



Séance ordinaire du mardi 11 juillet 2023

L'an deux-mille-vingt-trois et le onze 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 :

William ARS, Michel ASLANIAN, Christian ASSAF, Florence AUBY, Jean-François AUDRIN, Geniès BALAZUN, Christophe BOURDIN, Florence BRAU, Véronique BRUNET, Emilie CABELLO, Roger CAIZERGUES, Renaud CALVAT, Michel CALVO, Michelle CASSAR, Stéphane CHAMPAY, Roger-Yannick CHARTIER, Bernadette CONTE-ARRANZ, Michaël DELAFOSSE, Serge DESSEIGNE, Brigitte DEVOISSELLE, Abdi EL KANDOUSSI, Maryse FAYE, Clara GIMENEZ, Serge GUISEPPIN, Clare HART, Frédéric LAFFORGUE, Nathalie LEVY, Eliane LLORET, Sophiane MANSOURIA, Coralie MANTION, Nicole MARIN-KHOURY, Isabelle MARSALA, Jacques MARTINIER, Marie MASSART, Cyril MEUNIER, Mylène MIFSUD, Séverine MONIN, Laurent NISON, Yvan NOSBE, Clothilde OLLIER, Marie-Delphine PARPILLON, Bruno PATERNOT, Eric PENSO, Céline PINTARD, Joël RAYMOND, René REVOL, Manu REYNAUD, Catherine RIBOT, Anne RIMBERT, François RIO, Sylvie ROS-ROUART, Séverine SAINT-MARTIN, Agnès SAURAT, Jean-Luc SAVY, Radia TIKOUK, Isabelle TOUZARD, François VASQUEZ, Claudine VASSAS MEJRI, Joël VERA. Josy SCHWARTZ, suppléante de Laurent JAOUL.

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

Tasnime AKBARALY, Mohed ALTRAD, Yves BARRAL, Boris BELLANGER, Mathilde BORNE, Sébastien COTE, Zohra DIRHOUSSE, Fanny DOMBRE-COSTE, Alenka DOULAIN, Hind EMAD, Jackie GALABRUN-BOULBES, Régine ILLAIRE, Guy LAURET, Hervé MARTIN, Jean-Luc MEISSONNIER, Julien MIRO, Bernard MODOT, Véronique NEGRET, Yvon PELLET, Jean-Pierre RICO, Philippe SAUREL, Mikel SEBLIN, Célia SERRANO, Joëlle URBANI, Patricia WEBER.

Absent(es) / Excusé(es) :

Luc ALBERNHE, Jean-Noël FOURCADE, Julie FRÊCHE, Stéphanie JANNIN, Patricia MIRALLES, Arnaud MOYNIER, Bernard TRAVIER

Animation du territoire - Musée Fabre - Convention de partenariat presse pour les expositions "Djamel Tatah, le théâtre du silence" et "Germaine Richier. Rétrospective" - Approbation - Autorisation de signature

Monsieur Eric PENSO, Vice-Président, rapporte :

Du 10 décembre 2022 au 16 avril 2023, le musée Fabre de Montpellier Méditerranée Métropole a présenté *Djamel Tatah, le théâtre du silence*. Du 12 juillet au 5 novembre 2023, le musée Fabre présente *Germaine Richier, une rétrospective*.

Le *New York Times*, *Télérama* et *Mouvement* ont manifesté leur intérêt pour être partenaires de *Djamel Tatah, le théâtre du silence*. *Arte*, *Télérama* et *Libération* ont manifesté quant à eux leur intérêt pour être partenaires de *Germaine Richier, une rétrospective*. Ces opportunités permettront 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.

Pour le projet d'exposition *Djamel Tatah, le théâtre du silence*, le musée Fabre s'est engagé :

- **Envers *New York Times*** : Apposer le logo « *New York Times* » sur la totalité du plan de communication du musée Fabre, à savoir notamment lors des campagnes d'affichage, bannière sur la façade du Musée, insertions presse, dossiers de presse avec page dédiée aux partenaires, en français, cartons d'invitations et affichettes. A offrir 30 billets d'entrée et 1 catalogue d'exposition. Communication estimée à une hauteur de 44 000 €, mais par les accords d'échange, cela revient à 0 €. Et acheter d'une campagne digitale ciblant "*Art et design enthusiasts*" se composant d'une semaine chacune, au lancement de l'exposition et en relance en, ciblant le lectorat "*art enthusiasts*" du nytimes.com (géolocalisées en France, Suisse, Allemagne, Angleterre et USA – budget de 5 000 € TTC) ;
- **Envers *Télérama*** : Apposer le logo « *Télérama* » sur l'ensemble de la communication print et digitale relative à l'événement (affiches, flyers, tracts, site internet avec lien, programme etc.). La reproduction du logo de *Télérama* devra être conforme à sa charte graphique. Le musée Fabre mettra à disposition un bandeau digital avec l'offre d'abonnement promotionnel et/ou un bandeau digital avec le lien rédactionnel *Télérama* dans une des newsletters et à participer aux frais techniques à hauteur de 216 € TTC ;
- **Envers *Mouvement*** : Apposer le logo « *Mouvement* » sur la totalité du plan de communication du musée Fabre, à savoir notamment lors des campagnes d'affichage, bannière sur la façade du Musée, insertions presse, dossiers de presse avec page dédiée aux partenaires, cartons d'invitations et affichettes. Communication estimée à une hauteur de 8 200 €, mais par les accords d'échange, cela revient à 1 440 € TTC.

L'ensemble de ces engagements représente une participation globale du musée à hauteur de 6 656 € TTC, hors visites, catalogues et billets d'entrées offerts.

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

- ***New York Times*** s'engage à produire une campagne digitale et à proposer deux insertions 1/4p n&b ;
- ***Télérama*** s'engage à réserver une place dans son agenda des événements dans l'édition « *Télérama*

nationale » qui paraît le 04 janvier 2023, ainsi qu'un espace dans sa newsletter « *la Quotidienne* » adressée à 110 000 abonnés avec le lien vers le site du musée Fabre. Cette newsletter sera envoyée aux alentours du lancement de l'exposition, soit 18 décembre 2022. Et à donner accès à *Télérama Sorties* : plateforme de mise en relation entre leurs abonnés et les acteurs culturels. Elle est visible sur la home de *telarama.fr* et promue via des e-mailings et/ou Newsletters quotidienne ou dimanche (enfants), bandeau web ou print auprès de nos abonnés digitaux et/ou vers tous. Le musée pourra y proposer des « *sorties* », exclusivement réservées à leurs abonnés ;

- **Mouvement** s'engage à dédier ½ page dans le n°116, correspondant à la parution trimestrielle de décembre, janvier et février, ainsi qu'à insérer 1 pavé annonçant l'exposition et renvoyant vers la page dédiée à l'exposition sur le site du musée Fabre dans tous les articles pendant une semaine sur le site internet. Ainsi qu'à dédier 1 pavé annonçant l'exposition dans leur newsletter.

Pour le projet d'exposition « Germaine Richier, une rétrospective », le musée Fabre s'engage :

- **Envers Arte** : Apposer le logo « *Arte* » sur l'ensemble du plan média, sur les différents supports de communication (print et web), ainsi que sur la signalétique de l'exposition. Offrir 10 billets (pour deux personnes) afin de participer au jeu concours, et fournir un catalogue de l'exposition. Communication estimée à une hauteur de 80 000 €, grâce aux accords d'échange, cela revient à 0 € ;
- **Envers Télérama** : Apposer le logo « *Télérama* » sur tous les supports de communication (affiches, flyers, tracts, site internet impératif avec lien, programme, etc...). Offrir des billets d'entrées pour l'exposition destinés à ses abonnés sur le site « *Télérama Sorties* », et à participer aux frais techniques à hauteur de 216 € TTC ;
- **Envers Libération** : Apposer le logo « *Libération* » sur l'ensemble des éléments de communication de l'exposition. Il fait mention du nom « *Libération* » dans les supports de communication relatifs au partenariat. Communication estimée à une hauteur de 107 600 € HT, grâce aux accords d'échange, cela revient à 5 400 € TTC.

L'ensemble de ces engagements représente une participation globale du musée à hauteur de 5 616 € TTC, hors visites, catalogues et billets d'entrées offerts.

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

- **Arte** s'engage à diffuser une annonce coup de cœur de 20 secondes pour présenter l'exposition, soit 10 passages pendant une semaine entre juillet et octobre 2023 (à l'antenne, site et réseaux sociaux) ;
- **Télérama** s'engage à réserver une place dans son agenda des événements dans l'édition « *Télérama Sortir* » qui paraît le 12 juillet (date à confirmer), à offrir un espace dans sa newsletter quotidienne adressée à ses 110 000 abonnés avec le lien vers le site du musée Fabre et à mettre en place un jeu-concours réservé aux abonnés ;
- **Libération** s'engage à proposer deux insertions au format 1/3 de page et une format bandeau au lancement de l'exposition, de bannières sur le site Internet et de posts sur leurs réseaux sociaux et application,

En conséquence, il est proposé au Conseil de Métropole :

- D'approuver les termes des conventions de partenariat avec ces partenaires presse ;
- 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 : 85 voix

Contre : 0 voix

Abstention : 0 voix

Ne prend pas part au vote : 0 voix

Fait à Montpellier, le 24/07/23

Pour extrait conforme,

Signé.

Michaël DELAFOSSE

Publiée le : 25 juillet 2023

Accusé de réception – Ministère de l'intérieur

034-243400017-20230711-234732-DE-1-1

Acte Certifié exécutoire :

Réception en Préfecture : 24/07/23

Liste des annexes transmises en préfecture:

- Convention-MOUVEMENT-MuseeFABRE-TATAH-2022-2023-OK.docx
- CONVENTION-NYTI-MuseeFABRE-TATAH-2023.docx
- CONVENTION-TELERAMA-MuseeFABRE-TATAH-2022-2023.docx
- Convention partenariat Arte Richier.docx
- Convention partenariat Libé Richier.docx
- Convention Télérama Richier.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.