EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Séance du 1er juillet 2014

Le premier juillet deux mille quatorze, à 14h30, le Conseil d'administration de l'établissement public de coopération culturelle « Musée du Louvre – Lens » s'est tenu au siège dudit établissement, sur convocation du Président du Conseil d'Administration.

Présents: Jean-Jacques Alllagon, Béatrice Andre-Salvini, Cathy APOURCEAU-POLY, Hervé BARBARET, Anne-Laure BEATRIX, Jean-François CARON, Eric CASSOU-RIBEHART, Marie-Christiane DE LA CONTE, Philippe DUQUESNOY, Jannic DURAND, Claudia FERRAZZI, Catherine GENISSON, Sophie JUGIE, Jean-Yves LARROUTUROU, Yannick LINTZ, Jean-Luc MARTINEZ, Bernard PACORY, Daniel PERCHERON, Pascal PERRAULT, Evelyne REBOUL, Sylvain ROBERT, Anne-Solène ROLLAND

Pouvoirs: Vincent POMAREDE à Jean-Luc MARTINEZ

Excusé(e)s: Dominique BUR représenté par Pierre CLAVREUIL, Frédéric CHEREAU, Françoise COOLZAET, Christophe PILCH, Vincent POMAREDE, Philippe RAPENEAU, Anne-Sophie TASZAREK

Assistaient également à la séance :

Région - Nord-de-Calais : Elvire PERCHERON

Musée du Louvre-Lens : Catherine FERRAR, Xavier DECTOT, Juliette GUEPRATTE,

Luc PIRALLA, Raphaël WOLFF

Ville de Lens : Manuel GONZALES, Carole BOGAERT, Hélène CORRE

Le quorum étant atteint et les membres du Conseil d'administration ayant été convoqués le 6 juin 2014 dans les conditions fixées par les statuts, le Conseil d'administration peut valablement délibérer.

Madame Anne-Solène ROLLAND est désignée comme secrétaire de séance.

Musée du Louvre-Lens 6 rue Charles Lecocq - Lens

T +33 (0)3 21 18 62 62

Correspondance administrative Monsieur le Directeur de l'EPCC Musée du Louvre-Lens

B.P. 11 - 62301 Lens Cedex France

www.louvrelens.fr



Délibération nº 2014 14

Vu le code général des collectivités territoriales, et notamment ses articles L. 1431-1 à 1431-9, L 1612-12 et R. 1431-1 à R. 1431-21 ;

Vu la loi 2006-723 du 22 Juin 2006 modifiant le code général des collectivités territoriales et la loi n°2002-6 du 4 janvier 2002 modifiée relative à la création des établissements publics de coopération culturelle ;

Vu le décret 2002-1172 du 11 Septembre 2002 relatif aux établissements publics de coopération culturelle et modifiant la partie réglementaire du code général des collectivités territoriales.

Vu l'arrêté du Préfet de la Région Nord Pas-de-Calais du 3 décembre 2010 portant création de l'établissement public de coopération culturelle « *Musée du Louvre - Lens* »,

Vu les statuts de l'Etablissement Public de Coopération Culturelle,

RAPPORT DE PRESENTATION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION : RAPPORT D'ACTIVITES 2013

Depuis l'inauguration du musée, le 4 décembre 2012, c'est autour de cette ambition et plus globalement de la mise en œuvre du projet scientifique et culturel que toute l'action du musée se tend. En 2013, elle s'est retrouvée dans tous les aspects du musée.

C'est le cas dans sa programmation d'expositions tout d'abord. Une quinzaine d'œuvres de la Galerie du Temps ont été renouvelées, avec notamment l'arrivée de deux grands tableaux d'Ingres, le portrait du Duc d'Orléans et Œdipe expliquant l'énigme du Sphinx, et de l'Autoportrait avec un ami de Raphaël. Quant aux expositions, après celle d'ouverture consacrée à la Renaissance et appuyée essentiellement sur des œuvres du Louvre et de quelques institutions parisiennes, le musée a produit, en 2013, deux expositions majeures, l'Europe de Rubens puis Les Étrusques et la Méditerranée. Par-delà leur indéniable succès en matière de fréquentation (l'une comme l'autre ont attiré plus de 1000 visiteurs/jour), elles ont été l'occasion d'ancrer le musée dans le paysage international, par des prêts venus de toute l'Europe et d'Outre-Atlantique et, pour la seconde, par une coorganisation avec Palaexpo qui a abouti à sa présentation au Palazo delle Esposizioni à Rome en 2014.

Au-delà, les premiers indicateurs disponibles montrent que, en 2013, le Louvre-Lens a commencé à remplir les ambitions qu'il porte. Les chiffres bruts de fréquentation (863 117 visiteurs sur l'année) sont, à ce titre, moins intéressants que leur détail : 55% de visiteurs originaires du Nord-Pas de Calais, dont plus de 100 000 venus de l'arrondissement de Lens, témoignent de l'appropriation du musée par le public du territoire. Un autre chiffre en témoigne, les plus de 20% d'employés et d'ouvriers que l'on retrouve parmi les visiteurs, une part très nettement supérieur à ce que l'on constate d'habitude dans les établissements culturels. Mais le public national et international est également présent, l'immense succès du musée auprès des visiteurs venus de Belgique et des Pays-Bas faisant du néerlandais, de loin, la deuxième langue du Louvre-Lens.

Ce succès, notamment auprès du public du territoire, s'explique par une action permanente en direction de tous les visiteurs, commencée dès avant l'ouverture du musée par un porte-à-porte des médiateurs dans Lens et, auparavant, par la Maison du projet. Il repose aussi largement sur les actions menées depuis l'ouverture en direction du public scolaire et associatif, mais aussi, de façon très volontariste, du public dit du champ social, que le Louvre-Lens cherche à conquérir y compris par des actions individuelles.

En termes de communication, l'intérêt né au moment de la semaine d'ouverture, entamée par l'inauguration par le président de la République, s'est maintenu tout au long de l'année, comme en témoignent les nombreuses retombées dans les médias nationaux et internationaux. Du côté des entreprises, l'intérêt a également été croissant, puisqu'aux côté des mécènes des expositions (Caisse d'Épargne, Total, Eiffage, la SANEF) ou d'autres actions du musée, ce sont 40 entreprises qui ont rejoint le cercle Louvre-Lens entreprises.

Cette première année d'ouverture a aussi été l'occasion de structurer et de renforcer les liens avec le Louvre et les collectivités partenaires, au premier rang desquelles la région Nord-Pas de Calais, principal financeur du projet, le département du Pas-de-Calais, la communauté d'agglomération de Lens-Liévin et la ville de Lens. Sans elles, le Louvre-Lens n'aurait jamais pu atteindre ses objectifs.

Des actions ont également été menées avec de nombreuses autres collectivités et musées du territoire. Avec ces derniers, notamment, ont été montées des actions

d'échanges de publics (le LAM, le musée de l'Hôtel Sandelin) ou de communication croisée (le Palais des Beaux-Arts de Lille).

Le Louvre-Lens, c'est aussi une équipe, soixante-dix-huit personnes dans l'établissement public, près de deux cent trente à travailler sur site, dont il convient, au terme de cette introduction, de saluer le travail accompli pendant cette année, souvent difficiles. Ce sont elles qui ont assuré le fonctionnement quotidien, pas toujours facile, du Louvre-Lens et qui lui ont permis d'atteindre ses premiers objectifs.

Le succès du Louvre-Lens ne se mesurera qu'à long terme. Néanmoins, ce n'est pas sans une certaine fierté que l'on peut, aujourd'hui, tirer le bilan de cette année 2013.

Le Conseil d'Administration, après en avoir délibéré, décide à l'unanimité :

De prendre acte de la présentation et d'approuver le rapport d'activité repris en annexe, au titre de l'année 2013.

Fait et délibéré, les jours, mois et an susdits

Pour expédition conforme,

Le Président de l'établissement public de coopération culturelle « Musée du Louvre - Lens »

PRINTED TO THE PRINTED TO A LARE DIRECTOR OF THE PRINTED TO A LOCALET

2 4 1011, 2014

ARTHÚE

RAPPORT D'ACTIVITE 2013

Muséc du Louvre-Lons 6 rue Charles Lecocq – Lens

T ÷33 (0)3 21 18 62 62

Correspondance administrative : Monsieur le Directeur de l'EPCC Musée du Louvre-Lens

B.P.11 - 62301 Lens Cedex France

www.louvrelens in



SOMMAIRE

	Introduction	page 1
	I. Une ouverture réussie	page 3
	1. Les médias au rendez-vous	page 4
	2. La campagne de communication inaugurale	page 5
() 88	3. La Galerie du Temps	
	4. Les expositions temporaires	page 5
	The state of the s	page 6
2	II. Les expositions, la programmation culturelle, les éditions	page 11
	Les coulisses du musée : les restaurations visibles	page 12
	2. Le Centre de Ressources et le multimédia	page 13
3	3. La programmation éditoriale	page 14
4	I. La Scène	page 15
		page is
1	III. Une stratégie de communication sur le long terme	page 17
10.00		page 17
2	. La communication numérique	page 19
3	. Les partenariats au musée du Louvre-Lens : mécénat, prospection	page 21
4	. L'accueil des personnalités	
	IV. Le musée et ses publics	page 22
1.	L'offre tarifaire	page 22
2.	L'accueil des visiteurs	5 TO 0000000
3.	La médiation au cœur du Projet Scientifique et Culturel	page 23
	La fréquentation	page 24
	Les publics du musée	page 27
	Une stratégie de réseaux et de relais au service de l'éducation artistique et cul	page 27
7.	Les actions de promotion touristiques et développement de publics	
	and the despression touristiques et developpement de publics	page 32
0.000	V. La vie administrative et financière	page 32
1.	Les finances	page 33
2.	Gestion de marchés publics	page 34
3.	Les ressources humaines	page 34
4.	La communication interne	page 35
		page
	 La maintenance exploitation des bâtiments et du parc 	page 35
	La maintenance, l'exploitation des bâtiments	page 36
2.	L'entretien du parc	page 37
3.	Les systèmes d'information	page 37
	La sécurité/sureté/surveillance	page 37
		page 50
	VII. La cafétéria	page 40

Introduction:

Le 29 novembre 2004, le président de la République, Jacques Chirac, choisissait le site de l'ancienne fosse 9/9 bis de Lens pour y implanter un autre Louvre. L'année suivante, SANAA, Imrey-Culbert et Catherine Mosbach étaient choisis pour en assurer la conception architecturale, muséographique et paysagère, tandis qu'un protocole d'accord entre le conseil régional Nord-Pas de Calais, le département du Pas-de-Calais, la communauté d'agglomération de Lens-Liévin, la ville de Lens, le Louvre et l'État fondait les bases de ce qui devint, en 2011, l'Établissement public de coopération culturelle du Louvre-Lens, notamment de son financement et de son fonctionnement. Entre-temps, en 2008, le projet scientifique et culturel du musée était adopté. Il fixait les grandes lignes de sa muséographie, les principes de la programmation et les axes de l'accueil des publics. Au cœur de ses actions, il plaçait la transparence, l'accessibilité et la proximité avec le territoire, s'appuyant sur plusieurs espaces : la grande galerie et son exposition de la Galerie du temps, deux cent cinq œuvres représentatives de tous les départements du Louvre (à l'exception des Arts graphiques pour des raisons de conservation), présentées de manière ordonnée selon un axe chronologique, pour cinq ans, avec une respiration annuelle ; le pavillon de verre qui, au départ, confrontait les œuvres du Louvre à celles de la région et qui s'est progressivement réorienté autour des richesses des musées du Nord-Pas de Calais ; la galerie d'exposition temporaire, avec deux expositions par an, l'hiver plutôt tournée vers le public régional, l'été plutôt vers un public plus international ; la scène, espace polyfonctionnel de conférences et de spectacle vivant répondant à et prolongeant la programmation du musée ; les coulisses, avec leurs réserves visibles et visitables et les ateliers de restauration, porte ouverte sur ce que le musée ne montre pas d'habitude. Enfin, et les statuts de l'établissement sont venus le rappeler, il pose la triple ambition du musée, démocratisation culturelle, ouverture sociale et participation à la transformation d'un territoire et à la renaissance de sa dynamique économique.

Depuis son inauguration le 4 décembre 2012, c'est autour de cette ambition et plus globalement de la mise en œuvre du projet scientifique et culturel que toute l'action du musée se tend. En 2013, elle s'est retrouvée dans tous les aspects du musée.

C'est le cas dans sa programmation d'expositions tout d'abord. Une quinzaine d'œuvres de la Galerie du Temps ont été renouvelées, avec notamment l'arrivée de deux grands tableaux d'Ingres, le portrait du Duc d'Orléans et Œdipe expliquant l'énigme du Sphinx, et de l'Autoportrait avec un ami de Raphaël. Quant aux expositions, après celle d'ouverture consacrée à la Renaissance et appuyée

I. Une ouverture réussie

Attendue par tout un territoire depuis 8 ans, l'inauguration du musée le 4 décembre 2012 a véritablement été l'évènement majeur de l'actualité culturelle nationale et internationale. L'inauguration a duré une semaine et a été organisée en alternant les temps « officiels » et les moments festifs dédiés au grand public.

Attendue par tout un territoire depuis 8 ans, l'inauguration du musée le 4 décembre 2012 a été l'évènement majeur de l'actualité culturelle nationale et internationale de la fin de l'année. Elle a duré une semaine et a été organisée en alternant les temps officiels et les moments festifs dédiés au public le plus large.

<u>Le mardi 4 décembre</u> au matin, le Président de la République, François Hollande, a officiellement inauguré le musée du Louvre-Lens en présence d'Aurélie Filippetti, Ministre de la Culture, et de Frédéric Cuvillier, Ministre des Transports et de la mer. Plus de 700 personnes avaient répondu à l'invitation, dont 200 arrivées de Paris avec le Président de la République dans un TGV spécialement habillé aux couleurs du musée, affrété grâce au partenariat avec la SNCF.

Après une visite de la Galerie du Temps, de l'exposition Renaissance, entouré d'une petite centaine de personnes, le Président s'est adressé à l'ensemble des invités à la Scène, personnalités politiques, de la société civile, de l'art, de la culture.

L'après-midi, les personnalités politiques et institutionnelles locales régionales et nationales étaient conviées par messieurs Daniel Percheron, Président du Conseil Régional et Henri Loyrette, Président-Directeur du Louvre. Plus de 800 personnes ont répondu à l'invitation.

Le soir, afin de permettre à la population régionale de découvrir en primeur le musée, celui-ci a été ouvert gratuitement de 19h à minuit et a accueilli près de 5000 personnes tandis que plus de 10000 personnes se retrouvaient simultanément autour d'une « frite party » et d'un feu d'artifice au stade Bollaert-.

<u>La matinée du mercredi 5 décembre</u> fut dédiée aux acteurs culturels. Plus de 500 personnes, directeurs de structures culturelles, conservateurs et artistes ont alors découvert.

<u>L'après-midi du 5</u> fut réservée aux acteurs de l'éducation et du monde associatif. 450 personnes ont été accueillies à l'occasion de cette inauguration.

<u>Le jeudi 6 décembre</u> matin, les responsables d'institutions touristiques et du secteur hébergement-restauration étaient invitées, à l'initiative du Comité régional du Tourisme. 550 invités étaient présents.

L'après-midi du 6 fut réservée à l'association A2L, association créée en 2005 alors que le musée était au stade de projet et dont la vocation était de favoriser

De multiples articles, reportages, interviews furent réalisés à cette occasion.

Les partenariats médias noués avec Radio-France, RTL, Le Monde, le Figaroscope ont permis d'organiser 2 importantes délocalisations d'émissions au musée.

Au-delà des chiffres, l'inauguration a généré une campagne de presse de fond, basée sur de grands sujets qui ont participé à la construction de l'identité et de la notoriété du musée du Louvre-Lens, dans une ampleur exceptionnelle :

- presse nationale total 1146 parutions incluant articles, annonces et citations
- > presse écrite nationale 451 parutions dont 343 articles versus 94 annonces
- > presse audiovisuelle 462 alertes
- web 110 articles de fonds (hors reprise des dépêches AFP suite à la dégradation de La liberté guidant le peuple)
- presse régionale (hors Nord-Pas de Calais) total de 233 parutions dont 184 articles vs 49 annonces
- presse internationale total de 768 parutions dont 542 articles
 La réussite de cette journée repose aussi sur les actions menées durant l'année 2012
 par les agences Claudine Colin Communication pour les relations médias, les Designers
 Anonymes pour la création graphique.

2. La campagne de communication inaugurale

Des partenariats conclus dans le cadre de l'ouverture ont permis d'avoir une visibilité importante à l'occasion de l'ouverture du musée du Louvre-Lens. Plus de 1 700 faces, dont de nombreux espaces exceptionnels tels que les bâches en Gare du Nord, à l'aéroport de Lesquin ou sur des espaces mis gracieusement à disposition par les principales villes du Nord-Pas-de-Calais ont annoncé l'ouverture du musée avec pour emblème le tableau de Delacroix « La liberté guidant le peuple » et pour slogan « Tous à Lens ».

3. La Galerie du temps

La Galerie du Temps, exposition semi-permanente entièrement composée de collections du Louvre, constitue le cœur du Louvre-Lens. Projet muséographique inédit conçue par Jean-Luc Martinez et Vincent Pomarède, elle expose plus de 200 chefs d'œuvre, présentés selon une ligne chronologique qui permet d'embrasser d'un seul regard toutes les époques, civilisations et techniques de la Haute Antiquité au milieu du 19^e siècle.

Conformément au projet scientifique et culturel, la Galerie du temps a connu sa première rotation d'œuvres en décembre 2013. Seize œuvres présentes depuis 2012 ont été remplacées par dix-huit œuvres également issues des collections du Louvre. Tous les départements ont été concernés par cette rotation. Le choix des œuvres a été quidé par la nécessité de garder la même muséographie et c'est grâce à

entrée dans les collections royales, la Saint-Anne de Léonard de Vinci a quitté le Louvre après une campagne de restauration fondamentale.

7 prêteurs : Musée du Louvre, Musée des arts décoratifs, Bibliothèque nationale de France, Musée national de la Renaissance, École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, Château de Fontainebleau, Bibliothèque Inter-Universitaire de la Santé

Deux ans de campagnes de restauration sur les œuvres du Louvre, dont plusieurs interventions de fond sur des œuvres majeures comme la grande Venus allongée de Botticelli.

Intervention de 9 restaurateurs spécialisés pour le montage ou la restauration d'œuvres : 5 restaurateurs ont notamment travaillé plusieurs dizaines d'heures au remontage inédit de l'Arc de Maximilien d'Albrecht Dürer.

3 mois de chantier d'accrochage

• L'exposition Le Temps à l'œuvre (4 décembre 2012 – 21 octobre 2013)

Le temps à l'œuvre, exposition inaugurale du Pavillon de verre du Louvre-Lens (4 décembre 2012 – 21 octobre 2013), a présenté une centaine d'œuvres issues du Louvre, de musées de la région et de collections particulières.

Depuis l'Antiquité jusqu'à nos jours, il y fut question du temps perçu par les hommes, mais aussi du temps éternel des dieux. Des phénomènes cycliques étudiés depuis les civilisations les plus anciennes (lune, saisons...) au temps linéaire souvent marqué par la religion ou la politique, les œuvres sélectionnées par le commissaire Pierre-Yves Le Pogam, conservateur en chef au département des sculptures du musée du Louvre, dialoguaient entre elles en faisant écho à la Galerie du temps voisine.

Ce projet a nécessité 2 ans de recherche et de maturation au sein des équipes du musée du Louvre, qui ont conçu l'ensemble des dispositifs de médiation de cette exposition (guide et dispositifs multimédia), ainsi que la programmation associée.

L'équipe du Louvre-Lens, dès sa constitution, a suivi les travaux d'aménagement supervisés par la Région Nord – Pas de Calais (maître d'ouvrage) et le musée du Louvre, puis pris en charge l'ensemble des opérations de transport, d'installation et d'assurance des œuvres, en plus des aspects administratifs liés aux prêts. Le Louvre-Lens a également pris en charge la restauration de plusieurs œuvres des collections régionales. Compte-tenu de la durée de l'exposition et de la présence de pièces graphiques fragiles, deux rotations d'œuvres ont été organisées au cours de l'année 2013.

L'exposition s'est déroulée sans incident et les opérations de démontage ont été effectuées dans les délais impartis.

Quelques chiffres

Plus de 722 millions d'euros de valeurs pour une exposition sous haute sécurité, dont le fameux Grand Camée de France que la BnF prêtait pour la première fois 53 prêteurs répartis dans neuf pays 3 semaines d'accrochage

Une nouvelle méthodologie de travail mise en place

Au cours du premier semestre 2013, suite au bilan tiré après l'ouverture de l'Europe de Rubens, une organisation en mode projet a été mise en place au sein du Louvre-Lens pour mieux travailler en transversalité avec tous les services du musée sur les expositions. En effet, le bilan réalisé après l'installation de l'exposition « l'Europe de Rubens » a démontré temporaires qu'il serait plus fonctionnel et efficace d'associer l'ensemble des acteurs (communication, médiation...) dès le début du projet et non pas au moment où il était nécessaire de les associer activement.

Pilotée par les chargées de recherche et d'exposition, une équipe projet, constituée de 13 personnes ressources, s'est réunie une fois par mois pour le suivi de l'avancement du projet d'exposition dans tous ses domaines (médiation, scénographie, multimédia, programmation, sécurité, etc.).

Après l'ouverture de chaque exposition temporaire est également prévue une séance de bilan du projet avec tous les acteurs de l'exposition (équipe projet, entreprises ayant travaillé au montage de l'exposition, commissaires de l'exposition, etc.)

• L'exposition Les Etrusques et la Méditerranée. La cité de Cerveteri (4 décembre 2013 – 10 mars 2014)

En 2013, le musée du Louvre-Lens a poursuivi le travail de préparation de l'exposition d'hiver Les Etrusques et la Méditerranée. La cité de Cerveteri (4 décembre 2013 – 10 mars 2014), première exposition archéologique du Louvre-Lens qui permet de mettre en lumière une grande civilisation de la Méditerranée antique.

En effet, Cerveteri est l'une des plus grandes métropoles du monde étrusque, et surtout l'une des plus emblématiques. C'est en effet la seule dont on puisse retracer toute l'évolution, depuis ses origines jusqu'à la romanisation.

L'exposition du Louvre-Lens avait donc pour objectif de réunir les pièces des grandes collections historiques avec les résultats des fouilles menées ces dernières décennies dans le cœur de la cité antique et sur son territoire. Elle dressait ainsi de cette grande cité un portrait renouvelé, en même temps qu'elle rendait compte de la place et du prestige dont elle jouissait dans l'Italie et la Méditerranée antiques.

Le commissariat de l'exposition a été assuré par deux conservateurs en chef du Louvre, Françoise Gaultier et Laurent Haumesser, associés à Paola Santoro, Vincenzo

• L'exposition Voir le sacré (4 décembre 2012 -21 avril 2013)

En 2013, le musée a en outre poursuivi le travail de préparation de la seconde exposition du Pavillon de verre : *Voir le sacré*. Pour cette exposition, il a été décidé de préparer une exposition dossier, autour d'une thématique abordée dans la Galerie du temps, sur le modèle de ce que prévoyait initialement le Projet scientifique et culturel pour « l'espace retour » de la Galerie du temps.

Voir le sacré s'appuyait sur un petit nombre d'œuvres (six), pour apporter au visiteur, au terme de sa visite de la Galerie du temps, un commentaire sur l'un des thèmes qui la traversent, en l'occurrence le sacré. Pour chacune des trois grandes époques historiques et artistiques de la Galerie du temps (Antiquité, Moyen Age et époque moderne), deux œuvres étaient confrontées, l'une provenant des collections des musées de la région Nord-Pas de Calais, l'autre de celles du Louvre.

Le commissariat de l'exposition a été assuré par Xavier Dectot, directeur du Louvre-Lens.

Des outils multimédias permettant de contextualiser les œuvres et de mieux les comprendre ont été intégrés à la scénographie. Le service conservation a donc travaillé avec l'entreprise Mazedia pour réaliser 3 dispositifs multimédias disposés dans chaque bulle afin que le public puisse mieux appréhender chacune des œuvres présentées.

Le Conseil d'Administration du Louvre-Lens a revu la programmation des expositions temporaires au sein du Pavillon de verre. La durée de l'exposition prévue initialement pour un an, a été limitée à quatre mois. Par conséquent, le budget de l'exposition temporaire a pu être diminué de 140 472€ TTC.

L'équipe en charge du multimédia du Centre de ressources a assuré la production de 15 commentaires audio pour le GMM et la production de 2 dispositifs numériques in Situ « Feuilletoire » et « Correspondances ».

L'équipe en charge du multimédia du Centre de ressources a assuré la production des contenus multimédia de 3 dispositifs numériques in situ.

II. Les expositions, la programmation culturelle, les éditions

Conformément à son PSC adopté en juin 2008, le musée du Louvre-Lens organise sa programmation autour de 6 axes :

- Une exposition semi-permanente, « La Galerie du Temps »
- 2 expositions temporaires par an
- Une programmation culturelle (spectacles, conférences, cinéma...)
- Des ateliers enfants/adultes
- La programmation du Centre de Ressources
- Les coulisses du musée

Une partie importante de l'activité du Centre de ressources de l'année 2013 a été consacrée à l'élaboration d'un système de classement des ressources documentaires, travail préparatoire à la cotation, ainsi qu'au catalogage du fonds documentaire en vue de la future intégration des données dans le SIGB (4500 ouvrages à disposition du public). La constitution d'une offre d'abonnements de périodiques (Beaux-Arts magazine, L'œil, Books, etc.) a été un travail important de l'équipe tout comme la constitution d'un dossier documentaire pour l'exposition Rubens.

Le lancement avorté du marché public (pour des raisons d'infructuosité) relatif à la mise en œuvre du Data access management/Portail documentaire/Système informatique de gestion des bibliothèques a retardé le déploiement d'outils essentiels à l'activité de l'ensemble du musée et a nécessité une nouvelle consultation. Dans le cadre de cette nouvelle consultation, le marché a été notifié en toute fin d'année 2013. L'outil sera donc déployé à la rentrée 2014.

Programmation

La programmation du Centre de ressources se veut ouverte à tous : public individuel tous âges, public scolaire, public extrascolaire, public du champ de la solidarité, etc. La mise en route de la programmation a pris un rythme de croisière à partir de la rentrée de septembre avec le démarrage des rendez-vous réguliers (« Musée, mode d'emploi », « Musée numérique », « Bulle immersive », « Initiation à la recherche documentaire », ateliers sur la pratique du regard, etc.) et des évènements ponctuels (un colloque, une table-ronde, douze rencontres/conférences, cinq projections, Muséomix).

Quelques évènements marquants de l'année 2013 ont été: la rencontre avec l'auteur Michel Quint le samedi 27 avril ; celle avec le photographe Gérard Rancinan le samedi 15 juin ; table-ronde « La cartographie à l'époque de Rubens » du lundi 16 septembre ; de septembre à décembre, 400 personnes ont assisté au « Musée, mode d'emploi », un rendez-vous quotidien ; d'août à décembre, 344 personnes ont suivi les séances dans la Bulle immersive pour 35 séances proposées ouvertes à 18 personnes.

Pour mémoire le Centre de ressources a accueilli 51 338 personnes en 2013, soit une moyenne de 165 personnes par jour, soit 6.20% des visiteurs du musée.

Multimédia

L'équipe a également commencé de multiples partenariats concernant le numérique : -Partenariat avec les Espaces Publics Numériques (EPN)

l'ouvrage pour le musée, il a fallu le mettre à jour très rapidement, en trois langues et avec les photographies de la galerie.

- -Guide 2014 du musée, coédition avec Somogy, 5500 ex. français, 700 anglais et 1300 néerlandais, 19 euros.
- -Album du musée, coédition avec Somogy, 2000 ex. anglais et 2000 néerlandais, 8 euros. Cet ouvrage reprend les 50 plus grands chefs-d'œuvre de la Galerie du temps en les commentant brièvement.
- -Rubens et l'Europe, coédition avec Hazan, 5000 ex., 39 euros
- -Les Étrusques et la Méditerranée, coédition avec Somogy, 5800 ex. français/italiens, 39 euros

Enfin, deux ouvrages moins conventionnels ont été édités, une bande dessinée et un livre jeunesse en lien avec l'exposition *Les Étrusques et la Méditerranée* :

- -L'Art du Chevalement, coédition avec Futuropolis et le musée du Louvre, 15000 ex., 15 euros. Il s'agit d'une fiction poétique passant des galeries de la mine aux galeries d'exposition.
- -Etranges étrusques, ouvrage jeunesse en coédition avec Actes-Sud, 3500 ex., 12,50 euros

4. La Scène

En complément des expositions, la Scène est un espace modulable, polyvalent et pluridisciplinaire de 271 places assises qui permet la présentation d'une large palette d'événements en lien avec la programmation des expositions et les activités du musée : spectacles vivants, concerts et autres manifestations telles que colloques, conférences, lectures, projections cinématographiques, performances, etc.

La fréquentation de la Scène

Le pourcentage de remplissage de la salle en fonction de la jauge est de :

- 33,51% pour les conférences (1739 spectateurs)
- 56.39% pour les spectacles Jeunes Publics (953 spectateurs)
- 69.54% pour les manifestations au format participatif ou convivial (452 participants)
- 37.76% pour les spectacles (1537 spectateurs)

Les publics de la Scène

désir d'approfondissement des connaisseurs et à l'indispensable accompagnement de ceux qui découvrent l'univers des musées et l'histoire de l'art. Particulièrement appréciées, les conférences « A la rencontre d'une œuvre », permettant d'avoir une approche précise de l'œuvre analysée (La sainte Anne de Léonard, La liberté guidant le peuple de Delacroix, le Centaure Borghèse...), ont connu un franc succès auprès des publics.

Les événements culturels fédérateurs

Outre la programmation à destination des familles, la programmation exceptionnelle et participative dans le musée ou à La Scène, comme le bal costumé ou le grand banquet littéraire à la cafétéria, ont permis un accès au plus grand nombre et notamment à un public de proximité.

Le parc, encore fragile, n'a malheureusement pas pu être exploité lors de cette première année, en dehors d'un spectacle de danse déambulatoire lors des journées européennes du patrimoine.

III. Une stratégie de communication sur le long terme

1. Asseoir la notoriété

Dans l'immédiate suite des retombées très importantes de l'inauguration, le musée du Louvre-Lens a axé sa stratégie de communication en 2013 sur des objectifs visant à maintenir et élargir la notoriété du musée du Louvre-Lens, auprès de l'ensemble de ses publics cibles, allant de la population locale aux flux touristiques internationaux pour faire du musée du Louvre-Lens d'une part un équipement culturel majeur en France et dans le Nord-Pas de Calais, et d'autre part un musée aux capacités d'innovation reconnues sur le plan international.

Le service communication du musée du Louvre-Lens a travaillé tout en long de l'année en lien étroit avec les directions de la communication du musée du Louvre et de la région Nord-Pas de calais, notamment par la mise en place d'un comité de pilotage mensuel.

Il s'est appuyé également sur les prestations d'agences : Claudine Colin Communication pour la stratégie, les plans média et les relations médias nationales et internationales, et Mixte pour la création graphique.

Les campagnes de relations presse conduites autours des expositions ont permis d'asseoir la visibilité de l'établissement dans les médias nationaux et internationaux. Les journées presse organisées au musée ont permis d'accueillir à chaque fois une centaine de journalistes, permettant au musée de bénéficier d'une très forte visibilité notamment dans les quotidiens nationaux (p. ex. *Le Monde, Le Figaro, Libération*), les radios et télévisions (p. ex. *TF1, France2, RadioFrance*) et la presse magazine tant spécialisée que généraliste.

2. La communication numérique

Mis en place dans sa version minimale pour l'inauguration, avec l'appui d'un prestataire spécialisé (Orange iT&Labs), le site internet du musée du Louvre-Lens s'est développé tout au long de l'année, avec notamment la mise en place des contenus dédiés à chaque typologie de publics, et le déploiement à l'été 2013 des versions anglaises et néerlandaises.

Depuis le 8 décembre 2012, date de mise en ligne du site dans sa forme actuelle, ont été comptabilisées :

1 428 477 visites dont 991 734 nouveaux visiteurs

8 960 634 pages vues

L'interfaçage du site avec les applications mobiles a été finalisé, permettant un relais de l'ensemble de la programmation du musée sur les terminaux mobiles, avec 7420 téléchargements de l'application sur l'Apple Store et 14 883 téléchargements sur Android.

Sur les réseaux sociaux, la présence du musée s'est affirmée par l'animation quotidienne de la page Facebook du musée, dont le nombre de suiveurs est passé de 8050 à 14650 au cours de l'année 2013, et des autres présences sociales sur Twitter, YouTube et Google+

Plusieurs opérations spéciales ont rythmé l'année avec notamment le relais du dispositif « Correspondances » de l'exposition « L'Europe de Rubens » sur la chaîne YouTube et l'opération « mercilaliberte.com », développé en partenariat avec Orange, à l'occasion du décrochage du tableau.

3. Les partenariats au musée du Louvre-Lens : mécénat, prospection...

Le musée du Louvre-Lens a, au regard de ses statuts, la mission de développer ses ressources propres. Cette mission se répartit en 3 axes :

- -le mécénat de projet
- -le cercle Louvre-Lens Entreprises
- -les privatisations d'espaces

Les mécènes bâtisseurs

D'autres évènements ont été mis en place en partenariat avec des réseaux : Clubs APM de Lille, Soirée professionnelle avec le réseau « Place de la Communication », Rencontre professionnelle de l'Association des Fundraisers, Assemblée générale du Centre des Jeunes Dirigeants, et, avec le musée du Louvre, l'accueil du cercle des jeunes mécènes, des American Friends et de leur Cercle Entreprises.

La soirée des mécènes du 5 septembre en présence notamment de Jean-Luc Martinez, Président-directeur du Louvre et Daniel Percheron Président de la Région Nord-Pas de Calais a réuni plus de 150 personnes. Y étaient conviés tous les mécènes du musée pour les remercier et plusieurs prospects pour leur présenter les événements à venir.

Ces opérations ont été complétées par plusieurs opérations de diffusion courrier à des fichiers ciblés.

Bilan quantitatif / recettes mécénat

Le bilan quantitatif se décompose ainsi :

Mécénat : Cercle : 40 entreprises membres en 2013

Mécénat financier sur projets hors Cercle : 385 000 €

Mécénat en nature : 55 887 €

Location: 112 manifestations suivies par le service dont :

33 locations « pures »

39 dans le cadre des contreparties mécénat

32 mises à dispositions gracieuses (collectivités, partenaires)

8 manifestations essentiellement destinées à promouvoir le musée (accueil des membres du cercle Louvre Lens entreprises, réseaux d'entreprises, etc...)

Soit total de = 270 973 €

4. L'accueil des personnalités

Les formidables retombées médiatiques du musée à l'occasion de l'inauguration ont entrainé l'organisation de nombreuses visites de personnalités politiques (ministres, députés, sénateurs, présidents de la commission européenne), de diplomates, de représentants d'Etat (la Reine Mathilde de Belgique).

Des personnalités du monde du cinéma, des télés, radios, hommes d'affaires ont également été accueillis tout au long de l'année d'ouverture.

Le Conseil d'Administration de juillet 2012 a également voté la grille tarifaire donnant accès aux grandes expositions internationales temporaires, qui, elles, sont payantes. Le prix d'entrée est de 9€. Des tarifications particulières sont appliquées pour les groupes et titulaires de cartes d'adhésion, et la gratuité est accordée aux moins de 18 ans, demandeurs d'emploi et bénéficiaires des minima sociaux.

Après un an de fonctionnement, il est apparu nécessaire d'actualiser ou d'enrichir la

grille tarifaire:

en juin 2013, la gratuité d'entrée aux expositions temporaires est accordée aux

guides-conférenciers nationaux;

-en décembre 2013, la tarification des visites par des groupes autonomes est clarifiée : les services associés à la réservation pour une visite des groupes autonomes (entrée privilégiée au musée, billetterie et vestiaire dédiés) sont valorisés. Un tarif est également proposé pour les groupes en nombre, valable pour plus de trois groupes à un horaire unique de réservation.

-en décembre 2013, la grille tarifaire des activités pour les enfants, les adolescents et les familles est enrichie afin de diversifier les activités. Pour cette dernière, a été notamment été retenu le principe de la dégressivité du prix en fonction du quotient familial pour une activité populaire mais souvent onéreuse : le goûter d'anniversaire.

AJUSTEMENT DE LA GRILLE TARIFAIRE DE LA SCENE

Selon le type de spectacle et la nature de manifestation, les coûts, les jauges ne sont pas homogènes et il est apparu, à travers une saison d'exploitation que les coûts annexes (recours aux intermittents du spectacle, défraiement, location de matériel) à l'achat de la manifestation représentent une part significative des dépenses. Ainsi la grille tarifaire pensée avant l'ouverture du musée ne permettait pas d'atteindre les objectifs prévisionnels en termes de recettes. Afin d'améliorer la situation, il a été proposé en octobre 2013 une tarification en fonction du coût du spectacle ou de la manifestation.

2. L'accueil des visiteurs

LA PRESTATION D'ACCUEIL ET DE VENTE

Le musée du Louvre-Lens a souhaité confier à un prestataire les missions de renseignements et de vente ainsi que celle d'accueil et d'accompagnement. Forts de formation initiale conséquente (tous les agents de vente et d'accueil ont intégré le musée un mois avant l'ouverture pour se former) et de formations continues soignées, les agents de vente et de renseignement, d'accueil et d'accompagnement fournissent une information complète et à jour aux visiteurs. Parce qu'il s'agit d'un objectif prioritaire pour le musée, les démarches quotidiennes d'accueil et de vente visent à rendre le visiteur autonome physiquement et intellectuellement dans son orientation sur le site (musée, parc, ville, région), dans ses usages de l'offre culturelle et dans ses pratiques muséales.

Le premier trimestre d'exploitation du musée a permis l'ajustement des protocoles d'accueil des visiteurs, une amélioration de la qualité de la prestation et une augmentation des possibilités de l'accueil des groupes.

Un premier marché avait été conçu avant l'ouverture du musée au public et prévoyait quatre configurations d'accueil en fonction des fréquentations et trois lots distincts

LA PROGRAMMATION DE MEDIATION

LES AXES DE PROGRAMMATION

Les axes de programmation du musée du Louvre-Lens retenus en 2013 ont été les suivants :

- Une initiation à l'histoire de l'art et à l'archéologie qui s'appuie sur les œuvres et le parcours de la *Galerie du temps* ainsi que sur les expositions temporaires.
- Des propositions liées à la découverte des coulisses du musée et des différents métiers des musées en lien avec l'espace de découverte des coulisses du musée et les réserves visibles et visitables.
- Une sensibilisation aux notions d'architecture, d'urbanisme et d'histoire du patrimoine qui porte sur une découverte soit de l'architecture muséale (du Palais du Louvre à l'architecture contemporaine du Louvre-Lens), soit du patrimoine local, en particulier minier, en coopération avec les partenaires locaux.
- Des ateliers d'initiation à la lecture et à la compréhension des œuvres permettant une sensibilisation aux techniques, matériaux et gestes de la création artistique (analyse plastique, observation, histoire et contexte de l'œuvre...).
- Des ateliers stimulant l'apprentissage de la création artistique, notamment autour du multimédia (photo, vidéo...) et des nouvelles technologies, grâce à un espace (studio) dédié à la production multimédia.
- Des ateliers qui développent la compétence de visiteur de musée et par là, la posture critique, en particulier grâce à des rencontres multiples et variées et un travail de confrontation des points de vue.
- Des conférences et colloques pluridisciplinaires, performatifs et collaboratifs où spécialistes et néophytes se rencontrent et dialoguent.
- Un esprit FabLab pour explorer les liens entre NTIC et histoire de l'art : la bulle immersive (images et animations HD 2D, 3D et 3D relief, imageries scientifiques, etc.) dévoile les œuvres dans leurs moindres détails, les ateliers initient les publics à la création de ressources numériques, etc.

LES PROGRAMMATIONS EXCEPTIONNELLES

Les axes de programmation du musée du Louvre-Lens retenus en 2013 ont été les suivants :

- Nuit des musées, 18 mai 2013

Le Louvre-Lens était le seul musée en France à avoir été ouvert non-stop pendant toute la nuit. Un public très familial a profité des nombreuses animations proposées toute au long de la nuit : des visites guidées étaient proposées toutes les heures. Cette ouverture exceptionnelle a permis à 3600 visiteurs environ de découvrir le musée, essentiellement entre 19h00 et 02h00. Le très faible nombre de visiteurs pénétrant dans le musée entre 01h00 et 09h00 permettra de conclure que cette ouverture exceptionnelle était symbolique en année inaugurale mais ne sera pas répétée les années suivantes.

— Journées de l'archéologie, 8 et 9 juin 2013

Dans le cadre de la quatrième édition des Journées nationales de l'Archéologie, le musée du Louvre-Lens accueille la Direction de l'Archéologie préventive de la

Rappel des objectifs initiaux et du fait que 2013 est une année exceptionnelle En 2013, la fréquentation moyenne du musée s'élève à 15 863 visiteurs par semaine. On retrouve naturellement les fréquentations les plus fortes pendant les vacances scolaires : pendant les vacances d'hiver de la zone B, la fréquentation hebdomadaire moyenne s'élève à plus de 30 554 visiteurs, pendant les vacances scolaires de printemps, à 17 569. Les quinze premiers jours de l'exposition « L'Europe de Rubens » a rassemblé un nombre de visiteurs à peu près équivalent au musée (16 572). Sont à noter les fortes fréquentations du mois d'août, équivalentes à celles des vacances scolaires : entre le 5 et le 25 août, en moyenne 17 179 visiteurs se sont rendus au musée. Enfin, les vacances de noël figurent parmi les plus fréquentées (23 030 visiteurs entre le 23 et le 29 décembre).

Les fréquentations les moins élevées sont liées aux intempéries hivernales (6 093 visiteurs pendant la semaine du 14 au 20 janvier) ou au réchauffement de l'été (12 293 visiteurs en moyenne par semaine entre le 1^{er} juillet et le 21 juillet).

LES PUBLICS DES EXPOSITIONS TEMPORAIRES

En 2013, le nombre d'entrée dans les expositions temporaires représentent 242 896 billets édités.

La fréquentation entre les deux ailes du musée, d'un côté la collection semipermanente et de l'autre les expositions temporaires a eu tendance à mieux s'équilibrer au fur et à mesure de l'année. En effet, en janvier 2013, l'attractivité du musée et de la Galerie du temps, gratuite d'accès, fait que 28,52% des visiteurs du mois de janvier ont visité l'exposition inaugurale Renaissance. En juin 2013, à l'ouverture de L'Europe de Rubens, les visiteurs de l'exposition représentent 32.27% de la fréquentation.

5. Les publics du musée

ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES VISITEURS

Le public du Louvre-Lens est avant tout national puisque 80% des visiteurs résident en France. La clientèle régionale représente une part plus importante que celle espérée initialement : Les 29.12% des visiteurs du musée habitant dans le Pas-de-Calais (250 155 visiteurs) et 25.84% des visiteurs provenant du Nord (222 001 visiteurs) indiquent une appropriation très forte du Louvre-Lens dans la Région. Les habitants les plus proches, des communauté d'agglomérations de Lens-Liévin et d'Hénin-Carvin figurent parmi les visiteurs les plus mobilisés et représentent 14.56% de la population du musée.

La clientèle étrangère pèse pour sa part 20% de la fréquentation, ce qui se distingue de la fréquentation habituelle des musées de la région, dont les visiteurs étrangers ne dépassent pas 10%. Sans surprise : les Belges sont majoritaires (15,30% des visiteurs). En revanche, les Britanniques représentent 0,8% de la fréquentation (contre 13% envisagé dans le projet scientifique et culturel). L'Europe (hors France) concentre 96% des visiteurs étrangers.

amis (20% des visiteurs). En moyenne les visiteurs sont accompagnés de 2,8 personnes¹.

Lorsque seule la galerie du temps et le pavillon de verre sont visitables, la durée moyenne de visite est de 2h04 avec un écart important en fonction des typologies de visiteurs : de 1h53 pour les visiteurs en famille à 2h18 pour les visiteurs accompagnés d'amis.

72% des visiteurs sont venus au musée du Louvre-Lens pour découvrir le nouveau musée tandis que 21% des visiteurs étaient attirés par la Galerie du temps, les collections du musée du Louvre-Paris. Ces intentions de visite se reflètent dans le parcours de visite des visiteurs puisqu'une fois dans le musée, la quasi-totalité des visiteurs se rend dans la Galerie du temps et près de la moitié dans les coulisses du musée et plus particulièrement les visiteurs étrangers (57% d'entre eux).

Parmi les aides à la visite, si 14% des visiteurs n'en utilisent aucune, 60% des visiteurs ont un intérêt pour les cartels et 45% ont souhaité utiliser le guide multimédia lors de leur visite.

6. Une stratégie de réseaux et de relais au service de l'éducation artistique et culturelle

Le maintien d'un haut niveau de fréquentation implique une dynamique de réseaux permettant de toucher les visiteurs de multiples façons, au plus près de leurs centres d'intérêt et de leur implication dans la vie collective. En 2013, pour la première année d'exercice du musée, le service des Publics s'est concentré avant toute chose sur le développement d'un réseau solide en matière d'éducation.

PUBLICS DE L'EDUCATION

Au niveau local : des projets pour les écoles primaires en lien avec les Inspecteurs de l'Éducation Nationale et les conseillers pédagogues notamment en arts visuels et l'A.S.H. ont été développés. Ainsi, une convention a été établie avec la Ville de Lens : de la maternelle au CM2, un parcours de l'élève pensé par l'éducation nationale et le Louvre-Lens prévoit notamment pour chaque enfant, entre 4 et 6 activités au musée par année scolaire.

À l'échelle départementale : depuis l'inauguration du musée, une action ciblée en faveur les élèves de 5^e est organisée par le musée et le Conseil Général du Pas de Calais.

À l'échelle régionale et académique : des appels à projets du Conseil Régional Nord-Pas de Calais permettent aux lycées de financer des projets. Le rectorat a d'ailleurs permis la mise à disposition en temps partiel de deux enseignantes au sein du musée. En 2013, 68 836 élèves ou enseignants ont visité le Louvre-Lens dans le cadre d'une visite organisée (majoritairement avec la classe) : 33% d'entre eux sont des élèves en maternelle ou en école primaire (22 444 élèves) ; 26% sont des collégiens (18012 élèves) ; 15% sont des lycéens (10 174 élèves). Le restant, 18 206 (26%), rassemble les étudiants (enseignement supérieur) ainsi que les enseignants en « visite

• LES ADOLESCENTS : UNE PERIODE STRATEGIQUE POUR L'AVENIR

Une attention particulière a été portée au public adolescent en lui proposant des activités en dehors du cadre scolaire et familial, en lien avec la Galerie du temps et les expositions temporaires. Les activités sollicitant l'utilisation de supports multimédia ont été mises en avant dans le cadre des visites-ateliers. Les différents changements de rythmique intervenus d'une période à l'autre révèlent la difficulté de trouver le bon calendrier pour capter ce public.

En 2013, 3% des visiteurs ont moins de 20 ans. Exposition « L'Europe de Rubens » : 7% des visiteurs ont moins de 18 ans.

LES COULISSES, LE MUSEE EN TRANSPARENCE

L'ouverture au public de lieux qui lui sont habituellement fermés est un élément central du programme scientifique et culturel du Louvre-Lens. Au sous-sol du musée, l'espace baptisé

« Les coulisses » présentent la vie secrète des objets et les métiers du musée à travers des dispositifs multimédia. De larges baies vitrées offrent une vue en plongée sur les réserves ainsi que sur trois cellules de restauration et de préparation des œuvres. L'accès à cet espace

« coulisses » est libre et gratuit pour tous.

Des visites guidées des réserves sont proposées toute l'année. En période de restaurations visibles, des visites supplémentaires sont programmées, incluant un passage dans l'atelier de restauration pour un temps d'échange avec les restaurateurs.

LES RESERVES VISITABLES

La volonté du musée du Louvre-Lens de rendre les réserves visibles répond aux attentes d'un public curieux des accès habituellement cachés. Des actions de médiation ont été programmées. Elles sont soumises au mouvement des œuvres : les visites sont réalisées depuis la baie vitrée lorsque les réserves ne sont pas accessibles. Pour des questions de sécurité, leur accès est limité à 19 personnes et n'est pas autorisé en dessous de 8 ans.

Le changement de rythme a permis de proposer des créneaux qui semblent convenir aux visiteurs, nombreux à suivre ces visites. Par ailleurs, la mise en œuvre des visites de l'atelier lors des campagnes de restaurations visibles s'est avérée complexe en 2013 en raison de la mise en place tardive de la programmation.

LES RESTAURATIONS VISIBLES

L'exécution du budget 2013

Deux budgets ont été gérés :

- -le budget principal pour le musée
- -le budget annexe pour la cafétéria.

Les budgets 2013 ont été votés en Conseil d'Administration en Décembre 2012 et ont fait l'objet d'un budget supplémentaire voté en Juillet 2013.

Budget principal

L'exécution du budget principal 2013, après budget supplémentaire s'établit à 16 450 000 euros.

Les participations des collectivités territoriales conforment aux statuts couvrent les charges restant à l'EPCC déduction faite de ressources propres. Ces participations représentent à 10% pour le Département du Pas-de-Calais, 10% pour la CALL, 8% pour la Région Nord Pas-de-Calais.

Les ressources propres représentent quant à elles un peu plus de 3 300 000 euros

La nature juridique de l'EPCC entraîne l'application de la nomenclature budgétaire M14 réservée aux communes.

Le logiciel de gestion budgétaire et comptable a été déployé à partir de septembre 2012.

Pour l'année 2013, au titre du budget principal, ce sont 3 325 mandats et 1223 titres de recettes qui ont été émis par l'ordonnateur et pris en compte par le comptable.

Budget annexe

Le budget de la cafeteria s'élève à un peu plus de 840 000 euros en dépenses pour un montant de recettes à hauteur d'environ 1 210 000 euros

Un travail complexe concernant la TVA et l'assujettissement du musée a été réalisé avec l'appui de la DDFIP.

Deux régies de recettes ont été mises en place, l'une pour la billetterie gérée par l'entreprise titulaire du marché de prestations d'accueil et de billetterie, l'autre par la cafétéria. Une régie de dépenses a également été créée pour assurer les dépenses urgentes et imprévues.

2. Gestion de marchés publics

4. La communication interne

De l'inauguration à fin 2013, la communication interne s'est également structurée : l'ensemble du personnel est réuni tous les 2 mois en moyenne, et est organisé chaque mois d'un « 12-14 », réunion thématique à l'heure du déjeuner permettant aux agents et services de se présenter réciproquement leurs métiers, activités et projets.

Le chantier de l'intranet a été lancé fin 2013, avec l'aide d'un prestataire (Silverpeas), et avec un objectif de déploiement mi-2014.

VI. La maintenance exploitation des bâtiments et du parc

L'année d'ouverture a permis de mettre en place les conditions nécessaires à la bonne exploitation des bâtiments et à la mise en sécurité directe de ceux-ci et des personnes.

1. La maintenance, l'exploitation des bâtiments

Nettoyage des bâtiments

Depuis l'ouverture du musée en 2012, l'intégralité du nettoyage des bâtiments est confiée à un prestataire unique qui a une responsabilité de résultats.

Quelques chiffres:

- 24 391 heures de nettoyage réalisées

- 1 agent de maîtrise

24 160 heures de nettoyage prévues

- 1 chef d'équipe

16 agents

- 14 agents

- 540 000 € de budget

Lors de l'appel d'offres, 2 600 heures d'insertion étaient attendues sur le site. Au final, grâce au partenaire GEIQ MultiPro 6000 heures ont été mises en place.

Contrôle qualité:

Un contrôle visuel est réalisé quotidiennement.

L'ensemble des contrôles est supérieur à notre objectif qui est de 80 %.

La maintenance des bâtiments

Le musée a lancé en 2012 un marché de maintenance multi-technique. Le bilan de l'année 2013 s'établit comme suit :

Type d'opération	Opérations	% sur total	Heures réalisées

rechange dîtes « sensibles » avec des délais d'approvisionnement de plus de 15 jours sont mises en stock prioritairement.

2. L'entretien du parc

L'aménagement du parc a connu un retard important en raison des intempéries de début d'année.

Une partie de l'année a été consacrée au suivi des travaux, des garanties de reprise à la planification des interventions des entreprises extérieures, au suivi de l'entretien par les entreprises prestataires.

La fin de l'année a été consacrée à la préparation de l'internalisation de l'entretien du parc : définition des besoins humains, du budget, programme d'équipement, d'acquisition de matériel.

En effet, le conseil d'administration, lors de sa séance d'octobre 2013 a décidé de ne pas avoir recours à un prestataire extérieur pour l'entretien du parc

3. Les systèmes d'information

Le pôle « systèmes d'information » est en charge de la gestion de l'informatique et de la téléphonie au sein du Musée. Il est garant de la sécurisation et de la fiabilité des installations informatiques et téléphoniques.

• Des infrastructures techniques en pleine mise en œuvre :

En 2013, le service informatique s'est concentré sur la finalisation du déploiement des postes de travails et téléphones sur l'ensemble du Musée (au total 14 postes).

Le service Système d'information a été sollicité pour déployer des solutions d'impressions pour tout le personnel du Musée. Pour cela des copieurs multifonctions ont été déployés pour permettre l'impression de différentes typologies de documents. Des imprimantes de services ont également été déployées pour répondre à des problématiques de sécurité

Déploiement d'outils :

Afin de garantir un taux de disponibilité élevé, plusieurs outils ont été mis en place. Un outil de gestion du parc informatique qui permet d'avoir une traçabilité des incidents ou demande des différents services du Musée. D'autre part un outil de supervision temps réel des infrastructures, ce qui permet aux personnes d'exploitation d'être réactives lors de la détection d'un évènement. Tous les serveurs, mais également les dispositifs multimédia sont supervisés.

-Gestion de l'évènementiel (privatisations, scène) 4074 heures

Activité

Risques professionnels

L'ensemble des activités a été évalué en 2013 conformément à la loi nº 91-1414 du 31 décembre 1991.

Les situations de travail identifiées, les risques en découlant et les mesures de prévention définies ont été retranscrites dans un document unique comme stipulé dans le décret n° 2001-1016 du 5 novembre 2001.

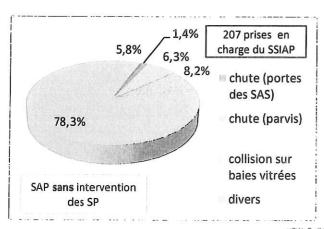
Un registre des dangers graves et imminents permettant d'exercer le droit de retrait a été mis en place à l'accueil du bâtiment administratif. Un registre de santé et sécurité au travail a été élaboré et positionné dans chaque service.

Secours à personnes

228 interventions visant à porter secours aux personnes ont été réalisées par les agents secouristes.

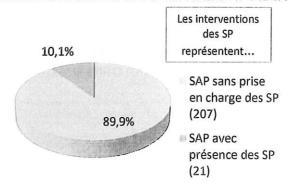
21 ont nécessité l'intervention des sapeurs-pompiers

Le détail des statistiques est représenté dans les graphiques ci-après



Évènements

Un seul fait majeur est à déplorer pour 2013. Le 7 février 2013, peu



- Ont été élaborées des procédures financières.
- La mise en place d'un protocole de clôture financière journalière et mensuelle.
- 1 Régisseur Principal et 3 régisseurs suppléants
- La mise en place des différés.

Un contrôle de régie par le Trésor Public a été réalisé et n'a pas relevé d'anomalie.

Gestion des stocks de marchandises,

La saisie et la gestion des bons de commandes s'effectuent sur le logiciel CIRIL.

Evènementiel

La Cafétéria gère également la gestion des besoins pour les autres services via le planning des charges.