



## Introduction : la question du sens ?

### 1) Regards sur : « communiquer l'architecture »

#### 1.1) La question des besoins :

« C'est l'art de la polyvalence... »

« On gère aussi les prestataires, les dossiers de candidature » → **Mise en évidence du besoin des communicants**

Mais attention, en agence d'architecture, la question de la communication ne peut pas être traitée uniquement via les outils traditionnels (internet, réseaux sociaux...) et passe aussi par le dossier de candidature.

**Un « dossier de communication »** : une mission administrative qui renvoie à la représentation, la valorisation de l'image. Un travail qui peut mettre en évidence le savoir-faire du communicant : quelles limites ? quelles manières de faire ?

« Il nous faut aussi mieux comprendre **les contraintes** du métier d'architecte... »

« ... ou encore **l'importance** de la communication. ». Les architectes sont conscients que tout le monde doit communiquer, mais ils disent être en perte de repères vis-à-vis de cette profession médiatique. « C'est flou, pas clair ! »

#### 1.2) La question des compétences :

**Design graphique / édition / communication : à chacun ses compétences !**

Nous sommes souvent attirés par une affiche, une image de qualité !  
→ de l'importance de la photographie en architecture / de capter les visions d'architectes.  
Or, nous pouvons établir une différence entre **la communication culturelle** et la **logique mercantile** du marketing : « quelle place donnée à l'architecture face au business ou à l'ambition culturelle ? »

Moi, « **je compte sur le bouche à oreille, je fais de la communication à ma façon...** » : quelle relation-client ? quelle valeur des choses ? quel budget ?

« **En communication, on croit savoir tout faire !** » Il s'agit ici de sensibiliser : jouer sur l'approche projet, le rapport de l'architecture et la notion de communication ... Révéler davantage la valeur de nos métiers comme un véritable apport supplémentaire, une réelle valeur ajoutée.

« Si on appelle un pro de la communication, c'est pour **mieux atteindre les cibles** ».

### 1.3) La question des approches :

#### **Des profils différents pour différentes approches :**

Les architectes ont le choix entre des agences de communication (dites traditionnelles) des agences de communication spécialisée en architecture, des freelances / indépendants en communication -> confier sa communication, c'est aussi créer une relation qui nous correspond, développer des liens, comme des relations uniques.

**Consultante en communication pour les architectures :** « c'est accompagner les architectes dans leur besoins ponctuels ou une stratégie plus globale, mais c'est surtout s'intéresser à la question de quoi montrer ? ».

La nécessité de **s'interroger sur place de l'espace dans les processus de la communication.**  
« On se saisit des outils, mais on doit être accompagner pour construire / formuler les messages à délivrer {...} Se faire accompagner c'est rassurant et confortable, c'est aussi faire confiance aux expertises de vrais professionnels pour mener une stratégie efficace, c'est aussi s'assurer, pour plus tard, davantage de retombées. »

La possibilité de **travailler avec les architectes au service d'un projet urbain spécifique**, avec et pour des projets d'architectures...

« Envisager une agence d'anti-com où l'approche de la com n'est pas celle du coups de com...mais plutôt celle des appels à projets, appels à idées ».