

Comment les acteurs de la culture peuvent s'inspirer du marketing digital ?

Revue de tendances

15/01/2016



par Martine Ghnassia,
Directrice InCapsule by Ifop



QUI SOMMES NOUS?

INCAPSULE BY IFOP

La cellule Ifop dédiée au management de l'inspiration et de l'innovation collaborative

TENDANCE

Les IfopTrends, cahiers structurant les tendances qui vont influencer le consommateur, en observant les signaux renvoyés par d'autres catégories et dans d'autres pays.

CONSEIL

Des solutions de conseil packagées pour impulser l'esprit d'innovation dans les organisations, faire évoluer les modes de travail en interne, pour aboutir à des concepts innovants et propriétaires.



www.incapsule.ifop.com

CHIFFRES CLÉS:

40 clients fidèles en Retail, Luxe, Edition, Santé, Transport, Assurance, Habitat, Banque, Mode, Alimentaire, Cosmétique

30 workshops conduits

2000 case studies / an

3 zones: Europe, USA, Asie

1 réseau de trend-hunters



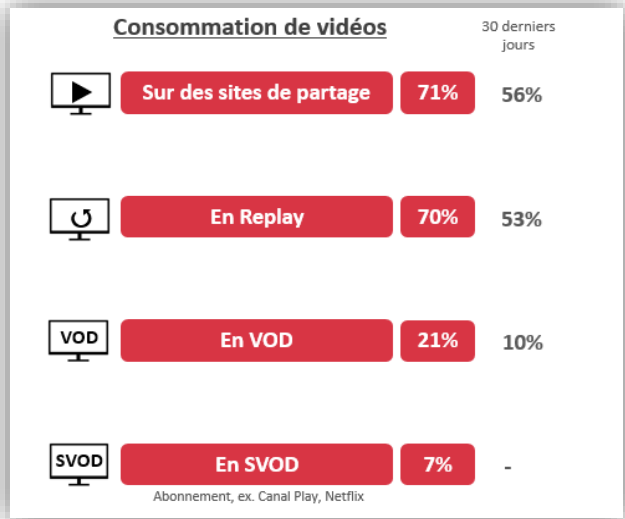
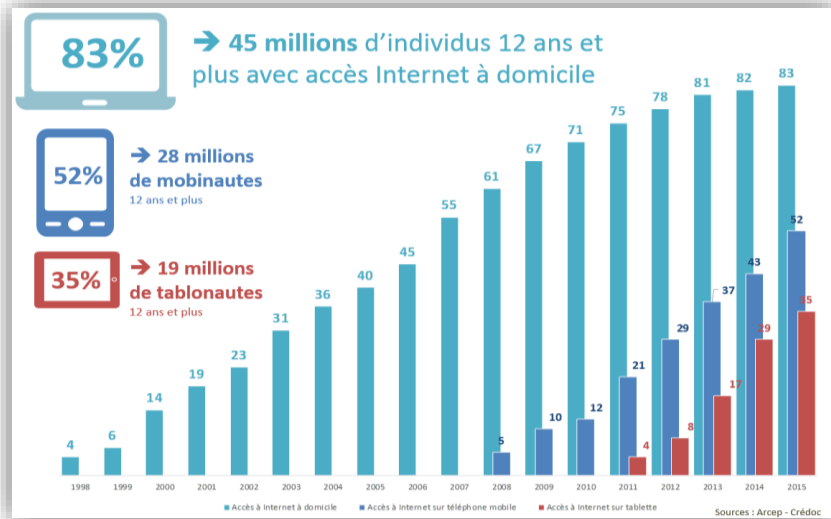


DONNÉES CLÉS: USAGES D'INTERNET ET DES DEVICES DIGITAUX



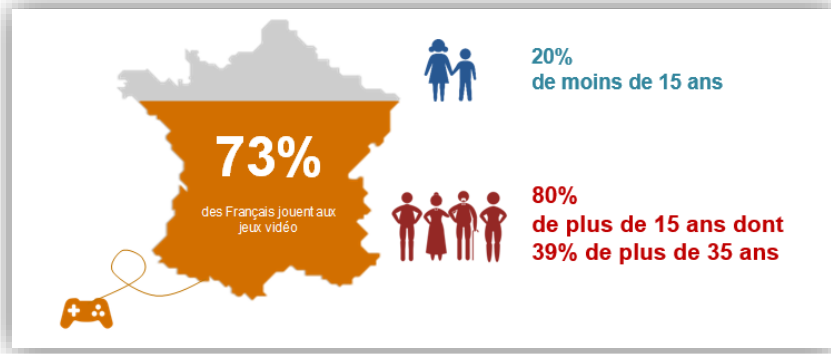
L'usage d'internet en progression grâce aux multidevices

La vidéo = concurrence de la télévision classique



Le jeu vidéo = culture de masses

Les objets connectés : une forte notoriété, mais seulement ~6% de taux d'équipement





LES RÔLES CLÉS DU DIGITAL DANS LE MARKETING CULTUREL

INSPIRATIONS WORLDWIDE / AUTRES SECTEURS

DÉMOCRATISER L'ACCÈS À L'ART



RÉINVENTER LE PERMANENT



FAVORISER LA CRÉATION DE LIENS ENTRE LES VISITEURS



FACILITER LE RÔLE D'INFLUENCEUR



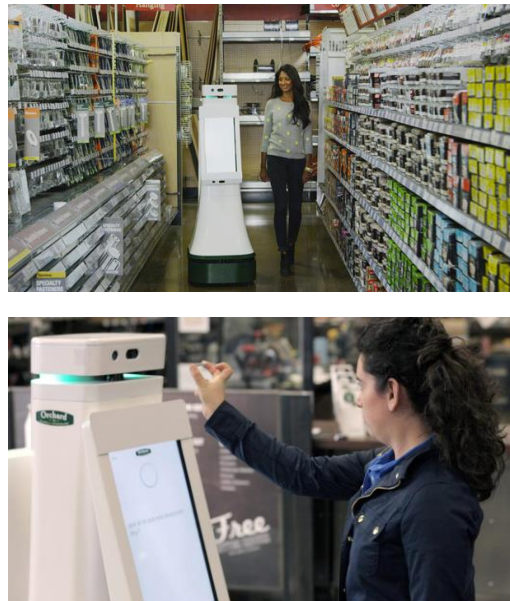
DÉMOCRATISER L'ACCÈS À L'ART



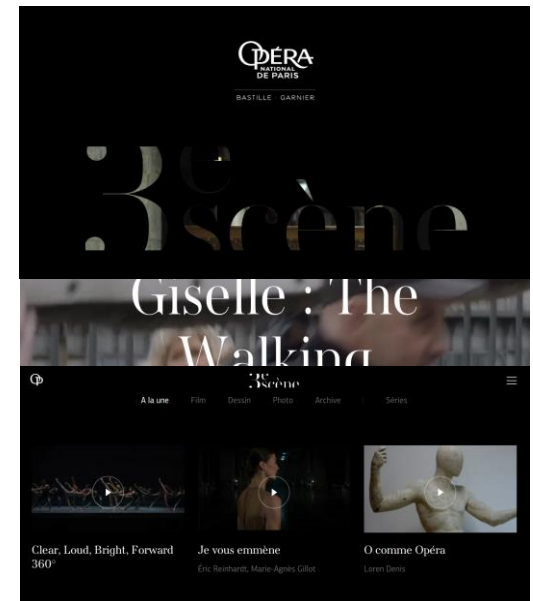
Créer des teasing dans des lieux très grand public
(Re Public)



Créer des assistants personnels de visite
(Orchard Supply)



Créer des nouveaux lieux d'expression artistique
(3ème scène Opéra)





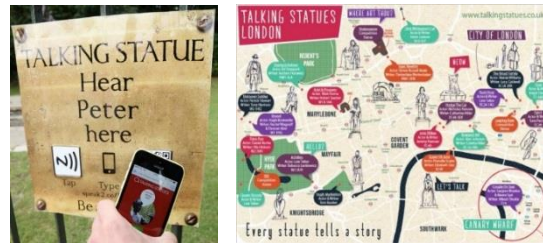
RÉINVENTER LE PERMANENT



En créant des parcours à thème (Cinemacity)



En faisant parler les lieux d'histoire (Talking Statues)



En créant des jeux de géocaching (Ville d'Aisne)





FAVORISER LA CRÉATION DE LIENS ENTRE LES VISITEURS



En adoptant la mobilité partagée (CovoiturArt)









Lille > Le Musée du Louvre-Lens
[Voir l'itinéraire \(environ 0h31 de trajet\)](#)

Pourquoi je vais visiter ce lieu :
L'exposition sur les animaux et l'Égypte ancienne entame son dernier weekend et les places sont gratuites pour les utilisateurs de CovoiturArt ! Une belle occasion de vivre ce dernier weekend d'expo à moindres frais :)

4.36€ la place
dont 1.90 de
commission

Voiture:
Renault Clio
citadine

En créant des sessions de visite ciblées (ElderTreks)











FACILITER LE RÔLE D'INFLUENCEUR DES VISITEURS



En créant des supports
collaboratifs en mode wiki
(KLM Must See Map)



En créant des outils de scénarisation
instantanée de leur visite
(DUDR)

