



Séance ordinaire du jeudi 23 mai 2019

L'an deux mille-dix-neuf et le vingt-trois mai, les membres du Conseil de Métropole, légalement convoqués, se sont rassemblés au lieu ordinaire des séances, Salle du Conseil, sous la présidence de Monsieur Philippe SAUREL.

Extrait du registre des
délibérations de Montpellier
Méditerranée Métropole

Culture

Nombre de membres en exercice : 92

Présents :

Fabien ABERT, Lorraine ACQUIER, Jean-Marc ALAUZET, Jean-François AUDRIN, Geniès BALAZUN, Guy BARRAL, Valérie BARTHAS-ORSAL, Maud BODKIN, Sabria BOUALLAGA, Thierry BREYSSE, Anne BRISSAUD, Rosy BUONO, Roger CAIZERGUES, Renaud CALVAT, Michelle CASSAR, Gérard CASTRE, Chantal CLARAC, Jean-Luc COUSQUER, Perla DANAN, Catherine DARDE, Titina DASYLVA, Véronique DEMON, Jean-Marc DI RUGGIERO, Michèle DRAY-FITOUSSI, Abdi EL KANDOSSI, Mylène FOURCADE, Jean-Noël FOURCADE, Michel FRAYSSE, Jackie GALABRUN-BOULBES, Isabelle GIANIEL, Régine ILLAIRE, Claire JABADO, Laurent JAOL, Pascal KRZYZANSKI, Max LEVITA, Chantal LÉVY-RAMEAU, Eliane LLORET, Jean-Marc LUSSERT, Mustapha MAJDOUL, Jérémie MALEK, Chantal MARION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Jean-Luc MEISSONNIER, Béatrice MICHEL, Jean-Pierre MOURE, Marie-Christine PANOS, Yvon PELLET, Véronique PEREZ, Eric PETIT, Thierry QUILLES, René REVOL, Henri ROUILLEAULT, Brigitte ROUSSEL-GALIANA, Philippe SAUREL, Jean-Luc SAVY, Noël SEGURA, Sauveur TORTORICI, Isabelle TOUZARD, Bernard TRAVIER, Rabii YOUSSEUS.

Absents ayant voté par procuration en application des articles L 2121-20 et L 5211-1 du Code général des collectivités territoriales :

Pierre BONNAL, Robert COTTE, Christophe COUR, Henri de VERBIZIER, Aline DESTAILLATS, Carole DONADA, Julie FRÊCHE, Jean-Pierre GRAND, Isabelle GUIRAUD, Clare HART, Stéphanie JANNIN, Arnaud MOYNIER, Caroline NAVARRE, Eric PASTOR, Gilbert PASTOR, Eric PENSO, Jean-Pierre RICO, Marie-Hélène SANTARELLI.

Absents / Excusés :

Djamel BOUMAAZ, Jacques DOMERGUE, Pierre DUDIEUZERE, Sonia KERANGUEVEN, Gérard LANNELONGUE, Alex LARUE, Audrey LLEDO, Cyril MEUNIER, Patricia MIRALLES, Joël RAYMOND, Joël VERA, Annie YAGUE, Thierry DEWINTRE.

Culture - Musée Fabre - Conventions de partenariat avec Télérama, Le Monde, Midi Libre, France Musique, France Bleu, Radio Clapas, Museum TV et Officiel Art dans le cadre de l'exposition "Vincent Bioulès, Chemins de traverse" - Autorisation de signature

Monsieur Bernard TRAVIER, Vice-Président, rapporte :

Du 15 juin au 6 octobre, le musée Fabre de Montpellier Méditerranée Métropole présentera l'exposition *Vincent Bioulès, Chemins de traverse*, véritable rétrospective de l'œuvre de l'artiste. Près de 200 œuvres, qui retracent la carrière du peintre des années 1950 à nos jours, y seront exposées.

Artiste né à Montpellier en 1938, son parcours est tout à fait étonnant : après avoir participé aux mouvements ABC Productions et Supports/Surfaces, ce dernier étant réputé pour sa conception iconoclaste de l'art, Vincent Bioulès est également l'un des acteurs majeurs du retour à la figuration dès le milieu des années 1970. Peintre hors pair, il cherche la subversion au sein de la tradition en revisitant les grands sujets picturaux : le paysage, le portrait, le nu... avec une liberté extraordinaire.

L'exposition présentée au musée Fabre, exceptionnelle au regard de la qualité des œuvres, se doit d'être l'objet d'une communication dynamique et ambitieuse. Il s'agit dès lors de nouer des partenariats prestigieux avec des médias d'envergure nationale, afin de pouvoir bénéficier du retentissement le plus large possible.

Télérama, Le Monde, Midi Libre, France Musique, France Bleu, Radio Clapas, Muséum TV et Officiel Art ont manifesté leur intérêt pour être partenaires de cet événement. Cette opportunité permettra d'assurer un rayonnement médiatique sur le territoire régional et national, auprès des publics cibles de l'exposition.

Ces partenariats interviennent dans le cadre de conventions qui fixent les droits et obligations de chaque partie. Les conventions précisent notamment que les partenaires bénéficieront de la présence de leurs logos sur l'ensemble des supports de communication de l'exposition.

De même, le musée Fabre s'engage :

- Pour *Télérama* : offrir 4 billets pour une visite guidée destinés à ses abonnés sur le site « *Télérama Sorties* », et à participer aux frais techniques à hauteur de 804 € TTC.
- Pour *Le Monde* : à acheter une insertion dans le magazine *M* la semaine d'ouverture de l'exposition, avec une repasse offerte en juillet pour un montant total de 6000 € TTC.
- Pour *Midi Libre* : 32 billets d'entrée et une visite privée pour un groupe de 25 personnes (dans le cadre de son « *Club abonnés* », sans présence du logo sur le visuel).
- Pour *France Musique* : à offrir 50 billets d'entrée, une visite privée pour un groupe de 25 personnes, 10 catalogues d'exposition, et à participer aux frais techniques à hauteur de 1 560 € TTC.
- Pour *France Bleu* : à offrir 40 billets d'entrée et à acheter 88 spots publicitaires à un tarif de 3 573,19 € TTC.
- Pour *Radio Clapas* : à offrir 30 billets d'entrée (sans présence du logo sur le visuel).
- Pour *Museum TV* : à offrir 26 billets d'entrée, une visite privée pour un groupe de 25 personnes et à participer aux frais techniques à hauteur de 1 800 € TTC.
- Pour *Officiel Art* : à offrir 20 billets d'entrée et à acheter une page de publicité pour le numéro d'été (diffusé à partir du 11 juin, notamment au salon d'art contemporain International "*Art Basel*") à un tarif de 3 600 € TTC.

L'ensemble de ces engagements représente une participation globale du musée à hauteur de 17 337,19 € TTC, hors visites et billets d'entrées offerts.

En contrepartie, les partenaires s'engagent à faire un large écho à l'évènement :

- *Télérama* s'engage à réserver une place dans son agenda des événements dans l'édition « *Télérama Sortir* » qui paraîtra le 19 juin, à offrir un espace dans sa newsletter quotidienne adressée à ses 150 000 abonnés avec le lien vers le site du musée Fabre et à mettre en place un jeu-concours réservé aux abonnés,
- *Le Monde* s'engage à proposer une demi page dans *M Magazine spécial Culture* du 23 juin et une repasse en demi page sur une date avant le 14 juillet à un tarif de 6 000 € TTC, et à mettre en avant l'évènement dans la zone "Exclusivité lecteurs" en Home Page du site internet *monde.fr*,
- *Midi Libre* s'engage à mettre en place une communication institutionnelle sur le "Club Abonnés" (encarts d'annonces, newsletter...), référencer l'exposition sur le site "Club Abonnés" avec présence du logo du musée Fabre, visuel et description de l'offre, et à organiser un jeu concours dans le cadre duquel 16 abonnés seront récompensés (2 places par gagnant),
- *France Musique* s'engage à réaliser une campagne de 20 messages promotionnels du 15 au 20 juin, lors du lancement de l'exposition, puis du 5 au 10 septembre, à promouvoir l'exposition dans ses émissions, à organiser un jeu-concours permettant de faire gagner des places à ses auditeurs, et à mettre en place des actions de promotion sur son site internet, sa newsletter et ses réseaux sociaux,
- *France bleu* s'engage à réaliser une émission spéciale en direct du musée le jour ou le lendemain du vernissage, effectuer deux campagnes publicitaires de 88 spots et promouvoir l'exposition dans ses différentes émissions par le biais de reportages, interviews, chroniques et jeux,
- *Radio Clapas* s'engage à réaliser des spots promotionnels, diffusés tout au long de l'exposition, à valoriser l'exposition par le biais d'interviews et de reportages et à organiser un jeu concours récompensant quinze auditeurs (2 places par gagnant),
- *Muséum TV* s'engage à promouvoir l'exposition à l'antenne avec 135 spots diffusés et à mettre en place des actions de promotion sur le web, les réseaux sociaux et auprès des abonnés Canal (2 millions),
- *Officiel Art* s'engage à proposer une insertion pleine page recto dans son magazine estival à un tarif de 3 600 € TTC, à réaliser une double-page rédactionnelle (interview de l'artiste, du directeur du musée et/ou du commissaire) et à promouvoir l'exposition sur son site internet et sa newsletter.

En conséquence, il est proposé au Conseil de bien vouloir :

- approuver les termes des conventions de partenariat avec *Télérama*, *Le Monde*, *Midi Libre*, *France Musique*, *France Bleu*, *Radio Clapas*, *Museum TV* et *Officiel Art*,
- dire que les crédits sont inscrits au budget de Montpellier Méditerranée Métropole, chapitre 933,
- autoriser Monsieur le Président de Montpellier Méditerranée Métropole, ou son représentant, à signer les conventions, ainsi que tout document relatif à cette affaire.

Il est demandé au Conseil de bien vouloir délibérer.

A l'issue d'un vote à main levée, la présente délibération est adoptée à l'unanimité.

Pour : 79 voix


Contre : 0 voix

Abstention : 0 voix

Ne prend pas part au vote : 0 voix

Fait à Montpellier, le 28/05/19

Pour extrait conforme,
le Président



Philippe SAUREL

Publiée le : 29 mai 2019

Accusé de réception – Ministère de l'intérieur

034-243400017-20190523-84823-CC-1-1

Acte Certifié exécutoire :

Réception en Préfecture : 29/05/19

Liste des annexes transmises en préfecture:

- Partenariat_FBH.DOCX
- Partenariat_Midi Libre - Musée Fabre v.doc
- Partenariat_Museum-tv_ok.docx
- Partenariat_Telerama.docx
- Partenariat_Clapas.docx
- Partenariat_LeMonde_Musee Fabre_Boulies.docx
- Partenariat_Bioules_Officiel-Art.docx
- VF Convention_France_Musique_Musee_Fabre_Bioules_2019.pdf

Monsieur le Président certifie sous sa responsabilité le caractère exécutoire de cet acte et informe que le présent acte peut faire l'objet d'un recours gracieux dans un délai de deux mois adressé au Président ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Montpellier dans un délai de deux mois à compter de sa publication ou notification.