilleurs
contenus produits feront
partie de la catégorie
d'un event 'VOUS'



L'EVENT

Espace SPORT

Concours d'équitation
Des stands de vente de matériels

Espace MODE

Exposition des robes mythiques de
l'histoire sur 100 ans

Espace ART

Exposition photo et peinture sur le
thème de Paris

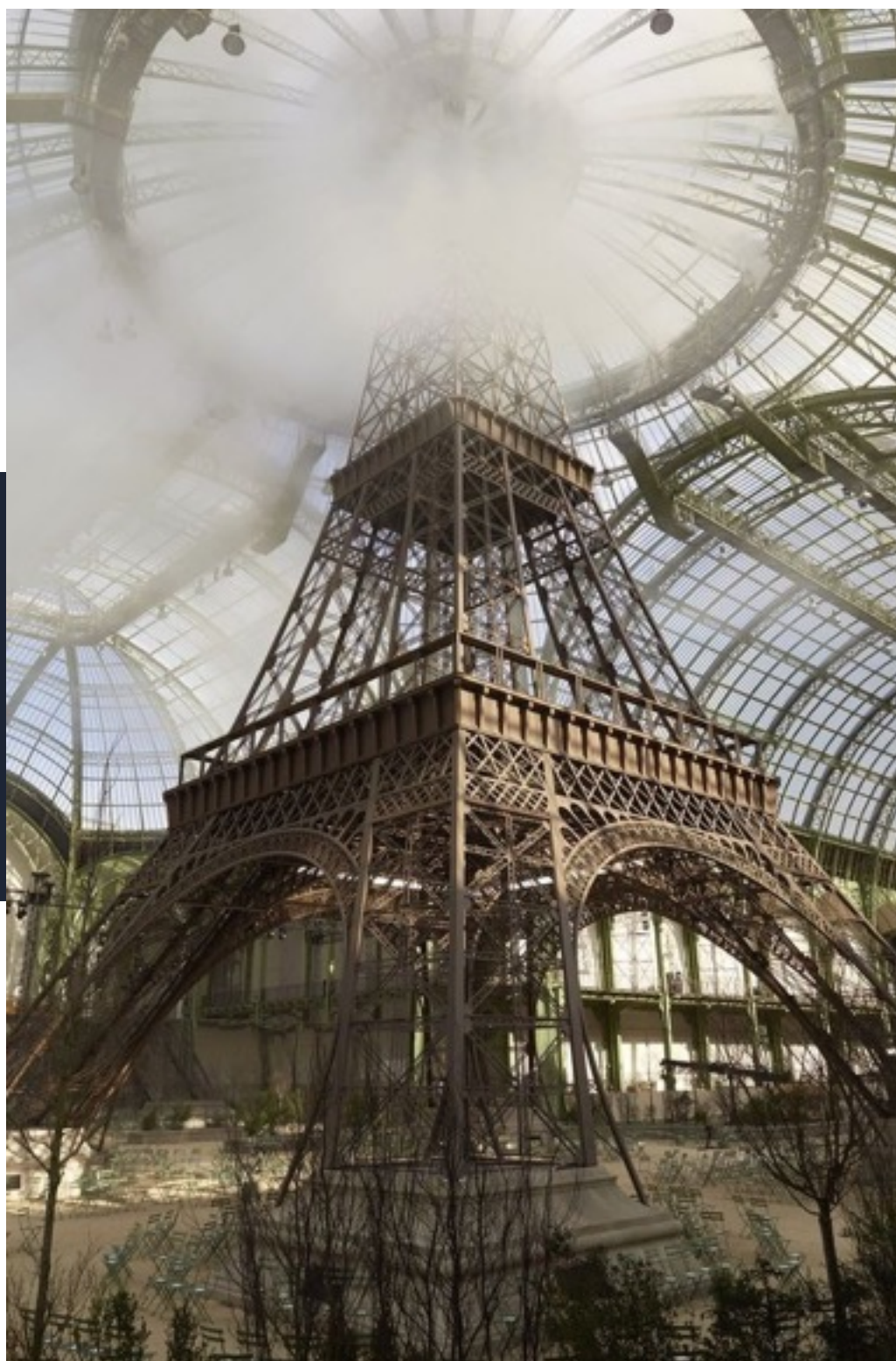
Espace LOISIRS

Le soir au moment où les expositions
ferment l'endroit se transforme en boîte
de nuit

Espace VOUS

Tous les contenus sont exposés dans un
espace dédié au Grand Palais pendant
l'événement





LA TEAM “CLTRS”

“Ouvrer pour la transmission des cultures”

Création de “CLTRS” : une team d’influenceurs d’horizons liés aux 4 thématiques qui deviennent de véritables ambassadeurs du Grand Palais.

Véhiculent un vrai message et sont sollicités sur différents projets. Participera et relayera en masse l’opération “Célébrons l’inoubliable”

Occasion pour Le Grand Palais de rappeler son attachement à l’innovation et l’ouverture d’esprit.

OBJECTIFS

Promouvoir la diversité des événements qui ont lieu chaque année au sein du Grand Palais et la diversités des cultures

Créer de l'émotion et de l'attachement au monument avec l'événement "Célébrons l'inoubliable" qui va remémorer les souvenirs des événements qu'il y a pu y avoir dans le lieu

Avoir le plus de participations possibles à l'opération #celebronslinoubliable pour créer du trafic sur le compte instagram du Grand Palais et ainsi créer plus d'engagement

Créer une vraie communauté active du Grand Palais avec plus d'interactions

Générer du trafic à l'événement "Célébrons l'inoubliable" pour qu'il y ait le plus de monde possible et faire de l'événement une réussite

LES CIBLES

4 CIBLES



SPORTIFS

- 20 à 40 ans
- S'informent des événements grâce à leur fédération, club, groupes facebook dédiés
- Facebook, instagram

AMATEURS DE MODE

- Appétence pour la mode dans sa globalité
- 20 à 40 ans
- Point de vue culturel, artistique
- S'informent sur les événements grâce à la presse et les RS

AMATEURS D'ART

- Grand public de 18 ans ou plus
- S'informent sur les événements grâce à la presse et les RS
- Facebook, instagram

CURIEUX

- 15 ans à 30 ans
- Loisirs entre amis
- S'informent des événements grâce aux RS, et influenceurs
- Snapchat, instagram, Tiktok



LA SPORTIVE

Julia

21 ans

Habite Suresne (92)

Etudiante en Droit

Pratique l'équitation
depuis petite, participe
aux compétitions

Instagram principalement &
un peu facebook pour
suivre l'actualité de son
club



L'AMATRICE DE MODE

Angéline

24 ans

Habite à la Courneuve (93)

Etudiante en marketing de
mode

Visite les musées liés à
la mode, se rend dans de
nombreux endroits dans la
tendance. Elle suit les
défilés de la FW

Instagram



L'AMATEUR D'ART

Antoine

31 ans

Habite à Paris (18ème)
Contrôleur de gestion

Possède un pass culturel
annuel, visite souvent des
expos dans les petits et
grands musées

Instagram et Twitter



LA CURIEUSE

Manelle

18 ans

Habite à Courbevoie (92)
Lycéenne

Ne visite pas d'expos hors
cadre scolaire. Se rend
dans un cadre de loisirs
tous les week-end à Paris
avec ses amis

Instagram, Snapchat et
Tiktok

L'ORGANISATION

DURÉE DE L'OPÉRATION

#Célébronslinoubliable



MAI

Recherche des
influenceurs

JUIN

Officialisati
on de la TEAM
CLTRS

SEPTEMBRE

TEASING
publication
de plusieurs
indices

OCTOBRE

1 post sur
l'évent

NOVEMBRE

Lancement de
l'opération
spéciale

DÉCEMBRE

Event
Exposition
des meilleurs
Backstage

LA MECANIQUE

Nous avons réalisé un tableau récapitulant toute la mécanique de l'opération afin de mettre en avant les temps forts

DATE	ACTION	FORMAT	WORDING POST INFLUENCEURS
------	--------	--------	---------------------------



RECHERCHE ET CONSTITUTION DE LA TEAM CLTRS

MAI – JUIN

- Recherche des influenceurs
- Échanges avec eux
- Contacts online
- Rencontre physique

30 JUIN

- Officialisation et célébration de la TEAM CLTRS
- Shooting photo pour la suite
- Soirée privée secrète
- Créer une vraie TEAM
- Pas de divulgation d'infos, mais ils peuvent faire des stories sans mentionner le lieu, le sens et l'objectif

TEASING + REVEAL EVENT

15-25 SEPTEMBRE

- Publication du teasing de l'événement au GP
- Publication de plusieurs posts avec différents indices de l'événement
- @grandpalais : something is coming + date

28 SEPTEMBRE

- Publication Reveal de l'événement au GP
- Post feed reveal : date, lieu et raison d'être de l'événement
- Partage du visuel officiel de lancement en story
- @grandpalais : On vous donne RDV le week-end du 12&13 décembre pour célébrer les cultures, l'inoubliable ...

1er OCTOBRE

- Publication du Reveal de l'événement sur les comptes influenceurs
- Explication de la TEAM CLTR en story
- 1 story reveal : visuel officiel de l'événement fournis par le GP
- Stories facultatives : expliquer l'événement et leur participation à CLTRS
- Tagguer le @grandpalais, sur toutes les stories
- Événement du GP le 12&13 décembre
- Célébrons l'inoubliable : Animations, expositions et surprises à venir
- Projet CLTRS : Team influenceurs, transmettre la culture

LANCEMENT DE L'OPÉRATION DIGITALE

12 OCTOBRE

- Lancement de l'osé par le GP
- #celebronslinoubliable : inviter la communauté à poster sa conception de l'inoubliable
- @le_grand_palais : Posts officiel concours + relais en story tous les 3 jours pour appeler à la participation.
- Règles : Poster son oeuvre en photo ou en vidéo avec
- #celebronslinoubliable #Grandpalais + Identifier le @le_grand_palais. s'abonner au @le_grand_palais
- @le_grand_palais : “vous avez jusqu'au 30 novembre pour nous partager votre conception de l'inoubliable. Les meilleures seront exposées à l'événement et pourront participer à la soirée privée “
- Rappel des modalités pour participer : mention & abonnement @le_grand_palais & #Celebronslinoubliable

15 OCTOBRE

- Relais de l'opé : #celebronslinoubliable par les influenceurs : Inviter leur communauté à participer
- 1 post en feed : Relais de l'initiative du GP avec une photo prise avec la Team: date lieu & raison d'être de l'événement
- Modalité concours : Poster son oeuvre en photo en vidéo avec un #celebronslinoubliable #Grandpalais + Identifier le @le_grand_palais s'abonner au @le_grand_palais
- Stories facultatives : Explication de leur participation à CLTRS et à cette opé du GP
- Event : date, lieu, raison d'être
- Jeux : “Vous avez jusqu'au 30 nov” ; “conception de l'inoubliable” + modalités jeux. #, @..
- Visuel : photo de la Team à la soirée officialisation
- Hashtags & mentions : #CelebronsLinoubliable @le_grand_palais

LANCEMENT DE L'OPÉRATION DIGITALE

A PARTIR DU 3 NOVEMBRE

- Participation des influenceurs à l'opération digitale
“#Celebronslinoubliable” étalée sur tout le mois de novembre
- 1 post en feed : chaque semaine un influenceur publie en feed sa conception de l'inoubliable
- A la suite, une story qui invite sa communauté à participer au jeu
- Le GP repost la conception de l'influenceur sur son compte
- “Voilà, j'ai enfin eu de l'inspi pour créer l'inoubliable” / “pour moi l'inoubliable c'est ça” / “J'espère que @le_grand_palais va retenir ma conception”+ appel participation #celebronslinoubliable
- Rappel modalités participation
- Visuel : photo, illustration, sculpture, mise en scène
- Hashtags & mentions :
#CelebronsLinoubliable
@le_grand_palais

29 NOVEMBRE

- Informer les communautés sur la fin de l'opé. Plus qu'un jour pour poster
- GP : stories : visuel officiel alerte dernier jour pour participer
- Influenceurs : Alterne dernier jour pour poster
- Visuel : visuel officiel ou publication en story du post participation au jeu
- Dernier jour pour envoyer votre conception de l'inoubliable. Les meilleures créations seront exposées., le we des 12-13 déc, on se donne rdv la bas pour d'autres surprises”
- Rappel modalités de participation (#, mention & abonnement)
- #CelebronsLinoubliable, #GrandPalais, @le_grand_palais

LANCEMENT DE L'OPÉRATION DIGITALE

5 DÉCEMBRE

- Concours places Influenceurs : Chaque influenceur a 10 places à faire gagner pour la soirée privée. Chacun lance un jeu concours sur son insta
- Post en feed : jeux concours pour faire gagner 10 places pour la soirée de lancement
- Mode de sélection gagnants ; aléatoires par les influenceurs
- Les influenceurs gèrent eux même ce jeux concours et envoie eux même les 10 places aux gagnants
- Rappel de la date de l'événement et de son objectif "célébrer l'inoubliable"
- Soirée lancement le vendredi 11
- Si toutes les places sont vendues : "l'événement est sold out mais j'ai 10 places à faire gagner"

4 DÉCEMBRE

- Annonce des gagnants de #celebronslinoubliable
- Ouverture billetterie
- Post en feed : @le_grand_palais fin du concours. Les gagnants ont été contacté en privé. Invitation à l'événement pour les découvrir
- En privé, DM, contact des gagnants
- Lien swipe up pour la billetterie
- Influenceur : Story
- On peut maintenant acheter ses places pour l'événement en Swipe up

EVENT

« CELEBRONS L'INOUBLIABLE »

11 DÉCEMBRE

- Soirée de lancement officiel : privée et réservée aux influenceurs, presse/media, invités + gagnants des concours : #celebronslinoubliable et gagnants des places
- Empty insta : les influenceurs peuvent faire des stories de l'événement en mettant en avant les animations. Avoir une animation forte pour que tout le monde veuille venir et le voir ou la faire le week-end
- Inviter à venir le week-end pour découvrir la totalité des animations & des créations gagnantes
- Donner envie de venir. Montrer les différents contenus sans montrer tous les secrets de l'événement

12-13 DÉCEMBRE

- Jour J : GP : invitation événement. et mise en avant des contenus envoyés exposés et autres contenus de l'événement
- @le_grand_palais publie ses stories
- Si les influenceurs veulent venir ils font ce qu'ils veulent



POST EVENT

13-18 DÉCEMBRE

- GP : Retour sur event avec photo de l'événement
- Influenceurs : Retour sur event avec une photo à l'événement
- 1 post par influenceur : Photo prise à l'événement
- "Pour célébrer l'inoubliable, on était au GP"
- Mentionner @le_grand_palais
- Visuel : Comme ils veulent

POST EVENT

- Repost des meilleurs oeuvres
- Aftermovie event
- Et relais presse/media
- Stories avec les best contenus envoyés

MOBILISATION DES INFLUENCEURS

PRÉSENTIEL

- Soirée officialisation (30juin)
- Soirée privative (11déc)
- 2 jours de l'événement (12-13déc)

POSTS EN FEED

- Relais concours (15oct)
- Sa conception inoubliable (3nov)
- 10 places à gagner (5déc)
- TB event (13-18déc)

STORIES

- Story reveal (10oct)
- Sa conception de l'inoubliable (3nov)
- Repost dernier jour pour participer
- Fin du concours + lien swipe up billetterie (4déc)
- Empty insta soirée privée (11déc)
- Soirée rencontre (30juin)
- Expliquer event & participation à CLTRS (1eroct)
- Expliquer concours & participation à CLTRS (26oct)
- Event (12-13déc)

LES DO DES INFLUENCEURS

- Utiliser un langage un peu soutenu : le Grand Palais reste un lieu culturel
- Utiliser le #CelebronsLinoubliable et mentionner @le_grand_palais à chaque publication (feed et stories)
- Avoir une tenue correcte sur chaque post ou story pour pouvoir être repost
- Quand il s'agit de l'événement : rappeler la date et si possible swipe up event
- Quand il s'agit du concours : rappeler les modalités





LES DON'T DES INFLUENCEURS

- Ne pas spoiler le contenu du week end lors de la soirée privée
- Pas de mots familiers
- Ne pas divulguer d'information non publique

LES CONTRAINTES

- Contacter et rencontrer les influenceurs pendant le confinement
- Trouver des influenceurs compatibles, disponibles et impliqués
- Pas de divulgation d'info avant le reveal du Grand Palais
- Beaucoup d'influenceur : checker tous les posts des influenceurs + screen et reporting de toute l'opération
- Attention aux events de la période qui vont venir alimenter en masse les réseaux des influenceurs
- Prévoir un photographe pour la soirée d'officialisation et pour la soirée de lancement pour avoir du contenu pour les influenceurs
- Si Coronavirus ou autres event compliqués : digitalisation de l'événement



L'INFLUENCE



Influence payante puisque
le Grand Palais est un
lieu public connu de tous
et avec un capital élevé

Macros influenceurs ne
souhaiteront pas
travailler pour de
l'influence organique

LA MATRICE

CRITERES QUANTI (50%)	NOTATION
Nb d'abo	3 : 100 000 et + / 2 : 10 000 et 100 000 / 1 : - 10 000
Taux d'engagement	3 : + 5% / 2 : 3 à 5% / 1 : 0 à 3%
Fautes d'orthographe	3 : jamais / 2 : de temps en temps / 1 : toujours
Modération	3 : toujours / 2 : de temps en temps / 1 : jamais
TOTAL /12	x
EN %	x
CLASSEMENT	x
CRITERES QUALI (50%)	NOTATION
Qualité feed	2 : travaillé et harmonieux / 1 : beau mais classique
Qualité ligne édito	2 : travaillée et harmonieuse / 1 : peu travaillée ni harmonieuse
Cohérence Grand Palais	2 : forte / 1 : moyenne
Qualité stories	2 : travaillées et harmonieuses / 1 : classiques
Notorité du moment	2 : populaire / 1 : sans actu
Bad buzz	2 : non / 1 : oui
TOTAL /12	x
EN %	x
CLASSEMENT	x
TOTAL	
CLASSEMENT	



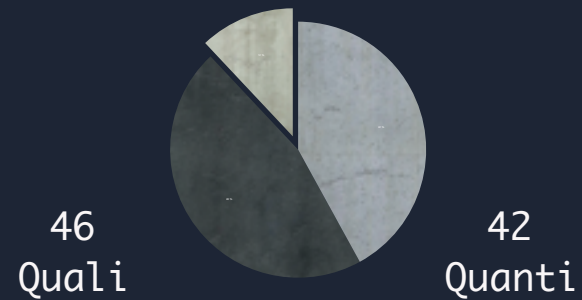
Alix_Morillo

60,2k
Micro



Kevin_Staut

134k
Macro



Pénélope_Leprévost

193k
Macro



Claraetcie

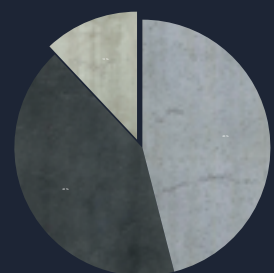
77,9k
Micro





Chloébbbb

869k
Macro



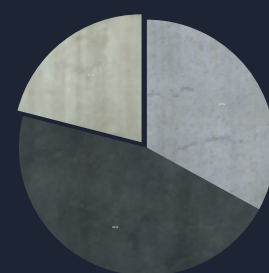
Clara_Berry

581k
Macro



Baptiste_Giabiconi

1,5M
Macro



Noholita

940k
Macro





JoelRiff

10,2k
Micro



Jr

1,5M
Macro



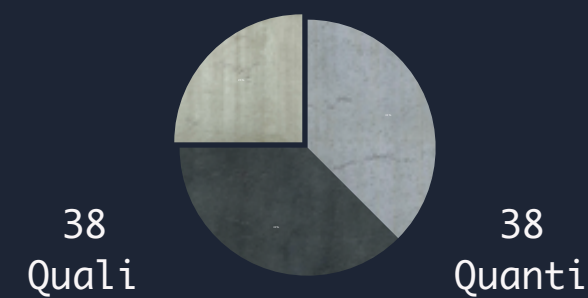
Laminuteculture

70,1k
Micro



Zestforat

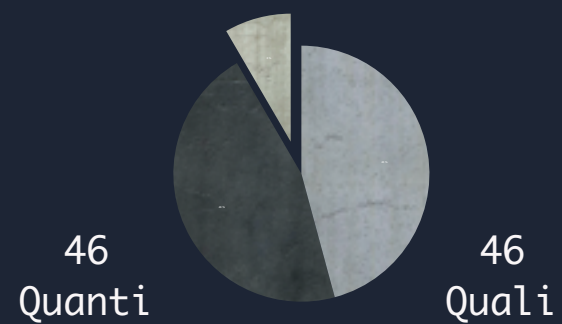
2050
Nano





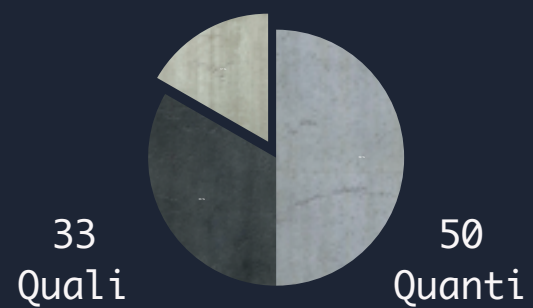
Lenamahfouf

1,5M
Macro



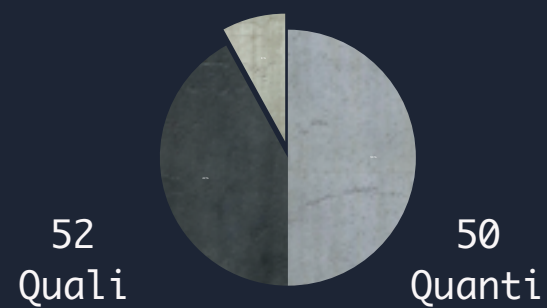
Style_tonic

610k
Macro



Bastoswithlove

554k
Macro



Johanpapz

609k
Macro





TEAM CLTRS



LES RÉSERVISTES



RELAIS DE L'OPÉ

LES INFLUENCEURS

Soutiennent et relaie l'opération
"#célébronslinoubliable

Relayent l'événement en invitant leur communauté à vivre avec ces derniers moments au sein du Grand palais et à découvrir leurs créations au sein de leur espace dédié

EMPTY INSTA

Empty insta pendant la soirée privée pour faire découvrir en avant première le lieu et donner envie de venir

RELAIS DE L'OPÉ

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SPORT

Grand prix média - La Ref

MODE

Vogue - Grazia - Elle

ART

Beaux Art mag - Elephant - Flash Art

LOISIRS

Bonbon - Sortir à Paris - Timeout

GÉNÉRAL

Le Parisien - 20 minutes - Cnews
Arte - France culture - Le Monde



DOTATION

CONCOURS SOIRÉE DE LANCEMENT

80 places (10 par influenceur) seront à gagner afin de pouvoir participer à la soirée privée

Tirage au sort

Donnera envie aux followers de suivre l'événement





LES #

#célébronslinoubliable

#teamCLTRS

#grandpalais

LES RETOMBÉES

LES KPI'S

Suivi de l'évolution du
nombre d'abonnés du
@grandpalais

Nombre d'oeuvres reçues

Nombre de place achetées en
ligne et sur place

Nombre de personne ayant
swipe up via les comptes des
influenceurs





LES KPI'S

Suite à la soirée privée et l'empty insta combien de places supplémentaires achetées en ligne

Suivi du trafic sur le site web

Nombre de personnes présentes lors de l'événement

Nombre d'article et retour presse suite à l'évènement

Nombre de désabonnement à la fin de l'évènement

MERCI

