MUSÉE DU LOUVRE-LENS

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2016

SOMMAIRE

I. Introduction page 3

II. Les expositions, la programmation culturelle, les éditions page 5
1. Les expositions temporaires page 5
2. La Galerie du Temps page 8
3. Les coulisses du musée : réserves et restaurations visibles page 9
4. Le Centre de Ressources page 12
5. Le multimédia page 14
6. La programmation éditoriale page 14
7. La Scène page 15

III. La communication et le marketing page 21
1. Relations presse page 21
2. Campagnes publicitaires page 22
3. Marketing page 25
4. Réseaux sociaux page 27
5. Graphisme page 28

IV. Le mécénat et les privatisations page 30
1. Bilan global page 30
2. Mécénat des entreprises - Le Cercle Louvre-Lens Entreprises page 30
3. Mécénat des entreprises – Mécénat de projet page 31
4. Mécénat des particuliers – Préfiguration du Cercle des donateurs page 33
5. Privatisation / locations d'espaces page 34

V. Le musée et ses publics page 36
1. L'offre tarifaire page 36
2. L'accueil des visiteurs page 37
3. La fréquentation page 39
4. La médiation page 47
5. Une stratégie de réseaux et de relais au service de l'éducation artistique et culturelle page 54

VI. La maintenance exploitation des bâtiments et du parc page 65
1. Service Généraux – Nettoyage page 66
2. Service Espaces Verts page 67
3. Service Informatique page 69

4. Service Cafétéria page 70
5. Pôle Sécurité / Sûreté page 70

VII. La vie administrative et financière page 73
1. Les ressources humaines page 73
2. Les finances page 74
3. La cellule juridique page 76

I. Introduction

L'année 2016 a été marquée par l'arrivée de Marie Lavandier, conservateur général du patrimoine, à la direction du musée du Louvre-Lens. Elle a été nommée par Jean-Luc Martinez, Président du musée du Louvre, sur proposition du Conseil d'Administration réuni le 10 juin 2016. Marie Lavandier succède à Xavier Dectot, directeur du Louvre-Lens de mars 2011 à mars 2016. Elle a pris ses fonctions en septembre 2016. La durée de son mandat est de cinq ans, renouvelable par périodes de trois ans.

En 2016, le musée du Louvre-Lens a mis en place une programmation à la fois exigeante et accessible, mené une politique de développement des publics volontariste, stabilisé son budget par un contrôle de ses dépenses et le maintien de ses ressources propres, dans un état d'esprit conforme aux ambitions du projet scientifique et culturel.
Le musée du Louvre-Lens a accueilli 444.602 visiteurs en 2016 (435.213 visiteurs en 2015). Depuis son inauguration le 4 décembre 2012, ce sont près de 2,4 millions de visiteurs qui ont pu admirer les chefs-d'œuvre du Louvre à Lens et découvrir des expositions temporaires d'envergure internationale. Après deux années inaugurales de très forte fréquentation due notamment à « l'effet d'ouverture », le Louvre-Lens a réussi à stabiliser sa fréquentation à un niveau élevé, confirmant sa place parmi les trois musées les plus fréquentés en régions.
La poursuite de la gratuité de la Galerie du temps, votée par le Conseil d'Administration, a été un élément essentiel à l'ancrage territorial du musée, ainsi qu'au maintien d'une fréquentation élevée et diversifiée.
Les 3 expositions internationales - « Dansez, embrassez qui vous voudrez », « Charles Le Brun. Le peintre du Roi Soleil » et « L'Histoire commence en Mésopotamie » -, les expositions à vocation régionale du Pavillon de verre – « RC Louvre » et « Miroirs » -, ainsi que les 54 renouvellements d'œuvres de la Galerie du Temps, ont confirmé l'ambition du musée d'offrir une programmation riche et diversifiée, ouverte à tous les publics.

En parallèle des expositions, le programme d'activités du musée s'est poursuivi à un rythme soutenu. Nous pouvons notamment souligner la programmation de la Scène, qui a rencontré son public avec un taux de remplissage en augmentation de 22%, et qui conforte aujourd'hui sa place dans le paysage de l'offre culturelle régionale.
L'année 2016 a aussi été pour le musée du Louvre-Lens l'occasion d'affirmer sa place et son ancrage dans la Région Hauts-de-France, et ce à travers une politique partenariale très largement ouverte

vers l'extérieur : avec les autres musées de la Région qui trouvent désormais toute leur place dans le nouveau positionnement des expositions du Pavillon de Verre ; à travers le développement d'offres de billetterie couplées ; avec les entreprises du territoire, partenaires essentiels de la vie du musée ; ou encore avec les acteurs de la vie locale, indispensables au développement des publics.
C'est en poursuivant cette dynamique que le musée du Louvre-Lens doit pouvoir, aux côtés du musée du Louvre et de la Région Hauts-de-France, des collectivités représentées au Conseil d'Administration, et de l'ensemble des acteurs institutionnels, culturels, touristiques et économiques, continuer à creuser son sillon et capitaliser sur les énergies nées le 4 décembre 2012, pour confirmer qu'il est un équipement unique en son genre et dont les perspectives sur le long terme doivent maintenir un niveau d'ambition et une hauteur de vue sans équivalents.

LE SERVICE DE LA CONSERVATION

I. Les expositions, la programmation culturelle, les éditions

Le musée du Louvre-Lens organise sa programmation autour de 6 axes :

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

Les expositions et la programmation du Centre de ressources relèvent de la responsabilité du service conservation.
La programmation de La Scène et l'organisation des ateliers relèvent du service des publics.

1. Les expositions temporaires

- **L'exposition « Dansez, embrassez qui vous voudrez » (5 décembre 2015 – 29 février 2016)**

À l'occasion de l'organisation d'une exposition sur Watteau et ses modèles italiens à l'automne 2015 par le musée de Valenciennes, le musée du Louvre-Lens a proposé pour l'hiver 2015-2016 une grande exposition sur la fête galante, dont le genre fut popularisé par Watteau et qui connut en France et en Europe un succès non démenti tout au long du siècle des Lumières.

Xavier Salmon, directeur du département des Arts graphiques a assuré le commissariat général de l'exposition, avec la collaboration pour les arts décoratifs de Selma Schwartz, conservatrice en chef à Waddesdon Manor et pour les écoles nordiques d'Olivia Savatier-Sjöholm, conservatrice du département des Arts graphiques au musée du Louvre.

Le Louvre-Lens s'est adjoint les services de divers prestataires pour la maîtrise d'œuvre (Véronique Dollfus avec pour le graphisme l'Atelier JBL), les travaux scénographiques (aménagements : MPI

Action ; signalétique : Scanachrome) les traductions (anglais : AWS ; néerlandais : Translated), mais aussi l'assurance (Blackwall Green), le transport et l'installation des œuvres (Artrans). La mise en lumière a été réalisée par les équipes de la régie technique de la Scène.

La salle d'introduction a ainsi été conçue comme une bulle évoquant une clairière, animée de silhouettes en ombres chinoises, vêtues à la mode du 18e siècle. Les visiteurs y ont été accueillis sur l'air de la chanson « Nous n'irons plus au bois », interprétée par le public du Louvre-Lens pendant les Journées européennes du patrimoine 2015.

Un livret d'accompagnement, un livret-jeu (à destination des enfants) et un guide multimédia (14 commentaires audio) étaient gracieusement mis à la disposition des visiteurs. Dans la salle dédiée au théâtre, un dispositif audiovisuel diffusait des extraits de théâtre et d'opéra du 18e siècle.

À côté des visites guidées et thématiques au sein de la Galerie d'exposition temporaire, le musée proposait une programmation riche et variée.

Quelques chiffres

- Plus de 200 œuvres, dont la moitié appartenait aux collections du Louvre
- 37 prêteurs répartis dans sept pays
- 3 semaines d'accrochage
- 46 121 visiteurs
- Budget définitif : 744 440 € TTC

- **L'exposition « RC Louvre » (16 avril – 7 novembre 2016)**

Cette exposition, présentée dans le Pavillon de verre, a accompagné l'organisation en France de l'UEFA Euro 2016 en témoignant de l'attachement du territoire pour le Racing Club de Lens. L'originalité de l'exposition fut d'organiser une collecte d'objets et de témoignages que le musée du Louvre-Lens a organisée en partenariat avec le Musée national du sport de Nice. Le Centre de ressources avait en effet organisé en 2015 une grande collecte d'objets et de témoignages en vue de l'exposition « RC Louvre » ; 74 personnes (supporters et personnalités) y avaient participé. Cette exposition ne se présentait pas sous la forme d'un projet didactique mais comme une présentation des supporters du RC Lens à travers les objets et témoignages collectés.

Le commissariat de l'exposition a été assuré par Luc Piralla, chef du service conservation au musée du Louvre-Lens.

Le Louvre-Lens s'est adjoint les services de divers prestataires pour la maîtrise d'œuvre (Agence Présence), les travaux scénographiques (aménagements : MPI Action ; signalétique : CVO), mais aussi l'assurance (Blackwall Green), le transport (Artrans). La mise en lumière a été réalisée par les équipes de la régie technique de la Scène.

À partir de cette exposition, et pour les suivantes, le Louvre-Lens a confié la mission de traduction à des personnels vacataires et non plus à des prestataires. Pour « RC Louvre », la mission a été confiée à Bernard Wooding pour l'anglais et à Marion Lenting pour le néerlandais.

L'accent a été mis sur le multimédia. Les objets exposés étaient ainsi accompagnés de témoignages audiovisuels de leurs prêteurs, d'images d'archives et d'une vidéo-projection. L'ensemble des dispositifs numériques ont été conçus en interne.

La date d'ouverture de l'exposition a été avancée du mercredi 20 avril au samedi 16 avril 2016 afin de créer un événement de fin de semaine autour de l'ouverture.

Le nombre de visiteurs est difficile à estimer puisque l'entrée au Pavillon de verre se situe dans le prolongement de la Galerie du temps, sans contrôle de billet à l'entrée. Cependant un livre d'or placé au niveau de la borne d'accueil à l'entrée du Pavillon de verre et le succès des repérages « Plein cadre » certains week-ends ont montré une forte adhésion d'un public de proximité au propos de l'exposition.

Quelques chiffres :

- 79 objets exposés dont 57 issus de la collecte (particuliers et personnalités)
- Une semaine d'installation des objets
- Budget définitif : 84 088 Euros TTC

- **L'exposition « Charles Le Brun. Le peintre du Roi Soleil » (18 mai – 29 août 2016)**

Au cours des dix dernières années, de nombreux éclairages neufs ont été portés sur différents aspects de l'œuvre de Charles Le Brun. Le nombre et la qualité de ces travaux ont rendu d'autant plus criante l'absence de vue d'ensemble de la trajectoire de l'artiste, que seule pouvait restituer une grande exposition monographique, exposition qui a été réalisée au dans la Galerie d'exposition temporaire du Louvre-Lens.

Le commissariat de l'exposition a été assuré par Bénédicte Gady, collaboratrice scientifique au département des Arts graphiques et Nicolas Milovanovic, conservateur en chef du département des Peintures du musée du Louvre.

Le parcours a été enrichi de deux dispositifs multimédias portés par des écrans tactiles. Le visiteur pouvait également disposer d'un livret de visite et d'un livret jeu pour les enfants. Le guide multimédia proposait quant à lui 12 commentaires audios.

Une restauration visible a été proposée en amont de l'exposition : le carton de décor *La Triple Alliance*. Une peinture *Le Christ au jardin des oliviers* du Louvre a été restaurée pendant la durée de l'exposition, ce qui constitue une nouveauté puisque la restauration visible complétait pour la première fois une exposition en cours.

Différents prestataires ont été associés pour mener à bien ce projet : la conception scénographique a été réalisée par l'Atelier Maciej Fiszer, qui a délégué la mission de graphisme à l'Atelier Bastien Morin. L'aménagement scénographique a été effectué par Stand Expo Déco (accompagné de deux sous-traitants), L'Atelier et Scanachrome ont pris en charge la signalétique, les soclages ont été faits par Aligheri et Version Bronze, enfin, le transport et l'installation des œuvres ont été alloués à André Chenue et l'assurance a été confiée à Blackwall Green.

Quelques chiffres

- Plus de 200 œuvres exposées
- 47 prêteurs répartis dans 5 pays d'Europe, 2 prêts américains
- Budget définitif : environ 872 000 € TTC

- **L'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie » (2 novembre 2016 – 30 janvier 2017)**

L'exposition « L'histoire commence en Mésopotamie », présentée dans la Galerie d'exposition temporaire, avait pour objectif de présenter le berceau civilisationnel qu'est la Mésopotamie. En effet, il s'agissait de montrer au public l'importance fondamentale de ce patrimoine mondial

aujourd'hui menacé. Le commissariat de l'exposition a été assuré par Ariane Thomas, conservateur des collections mésopotamiennes au département des Antiquités orientales du Musée du Louvre.

Le Louvre-Lens s'est adjoint les services de divers prestataires pour le transport des œuvres (Artrans), pour les conceptions scénographique (Véronique Dollfus) et graphique (atelier JBL), pour l'aménagement scénographique (MPI Action), pour la production de la signalétique (Scanachrome) et pour le soclage (Alighieri).

Le parcours de l'exposition était ponctué de nombreux dispositifs multimédias tels que de projections ou des films qui ont, eux aussi, donné lieu à des partenariats (Science Po, le CNRS, Archéovision).

Devant le succès de fréquentation de l'exposition, il a été décidé d'en prolonger d'une semaine la durée.

Cette exposition a été l'occasion de la mise en place, constitués dès la phase-projet, de « groupes-tests » de personnels internes du musée et de personnels des prestataires du musée, afin de mieux comprendre l'univers de représentation du visiteur et de tester la médiation écrite, le multimédia, les éléments de communication et l'aménagement scénographique.

Quelques chiffres :

- Environ 450 œuvres ont été présentées dont 90% provenant du département des Antiquités orientales du Louvre auquel se sont ajoutés d'autres prêteurs français, anglais ou allemands.
- 89 447 visiteurs
- Budget définitif : 619 000 € TTC

- **L'exposition « Miroirs » (3 décembre 2016 – 18 septembre 2017)**

Présentée dans le Pavillon de verre, l'exposition « Miroirs » présente des œuvres issues de toutes les époques de l'Antiquité à nos jours. Il s'agit d'inviter les visiteurs à interroger leur regard sur ce qu'ils voient ou croient voir. L'exposition donne à voir les miroirs sous trois aspects : en tant qu'emblèmes, symboles et accessoires ; en tant qu'outil produisant un dédoublement des images et enfin en tant qu'objet produisant des illusions susceptibles de tromper nos sens.

Le commissariat de l'exposition a été assuré par Paul Ripoche, directeur de la Médiathèque de Gravelines et Luc Piralla, chef du service conservation au musée du Louvre-Lens.

Le Louvre-Lens s'est adjoint les services de divers prestataires pour la conception scénographique (atelier Smagghe), pour le graphisme (agence Gooing Design), pour l'aménagement scénographique (Atelier du Nord), pour la signalétique (Grands ensemble) et pour le transport (Artrans).

Quelques chiffres :

- 31 œuvres (en incluant les rotations d'œuvres d'arts graphiques)
- 15 prêteurs de la Région Hauts de France

- Une semaine d'accrochage
- Budget exécuté de 105 640 €

2. La Galerie du temps

La Galerie du temps constitue le cœur du Louvre-Lens, son identité la plus permanente. Son enjeu est très fort, avec la présentation exemplaire de la richesse et de la diversité des collections du Louvre dans un seul espace. Elle permet d'appréhender l'histoire de l'art dans un parcours chronologico-géographique, et offre par sa scénographie décloisonnée une vision synthétique et panoramique des collections du musée du Louvre.

Des rotations d'œuvres annuelles sont programmées à chaque date anniversaire du musée, début décembre, dans l'objectif de fidéliser le public, de renouveler son intérêt pour la présentation, et d'attirer de nouveaux visiteurs.

• De nouveaux chefs-d'œuvre présentés à Lens

En fin d'année 2016, 54 nouveaux chefs-d'œuvre ont rejoint Lens, en remplacement d'autres qui ont retrouvé le palais du Louvre. Cette rotation des œuvres offre une sélection particulièrement représentative de la richesse des collections du Louvre : une nouvelle mosaïque et un décor de marbre évoquant le luxe des décors des villas romaines ; une présentation complètement renouvelée des arts de l'Islam au moment où l'Institut du monde arabe contribue à montrer autrement ces cultures à Tourcoing ; la réunion saisissante de la peinture de Charles Le Brun et de la sculpture du tombeau du cardinal de Bérulle ; un nouveau Rembrandt – le mystérieux et très célèbre *Philosophe en méditation* ; le portrait du peintre Joseph Vernet par Elisabeth Vigée-Le Brun, célèbre femme-peintre de Marie-Antoinette… Tels sont quelques-uns des importants renouvellements de l'année 2017 que chacun pourra voir ou revoir dans la Galerie du temps.

• La logistique des rotations

Des aménagements de mobiliers muséographiques plus importants ont été nécessaires pour permettre l'exposition des nouvelles œuvres : nouveaux socles, nouvelles vitrines, nouvelles cimaises.

La conception et le suivi des travaux ont été réalisés en interne par les équipes du Louvre-Lens, en harmonie avec la scénographie existante, conçue par le Studio Adrien Gardère et l'agence SANAA en 2012. En 2016, la conception scénographique a pu être réalisée grâce au recrutement d'un chargé de projet en architecture et en muséographie.

La fabrication et la mise en place de ces mobiliers ont été confiées à une société prestataire (Version Bronze). La présentation de certaines œuvres a en outre nécessité l'intervention d'une entreprise spécialisée dans le soclage d'œuvres d'art : ces prestations ont été attribuées après mise en concurrence à l'entreprise Alighieri. L'éclairage des œuvres, tout en respectant le parti pris initial de l'apport de lumière naturelle zénithale a lui aussi été adapté aux nouvelles œuvres grâce à des réglages effectués en interne par l'équipe technique de la Scène. L'exécution graphique et la fabrication des cartels explicatifs des œuvres, traduits en trois langues (FR, GB, NL), ont été confiées à l'entreprise L'Atelier.

L'intégralité des installations d'œuvres a été effectuée deux mardis, jours de fermeture hebdomadaire du musée. L'emballage, le transport et l'installation des œuvres ont été confiés à

l'entreprise spécialisée Artrans. Les équipes ont ainsi assuré le décrochage et remballage des œuvres devant repartir, et les ré-accrochages des nouvelles œuvres pendant ces deux journées denses. L'ampleur des changements de mobiliers a toutefois imposé cette année de fermer la Galerie au public pendant une journée.

Les renouvellements annuels sont le fruit du partenariat et de la collaboration avec le musée du Louvre, grâce au travail direct et en concertation avec les différentes régies des œuvres des Départements du Louvre concernés.

- **L'intégration des renouvellements dans l'offre culturelle du Louvre-Lens**

Ces renouvellements permettent d'affirmer la position de la Galerie du temps comme le cœur de l'attractivité du Louvre-Lens.
Afin de répondre à la demande récurrente de nombreux visiteurs souhaitant pouvoir identifier les œuvres nouvellement arrivées, un livret a été conçu, permettant de repérer les nouvelles œuvres exposées à Lens. Ce livret, dont le maquettage a été assuré lui par la graphiste du service communication, est diffusé gratuitement à l'ensemble des visiteurs de la Galerie.

3. Les coulisses du musée : réserves et restaurations visibles

- **Les réserves du Louvre-Lens**

L'année 2016, à la suite de 2015, a vu poursuivre l'identification de l'activité des réserves du Louvre-Lens.

Des transferts d'œuvres ont été motivés, suivant les Départements du musée du Louvre, par différents impératifs tels que des chantiers de collections (collections lapidaires des Antiquités orientales), la réaffectation de salles du Palais du Louvre impliquant le déménagement de collections (Salles Mollien pour les Arts graphiques, Réserves Richelieu et Puget pour les Arts de l'Islam), la mise en place du plan de prévention des risques inondation lié à la crue centennale (cartons de grand format des Arts graphiques), ou encore la cohérence scientifique des fonds (cartons Le Brun par exemple pour les Arts graphiques).

Afin d'organiser au mieux ces transferts, et de permettre de stocker les œuvres dans des conditions de conservation optimales, une méthodologie de travail spécifique a été mise en place. Ces projets ont conduit à mener une réflexion sur la réaffectation de certains locaux du Louvre-Lens, et les aménagements mobiliers nécessaires. Une collaboration étroite avec la Direction de la Recherche et des Collections (DRC) du musée du Louvre-Lens a été initiée en 2015 afin de coordonner les demandes des Départements. Les travaux ont été pris en charge par le musée du Louvre, et supervisés in situ par le monteur-installateur du Louvre-Lens et les régisseurs des œuvres. En 2016, l'aménagement adapté au cas par cas s'est poursuivi par espace et par Département. Des prototypes ont été conçus et réalisés spécialement, par exemple pour les chariots mobiles de stockage des arts graphiques montés en cadres MRT.

Plusieurs locaux affectés aux activités liées à la logistique des œuvres dans le programme architectural initial du Louvre-Lens, ont été transformés en espaces de stockage d'œuvres : espaces « emballage-déballage », « atelier propre » et « espace de travail »).

Une réflexion importante a par ailleurs été menée tout au long de l'année 2016 entre les services du Louvre-Lens, la Direction de la Recherche et des Collections (DRC) du Louvre et les Départements de conservation utilisateurs, afin de mettre en place un protocole de fonctionnement des réserves du Louvre-Lens.

Les mouvements d'œuvres en réserve en quelques chiffres pour 2016 :

- 22 journées comptabilisées pour les départs ou arrivées d'œuvres destinées aux réserves (hors exposition temporaire présentée au Louvre-Lens).
- Une dizaine de camions d'œuvres
- 12 convoyeurs accueillis
- Une trentaine d'installateurs (prestataires extérieurs)

- **La réserve visible et visitable « Vasari »**

La plus grande des réserves du Louvre-Lens a été le théâtre de nombreux mouvements d'œuvres en 2016, retours au Louvre ou arrivées d'ensembles exhaustifs venant des réserves du Louvre.

Les fragments de la rotonde d'Arsinoé présentés dans l'exposition consacrée à Samothrace au Louvre sont revenus à Lens, d'où ils étaient partis en 2014. Les textiles coptes du Département des Antiquités égyptiennes conservés depuis l'ouverture dans un meuble à plan, et pour certains restaurés dans le cadre de la programmation des coulisses, ont été rapatriés au Louvre, tandis qu'un autre lot important est arrivé pour une présentation renouvelée périodiquement dans la Galerie du temps. Le Département des Objets d'art a repris et apporté du mobilier.

Destinée à la sensibilisation des publics aux problématiques de conservation-restauration et de stockage, la réserve s'affirme peu à peu en tant que lieu de conservation exemplaire et espace de travail des équipes du Louvre-Lens, du Louvre, et de leurs prestataires.

Le caractère exceptionnel de la visite des coulisses permet au public de mieux percevoir le fonctionnement de l'institution muséale tout en valorisant les métiers de la conservation.

Les visiteurs peuvent ainsi appréhender tout au long de l'année, selon la programmation, les liens étroits qu'entretiennent la réserve et l'atelier de restauration. La découverte de ces lieux *a priori* inaccessibles continue de susciter l'enthousiasme du public. Ces visites, jusqu'au 31 décembre 2015, étaient gratuites pour tous. Elles sont devenues payantes le 2 janvier 2016, tout comme la découverte de l'atelier de restauration « depuis l'intérieur ».

- **Les restaurations visibles et visitables**

Les campagnes de restaurations visibles d'œuvres appartenant au Louvre se sont poursuivies dans une programmation éclectique, permettant au public de découvrir différentes actions de conservation curative, sur des typologies d'œuvres très variées.

A l'exception de la restauration (avec remontage sur support) des textiles coptes issus des réserves et rentrés au Louvre, et du nettoyage spectaculaire des deux statues en marbre liées au

renouvellement de la Galerie du temps, les sessions de restauration de 2016 ont été associées aux deux grandes expositions temporaires de l'année, « Charles Le Brun » et « Mésopotamie ».

Restaurations fondamentales :

- 2 textiles coptes (AE)
- 1 grand carton *La Triple Alliance* de Charles Le Brun (AG)
- 1 peinture *Christ au jardin des oliviers* de Charles Le Brun (P)

Restaurations superficielles (nettoyage approfondi) :

- 1 sculpture en calcaire : Buste de Palmyre (AO)
- 6 moulages en plâtre (AO)
- 2 statues en marbre de la collection Borghèse (AGER)

Quelques chiffres :

- 69 journées de restaurations visibles
- 652 visiteurs au total (sans compter les journalistes encadrés par le service communication, et les responsables des collections qui viennent valider les étapes d'intervention).

Restaurations non-visibles du public :

La régie des œuvres a coordonné cette année encore des restaurations à des fins d'étude et d'expositions à venir.

- 6 fragments d'architecture en grès en provenance de la basilique paléochrétienne de Tigzirt en Algérie, pour une exposition du DAGER sur l'Afrique romaine.
- Sculptures, peintures, arts graphiques, textiles (tapisseries) lors du chantier d'installation « Charles Le Brun »
- Sculptures et arts graphiques lors du chantier d'installation « Mésopotamie »
- Interventions dans les réserves (ex. Arts graphiques dans Winckelmann) et dans la Galerie du temps

Comme tous les ans, des chercheurs ont été accueillis en consultation (1 en réserve Vasari, 1 dans la Galerie du Temps avec dépose d'œuvre pour le Bès de Paleokastro, 1 dans Charles Le Brun en chantier pour le groupe sculpté du *Baptème du Christ* de J.-B. Tuby).

4. Le Centre de ressources

L'équipe du Centre de ressources est composée d'un responsable et de quatre médiathécaires, soit 4,8 ETP dont un agent en charge du guide multimédia. Pendant l'année, les horaires de deux postes ont été aménagés (grossesses). L'absence d'un médiathécaire en congé maternité du 29 février au 19 juin n'a pas été compensée par un remplacement. Le Centre de ressources a accueilli au cours de l'année quatre stagiaires, pour une durée totale de 24 semaines.

Les moyens financiers alloués pour 2016 ont permis principalement la mise en œuvre de la programmation culturelle (colloque, conférences, bulles immersives) et l'acquisition de documents (livres, périodiques) et de fournitures pour la médiathèque.

- **La médiathèque**

La médiathèque du Centre de ressources est ouverte tous les jours sauf le mardi de 10h00 à 18h00 soit 48 heures par semaine. En 2016, elle a accueilli 23 892 personnes, soit une moyenne de 72 personnes par jour. Rapportée au nombre de jours d'ouverture, la fréquentation en 2016 est quasiment équivalente à celle de 2015. Cette fréquentation a représenté sur l'année 9% des visiteurs du musée, soit une augmentation de 2,6 points par rapport à l'année précédente.

Système intégré de gestion de bibliothèque et portail documentaire

Le portail documentaire a été enrichi de nouvelles pages sur les expositions et les restaurations en cours, mais aussi de nouveaux contenus (vidéos dont le montage a été assuré en interne). Sa fréquentation est en hausse constante. Le nombre de pages consultées s'élève à 132 564, ce qui représente une augmentation de 114 % par rapport à 2015.

En 2016, le Centre de ressources a effectué 869 prêts. Le prêt est accessible uniquement au personnel du musée.

Fonds documentaire

Le catalogage des documents de la réserve est arrivé à son terme, entraînant logiquement un ralentissement du rythme du catalogage de nouvelles ressources : 648 notices bibliographiques ont été créées (contre 226 en 2015) ; 542 exemplaires (livres) ont été créés (contre 1694 en 2015).

Nouvelles acquisitions effectuées :

- 99 ouvrages disponibles (prestataire : Furet du Nord) ;
- 14 ouvrages indisponibles ou épuisés (prestataire : Livres et Services) ;
- 34 ouvrages échangés avec des musées partenaires ;
- 19 abonnements de périodiques.

- **La programmation culturelle**

La programmation du Centre de ressources s'adresse à tous les publics (individuels et groupes) sans distinction d'âge et s'articule autour de rendez-vous réguliers et ponctuels.

Rendez-vous réguliers

Le rendez-vous quotidien gratuit proposé par les médiathécaires (« Musée, mode d'emploi ») a été suivi cette année par 142 personnes, soit autant qu'en 2015. Quatre nouveaux programmes ont été proposés dans la bulle immersive en 2016 ; les médiathécaires ont assuré 90 séances en 2016 (contre 63 en 2015), réunissant 658 personnes (contre 342 en 2015).

Depuis la rentrée de septembre, des lectures sont également proposées aux jeunes publics tous les mercredis après-midi.

Rendez-vous ponctuels

18 évènements ponctuels (colloques et journées d'études, conférences, rencontres) ont été organisés, attirant 986 personnes, soit une hausse de près de 22%.

Quelques évènements marquants :

- colloque « Nouveaux Regards sur Charles Le Brun » (225 pers. sur 3 jours) ;
- colloque « De la tablette cunéiforme à la tablette tactile » (189 pers. sur 2 jours) ;
- journée d'étude « Médiation et TIC » (70 pers.) ;
- conférence « Watteau et l'histoire du goût » (70 pers.) ;
- conférence « Watteau dessinateur » (56 pers.) ;
- conférence « Lire les Métamorphoses d'Ovide » (50 pers.)

Groupes

En plus des visiteurs individuels, le Centre de ressources a accueilli 73 groupes (contre 39 en 2015) soit 1210 personnes (contre 696 en 2016) ce qui représente une hausse de près de 74 %.

- **Les partenariats**

Le colloque « Nouveaux Regards sur Charles Le Brun » a été organisé en partenariat avec l'École du Louvre et le Château de Vaux-le-Vicomte. Le colloque « De la tablette cunéiforme à la tablette tactile » a été organisé en partenariat avec le Musée du Louvre.

Le Centre de ressources participe aux réunions du réseau des médiathèques de la Communauté d'agglomération Lens-Liévin, permettant le lancement d'actions hors-les-murs. Sept interventions ont été menées dans différentes communes en 2016.

D'autres actions ont été menées en partenariat avec le milieu associatif. L'organisation de lectures hebdomadaires dans le Pavillon de verre (septembre 2015-mars 2016) et dans la Galerie du temps (novembre 2016-février 2017) par les lecteurs bénévoles de l'association « Lire et faire lire » a permis de toucher 594 visiteurs.

5. Le multimédia

- **Les expositions et la Galerie du temps**

Pour l'exposition CHARLES LE BRUN, PEINTRE DU ROI SOLEIL, un guide multimédia (15 commentaires audio) était mis à la disposition des visiteurs.

Pour l'exposition « RC LOUVRE », le Centre de ressources a assumé la conception et la production de 3 dispositifs proposant des extraits d'interviews menées à Lens lors de la collecte des objets.

Pour l'exposition L'HISTOIRE COMMENCE EN MESOPOTAMIE, un guide multimédia (15 commentaires audio) était mis à la disposition des visiteurs.
7 dispositifs numériques ont été proposés dans cet espace. 5 de ces dispositifs ont nécessité une conception et une production complète. Ces dispositifs pouvaient être immersifs, didactiques ou encore expérimentaux.

Dans le cadre du renouvellement de la Galerie du temps, 36 numérisations d'œuvres ont été effectués et 11 commentaires enregistrés afin de mettre à jour l'offre du Guide multimédia pour le 4 décembre 2016. 1 commentaire en langue des signes et 1 commentaire du parcours enfants ont également été produits pour cette mise à jour.

- **Les partenariats**

Accueil d'une étape du E-magic tour (14 janvier 2016) : à l'initiative de Pictanovo, des rencontre entre professionnels de musées, laboratoires et entreprises ont eu lieu autour de la thématique du numérique. Le Louvre-Lens a accueilli l'étape lensoise sur la thématique de la médiation numérique autour du patrimoine.

Smartculture : participation aux derniers séminaires. Pour rappel, porté par Euratechnologies, le projet de Smartculture visait à structurer un réseau d'acteurs européens du numérique culturel, pour identifier de nouvelles opportunités de marché et échanger connaissances et bonnes pratiques pour l'innovation dans l'accès aux ressources culturelles.

Avec l'école Polytech de Lille (avril- août 2016) : accueil d'un stagiaire pour tester l'usage d'un robot (Robotino) dans le cadre d'activités de médiation hors les murs. Expérimentation à l'hôpital de Lens, le 13 mai pour une visite en avant-première de l'exposition « Le Brun ».

Avec le laboratoire GERiiCO (Lille, septembre 2016 - avril 2017) : partenariat pour une évaluation de l'espace découverte avec deux groupes d'étudiants de niveau master.

De façon régulière et conséquente, de nombreux échanges ont lieu avec des professionnels des musées de la région (Saint Omer, Saint-Pol-sur-mer, etc.) ou encore des étudiants autour du numérique dans le musée.

6. La programmation éditoriale

S'adresser au grand public, refléter l'activité du musée et s'ancrer dans la région, ces trois axes ont à nouveau guidé la programmation éditoriale du musée du Louvre-Lens en 2016, une année riche sur le plan éditorial, avec les catalogues des deux expositions temporaires de l'année : « Charles Le Brun » et « L'histoire commence en Mésopotamie », la mise à jour du Guide de la Galerie du temps, et enfin, les deux catalogues maquettés en interne accompagnant les expositions du Pavillon de verre : « RC Louvre » et « Miroirs ».

Le service s'est également chargé de la mise en page du dispositif épilogue de l'exposition « L'histoire commence en Mésopotamie ».

À cela s'ajoutent les recherches iconographiques pour la Bulle immersive et la scénographie.

«Charles Le Brun»
Catalogue sous la direction de Bénédicte Gady et Nicolas Milovanovic, 4000 exemplaires, coédition avec les éditions Lienart, 39€, 440 pages, environ 330 illustrations.
Coût total du projet : 31.917 €
Ventes nettes cumulées : 2554 exemplaires pour un chiffre d'affaire, déduction faite des frais de gestion et des provisions des retours (10%), s'élevant à 28.045€. Pour rappel, le montant seuil de la redistribution entre les parties avait été fixé à 28.280€. Le musée commence donc seulement à percevoir des recettes.

«L'histoire commence en Mésopotamie»
Catalogue sous la direction d'Ariane Thomas, 4750 exemplaires, coédition avec Snoeck Publishers, 39€, 400 pages, environ 500 illustrations.
Coût total du projet : 36.156 €
Quelques chiffres, au 09 février 2017, en attente des chiffres définitifs :

- 540 exemplaires, musée du Louvre-Lens
- 1100 exemplaires, Boutique du Lieu
- 30 exemplaires, département des AO
- 1022 exemplaires, diffusion 2016
- 250 exemplaires, diffusion 2017

Soit 2942 ouvrages vendus.

Le **Guide du musée**
Le guide a été mis à jour avec l'intégration des renouvellements présentées dans la Galerie du temps, et édité en trois langues (1000 ex. de la version française, 250 ex. de la version anglaise, 350 ex. de la version néerlandaise). Il s'agit de la dernière édition du Guide dans sa version initiée en 2012. 2017 verra une autre forme principalement axée sur les renouvellements « Trésors nationaux ».

«RC Louvre»
Catalogue sous la direction de Luc Piralla et Fabien Dufoulon, 900 exemplaires + deuxième édition tirée à 750 ex., 4,95€, 44 pages, 38 illustrations.

«Miroirs»
Catalogue sous la direction de Paul Ripoche, 750 ex., 4,95€, 44 pages, 38 illustrations.

7. 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.
En matière de développement des publics, deux stagiaires sont venues renforcer l'équipe de janvier à juin puis de septembre à décembre.

L'édition désormais d'une brochure de saison a permis une meilleure visibilité, une augmentation de la fréquentation et des abonnements, qui ont doublé pour la saison 2016/2017.

L'activité de la Scène en 2016, alternant grands noms du spectacle vivant reconnus à l'international et compagnies régionales, fut également l'occasion de partenariats notables avec les structures de la région, telles que :

- ✓ La **ville de Lens**,
- ✓ **Culture Commune**, Scène Nationale du Bassin minier
- ✓ **L'opéra de Lille**
- ✓ **La Condition Publique de Roubaix**
- ✓ **L'université d'Artois**
- ✓ **Établissement d'enseignement supérieur de musique et de danse** de Lille (ESMD)
- ✓ Le **musée des Beaux-arts de Valenciennes**,
- ✓ et bien évidemment, **l'Auditorium du Louvre**.

A) UNE PROGRAMMATION RESOLUMENT PLURIDISCIPLINAIRE ET EN LIEN AVEC LE MUSEE

De décembre 2015 à décembre 2016, la programmation de La Scène s'est faite en lienavec les thématiques des expositions du musée et de la Galerie du temps.

Lisible, construite sous forme de temps forts, la programmation s'est déclinée de la façon suivante :

AUTOUR DE L'EXPOSITION « DANSEZ, EMBRASSEZ QUI VOUS VOUDREZ »

Une programmation autour de la danse et du théâtre, arts très représentés dans l'exposition, avec en janvier, le spectacle de danse baroque *Que ma joie demeure*, proposée par la Compagnie Fêtes galantes qui a également assuré le grand bal costumé en février, pour lequel le succès a été retentissant, ainsi que l'accueil de Clément Hervieu-Léger de la Comédie Française avec *Le petit Maitre corrigé de Marivaux*. Le banquet littéraire, autre moment très attendu de la programmation, fut imaginé, quant à lui autour de la commedia dell'arte. Plusieurs conférences ont également fait écho à ces thématiques (« Le théâtre et la comédie française au 18e siècle », « L'opéra au 18e siècle »…)

AUTOUR DE L'EXPOSITION « METAMORPHOSES »

Cette exposition fut l'occasion d'une conférence marquante sur le Narcisse d'Ernest Hiolle, proposée par Anne Pingeot, un spectacle en destination du Jeune Public, en clin d'œil à la métamorphose (*La vérité sur Pinocchio*, de Didier Galas), ainsi qu'une création de la compagnie régionale la barque (théâtre&musique), « Les Grottes sonores » autour des mythes d'Echo et d'Orphée.

AUTOUR DE L'EXPOSITION « RC LOUVRE »

La part belle a été donnée aux créations, avec Eloge du beau geste, une commande passée à la compagnie régionale La Générale d'imaginaire et Stadium, une performance documentaire et théâtrale, avec 53 supporters du RC Lens, de Mohamed El Khatib accueilli en résidence de création, qui a présenté une étape de travail. Deux matchs mythiques du RC Lens ont également été projetés en présence de Daniel Leclercq, ancien entraineur du club.

AUTOUR DE L'EXPOSITION « CHARLES LE BRUN »

Une programmation moins dense a été proposée pour cette exposition estivale, avec tout de même des conférences, du cinéma, du théâtre (*Tartuffe d'après Tartuffe d'après Tartuffe d'après Molière*), et un grand concert des Cris de Paris, en lien avec l'exposition.

AUTOUR DE L'EXPOSITION « L'HISTOIRE COMMENCE EN MESOPOTAMIE »

En novembre et décembre 2016, la programmation a repris les grands thèmes de l'exposition, notamment l'écriture avec *Murmur* d'Aakash Odedra, les grands récits fondateurs, comme *L'épopée de Gilgamesh* et la redécouverte de la Mésopotamie (Nabucco de Verdi, une conférence sur « L'héritage de la Mésopotamie »…)

AUTOUR DE LA « GALERIE DU TEMPS »

La programmation s'articule autour de certaines œuvres, périodes historiques (concert de Love I obey) ou grandes thématiques comme l'écriture (Univers light oblique, spectacle de danse jeune public), l'amour (conférence sur l'hermaphrodite endormi et lecture musicale *Et vivre était sublime*).

LA CREATION D'UN FESTIVAL AU LOUVRE-LENS

MUSE & PIANO

Cette année 2016 a été marquée par la création d'un festival de musique, Muse&Piano, dont le principe est de proposer pendant un week-end plusieurs rendez-vous avec des pianistes de renommée internationale ou de jeunes artistes à La Scène (3 concerts), mais aussi dans la Galerie du Temps (un piano ayant été installé au milieu des œuvres). Les pianistes s'inspirent de la Galerie du Temps pour créer leur programme, qu'ils présentent au public en même temps que les œuvres sont projetées.

Le festival Muse & Piano, créé les 30 septembre, 1er et 2 octobre 2016 au Musée du Louvre-Lens est le fruit d'une collaboration entre l'association ALVB (co-dirigée par Rodolphe Bruneau-Boulmier et Jason Wiels), et le musée du Louvre-Lens.

L'enjeu de la création d'un festival international de Piano au Louvre-Lens avec la présence d'artistes renommés, a pour but de proposer des concerts d'exception dans un lieu unique, de valoriser les collections du musée, de favoriser les correspondances entre les arts, de toucher des publics divers, néophytes comme passionnés et de développer la culture musicale classique sur le territoire.

L'originalité de ce festival s'articule autour de différents axes :

- les artistes invités pensent leur récital en écho aux œuvres du musée
- Les concerts sont relativement courts (autour d'une heure), et présentés par leurs interprètes
- Des rencontres entre le public et les pianistes sont organisées à l'issue des concerts
- Une médiation est proposée à chaque étape (conférence, avant-concerts avec les médiateurs du musée, master class)

Comparativement aux week-ends précédant et suivant le festival, il est à noter que le musée a enregistré une fréquentation supérieure lors du festival (2557 visiteurs, contre 1427 le week-end précédent et 2255 le week-end suivant)

Avec près de 1200 festivaliers, des artistes prestigieux (Philippe Cassard, Anne Queffélec) et une programmation en cohérence avec le projet et les œuvres du musée, cette première édition a été un réel succès. La qualité des concerts, des avant-scène et de la médiation autour de la musique en lien avec la Galerie du temps ont été soulignés par un public dithyrambique. Les artistes ont également apprécié une qualité d'accueil et d'écoute exceptionnelle : « *Quel bonheur et quels souvenirs pour moi ! Un très grand bravo pour la parfaite organisation !* » (Philippe Cassard).

B) LA SCÈNE, UN ESPACE DE MÉDIATION DÉDIÉ AU PARTAGE DES SAVOIRS

En 2016, comme les années précédentes, la programmation de La Scène a été attentive à développer un langage adapté à tous les visiteurs, quels que soient leur provenance et leur univers culturel.

Les conférences d'éminents spécialistes (conservateurs du Louvre, universitaires reconnus), à la fois « grand public » et exigeantes, ont permis de répondre au désir d'approfondissement des connaisseurs et à l'indispensable accompagnement de ceux qui découvrent l'univers des musées et l'histoire de l'art.

La continuité de la programmation des « avant-scène », moment de médiation dans le foyer avant les spectacles, a permis d'approfondir le lien entre le spectacle vivant et l'histoire de l'art.

✓ **L'école du Louvre au Louvre-Lens**

Depuis septembre 2015, le musée du Louvre-Lens accueille à La Scène les cours dispensés par l'Ecole du Louvre aux auditeurs libres du territoire. Depuis 2005, ces cours étaient donnés au Colisée à Lens.

- 12 séances programmées les mercredis de 17h45 à 19h15 portent sur l'histoire générale de l'art. Pour la saison 2016/2017, c'est un nouveau cycle de cours d'Histoire Générale de l'Art qui redémarre depuis la préhistoire.
- 5 séances programmées le jeudi de 17h45 à 19h15portent sur des thématiques en lien avec les expositions du musée. Pour la saison 2016/2017, le cours thématique traite de l'écriture, pour faire écho à l'exposition « L'histoire commence en Mésopotamie »

C) LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS FÉDÉRATEURS

Outre la programmation à destination des familles, la programmation exceptionnelle et participative dans le musée ou à La Scène, comme **l'anniversaire du musée (« Louvre Lens party »)**, le **bal costumé** ou le **grand banquet littéraire**, ont permis un accès au plus grand nombre et notamment à un public de proximité. La « Louvre-Lens party »a rassemblé plus de 6000 visiteurs en un week-end autour de nombreuses activités (ateliers, spectacles, parades…) essentiellement des familles du territoire (33,1 % issue de la communauté d'agglomération Lens-Liévin, 14, 99% de Lille Métropole, 6,51ù de la communauté d'agglomération Henin-Carvin). Le bal costumé autour des fêtes galantes et le banquet littéraire sur la thématique de la Commedia della'arte, ont rassemblé à eux deux 259 participants, des habitués mais aussi de nombreux primo-spectateurs.

➢ Les publics de la scène

A) LES PUBLICS CIBLES EN 2016

LE JEUNE PUBLIC

Les programmations de spectacles jeunes publics essentiellement pendant les vacances scolaires ont répondu à une demande importante des publics. Cette priorité est reconduite sur la saison 2016/2017.

LA FAMILLE depuis l'inauguration du musée désignée comme public prioritaire : les programmations de spectacles concentrées essentiellement au moment des vacances scolaires ont répondu à une demande importante des publics.

LES PUBLICS DITS « SPECIFIQUES », personnes en situation de handicap, personnes éloignées sociologiquement de la culture, ont également été rencontrés en 2016 et notamment dans le cadre d'un projet « Vitamine C » comprenant des spectacles et des rencontres avec de grands artistes. Certains groupes sont désormais fidèles aux spectacles proposés. En 2016, c'est près de 100 personnes en situation de handicap qui ont assisté à un spectacle à La Scène.

B) LA FREQUENTATION DE LA SCENE

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

- **40,19% pour les conférences, rencontres et projections** (2062 auditeurs dont 956 adhérents, pour 19 manifestations), contre 23,2% en 2015. Le remplissage moyen est donc de 108 auditeurs.
- **68,24% pour les spectacles Jeunes Publics** (1672 spectateurs pour 12 manifestations)
- **95,92% pour les manifestations au format participatif ou convivial** (259 participants pour 2 manifestations)
- **71,19% pour les spectacles**, contre 43,6% en 2015 (2499 spectateurs pour 13 manifestations)

C) QUELS PUBLICS ?

LES ADHERENTS

La Scène fidélise ses publics ses publics de deux manières : via les adhérents du musée, qui possèdent la carte L et bénéficient entre autres avantages d'un tarif réduit pour les spectacles et les conférences à La Scène ; via les abonnés de La Scène, qui s'engagent sur au minimum 5 spectacles dans la saison en cours et qui bénéficient donc d'un tarif abonné (tarif le plus bas). La plupart des abonnés sont également adhérents du musée.

Les adhérents sont les publics les plus assidus à la Scène, quel que soit le format de la manifestation. Les conférences sont très suivies par les adhérents qui représentent 47% des auditeurs. 17% des spectateurs venant à la Scène pour y assister à un spectacle sont des adhérents.

Il est à noter que le nombre d'**ABONNES** à La Scène a plus que doublé entre la saison 2015/2016 et 2016/2017 (de 18 l'an passé à 40 abonnements aujourd'hui, soit 227 places vendues). La plupart des abonnés sont également adhérents au musée, mais ils ne sont donc désormais plus enregistrés dans cette catégorie. Ils représentent près de 10% des spectateurs de La Scène.

Si la programmation rencontre un public d'adhérents et d'abonnés de plus en plus fidèle, elle n'a pas permis en 2016 de rencontrer les jeunes adultes (qui ne représentent que 3,83% du public pour les conférences et 2,12% pour les spectacles), ni les publics relevant du champs social (seuls 1,11% des auditeurs des conférences et 1,88% des spectateurs de spectacles ont bénéficié d'un tarif réduit au motif social.
Ces deux catégories constituent davantage des cibles pour les événements festifs.

Le public des manifestations pour les jeunes publics est plus diversifié : 4,18% des spectateurs ont un billet à plein tarif (en baisse significative) ; 4,24% ont un billet adhérent. Les spectateurs âgés de 18 à 26 ans et les bénéficiaires des minima sociaux représentent à eux deux 1,43% des spectateurs ; les enfants et les adolescents quant à eux pèsent 64,23% (forte augmentation de 30%).

LE SERVICE DE LA COMMUNICATION

II. La communication et le marketing

Le service communication et marketing participe à la conception et assure la mise en œuvre de la stratégie culturelle et scientifique du musée du Louvre-Lens.

Il prend en charge **les relations presse régionales, nationales et internationales** de l'ensemble des activités du musée (institutionnel, expositions, programmation spécifique, activités hors-les-murs…) ; **la stratégie numérique éditoriale** (site internet et réseaux sociaux) ; **la conception et l'exécution graphique des outils d'information et de communication** ; **la stratégie marketing** (prospection et fidélisation des publics).

L'équipe est composée de 6 personnes : un chef de service, un chargé des relations presse, un chargé de marketing, un chargé de communication internet et des réseaux sociaux numériques, un assistant-graphiste, et un assistant communication et marketing.

Après 11 mois de vacance du poste, une nouvelle responsable du service a rejoint le musée en octobre 2016.

1. Relations presse

Le travail conjoint d'un chargé des relations presse au musée - qui s'assure du suivi avec la presse régionale et belge - et d'une agence de relations presse basée à Paris – qui assume le suivi de la presse nationale et internationale – a permis au musée du Louvre-Lens de conserver une forte visibilité dans la presse régionale, nationale et internationale, tous supports confondus.

375 journalistes ont été accueillis en 2016, soit une baisse de 11% par rapport à 2015, due notamment à l'exposition « Charles Le Brun » qui a très peu mobilisé les médias étrangers.
1307 articles et reportages sur le Louvre-Lens ont été diffusés en 2016, contre 1235 en 2015 - soit une hausse de 6% - répartis comme suit :

- **805 retombées en presse régionale**, contre 804 en 2015;
- **410 retombées en presse nationale**, contre 322 en 2015, soit une augmentation de 27% ;
- **92 retombées en presse internationale**, contre 109 en 2015, soit une baisse de 19%.

La moitié des retombées presse sont dédiées aux expositions temporaires, qui ont engendré 615 articles en 2016 :

- **58 retombées presse pour « Dansez, embrassez qui vous voudrez »** (5/12/2015 – 29/02/2016 ; Galerie d'expositions temporaires), pour la seule année 2016 ;
- **182 retombées presse pour « Charles Le Brun »** (18/05 – 29/08/2016 ; Galerie d'expositions temporaires) ;

- **182 retombées presse pour « RC Louvre »** (20/04 – 07/11/2016 ; Pavillon de verre)
  Il s'agit de la plus importante couverture médiatique pour une exposition du Pavillon de verre, en raison de la singularité du sujet, de son approche ethnographique, de la résonnance avec l'actualité de l'UEFA Euro 2016, mais surtout de la très forte culture footballistique à Lens et dans la région. Les grands médias d'information, de lignes éditoriales très variées, ont fortement relayé l'exposition : Le Figaro, Le Parisien, La Croix, L'Humanité, L'Equipe, France Football, Télérama, La Vie, Marianne, France Info, RTL, Europe 1, RMC, France Inter, France Culture, France Musique, France 3, M6, etc. Certains médias audiovisuels ont accordé une couverture médiatique très éditorialisée : Radio France Internationale a délocalisé son émission « Radio Foot Internationale » ; France Bleu Nord a consacré deux semaines de portraits de supporters – les prêteurs de l'exposition et les spectateurs lors des rediffusions de matchs au musée ; sur Wéo, prise d'antenne spéciale en direct du Pavillon de verre, puis délocalisation de l'émission « Sang & Or le Mag ».
- **174 retombées presse pour « L'Histoire commence en Mésopotamie »** (2/11/16 – 30/01/2017 ; Galerie d'expositions temporaires), pour la seule année 2016.
  L'inauguration par le président de la République, Monsieur François Hollande, le 1er novembre 2016 a fortement mobilisé les médias ;
- **19 retombées presse pour « Miroirs »** (4/12/16 – 18/09/2017 ; Pavillon de verre) pour la seule année 2016.

Nous constatons que les médias sont fortement prescripteurs : la courbe de fréquentation des expositions temporaires est proportionnelle au nombre de retombées presse :

L'arrivée de Marie Lavandier à la direction du Musée du Louvre-Lens a été largement relayée par les médias régionaux et nationaux. **De septembre à décembre 2016, Marie Lavandier a rencontré 93 journalistes de la presse régionale, nationale et internationale**. Elle a donné de nombreuses interviews dans les semaines qui ont suivi sa prise de fonctions, pour présenter son projet et ses ambitions pour le musée.

Le musée du Louvre-Lens est identifié par les médias comme un lieu d'innovation et de créativité. **Quelques initiatives originales et inédites ont donné lieu à des reportages de fond dans des médias très variés, régionaux et nationaux** : l'expérimentation du robot Ubi pour des visites à distance depuis les hôpitaux (Aujourd'hui en France) ; l'opération de médiation immersive dans la galerie marchande d'Auchan à Noyelles-Godault (sites web Culturebox, 20 Minutes et Marie

France) ; l'événement Pokémon (Le Parisien, BFM TV) ; le lancement du festival de musique du Louvre-Lens « Muse & Piano » (Télérama.fr, une série de reportages sur France Musique, Radio Classique, Valeurs Actuelles, La Croix, France Inter).

2. Campagnes publicitaires

La communication autour des expositions temporaires de l'année 2016 (« RC Louvre », « Charles Le Brun », « L'Histoire commence en Mésopotamie » et « Miroirs ») s'est accompagnée de **campagnes d'affichage urbain dans la région, concentrées principalement sur les secteurs de Lens, Arras et Lille.** Ces campagnes correspondent essentiellement au démarrage et aux dernières semaines de chaque exposition.

L'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie » a bénéficié d'une visibilité renforcée, associant **affichage urbain** (sucettes et colonnes Morris), **affichage en gares**, **bâches géantes** à Lille Flandres, **panneaux lumineux**, **habillage de bus** et réseaux indoor dans des bars, restaurants et lieux de sortie. En complément des secteurs traditionnels, l'affichage s'est étendu à Béthune et Douai, mais aussi en Picardie (Amiens) et en Belgique (Bruxelles).

Des investissements publicitaires dans les médias complètent ce dispositif, mixant médias généralistes et presse spécialisée, en région, Belgique et sur le plan national (presse écrite, web, radios et télévision). Ils concernent essentiellement les expositions temporaires. Dans le cadre de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie », un partenariat avec le groupe Bayard a permis la réalisation d'un tiré à part de 4 pages dédié à l'exposition, diffusé auprès des abonnés à Images Doc, Astrapi et J'aime Lire dans les Hauts-de-France, à Paris et en Wallonie.

UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION RENFORCEE POUR « L'HISTOIRE COMMENCE EN MESOPOTAMIE »

Colonnes Morris

Arrières de bus

Réseau des sanitaires

Réseau 12 m²

Réseau 2 m²

Gare Lille Flandres

3. Marketing

En 2016, et notamment à l'occasion de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie », la stratégie marketing du musée a été renforcée sur 3 thématiques principales : une diffusion des outils de communication optimisée, une mise en réseau plus proactive des acteurs touristiques et institutionnels, et une refonte du programme d'adhésion au musée.

- **Une diffusion optimisée**

La diffusion des supports de communication édités par le service communication et marketing se partage en 3 catégories :

1- La diffusion opérée par des prestataires privés
2- La diffusion opérée par le service communication et marketing
3- La diffusion par mise à disposition des supports lors d'événements spéciaux

Afin d'optimiser la diffusion des supports de communication du musée, le service a eu recours aux services de prestataires, qui ont permis d'être présent sur 3 territoires prioritaires et stratégiques :

- la Région Hauts de France ;
- la Belgique ;
- et un dispositif renforcé sur la métropole lilloise.

En sus de ces prestations, le service communication et marketing opère des dépôts réguliers de supports de communication dans divers lieux clés du territoire (partenaires institutionnels, commerces de la ville de Lens, hôtels de la région…).
Enfin, le service participe régulièrement aux bourses d'échanges organisés par des partenaires institutionnels dans plusieurs communes du territoire Hauts-de-France.

- **Une mise en réseau proactive des acteurs touristiques et institutionnels**

Le musée du Louvre-Lens a souhaité renforcer et dynamiser les échanges avec les partenaires touristiques et institutionnels du territoire, et notamment les divers offices du tourisme du bassin minier (Lens-Liévin, Béthune-Bruay, Douai, Arras).

Inaugurant cette nouvelle dynamique, l'exposition *L'Histoire commence en Mésopotamie* a offert l'occasion de tester un nouveau dispositif dédié aux offices de tourisme et aux hôteliers de la région. Un après-midi leur a été réservé afin de découvrir l'exposition de manière privilégiée, d'appréhender plus pertinemment les éléments de langage autour de l'exposition et de repartir avec un kit de communication comprenant les divers supports édités pour la promotion de l'exposition.

Dans même, 2 « éductours » ont été organisés avec le Centre Historique minier de Lewarde et la Villa Cavrois. Ces « éductours » ont été l'occasion pour ces deux acteurs de présenter l'offre dédiée aux comités d'entreprise et groupes de la région Hauts-de-France.
Enfin, le musée du Louvre-Lens reste actif dans les diverses instances du territoire du bassin-minier en participant aux événements, réunions ou colloques organisés par des acteurs clés tels qu'Euralens, la Mission Bassin minier ou encore Autour du Louvre-Lens.

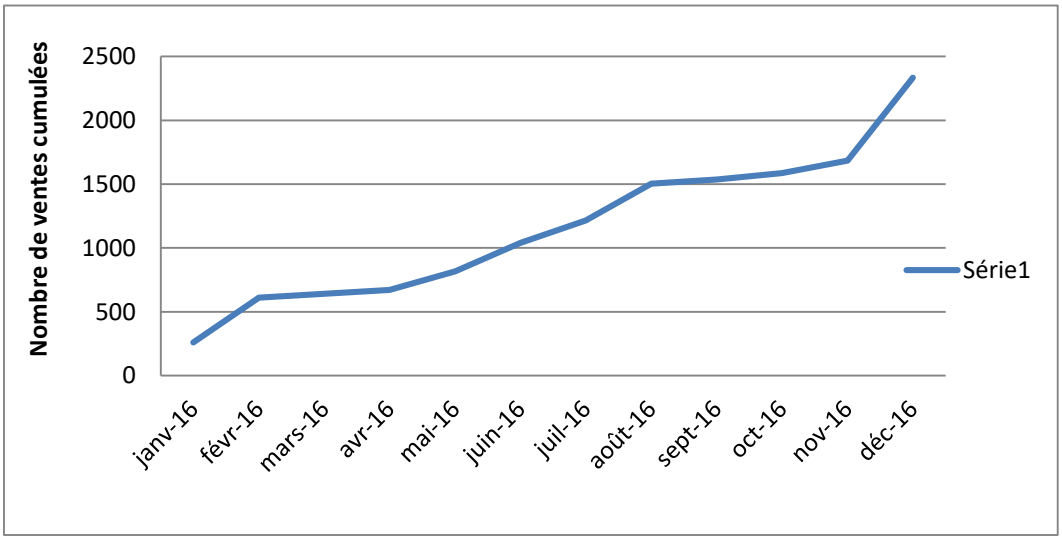
- **Une refonte ambitieuse du programme d'adhésion**

Le service communication et marketing a entrepris la refonte de son programme d'adhésion. La démarche a été initiée en décembre, à l'occasion de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie », avec un ajout substantiel d'avantages à la carte d'abonnement du musée, la Carte [L] :

- Gratuité aux expositions temporaires pour la personne accompagnant l'adhérent les 15 jours suivants la date d'adhésion ;
- Gratuité du guide multimédia (GMM) pour tout détenteur d'une Carte [L] en cours de validité ;
- 10% de remise sur les produits de la cafétéria ;
- 5% de réduction sur les éditions et coéditions du musée disponibles à la Librairie-Boutique.

Ces ajouts ont permis d'augmenter considérablement les adhésions, comme en atteste le pic du mois de décembre :

Evolution des ventes cumulées de Cartes [L] par mois en 2016



Carte [L] 2017

4. Réseaux sociaux

Au 31 décembre 2016, les 3 réseaux sociaux sur lesquels le musée du Louvre-Lens est présent comptabilisaient un total de **37 870 abonnés** répartis comme suit :

Instagram (Compte créé en avril 2016) : 1,700 abonnés

Twitter : 1,970 abonnés

Facebook : 34,200 « j'aime »

En 2016, le musée du Louvre-Lens a lancé son premier Instameet, en partenariat avec les communautés Igers de la région Hauts-de-France (Igers Lille, Arras et Picardie).
Ce premier Instameet a réuni 60 photographes, qui ont produit 600 photographies. Celles-ci ont généré 70 000 likes et +15% d'abonnés au compte Instagram du musée.

60 photographes → 600 photographies → 70.000 likes → +15% d'abonnés au compte Instagram Louvre-Lens

Le service communication avait défini 3 catégories : « L'Histoire commence en Mésopotamie » ; les coulisses et réserves visitables ; et la Galerie du temps. Parmi les 600 photographies postées sur Instagram, un jury professionnel a sélectionné 10 photographies par catégorie. Cette sélection a été soumise au vote du public du musée du Louvre-Lens lors de son week-end anniversaire les 3 et 4 décembre 2016. Les trois photos lauréates sont accrochées près de l'espace Coulisses du Louvre-Lens. La photographie lauréate a été utilisée dans la communication institutionnelle du musée début 2017.

Lauréat catégorie
L'HISTOIRE COMMENCE
EN MESOPOTAMIE

Lauréat catégorie
GALERIE DU TEMPS

Lauréat catégorie
COULISSES

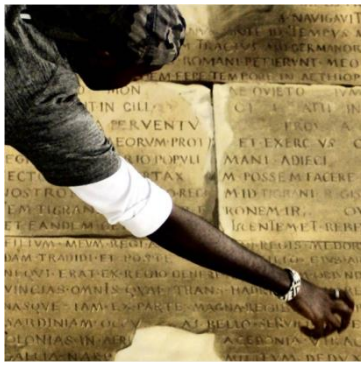


Photo 1 : @edclic alias Edouard Rechul

Photo 2 : @ghosthy0909 alias Thomas Koob

Photo 3 : @marmoutsee alias Suzanne Accart

5. Graphisme

Le musée du Louvre-Lens utilise des supports de communication et d'information aux formats et fonctions très diverses, afin de s'adapter aux attentes et besoins de ses différents publics et partenaires : individuels, enfants, familles, groupes, scolaires, enseignants, professionnels du tourisme, mécènes, etc.

Le service communication et marketing a ainsi créé 134 nouveaux supports de communication et d'information du public, aux formats très variés : affiches d'expositions et d'événements festifs, ; programmes d'activités (de 40 à 72 pages) ; brochures de la Scène (40 pages) ; brochures groupes, éducation, publics spécifiques (de 12 à 36 pages) ; programmes de salle (4 pages) ; dépliants de programmation ou institutionnels (de 4 à 8 pages) ; plaquettes Comités d'entreprise, Cercle Louvre-Lens Entreprise, Centre de loisirs, (de 4 à 8 pages) ; cartes de vœux (print et mails) ; cartons d'invitation ; livrets de visite (sous forme de dépliant ou poster, en français, anglais et néerlandais) ; livret-jeux (12 pages) ; flyers et cart'com d'exposition, événements, spectacles, conférences, mécénat ; dossiers pédagogiques (de 32 à 44 pages) ; communiqués de presse (de 2 à 6 pages) ; dossiers de presse (de 16 à 44 pages) ; calendrier des expositions (4 pages) ; carte postale ; Carte [L] ; portails et bandeaux de porte pour la signalétique extérieure du musée ; etc.

Ces 91 créations ont engendré 195 mises au format, mises à jour, adaptations et déclinaisons : versions anglaises et néerlandaises, pour supports print, web et mobiles, pour les boutiques, les réseaux d'affichage, les bâches, les flancs de bus, colonnes, stickers, kakemonos, etc.

LE SERVICE MECENAT ET PRIVATISATIONS

III. Le mécénat et les privatisations

1. Bilan global

2016 a été une année moins favorable que 2015 au niveau du mécénat, mais comparable à 2014, avec un très bon maintien des recettes liées aux privatisations.

Le mécénat d'entreprises a été marqué par un gros travail de fidélisation rendu nécessaire notamment avec le départ du directeur et de Karine Janowski Malbranque (chargée du suivi du Cercle) qui a freiné les capacités de prospection et de développement du service.
Dès l'arrivée de Marie Lavandier, une rencontre avec les mécènes a été organisée afin de les rassurer quant à la volonté du Louvre-Lens de poursuivre les partenariats avec le monde de l'entreprise qui constituent une des particularités du musée.

Le Cercle Louvre-Lens Entreprises garantit un socle de recettes annuelles non négligeable et permet d'avoir au côté du musée des entreprises impliquées, fidèles et qui participent à son rayonnement.
Le mécénat en nature s'est développé en 2016 impliquant l'ensemble des services du musée dans la démarche mécénat.

En 2016, le Louvre-Lens comptait 50 entreprises mécènes actives, toutes suivies de façon individualisée.

La mise en place du don des particuliers (billets donateurs dès janvier et urnes dès avril) a constitué un facteur de renouvellement et de développement de la stratégie mécénat et de notre relation au public du musée. Le dispositif a été très bien perçu par les visiteurs avec une recette honorable.

2. Mécénat des entreprises – Le Cercle Louvre-Lens Entreprises

Bilan quantitatif
Le Cercle Louvre-Lens Entreprises regroupait 40 membres au plus fort de l'année (38 en 2015, 41 en 2014, 40 en 2013 et 8 en 2012) dont 2 bienfaiteurs (dont 1 regroupant 5 signataires), 5 associés, 5 partenaires et 24 amis (dont un en nature), (contre 159 700 € sur 2015) pour un montant global de 187 900 € dont 138 200 € perçu sur l'exercice 2016

La baisse des recettes du Cercle s'explique notamment par des ré-adhésions basculées sur 2017 (car convention clôturées en décembre) et le retrait de Maisons et Cités pour des questions juridiques.

Le montant moyen du don au sein du Cercle est de 4 700 € ;
60% des membres se positionnent sur un premier niveau d'adhésion à 1 200 €.
Les dons du Cercle représentent en 2016 43 % du mécénat d'entreprises.

Fidélisation et ré-adhésions

Le taux de ré-adhésion est excellent (90%) témoignant d'une grande fidélité de nos mécènes et attachement au musée et au Cercle.

2 non ré-adhésions (Maisons et Cités pour des questions juridiques ; USM pour des questions d'éloignement géographique).

Renouvellement :

Le Cercle a accueilli en 2016 deux nouveaux membres : Sophys et Nexans Lens

La Poste qui avait quitté le Cercle en 2015 et revenue en 2016.

Animation du Cercle Louvre-Lens Entreprises

Des rendez-vous sont régulièrement proposés aux mécènes du Cercle Louvre-Lens Entreprises pour leur faire découvrir nos expositions, les métiers du musée mais également pour créer des moments de convivialité entre mécène du Cercle et les fidéliser.

En 2016, 9 rendez-vous leur ont été proposés, en dehors des invitations aux vernissages :

- 21 janvier : Visite guidée de l'exposition temporaire « Dansez, embrassez qui vous voudrez » par le commissaire (19 participants)
- 28 janvier : Cérémonie des vœux du Louvre-Lens, de la CCI Artois et des clubs d'entreprises de l'Artois (750 présents / 10 du Cercle)
- 25 février : Visite de l'exposition « Le château de Versailles en 100 chefs-d'œuvre » au Musée des Beaux-Arts d'Arras (5 participants)
- 25 mai : Visite guidée de l'exposition temporaire « Charles Le Brun. Le peintre du Roi Soleil » par les commissaires (11 participants)
- 9 juin : Visite guidée de l'exposition « RC Louvre. Mémoires Sang & Or » (8 participants)
- 4 juillet : Présentation des expositions, du calendrier du cercle et activités à destination des entreprises proposées par le service des publics (11 participants)
- 30 septembre – 2 octobre : concert dans le cadre du Festival muse et piano (6 participants)
- 18 octobre : Soirée des mécènes, cocktail de rentrée et discours de présentation de la directrice Marie Lavandier (34 participants)
- 17 novembre : Visite-atelier autour de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie » (17 participants)

Fin 2016 début 2017, le service a réalisé une **enquête de satisfaction** auprès des mécènes afin de dresser un bilan après 4 ans d'existence du Cercle Louvre-Lens Entreprises. Cette enquête permet de déterminer les orientations et également de repenser la communication en donnant la parole aux mécènes. Les premiers retours sont encourageants et témoignent d'un attachement des entreprises membres du Cercle au musée.

Un benchmark sera réalisé en 2017 auprès de divers cercles d'entreprises afin d'affiner le positionnement et de mener une réflexion sur l'avenir du Cercle et les orientations en termes de communication, d'animation, de relation aux mécènes, et d'encadrement du mécénat.

En 2017, le Louvre-Lens souhaite impliquer davantage les mécènes du Cercle dans la vie du réseau et dans son développement notamment en les incitant à jouer un rôle de parrain et d'ambassadeur.

3. Mécénat des entreprises – Mécénat de projet

Le mécénat dit « de projets » représente en 2016:

180 000 €	**de mécénat financier**
82 415 €	**de mécénat en nature**
4 000 €	**de financement sur projet**

Mécénat financier sur expositions

Deux mécénats financiers ont été conclus sur l'exposition « L'histoire commence en Mésopotamie » avec des entreprises nationales, mécènes bâtisseurs, affirmant ainsi leur attachement au Louvre-Lens :

- **Fondation Total : 100 000 €**
- **AG2R La Mondiale : 80 000 €**

Mécénat en nature

Le mécénat en nature s'est développé en 2016. Ces partenariats sont très valorisants pour les entreprises qui peuvent ainsi mettre en avant leur savoir-faire et permettent d'associer d'autres services du musée à notre démarche.

L'exposition « Charles Le Brun » n'a pas retenu l'attention de mécènes ni prospects importants mais a bénéficié d'un mécénat en nature de **Saint-Gobain** (national) par la fourniture de vitrines aux formats exceptionnels (réalisées dans la région) pour la scénographie de l'exposition (11 250 €).

Un mécénat en nature avec l'entreprise **Mäder Colors**, fabricant de peinture situé à Maroeuil, a été conclu par la fourniture de la **peinture** pour l'exposition « L'histoire commence en Mésopotamie » (un mécénat de 4 500 € permettant une économie réelle de 14 000 €). Mécénat qui se poursuit en 2017.

Dans la poursuite du partenariat initié en 2013, **le groupe sanef abertis** a apporté son soutien à la promotion du musée et de l'exposition « Charles Le Brun » par la mise en place d'un important dispositif de communication auprès des automobilistes clients Sanef et des salariés, pour un montant de mécénat valorisé à hauteur de 63 865€ (diffusion, campagne pushmails, communication web et spots radios sur 107.7).

Le pâtissier **Jean-Claude Jeanson** a réalisé et offert la prestation traiteur pour le Banquet littéraire du 15 janvier 2016 (2 800 €)

Autre partenariat

La direction régionale **d'AG2R La Mondiale** (instances sociales) a souhaité accompagner le musée et apporter un soutien financier pour la conception et réalisation d'un outil de médiation nomade original (4000€). Le projet consiste à imaginer, en partenariat avec des associations, structures partenaires et professionnels, un outil (type mallette, table ou tapis…) permettant de favoriser le dialogue autour du musée auprès de publics qui en sont éloignés pour des raisons sociales,

culturelles, physiques ou psychologiques (personnes âgées, dépendantes, fragilisées, et leurs aidants).
Cet outil nomade a pour vocation d'être utilisé à l'extérieur du musée pour en faire une présentation accessible, pédagogique, ludique et conviviale.

Des mécénats ont donné lieu à des actions de médiation et contribué à l'élargissement de nos publics

- À la suite du mécénat Auchan, a été poursuivie avec Immochan l'opération hors-les murs dans les galeries de Noyelles-Godault (opération été 2016)

- Fondation Total : projet mené avec des demandeurs d'asile autour de l'exposition « L'histoire commence en Mésopotamie » (sept 2016 à janvier 2017)

- Maisons et Cités : dans le cadre de leur mécénat Cercle, Maisons et Cités a poursuivi son action pour faire découvrir le musée aux jeunes des cités minières de toute la région. Plus de 500 jeunes ont participé à des visites ateliers les mercredis après-midi en 2016.

Bilan de la prospection mécénat Entreprises

En 2016 la prospection s'est faite sur le relationnel existant, l'invitation de prospects lors des rencontres Cercle, l'invitation de clubs d'affaires et un événement de prospection important réalisé avec la CCI Artois, à l'occasion des vœux. Le 27 janvier, le musée a accueilli à cette occasion 750 personnes dont la plupart des chefs d'entreprises. Une soirée très appréciée et remarquée. Une relance a été faite sur 400 contacts mais les retours ont été peu concluants (1 adhésion au Cercle).

Outre cet événement, l'équipe mécénat a sollicité directement et de façon personnalisée 73 entreprises (nouveaux contacts), internationales, nationales ou locales, dans un ciblage différencié (expositions / Cercle / nature ou projets). 4 contacts ont été concrétisés par une action mécénat (dont 2 en nature). Certains contacts pourtant bien engagés n'ont pas porté leurs fruits (Accenture, Neuflize, ERDF, Axa, Gan, Banque Populaire, Mazart, Finorpa, Fondation de France, Carrefour, Renault, St Once,…). Les raisons invoquées sont essentiellement une trop forte sollicitation, un budget restreint ou des axes stratégiques redéfinis au sein des entreprises. Des prospections menées en 2016 devraient cependant donner jour à des partenariats en 2017.

4. Mécénat des particuliers – Mise en place du billet donateur et des urnes

Dans le cadre de la diversification de nos recettes et après accord du Conseil d'Administration, a été mis en place à partir de janvier 2016 un dispositif de collecte de dons auprès des visiteurs, intitulé « j'aime, je donne ! », prenant exemple sur les pratiques anglo-saxonnes.
Le Louvre-Lens propose aux visiteurs qui le souhaitent, de soutenir le musée dans ses actions de démocratisation culturelle et le maintien de l'excellence du musée en les incitant, lors de leur passage en billetterie, à effectuer un don libre et spontané.
Deux dispositifs complémentaires ont été mis en place :
Dès janvier :

- le « billet donateur » qui permet de faire un don libre en billetterie à partir de 1 € sur sollicitation des agents d'accueil et à la billetterie. Les visiteurs qui donnent au moins 5 euros se voient offrir un badge.

En décembre, le billet donateur a également été installé aux distributeurs à billets (DAB).

Dès avril :

- L'installation de deux urnes dans le hall musée (1 ronde et 1 « ludique »). Urnes dans lesquelles les visiteurs peuvent insérer des pièces ou billets (don libre), permettant ainsi un don, après visite, plus anonyme et spontané, de remerciements et satisfaction.

Le dispositif expérimental a été bien perçu par les visiteurs et très bien relayé par les agents de billetterie.

En 2016, 29 225 € ont été comptabilisés dont 22 988 € via les billets donateurs (5471 dons) et 6237 € via les urnes.

Le don moyen est de 4,20 €.

On remarque que les dons sont bien plus nombreux quand seuls la Galerie du Temps et le Pavillon de verre (gratuits) sont ouverts. Paradoxalement, très peu de dons sont effectués lors des journées événementielles gratuites.

La mise en place de ce dispositif permet de sensibiliser les visiteurs à la philanthropie.
Depuis sa mise en place, le musée reçoit en outre régulièrement des dons spontanés par courrier (en 2016 : 1 150 €).
Soit **un total de dons des particuliers en 2016 de 30 375 €.**

5. Les privatisations / locations d'espaces

Les privatisations sont aussi importantes que le mécénat pour le musée pour les recettes générées et le relationnel professionnel avec le monde des entreprises, des congrès et de l'évènementiel. Par le biais des privatisations (locations et contreparties mécénat), le musée fait venir plus de 7 000 visiteurs au musée dont de nombreux chefs d'entreprises et leaders d'opinion.

L'approche de prospection auprès des entreprises y compris pour le mécénat, se fait sur l'ensemble de l'offre « entreprises » du musée. De nombreuses entreprises non familières au mécénat préfèrent en effet une relation plus commerciale.

Le montant total des recettes perçues en 2016 (incluant quelques acomptes sur 2017) est de **201 941 € HT** (contre 191 853 € HT en 2015) pour **35 manifestations** (hors manifestations de mécènes).

On note une stabilité du nombre de manifestations par rapport à 2015 avec un **ticket moyen** de **5 770 € HT par événement** légèrement supérieur à 2015, notamment pour l'organisation des dîners, acceptés depuis 2015 et très appréciées.

210 demandes ont été traitées et **54 repérages** assurés, soit un **taux de transformation de 17%** (contre 28,3% en 2015).

66% de la clientèle provient de contacts établis lors de salons professionnels, d'événements de relations publiques ou via les réseaux et recommandations de clients ou prestataires, contre 25,8 % en 2015.

51 % des clients viennent d'autres régions de France (dont 40 % d'IDF) contre 32,50 % en 2015.
On note une baisse de la clientèle Hauts de France avec 48,57% en 2016 contre 67,50% en 2015.

La hausse de la clientèle parisienne et autres régions s'explique par une présence pro active du Louvre-Lens sur les salons professionnels B to B (MICE PLACE Bruxelles, HEAVENT Cannes en 2016, REUNIR et Mice Connect Bedouk Paris en 2015).
Les agences d'événementiels jouent par ailleurs un rôle de prescripteur important.

Le bilan 2016 est globalement satisfaisant au regard des moyens financiers et humains alloués. La démarche de prospection doit être de plus en plus pro-active et dépasser les frontières de la région et la participation sur les salons reste un puissant outil de promotion.

LE SERVICE DES PUBLICS

IV. Le musée et ses publics

1. L'offre tarifaire

- **POURSUITE DE LA GRATUITE D'ACCÈS A LA GALERIE DU TEMPS ET AU PAVILLON DE VERRE**

Le Conseil d'Administration du Louvre-Lens d'octobre 2016 a voté à l'unanimité la poursuite de la gratuité totale de l'accès à la Galerie du Temps du Louvre-Lens pour une durée d'un an.

Cette décision a été reconduite chaque année depuis l'inauguration.

- **MODIFICATIONS DE LA GRILLE TARIFAIRE ENTRÉES EN VIGUEUR LE 1ER JANVIER 2016**

Suite au Conseil d'administration du mois d'octobre 2015, la grille tarifaire a intégré les mesures suivantes :

- **EXPOSITION TEMPORAIRE**

— Tarif plein : 10€
— Tarif réduit (à partir de 10 billets par transaction) : 9€

— Création d'un tarif réduit pour les jeunes de 18 à 25 ans révolus : 5€
— Gratuité : maintien d'un large spectre de publics concernés par l'exonération de tarif (bénéficiaires de minima sociaux, enseignants, professionnels de la culture…)

- **CARTE L**

— Tarif plein : 20€
— Carte L Pro et Carte L Amis : 15€
— Carte L Jeunes : 12 €

- **ATELIER, VISITE-ATELIER, VISITE ACCOMPAGNEE, VISITE GUIDEE, VISITE DES COULISSES**

— Application des tarifs de visite guidée à la visite des Coulisses (réserves, restauration) : 6€ pour 1 heure de visite guidée
— Activités en famille : 6€ pour 1 heure d'activité
— Cycles d'activités culturelles : 4€ pour 4 heures d'activité

- **GUIDE MULTIMEDIA**

À compter du 1er janvier 2016, la location du guide multimédia est désormais payante (3€ en Galerie du temps, 2 € avec un billet pour l'exposition temporaire).

Cette tarification n'a pas repoussé les visiteurs : 44 380 guides Multimédia ont été loués en 2016 pour 110 542 € de recettes.

2. L'accueil des visiteurs

AJUSTEMENT DES REGLEMENTS DU MUSEE

a) Le règlement de visite du musée

Lors du conseil d'administration du musée du Louvre-Lens en date du 18 mars 2016, le règlement de visite a subi quelques ajustements. En effet, après plus de trois années d'exploitation et pour tenir compte des différents retours d'expériences, la révision du règlement de visite du musée du Louvre-Lens paraissait nécessaire sur certains points.

Les principaux ajustements opérés sur le règlement de visite du musée portent notamment sur l'adaptation des jours et heures d'ouverture, sur des apports de précision de la sécurité au musée (objets interdits ou autorisés, objets trouvés, sécurité-sûreté, accessibilité, vidéosurveillance) mais surtout sur les conditions de visite des publics individuels (porte-bébés, poussettes, siège-cannes…) et des publics en groupes (prise de parole, autorisations, restrictions, répartitions des groupes selon typologie des publics).

b) Le règlement de visite du Parc

Lors du Conseil d'administration du 10 juin 2016, le règlement du parc a lui aussi était révisé. Les principaux ajustements opérés sur le règlement de visite du parc portent notamment sur des précisions apportées sur les accès au Parc, sa fermeture et les conditions d'accès pour l'organisation de manifestation, le régime applicable aux animaux, la circulation des personnes et véhicules (la circulation en bicyclette est désormais autorisée), les activités autorisées et une redéfinition des interdictions.

c) Les services d'accueil, de vente et de réservation

LA PRESTATION DE SERVICE RELATIVE A L'ACCUEIL ET VENTE

Le musée du Louvre-Lens a confié cette année encore à Muséa les missions de renseignements et de vente ainsi que celle d'accueil et d'accompagnement de nos publics. Forts d'une formation initiale conséquente et de formations continues soignées et adaptées, 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.

d) Promotion

Des opérations ponctuelles de promotion ont été organisées à l'extérieur du musée, en lien avec le service communication.
Ceci a concerné la promotion régulière autour des expositions (tractage et diffusion de flyers et d'affiches sur lieux de vacances, marchés, salles de spectacles, commerces des grosses villes de la région, communes de la CALL…). Ont ainsi été desservies les villes de Douai, Béthune, Le Touquet, Lille et Lens.

Dans le cadre de l'exposition temporaire RC Louvre, une double opération d'information-communication a été réalisée en direction des supporters du club de football emblématique du territoire, le Racing Club de Lens.

Des agents d'accueil ont également été sollicités pour représenter le musée au Salon des Métiers d'Art (IMAP) ou lors d'opérations de promotion et de médiation hors les murs telles que celles montées régulièrement avec la galerie marchande d'Auchan Noyelles-Godault.

Lens, ville hôte de l'Euro 2016 avait une fan zone qui a été investie régulièrement par l'équipe d'accueil du musée avec la tenue d'un stand sur la plupart des dates de matchs.

Enfin, qu'il s'agisse des soirées vernissage des expositions (3), visites de presse, anniversaire (1), nocturnes régulières (7), ou événementielles, l'équipe d'accueil et de vente a été sollicitée.

e) Formation des agents

Outre les échanges réguliers dans le cadre de points hebdomadaires, de briefs matinaux récurrents et de réunions avec l'ensemble de l'équipe, des animations d'entretien périodes sont réalisées au trimestre avec chacun des agents.
La quasi-totalité du personnel a encore bénéficié de formations cette année :

- Formation et découverte des nouvelles expositions (50,50 heures) ;
- Formation plus professionnelle à destination de tous les personnels en CDI « Aller vers le visiteur » ;

- Cycle à destination de tous les nouveaux collaborateurs (83,25 heures sur l'année) ;
- Enfin, pour l'un des agents référents sur la mission « accueil des personnes en situation de handicap », 2 journées d'apprentissage du langage des signes.

f) L'amélioration des services aux visiteurs

Depuis la réorganisation de l'accueil des groupes en 2015, la fluidité s'est confirmée dans les différents espaces du musée. Les visiteurs sont accueillis dès le parvis du musée, immédiatement après leur descente des bus. Sur les journées identifiées à forte fréquentation en groupe, jusque quatre agents assurent la liaison entre l'entrée du musée, l'accueil des groupes et les vestiaires, les formalités administratives et l'orientation vers les salles de préparation. Ils assurent également les remises et réceptions retours d'audiophones et de Guide Multimédia. L'équipe d'accueil filtre les groupes en amont des formalités de sécurité, en garantissant un ordre de passage prioritaire en fonction des heures de réservation et en profitent pour faire la promotion de nos activités.

Nos agents invitent prioritairement certains responsables de groupes à réaliser les formalités en amont de l'arrivée des membres des groupes au niveau des vestiaires et le départ en activité.

Si nécessaire, des points réguliers sont organisés en cours de journée.

Chaque année, un groupe de travail est chargé d'améliorer les protocoles de réservation des groupes, optimiser les ouvertures de réservation et rendre plus lisibles nos programmes à destination des différents publics.

Le principe de la répartition des groupes par alternance (tous les quarts d'heure) des publics adultes et scolaires a été conservé la plupart du temps en 2016, surtout concernant les créneaux effectifs des visites des groupes scolaires. Ce principe permet d'assurer la mixité des publics et la bonne régulation systématique des flux sans déséquilibre.
Le principe de fixité des créneaux d'accompagnement des scolaires (VS groupe en autonomie) est conservé. Un planning d'accueil avec des heures de départ en visite fixe et un nombre de groupes maximal défini permet la rationalisation des plannings des médiateurs et la mise en place d'habitude d'accueil.

Le principe des temps de repos et de préparation interactivités a été révisé : 15 minutes de temps de repos entre deux visites accompagnées ; 30 minutes de temps de repos et de préparation si l'une de deux activités comporte un passage en atelier.

Compte-tenu de la répartition des visites de scolaires dans une journée donnée et la faible part de visite en fin de journée, considérant également la modification des rythmes scolaires, il a été décidé, pour fluidifier le fonctionnement du pôle médiation, d'interrompre les activités scolaires à 16h.

Par conséquent, hors demande spécifique, le créneau de 16h à 18h est désormais libéré pour les publics adultes et les privatisations.

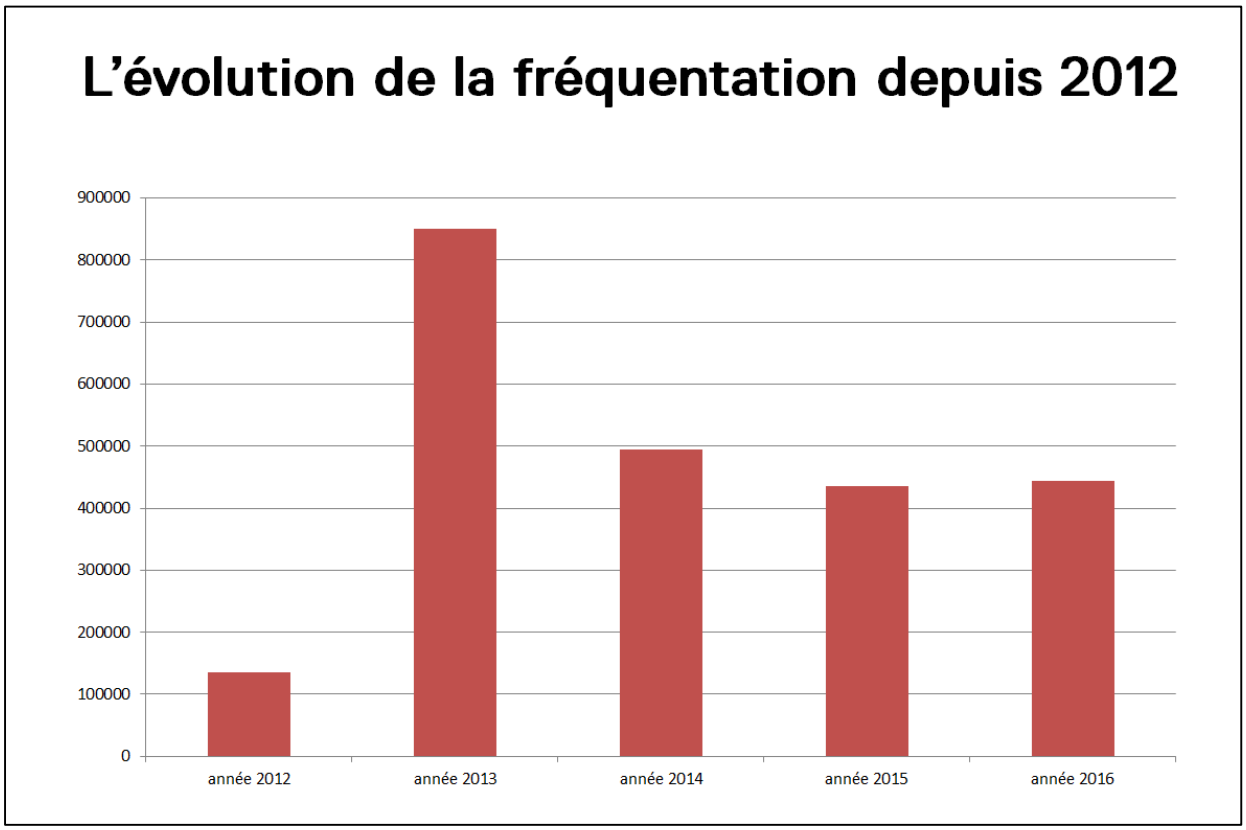
Une offre permanente pour les publics scolaires, ayant pour validité une année scolaire entière, est conçue pour être applicable toute l'année. Cette offre permanente permet une communication unique, lisible et une meilleure organisation des périodes d'ouverture de réservation.

g) Suivi Qualité

Un suivi qualité amorcé l'année précédente a été étendu et amélioré avec une organisation et un suivi dédiés au quotidien. Ceci permet un meilleur suivi et une meilleure réactivité suite aux remarques formulées et déposées ou envoyées par nos visiteurs.

3. La fréquentation

En 2016, le musée du Louvre-Lens a accueilli 444.602 visiteurs, maintenant sa place parmi les musées les plus fréquentés en régions (435.213 visiteurs en 2015). Depuis son inauguration le 4 décembre 2012, ce sont près de 2,5 millions de visiteurs qui ont pu admirer les collections du Louvre à Lens.



FREQUENTATION PAR ESPACES DU MUSEE

a) La galerie d'exposition temporaire

Les expositions temporaires ont été visitées par 128 516 personnes en 2016 (nombre d'entrées dans l'espace d'exposition, privatisations incluses). Trois expositions temporaires ont été organisées en 2016 :

- Dansez, embrassez qui vous voudrez (5 décembre 15 - 29 février 16), exposition pour laquelle ont été dénombrées 46 121 entrées (hors privatisation et 47 879 entrées avec privatisation) dont 31 997 (hors privatisation et 33 476 entrées avec privatisation) entre le 1er janvier et le 29 février 2016;

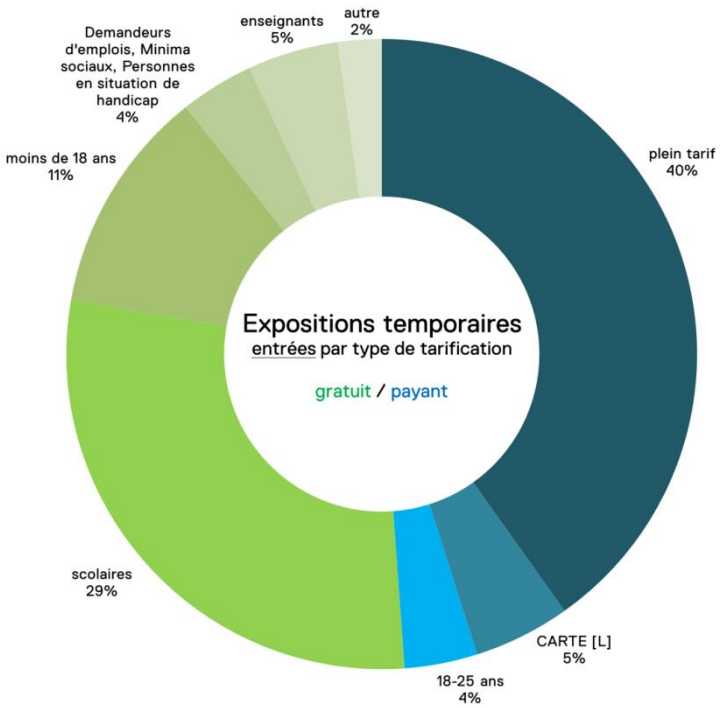
- Charles Le Brun (18 mai - 29 août 2016) dont le nombre total d'entrées s'élève à 40 864 (hors privatisation et 41 695 entrées avec privatisation);

- « L'Histoire commence en Mésopotamie » (2 novembre 16 - 30 janvier 17), exposition ayant vu entrer 52 796 visiteurs (hors privatisation et 53 345 entrées avec privatisation) entre le 2 novembre et le 31 décembre 2016 et 89 447 sur la durée totale de l'exposition (hors privatisation et 90 476 entrées avec privatisation).

40% des entrées des expositions ont été réalisées par des moins de 25 ans.

Les billets payants représentent 39% des entrées.

Les entrées gratuites représentent 61% des entrées. Près d'une gratuité sur deux est à destination d'un élève venant avec sa classe.



La fréquentation des expositions temporaires varie selon la saisonnalité de programmation. La thématique de la programmation influe sur l'audience mais également les typologies de publics attirés.

Fédératrice, l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie » a attiré jusqu'au 31 décembre 2016 en moyenne 784 visiteurs par jour (soit 865 entrées par jour) – cette audience dépasse en cela celle de l'exposition temporaire de 2014 « Les Désastres de la guerre » (754 visiteurs/jour).

Les deux expositions aux thématiques modernes et fondées sur une présentation d'objets essentiellement picturaux (« Dansez, Embrassez qui vous voudrez » et « Charles Le Brun ») ont reçu en moyenne respectivement 614 entrées/jour et 454 entrées/jour.

Charles Le Brun était la dernière exposition programmée l'été, au musée du Louvre-Lens. À compter de 2017, les deux expositions temporaires seront programmées au printemps et à l'automne.

Les fréquentations de l'exposition temporaire les moins élevées concernent majoritairement l'exposition Le Brun et sont imputables notamment à l'écrasante attractivité de l'Euro, à l'organisation de 4 matchs à Lens, ville-hôte, ainsi qu'à la période estivale habituellement moins fréquentée au musée.

Les fréquentations les plus fortes concernent naturellement les jours de gratuité d'entrée (nuit des musées, anniversaire du musée, dernier week-end d'exposition). Le cas de l'exposition « L'histoire commence en Mésopotamie » est très singulier : le démarrage de l'exposition est particulièrement fort, notamment du fait de la médiatisation de l'inauguration par le Président de la République, de la thématique civilisationnelle et des résonnances actuelles du patrimoine mis en valeur.

Le public des expositions temporaires est marqué par une forte présence du public régional (Hauts-de-France : 62%) aux origines un peu plus disséminé sur le territoire que les publics de la Galerie du temps : 1 visiteur sur 5 vient des communautés d'agglomérations de Lens-Liévin ou Hénin-Carvin, Près de 13% des visiteurs viennent de la Métropole Lilloise. Les habitants du Nord sont significativement davantage présents dans les expositions temporaires que dans la Galerie du temps.

Par ailleurs les publics français (82%) sont également marqués par une forte présence des franciliens (8%).

Les publics Belges représentent quant à eux 7% de la fréquentation des expositions temporaires.

b) La galerie du temps et le pavillon de verre

En 2016, dans l'espace permanent du musée du Louvre-Lens, ont été comptabilisés 276 434 entrées par des visiteurs venant des 5 continents.

La fréquentation par le public français (84%) est marquée par une audience de grande proximité : les visiteurs du Pas-de-Calais représentent 35% de la fréquentation alors que les visiteurs du Nord représentent 19% de la fréquentation (et 10% viennent de la Métropole Lilloise).

1 visiteur sur 5 vient des agglomérations de Lens-Liévin ou d'Hénin Carvin.

1 visiteur sur 10 est Lensois.

Le visitorat Belge est stable : 9% des visiteurs de la Galerie du temps ont traversé la frontière voisine.

c) Les coulisses du musée

En 2016, près de 2000 de personnes ont visité les réserves visitables et/ou les ateliers de restauration visibles (hors Journées Européennes du Patrimoine). Un tiers d'entre elles ont visité ces espaces laissés visibles et visitables au musée du Louvre-Lens en groupe ayant organisé sa visite malgré la jauge restreinte à 17 personnes pour des raisons de sécurité.

d) La scène

Avec 6 424 spectateurs au cours de l'année 2016, la Scène a su nourrir l'attractivité à l'échelle locale de cet équipement encore mal identifié. Cet espace proposant des conférences grand public et du spectacle vivant a su conquérir plus de 2300 spectateurs supplémentaires et a fait un bond de 12 points en matière de remplissage entre 2015 et 2016.

La fréquentation des spectacles a évolué significativement en 2016 (taux de remplissage augmentant de +20 points par rapport à 2015). Dans la continuité du positionnement familial du

musée, les résultats très satisfaisants de l'audience des spectacles pour le Jeune Public se confirment. Si les conférences grand public proposées à La Scène mobilisent moins d'auditeurs avec un remplissage moyen de 37%, les résultats évoluent de manière positive : +14 points entre 2015 et 2016.

Le nombre de manifestations a été réévalué pour les saisons 2015-2016 et 2016-2017 afin de répondre à la demande d'une audience très locale : 1 spectateur sur deux réside dans les communautés d'agglomération de Lens-Liévin ou Hénin-Carvin. Les publics de spectacles vivants déjà construits à proximité semblent se déplacer jusqu'au Louvre-Lens : les audiences arrageoise (8%) et béthunoise (8%) sont relativement importantes. L'attractivité de la Scène irradie désormais significativement en métropole Lilloise (10% des spectateurs).

e) Les opérations Hors les murs

Lors des opérations Hors-les-Murs organisées en 2016, le musée du Louvre-Lens est allé à la rencontre de plus de 2500 personnes.

Les activités hors-les-murs du musée sont de deux natures :

— les actions d'éducation artistiques et culturelles en faveur de publics que le musée ne saurait toucher autrement qu'en inventant des modes d'interventions extérieurs au musée.
Le partenariat avec le Centre Hospitalier de Lens a permis d'aller à la rencontre de 420 personnes et de nombreux enfants patients en Pédopsychiatrie.

Au cours de 16 séances organisées pour les publics sous main de justice, le musée du Louvre-Lens a développé des projets auprès de 133 détenus au Centre pénitentiaire de Maubeuge, Annœullin, Longuenesse, dans les maisons d'arrêt de Sequedin, Béthune ou Vendin Le Vieil.

— les actions de développement et d'élargissement des publics. Le déplacement de la médiation du musée au centre commercial d'Auchan à Noyelles-Godault a touché 1 500 personnes. Les actions de proximité en direction des voisins directs du musée, des commerçants ou des supporters de l'Euros a touché plus de 500 personnes.

Sur opération du 23 au 28/02/15 :

- Billets adulte exposition temporaire : édités 2500, distribués 2010, venus 346 ;
- Billets – de 27 ans exposition temporaire : édités 2000, distribués 913, venus 209 ;

Soit 555 venus (dont 407 sur animaux et 148 sur or et ivoire) soit 19% des billets distribués.

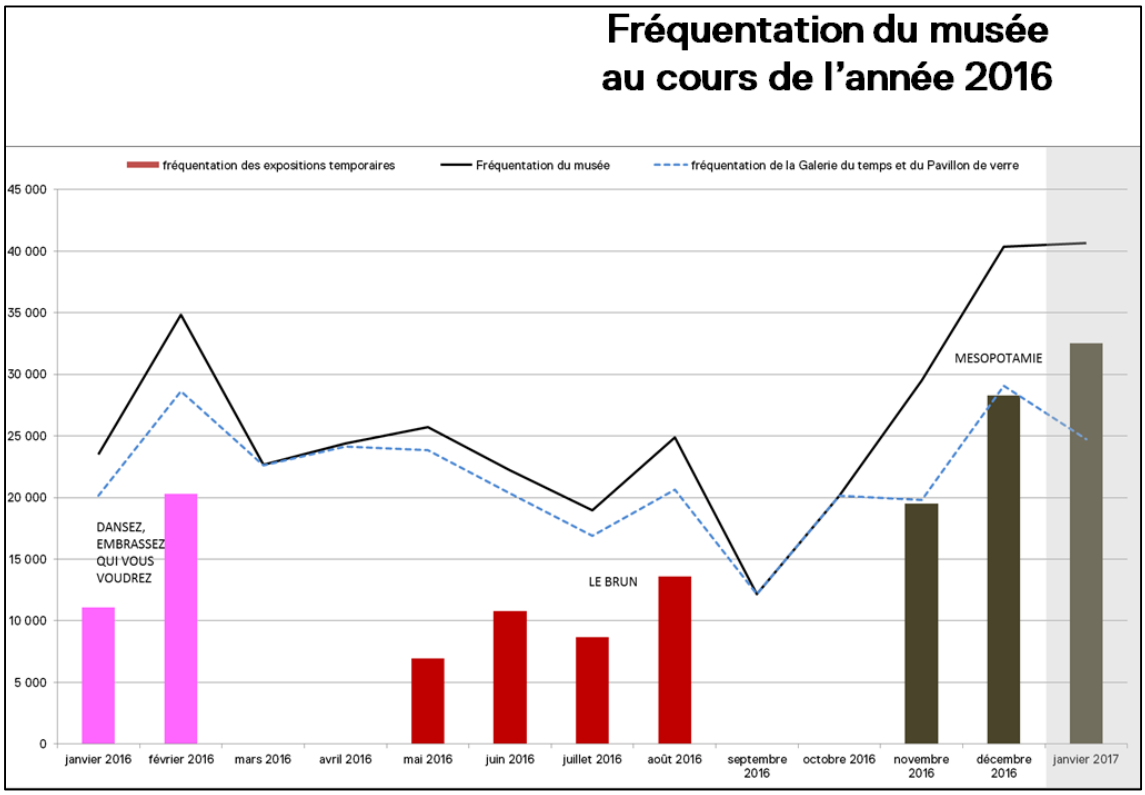
Sur opération du 4 au 9 juillet

- Billet adulte (Le Brun) pour les commerçants uniquement : édités 250, venus 31, soit 12% des billets édités ;
- Billet – de 18ans (Le Brun) : édités 300, venus 19, soit 6% des billets édités ;
- Billet Galerie du temps (RCL) : édités 1000, venus 74, soit 7 % des billets édités.

LES ELEMENTS DE COMPREHENSION DE LA FREQUENTATION ANNUELLE

a) Les temporalités de la fréquentation

La fréquentation du musée augmente de manière significative lors des expositions temporaires. Le mois de juillet mis à part, les vacances scolaires forment des pics de fréquentation notables.

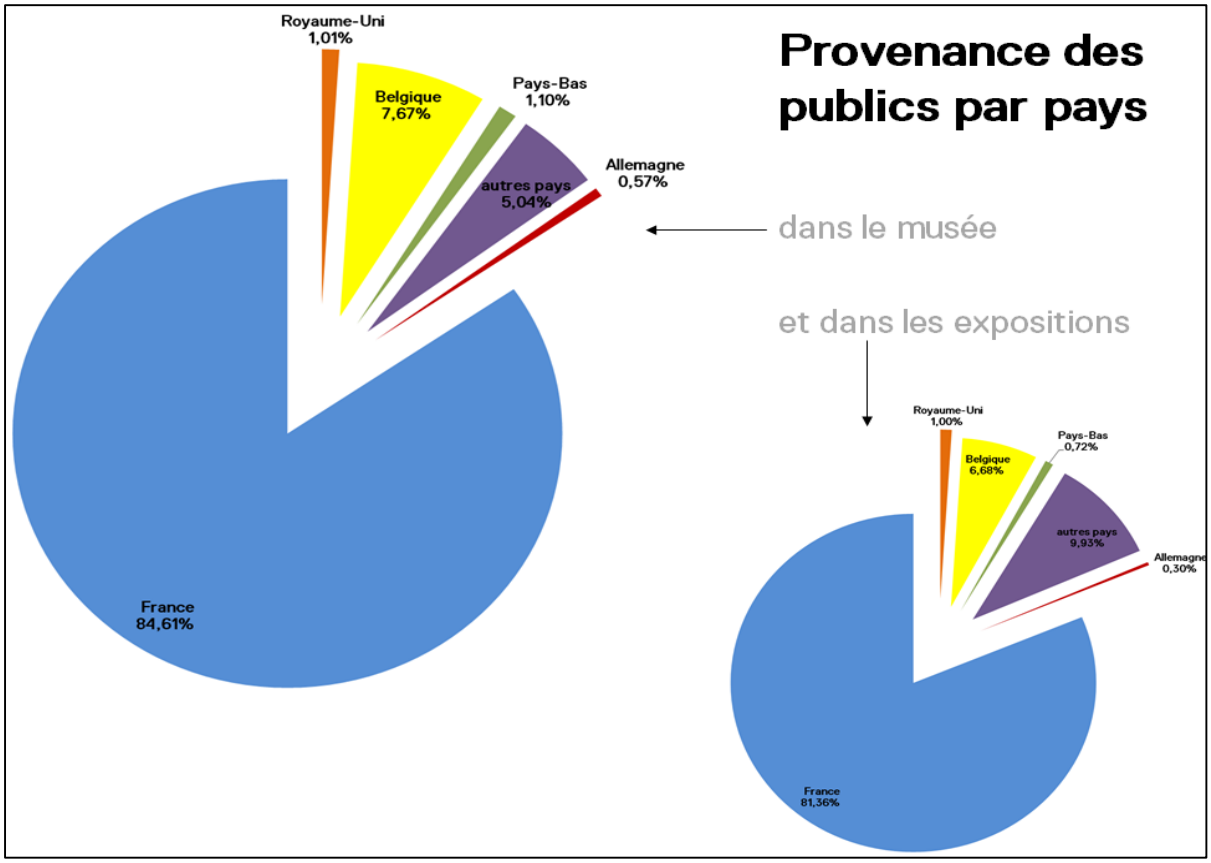


Les plus fortes fréquentations sont quant à elles toutes enregistrées en période d'exposition temporaire. 8 des plus fortes fréquentations de l'année ont été enregistrées pendant les vacances scolaires ou un jour férié. Les grands événements du musée fédèrent également : 3 des 10 plus fortes fréquentations sont dues à des événements organisés au musée.

Le mois de septembre fut particulièrement « calme » en 2016 : pour la première fois, seuls la Galerie du temps et le Pavillon de verre étaient visitables à cette période de rentrée des classes. Les plus faibles fréquentations de l'année sont d'ailleurs enregistrées à cette période pendant laquelle les scolaires sont encore absents.

D'autre part, le flux de visiteurs dans les espaces d'exposition ont deux morphologies selon le jour de la semaine : la semaine (lundi-mercredi-jeudi-vendredi) représente entre 62% (Exposition temporaire) et 65% (Galerie du temps) de la fréquentation. Elle est marquée par des flux homogènes dans la journée avec une vague d'arrivée au musée le matin et une autre en début d'après-midi. Ce schéma correspond notamment à la régularisation des publics scolaires et des groupes touristiques, le week-end (samedi-dimanche) représente entre 35% (Galerie du temps) et 38% (exposition temporaire) de la fréquentation. Il est singulier en ce qu'une grande partie des visiteurs (2/3) arrive dans l'après-midi, à partir de 14h30 et augmente jusqu'à 16h.

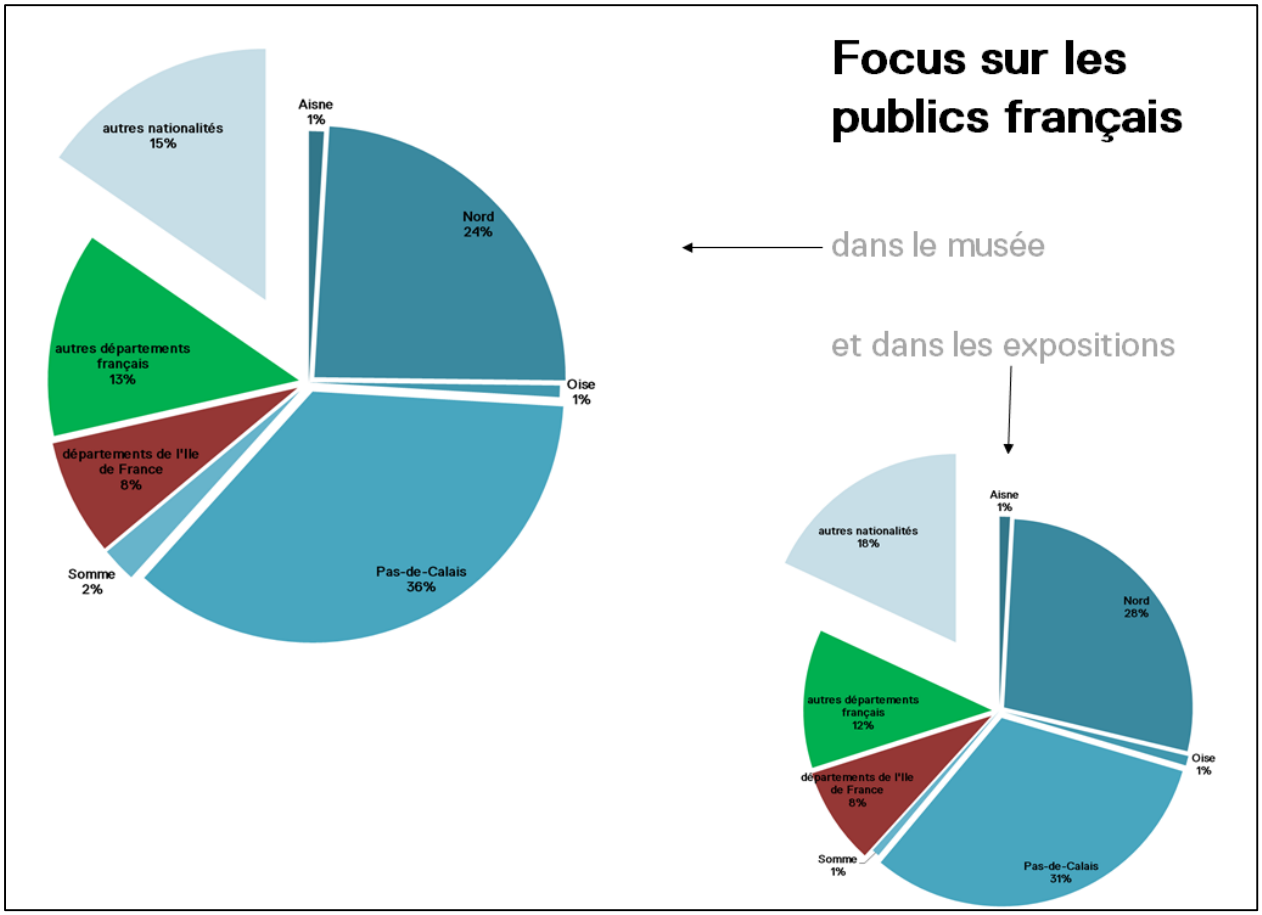
b) Provenance des visiteurs



86 nationalités sont représentées au musée du Louvre-Lens en 2016, dans le contexte très cosmopolite de l'Euro organisé en juin et juillet à Lens.

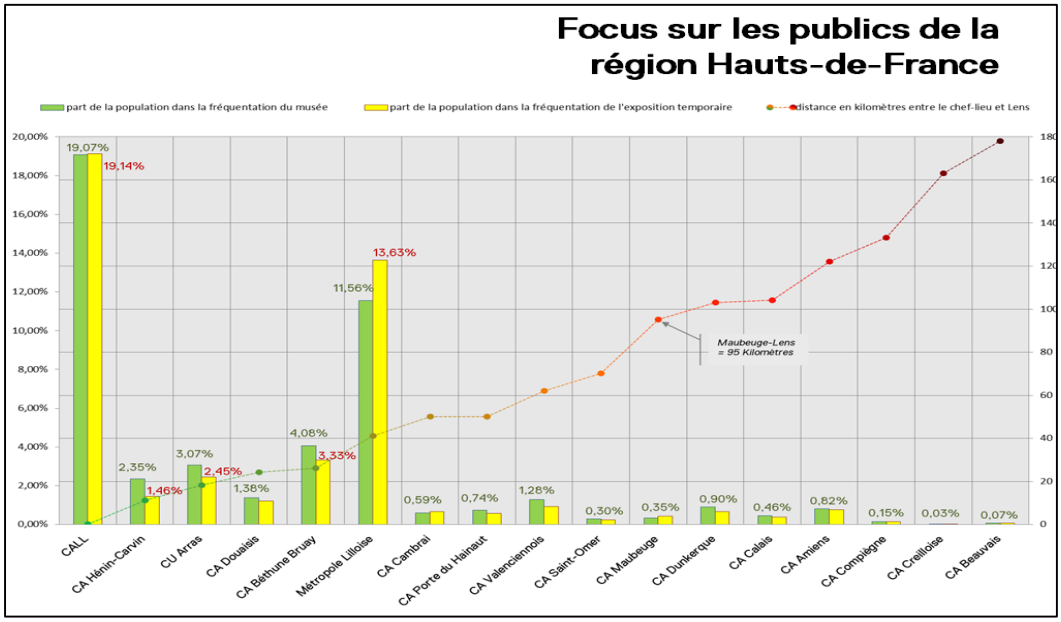
Les 5 continents sont représentés. Un visitorat extra-européen existe : par exemple 672 japonais ont fréquenté le musée en 2016.

7.70 % des visiteurs résident en Belgique. Les visiteurs venant d'Ile-de-France représentent 7.5% des visiteurs.



85% de visiteurs de l'exposition résident en France.

Les visiteurs de la Région Hauts-de-France représentent 64% des visiteurs totaux. Sur 10 visiteurs, plus de 2 viennent du département du Nord (25% des visiteurs), près de 4 viennent du Pas-de-Calais (38% des visiteurs), parmi ces 4 visiteurs du Pas-de-Calais, 2 habitent les communautés d'agglomérations de Lens-Liévin (19% des visiteurs) et d'Henin Carvin (2.35%). Les visiteurs de l'Aisne, de l'Oise et de la Somme représentent 4% du visitorat.



c) Les publics en groupe

La part des groupes est relativement stable en 2016 par rapport à l'année précédente. Elle représente 28% de la fréquentation des expositions (hors privatisation).

L'ambition de faire du musée du Louvre-Lens un musée éducatif central dans la région Hauts-de-France semble atteinte : le nombre très important de visiteurs scolaires, près de 70 000, est comparable à celui de l'année 2015 malgré un contexte rendant parfois complexe l'organisation de la sortie scolaire.

Les groupes touristiques et les groupes d'adultes représentent 13 153 visiteurs (19 377 en 2015), soit 2,95 % des visiteurs du musée. La fréquentation par les groupes d'adultes perd 21 points ; ce taux de fréquentation est en lien avec la fréquentation des expositions temporaires et avec la programmation en été de l'une d'entre elle (Charles Le Brun).

Les groupes adultes visitent majoritairement nos espaces d'exposition avec un guide-conférencier du musée (69 % contre 31 % en visite en autonomie ou avec un guide externe).

Les Français sont très largement majoritaires : 80 % contre 20 % pour les publics étrangers. Parmi ces derniers, sans surprise, les Belges sont très largement représentés : 16,88 %. Les autres nationalités qui ont visité le musée en groupe sont, par ordre d'importance : la Belgique (2 221 visiteurs), l'Allemagne (164), le Royaume Uni (102), les Pays-Bas (65), l'Italie (28), la Suisse (26), Malte (20) et les Etats-Unis (12).

Les visites se font toutefois majoritairement en Français (97,18 %, le reste en allemand, anglais, néerlandais et italien).

Près de 62% des visiteurs en groupe viennent de la Région des Hauts-de-France (8105 visiteurs) (61,62 % des visiteurs adultes) : près de 4000 visiteurs du Pas-de-Calais, 3660 du Nord et 450 des départements formant l'ancienne Picardie.

Les groupes parisiens et franciliens restent très présents avec 1452 visiteurs en groupe d'adultes.

Venant d'autres départements français, 958 visiteurs en groupe se sont déplacés au musée du Louvre-Lens lors.

Les associations de toute nature représentent à elles seules 63,90 % des groupes d'adultes et les professionnels du tourisme (Office de tourisme, voyagistes, autocaristes principalement) 29,64 %.

Les autres groupes sont fédérés par le monde l'entreprise (dont privatisations et mécénat) : 525 visiteurs (3,99 %). Enfin, le reste concerne la promotion du musée et autres invitations : 186 (1,41 %) et quelques représentants du monde universitaire : 138 (1,05 %).

FREQUENTATION DES ACTIVITES (VISITES GUIDES, VISITES-ATELIERS ET ATELIERS)

En 2016, plus de 20 000 personnes, soit 1 visiteur sur 10, ont été accompagnées dans la découverte des expositions au musée du Louvre-Lens, dans le cadre d'une visite « en individuels ».

La fréquentation des activités de médiation culturelle proposées par le musée (visites guidées, atelier pour tous les types de publics) est stable. L'audience des rendez-vous courts et gratuits dans les salles d'exposition (impromptus et repérages) augmente de manière significative de 27 points : 12 000 visiteurs y ont assisté en 2016.

Par conséquent, le taux d'accompagnement des publics (personnes touchées par une action de médiation au musée / publics individuels) augmente de plus de +3 points entre 2015 (6.8%) et 2016 (10.2%) notamment du fait de l'augmentation de l'audience des rendez-vous réguliers et gratuits face aux œuvres dont la notoriété ne cesse de croître. La proposition des traditionnelles visites guidées à des horaires de rendez-vous plus stratégiques a permis en 2016 de stabiliser le remplissage moyen à 50%, ce qui est très satisfaisant. Les activités pour enfants et adolescents sont stabilisées à un taux de remplissage moyen très satisfaisant de 52%. L'audience des programmes pour les familles faiblissant de 17 points en remplissage démontre que le nombre de récurrence de ce type de programme doit être révisé en 2017. Enfin, les activités touchant la petite enfance rencontrent un fort succès avec des taux de remplissage record : 88% pour les 9-24 mois ; 112% pour les 2-3 ans. La participation à une activité complémentaire à la visite et tarifée est un bon indicateur pour comprendre la relation que le visiteur tisse avec musée d'un point de vue sociologique mais également économique. Les publics actifs dans le musée, prompt à s'inscrire à une activité et à s'acquitter du prix de l'activité forment au moins deux groupes : les touristes et les publics de proximité. Les Belges représentent 11% des participants (« consommant » principalement des visites guidées) ; les franciliens représentent plus de 7% des participants. Ceci atteste d'une démarche touristique dans laquelle le prix de l'activité se dissout dans un budget alloué plus étendu à la destination et au confort. Les habitants de la Région Hauts-de-France représentent 6 participants sur 10 (27% du Nord et 28% du pas de Calais). Parmi les participants régionaux, on remarquera également la présence marquée des habitants de la Métropole Lilloise (18%) et la plus faible représentation des habitants de proximité (CALL : 14% ; CAHC : 2%) au regard de la fréquentation des espaces d'exposition. Les publics de la Métropole Lilloise sont donc plus enclins à étendre l'expérience de visite à une activité tarifée que les visiteurs de proximité.

4. La médiation

a) Redéfinition des fonctionnements du pôle « médiation »

En avril 2016, l'équipe des médiateurs, à l'issue d'un travail de réflexion collectif, a été réorganisée dans le but de leur donner davantage de responsabilités et de mieux répartir la charge de travail. Cette nouvelle répartition des références avait également pour but d'améliorer la lisibilité du fonctionnement de l'équipe des médiateurs à l'interne et à l'externe et de pouvoir accomplir de nouvelles missions, prioritaires pour le musée.

Ce nouveau fonctionnement s'appuie sur une logique de domaines de travail : les « sphères » rassemblent quatre à cinq médiateurs autour d'objectifs, de missions et des résultats attendus communs. Elles portent sur des intentions fortes du Projet Scientifique et Culturel. Trois domaines de travail ont été retenus :

« Education Artistique et culturelle »

Pour les publics souffrant de handicap, établissement éducatifs spécialisés, la Sphère« éducation artistique et culturelle » a pour projet et objectifs de :

— permettre à tous de se constituer une culture riche et cohérente ;
— développer et renforcer la pratique artistique ;
— permettre la rencontre avec les œuvres et les artistes ;
— sensibiliser aux enjeux du musée et du patrimoine, aujourd'hui
— solliciter les « habiletés intellectuelles » de chacun et les valoriser.

« Programmation et Edition »

Pour les publics dits « individuels » du musée, venant spontanément au musée en dehors d'un groupe (en couple, en famille, entre amis…), la Sphère Programmation et édition a pour projet et objectifs de :

— Permettre à tous de se constituer une culture riche et cohérente ;
— Concevoir une programmation cultivant l'envie (attractivité), stimulant la curiosité de tous les publics ;
— Faire revenir les visiteurs déjà venus au musée ;
— Garantir l'accessibilité intellectuelle et physique des expositions ; Concevoir les outils d'aide à la visite (livret de visite, livret-jeux), dispositifs de médiation écrite relatifs aux espaces du musée ;
— Favoriser les pratiques culturelles et valoriser les pratiques amateurs ;
— Développer la fréquentation des activités en amateur de toutes les disciplines artistiques ;
— Créer des situations conviviales en se basant sur le concept de l'hospitalité (entre les œuvres et chacun des récepteurs ainsi qu'entre les différents visiteurs) dans l'espace du musée, un lieu ouvert à tous.

« Développement et Fidélisation de publics »

Pour les publics fidèles, les publics absents et les publics à conquérir, la sphère « Développement et fidélisation des Publics » a pour projet et objectifs de :

— Participer au développement de l'appropriation du musée du Louvre-Lens par les publics sur trois échelles : locale, métropolitaine, régionale ;
— Développer l'attractivité du musée du Louvre-Lens en imaginant des programmes innovants à destination des publics absents du musée ou à des publics à développer (monde de l'entreprise, jeunes adultes, non-publics) ;
— Fidéliser et qualifier les publics
— Diversifier les types et les modes de relation aux publics ;
— Développer des relations avec les publics prescripteurs et les publics à fort capital culturel
— Recenser les attentes des publics et y répondre ;
— Créer des dispositifs expérimentaux novateurs.

b) La médiation écrite et les dispositifs de médiation

- **Livret de visite**

Pour chaque exposition, un livret de visite imprimé, disponible en français, anglais et néerlandais, gratuit, plutôt destiné à un public adulte. Ce support de médiation permet le repérage des visiteurs dans les espaces de l'exposition et l'apport des informations nécessaires à sa compréhension. Ce document peut être conservé comme un souvenir de la visite au musée.

En 2016, deux livrets de visite ont été édités : un pour l'exposition « Charles Le Brun. Peintre du Roi-Soleil » comprenant une chronologie et un pour « L'Histoire commence en Mésopotamie ».

A l'occasion de cette dernière exposition, la forme du livret de visite a été révisée en livret-poster avec une illustration pleine feuille d'une œuvre-phare de l'exposition en format A2, sept volets porteurs d'informations et un volet reprenant l'affiche. Ce livret-poster contenait une carte détaillant la situation géographique de la Mésopotamie et les grandes étapes de l'histoire mésopotamienne.

- **Livrets-jeux pour les enfants**

En 2016, trois livrets-jeux à destination des enfants de plus de sept ans ont été conçus, accompagnant les expositions « Charles Le Brun. Peintre du Roi-Soleil », « L'Histoire commence en Mésopotamie » et la Galerie du temps.

La conception et la réalisation de ces supports demandent, outre l'apport pédagogique, un travail de conception de jeux à réaliser dans les salles d'exposition et à la maison, ainsi que d'illustration, par le biais d'un personnage guide.

En fin d'année, un livret-jeu dédié à la Galerie du temps a été édité pour la même tranche d'âge, mettant en scène un personnage guide, Théodore, petit « galibot » faisant le lien avec le passé du site minier. Ayant inventé une machine à explorer le temps, ce dernier invite à la découverte des civilisations et des œuvres de la galerie.

En 2016, publication de :
« Charles Le Brun. Peintre du Roi-Soleil » : Livret de visite ; livret-jeu ; Dossier pédagogique
« Dansez, embrassez qui vous voudrez » : livret de visite ; livret-jeu ; Dossier pédagogique
« L'extraordinaire voyage de Théodore » : Livret-jeu de la Galerie du temps
« Le parc du Louvre-Lens » : Dossier pédagogique

- **Médiation écrite et scénographique dans les expositions**

Les textes accompagnant les expositions (textes de salle, cartels simples, cartels développés) font l'objet de relecture et d'un travail d'échange des médiateurs du musée avec les commissaires de l'exposition. Cette collaboration a pour objectif :

— de veiller à la compréhension par tous les publics des cadres historiques, géographiques et techniques des expositions ;
— de veiller à la lisibilité des repères chronologiques, de manière relative et absolue ;
— de veiller à ce le seuil d'implicite culturel des textes de salle soit adapté aux publics du Louvre-Lens ;
— de veiller au respect de la charte de « Vulgarisation exigeante », notamment en ce qui concerne l'emploi de chiffres arabes dans l'écriture de datations ;
— de veiller à la correction orthographique et typographique des textes en trois langues ;
— de veiller à ce que les textes respectent un confort de lecture des visiteurs (longueur des phrases, syntaxes, etc.).

Dans cette optique a été rédigé un vade-mecum de la médiation en salle à l'attention des commissaires d'exposition.

c) La médiation en salle : une médiation incarnée et humanisée

Pour tous les publics, la médiation en salles *« (…) doit donner à chacun les moyens de lire, de comprendre et de décoder les œuvres »* (Projet Scientifique et Culturel). Parce qu'au Louvre-Lens, les œuvres ne sont pas seulement porteuses d'un contenu d'histoire de l'art, parce qu'elles permettent d'aborder certaines problématiques comme le rapport au temps, les questions de destination et de contexte de production des œuvres, la constitution de la collection, la place de l'artiste, le sens du musée.

Le principe du « Louvre autrement » ayant régi la nouvelle vision du Louvre que constitue la Galerie du temps s'accompagne d'une médiation humaine originale, au contact des visiteurs et propice à l'échange. Cette médiation en salle au service de chaque visiteur se veut souple, participative et permet l'autonomie et l'appropriation.

- ➘ En 2016, plus de 12 000 visiteurs ont suivi une action de médiation en salle gratuite et libre d'accès.

- **Dans la galerie du temps**

Les modalités d'intervention des médiateurs au contact des visiteurs sont demeuré inchangées en 2016 : quatre fois par jour (11h, 12h, 15h, 16h), un médiateur propose une intervention de dix minutes face à une œuvre différente. Ces « Impromptus » des médiateurs peuvent ensuite se poursuivre par un moment d'échange avec ces derniers, demeurant au contact des visiteurs les cinquante minutes suivantes. Le choix des œuvres commentées est renouvelé chaque mois, suivant dans la journée une évolution chronologique, respectant ainsi l'accrochage de la Galerie du temps. La sélection des œuvres fait l'objet d'une communication systématique sur les réseaux sociaux et d'un affichage dans les espaces d'accueil du musée.

À partir de septembre 2016, ont été proposés aux visiteurs « l'Impromptu décalé » à 15h les dimanches et « l'Impromptu + Lecture » à 15h les jeudis. Ce dernier a fait l'objet d'un travail commun avec le Centre de Ressources, la lecture étant assurée en partenariat avec des membres de l'association « Lire et faire lire ».

- **Dans les expositions temporaires**

Les « repérages », seconde forme de médiation en salle, permettant aux visiteurs de découvrir en quinze minutes le propos d'une exposition temporaire et les choix de ses commissaires. Ces « repérages » ont lieu dans la galerie d'exposition temporaire et dans le Pavillon de verre.

d) La programmation de médiation

De nouveaux formats pour les adolescents et les adultes

En 2016, la médiation a renouvelé son offre à destination des adolescents et des jeunes adultes à travers des rendez-vous événementiels et des propositions d'activités faisant lien entre les préoccupations propres à ces tranches d'âges et les contenus scientifiques du musée :

— « Squatte le musée » : le concept de cette activité vise à toucher le public ici ciblé à travers les éléments de sa propre culture et de son identité. La première séance de « Squatte le musée » sur le graff a proposé aux participants de venir « tagger » les parois vitrées du salon des Mécènes aux effigies réinterprétées des œuvres de la Galerie du temps.
— « Evénement Pokemon Go » : la chasse aux *Pokemon* organisée en août 2016 consistait en l'envahissement du parc et du musée par des joueurs de « Pokémon Go » avec l'ambition de les emmener jusqu'aux galeries du musée dans une démarche réflexive par rapport au jeu. Des visites guidées gratuites ont été proposées toute la journée sur les thématiques de la monstruosité dans les collections en parallèle de celle des « monstres de poche » (« Pokémon » est la contraction de « pocket monster ») ou sur l'exhaustivité des collections (le slogan du jeu est « gotta catch'em all / attrapez les tous »).
— « #WELL16 » : ce nouveau format repose sur l'approche partenariale avec les universités et écoles supérieures de la région permet de donner une carte blanche aux étudiants de la région le temps d'un week-end afin d'animer les différents espaces du musée : installations, performances, jeux, arts du spectacle, visites décalées, etc. sont proposées par les étudiants aux publics du musée.

- **Bébé au musée et le musée des tout-petits**

Depuis fin 2014, le musée du Louvre-Lens propose une visite réservée aux bébés de 9 à 24 mois et à leurs parents. Devant le succès rencontré par l'activité, la fréquence de programmation a été augmentée : passant d'un rendez-vous mensuel à un double rendez-vous mensuel puis à un double rendez-vous hebdomadaire.

Cette activité, peu proposée par les autres musées, a bénéficié du partenariat de la « Crèche du Petit home » et des rencontres avec Madame Leclaire, sa directrice. « Bébé au musée » est devenu une signature de la médiation au musée du Louvre-Lens. Elle rencontre l'enthousiasme des participants et a fédéré la quasi-totalité de l'équipe des médiateurs.

Constatant un manque dans la programmation entre les 24 mois et les 4 ans, il a été décidé de mettre en place l'activité « Le musée des tout-petits » pour les 2-4 ans à partir de septembre 2016.

Programmée en alternance avec «Bébé au musée» sur un rythme bimensuel, l'activité « Le musée des tout-petits » est également programmé deux fois par dimanche.

- **Sport au musée**

Initiés en 2015, le « Jogging guidé » et les «Pilates : Respirez, Musée» ont été reprogrammés en 2016.

Le « Jogging guidé » est un format de médiation hybride mêlant pratique sportive et découverte patrimoniale. Accompagnés d'un coach sportif, d'un agent de sécurité et d'un médiateur, les participants sont invités à une découverte inédite du parc sous trois aspects : le végétal (histoire des jardins et du paysage), le minéral (traces du passé industriel et minier) et le culturel (l'histoire du Louvre-Lens, l'offre culturelle en intérieur et en extérieur).

« Respirez, Musée » est un programme combinant la visite de l'exposition « Métamorphoses » et la pratique d'un sport doux, les Pilates, dans l'espace du Pavillon de verre. La pratique de ce sport est prétexte à la compréhension par le corps de l'iconographie ovidienne et à la mémorisation des œuvres. L'activité est menée à deux voix, par un médiateur et un professeur de pilates.

- **Plein cadre : une expérience de médiation en salle participative**

A l'occasion de l'exposition « RC Louvre » qui s'est tenue au Pavillon de verre du 20 avril au 7 novembre 2016, le pôle de médiation du musée du Louvre-Lens avait programmé une série de rendez-vous avec ses visiteurs : intitulés « **Plein Cadre** », ils avaient lieu chaque semaine, les dimanches, à 16H30.

Sur le modèle des « repérages », qu'ils remplaçaient, cette offre de médiation en salle gratuite et ouverte à tous les visiteurs impliquait un rendez-vous à l'entrée de l'exposition. La jauge visiteurs était fixée à 20 personnes et assister à l'intervention ne nécessitait pas de réservation. La durée avait été fixée à 30 minutes.

Gratuit et sans réservation, « Plein Cadre » consistait à inviter un intervenant extérieur afin qu'il puisse partager sa vision personnelle de l'exposition et sa passion pour le RC Lens avec les visiteurs. Recourir au témoignage correspondait à un format de médiation adapté au propos scientifique et à l'ambition de l'exposition « RC Louvre ».

Les 25 intervenants potentiels ont été sélectionnés par les soins de la conservation. Le rôle du médiateur consistait à s'effacer derrière l'intervenant. Cependant, en amont de son intervention, il lui revenait de les accueillir et surtout de rassurer ceux qui étaient peu accoutumés à la prise de parole en public. Dans ce cas, ils transmettaient leur expérience et techniques.

Enfin, chaque intervention était précédée de la prise de parole d'un médiateur qui introduisait l'exposition, la question de la collecte, le processus de patrimonialisation et enfin l'intervenant.

- **Les programmes de médiation pour les publics cibles**

La politique des publics, soutenue par le Projet Scientifique et Culturel, identifie des visiteurs dont l'accompagnement est une priorité : familles, enfants, adolescents, adultes

Par exemple pour les enfants, des activités sont proposées les mercredis, les samedis et pendant les vacances scolaires sous forme de séances uniques. Un public fidélisé auquel vient s'agréger de nouveaux participants concourt au succès de ces activités qui ne s'est pas démenti en 2016. La fréquentation de ces activités reste stable par rapport à l'année précédente. Les activités pour les enfants de 4 à 7 ans et pour les 8-11 ans connaissent un succès égal depuis l'ouverture du musée.

- ➘ Fréquentation en 2016 : 1 673 enfants participants ; 22 anniversaires organisés au musée

- ➢ **les publics en groupe**

Les publics scolaires sont reçus soit en visite autonome, soit en activité avec médiateur. Cette programmation est composée de visites, visites-ateliers et ateliers qui peuvent être combinées pour constituer un parcours sur une journée ou plusieurs journées et abordent les différentes composantes et les différents espaces du musée : Galerie du temps, coulisses, architecture et parc. Ces activités sont complétées de propositions dédiées aux scolaires par le centre de ressources et la Scène avec laquelle est possible depuis la rentrée 2016-2017 une offre couplée.

Cette programmation annuelle fait l'objet de publication d'une brochure « Éducation » à laquelle s'ajoutent des programmations conçues pour les expositions temporaires.

- ➘ En 2016, le musée a reçu 67 343 élèves dont 4 135 groupes d'enfants en hors temps scolaire.

Pour la deuxième année, le Louvre-Lens a proposé une programmation dédiée pour les publics extra-scolaires sur l'été 2016 : des programmes ludiques adaptés aux publics des centres de loisirs (venant en groupe d'enfants d'âges très variés) ont été conçus par l'équipe pour faire découvrir aux enfants le musée, les expositions « Charles Le Brun, peintre du Roi-soleil » et « RC Louvre » et le parc.

- Sur l'ensemble de l'année 2016, le musée a accueilli 4135 jeunes venus avec un centre de loisirs dont 602 jeunes lensois dans le cadre de la Convention avec la Ville de Lens et la Fédération Léo Lagrange.

La programmation d'activités pour les groupes touristiques et adultes a été largement révisée pour 2016. Les propositions de visite-conférence sur la Galerie du temps ont été étoffées de visite thématique d'une heure, abordant la Galerie sous un angle inédit (le portrait, le nu, le sentiment, le sourire, les mythes et les légendes, la faune et la flore) ; la visite plus traditionnelle des chefs d'œuvre de la Galerie du temps est naturellement conservée sur un format plus long d' 1H30. Les expositions temporaires sont traitées sous un angle généraliste, permettant de moduler la durée de la visite en fonction des souhaits des groupes.

- Les groupes touristiques et les groupes d'adultes représentent 13 153 visiteurs.

LES GROUPES DU CHAMP SOCIAL, DE LA SANTE ET DU HANDICAP

L'offre de médiation culturelle à destination des encadrants et relais du champ social, du handicap et de la santé a été repensée pour la rentrée 2016. Quatre thématiques – le corps, la nature, l'écriture et les matériaux et techniques – ont été dégagées en lien avec les œuvres de la Galerie du Temps et déclinées en cycles de 1, 3, 5 ou 10 séances. Cette simplification a permis d'offrir une meilleure lisibilité aux encadrants et relais sur les possibilités de médiation proposées par le musée.

- **Louvre-Lens Party, 3, 4 décembre**

La version 2016 de l'anniversaire du musée a été construite conjointement avec l'équipe de La Scène ; les activités de médiation se sont doublées d'interventions artistiques.

Reposant sur l'idée de « nouvelle collection », des défilés de mode féminins et masculins ont été organisés dans la Galerie du temps et le pavillon de verre, en partenariat avec deux stylistes locales et en lien avec l'organisation du salon des Métiers d'arts de Lens ; ces défilés, se concluant par des interventions musicales, ont permis à la médiation de se déployer par des biais originaux (description conjointe de robes et d'œuvres, lecture de poèmes enregistrés).

Des ateliers destinés aux familles ont été proposés en continu autour des renouvellements d'œuvres de la Galerie du temps, et en particulier, autour des Arts de l'Islam : « Mille fleurs, mille feuilles », fabrication d'allumoirs aux motifs inspirés des nouvelles œuvres arrivées au musée, atelier de calligraphie.

Dans l'optique de relier l'événement au passé du site et de partager l'esprit festif avec les voisins les plus proches, le weekend s'est terminé par une parade aux allumoirs menée par la fanfare Concordia de Loos-en-Gohelle, démarrant du parc du musée et empruntant les rues les plus proches au nord du site. À cette occasion, le musée est exceptionnellement resté ouvert jusque 19h.

Afin de partager ce moment convivial et festif avec le voisinage, le pôle de médiation a multiplié dans les semaines précédant l'événement, les contacts avec les écoles voisines en proposant des ateliers, les commerçants les plus proches en les sensibilisant sur les nouvelles œuvres arrivées au musée, et a procédé à une journée de porte à porte dans les rues concernées par le passage du cortège aux allumoirs.

- **A l'occasion du weekend anniversaire du musée, baptisé « Louvre-Lens party », 6 018 visiteurs** ont pu découvrir les renouvellements de la Galerie du temps, profiter de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie » et participer aux nombreuses activités proposées.

- **Le dimanche du 4 décembre, avec 4 030 visiteurs, s'impose comme la journée la plus fréquentée de 2016 au musée du Louvre-Lens.**

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

Le Louvre-Lens a comme objectif d'être un outil d'éducation artistique et culturelle à la portée de chacun.

Pour les publics de l'éducation, les populations marginalisées, souffrant de handicap, et les établissements éducatifs spécialisé, le musée du Louvre-Lens a pour projet et objectifs de :

- **permettre à tous de se constituer une culture riche et cohérente ;**
- **développer et renforcer la pratique artistique ;**
- **permettre la rencontre avec les œuvres et les artistes ;**
- **sensibiliser aux enjeux du musée et du patrimoine, aujourd'hui ;**
- **solliciter les « habiletés intellectuelles » de chacun et les valoriser.**

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.

Ces réseaux nécessitent un suivi pour maintenir le lien avec ceux déjà existants mais également des démarches pour en développer de nouveaux sur le territoire depuis l'échelle locale jusqu'à l'euro-région et des publics scolaires aux publics extra-scolaires.

a) Publics de l'éducation

En 2016, le musée a reçu 67 343 élèves dont 4 135 enfants en hors temps scolaire.

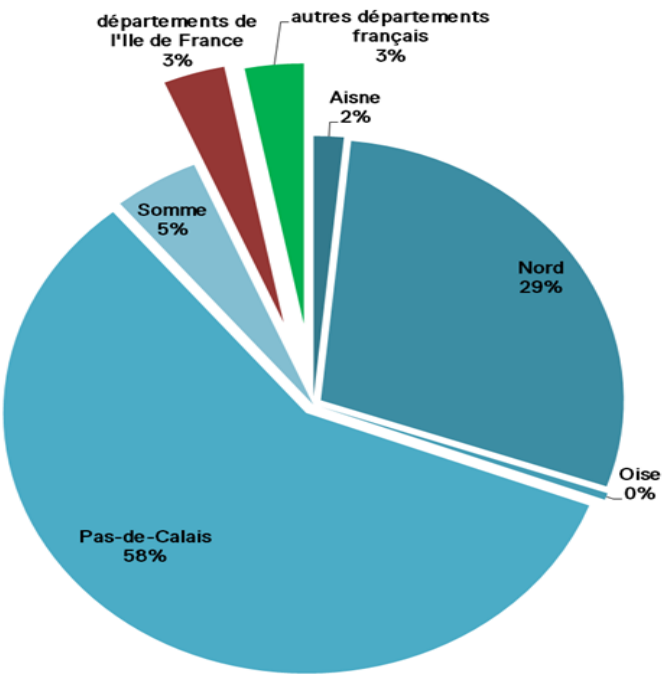
L'accueil des publics scolaires et extra-scolaires de Lens a fait l'objet d'une convention établie entre le musée, la Ville de Lens, l'Éducation nationale ainsi que la fédération Léo Lagrange pour la période 2013-2018. Chaque année, les services de ces différents acteurs se réunissent pour l'organisation de l'année scolaire suivante. En concertation avec les services de l'action éducative de la Ville et de l'Inspecteur de l'Éducation nationale de la circonscription de Lens qui a réalisé une évaluation de l'année scolaire précédente, le musée du Louvre-Lens a mis en place un planning de créneaux de visites transmis à la Ville. Ce planning prévoit l'accueil de toutes les classes de grandes sections de maternelle pour trois activités (une visite d'1h et deux visites-ateliers d'1h30) ainsi que l'accueil des classes de CE2 (trois visites d'une heure) et les classes d'ULISS-IME (une visite d'1h).

L'accueil de ces classes est proposé sur l'ensemble des expositions du musée.

À la rentrée scolaire 2016-2017, l'ouverture du musée à 10h n'a plus permis d'accueillir les groupes scolaires entre 9h et 10h et le maintien des chiffres a nécessité de mettre en œuvre une organisation d'optimisation des créneaux d'activités avec médiateurs mais également des créneaux d'accueil des groupes en autonomie. Cette restriction d'horaires d'accueil des groupes en matinée a nécessité une réflexion sur les capacités de l'espace d'accueil des groupes, de l'entrée du musée (passage du portique de sécurité) ainsi que sur la jauge des publics présents dans les espaces d'exposition. L'accueil des publics scolaires est encore plus important en matinée depuis la réforme des rythmes scolaires qui a accentué les demandes d'établissements pour des visites en matinée (puisque les écoles primaires ont moins de possibilité de sortie en après-midi).

29 548 élèves ont bénéficié d'un accompagnement avec médiateur (visite accompagnée, visite-atelier, ateliers, cycles ou visites des coulisses), soit 43,87% tandis que 37 795 élèves ont pu suivre une visite en autonomie avec leurs enseignants, soit 56,12%.

32% d'entre eux sont des élèves de primaire (école maternelle ou élémentaire) (21 818 élèves) ; **44% sont des collégiens** (29 800 élèves) ; **13% sont des lycéens** (8 939 élèves) ; 4% sont issus de l'enseignement supérieur (2 651 étudiants). Le restant, 4 135 enfants, soit 6% sont venus avec des structures de loisirs hors temps scolaire.



b) Au niveau local

Pour l'année 2016, le partenariat avec la Ville de Lens a été reconduit sans modifications pour la rentrée de septembre 2016.

En 2016, ce sont environ 195 classes (4 693 élèves) de Lens qui ont été reçues.

Au niveau de la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin (CALL), les communes se sont également mobilisées pour continuer à permettre les visites des élèves de leur territoire au Louvre-Lens. Le musée a accueilli 9 435 élèves de primaire de la CALL.

Une convention cadre existe et les villes peuvent ensuite développer à leur niveau des projets avec le musée afin de permettre le financement de déplacement d'élèves au musée.

Au niveau de l'Éducation nationale, l'Inspecteur missionné sur la thématique culture pour le Pas de Calais permet de développer des actions auprès des Inspecteurs de l'Éducation nationale des différentes circonscriptions afin de sensibiliser les enseignants du niveau primaire en leur permettant de se former à la visite au musée.

ENFANTS-PARENTS DES ECOLES VOISINES ACTEURS DE L'ANNIVERSAIRE DU MUSEE

En amont du week-end festif du 3 et 4 décembre 2016, les écoles ont été sollicitées afin de participer à ce temps fort. Deux écoles ont fabriqué des allumoirs pour la parade du week-end au musée ou dans les classes. D'autres écoles ont accepté des distributions de flyers qui ont été l'occasion de rencontres avec les parents, voisins du musée.

c) À l'échelle départementale

Dès l'ouverture du musée du Louvre-Lens, le Département a souhaité contribuer stratégiquement à la réussite du musée du Louvre-Lens dans son appropriation sociale par la population du Pas-de-Calais et, prioritairement, les publics jeunes (14-25 ans) dont les collégiens et les publics des Solidarités du Département. L'action en faveur des élèves de 5e organisée par le musée et le Conseil Départemental du Pas-de-Calais s'est déroulée jusqu'en juin 2016. Elle permettait de faciliter l'accès au musée pour ces classes, en visite accompagnée ou en autonomie, le département prenant en charge le coût du transport. 9 573 collégiens ont visité le Louvre-Lens dans ce cadre.

À partir de septembre 2016, le Département a souhaité réorienter les politiques éducatives afin de privilégier des actions basées sur la notion de projet et a proposé au musée de repenser le partenariat. Le Département a notamment créé un espace Louvre-Lens sur la plate-forme ENT (Espace Numérique de Travail) des collèges de l'ensemble du Pas-de-Calais. À partir de cette plate-forme, le musée est à l'origine d'un concours à base d'énigmes ouvert à tous les collèges sur l'année scolaire 2016/2017.

Le Département a également organisé des forums éducation et culture par bassin d'éducation pour permettre aux enseignants de prendre connaissances des programmations culturelles des structures et déposer leurs projets auprès du Département. Le musée du Louvre-Lens a participé au forum du bassin Lens-Liévin en mai 2016 ce qui a permis d'informer les enseignants de la programmation des expositions et des spectacles pour l'année scolaire 2016/2017.

d) À l'échelle régionale

Des appels à projets du Conseil Régional Hauts-de-France permettent aux lycées de financer des projets. Certains de ces projets ont pu être valorisés lors de la Nuit des musées dans le cadre du dispositif «**La classe, l'œuvre**» du Ministère de la Culture et de la Communication. Tout au long de l'année, le musée accompagne les enseignants de lycée qui, particulièrement à ce niveau, développent des projets originaux et personnalisés en fonction des formations assurées dans leur établissement.
En amont de l'ouverture de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie», une classe de lycéens optionnaires en histoire des arts a pu bénéficier d'une visite du chantier et d'une rencontre avec la scénographe.

e) À l'échelle académique

Le renouvellement de stages dans le cadre du Plan Académique de Formation maintient le Louvre-Lens dans son rôle éducatif pour le territoire académique.

Ces stages sont assurés par les enseignantes missionnées du second degré.

Les stages sont organisés pour le second degré à la demande de la Délégation Académique Arts et Culture, par les enseignantes missionnées dans le cadre de leur lettre de mission et dans le cadre du Plan Académique de Formation : action culturelle (stage « Se former pour transmettre », « La symbolique du geste »), arts plastiques (« Le temps fait son œuvre »).

Pour le premier degré, des formations ont été proposées aux Inspecteur de l'Education Nationale (IEN) :

- Inscription du Louvre-Lens par les IEN de circonscription dans leur plan de formation continue: des visites d'initiation complétées par une animation pédagogique assurée par les conseillères pédagogiques en arts visuels missionnées au musées ;
- Formation maternelle et musée assurée par les Conseillers Pédagogiques en Arts Visuels (CPAV) missionnées ;
- Réunion référents PEAC 1er et 2nd degrés de la zone Lens-Liévin-Hénin-Carvin.

f) Les actions pour le développement des publics en région et eurorégion

Le développement des publics de l'éducation à l'échelle euro régionale est passé en 2016 par quelques opérations ponctuelles :

- Diffusion des informations du musée par la Délégation Académique aux Arts et à la Culture (DAAC) de Lille et celle d'Amiens vers l'ensemble des établissements scolaires du territoire Hauts-de-France.
- Participation à l'ouverture culturelle de l'Université d'Artois (septembre 2016).
- Participation au Forum culturel de l'Université Lille 3 (septembre 2016).

g) Publics de l'enseignement supérieur

Afin de renforcer et développer le réseau des publics de l'enseignement supérieur, la médiation du musée a été très présente dans les forums culturels des universités du territoire. Pour l'année 2016, les établissements d'enseignement supérieur ont été contactés afin de concevoir un nouveau format d'évènement avec les étudiants en avril 2016, le #WEELL16.

h) Publics relais

— Les stages d'initiation

Afin de permettre aux enseignants de s'approprier les contenus du musée, des visites d'initiation leur ont été proposées sur inscription individuelle. Organisées les mercredis matin et après-midi (hors vacances scolaires), ces visites d'initiation ont réuni 431 enseignants.

Les stages d'initiation pour les enseignants sont régulièrement organisés afin de donner des clés de lecture et de compréhension du musée, de ses expositions et de ses œuvres afin de faciliter la conception d'un projet pédagogique ou la préparation d'une visite en autonomie.

i) Dossiers pédagogiques

Fruit d'une collaboration entre les professeurs missionnées par l'Education Nationale et le pôle médiation, les ressources pédagogiques ont pour objectifs de :

- Favoriser l'autonomie de tous dans le musée du Louvre-Lens et rendre qualitatives les visites autonomes (scolaires) souhaitées nombreuses
- Favoriser et promouvoir les usages des ressources par les publics mitoyens (parents, étudiants, élèves eux-mêmes)
- Considérer tous les besoins des enseignants (en histoire des arts, en pédagogie muséale, en méthodologie de lecture des œuvres)
- Proposer des pistes pédagogiques pour préparer ou prolonger l'expérience de visite considérant tous les niveaux de la grande section de maternelle à l'enseignement supérieur
- Privilégier les contenus pluridisciplinaires pour produire des ressources ayant attrait à toutes les disciplines de l'éducation nationale.
- Inviter à visiter d'autres lieux culturels de la région et de l'euro région.

Un dossier pédagogique consacré au parc a été réalisé par le Pôle médiation et les quatre enseignantes missionnées. Le dossier traite de l'architecture, de la faune-flore et du passé du site.

Deux autres dossiers pédagogiques ont fait l'objet d'une publication pour les expositions temporaires «Charles le Brun, peintre du Roi-soleil» et «L'Histoire commence en Mésopotamie».

Ces dossiers ont été mis en ligne sur le site Internet ainsi qu'une fiche pédagogique dédiée à l'exposition «Miroirs».

j) Les publics du champ social

Afin de réduire les barrières psychologiques et sociales entourant l'exclusion de certains groupes ciblés, la dynamique partenariale du Louvre-Lens s'appuie sur des principes forts :

- Co-construction des projets ;
- Implication et qualification des publics relais (accompagnant, aidant, travailleur social, intermédiaire devient un acteur culturel) ;
- Valorisation de l'action des participants.

Pour favoriser la découverte et l'appropriation du musée par des personnes éloignées de l'univers muséal, promouvoir les activités en familles, le musée compte une dizaine de partenariats actifs en 2016 au profit des les publics du champ social et de la solidarité. Au cours de l'année 2016, le musée du Louvre-Lens a accueilli 2 523 personnes ou 256 groupes relevant des champs de publics du handicap physique et intellectuel, de la santé mentale, du pénitentiaire, de la solidarité, de l'insertion sociale et professionnelle et de la formation permanente.

Sur ce total, 1 929 personnes (211 groupes avec une moyenne de 9 personnes) ont bénéficié d'un accompagnement par les médiateurs culturels du musée dans le cadre de visites accompagnées ou de visites-ateliers. En revanche, 594 personnes (45 groupes avec une moyenne de 13 personnes) ont visité le musée en autonomie. La part de l'accompagnement représente donc 76.45% tandis que celle de l'autonomie s'élève à 23.55%.

L'origine géographique des structures se répartit comme suit :

Nord :	86 structures accompagnées	24 structures en autonomie
Pas de Calais :	120 structures accompagnées	13 structures en autonomie
Somme :	3 structures accompagnées	3 structures en autonomie
Aisne :	1 structure accompagnée	1 structure en autonomie
Maine et Loire :	1 structure en autonomie	
Belgique :	1 structure accompagnée	2 structures en autonomie

Le département du Pas-de-Calais arrive en tête avec 120 structures. 2 523 personnes accueillies

- 1 929 accompagnées par la médiation culturelle
- 594 personnes en autonomie
- 256 groupes (211 accompagnés – 45 en autonomie)
- Part de l'accompagnement : 76.45%

IMPLICATION ET QUALIFICATION DES ENCADRANTS ET PUBLICS RELAIS DU CHAMP SOCIAL, DE LA SANTE ET DU HANDICAP

Le 16 novembre 2016 a été organisée une journée de sensibilisation au musée et à ses espaces à destination des encadrants et relais du champ social, de la santé et du handicap. Le premier temps a permis la visite et la découverte de l'exposition Mésopotamie tandis que le second a mis l'accent sur l'apprentissage de la prise de parole devant une œuvre à partir d'une sélection d'œuvres de la Galerie du temps.

- **Le partenariat avec le Centre Hospitalier de Lens**

Pour parvenir à réaliser les objectifs ambitieux – favoriser la découverte et l'appropriation du musée par les usagers, les patients et le personnel soignant, favoriser les échanges de compétences entre les personnels du musée et les personnels hospitaliers, permettre au musée du Louvre-Lens d'avoir une meilleure connaissance et appréhension des publics fréquentant le centre hospitalier - le musée du Louvre-Lens et le Centre Hospitalier de Lens ont fait vivre tout au long de l'année 2016 un partenariat très actif.

Le service de pédopsychiatrie

En 2016, le partenariat avec le Centre hospitalier s'est poursuivi avec notamment le service de pédopsychiatrie réparti sur les sites du Centre hospitalier et du CATTP de Liévin. 6 groupes d'enfants et adolescents (de 6 à 15 ans) ont été concernés par le partenariat et les 42 séances se sont déroulées pour 3 groupes dans les établissements cités ci-dessus et pour les 3 autres au musée.

- **6 groupes d'enfants de 6 à 15 ans**
- **42 séances d'1h30**

UN PROJET EXEMPLAIRE AVEC DES ADOLESCENTS : DU LOUVRE-LENS AU PALAIS DU LOUVRE

Durant plusieurs séances 3 adolescents ont travaillé autour d'une œuvre de la Galerie du Temps : la réduction de la statue équestre de Louis XV, dont l'originale, monumentale, trônait sur la place Louis XV, aujourd'hui « place de la concorde ».

Au cours de dix séances ils ont produit une grande maquette de près de deux mètres de long. A partir de cette maquette ils ont ensuite produit un court métrage en stop motion retraçant l'histoire de la place de la Concorde afin de contextualiser la sculpture de Bouchardon de la Galerie du temps.

Le projet s'est achevé à Paris par la visite de la place de la Concorde et l'exposition consacrée au sculpteur Bouchardon.

L'Etablissement d'Hébergement pour Personnes Agées Dépendantes Montgré à Lens

Le musée a accueilli sur 2 séances 32 résidents de l'EHPAD Montgré de Lens pour une découverte de la Galerie du temps et un atelier de pratique artistique.

- **2 séances**
- **32 personnes accueillies**

Les après-midis médiation au Centre Hospitalier de Lens

Pendant les après-midis des 13 mai et 6 décembre, l'équipe de médiation a investi le hall d'accueil du pavillon Delplace afin de sensibiliser, grâce à un atelier de pratique artistique, les usagers du CH Lens aux expositions temporaires consacrées à Charles Lebrun et à la Mésopotamie.

- **Environ 100 personnes sensibilisées à chaque présence du musée du Louvre-Lens**

- **Un projet avec des demandeurs d'asile soutenu par la Fondation Total, mécène du musée du Louvre-Lens**

Dans le cadre de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie », un projet avec le Centre d'Accueil des Demandeurs d'Asile de Lens – Liévin a été organisé sur la période d'octobre 2016 à janvier 2017 autour de la thématique de l'écriture. Ce projet, mené avec l'écrivain Philippe Masselot, a abouti à la réalisation d'une tour de Babel recouverte d'écritures.

- **2 visites de l'exposition temporaire**
- **8 ateliers**
- **1 restitution avec l'ensemble des participants**
- **61 personnes ont participé à l'ensemble des activités**

- **Le partenariat avec l'administration pénitentiaire**

Parce que la culture constitue un facteur de construction, voire de reconstruction de la personne et un élément majeur dans un parcours de réinsertion, le projet scientifique et culturel du musée affirme la volonté de favoriser l'accès des **publics sous main de justice** aux œuvres. Nous pouvons citer ici nos grands partenaires que sont la Direction Inter-régionale des Services Pénitentiaires Nord-Pas de Calais et Picardie et la Protection Judiciaire de la Jeunesse Nord et Pas-de-Calais. Sous couvert de deux conventions-cadre exemplaires, des actions pour le personnel pénitentiaire sont toujours proposées ainsi que des interventions de l'équipe de médiation en milieu carcéral.

Les actions avec le public majeur

En 2016, le partenariat avec l'administration pénitentiaire s'est poursuivi avec 6 établissements pénitentiaires (Longuenesse, Maubeuge, Béthune, Annoeullin, Sequedin, et Vendin le Vieil). 16 interventions sous la forme de conversations et/ou conférences ou d'ateliers ont été effectuées dans l'ensemble des établissements cités ci-dessous.

Le musée a accueilli 111 personnes venant de 4 établissements pénitentiaires (Annoeullin, Sequedin, Longuenesse et Béthune)

- **16 interventions dans les établissements pénitentiaires**
- **113 personnes ont participé à l'ensemble des activités**
- **111 personnes accueillies au musée**

Les actions avec le public mineur

Une journée, organisée le 20 mai à l'initiative du STEMOI de Boulogne-sur-Mer a permis de réunir 18 jeunes placés sous main de justice.

- **18 jeunes accueillis**

- **Le partenariat avec l'Ecole Supérieure des Arts Appliqués et du Textile de Roubaix**

Soutenu par la Fondation AG2R la Mondiale, le musée du Louvre-Lens a entrepris en septembre 2016 le développement d'outils nomades de médiation afin de faciliter ses activités hors de ses murs avec des publics séniors mais également en situation de handicap. Pour cela, le musée a fait appel à l'ESAAT de Roubaix et plus particulièrement aux étudiants de BTS et de Master (section design d'objet). A partir d'un cahier des charges rédigé par le musée, les étudiants ont travaillé sur plusieurs propositions d'outils permettant d'évoquer l'histoire et l'architecture du musée, le principe muséographique de la Galerie du temps, les matériaux et techniques ou encore les notions de perspectives. Les prototypes de ces différents outils seront livrés en mai 2017 et leur fabrication suivra en juin ou septembre 2017. Un déploiement des outils est envisagé à partir de septembre 2017.

- **Vitamine C : un projet pluridisciplinaire avec ATD Quart-Monde**

Partenaire du musée du Louvre-Lens, l'association ATD-Quart – Monde a déposé en 2015 une demande de subvention dans le cadre de l'appel à projet « Mine d'Idées » (territoire de Lens, Liévin, Hénin et Carvin) soutenu par la Fondation de France. Le projet, baptisé *Vitamine C*, a été co-construit avec le musée avec comme objectifs de permettre à des publics dits « éloignés de la culture » la rencontre avec les œuvres du musée grâce à des ateliers de pratiques artistiques et aux regards d'artistes d'horizons divers. La première rencontre, qui a réuni 19 personnes le 28 janvier 2016, a été animée par le metteur en scène **Guy Alloucherie**. Après avoir réalisé des masques inspirés de la Commédia dell'Arte avec deux médiateurs du musée, le metteur en scène a fait travailler les participants à la réinterprétation du célèbre tableau de Watteau, *Le Pèlerinage sur l'île de Cythère*, qui était présenté exceptionnellement à Lens. La seconde rencontre, qui a eu lieu le 7 décembre 2016, a permis aux 20 participants de rencontrer la pianiste **Anne Queffélec**, qui a interprété des morceaux de piano en lien avec une sélection d'œuvres présentées dans l'exposition *Mésopotamie*. Le second temps, animé par deux médiateurs du musée, était consacré à la réalisation d'un décor empruntant un répertoire de forme à l'architecture mésopotamienne. Une dernière rencontre a été organisée en janvier 2017 et elle a réuni 20 personnes autour de la chorégraphe Mylène Benoit.

- **3 rencontres**
- **59 personnes**

- **Temps fort dédié à la restitution des partenariats**

Afin de valoriser l'ensemble des projets menés par le musée avec des structures du champ social, de la santé et du handicap, un temps fort a été organisé à la Scène du musée le 23 septembre 2016.

Ce temps fort, qui a réuni environ 140 personnes (encadrants, relais et usagers de structures) a été découpé en 3 temps, le premier avec la présentation des expositions et spectacles de la saison 2016-2017, le second avec la projection d'un film retraçant une année de projets et le troisième avec une table ronde donnant la parole à des encadrants du champ social, de la santé et du handicap. Enfin, une sélection de travaux réalisés dans le cadre des différents partenariats était visible à l'arrière de la scène.

k) À la rencontre des publics régionaux

Le musée du Louvre-Lens mène une stratégie de rencontre des habitants pour que le musée se rapproche des publics qui ne le fréquentent pas spontanément. Cette stratégie repose sur un processus de rencontre progressif, doux, non-intrusif et sur la diversification des types et des modes de relation aux publics pour favoriser le développement de l'appropriation du musée sur trois échelles : locale, métropolitaine, régionale.

- **Le partenariat avec le bailleur social maisons et cités**

Renouvelé en 2016, le partenariat entre Maisons et Cités et le musée du Louvre-Lens a permis la venue de 362 enfants dans le cadre d'ateliers de pratique artistique.

- **14 visites-ateliers d'1h30**
- **362 enfants sensibilisés**

- **« Le Louvre-Lens s'invite au centre commercial Auchan Noyelles-Godault »**

Dans le cadre de l'ouverture de l'exposition « Charles Le Brun. Peintre du Roi-Soleil », le Louvre-Lens a décidé d'investir une deuxième fois le centre commercial Auchan de Noyelles-Godault, fort de la réussite de la première édition.

Du 4 au 9 juillet 2016, de 14h30 à 19h, le musée du Louvre-Lens, par le biais des médiateurs, d'agents d'accueil et d'agents du service communication, est allé à la rencontre des visiteurs et clients du centre commercial. Dans un grand espace central scénographié, le Louvre-Lens a pu installer deux espaces d'ateliers différents, un espace de lecture, un espace d'accueil et d'information et le prototype Robotino de visite à distance.

- **Près de 2000 personnes ont été touchées par l'opération : 1050 d'entre elles ont reçu une invitation aux expositions « RC Louvre » et « Charles Le Brun » et près de 530 personnes ont participé à une des activités de médiation proposées (près de 200 participants pour « Pop-Up Versailles » et 330 pour « Selfie XIV »).**

- **La présence du Louvre-Lens sur la fanzone de Lens**

En juin 2016, lors de la tenue de l'Euro de football en France, dont le stade Bollaert-Delelis a accueilli quatre matchs, une fanzone a été installée en centre-ville de Lens. À cette occasion, le musée du Louvre-Lens assuré une présence une dizaine de jours sous la forme d'un stand. Des agents du service communication, des médiateurs et des agents d'accueil sont allés à la rencontre des supporters pour les sensibiliser à la présence du musée et à la tenue de l'exposition « RC Louvre ».

- **Plusieurs centaines de billets pour l'exposition ont été distribués, et ont permis la prise de contact avec d'éventuels visiteurs étrangers mais aussi locaux.**

- **L'implication des voisins commerçants à l'occasion des journées européennes du patrimoine**

A l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine et la tenue des élections du chef d'œuvre de la Galerie du temps, les médiateurs de la sphère Développement et Fidélisation sont allés à la rencontre des commerçants les plus proches du musée. Des affiches humoristiques avec les slogans de campagne de chaque œuvre avaient été produites au sein du pôle de médiation. Les commerçants étaient ainsi invités à choisir leur œuvre préférée et à l'afficher sur leur vitrine. Les retours de cette opération ont été très positifs, la plupart des commerçants acceptant de se prêter au jeu. Cette opération s'est doublée de prises de photographies devant les commerces, bientôt relayées sur les réseaux sociaux.

- **Pas moins d'une trentaine de commerçants ont ainsi été approchés par les médiateurs par le biais de cette opération.**

- **Présence du Louvre-Lens au salon international des métiers d'art de Lens**

Les 19 et 20 novembre, le musée du Louvre-Lens s'est installé au sein du salon au stade Bollaert-Delelis. Cette opération, portée par les services de la communication et des publics a permis à la médiation de proposer deux ateliers annonçant les festivités de la « Louvre-Lens Party » à venir et faisant le lien avec l'univers de la mode, thème retenu à l'occasion de cette édition.

Un atelier enfants, « Rhabillons les œuvres », propose, par le biais d'un calque plastifié transparent, d'imaginer une tenue pour les héros dénudés de la Galerie du temps.

Un atelier famille de silhouettes de papier photographiées devant les participants permet de vêtir ces derniers des atours de personnages issus d'œuvres du musée. Cet atelier a été proposé à nouveau lors du week-end anniversaire du musée et a servi d'affiche à l'événement.

- **Les opérations de médiation hors-les-murs à l'occasion de la « Louvre-Lens party »**

Dans le cadre de la préparation de la « Louvre-Lens Party », plusieurs médiateurs ont effectué des sorties hors-les-murs afin de rencontrer et sensibiliser le voisinage immédiat à cet événement et aux contenus du musée.

LE SERVICE TECHNIQUE MAINTENANCE/EXPLOITATION/SÉCURITÉ/ ESPACES VERTS

VI. La maintenance exploitation des bâtiments et du parc

- **Energie et consommation pour 2016**

Type consommation	2014	2015	2016
Consommation électrique CVC		5405 Mwh	4696 Mwh
Besoin en froid de l'installation (EGS)	7585 Mwh	6824 Mwh	6330 Mwh
Besoin en chaud de l'installation (ECS)	6228 Mwh	5812 Mwh	5736 Mwh
Consommation d'eau	10 020 m3	5 923 m3	10 867 m3

Le musée du Louvre-Lens est traité aérauliquement par des centrales de traitement d'air tout au long de l'année et sans discontinuité en période d'occupation et d'inoccupation. Le taux de renouvellement d'air de 7vol/h initial engendrait des débits d'air traités très importants, et par conséquent des consommations des ventilateurs et des pompes à chaleur tout aussi importantes. Les actions menées depuis août 2015 sur la baisse des taux de renouvellement nous permettent donc de réaliser des économies d'énergie, tout en garantissant les conditions de température et d'hygrométrie exigées par le musée.

- **Bilan de la maintenance du site (DALKIA)**

Type d'opérations	Opérations terminées	% sur Total	Heures réalisées	% sur Total
Contrôle réglementaire	4	0%	15	0%
Correctif	335	7%	999,25	15%
Nettoyage	11	0%	34,50	1%
Préventif	4129	91%	5470,60	82%
Suivi d'entreprise	30	1%	124,50	2%
Travaux neufs	9	0%	36	1%
Total	4 518	100%	6679,85	100%

- **Maintenance du site (SATELEC)**

La maintenance courant fort – courant faible du site

Type d'opérations	Opérations terminées	% sur Total	Heures réalisées	% sur Total
Contrôle réglementaire	12	0%	132,50h	2%
Correctif	558	14 %	1284.73h	23%
Nettoyage	11	0%	16,25h	0%
Préventif système	3 354	85%	3771,50h	69%
Suivi d'entreprise	18	0%	80,50h	1%
Travaux neufs	12	0 %	211,00h	4%

Total	3 965	100%	5 496,48h	100%

Le taux de maintenance préventive compris entre 85 à 90% cette année (79 à 85% en 2015) nous montre que les différentes actions d'amélioration entreprises ces 2 dernières années rendent les installations techniques du musée de plus en plus fiables.

➢ **La consommation électrique**

Organe de distribution	Consommation électrique 2016
TGBT1 (B3)	3 891 255 KWh
TGBT2 (B1 et B2)	1 029 759 KWh
TGBT3 (B4 et B5)	1 257 630 KWh
EXT1 (Parc éclairages, caméras..)	5 976 KWh
EXT2 (Parc éclairages, caméras..)	25 613 KWh
Total	6 210 233 KWh (soit -11% de 2015)

1. Services Généraux – Nettoyage

Les prestations de nettoyage du musée du Louvre-Lens sont externalisées et confiées à l'entreprise STEM.
L'équipe est constituée de 17 agents : 1 agent de maitrise véhiculé, 1 chef d'équipe, et 15 agents.

a) Contrôles qualités

Un contrôle journalier est réalisé par l'agent de maitrise. Ceux-ci sont synthétisés dans un rapport d'activité mensuel remis au responsable du marché lors du comité de suivi le 10 du mois suivant.

Un contrôle hebdomadaire est réalisé par l'agent de maitrise via une tablette reprenant des indicateurs qualités. Ce contrôle est établi de manière contradictoire par le responsable du marché à sa demande. Le contrôle est aléatoire et effectué à l'improviste.

Un contrôle mensuel contradictoire est réalisé avec la directrice d'exploitation tous les mois en présence du responsable marché du musée.

Pour l'année 2016, les objectifs qualités indexés sur un curseur d'acceptabilité initialement fixé sont positifs et se situent tous au-dessus de 0.89 contre 0.87 l'année précédente. Soit une augmentation également du niveau de qualité de la prestation de 2 points (Seuil d'acceptabilité à 0,80).

b) Anomalies sur la prestation et veille des installations

- **Anomalies sur la prestation**

Faisant suite aux auto contrôles et/ou contrôles contradictoires dans le cas où une anomalie est relevée, celle-ci fait l'objet d'une action corrective immédiate et elle est annexée au rapport de synthèse mensuel.

Pour l'année 2016, ont été relevées une quinzaine d'anomalies mensuelles liées au nettoyage (contre 22 anomalies mensuelles en moyenne l'année précédente) et qui ont fait l'objet d'une action corrective immédiate.

En « retour visiteurs », aucune remarque concernant le nettoyage n'a été enregistrée.

- **Veille des installations**

L'entreprise prestataire concourt également à la bonne tenue du bâtiment et des infrastructures. Elle fournit de manière hebdomadaire, un relevé des dysfonctionnements constatés sur les équipements du musée (relamping, sanitaires défectueux, mobilier dégradé…).

Pour l'année 2016, nous constatons une moyenne de 154 dysfonctionnements contre 250 relevés en 2015 et transmis pour une prise en charge par le service multi technique.

c) Insertion

Selon l'article 14 du Code des Marchés Publics et soucieux de promouvoir le progrès social, le musée du Louvre-Lens a souhaité inclure une clause d'insertion et de promotion de l'emploi. L'entreprise prestataire s'est donc engagée à réserver une part des heures de travail générées par le marché, à la réalisation d'une action d'insertion visant à promouvoir l'emploi de personnes rencontrant des difficultés particulières d'insertion ou éloignées de l'emploi.

Lors de l'appel d'offre, 2600 heures d'insertion étaient attendues sur le site, Stem en a réalisé via le PLI 6140.22 heures à ce titre.

Il y a eu 22 CDD en 2016 (contre 18 l'année précédente) et 5 transformations en CDI (contre 6 l'année précédente).

2 réunions annuelles sont prévues avec l'équipe stem afin d'échanger tous sur le bien-être de l'équipe, les besoins, les attentes, de chacun des participants.

En accompagnement de l'équipe grâce aux coachings réalisés par la chef de site et grâce à la mise en place de fiche de poste.

2. Service Espaces Verts

Le service Espaces verts est internalisé depuis 2015 et est en charge de l'entretien du parc notamment de l'élagage des arbres, du suivi des plantations, de la tonte de la pelouse, ainsi que le nettoyage des espaces.

➢ **Quelques chiffres** :

- 1 chef d'équipe
- 1 responsable Adjoint
- 1 emploi d'avenirs
- 20 hectares de Parc
- 123 500 € de budget

Afin d'entretenir son parc et ses espaces verts, le musée du Louvre-Lens doit se doter de marchés afin de répondre à ses besoins. Ces marchés, lancés en 2014, sont toujours d'actualité et sont valables jusque courant 2016 (fonction des dates d'attribution)
Les besoins recensés sont les suivants :

>Marché pour l'acquisition de matériel d'entretien et coupe de pelouse

Montant max : 60000 euros H.T. pour la 1e année
Montant max : 6000 euros H.T. par année renouvelée.

>Marché pour l'achat de produits phytosanitaires

Montant max : 35 000 euros H.T. pour la 1e année
Montant max : 25 000 euros H.T. par année renouvelée.

>Marché pour l'achat de plantes et arbustes

Montant max : 25 000 euros H.T. pour la 1e année
Montant max : 20 000 euros par année renouvelée.

Ce marché a fait l'objet d'une délibération d'autorisation de lancement de marché mais reste en suspens dans l'attente des travaux complémentaires commandés par la Région.

>Marché de services pour la réalisation de l'élagage des arbres du musée du Louvre-Lens

Montant max : 15 000 euros H.T. maxi pour la 1e année
Montant max : 10 000 euros maxi par année renouvelée.

En complément des lots relatifs à l'acquisition de matériel pour l'entretien des espaces verts du musée du Louvre-Lens, il s'avère nécessaire d'attribuer un marché dédié à la maintenance du matériel d'entretien des espaces verts. A cette fin, deux lots ont été identifiés :

>Maintenance d'outillage thermique d'espaces verts.

La réalisation de prestations pour l'entretien, la maintenance préventive et curative des outillages thermiques d'espaces verts.
Montant max : 50 000 euros H.T. par an
Durée 1 an avec renouvellement 2 fois une année.

>Maintenance d'outillage électrique d'espaces verts.

La réalisation de prestations pour l'entretien, la maintenance préventive et curative des outillages électrique d'espaces verts.
Montant max : 15 000 euros H.T. par an
Durée 1 an avec renouvellement 2 fois une année.

Ces 2 lots lancés initialement en 2014 ont été déclaré infructueux lors de la première parution.
Suite à la relance, ces deux marchés ont été attribués à l'entreprise LAMBIN et permettent l'entretien du matériel d'exploitation.

Dans le cadre du confortement, il est à noter :

- la replantation du verger de la scène dont tous les fruitiers étaient morts en fin de 1ere année de plantation
- la reprise des pelures de gazon
- la délimitation des massifs, bordure des espaces plantés.
- L'épierrage de zone de culture et transformation.
- La rationalisation des zones de stockage et du traitement des déchets verts.

Le service Espaces Verts participe également à l'animation et la médiation sur le parc. Il est à noter la réalisation d'un potager en carré à destination des actions pédagogiques en extérieur, en lien avec les ateliers pédagogiques du musée.

Dans le même sens, une campagne de préservation de certaines essences herbacées été mise en œuvre durant l'année 2016 et permettra une présentation pédagogique de la palette végétale présente sur le site.

3. Service Informatique

Le service des systèmes d'information est en charge de la gestion de l'informatique et de la téléphonie au sein du Musée. L'internalisation permet d'être le garant de la sécurisation et de la fiabilité des installations informatiques, muséographiques et téléphoniques.

➢ Quelques Chiffres :

- 1 Responsable Informatique
- 2 Techniciens Informatique
- 2 000 Guides Multimédia Mobile
- 140 postes Informatique

Le budget

Un budget d'investissement (124 000€) et un budget de fonctionnement de 660.000 €.

➢ **Téléphonie mobile / Renouvellement du parc Informatique**

L'année 2016 a été l'occasion pour le service informatique de commencer le renouvellement du parc informatique. Il a été décidé de renouveler l'ensemble du parc informatique sur 3 ans. Une trentaine de poste ont donc été remplacés.

➢ **Migration Monétique**

Dans le cadre des nouvelles normes bancaires, une migration du système monétique du Musée a été mise en œuvre. Cette nouvelle norme impose de ne plus avoir le serveur de paiement dans notre réseau, mais dans le cloud. L'ensemble de la chaine monétique a donc été remplacé pour être conforme à cette nouvelle règlementation. Cela a été l'occasion d'adapter les terminaux de paiement afin qu'ils acceptent les paiements sans contact.

➢**Marché AMO Site Internet**

En 2016, suite aux différents problèmes rencontrés sur le backoffice du site Internet, un marché d'assistance à Maitrise d'ouvrage a été lancé pour accompagner le Musée dans sa réflexion concernant le développement d'un nouveau site vitrine pour le Musée.

➢ **Participation aux expositions**

Le service Informatique a été sollicité par le service de gestion des expositions dans le cadre des deux expositions de l'année 2016.
L'exposition « Charles LEBRUN » a mobilisé 2 dispositifs tactiles pour la médiation.
L'exposition « L'Histoire commende en Mésopotamie » a mobilisé les ressources du service pour l'installation des dispositifs multimédia et d'affichage. Le service Informatique a également développé le dispositif numérique du « Dôme ».

4. Service Cafétéria

Le service cafétéria est en charge de la gestion du lieu de restauration au sein du Musée ainsi que de toutes les prestations en interne.

La cafétéria est en régie directe.

➢ **Quelques chiffres**

- Chiffre d'Affaire réalisé : 468 645.68 euros
- Nombre de plateaux : 34 514 clients
- Moyenne plateau : 13.57 euros
- Nombre de boissons froides servies : 34 967 boissons vendues
- Nombre de boissons chaudes servies : 43 142 boissons vendues

➢ **Les effectifs**

- 1 responsable adjoint qui assume la tâche du poste de responsable (non -remplacement du poste)
- 2 agents à temps complet
- 2 agents à temps partiel (80%)

➢ **Une organisation modifiée**

Afin de pallier cette diminution de chiffre d'affaires, la cafétéria a mis en place la semi-fabrication de ses plats afin de baisser le coût d'achat.

La moyenne plateau a augmenté de 23.58% par rapport à l'année 2015.

➢ **De nouveaux produits**

De nouveaux produits ont été intégrés dans la gamme de vente, pour améliorer la diversité de la ligne de vente et répondre aux nouvelles demandes des clients.

➢ **Un développement du chiffre d'affaires par la communication auprès des groupes**

La communication en amont lors de la réservation des groupes a permis d'améliorer le taux de captation de ce segment de clientèle.

Durant l'année 2016, le service cafétéria a augmenté de 300% la réservation de plats et/ou goûter des groupes.

5. Pôle Sécurité / Sûreté

Le prestataire de service de sécurité / sûreté est en charge de la sécurité incendie, de la surveillance du patrimoine et de la sûreté du site 24h sur 24, 7 jours sur 7.
Il est le garant de l**a protection des personnes, des biens et de l'environnement dans l'enceinte du musée.**

La société Seris Security (Seclin, 59) est titulaire du marché jusqu'au 31 décembre 2016.

➢ **<u>Effectif</u> :**

74 personnels
1 chef de site

INCENDIE : 19 agents
- 6 chefs d'équipe incendie (SSIAP2),
- 13 agents incendie (SSIAP1).

SÛRETÉ : 54 agents
- 6 chefs d'équipe sûreté,
- 6 agents rondiers/polyvalents,
- 5 opérateurs de vidéosurveillance,
- 2 agents quai,
- 3 agents cynophiles,
- 4 agents parc,
- 19 agents de surveillance,
- 9 renforts.

➢ **<u>Budget</u> :**

Le budget s'élève à 2 697 113,81 € pour le pôle sécurité dont 2 553 989,03 € pour le marché gardiennage.

➢ **<u>L'Activité en quelques chiffres</u> :**

- Prestations de sécurité / sûreté :
- Récurrent : 105 641,75 h
- Evènements : 2 245 h
- Secours à Personnes : 175 interventions des agents SSIAP
- 15 permis feu délivrés
- 30 138 heures de vérification des moyens de secours
- 429 objets retrouvés ou oubliés
- 61 appels pour l'astreinte sureté
- 49 appels pour l'astreinte maintenance
- 47 appels pour les prestataires d'astreinte maintenance
- 37 interventions des Sapeurs-Pompiers
- 7 détections incendie
- 2 202 rondes Vigipirate

- **<u>Marché public</u> :**

Le marché public pour la réalisation de prestations de services de sécurité, sûreté, surveillance et gardiennage dans les bâtiments et dans le parc du musée du Louvre-Lens durant la période du 01/01/2017 au 31/12/2019 a été publié courant 2016.
Luxant Security Grand Nord (Noyelles Godault, 62) est officiellement titulaire du marché depuis le 31/10/2016.

LE SERVICE ADMINISTRATIF ET FINANCIER

VII. La vie administrative et financière

Le Conseil d'Administration s'est réuni 4 fois au cours de l'année 2016, a procédé au vote de 43 délibérations et a examiné 7 rapports pour information.
14 nouveaux membres ont rejoint le Conseil d'Administration en remplacement de membres quittant leurs fonctions.

1. Les ressources humaines

Le nombre de salariés a évolué au cours de l'année 2016, la proportion des fonctionnaires est supérieure à celle des contractuels par rapport à 2015.

Le musée a été amené à recruter du personnel - principalement afin de remplacer des départs : 3 CDD (arrivées), 2 mutations (départs), 2 titularisations, 2 intégrations stagiaires, 1 nomination stagiaire suite l'obtention d'un concours, 2 détachements vers une autre collectivité (départs) et 2 démissions.

Le plan de formation triennal (2016-2017-2018) approuvé fin 2015, a été mis en œuvre dès le début 2016 :

- au titre des formations de perfectionnement généralement destinées aux contractuels, 58 jours ont été dispensés et concernent 20 agents ;

- 5 jours pour 1 agent dans le cadre de la formation professionnelle ;

- 90 jours de préparation aux concours et examens pour 14 agents ;

- 35 jours de stage de formation tout au long de la carrière pour 23 agents ;

- 4 agents ont suivi la formation d'intégration (2 catégories A, 2 catégories C) ;

- 12 jours pour 5 agents au titre de la professionnalisation au 1e emploi en C et 32 pour 8 agents pour les catégories A et B.

Le cumul annuel des jours de formation suivis en 2016 est de 262 jours pour 75 agents, hors habilitations et formations professionnelles obligatoires.

Concernant les instances paritaires, le Comité Technique (CT) et le Comité Hygiène Sécurité et Conditions de Travail (CHSCT) se sont tenus une fois le 25 novembre 2016.
Les points inscrits à l'ordre du jour étaient, pour le CHSCT, l'approbation du compte rendu de la séance précédente et les résultats du questionnaire relatif aux risques psycho-sociaux.

En effet, dans le cadre des missions du Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail, une évaluation des Risques Psycho-Sociaux doit être établie auprès de l'ensemble des personnels du Musée du Louvre-Lens.

Le questionnaire à compléter, sous couvert d'anonymat, était à remettre sous pli à l'Assistant de Prévention avant le 1er avril 2016.

L'Assistant de Prévention, associé aux travaux menés par les membres du CHSCT et assistant de plein droit aux réunions du Comité, a pour missions principales de :

- prévenir des dangers susceptibles de compromettre la santé et la sécurité des agents ;
- améliorer les méthodes et le milieu du travail en adaptant les conditions de travail en fonction de l'aptitude physique des agents ;
- faire progresser la connaissance des problèmes de sécurité et des techniques propres à les résoudre ;
- veiller à l'observation des prescriptions législatives et réglementaires prises dans ce domaine ;
- assurer la bonne tenue des registres de santé et de sécurité au travail.

À ce titre, il a été chargé de recueillir les questionnaires complétés et, en collaboration avec les membres du CHSCT, d'en faire l'analyse. Cette analyse a ainsi été soumise à la réunion du 25 novembre 2016.

Quant au Comité Technique, le sujet principalement abordé au cours de la réunion a été le bilan social pour l'année 2015.

Réglementairement, tous les deux ans, les collectivités locales doivent établir et présenter devant leur comité technique (CT) un rapport sur l'état de la collectivité.
Ce rapport expose les moyens budgétaires et humains de la collectivité et dresse notamment le bilan des recrutements, des avancements et des actions menées en matière de formation ou d'action sociale.
Le bilan social, outil contributif au dialogue interne, est un état des lieux de la situation du personnel dans une collectivité. Il apporte une vue d'ensemble des caractéristiques du personnel et de leurs conditions de travail.

L'établissement de ce Bilan Social est obligatoire, et ceci quel que soit le nombre ou le statut des agents de la collectivité. Les collectivités ou établissements publics employant entre 50 et 350 agents qui ont leur propre Comité Technique doivent établir leur propre rapport qu'elles transmettent ensuite au Centre de Gestion qui le transmet à la DGCL.
Le bilan social du Musée du Louvre Lens, établi au titre de l'année 2015, est ainsi synthétisé.

2. Les Finances

L'exécution du budget 2016

Deux budgets ont été gérés :
-le budget principal pour le musée
-le budget annexe pour la cafétéria.
Les budgets 2016 ont été votés en Conseil d'Administration en Décembre 2015 et ont fait l'objet d'un budget supplémentaire voté en Juin 2016.

- **Budget principal**

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

Le budget de l'EPCC a été réalisé en 2016 à hauteur de 15 544 776.43 € en recettes et de 14 918 979.93 € en dépenses détaillé comme suit :

Section de fonctionnement :
Dépenses : 14 737 271,59 €
Recettes : 15 371 725,56 €
Excédent 2015 : 818 120,58 €

Section d'investissement :
Dépenses : 181 708,34 €
Recettes : 173 050,87 €
Excédent 2015 : 815 665,56 €

Le résultat de l'exercice 2016 présente un excédent global de 2 259 582,64 € après prise en compte des résultats cumulés de l'exercice précédent. Il est constitué d'un excédent de fonctionnement de 1 452 574,55 € et d'un excédent d'investissement de 807 008,09 €. Les ressources propres représentent quant à elles un peu plus de 18% des recettes constatées en 2016.

Les participations des collectivités territoriales conformément aux statuts couvrent les charges restant à l'EPCC déduction faite des ressources propres.
Ces participations représentent 10% pour le Département du Pas-de-Calais, 10% pour la CALL, 80% pour la Région Hauts-de-France.

Pour l'année 2016, au titre du budget principal, ce sont 8 728 mandats et 1 110 titres de recettes qui ont été émis par l'ordonnateur et pris en compte par le comptable.

- **Budget annexe**

La nature juridique de l'EPCC entraîne l'application de la nomenclature budgétaire M4.

Le budget annexe cafétéria de l'EPCC a été réalisé en 2016 à hauteur de 465 759.79 € en recettes et de 688 775.61 € en dépenses détaillé comme suit :

Section d'exploitation :
Dépenses : 688 775,61 €
Recettes : 464 580,79 €
Excédent 2015 : 338 062,78 €

Section d'investissement :
Dépenses : 0,00 €
Recettes : 1 179,00 €
Excédent 2015 : 827,96 €

Le résultat de l'exercice 2016 présente un excédent global de 115 874,92 €.

Il est constitué d'un excédent d'exploitation de 113 867,96 € et d'un excédent d'investissement de 2 006.96 €.

Pour l'année 2016, au titre du budget annexe, ce sont 1 286 mandats et 90 titres de recettes qui ont été émis par l'ordonnateur et pris en compte par le comptable.

Impôts et taxes
Une régularisation de la taxe sur les salaires a été faite pour les années 2013, 2014 et 2015. Depuis 2016, la déclaration est établie tous les mois et est transmise au Trésor Public de Lens.

La déclaration de l'impôt sur les sociétés est effectuée en partenariat avec un cabinet d'experts comptables. Le musée n'est pas redevable de l'impôt sur les sociétés.

Gestion de l'inventaire
L'inventaire comptable a été fiabilisé par la mise en conformité avec l'état de l'actif constaté par le Trésor Public, la correction des amortissements et la création de certificats de cession des biens. En ce qui concerne l'inventaire physique, un suivi régulier des biens acquis par chaque service a été instauré.

Un contrôle des stocks de la cafétéria est réalisé une fois par trimestre par les gestionnaires finances en présence de la responsable de la cafétéria.

Gestion du budget
Afin d'entretenir de bonnes relations avec nos fournisseurs, des mails d'avis de mise en paiement leur sont envoyés de manière régulière.

Un accompagnement des services est assuré par l'administrateur-adjoint ainsi que par les gestionnaires finances. Cet accompagnement se traduit par des réunions d'échanges qui ont pour objet de suivre l'exécution de leur budget.
Afin d'optimiser la gestion du budget, une comptabilité d'engagements plus rigoureuse a été mise en place.

L'administrateur adjoint a mis en place un contrôle interne des régies de la billetterie et de la cafétéria afin d'accompagner les régisseurs dans leurs fonctions.
Un audit a été mené par la DDFIP d'Arras lors d'une étude sur les moyens de sécurisation des régies les plus importantes de la région, seules des remarques positives en sont ressorties.

Un travail complexe concernant la TVA et l'assujettissement du musée a été réalisé avec l'appui de la DDFIP. Cette collaboration a permis au musée de récupérer de la tva déductible non déclarée sur la période de 2013 à 2015 pour un montant de 153 794,46 € pour le budget principal et de 32 524,85 € pour le budget annexe de la cafétéria.

3. La cellule juridique

Le service juridique a comme mission prioritaire l'élaboration, la passation et le suivi juridico-administratif des marchés publics, des conventions et autres actes juridiques (décisions, délibérations, arrêtés…). Ce service est de façon général en support aux services opérationnels de l'EPCC en terme d'achat public et de sécurisation des pratiques. Le service juridique, piloté par l'administrateur adjoint aux ressources est composé d'un cadre juridique : ayant quitté la structure en septembre 2016 et d'un gestionnaire commande publique.

a) Faits marquants de l'année 2016

Décret n°2016-360 du 25.03.16 relatif aux marchés publics : l'année 2016 a surtout été marquée par l'abrogation du code des marchés publics, remplacé l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 et le décret n°2016-360 du 25.03.16 relatif aux marchés publics.

Plusieurs modifications dues à ce décret : en terme de seuil, en terme d'exécution du marché public (avenant par exemple), en terme de modalités de mise en concurrence et d'organes décisionnaires, ou encore la disparition des marchés à bons de commande… l'EPCC a dû réadapter ses pratiques et revoir son règlement interne sur la gestion de la commande publique.

Externalisation de l'expertise juridique : suite à la réorganisation du service, la décision a été prise d'externaliser la mission d'expertise juridique. Un prestataire, Société SVP, se charge de répondre à tous types d'interrogations administratives et juridiques, afin de garantir les achats et de sécuriser les procédures.

E-attestations.com : l'EPCC a externalisé une mission de « conformité fournisseurs » permettant d'avoir un suivi précis sur tous les documents administratifs et ce pour chaque prestataire : attestation d'assurance pour risques professionnels en cours de validité, conformité de l'attestation de régularité fiscale et sociale, liste nominative des salariés étrangers soumis à autorisation de travail…

b) Activité du service

3.1 Marchés inférieurs à 90 000 € HT pour l'année 2016 *(par décision du Directeur – délégation modifiée au Conseil d'Administration du 10/03/2017)*

Par délibération en date du 13 octobre 2011, le Conseil d'Administration du Musée du Louvre-Lens a décidé de « déléguer au directeur de l'établissement la responsabilité de la conclusion des contrats et conventions définissant les modalités de collaboration ou d'adhésion avec un partenaire institutionnel, de droit public ou privé pour tout engagement inférieur à 100 000 €, en dépenses ou en recettes » :

Procédure adaptée, Marchés inférieurs à 90 000 € HT :

Objet	Attributaires	Montant HT
Marché de services pour des prestations d'achats de formation dans le domaine des langues étrangères pour les besoins du Musée du Louvre-Lens – lot n°1 formation Anglais	POLY-LANGUES / ALTISSIA	Marché à bons de commande pour le lot 1, un maximum de commandes en valeur de 20 000 € HT sur 1 an
Marché public pour une mission d'ingénierie et d'étude technique dans le cadre de l'installation d'une sculpture de très grand format (poids estimé à environ 6 tonnes) dans le hall d'accueil du musée du Louvre-Lens	Egis Bâtiments Nord	3 600 €
Marché de prestations intellectuelles pour une assistance à maîtrise d'ouvrage pour la constitution d'un dossier d'aménagement (type ERP) nécessaires aux activités muséales et d'accueil du public pour les besoins du Musée du Louvre-Lens – lot n°1 AMO pour la constitution d'un dossier d'aménagement (type ERP) nécessaire aux activités muséales	CETING	4 625 €
Marché de prestations intellectuelles pour une assistance à maîtrise d'ouvrage pour la constitution d'un dossier d'aménagement (type ERP) nécessaires aux activités muséales et d'accueil du public pour les besoins du Musée du Louvre-Lens – lot n°2 AMO pour la constitution d'un dossier d'aménagement (type ERP) nécessaire pour l'accueil du public dans certains espaces	CETING	2 437.50 €
Services d'un avocat spécialisé en propriété intellectuelle informatique et TIC pour obtenir des conseils juridiques dans le cadre de sa relation contractuelle avec la société Orange Application for Business	BRM Avocats	Taux horaire de 260 € H.T
Marché subséquent d'organisation et conduite des prestations d'emballage, d'enlèvement et de transport des objets présentés dans le cadre de l'exposition « RC Louvre » au Musée du Louvre-Lens – Pavillon de verre	Axal-Artrans	3 675.50 €
Marché de services pour la réalisation d'un audit du site internet du Louvre-Lens	ODYS SPRL	2 479.34 €
Marché public pour une intervention de soclage concernant la sculpture en marbre du Baptême du Christ de Jean-Baptiste Tuby dans le cadre de l'exposition « CHARLES LE BRUN » du	Version Bronze	3 480 €

Musée du Louvre Lens		
Marché de services pour la réalisation des plans d'évacuation de la galerie d'exposition temporaire du musée du Louvre-Lens pour les deux expositions de l'année 2016	SECURI+NORD	585.72 €
Marché public pour une impression en très haute définition d'une toile dans le cadre de l'exposition « CHARLES LE BRUN » du Musée du Louvre Lens	SCANACHROME	2 748 €
Marché de prestations intellectuelles pour la réalisation de prestations d' appui et conseil pour la conception et la réalisation des campagnes de communication, conseil en mediaplanning et mise en œuvre de campagnes d'achat d'espaces publicitaires, conseil et mise en œuvre des campagnes de relations presse nationale et internationale - période du 16 septembre 2016 au 31 décembre 2016	Claudine Colin	17 500 €
Marché public pour des travaux de soclage d'objets archéologiques et de livres anciens présentés dans l'exposition L'Histoire commence en Mésopotamie du Musée du Louvre Lens	ALIGHIERI SPRL	3 025 €
Marché public pour des travaux d'aménagements pour l'exposition « GALERIE DU TEMPS » du musée du Louvre-Lens - Renouvellement partiel annuel – novembre 2016 – lot n°1 conception, fabrication et installation de mobilier muséographique	VERSION BRONZE	38 930.50 €
Marché public pour des travaux d'aménagements pour l'exposition « GALERIE DU TEMPS » du musée du Louvre-Lens - Renouvellement partiel annuel – novembre 2016 – lot n°2 fourniture de signalétique muséographique	L'ATELIER	5 327 €
Marché public pour des travaux d'aménagements pour l'exposition « GALERIE DU TEMPS » du musée du Louvre-Lens - Renouvellement partiel annuel – novembre 2016 – lot n°3 soclage	ALIGHIERI SPRL	5 280 €
Marché public pour des travaux d'aménagements pour l'exposition temporaire « Miroirs » du musée du Louvre-Lens – lot n°1 aménagement scénographique	ATELIER DU NORD	26 118.32 €
Marché public pour des travaux d'aménagements pour l'exposition temporaire « Miroirs » du musée du Louvre-Lens – lot n°2 signalétique	GRANDSENSEMBLE	4 164.26 €
Marché public de technologies de l'information et de la communication pour la production de modèles 2D/3D d'œuvres d'art pour le Guide multimédia du musée du Louvre-Lens	Art graphique et patrimoine	9 300 €
Marché public pour l'achat de matériels électriques pour le besoin du Musée du Louvre-Lens	LA-BS	2 360.44 €
Marché public pour la réalisation de constats d'état sur des peintures dans le cadre de l'exposition « Les frères Le Nain » du Musée du Louvre-Lens	Vélia Dahan	9 350 €
Marché public pour la réalisation de fac-similés de supports peints à la manière des « Le Nain » dans le cadre de l'exposition « Les frères Le Nain » au Musée du Louvre-Lens	SARL CHATELLIER DE VIGUERIE	5 016.66 €

3.2 Marchés supérieurs à 90 000 € pour l'année 2016

Procédure adaptée, Marchés de travaux de 90 000 € à 5.225 M € HT :

Objet	Attributaires	Montant HT
Marché de travaux d'aménagement pour l'exposition « RC Louvre » pour le Musée du Louvre-Lens – lot 1 Aménagement scénographique – peinture	MPI ACTION	35 593.55 €
Marché de travaux d'aménagement pour l'exposition « RC Louvre » pour le Musée du Louvre-Lens – lot 2 Production graphique	CVO	4 417.72 €
Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition « CHARLES LE BRUN » - Galerie d'exposition temporaire au Musée du Louvre-Lens - lot 1 Aménagement scénographique – peinture	SED	215 210 €
Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition « CHARLES LE BRUN » - Galerie d'exposition temporaire au Musée du Louvre-Lens - lot 2 Signalétique	L'ATELIER	12 086 €
Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition « CHARLES LE BRUN » - Galerie d'exposition temporaire au Musée du Louvre-Lens - lot 3 Soclage	ALIGHERI	1 305 €
Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition «L'histoire commence en Mésopotamie. De Sumer à Babylone » - Galerie d'exposition temporaire du Musée du Louvre-Lens – lot 1 Aménagement scénographique – peinture	MPI ACTION	219 104.46 €
Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition «L'histoire commence en Mésopotamie. De Sumer à Babylone » - Galerie d'exposition temporaire du Musée du Louvre-Lens – lot 2 signalétique	SCANACHROME	29 899 €
Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition « LES FRERES LE NAIN » - Galerie d'exposition temporaire au Musée du Louvre-Lens - lot 1 Aménagement scénographique – peinture	HARMOGE S.R.L.	179 607 €
Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition « LES FRERES LE NAIN » - Galerie d'exposition temporaire au Musée du Louvre-Lens - lot 2 signalétique	REPROCOLOR	6 202.50 €

Procédure adaptée, Marchés de fournitures et services de 90 000 € à 209 000 € HT :

Objet	Attributaires	Montant HT
Marché de services pour des prestations d'agence de voyage pour le musée du Louvre-Lens	Mondial évasion	Montant minimum : 20 000 € HT Montant maximum : 60 000 € HT
MARCHE SUBSEQUENT : 2016-museo-n°011 Organisation et conduite des prestations d'emballage, d'enlèvement, de transport et de convoiement des œuvres présentées dans le cadre de l'exposition « L'Histoire	Axal-Artrans	144 495 €

commence en Mésopotamie »		
MARCHE SUBSEQUENT : 2016-museo-n°012 Organisation et conduite des prestations d'emballage, d'enlèvement, de transport, de convoiement et d'installation des œuvres présentées dans le cadre des expositions : LOT 1 : « Miroirs » du 3 décembre 2016 – 18 septembre 2017 (date de fin provisoire) - Musée du Louvre-Lens – Pavillon de Verre	Axal-Artrans	34 676,50 €
LOT 2 : « Galerie du Temps 2012-2017» - Renouvellements partiels annuels – novembre 2016 - Musée du Louvre-Lens – Grande Galerie	Axal-Artrans	49 165,50 €
Marché de maîtrise d'œuvre pour la conception de la scénographie de l'exposition « Musiques et sons antiques de la Méditerranée à l'Orient » au musée du Louvre-Lens – Galerie d'exposition temporaire	Atelier Atoy	32 300 €
MARCHE SUBSEQUENT : 2016-museo-n°020 Organisation et conduite des prestations d'emballage, d'enlèvement, de transport et de convoiement des œuvres présentées dans le cadre de l'exposition « Les Frères Le Nain »	LP ART	338 946.50 €
Marché de prestations d'appui et de conseil pour la conception et la réalisation des campagnes de communication, conseil en médiaplanning et mise en œuvre de campagnes d'achat d'espaces publicitaires, conseil et mise en œuvre des campagnes de relations presse nationale et internationale	Claudine Colin	61 650 €/an

Procédure formalisée, Marchés de fournitures et services supérieurs à 209 000 € HT :

Objet	**Attributaires**	**Montant HT**
Marché de services pour la réalisation de prestations de services de sécurité, sûreté, surveillance et gardiennage dans les bâtiments et dans le parc du musée du Louvre-Lens	LUXANT SECURITY GRAND NORD	Les quantités minimum seront de : 108 000 heures/an
Marché de prestations d'accueil, de vente, de renseignements et d'accompagnement des publics du musée du Louvre Lens	MUSEA	455 172,62 €/an
Marché de services pour le nettoyage du site du musée du Louvre-Lens et son parc	STEM	370 626.26 €/an

c) Les Commissions d'Appel d'Offres

Date de la CAO	**Affaires présentées**
21/01/2016	Marché de travaux d'aménagement pour l'exposition «RC Louvre» pour le Musée du Louvre-Lens
	Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition «CHARLES LE BRUN» - Galerie d'exposition temporaire au Musée du Louvre-Lens
	Marché de maîtrise d'œuvre pour la conception des scénographies des expositions de l'hiver

	2016-2017 au musée du Louvre-Lens - Lot n°2 : Maîtrise d'œuvre pour la conception de la scénographie de l'exposition «Miroirs»
	Marché de services pour des prestations d'agence de voyage pour le musée du Louvre-Lens
29/02/2016	Marché de services de transport pour l'exposition «CHARLES LE BRUN» au Musée du Louvre-Lens
16/06/2016	Marché de maîtrise d'œuvre pour la conception de la scénographie de l'exposition « Musiques et sons antiques de la Méditerranée à l'Orient » au musée du Louvre-Lens – Galerie d'exposition temporaire
	Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition «L'histoire commence en Mésopotamie. De Sumer à Babylone » - Galerie d'exposition temporaire du Musée du Louvre-Lens
	Marché de services pour le nettoyage du site du musée du Louvre-Lens et son parc – phase candidature
07/07/2016	Marché public pour des travaux d'aménagements pour l'exposition temporaire « Miroirs » du musée du Louvre-Lens
	MARCHE SUBSEQUENT : 2016-museo-n°011 - Organisation et conduite des prestations d'emballage, d'enlèvement, de transport et de convoiement des œuvres présentées dans le cadre de l'exposition « L'Histoire commence en Mésopotamie »
	Avenant prolongation du marché « accueil et vente »
	Marché de services pour la réalisation de prestations de services de sécurité, sûreté, surveillance et gardiennage dans les bâtiments et dans le parc du musée du Louvre-Lens – phase candidature
15/09/2016	Marché de maîtrise d'œuvre pour la conception de la scénographie de l'exposition « Musiques et sons antiques de la Méditerranée à l'Orient » au musée du Louvre-Lens – Galerie d'exposition temporaire – phase offre
	MARCHE SUBSEQUENT : 2016-museo-n°012 Organisation et conduite des prestations d'emballage, d'enlèvement, de transport, de convoiement et d'installation des œuvres présentées dans le cadre des expositions : LOT 1 : « Miroirs » du 3 décembre 2016 – 18 septembre 2017 (date de fin provisoire) - Musée du Louvre-Lens – Pavillon de Verre LOT 2 : « Galerie du Temps 2012-2017» - Renouvellements partiels annuels – novembre 2016 - Musée du Louvre-Lens – Grande Galerie
29/09/2016	Marché de services pour la réalisation de prestations de services de sécurité, sûreté, surveillance et gardiennage dans les bâtiments et dans le parc du musée du Louvre-Lens – phase offre
20/10/2016	Marché de services pour le nettoyage du site du musée du Louvre-Lens et son parc – phase offre
	Marché de prestations d'accueil, de vente, de renseignements et d'accompagnement des publics du musée du Louvre Lens
17/11/2016	Marché de travaux d'aménagements pour l'exposition « LES FRERES LE NAIN » - Galerie d'exposition temporaire au Musée du Louvre-Lens
	MARCHE SUBSEQUENT : 2016-museo-n°020 - Organisation et conduite des prestations d'emballage, d'enlèvement, de transport et de convoiement des œuvres présentées dans le cadre de l'exposition « Les Frères Le Nain »
	Marché de prestations d'appui et de conseil pour la conception et la réalisation des campagnes de communication, conseil en médiaplanning et mise en œuvre de campagnes d'achat d'espaces publicitaires, conseil et mise en œuvre des campagnes de relations presse nationale et internationale