

## Le musée de l’Armée Invalides confie à Insign la refonte de son identité

Communiqué de presse - Paris, le 10 février 2026

Site emblématique du paysage parisien, les Invalides occupent une place unique dans l’imaginaire collectif. Si le monument est universellement reconnu, le musée de l’Armée qu’il abrite souhaite aujourd’hui renforcer sa visibilité et la lisibilité de son offre culturelle auprès de tous les publics. C’est dans ce contexte que le musée de l’Armée Invalides a choisi l’agence Insign pour repenser son identité.

Cette réflexion intervient dans un moment particulièrement favorable. L’année 2025 s’est conclue par un niveau de fréquentation inédit depuis dix ans, avec 1,45 million de visiteurs, plaçant le musée de l’Armée au 4e rang des musées parisiens. Un succès qui confirme l’attractivité du site et ouvre une nouvelle étape de valorisation de son identité culturelle.



[TÉLÉCHARGER LES VISUELS HD ICI](#)

### Faire émerger la vitalité et la diversité de l'expérience proposée

Au-delà de sa notoriété architecturale, le musée entend désormais affirmer pleinement la pluralité de ses contenus et la vitalité de sa programmation : collections permanentes et temporaires, expositions, conférences, concerts, projections, événements, animations pour les enfants et publications composent une offre culturelle riche et accessible à tous, tous les jours, toute l’année.

L’enjeu consiste à s’appuyer sur la force symbolique du monument pour révéler pleinement la diversité des expériences proposées et affirmer le musée comme un lieu de culture vivant, ouvert à des publics variés, visiteurs internationaux comme nationaux, en particulier de la jeune génération.



### Une identité au service d’une mission culturelle, mémorielle et scientifique

Insign accompagne le musée de l’Armée dans la conception d’une nouvelle plateforme de marque, le déploiement d’une charte graphique complète en print et digital, la création de templates multi supports et l’élaboration d’un concept de communication unifié et déclinable.

« Le musée de l’Armée est un lieu profondément vivant, au croisement de la mémoire, de l’histoire et de la recherche scientifique. Repenser son identité, c’est lui permettre de mieux exprimer cette vitalité, d’unifier ses prises de parole et de rendre plus lisible la richesse de ses missions auprès de tous les publics », explique Lionel Cuny, président de l’agence Insign.

Cette nouvelle identité vise à renforcer la lisibilité et l’accessibilité du musée sur l’ensemble de ses points de contact, qu’ils soient physiques ou numériques, tout en respectant la singularité patrimoniale du lieu.

### Clarté, impact et transmission

L’enjeu dépasse la seule refonte graphique. Il s’agit de bâtir une marque institutionnelle capable de parler aussi bien aux visiteurs familiers qu’aux publics novices, aux touristes internationaux comme aux habitants du territoire, dans une approche inclusive, cohérente et durable.

« Nous avons conçu l’identité comme un organisme vivant, à l’image du musée lui-même. Le dôme iconique des Invalides devient la matière première d’un nouveau territoire graphique qui reconfigure une architecture emblématique en un système modulaire et propriétaire. Cette identité respire avec le lieu, se déploie et se fragmente pour incarner la vitalité d’un espace en perpétuelle évolution. », souligne Franck Luminier, directeur de la création chez Insign.

Déployée progressivement sur les supports institutionnels, les outils de communication et les réseaux sociaux, cette nouvelle identité marque une étape importante dans l’affirmation du musée de l’Armée Invalides comme un acteur culturel majeur, ancré dans l’histoire et pleinement tourné vers ses publics d’aujourd’hui et de demain.

### À propos d'INSIGN

Créé en 2010, Insign est une agence indépendante de conseil en stratégie et design qui accompagne les dirigeants dans le développement de leurs entreprises pour améliorer leur performance et créer un impact significatif. Insign conseille et intervient en business, marketing et design sur les leviers clés de performance – la marque, la tech et l’humain – et produit des solutions objectivées et créatives. Répartie sur plusieurs sites (Paris, Lyon, Tournon-sur-Rhône, Dakar, Los Angeles, New York), Insign est composée de 200 consultants et est détenue à 45 % par ses collaborateurs avec un investisseur unique (Evolem). Parmi ses clients : Ada, Agence du Service Civique, Bjorg, Cegid, Fresh, Forvis Mazars, Geopost, Hiscox, Michelin, La Marine Nationale, RAS Intérim, SEPHORA, SIG...

<https://www.insign.fr>

### Contact Presse

Mélina Chiabaut Communication - [contact@melinachiabaut.com](mailto:contact@melinachiabaut.com)