



## Séance ordinaire du mardi 26 juillet 2022

L'an deux-mille-vingt-deux et le vingt-six juillet, les membres du Conseil de Métropole, légalement convoqués, se sont rassemblés au lieu ordinaire des séances, Salle du Conseil, sous la présidence de Monsieur Michaël DELAFOSSE.

Extrait du registre des délibérations de Montpellier Méditerranée Métropole

Animation du territoire

Nombre de membres en exercice : 92

### Présents :

Tasnine AKBARALY, William ARS, Michel ASLANIAN, Christian ASSAF, Yves BARRAL, Boris BELLANGER, Mathilde BORNE, Christophe BOURDIN, Emilie CABELLO, Roger CAIZERGUES, Renaud CALVAT, Michel CALVO, Michelle CASSAR, Stéphane CHAMPAY, Roger-Yannick CHARTIER, Sébastien COTE, Michaël DELAFOSSE, Serge DESSEIGNE, Zohra DIRHOUSI, Alenka DOULAIN, Abdi EL KANDOUSSI, Mylène FOURCADE, Jackie GALABRUN-BOULBES, Serge GUISEPPIN, Clare HART, Régine ILLAIRE, Laurent JAUL, Guy LAURET, Nathalie LEVY, Eliane LLORET, Coralie MANTION, Isabelle MARSALA, Hervé MARTIN, Jacques MARTINIER, Jean-Luc MEISSONNIER, Bernard MODOT, Séverine MONIN, Véronique NEGRET, Laurent NISON, Yvan NOSBE, Marie-Delphine PARPILLON, Bruno PATERNOT, Céline PINTARD, Joël RAYMOND, René REVOL, Catherine RIBOT, Jean-Pierre RICO, Sylvie ROS-ROUART, Séverine SAINT-MARTIN, Philippe SAUREL, Mikel SEBLIN, Radia TIKOUK, Joëlle URBANI, François VASQUEZ, Claudine VASSAS MEJRI, Joël VERA. Gilles CUSIN, suppléant de Isabelle TOUZARD .

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

Mohed ALTRAD, Florence AUBY, Jean-François AUDRIN, Geniès BALAZUN, Florence BRAU, Véronique BRUNET, Brigitte DEVOISSELLE, Fanny DOMBRE-COSTE, Hind EMAD, Maryse FAYE, Stéphanie JANNIN, Frédéric LAFFORGUE, Max LEVITA, Sophiane MANSOURIA, Nicole MARIN-KHOURY, Marie MASSART, Cyril MEUNIER, Julien MIRO, Arnaud MOYNIER, Clothilde OLLIER, Yvon PELLET, Eric PENSO, Manu REYNAUD, Anne RIMBERT, François RIO, Agnès SAURAT, Jean-Luc SAVY, Célia SERRANO, Patricia WEBER.

Absent(es) / Excusé(es) :

Bernadette CONTE-ARRANZ, Jean-Noël FOURCADE, Julie FRÊCHE, Clara GIMENEZ, Patricia MIRALLES, Bernard TRAVIER

## **Animation du territoire - Musée Fabre - Conventions de partenariat entre Montpellier Méditerranée Métropole, le New York Times, Télérama, Le Figaro, Connaissance des arts, Radio Classique et France Bleu Hérault dans le cadre de l'exposition "Le voyage en Italie de Louis Gauffier" - Autorisation de signature**

Monsieur Michaël DELAFOSSE, Président, rapporte :

Du 7 mai au 4 septembre 2022, le musée Fabre de Montpellier Méditerranée Métropole présente *Le voyage en Italie de Louis Gauffier*, et rend hommage pour la première fois à Louis GAUFFIER (Poitiers, 1762-Florence, 1801), artiste pour qui l'Italie fut une terre d'élection. Proche de François-Xavier FABRE, la carrière des deux artistes est intimement liée, entre Rome et Florence, expliquant la forte représentation de cet artiste dans les collections du musée Fabre. Aujourd'hui quelque peu oublié, l'exposition montrera la singularité de cet artiste, aussi bien dans le langage néoclassique qu'il développe dans ses peintures d'histoire, marquées par une sensibilité délicate très éloignée de l'art de David, ou encore dans son goût pour le paysage, étranger au sujet mythologique, et mettant en scène l'aristocratie européenne du Grand Tour partant à la découverte de la Toscane. Cette rétrospective mettra également l'artiste en perspective avec ses contemporains mais également avec le contexte artistique international dans lequel s'inscrit le peintre, notamment de cette fascination pour l'Italie qui frappa tant de voyageurs, artistes et écrivains, et de la mode néoclassique qui se développa, tant dans la décoration et le mobilier que dans l'habillement.

*Le New York Times, Télérama, Le Figaro, Connaissance des arts, Radio Classique et France Bleu Hérault* ont manifesté leur intérêt pour être partenaires de cet événement. Cette opportunité permettra d'assurer un rayonnement médiatique sur le territoire régional, national et international, 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 *Le New York Times* : offrir 15 billets d'entrée et à acheter deux campagnes digitales ciblant "*Art et design enthusiasts*" – d'une semaine chacune, au lancement de l'exposition et en relance en septembre, ciblant le lectorat "*art enthusiasts*" du nytimes.com (géolocalisées en France, Suisse, Allemagne, Angleterre et USA) à un tarif de 5 000 € ;
- 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 840 € TTC ;
- Pour *Le Figaro* : à acheter un ¼ de page au lancement de l'exposition ainsi qu'une campagne digitale à hauteur de 8 000 € TTC et à mettre à la disposition de la Société du Figaro des catalogues de l'exposition et des billets d'entrée pour une valeur globale de 200 € ;
- Pour *Connaissance des arts* : acheter 1 page de publicité à tarif partenaire dans le numéro de mai et une campagne digitale composée de bannières publicitaires sur leur site Internet et de posts sur leurs réseaux sociaux (total 3 600 € TTC) ;
- Pour *Radio Classique* : acheter une campagne de 20 spots radio de 30' pour le lancement de l'exposition, en mai à un tarif partenaire (remise 92%) de 4 080 € TTC ;
- Pour *France Bleu* : à offrir 40 billets d'entrée et à acheter 88 spots publicitaires à un tarif de 3 573,18 € TTC ;

L'ensemble de ces engagements représente une participation globale du musée à hauteur de 25 093,18 € TTC, hors visites, catalogues et billets d'entrées offerts.

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

- *Le New York Times* s'engage à proposer deux insertions au format ¼ de page au lancement de l'exposition, en mai, avec une relance pour les vacances d'été en juillet/août ainsi que deux campagnes digitales d'accompagnement sur ces deux périodes ;
- *Télérama* s'engage à réserver une place dans son agenda des événements dans l'édition « *Télérama Sortir* » qui paraît le 20 avril, avec une repasse offerte le 4 mai, 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 Figaro* s'engage à proposer un ¼ de page dans sa rubrique Culture le 6 mai ainsi qu'une relance le samedi 2 juillet et un véritable plan média digital tout au long du mois de juillet (Grand Angle sur le site

LeFigaro.fr rubrique Culture, Trading Pré-roll, avec un engagement de 60 000 vues et interstitiel d'ouverture sur l'application mobile, mis en ligne le 8/05), un article conséquent sera également rédigé par la rédaction ;

- *Connaissance des arts* s'engage à proposer deux insertions au format page au lancement de l'exposition, avec une relance en juillet, accompagné de bannières sur le site Internet et de posts sur leurs réseaux sociaux ;
- *Radio Classique* diffusera quant à elle en mai 20 spots de 30' ;
- *France bleu Hérault* 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.

**En conséquence, il est proposé au Conseil de Métropole :**

- D'approuver les termes des conventions de partenariat entre Montpellier Méditerranée Métropole et *Le New York Times*, *Télérama*, *Le Figaro*, *Connaissance des arts*, *radio Classique* et *France Bleu Hérault* ;
- De dire que les crédits sont inscrits au budget de Montpellier Méditerranée Métropole ;
- D'autoriser Monsieur le Président de Montpellier Méditerranée Métropole, ou son représentant, à signer les conventions, ainsi que tout document relatif à cette affaire.

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

Pour : 86 voix

Contre : 0 voix

Abstention : 0 voix

Ne prend pas part au vote : 0 voix

Fait à Montpellier, le 02/08/22

Pour extrait conforme,  
Pour Monsieur Le Président absent

**Madame La Vice-Présidente**

**Signé.**

**Coralie MANTION**

Publiée le : 2 août 2022

Accusé de réception – Ministère de l'intérieur

034-243400017-20220726-195632-CC-1-1

Acte Certifié exécutoire :

Réception en Préfecture : 02/08/22

**Liste des annexes transmises en préfecture:**

- Convention NYT
- Partenariat\_Telerama\_2022.docx
- Partenariat\_Figaro\_GAUFFIER\_2022.docx
- Partenariat\_FBH-MF\_Gauffier musée Fabre 2022.docx

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.