



PALAIS DES BEAUX-ARTS

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2016

PALAIS BEAUX-ARTS LILLE

TABLE DES MATIÈRES

Quelques chiffres importants	4
L'Editorial	5
LE PROJET SCIENTIFIQUE ET CULTUREL	6
L'Elaboration et les premières étapes de mise en œuvre	6
L'Elaboration du PSC : un travail collaboratif et partenarial inédit	6
Le Bilan d'étape de la phase PSC : réaménagement de l'atrium et nouveaux outils mis à la disposition du public	7
I / LES COLLECTIONS ET LA PROGRAMMATION	8
A / La Vie des Collections	8
1 / L'Enrichissement des collections	8
2 / L'Inventaire et le récolement	9
3 / L'Informatisation des collections	9
4 / Les Restaurations	12
5 / La Conservation préventive	15
6 / La Régie, les prêts et les mouvements d'œuvres	16
7 / Les Activités de recherches	20
8 / Les Campagnes photographiques	21
9 / Les Editions et les publications	22
B / La Bibliothèque et le Centre de Documentation	22
1 / La Bibliothèque	22
2 / La Documentation	22
3 / Le Centre de ressources	23
C / La Programmation	24
1 / L'Exposition en salle d'exposition temporaire : Joie de Vivre	24
2 / Les Expositions réparties dans les collections permanentes : Open Museum Zep et Scan Pyramids	26
3 / Les Expositions à venir	30
4 / Les Manifestations culturelles	31
II / L'ACCUEIL DES PUBLICS	35
A / La Connaissance des publics	35
1 / La Fréquentation	35
2 / Le Profil des visiteurs - visiteurs ciblés	35
3 / Le Retour d'expérience et la politique d'évaluation de nos actions et de nos projets	36
B / La Politique d'accueil	37
1 / Les Outils de médiation et d'aide à la visite	37
2 / L'Accessibilité pour les publics en situation de handicap	37
3 / Les politiques de développement et de fidélisation (diversification des publics, démocratisation culturelle...)	38
4 / Les Services en concession	39
C / Les Missions pédagogiques et éducatives	39
1 / L'Offre culturelle à destination des scolaires	39
2 / L'Offre culturelle à destination du jeune public	42
3 / L'Offre culturelle à destination des étudiants et des moins de 26 ans	43
4 / L'Offre culturelle à destination des publics sensibles	44
III / LE RAYONNEMENT ET LE DEVELOPPEMENT DU MUSEE	49
A / Le Rayonnement territorial : des réseaux locaux, nationaux et internationaux	49
1 / Le Réseau professionnel	49
2 / Les Partenaires touristiques	50
3 / Les Amis des Musées de Lille : un partenaire privilégié	51
4 / Le Rayonnement à l'étranger	51

B / Le Tissu économique	52
1 / Les Grands mécènes	52
2 / Le Mécénat collaboratif	52
3 / Le Mécénat d'innovation	53
C / La Communication	54
1 / La communication print et médias	54
2 / Le développement et la communication numérique	55
D / La Stratégie numérique	58
1 / L'Etat des lieux	58
2 / Le Démarrage du PSC numérique	58
3 / La Mise en oeuvre	58
4 / Les Rencontres professionnelles	60
E / Les Relations publiques	60
1 / Les Evénements PBA	60
2 / Les Manifestations privées	61
3 / L'Accueil d'événements de la Ville de Lille	61
IV / LA VIE DU MUSEE	63
A / La Politique des Ressources Humaines	63
1 / Le Personnel et les mouvements des personnels	63
2 / La Formation des personnels	64
3 / L'Accompagnement professionnel	64
B / Le Bilan Financier	66
1 / Les Recettes	66
2 / Les Dépenses	67
C / L'Exploitation et le Fonctionnement des Services du Musée	68
1 / Les Travaux	68
2 / La Sécurité des collections et des personnes	69
3 / L'Informatique	69
4 / Les Archives des services du musée	69

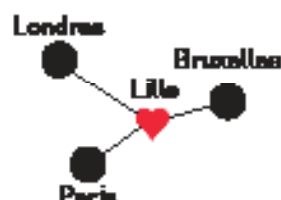
PALAIS BEAUX-ARTS LILLE



Un **PALAIS** du XIXe au **CENTRE** de Lille
Un bâtiment contemporain
prix équerre d'argent - 1997



Un musée
AU COEUR
de l'Europe
du Nord



UNE COLLECTION EXCEPTIONNELLE

MONET De Champaigne **COURBET** Bourdelle
Bouix Raphaël **DAVID** **RUBENS** Manet Chardin
GOYA CHAGALL Van Dyck **BRUEGHEL** Véronèse
Donatello Toulouse Lautrec **Picasso** **DELACROIX**

255 000

VISITEURS

chaque année



19% étrangers
20% scolaires

60 000

OEUVRES



Une équipe
de **103**
personnes

L'ÉDITORIAL



L'année 2016 a vu l'aboutissement de la réflexion initiée en 2014 pour le projet scientifique et culturel (PSC) et le début de sa mise en œuvre avec les travaux de l'atrium sous la conduite de l'atelier Ludovic Smaghe, retenu dans le cadre d'un appel d'offres (ouverture prévue en juin 2017). Dans le même temps, débutait le très important chantier de réfection des toitures (façade République). C'est donc une profonde mutation qui s'engage, qui devrait conduire le Palais des Beaux-Arts de Lille vers une expérience de visite entièrement renouvelée d'ici 2021/2022. Les premières bases de ce changement ont été posées dès cette année, avec notamment des progrès significatifs dans le domaine numérique : l'ouverture du nouveau site web en janvier et le travail sur une version 2 pour préparer le numérique du nouvel atrium ; le lancement à l'automne de Wikimuseum, en partenariat avec Wikimedia France, collecte d'archives privées, de photos et de témoignages sur la vie du musée depuis sa construction, première pierre d'un musée collaboratif partagé par le plus grand nombre ; enfin, l'accroissement de la visibilité sur les réseaux sociaux (augmentation de 26 % pour Facebook, de 49 % pour Twitter, de 139 % pour Instagram). La fréquentation augmente régulièrement depuis quelques années, atteignant en 2016 plus de 250 000 personnes, alors que, conformément au choix fait pour favoriser le PSC, il n'y a pas eu de grande exposition. Cette fréquentation élevée s'explique à la fois par la fin de l'exposition Joie de vivre (coproduction RMN, 118 000 visiteurs ; bal de clôture 16 janvier, 1200 personnes), le succès de l'Open Museum Zep et la très originale exposition Scan Pyramids en fin d'année. A noter, les premières expositions de la Petite Galerie, Académies puis Du Sel au Pixel, qui permettent de découvrir les trésors des collections graphiques et photographiques. Cette bonne fréquentation s'accompagne d'un renouvellement fort du public, avec une part de primo-visiteurs stabilisée à 54 % pour l'Open Museum et un rajeunissement significatif (deux fois plus de moins de 25 ans que pour l'Open Museum précédent). Les événements organisés tout au long de l'année ont également contribué à ces bons résultats : plus de 8000 personnes pour le week-end Happy Zep couplé avec la Nuit des Musées ; plus de 10 000 visiteurs pour la première Braderie au sein du musée, dédiée à la BD ; ou encore le succès croissant des nocturnes étudiantes (de 1200 à 1600 personnes). Des progrès constants sont réalisés dans l'analyse des publics du musée, avec par exemple la généralisation des focus groupes (pour le projet de nouvel atrium notamment). De même, des expériences sont régulièrement tentées pour renouveler la vision du musée et de ses collections : visites olfactives ; une nouvelle formule de visites guidées, appelées Un midi, un regard, offrant la parole à des invités inattendus, parmi lesquels Jean-Pierre Vincent et Gilles Defacque. Des efforts particuliers ont été faits dans le champ social, avec la première édition d'« A corps et à cris » contre les violences à l'école, le projet Anber, le projet IDKids, ou la première édition de « L'Envers du décor » en partenariat avec Pôle Emploi. Dans le domaine de la conservation, le récolement se poursuit sur un bon rythme et plus de 20 œuvres sont entrées dans les collections, dont deux plaques de céramique de la fabrique lilloise Masquelier, grâce à la générosité de Camille Leprince et des Amis des Musées, ainsi que la spectaculaire sculpture de Cordonnier Obsession, offerte par Sir Michael Kadoorie. Le rayonnement du musée se mesure aujourd'hui à plusieurs niveaux. Tout d'abord à sa participation aux grands débats sur la culture, auxquels il est maintenant régulièrement invité (mission musées du XXI^e siècle du Ministère de la Culture ; Etats généraux de la culture de Télérama). Mais aussi à l'international, avec l'organisation d'une exposition « Monet » du 4 mai au 11 juillet au National Heritage Museum de Hong-Kong. Enfin, la bonne santé du musée se lit à travers les mécénats obtenus et la progression de ses recettes. La campagne de mécénat collaboratif pour la restauration des Belles du Nord, a permis de réunir 54 950€ grâce à 24 entreprises locales, dans le cadre d'une démarche totalement innovante. Les grands mécènes sont par ailleurs toujours présents : le Crédit Mutuel pour le soutien du PSC dans la longue durée, le Crédit du Nord sur l'Open Museum depuis 2014, ou encore les mécènes d'innovation comme Orange et Pictanovo pour le numérique de l'atrium. Corollaire de ce dynamisme, les locations privées ont fait un bond en 2016, qui a été une année exceptionnelle avec 60 événements organisés et une recette de 147 157€ (en augmentation de 12 %). Enfin, 2016 a vu l'arrivée d'une nouvelle équipe à la tête des Amis des Musées de Lille. Christian Moinet, son président et tous les membres de l'association, sauront trouver un nouvel élan pour accompagner les musées de Lille dans leur action.

LE PROJET SCIENTIFIQUE ET CULTUREL

L'ÉLABORATION ET LES PREMIÈRES ÉTAPES DE MISE EN ŒUVRE

L'année 2016 aura été marquée par l'élaboration, la rédaction et les premières mises en œuvre du PSC. Vingt après sa réouverture au terme d'un chantier de réaménagement titanesque, le musée a choisi d'écrire une nouvelle feuille de route stratégique pour mieux s'adapter à son époque et un environnement muséal transformé. Considérant que le rayonnement et la modernité du musée se mesurent à sa capacité à renouveler le rapport aux œuvres pour les visiteurs, à faciliter l'accès au lieu, et à questionner son rôle éducatif et social, l'ensemble des équipes du PBA s'est engagé dans un exercice d'analyse, de réflexion et de projection ambitieux pour mieux entrer dans le XXIème siècle.

L'ÉLABORATION DU PSC : UN TRAVAIL COLLABORATIF ET PARTENARIAL INÉDIT

Dans un temps où il est nécessaire que les structures culturelles s'ouvrent vers l'extérieur, le PSC a été conduit dans un esprit de concertation et de participation. Ainsi tous les agents du musée ont été associés aux différentes étapes du travail, de même que plusieurs catégories de publics largement interrogées et consultées. Les différentes parties du PSC ont été rédigées collectivement par les services concernés (conservation, service des publics, finances et ressources humaines, etc.), dans un processus itératif et inter-services. Parallèlement, le dialogue avec des experts, des intellectuels ou des professionnels dans de nombreux musées du monde a guidé et nourri la réflexion. Ce dialogue, qui a été élargi à d'autres domaines que celui de la culture par la rencontre de chefs d'entreprise et de responsables de lieux publics confrontés aux mêmes évolutions de la société, témoigne de la préoccupation du PBA d'inscrire ce projet scientifique et culturel dans une réflexion élargie.

En outre, la nomination du directeur du Palais des Beaux-Arts, Bruno Girveau, au sein du groupe des personnalités composant la mission "Musées du XXIème siècle" initiée en mai 2016 par la Ministre de la Culture et de la Communication, Audrey Azoulay, a permis de multiplier le partage d'expériences et d'enrichir la réflexion.

Pour l'avenir, le musée a ainsi choisi de placer les visiteurs et les œuvres au cœur de sa réflexion, selon trois axes majeurs :

- la reconfiguration des espaces
- le redéploiement des œuvres
- la conception d'outils de médiation numériques innovants

Par ailleurs, le PSC prévoit que cinq réalisations emblématiques rythment les 10 ans à venir et dessinent le nouveau visage du musée :

- Printemps 2017 : Réaménagement de l'atrium
- Fin 2018 : Réaménagement du département des plans-reliefs
- Fin 2019 : Réaménagement du département Moyen Âge et Renaissance (niveau -1)
- Fin 2020 : Réaménagement d'une partie du premier étage (Le XVIIème en France et en Europe du Nord)
- Fin 2022 : Création d'une galerie des Antiquités

La mise en œuvre concrète des deux premières étapes a été permise grâce à l'implication d'un mécène privé, le Crédit Mutuel Nord Europe, et sa Fondation, fidèle soutien du musée et reconnu pour son attachement au rayonnement culturel régional, sans lequel elle aurait été impossible.

En outre, le musée a travaillé à nouer des partenariats publics (Etat et Région Hauts de France) et privés afin d'accompagner la dynamique du PSC.

LE BILAN D'ÉTAPE DE LA PHASE PSC : RÉAMÉNAGEMENT DE L'ATRIUM ET NOUVEAUX OUTILS MIS À LA DISPOSITION DU PUBLIC

La phase 1 du PSC, qui consiste à repenser l'atrium, cœur de la vie du musée et lieu de passage incontournable pour le public, a vu son chantier débiter à l'automne. Le but est qu'il reprenne sa place de forum, d'espace de vie, de confort et de services en accès libre. L'architecte lillois Ludovic Smaghe a remporté le marché et a imaginé le visage de ce nouvel atrium. Trois espaces ont commencé à être aménagés et à être cachés par des bâches dès octobre 2016 :

- la librairie-boutique et le café qui seront totalement redéployés et réaménagés,
- des nouveaux espaces de repos, de consultation – en partenariat avec la Bibliothèque Municipale de Lille - et de médiation pour la détente et le confort du visiteur, pour la consultation d'ouvrages de référence ou d'actualité en libre accès vont être créés,
- et enfin, des espaces numériques, où des dispositifs innovants seront à disposition des visiteurs, au travers d'une personnalisation de leur parcours et la découverte en détails de l'œuvre d'art.

Tout au long de l'année 2016, la stratégie numérique a été élaborée en collaboration avec Pierre-Yves Lochon de la société Sinapses Conseils. Les travaux ont pu démarrer en toute fin d'année et se poursuivront en 2017, pour une inauguration officielle en présence des partenaires prévue le 22 juin 2017.

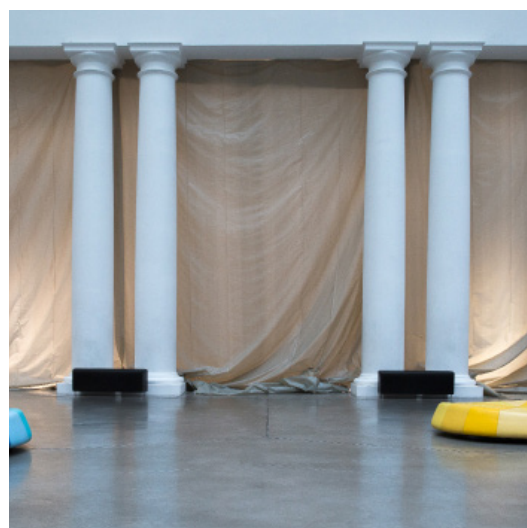
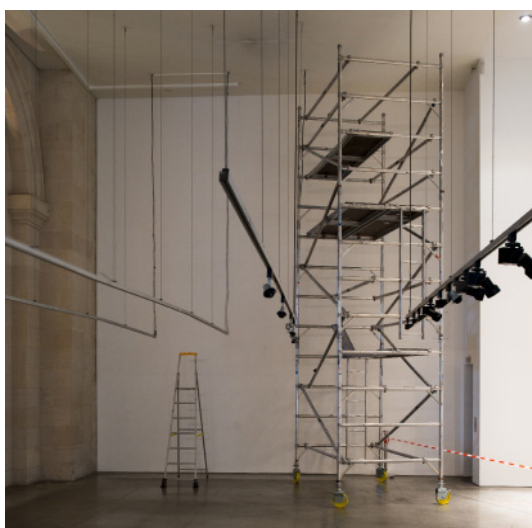
Parallèlement, les premières concrétisations liées à la phase 2 du PSC (réaménagement du département des plans-reliefs) ont été visibles.

L'année 2016 a commencé avec la restitution du séminaire exploratoire des étudiants de Gilles Maury de l'ENSAP (Ecole Nationale Supérieure d'Architecture et de Paysage de Lille au sujet des plans-reliefs ainsi que leur réflexion sur plusieurs scénarii de réaménagement architectural, scénographique et de médiation.

L'année 2016 a également été le lieu d'une importante démarche de sourcing auprès d'entreprises dans le but d'un potentiel financement de la restauration du plan-relief de Lille. Le marché de conception a aussi été écrit et mis en œuvre. Par ailleurs, le projet Citadelle ! a commencé à se mettre en place pour permettre une visite virtuelle de la Citadelle de Lille.

Le Palais des Beaux-Arts a signé une convention de partenariat avec l'Université de Lille 3 et l'Université Catholique de Louvain afin d'associer dans son projet Nathalie Dereymaeker, doctorante de ces deux universités et élaborant une thèse sur Le plan-relief de Lille. Confrontation avec les sources écrites et iconographiques et reconstitution numérique. Le laboratoire Cristal, laboratoire de recherche en informatique de l'Université de Lille 1, est aussi signataire de la convention afin d'étoffer les connaissances autour de ce plan-relief de Lille et de bénéficier de propositions d'outils de médiation innovants permettant de renouveler la vision du plan-relief.

L'étape 3 du PSC (réaménagement du département du Moyen Âge et de la Renaissance) a été préfigurée à travers un travail de réflexion et de sélection des œuvres qui seront présentées dans le département renouvelé.



01. LES COLLECTIONS ET LA PROGRAMMATION

01 A. LA VIE DES COLLECTIONS

01. L'ENRICHISSEMENT DES COLLECTIONS

En 2016, le musée a enrichi ses collections de 20 œuvres, pour une valeur totale estimée à 204 550€. Cet enrichissement s'est exclusivement réalisé, pour cette année, grâce à des dons, aucun budget d'investissement n'ayant été alloué par la Ville de Lille.

DONS

Le département des céramiques a été généreusement pourvu cette année. Sont rentrées dans les collections deux plaques de céramiques provenant de la fabrique lilloise Masquelier, grâce aux Amis des musées et à Monsieur Leprince, antiquaire. Grâce à leur générosité, le musée a pu compléter l'acquisition de 1982 de la plaque représentant un joueur de flûte. C'est un ensemble exceptionnel et unique qui est dorénavant présenté dans la galerie XVIIIème siècle aux cités des tableaux de Watteau de Lille.

Ensuite, les époux Ngoubo Ngangué-Delesalle ont consenti à un don important de 16 céramiques de Nevers, Rouen, Lille et Bordeaux, venant ainsi compléter la collection du musée.

Sir Michael Kadoorie a fait gracieusement don d'une sculpture en ronde bosse en marbre blanc et bois, du XIXème siècle, intitulée Obsession d'Alphonse Cordonnier, estimée à 150 000€.

Enfin, le collectionneur Guy Grieten a donné au département des arts graphiques une œuvre d'après David II Teniers le jeune, *L'Invocation ou la lecture diabolique*.



02. L'INVENTAIRE ET LE RÉCOLEMENT

Concernant le récolement, les résultats pourraient être meilleurs.

Sur environ 56 675 œuvres du PBA, 4 648 d'entre elles ont été récolées, soit 8,2%. L'archéologie (Préhistoire et archéologie régionale), la numismatique et les arts graphiques ont fait l'objet d'efforts importants. Les dessins français du néo-classicisme au XIXème siècle ainsi que les carnets et albums sur ces mêmes périodes ont été entièrement récolés. Toutes ces collections ont en parallèle été rangées voire conditionnées, pour en faciliter les manipulations ultérieures.

Un cas particulier s'est produit en 2016 : la campagne du récolement du métal archéologique conservé dans une réserve extérieure, la Halle au Sucre, a été menée avec l'aide d'un stagiaire (544 objets récolés). Cette campagne s'est révélée extrêmement compliquée à cause d'un lieu difficile d'accès, dans des conditions peu propices à la mission, auxquels s'est ajoutée l'obligation de reconditionner la collection à mesure de l'avancée du récolement.

En ce qui concerne le lapidaire, un travail d'optimisation du rangement des réserves a été réalisé (voir infra) avec l'aide des équipes muséographiques ; ce rangement est également un préalable au récolement de la collection.

03. L'INFORMATISATION DES COLLECTIONS

Un travail des plus importants est mené au PBA sur l'informatisation des collections, au travers de la base de données Micromusée. Pour rappel, cette base de données, qui n'est pas encore un inventaire informatisé au sens juridique, où les notices seraient alors figées, permet de rentrer - et par suite d'y avoir accès - les données suivantes :

- Inventaire
- Gestion de mouvements d'œuvres (acquisitions, dons, prêts, dépôts)
- Description des objets (y compris mesures)
- Photographies des œuvres (RMN ou PBA)
- Analyse de l'œuvre
- Documentation autour de l'œuvre (auteur, œuvres associées, courant artistique, ancrage historique, statuts administratifs, etc.)
- Conservation et mesures de restauration entreprises
- Bibliographies et publications (articles, catalogues d'expositions ou raisonnés)

Dans ce cadre, les administrateurs de la base doivent vérifier le bon fonctionnement, gérer les droits d'accès et suivre les demandes et les installations de la base sur les postes utilisateurs, collaborer avec l'éditeur de Micromusée, collecter les informations, aider les départements dans la prise en main et l'utilisation de la base, nettoyer et compléter les tables et thésaurus, veiller à la définition des termes et données, ou encore extraire les statistiques. L'ensemble de ces tâches est dévolu à une seule personne au PBA.

Des formations Micromusée sembleraient pertinentes pour tout le personnel utilisateur afin de le remotiver et d'améliorer l'alimentation de cette base de données.

L'installation dans les réserves du PBA d'ordinateurs ayant accès à Micromusée a été une avancée majeure car elle permet la consultation et la modification de la base de données, directement dans les réserves, et permet un gain de temps.

L'objectif de cette base est d'établir une mémoire numérique des collections, puis, dans un second temps, de verser les fiches validées par les conservateurs sur la base Joconde ou le site Web du PBA.

ETAT DES LIEUX ET PROGRESSION

Fin décembre 2016, la base était constituée de 24 936 notices au total, complètes ou non, contre 24 309 notices au début 2016, (ancien total 2015 : 24 346 notices). Cela représente donc la création de 627 notices, soit une petite progression de 2,58% sur l'année 2016.

Pour l'ensemble des notices, 31% n'ont aucune illustration. Des campagnes photographiques par pan de collections devront se mettre en place dans les prochaines années.

2 207 notices, soit 8,5%, sont sans domaine de rattachement en fin d'année 2016. Une obligation de remplir le champ domaine sera mise en place en janvier 2017.

Parmi toutes ces notices, 6 307 d'entre elles ont été modifiées ; cela peut concerner la mise à jour avec d'anciens constats d'états, des rapports de restauration, des précisions de localisation, des prêts, des ajouts de bibliographies ou d'expositions, des corrections diverses... On constate un versement rétroactif des rapports de restauration qui sont consultables désormais en un clic dans Micromusée.

Grâce à ces chiffres, il ressort que l'outil est très utilisé au quotidien par la régie des œuvres.

Le cabinet des dessins et les peintures étrangères rafraîchissent la base avec des données anciennes jusque-là conservées ailleurs, en format numérique.

RÉCOLEMENT

Le récolement sur la base Micromusée n'est pas encore bien développé; certains départements utilisent en effet un tableur en lieu et place de Micromusée, et ne transfèrent pas encore les données de l'un vers l'autre. A cause de ce réflexe non-acquis de saisir les données de récolement sur Micromusée, les résultats statistiques sont loin de refléter l'activité de chaque département en la matière.

Avec ce biais sur l'année 2016, il y a eu 564 constats d'état pour récolement, la quasi-totalité en numismatique. Des difficultés se rencontrent au niveau des numéros d'inventaires au croisement des numéros d'œuvres avec les inventaires papier. Une interconnexion de la base de données du PBA avec celles du Musée de l'Hospice Comtesse et du Museum d'Histoire Naturelle est souhaitable afin de limiter les allers-retours entre établissements des chargés de collections et agents récoleurs.

EVOLUTION DE MICROMUSÉE

A l'automne 2016, un an après la migration de nos données en version 7 du logiciel, la version 7.1.62 a été installée au PBA. Des améliorations ont été apportées ; néanmoins, d'autres dysfonctionnements sont apparus, remontés à l'éditeur par l'administrateur. On constate depuis l'automne un problème interne dû à l'impossibilité des mises à jour automatiques du logiciel depuis la migration de l'ensemble des postes de travail du PBA en environnement Windows Seven.

BASE NATIONALE JOCONDE

Les images et des extraits des notices des fonds du PBA sont transférées sur la base Joconde, après la constitution d'un panier validé par les conservateurs.

Actuellement, il y a 2 310 notices d'œuvres sur Joconde dont 1 044 avec images. Le serveur Joconde ne permet pas de connaître le nombre de notices visualisées, cependant, il est possible de savoir le nombre d'images des œuvres du PBA ouvertes en plein écran. Ce nombre s'élevait en 2016 à 196 153.

Il n'y a pas eu de versement sur Joconde en 2016.



04. LES RESTAURATIONS

Les restaurations au sein du PBA constituent une des principales activités du service de la conservation et font l'objet d'une programmation raisonnée.

83 98 € ont été affectés aux campagnes de restaurations du musée (hors financements de la part des musées demandeurs de prêts). En 2016, le montant de la subvention DRAC perçu a été de 43 000€.

Les principales restaurations effectuées en 2016 ont trait aux collections permanentes quel que soit le domaine. Il y a eu 213 interventions de restauration.

Les interventions en conservation-restauration se sont organisées suivant quatre axes :

- Dans le cadre du PSC, les interventions pour améliorer la présentation et la conservation des collections, aussi bien en salles qu'en réserves. Ces interventions consistent en des dépoussiérages, dégrasages et consolidations. Les arbitrages sont faits selon l'urgence de l'intervention ou leur pertinence dans le cadre du PSC (objets actuellement en réserve et destinés à être exposés à l'avenir). Selon ce contexte, ont eu lieu des restaurations de 6 armes (blanches et à feu), d'un ensemble de 49 pièces et 23 médailles, d'une stèle romaine de Mars et Vénus, de 2 sculptures du XVIème siècle, de La Trinité de Jacomart...

- Les restaurations fondamentales, pour lesquelles le musée sollicite régulièrement l'aide du Centre de Recherche et de Restauration des Musées de France (C2RMF) pour le pilotage scientifique ou les dossiers d'imagerie. Ces opérations, souvent longues et coûteuses, sont parfois financées grâce à un apport en mécénat. La campagne de 2016, qui a su mobiliser autour d'elle des mécènes locaux grâce à une campagne de mécénat collaboratif, concerne la restauration des « Belles du Nord » (Figure de moine fragmentaire, figure de moine complète, Sainte Agnès, Sainte Marie-Madeleine) découvertes à Orchies qui ont rejoint les collections du Moyen Âge. Le montant total recueilli a été de 54 950€.

- Les opérations d'urgence. Ce sont des dégradations parfois occasionnées par le public, des dommages, notamment liés à des dégâts des eaux, telles les coulures sur la Marie-Madeleine agenouillée de Lacombe en 2016, ou ruissellement d'eaux pluviales sur Jésus donnant les clefs à Saint Pierre de Charles de La Fosse ou encore rupture d'une canalisation occasionnant un dégât des eaux sur le Paysage à la Fontaine de Francesco Casanova.

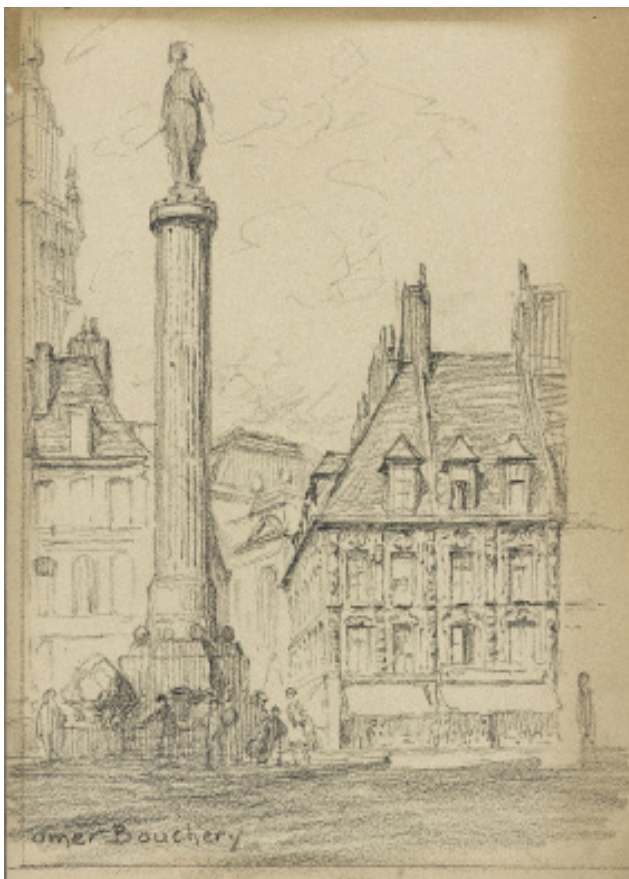
- Les interventions pour des demandes de prêts. Lorsque l'état de l'œuvre n'est pas suffisamment satisfaisant pour une présentation correcte et pour supporter un déplacement (transport et manipulations) tel le cadre de Noli me tangere de Lambert Sustris. Cela a concerné 6 œuvres pour un montant total de 15 062€. Dans le cadre de la restauration exceptionnelle des « Belles du Nord », en partenariat avec l'INRAP, des conférences ont été organisées à l'occasion de journées nationales et régionales de l'archéologie et un document sur les « Belles du Nord » a été édité. La promotion de l'opération s'est effectuée de façon commune.

RESTAURATIONS ARTS GRAPHIQUES

Les restaurations des arts graphiques sont toutes effectuées par la restauratrice permanente au PBA.

Dans ce domaine en 2016, 13 dessins d'Omer Bouchery mis en dépôt au PBA de Lille et déposés des années durant sans protection dans le centre technique municipal ont été restaurés. La vingtaine de photographies anciennes présentées dans le cadre de l'exposition du Sel au Pixel ont été nettoyées, consolidées et montées sans colle dans des matériaux neutres





05. LA CONSERVATION PRÉVENTIVE

Pour rappel, la conservation préventive consiste à agir sur le temps d'exposition, la nature des éclairages, le climat et le choix des matériaux utilisés dans les réserves et les salles d'exposition afin de retarder les altérations. La conservation préventive est aujourd'hui une pratique intégrée à la vie du musée. Les espaces sont dans leur majorité climatisés (même si le système vieillissant montre ses limites et devra être renouvelé), les œuvres exposées comme en réserve voient leur conditionnement s'améliorer au fur et à mesure. Des campagnes de dépoussiérage des cadres et des sculptures exposés sont régulièrement programmées mais restent insuffisantes.

10 objets décoratifs ont été traités par anoxie statique dans les réserves du sous-sol afin d'éviter toute propagation d'insectes. Des constats d'état et bilans sanitaires ont été effectués sur les 15 plans-reliefs déposés à Lille.

ATELIER DE RESTAURATION D'ARTS GRAPHIQUES

Plus nombreux et plus fragiles que les autres collections, les dessins sont conservés dans une réserve climatisée à un taux d'humidité et une température contrôlés. Marqués par des interventions et des altérations de parfois plus de 500 ans, les dessins demandent un travail d'entretien permanent et une surveillance constante de la part de la restauratrice.

Dans le cadre de la conservation préventive, plusieurs actions ont été menées.

Des travaux conduits plus spécifiquement sur les papiers, dessins, photographies ont eu lieu. Ainsi, quatre peintures, attribuées à Alexandre François Desportes, et exécutées à l'huile sur papier marouflées sur carton et tendues sur bois ont été nettoyées, ré-encadrées avec des verres organiques anti-UV et un rehausse-cadre. Les 80 dessins de Zep présentés lors de l'Open Museum ont été vérifiés sanitairelement à leur arrivée au musée, fixés sans colle dans des cartons neutres biseautés puis encadrés avec l'aide de l'équipe muséographique. Lors de l'exposition Scan Pyramids, 14 dessins de François Schuiten et 3 photographies sur l'Égypte ancienne ont été montés dans des cartons neutres biseautés puis encadrés sans colle. Enfin, 13 dessins d'Omer Bouchery ont reçu un conditionnement neutre comprenant le montage dans une fausse marge avec du papier japon et de la colle d'amidon fabriquée dans l'atelier afin de consulter l'œuvre sans manipuler le dessin, puis le montage dans une chemise en carton Fabriano afin de permettre la présentation de l'œuvre et de conserver les dessins sans risque d'altérations avec les autres dessins de la réserve qui sont conservés à plat dans des meubles de conservation et des boîtes en carton neutre. Enfin, les 13 dessins d'Omer Bouchery susmentionnés, après leur restauration ont fait l'objet de mesures de conservation préventive afin d'améliorer leur PH, leur présentation et de les conditionner de manière neutre afin de les conserver avec les autres dessins d'Omer Bouchery en réserve.

RÉSERVES

Des études, mandatées par la DRAC, ont été menées par une restauratrice, laquelle doit analyser les réserves des musées des Hauts-de-France.

Par ailleurs, concernant les réserves du PBA de Lille, des opérations de rangement ont été lancées et achevées. En effet, la rationalisation des réserves du sous-sol du musée s'est effectuée au printemps et à l'été 2016. Les éléments lapidaires qui se trouvaient en réserve 3 (AI 127) ont été déposés en réserve 4 (AI 130), occasionnant par suite divers regroupements d'objets. Ces derniers ont été classés et rangés par type d'œuvre ainsi que par dimension, et ce afin de gagner de la place. Ces différents déplacements ont permis de ménager un espace de travail dans la réserve 3, pouvant servir aux restaurateurs, aux prises de vues, aux chercheurs, etc. Des achats de matériel de rangement (étagères, bannettes) ont été réalisés afin de poursuivre l'optimisation de l'aménagement des réserves.

En parallèle, un des espaces du Centre Technique Municipal (CTM) a été vidé de ses œuvres pour être nettoyé par les services de la Ville. Des racks ont été achetés ; ils serviront dans un premier temps au stockage des plans-reliefs pendant la phase 2 du PSC, puis ils seront transportés au CTM dans l'espace nettoyé, de manière à rationaliser le rangement des œuvres.

06. LA RÉGIE, LES PRÊTS ET LES MOUVEMENTS D'ŒUVRES

RÉGIE DES EXPOSITIONS ET DES COLLECTIONS PERMANENTES

La régie des expositions et des collections au PBA de Lille se décompose entre l'équipe régie et l'équipe d'agents de muséographie. En 2016, l'organisation de ce service a été quelque peu bouleversée à cause de l'absence de longue durée du régisseur ; et ce, malgré le renfort d'un intérimaire pour le service muséographie. Des difficultés à satisfaire les plannings à cause d'une surcharge de travail ont dues être gérées et surmontées.

TEMPS FORTS DE 2016

La fin de l'exposition Joie de Vivre en janvier 2016 a nécessité le décrochage des 96 œuvres de la salle d'exposition temporaire et leur transport, mais également la gestion des demandes de prêts et des assurances pour les prêts accordés.

L'Open Museum ZEP a été à l'origine de nombreuses modifications dans les salles, avec de nombreux décrochages de tableaux ou de déplacements de sculptures pour laisser place à des projections. Il y avait 22 installations. Par conséquent, la fermeture de cet Open Museum a obligé la remise en état des murs pour le raccrochage derrière (rebouchage des trous et peinture).

L'exposition Scan Pyramids a montré 79 œuvres et 16 photos qu'il a fallu installer, dont plusieurs installations scientifiques et techniques, des vidéos et des œuvres des réserves.

Un autre moment important de la vie du musée s'incarne dans le PSC. Le déplacement du grand tableau de Wicar en réserve (déjà auparavant caché derrière une cimaise puis mis en réserve) a été un point d'orgue de la mise en œuvre des travaux dans l'atrium. Des interventions dans le département des plans-reliefs pour des études, prises de vues et recherches dans l'objectif de la phase 2 du PSC sollicitent régulièrement la régie. Enfin la préparation des espaces, et notamment des réserves, avec des mouvements d'œuvres, a requis aussi la régie.

L'opération « Belles du Nord », avec l'arrivée de quatre statues exceptionnelles en galerie Moyen Age a exigé la présence de la régie pendant la restauration pour bouger les œuvres afin de travailler le plus agréablement possible dessus, et évidemment pendant l'installation et la nouvelle présentation dans leur nouvel écrin.

Enfin à moindre mesure, il y a eu un colloque sur les chinoiseries pour lequel la présentation d'objets provenant d'une collection privée dans la galerie Céramiques a commandé le travail de la régie, tout comme l'installation de photos d'influenceurs d'Instagram ou comme des aides ponctuelles pour les expositions en Petite Galerie.

TRAVAUX

A l'instar de tout bâtiment patrimonial, le PBA de Lille a nécessité plusieurs interventions. Ainsi suite à des problèmes de fuite d'eau, la régie a dû intervenir plusieurs fois cette année. Tout d'abord, la salle d'exposition France XVIIème s'est vue partiellement fermée lors de sa remise en état, avec une ouverture pour accéder à l'ascenseur. Puis, une intervention s'est avérée nécessaire en salle d'exposition David, où des fuites sont apparues, lesquelles, lors de l'évaluation de leurs dégâts ont laissés des trous, non rebouchés. Ainsi des œuvres ne peuvent toujours pas être de nouveau exposées, telles les Casanova. Enfin, dans la réserve Wicar, les œuvres ont dû être toutes bâchées, afin de les protéger des fuites. Ce problème devrait être résolu par les travaux de la toiture qui ont commencé à l'automne 2016. Plus généralement, les réserves sont sources de constantes préoccupation et vigilance de la part de la régie.



TRAVAIL QUOTIDIEN

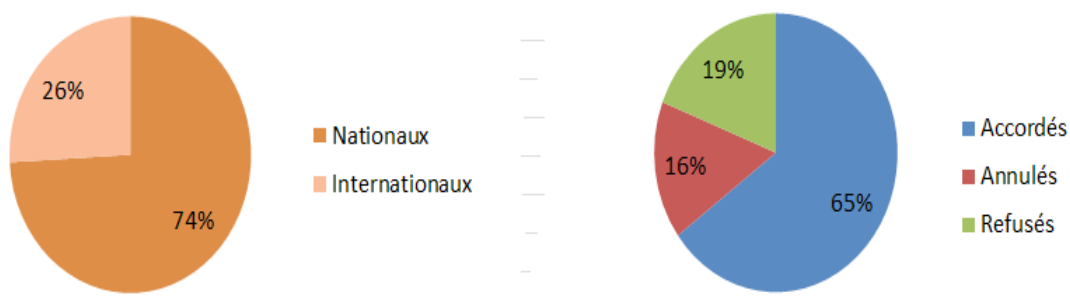
Outre ces temps forts et occasionnels, la régie doit s'occuper du quotidien. Elle met ainsi à disposition des restaurateurs des œuvres (campagne de dépoussiérage, campagnes photo...), réaménagement des espaces pour les œuvres suivant les exigences des conservateurs, aide au récolement, gère des réserves internes et externes (CTM et Halle au sucre), intervient pour le service culturel de la ville (on observe de nombreuses sollicitations de la part de services externes au PBA) comme à l'Opéra dans le cadre d'une vente aux enchères organisée pour le Secours Populaire (la manipulation des tableaux exigeant une maîtrise parfaite). Naturellement, elle participe aux transports en interne et à la maintenance des expositions (surtout sur les installations audiovisuelles comme pour Zep, ou les œuvres contemporaines des expositions qui sont plus susceptibles de réclamer une surveillance permanente).

Ce travail se fait en partenariat avec une équipe permanente d'intervenants extérieurs, de l'entreprise Axima, qui s'occupe de tous les travaux d'électricité ou de plomberie afférents aux collections ou expositions.

PRÊTS

L'une des activités principales de la régie est de gérer les mouvements d'œuvres liés aux prêts. Le remplacement des œuvres prêtées n'est pas effectif à chaque fois, cependant les salles sont réaménagées autant que possible en étroite concertation avec les responsables de collections.

En 2016, il y a eu 85 prêts accordés, 21 œuvres annulées et 25 œuvres refusées, soient un total de 131 demandes de la part de musées demandeurs. Cela représente 63 prêts à des musées nationaux et 22 prêts à des musées internationaux.



Par ailleurs, pour ces expositions, le PBA demande aussi des prêts aux autres musées, collections, galeries etc. en France et dans le monde.

Pour Joie de Vivre, cela a représenté 143 demandes à 103 destinataires, 57 vers l'étranger et 46 en France, avec 85 prêts accordés dont 20 par des prêteurs étrangers et 65 par des prêteurs français. Etant donné que l'exposition était en co-production avec la Réunion des Musées Nationaux – Grand Palais, la gestion des prêts a été déléguée à celle-ci.

Scan Pyramids a, quant à elle, entraîné le suivi des 10 prêts (de la demande au rapatriement), des assurances et des transports.

La conception de l'Open Museum 2017 Alain Passard a également commencé au travers de toute la partie technique pour des œuvres spectaculaires et des demandes de prêts. Concernant ces dernières, 28 prêts français ont été accordés ainsi que 3 prêts étrangers, quand 2 demandes ont été abandonnées.

DÉPÔTS ET RETOURS DE DÉPÔTS D'ŒUVRES

La régie s'occupe aussi de gérer les dépôts d'œuvres.

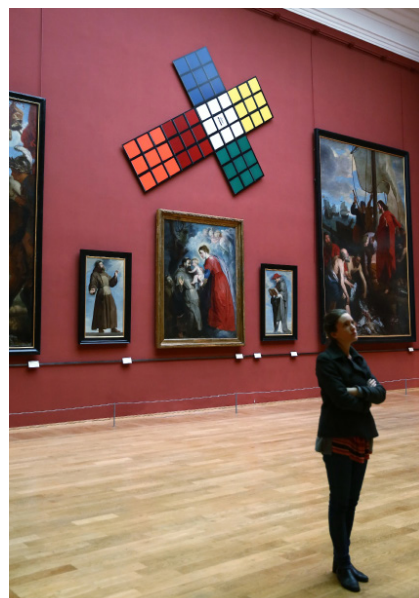
Le musée a renouvelé en 2016 plusieurs dépôts : un Autoportrait de Pharaon De Winter, pour le Musée Benoît-de-Puydt de Bailleul, et un Retour à l'église, scène bretonne d'Otto Weber déposé au Musée de Pont-Aven.

Le PBA a aussi fait en 2016 plusieurs dépôts, principalement du département peinture XIXème, à savoir un tableau au Musée du Mont-de-Piété de Bergues, Madame X. d'Auguste Peene et un tableau de Valentin de Boulogne, Jésus insulté par les soldats, déposé au Musée de la Tour abbatiale de Saint-Amand-les-Eaux.

Les dépôts avec les institutions lilloises, comme la Préfecture et le musée des Canoniers, sont en cours de réactualisation.

Le PBA de Lille a vu le rapatriement de la fin du dépôt des 10 œuvres de Valérie Belin. En revanche, il a eu le plaisir d'accueillir le dépôt de 4 œuvres de Carole Fékété.

Enfin, l'Etat a déposé au PBA le magnifique ensemble des « Belles du Nord », statues ou fragments de statues provenant d'Orchies (Sainte-Agnès, Sainte Marie-Madeleine, figure de moine fragmentaire, figure de moine complète), chef-d'œuvre de la galerie du Moyen Age.



07. LES ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Le Palais des Beaux-Arts s'associe aux organismes d'enseignement supérieur et de recherche pour organiser des journées d'étude, des conférences ou des colloques, tels :

- Les échanges artistiques comme vecteurs culturels entre la Chine et l'Europe aux XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècles en octobre, avec l'université Lille 3 et l'Agence nationale de la Recherche (ANR) (300 personnes) ,
- Une découverte archéologique exceptionnelle : les statues d'Orchies, conférence de juin dans le cadre des Journées nationales de l'Archéologie (40 personnes), ainsi qu'en novembre, dans le cadre des Journées régionales de l'Archéologie, organisées par la DRAC des Hauts de France, le Service Régional de l'Archéologie (SRA) et l'université de Lille 3 (50 personnes)
- Les Albâtres des Nottingham. Un exemple de production sérielle au Moyen Âge en décembre à Abbeville
- Le Projet Wikimuseum et le Musées des Beaux-Arts en France en juillet au siège de Wikimedia France à Paris
- Sites web et valorisation des collections, table ronde dans le cadre de la journée d'études Innovation et numérique dans les musées des Beaux-Arts en France et dans le Monde

Les conservateurs sont aussi amenés à coordonner l'édition d'actes de journées d'études, ainsi pour les Rencontres internationales du Salon du Dessin De David à Delacroix, tout comme à participer à des publications .

Les conservateurs du PBA donnent également des cours dans le Master Patrimoine et musées, le Master Gestion du Patrimoine ou la L3 Humanités et Sciences de l'Information à Lille 3, le Master Expographie Muséographie à l'Université d'Artois ou encore en classes préparatoires littéraires au lycée Faidherbe à Lille.

Les recherches et sujets d'étude en cours au PBA sont :

- Les collections de peintures des écoles du Nord du XVII^{ème} siècle du Palais des Beaux-Arts, en particulier les peintres hollandais italianisants
- Des recherches documentaires en lien avec le récolement des collections d'objets archéologiques (objets en métal) et les collections de Préhistoire (investigations concernant les contextes de découvertes, les collections antérieures, les modes d'acquisition, les objets associés notamment)
- Jean-Charles Cazin avec François Blanchetière, conservateur au musée de Tours, et Richard Tomson de l'université d'Edimbourg en prévision d'une exposition
- Les collections du Palais des Beaux-Arts : collection Vernier, les monnaies d'argent, billon et cuivre
- Les médailles et thématiques (Héraldique, architecture, empereurs et consuls, l'épopée napoléonienne, la médecine du XVII^e au XX^e s. etc.)
- La statuaire de la fin du Moyen Âge et de la Renaissance, objets d'art, histoire des collections dans les collections du PBA
- L'Art Nouveau en Russie et l'Exposition universelle de 1900
- Les rites funéraires égyptiens au Moyen Empire et à l'époque romaine
- La culturelle matérielle des plans-reliefs et des maquettes sous l'Ancien Régime
- Image politique, image de propagande : réflexion sur la portée des objets de stratégie
- La notion d'altérité et les phénomènes d'acculturation dans la première moitié du XVIII^e siècle français (peinture, dessin, gravure)
- Sociologie culturelle / sociologie du numérique
- La photographie au musée ; le partage des données culturelles ; la liberté de panorama

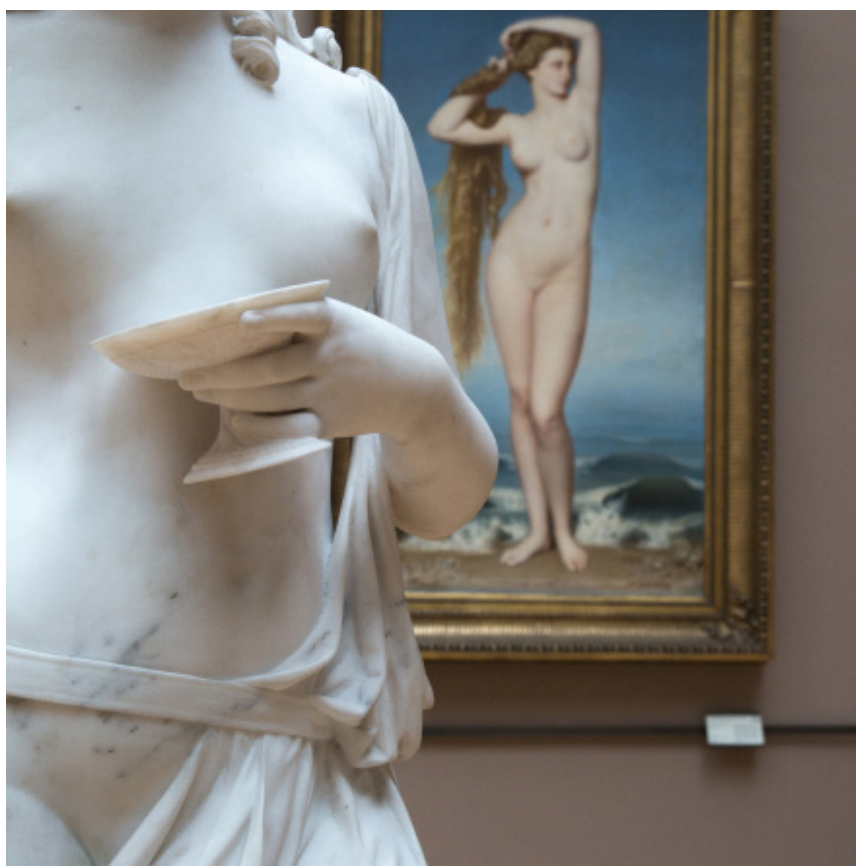
08. LES CAMPAGNES PHOTOGRAPHIQUES

En 2016, deux campagnes photographiques RMN ont eu lieu dans les domaines des Céramiques (2 photos), des Arts graphiques (35 photos), des Photographies (4 photos), des Peintures (33 peintures), des Sculptures (25 peintures), des Objets d'art (45 photos). Cela représente au total 144 prises de vue en haute définition.

Par ailleurs, au sein même du musée, la présence d'un photographe permanent permet d'accroître régulièrement le fonds, source de renseignements importante. Dans ce cadre, plus de 150 photos des œuvres, tous domaines confondus (dessins, peintures, objets d'art) ont été prises en 2016 ; mais c'est également la vie du musée en général et les événements exceptionnels ou usuels (chantier de l'atrium, série de vues des salles pour l'application mobile, conférences de presse, vernissages, expositions, ateliers etc.) qui ont été photographiés afin d'en garder une trace visuelle et pour les besoins en terme de communication du musée.

Toutes les photos du photographe du PBA sont ensuite travaillées, produites, post-produites, indexées puis insérées dans un serveur dédié.

En outre, le PBA dispose d'une iconothèque. De support numérique exclusivement, il s'agit tout à la fois des reproductions des œuvres du musée, des visuels des bâtiments et des salles, des photoreportages réalisés dans le cadre des activités culturelles et événementielles et, enfin, de tout document d'archive dont la numérisation a été effectuée. L'iconothèque constitue donc la ressource visuelle principale des publications de l'institution et poursuit l'objectif d'avoir le maximum de visuels numériques pour les œuvres du PBA.



09. LES ÉDITIONS ET LES PUBLICATIONS

En co-production avec la RMN-Grand Palais pour l'exposition Joie de Vivre, le PBA a participé à l'élaboration du catalogue Joie de Vivre, sous la direction des quatre co-commissaires, Bruno Girveau, Lætitia Barragué-Zouita, Régis Cotentin et Florence Raymond, publié aux éditions RMN-Grand Palais en 2015 et présent dans les points de vente jusqu'en 2016.. Au sujet de cette exposition, un hors-série Beaux-Arts a aussi paru.

A l'occasion de l'Open Museum Zep, le PBA de Lille, sous la direction de Régis Cotentin, a publié Zep Open Museum, ouvrage entre le catalogue et la BD, produit avec les éditions Invenit.

Par ailleurs, l'élaboration du catalogue sur les collections du PBA du XXème siècle a couru sur toute l'année 2016.

01 B. LA BIBLIOTHÈQUE ET LE CENTRE DE DOCUMENTATION

Il convient de préciser que la bibliothèque et le centre de documentation sont en cours de restructuration et de recrutement. Leur fonctionnement depuis 2012 est donc quelque peu perturbé et ralenti par rapport aux années précédentes. Ce sont deux entités distinctes regroupées sous la responsabilité d'une seule personne.

Le personnel de la bibliothèque est constitué de la responsable (agent de catégorie A+) assistée par un agent de catégorie C ; la responsable est aussi assistée par un agent de catégorie C pour le centre de documentation. Le recrutement d'un adjoint de catégorie B est attendu pour permettre un fonctionnement normal de leur activité.

01. LA BIBLIOTHÈQUE

La bibliothèque se situe au sous-sol du musée.

En 2016, la bibliothèque comptait à peu près 30 000 ouvrages. Elle est abonnée à 22 revues spécialisées en art, architecture et archéologie, en français et en anglais. Malgré la fermeture, la politique d'acquisition a été maintenue et a permis l'entrée de 500 ouvrages : 100 ont été achetés, les autres étant des catalogues justificatifs de nos prêts aux expositions. Le fonctionnement de la bibliothèque n'étant plus assuré de la même façon, les échanges et les dons ne se sont pas poursuivis assidûment. En revanche, le PBA reçoit à chaque fois trois catalogues justificatifs d'exposition emprunteuse d'une œuvre du musée.

La bibliothèque n'est plus ouverte au public depuis 2016 pour des raisons de réorganisation et de manque de personnel. Elle continue à être fréquentée par le personnel du musée et sur demande de chercheurs extérieurs.

02. LA DOCUMENTATION

La documentation se situe au deuxième étage du bâtiment administratif. Y sont conservés les dossiers d'œuvres, les inventaires et les documents liés aux collections (PV des commissions, histoire du musée...).

Peu de visiteurs extérieurs, uniquement sur rendez-vous, se sont rendus à la documentation en 2016, car elle est, tout comme la bibliothèque, en pleine restructuration. Elle accueille néanmoins, sans rendez-vous, le personnel, de conservation essentiellement et les guides conférenciers.

Le logiciel utilisé pour le référencement est Portfolio. Les dossiers des œuvres sont régulièrement alimentés par les conservateurs. Toutefois, l'activité de catalogue s'est drastiquement réduite.

CABINET DES DESSINS

Le Cabinet des dessins possède sa propre documentation.

Les dossiers sont nourris principalement par les extraits de catalogues des expositions auxquelles des dessins ont été prêtés.

En 2016, cela a concerné 15 dessins et sérigraphies ainsi qu'un dessin en dépôt.

Le dépouillement d'articles ou d'ouvrages citant un dessin conservé au PBA de Lille est effectué lorsque nous sommes au courant de leur existence, ce qui n'est pas systématique. Nous pouvons en avoir connaissance entre autres par la RMN, qui doit nous envoyer une liste des parutions lorsqu'une image de notre fonds leur est commandée, mais cet envoi n'est pas régulier.

En 2016, nous n'avons pas procédé à ce type de dépouillement par manque de temps mais également parce que nous ne disposons pas obligatoirement de la revue ou de l'ouvrage.

Nous demandons aussi aux auteurs qui nous ont contactés de bien vouloir nous faire parvenir leur article, mais peu nous arrivent.

03. LE CENTRE DE RESSOURCES

Les problèmes structurels des deux services susmentionnés ont amené à une réflexion, tout au long de l'année écoulée. Celle-ci a pour but d'améliorer leur fonctionnement en les fusionnant en un centre de ressources unique, situé géographiquement dans l'espace de la bibliothèque. Aussi un grand déménagement de toute la documentation est prévu pour 2018. Les espaces ainsi optimisés permettront une meilleure gestion des ouvrages d'histoire de l'art et une organisation plus pertinente et efficace des recherches du public externe et interne. Le centre de ressources serait en effet dès lors ouvert sur rendez-vous à tous. Le recrutement d'un agent de catégorie B est en cours.



01 C. LA PROGRAMMATION

01. L' EXPOSITION EN SALLE D'EXPOSITION TEMPORAIRE : JOIE DE VIVRE

26 septembre 2015 – 17 janvier 2016 – salle d'exposition temporaire

Dans la lignée des grandes expositions que furent Rubens en 2004, les Fables du Paysage Flamand et Babel en 2012, ou Sésostris III en 2014, le PBA a fait le choix d'une exposition ambitieuse autour de la joie de vivre, pour s'inscrire, en automne-hiver 2015-2016, dans la saison Renaissance de Lille3000, et cultiver le positionnement international du musée comme de la ville de Lille. Cette exposition a été organisée en co-production avec la RMN.

L'art a depuis toujours joué un rôle important dans la représentation du bonheur, l'hédonisme, la gaieté, la sensualité traversant l'histoire des arts et de la pensée. Au cœur des Flandres et de la région Nord, terre de fête et d'hospitalité, « Joie de Vivre » fut la première grande exposition thématique sur ce sujet et couvrant une vaste période allant de l'Antiquité à l'art contemporain. La joie se traduit chez de nombreux artistes par le dynamisme, la couleur et une intense jubilation. C'est le cas chez Brueghel, Hals, Chardin, Boucher, Fragonard, Carpeaux, Renoir, Picasso, Dufy, Rodin, Niki de Saint-Phalle, Delvoye et Murakami, qui ont tous fait partie de la sélection, grâce aux prêts des plus grandes institutions françaises, européennes, et américaines. Rassemblant 96 œuvres traversant l'histoire de l'art en Occident, l'exposition a accordé une place à tous les modes d'expression artistique, y compris le cinéma à travers un montage de 17 extraits de « feel good movies » projetés sur écran géant, en prélude à la visite. Les questions essentielles que sont notamment le sens de la vie ou les raisons du bonheur ont été discutées par André Comte-Sponville qui a collaboré avec les commissaires de l'exposition.

La scénographie de l'exposition a été réalisée par le studio Constance Guisset.

Cette exposition n'a été rendu possible que grâce au grand mécène : la Caisse d'Epargne Nord France Europe, ainsi que les autres mécènes de l'exposition, à savoir le Groupe ENGIE, Grand Thornton, M comme Mutuelle et le club des mécènes de la RMN-GP.

Des partenariats économiques ont également été noués avec : l'Office de Tourisme et des Congrès de Lille, de Nord Tourisme, Travel Bird, Intermèdes, des hôtels (Novotel Gares, Novotel Grand Place, Suite Novotel, Mercure Opéra, Hermitage Gantois, Bellevue, Crowne Plaza, Alliance Couvent des Minimes, Casino Barrière, Clarence, Kanai), les compagnies ferroviaires du TER, de la SNCB, de Thalys et d'Eurostar.

Le budget total réalisé pour cette exposition était de 1 618 627€, dont 370 000€ de mécénat.

Joie de Vivre a attiré 118 160 visiteurs durant les 16 semaines d'exploitation. Cela représente une fréquentation moyenne hebdomadaire de 6 950 visiteurs. C'est une belle fréquentation malgré une baisse sensible du nombre de visites dans les 3 semaines qui ont suivi les attentats du 13 novembre 2015.

On note un net recul de la fréquentation internationale sur la période de l'exposition. Seuls 8,6% des visiteurs sont issus d'un autre pays que la France (contre une moyenne habituelle de 18%). Les groupes internationaux représentent 15,66% des groupes adultes. Parmi ces touristes étrangers, la plupart viennent de Belgique. 63% des billets ont été vendus à des Lillois, 15% à des habitants de la MEL et 2% du Nord-Pas-de-Calais, soit un total de 80% d'habitants de la région.

Un catalogue a été publié. Un livret- jeu pour enfants (7/12 ans) et un guide de visite étaient disponibles.



02. LES EXPOSITIONS RÉPARTIES DANS LES COLLECTIONS PERMANENTES : OPEN MUSEUM ZEP ET SCAN PYRAMIDS

OPEN MUSEUM ZEP

18 mars – 31 octobre 2016 – collections permanentes

Les collections du Palais des Beaux-Arts de Lille figurent parmi les plus riches de France et même d'Europe. Le concept de l'Open Museum permet de les découvrir ou de les redécouvrir à travers une nouvelle expérience de visite : des personnalités artistiques inattendues et célèbres sont conviées chaque printemps à établir un dialogue avec les œuvres et les espaces du musée. Les invités font preuve d'une réelle inclination pour l'art, ancien et moderne. À cet égard, après les succès des deux premiers Open Museum (avec le groupe AIR en 2014 et le personnage de Donald en 2015), le Palais des Beaux-Arts de Lille a accueilli l'auteur de bande dessinée le plus populaire de France : Zep. Armé d'un simple crayon, il a proposé une relecture actuelle et impertinente de l'histoire de l'art et du musée, en ponctuant le circuit du visiteur de dessins inédits, de 17 projections et de surprises qui ont donné vie aux sculptures et aux tableaux... y compris les natures mortes.

Il a été rendu possible grâce au mécénat du Crédit du Nord et M comme Mutuelle, et a bénéficié d'un partenariat avec Le Monde.

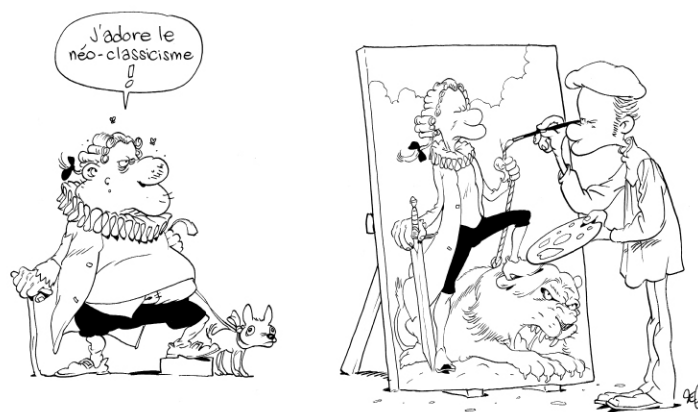
Le budget total réalisé pour cet Open Museum était de 211 807€.

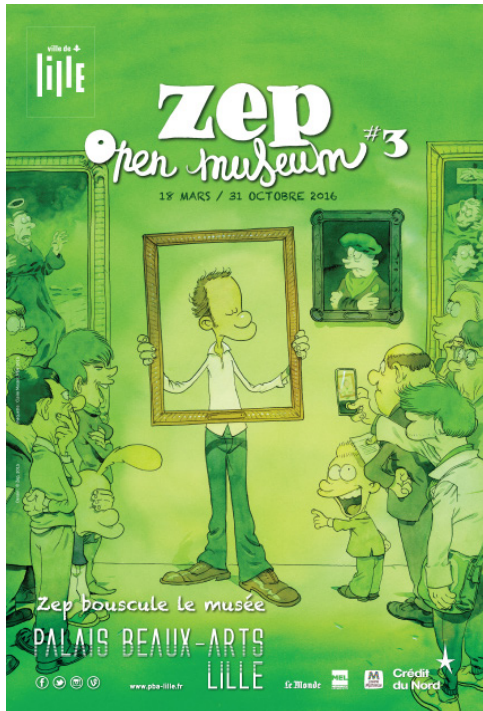
L'Open Museum a accueilli 157 461 visiteurs dans les sept mois et demi de sa présentation au public, ce qui représente une fréquentation moyenne par jour de 811 entrées et une fréquentation moyenne par semaine de 4 789 visiteurs (en prenant en compte le weekend Happy Zep, de la braderie de la BD et les Journées du Patrimoine).

L'objectif d'attirer au musée des personnes n'y ayant jamais mis les pieds et un public jeune a été atteint puisque les primovisiteurs ont représentés plus de 54% des visiteurs et plus de 29 000 élèves ont découvert les installations de Zep. Précisons que la gratuité avait été mise en place pour la durée de l'Open Museum pour les moins de 18 ans.

Concernant le public « médiation », un projet mené en collaboration avec le département politique de la Ville aura permis à 300 enfants issus de quartiers défavorisés de la Ville de Lille de découvrir Zep au travers de visites guidées et d'ateliers. Une restitution des travaux réalisés dans ce cadre a été présentée à la fin de l'Open Museum.

Un catalogue a été publié. Un livret- jeu pour enfants (7/12 ans) et un guide de visite étaient disponibles.



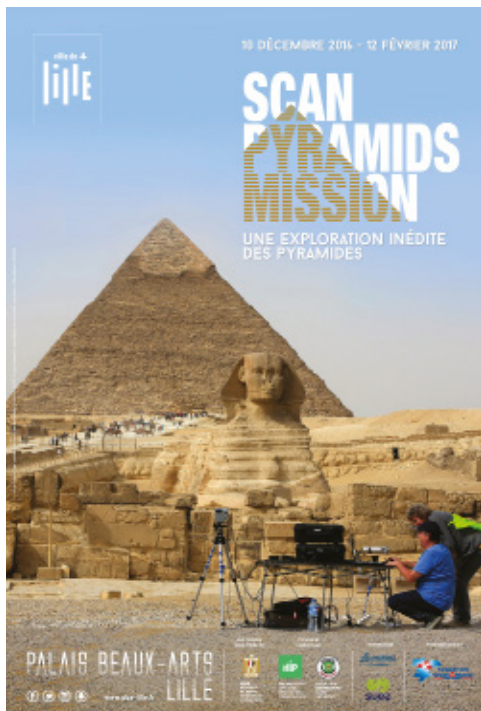


SCAN PYRAMIDS

10 décembre 2016 - 12 février 2017 - sous-sol

L'exposition était une présentation de la mission internationale ScanPyramids, à la fois scientifique et artistique, menée depuis novembre 2015 et toujours en cours, conçue et pilotée par la Faculté des ingénieurs de l'Université du Caire et l'Institut français HIP (Heritage Innovation Preservation) sous l'autorité du Ministère des Antiquités Égyptiennes. Cette mission a pour ambition d'essayer de comprendre la réalisation des pyramides par l'utilisation de technologies de pointe (radiographie par muons, thermographie infrarouge, photogrammétrie,...) et par le regard d'artistes : le dessinateur François Schuiten, le peintre Alexandre Obolensky et le musicien/compositeur Nicolas Godin.

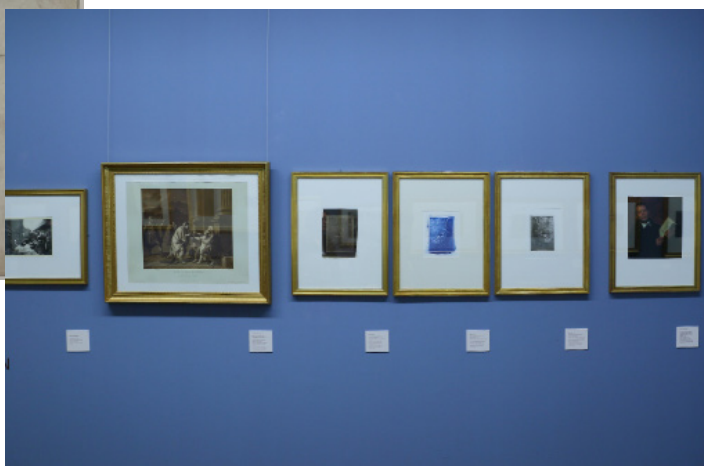
95 documents scientifiques et œuvres d'art issues des collections du PBA de Lille et d'une dizaine de prêts (Musées royaux de Belgique, Musée des Beaux-Arts de Caen, Scriptorial d'Avranches, Musée d'Histoire Naturelle de Lille) ont permis de plonger au cœur des pyramides d'Égypte en s'immergeant dans leur histoire et le nouveau regard que nous portons aujourd'hui sur elles.



EXPOSITIONS EN PETITE GALERIE

L'espace de la Petite galerie a été ouvert en décembre 2015.

Destiné à présenter les arts graphiques et photographiques des collections qui ne peuvent être exposés de façon permanente à cause de leur fragilité, une programmation régulière a été mise en place qui tient compte de l'actualité du musée. Ainsi, au printemps le choix des œuvres peut être en adéquation avec les thèmes de l'Open Museum quand l'invité le souhaite. A l'automne, la programmation peut s'adapter à la grande exposition bisannuelle ou être l'occasion d'exposer des œuvres graphiques ou photographiques de notre fonds pendant l'Open Museum « ZEP ». En 2016, il a été fait le choix de présenter des dessins et des photographies sur le thème des « Académies », pour expliquer la formation des artistes de manière pédagogique comme le souhaitait le dessinateur de Titeuf. Cet accrochage a été suivi d'une exposition « Du Sel au Pixel » sur les techniques photographiques, avec des œuvres de notre fonds.



03. LES EXPOSITIONS À VENIR

Durant l'année 2016, les équipes de conservation, et plus exactement les commissaires des futures expositions ont travaillé sur plusieurs expositions à venir.

OPEN MUSEUM ALAIN PASSARD

Open Museum prévu du 8 avril au 16 juillet 2017

Comme chaque année depuis quatre ans, un Open Museum a lieu. Après le succès des précédentes éditions, comme Zep susmentionné, le directeur du PBA a décidé de faire appel au grand chef étoilé Alain Passard, faisant ainsi succéder la cuisine à la musique, l'humour et la bande dessinée. Alain Passard est aux commandes du restaurant l'Arpège à Paris depuis 30 ans. Il ne cesse de surprendre par sa vision avant-gardiste de la cuisine. Connue et reconnue pour avoir placé le jardin au cœur de son assiette, il est une véritable référence de la cuisine contemporaine.

Pour cet Open Museum, Alain Passard invitera les visiteurs à s'immerger dans son univers, à travers plusieurs thèmes qui lui sont chers : les jardins et les saisons, la gourmandise, la tension en cuisine... En dialogue avec les œuvres du musée, quelques 44 œuvres, tableaux et installations d'artistes modernes et contemporains, comme Bernard Buffet, Chaim Soutine ou encore Claude Lévêque mais aussi des œuvres du chef lui-même, seront installées dans le musée.

MILLET ET MILLET USA

Expositions prévues du 13 octobre 2017 au 22 janvier 2018, coproduites avec la RMN-GP.

La première exposition invite à porter un regard neuf sur l'œuvre du peintre où priment les sentiments d'intimité et de méditation de l'homme face à la puissance et au mystère de la nature. Cette rétrospective, intitulée Millet s'accompagne d'une exposition dédiée à l'influence du peintre dans l'Amérique du XX^{ème} siècle intitulée Millet USA.

Millet

Le nom de Jean-François Millet résonne à travers le monde, associé à celui de L'Angélu, sans doute le tableau le plus célèbre de l'art occidental, avec La Joconde. Pourtant, paradoxalement, Millet est un peintre mal connu aujourd'hui. En dehors du musée d'Orsay et du musée de Cherbourg, l'essentiel de son œuvre se trouve conservé aux Etats-Unis et au Japon. Aucune grande rétrospective ne lui a été consacrée en Occident, depuis l'exposition de 1975 organisée au Grand Palais à Paris, puis à la Hayward Gallery à Londres, par Robert L. Herbert.

Environ 103 œuvres seront exposées, représentant 52 peintures, 34 dessins, 8 livres et 6 photographies. La scénographie sera réalisée par Bruno Girveau, en concertation avec les co-commissaires.

Millet USA

Après avoir passionné les avant-gardes européennes, dont Gauguin et Van Gogh, l'incroyable postérité de Millet se mesure aussi de façon plus inattendue aux Etats-Unis, où le peintre fut très populaire dès le XIX^{ème} siècle et l'est encore aujourd'hui. Les peintres, comme Edward Hopper, et photographes « réalistes » comme Lewis Hine, Dorothea Lange, Walker Evans, Arthur Rothstein, les cinéastes, comme D.W. Griffith, John Ford, Terrence Malick, Michael Cimino, Gus Van Sant, mais aussi les écrivains et les poètes reconnaissent en Millet un maître et une source d'inspiration. Les œuvres du peintre français servent de modèles à une expression engagée sur le monde du travail dans les fermes et dans les usines des Etats-Unis d'Amérique. Hissées au rang d'archétypes, les figures de Millet incarnent la dignité et la foi des pionniers américains.

Environ 120 œuvres seront exposées, représentant 70 photographies, une trentaine de dessins et peintures, 2 installations et des extraits d'une dizaine de films. La scénographie sera réalisée par Régis Cotentin et Bruno Girveau.

04. LES MANIFESTATIONS CULTURELLES

LES ÉVÉNEMENTS EXCEPTIONNELS

L'année 2016 s'est ouverte sur le Bal de clôture de l'exposition Joie de Vivre, le samedi 16 janvier, qui a attiré 1 200 personnes. La visite de l'exposition était suivie d'initiations et de démonstrations de rock, tango et salsa, proposées par des associations locales (Club rock de l'Isen, le Huit renversé, Sabor Latino).

Des partenariats avec des institutions lilloises (Opéra, ONL, Théâtre du Nord etc.) nourrissent notre programmation. En novembre 2016, l'Orchestre National de Lille (ONL) a été invité une fois au musée pour un parcours musical et romantique à travers les collections du musée, dans le cadre du cycle Schumann. Le Théâtre du Nord, autour de nos visites « Un midi, un regard » a proposé l'intervention de Jean-Pierre Vincent, metteur en scène, et de Tiphaine Raffier, auteure, metteuse en scène et comédienne en 2016. Dans le même cadre, l'auteur, metteur en scène et directeur du Prato, Gilles Defacque s'est improvisé l'espace d'une heure, guide au travers du musée.

LES RENDEZ-VOUS ANNUELS

LA NUIT DES MUSÉES

Comme cela avait déjà été le cas en 2015, l'événement de la Nuit des Musées a été étendu au week-end complet, avec deux jours et une nuit d'ouverture gratuite (samedi 21 et dimanche 22 mai). Pour ce week-end « Happy Zep », le musée était ouvert de 10 h à minuit le samedi et de 10 h à 18 h le dimanche. La programmation faisant la part belle aux familles avec des mini-ateliers pour les 6-12 ans, une activité créative pour les ados (13-17 ans), des visites guidées de l'Open Museum Zep en continu, des défis-photos, et aussi, le soir, un ciné concert live avec le groupe de beatbox Hexpress sur les tous premiers films de Walt Disney.

Le musée a accueilli un total de 8 072 visiteurs sur le week-end.

LES JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE

Musique, visites guidées, parcours jeu et découvertes étaient au programme des Journées du Patrimoine 2016 qui se sont déroulées les samedi 17 et dimanche 18 septembre.

Le samedi le musée accueillait pour la 3ème année consécutive les élèves de l'Ecole Supérieure Musique et Danse Nord de France – Lille pour des intermèdes musicaux dans les salles (de 12 h à 17 h, en accès libre).

Tout au long du week-end des visites guidées au choix sur l'Open Museum Zep, les « Belles du Nord » et les trésors du Moyen-Âge ainsi que sur les chefs-d'œuvre de la collection étaient proposées au départ de l'accueil. Autour des « Belles du Nord » qui faisaient l'actualité de ce mois de septembre puisqu'elles venaient d'intégrer les salles suite à leur restauration, un parcours-jeu mêlant devinettes et jeux d'observation dans le département Moyen-Âge / Renaissance était distribué aux familles. Dans les salles de peinture était installé un atelier de copiste, et dans l'atrium étaient proposées des démonstrations d'impression 3D avec la société Tri D, spécialisée dans la création et l'innovation numérique et mécène de la restauration des « Belles du Nord ».

Le musée a accueilli un total de 5 377 visiteurs sur le week-end.

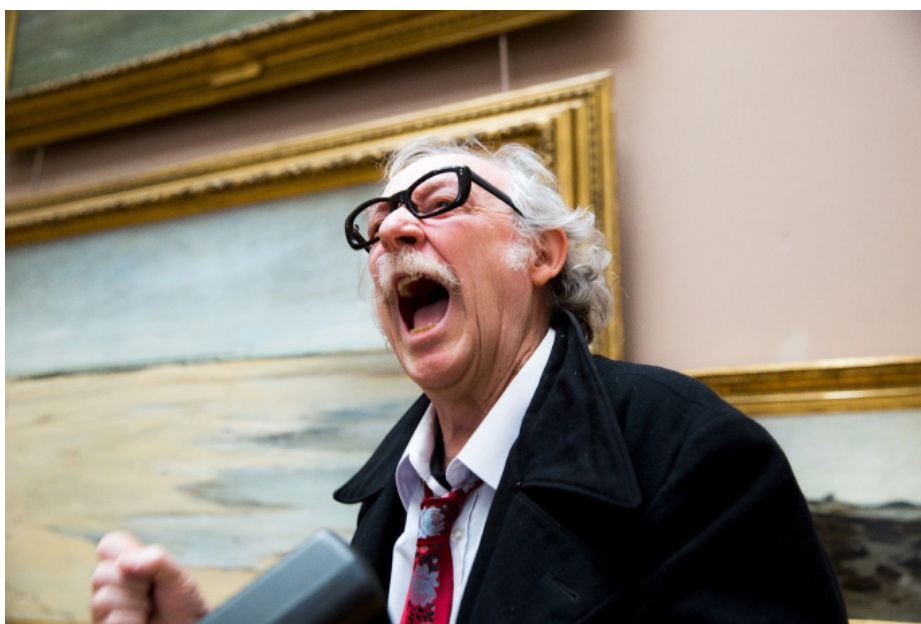
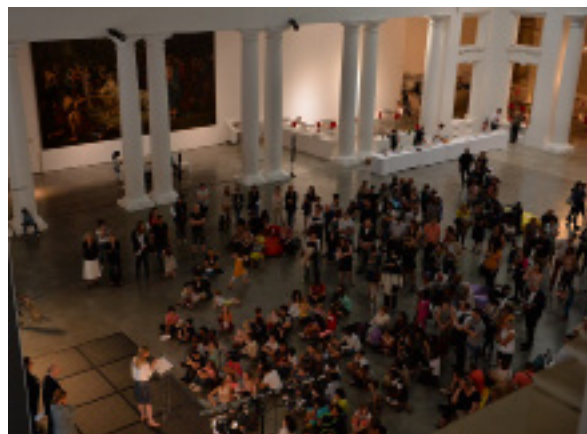
LES RENDEZ-VOUS RÉGULIERS

UN MIDI, UN REGARD

Les visites « Un midi, un regard » ont lieu chaque mois, pendant lesquelles une personnalité inattendue, venant de milieu divers comme le spectacle vivant avec Le Prato ou Le Théâtre du Nord, ou bien des historiens, livre son regard personnel sur les œuvres de la collection.

CONFÉRENCES

Les conférences se déroulent soit dans une configuration classique à l'auditorium du musée, soit dans l'atrium, sous forme de rencontre publique, comme ce fut le cas pour l'auteur et philosophe Frédéric Lenoir (le 6 janvier, 725 personnes) ou Zep (le 18 mars, 250 personnes). Les Amis des Musées de Lille continuent d'organiser leurs cycles d'Invitations à l'art, qui se déroulent en moyenne une fois par mois le dimanche matin et qui accueillent en moyenne 70 à 80 personnes.



LES PROGRAMMATIONS ACCUEILLIES

LA BRADERIE DE LA BD

Le 1er weekend de septembre a vu la première édition de la Braderie de la BD, qui s'inscrit dans la dynamique d'animation de la Ville et de son patrimoine, souhaitée suite à la suspension de la traditionnelle Braderie de Lille. Cet événement inattendu mais en parfaite cohérence avec la thématique BD, aura créé une véritable émulation et attiré 10 528 visiteurs. L'atrium du musée a ainsi accueilli pendant deux jours de fête des auteurs de BD locaux et nationaux, bouquinistes et libraires pour cette braderie inédite. 18 exposants et plus d'une vingtaine d'artistes dont François Boucq, Frank Margerin, Philippe Vuillemin, Michel Quint, Jean-Louis Thouard, Florent Grouazel et bien d'autres ont été présents pour des performances, animations et signatures de leurs ouvrages. Les auteures Catel et Claire Bouilhac ont participé quant à elles à une rencontre animée par Rachèle Bevilacqua, des éditions du Portrait, autour des figures féministes qui traversent leurs œuvres. Et tout au long du week-end, les collections du musée ont été exceptionnellement ouvertes gratuitement au public afin de (re)découvrir l'Open Museum#3 Zep et son regard impertinent et décalé sur l'histoire de l'art.

LES ASSOCIATIONS ET FESTIVALS

Plusieurs associations ou événements sont invités à se tenir dans les murs du PBA, que ce soit dans l'auditorium pour des conférences, sur le parvis, ou encore dans l'atrium ou les galeries d'exposition.

La Fête de l'Anim', cet événement international qui se consacre à la production animée sous toutes ses formes, avec un contenu transdisciplinaire établissant des passerelles entre les univers du film (courts et longs métrages, clips, pubs, motion design) et des arts numériques, est venue en février et mars occuper l'auditorium du PBA pour des projections et conférences.

En septembre, les Rencontres Audiovisuelles ont organisé sur le parvis du PBA, le Festival International du Court-Métrage, attirant 500 à 600 personnes, avec compétition de courts-métrages, projections en plein air, séances jeune public, Nuit de l'Animation où s'enchaînent 9 heures de projection, marathon du court-métrage qui impose de réaliser en 48 heures un film de 4 minutes, etc.

Heure exquise ! centre international pour les arts vidéo, spécialisé dans la promotion, la programmation et la préservation d'œuvres d'art vidéo et de vidéos de création, a fait du PBA un de ses lieux d'intervention favoris. Cellofan' est une association qui défend le cinéma d'animation, avec l'aide de ses intervenants-animateurs professionnels, réalisateurs, scénaristes, storyboarders, scénaristes et graphistes. Ils interviennent très régulièrement au PBA.

L'association d'égyptologie lilloise Papyrus se réunit presque mensuellement au PBA.

Rendez-vous annuel et incontournable au PBA, Citéphilo est une manifestation consacrée à la philosophie organisée par l'association PhiloLille. Elle se déroule pendant trois semaines au mois de novembre, et est organisée autour d'un thème et d'un pays invité. Elle comprend une centaine d'événements, conférences, débats, lectures, expositions dont une bonne partie a lieu dans l'auditorium du PBA.

Chambre à Part est une association de musiciens professionnels et de mélomanes de la région lilloise qui œuvre au rayonnement de la musique de chambre, au partage et à la convivialité. Elle est venue en mai jouer au PBA.

Chaque année, le Lille Piano Festival prépare un concert spécial joué entre les murs du PBA. En 2016, l'atrium a assisté à un concert intitulé Billie Holiday Passionnément, avec des chansons de Billie Holiday, des créations et des improvisations au piano par Paul Lay et des vidéos d'Olivier Garouste.



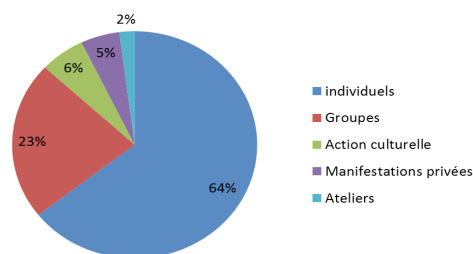
02. L'ACCUEIL DES PUBLICS

02 A. LA CONNAISSANCE DES PUBLICS

01. LA FRÉQUENTATION

251 690 visiteurs au total ont été accueillis au musée, soit une baisse de 19,2% par rapport à 2015. Ils se décomposent suivant :

- Individuels 64% des visiteurs (162 053)
- Groupes 23 % des visiteurs (56 684)
- Action culturelle 6% (14 963)
- Manifestations privées 5% (12 918)
- Ateliers 2% (5 072)



Le jeune public moins de 25 ans en individuel représente 16% des visiteurs (10% en 2014, 13% en 2015).

Les scolaires sont quant à eux 19% (ce qui correspond à 42 191 entrées), soit 2% de plus que 2015, bien qu'en volume cela représente une perte de 20 % de fréquentation par rapport à 2015 (52 796 entrées scolaires en 2015).

02. LE PROFIL DES VISITEURS - VISITEURS CIBLÉS

GRUPE SCOLAIRE

De manière constante depuis cinq ans, les scolaires constituent plus des trois quarts de la part des groupes reçus chaque année (84% des groupes) : leur nombre va croissant proportionnellement à l'augmentation de la fréquentation. Au-delà de l'intérêt suscité par la programmation du musée, cette augmentation s'explique également par la part grandissante de l'enseignement de l'histoire des arts dans les programmes officiels depuis 2008 et pour lequel le musée fait figure d'établissement ressource. La réforme des collèges et les nouveaux programmes de l'Education Nationale (via les Enseignements Pratiques Interdisciplinaires et le Parcours d'Education Artistique et Culturelle) permettront de poursuivre le travail commencé avec le corps enseignant autour de l'enseignement artistique.

Si les groupes sont majoritairement issus d'écoles primaires et collèges, on note depuis 2014 un mouvement net de rajeunissement de ces publics avec les demandes croissantes d'écoles maternelles et crèches.

GRUPE ADULTES

Les groupes adultes sont plus nombreux et se mobilisent plus volontiers en période d'exposition temporaire, mais ils ne représentent que 7% du total des groupes.

PRIMO-VISITEURS

Récemment, le musée a constaté une augmentation significative de la part du jeune public et des primo-visiteurs. S'agissant du jeune public, elle est en constante évolution pour arriver en 2016 à 49% de primo-visiteurs de la fréquentation totale.

Le lien avec la programmation est dans ce cas précis évident. Par ailleurs, à titre expérimental pour l'édition 2016 de l'Open Museum consacré à Zep, la gratuité a été accordée à tous les moins de 18 ans. La part des moins de 25 ans accueillis durant ce troisième opus s'élève à 14%, soit près du double de ce qui avait été observé pour Open Museum #2 Donald (9%) et Open Museum#1 Air (10%). De plus, le renouvellement de l'audience a de nouveau été observé avec 54% de primo-visiteurs accueillis sur cet Open Museum.

GROUPE MÉDIATION ÉCONOMIQUE, SOCIALE ET HANDICAP

Les groupes relevant de la médiation économique, sociale et handicap gardent un volume relativement stable : 9% des groupes. L'expérience acquise depuis plusieurs années nous conforte dans l'idée de privilégier l'adaptation de l'accueil et des contenus à ces publics spécifiques plutôt que la quantité de personnes reçues. Ces groupes adultes et enfants sont généralement issus de centres médicalisés ou de structure d'accompagnement pour personnes en réinsertion ou d'alphabétisation.

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

Le public est majoritairement métropolitain (Lille et MEL) à près de 65%. 11% viennent des Hauts-de-France. Malgré la baisse de touristes étrangers en 2015 qui s'inscrivait dans un contexte plus large de baisse de la fréquentation touristique en France par les étrangers, du fait des attentats, une légère progression est observée en 2016, pour atteindre 16% du public (majoritairement Belgique, Pays-Bas et Royau

03. LE RETOUR D'EXPÉRIENCE ET LA POLITIQUE D'ÉVALUATION DE NOS ACTIONS ET DE NOS PROJETS

Toutes les données sont issues du logiciel de billetterie GTS de la marque IREC.

Au fil des besoins, ont pu être mis en place des indicateurs nécessaires à l'analyse de l'impact de notre programmation sur certains publics cibles. Dans le cadre de cette réflexion, une politique d'évaluation et d'étude s'est amplifiée depuis 2009, avec un souci croissant de mieux connaître les visiteurs et d'évaluer chaque projet avant, pendant et après sa réalisation. En effet, les publics, dans toutes leurs diversités, constituent le cœur du PSC. L'ambition est de renouveler et de valoriser l'expérience de visite de chacun en redéfinissant le musée comme lieu de vie ouvert vers l'extérieur, répondant aux aspirations du visiteur d'aujourd'hui et aux enjeux culturels et sociétaux actuels.

Cette conception renouvelée de la place donnée au visiteur est le fruit d'une écoute attentive des attentes de nos publics (focus groups, études des publics), combinée aux expérimentations déjà menées avec succès dans le cadre de propositions et de programmations innovantes et inattendues : Open Museum, offre numérique nomade, écran géant, murs participatifs, dialogues interdisciplinaires, espaces relax, espace jeu ... Le conseil d'experts et l'observation de nos pairs nous ont permis une meilleure compréhension des aspects purement sociétaux qui accompagnent la mutation des pratiques de nos audiences. Non négligeable, la confrontation du musée à de nouvelles communautés, comme les influenceurs ou les bloggeurs, interroge nécessairement le musée dans ses pratiques, son statut mais aussi sur l'image qu'il renvoie.

En 2016, la DRAC a subventionné l'achat de tablettes et d'une licence Sphinx, qui est un logiciel de sondage, d'enquêtes et d'analyse de données, afin d'avoir de meilleures méthodes d'acquisition et de collecte des avis des visiteurs.

02 B. LA POLITIQUE D'ACCUEIL

01. LES OUTILS DE MÉDITATION ET D'AIDE À LA VISITE

En 2016, des outils spécifiques de médiation et d'aide à la visite ont été développés.

Ainsi pour l'Open Museum Zep, un parcours jeu, un plan, des jeux de plateau, un jeu de 7 familles et des dossiers pédagogiques ont été élaborés afin de mieux permettre l'appréhension du parcours, tout en gardant son côté ludique.

Pour la mise en place des œuvres majeures que sont les « Belles du Nord », ce sont 8 fiches Moyen Age et un dossier pédagogique qui ont été réalisés pour l'appropriation de ces chefs-d'œuvre

Quant à l'exposition Scan Pyramids, elle a bénéficié d'un livret d'aide à la visite.

02. L'ACCESSIBILITÉ POUR LES PUBLICS EN SITUATION DE HANDICAP

En décembre a été mené un audit en lien avec le comité départemental Nord Tourisme, ainsi qu'avec l'association des Paralysés de France et une personne déléguée du service des publics du PBA, afin d'établir un pré-diagnostic dans le but d'obtenir le label Tourisme et Handicap, mais surtout dans la perspective d'améliorer les dispositifs existants et d'appréhender le futur en imaginant de nouveaux plus adaptés.



03. LES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT ET DE FIDÉLISATION (DIVERSIFICATION DES PUBLICS, DÉMOCRATISATION CULTURELLE...)

DÉVELOPPEMENT

Plusieurs propositions fortes, s'adressant à tous, visiteurs experts ou non, incarnent la volonté d'ouverture et d'élargissement des publics du PBA.

Outre la gratuité pour les moins de 18 ans lors de l'Open Museum, une réflexion participative a eu lieu autour du premier projet phare : le nouvel Atrium en accès libre et gratuit. Cet espace, perçu comme le cœur du musée par les visiteurs, deviendra un véritable forum, doté de services redéployés (boutique, café) et d'espaces de confort. Lieu de consultation, il offrira au visiteur une expérience inédite et interactive d'exploration numérique des collections.

Des focus groupes - ou comités d'usagers - sur l'atrium ont d'ailleurs été menés par Guergana Guintcheva, professeur de marketing à l'EDHEC Business School pour sonder les publics sur leurs attentes précises au sujet de cet atrium et pour connaître la meilleure définition à donner à celui-ci. Cela se traduit par la rencontre avec des segments de publics par petits groupes de 5 à 6 personnes.

FIDÉLISATION

La pratique muséale ne se résume plus uniquement aujourd'hui à la contemplation de l'œuvre. Cette nouvelle dynamique promue doit favoriser l'expérience humaine : une famille qui passe un moment ensemble, un couple qui partage un moment d'affection, des jeunes qui découvrent et qui communiquent une nouvelle expérience avec d'autres amis sur les réseaux sociaux etc. le musée ne doit pas être seulement perçu comme esthétique, mais surtout comme un espace d'échange social par ces nouveaux visiteurs.

Dès lors, l'existence sous la forme actuelle du pass PBA, qui offre un accès illimité aux collections permanentes du musée, un tarif réduit sur les expositions temporaires, les activités culturelles, ainsi qu'un accès aux musées d'Histoire Naturelle et de l'Hospice Comtesse, semble obsolète.

C'est pourquoi, à plusieurs reprises, une réflexion en comité interne s'est tenue autour du projet communauté «Pass PBA +» pour réfléchir à de nouveaux modes de fidélisation. Très vite, il est apparu que créer quelque chose de nouveau serait difficile ; il a semblé en effet plus pertinent de partir du pass PBA existant, l'améliorer pour l'adapter aux exigences actuelles du public, et le renommer. Par conséquent, la constitution d'une communauté «Pass PBA +» sera la manifestation tangible du sentiment d'appartenance et d'adhésion à l'esprit du lieu, la concrétisation de l'appropriation que le musée souhaite développer. Le panel de propositions contenu dans cette offre enrichira et facilitera la relation étroite avec le lieu, selon les envies de chacun.

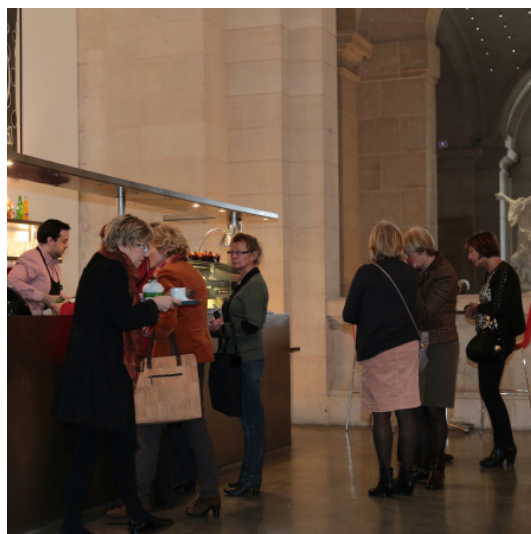
Un benchmark a également été lancé sur la recherche de politiques de fidélisation dynamiques (musées ou autres).

Le dispositif de la C'Art, instauré par la MEL et regroupant 9 musées et lieux d'exposition de la métropole (le Palais des Beaux-arts, La Piscine, le LaM, le MuBa, le Fresnoy, le Musée de l'Hospice Comtesse, le Musée d'Histoire Naturelle, la Manufacture de Roubaix et Lille3000 au Tripostal) participe à la politique de fidélisation en permettant un accès libre et illimité du public tant aux collections permanentes qu'aux expositions (validité d'un an, de date à date). Durant cette année 2016, une réflexion a été menée et la C'Art s'est ouverte à 3 nouveaux sites début 2017: l'IMA-Tourcoing, la Condition Publique à Roubaix et le Musée de la bataille de Fromelles.

Dans le cadre de la C'Art et du partenariat avec des institutions culturelles de la MEL, 1 004 C'Art ont été édités au PBA en 2016.

04. LES SERVICES EN CONCESSION

Deux services sont en concession au PBA dans l'atrium. Ils contribuent à faire vivre l'atrium en nouant une relation de proximité avec le public : une boutique/librairie et un espace restauration. Ces deux établissements ont fermé en novembre 2016 lors des travaux de l'atrium mais seront ré-ouverts au printemps 2017. Ils seront repensés et recentrés sur l'échange avec le public ; cela se traduira par une architecture légère et transparente, un service amélioré et étoffé d'une proposition de qualité.



02 C. LES MISSIONS PÉDAGOGIQUES ET ÉDUCATIVES

L'offre des visites guidées s'adapte régulièrement aux attentes du public. Leur format et leur contenu évoluent, de manière à étendre leur audience et favoriser le renouvellement des publics. La formule « Presto » (visite courte de 30 mn) a été reconduite, forte de son succès. Les visites « Leçons d'art » ont été également maintenues.

01. L'OFFRE CULTURELLE À DESTINATION DES SCOLAIRES

FIDÉLISATION

Depuis plusieurs années, le musée mène un travail étroit avec l'Education Nationale en direction des publics scolaires des 1er et 2nd degrés. A cet égard, le PBA est épaulé dans ses missions par trois enseignants détachés, deux enseignants du second degré (collèges et lycées) et une enseignante du premier degré (maternelles et élémentaires).

Les projets élaborés le sont en intime concertation avec l'Inspection académique et le Rectorat afin de s'adapter aux programmes de l'Education Nationale et de répondre au mieux aux demandes des enseignants souhaitant venir au musée. Ces derniers ont plusieurs outils mis à leur disposition pour préparer leur visite : un accueil personnalisé par un des enseignants détachés ou par la chargée de l'action éducative et du développement des publics scolaires ; des fiches pédagogiques synthétiques sur les œuvres du musée avec des idées de parcours de visite et des pistes pédagogiques en histoire des arts ainsi que des dossiers pédagogiques sur les expositions temporaires ; des formations sur les collections permanentes ou les expositions temporaires.

PARTENARIATS

MUSÉE (EM)PORTABLE

Trois classes de lycées lillois (Pasteur, Saint-Paul et Montebello) ont participé au concours musées (em)portables en filmant seul ou en groupe le musée, son architecture et ses collections. Le résultat s'incarnait dans des scénarios de 3 minutes inédits, poétiques, esthétiques voire complémentément décalés mais toujours très inventifs.

LA CLASSE L'OEUVRE

Trois classes du collège Boris Vian de Lille participent au dispositif "La classe-l'œuvre" initié par les Ministères en charge de la culture et de l'éducation. Ce projet leur permet de construire des actions et une médiation autour des collections et de l'Open Museum présentées lors de la Nuit des Musées.

À CORPS ET À CRIS - 1ÈRE ÉDITION

Le musée apparaît comme un partenaire essentiel dans l'expérimentation contre les violences vécues à l'école (harcèlement, violences verbales...), notamment grâce à la richesse de ses collections. Le projet « A corps et à cris » qui a lieu annuellement autour de ces violences à l'école est l'un des fruits des échanges entre les musées et le FRAME , et est commun aux musées de Williamstown, Strasbourg, Montpellier et Lille. Dans ce sens, le PBA a donc réuni et accueilli le FRAME (sa direction et les musées de Montpellier et de Strasbourg) à l'occasion du colloque Violence organisé par la Ville de Lille, avec une intervention de la responsable du projet « A corps et à cris » et du directeur du PBA. Ce projet a bénéficié d'un financement du Ministère de la Culture et de la Communication et d'un mécénat de la Fondation AnBer.

Cette volonté de combattre les violences à l'école s'est traduite au PBA par l'intervention de la compagnie Diagonale et Julie Maresq, photographe, qui se sont appuyées sur une sélection d'œuvres pour créer et dialoguer avec les mots ou le corps auprès de 115 élèves de 5 classes de primaires et collège.

3 photos de Julie Maresq



STAGE BAFA LÉO LAGRANGE (PÉRISCOLAIRE)

Comme chaque année, le musée des Beaux-Arts accueille une quinzaine de jeunes pour le stage de perfectionnement BAFA "Eveil culturel" en partenariat avec la Fédération Léo Lagrange. Durant cette session, il s'agissait de découvrir les collections puis d'aborder la pratique et les techniques dans l'objectif de construire un projet d'animation. Ce stage, comme à chaque session, s'est transformé en une véritable aventure artistique grâce aux stagiaires enthousiastes.

AUJOURD'HUI, ON A MUSÉE - PROJET ANBER - 10E ÉDITION POUR LE MUSÉE

Chaque année depuis 2006, grâce à la Fondation AnBer, le musée accueille six classes d'écoles publiques et privées de milieux sensibles – dont certaines accueillant des enfants à haut risque –, soient 150 élèves pour toute une année de découverte artistique et de pratique plastique avec des ateliers donnés par des artistes et des intervenants plasticiens du musée. 2016 sonne les 10 ans de ce projet qui a permis à 60 classes, 1 650 élèves et 50 artistes de s'approprier le musée.

Une journée de restitution en fin d'année scolaire a lieu pour montrer le travail des élèves.



TOUCHE UN PEU POUR VOIR – PROJET IDKIDS

Ce projet inédit est le fruit de la première collaboration entre le PBA et la fondation IDKids qui est mécène. Commencé en septembre 2016, il a pour but de faire découvrir et d'aider à l'appropriation des œuvres du musée au travers de l'odorat, l'ouïe et le toucher. Les élèves de l'Ecole Régionale pour Déficients Visuels, l'Institut médico-éducatif La Pépinière, tous deux situés à Loos, L'Institut de réhabilitation de la parole et de l'audition de Ronchin, ainsi que l'Unité Pierre Mâle du service de pédopsychiatrie du CHRU de Lille sont partenaires du PBA pour ce projet.



SERVICE SANTÉ VILLE DE LILLE

Avec le service santé de la ville de Lille et le groupement des hôpitaux St Vincent de Paul, des « Journées thématique Santé », une semaine dédiée au bien-être et à l'alimentation et des visites pour les scolaires autour de l'alimentation, de la saisonnalité et du bien-être ont été mises en œuvre.

02. L'OFFRE CULTURELLE À DESTINATION DU JEUNE PUBLIC

Une offre spécifique - conçue comme une porte d'entrée ludique vers l'histoire de l'art et le musée- a été mise en place et très rapidement plébiscitée par ce public captif, principalement de proximité.

La programmation jeune public se maintient avec cinq séances sur l'année, programmées pendant les périodes de vacances scolaires (80 à 150 personnes accueillies sur ces séances en moyenne). Spectacle vivant, atelier d'art plastiques ou chasse au trésor constituent le cœur de ces propositions ;le musée a souhaité accueillir également les tout-petits (2-3 ans) depuis quelques années

On peut également citer :

- Les visites-ateliers du dimanche (une fois par mois pour découvrir les collections en famille autour d'un atelier de pratique artistique),
- Des ateliers vacances (cycles de 3 séances)
- Musée amusant (5 fois dans l'année, à chaque période de vacances scolaires)
- Des projets spécifiques liés à l'Open muséum (parcours jeux, weekend happy Zep)



03. L'OFFRE CULTURELLE À DESTINATION DES ÉTUDIANTS ET DES MOINS DE 26 ANS

DESCRIPTION

Les étudiants et les moins de 26 ans constituent une cible privilégiée et une offre riche, avec des programmations construites pour et avec les étudiants en partenariat avec les universités et les grandes écoles (IAE, Lille3, Sciences Po, Polytech, Edhec, Esmod, ENSAP...).

LES NOCTURNES ÉTUDIANTES

Les Nocturnes étudiantes, où sont proposés des ateliers de modèles vivants, ont été organisées à deux reprises dans le courant de l'année un mercredi en juin et un en octobre et ont connu une fréquentation croissante : 1 200 personnes pour la première et 1 600 pour la seconde. Ces soirées ont pour principe de donner la parole aux étudiants après une formation assurée par les équipes du PBA.



LES PARTENARIATS

Un partenariat avec l'option histoire de l'art du lycée Faidherbe a été installé depuis quelques années. En 2016 encore, les étudiants en hypokhâgne ont pu assister à un cycle de visites guidées encadrées par les professionnels du PBA. Au fil des visites, les étudiants appréhendent mieux les métiers du patrimoine et le fonctionnement du musée. Une formation complémentaire autour de la présentation orale des œuvres leur donne aussi des clefs d'appropriation des œuvres.

D'autres partenariats existent : avec l'université des sciences économiques de La Catho de Lille (formation aux arts plastiques pour 60 élèves par an à raison de 2 heures par semaine pendant le 1er semestre), avec Sciences Po Lille qui, dans le cadre de son programme de démocratisation, accueille chaque année 400 jeunes de 1ères et Terminales (en 2016 ils furent reçus pour une demie journée au musée et ont suivi un programme de visites et pratiques artistiques sur le thème « découverte de soi, découverte de l'autre »), avec l'ENSAM qui a organisé en 2016 au musée une journée d'intégration pour 200 étudiants sur le thème de la culture.

04. L'OFFRE CULTURELLE À DESTINATION DES PUBLICS SENSIBLES

Le PBA place le public au cœur de ses projets, quel que soit son âge, son origine sociale, sa condition économique ou même son handicap.

LE PUBLIC EN SITUATION DE HANDICAP OU SOUFFRANT DE DIFFICULTÉS SOCIO-ÉCONOMIQUES

Le service des Publics a conçu des visites spécifiques : Langue des Signes Françaises, lecture labiale, tactiles, olfactives, proposées aux individuels et aux groupes constitués. Le PBA, aidé par plusieurs partenaires, à travers ces différentes visites, veut proposer une manière différente d'accéder aux œuvres et d'accéder à la connaissance. L'art devient alors un vecteur qui peut aider à l'insertion professionnelle, prévenir la violence à l'école, accompagner les enfants autistes, encourager la socialisation par l'art et favoriser l'accès à la culture pour les scolaires.

LES VISITES SENSORIELLES

Ces visites sont organisées chaque trimestre pour les individuels (visites publiques) ou à la demande pour les groupes. Elles sont ouvertes aux personnes en situation de handicap ainsi qu'à leurs accompagnateurs. Conçues par le Service des Publics en lien avec les associations locales de personnes en situation de handicap et la conservation du musée et mises en place et testées par des groupes d'usagers, les visiteurs sont accompagnés par des intervenants formés en continu grâce aux associations et stages divers.

LES VISITES TACTILES

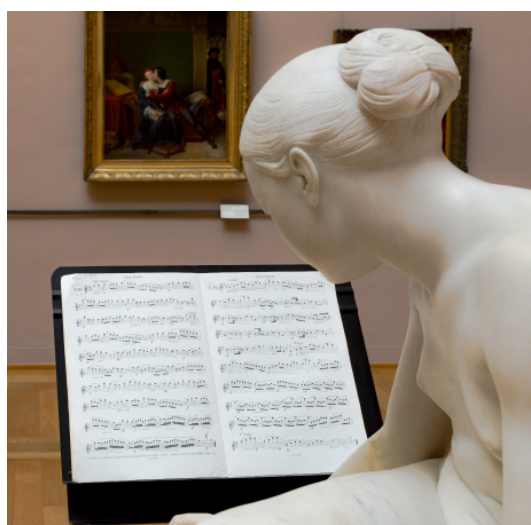
Organisées particulièrement pour les non et malvoyants, ces visites permettent aux visiteurs de découvrir tactilement des œuvres et moulages du musée dans les salles d'exposition et dans les ateliers. Elles sont conçues avec plusieurs associations et structures qui conseillent et "testent" les nouvelles visites mises en place : association Rétina, ERDV de Loos (Ecole Régionale pour Déficiants Visuels), Foyer Le Soleil Bleu de Quesnoy-sur-Deûle, IME La Pépinière de Loos...

LES VISITES DE DÉCOUVERTE PAR LES SENS

Particulièrement adaptées aux enfants et aux adultes en situation de handicap mental et/ou visuel, ces visites permettent la découverte d'une œuvre par les 5 sens. Elles reposent sur la manipulation d'objets réels et fabriqués, l'écoute de morceaux musicaux, l'utilisation du goût, de l'odorat et du toucher. Quatre œuvres sont proposées à la découverte et peuvent être suivies par un temps d'atelier en lien avec la présentation préalable de l'œuvre (Le Harem de Benjamin Constant, Le Jugement de Midas de Mignard, La Nature Morte de Van der Ast, la galerie des sculptures).

LES VISITES OLFACTIVES

Les visites olfactives, assurées en duo par une guide du musée et Caroline Caron, parfumeur, ont été expérimentées au cours de l'exposition Joie de vivre et ont été reprises dans les collections permanentes lors de deux sessions « Printemps-Eté » et « Automne-Hiver », mêlant ainsi l'histoire des œuvres à l'histoire des parfums pour des prestations surprenantes et des thèmes variés. Le public a immédiatement été séduit par le concept : ces visites affichent toujours complet.



LES VISITES EN LSF ET LECTURE LABIALE

Menées en parallèle par un guide LSF et un guide en lecture labiale, ces visites ont démarré en 2010 et sont désormais trimestrielles. Le musée emploie un guide dont la langue des signes est la langue maternelle et formé en histoire de l'art. Ce recrutement permet également de répondre aux demandes ponctuelles.

LES VISITES EN AUTONOMIE

Des formations trimestrielles sont proposées aux professionnels du champ social et du handicap afin de préparer leur venue en visite libre et autonome. Des fiches d'œuvres sont mises à leur disposition et sont téléchargeables sur le site internet du musée.

En complément, tous les publics trouvent en accès libre, dans l'atrium :

- une maquette tactile permet d'appréhender le bâtiment en volume,
- un tableau tactile,
- un espace relax qui permet le jeu, la détente ou la rencontre.

LES PARTENARIATS

L'ENVERS DU DÉCOR - 1ÈRE ÉDITION

3 structures, 63 jeunes

La visite Aparté réservée aux moins de 26 ans est devenue « L'Envers du décor » en partenariat avec Pôle Emploi. Tous les 2 mois, une quinzaine de jeunes des Clubs Jeunes de Pôle Emploi vient passer une journée au musée, découvre son fonctionnement, rencontre ses professionnels, prend la parole devant les œuvres et pratique les arts plastiques. C'est une manière originale de découvrir la vie du musée et la réalité d'un milieu professionnel. Les Clubs Jeunes de Pôle Emploi ont vécu le musée comme une entreprise et y ont vu l'envers du décor. Ce fut aussi l'occasion de prendre la parole devant les œuvres permettant un temps d'échange privilégié, au ton volontairement libre, en dehors des horaires d'ouverture du musée. Un intervenant art-thérapeute participait aussi au projet.



L'ART, UNE CHANCE - 5E ÉDITION

2 structures, 70 jeunes de 18 à 25 ans

Pour les Écoles de la Deuxième Chance de Lille et de Roubaix, le musée est un outil de socialisation qui peut permettre d'aborder l'histoire de l'art mais aussi de découvrir ses talents, réels et ignorés, d'élaborer un projet professionnel et de faire tomber les préjugés envers la culture et l'art en général. Ce projet est soutenu par la Caisse des Dépôts.



UNE RENCONTRE EXTRA-ORDINAIRE - 10E ÉDITION

2 structures, 20 enfants et adolescents

Ce projet unique d'utiliser l'art comme moyen d'expression est né en 2008 au Palais des Beaux-Arts de Lille afin de favoriser l'accès à la culture aux enfants souffrant de handicaps. Depuis 8 ans, 140 enfants et adolescents artistes ont été ainsi accueillis au musée pour découvrir les collections et participer à des ateliers d'arts plastiques avec des intervenants artistes-plasticiens et un art-thérapeute. Souffrant de TED (Trouble Envahissant du Développement), les jeunes enfants et adolescents artistes participant à cette action sont scolarisés en CLIS (Classe d'Intégration Scolaire des écoles Samain-Trulin de Lille, Verhaeren et Prévert de Villeneuve d'Ascq), accueillis en IME (Institut Médico-Educatif La Roseraie de Lille) ou dans une association parentale (Mascotte de Roubaix). Venir au musée leur permet de sortir de leur environnement habituel, de se familiariser avec un lieu nouveau, de développer leur imagination devant les œuvres et leur propre créativité lors des séances de mise en pratique, de créer l'habitude en venant chaque semaine, d'utiliser la peinture comme un moyen d'expression, de s'épanouir seul et en groupe, de prendre du plaisir en s'inspirant des chefs-d'œuvre ; ce sont autant de choses qui peuvent les aider. De petits pas en petits pas, l'intégration des enfants et adolescents artistes au musée est devenue une réalité. Ce projet est soutenu par la fondation AnBer.



DE L'HUMOUR À TOUT ÂGE - 3E ÉDITION

7 structures, 70 participants

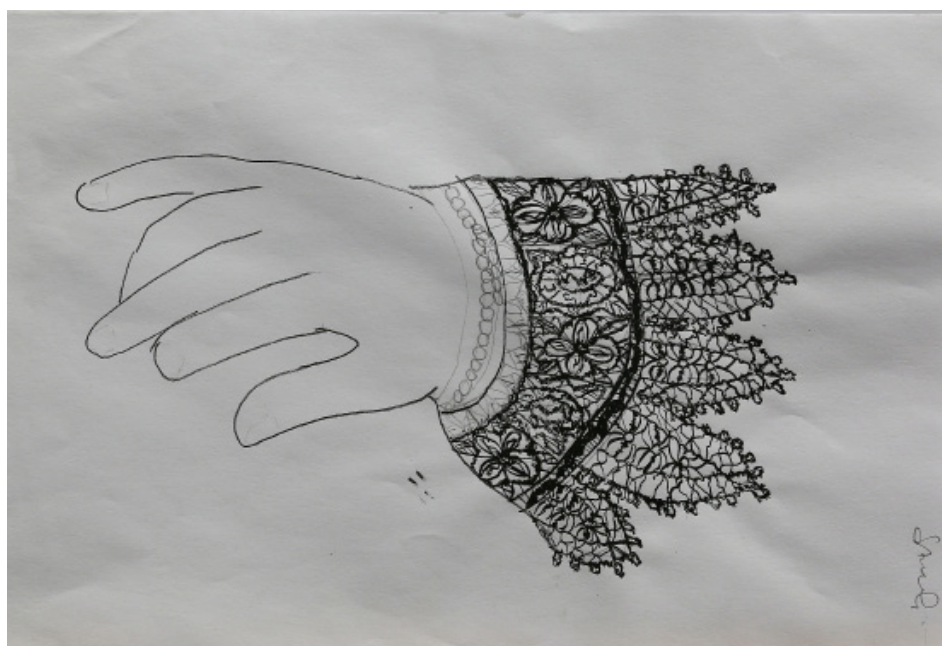
Suite aux succès rencontrés par les opérations précédentes, AG2R LA MONDIALE et le Palais des Beaux-Arts de Lille ont décidé de poursuivre, en 2016, leur démarche commune contre l'isolement des aînés, des personnes en perte d'autonomie et en situation de handicap par le biais de visites au musée, favorisant les rencontres et les échanges.



REGARDS DE FEMMES - 2E ÉDITION

1 structure, 7 participantes

En choisissant le thème de la femme dans les collections, les participantes du Centre d'Hébergement et de Réinsertion Sociale Thiriez de Lille s'immergent dans un univers familier puis laissent libre cours à leur imagination dans les ateliers de pratique artistique du musée afin de valoriser le travail de ces femmes et leur donner confiance en elles pour enclencher un processus de socialisation. Un artiste-plasticien est là pour leur apprendre à créer.



03. LE RAYONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT DU MUSÉE

03 A. LE RAYONNEMENT TERRITORIAL : DES RÉSEAUX LOCAUX, NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

La densification du paysage muséal – et tout particulièrement dans la proximité directe du PBA – encourage chaque musée à trouver un positionnement clair dans une logique de complémentarité. Les équipements et acteurs culturels sont, par ailleurs, de plus en plus considérés comme des acteurs essentiels de développement territorial, économique et social au-delà de leurs fonctions premières. En ce sens, la sphère d'influence et de travail des musées tend à s'élargir : le PBA n'échappe pas à ce mouvement. Mieux, il l'amplifie résolument en tissant depuis plusieurs années un réseau de partenaires multiples visant à enrichir l'activité du musée et à lui ouvrir de nouveaux horizons. On recense des échanges à degrés divers de partenariats avec près de 200 structures différentes : culturelles, éducatives, sociales, économiques, scientifiques, et ce à toutes les échelles : locale, nationale et internationale.

01. LE RÉSEAU PROFESSIONNEL

MISSION MUSÉES XXIÈME SIÈCLE

Par lettre en date du 13 mai 2016, Audrey Azoulay, alors Ministre de la Culture, a proposé au directeur du PBA de participer à « une réflexion collective associant l'ensemble des musées de France, afin de dessiner ce que pourrait être le musée du XXIème siècle ». Cette mission « Musées du XXIème siècle », pilotée par Jacqueline Eidelman, ancienne chef du département de la politique des publics de la direction générale des patrimoines, a eu lieu de juin 2016 à février 2017. Le directeur a pour sa part contribué comme animateur au groupe « Le musée protéiforme ». Le fruit de ces très nombreuses réunions, ainsi que d'une consultation nationale du public à partir d'une plate-forme numérique, a été réuni dans un rapport remis à la Ministre le 2 mars 2017. Ce document est un précieux état de l'action des musées à l'orée du XXIe siècle et un stimulant recueil de propositions pour l'avenir.

RÉSEAU MUSÉAL

En toute logique, c'est d'abord au sein du monde des musées que le PBA a favorisé et poursuivi le dialogue en multipliant les liens informels et opérationnels, du local jusqu'à l'international.

- LilleMap : réseau informel de 9 musées et lieux métropolitains (le LaM à Villeneuve d'Ascq, le MUba à Tourcoing, La Piscine à Roubaix, le Musée de l'Hospice Comtesse à Lille, le PBA à Lille, Le Fresnoy à Tourcoing, Le Musée d'Histoire Naturelle à Lille, La Manufacture à Roubaix, lille3000) né en 2009, pour la promotion des activités nationales et internationales (expositions et collections permanentes) financé par la Métropole Européenne de Lille

- L'Association des conservateurs des musées du Nord-Pas-de-Calais (Musenor) : réseau professionnel de 50 conservateurs et attachés de conservation des musées du Nord-Pas de Calais poursuivant les objectifs de valoriser les collections du Nord-Pas de Calais.

- FRAME (French American Museum Exchange) : réseau composé de 30 musées de France et d'Amérique du Nord partageant des problématiques et des projets autour des collections, des expositions et de l'éducation. A ce titre deux groupes de professionnels se sont réunis en 2016 : conservation et équipe de médiation, en France et aux Etats-Unis, afin de partager les expériences de chacun et l'évolution des modes de travail, mais aussi de favoriser les prêts, les expositions et les projets partagés. C'est également un soutien dans la mobilisation de fonds : pour l'exposition Millet-USA prévue en 2017, le bureau français du FRAME a agi activement pour rechercher un financement américain. Le PBA a aussi participé aux rencontres annuelles Frame 2016 Paris - Curators et Educative en novembre.

ÉTATS GÉNÉREUX DE LA CULTURE

A l'initiative de l'hebdomadaire culturel Télérama, des débats ont été organisés partout en France de juin à décembre 2016 autour de 10 mots et notions clés de la culture : l'artiste, les publics, l'argent, la création, la démocratisation, l'éducation, le multiculturalisme, le numérique, le faire-ensemble, la politique. Cette démarche était destinée à alimenter le débat d'idées des candidats à l'élection présidentielle de 2017. En raison de l'action menée par le PBA sur plusieurs de ces sujets, le directeur a été sollicité pour intervenir lors de la journée qui s'est tenue au Théâtre du Nord de Lille le 10 décembre. Le PBA est cité à plusieurs reprises dans le document final remis à la ministre de la Culture Audrey Azoulay et aux candidats à l'élection présidentielle. On note depuis une meilleure perception des événements du musée par la presse.

02. LES PARTENAIRES TOURISTIQUES

Les chiffres 2016 du tourisme en France, restent, malgré une baisse de la fréquentation, bons puisque la France demeure le pays le plus visité du monde avec 82,6 millions de touristes étrangers en métropole et environ 400 000 dans les territoires d'outre-mer. Certes les attentats terroristes qui frappent la France ont causé une baisse certaine, mais si les clientèles européennes reculent (-3,8% par rapport à 2015), les clientèles lointaines comme la clientèle asiatique perdurent avec un taux important. Concernant le PBA, en dépit d'une légère baisse, cela reste stable (CF fréquentation).

En 2016, au PBA, ne s'est tenue aucune grande exposition, qui participe à l'attractivité de l'endroit. Les partenariats touristiques ont donc été moins présents que dans les années d'affluence. Malgré cela, les partenariats habituels avec les transporteurs ont été poursuivis : SNCF, Thalys, Eurostar, Grand TER. Les partenaires hôteliers ont également travaillé avec le PBA, principalement pendant l'Open Museum Zep : Mercure Lille centre Grand Place, Hôtel Kanai, Auberge de jeunesse de Lille. Quant aux comités de tourisme de Lille et de Kortingbons, les partenariats ont aussi été poursuivis.

On note peu de nouvelles initiatives avec les acteurs économiques de la ville (hôtels, commerces...) et organismes de promotion touristique : le poste de la personne en charge de ces questions étant vacant.

Le développement de ces partenariats touristiques est une des priorités de 2017.

03. LES AMIS DES MUSÉES DE LILLE : UN PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ

Créée en 1946 par Max Crépy pour accompagner le rayonnement et l'animation des trois musées lillois, cette association fédère des personnalités lilloises désireuses de contribuer à mieux faire connaître les collections des musées au plus grand nombre. Les collections du PBA se sont par ailleurs constituées en partie grâce à des dons des Amis des musées de Lille.

Nombreux et très actifs par le passé, les adhérents diminuent fortement depuis quelques années, limitant de plus en plus le soutien apporté au musée (environ 400 adhérents aujourd'hui). L'offre serait à renouveler et un nouveau modèle à imaginer pour être plus en phase avec les nouvelles orientations stratégiques du PBA mais aussi avec les usages actuels. Une nouvelle équipe constituée en septembre 2016 s'y emploie : Christian Moinet ayant succédé à François Pouille à la tête de la société des Amis des musées de Lille.



04. LE RAYONNEMENT À L'ÉTRANGER

EXPOSITION MONET

A la suite d'une proposition de la Réunion des musées nationaux-Grand Palais, le directeur du PBA s'est vu confier le commissariat d'une exposition « Claude Monet : The Spirit of Place » qui s'est tenue au National Heritage Museum de Hong-Kong du 4 mai au 11 juillet 2016. Le commissariat a consisté à définir le sujet de l'exposition (Monet et l'esprit des lieux où il peignait), le choix des œuvres, la négociation des prêts, la rédaction du catalogue et des textes de salles, le suivi des importants outils numériques, l'accrochage des œuvres et enfin le travail de représentation. En échange de cette prestation et du prêt de deux œuvres du musée (La Débâcle et le Parlement de Londres), une recette de 60 000€ a été versée au musée. Outre son intérêt financier, cette exposition, qui a accueilli 250 000 visiteurs, a fait bénéficier le musée d'une grande visibilité à Hong-Kong et en Chine continentale.

LIEN MUSÉAL TRANSFRONTALIER

Les relations transfrontalières s'écrivent par une relation informelle avec des musées et structures culturelles de Belgique (Bozar, Flagey, Musées Royaux des Beaux-Arts de Bruxelles...) : ces échanges prégnants s'inscrivent en effet dans l'héritage historique du territoire du PBA qui a toujours cultivé les liens avec ses homologues belges.

03 B. LES PARTENAIRES ÉCONOMIQUES

Le service mécénat du musée enregistre de belles réussites depuis quelques années. Les contributions déclarées en 2016 ont été de 539 700€ (fonctionnement et investissement), soit une progression de 41% par rapport à 2015 (recettes enregistrées 382 100€).

01. LES GRANDS MÉCÈNES

Depuis sa réouverture en 1997, le musée porte une politique de mécénat active dans laquelle le directeur s'implique personnellement, en synergie avec le service du Développement et de la Communication. Les liens tissés avec les dirigeants d'entreprise reposent sur des valeurs communes, le partage d'une vision et s'inscrivent durablement dans une relation de confiance.

Les principaux mécènes du PBA sont le Crédit Mutuel Nord Europe, la Caisse d'Épargne Hauts-de-France et Engie.

Les mécènes peuvent l'être pour de grandes expositions, comme le Crédit du Nord engagé sur l'Open Museum depuis 2014 dans le cadre d'une convention triennale, les entreprises peuvent également choisir de soutenir l'acquisition d'une œuvre, la restauration d'une œuvre, l'édition d'un catalogue ou encore la médiation auprès de publics particuliers. Elles peuvent également s'investir dans le développement du musée en soutenant le PSC comme le fait généreusement le Crédit Mutuel Nord Europe en participant à chacune des phases.

Depuis quelques années, la démocratisation culturelle et les enjeux sociétaux deviennent des sujets de prédilection des mécènes qui souhaitent accompagner un projet à destination de publics spécifiques (publics défavorisés, publics en situation de handicap...). Des entreprises comme Engie, Grant Thornton ou encore M comme Mutuelle, et des fondations de plus en plus nombreuses (Fondation AnBer dont le PBA cèle les 11 années de soutien, Fondation ID Kids pour un premier partenariat avec le PBA...) se sont lancées dans ce type de soutien, lequel permet au musée de construire des projets dans la durée et d'innover régulièrement.

02. LE MÉCÉNAT COLLABORATIF

Parallèlement au travail mené pour favoriser le mécénat, le musée s'est attaché depuis quelques années à renforcer ses liens avec le tissu entrepreneurial pour accompagner et intensifier son développement. Au côté des grands mécènes, le musée a veillé à consolider ses attaches avec le tissu de jeunes entrepreneurs locaux (consultants, têtes de réseau...) et à les associer à la réflexion stratégique du PBA.

A la faveur de rencontres régulières lancées en 2013 avec des réseaux de PME/PMI, le musée a pu imaginer en lien direct avec ses interlocuteurs un nouveau mode de soutien qui corresponde à leur identité et à leur possibilité d'engagement. Le PBA a ainsi ouvert un appel à participation pour la restauration des sculptures dites « Belles du Nord », exceptionnelle découverte archéologique de quatre statues de la Renaissance déposées par l'État au PBA pour restauration et présentation au public. Ce projet de mécénat collaboratif, sans plateforme support externalisée, était adressé aux TPE-PME et professions avec un ticket d'entrée à partir de 1 200€ pour un montant recherché de 50 000€. Cette initiative innovante pour le musée a été couronnée de succès, puisqu'elle a permis de réunir 54 950€ grâce à la généreuse participation de 24 mécènes locaux.

Devant le succès de cette opération, les équipes du musée ont travaillé sur un autre projet de mécénat collaboratif. Ainsi, la deuxième étape du PSC aura lieu en 2017 avec la restauration du plan-relief de Lille, sa numérisation et le développement d'un outil de médiation numérique innovant grâce à une campagne de mécénat collaboratif dont l'objectif est d'atteindre 100 000€.



03. LE MÉCÉNAT D'INNOVATION

Si le mécénat financier est privilégié, le musée développe de plus en plus le mécénat en nature et de compétence, en soutien à ses projets de développement, notamment avec des start-ups dans les NTIC qui apportent leurs compétences pour développer des dispositifs innovants

En effet, l'entreprise est un précieux relais de diffusion et d'information pour l'ensemble de l'actualité du musée. Elle représente en outre un échantillon intéressant du public en matière de retours et de propositions sur les projets du PBA. L'entreprise est également pourvoyeuse de compétences et de technicités qui peuvent faire progresser le musée, et réciproquement, car le PBA peut être amené à partager sa capacité à développer des partenariats transversaux.

Des entreprises accompagnent ainsi le musée dans ses projets de développement dans les domaines de la médiation et de l'innovation. Par conséquent, en 2016, Orange en région, en collaboration avec Orange national, a mis à disposition dans l'ensemble des salles un réseau de 130 bornes numériques eBeacon permettant la géolocalisation du visiteur dans les salles du musée.

PARTENARIATS

Le PBA a développé également de nombreux partenariats avec des institutions ou entreprises à la pointe de la technologie et de l'innovation.

Ainsi, Pictanovo, association pour l'appui à la production audiovisuelle et cinématographique, le numérique et l'image sous toutes ses formes, prend une place importante dans le PSC puisqu'il a permis au PBA, suite à un appel à projet de bénéficier de son partenariat en co-finançant l'application et les tables tactiles de la phase 1 du PSC. Dévotité, une start-up dynamique, spécialiste de la réalisation d'objets multimédia spécifiques à destination du grand public, a quant à lui, participé au développement de cette application et des tables tactiles en étroite collaboration avec les personnes responsables du numérique au musée.

Le chercheur El Mustapha Mouaddib, directeur du laboratoire Modélisation, Information et Système et professeur à l'université d'Amiens, a procédé avec son équipe en association avec TriD, mécène des « Belles du Nord » à la numérisation et à l'impression 3D autour du groupe de ces statues.

03 C. LA COMMUNICATION

La Direction du Développement et de la Communication conçoit et met en œuvre la stratégie, l'image, les outils, en concertation avec le directeur et les responsables de projets. De la conception à la réalisation, chaque étape (rédaction, réalisation de campagnes photographiques, conception graphique, plans de diffusion) est réalisée en interne, à l'exception de l'impression.

Le musée dispose d'un budget de fonctionnement pour la communication générique de 60 000€ par an et d'un montant par exposition et événement (type Open Museum) entre 10 et 15% du budget global du projet. Toute l'année, un effort soutenu de diffusion (proximité et partenariats) assure une visibilité efficace du musée sur le territoire.

Cette visibilité varie par ailleurs en fonction de la programmation. Chaque exposition ou événement a fait l'objet d'une campagne ciblée (affichage Lille, Métropole lilloise, Paris, Londres et Bruxelles) soutenue par des supports dédiés (teaser, applications). La communication autour de l'Open Museum Zep a permis quant à elle de revitaliser les collections en matière d'image et de fréquentation.

La Ville de Lille met également à la disposition du musée ses propres supports de communication pour relayer ses grands projets et son actualité.

01. LA COMMUNICATION PRINT ET MÉDIAS

LA COMMUNICATION VISUELLE ET LA PUBLICITÉ

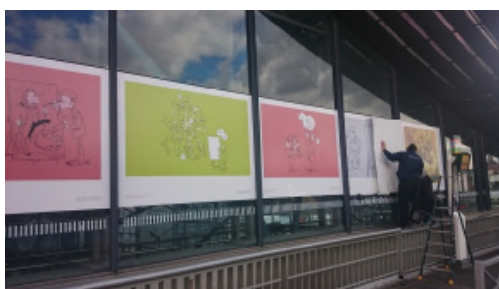
La communication papier tient toujours un rôle important. En 2016, l'actualité et la programmation du musée ont été reprises dans un dépliant semestriel (septembre/janvier – février/août) synthétique, et ont été soutenues par des communications ciblées par événement (cartes de communication, affichettes...).

Des dépliants à vocation touristique (cible hors région, Angleterre, Belgique et Pays-Bas) ont été réalisés à chacune des grandes expositions et complétés par le Lille MAP.

Pour Joie de Vivre, exposition en coproduction avec la RMN, une grande campagne d'affichage a été menée, que ce soit dans Paris intra-muros (affichage dans la ville, dans les stations de métro et en gares), à Londres, à Bruxelles et dans la métropole lilloise (écrans dynamiques digitaux).

Pour l'Open Museum Zep, la campagne d'affichage s'est concentrée sur la région lilloise. Un partenariat a également été étroitement lié avec Gares & Connexions qui poursuit l'ambition de faire des gares des lieux de vie ouverts à la culture. Pour cet Open Museum Zep, de grandes affiches représentant une sélection de dessins de Zep avaient été apposées sur les murs de la Gare Lille Europe entre le 1er avril et le 1er juin 2016.

Les travaux de restauration des toitures ont entraîné des échafaudages et des bardages devant la façade et les entrées du PBA. Aussi, un affichage spécial a été élaboré afin de mieux informer et renseigner les visiteurs ou simples passants.



LES RELATIONS PRESSE ET LA STRATÉGIE MÉDIAS

La presse reste un vecteur de communication essentiel garantissant une visibilité locale, nationale et internationale selon les sujets. En pleine mutation, la presse écrite a tendance à se redéployer sur les supports numériques et le musée s'y adapte. Au musée, une attachée de presse œuvre au quotidien avec le renfort ponctuel d'attachés de presse à Paris principalement pour les grandes expositions.

L'exposition Joie de Vivre a remporté un très grand succès auprès des médias, la campagne de presse portée par la RMN-GP et le service presse du musée (du 1er août 2015 au 19 janvier 2016) a donné lieu à près de 400 retombées (presse généraliste et presse spécialisée beaux-arts), pour un impact média (hors radio/TV) estimé à 72,79 millions de contacts.

Chaque exposition ou événement d'envergure est l'occasion de développer des partenariats presse ciblés. Ainsi les échanges mis en place avec Le Parisien, France Inter et Philosophie Magazine ont permis de renforcer le rayonnement national de l'exposition.

Pour l'Open Museum Zep, la campagne de presse (à partir de décembre 2015 jusqu'à fin novembre 2016) a donné lieu à une centaine de retombées hors web, et notamment dans la presse spécialisée comme dBD et Casemate, magazines consacrés à la BD, ou encore dans des articles de fond dans Le Monde ou Télérama qui ont observé la place donnée à la bande dessinée dans les musées en général et au PBA en particulier.

Le PBA avait par ailleurs noué un partenariat avec Le Monde, très sensible au travail de Zep qui par ailleurs tient un blog très apprécié sur le site web du quotidien.

Les partenariats nécessitent un apport financier de base, raisonnable au vu de l'impact et de la visibilité que ces ententes apportent aux projets. Le musée privilégie désormais ce type de partenariat à l'achat d'encarts publicitaires seuls.

02. LE DÉVELOPPEMENT ET LA COMMUNICATION NUMÉRIQUES

LE SITE INTERNET, V1 ET V2

Le chantier numérique de l'année 2016 s'est incarné dans la deuxième version du site Internet. Mis en ligne dans sa nouvelle version à la fin janvier 2016, le site Internet du musée comptabilisait en 2016 près de 300 000 visites. Il véhicule désormais l'image d'un grand musée, avec notamment 300 fiches œuvres en ligne. 100% des contenus sont neufs (notices d'œuvres, histoire du musée, parcours...), de nouvelles fonctionnalités telles que la billetterie en ligne ont été également ajoutées. La ligne artistique qui a été choisie accorde une place primordiale à l'image avec de grandes photos immersives et de la vidéo en page d'accueil. Attractivité, simplicité et ergonomie ont été les maîtres mots de cet important chantier. Pour les définir, un comité d'usagers s'est tenu grâce à Guergana Guntcheva, professeur de marketing à l'EDHEC Business School. Par ailleurs, Laurent Sparrow, maître de conférences en psychologie cognitive à l'université de Lille 3 a entrepris des méthodes d'eye tracking sur les maquettes et prototypes du site internet pour en vérifier leur pertinence.

La version 2.1 du site Internet, prévue pour 2017 et en cours d'élaboration, permettra la création d'un compte utilisateur et la mise en favoris d'œuvres de la collection, de se créer des albums ou des parcours personnalisés. Tous les contenus d'un compte utilisateur pourront être partagés sur le mur d'émotions placé dans l'atrium à proximité du café ou bien sur les réseaux sociaux. La société Télmédia a développé la version 2 du site web, quand Les Lunettes bleues ont œuvré à son graphisme du site web, ainsi qu'à celui de l'application et des tables tactiles. Le site internet, l'application sur iPhone et Android et sur les tables tactiles ont en effet été pensés en miroir.

LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Devenue incontournable pour faire vivre l'actualité et la programmation du musée, la communication numérique décuple les effets de la communication traditionnelle.

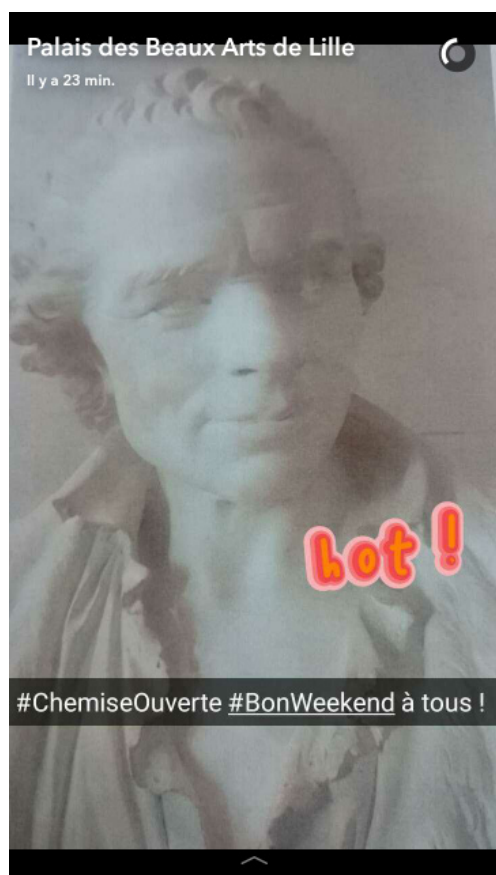
Que ce soit par le site Internet ou les réseaux sociaux, le Palais des Beaux-Arts a construit et anime aujourd'hui une communauté de publics qui n'est pas seulement virtuelle. Parmi les personnes qui suivent cette communication numérique de près, certaines sont à la tête de réseaux d'influence importants dans le domaine de la culture, des loisirs et de l'art de vivre. Des événements de type rencontre ou visites privées leur sont d'ailleurs ponctuellement proposés (preview bloggers pour l'Open Museum Zep, « Emptymuseum » un mardi de fermeture avec les influenceurs sur Instagram lillois).

En 2016, le musée a accru sa visibilité sur les réseaux sociaux. L'administration de ces réseaux est répartie sur deux postes, en fonction des profils et des usages connus sur ces différents supports :

- Facebook permet de dynamiser la communication en adoptant un style rédactionnel direct et des informations quotidiennes en prise directe avec la vie du musée (prêts, accrochages, montage et démontage d'expositions). La page officielle du Palais des Beaux-Arts comptait, en décembre 2016, 17 616 fans contre 14 005 en décembre 2015, ce qui représente une augmentation de 26%.

- Le compte Twitter du Palais des Beaux-Arts comptait quant à lui, en décembre 2016, 3 482 followers contre 2 338 à la même période l'année passée, soit une augmentation de 49%. Ce réseau est davantage tourné vers le monde professionnel et les médias.

- Le Palais des Beaux-Arts est également présent sur Instagram où le nombre d'abonnés a augmenté de manière fulgurante entre 2015 et 2016 avec une progression de +139%, sur Snapchat depuis 2016, et Youtube.





03 D. LA STRATÉGIE NUMÉRIQUE

La nouvelle version du site web, la nouvelle application du musée et ses tables tactiles ont été conçues et réalisées avec des partenaires impliqués : Orange pour la géolocalisation, Pictanovo comme co-financeur de l'application mobiles et tables tactiles, Dévotité pour l'application mobiles et tables tactiles, Telmedia pour le développement du site internet et Les Lunettes Bleues pour le design graphique des tables tactiles et de l'application mobile. Ce travail s'est réalisé notamment grâce à l'appel à projet innovants lancé par Pictanovo pour l'année 2016.

Pour l'espace Gigapixels, les prises de vue en ultra haute définition du photographe Gilles Alonso ont été intégrées au dispositif interactif créé par la société Buzzing Light.

01. L'ÉTAT DES LIEUX

A l'instar des musées d'aujourd'hui, le PBA s'est emparé de l'usage des dispositifs numériques pour améliorer la qualité de sa relation au visiteur et répondre aux usages contemporains.

En 2016, le PBA disposait de plusieurs dispositifs numériques, à savoir :

- Des outils de guidage : 110 visioguides sur iPod touch
- Des tablettes tactiles permettant la découverte ludique et interactive de dix œuvres du musée destinées aux enfants et plus particulièrement aux publics en difficulté de communication avec le français (enfants sourds, avec déficience intellectuelle ou autistes). Dans la pratique, elles s'adressent à un public plus large, familial notamment.
- Une application sur iOS et Android déclinée de la tablette tactile, intitulée Museo+PBA Lille en téléchargement gratuit pour les collections permanentes.

02. LE DÉMARRAGE DU PSC NUMÉRIQUE

Après avoir remporté l'AMO (appel à maîtrise d'ouvrage), la société Sinapses Conseil qui accompagne les institutions muséales et patrimoniales françaises dans leur réflexion, leur stratégie et leur développement numérique, a apporté ses préconisations et a participé à la définition de la stratégie numérique du musée, le choix des outils et la conduite du projet de la partie numérique pour la première phase du PSC. La réflexion s'est faite autour de l'expérience du visiteur, - avant, pendant et après - .

03. LA MISE EN ŒUVRE

Le musée a fait le choix d'ancrer son développement numérique dans un tissu régional et national très actif en travaillant régulièrement avec des structures pépinières d'entreprises telles que, Pictanovo, la Plaine Images ou Euratechnologies, qui ont été très présentes sur tout le projet numérique du PSC. Pictanovo a notamment permis la réalisation de l'application pour mobiles et tables tactiles.

MÉTHODOLOGIE - COMITÉS D'USAGERS

Dans l'objectif d'écouter les attentes du public, des comités d'usagers ont été mis en place sous l'égide de Guergana Guntcheva . Une cinquantaine de personnes (à la fois public non spécialiste et public d'experts) a été entendue au sujet des espaces numériques, de l'atrium, du site web et des dispositifs de médiation numérique: la représentativité de la population n'était pas recherchée, mais davantage la génération d'idée afin de les collecter.

LES FUTURS DISPOSITIFS DE MÉDIATION NUMÉRIQUE : ÉLABORATION ET CONCEPTION EN 2016, RÉALISATION EN 2017

Ci-après une synthèse des principales caractéristiques de ces futurs dispositifs :

1. Deux tables tactiles permettront les mêmes fonctionnalités que celles précédemment décrites pour le site, mais sans passer par la création d'un compte. La navigation pourra se faire seule ou à plusieurs puisque les écrans seront configurés pour permettre plusieurs actions simultanées. L'impression du parcours choisi sera ensuite possible. On conserve la volonté de marier l'expérience numérique collective et individuelle.

2. Cet espace d'accueil permettra aux guides d'accueillir leurs groupes dans un environnement confortable et doté d'un écran sur lequel peuvent être projetés tous les contenus de la table tactile, en lien avec le thème de la visite prévue. Ces guides, médiateurs et enseignants, préalablement formés à ces dispositifs, seront également équipés d'une tablette tactile.

3. La nouvelle appli mobile permettra au visiteur de se géolocaliser dans les salles pour bénéficier de contenus enrichis sur les œuvres, de même qu'elle permettra d'emporter avec soi les fruits de sa navigation sur les tables tactiles (favoris, parcours etc)

4. L'espace d'exploration des œuvres en gigapixels permettra de naviguer dans une image composée de plusieurs milliards de pixels à l'aide d'une tablette et de découvrir des détails invisibles à l'œil nu. Au gré du mouvement dans l'image apparaîtront des bulles d'information sur l'origine, la technique ou la symbolique de l'œuvre.

LE PARTENARIAT AVEC WIKIMEDIA FRANCE

Il existait une convention entre Wikimedia France et la Ville de Lille, initiée par le Muséum d'Histoire Naturelle. Le Palais des Beaux-Arts de Lille s'est associé par un avenant à cette convention à Wikimedia France, la plus grande encyclopédie en ligne et le 5ème site le plus consulté au monde, autour d'un projet inédit : WikiMuseum.

Le principe du projet est une grande collecte d'archives privées, de photos et de témoignages sur la vie du musée depuis sa construction en 1885 jusqu'à aujourd'hui. Anciens ou récents, les documents recueillis retracent ainsi une histoire personnelle, intime, mais aussi richement documentée, du musée et fait émerger des informations nouvelles, mal connues ou même inédites pour certaines.

Wikimuseum est un projet collaboratif qui va dans le sens d'une ouverture des ressources sur le musée en Open Data, puisque tous les documents et photos sont libres de droits et réutilisables à la seule condition de créditer leur auteur. L'initiative est une première dans l'univers des musées en France et Wikimedia entend le développer avec d'autres institutions culturelles à l'avenir. WikiMuseum comptait environ 850 versements en décembre 2016.

Le projet WikiMuseum est accompagné par le laboratoire de recherches universitaire GERiCO sous la direction de Cécile Tardy, le Master Marketing de l'Edhec et les bénévoles de Wikipédia dans le nord.

WikiMuseum est un projet pilote qui pourra être développé avec d'autres lieux et institutions culturelles.

PRESTATAIRES

Par ailleurs, souhaitant bénéficier du dynamisme innovant de ces entreprises du numériques, le PBA a eu recours à différents prestataires tout au long de la mise en place de la phase du PSC. Ainsi, Télmédia a développé la version 2 du site web, quand Les Lunettes bleues ont œuvré au graphisme du site web, de l'application et des tables tactiles ou encore Buzzing Light qui a mis en place le dispositif interactif des écrans Gigapixels, avec qui le travail se poursuit en vue de l'échéance de l'ouverture de l'Atrium en juin 2017.

IKONIKAT

Dans le cadre de la stratégie numérique, des dispositifs concernant la médiation ont été mis en place temporairement afin de mesurer leur pertinence et leur attractivité.

Trois classes de primaire ont ainsi testé le dispositif numérique Ikonikat, projet initié par le chercheur Mathias Blanc qui permet de révéler par le tracé sur tablettes ce que l'on perçoit d'une œuvre. Le but visé est d'aider les chercheurs du CNRS à mieux comprendre la réception d'une œuvre et par la suite, envisager une médiation adaptée pour tous les publics.

04. LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Pour faire écho à son développement numérique tout en renforçant ses relations avec des acteurs clefs, le PBA a réuni en avril, le 3ème Forum régional Forum CLIC (Club Innovation et Culture France) Nord avec Pictanovo et l'Université de Lille. 180 professionnels ont participé à cette journée d'échanges entre les acteurs régionaux et nationaux des musées, du patrimoine et de la technologie.

Une rencontre ancrée dans le numérique et les plans-reliefs, Muséo Hub, a été organisée par les universités de Lille et le PBA pour réfléchir à la médiation numérique autour de la maquette et des plans-reliefs.

D'autres rencontres ont été décisives pour mettre en place les espaces numériques. Notamment, celle avec Sylvie Octobre, sociologue au développement des publics du Ministère de la Culture et de la Communication, spécialiste jeunesse et culture, avec Jean-Michel Tobelem, professeur des universités et travaillant sur l'échec de la démocratisation culturelle et celle avec Frédéric Poulard, chercheur à Lille 3 étudiant l'évolution des métiers du patrimoine ont été déterminantes.

Enfin, la conférence de présentation de Wikimedia France sur l'édition collaborative aujourd'hui a permis de présenter au public l'idée et l'ambition du projet.

03 E. LES RELATIONS PUBLIQUES

01. LES ÉVÉNEMENTS PBA

Le vernissage officiel et le vernissage enfant de l'Open Museum Zep en mars ont ouvert l'année.

Le vernissage enfant est une spécificité du PBA : une collaboration en partenariat avec le Conseil Municipal d'Enfants de Lille (CME), appréciée par tous, et mise en place en 2013. Quelques 830 enfants ont été invités à découvrir en avant-première l'exposition du vernissage ayant lieu dans la journée et pensé pour eux : les enfants du CME ont pu jouer les mini-guides pour l'après-midi grâce à une formation dispensée par le service de publics.

En décembre a également eu lieu l'inauguration de l'exposition Scan Pyramids.

L'inauguration du nouveau site internet et la journée dédiée aux influenceurs sont autant de moments forts qui ont jalonné la vie du musée en 2016.

02. LES MANIFESTATIONS PRIVÉES

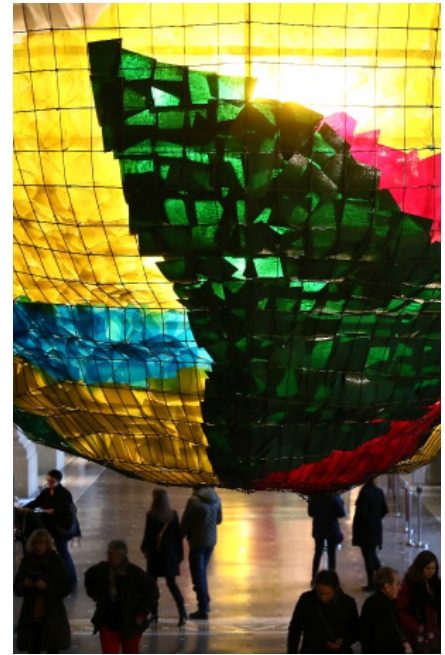
Avec près de 60 événements privés en 2016, le PBA se positionne comme un lieu prestigieux pour l'accueil d'événements d'entreprises et de congrès. En cœur de centre-ville et facilement accessible, le musée constitue un atout non-négligeable pour le développement du tourisme d'affaires à Lille. Ces manifestations privées, en rapportant 155 662€ en 2016, ont bénéficié d'une augmentation de 12% (soit 131 370€ pour 2015).

Par ailleurs, dans l'auditorium prennent place plus de 200 événements par an grâce à une politique de service public destiné aux associations pour leur permettre de se réunir dans un lieu de qualité au tarif adapté.

03. L'ACCUEIL D'ÉVÉNEMENTS DE LA VILLE DE LILLE

Le musée a accueilli plusieurs événements de la Ville de Lille : une réception pour le CNRS, l'événement soirée de rentrée des commerçants lillois avec près de 800 commerçants, la soirée du Secours Populaire ou encore la soirée d'accueil des cadres du Club Gagnant.





04. LA VIE DU MUSÉE

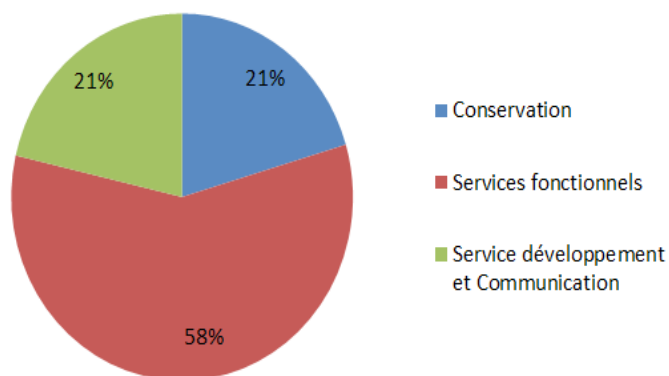
04 A. LA POLITIQUE DES RESSOURCES HUMAINES

01. LE PERSONNEL ET LES MOUVEMENTS DES PERSONNELS

L'effectif total des personnels du PBA est de 105 agents titulaires et quelques 75 agents non titulaires horaires (guides, animateurs d'atelier, personnel supplémentaire salles et événements, musée et entreprise ; cela représente 103 ETP (équivalents temps plein) au 31 décembre 2016. Plusieurs postes étaient vacants, dont celui de responsable sécurité.

Le musée est structuré autour de différents services :

- La Conservation avec 21 personnes, dont 7 pour la régie des œuvres et 2 personnes pour les services bibliothèque et documentation
- Les Services fonctionnels qui comprennent 60 personnes, dont 8 pour la gestion administrative et financière, les ressources humaines et organisation, 8 personnes pour les services techniques et la régie du bâtiment, 26 personnes pour la surveillance des salles et la médiation culturelle et 15 personnes pour le PC Sécurité (24h/24)
- Le Service Développement et Communication composé de 22 personnes, dont 7 pour les services d'accueil et de caisse



Il est à noter que dix familles de métiers existent au musée dont certaines ne sont occupées que par une seule personne (c'est le cas de la restauration, de la menuiserie ou encore de la conception graphique).

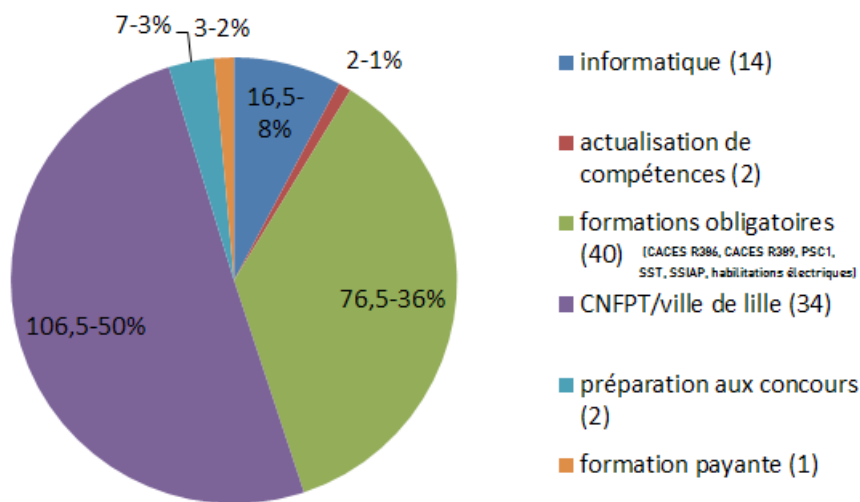
Concernant les mouvements de personnel, ils se répartissent comme suit : 1 mutation Ville de Lille, 2 mutations dans une autre collectivité, 2 détachements, 1 changement de poste.

02. LA FORMATION DES PERSONNELS

Un plan de formation à destination des personnels en lien avec le public pour les amener vers plus d'accueil et de la médiation a commencé en 2014. Chaque année, des sessions spécifiques sont organisées. En 2016, la formation s'intitulait « Comment aborder le public et la ronde de surveillance ? ». 24 agents ont donc suivi cette formation d'une journée.

Par ailleurs, en plus de cette formation spécifique, 122 formations ont eu lieu en 2016 : cela représente 235,5 jours de formation.

Ces formations se décomposent comme suit :



03. L'ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNEL

PROCESSUS D'INSERTION PROFESSIONNELLE

SUIVI DES STAGES

Les stages permettent aux étudiants de recueillir le savoir-faire des équipes du musée, d'observer et de participer à la vie quotidienne d'une telle institution, tout autant que d'apporter leur aide aux services qui en ont besoin. Cet échange est donc bénéfique pour les deux parties prenantes.

En 2016, 29 stagiaires sur 314 candidatures ont été accueillis au sein du musée.

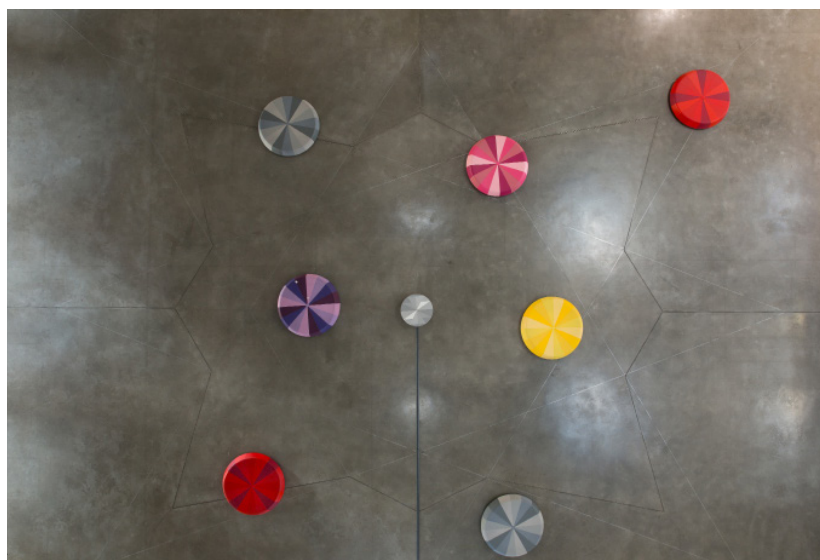
Il est intéressant de noter que 13 stagiaires sur les 29 proviennent de Lille-Lomme-Hellemmes ; plus généralement 24 habitent dans le département du Nord (59), 2 dans le Pas-de-Calais (62), et 3 dans le reste de la France.

JOBS D'ÉTÉ

Généralement, les jobs d'été sont un premier emploi. Ils concernent des jeunes issus des quartiers défavorisés sélectionnés par les mairies de ces quartiers. Le PBA de Lille reçoit 40 candidats pré-sélectionnés. Les 26 postulants les plus motivés à occuper des fonctions auprès des équipes d'accueil et de surveillance sont retenus. Ces jobs durent 15 jours pendant les mois d'été.

ACTION MENÉE AUX CÔTÉS DE PÔLE EMPLOI

Un travail est mené avec Pôle Emploi sur l'accueil de groupes de jeunes en recherche d'emploi qui viennent découvrir le musée comme un lieu à la fois de culture, mais aussi comme un lieu de découverte au travers d'ateliers pour se former à prendre la parole, ou pour connaître cette structure particulière, son fonctionnement et ses métiers. Cela a pour but de faciliter leur insertion professionnelle même s'ils ne se dirigent pas vers ce domaine, pour lequel ils ne sont pas forcément diplômés.



04 B. LE BILAN FINANCIER

Parce qu'il s'agit d'un musée en régie municipale rattachée à la Direction Générale de la Culture, la gestion du quotidien est partagée entre les services centraux de la mairie et les services du musée, chacun apportant son expertise et ses compétences techniques. Cela signifie que la masse salariale, l'entretien des bâtiments et la gestion des fluides ne sont pas gérés en propre par le bâtiment.

L'exposition Joie de Vivre, l'Open Museum Zep, les projets particuliers, le PSC font l'objet de budgets dédiés, équilibrés en recettes et dépenses, pour lesquels l'équipe du PBA contribue à l'équilibre par la recherche de crédits publics et privés. Pour rappel, les expositions au PBA doivent s'autofinancer entre 65% et 88% du budget.

01. LES RECETTES

RECETTES DE FONCTIONNEMENT

Le total des recettes de fonctionnement s'élève pour 2016 à **1 187 032€**.

BILLETTERIE : 775 734€

Billetterie collections permanentes et Open Museum : 644 181€
dont retour sur recettes du dispositif C'ART : 54 820 €

Billetterie exposition Joie de Vivre (jusqu'au 17 janvier 2016 uniquement) : 131 553€

EXPLOITATION DES ESPACES BOUTIQUE ET BAR : 28 536€

Du fait des travaux de réaménagement de l'atrium, l'exploitation des espaces bar et boutique s'est arrêtée à la fin du mois d'octobre pour reprendre début avril 2017. Malgré une activité sur une durée raccourcie (10 mois), les recettes de redevance ont atteint la somme de 28 536€.

MANIFESTATIONS PRIVÉES ET LOCATION D'ESPACE : 155 662€

SUBVENTIONS : 47 000€

47 000€ par la région Hauts de France et la MEL en 2016 pour soutenir l'Open Museum.

MÉCÉNAT : 120 100€

En 2016, en fonctionnement, 120 100€ ont été perçus en mécénat :

57 000€ pour l'Open Museum ZEP

63 100€ pour ses projets de médiation (AnBer, Autisme, Violence à l'école, Pôle Emploi, AG2R)

PRESTATIONS : 60 000€

60 000€ de crédits liés à une prestation réalisée par le PBA pour le compte de la RMN et permettant de contribuer au financement des travaux de l'atrium ont été reçus.

RECETTES D'INVESTISSEMENT

Le total des recettes d'investissements s'élève pour 2016 à **472 700€** et prennent en compte :

LE MÉCÉNAT : 419 600€

419 600€ en investissements :

83 600€ pour les collections (30 000€ pour les acquisitions et 53 600 € pour les restaurations)

336 000€ pour la mise en œuvre de la première étape (réaménagement de l'atrium) du Projet Scientifique et Culturel et le développement du musée la direction régionale du Crédit Mutuel Nord Europe et la fondation du Crédit Mutuel Nord Europe

L'ÉTAT : 53 100€

Un premier apport de l'Etat pour le réaménagement de l'atrium de 10 000 € et 43 100€ pour les restaurations, soit un total de 53 100 €.

02. LES DÉPENSES

Depuis plusieurs années, le Palais des Beaux-Arts s'est engagé dans une politique d'économie sur ses achats et de rationalisation de ses frais de gestion. En proposant un Open Museum par an et une grande exposition une année sur deux, le musée a choisi un nouveau rythme imposé par le pragmatisme budgétaire et les capacités de production des équipes, notamment dans la perspective de la mise en œuvre du projet scientifique et culturel.

DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

En 2016, la dotation de fonctionnement de la ville de Lille prévue pour le musée (hors expositions, fluides, entretien des bâtiments et masse salariale) était de 491 500€ et portée exceptionnellement à 559 500€ par l'obtention d'une enveloppe supplémentaire de 68 000€ pour faire face au contexte vigipirate. A cette enveloppe doit être ajoutée les enveloppes dédiées à la médiation dont le total des recettes a atteint 63 100€.

Les dépenses de **fonctionnement courant** réalisées ont été consommées comme suit pour un total de **612 805€** :

Dépenses courantes	107 472€
(Dépenses administratives, petit entretien du bâtiment, dépenses techniques liées à la vie des œuvres, la bibliothèque, documentation, petits équipements ...)	
Marché de nettoyage	225 134€
Prestations de sécurité	160 039€
Communication institutionnelle (hors expositions)	68 349€
Dépenses de médiation	24 372€
Edition	6 228€
Programmation culturelle	21 211€

A ces dépenses, s'ajoute le **coût total** de l'**Open Museum Zep**, à hauteur de 211 808€.

Dépenses artistiques / production	23 500€
Transport des oeuvres / assurances	3 004€
Muséographie	84 725€
Programmation culturelle	10 289€
Communication / outils de médiation	50 219€
Edition	4 009€
Ressources humaines	35 762€

DÉPENSES D'INVESTISSEMENT

Les dépenses d'investissement s'élèvent à **167 847€**.

Pour les œuvres d'art, 83 990€ ont pu être consacrés aux restaurations d'œuvres d'art et 30 000€ à une acquisition.

Les investissements courants du musée représentent 53 857€

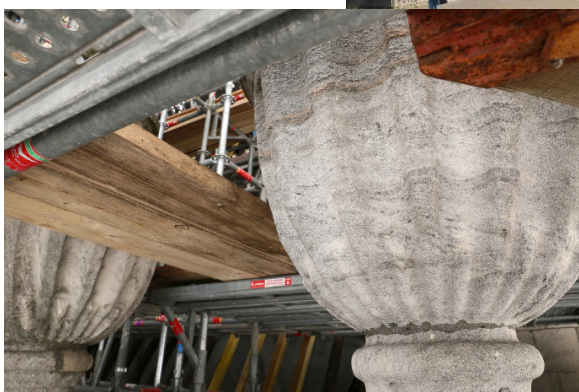
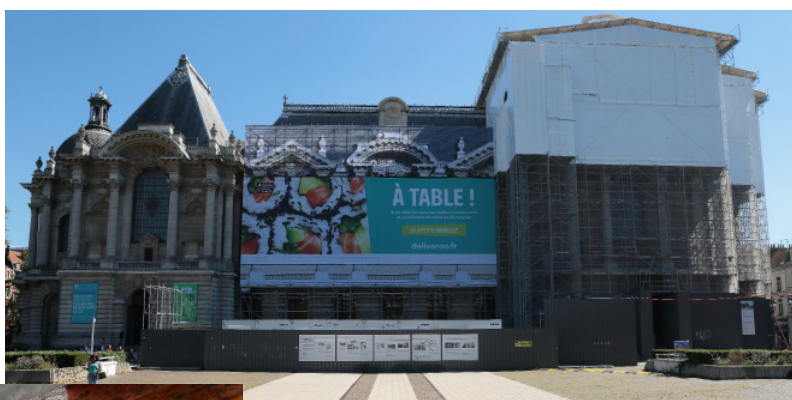
04 C. L'EXPLOITATION ET LE FONCTIONNEMENT DES SERVICES DU MUSÉE

01. LES TRAVAUX

L'année 2016 été marquée par le démarrage de deux gros chantiers au PBA, l'un portant sur la restauration des toitures de la façade du musée place de la République commencé en juillet 2016, l'autre, commencé en novembre 2016, et portant sur la mise en œuvre de la phase 1 du Projet Scientifique et Culturel, le réaménagement de l'atrium, espace central du musée.

Le premier chantier chiffré à 8,2 millions d'euros, porté par les services du Pôle Qualité et Développement de la Ville, fait l'objet d'un soutien phasé de la MEL pour 1 million.

Le second chantier, porté par les équipes du PBA, a été confié à l'architecte lillois Ludovic Smagghe et l'enveloppe globale prévue pour ces travaux est de 700 000€. Il prévoit un réaménagement architectural en déplaçant les espaces du bar et de la boutique mais aussi la création d'espaces numériques. A ce stade, cette étape a fait l'objet d'une aide du Ministère de la culture tant pour les travaux que pour le numérique pour une somme globale de 60 000€ dont 10 000€ ont été perçus dès 2016. La région Hauts-de-France doit se positionner sur son engagement courant 2017.



02. LA SÉCURITÉ DES COLLECTIONS ET DES PERSONNES

PLAN DE SAUVEGARDE DES ŒUVRES : ÉLABORATION EN COURS

2016 a permis la formation d'une personne de la conservation lors d'un stage organisé par l'Institut National du Patrimoine « Prendre en charge les collections sinistrées » pendant 3 jours. La formation comprenait les préconisations générales en cas de sinistre, l'aide à la rédaction du cahier des charges et du plan de sauvegarde des œuvres en particulier, sa mise en œuvre au sein de l'établissement et les traitements des œuvres à prévoir. La formation a alterné présentations théoriques et cours pratiques (comme la manipulation de documents d'archives inondés) ainsi que la simulation d'un sinistre au château de Chantilly suivi d'un échange avec les équipes du musée, les gendarmes et les pompiers qui sont intervenus.

Suite à cette formation, une première délimitation des zones coupes-feu a été effectuée en lien avec le responsable de la sécurité. Une réunion avec le SDIS a également été organisée pour prendre contact avec eux et leur présenter le projet de plan de sauvegarde des œuvres que nous souhaitons faire aboutir en 2017.

SÉCURITÉ DES PERSONNES

Suite aux terribles événements du 13 novembre 2015, la sécurité a dû être renforcée par un renforcement du contrôle des accès à l'établissement, et une fouille des sacs systématiques, conformément à la consigne du plan vigipirate.

03. L'INFORMATIQUE

Une seule personne s'occupe de l'informatique au sein du PBA. Ses tâches et missions sont donc nombreuses. Outre la gestion des événements avec l'installation et la configuration du matériel, il gère les logiciels, le matériel informatique et de reproduction, les visioguides, le WiFi, le réseau, les écrans etc.

En 2016, a eu lieu une migration des postes informatiques vers un environnement Windows 10 qui a nécessité la mise à jour de tous ces postes, ainsi qu'un suivi.

04. LES ARCHIVES DES SERVICES DU MUSÉE

Une mission archives a été mise en place en 2015 en vraie collaboration avec le service des archives municipales de la ville de Lille.

Le but est d'optimiser notre gestion des archives patrimoniales et administratives, les entretenir de façon cohérente, et être capable de communiquer à leur sujet et de les rendre accessibles et disponibles. Un audit concernant les archives a été conduit dans chaque service ; cela a permis de mieux cerner les problèmes liés à celles-ci et a cimenté la volonté de les gérer par service.

Une demi-journée de sensibilisation « Maîtriser ses archives » a également été mise en œuvre, pendant laquelle chaque service a pu s'informer sur le sujet.

Par la suite, une grande opération de classement avec mise en place de numéros d'inventaire a été menée par un stagiaire spécialisé en archives.

En parallèle, chaque service du PBA a participé à des réunions régulières afin de mener à bien ce classement nécessaire. Pour ce faire, trois groupes de travail avec un objectif précis et différencié ont été montés ; à savoir, dossiers d'œuvres, archives des expositions et centre de ressources. Malgré leur avancement, ces groupes de travail ne sont pas finis et continuent encore à se réunir pour avancer.

Suite à tout ce travail, à l'automne 2016, une grande campagne de versement aux archives municipales et d'élimination d'une partie des archives a eu lieu.

Les trois principaux objectifs à terme sont la gestion par le PBA de ses propres archives comme il le souhaite, puis leur versement aux archives municipales, une meilleure organisation de nos propres archives et enfin une réflexion commune avec des spécialistes des archives et de bibliothèque au centre de ressources.



