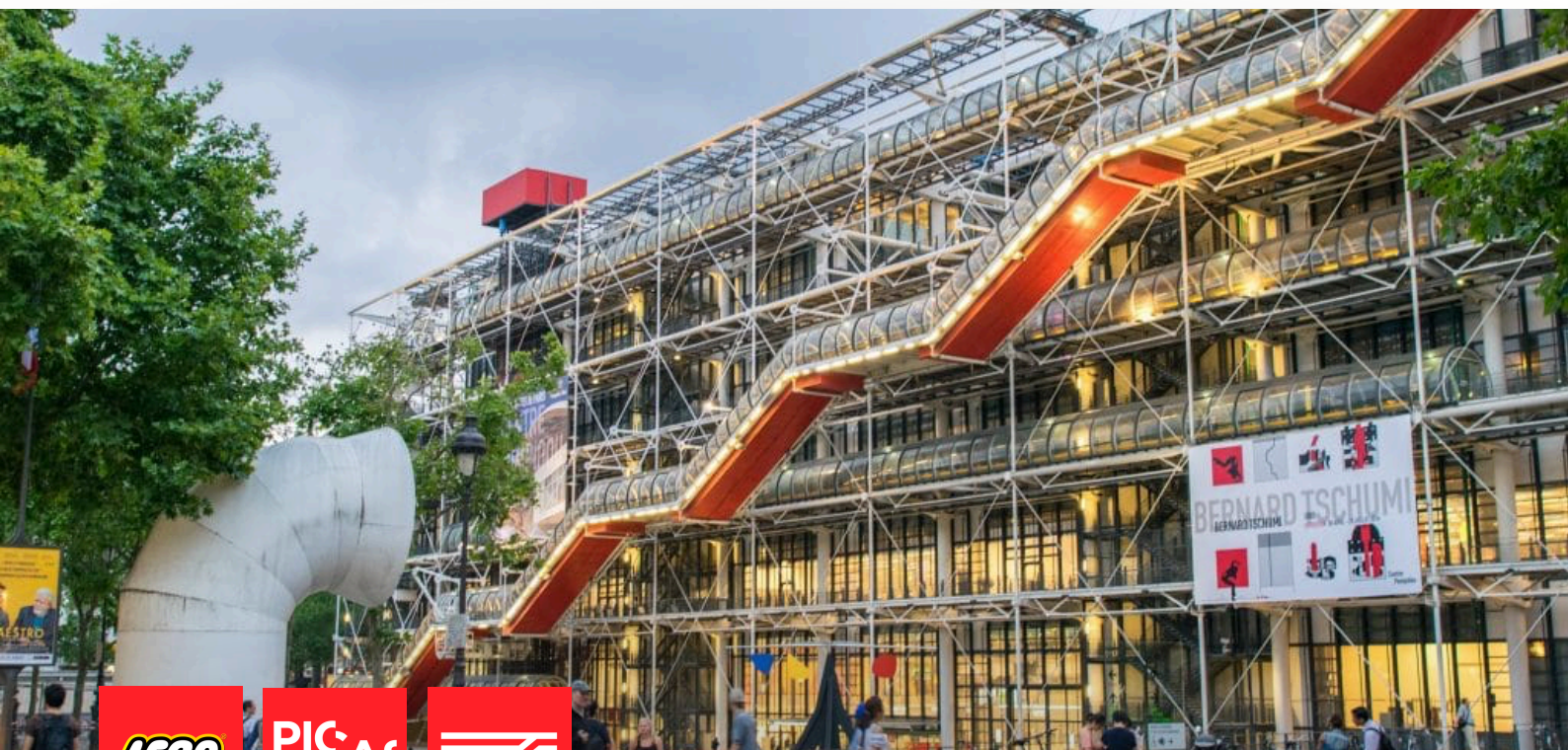


2026 —————

APPEL À PROJETS
"FAIRE VIVRE LE CENTRE
POMPIDOU HORS DE SES
MURS (2025-2030)"

PICASSO BY LEGO

UNE PROPOSITION D'EXPÉRIENCE ARTISTIQUE LUDIQUE
ET PARTICIPATIVE POUR MASSY



UN PROJET IMAGINÉ ET DÉVELOPPÉ
PAR L'AGENCE SYNKRO

SOMMAIRE

1	Introduction.....	3
2	Analyse du marché.....	8
3	Espaces & Animations.....	13
4	Plan & Scénographie.....	26
5	Planning.....	34
6	Partenaires & Prestataire.....	36
7	Communication.....	44
8	Sécurité.....	58
9	Engagements RSE	61
10	Gestion budgétaire.....	64
11	Bilan & perspectives.....	75
12	Contact.....	80
13	Annexes.....	82

INTRODUCTION

01

INTRODUCTION

PROBLÉMATIQUE

Depuis son ouverture en 1977, le **Centre Georges Pompidou** s'est imposé comme un pilier **incontournable de l'art moderne et contemporain** en France. Chaque année, il accueille des millions de visiteurs (3,2 millions de visiteurs en 2024), curieux de découvrir des expositions de renommées internationales, d'assister à des performances ou encore de s'immerger dans une architecture unique. Toutefois, **sa fermeture** pour sa rénovation **jusqu'en 2030** constitue un tournant majeur, tant pour les acteurs culturels que les visiteurs.

Cette fermeture représente un véritable **enjeu culturel** : Comment maintenir l'accès à une offre artistique de qualité pendant une si longue période ? **Comment continuer à faire vivre l'esprit du Centre Pompidou au-delà de ses murs**, et éviter une perte de lien avec ses visiteurs?

Cela appelle à des solutions innovantes pour préserver le lien entre le public et l'institution et maintenir l'aspect artistique hors des murs parisiens.



Cette fermeture du Centre Pompidou implique des **défis essentiels** : la **fidélisation** du public existant, notamment les membres, les abonnés, les groupes scolaires et les amateurs habitués à fréquenter ce lieu.

Toucher un **public plus large**, souvent éloigné de l'offre culturelle.

C'est alors l'occasion d'envisager de nouvelles formes de diffusion artistique, capable de capter l'attention de publics extra muros et de repenser l'expérience en sortant des codes classiques.

INTRODUCTION

OPPORTUNITÉS

LIEU

En 2026, le **Centre Pompidou Francilien – Fabrique de l'Art / Musée national Picasso-Paris** ouvrira ses portes à **Massy**, marquant une nouvelle étape dans la diffusion de l'art et de la culture hors de Paris. Ce projet ambitieux s'inscrit dans une volonté forte : **rendre l'art accessible** à tous, en particulier durant la fermeture pour rénovation du Centre Pompidou de Paris. Le Centre Pompidou Francilien proposera un espace unique et innovant, conçu pour favoriser la création, la transmission et l'expérimentation artistique. S'étendant sur **28 600 m²**, dont 25 700 m² réservés aux ateliers et aux espaces de réserve, et **3 300 m²** dédiés aux **espaces culturels et d'accueil**.

L'implantation du Centre Pompidou Francilien – Fabrique de l'Art / Musée national Picasso-Paris à Massy répond à une double ambition : **faciliter l'accès à la culture et pour tous**.



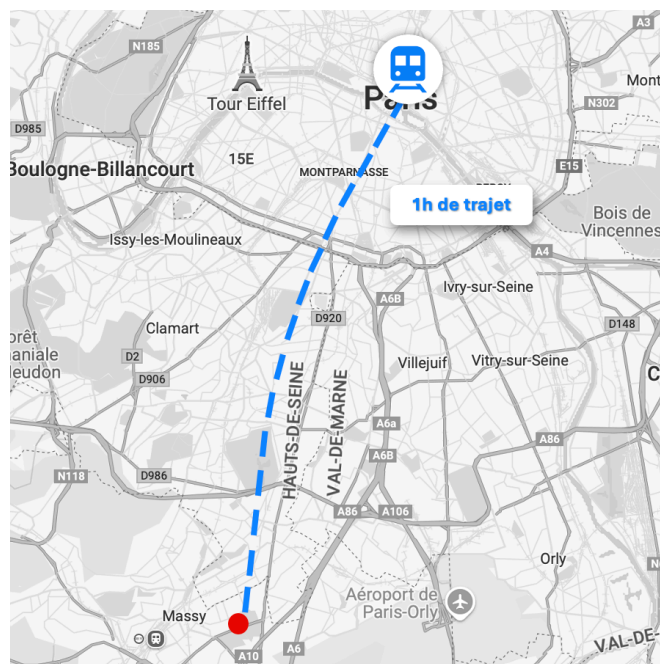
Un carrefour stratégique : situé à proximité immédiate des autoroutes A6 et A10 et de l'aéroport Paris-Orly, le site bénéficie d'un accès privilégié pour le transport sécurisé des œuvres et des visiteurs venant de toute la France et au-delà.

Massy est une ville parfaitement connectée grâce à son réseau de transports en commun exceptionnel :

RER B et C : liaison directe avec Paris et l'ensemble de l'Île-de-France

Tram T12 : un nouvel axe de mobilité renforçant l'accessibilité locale

Gare TGV de Massy : desservant les grandes villes françaises et facilitant les venues nationales

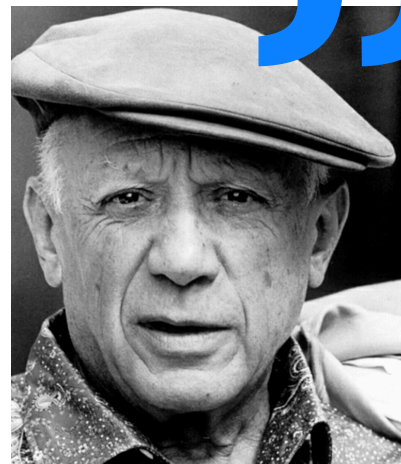


OPPORTUNITÉS

PICASSO

Figure incontournable de l'art moderne, **Pablo Picasso** demeure l'un des artistes les plus **influen**ts et **audacieux** du XX^e siècle. **Ses œuvres visionnaires** ont bouleversé les codes classiques en **réinventant la perspective**, en fragmentant les formes, et en imposant un **nouveau regard** sur le réel.

Cet héritage reste pleinement vivant : **en 2023**, près de **50 expositions** lui ont été consacrées dans le monde, à l'occasion du 50^e anniversaire de sa mort, célébré conjointement par les **ministères de la Culture français et espagnol**. De Paris à New York, de Melbourne à Madrid, de grandes institutions ont mis à l'honneur ses œuvres, preuve que Picasso reste une figure centrale de la scène artistique contemporaine.



Le Centre Pompidou Francilien – Musée national Picasso-Paris s'inscrit naturellement dans cette dynamique, en consacrant une place permanente à l'artiste et à ses œuvres, affirmant ainsi sa **volonté de faire vivre Picasso** au cœur de ce nouveau lieu culturel.

LEGO

Depuis toujours, **LEGO** défend une philosophie simple mais puissante : **créer sans limite**. Grâce à ses briques modulables, la marque propose un langage de **construction universel**, propice à l'expérimentation, à **l'expression personnelle** et à **l'imagination** collective. Cette vision, fondée sur la déconstruction et la reconstruction, entre naturellement en résonance avec l'univers artistique, notamment **le principe du cubisme**.

C'est dans cette logique que LEGO a amorcé un virage **stratégique fort** vers le **public adulte**, en quête de propositions plus culturelles, design ou contemplatives. **Depuis 2020**, la marque a lancé la **gamme 18+**, identifiable par ses boîtes noires, avec des collections comme **LEGO Art, Icons ou Ideas**, pensées spécifiquement pour les amateurs d'art, de pop culture et d'architecture.



Cette orientation a porté ses fruits :

- Les **revenus ont doublé en 10 ans**, atteignant près de 10 milliards USD en 2023.
- Les **ventes adultes** représentaient déjà **20% du chiffre d'affaires** avant la pandémie.

Cette cible est désormais un **axe stratégique majeur** pour la croissance de LEGO, avec une offre qui séduit autant les **passionnés** que les **créatifs** en quête de sens.

L'univers LEGO se déploie aujourd'hui bien au-delà du jouet : il devient une porte d'entrée vers la culture visuelle, une forme de médiation contemporaine, créative et accessible.

SOLUTION

PICASSO BY LEGO

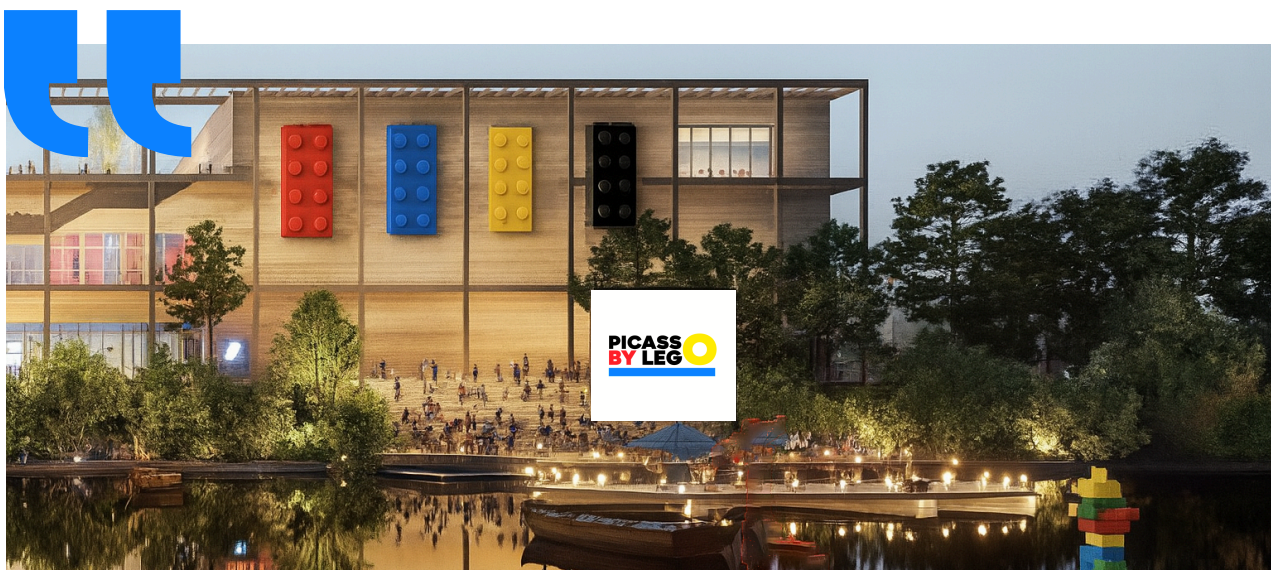
Pour répondre aux défis de l'accessibilité culturelle et capitaliser sur l'ouverture du site Centre Pompidou Francilien à Massy, nous proposons une exposition inédite et audacieuse : **“Picasso By Lego”** de **Septembre 2026 à Février 2027**.

Cette **collaboration** originale entre le **Musée national Picasso-Paris** et **Lego** repose sur une idée forte :

Rendre l'art participatif, ludique et accessible à tous, s'appuyant sur **trois aspects** :

- Le cubisme
- La perspective
- La créativité

L'exposition **“Picasso By Lego”** ne se contente pas de présenter des oeuvres : elle invite les visiteurs à les interpréter. Grâce à un **parcours immersif**, des **ateliers créatifs**, des **animations en réalité virtuelle**, le public devient donc acteur de cette exposition. Petits et grands sont encouragés à expérimenter **l'univers de Picasso à travers les briques Lego**, un jeu universel et d'imagination.



L'objectif de ce projet est de **casser les codes traditionnels** du musée. Il s'agit de démocratiser l'art, en créant un lien entre les chefs-d'œuvres de Picasso et l'univers ludique de Lego.

NOS VALEURS CLÉS

- **Accessibilité** : toucher des publics éloignés ou peu familiers avec l'art
- **Interactivité** : favoriser la participation active
- **Transmission** : proposer une médiation culturelle innovante et inter-générationnelle.

L'exposition propose une nouvelle façon de faire vivre l'art : **plus libre, plus ludique**. c'est une invitation à créer, à déconstruire, à reconstruire.

ANALYSE DU MARCHÉ

02

PROFIL DES VISTEURS ATTENDUS

CIBLER POUR MIEUX FÉDÉRER

L'événement que nous concevons a pour ambition de toucher un **large public**, tout en développant des approches spécifiques selon les usages, motivations et contraintes de chacun.

Dans un contexte **concurrentiel riche**, il est essentiel d'identifier avec précision les cibles clés pour déployer une **stratégie de communication pertinente**, des **partenariats adaptés**, et une **programmation cohérente**.

Nous avons ainsi défini **trois profils majeurs** :

- **Le grand public familial** : curieux et en quête de loisirs de qualité
- **Le milieu éducatif** : toujours à la recherche d'initiatives pédagogiques originales
- **Les entreprises** : en quête de projets culturels engagés et valorisants (visiteur ou partenaire)

Ces persona incarnent nos publics cibles et permettent de projeter des actions concrètes pour chacun.

PERSONA 1 : PUBLIC LARGE



SOPHIE MARTIN

● Mère de deux enfants (7 et 10 ans)

Age : 36 ans

Genre : Femme

Localisation : Massy (91), Île-de-France

Profession : Responsable RH

PERSONNALITÉ

- Curieuse
- Organisée
- Sensible à l'éthique et à l'éducatif

OBJECTIFS ET MOTIVATIONS

- Passer un moment ludique et culturel en famille
- Sensibiliser ses enfants à l'art tout en les amusant
- Sortir le week-end sans trop s'éloigner de la maison

FREINS

- Prix
- Accessibilité
- Peur que l'événement soit trop "musée", pas assez "enfant"

MÉTHODES DE COMMUNICATION UTILISÉES

- Instagram
- Newsletters locales
- Bouche-à-oreille
- Google Maps

CENTRES D'INTÉRÊTS

- Sorties en famille
- Loisirs créatifs
- Éducation ludique

PERSONA 2 : ACTEUR ÉDUCATIF

**THIERRY DELATTRE**

● Référent projets culturels

Age : 51 ans**Genre :** Homme**Localisation :** Vitry-sur-Seine (94)**Profession :** Enseignant en arts plastiques**PERSONNALITÉ**

- Passionné
- Exigeant
- Engagé dans la transmission

OBJECTIFS ET MOTIVATIONS

- Proposer à ses élèves une sortie éducative originale, croisant art et ludique
- Concrétiser des projets pédagogiques autour de Picasso ou du cubisme
- Accéder à une animation clé en main, bien encadrée et claire

FREINS

- Budget de déplacement limité
- Logistique lourde (autorisation, bus, disponibilité...)
- Manque de visibilité sur le contenu pédagogique réel

MÉTHODES DE COMMUNICATION UTILISÉES

- Réseaux académiques
- Newsletter culture éducation
- Bouche-à-oreille entre enseignants

CENTRES D'INTÉRÊTS

- Culture visuelle
- Innovation dans l'apprentissage
- Histoire de l'art

PERSONA 3 : PARTENAIRE ENTREPRISE

**CLAIRE MOREAU**

● Employé chez Cultura

Age : 39 ans**Genre :** Femme**Localisation :** Paris**Profession :** Responsable partenariats**PERSONNALITÉ**

- Curieuse
- Engagée
- Sensible aux initiatives artistiques qui parlent à toutes les générations.

OBJECTIFS ET MOTIVATIONS

- Soutenir un projet culturel grand public, créatif et pédagogique
- Mettre en avant les engagements de Cultura en matière de éducation, et accessibilité à la culture

FREINS

- Recherche des projets alignés avec leur ADN
- Budget événementiel planifié longtemps à l'avance

MÉTHODES DE COMMUNICATION UTILISÉES

- Réseaux sociaux (FB, Insta, TikTok)
- Animations en magasin
- Newsletters partenaires

CENTRES D'INTÉRÊTS

- Arts plastiques
- Loisirs créatifs
- Événements culturels
- mécénat éducatif

L'analyse des persona révèle une opportunité forte : notre événement répond à des besoins croisés :

- **Culture**
- **Pédagogie**
- **Accessibilité**

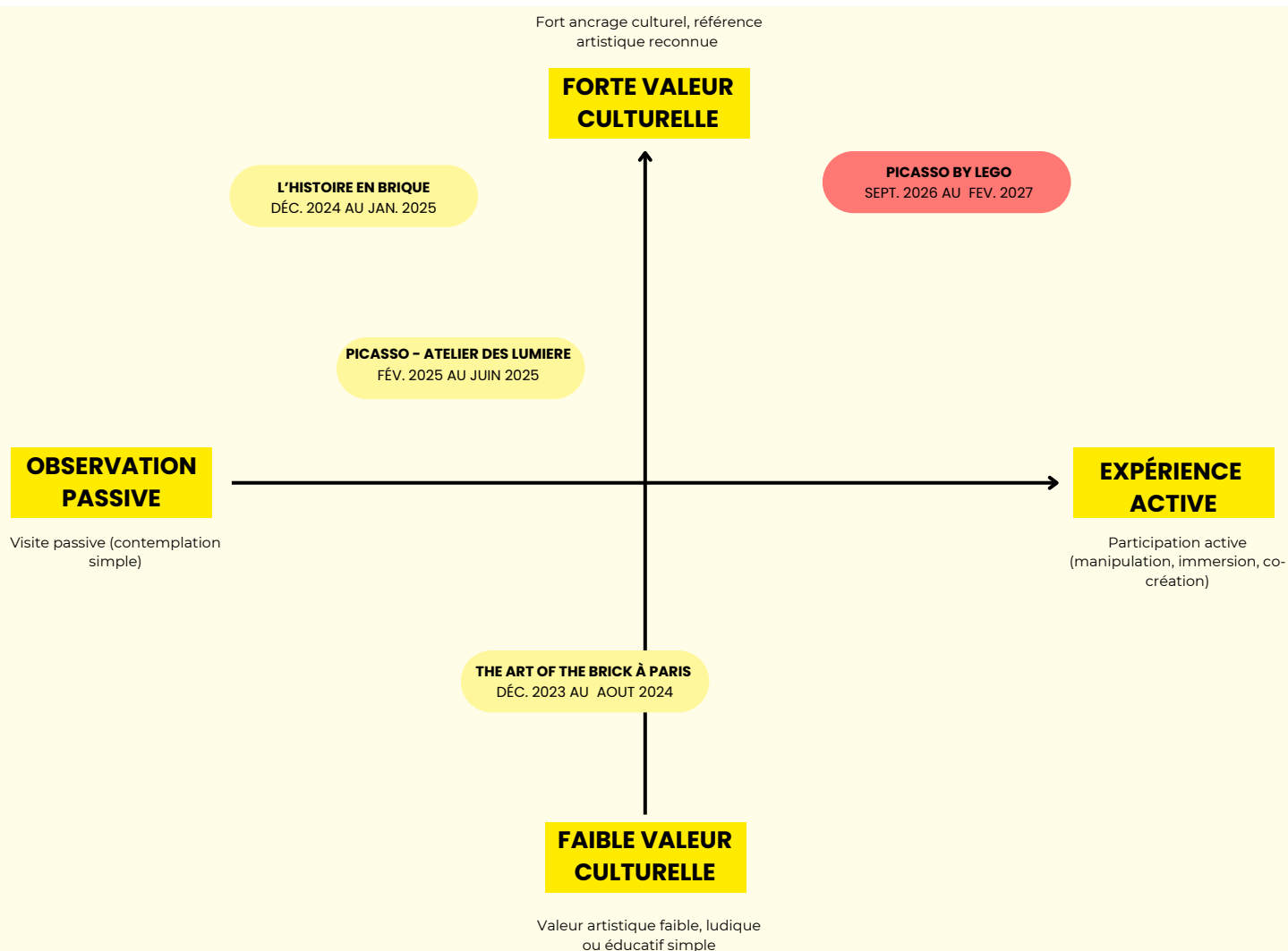
Cette pluralité permet d'envisager :

- Une **communication multi-canal** (digitale, locale, institutionnelle)
- Des **partenariats différenciés** selon les cibles (mécénat, relais pédagogiques, influence)
- Une **programmation agile et lisible** pour chaque audience

En ancrant notre réflexion dans les attentes concrètes de ces publics, nous posons les bases d'un projet **innovant, inclusif et fédérateur**.

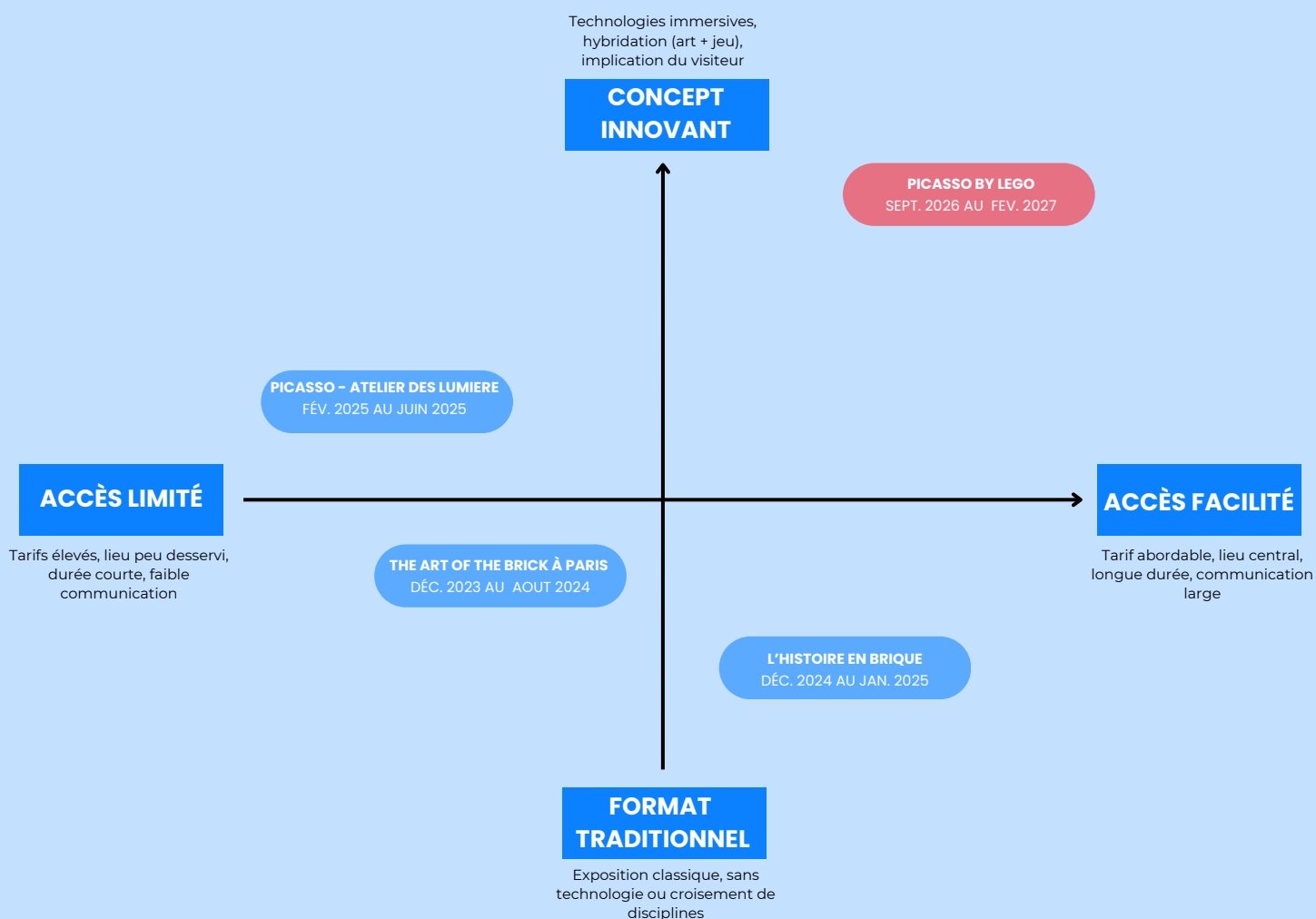
POSITIONNEMENT CONCURRENTIEL

UNE PROPOSITION HYBRIDE INÉDITE ENTRE
IMMERSION ET CULTURE



ANALYSE DU MARCHÉ

UN ÉVÉNEMENT INNOVANT, PENSÉ POUR TOUS



Sur le **marché actuel**, il existe de nombreux événements artistiques et immersifs. Toutefois, notre projet se distingue par son positionnement unique.

- **Événements autour de Picasso** : de nombreuses expositions rendent hommage à l'artiste du cubisme, mais peu d'entre elles sortent des formats classiques d'accrochage ou d'exposition.
- **Événements Lego** : Lego organise des expositions thématiques, mais peu en lien avec des figures majeures de l'art.
- **Événements mêlant Picasso et Lego** : à ce jour, aucune exposition n'a proposé de croiser l'univers de Picasso avec celui de Lego de manière institutionnelle.

Si certaines œuvres de Picasso ont déjà été recréées en LEGO, aucun projet n'a encore réuni ces deux univers dans une exposition complète.

Picasso by LEGO est ainsi le premier événement à croiser ce patrimoine artistique et cette culture populaire dans une expérience immersive, participative et accessible à tous.

ESPACES & ANIMATIONS

03

L'ÉCHO DES BRIQUES

EXPOSITION GÉNÉRALE



QUAND LES CHEFS-D'ŒUVRE SE RECONSTRUISENT... BRIQUE PAR BRIQUE

Un murmure discret résonne entre les murs blancs. Des formes familières apparaissent, puis se transforment. Rien n'est figé.

Le regard hésite entre ce qui est peint et ce qui est construit, entre ce qui a été et ce qui pourrait être.

Ici, l'art se dédouble, se répond, s'amuse et vous laisse flotter dans un espace où les repères s'effacent.

Ce que vous découvrez n'est ni tout à fait le passé, ni encore le présent.

Seulement... une vibration entre deux mondes.

CONTENU DE L'ESPACE

- Œuvres de Picasso originales
- Reproductions en LEGO d'œuvres majeures
- Mobiliers en briques LEGO géante (bancs, lumières...)
- Parcours libre, murs blancs et sobres pour sublimer les œuvres
- Cartels interactifs : comparaison œuvre originale / version LEGO / informations supplémentaires

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Offrir un face-à-face inédit entre art classique et art de construction
- Repenser la muséographie en mêlant hommage et innovation
- Créer une entrée majestueuse dans l'univers de l'exposition
- Stimuler l'émerveillement à travers la familiarité des LEGO et la puissance de Picasso



OUVERTURE

Ouvert tous les jours aux horaires d'exposition



DURÉE

Temps estimé : 30 à 60 minutes

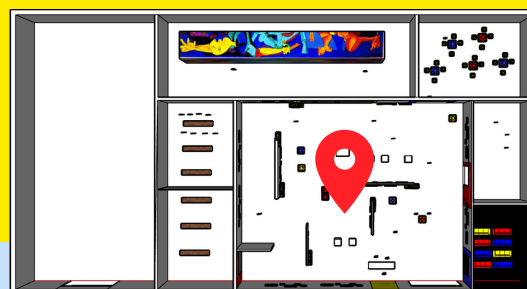


PUBLIC

Tout public

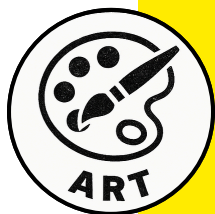
LOCALISATION

Situé au centre de tout les espaces.



LE COMPTOIR DES EXPLORATEURS

PASSEPORT LEGO ET TAMPONS SPÉCIALES



LE SOUVENIR À COLLECTIONNER.

Ce stand discret attire les curieux. Certains arrivent avec leur passeport LEGO déjà entamé dans d'autres pays. D'autres le découvrent ici, pour la première fois. Qu'ils soient collectionneurs ou simples visiteurs, tous repartent avec une empreinte unique: celle d'une exposition fusionnant l'univers de Picasso et de LEGO.

Un petit tampon, une grande fierté. Un souvenir tangible, artistique, limité à cette édition...

Et pour beaucoup, une nouvelle étape dans leur tour du monde des briques.

CONTENU DE L'ESPACE

- Petit comptoir intégré à l'Expo Générale
- Distribution de passeports LEGO officiels
- Tampons "Picasso x LEGO x France" à tamponner dans le passeport
- Présence d'une hôtesse pour tamponner et expliquer la démarche
- Présentation visuelle du tampon / du passeport

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Offrir un souvenir exclusif et collector lié à l'exposition
- Créer un lien direct avec les fans de LEGO (concept déjà existant dans les stores officiels et événements)
- Encourager le bouche-à-oreille et la fidélisation de visiteurs
- Valoriser la visite complète de l'exposition par un système de "récompense finale"



OUVERTURE

Ouvert tous les jours aux horaires d'exposition



DURÉE

Temps estimé : 2 à 5 minutes

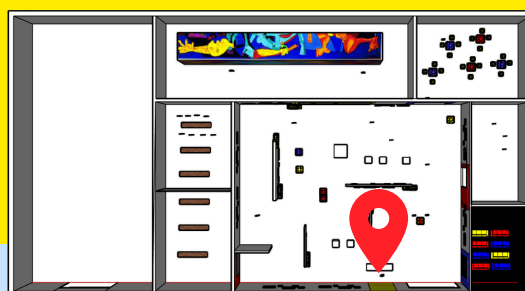


PUBLIC

Tout public
Visiteurs curieux, fans de LEGO

LOCALISATION

Situé dans l'espace principal, à droite de l'entrée.



À TRAVERS L'ŒIL DE PICASSO

IMMERSION À SON PAROXISME



PLONGEZ DANS L'ART... DÉCONSTRUIT PAR PICASSO

Oubliez les cadres accrochés aux murs... Ici, vous entrez dans l'œuvre. Grâce à la réalité virtuelle, les visiteurs ne regardent plus simplement un tableau, ils l'explorent de l'intérieur. Les formes se superposent, les perspectives s'ouvrent, chaque coup de pinceau prend vie autour de vous. C'est un tête-à-tête avec Picasso, une plongée immersive dans l'émotion brute de la création.

CONTENU DE L'ESPACE

- Casques de réalité virtuelle nouvelle génération, haute définition
- Accompagnement par un animateur dédié pour guider l'expérience
- Reconstitution interactive en 3D de chefs-d'œuvres de Picasso, visibles en couches et pièces détachées
- Espace cocooning et immersif : poufs, tapis moelleux, ambiance futuriste sombre et neon

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Plonger le visiteur dans l'univers mental et créatif de Picasso, en explorant ses œuvres de l'intérieur
- Déconstruire la perception traditionnelle d'un tableau en révélant ses couches, ses volumes, ses structures invisibles
- Proposer une expérience multisensorielle entre technologie et émotion qui favorise la compréhension du cubisme par le corps et l'espace



OUVERTURE

Accessible tous les jours aux horaires d'ouverture du centre.



DURÉE

Temps estimé, 20 à 45 minutes

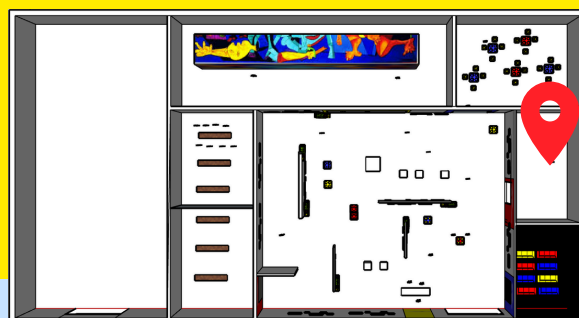


PUBLIC

Tout public dès 10 ans.
Familles, groupes scolaires

LOCALISATION

Situé à droite de l'espace principal, à côté de La Fabrique du Cubisme



LA FABRIQUE DU CUBISME

ATELIER CRÉATIF



ET SI VOS IDÉES PRENAIENT VIE EN BRIQUES ?

Entrez dans un monde où l'imagination n'a pas de limites. Un espace vivant, coloré, vibrant de créativité, où les briques LEGO deviennent des pinceaux et vos mains, des artistes. Ici, chacun est libre d'inventer, d'explorer, de construire et même de déconstruire, comme l'aurait fait Picasso. C'est un terrain de jeu artistique, un laboratoire d'expression où les idées fument et prennent forme, sous vos yeux... et entre vos doigts.

CONTENU DE L'ESPACE

- Bacs LEGO en libre accès avec supports d'inspiration visuelle : (style Picasso ou générale)
- Zones de confort : poufs, coussins
- Mini-défis créatifs animés certains jours ("Crée ton visage cubiste", "Ta maison surréaliste")
- Éclairage doux, ambiance calme, propice à la concentration

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Encourager l'expression artistique libre
- Favoriser la créativité spontanée et la manipulation intuitive
- Créer un lien accessible entre art et jeu, à travers l'univers de Picasso
- Offrir une expérience inclusive et intergénérationnelle



OUVERTURE

Accessible tous les jours aux horaires d'ouverture du centre.



DURÉE

Temps estimé, 20 à 45 minutes

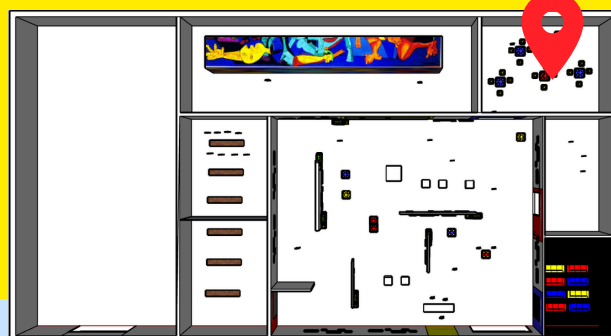


PUBLIC

Tout public dès 4 ans.
Familles, groupes scolaires

LOCALISATION

Situé au fond à droite de l'espace principal



LE TABLEAU SANS FIN

RECORD DU MONDE



ET SI VOTRE BRIQUE ENTRAÎT DANS L'HISTOIRE ?

Des gestes précis. Une silhouette concentrée au centre d'un espace en constante évolution. Chaque jour, quelque chose grandit ici, lentement, patiemment, presque silencieusement. Ce n'est pas une simple installation, c'est un chantier vivant, un projet à plusieurs mains. Le visiteur n'est plus spectateur. Il devient complice. Il y a des œuvres que l'on regarde. Et d'autres... que l'on construit ensemble, jusqu'à peut-être... entrer dans l'Histoire.

CONTENU DE L'ESPACE

- Construction en direct d'un tableau monumental de Picasso en LEGO (Guernica)
- Présence de l'artiste constructeur
- Participation des visiteurs, pour déposer des briques
- Compteur du nombre de briques
- Informations sur le record à battre, l'œuvre d'origine Guernica en couleurs
- Caméra time-lapse pour suivre toute l'évolution du projet depuis le premier jour

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Créer le "wow" de l'exposition, un moment spectaculaire qui marque les esprits dès l'entrée
- Fidéliser les visiteurs sur toute la durée de l'événement, en proposant une construction évolutive à suivre jour après jour
- Offrir une expérience collective inédite, où chacun peut participer à une œuvre qui dépasse le cadre d'une simple visite
- Ancrer l'événement dans l'Histoire, en visant un record mondial visible, mesurable et médiatisable

OUVERTURE

Accessible durant les 6 mois
Construction en continu

DURÉE

Créneaux visiteurs participants 3 fois par jour
Temps estimé sur place : 10 à 20min

PUBLIC

Tout public dès 4 ans.
Accessible sans inscription

LOCALISATION

Situé au de l'espace principal, à gauche de la Fabrique du Cubisme



AU-DELÀ DES RÈGLES

PROJECTION - FILM



VOIR AUTREMENT, ENTRE LIBERTÉ ET VISION

Il n'y a pas d'instruction, pas de mode d'emploi. Seulement une suite d'images, de fragments, de pensées. Des lignes s'entrechoquent, des formes s'écartent. Des mots surgissent. Ce que vous voyez ici ne se raconte pas vraiment. Cela se ressent. Cela trouble parfois. Mais cela libère, souvent. Un jeu sans règle, un génie sans cadre, une vision sans fin. Et si créer, c'était justement oser regarder autrement ?

CONTENU DE L'ESPACE

- Espace calme : poufs, canapés, écrans
- Film exclusif : 20 minutes, format court pensé pour tous publics
- Narration fluide et accessible (voix off), sans promotion commerciale
- Focus sur, La liberté créative de Picasso, Son rapport à la déconstruction, Le parallèle avec l'univers LEGO
- Traductions ou sous-titres disponibles

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Offrir une pause sensible et contemplative au cœur du parcours
- Permettre de découvrir Picasso autrement, à travers une narration accessible
- Mettre en lumière les valeurs communes entre Picasso et LEGO : liberté, invention, déconstruction
- Toucher aussi bien les novices que les passionnés, sans barrière culturelle ni technique



OUVERTURE

Diffusion continue tout au long de la journée
Entrée libre / sans réservation



DURÉE

Temps estimé : 25 minutes

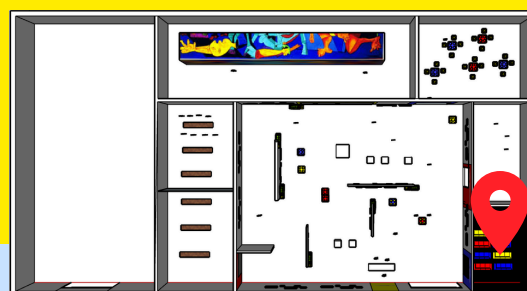


PUBLIC

Tout public dès 6 ans

LOCALISATION

Situé à droite de l'entrée de l'espace principal.



L'ATELIER DE PICASSO

ATELIER DE GROUPE



**REPRODUISEZ, RÉINVENTEZ...
DEVENEZ PICASSO.**

Et si l'on vous confiait une œuvre... à réinventer ?

Ici, chaque groupe reçoit un modèle, une inspiration, une base à suivre.

Mais très vite, les gestes s'écartent, les idées dévient, et le tableau devient le vôtre.

C'est un jeu de construction, oui mais aussi une œuvre de réinterprétation.

Vous n'êtes plus élèves ni spectateurs, mais co-créateurs d'une collection inédite, pensée pour vous.

Et chaque réalisation est à la fois fidèle... et unique.

CONTENU DE L'ESPACE

- Tables en îlots, accueillant jusqu'à 6 groupes en simultané
- Kits LEGO de la nouvelle collection Picasso x LEGO, en exclusivité
- Plan de montage simplifié, accompagné de variantes créatives
- animateurs pour guider et accompagner l'interprétation
- Affichage possible des mini-œuvres réalisées dans un "mur collectif"

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Proposer une expérience créative collective, à mi-chemin entre reproduction et liberté
- Donner une lecture accessible et ludique de l'œuvre de Picasso
- Faire vivre aux groupes un moment valorisant, actif et mémorable
- Offrir à chaque participant une création unique à rapporter chez soi (ou à exposer)
- Mise en avant de la nouvelle collection Picasso x LEGO, vendue en exclusivité à la boutique souvenir du Centre.



OUVERTURE

Sur réservation uniquement, du lundi au vendredi



DURÉE

Séances de 45 min à 1h15

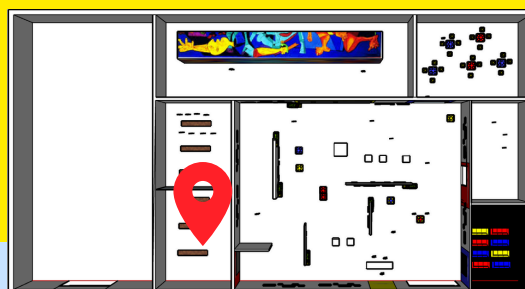


PUBLIC

Scolaires, associations, centres de loisirs, Entreprises

LOCALISATION

Situé au fond à gauche de l'espace principal.



ESPACE VIP

LOCATION D'ESPACE



CRÉEZ VOTRE PROPRE ESPACE

Pour faire face aux enjeux de valorisation de la culture du partenariat et de l'optimisation de l'offre événementielle de haut de gamme, le Centre Pompidou Francilien – Fabrique de l'Art propose un lieu privatisable de 200m² aux entreprises, dans un établissement culturel d'exception, au cœur des bouillonnements de la création contemporaine et de l'innovation artistique.

CONTENU DE L'ESPACE

- Manges-debout
- Espace cocktails et amuses bouches
- Projections aux murs
- Possibilité d'installer une scène avec micro et sonorisation

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- S'associer à l'image prestigieuse du centre
- Bénéficier d'un espace libre modulable pour des expériences encore plus sur-mesure
- Attirer de grandes entreprises qui pourront potentiellement faire un don au centre ou contribuer financièrement à d'autres éditions futures.



OUVERTURE

Sur réservation uniquement, du mardi au vendredi



DURÉE

Réservation sur une ou plusieurs journées

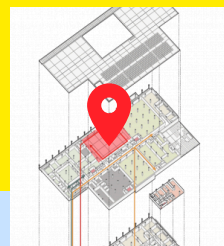
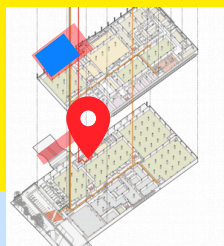


PUBLIC

Entreprises

LOCALISATION

Deux espaces possible: au rez-de-chaussée, dans l'espace d'accueil et de restauration du centre ou en terrasse au 3^{ème} étage.



ESPACE VIP

ÉVÉNEMENTS POSSIBLE

- Des **lancements de produits** ou de collections, dans une ambiance artistique unique.
- Des **showrooms éphémères**, pour mettre en valeur des créations dans un espace lumineux et scénographié
- Des **masterclass, conférences** ou **séminaires** à destination de publics ciblés et exigeants
- Des **réceptions VIP** ou cocktails privés, dans un cadre intime, sécurisé et élégant Des tournages, shootings photos ou conférences de presse, qui bénéficient de l'esthétique architecturale du lieu.

CAPACITÉS ET CONFIGURATIONS

L'espace a été conçu pour s'adapter aux besoins d'événements variés, grâce à sa configuration modulable et à son infrastructure technique :

- **Surface exploitable** : 200 m² (rez-de-chaussée) et 300 m² (terrasse)
- **Capacité assise** : jusqu'à 120 personnes en format conférence
- **Capacité debout** : jusqu'à 160 personnes en format cocktail

Ces caractéristiques permettent une personnalisation optimale de l'espace en fonction des objectifs de communication ou des besoins scénographiques des clients.

TARIFS DE LOCATION

- Demi-journée (4h) : 5 000 € HT
- Journée complète (8h) : 9 000 € HT

Ces montants incluent l'usage exclusif de l'espace et l'accès à l'ensemble des prestations techniques de base.

PRESTATIONS INCLUSES

- **Régisseur dédié** : en charge de la logistique et des aspects techniques pendant toute la durée de l'événement
- **Mobilier** design et modulable (selon la configuration souhaitée)
- **Équipements audiovisuels** : vidéoprojecteur, écran, micros
- **Éclairage scénographique standard** : adaptable aux ambiances souhaitées
- **Connexion Wi-Fi haut débit** : sécurisée et performante
- **Loge privative** : pour les intervenants, artistes ou invités VIP
- **Personnel** de sécurité et service de ménage inclus
- **Accès traiteur** via une arrière-salle équipée

CONDITION GÉNÉRALES D'UTILISATION

- **Horaires** d'occupation définis contractuellement à la signature
- **Dépôt de garantie de 1500€**, remboursable dans les 10 jours après l'événement
- **Devis personnalisé** fourni à la demande, incluant un plan de salle
- **Assurance responsabilité civile** obligatoire (attestation à fournir)
- **Traiteur externe accepté** sous réserve de validation préalable et respect du cahier des charges

ESPACE VIP

OPTION DE VISIBILITÉ

Ces dispositifs permettent aux entreprises partenaires d'**associer leur nom à l'exposition** ou à l'événement, dans une approche immersive et cohérente avec le positionnement culturel du lieu.

OPTION	PRIX HT
Totem d'entrée (logo visible dès l'accueil du site)	500€
Flamme personnalisée (3m)	750€
Projection murale (logo ou animation projetée)	1 000€
Signalétique (présence sur toute la communication physique)	1 500€
Story et posts Instagram (mention et visuel sur les réseaux sociaux de l'expo)	600€
Pack premium visibilité ((toutes options + newsletter + dossier presse))	3 500€

EXEMPLE DE PACKAGE "PRESTIGE" - CLÉ EN MAIN

Ce package répond aux besoins d'une entreprise souhaitant une prestation haut de gamme, complète et sans contrainte logistique.

- **Tarif :** 12 000 € HT – Journée complète

- **Inclut :**

- Salle privatisée pendant 8h
- Régisseur, sécurité, ménage
- Mobilier & équipements audiovisuels
- Projection du logo + totem de marque à l'entrée
- Présence dans la signalétique de l'exposition
- Visibilité sur Instagram (story + post)
- Accès à la loge + arrière-salle pour traiteur



Ce forfait combine efficacité opérationnelle, visibilité stratégique et expérience premium pour l'entreprise et ses invités.

LE DINER DES AMIS DU CENTRE POMPIDOUI

SOIRÉE DE CLOTURE



LA SOIRÉE

Le grand dîner du Centre Pompidou Francilien, organisé en partenariat avec LEGO, vise à lever des fonds pour le musée via une vente aux enchères d'œuvres réalisées par des artistes LEGO. L'événement se tiendra fin janvier pendant la Fashion Week parisienne, réunissant plus de 100 invités autour d'un dîner signé Danny Khezzar. La soirée inclura également des concerts inédits du Secession Orchestra dirigé par Clément Mao Takacs, et une nocturne vente aux enchères. L'exposition sera également mise en valeur par une série de performances musicales tout au long de la soirée.

DÉROULÉ DE LA SOIRÉE

- **18H30** : ACCUEIL & VESTIAIRE
- **19H00** : COCKTAIL DE BIENVENUE DANS LA COUR CENTRALE
- **19H45** : VISITE PRIVÉE DE L'EXPOSITION
- **20H15** : DÎNER ASSIS, ALLOCUTIONS OFFICIELLES
- **21H15** : CONCERT LIVE (SECESSION ORCHESTRA)
- **21H45** : VENTE AUX ENCHÈRES
- **22H30** : CLÔTURE ET REMERCIEMENTS



PUBLIC

- Personnalités du monde de l'art
- Partenaires institutionnels
- Mécènes et entreprises
- Presse culture et lifestyle
- Invités de la Fashion Week

OBJECTIF DE L'ANIMATION

- Valoriser le Centre Pompidou Francilien en tant que nouveau lieu culturel majeur
- Renforcer et activer les réseaux de mécénat et de partenariats
- Lever des fonds grâce à une vente aux enchères

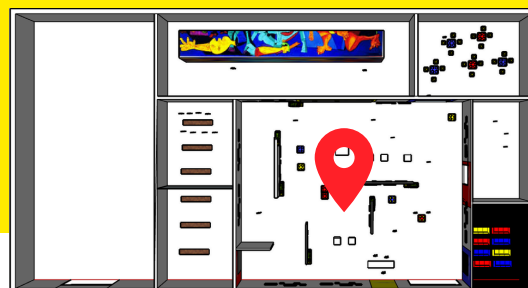


OUVERTURE

Samedi 30 janvier 2027

LOCALISATION

Le dîner sera situé en plein milieu de l'exposition



LE DINER DES AMIS DU CENTRE POMPIDOUI

FOCUS SUR LA VENTE AUX ENCHÈRES

VENTE AUX ENCHÈRES (EN PARTENARIAT AVEC SOTHEBY'S)

Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY



Contenu :

- Œuvres originales LEGO inspirées de Picasso, signées par des artistes contemporains
- Miniatures collectors éditées spécialement
- Œuvres immersives ou NFT LEGO x ART

Prix :

- Œuvres entre 1 000 et 20 000 €
- Enchères en ligne + en salle

Objectif de levée via vente : 30 000 – 50 000 €
(voire plus selon les artistes)

Dons défiscalisés & mécénat pur :

- Mise à disposition d'un formulaire de don simplifié
- Déduction fiscale de 66 % pour les particuliers, 60 % pour les entreprises
- Dons possibles via QR code sur le lieu + page web dédiée

Objectif complémentaire : 10 000 €

BILAN

Dons et revenus	Montant visé
Billetterie	120 000 €
Vente aux enchères	40 000 €
Dons défiscalisés directs	10 000 €

ANNEXE PAGE 83

DÉMARCHE ADMINISTRATIVE DU CENTRE POMPIDOU FRANCILIEN

Mettre en place des dons défiscalisés en France pour un événement comme **“Picasso x LEGO”** implique une démarche administrative.

PLAN & SCÉNOGRAPHIE

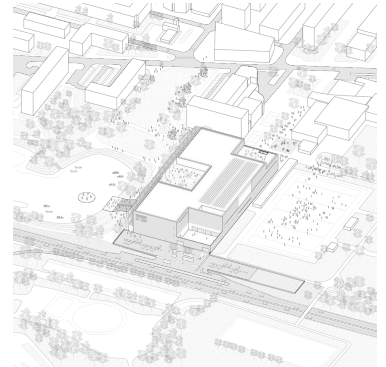
04

L'EXPOSITION SUR LE SITE

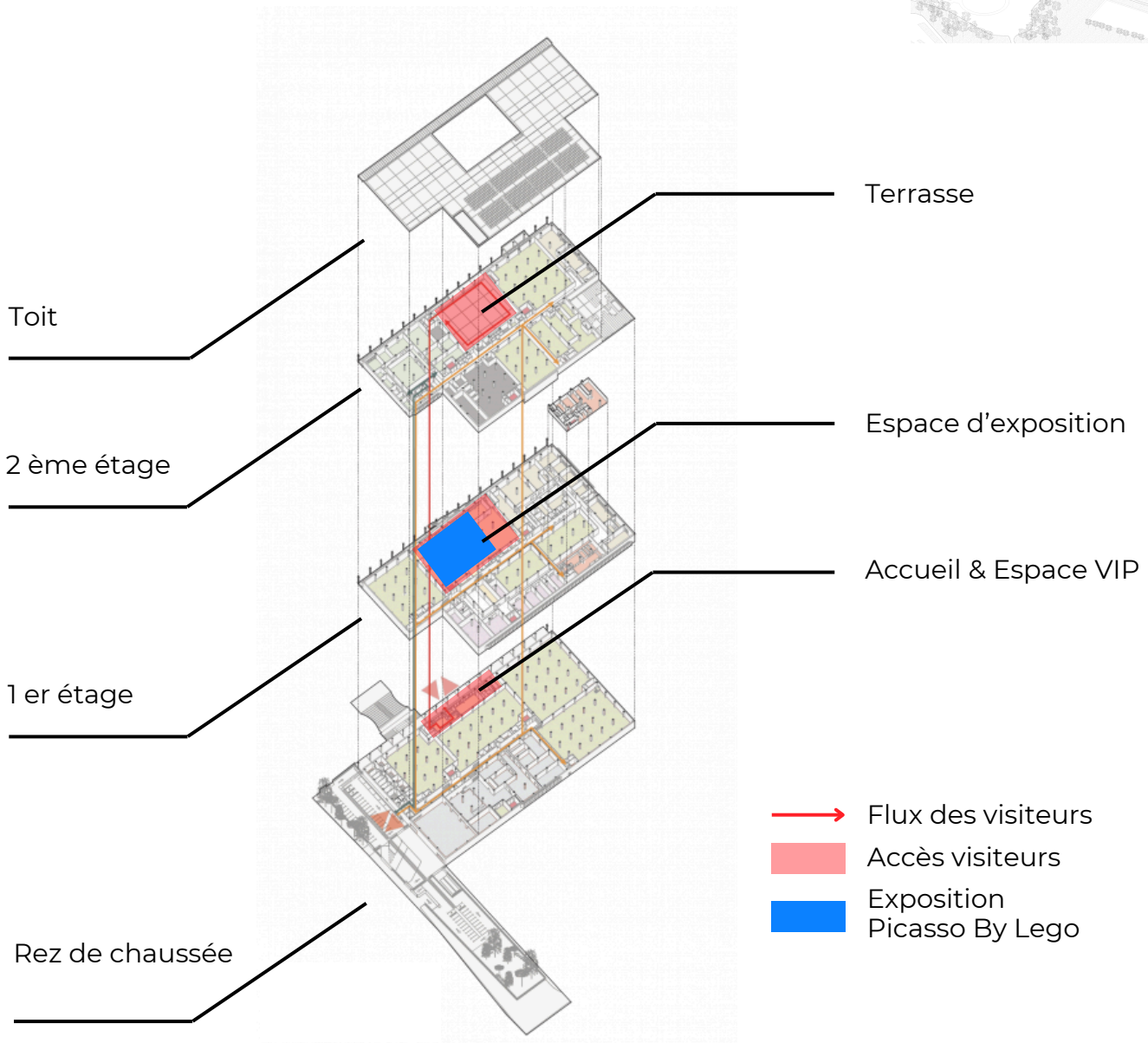
PLAN EXTERIEUR DU CENTRE



Une façade qui dit **"wow"**.
Dès l'extérieur nous pouvons apercevoir ces briques de lego avec le logo de notre événement, comme si lego avait envahi le site pendant cette événement



PLAN INTERIEUR DU CENTRE



PLAN DE L'EXPOSITION

Le Centre Pompidou Francilien – Massy a été conçu pour offrir des **espaces entièrement modulables**, capables de **s'adapter à chaque exposition**. La plateforme d'exposition, équipée d'une **grille technique**, permet d'accueillir toutes les formes de muséographie et d'imaginer des **configurations scénographiques variées**. Il est ainsi possible d'ajouter ou de retirer des éléments, offrant à chaque visiteur l'expérience d'un lieu renouvelé à chaque visite.

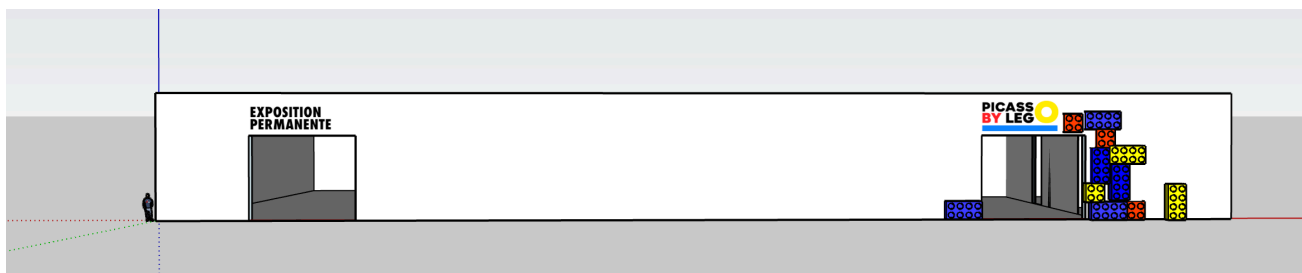
Le centre est divisé en **plusieurs zones** :

- un **espace de réserve**, où sont stockées les œuvres du Centre Pompidou et du Musée national Picasso,
- un **atelier de restauration**, destiné à la conservation et à la remise en état des œuvres,
- un **espace d'accueil et d'exposition** de 3 000 m² (hors terrasse).

Pour notre événement, nous avons choisi d'utiliser environ **2 000 m²**, en laissant 1 000 m² aux expositions permanentes.

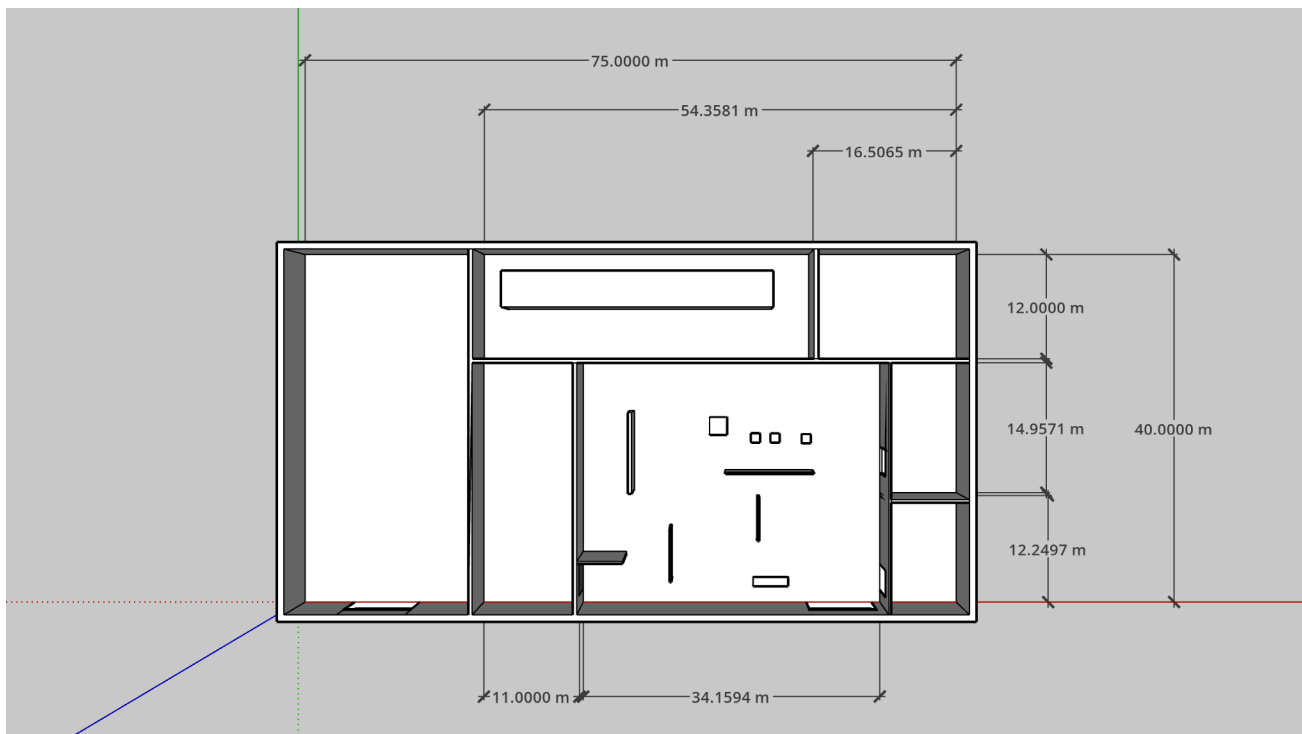
Voici comment nous avons imaginé et organisé cet espace pour notre exposition.

PLAN DE FACE



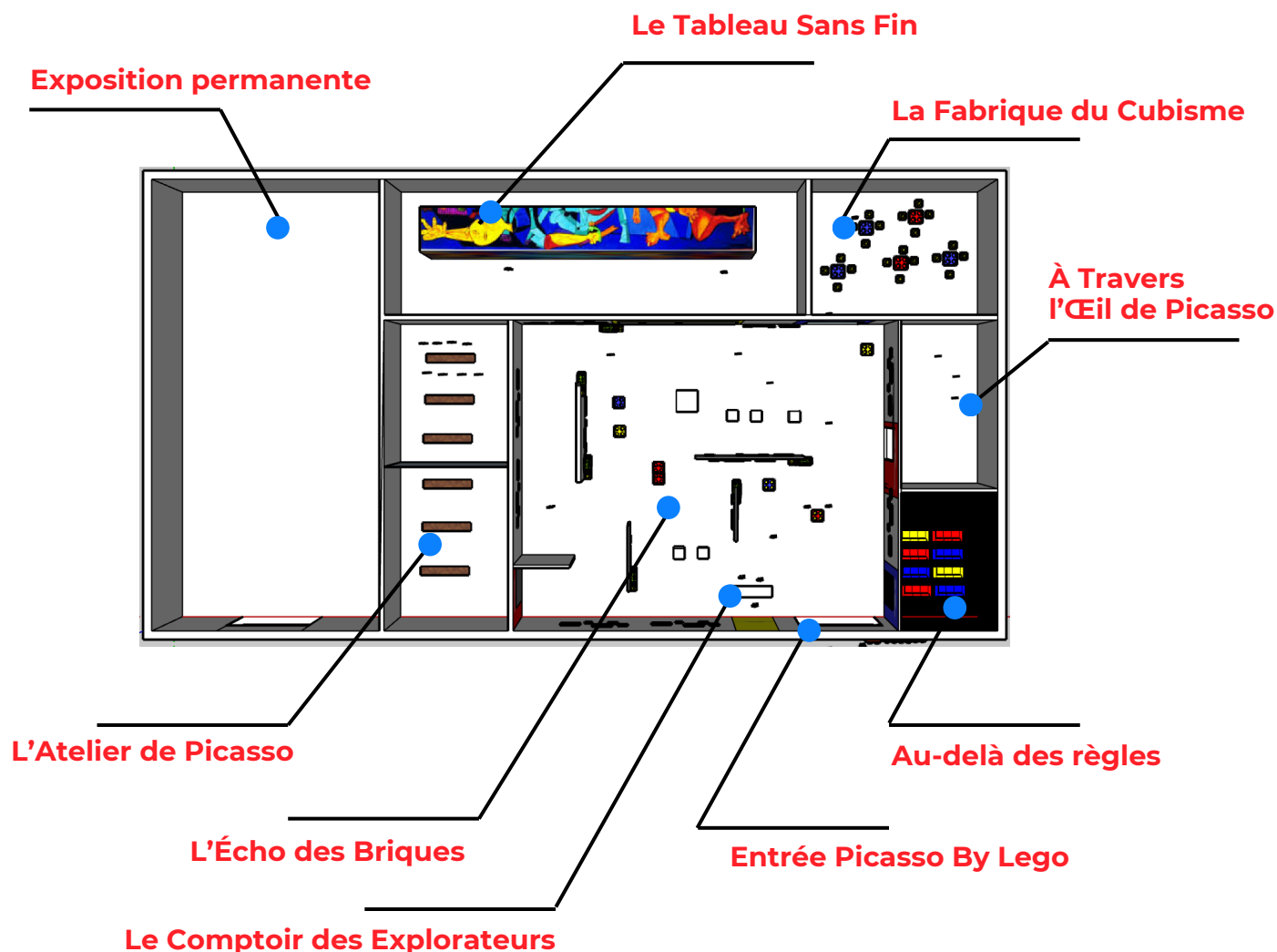
PLAN DE COUPE (DU DESSUS)

Dimension des salles



PLAN DE L'EXPOSITION

PLAN DE COUPE (DU DESSUS)



UN PARCOURS LIBRE, À INVENTER SOI-MÊME

La disposition des animations a été pensée pour favoriser une **déambulation libre, intuitive et immersive.**

Plutôt que d'imposer un parcours figé, nous avons opté pour une circulation ouverte, qui laisse au visiteur le **choix de son point de départ**, selon sa curiosité, son rythme ou ses envies du moment.

Ici, il n'y a **ni flèche, ni ordre, ni sens obligatoire.**

En cassant les codes traditionnels de la visite muséale, nous affirmons une valeur forte : **La liberté.**

Le visiteur devient acteur de son propre chemin, architecte de son expérience. À l'image de LEGO et de Picasso, il assemble, déconstruit, invente sa propre narration.

Chaque visite devient alors unique, à la fois personnelle et évolutive.

PLAN & SCÉNOGRAPHIE

SCÉNOGRAPHIE

INTENTION SCÉNOGRAPHIQUE



Ici, l'espace ne se contente pas d'accueillir : **il participe.**

Les murs s'animent, les **formes débordent**, les briques LEGO envahissent les volumes comme des idées en mouvement.

La scénographie s'inspire directement de Picasso : **déconstruire, recomposer, surprendre.**

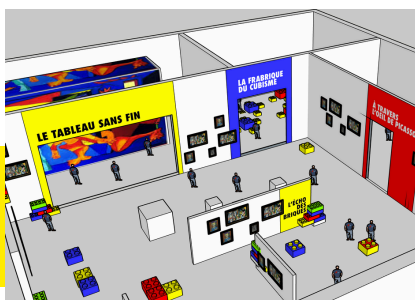
Pas de lignes droites, pas de parcours figé. Même les assises, les volumes, les cloisons semblent rejeter la norme.

Le résultat : un lieu transformé en tableau vivant, où l'on circule comme on crée en liberté.

VUE DE GAUCHE



VUE DU CENTRE



VUE DE DROITE



DISPOSITIFS DÉCORATIFS ET SIGNALÉTIQUES

ÉLÉMENT UTILISÉ



BRIQUES LEGO GÉANTES
(au sol, le long des murs)

OBJECTIF / RÔLE

Utilisées comme assises, socles, ou éléments décoratifs, elles recréent un environnement familier et ludique. Leur forme reconnaissable attire les enfants comme les adultes. Tactiles et immersives, elles permettent au visiteur de s'approprier physiquement l'espace. Elles transforment l'exposition en terrain de jeu visuel et sensoriel.

SCÉNOGRAPHIE

DISPOSITIFS DÉCORATIFS ET SIGNALÉTIQUES

ÉLÉMENT UTILISÉ



SALLES OUVERTES

OBJECTIF / RÔLE

Ces ouvertures géométriques attirent le regard par leur grandeur. Elles laissent entrevoir l'espace suivant, ce qui intrigue et incite à avancer. Elles structurent le parcours tout en assurant une circulation claire et fluide.

ÉLÉMENT UTILISÉ

LE TABLEAU SANS FIN

**AU-DELÀ
DES RÉGLES**

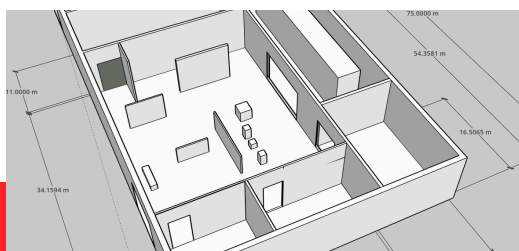
**À TRAVERS
L'ŒIL DE PICASSO**

NOMS DE SALLES IMMERSIFS

OBJECTIF / RÔLE

Ces titres, poétiques ou décalés, provoquent la curiosité et activent l'imaginaire. Ils sortent de la simple fonction descriptive pour donner une ambiance à chaque zone. Le visiteur est invité à rêver ou deviner le contenu à partir du nom, ce qui ajoute un effet de surprise.

ÉLÉMENT UTILISÉ

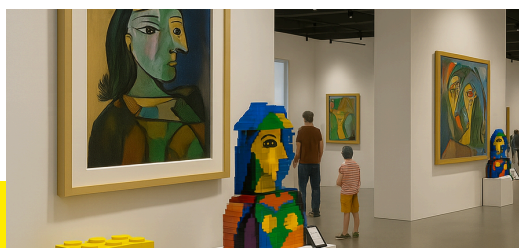


**CLOISONS & SOCLES DE
FORMES VARIÉES**

OBJECTIF / RÔLE

Aucune cloison ni socle ne se ressemble : certains sont fins, d'autres massifs, certains haut perchés, d'autres au ras du sol. Tous restent cependant dans des formes carrées ou rectangulaires, en référence directe au cubisme. Cette diversité casse la rigidité des expositions classiques, crée un rythme visuel, stimule le regard et rend le parcours vivant, presque en mouvement.

ÉLÉMENT UTILISÉ



DUOS D'ŒUVRES

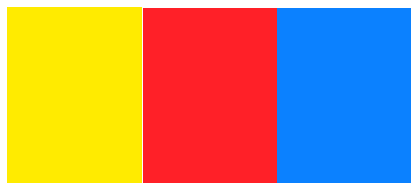
OBJECTIF / RÔLE

Le dialogue entre une œuvre de Picasso et sa version en LEGO crée un effet de miroir. Cela rend l'analyse plus ludique : on observe les formes, on cherche les similitudes. C'est à la fois éducatif et artistique, et cela renforce la compréhension de l'univers de Picasso.

SCÉNOGRAPHIE

DISPOSITIFS DÉCORATIFS ET SIGNALÉTIQUES

ÉLÉMENT UTILISÉ



COULEURS DOMINANTES

OBJECTIF / RÔLE

Ces trois couleurs primaires, bleu, rouge, jaune, sont à la base du langage plastique de Picasso comme des premières briques LEGO. On les retrouve partout dans l'exposition : sur les murs, les briques, le mobilier, les lettrages et la signalétique. Elles unifient l'espace, créent des repères visuels clairs et rendent la circulation intuitive, même pour un jeune public.

ÉLÉMENT UTILISÉ

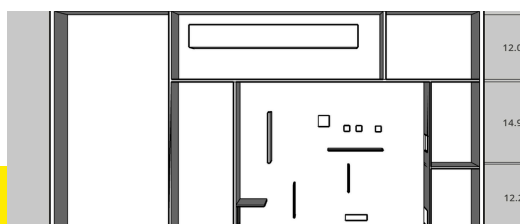


TYPOGRAPHIES XXL

OBJECTIF / RÔLE

Les textes (titres, mots-clés, citations) sont directement intégrés à la scénographie sous forme de lettres en relief ou en grand format. Cela renforce la lisibilité, mais donne aussi une valeur graphique au langage, presque comme un élément d'exposition à part entière.

ÉLÉMENT UTILISÉ



SALLE CUBIQUES

OBJECTIF / RÔLE

Ces volumes font référence directe au cubisme de Picasso, tout en évoquant la géométrie des briques LEGO. En associant ces deux codes, on construit une scénographie qui fait le lien entre l'art moderne et l'univers du jeu.

DISPOSITIFS: LUMIÈRE & SON

La fabrique du cubisme

Lumière : Éclairage chaud et feutré, diffusé par des lampes suspendues et des spots doux à hauteur d'yeux. L'ambiance rappelle celle d'un petit atelier d'artiste : intime, concentrée, propice à l'exploration individuelle.

Son : Fond sonore discret, fait de sons doux et organiques : crayon sur papier, légers cliquetis de briques, notes de piano ou de marimba, donnant une sensation de créativité calme.

SCÉNOGRAPHIE

DISPOSITIFS: LUMIÈRE & SON

Au-delà des règles

Lumière : Espace sombre, éclairage minimal. Les écrans sont la principale source lumineuse. LED au sol pour la circulation.

Son : Voix off douce, fond sonore discret et texturé (sons de briques, musique lente, citations). Ambiance calme et contemplative.

À travers l'œil de Picasso (VR)

Lumière : Ambiance obscure, volontairement enveloppante. Des lueurs néon bleu et violet soulignent les formes et dessinent un espace presque onirique. Le reste de la salle est dans l'ombre, concentrant toute l'attention sur les zones actives.

Son : Son spatialisé, immersif, en lien avec les gestes de l'utilisateur. Des bruits légers de déconstruction, des fragments musicaux ou des voix narratives viennent enrichir la perception du tableau en couches.

L'écho des briques

Lumière : Des spots précis illuminent chaque duo œuvre originale / reproduction LEGO. La lumière est blanche et neutre, avec parfois des ombres projetées cubistes qui prolongent les formes au mur.

Son : Silence volontaire dans la majorité du parcours, pour respecter le regard. Seuls quelques cartels sonores se déclenchent ponctuellement à proximité des œuvres pour donner une voix aux murs, en version très épurée (sons enregistrés, citations, ambiance d'atelier).

L'atelier de Picasso (atelier de groupe)

Lumière : Variable selon l'activité. En mode installation, lumière blanche diffuse. En animation, les projecteurs latéraux s'intensifient légèrement pour mettre en lumière les zones actives. Le mobilier en briques LEGO reflète la lumière avec des reflets colorés.

Son : Ambiance plus vivante, où l'on entend les voix, les échanges, les consignes douces de l'animateur. Une nappe sonore discrète (instruments à cordes ou loops rythmiques lents) installe une atmosphère d'atelier moderne.

Un tableau sans fin (record du monde)

Lumière : Projecteur mobile suit la progression de l'œuvre. L'éclairage varie selon l'heure : blanc en journée, légèrement doré le soir. Des LED numériques affichent le nombre de briques en temps réel.

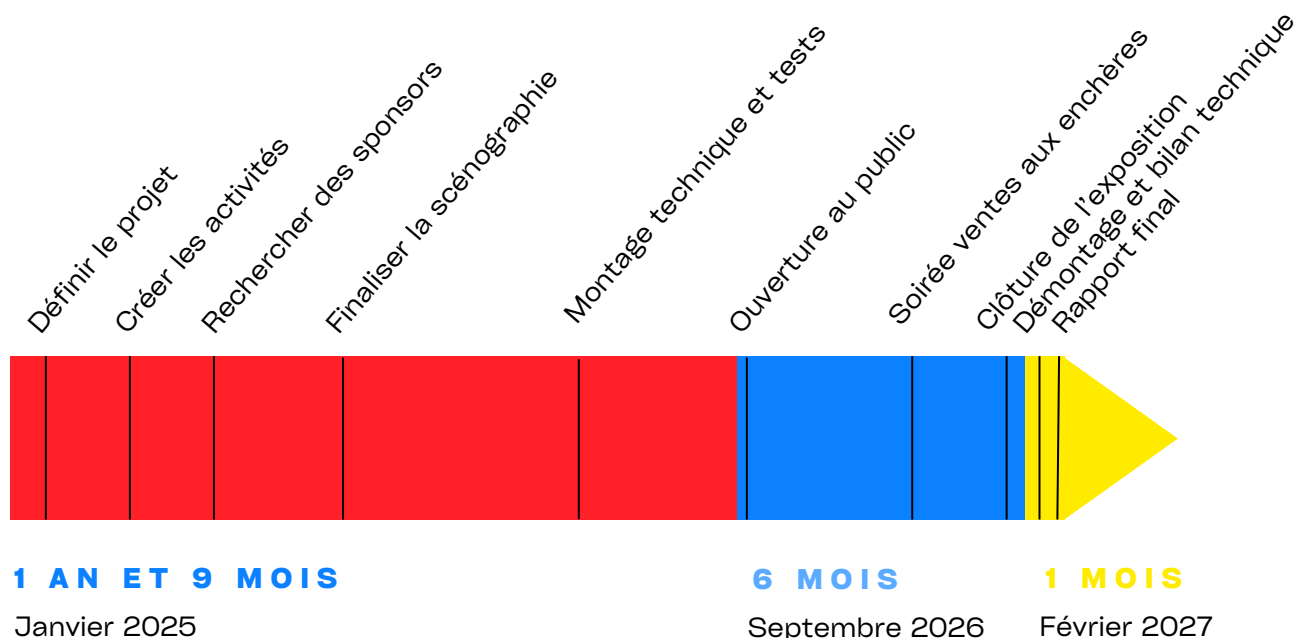
Son : Simple fond de murmures et de sons de briques manipulées. À certains moments de la journée, un signal musical très court vient marquer les étapes symboliques (palier de briques franchi, arrivée de l'artiste, participation d'un groupe...).

PLANNING

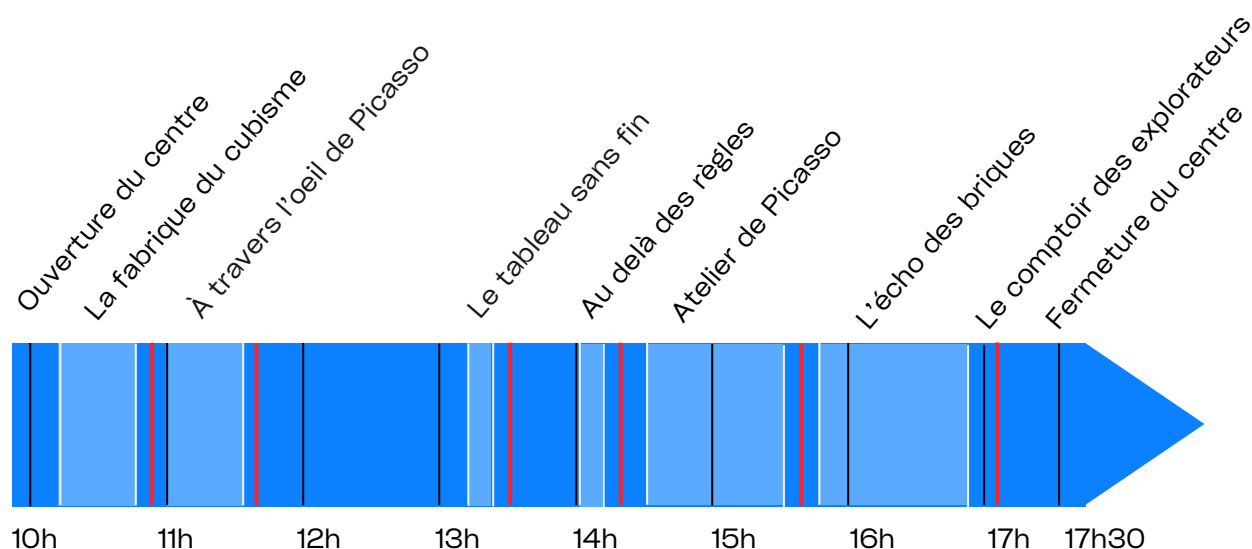
05

Les horaires et jours d'ouverture de l'exposition correspondront aux horaires d'ouvertures du centre.

FRISE RÉSUMÉE



ZOOM SUR UNE JOURÉE TYPE



— Tamponnage du passeport Lego à chaque fin d'activités

PARTENAIRES & PRESTATAIRES

06

PARTENAIRES FONDATEURS

DU PROJET "PICASSO BY LEGO"

Ces **trois acteurs** sont les partenaires fondateurs du projet. Leur engagement ne repose pas sur une simple collaboration ponctuelle, mais sur une **co-responsabilité artistique**, créative et symbolique.

Sans leur implication directe, **"Picasso by LEGO"** ne pourrait exister dans cette forme.



LEGO France / The LEGO Group

Partenaire créatif, matériel et image

Fournisseur des briques, co-crédation des œuvres LEGO, distribution de kits, soutien à la communication, animation du programme "passeport LEGO". Sans LEGO, le projet perd son identité ludique, participative et universelle. Leur participation transforme l'exposition en expérience interactive unique.

MUSÉE NATIONAL PICASSO-PARIS

Partenaire artistique, muséal et scientifique

Institution dépositaire de l'œuvre de Picasso. Apporte le cadre muséographique, le commissariat, les prêts éventuels d'œuvres, et l'appui à la cohérence curatoriale. Sans lui, l'exposition n'aurait pas la légitimité culturelle et historique attendue.



SUCCESSION PICASSO

Détentrice des droits d'image

Autorise l'usage du nom de Picasso, de ses œuvres, de son style. Assure le respect éthique, légal et patrimonial du projet. Sa validation est indispensable pour tout usage public, commercial ou artistique du nom "Picasso".

PARTENAIRES & MÉCÈNES DÉJÀ EXISTANT

PARTENAIRES CULTURELS ET MÉCÈNES DÉJÀ ENGAGÉS AUPRÈS DU CENTRE POMPIDOU

Notre projet s'inscrit dans la continuité d'un écosystème déjà riche, en lien avec les valeurs d'ouverture, de pédagogie et de soutien à la création.

CHANEL CULTURE FUND

CHANEL

Mécène culturel et artistique

Partenaire officiel du Centre Pompidou. A financé en 2024 une exposition majeure "China: A New Generation" et des acquisitions d'œuvres d'art contemporain. Mentionnée directement dans les remerciements de l'exposition sur centrepompidou.fr.



Fondation
Bettencourt
Schueller

FONDATION BETTENCOURT SCHUELLER

Mécène pédagogique et créatif

Mécène historique de l'Atelier des enfants du Centre Pompidou. Soutient des projets éducatifs, intergénérationnels et créatifs liés à l'art. Présente dans les projets arts et culture sur fondationbs.org.



LES AMIS DU CENTRE POMPIDOU

Mécènes privés, soutien aux acquisitions et événements

Association de donateurs fondée en 1903. Soutient activement le Centre Pompidou pour les acquisitions d'œuvres, les événements VIP, et les expositions temporaires. Officiellement présentée sur centrepompidou.fr.



CANOPÉ

RÉSEAU CANOPÉ (ÉDUCATION NATIONALE)

Partenaire pédagogique

Participe à des ressources éducatives et actions scolaires en lien avec les expositions et les collections. Mentionné dans les archives BPI / Bibliothèque Kandinsky pour son lien avec les activités pédagogiques du Centre. Source : bibliothekekandinsky.centrepompidou.fr.

Le Centre Pompidou s'appuie également sur de nombreux autres acteurs institutionnels, culturels et mécènes engagés :

TERRA
FOUNDATION FOR AMERICAN ART

MATTHIEU
Pauline

Ford Foundation

MIRABAUD

GIDE



VRANKEN POMMERY
MONOPOLIT

FONDATION CLÉMENT



基金会
FOUNDATION

Linklaters

FONDS DE DOTATION
FRANCIS KURKDJIAN

RENT A CAR

FUNDACIÓN
ALMAYUDA

G7

AIRFRANCE

CELINE

Bloomberg

FONDATION
CALOUSTE GULBENKIAN
DÉLEGATION EN FRANCE



CATHAYCAPITAL

PARTENAIRE ECONOMIQUE



BNP PARIBAS

BNP Paribas apparaît comme un partenaire idéal pour l'événement, tant par sa présence historique en France et à l'international que par son engagement actif dans le mécénat culturel. Grâce à sa forte implantation nationale, la banque est capable de déployer des activations dans plusieurs villes, tout en bénéficiant d'une légitimité culturelle solide via la Fondation BNP Paribas, engagée depuis des années aux côtés des grandes institutions artistiques.

En 2023, elle a notamment été **partenaire de l'exposition « Picasso, Dessiner à l'infini » au Centre Pompidou**, événement phare célébrant le 50e anniversaire de la disparition de l'artiste. Son engagement RSE est clair et cohérent avec notre projet : inclusion sociale, soutien à l'éducation artistique, culture pour tous, innovation durable, transition écologique.

De plus, BNP Paribas **s'implique dans des projets pédagogiques et artistiques** contemporains, ce qui fait écho à l'approche créative et intergénérationnelle de LEGO. Le potentiel d'activation autour de la marque LEGO est également fort : à travers la cible familiale, les jeunes publics et l'aspect éducatif et digital de l'exposition, la banque peut valoriser son image de mécène engagé, accessible et tourné vers l'avenir.

ACTIVATION

Dans le cadre de l'exposition LEGO x Picasso, BNP Paribas propose une offre exclusive à ses clients afin de valoriser leur engagement auprès de la culture et de favoriser l'accès à l'événement. Toute personne **réservant son billet en ligne avec une carte BNP Paribas**, ou via Paylib by BNP Paribas, bénéficiera automatiquement d'une **réduction immédiate de -10%** sur le prix du billet. Cette incitation simple, directe et valorisante permet de récompenser les clients existants tout en stimulant l'usage régulier des moyens de paiement BNP dans un contexte culturel.

Et sera **offert en bonus un mini-kit LEGO "édition spéciale – inspiration Picasso"**, à retirer directement sur place à la boutique événementielle. Ce kit, conçu en édition limitée, sert à prolonger l'expérience à la maison tout en liant l'objet collector à une démarche créative soutenue par BNP Paribas.

OBJECTIF

Pour la banque, cette activation permet non seulement de **renforcer la fidélisation de ses clients**, mais aussi d'encourager l'ouverture de **nouveaux comptes**, en positionnant l'offre bancaire comme un passeport vers des expériences culturelles uniques. Elle génère également une **base de contacts** qualifiés pour des actions marketing post-événement et aligne la marque avec des valeurs de créativité, d'accessibilité et d'innovation.

Cette initiative positionne BNP Paribas comme bien plus qu'un sponsor : un acteur engagé qui facilite l'accès à la culture, valorise l'expérience du visiteur et lie intelligemment services bancaires et moments de vie.

PARTENAIRE TECHNOLOGIQUE

HTC Vive Arts propose une expérience immersive unique où les visiteurs voyagent à travers les œuvres emblématiques de Picasso grâce à la puissance de la réalité virtuelle. Cette activation permet à HTC Vive de démontrer concrètement les capacités artistiques et technologiques de ses casques dans un contexte culturel de prestige, tout en générant une visibilité forte auprès d'un large public familial et créatif. En fin de parcours, les visiteurs peuvent **prolonger l'expérience** chez eux **via une application** dédiée ou une démo WebVR, ce qui permet à HTC de collecter des leads qualifiés et de nourrir sa stratégie de retargeting. La marque renforce également sa crédibilité auprès des institutions culturelles, en se positionnant comme un acteur majeur de l'art immersif, et peut valoriser l'opération à travers des contenus médias exclusifs (film, témoignages, making-of). Présente comme partenaire officiel de l'expérience immersive, HTC Vive bénéficie ainsi d'un double impact : une notoriété grand public valorisante et des opportunités concrètes de développement B2B dans le secteur muséal et artistique.

PRESTATAIRE TECHNOLOGIQUE



En tant que prestataire technique global de l'exposition, Novelty intervient sur l'ensemble des besoins liés au **son, à la lumière, à la projection** et à la structure technique du parcours. Acteur reconnu dans le domaine de la technique événementielle et muséale en France, Novelty apporte son expertise sur des projets d'envergure mêlant culture, innovation et grand public, tels que la Nuit Blanche, les expositions Banksy, ou encore le Grand Palais Immersif. Pour "Picasso by LEGO", Novelty assurera l'éclairage scénographique à LED basse consommation avec des ambiances différenciées, la sonorisation adaptée aux différents espaces (film, ateliers, zone VR), l'installation vidéo immersive (projection et affichage) ainsi que la structure technique et sécuritaire du parcours. Sa capacité à s'adapter à des dispositifs modulables, participatifs et intergénérationnels en fait un partenaire clé pour un projet comme celui-ci.

Par ailleurs, Novelty s'engage dans une logique de **sobriété technique et de réemploi**, en phase avec les objectifs environnementaux de l'exposition.

Ce projet leur permet de démontrer leur capacité à intervenir sur une exposition hybride, à la croisée de la culture populaire, de l'art contemporain et de l'innovation interactive. C'est aussi l'occasion pour eux de consolider leur position de partenaire de référence sur des productions complexes mêlant VR, scénographie, projection immersive et médiation grand public.

Enfin, en intégrant un événement à fort enjeu sociétal et intergénérationnel, Novelty affirme son engagement pour une approche technique sobre, intelligente et adaptée aux nouveaux formats culturels, tout en consolidant sa relation avec les agences et institutions porteuses de projets audacieux.

PARTENAIRE À FORTE VISIBILITÉ



La FNAC intervient en tant que partenaire de **visibilité** et de **billetterie**, capitalisant sur son ancrage fort dans le paysage culturel français. Acteur historique de la diffusion culturelle, la FNAC bénéficie d'une présence à la fois physique (dans plus de 100 villes) et digitale, ce qui en fait un relais stratégique pour la distribution des billets de l'exposition via son système de billetterie national. En parallèle, la FNAC offre une **mise en avant significative** du projet dans ses espaces, grâce à des supports physiques comme des présentoirs, bornes interactives, affiches ou PLV, renforçant ainsi la visibilité de l'événement auprès de **ses publics familiaux, jeunes et passionnés** de loisirs créatifs. Des activations co-brandées peuvent également être envisagées, telles qu'une série de produits dérivés (Lego x Picasso) exclusifs distribués en magasin Fnac. Ce partenariat repose sur des valeurs partagées : **accessibilité à la culture, innovation ludique, transmission familiale**, des engagements que la FNAC porte depuis des décennies. En s'associant à ce projet, elle agit comme un véritable amplificateur de notoriété et de lien direct avec le public cible, en connectant l'exposition à la vie culturelle quotidienne des Français.

PARTENAIRE À FORTE VISIBILITÉ



Le Guinness World Records, **l'organisme de référence mondiale** pour l'homologation de records extraordinaires, est notre prochain partenaire. Ce partenariat donne une dimension **internationale et spectaculaire** à notre exposition, en intégrant un défi unique : la **tentative de battre le record** de la plus grande structure jamais réalisée avec des briques LEGO. Guinness World Records mobilisera pour l'occasion un **juge officiel**, spécialement mandaté pour évaluer la structure selon des critères stricts : nombre total de briques, stabilité, cohérence structurelle, montage sans colle ni support externe, respect des délais, etc. Leur présence garantit une vérification rigoureuse et officielle, ainsi qu'une visibilité médiatique importante en cas de validation du record.

Au-delà du défi technique, ce record s'inscrit dans l'esprit du projet : **repousser les limites de la créativité collective**, rendre hommage à l'univers déstructuré de Picasso, et rassembler un public large autour d'un **moment fédérateur et spectaculaire**. Cette tentative sera également un temps fort événementiel, rythmé par des animations, des vidéos en direct, et un suivi des étapes de construction par les visiteurs.

Pour Guinness World Records, ce partenariat représente une opportunité stratégique de renforcer sa visibilité auprès d'un large public familial et culturel, tout en élargissant son territoire d'expression vers l'univers de l'art et de la créativité collective. En s'associant à deux icônes mondiales que sont LEGO et Picasso, Guinness valorise son rôle de référent officiel dans un cadre prestigieux et émotionnellement fort, générateur de contenu viral, éducatif et spectaculaire.

PARTENAIRES TRANSPORT



En tant que partenaire territorial, la SNCF permet d'ancrer l'événement LEGO x Picasso dans la **ville de Massy**, point d'entrée stratégique du public grâce à la gare Massy TGV et au croisement des lignes RER B et C. Ce partenariat offre l'opportunité d'activer une présence physique forte dans la gare, via des supports visuels (affichage digital ou papier, vitrophanie, kakémonos), mais aussi à travers une **animation LEGO temporaire implantée** dans le hall ou en vitrine : mini-sculptures, œuvres en LEGO, ou table de création pour les familles. Cette présence in situ capte l'attention des flux de voyageurs dès leur arrivée en ville et crée une connexion immédiate avec l'univers de l'exposition, tout en valorisant l'implication culturelle de la SNCF au niveau local.



La RATP joue un rôle clé dans la dimension **régionale** de l'événement, en tant que partenaire de visibilité sur l'ensemble du réseau Île-de-France. Grâce à une campagne visuelle déployée dans le métro et les RER (affiches 4x3, écrans digitaux, quais, panneaux station), le partenariat permet de cibler efficacement les familles parisiennes, les groupes scolaires, et les touristes, en phase avec le cœur de cible de l'exposition LEGO x Picasso. En complément de la campagne, une animation ponctuelle ou scénographie LEGO dans une **station emblématique** (ex. Gare de Lyon, Châtelet, Saint-Michel) pourrait renforcer la présence immersive du projet dans la ville. Connue pour son engagement en faveur de la culture accessible, la RATP bénéficie ici d'une exposition symbolique forte, en associant ses infrastructures à une initiative artistique populaire et intergénérationnelle.

PARTENAIRE RSE

PAGE 67



OFFRE PARTENAIRE

Afin d'impliquer au mieux les acteurs souhaitant s'associer à cette exposition inédite, nous avons imaginé **trois formules de partenariat** inspirées de l'univers artistique de l'exposition. Chaque pack offre une visibilité proportionnée et des contreparties valorisantes, en fonction de l'engagement choisi.

Nom du pack	Pack Esquisse (Bronze)	Pack Composition (Argent)	Pack Chef-d'œuvre (Or)
Visibilité Web	Logo sur site officiel	Logo sur site + e-mailing + newsletter	Web + réseaux sociaux
Visibilité Terrain	Kakémonos entrée expo	Print (remerciement) + kakémonos	Affichage abribus + PLV LEGO Store
Communication Presse	Mention CP global	Mention CP + newsletter	Mention CP + newsletter + visuels/article presse
Réseaux Sociaux	Non inclus	Stories	Reels + Stories immersifs + posts dédiés
Contreparties VIP	10 billets	25 billets + invitations soirée clôture	50 billets + invitations soirée clôture
Prix (HT)	5 000,00 €	15 000,00 €	35 000,00 €

COMMUNICATION

07

LOGO & IDENTITÉ VISUEL



Le **logo** a été conçu pour accompagner la campagne de communication de **Picasso by Lego**. Ce logo incarne parfaitement la rencontre entre l'univers de **l'art moderne** et celui du **jeu créatif**, tout en affirmant une identité visuelle forte, reconnaissable et cohérente avec les **valeurs de l'exposition**.

LES COULEURS : UN DOUBLE HÉRITAGE

#0B81FF

#FF2028

#FFED00

Le logo reprend les **trois couleurs primaires**, le **bleu**, le **rouge** et le **jaune** :

Ces couleurs sont historiquement les **premières** utilisées par **LEGO** à sa création. Elles évoquent l'**univers enfantin, joyeux** et **accessible** du jeu.

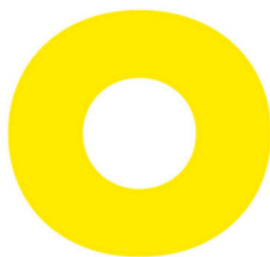
Mais ce sont aussi les couleurs de base du **modernisme pictural**, chères à Picasso, notamment dans ses périodes **cubistes et abstraites**.

LA TYPOGRAPHIE : UN JEU DE FORME ET DE SOLIDITÉ

La typographie choisie est **grasse, sans empattement**, très lisible et **géométrique**.

Cette construction volontairement sobre et rigide rappelle la structure des **briques Lego**

SYMBOLES FORTS DU LOGO



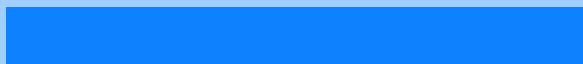
Le **"O" jaune**, circulaire et plein, est plus qu'une lettre : c'est l'emblème graphique central du logo. Il incarne plusieurs significations clés du projet :

- **Fusion des deux mondes** : Il est commun à "Picasso" et à "LEGO", marquant l'unité du projet et la rencontre des deux univers.
- C'est aussi un cercle, **symbole d'infini**, de jeu sans fin, de créativité partagée par tous les âges et toutes les cultures.

La barre bleue : base de stabilité et de construction

Placée en bas du logo, la ligne bleue agit comme une ligne de sol graphique. Elle n'est pas décorative : elle porte symboliquement le projet.

- **Socle LEGO** : Elle évoque la plaque de base LEGO, celle sur laquelle toute construction débute. C'est une **invitation à créer**.



PLAN DE COMMUNICATION

Pour accompagner cette exposition innovante et participative, il est essentiel de déployer une stratégie de communication **créative, cohérente et accessible**. Chaque action retenue répond à un objectif précis : **toucher efficacement nos publics cibles, valoriser la singularité de “Picasso by LEGO”, et susciter l’envie de vivre cette expérience unique.**

Notre plan repose sur deux volets complémentaires :

MÉDIAS

Le volet médias permet d'assurer une **visibilité massive** et **qualitative** à travers des supports à fort impact (affichage urbain, digital, presse...). Il ancre l'exposition dans **l'espace public** et favorise la conversion grâce à des appels à l'action directs.



HORS MÉDIAS

Le volet hors média mise sur la **proximité**, **l'engagement** et la **viralité**, via les réseaux sociaux, les actions de terrain, l'influence, et des contenus interactifs. Ce levier valorise **l'aspect immersif**, ludique et accessible de l'événement.



NOS PUBLICS CIBLES

- **Familles avec enfants** : en quête d'activités culturelles ludo-éducatives.
- **Jeunes adultes curieux & créatifs** : attirés par l'immersion, le digital et la culture visuelle.
- **Fans de LEGO, d'art ou de culture pop** : communautés fidèles, actives et partageuses.
- **Publics éloignés des musées** : cœur de notre mission de démocratisation culturelle.

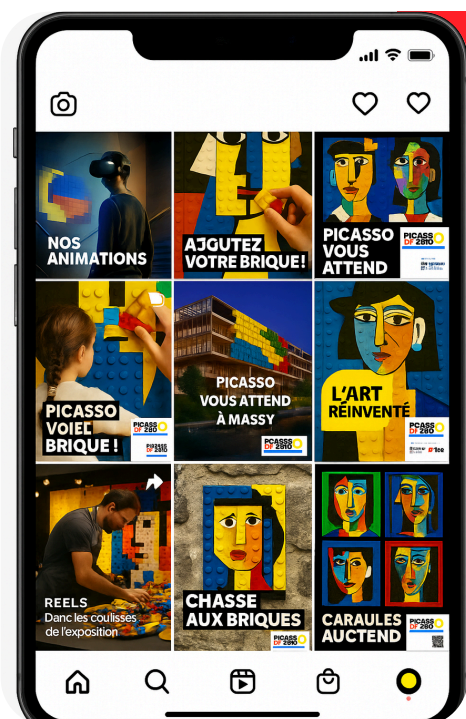


PLAN DE COMMUNICATION

RÉSEAUX SOCIAUX COMMUNICATION HORS MÉDIA

Les réseaux sociaux sont aujourd'hui les **premiers vecteurs de découverte culturelle**, notamment pour les **jeunes adultes curieux**, les **familles connectées** et les **communautés fans de LEGO**, d'art et d'expériences immersives.

Grâce à leur puissance virale, leur portée visuelle et leur interactivité naturelle, ces canaux s'intègrent pleinement à notre **stratégie de démocratisation de l'art** et de mobilisation du public



OBJECTIFS

- **Créer de l'attente** autour de l'ouverture (teasing, coulisses, révélations)
- Offrir un **aperçu immersif** de l'exposition (vidéos, témoignages, stories)
- **Inciter** à la **réservation**, au **partage**, et à la venue en famille
- **Mobiliser les fans** de LEGO, d'art digital, d'éducation artistique
- **Valoriser les temps forts** : lancement, record du monde, événements presse

RÉSEAUX ACTIVÉS

- **Centre Pompidou** (@centrepompidou – Instagram, Facebook, Twitter)
- **Musée national Picasso** (@museepicassoparis – Instagram, Facebook)
- **Centre Pompidou Francilien – Massy** (page à créer)
- **LEGO France / Groupe** (@lego, @legofrance – Instagram, Facebook, TikTok, YouTube)

Ces comptes relaient les contenus officiels : vidéos, visuels, stories, lives, annonces billetterie...

PLATEFORMES CIBLÉES

PLATEFORME	USAGE
Instagram	Stories quotidiennes, reels immersifs, carrousels par animation
TikTok	Capsules fun/rapides, participation des visiteurs, coulisses
Facebook	Partages pour familles, relai des événements locaux
YouTube	Vidéos plus longues (making-of, interviews, film teaser)
LinkedIn	Communication B2B, mécénat, innovation culturelle
Snapchat	Créer de l'engagement ludique, générer du contenu viral partagé par les jeunes publics et les familles

PLAN DE COMMUNICATION

CONTENUS PROPOSÉS

TYPE DE CONTENU	DESCRIPTION	QUAND
Mini-teasers immersifs	Une œuvre de Picasso se déconstruit puis se reconstruit en LEGO (motion design) + bande-son épurée	Avant + Pendant l'événement
Stories et reels thématiques	Focus animation par animation : atelier créatif, VR, record du monde...	Avant + Pendant + Après l'événement
Coulisses & making-of	Montage, artistes LEGO, installation des œuvres	Avant l'événement
Témoignages visiteurs	Vidéos plus longues (making-of, interviews, film teaser)	Pendant + Après l'événement
Défis communautaires	Communication B2B, mécénat, innovation culturelle	Avant + Pendant + Après l'événement
Moments forts en live ou replay	Soirée d'ouverture, passage d'un influenceur, pose de la dernière brique du record	Pendant + Après l'événement
Filtre interactif	Filtre immersif permettant aux utilisateurs de se transformer en portrait façon picasso LEGO	Avant + Pendant + Après l'événement

H A S H T A G

Hashtag officiel :

#PicassoByLEGO → simple, identifiable, activable en print et online

3 hashtags de visibilité large

#lego : ~48 700 posts/semaine

#expo : ~15 900 posts/semaine

#picasso : ~6 300 posts/semaine



Ciblent les communautés créatives, amateurs d'art et curieux d'événements culturels.

1 hashtag local Île-de-France

#sortieIDF : ~10 000 posts/semaine



Très utile pour renforcer votre présence locale autour de Massy.

1 hashtag public familial connecté

#sortieenfamille : ~15 000 posts/semaine



Parfait pour toucher les familles à la recherche d'activités accessibles et participatives.

2 hashtags éditoriaux / thématiques

#art : > 19 000 000 posts/semaine

#culture : ~1-2 million posts/semaine

#ludique : ~2 000 posts/semaine



Pour renforcer le positionnement "art, culture et jeu".

PLAN DE COMMUNICATION

INFLUENCE

COMMUNICATION HORS MÉDIA

Le marketing d'influence permet de capter les publics dans leur quotidien numérique, en s'appuyant sur des créateurs de **contenu légitimes et passionnés**. Ces ambassadeurs **prolongent notre storytelling** et **renforcent l'adhésion affective** à l'événement.



OBJECTIFS

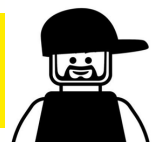
- **Générer** du contenu authentique et inspirant
- **Créer** du lien émotionnel avec les cibles
- **Favoriser** le partage et la viralité

ACTIONS

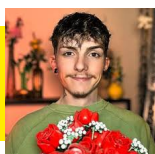
▮ **Stories Instagram** (4 à 6 stories tournées sur place) : arrivée, œuvre préférée, atelier Lego, expérience VR, appel à réserver.

▮ **Post créatif + jeu concours** (visite + set Lego Picasso à gagner)

INFLUENCEURS



- **@mbricks_art**
- Contenu : Créations artistiques en Lego, très esthétiques et précises.
- Abonnés : 110k



- **@myk.brick**
- Contenu : Constructions originales, mises en scène inventives.
- Abonnés : 10,5k



- **@mister_world_reporter**
- Contenu : Photographie Lego autour du monde, storytelling visuel.
- Abonnés : 21,9k



- **@sortiraparis.officiel**
- Contenu : Plateforme connue relayant toutes les expos et événements parisiens
- Abonnés : +170k abonnés sur Instagram, aussi présents sur TikTok



- **@culturezvous**
- Contenu : Blogueur et créateur de contenus culturels
- Abonnés : 50k

PLAN DE COMMUNICATION

INFLUENCE

COMMUNICATION HORS MÉDIA

En complément des micro-influenceurs spécialisés Lego et art, nous souhaitons activer une stratégie d'influence grand public à fort impact en invitant des créateurs YouTube majeurs :



- **Amixem (9M d'abonnés)**
- **Thomas Desseur (980k d'abonnés)**
- **Mcfly & Carlito (7,5M d'abonnés)**

OBJECTIFS

- **Démocratiser l'accès à l'art** auprès d'une cible jeune adulte (18-35 ans)
- S'appuyer sur la **tendance forte** des sets Lego +18 ans, très populaires dans les communautés de ces créateurs
- Donner à l'événement une **visibilité nationale, virale et intergénérationnelle**

POURQUOI EUX ?

Ces influenceurs ont tous en commun :

- Une audience massive et nationale (+ millions d'abonnés)
- Une image bienveillante, drôle et créative, parfaitement alignée avec les valeurs de la marque Lego et de notre événement
- Une habitude de produire des contenus autour de la construction de sets XXL, souvent avec des mises en scène spectaculaires (vidéos "on construit un Lego géant en 24h", etc.)
- Une capacité à créer de l'engagement fort auprès des jeunes adultes, souvent en quête d'expériences insolites, geek, culturelles et participatives

ACTIONS

- Invitation à la soirée d'inauguration de l'exposition
- Mise à disposition d'un espace de tournage privatisé dans l'exposition pour créer un format original. Exemple : "On construit ce Lego Picasso sans dormir !"
- Création de stories, reels Instagram et/ou vlog immersif en format spécial YouTube
- Mention du partenariat Lego x Musée national Picasso-Paris, du QR code billetterie, et relais vers le mini-site
- Possibilité d'organiser un concours avec leurs communautés pour gagner des entrées, des sets exclusifs ou des visites privées avec les youtubeurs



On a construit le TITANIC LEGO en 48H (le plus DIFFICILE du MONDE) (plus jamais)



On a construit le LEGO TOUR EIFFEL en 48H ! (le plus gros du monde 🤖) (fatigue extrême)

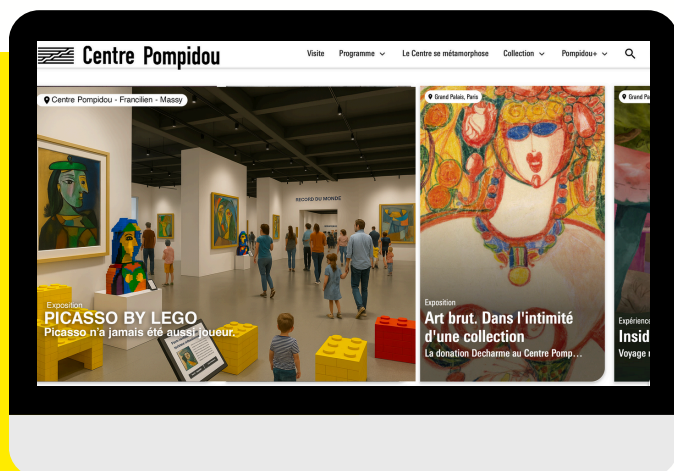


ON A CONSTRUIT CE LEGO STAR WARS JUSQU'À ÉPUISEMENT (on a pas tenu 🤖)

PLAN DE COMMUNICATION

SITES OFFICIELLES

COMMUNICATION HORS MÉDIA



Pour assurer la cohérence et la légitimité du projet, l'exposition sera relayée par les **sites des organisateurs, producteurs et partenaires** institutionnels, **sans recours à l'achat** d'espace. Ces plateformes garantissent une visibilité naturelle, éditoriale et qualifiée, **au plus près des publics** déjà sensibilisés à l'art, à la culture ou à l'univers LEGO.

OBJECTIFS

- **Valoriser l'exposition** via les canaux institutionnels officiels
- Offrir des **points d'accès directs** à la billetterie
- **Ancrer l'événement** dans son écosystème culturel et créatif

ACTIONS

Chaque site officiel jouera un rôle à chaque étape de l'exposition : avant pour créer l'attente, pendant pour informer les visiteurs, et après pour prolonger l'expérience et laisser une trace.

PLATEFORME	RÔLE & CONTENU PRÉVU
Centre Pompidou Francilien – Massy	Présence dans la rubrique "Programmation" avec page dédiée : visuels, descriptif, lien billetterie, infos pratiques
Musée national Picasso – Paris	Relais dans les actualités partenaires, newsletter culturelle, mention éditoriale sur site
LEGO.fr (rubrique Actu ou Collectors)	Mise en avant de la collaboration officielle LEGO x Picasso, lien direct vers la billetterie ou vers le site de l'exposition
Fnac.com (rubrique Culture / Sorties)	Vente directe des billets, intégration dans l'agenda "À ne pas manquer", fiche événement complète
Sortir à Paris, QueFaireParis, Timeout Paris	Visibilité gratuite via les agendas culturels de référence en Île-de-France (fiche sortie, relai événementiel grand public)

PLAN DE COMMUNICATION

RELATIONS PRESSE

COMMUNICATION HORS MÉDIA

Les relations presse permettront de **crédibiliser l'exposition** auprès du grand public comme des prescripteurs culturels, via des contenus éditoriaux diffusés dans des médias ciblés. Elles jouent un rôle essentiel pour installer "Picasso by LEGO" comme événement culturel sérieux, inédit et accessible.



OBJECTIFS

- Affirmer la **légitimité artistique et institutionnelle** du projet
- Créer un **impact médiatique fort** au lancement
- **Toucher plusieurs publics** à travers des médias spécialisés, généralistes et famille

ACTIONS

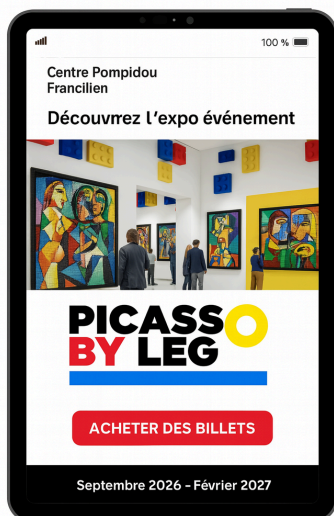
La presse accompagnera chaque phase de l'exposition : avant pour **susciter l'intérêt** et annoncer l'événement, pendant pour **relayer les temps forts** et valoriser les contenus, et après pour en **prolonger l'écho médiatique**.

Action	Exemple / Cible
Envoi de communiqués de presse ciblés	<ul style="list-style-type: none"> • ART : Télérama, Le Monde Culture, Connaissance des Arts, etc • Famille : Parents, BubbleMag, Pomme d'Api, Bayard Jeunesse, etc • Grand Public : 20 Minutes, Le Parisien Week-end, France Inter, etc
Création d'un dossier de presse enrichi	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation visuelle de l'exposition • Making-of des œuvres LEGO • Interview d'un artiste LEGO • Témoignage d'un responsable du musée Picasso
Proposition d'interviews & reportages exclusifs	<ul style="list-style-type: none"> • Passage antenne sur France Culture, France 5 - La maison des maternelles (ex : interview d'un artiste Lego ou du commissaire de l'expo) • Article coulisses dans Usbek & Rica ou Beaux-Arts Magazine
Organisation d'un point presse / visite VIP	<ul style="list-style-type: none"> • Journée presse avant ouverture à Massy • Invitation des journalistes & influenceurs à l'inauguration officielle

PLAN DE COMMUNICATION

MARKETING DIRECT

COMMUNICATION HORS MÉDIA



Le marketing direct permet de s'adresser directement à des publics qualifiés, **déjà familiers** avec l'univers de LEGO ou du Centre Pompidou. C'est un levier clé pour **stimuler l'engagement**, favoriser la réservation et **créer un lien concret et direct** avec l'exposition dès l'annonce.

OBJECTIFS

- **Activer** les bases de données existantes (Lego, Centre Pompidou, Musée Picasso)
- **Générer** du trafic qualifié vers la billetterie
- **Valoriser** l'événement dans les canaux de communication partenaires

ACTIONS

Le marketing direct soutiendra l'exposition à chaque étape : en amont pour **mobiliser les communautés** via des campagnes ciblées, pendant pour **activer l'engagement** en point de vente et via les apps, et après pour **prolonger le lien avec le public**.

Action	Exemple / Cible
Campagnes d'e-mailing visuelles	Envoi via bases LEGO VIP et abonnés Centre Pompidou (ex : Découvrez l'expo événement LEGO x Picasso à Massy + visuel + lien billetterie)
Encarts dans newsletters	Ajout dans newsletters mensuelles LEGO France, Centre Pompidou, Musée Picasso, et dans les infolettres FNAC (culture)
Push notifications / app LEGO	Notif via appli LEGO ou via CRM partenaires (si accord) au lancement de la billetterie
Dispositif point de vente LEGO Stores	Flyers insérés dans les sacs clients / affiches vitrines / goodies collectors offerts pour tout achat de la collection LEGO Picasso
Présentoirs & PLV en boutiques partenaires	Stop-rayons et chevalets aux caisses dans Fnac Massy, LEGO Stores, librairies jeunesse locales

PLAN DE COMMUNICATION

STREET MARKETING COMMUNICATION HORS MÉDIA

Le street marketing permet de **faire émerger l'exposition** Picasso by LEGO dans l'espace public, en créant une **présence physique inattendue et engageante**, qui génère à la fois **curiosité** sur site et **viralité** en ligne.

OBJECTIFS

- **Créer la surprise** en milieu urbain (Massy / Paris)
- **Déclencher l'interaction** et les prises de vue virales
- **Générer des réservations** spontanées via QR codes
- **Renforcer l'ancrage local** et la visibilité territoriale

ZONES CIBLÉES

- Massy (gare, centre-ville, axes RER/Tram/TGV)
- Paris (quartiers famille + art : 3e, 11e, 5e, Bercy, etc.)
- Gares SNCF/RATP en lien avec nos partenaires (visibilité hub)

ACTIONS



Action	Description
Abribus LEGO	Installation de plusieurs abribus reconstitués ou habillés façon Lego dans Paris et Massy + Les affiches intégrées présentent des œuvres iconiques de Picasso revisitées en Lego + QR code intégré pour billetterie
Chasse aux Briques	Une série de mini-œuvres LEGO inspirées de Picasso disséminées entre Paris et Massy, à retrouver et partager sur les réseaux avec #ChasseAuxBriques.
Signalétique événementielle	Pochoirs au sol, stickers et marquages créatifs ("Suivez les briques jusqu'à Picasso...") autour du centre de Massy et dans les gares parisiennes desservant Massy.

PLAN DE COMMUNICATION

AFFICHAGE URBAIN

L'affichage urbain reste un levier clé pour **ancrer visuellement l'exposition dans l'espace public**. Il permet de toucher une audience large (passants, familles, touristes, riverains) tout en positionnant Picasso by LEGO comme un événement culturel phare en Île-de-France.

OBJECTIFS

- Offrir une **visibilité forte et continue**
- Créer un rendez-vous **visuel mémorable et immédiat**
- **Ancrer l'exposition** dans les territoires clés : Paris & Massy

COMMUNICATION MÉDIA

Zones de déploiement :

- Abribus (Paris + Massy) – formats 120x176 cm
- Métro parisien / Gares SNCF (via Médiatransports) – grands formats sous-sols / couloirs
- Affichage grand format dans les artères stratégiques parisiennes et franciliennes
- Affichage digital (DOOH) sur écrans LED (gares, centres commerciaux, parvis culturels)

COMMUNICATION HORS MÉDIA

Zones de déploiement :

- Façade et entrée du Centre Pompidou Francilien – Massy (bâches, kakémonos, panneaux XXL)
- Musée national Picasso – Paris : relai éditorial visuel (hall, billetterie, newsletter écran)
- LEGO Stores (Paris, IDF) : affiches, présentoirs et écrans vitrines dédiés
- Gares SNCF et stations RATP partenaires : affiches dans l'espace non commercial ou dans les zones autorisées via partenariat
- Signalétique interne : roll-ups, affichage directionnel, habillage expo

IDÉE VISUEL



L'Identité Subtile : "LEGO x Picasso"

- **Visuel** : Tableau célèbre de Picasso (Portrait de Dora Maar) en version LEGO.
- **Slogan** : « Picasso n'a jamais été aussi joueur. »
- **Éléments** : Logo de l'exposition + logo partenaires + QR code billetterie.

PLAN DE COMMUNICATION

AFFICHAGE URBAIN

COMMUNICATION MÉDIA

IDÉE VISUEL



L'Immersion : "Plongez dans l'œuvre"

- **Visuel** : Visiteur équipé d'un casque VR plongé dans un tableau cubiste en 3D flottant autour de lui.
- **Slogan** : « Vivez l'art au cœur de l'œuvre. »
- **Éléments** : Logo de l'exposition + logo partenaires + QR code billetterie

L'Expo Générale : "Ouverture à Massy"

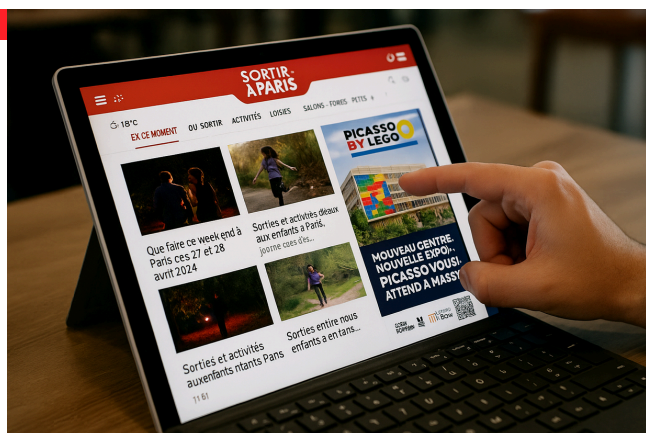
- **Visuel** : Le Centre Pompidou Francilien à Massy, partiellement recouvert de briques LEGO géantes, comme si l'exposition était en train de transformer l'architecture.
- **Slogan** : « Nouveau centre, nouvelle expo... Picasso vous attend à Massy. »
- **Éléments** : Logo de l'exposition + logo partenaires + QR code billetterie.



PLAN DE COMMUNICATION

WEB COMMUNICATION MÉDIA

Le web est un levier incontournable pour **booster la notoriété de l'événement** et **drainer du trafic vers la billetterie**. Il permet aussi de cibler finement les familles, amateurs de sorties ou passionnés d'art et de Lego.



OBJECTIFS

- **Développer** la visibilité digitale de l'événement
- **Stimuler** les réservations en ligne
- **Cibler** les internautes selon leurs centres d'intérêt (jeu, culture, famille)

ACTIONS

Le web accompagne chaque phase de l'exposition : avant pour **susciter l'envie**, pendant pour informer et **encourager la réservation**, et après pour **prolonger l'expérience**.

Action	Cibles / Supports
Campagnes display (achat d'espace)	<ul style="list-style-type: none"> • Sites parentaux : Magicmaman, Parents.fr, Aufeminin Kids • Sites culturels : Sortiraparis, Timeout, Quefaireparis, etc • Sites fans de LEGO : Hoth Bricks, Briques Mag, LEGO.fr
Formats dynamiques	Carrousels interactifs, bannières animées, habillage de page (skins web), interstitiels
Ciblage & retargeting	Achat programmatique, ciblage par cookies (familles, visiteurs des sites LEGO, lecteurs presse culture/jeune public)

SÉCURITÉ

08

BRIEFING SÉCURITÉ

Pour assurer une **expérience sereine, fluide et sécurisée** pour les visiteurs comme pour les équipes il est nécessaire d'avoir un plan de sécurité.

Prévention des risques

- Veiller au respect strict des normes ERP (Établissement Recevant du Public).
- Réaliser des rondes régulières dans toutes les zones : VR, ateliers, expositions, couloirs techniques.
- Vérifier chaque matin : Absence d'obstacle sur les issues de secours
- Accessibilité des extincteurs
- Intégrité des vitrines et installations techniques
- Contrôle quotidien de la capacité maximale d'accueil des espaces.
- Vérifier que les allées sont dégagées, les sols propres et sans risque de chute.
- En cas d'anomalie technique ou structurelle, alerter immédiatement le régisseur sécurité.

Sûreté de l'évènement

Filtrage à l'entrée du site :

- Contrôle visuel des sacs
- Surveillance comportementale (gestes inhabituels, état d'agitation)
- Surveillance renforcée :
 - Œuvres originales de Picasso
 - Espace "Guernica en LEGO" (risque de vol ou vandalisme)
 - Soirées exceptionnelles (nocturne record, dîner de gala)
- Zones sous vidéosurveillance à vérifier régulièrement.
- Mise en place d'un point sécurité identifié pour coordination radio.
- En cas de menace sérieuse (vol, intrusion, altercation) :
 - Appliquer le protocole d'alerte (code discret, évacuation si besoin)
 - Prévenir immédiatement la direction et les secours si nécessaire

BRIEFING SÉCURITÉ

Sécurité des participants et du personnel

- Maintien d'un **agent visible et disponible** à proximité des zones sensibles (VR, ateliers enfants, projection).
- **Intervention rapide en cas de :**
 - Malaise
 - Incident mineur (chute, blessure)
 - Enfant perdu (procédure "enfant isolé")
- **Premiers secours :**
 - Minimum un agent PSC1 ou SST sur chaque créneau horaire
 - Boîte de secours accessible et vérifiée
- **Gestion du flux :**
 - Éviter les attroupements trop denses
 - Rappeler les règles en cas de comportement inadapté (saut sur les œuvres, course, cris)
- Collaborer avec les **médiateurs culturels** pour anticiper les pics d'affluence (groupes scolaires, événements familiaux)

ANNEXE PAGE 88

DOSSIER DE SÉCURITÉ ERP

Le Dossier de Sécurité ERP déposé à la mairie de Massy dans le cadre de l'exposition Picasso by LEGO au Centre Pompidou Francilien – Massy à été déposé 2 mois avant l'ouverture au public, et à été validé par la commission de sécurité.

ENGAGEMENTS RSE

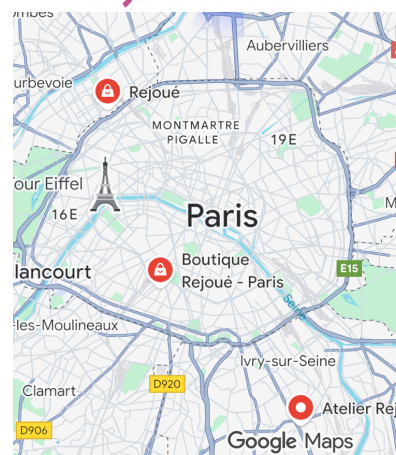
09

ASSOCIATION REJOUÉ

PRÉSENTATION

L'association Rejoué est un **acteur engagé de l'économie circulaire sociale**. Créée en 2011, elle redonne vie à des jouets d'occasion, en les collectant, triant, nettoyant et reconditionnant avant de les redistribuer ou les revendre à bas prix. Au cœur de cette démarche, Rejoué agit sur trois plans : **environnemental**, en réduisant la quantité de déchets plastiques en circulation ; **social**, en créant des parcours d'insertion professionnelle pour des personnes éloignées de l'emploi ; et **sociétal**, en redistribuant des jouets à des enfants en situation de précarité. En 2024, ce sont plus de **83 000 jouets revalorisés**, 4 600 enfants bénéficiaires et de nombreux salariés en insertion formés dans leurs ateliers, notamment en Île-de-France.

reJoué
le jouet solidaire



PROBLÉMATIQUE



Rejoué - Vente aux
pros de l'enfance -
Reportage France 3
Île-de-France -
26/06/2025

Récemment, l'association a été mise en lumière dans plusieurs reportages TV et articles de presse, notamment en **raison de graves difficultés économiques** liées à une baisse des dons et à l'inflation des coûts de logistique et de fonctionnement. Rejoué a ainsi lancé un **appel aux entreprises et partenaires** potentiels pour renforcer sa capacité à poursuivre ses missions. C'est dans ce contexte que notre projet prend tout son sens : associer Rejoué à l'événement serait une réponse directe, concrète et solidaire à cette situation, tout en donnant un prolongement responsable à notre démarche culturelle.

SOLUTION DE PARTENARIAT

L'idée est simple mais puissante : à l'issue de l'exposition et des activités créatives, **tous les LEGO** usagés ou inutilisés (issus des installations, ateliers participatifs ou dons du public) **seront remis à Rejoué**. L'association pourra alors les intégrer dans son circuit de réemploi : **nettoyage, tri, reconditionnement, et redistribution** à des enfants ou à des structures sociales. Nous permettons ainsi à une matière plastique déjà produite de ne pas devenir un déchet, mais un outil de transmission, de jeu et d'apprentissage.

Ce partenariat permet aussi de sensibiliser les publics présents à l'événement sur la durée de vie des objets, sur la valeur de la réutilisation, et sur les enjeux de l'insertion.

SOLUTION DE PARTENARIAT

Un stand dédié sera installé à l'entrée de l'exposition afin de sensibiliser les visiteurs à leur mission sociale et environnementale. Ce stand proposera une présentation claire de leurs actions (collecte, nettoyage et revalorisation de jouets, notamment les briques LEGO) ainsi qu'un **appel aux dons** pour soutenir leurs activités d'insertion et de réemploi.



En complément, une **opération incitative** sera mise en place : **tout visiteur apportant au moins 3 kg de LEGO usagés** (nettoyés ou en vrac, peu importe l'état) se verra **offrir une entrée gratuite** à l'exposition, en remerciement de ce geste écoresponsable. Cette initiative permet de réduire les déchets, de prolonger la vie des jouets, et de soutenir concrètement une structure engagée, tout en valorisant la démarche de chaque visiteur comme un véritable acte culturel et solidaire.

Un plan d'action clair et activable à intégrer dans notre organisation :

Thématique	Objectifs clés	Actions concrètes
Environnemental	Réduire les déchets plastiques, favoriser l'économie circulaire	<ul style="list-style-type: none"> • Point de collecte LEGO usagés avec signalétique • Tri et stockage pour transfert à Rejoué
Social	Soutenir l'insertion professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> • Présence de salariés en insertion sur l'événement
Sociétal	Créer de la valeur partagée et de l'impact culturel	<ul style="list-style-type: none"> • Communication officielle sur le partenariat • Moment symbolique de remise des LEGO à l'association

MISE EN PLACE RSE AU SEIN DE L'EXPO

La majorité des matériaux utilisés pour les décors, la scénographie et les installations provient de **filières durables, recyclées ou recyclables**. Les œuvres en Lego seront démontées puis réutilisées. L'éclairage privilégiera des solutions **LED basse consommation**, et les impressions (signalétique, supports) seront limitées et réalisées sur papier éco-certifié. Une politique zéro plastique jetable est mise en place sur tout le site, et une signalétique incitera les visiteurs à adopter un comportement écoresponsable (recyclage, mobilité douce, etc.).

Tous les espaces sont sans obstacles, avec des cheminements larges et des zones de repos accessibles. Des **places PMR** seront disponibles à l'entrée.

L'objectif est d'offrir une expérience fluide, confortable et inclusive pour tous les visiteurs.

BUDGET TOTAL**ENVELOPPE BUDGÉTAIRE**

Pour assurer la réalisation de l'événement sur 6 mois un budget complet a été établi en excluant les éléments fournis gratuitement par les partenaires.

Poste budgétaire	Estimation
Conception création et pilotage	92 525€
Contenu & dynamisation	15 800€
Exposition générale	127 000€
Site - Location des espaces	PM Centre Pompidou
Dîner des Amis du Centre Pompidou	90 550€
Espace VIP	19 344€
Régie - Sécurité - Logistique d'exploitation	35 700€
Comission pour maitrise d'oeuvre	34 607,28€
Total HT	415 526,28€
Total TTC * taux de TVA à 20%*	498 631,54€

DEVIS**BUDGET DÉTAILLÉ**

ENVELOPPE BUDGÉTAIRE

CONCEPTION, CRÉATION ET PILOTAGE

Poste budgétaire	Budget estimé (HT)	Détails
CONCEPTION ET CRÉATION	5 000€	Recommandation créative Recommandation de moyens Approche budgétaire détaillée
DIRECTION ET SUIVI DE PROJET	39 175€	Directeur général, rédacteur en chef, directeur de projet chef de projet, assistant de projet, scénographe, directeur artistique
DIRECTION ET SUIVI DE LOGISTIQUE & PRODUCTION	48 350€	Directeur de production, chargé de production, directeur technique, régisseur général exposition, régisseur soirée, directeur photo exposition, directeur logistique soirée
Total HT		92 525€

ANIMATIONS ET ESPACES

Poste budgétaire	Budget estimé (HT)	Détails
Réalité virtuelle – « À travers l'œil de Picasso »		<ul style="list-style-type: none"> Casques VR (HTS VIVA TECH) Animateurs dédiés (HTS VIVA TECH) Maintenance & matériel (HTS VIVA TECH)
Film immersif – « Au-delà des règles »	10 800€	<ul style="list-style-type: none"> Réalisation, montage vidéo Matériel de projection (hors prêt) Traductions, sous-titrage banc
L'Atelier de groupe « L'Atelier de Picasso »	10 200€	<ul style="list-style-type: none"> Animateurs pédagogiques Supports imprimés / kits de montage spécifiques Gestion des groupes & encadrement
Total HT		21 000€

ENVELOPPE BUDGÉTAIRE

RÉGIE TECHNIQUE

Poste budgétaire	Budget estimé (HT)	Détails
Location matériel technique complémentaire	1 500€	Fournitures spécifiques non incluses dans le lieu : rallonges, câblages, structures techniques simples.
Tests techniques et maintenance	1 200€	Préparation, vérifications et dépannages techniques pendant l'événement.
Frais divers & imprévus	5 000€	Transport, consommables, petits achats de dernière minute, fournitures logistiques.
Catering staff soirée	4 000€	
Frais de régie divers	2 000€	Coursiers, taxis, etc.
Total HT		13 700€

SÉCURITÉ

Poste budgétaire	Budget estimé (HT)	Détails
Agents de sécurité (2 à 3 personnes par jour – 6 mois)		PM Centre Georges Pompidou
Surveillance zones sensibles	4 000€	Présence renforcée autour des œuvres originales, VR, Guernica LEGO.
Sécurité événementielle	10 000€	Le dîner des amis du Centre Pompidou
Matériel de sécurité	4 000€	
Vérification des installations électriques	2 000€	
Vérification structures	2 000€	
Total HT		22 000€

ENVELOPPE BUDGÉTAIRE

SCÉNOGRAPHIE

Poste budgétaire	Budget estimé (HT)	Détails
Éléments décoratifs hors LEGO	10 000€	Cloisons cubistes variées, socles, structures non-LEGO pour accrocher œuvres originales, zones d'immersion (hors mobilier LEGO).
Signalétique immersive	4 000€	Création de titres XXL, typographies 3D, lettrages en relief, noms poétiques de salles, panneaux explicatifs (hors cartels LEGO).
Éclairage scénographique	10 000€	Projecteurs sur œuvres, ambiance immersive par espace (lumière feutrée, néon, directionnelle, etc.), variateur, LED pour le "Tableau sans fin".
Ambiance sonore	4 000€	Installation de dispositifs sonores immersifs dans certaines zones (sons d'ambiance, narration, spatialisation – non liés à la VR).
Installation & démontage	6 000€	Équipe technique pour monter/démonter les décors, poser l'éclairage, tester les ambiances.
Total HT		34 000€

ENVELOPPE BUDGÉTAIRE

PLAN DE COMMUNICATION

Poste budgétaire	Budget estimé (HT)	Contenu & actions associées
Réseaux sociaux	4 000€	<ul style="list-style-type: none"> Création & gestion des publications Community management
Influence	20 000,00€	<ul style="list-style-type: none"> Invitations influenceurs Lego + culture/art Cachet pour les 4 influenceurs majeurs + dotations (places et lego)
Site officiel / mini-site	2 000€	<ul style="list-style-type: none"> Page événement dédiée avec teaser, programme, billetterie intégrée Intégration QR code et liens réseaux
Relations presse	4 000€	<ul style="list-style-type: none"> Rédaction CP + dossier de presse Envoi ciblé (presse jeunesse, culturelle, grand public)
Marketing direct	6 000€	<ul style="list-style-type: none"> Emailings Lego et Pompidou Goodies collectors PLV en boutique Lego (présentoirs, flyers)
Street marketing	10 000€	<ul style="list-style-type: none"> Abribus Lego Chasse aux Briques Signalétique événementielle
Affichage urbain	20 000€	<ul style="list-style-type: none"> Affichage Massy, Paris intra/extra muros
Web	6 000€	<ul style="list-style-type: none"> Bannières ciblées (parents, culture, Lego) Programmatique + retargeting (réservations/billetterie)
Total HT		72 000€ HT

ENVELOPPE BUDGÉTAIRE

DÎNER DES AMIS DU CENTRE POMPIDOU

Poste budgétaire	Budget estimé (HT)	Détails
Restauration	24 650€	Dîner gastronomique (100 couverts) 10 000 € Cocktail d'accueil by Tableau Paris 2 000€ Dessert trompe l'oeil 2 000€ Boissons / Vins / Champagne 10 000 € Récupération des surplus alimentaire 650€
Technique	28 400€	Livraison 1 500€ Sonorisation DJ + Ingé son 8 000€ Lumière et scénographie 12 000€ Photographe 2 000€ Montage/Exploitation/Démontage (base 6PAX montage/4PAX démontage) 4 900€
Décoration et aménagement	15 000€	Mobilier / scène / art floral 8 000 € Signalétique et branding 3 000 € Mur photo/ Photobooth 4 000€
Animation	13 500€	chef d'orchestre + musiciens 8 000 € Speaker 2 500 € Vente aux enchères (en partenariat avec Sotheby's) 3 000 €
Accueil	4 500€	Hôte(sse) d'accueil 4 500 €
Divers	4 500€	Invitations et Print 2 000 € Assurance événement 1 500 € Sacem & spré 1000 €
Total HT		90 550€

Le coût unitaire par invité est donc environ **875,50€**, ce qui peut être couvert par :

- Tickets VIP à 1 200 €
- Vente d'œuvres aux enchères

BILLETTERIE

Afin de rendre l'exposition Picasso by LEGO accessible à un large public tout en garantissant sa viabilité économique, nous avons défini une **billetterie composée de plusieurs catégories tarifaires**, chacune pensée en fonction des profils de visiteurs identifiés et des objectifs d'inclusion culturelle du projet.

Choix des catégories de billets

- **Tarif plein (16 €)** : correspond au public adulte individuel, principalement les amateurs d'art, visiteurs de passage ou familles sans réduction spécifique. Ce tarif reste aligné avec les prix du marché pour des expositions immersives de qualité, tout en demeurant accessible.
- **Tarif enfant (8 €)** : conçu pour les enfants de 4 à 12 ans, cette catégorie encourage la venue en famille. Le tarif réduit permet de lever un frein économique pour les foyers avec plusieurs enfants.
- **Tarif réduit (12 €)** : proposé aux étudiants, personnes âgées ou bénéficiaires de minima sociaux, ce tarif vise à favoriser l'accessibilité sociale à la culture, en cohérence avec notre engagement RSE.
- **Groupe scolaire (6 € par élève)** : une catégorie dédiée aux écoles, centres de loisirs et associations éducatives. Le tarif très accessible répond aux contraintes budgétaires souvent rencontrées dans le secteur éducatif, et favorise les visites pédagogiques en semaine.
- **Billet entreprise / VIP (20 € ou via packages)** : cette offre s'adresse aux entreprises dans le cadre de sorties culturelles ou d'actions de mécénat. Elle inclut un accès enrichi ou groupé, valorisant l'expérience culturelle dans un cadre professionnel.

La répartition de la fréquentation

La répartition des publics repose sur une analyse croisée des persona définis dans le dossier, des expériences comparables (Art of the Brick, Atelier des Lumières...), et des pratiques culturelles actuelles.

BILLETÉRIE

Hypothèse de fréquentation

L'hypothèse de fréquentation repose sur une estimation réaliste, établie à partir de données comparables : de la programmation proposée et du positionnement géographique du lieu.

Objectif de fréquentation :

≈ **120 000** sur l'ensemble de la période (septembre 2026 à février 2027 - soit 6 mois).

Durée de l'exposition :

- 6 mois complets, avec ouverture cinq jours sur sept, permettant une répartition fluide du public.
- Soit environ 180 jours d'exploitation.

Comparaison avec des expositions similaires :

- The Art of the Brick (Paris 2023-24) : >100 000 visiteurs en quelques mois
- Atelier des Lumières – Picasso : fréquentation élevée malgré une durée plus courte
- Expo LEGO "L'histoire en brique" : environ 30 000 visiteurs en 2 mois

Notre exposition bénéficie :

- D'un concept unique (fusion LEGO x Picasso, inédit à l'échelle mondiale)
- D'une programmation immersive et participative, accessible dès 4 ans
- D'un ancrage local fort avec une stratégie de médiation scolaire et territoriale

Accessibilité et ancrage territorial :

- Massy est un carrefour régional très bien desservi (RER B & C, TGV, Orly)
- Projet inscrit dans la continuité du Centre Pompidou Paris, temporairement fermé
- Fort soutien institutionnel et relais de visibilité (RATP, SNCF, FNAC, etc.)

Zoom sur l'estimation :

- Superficie d'exposition : 2 000 m²
- Capacité d'accueil simultanée estimée : 250 à 300 personnes
- Jours d'ouverture estimés : ~180 jours
- Capacité totale théorique : 200 000 à 240 000 visiteurs

120 000 visiteurs :

- Compatible avec les capacités du lieu, le plan de communication, et le format de l'événement
- En ligne avec la fréquentation de projets similaires, à forte composante familiale et immersive

BILLETERIE

TABLEAU RÉCAPITULATIF

Type de public	Estimation basse	Estimation haute
Visiteurs individuels	75 000	42 000
Groupes scolaires	6 groupes/jour x 20 élèves x 120 jours = 14 400	30 000
Entreprises / privatisations	2 événements/semaines x 26 semaines = 52 événements → env. 5 000 visiteurs	6 000
Total estimé	94 000	120 000

Nous visons entre 90 000 et 120 000 visiteurs sur 6 mois, avec un bon plan de communication et l'appui du Centre Pompidou, de LEGO et des partenaires.

Zoom sur les recettes prévisionnelles par type de billet

Catégorie	PAX	% estimé de fréquentation	Tarif	Recette brute estimée
Adulte plein tarif	42 000	35%	16€	672 000€
Enfant (4-12 ans)	30 000	25%	8€	240 000€
Tarif réduit (étudiants, etc)	18 000	15%	12€	216 000€
Scolaires / pédagogiques	24 000	20%	6€	144 000€
Entreprises	6 000	5%	20€	120 000€
Total estimée de la billetterie				1 392 000€

LES RECETTES

Poste de recette	Montant
Billetterie	1 392 000€
Billetterie - Le Dîner des Amis du Centre Pompidou	120 000€
Vente aux enchères	40 000€
Don défiscalisés	10 000€
Location de l'Espace VIP	100 000€
Total des recettes	1 662 000€

BILAN

Poste de recette	Montant
Recettes totales	1 662 000€
Dépenses totales	415 526,28€
Résultat prévisionnel	1 246 474€

L'événement présente un excédent net de près de **1 246 474 €**, ce qui est remarquable pour une exposition culturelle.

Cela permet d'envisager :

- des marges de sécurité (imprévus, retards, ajustements),
- ou un réinvestissement dans la communication, les animations, ou les offres scolaires.

BILAN & PERSPECTIVES

11

MESURER L'IMPACT

INDICATEURS CLÉS & OUTILS D'ÉVALUATION

Pour garantir le succès de l'exposition Picasso by LEGO, un dispositif de suivi a été mis en place, articulé autour d'indicateurs de performance précis et d'outils de mesure adaptés. Cette démarche permettra d'évaluer l'impact global de l'événement tout au long de sa durée, de piloter efficacement les actions, et de valoriser les résultats auprès des partenaires et institutions.



FRÉQUENTATION ET EXPÉRIENCE VISITEUR

Objectif : Mesurer l'attractivité et la qualité de l'expérience proposée

MESURE

- Nombre total de visiteurs sur la totalité de l'événement
- Fréquentation moyenne par jour / semaine
- Temps moyen de visite
- Taux de retour (visiteurs revenus 2 fois ou +)
- Taux de satisfaction globale (via questionnaire)

OUTILS

- Billeterie / comptage automatique à l'entrée
- Tableaux de suivi de la fréquentation (logiciel billetterie / excel)
- Capteurs de présence / Enquête à la sortie
- Questionnaire de sortie (papier ou numérique)
- Sondage + analyse des réservations nominatives



VISIBILITÉ & COMMUNICATION

Objectif : mesurer la notoriété et l'engagement médiatique

MESURE

- Nombre de retombées presse (TV, presse écrite, web)
- Nombre de vues cumulées (réseaux sociaux + site web)
- Nombre de publications avec le hashtag de l'expo (#PicassoByLEGO)
- Nombre de partages ou commentaires (engagement)
- Nombre de photos générées (réseaux)
- Nombre de concours / jeux participatifs réalisés

OUTILS

- Revue de presse automatisée (Meltwater, Visibrain, Google Alertes)
- Statistiques réseaux sociaux (Meta, TikTok, X) + Google Analytics
- Statistiques d'engagement des publications
- Suivi des participations (formulaire, réseaux, QR codes dédiés)

MESURER L'IMPACT

INDICATEURS CLÉS & OUTILS D'ÉVALUATION



PARTICIPATION ÉDUCATIVE ET SOCIALE

Objectif : mesurer l'impact pédagogique et la portée sociale

MESURE

- Nombre de groupes scolaires / centres de loisirs accueillis
- Nombre total d'enfants
- Nombre d'ateliers réalisés / taux de remplissage
- Part des publics en situation de handicap ou bénéficiaires de billets solidaires
- Nombre de structures partenaires sociales ou éducatives impliquées

OUTILS

- Planning des réservations scolaires
- Fiches atelier + reporting animateurs
- Billetterie avec tarif spécifique / statistiques sociales
- Tableaux de suivi des partenariats



RÉSEAUTAGE & PARTENARIATS

Objectif : mesurer le rayonnement professionnel de l'événement

MESURE

- Nombre de partenaires valorisés (interventions, branding)
- Nombre de rencontres B2B générées (contacts professionnels)
- Nombre de partenaires institutionnels et privés

OUTILS

- Fiches événement / tableau de visibilité
- Fiches contact / formulaires post-événement
- Annuaire ou base de données partenaires



IMPACT TERRITORIAL & INCLUSIF

Objectif : mesurer l'ancrage local et l'accessibilité

MESURE

- Nombre de communes ou quartiers représentés parmi les visiteurs
- Nombre de structures locales impliquées dans la production (assos, écoles, artistes...)
- Pourcentage de visiteurs hors Paris intra-muros

OUTILS

- Enquête en sortie ou questionnaire zip-code

L'EXPOSITION CONTINUE...

L'exposition Picasso by LEGO ne constitue pas seulement un **temps fort ponctuel**. Elle ouvre la voie à **plusieurs dynamiques durables**, tant sur le plan culturel que territorial ou éducatif. À l'issue de l'événement, plusieurs prolongements pourront être envisagés :

Si les objectifs de fréquentation et d'adhésion sont atteints, l'exposition pourra servir de modèle reproductible pour d'autres institutions culturelles.

COLLECTION COMMERCIALISÉE

Pour prolonger cette collaboration au-delà du temps de l'exposition, une **perspective forte** consisterait à déployer une **collection LEGO x Picasso** dans les circuits de **distribution officiels de la marque** (boutiques LEGO, site web, distributeurs spécialisés).



Ce prolongement permettrait :

- De **faire vivre l'exposition après sa clôture**, en transformant les visiteurs en ambassadeurs de l'expérience
- De donner une **visibilité internationale** au projet
- De valoriser les œuvres de Picasso de manière ludique, en version "briques à construire" accessibles à tous
- De **soutenir une démarche pédagogique**, avec des livrets ou QR codes renvoyant vers des ressources culturelles
- **Compléter et agrandir** la nouvelle collection Lego Art

Ce type d'activation commerciale constitue à la fois un levier de rayonnement, un support pédagogique et une source de revenus indirects potentiels (via les droits d'auteur versés à la succession Picasso), au service des projets futurs du Centre.

EXPOSITION ITINÉRANTE

Fort de son succès attendu, le format de l'exposition modulable, ludique pourrait faire l'objet d'une **déclinaison itinérante** dans d'autres lieux culturels ou éducatifs (centres d'art, médiathèques, musées régionaux).

L'objectif serait de **démocratiser davantage l'accès à l'art** moderne, en allant à la rencontre des publics dans des **zones moins couvertes culturellement**.

Pour le Centre Pompidou Francilien, Picasso by LEGO pourrait devenir une **exposition référente**, démontrant sa capacité à :

- Attirer de nouveaux publics éloignés des institutions traditionnelles
- Expérimenter des formats de médiation innovants
- Renforcer son ancrage territorial et partenarial

Les enseignements tirés de ce projet pourraient nourrir les futures programmations, orientées vers l'art, l'enfance, le jeu, ou les formes hybrides.

CHIFFRES CLÉS

+120 000

VISITEURS ATTENDUS

7

ACTIVITÉS IMMERSIVES

32

PARTENAIRES

6

MOIS D'EXPOSITION

CONTACT

12

NOTRE ÉQUIPE L'agence SYNKRO



Coordonnées de l'agence SYNKRO

Nom : SYNKRO, Agence de création & production événementielle

Adresse : 26 Rue Molitor, 75016 Paris

Téléphone : 07 61 85 53 08

Email : contact@synkro-event.fr

Site : www.synkro-agence.fr

Instagram : @synkro.event

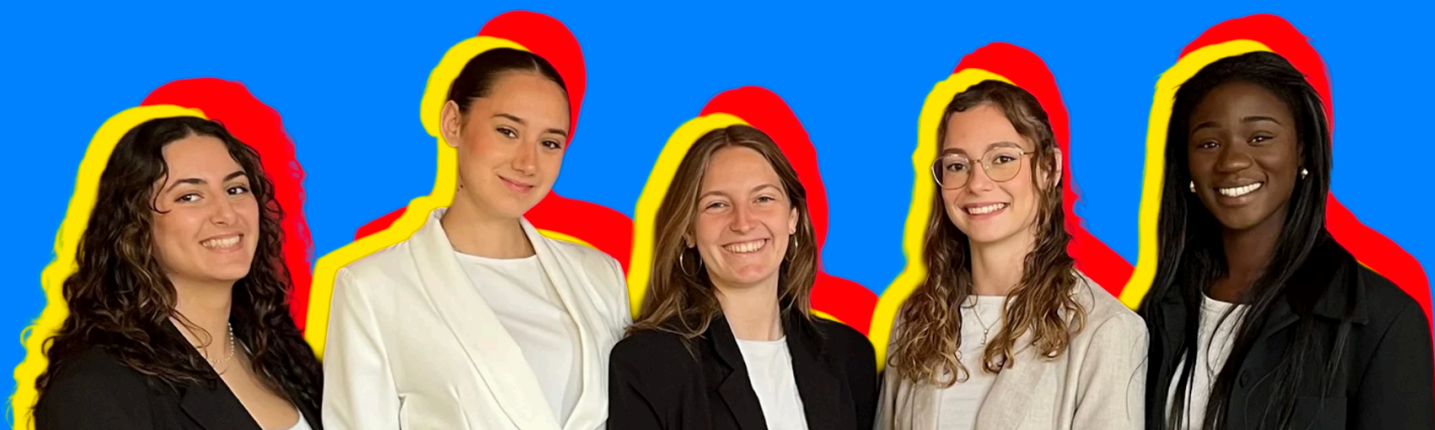
SYNKRO est une agence événementielle créative spécialisée dans la conception d'expériences culturelles immersives. Implantée en Île-de-France, elle accompagne les institutions, marques et territoires dans la création de projets qui allient contenu artistique, innovation scénographique et engagement du public.

Notre démarche repose sur trois piliers :

- Sens & narration : Donner du fond à la forme
- Créativité collaborative : Co-crée avec les artistes, les publics et les partenaires
- Maîtrise opérationnelle : Transformer les idées fortes en dispositifs concrets, adaptables, et mémorables

« **Picasso by LEGO** » s'inscrit pleinement dans notre vision : un projet à fort pouvoir d'émerveillement, accessible à tous, mais profondément porteur de sens.

L'équipe : Axelle TUBIANA, Farah TORTELIER, Marie CHENAVIER, Léa MENAGER et Noémie EHOUMAN



ANNEXE

LE DÎNER DES AMIS

Démarche administrative du Centre Pompidou Francilien :

1. Structure éligible au mécénat

Le **Centre Pompidou Francilien** est éligible.

Pour être éligible :

- Il doit s'agir d'un **organisme d'intérêt général**, à but non lucratif
- L'objet doit être culturel, éducatif ou artistique.
- L'organisme doit délivrer des **reçus fiscaux CERFA n°11580*03**.

Le Centre Pompidou est bien **habilité à recevoir des dons déductibles**

Le Centre Pompidou **responsable administratif** qui gère les reçus fiscaux

2. Définir les types de dons possibles

- **Dons ponctuels** : en ligne ou sur place
- **Dons par carte bancaire** : terminal ou formulaire web
- **Chèques / virements** : sur RIB de l'organisme
- **QR Code** : renvoyant à une plateforme de don

Imprimer des **QR codes personnalisés** visibles dans l'exposition, le menu ou le programme.

3. Avantages fiscaux à mettre en avant

Pour les particuliers :

- **Déduction de 66 %** du montant du don dans la limite de 20 % du revenu imposable
Exemple : un don de 500 € coûte en réalité 170 € après déduction

Pour les entreprises :

- **Déduction de 60 %** du don dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires HT
Exemple : un don de 5 000 € ne coûte réellement que 2 000 €

 **À inclure dans la communication :**

"Votre don de 1 000 € vous revient à 340 € après réduction fiscale."

4. Mettre en place les reçus fiscaux

Utiliser le **formulaire CERFA 11580*03**, obligatoire.

Le reçu peut être délivré **par email ou papier**

À prévoir :

- Nom, adresse, montant, date du don
- Signature de l'organisme
- Numérotation des reçus

5. Proposer des moyens concrets de don

En ligne :

- Utiliser une plateforme sécurisée avec reçus automatiques : HelloAsso

Pendant l'événement :

- QR Code vers la page de don
- Table de don avec hôtes(ses)
- Terminal de paiement

6. Communiquer efficacement

Intégrer le **message fiscal dans chaque support** (flyer, menu, page web, discours)

Utiliser des formules comme : *"Soutenez l'art et bénéficiez d'une réduction fiscale"*

Outil	Action
Hello Asso	Créer une page de collecte spéciale "Picasso x LEGO"
QR Code	Distribué sur les tables, les programmes, les écrans
Équipe dédiée	Une hôtesse avec tablette pour guider le don
Email post-événement	"Merci pour votre venue, prolongez votre soutien"

ANNEXE

RETROPLANNING

Tâches à accomplir		Responsables	Statut	Jan-25		Fév-25		Mars-25		Avr-25		Mai-25		Juin-25		Juillet-25		Août-25		Sept-25		Oct-25		Nov-25		Déc-25		Janv-26		Fév-26		Mars-26		Avr-26		Mai-26		Juin-26		Juillet-26		Août-26		Sept-26		Oct-26		Nov-26		Déc-26		Janv-27		Fév-27		Mars-27		Avr-27		Mai-27		Juin-27		Juillet-27		Août-27		Sept-27		Oct-27		Nov-27		Déc-27		Janv-28		Fév-28		Mars-28		Avr-28		Mai-28		Juin-28		Juillet-28		Août-28		Sept-28		Oct-28		Nov-28		Déc-28		Janv-29		Fév-29		Mars-29		Avr-29		Mai-29		Juin-29		Juillet-29		Août-29		Sept-29		Oct-29		Nov-29		Déc-29		Janv-30		Fév-30		Mars-30		Avr-30		Mai-30		Juin-30		Juillet-30		Août-30		Sept-30		Oct-30		Nov-30		Déc-30		Janv-31		Fév-31		Mars-31		Avr-31		Mai-31		Juin-31		Juillet-31		Août-31		Sept-31		Oct-31		Nov-31		Déc-31		Janv-32		Fév-32		Mars-32		Avr-32		Mai-32		Juin-32		Juillet-32		Août-32		Sept-32		Oct-32		Nov-32		Déc-32		Janv-33		Fév-33		Mars-33		Avr-33		Mai-33		Juin-33		Juillet-33		Août-33		Sept-33		Oct-33		Nov-33		Déc-33		Janv-34		Fév-34		Mars-34		Avr-34		Mai-34		Juin-34		Juillet-34		Août-34		Sept-34		Oct-34		Nov-34		Déc-34		Janv-35		Fév-35		Mars-35		Avr-35		Mai-35		Juin-35		Juillet-35		Août-35		Sept-35		Oct-35		Nov-35		Déc-35		Janv-36		Fév-36		Mars-36		Avr-36		Mai-36		Juin-36		Juillet-36		Août-36		Sept-36		Oct-36		Nov-36		Déc-36		Janv-37		Fév-37		Mars-37		Avr-37		Mai-37		Juin-37		Juillet-37		Août-37		Sept-37		Oct-37		Nov-37		Déc-37		Janv-38		Fév-38		Mars-38		Avr-38		Mai-38		Juin-38		Juillet-38		Août-38		Sept-38		Oct-38		Nov-38		Déc-38		Janv-39		Fév-39		Mars-39		Avr-39		Mai-39		Juin-39		Juillet-39		Août-39		Sept-39		Oct-39		Nov-39		Déc-39		Janv-40		Fév-40		Mars-40		Avr-40		Mai-40		Juin-40		Juillet-40		Août-40		Sept-40		Oct-40		Nov-40		Déc-40		Janv-41		Fév-41		Mars-41		Avr-41		Mai-41		Juin-41		Juillet-41		Août-41		Sept-41		Oct-41		Nov-41		Déc-41		Janv-42		Fév-42		Mars-42		Avr-42		Mai-42		Juin-42		Juillet-42		Août-42		Sept-42		Oct-42		Nov-42		Déc-42		Janv-43		Fév-43		Mars-43		Avr-43		Mai-43		Juin-43		Juillet-43		Août-43		Sept-43		Oct-43		Nov-43		Déc-43		Janv-44		Fév-44		Mars-44		Avr-44		Mai-44		Juin-44		Juillet-44		Août-44		Sept-44		Oct-44		Nov-44		Déc-44		Janv-45		Fév-45		Mars-45		Avr-45		Mai-45		Juin-45		Juillet-45		Août-45		Sept-45		Oct-45		Nov-45		Déc-45		Janv-46		Fév-46		Mars-46		Avr-46		Mai-46		Juin-46		Juillet-46		Août-46		Sept-46		Oct-46		Nov-46		Déc-46		Janv-47		Fév-47		Mars-47		Avr-47		Mai-47		Juin-47		Juillet-47		Août-47		Sept-47		Oct-47		Nov-47		Déc-47		Janv-48		Fév-48		Mars-48		Avr-48		Mai-48		Juin-48		Juillet-48		Août-48		Sept-48		Oct-48		Nov-48		Déc-48		Janv-49		Fév-49		Mars-49		Avr-49		Mai-49		Juin-49		Juillet-49		Août-49		Sept-49		Oct-49		Nov-49		Déc-49		Janv-50		Fév-50		Mars-50		Avr-50		Mai-50		Juin-50		Juillet-50		Août-50		Sept-50		Oct-50		Nov-50		Déc-50		Janv-51		Fév-51		Mars-51		Avr-51		Mai-51		Juin-51		Juillet-51		Août-51		Sept-51		Oct-51		Nov-51		Déc-51		Janv-52		Fév-52		Mars-52		Avr-52		Mai-52		Juin-52		Juillet-52		Août-52		Sept-52		Oct-52		Nov-52		Déc-52		Janv-53		Fév-53		Mars-53		Avr-53		Mai-53		Juin-53		Juillet-53		Août-53		Sept-53		Oct-53		Nov-53		Déc-53		Janv-54		Fév-54		Mars-54		Avr-54		Mai-54		Juin-54		Juillet-54		Août-54		Sept-54		Oct-54		Nov-54		Déc-54		Janv-55		Fév-55		Mars-55		Avr-55		Mai-55		Juin-55		Juillet-55		Août-55		Sept-55		Oct-55		Nov-55		Déc-55		Janv-56		Fév-56		Mars-56		Avr-56		Mai-56		Juin-56		Juillet-56		Août-56		Sept-56		Oct-56		Nov-56		Déc-56		Janv-57		Fév-57		Mars-57		Avr-57		Mai-57		Juin-57		Juillet-57		Août-57		Sept-57		Oct-57		Nov-57		Déc-57		Janv-58		Fév-58		Mars-58		Avr-58		Mai-58		Juin-58		Juillet-58		Août-58		Sept-58		Oct-58		Nov-58		Déc-58		Janv-59		Fév-59		Mars-59		Avr-59		Mai-59		Juin-59		Juillet-59		Août-59		Sept-59		Oct-59		Nov-59		Déc-59		Janv-60		Fév-60		Mars-60		Avr-60		Mai-60		Juin-60		Juillet-60		Août-60		Sept-60		Oct-60		Nov-60		Déc-60		Janv-61		Fév-61		Mars-61		Avr-61		Mai-61		Juin-61		Juillet-61		Août-61		Sept-61		Oct-61		Nov-61		Déc-61		Janv-62		Fév-62		Mars-62		Avr-62		Mai-62		Juin-62		Juillet-62		Août-62		Sept-62		Oct-62		Nov-62		Déc-62		Janv-63		Fév-63		Mars-63		Avr-63		Mai-63		Juin-63		Juillet-63		Août-63		Sept-63		Oct-63		Nov-63		Déc-63		Janv-64		Fév-64		Mars-64		Avr-64		Mai-64		Juin-64		Juillet-64		Août-64		Sept-64		Oct-64		Nov-64		Déc-64		Janv-65		Fév-65		Mars-65		Avr-65		Mai-65		Juin-65		Juillet-65		Août-65		Sept-65		Oct-65		Nov-65		Déc-65		Janv-66		Fév-66		Mars-66		Avr-66		Mai-66		Juin-66		Juillet-66		Août-66		Sept-66		Oct-66		Nov-66		Déc-66		Janv-67		Fév-67		Mars-67		Avr-67		Mai-67		Juin-67		Juillet-67		Août-67		Sept-67		Oct-67		Nov-67		Déc-67		Janv-68		Fév-68		Mars-68		Avr-68		Mai-68		Juin-68		Juillet-68		Août-68		Sept-68		Oct-68		Nov-68		Déc-68		Janv-69		Fév-69		Mars-69		Avr-69		Mai-69		Juin-69		Juillet-69		Août-69		Sept-69		Oct-69		Nov-69		Déc-69		Janv-70		Fév-70		Mars-70		Avr-70		Mai-70		Juin-70		Juillet-70		Août-70		Sept-70		Oct-70		Nov-70		Déc-70		Janv-71		Fév-71		Mars-71		Avr-71		Mai-71		Juin-71		Juillet-71		Août-71		Sept-71		Oct-71		Nov-71		Déc-71		Janv-72		Fév-72		Mars-72		Avr-72		Mai-72		Juin-72		Juillet-72		Août-72		Sept-72		Oct-72		Nov-72		Déc-72		Janv-73		Fév-73		Mars-73		Avr-73		Mai-73		Juin-73		Juillet-73		Août-73		Sept-73		Oct-73		Nov-73		Déc-73		Janv-74		Fév-74		Mars-74		Avr-74		Mai-74		Juin-74		Juillet-74		Août-74		Sept-74		Oct-74		Nov-74		Déc-74		Janv-75		Fév-75		Mars-75		Avr-75		Mai-75		Juin-75		Juillet-75		Août-75		Sept-75		Oct-75		Nov-75		Déc-75		Janv-76		Fév-76		Mars-76		Avr-76		Mai-76		Juin-76		Juillet-76		Août-76		Sept-76		Oct-76		Nov-76		Déc-76		Janv-77		Fév-77		Mars-77		Avr-77		Mai-77		Juin-77		Juillet-77		Août-77		Sept-77		Oct-77		Nov-77		Déc-77		Janv-78		Fév-78		Mars-78		Avr-78		Mai-78		Juin-78		Juillet-78		Août-78		Sept-78		Oct-78		Nov-78		Déc-78		Janv-79		Fév-79		Mars-79		Avr-79		Mai-79		Juin-79		Juillet-79		Août-79		Sept-79		Oct-79		Nov-79		Déc-79		Janv-80		Fév-80		Mars-80		Avr-80		Mai-80		Juin-80		Juillet-80		Août-80		Sept-80		Oct-80		Nov-80		Déc-80		Janv-81		Fév-81		Mars-81		Avr-81		Mai-81		Juin-81		Juillet-81		Août-81		Sept-81		Oct-81		Nov-81		Déc-81		Janv-82		Fév-82		Mars-82		Avr-82		Mai-82		Juin-82		Juillet-82		Août-82		Sept-82		Oct-82		Nov-82		Déc-82		Janv-83		Fév-83		Mars-83		Avr-83		Mai-83		Juin-83		Juillet-83		Août-83		Sept-83		Oct-83		Nov-83		Déc-83		Janv-84		Fév-84		Mars-84		Avr-84		Mai-84		Juin-84		Juillet-84		Août-84		Sept-84		Oct-84		Nov-84		Déc-84		Janv-85		Fév-85		Mars-85		Avr-85		Mai-85		Juin-85		Juillet-85		Août-85		Sept-85		Oct-85		Nov-85		Déc-85		Janv-86		Fév-86		Mars-86		Avr-86		Mai-86		Juin-86		Juillet-86		Août-86		Sept-86		Oct-86		Nov-86		Déc-86		Janv-87		Fév-87		Mars-87		Avr-87		Mai-87		Juin-87		Juillet-87		Août-87		Sept-87		Oct-87		Nov-87		Déc-87		Janv-88		Fév-88		Mars-88		Avr-88		Mai-88		Juin-88		Juillet-88		Août-88		Sept-88		Oct-88		Nov-88		Déc-88		Janv-89		Fév-89		Mars-89		Avr-89		Mai-89		Juin-89		Juillet-89		Août-89		Sept-89		Oct-89		Nov-89		Déc-89		Janv-90		Fév-90		Mars-90		Avr-90		Mai-90		Juin-90		Juillet-90		Août-90		Sept-90		Oct-90		Nov-90		Déc-90		Janv-91		Fév-91		Mars-91		Avr-91		Mai-91		Juin-91		Juillet-91		Août-91		Sept-91		Oct-91		Nov-91		Déc-91		Janv-92		Fév-92		Mars-92		Avr-92		Mai-92		Juin-92		Juillet-92		Août-92		Sept-92		Oct-92		Nov-92		Déc-92		Janv-93		Fév-93		Mars-93		Avr-93		Mai-93		Juin-93		Juillet-93		Août-93		Sept-93		Oct-93		Nov-93		Déc-93		Janv-94		Fév-94		Mars-94		Avr-94		Mai-94		Juin-94		Juillet-94		Août-94		Sept-94		Oct-94		Nov-94		Déc-94		Janv-95		Fév-95		Mars-95		Avr-95		Mai-95		Juin-95		Juillet-95		Août-95		Sept-95		Oct-95		Nov-95		Déc-95		Janv-96		Fév-96		Mars-96		Avr-96		Mai-96		Juin-96		Juillet-96		Août-96		Sept-96		Oct-96		Nov-96		Déc-96		Janv-97		Fév-97		Mars-97		Avr-97		Mai-97		Juin-97		Juillet-97		Août-97		Sept-97		Oct-97		Nov-97		Déc-97		Janv-98		Fév-98		Mars-98		Avr-98		Mai-98		Juin-98		Juillet-98		Août-98		Sept-98		Oct-98		Nov-98		Déc-98		Janv-99		Fév-99		Mars-99		Avr-99		Mai-99		Juin-99		Juillet-99		Août-99		Sept-99		Oct-99		Nov-99		Déc-99		Janv-100		Fév-100		Mars-100		Avr-100		Mai-100		Juin-100		Juillet-100		Août-100		Sept-100		Oct-100		Nov-100		Déc-100	
Région				Tâches à accomplir		Responsables		Statut		Jan-25		Fév-25		Mars-25		Avr-25		Mai-25		Juin-25		Juillet-25		Août-25		Sept-25		Oct-25		Nov-25		Déc-25		Janv-26		Fév-26		Mars-26		Avr-26		Mai-26		Juin-26		Juillet-26		Août-26		Sept-26		Oct-26		Nov-26		Déc-26		Janv-27		Fév-27		Mars-27		Avr-27		Mai-27		Juin-27		Juillet-27		Août-27		Sept-27		Oct-27		Nov-27		Déc-27		Janv-28		Fév-28		Mars-28		Avr-28		Mai-28		Juin-28		Juillet-28		Août-28		Sept-28		Oct-28		Nov-28		Déc-28		Janv-29		Fév-29		Mars-29		Avr-29		Mai-29		Juin-29		Juillet-29		Août-29		Sept-29		Oct-29		Nov-29		Déc-29		Janv-30		Fév-30		Mars-30		Avr-30		Mai-30</																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									

ANNEXE
SÉCURITÉ

Dossier de Sécurité – Événement Culturel TEMPORAIRE (ERP)

Exposition : Picasso by LEGO
Lieu : Centre Pompidou Francilien – Massy
Dates : Septembre 2026 – Février 2027
Organisateur : Agence Synkro
Responsable sécurité : Oscar HERVE - CISPE

IDENTITÉ DE L'ÉVÉNEMENT

Nom de l'événement : Picasso by LEGO
Type : Exposition immersive, artistique et participative
Lieu : Centre Pompidou Francilien – 91300 Massy
Surface utilisée : 2 000 m²
Catégorie ERP estimée : 1re ou 2e (selon jauge finale)
Type ERP : Y (Musée / exposition)
Fréquentation estimée : 600 à 1 200 visiteurs/jour
Horaires d'ouverture : Tous les jours (sauf lundi) – 10h à 18h
Soirées exceptionnelles prévues : Dîner de gala (janvier), Tentative de record du monde (construction LEGO)

JAUGE & GESTION DES FLUX

Jauge maximale : 800 visiteurs simultanés (estimée sur la base des surfaces et UP disponibles)
Entrée régulée : billetterie en ligne + comptage temps réel
Sorties de secours : 3 issues principales (niveau RDC), Signalisation conforme + éclairage de sécurité
Cheminements visiteurs : Circulation libre mais fluide (pas de sens unique), Aucun obstacle sur les parcours, Couloirs ≥ 1,40 m.

DISPOSITIF INCENDIE

Système d'alarme type 1 installé (bâtiment ERP de base conforme)
Extincteurs portatifs répartis dans chaque salle (CO₂ + eau pulvérisée)
Matériaux scénographiques : Classement au feu requis : M0 à M2 (certificats disponibles sur demande)

Personnel formé à l'évacuation : Agents d'accueil et animateurs formés, Régisseur sécurité identifié pendant toute l'ouverture

ACCESSIBILITÉ

Tous les espaces publics accessibles PMR

Élévateurs + WC adaptés

Supports en LSF, audiodescription, signalétique contrastée

DISPOSITIF SÛRETÉ

Agent de sécurité incendie SSIAP 1 minimum sur chaque plage horaire

Agents de sûreté (2 minimum) pour le contrôle des sacs et surveillance

Présence renforcée lors des événements spéciaux

Vidéosurveillance active (gérée par le site)

SECOURS AUX PERSONNES

Poste de premiers secours disponible (avec trousse validée)

Présence d'au moins 1 agent SST ou PSC1 en permanence

Collaboration prévue avec pompiers de Massy (fiche contact d'urgence annexée)

PIÈCES ANNEXES (à fournir)

- Plans d'implantation (accueil, cheminements, sorties, zones techniques)
- Attestations de classement au feu des matériaux (M0 à M2)
- Attestation d'assurance RC organisateur
- Certificat de conformité ERP du lieu
- Liste du personnel de sécurité + qualifications (SSIAP, SST)
- Plan de prévention / fiche procédure évacuation

Nous, soussignés Noémie EHOUMAN - chef de projet, agissant pour le compte de l'agence SYNKRO, attestons de notre pleine responsabilité dans la mise en œuvre des mesures de sécurité listées ci-dessus, en conformité avec la réglementation ERP applicable.

Fait à Paris , le 4 juillet 2025



SYNKRO

2

ANNEXE

LES DEVIS

CISPE – Compagnie Internationale de Sécurité Privée pour les Événements
Sécurité humaine – Incendie – Contrôle d'accès – Événementiel haut de gamme
 11 rue Léo Delibes, 75116 Paris
 +33 1 45 00 23 90 • contact@cispe.fr
 SIRET : 404 163 602 00048 • www.cispe.fr

DEVIS PROVISOIRE – SÉCURITÉ ÉVÉNEMENTIELLE HAUT DE GAMME

Client : Centre Pompidou Francilien

Événement : *Dîner des Amis – Exposition Picasso by LEGO*

Date : Samedi 30 janvier 2027

Lieu : Centre Pompidou Francilien – Massy

Nombre d'invités : 100 personnes (personnalités culturelles, mécènes, partenaires)

Objectifs de la mission :

Garantir une sécurité premium, visible mais discrète, pour un public sensible

Fluidifier l'accueil, les flux et les accès

Sécuriser les œuvres et la zone de cocktail/dîner

Prévoir une cellule de réaction en cas d'incident (évacuation, intrusion, malaise)

DÉTAIL DU DISPOSITIF PROPOSÉ

Poste	Description	Montant HT
2 agents filtrage & accueil	Entrée VIP, listing, détection comportement	1 200 €
3 agents rondiers	Ronde intérieure, zone œuvres, salle dîner	1 800 €
1 agent SSIAP 1 (incendie)	Contrôle extincteurs, surveillance technique	400 €
1 chef de poste coordinateur	Supervision du dispositif, lien organisateur	500 €
1 agent mobile en réserve	Présent hors-champ en back-up (sécurité renforcée)	300 €
Forfait matériel & radios	Gilets, badges, radios longue portée	400 €
Frais d'étude & plan de prévention	Déclaration préfectorale, audit de site	500 €
Présence sur site (13h–23h)	10h incluant briefing, sécurisation, démontage	inclus
Coordination & astreinte	Suivi depuis base CISPE Paris	500 €
Sous-total HT		5 600 €
TVA (20 %)		1 120 €
Total TTC		6 720 €

Forfait complémentaire haut de gamme

Surveillance renforcée, contrôle badge + vigie extérieure + double entrée

+ Supplément 2 750 € HT

→ Pour un **dispositif complet prestige**

| Supplément agents & logistique luxe | 2 750 € HT + 550 € de TVA = **3 300 € TTC** |

TOTAL TTC FINAL (forfait arrondi) : 10 000 € TTC

Conditions :

Devis valable 30 jours

50 % d'acompte à la commande

Carte professionnelle CNAPS obligatoire pour tous les agents

Chef de poste disponible pour repérage la veille

Assurance RC professionnelle incluse

Contact projet :

Jean-Baptiste Colin – Responsable Événementiel Grand Paris
jb.colin@cispe.fr | 01 45 00 23 90

NOVELTY PARIS

Sonorisation • Éclairage • Vidéo • Scénographie événementielle

53 avenue des Terroirs de France, 75012 Paris

+33 1 40 21 30 40 • contact@novelty.fr

SIRET : 348 543 298 00034 • www.novelty.fr

DEVIS PROVISOIRE – PRESTATION TECHNIQUE ÉVÉNEMENTIELLE

Client : Centre Pompidou Francilien

Événement : *Dîner des Amis – Exposition Picasso by LEGO*

Date : Samedi 30 janvier 2027

Lieu : Centre Pompidou Francilien – Massy

Nombre de participants : 100 convives

Durée estimée : 18h – 00h

PRESTATIONS TECHNIQUES COMPLÈTES INCLUSES

Sonorisation & diffusion :

Système son L-Acoustics – qualité concert, diffusion homogène

Micros HF pour discours & ambiance musicale

Pupitre + retour son scène

Câblage & patch scénique

Éclairage architectural & ambiance :

Mise en lumière scénographique de la salle

Projecteurs LED RGB, colonnes à effet & projecteurs sur batterie

Mise en valeur des œuvres LEGO + effet wash coloré type musée

Console d'éclairage & technicien dédié

Vidéo & projection :

Écran LED 3m / régie vidéo pour diffusion visuels ou logo

Captation simple (discours, ambiance)

Possibilité d'ajout de visuels LEGO / art numérique

Régie & logistique :

Régisseur général dédié (1 jour + repérage)

3 techniciens sur place de 13h à 00h

Livraison, montage, tests & démontage inclus

Transport camionnette technique (Paris > Massy)

TARIF FORFAITAIRE

Poste	Description technique	Montant HT
Sonorisation + micros + pupitre	L-Acoustics + diffusion complète	4 500 €
Éclairage architectural	LED, projecteurs, pupitres, console lumière	6 200 €
Vidéo / écran LED	Écran 3m + régie image + captation légère	4 000 €
Régie & personnel technique	Régisseur + 3 techniciens (installation & soirée)	5 500 €
Transport & logistique	Livraison, montage/démontage, repérage	1 200 €
Coordination & supervision	Gestion technique générale	1 000 €
Sous-total HT		22 400 €
TVA (20 %)		4 480 €
Total TTC (forfait arrondi)		28 400 € TTC

Conditions générales :

Devis valable 30 jours - 40 % d'acompte à la signature – Solde à réception - Accès au lieu requis la veille ou matin même - Assurance responsabilité civile incluse - Plan technique & repérage fournis sur demande

Contact projet :

Julie Descours – Chargée de production événementielle

julie@novelty.fr | 01 40 21 30 40

CHEF DANNY KHEZZAR

Cuisine contemporaine & événementielle haut de gamme

Paris • +33 6 55 22 44 11 • contact@dannykhezzar.com

SIRET : 898 123 456 00019

DEVIS PROVISOIRE – PRESTATION DÎNER GASTRONOMIQUE

Client : Centre Pompidou Francilien

Événement : *Dîner des Amis – Exposition Picasso by LEGO*

Date : Samedi 30 janvier 2027

Lieu : Centre Pompidou Francilien – Massy

Nombre de convives : 100 personnes

Service : Dîner assis gastronomique, en 4 temps

Inclus dans l'offre :

Création d'un menu gastronomique exclusif par le chef Danny Khezzar (4 plats : entrée, plat, fromage, dessert)

Produits frais, de saison, en circuit court

Maître d'hôtel en charge de la coordination du service

5 serveurs professionnels en tenue

1 chef + 3 cuisiniers sur place

Dressage & mise en valeur des plats

Vaisselle complète, verrerie, couverts haut de gamme

Gestion des flux & logistique cuisine mobile

Montage & démontage en autonomie totale

TARIF FORFAITAIRE

Poste	Détail	Montant HT
Élaboration & prestation culinaire	Menu 4 temps pour 100 personnes	6 500 €
Brigade cuisine & service	Chef, 3 cuisiniers, maître d'hôtel, 5 serveurs	2 000 €
Matériel & logistique	Vaisselle, verrerie, nappage, déplacement	500 €
Frais de coordination & production	Chef de projet, gestion administrative	300 €
Sous-total HT		9 300 €
TVA 7 % (restauration événementielle)		651 €
Total TTC (forfait arrondi)		10 000 € TTC

Conditions : Devis valable 30 jours - 50 % d'acompte à la commande – Solde à réception - Menu définitif à valider 20 jours avant l'événement - Prestations modulables sur demande (vin, amuse-bouches, menu végétarien...)

Contact projet :

Danny Khezzar – Chef exécutif

danny@dannykhezzar.com | 06 55 22 44 11

CÉDRIC GROLET*Pâtissier d'art – Créations sculptées et trompe-l'œil*

Paris – Le Meurice / Opéra / Saint-Germain

+33 1 42 65 44 77 • contact@cedricgrolet.com

SIRET : 812 345 678 00012

DEVIS PROVISOIRE – DESSERTS TROMPE-L'ŒIL "LEGO"**Client :** Centre Pompidou Francilien**Événement :** *Dîner des Amis – Exposition Picasso by LEGO***Date :** Samedi 30 janvier 2027**Lieu :** Centre Pompidou Francilien – Massy**Nombre de desserts :** 100 pièces individuelles**PRESTATION GASTRONOMIQUE PROPOSÉE****Création exclusive par Cédric Grolet :****100 desserts individuels “Trompe-l’œil LEGO” :** pièces uniques en forme de briques LEGO géantes**Saveurs au choix :** citron/yuzu – chocolat noir/tonka – fraise/basilic**Réalisation 100 % artisanale** dans les ateliers de Cédric Grolet Paris**Design sur-mesure** en lien avec l’univers de l’exposition Picasso by LEGO

Dressage en buffet ou service à l’assiette possible

Présentation artistique avec éléments colorés (support en sucre tiré ou chocolat)

TARIF FORFAITAIRE

Poste	Détail	Montant HT
Conception & fabrication desserts	100 desserts trompe-l’œil LEGO	1 400 €
Création artistique & moulage	Travail sur design, colorimétrie, finitions	300 €
Livraison réfrigérée sur site	Transport Paris > Massy avec conservation chaîne froide	100 €
Coordination & emballage	Présentoirs, contenants, protection artistique	80 €
Sous-total HT		1 880 €
TVA 6 % (pâtisserie artisanale)		113 €
Total TTC (forfait arrondi)		2 000 € TTC

Conditions : Devis valable 30 jours - Commande minimum : 100 pièces - Acompte de 70 % à la confirmation - Modèle final validé 10 jours avant l’événement - Présence du chef non incluse dans ce devis (en option)**Contact projet ;** Cédric Grolet – Chef pâtissier cedric@cedricgrolet.com | 01 42 65 44 77

TABLEAUX PARIS

Traiteur & Création culinaire artistique

18 rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 Paris

Tél : +33 1 42 56 78 90 | contact@tableauxparis.com

www.tableauxparis.com

DEVIS PROVISOIRE – PIÈCES COCKTAIL

Client : Centre Pompidou Francilien

Événement : Dîner des Amis – Exposition *Picasso by LEGO*

Date : Samedi 30 janvier 2027

Lieu : Centre Pompidou Francilien – Massy

Nombre d'invités : 100 personnes

Horaire : 18h30 à 19h45

Proposition gastronomique – Format cocktail

Sélection de 6 pièces salées et 3 pièces sucrées par invité

Total : 9 pièces x 100 invités = 900 pièces

Prestation	Description	Montant HT
Créations salées artistiques	Mini-bouchées inspirées des formes cubistes : - Tartare de saumon sur cube de polenta - Croustillant légumes d'hiver - Croquant chèvre & betterave - Sablé parmesan / mousse herbes - Chips de tapioca & crème truffée - Bouchée volaille façon Miro	800 EUR
Créations sucrées colorées	- Mini entremets citron-framboise - Macaron cubiste chocolat noir - Sphère chocolat blanc & fruits rouges	350 EUR
Livraison & mise en place	Livraison en caisses réfrigérées, installation sur buffet, reprise du matériel	250 EUR
Équipe de service (2h)	2 personnes pour installation et service du cocktail	200 EUR

Total HT : 1 600 EUR

TVA (20 %) : 320 EUR

TOTAL TTC : 1 920 EUR

Montant forfaitaire TTC arrondi : 2 000 EUR

Conditions générales :

Devis valable 30 jours - 50 % d'acompte à la signature - Solde à régler sous 10 jours après l'événement - Vaisselle éphémère incluse - Verrerie & boissons sur demande

Contact projet :

Inès Dussaut – Cheffe de projet événementiel

ines@tableauxparis.com | 06 24 90 11 58

CLÉMENT MAO-TAKACS

Direction d'orchestre & création musicale contemporaine

Paris – International

+33 6 52 88 77 91 • contact@clementmaotakacs.com

SIRET : 529 458 765 00022 • www.clementmaotakacs.com

DEVIS PROVISOIRE – PRESTATION MUSICALE LIVE

Client : Centre Pompidou Francilien

Événement : *Dîner des Amis – Exposition Picasso by LEGO*

Date : Samedi 30 janvier 2027

Lieu : Centre Pompidou Francilien – Massy

Nombre d'invités : 100 personnes

Format : Ensemble instrumental live – dîner assis

Horaire : 19h30 – 22h00

PRESTATION MUSICALE PROPOSÉE

Direction artistique :

Clément Mao-Takacs, chef d'orchestre et compositeur

Sélection d'œuvres classiques et contemporaines en lien avec l'univers de l'exposition (Picasso, Espagne, formes modernes)

Reprises arrangées en style minimaliste, cubiste ou impressionniste

Ensemble instrumental (6 artistes) :

1 violon

1 violoncelle

1 flûte traversière

1 piano (ou claviers portatifs selon conditions)

1 clarinette

1 chef d'orchestre (Clément Mao-Takacs)

Dispositif technique inclus :

Instruments, pupitres, éclairage sobre

Microphonie légère si nécessaire (type ambiance acoustique)

Installation & répétition sur site l'après-midi

TARIF FORFAITAIRE

Poste	Détail	Montant HT
Cachet Clément Mao-Takacs	Direction artistique & présence musicale	1 800 €
Cachets musiciens (5 x 750 €)	Membres de l'ensemble instrumental	3 750 €
Arrangement & sélection musicale	Coordination artistique, partitions, adaptation	700 €
Répétition + logistique sur site	Présence anticipée + installation	450 €
Transport instruments & équipe	Paris > Massy aller-retour	500 €
Sous-total HT		7 200 €
TVA (11 %, spectacle vivant)		792 €
TOTAL TTC (forfait arrondi)		8 000 € TTC

Conditions générales :

Devis valable 30 jours

40 % d'acompte à la confirmation

Solde à réception

Répertoire final validé avec le client 10 jours avant l'événement

Assurance responsabilité civile professionnelle incluse

Matériel scénique fourni par l'organisateur (option possible sur demande)

Contact projet :

Clément Mao-Takacs – Direction artistique

contact@clementmaotakacs.com | 06 52 88 77 91

 www.clementmaotakacs.com

ANNEXE

GESTION BUDGETAIRE

Centre Pompidou

PICASSO BY LEGO

Format & date de l'événement
6 Av. du Maréchal Koenig, 91300 Massy

Responsable marketing: Axelle Tubiana
Responsable commerciale : Léa Menager
Directrice artistique : Marie Chenavier
Trésorière : Noémie Ehouman
Responsable Entertainment : Farah Tortelier

Approche budgétaire v. - en date du 10/09/2025

RÉCAPITULATIF BUDGÉTAIRE

I.	CONCEPTION, CRÉATION ET PILOTAGE	92 525,00€
II.	CONTENU & DYNAMISATION	15 800,00€
III.	SITE - LOCATION DES ESPACES	PM Centre Pompidou
IV.	EXPOSITION GENERALE	127 000,00€
V.	DÎNER DES AMIS DU CENTRE POMPIDOU	90 550,00€
VI.	ESPACE VIP	19 344,00€
VII.	RÉGIE - SÉCURITÉ - LOGISTIQUE D'EXPLOITATION	35 700,00€
VIII.	COMMISSION POUR MAITRISE D'OEUVRE	34 607,28€
	TOTAL BUDGET HT	415 526,28 €
	TOTAL BUDGET TTC *	498 631,54 €
	* Taux de TVA à 20.0%	

APPROCHE BUDGÉTAIRE DÉTAILLÉE

I. CONCEPTION, CRÉATION ET PILOTAGE92 525,00€

1 - CONCEPTION ET CRÉATION5 000,00 €

	Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Forfait conception d'événement	Recherche de lieux Recommandation créative Recommandation de moyens Approche budgétaire détaillée	1	unité	1	forfait	5 000,00 €	5 000,00 €

2 - DIRECTION ET SUIVI DE PROJET39 175,00 €

	Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Directeur général							
	Coordination et management des équipes	1	pers	2	jour	700,00 €	1 400,00 €
	Préparation et participation aux réunions et comités de pilotage	1	pers	1	jour	700,00 €	700,00 €
	Supervision de la mise en œuvre opérationnelle	1	pers	1	jour	700,00 €	700,00 €
	Supervision des éléments de dynamisation et de contenu	1	pers	0	jour	700,00 €	- €
	Répétitions	1	pers	0	jour	700,00 €	- €
	Exploitation	1	pers	1	jour	700,00 €	700,00 €
	Debriefing / bilan post-événement	1	pers	0,5	jour	700,00 €	350,00 €
Directeur de projet							
	Coordination et management de l'équipe opérationnelle (création, production, logistique)	1	pers	2	jour	600,00 €	1 200,00 €
	Préparation et participation aux réunions et comités de pilotage	1	pers	1	jour	600,00 €	600,00 €
	Rédaction compte rendus de réunions	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
	Repérage	1	pers	0,5	jour	600,00 €	300,00 €
	Préparation et suivi de la mise en œuvre opérationnelle	1	pers	2	jour	600,00 €	1 200,00 €
	Rencontre avec les intervenants	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
	Préparation et suivi des éléments de dynamisation, de contenu	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
	Réalisation du conducteur / déroulé de l'événement	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
	Conférence de rédaction	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
	Montage	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
	Répétitions	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
	Exploitation	1	pers	2	jour	600,00 €	1 200,00 €
	Debriefing / bilan post-événement	1	pers	1	jour	600,00 €	600,00 €
Chef de projet							
	Coordination et management de l'équipe opérationnelle (création, production, logistique)	1	pers	5	jour	450,00 €	2 250,00 €
	Préparation et participation aux réunions et comités de pilotage	1	pers	3	jour	450,00 €	1 350,00 €
	Rédaction compte rendus de réunions	1	pers	1,5	jour	450,00 €	675,00 €
	Repérage	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
	Préparation et suivi de la mise en œuvre opérationnelle	1	pers	5	jour	450,00 €	2 250,00 €
	Rencontre avec les intervenants	1	pers	0	jour	450,00 €	- €
	Préparation et suivi des éléments de dynamisation, de contenu	1	pers	4	jour	450,00 €	1 800,00 €
	Réalisation du conducteur / déroulé de l'événement	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
	Conférence de rédaction	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
	Montage	1	pers	2	jour	450,00 €	900,00 €
	Répétitions	1	pers	2	jour	450,00 €	900,00 €
	Exploitation	1	pers	6	jour	450,00 €	2 700,00 €
	Debriefing / bilan post-événement	1	pers	2	jour	450,00 €	900,00 €

Assistant chef de projet						
Préparation documents réunions et comités de pilotage	1	pers	2,5	jour	300,00 €	750,00 €
Organisation rendez-vous intervenants	1	pers	2	jour	300,00 €	600,00 €
Communication inter équipes projet et opérationnelle	1	pers	2	jour	300,00 €	600,00 €
Récupération aide-visuelles intervenants	1	pers	1	jour	300,00 €	300,00 €
Diffusion éléments de communication / assistanat auprès du chef de projet	1	pers	10	jour	300,00 €	3 000,00 €
Montage	1	pers	2	jour	300,00 €	600,00 €
Répétitions	1	pers	2	jour	300,00 €	600,00 €
Exploitation	1	pers	6	jour	300,00 €	1 800,00 €
Debriefing / bilan post-événement	1	pers	2	jour	300,00 €	600,00 €
Scénographe						
Conception de l'agencement (déco et lumière) des espaces scéniques (ou autres espaces)	1	pers	4	jour	550,00 €	2 200,00 €
Suivi de fabrication et de mise en œuvre dans le respect de la conception générale présentée	1	pers	2	jour	550,00 €	1 100,00 €
Directeur artistique						
Définition de la direction artistique globale (graphique, scénographique et vidéo)	1	pers	1	jour	600,00 €	600,00 €
Coordination des déclinaisons graphiques et scénographiques	1	pers	2	jour	600,00 €	1 200,00 €
Suivi de la fabrication et de la mise en œuvre	1	pers	2	jour	600,00 €	1 200,00 €
Montage	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
Répétitions	1	pers	0	jour	600,00 €	- €
Exploitation	1	pers	0	jour	600,00 €	- €

3 - DIRECTION ET SUIVI DE LOGISTIQUE & PRODUCTION

48 350,00 €

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Directeur de production						
Etude de faisabilité	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Elaboration du budget	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Repérage	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Elaboration du cahier des charges prestataires	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Gestion appels d'offres fournisseurs	1	pers	2	jour	550,00 €	1 100,00 €
Sélection des fournisseurs	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Constitution de l'équipe opérationnelle	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Gestion administrative et financière	1	pers	2	jour	550,00 €	1 100,00 €
Suivi de fabrication	1	pers	5	jour	550,00 €	2 750,00 €
Constitution de l'équipe opérationnelle	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Montage	1	pers	3	jour	550,00 €	1 650,00 €
Répétitions	1	pers	2	jour	550,00 €	1 100,00 €
Exploitation	1	pers	3	jour	550,00 €	1 650,00 €
Démontage	1	pers	2	jour	550,00 €	1 100,00 €
Post-production : rendu financier	1	pers	2	jour	550,00 €	1 100,00 €
Assistant de production						
Etude de faisabilité	2	pers	0	jour	350,00 €	- €
Elaboration du budget	2	pers	0	jour	350,00 €	- €
Repérage	2	pers	1	jour	350,00 €	700,00 €
Elaboration du cahier des charges prestataires	2	pers	0	jour	350,00 €	- €
Gestion appels d'offres fournisseurs	2	pers	0	jour	350,00 €	- €
Sélection des fournisseurs	2	pers	0	jour	350,00 €	- €
Constitution de l'équipe opérationnelle	2	pers	0	jour	350,00 €	- €
Gestion administrative et financière	2	pers	1	jour	350,00 €	700,00 €
Suivi de fabrication	2	pers	5	jour	350,00 €	3 500,00 €
Constitution de l'équipe opérationnelle	2	pers	0	jour	350,00 €	- €
Calage réunions internes et externes, repérages...	2	pers	2	jour	350,00 €	1 400,00 €
Montage	2	pers	3	jour	350,00 €	2 100,00 €
Répétitions	2	pers	2	jour	350,00 €	1 400,00 €
Exploitation	2	pers	3	jour	350,00 €	2 100,00 €
Démontage	2	pers	2	jour	350,00 €	1 400,00 €
Post-production : rendu financier	2	pers	2	jour	350,00 €	1 400,00 €
Directeur technique						
Repérages techniques	1	pers	1	jour	500,00 €	500,00 €
Montage dossier technique / réalisation des plans	1	pers	3	jour	500,00 €	1 500,00 €
Etude de faisabilité technique	1	pers	1	jour	500,00 €	500,00 €
Rédaction du plan de prévention	1	pers	0,5	jour	500,00 €	250,00 €
Rédaction du dossier sécurité	1	pers	0,5	jour	500,00 €	250,00 €
Validité des installations	1	pers	0	jour	500,00 €	- €
Elaboration et suivi des plannings par corps de métiers	1	pers	0,5	jour	500,00 €	250,00 €
Montage	1	pers	3	jour	500,00 €	1 500,00 €
Répétitions	1	pers	2	jour	500,00 €	1 000,00 €
Exploitation	1	pers	1	jour	500,00 €	500,00 €
Démontage	1	pers	0	jour	500,00 €	- €

Régisseur général exposition						
Repérage technique	1	pers	1	jour	2 600,00 €	2 600,00 €
Réalisation des plans d'implantation		pers		jour		- €
Constitution des équipes techniques		pers		jour		- €
Réunion de préparation		pers		jour		- €
Montage		pers		jour		- €
Répétitions		pers		jour		- €
Exploitation		pers		jour		- €
Démontage		pers		jour		- €
Régisseur soirée						
Réunion de préparation	1	pers	1	jour	350,00 €	350,00 €
Montage	1	pers	1	jour	350,00 €	350,00 €
Répétitions	1	pers	1	jour	350,00 €	350,00 €
Exploitation	1	pers	1	jour	350,00 €	350,00 €
Démontage	1	pers	1	jour	350,00 €	350,00 €
Directeur photo exposition						
Repérages techniques		pers		jour		- €
Montage dossier technique / réalisation des plans		pers		jour		- €
Suivi de production technique		pers		jour		- €
Montage		pers		jour		- €
Répétitions		pers		jour		- €
Exploitation		pers		jour		- €
Directeur logistique soirée						
Etude de faisabilité / recherches logistiques	1	pers	2	jour	450,00 €	900,00 €
Elaboration et suivi du budget logistique	1	pers	0	jour	450,00 €	- €
Définition du cahier des charges logistique	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
Sélection des fournisseurs	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
Gestion administrative et financière	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
Constitution de l'équipe opérationnelle logistique	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
Suivi de fabrication	1	pers	3	jour	450,00 €	1 350,00 €
Gestion des inscriptions et retours	1	pers	2	jour	450,00 €	900,00 €
Gestion des pré et post acheminements	1	pers	2	jour	450,00 €	900,00 €
Montage	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
Exploitation	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
Démontage	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €
Bilan post-opération	1	pers	1	jour	450,00 €	450,00 €

II. CONTENU & DYNAMISATION

15 800,00€

1 - CONTENU

15 800,00 €

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Graphiste						
Création de l'identité graphique	1	pers	1	jour	12 500,00 €	12 500,00 €
Finalisation des documents dans la phase d'exécution, préparation des documents pour impr	1	pers	5	jour	550,00 €	2 750,00 €
Déclinaisons logo bandeau site et email - Plateforme d'inscription	1	pers	1	jour	550,00 €	550,00 €
Infodécor & Jingles / Vidéos :		unité		provision		- €
- Production de sujets vidéo						
- Adaptation de sujets vidéos						
- Création d'infodécor et jingles						
Recherche et achats d'image						PM Centre Pompidou
messages clés / point forts de la stratégie						

III. SITE - LOCATION DES ESPACES

PM Centre Pompidou

1 - LOCATION DES ESPACES

PM Centre Pompidou

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
<i>Exposition</i>						
Montage						PM Centre Pompidou
Exploitation						PM Centre Pompidou
Démontage						PM Centre Pompidou
<i>Soirée</i>						
Montage						PM Centre Pompidou
Exploitation						PM Centre Pompidou
Démontage						PM Centre Pompidou

2 - FRAIS INHÉRENTS AU SITE

PM Centre Pompidou

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Prestations annexes obligatoires						PM Centre Pompidou
Régisseur salle						PM Centre Pompidou
Agent de sécurité						PM Centre Pompidou
Agent SSIAP2						PM Centre Pompidou
Permanence ménage						PM Centre Pompidou
Nettoyage final des espaces						PM Centre Pompidou
Réseau / WIFI						PM Centre Pompidou
Forfait fluides						PM Centre Pompidou
Autre(s)						PM Centre Pompidou

16

VI. ESPACE VIP 19 344,00€

1 - RESTAURATION 0,00€

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Cocktail						PM Client / A définir
Personnel de service						PM Client
Art de la table & mobilier	1	unité	1	provision	6 000,00 €	PM Client
Transport	1	unité	1	provision	1 200,00 €	PM Client
Récupération des surplus alimentaires	1	unité	1	provision	650,00 €	PM Client

2 - ENCADREMENT - PERSONNEL D'ACCUEIL & SECURITE 19 344,00€

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Journée						
Hôte.sse.s	52	unité	52	provision	184,00 €	9 568,00 €
Uniformes						INCLUS
						- €
Agent.e.s de sécurité		unité	52	provision	188,00 €	9 776,00 €

VII. RÉGIE - SÉCURITÉ - LOGISTIQUE D'EXPLOITATION 35 700,00€

1 - FRAIS DE VIE - FRAIS DE RÉGIE 13 700,00€

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Catering staff soirée	1	unité	1	provision	4 000,00 €	4 000,00 €
Location matériel technique complémentaire	1	unité	1	provision	1 500,00 €	1 500,00 €
Frais de régie divers	1	unité	1	provision	2 000,00 €	2 000,00 €
Divers & imprévus	1	unité	1	provision	5 000,00 €	5 000,00 €
Tests techniques et maintenance	1	unité	1	provision	1 200,00 €	1 200,00 €

2 - SÉCURITÉ - ETUDE ET CONTRÔLE DES INSTALLATIONS 22 000,00€

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Vérification des installations électriques	1	unité	1	provision	2 000,00 €	2 000,00 €
Vérification structures	1	unité	1	provision	2 000,00 €	2 000,00 €
Surveillance zones sensibles	1	unité	1	provision	4 000,00 €	4 000,00 €
Sécurité événementielle	1	unité	1	provision	10 000,00 €	10 000,00 €
Matériel de sécurité	1	unité	1	provision	4 000,00 €	4 000,00 €

3 - PRÉVENTION SECOURS PM Centre Pompidou

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Prévention secours						PM Centre Pompidou

4 - DROITS ET ASSURANCES PM Centre Pompidou & Agence

Descriptif	Nbr/Qté	Réf	Qté	Unité	Prix unitaire	Total ligne
Assurances divers						PM Centre Pompidou & Agence

VIII. COMMISSION POUR MAITRISE D'OEUVRE 34 607,28€

1 - COMMISSION 34 607,28€

	Réf	Qté		Prix unitaire	Total ligne
hors poste I - Conception, Création et Pilotage	hono	12,00%	forfait	288 394,00 €	34 607,28 €

TOTAL BUDGET HT 415 526,28 €

TOTAL BUDGET TTC * 498 631,54 €

* Taux de TVA à 20,0%

Conditions de règlement :

Acompte 1 à hauteur de 50% à la signature
Acompte 2, à hauteur de 30% à
J-30 de l'événement
Le solde à la fin de l'événement

Signature du devis par Centre Georges Pompidou, représenté par Alexandre Aumis
Le : 15 septembre 2025
À : Paris

Signature du devis par l'agence Synkro, représenté par Noémie EHOUMAN
Le : 15 septembre 2025
À : Paris

2026

APPEL À PROJETS
"FAIRE VIVRE LE CENTRE
POMPIDOU HORS DE SES MURS
(2025-2030)"



UNE PROPOSITION D'EXPÉRIENCE ARTISTIQUE LUDIQUE
ET PARTICIPATIVE POUR MASSY



UN PROJET IMAGINÉ ET DÉVELOPPÉ PAR L'AGENCE SYNKRO