

09 octobre 2014

Niji compose et orchestre la stratégie digitale de la Philharmonie de Paris.



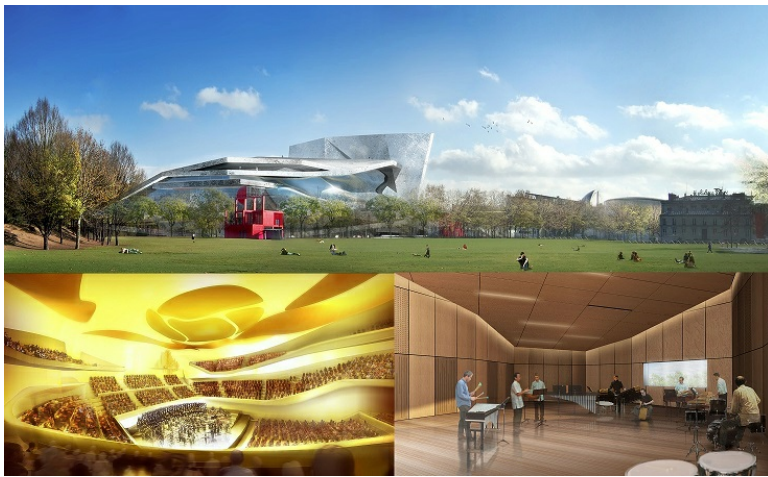
PHILHARMONIE DE PARIS

Offrir à tous les publics de la Philharmonie de Paris, une nouvelle expérience digitale, simple d'utilisation, riche en contenus et cohérente sur web, mobile et tablette, tels sont les objectifs de la politique numérique proposée et coordonnée par Niji au profit de ce nouvel établissement public entièrement consacré à la musique « sous toute ses formes », et qui ouvrira début 2015 à Paris. Niji confirme ainsi son leadership dans l'accompagnement stratégique de ses clients au service de leur rayonnement numérique.

Issy-les-Moulineaux, jeudi 9 octobre 2014 - Niji, société de conseil, de design et de technologies focalisée sur les usages numériques, accompagne dans sa réflexion stratégique et digitale la Philharmonie de Paris, nouvel établissement public portée par l'État et la Ville de Paris, avec le soutien de la Région Île-de-France.

La Philharmonie de Paris, véritable maison des orchestres

Cette nouvelle structure, à l'architecture innovante, signée Les Ateliers Jean Nouvel, s'articule autour de salles de concert, d'espaces de répétition, d'un pôle éducatif, de surfaces d'expositions et d'une médiathèque. A l'image de sa grande salle de concert de 2 400 places avec une scène entièrement enveloppée par l'auditoire, l'ensemble du bâtiment a été imaginé et conçu pour **mettre en valeur toutes formes d'expression musicale** (symphonie, rock, jazz, musiques du monde,...) **tout en renforçant le sentiment d'intimité entre les interprètes et leur public aux horizons divers.**



Un accompagnement stratégique et pragmatique.

Afin de répondre à un double objectif (s'adresser en priorité à un public jeune, mélomane mais pas expert et mettre en valeur l'épaisseur du catalogue de concerts et des animations pédagogiques proposés, issu notamment de la fusion de la Philharmonie de Paris avec la Cité de la Musique), Niji a structuré dès fin 2013 une mission de cadrage et de pilotage stratégique autour de six grandes étapes :

- **Réalisation d'un benchmark digital** des grands établissements culturels et musicaux dans le monde ; écoute active des différents protagonistes du projet pour collecter leurs attentes, leurs exigences et leurs doutes en termes de recrutement, d'accueil et de fidélisation des publics
- **Définition d'un parcours visiteur complet** (apprendre, découvrir, s'informer, rechercher, acheter, se divertir, visiter, se repérer, échanger, donner, partager, ...) cohérent à la fois sur web, mobile et tablette
- **Structuration d'une road map digitale** à la lumière des priorités et des objectifs du projet
- **Audit technologique des infrastructures existantes** et des accostages requis en termes de système d'information
- **Définition de la stratégie de consultation du marché**, formalisation de l'appel d'offre public y compris le volet administratif, gestion de la phase de consultation et aide au choix d'un prestataire pertinent
- **Pilotage de la réalisation et de la mise en œuvre des dispositifs digitaux** attendus par le prestataire retenu, sur la base d'un reporting adéquate.

« Nous sommes heureux d'accompagner La Philharmonie de Paris dans ses réflexions digitales et d'avoir défini ensemble une expérience visiteur innovante avec une véritable logique de services » déclare **Marc Morel, Directeur des activités de Conseil de Niji**. « Cette mission illustre parfaitement la pertinence de la proposition de valeur de Niji, notamment dans sa dimension conseil qui allie de manière unifiée capacité d'écoute et d'analyse, pertinence méthodologique et retour d'expérience ».

« La Philharmonie de Paris va être un lieu exceptionnel au service d'un projet culturel, artistique et pédagogique novateur » souligne **Hugues de Saint-Simon, Secrétaire Général de la Cité de la Musique**. « Le dispositif digital associé va relayer cette ambition et susciter de manière récurrente l'intérêt des visiteurs pour des interactions fréquentes, diverses et engageantes. L'accompagnement de Niji nous a été très précieux pour tenir ces objectifs malgré la complexité, souvent masquée, des dispositifs digitaux performants d'aujourd'hui. Rendez-vous sur le web, les mobiles et les tablettes en janvier 2015 ! ».

« L'ouverture de la Philharmonie de Paris en janvier 2015 célébrera la concrétisation d'un très beau et long projet aux facettes multiples » précise **Jean-Sébastien Basset, Responsable de la stratégie digitale web et mobile au sein du programme Philharmonie**. « Le volet digital a nécessité la coordination d'un très grand nombre de contributeurs. L'équipe pluridisciplinaires de Niji a permis de tenir les délais et de veiller à respecter les contraintes économiques associées ».

Crédits Photos : Vue depuis le parc de la Villette © Philharmonie de Paris – Ateliers Jean Nouvel / Grande salle © Philharmonie de Paris – Didier Ghislain / Salle répétitions percussions © Philharmonie de Paris – Didier Ghislain

Contact Relations Presse
Frédéric PAYEN
Directeur Marketing et Communication