

Convention de concession  
de service public relative  
à l'exploitation du  
Musée de la Romanité

Compte rendu annuel  
à la collectivité au  
31.12.2023

MUSÉE  
DE LA

ROMANITÉ

SPL | CULTURE  
ET PATRIMOINE



## Compte rendu annuel

Au 31.12.2023

Le présent compte rendu d'activités concerne :

### **La convention de concession de service public relative à l'exploitation du Musée de la Romanité**

---

Commune de Nîmes

Il a été établi conformément aux lois du 07 Juillet 1983 et 08 Février 1995 et conformément aux articles 36 ; 37 et 38 de la Concession de service public.

Ce rapport vise à présenter à la Ville de Nîmes une description des activités, afin de lui permettre de connaître les conditions physiques et financières de réalisation de l'opération au cours de l'année écoulée et l'évolution des prévisions.

---

## SOMMAIRE

<b>PRESENTATION DE L'OPERATION.....</b>	<b>5</b>
Description de la concession .....	7
<b>COMPTE RENDU ACTIVITE ET TECHNIQUE.....</b>	<b>7</b>
Le compte rendu d'Activité par Pôle.....	7
<b>POLE ADMINISTRATION ET FINANCES.....</b>	<b>8</b>
<b>POLE EXPLOITATION - PROGRAMMATION.....</b>	<b>11</b>
<b>POLE LIBRAIRIE BOUTIQUE.....</b>	<b>32</b>
<b>SERVICE REGIE GENERALE.....</b>	<b>36</b>
<b>POLE COMMERCIAL, EVENEMENTIEL, ET TECHNIQUE.....</b>	<b>39</b>
<b>POLE COMMUNICATION.....</b>	<b>45</b>
Le compte rendu Technique.....	58
Bilan des principaux incidents et réclamations des usagers du service .....	60
Informations relatives aux biens du service .....	61
Bilan état du matériel.....	69
Situation du personnel .....	72
<b>COMPTE RENDU FINANCIER AU 31/12/2023 ET DETAIL DES COMPTES .....</b>	<b>73</b>
Les dépenses réalisées .....	73
Les recettes réalisées .....	74
<b>TABLEAU FINANCIER DE L'OPERATION .....</b>	<b>85</b>
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>86</b>

---

## **PRESENTATION DE L'OPERATION**

### **Description de la concession**

Une concession de service public entre la Ville de NÎMES et la SPL CULTURE ET PATRIMOINE relative à l'exploitation du Musée de la Romanité a été signée entre les parties en date du 05/03/2018.

Ce contrat comporte notamment la promotion, la communication, la commercialisation, la gestion de la boutique et des espaces privatifs, la médiation, ainsi que l'accueil du public à compter du printemps 2018.

Cette convention a été approuvée par le Conseil Municipal de la Ville de Nîmes en date du 10/02/2018 par délibération n° 2018-01-010 et par le Conseil d'Administration de la société en date du 09/02/2018 et signée entre les parties le 05/03/2018.

Un avenant n°1 a été signé entre les parties en date du 21/12/2018 ; par délibération du Conseil Municipal de la Ville de Nîmes en date du 15/12/2018 n° 2018-07-41 et du Conseil d'Administration du 21/12/2018 portant modification des dispositions relatives à la gestion des espaces dédiés à la restauration et au café (rétroactif au 05/03/2018) ; permettant également à la SPL la gestion d'exposition temporaire ; et fixant aussi le montant de la subvention d'investissement pour l'année 2019.

Un avenant n°2 a été signé entre les parties en date du 16/07/2021, avec pour objet la prise en charge, sous le contrôle scientifique de la ville, de 2 expositions temporaires : l'exposition « Portraits de femmes romaines » durant l'hiver 2021-2022. Mais aussi l'exposition « Etrusques » durant l'été 2022  
Cet avenant détermine les conditions d'organisation et les conséquences financières liées à l'organisation de ces deux expositions temporaires.

Un avenant n°3 a été signé entre les parties en date du 04/03/2022, avec pour objet la modification des tarifs Billet d'entrée visite libre plein tarif, forfait famille et Visio guide, accueil de groupes et privatisation d'espaces.

Cet avenant détermine les conditions tarifaires prenant effet à compter du 01/04/2022.

Un avenant n°4 a été signé entre les parties en date du 23/08/2022, avec pour objet l'adaptation en 3 points, des dispositions de la convention signée le 5 janvier 2018, avec modification des articles 1, 2 et 14. Cet avenant détermine la réévaluation des surfaces mises à disposition de la SPL Culture et Patrimoine, les missions confiées ; ainsi que les biens de retours, de reprise, et biens propres listés.

Un avenant n°5 a été signé entre les parties en date du 07/12/2022, avec pour objet le rétablissement de l'équilibre économique du contrat par la prolongation de la convention de concession de 10 mois, soit jusqu'au 31 décembre 2023, par suite de l'impact COVID qui a mené la fermeture du Musée durant 5 mois en 2020 et 5 mois en 2022.

Cet avenant rétabli la durée initiale d'exploitation effective. La durée de cette convention étant en effet fixée initialement à 5 ans.

Un avenant n°6 a été signé entre les parties en date du 03/04/2023, avec pour objet la mise à jour des tarifs du pass Romanité (Musée de la Romanité + Monuments romains en DSP) et modifiant également les tarifs des forfaits guidage.

Cette convention de concession d'exploitation fait suite au Contrat de Prestations dans le cadre de la préparation de l'ouverture du Musée de la Romanité signé entre les parties le 24/07/2017.

---

Pour information :

Le contrat de concession initial (2018-2023) arrivant à échéance le 31/12/2023.

A l'appui de l'avis favorable de la CCSPL rendu le 31/05/2023, le Conseil Municipal a approuvé par délibération du 08/07/2023 le principe d'une nouvelle concession de service public confiée en « quasi - régie » à la SPL Culture et Patrimoine pour l'exploitation du Musée de la Romanité du 01/01/24 au 31/12/2028.

## COMPTE RENDU ACTIVITE ET TECHNIQUE

### Le compte rendu d'activité par Pôle

Depuis le 2 juin 2018, date de l'inauguration du Musée de la Romanité, près de **800 000 visiteurs** (en 57 mois d'exploitation) venus du monde entier, sont venus admirer les impressionnantes collections archéologiques Nîmoises, dans leur prestigieuse vitrine d'architecture contemporaine.

Ce succès, 14 000 visiteurs par mois en moyenne, dépasse les prévisions qui tablaient sur 160 000 visiteurs par année d'activité complète.

L'année 2023 a vu pas moins de 2 expositions temporaires se succéder :

Du 8 décembre 2022 au 5 mars 2023, l'exposition « Dévoiler Némausus, Jean Claude GOLVIN, un architecte et des archéologues » réalisée en partenariat avec l'INRAP et le service valorisation du patrimoine de la ville de Nîmes.

Du 21 avril au 31 décembre 2023, l'exposition « Mémoire Vive, Oliver Laric » a été proposée au public. Une exposition audacieuse mêlant antiquité et art contemporain qui a fait écho à la programmation culturelle de la ville de Nîmes, préparé dans le cadre des 30 ans de Carré d'Art.

Issu de la volonté du Maire de Nîmes, Jean-Paul Fournier, d'édifier un musée ouvert sur la ville, en plein centre de la cité et face aux Arènes, cet équipement confirme sa place d'atout incontestable pour le développement du tourisme culturel nîmois. Il contribue à soutenir la fréquentation touristique, qui se mesure en retombées économiques locales, pour les commerces du centre-ville, tout particulièrement dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration. Il contribue également à l'attractivité et au rayonnement national et international de Nîmes.

Référencé comme un lieu événementiel prestigieux, le Musée de la Romanité privatise une partie de ses espaces. Ainsi, séminaires, conférences, spectacles, formations, soirées de gala, se sont déroulés pour près de 140 entreprises / associations / fédérations ou collectivités qui ont privatisé le lieu en 2023 contribuant ainsi à la dynamique de rayonnement de l'équipement.

## POLE ADMINISTRATION ET FINANCES

---

Sous la responsabilité de la direction, le service gère l'administration générale, la comptabilité, la gestion financière et les ressources humaines.

L'année 2023 a été riche et dense en termes d'activité dans le service. Celui-ci est composé de deux personnes en contrat à durée indéterminée : Une Responsable administrative et financière Isabelle HUMBLOT en charge du service arrivée fin 2022 et une Assistante administrative et gestion RH arrivée en tout début d'année 2023.

L'année 2023 est donc l'année où le service s'est structuré avec pour ambition un investissement sur du long terme. Doté d'une nouvelle équipe plus expérimentée, le service vise un fonctionnement plus autonome en termes de savoir-faire et ambitionne de fournir un travail de qualité au quotidien.

Véritable pôle transverse au sein de l'organisation, il devient peu à peu une ressource support experte auprès de la direction, des autres pôles opérationnelles de la structure, ainsi qu'auprès des tiers comme les CAC, les Experts-comptables, le service finance de la ville, les partenaires et fournisseurs divers.

L'objectif du service est, dans le respect des échéances et des dispositions légales, le traitement des tâches comptables, la facturation, le paiement, le suivi de la trésorerie, la veille fiscale et sociale, le suivi budgétaire, et enfin, l'amélioration continue des procédures.

Mais aussi, le suivi de la gestion des ressources humaines avec : l'élaboration des contrats de travail, l'exactitude des bulletins de paye, la gestion des variables, les entretiens annuels, le plan de formation, l'application des règles en matière de droit social et le respect des obligations légales de l'employeur (suivi de la périodicité de la visite médicale, mise à jour des notes au personnel).

L'année a été marquée également par la création dans nos outils comptables et financier de l'opération Palais des Congrès. L'importance de son activité se ressentira surtout l'année prochaine.

Sur l'année 2023, il y a déjà eu quelques flux financiers qui ont nécessité un suivi particulier de cette opération.

### COMPTABILITE ET GESTION FINANCIERE

L'année 2023 a été une année centrée sur la revue et la réflexion des méthodologies existantes en comptabilité et gestion financière afin de les améliorer pour fiabiliser les informations.

1. Les tâches courantes en comptabilité ont pu être ainsi menées à bien en mettant en place un planning d'exécution :
  - o Hebdomadaire pour la saisie des factures, des notes de frais, leur paiement et le suivi de la trésorerie.
  - o Mensuel pour les états de rapprochement bancaire, les clôtures comptables avec les extractions de notre outil de billetterie Secutix.
  - o Trimestriel pour le suivi des coûts avec les responsables de Pôle ainsi que l'intervention de notre Cabinet comptable pour une révision des comptes.

De plus, en termes d'amélioration continue, le service a changé sa procédure de traitement des factures avec la création de dossiers sur le réseau comportant un ordre d'exécution de tâches spécifiques, avec la mise en place d'un classement par ordre alphabétique factures reçus/factures saisies et la création de pochettes se rapprochant des circuits de validation dans le e-parapheur.

On peut noter aussi qu'un reclassement de tous les contrats en version papier a été entrepris, qui sera encore amélioré en 2024, pour avoir une version dématérialisée sur le serveur accessible à tous.

2. Le suivi budgétaire mensuel a pu être fait tout au long de l'année avec l'analyse des dépenses et des recettes de façon rigoureuse, avec par exemple. :

- La mise à jour des tableaux de bord et l'analyse des chiffres clefs.
- L'extraction de nos dépenses afin de suivre au mois le mois nos charges comparées à nos recettes.
- L'analyse de certains rapports comme celui des impayés, celui de la fréquentation et du chiffre d'affaires généré par chaque activité.
- La réconciliation des chiffres de nos différents outils afin d'avoir des informations financières fiables et justifiées.

Pour cela, le service utilise trois outils, un de gestion nommé GO7, un de comptabilité nommé NUEVO qui permettent de suivre au plus près les données comptables, analytiques et financières. Ces deux outils permettent d'éclairer sur les dépenses et d'orienter les prises de décisions. Un troisième outil, le E-Parapheur, permet de parapher des documents et ainsi de respecter le circuit de validation des factures, de la saisie jusqu'au paiement.

3. L'activité de l'année 2023 se décline dans les indicateurs suivants :

- 425 devis déposés et signés sur le e-parapheur
- 152 ordres de services et actes d'engagement signés avec nos fournisseurs.
- 1410 factures saisies pour l'activité du Musée dont 65 notes et avances de frais.
- 9 factures saisies pour l'activité du Palais des congrès
- 37 162 écritures comptables y compris les écritures automatiques de Secutix (notre système de billetterie)
- 2 campagnes de règlement mensuel.
- 7 factures manuelles envoyées à la ville de Nîmes pour obtenir les aides financières et 1 facture manuelle envoyée à notre partenaire Le Théâtre de Nîmes.
- 384 fiches de payes élaborées, avec l'appui de notre cabinet de paye, dont 10 soldes de tout compte.
- 5 comptes domiciliées à la Banque Populaire et au Crédit Mutuel dont il faut suivre l'état de trésorerie.

## GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

L'année 2023 a été une année particulièrement dense en termes de gestion des ressources humaines au sein de la structure, mais aussi dans l'amélioration de nos procédures qualités pour gagner en efficacité.

Le service a entrepris un travail important de modernisation de ses outils par la mise en place d'un nouveau progiciel, Horoquartz. La bascule entre l'ancien progiciel et ce nouvel outil a eu lieu le 1<sup>er</sup> octobre 2023. Après une période de mise en place, de paramétrage et de formation hautement chronophage et anxiogène due au changement, les équipes ont maintenant apprivoisé l'outil.

Afin de gagner en expertise et efficacité, des outils de suivi ont été mis à jour comme :

- le tableau de liaison, outil de communication avec notre cabinet paye, a été entièrement refait pour optimiser et gagner en qualité d'échanges des informations.
- les trames de temps ont été entièrement revues.
- la vérification systématique des compteurs de Congés, du décompte des samedis et du calcul particulier des temps partiels.
- la refonte du calcul des congés de fractionnement.
- le tableau de suivi des visites médicales a été repensé.
- la création du plan de formation et de son suivi budgétaire.
- Le tableau de suivi des entretiens individuels et des entretiens professionnels a été développé et regroupé afin d'en améliorer le suivi.

Par ailleurs, l'année a été marquée par de nombreux mouvement du personnel, à savoir :

- 3 départs de la SPL
- 1 agent d'accueil passé en médiation pour le remplacement d'un congé maternité, puis prolongé

dans les fonctions

- 2 embauches en CDD saisonniers pérennisés en CDI
- 3 CDD saisonniers
- 2 embauches en CDI
- 2 embauches en CDD
- 1 embauche en contrat en alternance
- 9 intégrations de stagiaire principalement au Pôle accueil/boutique et médiation

**Accident de travail significatif :**

2 accident de trajet (domicile/travail) sont intervenus sur l'exercice 2023.

**Observations formulées par l'Inspection du Travail :**

Pas d'observations formulées par l'Inspection du Travail.

**Modifications de l'organisation :**

Pas de modification de l'organisation en 2023.

## **GESTION et POINT DIVERS**

L'année a aussi été marquée par un contrôle URSSAF sur la période 2020-2022 pour la SPL.

La période contrôlée est une période compliquée par 2 facteurs :

- Le changement de notre cabinet paye en mars 2021
- La période COVID 2020/2021 qui a été en termes de gestion sociale assez complexe avec une gestion de l'activité partielle, et la gestion des aides de l'état.

Ce contrôle s'est soldé par un redressement de 14 000€ dû à une erreur de calcul de notre ancien cabinet paye sur une réduction de charge appliquée à tort. Nous aurions dû payer ces charges en 2020 et 2021. Nous les avons donc payé en 2023.

Il faut noter également comme dernier point divers que, pour cet exercice comptable 2023, nous avons des nouveaux commissaires aux comptes. Le Cabinet TALENZ AUDIT est maintenant notre nouveau commissaire aux comptes et ce jusqu'en 2028.

## BILLETTERIE - CONTROLE D'ACCES

### Logiciel et source des données

Seconde année du marché renouvelé en 2022 « Fourniture et mise en œuvre de systèmes informatisés de billetterie, contrôle d'accès et des matériels associés »

- Format du marché : Accord-cadre mono attributaire sans montant minimum et avec un montant maximum de 2 000 000 € HT – pour un montant annuel de 58 000 € HT
- Pour une durée de 2 ans renouvelable 1 fois pour 2 ans
- Le marché est passé en procédure négociée sans mise en concurrence

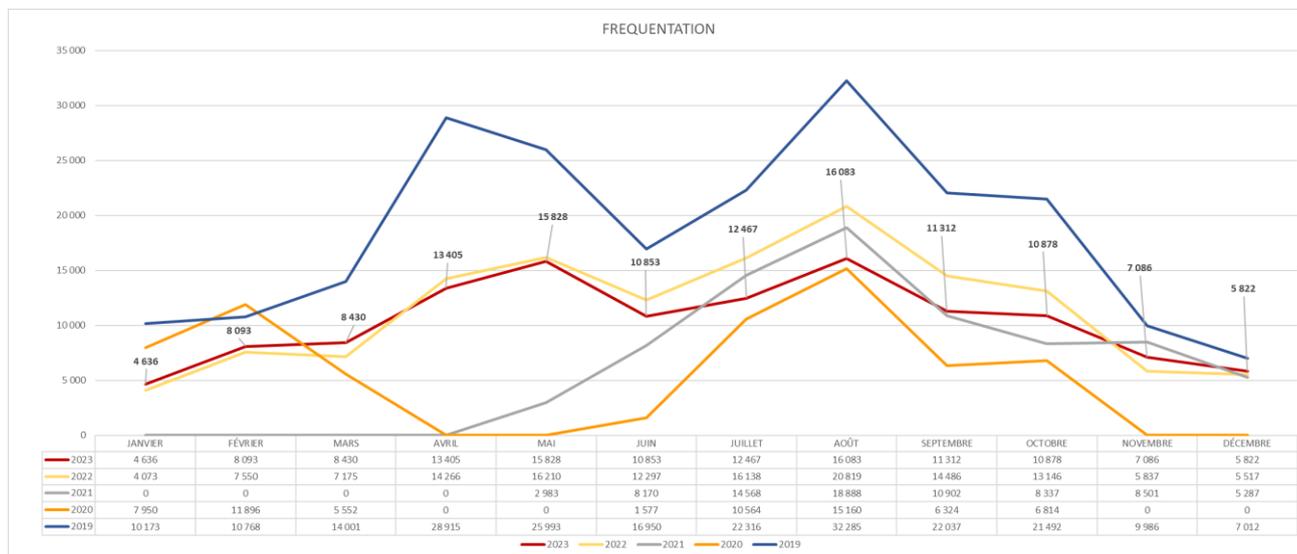
Le marché de billetterie et contrôle d'accès est confié au titulaire SECUTIX, avec pour sous-traitant SKIDATA pour le contrôle d'accès.

### Nombre de produits

#### Nombre total (individuels + groupes)

**Au contrôle d'accès, le nombre total d'entrées individuels et groupes est de 124 893 visiteurs <sup>1</sup>**

- o En diminution / à 2022 : (137 514) soit -9%



**A noter :** la fréquentation de l'auditorium dans le cadre de la programmation culturelle (conférences etc.) non comptabilisée ci-dessus pour 2023 est de : **439 pax<sup>2</sup>**

#### FOCUS PASS ROMANITE

**Le total de la fréquentation se compose des billets émis par le Musée, des journées gratuites et des billets émis par les partenaires revendeurs<sup>3</sup>.**

- Les Pass Romanité vendus par EDEIS représentent 15% de notre fréquentation (identique à 2022).
- Les Pass Romanité vendus par MUROMA + EDEIS représentent 21% de notre fréquentation (identique à 2022)

<sup>1</sup> Total des entrées skidata + total des entrées en journées gratuites

<sup>2</sup> Conférences sorcières 147 + conférences exposition Laric 42 + 2 journées inrap : 250

<sup>3</sup> Source : tableau de refacturation trimestrielle Edeis

## Nombre de produits « Individuels » vendus hors journées gratuites

79 424 versus 101 627 en 2022, soit -22 %.

Dont :

- Visio guides : 10 050 (2022 : 10 000 soit + 0.5%)
- Via Mini : 292 (nouveau)

Nombre de visites guidées et médiation « individuels » vendues :

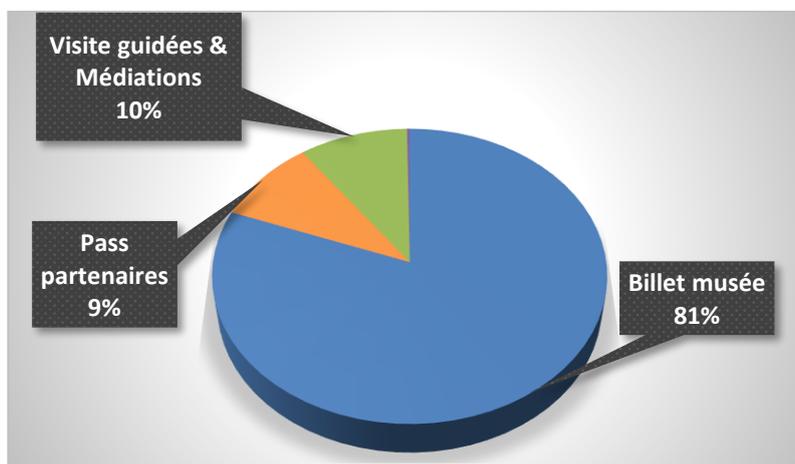
- Sur 471 créneaux de visites guidées individuelles soit 15 130 places ouvertes. **6 638 ont été vendues en 2023 soit un taux de remplissage global de 40% (-19% /2022)**

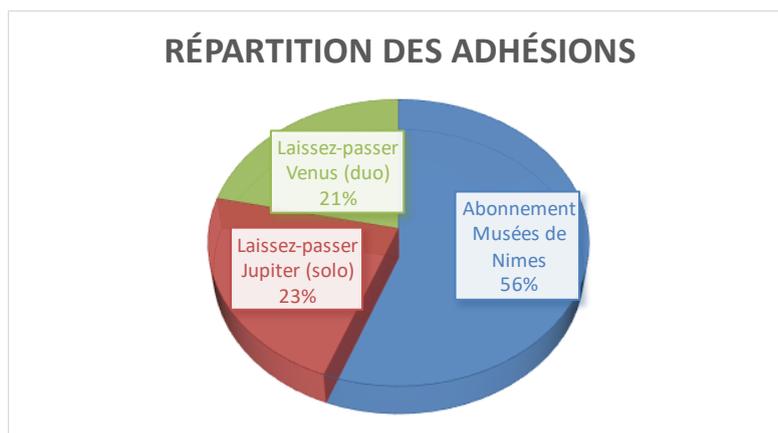
- *Exposition temporaire, fréquentation visites individuelles : un déficit de -92% de fréquentation par rapport à l'exposition Etrusques en 2022 :  
En 2023, Mémoire vive sur 8.5 mois : 263 ventes avec un taux de remplissage de 8%. Versus en 2022, Etrusques sur 6 mois : 3 697 ventes avec un taux de remplissage de 73,79%*
- **Hors exposition temporaire, un plus grand nombre de visites guidées vendues en 2023 (6375) qu'en 2022 (4489)**

- Les médiations individuelles constituent 10% du total des entrées au musée soit une augmentation du taux de transformation des entrées en visite ou médiation (9,4 % en 2022 et 8,82% en 2021)
- En plus des visites guidées classiques, des médiations/animations sont proposées avec 1 billet musée simple : Au total, **662 visiteurs ont pu y participer cette année.**
  - 340 pax en animation lampe à huile (public occasionnel estival)
  - 322 pax en programmation culturelle (festival flamenco + concert Volques + performance l'Enéide, etc.)

Catégories et répartitions des produits individuels vendus :

Voir annexe 1 détaillée (p.31) : produits billetteries individuels 2023



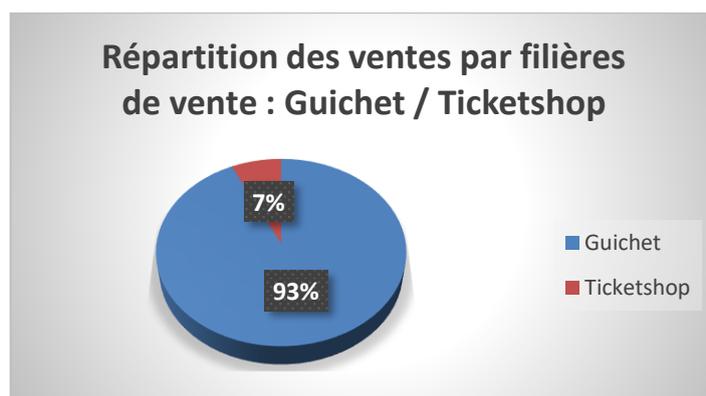


- **Adhésions** : l'adhésion MUSEES DE NIMES passe en pole position :
  - En 2023 56% sont des adhésions Musées de Nîmes / 23% des pass Jupiter / 21% des pass Vénus
  - En 2022 48% des adhésions Musées de Nîmes / 26% Jupiter / 26% Vénus

### Répartition des ventes par filière de vente : Guichet / Ticket shop vente en ligne

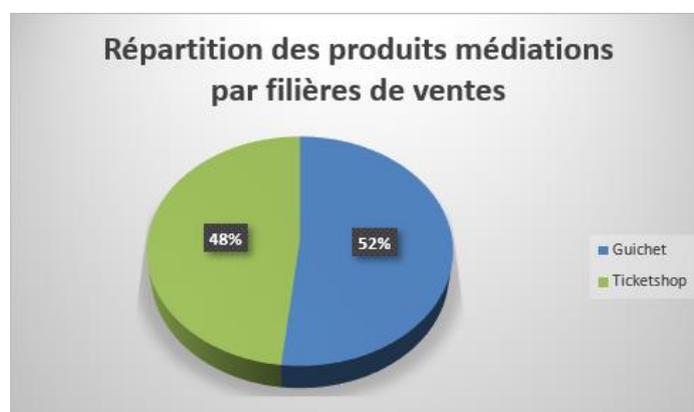
#### Pour l'ensemble des produits individuels

Part des ventes par ticket shop en hausse : 7.1%, en 2023, contre 5% en 2022



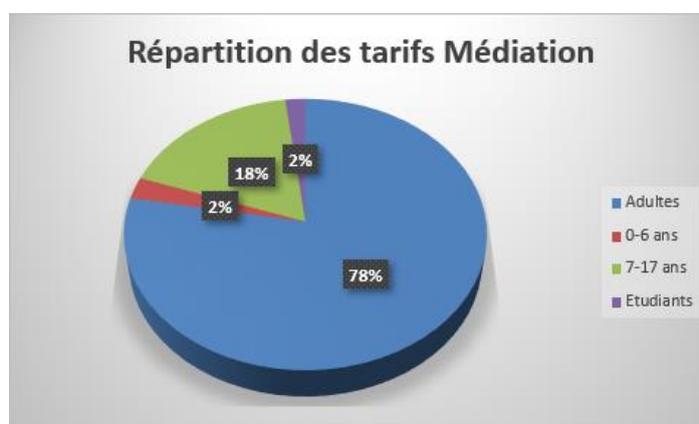
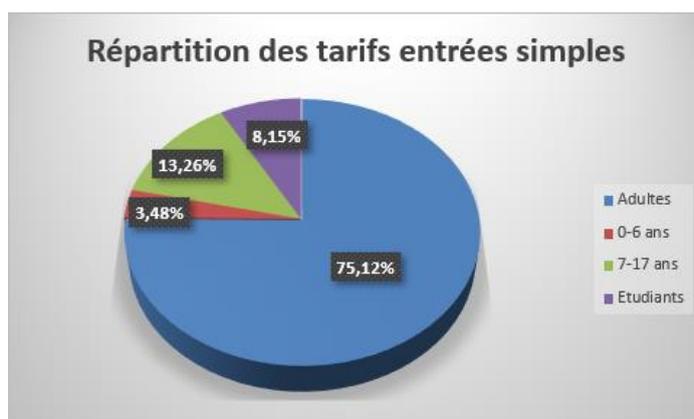
Sur le ticket shop sont vendus : billets musée (plein tarif uniquement), visites guidées (plein tarif, enfant, PSH et accompagnant, adhérents Vénus et Jupiter). Ne sont pas vendus : les pass partenaires, les visio guides.

#### Pour les visites guidées et médiations



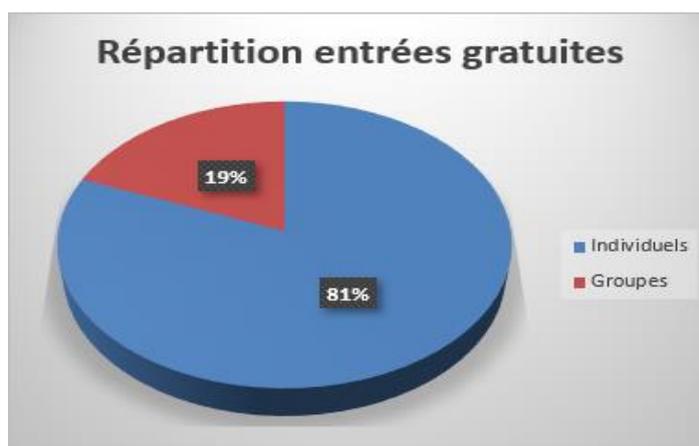
Rappel 2022 : 53%TS/47% guichet

## Répartition des tarifs



## Nombre total d'entrées gratuites

Gratuits 'individuels' + 'groupes' = 35 349 pax soit 28% de la fréquentation totale annuelle 2023.



En 2023 légère augmentation (19%) de la part des groupes dans les gratuits par rapport à 2022 (17%)

## Individuels :

**Total des billets individuels gratuits émis : 10 152 entrées soit 13% du total de tous les billets individuels <sup>4</sup> (11% en 2022)**

- Répartition du total billets gratuits émis :
  - o Enfants gratuits 7-17 ans dans le cadre du billet famille : 1 525 soit 18% des gratuits (en baisse de 3% / 2022)
  - o PSH + accompagnants : 2 206 pax soit 28 %
  - o Enfants 0-6 ans : 2 245 pax soit 26%
  - o Presse 257 pax – ICOM 331 pax – Ministère de la Culture 364 pax – minimas sociaux 126 pax – guides conférenciers 201 pax
  - o Autres gratuités (codes promo, invité de décembre, offres avec spectacle edeis) : 1262 pax (15%)
- **Entrées journées gratuites (1ers dimanches gratuits, journées du patrimoine, vernissages expo, Nuit des musées) : 18 743 personnes soit 15% de la fréquentation totale (individuels + groupes) contre 13% en 2022**

## Groupes

**Total de pax gratuits dans le cadre des groupes : 6 665 pax**

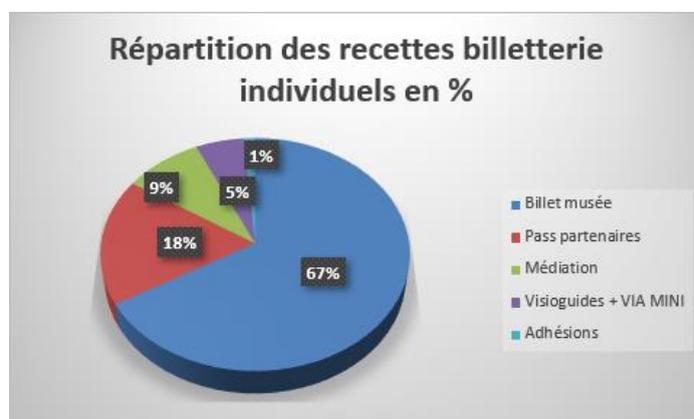
- o 5 592 scolaires gratuits. Sur ce total il y a 4 035 scolaires subventionnés (169 groupes)
  - o → La part des scolaires subventionnés par la ville de Nîmes est de 21% (contre 15% en 2022) donc en forte hausse.
- o Autres gratuités groupes : 1 102 pax : 802 invités + 271 accompagnants groupes loisirs

## Recettes

### Individuels – produits vendus au Musée

**Recette pour la totalité des produits « individuels » vendus au Musée : 488 697.50 € HT** (contre 609 360,31 €HT en 2022 soit -20%).

*A noter : ne comprend pas les recettes des pass vendus par les partenaires (ex. pass romanité, city pass...).*



### Individuels – recette de la refacturation des partenaires

- o CITY PASS : 793 city pass ont été présentés au musée, pour une recette annuelle de 3 460.36 €HT
- o PASS ROMANITE :
  - o **19 353 pass Romanité vendus par EDEIS (en baisse de 7% / 2022)** pour un chiffre d'affaire de 276 790.91 €HT.  
La recette annuelle pour le Musée est de 127 778.18 € HT – à noter que le système de répartition des recettes a changé au 2 mai 2023
- o ABONNEMENT MUSEES DE NIMES : 97 abonnements vendus (en hausse) dont 86 par le Musée de la Romanité soit une recette de 2 645.45 €HT

<sup>4</sup> Hors visioguides

## Groupes

Au total 1 053 groupes accueillis au Musée, soit 28 231 pax.

Chiffre d'affaire généré : 143 988.39 € HT

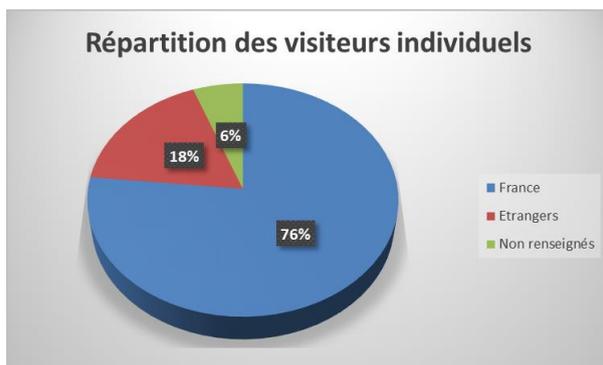
- Loisirs : 267 groupes soit 25% des groupes (en baisse de 3%)
- Scolaires : 786 groupes soit 75% des groupes

## Provenance géographique des publics

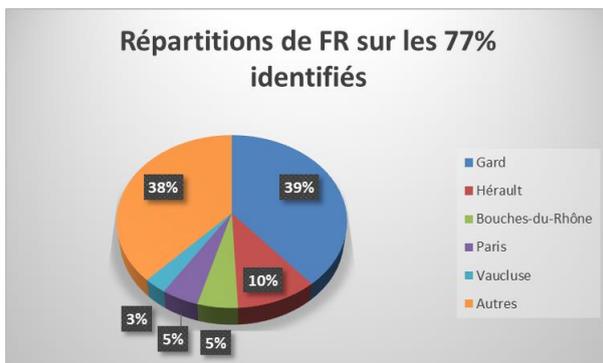
### Individuels

Répartition FRANÇAIS / ETRANGERS

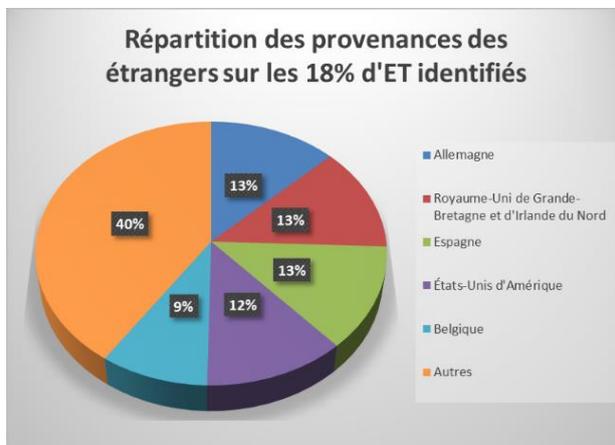
En 2023 : 76 % de visiteurs Français ; 18% étrangers et 6% de non renseignés.



Répartition des provenances par département



Top 5 des provenances étrangères :



## QUALITÉ

L'évaluation qualité porte sur les résultats des enquêtes sur site et sur l'analyse des réclamations.

### Campagne d'évaluation qualité

- **Questionnaire en lien avec l'exposition Dévoiler Nemausus**

Période de l'enquête : 9/12/22 au 5/03/23 (non intégré au CRAC 2022)

- Nombre d'enquêtes réalisées (par équipe surveillance) : 489 = 433 (visite libre) + 56 (visite guidée)
- Focus qualité accueil :
  - Enquête visite libre : 99,8% des visiteurs jugent satisfait à très satisfait de l'accueil des personnels
  - Enquête visite guidée : 100% des visiteurs jugent satisfait à très satisfait de l'accueil des personnels

- **Questionnaire en lien avec l'exposition temporaire Mémoire vive, Oliver Laric**

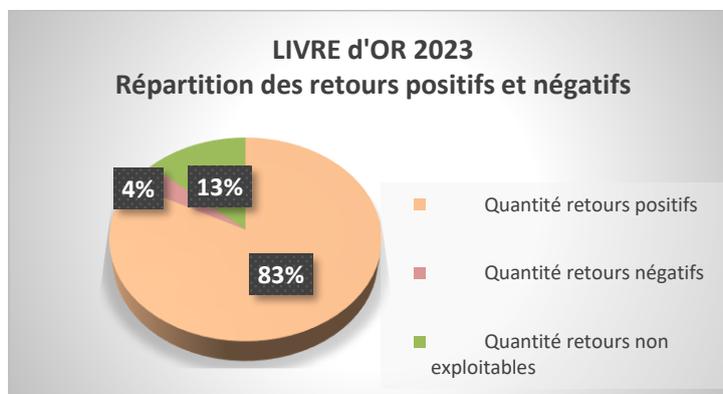
- Nombre d'enquêtes réalisées (par équipe surveillance) : 1 612 = 1 288 (visite libre) + 324 (visite guidée)
- Focus qualité accueil :
  - Enquête visite libre : 100 % des visiteurs jugent satisfait à très satisfait de l'accueil des personnels
  - Enquête visite guidée : 100 % des visiteurs jugent satisfait à très satisfait de l'accueil des personnels

➔ **Les résultats des enquêtes mettent en lumière un maintien du taux de satisfaction excellent.**

### Analyse du livre d'or

Le livre d'or fait l'objet d'un travail d'analyse par un référent dans l'équipe accueil. Sont analysés et comptabilisés les retours positifs comme négatifs et des verbatims en sont extraits.

En 2023 : 1303 retours étudiés.



#### Motifs de satisfaction 972 retours (83%) :

- **1<sup>er</sup> motif : la qualité de l'accueil (équipe accueil et équipe surveillance City one)** : « au top », « aimable », « accueillant », « gentillesse », « prévenant », « super équipe, sympathique », « bravo pour l'accueil »
- **2<sup>nd</sup> motif : le musée du fait de sa scénographie et esthétique** : musée lumineux, beau musée, très intéressant, "scénographie exceptionnelle"+ ses **collections enrichissantes, approche instructive, ludique.**
- **Autres motifs : les visites guidées** « médiation au top »

#### Motifs d'insatisfaction 47 retours (4%) :

- **1<sup>er</sup> motif : difficulté d'orientation** (14)
- Ensuite pas de gros 'blocs' d'insatisfaction.
  - 2<sup>d</sup> motif : **manque d'information** sur les mosaïques dans les collections et dans l'audioguide, manque d'information sur le lexique
  - 3<sup>eme</sup> : **qualité du son de certains multimédias**

## Réclamations :

En 2023 on a enregistré 9 réclamations : 3 relatives à l'information des horaires de fermeture. 3 liés aux codes promo Meyclub (CE), 1 relative à l'accessibilité aux vitrines du 1<sup>er</sup> étage pour les personnes en fauteuil. 1 personne mécontente dans le cadre du rappel au règlement de visite. 1 liée à l'attitude ADPS.

## EQUIPE D'ACCUEIL-VENTE Focus billetterie

### Equipe

- 1 responsable de pôle : Caroline BERTAIL
- 1 poste de cadre, chargé d'exploitation à temps plein en CDI : Benoit BADIOU
- *Partie boutique : 1 poste de responsable boutique à plein temps en CDI : Sarah GILARDENGHI, qui encadre également l'équipe d'accueil vente pour ses missions en boutique*
- Une équipe de chargés d'accueil vente composée de :
  - o 6 ETP en saison basse
  - o Renfort d'1 ETP en avril et mai 2023
  - o Renfort du saisonnier 'long' haute saison d'avril à début novembre 2023
  - o Renfort du saisonnier 'court' très haute saison 12 juillet au 26 août 2023
- 2 départs CDI remplacés
- Un mouvement interne de l'équipe Accueil vers l'équipe Médiation : remplacé
- Mobilisation du marché à bon de commande city one pour optimiser les coûts RH sur des surplus d'activités ponctuels.

### Missions

**Missions standard** : au niveau de la billetterie, l'équipe d'accueil assure les missions d'accueil, d'orientation, de vente, de vestiaire pour les individuels (avec une attention particulière portée sur les jeunes publics d'une part et les personnes fragiles d'autre part) ainsi que l'accueil des groupes.

- Nombre de produits individuels vendus en guichet : 74 496
- Nombre personnes accueillies en guichet dans le cadre de groupes :

Nature du groupe	Nbre de groupes	Nbre de pax
Groupes scolaires	786	19 655
Groupes loisirs	271	8 576
<b>Total</b>	<b>1 057</b>	<b>28 231</b>

**De plus des missions complémentaires sont assurées par chacun des membres de l'équipe :**

- Echange avec les partenaires touristiques locaux de terrain pour assurer la fiabilité de l'information entre sites et permettre la promotion réciproque
- Suivi des stocks de l'ensemble des éditions et matériels distribués aux visiteurs, pour garantir la disponibilité des outils d'aide à la visite
- Etude – analyse du livre d'or par période de programmation
- Renouveler la valorisation et le merchandising de la boutique
- Etc...

## MEDIATION & PROGRAMMATION CULTURELLE

### Missions

Les missions de la SPL en dialogue avec le pôle médiation-conception de la Conservation sont :

- pilote le comité de programmation culturelle.
- conçoit, développe et déploie les contenus et formats de médiations pour les différents publics (hors champs social et PSH).
- élabore, organise et met en œuvre la politique de programmation culturelle du musée de la Romanité en lien avec les collections et les expositions temporaires dont notamment les journées nationales et manifestations locales.

### L'équipe

Composition :

- 6 postes pour 5,8 ETP (1 poste à temps partiel 80% de janvier à juillet et un autre poste à 80% de septembre à décembre)
- 5 guides-conférencier-es médiateurs-trices + 1 guide conférencière médiatrice équipe
- 1 fin de contrat CDD remplacé
- 1 congé maternité remplacé
- 1 fin de contrat CDI remplacé (poste remplaçant du congé maternité prolongé pour remplacer cette fin de contrat)

L'équipe est en charge de :

- La conception des visites guidées (plusieurs cibles : individuels et groupes adultes de différents profils)
- La conception des médiations : visites avec ou sans ateliers, cible famille ou enfants seuls (plusieurs cibles d'âge), ou scolaires (plusieurs cibles de niveaux)
- La conception d'outils d'aide à la visite / supports de médiation (ex. livrets jeu, tote bag, parcours Visio guide)
- L'identification, l'achat des matériels, le suivi des stocks
- Guider les visites, médiations et en faire le bilan
- Accompagner les prestataires dans la création de productions pour le musée
- Accompagner à la création des posts réseaux sociaux : fourniture de contenus et relectures et/ou proposition de textes
- Piloter des projets spécifiques dans le cadre de la programmation ou de projets pédagogiques avec la cible scolaires

Le poste de référente équipe est en charge en plus du périmètre ci-dessus de :

- La planification des ressources de l'équipe médiation (planification annuelle et mensuelle), de l'optimisation des fonctionnements, de l'organisation, et de la coordination transversale des ressources
- Participer à l'identification prospective de la programmation

**Les VISITES GUIDEES cible ADULTES**

Visite guidée	Période	Nombre de créneaux	Nombre de visiteurs	Taux remplissage	CA
Visite découverte des collections	Annuelle	154 (143 en 2022)	<b>2 012</b>	37% (48.53% en 2022)	16 898 €
VG exposition Dévoiler Nemausus	2/01 au 5/03/23 fin de l'exposition tempo	23	479	69% (50.55% sur début d'expo)	4 367€
VG Mémoire Vive, Oliver Laric	21/04 au 31/12/23	111	263	8% (73.79% pour l'exposition Etrusques en 2022)	2 239 €
Antiquité et Art contemporain	De sept à décembre 1x/ mois - prog associée à l'exposition Oliver Laric	4	1	1%	11€
Déeses au-delà du genre	Mars / mois droits des femmes	2	18	36% (46.25% en 2022)	101 €
L'Antiquité au féminin	Mars / mois droits des femmes	3	25	24%	251 €
L'archéo késako (guidage SPL)	JEA juin 23	2	50	<b>125%</b> (contre 12.5% VG JEA 2022)	0 €
Un musée de plein air (guidage Conservation)	JEA juin 23	2	60	<b>100%</b>	0 €
Vestiges médiévaux (guidage INRAP)	JEA juin 23	2	56	<b>93%</b>	0 €
Itinéraire bis : Nîmes gauloise et romaine	Été 2023 (8/07 au 31/08)	55	<b>788</b>	41%	6 150 €
Archéo késako ? Recoller les pots cassés : la céramologie	Nouvelle visite métier 1x/ trimestre débutée rentrée 2023	1	14	<b>70%</b>	109 €
In vino veritas	Semaine du gout	1	13	<b>65%</b>	237€
Histoire d'ordures : du déchet au Musée	Cycle Homo detritus	5	18	10%	289 €
<b>TOTAL</b>					<b>30 652 €HT</b>

**Visites suivies par le plus grand nombre de visiteurs :**

- **1- la Visite découverte des collections** : 2012 pax, mais taux de remplissage en baisse /2022 (avec 37% au lieu de 48.5%)
- **2- Itinéraire bis** : 788 pax (avec un taux de remplissage à 41%)
  - Visite créée pour répondre aux attentes de la cible « grand public estival » (l'exposition temporaire touchant peu ce public) – durée courte 1 heure pour les visiteurs qui « font » Nîmes en une journée + pour être adaptée aux visiteurs avec enfants + visite pour donner les clés pour comprendre le patrimoine de la ville et partir à sa découverte

**Les visites les moins suivies sont les visites guidées en lien avec l'exposition Oliver Laric**

- Visite guidée de l'exposition Mémoire vive : 8% de taux de remplissage contre 73,8% pour la VG d'exposition Etrusques en 2022 (soit une moyenne de 2.4 visiteurs par visite)
- Visite guidée Antiquité et Art contemporain, à 2 voix avec Carré d'Art pour faire le pont avec les 30 ans de Carré d'Art : 4 RDV 1 visiteur
  - Beaucoup d'énergie mobilisée au niveau équipe Accueil et Surveillance pour promouvoir cette visite.
  - Le taux de remplissage fait écho au taux de passage en exposition temporaire

**Au vu du très faible taux de remplissage des visites guidées Mémoire vive plusieurs actions compensatrices ont été menées :**

- Sur l'été :
  - o Adaptation des visites : choix de ne proposer qu'une visite guidée de l'exposition temporaire par jour au lieu de 2 les années précédentes + création de la visite d'itinéraire bis
  - o Création d'une offre tarifaire incitative (pour l'achat d'une visite guidée découverte des collections le matin, la visite guidée de l'exposition temporaire au tarif préférentiel de 3€) sans résultat concluant.

A noter :

- Développement du cycle Homo Detritus (expo dossier INRAP- visite guidée - cycle de conférences et animations pour enrichir les propositions de contenus du Musée en lien avec notre cœur de discipline l'archéologie et donner d'autres axes de visibilité au Musée.

*Le bilan du cycle Homo detritus sera intégré au CRAC 2024 pour une vue complète*

**Les MEDIATIONS cible FAMILLES :**

**Bilan quantitatif**

	<b>Médiation ou animation</b>	<b>Cible</b>	<b>Période</b>	<b>Nombre de créneaux</b>	<b>Nombre de visiteurs</b>	<b>Taux de remplissage</b>	<b>CA</b>
A	Visite atelier Vis ma vie de petit Romain	7-12 ans sans accompagnants	VAC. HIVER 20/02 au 4/03	11	213	97%	1 499 €
B	Visite guidée - L'histoire côté nature	Famille 6-12 ans	VAC PRINTEMPS toutes zones (4 semaines)	21	163	22%	1 069 €
C	Visite Gaulois, Romains : battez-vous !	Famille 6-12 ans	VAC. TOUSSAINT 23/10 au 4/11 AM et PM	26	770	85%	5 261 €
D	Visite Une visite de génie !	Famille 6-12 ans	VAC. NOEL du 27.12 au 6/01	9	181	80%	1358 €
E	La Mythologie racontée aux familles	Famille -6-12 ans	Journée spéciale marché Noël Musée	1	17	49%	131 €
F	Mosaïque des sens	Famille tout petits 3-5 ans	Au fil de l'année	15	173	72%	1 039 €
G1	Dans le jardin des Romains	6-10 ans sans accompagnant	Muséokid année 22-23 - janv à juin 2d mercredi	2	23	58%	163 €
G2	Gaulois, arme-toi !	6-10 ans sans accompagnant	Muséokid année 22-23 - janv à juin -2d mercredi	1	16	80%	116€
G3	Le bestiaire médiéval	6-10 ans sans accompagnant	Muséokid année 22-23 - janv à juin 2d mercredi	2	23	58%	138 €
H1	Bling-bling : le torque gaulois	6-10 ans sans accompagnant	Muséokid année 23-24 - sept à déc. 2d mercredi	2	3	8%	22€
H2	Oyez oyez, chevaliers !	6-10 ans sans accompagnant	Muséokid année 23-24 - sept à déc. 2d mercredi	1	6	30%	37€
H3	Tous en scène !	6-10 ans sans accompagnant	Muséokid année 23-24 - sept à déc. 2d mercredi	1	13	29%	113€
	<b>TOTAL</b>						<b>10 946 €</b>

## Bilan qualitatif

- A. Vacances hiver : visite atelier enfants sans accompagnant « Vis ma vie de petit Romain » une excellente fréquentation avec 97% de taux de remplissage – remplit l'objectif de découverte des collections et sensibilisation des enfants, d'être identifié et de fidéliser le public sur ces vacances**
- B. Vacances printemps : pour la première fois proposition d'une visite sur la totalité des vacances des 3 zones 22% de remplissage - un format à réadapter**
- C. Vacances toussaint : Visite famille 'Gaulois, Romains : battez-vous ! » – Maintient l'excellent accueil réservé aux visites de Toussaint avec satisfaction des familles, la découverte de nouvelles thématiques avec la création de supports originaux, et très beau taux de remplissage (85%)**
- D. Vacances Noel : Visite famille 'une visite de génie' – création attendue d'une visite découverte adaptée pour les familles amusante vivante et immersive pour plonger dans la vie des Romains - rencontre un joli succès 80% de remplissage – RDV vacances de Noel fonctionne**
- E. Les Gouters Muséokids : de janvier à juin, bon taux de remplissage, mais en baisse sur la version 2023-24 entre septembre et décembre 2023**
- F. Tout petits : poursuite du succès pour la VG pour les tout petits de 3-5 ans « mosaïque des sens » (72% taux de remplissage)**

## Nouveauté :

### **Création du « tote bag VIA MINI »**

Création d'un tote bag de visite libre parent / enfants 3-5 ans

#### Objectifs :

- Proposer un outil d'aide à la visite pour un temps partagé parents [grands parents] - enfants" + faire découvrir ce qu'est un musée aux tout petits + montrer qu'un musée est un lieu accueillant, vivant, riche d'expériences (souvenir agréable et l'envie de revenir / enfant acteur de sa visite / sensibiliser les enfants aux œuvres et à l'histoire + le parent est 'guidé' pour accompagner mon (petit) enfant dans la découverte dans un musée
- Continuer le développement du public cible tout petit avec parent - Être identifiés comme un Musée de référence sur cette cible 3-5 ans
- Fidéliser un public 'à la source'
- Mieux connaître ce public : qui il est, ses attentes, ses pratiques pour continuer à adapter notre offre.

### **Résultat positif : 292 ventes**

#### Retour qualité (enquête réalisée en phase de test) :

- **Les fiches explicatives sont jugées adaptée ou tout à fait adaptées pour 88 à 96% selon les étapes**
- **96% des parents se sont amusés avec leur enfant,**
- **92% des parents recommanderaient le parcours tote bag à un ami**
- Excellents retours visiteurs sur cet outil pédagogique pour découvrir le Musée en autonomie parent enfant 3-5 ans avec parcours adapté et ludique

## Animations

Formats de médiation spécifique pour le public occasionnel d'été : lampe à huile  
Médiation 'lampe à huile' déployée sur la période estivale pour toucher le public occasionnel et envoyer le message que le musée s'adresse aussi à lui et lui donner envie de revenir en tenant compte de ses attentes.

- Une fois par semaine en libre accès – cible public occasionnel et grand public en général enfants et adultes -
- Nombre de visiteurs estimés reçus sur les 8 lundis d'atelier : 340 pax – Retours très positifs des publics participants

Chasse aux œufs des petits poussins pour le week-end de Pâques :  
450 visiteurs sur la journée, la moitié le matin pour le parcours petits poussins

## Groupes adultes guidés

**142 groupes adultes ont été reçus en visites guidées pour 3 101 pax (dont 13 visites et 432 pax en privatisations des collections)**

En plus des visites des collections et d'exposition temporaire, ainsi que des visites thématiques.  
Toujours 2 visites expérientielles spécifiques pour cette cible + plusieurs formats de visites flash pour les privatisations des collections

## Programmation événementielle

### Evènements nationaux

#### Objectifs :

- Dans le cadre d'évènements nationaux ou régionaux, attirer et accueillir des publics variés pour faire découvrir, partager, transmettre des contenus pédagogiques et scientifiques et ainsi, sensibiliser au patrimoine.
- Être un acteur clé de la dynamique du territoire pour faire vivre et valoriser le patrimoine culturel et archéologique.

13 mai : <b>Nuit des Musées</b>	Une nuit des Musées magique ! – 2 illusionnistes dans les collections pour proposer du close up, mentalisme et magie numérique + restitution du projet pédagogique la classe l'œuvre autour de la céramique avec élèves de 2 écoles primaire et l'IME la Cigale <b>Enfants médiateurs de la soirée et familles mobilisées pour restitution de qualité</b>	<b>2 183 pax - meilleure fréquentation atteinte en Nuit des Musées depuis l'ouverture</b>
18-19 juin : <b>Journées européennes de l'archéologie</b>	Partenariat avec l'INRAP - 2 ateliers INRAP en continu (archéo préventive et topographie) + 1 atelier Archéo Kesako 3 visites guidées spéciales JEA (cf. CH.4.3.1 visites adultes)	<b>Faible fréquentation sur le WE 577 pax mais succès des visites guidées toutes remplies</b>
16-17 septembre : <b>Journées européennes du patrimoine – thème Patrimoine du Sport</b>	4 ateliers démonstration : pugilat / cirque romain / saut en longueur avec altères / matériel sportif Atelier enfants céramique « athlètes à la pointe ... sèche : dessiner les sportifs de l'antiquité » Conférence Des jeux du cirque romains au football contemporain : 32 pax	<b>4043 pax bonne fréquentation</b> Ateliers très peu fréquentés – animations et conférence avec fréquentation correcte
6-7-8/05 <b>Journées romaines de Nîmes – thème Guerre des Gaules</b>	5 ateliers démonstration autour des Gaulois : pratiques culinaires gauloises, tissage, hygiène et soins du corps, architecture et menuiserie 1 atelier démonstration sur les stratégies et pratiques militaires romaines Les récits de la Guerre des Gaules par Chantres et Chroniqueurs pour revivre les dernières batailles avec les maquettes des sites et les tactiques Projection du film de reconstitution historique 'le Pacte gaulois' avec le réalisateur (172 pax) <b>Programmation scientifique pédagogique et ludique solide en écho au thème pour apporter un éclairage vivant ludique et de grande qualité</b>	Fréquentation du Musée : 2968 pax Fréquentation des animations : 3010 pax <b>Excellente fréquentation et grande satisfaction des publics</b> <b>Total : 5978 pax</b>
<b>TOTAL</b>		<b>12 781 visiteurs</b>

## L'ancrage comme lieu de rayonnement culturel

### Objectifs :

- Développer une programmation culturelle autonome ou en partenariat avec des acteurs culturels du territoire de très haute qualité.
- Offrir une nouvelle expérience des collections et découvrir des objets du musée au travers de regards artistiques différents, faire entrer dans nos espaces des publics nouveaux et amener nos publics à découvrir le musée autrement à travers de nouvelles disciplines.
- Chaque fois que possible faire résonner l'archéologie et les collections avec des enjeux contemporains

En partenariat avec	Évènements	Résultat
Le Théâtre de Nîmes	15/01 - <b>Festival Flamenco</b> <b>Accueil dans les collections du spectacle de danse « Flamenka in situe »</b> pour une cible famille	<b>Belle représentation, un public conquis, un public nouveau celui de la danse et du flamenco</b>  <b>Très belle fréquentation : 120 pax</b>
Le Théâtre de Nîmes et le Conservatoire	19/03 - <b>Performance publique l'Enéide</b> avec les élèves acteurs danseurs du Conservatoire sous la direction de Emma Morin	<b>Redécouverte du texte de la tragédie de Didon au cœur des collections</b>  <b>80 pax</b>
Conservatoire à rayonnement départemental	24-25/11 et 1/12 <b>Concert spectacle la Nuit d'un Faune inspiré des collections permanentes et de l'œuvre d'O. Laric</b>	cf. bilan exposition Laric CH. 4.5.2 <b>Une très belle création artistique originale, poétique</b> <b>256 participants sur 270</b>
L'association les Volques	10/12 - <b>Concert Divertimento de MOZART</b>	Beau concert mais 42 pax – faible fréquentation
La SMAC Paloma et l'association Musight	<b>Nocturne « MUSEE PART EN LIVE » concerts évènements exceptionnels pour les 5 ans du Musée</b> avec silent party du groupe électro pop Omoh et concert du grand ensemble Filos sur le roof top	Expérience immersive inédite exceptionnelle avec la silent party - visiteurs surpris, portés par la musique et ont profité et des concerts et des collections <b>598 ventes</b> <b>Gratuité a malheureusement entraîné une part importante de no show</b>
Da Storm	<b>28/10 – Festival tout simplement hip hop – la Verve et le Verbe : visite événement originale un guide, un rappeur et un avocat pénaliste sur le thème de l'éloquence + concert et démo de hip hop sur le rooftop</b>	<b>Encore une expérience originale des collections proposée aux visiteurs dans le cadre du TSHH avec le Rappeur Cheeko et l'avocat pénaliste Rémi Porte Grégoire en guide</b> , accompagnés de 2 poulains, 1 étudiant en droit de Unîmes et le rappeur gagnant de la bourse jeunes talents de la ville Puis convivialité du concert et démo sur le toit <b>Estimatif : 80 pax</b>
TOTAL		<b>1 176 visiteurs participants aux évènements</b>

Installer une offre de spectacle lyrique d'excellence et articulée avec l'ADN du Musée : l'Antiquité Pour sa seconde date Apér'Opéra joue à guichet fermé :

- Partant du constat qu'il existe un public de l'Opéra sur Nîmes mais pas d'offre lyrique, et souhaitant poursuivre la démarche de donner accès à un large public à la culture. Création du concept de Apér'Opéra avec le ténor international Carlos Natale. 1h20 d'extraits d'opéra en lien avec l'Antiquité commentés sur 10mn au global pour un éclairage historique et artistique, suivi d'un moment convivial d'apéro au cours duquel le public rencontre les artistes et découvre un vin AOP des Costières.
- 180 pax
- Un public enchanté
- CA 2 556 € HT

#### **L'après midi du Faune – cf. bilan exposition mémoire vive**

- 256 pax
- CA 1699 €HT

#### **Le Cycle sorcières tout au long du mois de mars : poursuite du questionnement sur les places des femmes dans nos sociétés au cours de l'Histoire à travers la figure de la sorcière (163 pax)**

- Conférence « Comment Circé est devenue magicienne ? Femmes et rituels dans l'Antiquité gréco-romaine » – Cléo Carastro (EHES) : 21 pax
- Conférence : la figure de la sorcière dans l'art : de la fiancée de Satan à l'icône féministe une autre histoire des femmes en Occident – Alix Paré (historienne de l'art) : 80 pax
- Animation familles « Sorcières et chats noirs dans l'histoire de l'art » - Alix Paré (historienne de l'art) : 46 pax
- Lecture contée 3-5 ans 'Raconte-moi les sorcières' 16 enfants

### **EXPOSITIONS et PROGRAMMATION ASSOCIEE**

#### **Dévoiler Nemausus, Jean-Claude Golvin un architecte et des archéologues**

**Durée :** du 8/12/2022 au 5/03/23

**Fréquentation de l'exposition temporaire : 12 825 visiteurs, 65% des visiteurs du Musée sur la période (19 732 pax)**

**Enquête satisfaction visite libre montre un très bon niveau de satisfaction**

#### **En visite guidée**

**Quantitatif : 1 016 visiteurs ont participé à une visite guidée de l'exposition temporaire**

#### **Enquête qualitative montre un excellent niveau de satisfaction**

##### **Programmation associée :**

- Conférence inaugurale par Jean-Claude Golvin : 55 pax
- Conférence Richard Pellé et Marc Celié « l'archéologie au service des Arènes de Nîmes : de l'étude à la restitution » (carte blanche à l'INRAP) : 81 pax
- Rendez-vous exceptionnel Masterclass de dessin d'architecture en perspective par Jean Claude Golvin : 36 pax inscrits 29 présents –grande satisfaction des participants

Soit un total de 165 participants – fréquentation correcte

#### **Exposition et Programme Mémoire vive, Oliver Laric**

**Durée :** du 21/04/2023 au 31/12/2023

**Fréquentation de l'exposition temporaire : 24 357 soit 30.5% des visiteurs du Musée (79 753 pax sur la période)**

**Positionnement :** à l'occasion des 30 ans de Carré d'Art le Musée de la Romanité accueille le travail de Oliver Laric et explore le lien entre l'Antiquité et le monde actuel, pour mettre en valeur ses collections archéologiques et s'inscrire dans une démarche artistique contemporaine liée au digital.

#### **Création d'un outil d'aide à la visite cible tout public**

- Objectif : donner à comprendre le lien entre l'œuvre de Oliver Laric et l'Antiquité en mettant en perspective les thèmes chères à Oliver Laric dans ces 2 contextes : la copie, la sculpture, l'hybridité,
- 22.2% des visiteurs de l'exposition ont utilisé le livret d'aide à la visite qui a été jugé à 92.7% comme satisfaisant à très satisfaisant

### Visite guidée de l'exposition temporaire :

Quantitatif : très faible

- 111 visiteurs individuels
- 212 visiteurs en groupes loisirs
- 602 élèves accueillis en visites guidées scolaires

Qualitatif :

\* Les scolaires accueillis en visite guidée ont été un public particulièrement intéressé et sensible aux thèmes traités par Oliver Laric

\* Enquête qualitative 'individuels' : la faible part des visiteurs concernée a un excellent taux de satisfaction global

- **Création d'une visite spécifique « Questionnez-vous, questionnez-nous : Antiquité et Art contemporain »** à 2 voix guide Musée de la Romanité et guide du Carré d'Art musée d'art contemporain pour faire écho à la thématique de l'exposition et mettre à l'honneur le Carré d'Art dans le cadre des 30 ans. 4 occurrences proposées : 1 seul visiteur !

### Spectacle concert « La Nuit d'un Faune » en partenariat avec le Conservatoire à rayonnement territorial : création par un collectif d'enseignants artistes inspirés par les collections du Musée et l'œuvre de Oliver Laric :

- **3 dates de concert - 256 participants – 95% de taux de remplissage**
- Une très belle création artistique originale, poétique, mêlant musique théâtre et danse à la suite de Echo et Narcisse – 2 étapes en exposition temporaire Mémoire vive avec une création originale dédiée 'Métamorphoses' de Gary Yershon
- **Un public conquis**
- CA 1 699,34 €HT

### Conférences : très faible fréquentation avec un total de 42 pax accueillis :

- Conférence inaugurale par Oliver LARIC : 30 pax
- Conférence de Cécile Carrier (10/10/23) 12 pax

## LE PUBLIC SCOLAIRE

### Quantitatif : 492 groupes scolaires accueillis en visite guidée avec ou sans atelier soit 12 305 pax

### Qualitativement : au printemps 2023, évaluation de nos propositions pour ajustement de l'offre scolaire pour l'année 2022-23 :

- Evaluation des nouvelles visites
  - 11 visites-ateliers proposées
  - Les 3 visites Cycle 1
    - répondent à l'attente des enseignants de 1er cycle qui ont peu d'offre pour ces âges
    - 100% des enseignants jugent les visites pertinentes et adaptées à très pertinentes et adaptées (66.7% TS)
  - Visite Mosaïques : c'est la plus demandée (1/4 des visites sur l'année scolaire 2022-23)
- Evolutions :
  - Suppression de la visite atelier Guerrier gaulois (7 réservations 1,7% du total – et des éléments peuvent être intégrés à sur les traces des Gaulois)
  - Création d'une visite atelier sur l'archéologie
  - Ajustement des ateliers avec meilleur rendu tout en restant adaptés aux âges pour la visite Influence romaine

### Les projets pédagogiques :

- « Esprit critique » - 2nde Lycée Philippe Lamour, avec Marion
  - Objectif : Développer le sens critique, déconstruire des croyances, découverte démarche scientifique historique, échanger avec des personnes ressources scientifiques (Novella Lapini et Paolo Santoni) création d'une courte vidéo en guise de restitution
  - Résultat : restitution juste et nuancée des connaissances acquises et mise en perspective des préjugés VERSUS réalités des places des femmes - adhésion au projet : intérêt, enthousiasme et fierté / vidéo originale, comique

- « La céramique grecque » - 3ème hellénistes, collège Feuchères, avec Léa
  - o Objectif : découverte des généralités de la céramique grecque (techniques, formes et décors), mise en valeur des collections du Legs
  - o Résultat : Fort intérêt de la part des élèves, participation active lors de la VG. Satisfaction enseignante ravie
- « Raconte-moi hier » Ecole Langevin (CM1), école Eau Bouillie (CE2-CM1), IME La Cigale. Dispositif la classe, l'œuvre sur la céramique avec Marion
  - o Objectif : rencontre avec le Patrimoine via visite, un artiste. Rendre l'enfant acteur/ médiateur pour restitution du projet lors de la Nuit des Musées
  - o Résultat : participation élevée et fierté des familles, implication de la céramiste, les enfants ont été de véritables médiateurs des connaissances découvertes au travers de différents formats de médiations (devant les adultes, QR codes)

**Par ailleurs 294 groupes scolaires en visite libre ont été accueillis au Musée soit 7 350 pax**

## SURVEILLANCE, ACCUEIL ET ORIENTATION DANS LES COLLECTIONS

Seconde année de prestation du marché démarré au 2/06/2022 et à échéance au 31/12/2022 : « Accueil, qualité, information, orientation des publics au sein des espaces accueillant des œuvres au Musée de la Romanité »

Le marché se compose d'une partie forfaitaire et d'une partie à bons de commande, un BPU relatif aux prestations unitaires à bon de commande et un BPU relatif aux prestations exposition temporaire à bons de commande.

- **Le montant annuel de la DPGF est de 458 049,14 € HT.**
- **Bons de commande : en 2023, 43 demandes pour un montant total de 72 782 € HT**
  - o Bons de commande de prestations unitaire accueil surveillance et/ou renforts vestiaire : 5 393 € HT
  - o Bons de commande prestation de surveillance exposition temporaire (JC Golvin + Mémoire vive) : 67 389 € HT
    - Dévoiler Nemausus : 2 surveillants
    - Mémoire vive, Oliver Laric avec 2 surveillants – surveillance réajustée après les vacances d'été à 1 surveillant hors vacances et WE du fait de la très faible fréquentation

*A NOTER : ajustement des moyens au besoin permet une économie de 15 000€ HT*

### Equipe

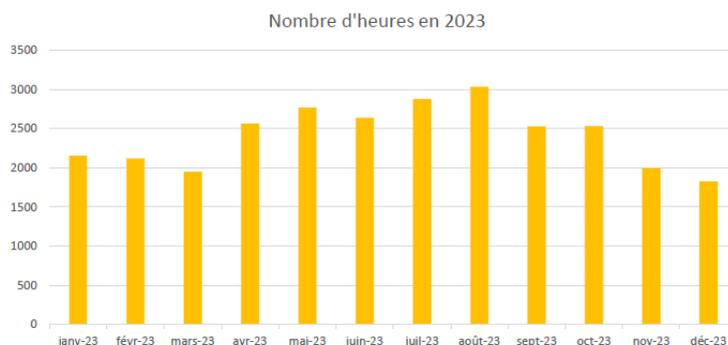
Sur la partie forfaitaire 8 agents de surveillance et une cheffe d'équipe interviennent durant les heures d'ouverture du Musée

L'équipe est composée de :

- **13 agents titulaires**
- **1 cheffe d'équipe Patricia NEVEJEANS et 4 référents adjoints**
- **Un total de 28 978.19 heures réalisées en 2023**

Saison Détail du nombre d'ETP par mois :

MOIS	NBRE HEURES PRESTEES	EQUIVALENT TEMPS PLEIN
Janvier 2023	2155,60	14,22
Février 2023	2122,58	13,99
Mars 2023	1947,49	12,84
Avril 2023	2563,99	16,90
Mai 2023	2770,50	18,26
Juin 2023	2640,34	17,40
Juillet 2023	2878,17	18,97
Aout 2023	3036,30	20,01
Septembre 2023	2531,02	16,68
Octobre 2023	2534,10	16,70
Novembre 2023	1996,85	13,16
Décembre 2023	1826	12,39



**Clause d'insertion** - Objectif des heures annuelles d'insertion de 2157 heures sur 12 mois soit 43.84% d'heures en plus que l'objectif de 1500 heures

Formations de l'équipe par City one : Confort et bien-être au travail - Gestion des conflits.

### Bilan d'activité

#### Missions réalisées et qualité de la prestation

Ce marché constitue le plus lourd poste budgétaire du périmètre exploitation programmation. Il fait l'objet d'un pilotage attentif pour garantir le suivi de la qualité des prestations d'accueil surveillance, fondamentale dans le parcours visiteur et l'image du Musée d'une part mais aussi la sécurité des œuvres en cohérence avec le règlement de visite d'autre part.

**La qualité de la prestation reste au même niveau que précédemment : excellente.**

En 2022 un marché de prestation d'Agents De Prévention et Sécurité (ADPS), (accord-cadre mono attributaire sans montant minimum ni montant maximum) a été passé pour une durée de 1 an renouvelable 3 fois. Le titulaire est la société KSW.

Ce marché est composé d'une partie forfaitaire et d'une partie à bons de commande sur le périmètre des missions confiées : La surveillance des entrées et sorties, contrôle visuel des colis, sacs et autres fournitures, la palpation, la gestion des flux, la surveillance en statique ou en rondes de sûreté de tous les espaces publics pouvant être occupés, intérieurs et extérieurs du bâtiment, le comptage décomptage des visiteurs.

- **Nombres d'heures réalisées : 781h**
  - o Forfaitaire : 679h
  - o Bon de commande : 102.5h
- **Total en € HT : 14 034€ HT**
  - o Forfaitaire : 11 406 € HT
  - o Bon de commande : 2 628€ HT

Les prestations à bon de commande ont été demandées pour les prestations en soirées de privatisations, de renfort vigilance pendant la période de fériá (vendredi et lundi).

La qualité accueil des ADPS reste toujours positive, aucune réclamation en 2023.

**ANNEXE 1- Produits billetterie "individuels" 2023**

<b>Produits billetterie "individuels" 2023</b>	<b>Nombre de produits</b>	<b>Répartition en %</b>
Billet musée	55 222	69,53%
Visio guide	10 050	12,65%
Pass Romanité	7 050	8,88%
VIF	2 071	2,61%
Visite guidée - Itinéraire bis : Nîmes gauloise et romaine	788	0,99%
Visite famille - Gaulois, Romains : battez-vous !	770	0,97%
Le musée part en live !	598	0,75%
Visite guidée - Dévoiler Nemausus	479	0,60%
Via Mini, le musée des tout-petits	292	0,37%
Visite guidée - Mémoire vive. Oliver Laric	263	0,33%
Concert/spectacle : L'après midi du Faune	256	0,32%
Visite guidée - Vis ma vie de petit Romain	213	0,27%
Visite promenade - Mosaïque des sens	192	0,24%
Visite famille - Une visite de génie !	181	0,23%
Apér'Opéra	172	0,22%
Visite guidée - L'histoire côté nature	163	0,21%
Abonnement Musées de Nîmes	96	0,12%
Visite guidée - Un musée de plein air	60	0,08%
Visite guidée - La verve et le verbe	59	0,07%
Visite guidée - Vestiges médiévaux	56	0,07%
Visite guidée - L'archéo késako	50	0,06%
Flamenka in situ	39	0,05%
Laissez-passer Jupiter (solo)	39	0,05%
Laissez-passer Venus (duo)	37	0,05%
Masterclass de dessin d'architecture en perspective	35	0,04%
Visite guidée - Histoires d'ordures : du déchet au musée	32	0,04%
Visite guidée - L'Antiquité au féminin	25	0,03%
Le bestiaire médiéval	23	0,03%
Visite guidée - Déesses : au-delà du genre	18	0,02%
Visite famille - la Mythologie racontée aux familles	17	0,02%
Archéo késako ? Recoller les pots cassés : la céramologie	16	0,02%
Gaulois, arme-toi !	16	0,02%
Visite atelier - Tous en scène !	16	0,02%
Visite dégustation - In vino veritas	13	0,02%
Visite guidée - Les petits gourmets	7	0,01%
Visite atelier - Oyez oyez, chevaliers !	6	0,01%
Visite atelier - Bling-bling : le torque gaulois	3	0,00%
Visite guidée - Antiquité et Art contemporain	1	0,00%
<b>Total</b>	<b>79 424</b>	

## PÔLE LIBRAIRIE BOUTIQUE

La librairie boutique s'adresse à toutes les typologies de publics : grand public et scientifiques, touristes français et étrangers. Elle est aussi le lieu incontournable pour la clientèle Nimoise.

La librairie-boutique est ouverte au public pendant les heures d'ouverture du musée de la Romanité.

Les produits proposés à la vente valorisent son architecture, ses collections permanentes et temporaires, ses ateliers et animations, et plus généralement la civilisation romaine.

Les principales familles de produits sont : la librairie, les bijoux, jeux, papeterie, médailles, reproductions, textile, cartes postales et gadgets.

Le personnel vente boutique est polyvalent avec l'accueil billetterie, il est coordonné par une responsable dédiée, Sarah GILARDENGI.

### Un espace réaménagé

Des travaux de réaménagement de l'espace boutique effectuée du 06 au 30/11 pour réouverture le 1<sup>er</sup> décembre ont permis de gagner 30% de linéaire supplémentaire et de générer plus de passage : +8% de chiffre d'affaires pour le mois de décembre 2023.

Les améliorations ont concerné les points suivants :

- Orientation des flux avec signalétique rétroéclairée + écran avec vidéo produits +stickage entrée boutique depuis portiques de sortie des collections
- Mise en place de fonds vitrines pour mettre en valeur les articles
- Intégration vitrines bijoux éclairées focus sur les objets
- Création module textile avec étagères et pics modulables + espaces rangement de stock
- Réaménagement espace avec création de niches pour exposer les reproductions
- Réalisation d'un corner pour exposition affiches (à finaliser)
- Banque d'accueil plus ergonomique avec espace pour paquets cadeaux
- Ilots à roulettes plus pratiques pour mise en avant de nouvelles gammes
- Mise en place d'un rideau occultant niveau étagères de la montée d'escalier (à finaliser)

### BUDGET ACHAT PREVISIONNEL

Le budget prévisionnel achat boutique 2023 a été fixé initialement par la Direction à 185 000 €, pour un objectif de chiffre d'affaires de 305 000€.

À la suite des résultats du premier semestre, le budget achat prévisionnel a été revu à la baisse à hauteur de 135 000€ HT pour un CA prévisionnel évolué à 205 000€ HT afin de maintenir les taux de marge.

Le montant prévisionnel des achats a été respecté grâce à une gestion de stock attentive, mais aussi grâce à l'application d'une stratégie de mise en concurrence des fournisseurs et de négociation poussée. Finalement, le montant réel des achats a atteint **137 330€ en 2023**, en incluant les dépôts-vente et l'achat de fournitures supplémentaires nécessaire à l'aménagement de la nouvelle boutique.

### RESULTATS ET RECETTES

#### Recettes VS N-1 (-28%)

**Chiffre d'Affaires** : 205 798,58 € HT soit -28% vs N-1

**Nombre de ventes**: 12 127 soit -23% vs N-1

**Panier Moyen** : 17 € HT soit - 7 % vs N-1

**Quantités produits vendu** : 25 195 soit -24 % vs N-1

**Marge** : 89 012,91 € soit -26 % vs N-1

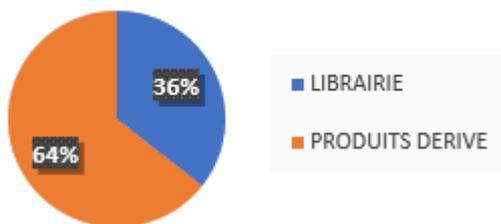
**Meilleur CA sur l'année 2023** : = août 30 649,89€ HT

**Meilleur rapport CA réalisé vs N-1** : Janvier = + 24% vs N-1

**Meilleur PM sur l'année 2023** : Décembre =22,15€

MOIS	2023	2022	COMP	COMP	2023	2022	COMP	COMP	2023	2022	COMP	COMP
	CA HT	CA HT	Différence HT	%	NBR ventes	NBR ventes	Différence	%	PM HT	PM HT	%	%
JANVIER	8 650,16 €	6 984,99 €	1 665,17 €	23,84%	478	411	67	16,30%	18,10 €	17,00 €	1,10 €	6,48%
FEVRIER	15 545,70 €	14 362,89 €	1 182,81 €	8,24%	942	821	121	14,74%	16,50 €	17,49 €	-0,99 €	-5,67%
MARS	13 882,34 €	13 530,00 €	352,34 €	2,60%	891	816	75	9,19%	15,58 €	16,58 €	-1,00 €	-6,03%
AVRIL	22 474,20 €	28 159,76 €	-5 685,56 €	-20,19%	1366	1645	-279	-16,96%	16,45 €	17,12 €	-0,67 €	-3,89%
MAI	26 478,53 €	32 433,43 €	-5 954,90 €	-18,36%	1628	1851	-223	-12,05%	16,26 €	17,52 €	-1,26 €	-7,18%
JUIN	15 981,25 €	25 466,86 €	-9 485,61 €	-37,25%	1090	1323	-233	-17,61%	14,66 €	19,25 €	-4,59 €	-23,83%
JULIET	23 308,67 €	41 163,74 €	-17 855,07 €	-43,38%	1290	1979	-689	-34,82%	18,07 €	20,80 €	-2,73 €	-13,13%
AOÛT	30 649,89 €	49 789,72 €	-19 139,83 €	-38,44%	1624	2545	-921	-36,19%	18,87 €	19,56 €	-0,69 €	-3,53%
SEPTEMBRE	12 208,51 €	22 225,71 €	-10 017,20 €	-45,07%	775	1325	-550	-41,51%	15,75 €	16,77 €	-1,02 €	-6,09%
OCTOBRE	16 177,82 €	26 228,14 €	-10 050,32 €	-38,32%	984	1582	-598	-37,80%	16,44 €	16,58 €	-0,14 €	-0,83%
NOVEMBRE	5 974,57 €	10 963,12 €	-4 988,55 €	-45,50%	406	632	-226	-35,76%	14,72 €	17,35 €	-2,63 €	-15,17%
DECEMBRE	14 466,94 €	13 345,88 €	1 121,06 €	8,40%	653	743	-90	-12,11%	22,15 €	17,96 €	4,19 €	23,34%
TOTAL	205 798,58 €	284 654,24 €	-78 855,66 €	-27,70%	12127	15673	-3546	-22,62%	16,97 €	18,16 €	-1,19 €	-6,56%

## Mnt net des ventes (HT)



Famille boutique	Mnt net des ventes (HT)
LIBRAIRIE	73 395,86€
PRODUITS DERIVES	132 465,72€

### Analyse :

Après un premier trimestre positif, l'année 2023 a été particulièrement compliquée avec une baisse de CA de 28% vs N-1, contre une baisse de fréquentation de seulement 9%. L'impact de la baisse du pouvoir d'achat s'est clairement fait ressentir.

Le merchandising autour de l'exposition « Mémoire vive, Oliver Laric » n'a pas connu le succès espéré : uniquement 44% du montant du stock a été vendu, malgré plusieurs opérations de promotion et baisse des prix. Le catalogue d'exposition a été disponible uniquement au mois d'Octobre et seulement 11 exemplaires ont été vendus !

Les travaux boutique du mois de novembre ont également impacté le chiffre d'affaires. En effet pendant la période des travaux, un coin boutique éphémère a été installé dans le Hall du Musée, avec une sélection réduite des produits et cela a engendré une perte de 45,50% du CA vs N-1.

La nouvelle boutique a pu rouvrir dans le timing prévu au 1<sup>er</sup> décembre pour le lancement de Noël.

**Nous pouvons constater pour le mois de Décembre une hausse du CA de 8% et du panier moyen de 23% vs N-1, due certainement au nouvel aménagement boutique,** ainsi que au développement de nouveaux produits.

Par ailleurs le nouveau mobilier a permis de mettre en valeur certains articles de gammes tarifaires supérieures. La nouvelle vitrine bijoux éclairée à l'entrée de la boutique très attractive a contribué également à la hausse du CA et du PM. Le module textile avec des nouveaux produits comme les étoiles Col Nem a aussi eu un effet positif.

La signalétique et le nouvel écran ont également eu un impact, car les visiteurs se dirigent plus spontanément vers la boutique à la sortie des collections et en descendent du rooftop ; certains visiteurs ont expressément fait la demande de produits vu sur l'écran.

**Nous avons en décembre le plus haut taux de conversion de l'année : 11%**

**Le montant de dépense par visiteur est aussi à la hausse de 13% vs N-1.**

**Les retours clients ont également été très positifs à ce sujet** : les points suivants ont été constatés :

- Plus de choix de produits et meilleur agencement
- Gammes diversifiées et qualité des produits
- Meilleur éclairage à l'entrée de la boutique

## MERCHANDISING

### LIBRAIRIE

Le marché sous forme d'accord cadre avec la société LO DIFFUSION en vigueur depuis le 19/03/2021 est encore en cours jusqu'au 10/05/2024.

Néanmoins, comme prévu par la clause de non-exclusivité du marché et afin d'enrichir et de renouveler la liste des titres proposées, nous avons fait appel à des nouvelles maisons d'Editions, en achat ferme. Il s'agit des maisons d'éditions suivantes :

- ✓ Editions Lannoo
- ✓ Editions Memoring
- ✓ Editions Passage
- ✓ Editions de la Vendémiaire

### Conventions dépôt vente librairie boutique

Une nouvelle convention de dépôt vente a été stipulée avec la Ville pour la vente du catalogue d'exposition « Mémoire vive, Oliver Laric ».

Par ailleurs les conventions de dépôt vente suivantes sont toujours en cours en 2023 :

- ✓ Convention de dépôt vente avec la Ville de Nîmes pour le catalogue de l'exposition « L'Empereur romain, un mortel parmi les dieux » et pour l'ouvrage la « Maison Carrée de Nîmes »
- ✓ Convention de dépôt vente avec les Editions Alcide
- ✓ Convention de dépôt vente avec les Editions Ysec

## ANIMATIONS – COMMUNICATION

Diverses animations ont été organisées par la librairie boutique :

- ✓ **Dimanche 16 avril 2023 : XIII édition du Forum du livre Péplum.**  
Intitulé « A Rome fais comme les Romains » en partenariat avec l'association Carpe Feuch et les librairies SILOË Biblica et Pop-Up.  
Cycle de conférences et séances de dédicaces par des historiens spécialistes de l'antiquité.
- ✓ **Samedi 06-Dimanche 07 et lundi 08 mai 2023 : 1<sup>ère</sup> participation avec un stand sur le marché antique des Journées Romaines.**  
Première expérience très positive qui sera renouvelé en 2024.  
**CA des 3 jours : 3 312€ HT**
- ✓ **Vendredi 08-Samedi 09 décembre 2023** dans le cadre de l'animation Noël au Musée :  
Inauguration de la nouvelle boutique et ateliers d'animations dans le Hall du Musée en collaboration avec les prestataires : Atelier Acta, Taberna Anticae Arelatensis, Editions Alcide, Editions Athépaj.  
En étroite collaboration avec le service communication.  
Présence d'un stand boutique au sein du « village des créateurs » dans la rue romaine avec personnalisation et vente de décorations de Noël petit légionnaires + vente jeux de société.  
**CA boutique des 2 jours d'animation Noël : 1 334,90€ HT**

Une stratégie de communication spécifique a été mise en œuvre avec le service communication pour mise en avant de la nouvelle boutique et une sélection d'idées cadeaux :

- Posts RS + stories + vidéo Instagram bimensuels avec la participation des membres de l'équipe accueil-vente
- Mise à jour de la présentation de la boutique sur le site internet
- Articles dédiés aux produits jeunesse sur le site internet
- Jeux concours avec lots produits boutique à gagner
- Réalisation d'une vidéo avec la sélection boutique Noël sur le nouvel écran entrée boutique

## SERVICE REGIE GENERALE

### Composition et évolution du service régie

Pour rappel, le « service régie général » est rattaché depuis 2022 au Pôle Commercial, Événementiel et Technique.

En 2023, le service est composé de :

- Un régisseur général, responsable du service : Jérôme MANDAGOUT
- Un régisseur multimédia
- Un régisseur événementiel

### Formations, Certifications et habilitations

Toutes les habilitations des régisseurs sont à jour, et il a été réalisé un recyclage pour une partie du service : SST, habilitation électrique, habilitation travail en hauteur.

Chaque membre du service possède ses propres équipements de protection individuel (EPI).

### Les missions du service

#### L'infogérance de la SPL et des espaces muséographiques

- La maintenance, l'évolution et la sécurisation des systèmes & logiciels d'activités.
- La gestion des 65 dispositifs multimédias connectés à un système de contrôle général.,
- Le service des achats, la gestion des stocks de matériel,
- La recherche de nouveaux moyens ou amélioration de diffusion de contenu et d'animation,
- Le conseil et l'aide technique, de la conception au montage des expositions temporaires.

#### L'événementiel

La gestion technique des événements culturels et commerciaux (Colloques, conférences, ateliers de travail, cocktails etc.),

#### Missions annexes

- Amélioration des espaces et veille technique multimédia
- Réalisation des plans de prévention : travaux dans le bâtiment, installation d'exposition temporaire.
- Gestion et mise à jour des autorisations d'accès aux lecteurs de badges.
- Coopération renforcée avec les différents services du musée (DMP, Conservation, Vinci, bâtiment VDN).

### Actions MAJEURES réalisées en 2023

#### Maintenance et modification multimédia :

- **AVS3 – Zoom Civilisationnel : Epigraphie (R+1)**

Une étude a été faite pour un changement complet du système de projection. A l'origine, le média était projeté par l'arrière, sur un panneau de verre recouvert d'un film blanc, par un vidéoprojecteur.

La forte luminosité de l'espace, empêché d'avoir une bonne vision du film projeté. Une étude a donc été faite pour créer un caisson englobant un écran LCD de 85", ayant le moins d'impact possible sur la structure originale et respectant la scénographie générale de cet espace. La réalisation a été faite entièrement par le régisseur général qui en possède les compétences (électronique, mécanique, création et étude de plan). Cet espace est maintenant 100% fonctionnel et permet la bonne diffusion du média.

- **AVS5 – Le leg (RDC)**

Un appel d'offre pour renouveler ce multimédia a été lancé par la SPL, avec la création d'une équipe de travail dédiée (SPL/Conservation/DMP), afin de définir le cahiers des charges et choisir un prestataire. Ce média, n'a jamais rencontré de succès, il n'était pas adapté à la fin du parcours muséal. La société ACD a été retenu et une version test est actuellement en fonction, pour mise en service définitive à la fin du 1<sup>er</sup> trimestre 2024.

Parallèlement, des travaux de restructuration du plafond de cette espace seront lancés pour l'adapter aux contraintes de la nouvelle installation.

- **AVS6 – La Fontaine (Rue Romaine)**

Ce média était projeté par une installation à 17m du sol, dans la rue romaine. Aucune trappe technique n'ayant été prévue pour la maintenance, les seules interventions étaient des modifications de paramètres afin d'éviter la surchauffe et l'arrêt de l'appareil. Avec le temps, la projection est devenue déficiente. Le régisseur général a rédigé une étude documentée, sur plusieurs nouvelles implantations, mais il n'a pas donné suite. L'implantation restera donc la même, mais avec un matériel de nouvelle génération pour une installation définitive 1<sup>er</sup> trimestre 2024, suivant la recherche de prestataire spécialisé en travail en hauteur.

### Etat des lieux du parc multimédia :

Comme chaque année, la campagne de maintenance et travaux a été lancé en saison basse, et au 31/12/2023, **100% des multimédias du parcours muséal étaient fonctionnels.**

### Exploitation et boutique :

À la suite des travaux de modification de la boutique, tout le matériel de vente a complètement été modernisé. En y intégrant notamment un écran vitrine pour valoriser les produits de la boutique.

### L'ÉVÉNEMENTIEL

#### Événements et espaces locatifs

L'équipe régie a participé à 152 événements en 2023 : 109 événements commerciaux (Cocktail, colloque, journée d'étude, concert, ...), et 43 événements liés à la programmation culturelle.

Espaces locatifs	2023						Total
	SDR	Audito	Hall	Rue romaine + Hall	SCC	Toit	
Janv. -23	8	10		5			23
Févr. -23	2	9		2	1		14
Mars-23	9	8		4			21
Avr. -23	7	6		2	1		16
Mai-23	6	7		1	2		16
Juin-23	11	6		1		1	19
Juil. -23	3	4					7
Août-23	1	1				2	8
Sept.-23	9	16	1		6	3	35
Oct.-23	10	10	3	1	5	1	29
Nov.-23	7	11	3	2	2	1	26
Déc.-23	7	10		2			19
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>98</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>235</b>

Nombre total d'espaces utilisés : 235, pour un total d'heure de 2324 heures (montage/démontage/présence d'un régisseur).

Plusieurs lieux sont possibles pour le même événement

## **Espace auditorium – remise en état et sellerie**

Un projet a été initié au second semestre 2023, pour la réparation de certain fauteuil de l'auditorium. En effet, certains bras de fauteuil sont défaillant et cela entraîne la déchirure du revêtement. La société à l'origine du matériel a été contactée pour établir un diagnostic et présenter un devis (réception 2024). Suivant l'état des lieux et les préconisations du fabricant, nous étudierons un cycle de réparation et maintenance.

## **Espace foyer du salon de réception**

À la suite des travaux de réfection et d'agrandissement de l'office traiteur du R+2 réalisés par la ville de Nîmes. Nous avons démarché des cuisinistes (entreprises locales) afin de valider un projet d'implantation adapté aux besoins des prestataires traiteurs. L'espace est maintenant équipé de dessertes et tables inox, ainsi que d'un double bac de plonge.

## PÔLE COMMERCIAL, EVENEMENTIEL ET TECHNIQUE

---

Le pôle est chargé de toutes les actions de promotion et de commercialisation du musée. Notamment : la promotion nationale et internationale, la réservation sur tous les canaux de distribution et l'évènementiel « affaire » au sein du musée.

En synthèse : 2023 a vu une stabilisation du mode de consommation de la clientèle de groupe, loisirs et l'installation d'un rythme de croisière pour l'activité privatisation évènementielle.

### ORGANISATION DU SERVICE

Les pôles régie générale et commercial/évènementiel ont fusionné au mois de juin 2022. Un nouveau pôle global est né, intitulé : « Commercial, Évènementiel et Technique » avec pour objectif de rendre plus efficient le travail des équipes sur les dossiers évènementiels, de développer la transversalité des missions et d'améliorer les process régie dans le but d'augmenter l'efficacité.

➔ Au total, le pôle est composé de 7 personnes et du Responsable Christophe GARRITANO.

### Nouveauté promotion

En lien avec le travail mené sur le développement des compétences commerciales de l'équipe, nous avons affiné durant l'année, la connaissance de nos cibles de clientèle afin de développer des actions de promotion toujours plus pertinentes. Ainsi, un travail sur nos supports de communication dédiés a été réalisé en lien avec le service communication et des actions de démarchages ciblées ont été menées.

De manière globale, une périodicité des actions de marketing direct sur nos bases de données a été amorcée avec succès.

Sur les cibles groupes, le développement d'actions commerciales sur les comités d'entreprises (CSE) s'est encore accentué. De même que le travail de démarchage auprès des croisiéristes fluviaux et autocaristes réceptifs français.

Sur l'évènementiel, moins d'actions ont été développées car le travail sur la cible groupe était plus important et les équipes ont effectué la charge du suivi de l'exploitation des évènements accueillis.

### Nouveauté loisirs

Le développement des produits packagés et visites expérientielles a permis de faire évoluer l'offre proposée à nos clients, d'augmenter les réservations et notre chiffre d'affaires.

Nous avons finalisé et lancé la nouvelle visite expérience « Dans la Cuisine d'Apicius » en début d'année.

A l'automne un focus a été réalisé sur le classement de la Maison Carrée au Patrimoine mondial de l'UNESCO dans le but de compenser la faible fréquentation de l'exposition temporaire par nos publics groupes.

Enfin, afin de proposer toujours plus de diversité aux clients/prospects, nous avons ajoutés deux restaurants à notre offre visite + déjeuner/dîner. Ils peuvent aujourd'hui choisir entre trois restaurateurs aux tarifs et aux univers différents

### Nouveauté évènementielle

Nous avons réussi à signer pour 2023, une exclusivité annuelle sur le département du Gard pour l'accueil des concerts Candlelight, organisés par la société FeverUp. Cet évènement majeur à forte résonance sur les réseaux sociaux a programmé 14 dates au Musée (dans l'auditorium et sur le rooftop).

La signature d'un nouveau contrat en 2024 avec encore plus de dates et le lancement de réflexion sur la proposition de nouveaux formats assure des recettes positives sur cette activité privatisation pour 2024.

## PROMOTION

### Stratégie

Avec la stabilisation du secteur de l'intermédiation du voyage de groupe à la suite de la crise sanitaire, une stratégie à moyen terme a été définie pour la période 2023/2025.

Cette dernière s'articule autour de 5 axes :

- prioriser le marché national et proche européen avec un objectif de transformation des prospects
- miser sur le tourisme durable et proposer des argumentaires en ce sens
- développer la fidélisation de nos clients
- accentuer l'offre des produits packagés et expérientiels
- continuer le développement des ventes auprès revendeurs.

### Résultats

Sur l'année, le musée a participé à 32 actions de promotion !

Le travail de la cible B2C en direct a été complètement abandonné au profit de la cible B2B2C dont les retombées sont plus facilement quantifiables.

Sur la cible loisirs, **25 actions** ont été menées dont **20% vers les CSE, 20% à l'international, 60% sur la cible autocariste, croisiériste et réceptifs français.**

Sur la cible MICE, **7 actions ont été menées soit 22% de l'ensemble des opérations de promotion.**

L'objectif lors des opérations de promotion était de continuer le **développement de la notoriété** du musée sur les différents marchés, de mieux faire **connaître son offre** et de **transformer l'achat pour les prospects** rencontrés, pour certains depuis quelques années.

Sur les actions loisirs, nous avons eu des actions à **retour sur Investissement extrêmement élevé** du fait de la signature des premières séries : **Destination Europe Exchange** par suite de la signature d'un contrat avec Educational First et **Journée Club des Croisières de Sète** suite à la signature d'une série en 2024 avec LRC Solution.

Concernant la cible CSE, nous avons signé en 2023 de **nombreux contrats de distribution (+75%).** L'objectif aujourd'hui est de trouver les bons leviers afin que ces contrats génèrent des ventes.

Deux actions originales ont aussi été travaillées et ont obtenu de très bons résultats :

- **Journée des associations** : l'objectif était d'approcher les organisateurs de sorties de groupe durant les journées des associations de la rentrée de septembre. Finalement, plus de 110 contacts qualifiés ont été récoltés et 4 groupes ont été transformés
- **Offre promotionnelle Maison Carrée** : afin de surfer sur l'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO, une offre promotionnelle sur notre journée Romanus Dies a été proposée pendant un mois. Transformation de 8 groupes.

**Enfin, en automne, nous avons créé un club des Ambassadeurs regroupant les tops clients associations du musée depuis son ouverture. Ce club nous permet de développer nos relations avec notre cible groupes loisirs, afin de développer la fidélité et d'améliorer notre connaissance de leurs besoins.**

## EVENEMENTIEL

### Stratégie

2022 a été une année record. Il était nécessaire au vue des belles perspectives 2023 de maintenir le rythme et la qualité de l'accueil sur site. Finalement, la conjoncture économique a été plus défavorable que prévue (inflation) et les évènements, même si plus nombreux, ont été sur des formats plus restreints avec des budgets plus serrés, donnant un résultat, en termes de chiffre d'affaires, légèrement moins bon que celui projeté.

## Résultats

Nous enregistrons **109 événements payants soit +12% par rapport à n-1** pour **552 603€HT de CA (-10% par rapport à n-1)**. Ainsi, nous remarquons une chute du **CA moyen par événement de 20%**.

Sur les prestations externes, la **marge brute générée (commissionnement) représente 13% des recettes de l'année soit 34000€HT**.

Le développement de la notoriété de l'activité privatisation du musée a engendré une augmentation du nombre de **contacts reçus de 5%** avec un **taux de transformation relativement stable à 39% (-2pts)** avec pour raison principale de non-transformation le **budget client trop faible (26%)**

Cette année, la provenance des clients s'est stabilisée avec une belle progression du **bassin Paris – Ile de France (+5pts)**, ce qui prouve que les actions sur ce marché ont un réel impact, notamment auprès des agences événementielles.

## RESERVATION GROUPES

### Stratégie

Après un redémarrage difficile à la suite de la crise sanitaire, cette activité a repris un peu de souffle en 2023. Nous avons ainsi pu poser une stratégie efficace laissant entrevoir de belles perspectives pour les années qui arrivent, avec par exemple la signature des premières séries avec des professionnels du tourisme.

Au cours de cette année, la grosse difficulté a été la mauvaise perception de la thématique de l'exposition temporaire par les clients et prospects. Malgré un travail important de fidélisation et la recherche d'un « plus » en adéquation avec la thématique de l'exposition, il a été compliqué de les intéresser.

Pour pallier cette difficulté, une réorientation a été réalisée à l'automne dans le but de surfer sur le classement de la Maison Carrée à l'UNESCO, ce qui a eu un impact très bénéfique sur l'activité.

Par ailleurs, en début d'année a été lancée la nouvelle visite expérience « dans la Cuisine d'Apicius ». Malheureusement, les coûts d'achat importants, nécessaire à la réalisation de cette visite, nous ont obligé à mettre en place un prix de vente trop élevé. A l'automne, une nouvelle négociation avec le prestataire et un nouveau tarif du produit a permis de le placer sur une gamme de prix plus adéquate et ainsi, de déclencher les ventes.

## Résultats

En 2023, **1054 groupes** sont venus au musée pour un CAHT généré de **146 789€CAHT**, ce qui revient à une légère baisse du volume de groupes de -3.3% / n-1 et une belle augmentation de 14.21% du CA.

**25% étaient des groupes loisirs** (contre 30% en 2022) et **75% des groupes scolaires**. L'augmentation de la proportion de scolaires est en lien avec l'augmentation du volume et l'accueil de cette typologie de groupes durant l'été, ce qui n'était pas le cas avant.

Sur le volume total des groupes loisirs, **52% ont profité d'un produit de médiation** (même proportion que 2023). Sur ces derniers, seuls **9% ont visité l'exposition temporaire** contre 24% en 2022. **13.4% des produits groupes ont été proposés en package** avec une majorité de visite + déjeuner et une part de plus en plus importante de Journée Romanus Dies.

Concernant les provenances :

On observe que la **légère hausse des groupes étrangers continue cette année**. Les tops provenances des groupes étrangers sont l'Espagne, l'Allemagne et la Belgique.

Sur la cible française, la provenance se rapproche de celle des individuels avec une prédominance des **départements proches géographiquement** suivi par le Bassin parisien. Cette tendance étant identique à 2022.

**L'intermédiation globale est restée stable à 22%**.

Le gros travail sur les revendeurs a quant à lui eu un réel effet car nous avons augmenté nos résultats nets sur cette cible de **+73% en CAHT généré** comparé à N-1.

Annexe 3 - Bilan Activité Privatisation 2023

	Evénements payants		Evénements non facturés		Nbr événements		Prix moyen		Espaces privatés		Services musées		Services agences avisés		Tribune		Table de 2		Ventes directes / participation		Musées		Boutique		Revenus autres déduits IT		GLOBAL		Pas en musée	Tx rempli privat	Tx rempli privat + gratuit					
	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT	CA Total HT				CA Total HT	CA Total HT			
Janvier	9	642	6	642	15	16 777 €	800 €	12 757 €	1 134 €	292 €	1 230 €	1 828 €	2 737 €	19 609 €	38 944 €	4 337 €	277	30%	50%																	
Février	6	874	4	874	10	9 019 €	3 806 €	6 232 €	916 €	673 €	237 €	1 828 €	13 900 €	11 043 €	4 034 €	85	20%	33%																		
Mars	8	874	4	874	12	33 028 €	7 900 €	1 168 €	6 914 €	62 €	203 €	2 333 €	49 349 €	42 786 €	13 013 €	311	27%	40%																		
Avril	7	283	3	283	10	7 877 €	1 407 €	4 147 €	562 €	2 411 €	224 €	300 €	8 863 €	8 363 €	2 137 €	30	23%	33%																		
Mai	9	1361	2	1361	11	15 435 €	1 400 €	13 938 €	1 267 €	888 €	321 €	611 €	18 413 €	17 280 €	3 637 €	57	30%	37%																		
Juin	16	2127	2	2127	18	23 350 €	6 057 €	624 €	28 247 €	2 374 €	1 116 €	207 €	30 061 €	29 854 €	3 972 €	32	53%	60%																		
Juillet	5	1170	1	1170	8	6 023 €	800 €	480 €	1 650 €	130 €			6 659 €	6 659 €	1 659 €	0	17%	30%																		
Août	3	986	0	986	3	9 860 €	800 €	179 €	1 667 €				10 039 €	10 039 €	4 108 €	0	10%	10%																		
Septembre	18	1733	5	1733	23	32 179 €	3 986 €	530 €	29 846 €	2 883 €	1 662 €	1 000 €	39 612 €	38 612 €	4 127 €	63	60%	77%																		
Octobre	11	1445	3	1445	15	39 825 €	3 173 €	3 400 €	68 890 €	6 302 €		3 098 €	59 476 €	50 380 €	10 032 €	405	40%	50%																		
Novembre	7	1119	8	1119	13	13 110 €	1 308 €	33 €	18 459 €	1 376 €	334 €	1 528 €	16 931 €	15 403 €	3 049 €	115	23%	30%																		
Décembre	9	1332	5	1332	14	11 320 €	1 216 €	341 €	5 675 €	300 €	1 332 €	258 €	14 479 €	14 221 €	2 968 €	32	30%	47%																		
<b>Total</b>	109	13 513	43	13 513	152	119 606 €	35 737 €	5 376 €	249 386 €	24 377 €	1 380 €	14 318 €	279 101 €	264 251 €	30 070 €	1 407	30%	42%																		
Totaux interm à mois	13	1113	10	1113	25	27 796																														
Comparaison à mois N-1	-31%	-17%	-26%	17%	-54%																															
Comparaison mois cumulé N-1	-63%	-74%	-62%	-68%	-68%																															

Comparaison à mois N-1  
-23%  
Comparaison mois cumulé N-1  
-9%

Comparaison à mois N-1  
-60%  
Comparaison mois cumulé N-1  
-10%

Annexe 2 - Bilan Réservations Groupes 2023

	Total	Nbr pax	HT	TTC	Loisirs	%	Nbr pax	HT	TTC	SCO	%	Nbr pax	HT	TTC
nbr de groupe	1057	25309	109 426,55 €	124 020,00 €	271	25,64%	5661	71230,47	82066,8	786	74,36%	19628	59 196,08	42 013,20
volume global de billets	28231				5681					19655				
moyenne volume	26,71				20,96					25,01				
Guidée	634	15406	73 277,60 €	83 198,30 €	142	52,40%	3101	49 502,24 €	57 047,90 €	492	62,60%	12305	23 775,36	26 150,40
Interne	450	11068	65 064,62 €	77 165,90 €	127	89,44%	2818	44305,17	51 050,50 €	313	65,65%	8270	23 759,45	26 135,40
Ext (sdp/ss-tr)	184	4318	15,91 €	15,00 €	15	10,56%	283	0,00 €	0,00 €	169	84,35%	4035	15,91	15
Libre	423	9930	35 790,74 €	37 701,50 €	129	47,60%	2580	21370,02	21838,7	294	37,40%	7350	14420,72	15862,9
dt avec guide ext	34	377	3512,07	4173,5	34	26,36%	377	3512,07	4173,5		0,00%			
FR	1000	94,61%			250	92,25%				750	95,42%			
ETR	57	5,38%			21	7,75%				36	4,58%			
Direct	814	77,01%			179	66,05%				635	80,75%			
Pro	243	22,99%			92	33,95%				151	19,21%			

Doubles groupes loisirs 28

accompagnateurs gratuits	Loisirs	scolaire
guidés	142	51
Libres	129	588
scolaire SOP		

	Nbr gr	Vol	HT	TTC
Forfait guidage loisirs	93	110	12665,34	15198,4
Forfait guidage scolaires	31	60	6090	7500
Atelier péda	228	3316	3870,45	4257,5
Frais de gestion groupes libres	35	30	850,01	1020
dt groupes restaurant	48	542	29418,08	35091,8

	Nbr	HT	TTC
Grp invités commercial	29	802	
VEN bronze	17	3520,92	3861,6
VEN argent	12	3078,73	3386,6
VEN or	2	1955,36	2129
VEN platine	9	516	2251,64
dt visites privilèges	13	432	8266,67
			9920

	TOTAL	PAVANTS	GRATUITS
SCOLAIRES	19 655	14 063	5 592
LOISIRS	8 576	7 503	1 073

	TOTAL	PAVANTS	GRATUITS
GROUPES LIBRES	12825	11306	1519
GROUPES GUIDES	15406	10260	5146

Frais de resa Scolaire	Muroma	120	3025	3650
Subventionné	3	75	90	

	CA total généré	HT	TTC
CA loisirs généré	146 789,00 €	167 377,90 €	
% CA loisirs généré	95 532,47 €	110 079,20 €	
PMI loisirs	352,52 €	406,20 €	
CA scolaires généré	51 256,53 €	57 298,70 €	
% CA scolaires généré	34,92%	34,23%	
PM scolaires	65,21 €	72,90 €	

N-1 14,21%  
2019 -0,19%

## PÔLE COMMUNICATION

---

### Le contexte

Deux expositions temporaires ont rythmé l'année :

- « Dévoiler Nemausus - Jean Claude Golvin, un architecte et des archéologues » du 8 décembre 2022 au 5 mars 2023
- « Mémoire vive – Oliver Laric » du 21 avril au 31 décembre 2023

Ces expositions, enrichies d'une riche programmation, ont permis de structurer la communication autour d'elles, de développer de la visibilité du musée et d'être un véritable moteur pour décliner les différents axes de la stratégie de communication.

Durant l'été et l'automne 2023, une campagne de communication digitale est venue soutenir la fréquentation du musée, destinée au grand public avec une vidéo ayant l'accroche : « au Musée de la Romanité, l'archéologie n'a pas fini de vous surprendre »

### Les objectifs de communication 2023

#### Capitaliser sur la « marque » Musée de la Romanité pour développer sa notoriété

Rester visible, développer la notoriété et s'inscrire dans le paysage des grands musées français, tout en faisant référence sur la thématique de la « romanité ».

#### S'appuyer sur le renouvellement de l'offre et l'actualité du musée pour affirmer sa capacité de différenciation et en faire un LIEU de VIE

La stratégie de renouvellement et l'actualité constituent autant d'opportunités de prises de paroles pour faire connaître le musée à travers ses caractéristiques et ses différences. La mise en avant de sa programmation culturelle et événementielle variée et originale, permet de valoriser à la fois son positionnement (et l'idée de partager une expérience historique), mais également de multiplier les opportunités de visites dans des contextes ou pour des raisons différentes. Cette multiplication de propositions permet à la fois de déployer une communication régulière mais également de renvoyer l'idée qu'il se passe tout le temps quelque chose au musée.

#### Mettre en œuvre des stratégies ciblées en fonction des périodes et des catégories de publics (familles avec enfants, individuels, initiés, etc.) pour générer de la fréquentation

Démontrer l'adaptation de l'offre aux différentes catégories de visiteurs et de publics constitue un enjeu majeur pour le musée afin de ne pas apparaître comme un lieu segmentant ou réservé à un public averti. Il est donc nécessaire de valoriser l'offre du musée créée en fonction des attentes des différentes cibles de visiteurs pour pouvoir conquérir des publics familiaux, mais également des publics amateurs d'histoire et(ou) de musées.

La combinaison des différents médias et une utilisation forte des moyens digitaux permet d'assurer une visibilité réelle et une présence tout au long de l'année et renforcée aux périodes clefs (autour des expositions temporaires et chaque période de vacances scolaires pour le grand public).

#### Valoriser la légitimité scientifique du musée pour en faire un lieu référent sur la thématique de la « romanité »

2023 a permis au musée d'accueillir 2 expositions : une passionnante exposition qui interrogeait le public le thème de l'archéologie du bâti durant l'hiver et « Mémoire Vive, Oliver Laric », d'une durée de 8 mois, faisant une passerelle entre Art contemporain et Antiquité.

Il s'agissait par ailleurs de capitaliser sur les événements organisés au Musée de la Romanité (animations, conférences, visites guidées) afin de revendiquer le côté référent du musée. Plusieurs partenariats originaux (presse et lieux associés) ont ainsi été initiés et largement valorisés.

## Les cibles

### Individuels

Conçu comme une porte d'entrée à la compréhension de l'histoire romaine de la Ville de Nîmes et de tout l'arc méditerranéen, le Musée de la Romanité s'adresse à un large public international, national, régional et local. Ses différents niveaux de lecture de l'Histoire lui permettent de s'adresser au grand public, aux familles, comme aux passionnés d'histoire et d'archéologie.

Deux grandes typologies se dégagent :

Un public d'adultes plus naturellement intéressé par la thématique de la « romanité » :

- Adultes intéressés par l'histoire, consommateurs de musées
- Passionnés d'archéologie et scientifiques

Un public d'adultes et de familles en recherche d'activité de loisirs :

- Visiteurs de Nîmes, de ses sites romains et du Pont du Gard
- Familles en quête de visites éducatives et ludiques
- Public curieux de l'architecture contemporaine et de lieux « art de vivre »

### Le public professionnel - groupes

L'offre du Musée de la Romanité lui permet de s'inscrire dans les circuits incontournables des différentes offres touristiques destinées à tous types de groupes et son offre de privatisation unique permet aux entreprises d'organiser des événements prestigieux.

## L'équipe

Elle est composée de trois personnes, une responsable de la communication Isabelle LECAUX et deux chargées de communication, dont l'une est plus spécialisée dans la communication digitale. Une apprentie en licence communication en alternance vient étoffer l'équipe.

Deux entreprises ont été choisies à l'issue de consultations de marchés publics : Zebrand pour la conception graphique et Linghun pour le site internet

L'agence Alambret est missionnée pour assurer une assistance auprès de la presse nationale et internationale.

## Les temps forts des campagnes autour des expositions temporaires et animations

**« Dévoiler Nemausus, Jean Claude Golvin, un architecte et des archéologues » 8 décembre 2022 au 5 mars 2023.**

### Partenariats presse :

#### Connaissance des arts :

- Rédactionnel sur l'exposition dans la rubrique « Actualités » du numéro Connaissance des Arts daté février 2022 (parution : 26 janvier),
- Rédactionnel sur l'exposition sur le site internet Connaissancedesarts.com,
- Mise en avant du rédactionnel sur la Une du site internet
- Mise en avant sur les pages Facebook et Twitter de Connaissance des Arts,
- Mise en avant dans les newsletters de Connaissancedesarts.com,
- Jeu concours pour gagner des invitations pour l'exposition sur le site internet Connaissancedesarts.com jusqu'à épuisement du quota,
- Annoncer les invitations pour l'exposition dans une newsletter Connaissance des Arts,

### **Déclinaison de la communication à la suite du lancement de décembre 2022 (cf. CRAC 2022)**

#### Insertions presse :

**Elle** : Départements 11/30/34/48/66 - 1 page - 19 et 26 janv

**Le Point** : Edition régionale 26 janvier spécial Nîmes -1 page

### Affichage :

Affichage Ville Nîmes 120\*176 - En flotting sur la période

Sucettes digitales Ville Nîmes - En flotting sur la période

Comausud affichage magasins : Montpellier, Grand Montpellier, Uzès, Avignon, Nîmes, Arles, Arrière-Pays, Littoral héraultais / gardois 8 sem. - 300 emplacement R/V - en flotting - Janvier - Février 400 faces R/V 40\*60

### Réseaux sociaux :

Communication digitale sur les différents réseaux

Présentation de l'exposition « Dévoiler Nemausus » orientées sur l'histoire racontée par différentes aquarelles

Focus sur la programmation autour des expos.

### Bilan presse :

Jean-Claude Golvin est une figure connue de nombreux journalistes spécialisés en histoire et en archéologie. Les participants au voyage étaient donc ravis d'effectuer la visite à ses côtés et de l'interroger sur son travail et son parcours. **Les retours sur l'exposition ont été très positifs, notamment sur la quantité de documents présentés.** Ils ont en revanche trouvé le sujet pointu et moins accessible pour les familles que d'autres expositions. **Les impressions en grand format de dessins, permettant de voir de nombreux détails, ont aussi beaucoup plu.** Pour ces journalistes spécialisés, le focus sur les Arènes et leur restauration en cours était un réel sujet d'intérêt qui a très bien été complété par la visite sur site l'après-midi. **La qualité de l'exposition et des échanges s'est traduit par la suite par de longs articles et de grands portraits de Jean-Claude Golvin.**

10 journalistes se sont rendus au musée pour couvrir l'exposition, soit lors du voyage de presse groupé (6), soit en individuel (4).

Au total 55 médias ont réalisé ou relayé un article sur l'exposition ou sur un événement lié à celle-ci, pour un total de 122 articles – citations (13), agendas (43) et articles de fond (66).

### Équivalents publicitaires et cibles

L'ensemble des articles correspond à 516 000€ bruts HT d'équivalents publicitaires, soit 361 200€ en tarifs culture non négociés.

Le public touché est estimé à 12 millions de personnes, constitué du lectorat de la presse écrite et web, et de l'audience des émissions radio et télé

### Analyse de la couverture médiatique

La couverture presse est représentée par plus d'1/3 de médias nationaux et 2/3 de médias régionaux et locaux. Au total, environ 2/3 des retombées concernent la presse généraliste et 1/3 la presse spécialisée, principalement histoire et culture.

La particularité de l'exposition a été de mettre en lumière le travail d'un artiste contemporain, et donc présent pour des interviews. Ainsi, on note de grands entretiens et portraits consacrés à Jean-Claude Golvin, notamment en presse nationale : Le Monde, Le Figaro, Les Arts dessinés, France Culture, France Musique, RCF.

### Presse généraliste

En presse généraliste, deux grands quotidiens ont couvert l'exposition : un portrait en pleine page de Jean-Claude Golvin dans *Le Monde* (repris sur le web) et un grand entretien sur l'exposition sur le site web du *Figaro*. L'exposition a aussi bénéficié d'une belle couverture dans *L'Humanité magazine* qui lui a consacré deux pages, également reprises sur le web.

### Presse spécialisée

Deux émissions sur *France Culture* et *France Musique* ont mentionné l'exposition dans le cadre d'interviews avec Jean-Claude Golvin : *Le Cours de l'histoire* et *La 4 saisons n'est pas qu'une pizza*. Fabrice Cavillon et Nicolas de Larquier ont également promu l'exposition dans deux interviews respectives sur *RCF (Un air de sorties)* et *France Bleu Gard Lozère (L'invité)*.

### Presse audiovisuelle

Deux émissions sur *France Culture* et *France Musique* ont mentionné l'exposition dans le cadre d'interviews avec Jean-Claude Golvin : *Le Cours de l'histoire* et *La 4 saisons n'est pas qu'une pizza*. Fabrice Cavillon et Nicolas de Larquier ont également promu l'exposition dans deux interviews respectives sur *RCF (Un air de sorties)* et *France Bleu Gard Lozère (L'invité)*. En TV, l'exposition a été annoncée à deux reprises dans un reportage sur *France 3 Languedoc-Roussillon*, via notamment une interview de Jean-Claude Golvin et de Nicolas Larquier.

## « Mémoire vive – Oliver Laric » du 21 avril au 31 décembre 2023

### Les objectifs :

- Permettre de comprendre le lien entre l'Antiquité et le présent, le rendre accessible au visiteur d'aujourd'hui, renforçant ainsi l'ADN du Musée de la Romanité
- S'ouvrir à d'autres horizons mais toujours dans votre volonté de questionner l'Antiquité et la Romanité au sens large et proposer une réflexion singulière qui réunit la création contemporaine à l'étude et la compréhension d'un passé lointain propres aux musées archéologiques, en s'appuyant sur la fascination qu'exerce encore l'Antiquité sur les artistes d'aujourd'hui.
- Inviter un artiste contemporain afin de partager largement les collections avec le monde entier, rendre plus visibles, vivantes et inspirantes les collections du musée en s'inscrivant résolument dans une démarche actuelle liée au numérique (numérisations en open source).
- Participer à la volonté territoriale de valoriser la création contemporaine en célébrant les 20 de Carré d'Art et préfigurant ainsi la mise en place d'une triennale d'Art contemporain à Nîmes.
- Un parti pris audacieux :
  - Exposer de l'art contemporain dans un musée grand public, décloisonner les pratiques pour confronter le public à une thématique, une pratique, une typologie d'expo qu'il ne connaît pas forcément, lui ouvrir d'autres horizons.

### Les cibles :

L'exposition s'adressait à un très large public, amateurs d'histoire, grand public : familles, scolaires et groupes loisirs mais aussi amateurs de contemporain. Cette exposition un peu différente des expositions sur la thématique de l'archéologie habituelles, a permis d'atteindre une nouvelle cible de visiteurs plus intéressés par l'art contemporain.

### Le plan de communication :

#### Editions/flyers :

- Livret d'aide à la visite FR (35 000 ex) + GB (6000 ex)  
Format fini : 14.85 x 21.00 cm / Format ouvert : 42.00 x 29.70 cm (2 plis croisés)
- Flyer / 30 ANS CARRE D'ART/ LARIC 2 volets - 10\*21 - 170 g - 60 000 ex

Diffusion en point de dépôt réseau culture : galeries, musées, cinéma, lieux culturels, bars et restaurants  
CSP+ 16 tractages sur Montpellier Danse + Printemps des Comédiens.

Nîmes, Uzès, Alès, Montpellier, Arles (Rencontres d'Arles), Sète

PUBLIPOSTAGE > Mucem, Les abattoirs, FRAC, Musée Soulages, Fondation Lambert...

AVRIL à OCTOBRE

#### Affichage :

Affichage Ville : 30 faces	du 24/04 au 8/05
40 faces	du 15/05 au 29/05
50 faces	du 17/07 au 7/08
40 faces	du 4/09 au 18/09
40 faces	23/10 au 6/11
40 faces	11/12 au 25/12

**1h autour de Nîmes (Montpellier/Avignon/Arles/Uzès) + Aix - Sète**

Media fiche	De Cecco	Decaux	Clear Channel	Comausud
<p>MTP - Réseau Culture 200 faces 60x80 - 25/07 au 21/08</p> <p>MTP - Parkings centre Du 25/07 au 21/08 30 faces 120x176</p>	<p>PERI 4 - 13 Arles + 1 Pont de Crau + 1 Bellegarde 21/07 et 28/07 et 04/08 et 11/08 - 4 semaines - 15 faces - 240*160</p> <p>UZES PERI 4 - La Calmette - Uzès - Dions - Cabrières - Collias - Baron St Chaptes 04/08 - 7j - 54 faces - 240x160</p>	<p>Mtp 28 faces + S17 - 26 avril au 2 mai</p> <p>Mtp - Offre Bundle : 8 panneaux Digitaux 3/jrs semaine/3 semaines du 26 avril au 2 mai (3 semaines Bundle)</p> <p>Arles - 33 faces S18 du 3 au 9 mai</p> <p>Arles - 33 faces S30 26 juillet au 1 Aout</p> <p>Isle sur la Sorgue - 35 faces S30 26 juillet au 1 Aout</p> <p>Sète - 30 faces S30 26 juillet au 1 Aout</p> <p>Mtp 30 faces + S30 26 juillet au 1 Aout</p>	<p>SEDUCTION 2 NIMES 2 17j à partir du 26/04 - 45 faces + imp.</p> <p>Nîmes Outdoor Digital 10' - 53 751 spots 7j 26/04</p> <p>Panneau permanent sortie Gare Avignon TGV 1 panneau 2m2 18gj - 6 mois - 26/04</p> <p>ADHESIVAGE RECTO SIMPLE 13m<sup>2</sup> STATION CORUM 14j à partir du 25/07</p> <p>OUTDOOR Digital - Mtp Odyséum - Lattes - Aix Outdoor Spot 10' 157 317 spots 14j 19/07</p> <p>OUTDOOR Digital - Mtp Odyséum - Lattes - Aix Outdoor Spot 10' 157 317 spots 14j - 02/08</p> <p>AMBITION 2 CROSS AVIGNON 7j à partir du 03/08 - 61 faces</p>	<p>Nîmes-Montpellier- Uzès-Avignon S17 - 18 - 19 - 21j 300 faces R/V 40*60. 24/4 au 14/05</p> <p>Nîmes-Montpellier- Uzès-Avignon Juillet- Aout en floating 500 faces - panachage R : 30 ans - V : Musée</p> <p>Nîmes-Montpellier- Uzès-Avignon S40/41/42 300 faces R/V - 40*60</p>

### Presse locale :

#### **Lancement expo :**

- o Gazette Nîmes et Montpellier 2 x 1/4 page dans la Gazette Editions Nîmes + Montpellier
- o Gazette Live Nîmes + Montpellier = du 24/04 au 1er mai ou du 01 au 08 mai 1/4 Page - L 106 mm x H 150mm
- o Bannière web + appli - L 1140px x H 135 px + format 640 x 500 px pour l'appli JPG/PNG 190K
- o Midi Libre toutes éditions 1/2p : 29/04 et web du 29/04 au 05/05 + 4\*4 : 17-21-24-28-29/05 - web pavé giga bannière du 17 au 30/05
- o MIDI LIBRE - GUIDE ÉTÉ GARD : 1 page parution 04/0 - Web du 04/06 au 01/09

**ELLE :** Spécial Nîmes 1 page 27 mai

**Petit train OT :** Espace sur 1 wagon, composé de 4 panneaux latéraux pour une durée de 8 mois (mars à octobre inclus)

**Guide Touristique OT :** 1 page - 15 000 ex

#### **Eté :**

- o So festival - Gazette 1/2 page largeur Format : 1/2 Page largeur - L 190 mm x H 134 mm
- o Midi Libre Guide Eté août - parution 27/07 1/2 page largeur Format : 1/2 page largeur - L 126 mm x H 103 mm
- o Métropolitain PLEINE PAGE DANS LE SEMESTRIEL N°13 DE JUIN avec diffusion et réassort

chaque mois, Cible Grand public, sujet Lifest + 1 page offerte dans un des hebdomadaires de l'été + un article web offert sur l'appli et le site et Facebook.

- Airlife 20 X 27 cm avec 5 mm de fond perdu en PDF HD
- Snobinart 1 page juillet-Août Pleine page

### Presse Nationale

**Elle LR** - 7 parutions 8 juillet au 19 Août - 7 x 1/2 page

**Beaux Arts** - Diff magazine print : 70 000 ex. - 1/2 p mai + 1 page BAM été - Insertion : Guide des expositions Beaux-Arts

**L'Œil** - 1 pleine page L'Œil daté mai + 1/4 page L'Œil daté été

**Journal des Arts** - 1/4 page Journal des Arts n° du 12 mai

**Arts in the City** - Une insertion pleine page dans notre magazine d'été. Sont offerts :

- 1 rédactionnel dans le magazine d'été
- 1 rédactionnel sur le site internet
- 1 mise en avant dans la newsletter hebdomadaire

### Radio France podcast

Podcast - départements du Languedoc-Roussillon (Hérault, Gard, Vaucluse et Bouche du Rhône) - format pré roll - 2 semaines juin - 1 semaine Ile de France : Podcast - format pré roll - 2 semaines juin

### Partenariats presse

**Transfuge** - Mensuel qui propose un croisement singulier entre littérature, cinéma, scène et art- 50 000 ex. - Lectorat grand consommateur de culture :

- 1 pleine page dans daté mai (en kiosques le 24 avril)
- 1/2 page en septembre
- 1 bannière web mise en ligne deux semaines sur le site de Transfuge en RG
- Relais sur leurs comptes RS et focus dans news hebdomadaire

**Zéro Deux** - 10000 exemplaires distribués à chaque numéro + 200 points de distribution en France métropolitaine, Paris, Bruxelles, Suisse.

La revue spécialisée en art contemporain - 1 pleine page de pub mi-juin

### **The Art Newspaper**

- 1 pleine page H 420 X L 292 mm ou avec marge H 372 X L 260 mm l'édition daté mai
- 1 campagne en newsletters et sur art newspaper.fr
- Format top bannière H 250 X L 970 pxl - 5 envois consécutifs

### **Connaissance des Arts**

- 1 pleine page quadri dans un numéro de Connaissance des Arts été + 1 campagne display d'une durée d'une semaine - Format en masthead + pavé sur le site de Connaissance des Arts avec 50 000 impressions + apport partenariat :
- Réaliser un rédactionnel sur l'exposition dans Connaissance des Arts juillet-août 2023 (parutions : 29 juin)
- Mise en avant du rédactionnel sur l'exposition sur le site internet Connaissancedesarts.com,
- Mise en avant le rédactionnel sur l'exposition en Une du site internet Connaissancedesarts.com,
- Mise en avant le rédactionnel sur l'exposition sur les pages Facebook et Twitter de Connaissance des Arts,
- Mise en avant l'exposition dans les newsletters de Connaissancedesarts.com,

### Display digital

#### CMI Média

- Display sur applications mobiles : pour toucher le grand public - pack Presse Femmes + Météo France + Elle.fr
- Applications mobile Le Monde + Télérama : pour toucher les amateurs de culture
- Géolocalisation : Gard + Hérault

## Radio

**France Bleu Gard Lozère + Hérault** - Du sam. 29/07 au mar. 15/08

- 104 messages - Entre 2 et 4 spots par jour

**RTS Nîmes - Avignon - Montpellier - le Vigan** - Du sam. 29/07 au mar. 15/08

- 108 messages par station
- 6 spots/j

**Chérie FM Nîmes + Alès** - 10 jours pour chaque station entre le 27/07 et le 15/08

- Dates de diffusion Chérie FM Nîmes ==> juillet 27,29,31 août 2,4,6,8,10,12,14
- Dates de diffusion Chérie FM Alès ==> juillet 28,30 août 1,3,5,7,9,11,13,15
- 6 spots/jour - 60 spots / station

## Réseaux sociaux

Un travail spécifique a également été mené sur les réseaux sociaux, tant en termes de contenus éditoriaux que de sponsoring ciblée et de quelques jeux concours destinés à rythmer les publications.

Axes de la ligne éditoriale :

- Le contenu et les grands axes de l'exposition sous la forme de contenus pédagogiques insolites
- La programmation et les grands rendez-vous autour de l'exposition
- La vie du musée insolite autour de l'exposition

## Relations presse

14 journalistes se sont rendus au musée lors de visites organisées par le musée (3) ainsi que dans le cadre de visite couplées avec le Carré d'art pour ses 30 ans (11).

Les médias ont été très peu réceptifs à l'exposition "Mémoire vive. Oliver Laric". Ainsi, seuls trois journalistes ont participé au voyage de presse mis en place par le musée et aucune visite individuelle n'a été organisée par la suite. Néanmoins, les retours des journalistes ayant vu l'exposition ont été très positifs. Ils ont trouvé le propos intéressant, de même que la démarche de l'artiste. Ils ont notamment souligné la richesse du travail mené qui s'inspire véritablement des collections, avec des créations spécifiques pour l'exposition, ce qui n'est pas toujours le cas sur d'autres manifestations de ce type. Ces journalistes spécialisés et fins connaisseurs des tendances contemporaines ont salué les questions posées par l'artiste et le musée via cette exposition.

## Retombées presse

Au total 42 médias ont réalisé ou relayé un article sur l'exposition ou sur un événement lié à celle-ci, pour un total de 114 articles – citations (6), agendas (63) et articles de fond (45).

## Équivalents publicitaires et cibles

L'ensemble des articles correspond à 25 100€ bruts HT d'équivalents publicitaires. Le public touché est estimé à 527 000 personnes, constitué du lectorat de la presse écrite et web, et de l'audience des émissions radio et télé.

## Analyse de la couverture médiatique

La couverture presse est représentée par plus d'1/3 de médias nationaux et 2/3 de médias régionaux et locaux. Au total, environ 2/3 des retombées concernent la presse généraliste et 1/3 la presse spécialisée, principalement art et culture. Cette exposition avait la particularité de présenter le travail d'un artiste contemporain international, attirant donc une cible de presse axée art contemporain et arts plastiques, plutôt que la cible histoire et archéologie fidélisée jusqu'ici

### Presse généraliste

L'exposition a été très peu couverte par la presse généraliste du fait de l'aspect "niche" de l'exposition, qui ne cibait pas assez le grand public, malgré le croisement des sujets, en l'occurrence l'art antique et l'art contemporain. Les quotidiens et hebdomadaires nationaux, qui sont pourtant habitués à couvrir les expositions du musée, n'ont pas été réceptifs à ce nouveau positionnement. Par ailleurs, même si certains journalistes ont exprimé leur intérêt, (journaliste art contemporain du *Monde*), le contexte concurrentiel en art contemporain (inauguration de la fondation Beyeler en Suisse, ouvertures d'exposition de printemps/été) a été une difficulté supplémentaire pour faire venir des journalistes déjà très sollicités.

### Presse spécialisée

Plusieurs titres de la presse spécialisée art contemporain ont couvert l'exposition (*Transfuge*, *Les*

*Inrockuptibles, L'Art...Vues*). L'exposition a aussi bénéficié de mentions dans certains articles consacrés aux 30 ans du Carré d'Art grâce au voyage de presse coorganisé avec l'institution en mai 2023. Les titres de la presse culture plus généraliste, tels que *Connaissance des Arts, The Art Newspaper* et *Arts in the City*, ont également couvert l'exposition. Cependant, l'art contemporain étant une discipline étrangère au musée, les journalistes spécialisés en art contemporain ne connaissent pas le musée et ont été moins sensibles à ses actualités, à l'inverse des lieux d'art contemporains véritablement dédiés qu'ils fréquentent. Fidèle au musée, la presse histoire, archéologie, sciences et jeunesse n'a pas été en mesure de s'emparer de cette exposition, celle-ci étant trop éloignée de leur domaine de prédilection et inadaptée à leurs lectorats.

### Presse audiovisuelle

À l'instar de la presse généraliste, la presse audiovisuelle a été peu réceptive à l'exposition. L'artiste Oliver Laric est peu identifié en France malgré sa renommée émergente sur la scène anglo-saxonne, rendant le contexte peu propice aux interviews à la radio.

## **Campagne digitale estivale : « Au Musée de la Romanité, l'archéologie n'a pas fini de vous surprendre ».**

### Les objectifs :

- Faire découvrir (ou redécouvrir) le musée
- Animer les collections du musée
- Rendre le musée facilement accessible à tous en s'adressant au plus grand nombre
- Mettre l'humain au cœur de la communication du musée
- Faire évoluer les préjugés sur les musées, archéologiques en particulier, en créant une interactivité entre l'humain et les œuvres
- Compléter l'axe de communication complémentaire de l'été et la fin d'année pour soutenir la fréquentation 2023 et ne pas tout miser sur l'exposition temporaire d'art contemporain plus difficile à aborder par le visitorat classique du Musée de la Romanité

Loin des préjugés qui peuvent coller à tout musée archéologique, la campagne montrera que l'on peut casser les codes et rendre le musée surprenant et vivant en interpellant le visiteur.

Cette campagne invite à créer une proximité entre les visiteurs, au cœur du dispositif, et les différents professionnels du musée, véritables passeurs d'Histoire et médiateurs entre les œuvres et les visiteurs. La campagne poursuit l'objectif de rendre le musée vivant et accessible à tous.

### Concept et mise en œuvre :

3 vidéos courtes (10'), dans l'esprit du générique de « scènes de ménage » sur M6 avec des photogrammétries d'objets qui tournent au ralenti, permettent de présenter des métiers du musée et leurs interactions pour le visiteur.

Le principe est d'interagir avec le visiteur en jouant avec des objets des collections qui prennent vie. En utilisant des codes détournés mais bénéficiant d'un capital sympathie. On crée ainsi une surprise, un amusement et un étonnement qui invite le visiteur à considérer qu'au Musée de la Romanité, l'archéologie n'a pas fini de les surprendre.

Trois métiers ont été choisis pour illustrer le propos :

#### ○ **Conservation :**

Nicolas regarde une colonne avec une loupe et l'époussette avec son pinceau de conservateur dans un geste ample et dansant. Ce mouvement amène une masse de poussière et introduit les objets 3D qui valsent autour de lui.

Texte : « Avec Nicolas, envoyez valser vos à priori, **L'archéologie n'a pas fini de vous surprendre !** »  
Musée de la Romanité – Nîmes - Nicolas – conservateur en chef

#### ○ **Billetterie :**

Nicolas recharge son pistolet à billet et le décharge vers la caméra. Les éléments 3D suivent la trajectoire des billets. Ils viennent de derrière Nicolas pour arriver vers la caméra

Texte : « Avec « Nicolas », le musée est à portée de main, **L'archéologie n'a pas fini de vous surprendre !** » Musée de la Romanité – Nîmes - Nicolas- agent d'accueil

- **Guidage**

Laurence réajuste son casque et lève sa pancarte qu'elle fait tourner. L'ambiance lumineuse se transforme et tourne pour exprimer le voyage dans le temps, les objets fusent de la gauche à la droite du cadre.

Texte : « Avec Laurence, embarquez pour une aventure hors du temps, **L'archéologie n'a pas fini de vous surprendre !** » Musée de la Romanité – Nîmes - Laurence - guide conférencière

## Campagnes de diffusion

### **19 juillet au 31 Aout**

- Affichages digitaux : Nîmes, autour de Nîmes, Avignon, Montpellier, Aix en Provence, Valence, Gare de Marseille, voies vers l'ouest

### **Réseau CC Channel**

- Outdoor digital - Montpellier Odyséum - Lattes - Aix en Provence – du 19/07/23 au 09/08
- Nîmes centre : Panneaux digitaux Ville Aout (en floating)
- A partir du 15 juillet (2 mois) : affichage digital devant l'OT d'Aix en Provence

### **Réseau Mediagares :**

- Avignon - Mtp SdF et Nîmes PdG (journée + soir : 10h - 1h du matin) 28/07 au 08/08
- Gares Valence 4 écrans - Aix 7 écrans - Marseille (voies vers l'ouest) : 9 à 13 écrans 28/07 au 08/09

### **Decaux :**

- Montpellier 3j/s - 3 semaines - 8 panneaux 26/07 au 12/08 -> 2200€

## Campagnes Réseaux sociaux

Campagnes sponso :

Du 14 au 21 juillet – trafic : Paris + 40km

Du 14 au 31 aout - notoriété et trafic : La Grande Motte (+20km), Cap d'Agde (+20km) ; Montpellier (+40km), Nîmes (+60km) Aix en Provence (+50km), Arles, (+20km)

Du 19 au 27 octobre - notoriété et trafic : La Grande Motte (+20km), Cap d'Agde (+20km) ; Montpellier (+40km), Nîmes (+60km) Aix en Provence (+50km), Arles, (+20km)

Cible 25 - 65 et +

➔ **1 408 437 personnes touchées**

## **Évènementiel Noël au Musée**

### Les objectifs :

Dans l'objectif de participer à la vie de la cité, et de dynamiser la fréquentation lors des fêtes de fin d'année, le SPL a mis place une offre spéciale « le Musée invite la personne qui vous accompagne » durant tout le mois décembre.

- Affichage réseau ville papier et digital
- Stratégie sur les réseaux sociaux
- Page de proposition dans Vivre Nîmes.

### Village des Artisans dans le cadre du week-end « Noël au musée »

Afin de présenter un dispositif audiovisuel repensé, un tout nouveau multimédia dans les collections permanentes et la librairie-boutique complètement réaménagée après des travaux, l'organisation de « Noël au Musée » les 8 et 9 décembre, qui rassemble animations et village de créateurs, ont permis de mettre les pleins feux l'offre « Le musée invite la personne qui vous accompagne », la visite-famille des vacances de Noël et les derniers jours de l'exposition « Mémoire vive – Oliver Laric »

Le service communication a mis en place le village des créateurs de Noël avec des petits créateurs/artisans/micro-entreprises de la région.

Sapins, traîneau du père Noël et stands de créateurs, musique et éclairage ont été installés dans la rue Romaine, ouvrant ainsi le musée à un plus large public, générant effet d'appel et de flux de fréquentation.

## Les outils :

### Stratégie digitale :

La stratégie digitale est un enjeu majeur de la communication du Musée de la Romanité. Elle permet de toucher son public via les relais communément utilisés : ordinateurs, tablettes, smartphones. La présence du musée dans cet environnement digital est indispensable et doit affirmer sa présence à travers un site, des displays, réseaux sociaux.

### Le site museedelaromanite.fr

Le Musée de la Romanité s'est doté d'un site internet conforme à l'ambition du musée pour relayer la promesse « Vivez l'expérience historique », et conforter son rayonnement régional, national et international. Le site internet, sans être un musée dupliqué permet de préparer et de prolonger la visite en situant le visiteur au cœur de l'expérience.

Le site, entièrement consultable sur des versions mobiles, adapté aux navigations nomades contemporaines est directement relié à une billetterie en ligne et permet aux visiteurs de réserver et payer leur visite pour faciliter leur venue.

Des modifications ont été apportées en 2023 pour améliorer le score SEO et optimiser la consultation sur mobile.

### Réseaux sociaux et stratégie digitale

#### La stratégie de contenus

La charte éditoriale s'oriente vers des thématiques : histoire, archéologie, Antiquité, période médiévale, culture, art, patrimoine, éducation mais aussi tourisme, exposition, jeux, animations.

- Contenus de notoriété : informations sur le musée (atouts localisation), expositions/programmation, boutique,
- Contenus d'expertise : focus œuvres – vidéos des médiateurs – coulisses du musée, etc.
- Contenus d'aide à la décision : relais de témoignages de visiteurs/influenceurs satisfaits – revues de presse
- Contenus d'aide à la conversion : contenus pédagogiques et techniques, quizz, zoom sur les activités à faire à Nîmes/musée – ambiance live au musée, etc
- Suivis de trends/codes en vigueur pour sensibiliser un public plus jeune

Plusieurs jeu concours ont été organisés à l'été et à l'automne pour promouvoir les expositions en offrant une large visibilité sur les médias sociaux et en favorisant l'engagement. Une façon aussi d'animer la communauté du musée en utilisant de nouveaux types de publication.

#### Campagnes digitales sur les réseaux sociaux

Principalement durant l'été, mais aussi à chaque vacance scolaire et pour le lancement des expositions, des campagnes sur les réseaux sociaux ont été mises en place.

Elles obéissaient à des objectifs de notoriété et de fréquentation auprès de visiteurs présents sur le territoire

### Fréquentation des réseaux sociaux :

Facebook	Twitter	Instagram	LinkedIn	Threads (depuis le 15/12/23)
9587 abonnés (+1358)	3014 abonnés (+95)	8398 abonnés (+3115)	4100 abonnés (+1417)	600 abonnés

Le Musée de la Romanité fait partie des premiers acteurs du culturel à se positionner dès le 1<sup>er</sup> jour sur ce nouveau réseau qui pourrait à terme, remplacer X (ex Twitter). Le ton utilisé sur ce réseau est assez décalé et jeune, qui semble valoriser la proximité. Il d'agit pour l'instant de tester et d'observer ce qu'il s'y passe en adaptant les contenus aux tendances.

## Écrans digitaux :

Annonce de la programmation du jour sous forme de différentes slides animées visibles de l'extérieur du musée. Création de vidéos courtes qui permettent, depuis l'extérieur du musée d'informer les passant sur la programmation du musée.

### Écran boutique

Dans le cadre du réaménagement de la boutique, un écran digital a été inséré. La création de vidéos dynamiques permet de mettre en valeur différents produits de la boutique et incitent les visiteurs à la découvrir.

## Newsletters :

En 2023, nous avons envoyé 15 newsletters :

- 12 newsletters généralistes (cibles grand public abonné à notre newsletter + adhérents confondus)
- newsletters scolaires pour lancer les réservations à chaque nouvelle édition (modifications en fonction des visites d'exposition temporaires)

Chaque newsletter a généré directement jusqu'à 162€ de chiffre d'affaires sur le ticket shop (newsletter d'avril).

Le taux d'ouverture moyen des newsletters est de 53%, ce qui est excellent et en hausse par rapport à l'année précédente (49%).

## Éditions :

### Dépliant d'appel touristique

Un flyer 10x21 cm 5 volets en français /anglais a été imprimé en 185000 ex et distribué via les réseaux de diffusion Bienvenue en Provence, Totem de l'info, les sites touristiques du Gard, Comausud, etc. présentait l'offre générale du musée.

### Le plan de visite

- Entièrement repensé en 2021, le plan de visite a été traduit en 5 langues depuis 2022 pour permettre désormais de guider les visiteurs en français, anglais, Allemand, espagnol et italien. Des retirages sont effectués au cours de l'année 2023 en fonction des besoins

### Documents supports de commercialisation

- Création d'un dépliant 5 volets reprenant le dépliant d'appel avec un volet dédié aux groupes, Diffusés dans les salons professionnels - 5000 ex imprimés
- Affiche salon CSE et coupon de jeu
- Carton soirée partenaires Exposition Mémoire Vive – Oliver Laric
- Création de bâches promotionnelles destinées aux salons
- Création de la charte « Ambassadeurs »
- MAJ Destination Groupe FR, avec et sans tarifs
- MAJ Destination Groupes GB
- Fiche produit CSE expo Golvin
- Fiche produit CSE expo Laric
- Fiches produit Golvin FR + GB
- Fiche produit Laric FR + GB
- Fiche produit Apicius
- Fiche produit In Vino Veritas
- Fiche produit Noël au musée
- Fiche produit « sur les traces des romains »
- Fiche produit « Visite déjeuner »
- Fiche produit « visite gourmande »
- Menu Apicius
- Offre privatisation : Destination affaires

### Scolaires :

- 1 plaquette chaque semestre avec toute l'offre scolaire

### Cible enfant

Via mini : **Le Musée de la Romanité a lancé « Via Mini, le musée des tout-petits », un parcours**

### **découverte en autonomie spécialement pensé pour les 3-5 ans et leurs parents.**

Face au succès rencontré par la visite-promenade « La mosaïque des sens » destinée à la même tranche d'âge, et afin d'élargir son offre de médiation pour les tout-petits, le Musée de la Romanité propose désormais un nouveau dispositif pédagogique : le parcours en autonomie « Via Mini ». Au fil des étapes de ce voyage dans les collections, une besace pédagogique vient accompagner parents et enfants dans une visite à leur rythme, proposant des activités adaptées qui font appel à tous les sens : jeu de construction, puzzle, lecture, objets tactiles, etc. À travers ce parcours, parents ou grands-parents, guidés par des fiches étapes, deviennent les médiateurs d'un jour de leurs enfants

Une charte graphique a été créée pour décliner les fiches d'activités et leur déclinaison graphique :

- Fiche parcours chasse aux œufs
- Fiche semaine du goût

### A l'affiche

Pour promouvoir la programmation culturelle du Musée de la Romanité, quatre documents trimestriels ont été conçus et imprimés (19 000 ex chaque, 35000 ex pour l'édition d'été, entre 16 et 32 pages) et ont fait l'objet d'un plan de distribution spécifique (Nîmes et proche alentours)

La brochure permet de regrouper la programmation du musée pour chaque trimestre, en informant les visiteurs et témoignant ainsi de l'effervescence du musée, véritable lieu de vie au cœur de la ville.

### Relations presse :

L'agence de presse Alambret nous accompagne pour les relations presse en direction des grands médias nationaux et internationaux, en ciblant une accroche majoritairement sur les temps forts d'exposition temporaire. En parallèle, l'équipe de communication du musée gère tous les contacts presse locale et régionale proches, la réception des accueils presse et les demandes de renseignements, photos, rendez-vous de visites et/ou d'interviews avec les personnes adéquates, etc.

### Accueils de presse

56 accueils de presse spécifiques et demandes d'interviews ont été préparés et effectués en 2023.

Durant cette année, nous avons émis 284 billets journalistes (visites journalistes spontanées sur présentation d'une carte presse et accueils de presse) répartis ainsi :

- Billet musée – visite libre : 257 (billets musées + pass Romanité presse)
- Visites guidée individualisées (accompagnement, guidage) : 27

### Presse locale et régionale

Ce type de presse qui demande une plus grande réactivité et proximité, est géré directement par l'équipe communication du musée.

20 communiqués de presse ont été envoyés à nos contacts presse (50 à 450 contacts selon les cibles, presse locale et coordonnées des journalistes déjà venus en visite)

### Dossiers de presse et revue de presse

Différents dossiers de presse ont été conçus afin de valoriser plus spécifiquement le musée ou les expositions temporaires :

- 1 dossier de presse générique sur le musée en français et en anglais (32 pages) et désormais en allemand, espagnol et italien
- 1 dossier de presse pour l'exposition temporaire « Mémoire vive – Oliver Laric » en français et en anglais
- 1 dossier de presse pour l'exposition temporaire « Dévoiler Nemausus - Jean-Claude Golvin, un architecte et des archéologues » en français et en anglais

**Tous les articles représentent 592 retombées presse en 2023, tous sujets et tous médias confondus.**

Une revue de presse générale est disponible chaque mois

Des revues de presse spécifiques par thématique sont régulièrement mises à jour et celles des expositions font l'objet d'un bilan personnalisé.

## Communication Interne

L'équipe de la SPL CP est composée d'une trentaine de collaborateurs aujourd'hui.

Ainsi, depuis 2018, de nombreuses arrivées de personnel sont venues renforcer ou remplacer l'équipe, en fonction des besoins d'exploitation et du développement de la société.

Peu à peu, réfléchir sur les enjeux de communication interne et mettre en place une stratégie corporate est devenu incontournable afin de :

- **Partager l'information**

L'enjeu majeur de la communication interne, c'est de partager uniformément l'information et informer les collaborateurs des actualités et événements d'entreprise mais aussi de faciliter les partages d'information inter services.

- **Favoriser la cohésion d'équipe**

Favoriser la sensation d'appartenance à l'entreprise et jouer un rôle fédérateur

- **Faciliter les collaborations entre les salariés**

Permettre de fluidifier la collaboration et le partage d'idées entre les collaborateurs

- **Tendre vers une meilleure qualité de vie au travail**

Permettre de découvrir les personnalités des collaborateurs autrement que par un biais professionnel exclusif et valoriser le « vivre ensemble »

- **Mise en place du logiciel Jamespot**

Dans cette optique, un nouveau logiciel d'entreprise a été développé

Il permet, via un service de messagerie /chat interne :

- **Communiquer en temps réel**

limiter l'envoi de mails

Favoriser les échanges, en présence physique ou en distanciel (application mobile)

- **Participer à différents groupes publics & privés**

Partager et accéder à des informations formelles et informelles

Donner son avis, commenter, liker des publications sur des sujets très variés

- **Établir des groupes de travail**

Travailler de manière collaborative et fluidifier les échanges métiers, au sein de son service, mais aussi dans l'entreprise de façon plus globale

limiter les temps de réunions non nécessaires

Partager des documents de travail communs

### Autres événements réalisés :

- Création de moments de convivialité pour l'entreprise
- Organisation de la journée de cohésion le 28 novembre à Avignon
- Mise en place de la journée des pulls de Noël

## Le compte rendu Technique

### Nombre d'entrées 2023 d'après logiciel billetterie Sécutix

2023	PAX TOTAL	PAX PAYANTS	PAX GRATUITS	INDIVIDUELS	SCOLAIRES	LOISIRS
JANVIER	5 181	4 029	1 152	3 690	973	518
FEVRIER	8 279	5 551	2 728	6 491	899	889
MARS	8 319	5 425	2 894	4 796	2 453	1 070
AVRIL	12 031	8 779	3 252	7 771	3 398	862
MAI	14 648	8 722	5 926	10 365	3 597	686
JUIN	10 911	7 321	3 590	6 398	3 764	749
JUILLET	10 324	9 213	1 111	9 548	139	637
AOUT	13 244	11 304	1 940	12 627	96	521
SEPTEMBRE	9 989	4 428	5 561	8 834	537	618
OCTOBRE	9 713	7 492	2 221	6 932	1 545	1 236
NOVEMBRE	6 586	4 349	2 237	4 913	1 126	547
DECEMBRE	6 032	3 295	2 737	4 661	1 128	243
<b>TOTAL</b>	<b>115 257</b>	<b>79 908</b>	<b>35 349</b>	<b>87 026</b>	<b>19 655</b>	<b>8 576</b>

Pour mémoire, **la fréquentation totale 2023 est de 124 893 visiteurs**, incluant les billets vendus aux guichets par Edeis, les billets vendus par nos partenaires (Fnac, Viator), les billets non datés valable 1 an, et les journées gratuites (dimanche, nuit des musées).

### Evolution de la fréquentation de 2018 à 2023

Fréquentation	Nombre de mois d'exploitation	Total Pax
2018	7 mois	170 070
2019	12 mois	221 928
2020	7 mois - Covid	65 837
2021	7 mois - Covid	77 636
2022	12 mois	137 514
2023	12 mois	124 893

## Ventes 2023 par catégorie de tarif

Les ventes détaillées ci-dessous, comprenant tous les billets émis (y compris les journées gratuites) , mais pas obligatoirement utilisés sur l'année en cours.

Ventes de billets	Nombre de personne
01.Visioguide	10 050
02.Via Mini, le musée des tout-petits	264
Abonnement Musées de Nimes	96
Apér'Opéra	172
Archéo késako ? Recoller les pots cassés : la céramologie	16
Billet musée	55 222
Concert/spectacle : L'après-midi du Faune	256
Flamenka in situ	39
Gaulois, arme toi!	16
Laissez-passer Jupiter (solo)	39
Laissez-passer Venus (duo)	37
Le bestiaire médiéval	23
Le musée part en live !	598
Masterclass de dessin d'architecture en perspective	35
Pass Romanité	7 050
Via Mini, le musée des tout-petits	28
Visites guidées	5 483
journée gratuite	18 743
Visite Groupe loisir & scolaire	28 231
<b>Total</b>	<b>126 398</b>

## Réservation des espaces au 31/12/2023 :

MOIS	EVENEMENTS	PARTICIPANTS
1	9	642
2	6	471
3	8	874
4	7	283
5	9	1361
6	16	2127
7	5	1170
8	3	936
9	18	1733
10	12	1445
11	7	1119
12	19	1352
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>13513</b>
<i>Rappel 2022</i>	<i>98</i>	<i>9410</i>

## Bilan des principaux incidents et réclamations des usagers du service sur 2023

<b>Janvier</b>	04/01/23 : Problème utilisation du code promo sur le ticketshop (Mey club) 05/01/23 : Visiteur n'ayant pas eu l'information de fermeture du musée à 17h lors de la vente d'un pass romanité 23/01/23 : Problème code meyclub (plateforme PREAU éducation nationale)
<b>Février</b>	27/02/23 : Code promo Meyclub
<b>Mars</b>	05/03/23 : Réclamation concernant le café du Musée
<b>Avril</b>	
<b>Mai</b>	12/05/23 : Code promo Meyclub
<b>Juin</b>	23/06/23 : Accessibilité : les vitrines ne sont pas accessibles pour les personnes en fauteuil
<b>Juillet</b>	
<b>Août</b>	
<b>Septembre</b>	
<b>Octobre</b>	
<b>Novembre</b>	02/11/23 : Code promo Meyclub 03/11/23 : Code promo Meyclub
<b>Décembre</b>	

## Informations relatives aux biens du service

### TABLEAU D'AMORTISSEMENT AU 31/12/2023

SPL CULTURE ET PATRIMOINE

Exercice du 01/01/23 au 31/12/23 (12 mois)

#### Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth. Antérieur	Dotation	Cumul	VNC	
<b>205000 CONCESSIONS, BREVETS, LICENCES ...</b>									
<b>Biens hors acquisitions</b>									
000000008	30/05/18	PACK MESSAGE LICENCE	2 565,00	36	33,33 L	2 565,00	2 565,00		
000000009	01/06/18	SECUTIX LOGICIEL FACTURA	27 550,00	48	25,00 L	27 550,00	27 550,00		
000000007	25/06/18	A2S PACK MESSAGE	840,40	36	33,33 L	840,00	840,00	0,40	
000000010	12/09/18	SKIDATA LOGICIEL COMPTAX	60 810,00	48	25,00 L	60 810,00	60 810,00		
000000033	31/12/18	SITE INTERNET MARCHAND	45 650,00	60	20,00 L	36 545,36	9 104,64	45 650,00	
000000035	22/05/19	IMPAKT 360 VISITE VIRTUELL	1 170,00	36	33,33 L	1 170,00	1 170,00		
000000064	16/06/20	LOGICIEL ANALYSE TRAFIC	2 006,00	48	25,00 L	1 274,65	501,50	1 776,15	229,85
000000065	12/10/20	INSTALLATION COMPTAGE P	2 530,00	48	25,00 L	1 403,80	632,50	2 036,30	493,70
000000066	30/11/20	REFONTE DU SITE ET OPTIM	28 405,00	60	20,00 L	11 851,20	5 681,00	17 532,20	10 872,80
000000098	30/04/21	AJOUT FONCTIONNALITES SI	1 000,00	60	20,00 L	333,89	200,00	533,89	466,11
<b>Total biens hors acquisitions</b>			<b>172 526,40</b>			<b>144 343,90</b>	<b>16 119,64</b>	<b>160 463,54</b>	<b>12 062,86</b>
<b>Récapitulatif du compte 205000</b>									
<b>Biens hors acquisition</b>			<b>172 526,40</b>			<b>144 343,90</b>	<b>16 119,64</b>	<b>160 463,54</b>	<b>12 062,86</b>
<b>Acquisitions de l'exercice</b>									
<b>Sorties</b>									
<b>Total</b>			<b>172 526,40</b>			<b>144 343,90</b>	<b>16 119,64</b>	<b>160 463,54</b>	<b>12 062,86</b>
<b>215000 INSTALLATIONS TECHNIQUES, MATERIELS</b>									
<b>Biens hors acquisitions</b>									
000000089	31/08/20	CAMERA	16 500,00	36	33,33 L	12 848,59	3 651,41	16 500,00	
000000068	30/11/20	CHARIOT MOTORISE	4 644,00	36	33,33 L	3 229,30	1 414,70	4 644,00	
000000069	06/12/20	MATERIEL ECLAIRAGE DECC	5 538,72	36	33,33 L	3 820,69	1 718,03	5 538,72	
000000074	06/12/20	MATERIEL ECLAIRAGE DECC	619,20	36	33,33 L	427,13	192,07	619,20	
000000075	06/12/20	MATERIEL ECLAIRAGE DECC	4 621,68	36	33,33 L	3 188,10	1 433,58	4 621,68	
000000076	06/12/20	MATERIEL ECLAIRAGE DECC	1 057,00	36	33,33 L	729,13	327,87	1 057,00	
000000077	06/12/20	MATERIEL ECLAIRAGE DECC	338,20	36	33,33 L	233,29	104,91	338,20	
000000095	23/09/21	PANNEAU POTELET	399,00	36	33,33 L	169,21	133,00	302,21	96,79
000000096	30/09/21	PANNEAU POTELET	399,00	36	33,33 L	166,62	133,00	299,62	99,38
000000097	30/09/21	PACK 17 MD + HOUSSES	1 832,31	36	33,33 L	765,16	610,77	1 375,93	456,38
000000100	05/10/21	MAQUETTE STRATIGRAPHIQ	995,00	36	33,33 L	410,90	331,67	742,57	252,43
000000113	30/03/22	LD SYSTEME SON	4 135,00	36	33,33 L	1 037,58	1 378,33	2 415,91	1 719,09
000000117	12/05/22	TOURGUIDE GO	9 948,50	36	33,33 L	2 098,85	3 299,50	5 398,35	4 550,15
000000118	28/07/22	HAUT PARLEUR DIRECTIONN	1 650,00	36	33,33 L	233,75	550,00	783,75	866,25
000000119	08/09/22	MICROPHONE SERRE-TETE+	570,75	36	33,33 L	59,72	190,25	249,97	320,78

## Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Report										
215000 INSTALLATIONS TECHNIQUES, MATERIELS										
Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth. Antérieur	Dotation	Cumul	VNC		
0000000120	21/09/22	RECEPTEUR TOURGUIDE GC	3 374,00	36	33,33 L	312,41	1 124,67	1 437,08	1 936,92	
<b>Total biens hors acquisitions</b>			<b>56 622,36</b>			<b>29 730,43</b>	<b>16 593,76</b>	<b>46 324,19</b>	<b>10 298,17</b>	
<b>Acquisitions de l'exercice</b>										
0000000152	24/02/23	PLATINE DE SOL SUR MESUF	840,00	36	33,33 L		238,78	238,78	601,22	
0000000156	23/06/23	MODIF TABLE CHRONOLOGIK	3 200,00	36	33,33 L		557,04	557,04	2 642,96	
0000000154	29/06/23	CARTELS SENSORIELS*18	1 870,63	36	33,33 L		315,24	315,24	1 555,39	
0000000158	06/09/23	SENNHEISER EK2020-D-II	1 332,55	36	33,33 L		141,89	141,89	1 190,66	
0000000177	27/11/23	MODIFICATION ESPACE EPIC	7 400,00	60	20,00 L		139,78	139,78	7 260,22	
<b>Total des acquisitions</b>			<b>14 643,18</b>				<b>1 392,73</b>	<b>1 392,73</b>	<b>13 250,45</b>	
<b>Récapitulatif du compte 215000</b>										
<b>Biens hors acquisition</b>			<b>56 622,36</b>			<b>29 730,43</b>	<b>16 593,76</b>	<b>46 324,19</b>	<b>10 298,17</b>	
<b>Acquisitions de l'exercice</b>			<b>14 643,18</b>				<b>1 392,73</b>	<b>1 392,73</b>	<b>13 250,45</b>	
<b>Sorties</b>										
<b>Total</b>			<b>71 265,54</b>			<b>29 730,43</b>	<b>17 986,49</b>	<b>47 716,92</b>	<b>23 548,62</b>	
215050 INSTALL. TECHNIQUES, MATERIELS & OU										
<b>Biens hors acquisitions</b>										
0000000108	06/10/21	CONVERTISSEUR STREAMIN	475,00	36	33,33 L	195,71	158,33	354,04	120,96	
<b>Total biens hors acquisitions</b>			<b>475,00</b>			<b>195,71</b>	<b>158,33</b>	<b>354,04</b>	<b>120,96</b>	
<b>Acquisitions de l'exercice</b>										
0000000153	31/03/23	ECRAN 22 POUCES*7 + SUPC	3 525,00	36	33,33 L		884,51	884,51	2 640,49	
<b>Total des acquisitions</b>			<b>3 525,00</b>				<b>884,51</b>	<b>884,51</b>	<b>2 640,49</b>	
<b>Récapitulatif du compte 215050</b>										
<b>Biens hors acquisition</b>			<b>475,00</b>			<b>195,71</b>	<b>158,33</b>	<b>354,04</b>	<b>120,96</b>	
<b>Acquisitions de l'exercice</b>			<b>3 525,00</b>				<b>884,51</b>	<b>884,51</b>	<b>2 640,49</b>	
<b>Sorties</b>										
<b>Total</b>			<b>4 000,00</b>			<b>195,71</b>	<b>1 042,84</b>	<b>1 238,55</b>	<b>2 761,45</b>	
215400 MATERIEL INDUSTRIEL										
<b>Biens hors acquisitions</b>										
0000000011	25/10/18	CHARIOT DE TRANSPORT	900,00	36	33,33 L	900,00		900,00		
0000000050	28/03/19	MANUTAN ECHAFFAUDAGES	849,00	36	33,33 L	849,00		849,00		
0000000053	27/11/19	ARMOIRE FRIGORIFIQUES	2 598,00	84	14,29 L	1 148,47	371,14	1 519,61	1 078,39	
0000000054	02/12/19	PLATEFORME GAZELLE	757,55	84	14,29 L	333,38	108,22	441,60	315,95	
<b>Total biens hors acquisitions</b>			<b>5 104,55</b>			<b>3 230,85</b>	<b>479,36</b>	<b>3 710,21</b>	<b>1 394,34</b>	
<b>Récapitulatif du compte 215400</b>										
<b>Biens hors acquisition</b>			<b>5 104,55</b>			<b>3 230,85</b>	<b>479,36</b>	<b>3 710,21</b>	<b>1 394,34</b>	
<b>Acquisitions de l'exercice</b>										
<b>Sorties</b>										
<b>Total</b>			<b>5 104,55</b>			<b>3 230,85</b>	<b>479,36</b>	<b>3 710,21</b>	<b>1 394,34</b>	

## Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Report 218100 INSTALLATIONS GENERALES, AGENCEMENT

Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth.	Antérieur	Dotation	Cumul	VNC
<b>218100 INSTALLATIONS GENERALES, AGENCEMENT</b>									
<b>Biens hors acquisitions</b>									
0000000006	30/11/17	INSTALLATION FIBRE MUSEE	1 950,00	60	20,00	L	1 950,00	1 950,00	
0000000012	18/11/18	AGENCEMENT DALLES DE M	2 240,00	48	25,00	L	2 240,00		
0000000013	13/12/18	AGENCEMENT ATELIER PEDAG	2 559,22	48	25,00	L	2 559,22	2 559,22	
0000000036	29/03/19	ENS. AVEC PORTES COULISS	2 456,64	60	20,00	L	1 845,22	491,33	2 336,55
0000000063	28/10/19	INST. SYSTEME TELEPHONIC	1 973,00	60	20,00	L	1 252,86	394,60	1 647,46
0000000099	27/10/21	MOQUETTE	9 000,00	48	25,00	L	2 650,00	2 250,00	4 900,00
0000000101	23/11/21	NAPPES RECT ET RONDES	1 907,66	48	25,00	L	527,26	476,92	1 004,18
0000000121	29/07/22	POSE ESTRADE AUDITORIUM	4 800,00	60	20,00	L	405,33	960,00	1 365,33
0000000123	14/11/22	CHANGEMENT DE MOQUETT	8 370,00	60	20,00	L	218,55	1 674,00	1 892,55
0000000143	22/11/22	CONCEPT 4"MAQUETTES AR	2 300,00	60	20,00	L	49,83	460,00	509,83
0000000145	24/11/22	MAJ SIGNALETIQUE MUSEE	11 207,24	60	20,00	L	230,37	2 241,45	2 471,82
0000000174	24/11/22	VESTIAIRES MULTI KIT RETIF	778,56	60	20,00	L	16,00	155,71	171,71
		<b>Total biens hors acquisitions</b>	<b>49 542,32</b>				<b>13 944,64</b>	<b>9 104,01</b>	<b>20 808,65</b>
<b>Acquisitions de l'exercice</b>									
0000000151	10/03/23	CUISINE - OFFICE TRAITEUR	4 791,41	60	20,00	L		774,61	774,61
		<b>Total des acquisitions</b>	<b>4 791,41</b>					<b>774,61</b>	<b>774,61</b>
<b>Sorties</b>									
0000000012	31/12/23	AGENCEMENT DALLES DE M	2 240,00	48	25,00	L	2 240,00		2 240,00
		<b>Total des sorties</b>	<b>2 240,00</b>				<b>2 240,00</b>		<b>2 240,00</b>
<b>Récapitulatif du compte 218100</b>									
		<b>Biens hors acquisition</b>	<b>49 542,32</b>				<b>13 944,64</b>	<b>9 104,01</b>	<b>20 808,65</b>
		<b>Acquisitions de l'exercice</b>	<b>4 791,41</b>					<b>774,61</b>	<b>774,61</b>
		<b>Sorties</b>	<b>2 240,00</b>				<b>2 240,00</b>		<b>2 240,00</b>
		<b>Total</b>	<b>52 093,73</b>				<b>11 704,64</b>	<b>9 878,62</b>	<b>21 583,26</b>

### 218300 MATERIEL de BUREAU & INFORMATIQUE

#### Biens hors acquisitions

0000000003	12/06/17	1 PC FIXE DELL-DKJFJ	1 067,25	36	33,33	L	1 067,25		
0000000004	12/06/17	1 PC PORTABLE DELL-CNXF	1 683,56	36	33,33	L	1 683,56	1 683,56	
0000000001	07/11/17	2 PORTABLES DELL W2K9H	3 370,12	36	33,33	L	3 370,12	3 370,12	
0000000002	07/11/17	EQUIPEMENTS RESEAU MUS	2 387,33	36	33,33	L	2 387,33	2 387,33	
0000000005	19/12/17	Réseau téléphonie musée	5 308,00	36	33,33	L	5 308,00	5 308,00	
0000000014	12/01/18	TABLETTE SURFACE PRO	1 096,33	36	33,33	L	1 096,33	1 096,33	
0000000015	31/01/18	2 PC FIXES 2 PORTABLES	1 148,24	36	33,33	L	1 148,24	1 148,24	

## Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Report 218300 MATERIEL de BUREAU &amp; INFORMATIQUE

Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth.	Antérieur	Dotation	Cumul	VNC
000000016	31/01/18	1 PC FIXE 2 PORTABLES	3 039,48	36	33,33	L	3 039,48	3 039,48	
0000000171	31/01/18	2 RECYCLAGE + 1 HS	2 549,36	36	33,33	L	2 549,36		
0000000172	31/01/18	1PC FIXE RECYCLAGE	640,00	36	33,33	L	640,00		
0000000017	14/02/18	3 POSTES IP ALCATEL	2 716,00	36	33,33	L	2 716,00	2 716,00	
0000000018	25/04/18	1 PC FIXE	957,77	36	33,33	L	957,77		
0000000020	25/04/18	2 ORDINATEURS OPTIPLEX	2 783,88	36	33,33	L	2 783,88		
0000000021	25/04/18	BOITIERS NAS	807,00	36	33,33	L	807,00	807,00	
0000000034	15/05/18	SYSTEME DE SONORISATION	5 400,00	36	33,33	L	5 400,00	5 400,00	
0000000023	29/06/18	1 PC PORTABLE	1 473,88	36	33,33	L	1 473,88	1 473,88	
0000000024	09/11/18	6 PC CAISSES	29 440,00	48	25,00	L	29 440,00	29 440,00	
0000000173	09/11/18	1 PC CAISSE RECYCLAGE	5 970,00	48	25,00	L	5 970,00		
0000000022	13/12/18	4 ENCEINTES ATAO	4 250,00	36	33,33	L	4 250,00	4 250,00	
0000000037	01/01/19	TELEVISEUR SONY LED 213 (	3 124,17	36	33,33	L	3 124,17	3 124,17	
0000000048	01/01/19	HP PROBOOK 650 G4	1 353,60	36	33,33	L	1 353,60	1 353,60	
0000000038	04/01/19	5 LENOVO M710Q	3 851,20	36	33,33	L	3 851,20	3 851,20	
0000000040	07/02/19	30 écouteurs mono oreille	3 200,00	36	33,33	L	3 200,00		
0000000041	25/02/19	30 écouteurs mono oreille	3 200,00	36	33,33	L	3 200,00		
0000000042	28/03/19	2 UNITES CENTRALES LENOVO	1 456,94	36	33,33	L	1 456,94	1 456,94	
0000000043	29/03/19	REORGANISATION RESEAU I	10 140,87	60	20,00	L	7 616,91	9 645,08	496,79
0000000044	30/04/19	SERVEUR INFORMATIQUE	3 570,00	36	33,33	L	3 570,00	3 570,00	
0000000045	14/05/19	MACBOOK PRO	1 385,43	36	33,33	L	1 385,43	1 385,43	
0000000047	31/05/19	8 PROJECTEURS CAMEO	3 300,00	36	33,33	L	3 300,00	3 300,00	
0000000046	04/06/19	APPLE ECRAN DISPLAY	624,17	36	33,33	L	624,17	624,17	
0000000060	30/08/19	MATERIEL INFORMATIQUE	6 034,66	36	33,33	L	6 034,66	6 034,66	
0000000061	08/10/19	UGAP MATERIEL INFORMATI	580,87	36	33,33	L	580,87	580,87	
0000000058	06/12/19	MSI TRIDENT 3 ARCTIC	1 415,83	36	33,33	L	1 415,83	1 415,83	
0000000057	09/12/19	GRAND ECRAN TV	2 956,67	36	33,33	L	2 956,67	2 956,67	
0000000071	09/07/20	CASQUE FREESOUND	1 415,00	36	33,33	L	1 168,69	1 415,00	246,31
0000000078	09/07/20	CABLE CASQUE FREESOUNC	360,00	36	33,33	L	297,33	360,00	62,67
0000000072	06/08/20	PORTABLE MACBOOK PRO	2 615,83	36	33,33	L	2 096,08	2 615,83	520,75
0000000088	23/10/20	ORDINATEUR	1 411,58	36	33,33	L	1 029,94	1 411,58	381,64
0000000073	03/12/20	UNITE CENTRAL + ECRAN	1 509,80	36	33,33	L	1 045,68	1 509,80	464,12
0000000079	09/12/20	TV SAMSUNG	665,83	36	33,33	L	448,87	665,83	204,46
0000000080	09/12/20	PC PORTABLE ACER	666,66	36	33,33	L	458,02	666,66	208,64

## Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Report 218300 MATERIEL de BUREAU &amp; INFORMATIQUE

Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth. Antérieur	Dotation	Cumul	VNC	
0000000094	05/07/21	4 VIDEOPROJECTEURS	2 036,00	36	33,33 L	252,62			
0000000091	07/07/21	2 PC PORTABLE MACBOOK	2 803,31	36	33,33 L	1 386,08	934,44	2 320,52	
0000000092	17/08/21	4 VIDEOPROJECTEURS	2 036,00	36	33,33 L	931,28			
0000000093	08/09/21	UNITE CENTRALE	949,00	36	33,33 L	415,62	316,33	731,95	
0000000102	08/12/21	PC DEL VOSTRO 15	2 228,52	36	33,33 L	790,30	742,84	1 533,14	
0000000111	10/02/22	UNITE CNETRA LENOVO	1 399,00	36	33,33 L	415,81	466,33	882,14	
0000000112	21/02/22	MONITEUR NEC MULTISYNC	428,00	36	33,33 L	122,85	142,67	265,52	
0000000114	14/04/22	SMARTPHONE APPLE X4	2 209,58	36	33,33 L	525,80	736,53	1 262,33	
0000000115	21/04/22	SMARTPHONE APPLE X2	963,07	36	33,33 L	222,93	321,02	543,95	
0000000116	26/04/22	VIDEOPROJECTEUR TYPE 4 I	1 018,00	36	33,33 L	230,93			
0000000133	20/06/22	TABLETTE MICROSOFT SURF	771,29	36	33,33 L	136,40	257,10	393,50	
0000000124	09/07/22	IPHONE SE MINUIT 64G	465,40	36	33,33 L	74,12	155,13	229,25	
0000000125	18/07/22	UNITE CENTRALE DE TYPE A	1 399,00	36	33,33 L	211,15	466,33	677,48	
0000000126	18/07/22	MONITEUR TACTILE 24 POU	1 198,00	36	33,33 L	180,81	399,33	580,14	
0000000127	18/07/22	UNITE CENTRALE TYPE A DE	1 347,00	36	33,33 L	203,30	449,00	652,30	
0000000128	18/07/22	MONITEUR POUR ORDI BURE	338,00	36	33,33 L	51,01	112,67	163,68	
0000000129	29/07/22	LD SYSTEM MAUI 5	687,00	36	33,33 L	96,69	229,00	325,69	
0000000130	30/08/22	LAMPE PROJECTEUR CANON	898,00	36	33,33 L	100,61	299,33	399,94	
0000000131	01/09/22	SAECO ROYAL BLACK PRO	554,99	36	33,33 L	61,67	185,00	246,67	
0000000132	29/09/22	MACKBOOK PRO M2	1 806,09	36	33,33 L	153,85	602,03	755,88	
0000000134	30/10/22	UNITE CENTRALE TYPE 2 LEI	6 995,00	36	33,33 L	395,09	2 331,66	2 726,75	
0000000135	30/10/22	DELL LATITUDE 3520	2 997,00	36	33,33 L	169,27	999,00	1 168,27	
0000000136	30/10/22	UNITE CENTRALE TYPE 2 B L	1 898,00	36	33,33 L	107,20	632,67	739,87	
0000000137	30/10/22	MONITEUR PR ORDI BUREAU	507,00	36	33,33 L	28,64	169,00	197,64	
0000000147	24/11/22	MONITEUR DALLE IPS VITRIN	11 379,00	36	33,33 L	389,84	3 793,00	4 182,84	
0000000175	30/11/22	IPHONE SE 64 GO	536,64	36	33,33 L	15,40	178,88	194,28	
0000000176	31/12/22	IPHONE 14 PRO 128GO NOIR	1 084,00	36	33,33 L	1,00	361,33	362,33	
<b>Total biens hors acquisitions</b>			<b>181 859,20</b>			<b>133 972,53</b>	<b>19 397,38</b>	<b>131 586,82</b>	<b>24 814,12</b>
<b>Acquisitions de l'exercice</b>									
0000000159	01/01/23	TABLETTE MICROSOFT SURF	278,06	36	33,33 L		92,69	92,69	
0000000157	25/08/23	NUC SPARE	750,00	36	33,33 L		87,50	87,50	
0000000162	20/10/23	ECRAN BOUTIQUE LG 55UHS	1 148,00	36	33,33 L		75,47	75,47	
0000000163	24/10/23	PC BUREAU LENOVO THINKC	2 826,98	36	33,33 L		175,38	175,38	
0000000164	24/10/23	ECRAN TACTILE 17 POU	1 456,00	36	33,33 L		90,33	90,33	

## Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Report 218300 MATERIEL de BUREAU & INFORMATIQUE										
Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth.	Antérieur	Dotation	Cumul	VNC	
0000000165	24/10/23	IMPRIMANTE THERMIQUE ES	724,20	36	33,33	L	44,93	44,93	679,27	
0000000166	24/10/23	ECRAN 7 POUCES METAL BE	518,00	36	33,33	L	32,14	32,14	485,86	
0000000167	27/10/23	ECRAN EPIGRAPHIE - MONIT	2 474,00	36	33,33	L	146,61	146,61	2 327,39	
0000000169	17/11/23	SECUTIX 360 - MATERIEL TPE	1 980,00	36	33,33	L	80,67	80,67	1 899,33	
<b>Total des acquisitions</b>			<b>12 155,24</b>				<b>825,72</b>	<b>825,72</b>	<b>11 329,52</b>	
<b>Sorties</b>										
0000000003	31/12/23	1 PC FIXE DELL-DKJFJ	1 067,25	36	33,33	L		1 067,25		
0000000171	31/12/23	2 RECYCLAGE + 1 HS	2 549,36	36	33,33	L		2 549,36		
0000000172	31/12/23	1PC FIXE RECYCLAGE	640,00	36	33,33	L		640,00		
0000000018	31/12/23	1 PC FIXE	957,77	36	33,33	L		957,77		
0000000020	31/12/23	2 ORDINATEURS OPTIPLEX	2 783,88	36	33,33	L		2 783,88		
0000000173	31/12/23	1 PC CAISSE RECYCLAGE	5 970,00	48	25,00	L		5 970,00		
0000000040	31/12/23	30 écouteurs mono oreille	3 200,00	36	33,33	L		3 200,00		
0000000041	31/12/23	30 écouteurs mono oreille	3 200,00	36	33,33	L		3 200,00		
0000000094	31/12/23	4 VIDEOPROJECTEURS	2 036,00	36	33,33	L	252,62	1 783,38	2 036,00	
0000000092	31/12/23	4 VIDEOPROJECTEURS	2 036,00	36	33,33	L	931,28	1 104,72	2 036,00	
0000000116	31/12/23	VIDEOPROJECTEUR TYPE 4 I	1 018,00	36	33,33	L	230,93	787,07	1 018,00	
<b>Total des sorties</b>			<b>25 458,26</b>				<b>21 783,09</b>	<b>3 675,17</b>	<b>25 458,26</b>	
<b>Récapitulatif du compte 218300</b>										
Biens hors acquisition			181 859,20				133 972,53	19 397,38	131 586,82	24 814,12
Acquisitions de l'exercice			12 155,24				825,72	825,72	11 329,52	
Sorties			25 458,26				21 783,09	3 675,17	25 458,26	
<b>Total</b>			<b>168 556,18</b>				<b>112 189,44</b>	<b>23 898,27</b>	<b>132 412,54</b>	<b>36 143,64</b>

### 218310 MATERIEL DE BUREAU MUSEE

#### Biens hors acquisitions

0000000025	26/09/18	100 EMETTEUR AVEC DRAGC	5 300,00	36	33,33	L	5 300,00		5 300,00
0000000062	23/11/19	25 SYSTEMES GUIDEPASS	10 300,00	36	33,33	L	10 300,00		10 300,00
<b>Total biens hors acquisitions</b>			<b>15 600,00</b>				<b>15 600,00</b>		<b>15 600,00</b>

#### Récapitulatif du compte 218310

Biens hors acquisition			15 600,00				15 600,00		15 600,00
Acquisitions de l'exercice									
Sorties									
<b>Total</b>			<b>15 600,00</b>				<b>15 600,00</b>		<b>15 600,00</b>

### 218400 MOBILIER de BUREAU

#### Biens hors acquisitions

0000000026	23/05/18	MOBILIER MANGE DEBOUT	2 848,72	60	20,00	L	2 602,05	222,85	2 824,90	23,82
------------	----------	-----------------------	----------	----	-------	---	----------	--------	----------	-------

## Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Report 218400 MOBILIER de BUREAU

Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth. Antérieur	Dotation	Cumul	VNC	
0000000027	23/05/18	2 POTELETS A SANGLE	1 911,00	60	20,00 L	1 760,24	150,76	1 911,00	
0000000028	28/05/18	VESTIAIRES BIPLACE	628,08	60	20,00 L	576,80	51,28	628,08	
0000000029	31/05/18	3 COFFRES FORTS	4 062,00	60	20,00 L	3 725,76	336,24	4 062,00	
0000000030	27/06/18	POTELETS A SANGLE	1 086,00	60	20,00 L	979,81	106,19	1 086,00	
0000000031	29/06/18	COFFRE FORT	444,00	60	20,00 L	400,09	43,91	444,00	
0000000032	18/12/18	TABLES MANGE DEBOUT	2 852,85	60	20,00 L	2 280,32	544,58	2 824,90	27,95
0000000051	31/07/19	IKEA ENSEMBLE IMMOBILIER	1 709,50	60	20,00 L	1 169,11	341,90	1 511,01	198,49
0000000059	25/11/19	FOURNITURES TABLES	2 223,96	60	20,00 L	1 378,85	444,79	1 823,64	400,32
0000000082	01/01/20	SIEGES POUR LES VISITEUR	1 695,84	60	20,00 L	1 017,51	339,17	1 356,68	339,16
0000000084	01/01/20	TABLE A LANGER	545,42	60	20,00 L	327,24	109,08	436,32	109,10
0000000083	12/10/20	MODULE ACCEUIL	2 175,00	60	20,00 L	965,46	435,00	1 400,46	774,54
0000000085	15/10/20	TABOURET DE BAR	7 267,00	60	20,00 L	3 213,63	1 453,40	4 667,03	2 599,97
0000000081	23/11/20	TABLE AUDITORIUM	2 390,00	60	20,00 L	1 006,46	478,00	1 484,46	905,54
0000000103	02/11/21	BALADEUSE APLO	458,37	60	20,00 L	106,69	91,67	198,36	260,01
0000000104	23/11/21	BIBLIOTHEQUE BASSE VITRE	529,00	60	20,00 L	116,97	105,80	222,77	306,23
0000000105	07/12/21	LAMPADAIRE D'EXTERIEUR 1	1 230,39	60	20,00 L	262,49	246,08	508,57	721,82
0000000106	10/12/21	PORTAN PRO	1 008,00	60	20,00 L	213,36	201,60	414,96	593,04
0000000107	30/12/21	COMPOSITION OLYMPIQUE C	6 970,00	60	20,00 L	1 397,87	1 394,00	2 791,87	4 178,13
0000000110	31/01/22	CHAISE EMA X30 + CHARIOT	5 201,90	60	20,00 L	956,57	1 040,38	1 996,95	3 204,95
0000000141	22/06/22	MANGE DEBOUT + HOUSSE F	1 529,71	60	20,00 L	160,62	305,94	466,56	1 063,15
0000000138	04/08/22	ARMOIRE A RIDEAUX DEMON	399,00	60	20,00 L	32,59	79,80	112,39	286,61
0000000139	30/09/22	ARMOIRE A RIDEAUX DEMON	389,00	60	20,00 L	19,67	77,80	97,47	291,53
0000000140	30/09/22	SIEGE DE BUREAU NAO TISS	305,00	60	20,00 L	15,42	61,00	76,42	228,58
0000000142	28/10/22	TABLE HPDE 183*76 GRIS CL	875,40	60	20,00 L	30,64	175,08	205,72	669,68
0000000149	07/11/22	IKEA MATERIEL MEDIATION	531,54	60	20,00 L	15,95	106,31	122,26	409,28
0000000150	24/11/22	CHAISE EMA *20	3 346,40	60	20,00 L	68,79	669,28	738,07	2 608,33
		<b>Total biens hors acquisitions</b>	<b>54 613,08</b>			<b>24 800,96</b>	<b>9 611,89</b>	<b>34 412,85</b>	<b>20 200,23</b>
		<b>Acquisitions de l'exercice</b>							
0000000168	24/11/23	SIEGE ERGO COMPACT VERI	1 127,00	60	20,00 L		23,17	23,17	1 103,83
		<b>Total des acquisitions</b>	<b>1 127,00</b>				<b>23,17</b>	<b>23,17</b>	<b>1 103,83</b>
		<b>Récapitulatif du compte 218400</b>							
		Biens hors acquisition	54 613,08			24 800,96	9 611,89	34 412,85	20 200,23
		Acquisitions de l'exercice	1 127,00				23,17	23,17	1 103,83
		Sorties							
		<b>Total</b>	<b>55 740,08</b>			<b>24 800,96</b>	<b>9 635,06</b>	<b>34 436,02</b>	<b>21 304,06</b>

## Tableau d'amortissement au 31/12/2023 économique

Report 218400 MOBILIER de BUREAU

Code	Date	Désignation	Valeur achat	Durée	Taux Méth. Antérieur	Dotation	Cumul	VNC
<b>Récapitulatif du tableau d'amortissement économique</b>								
		Biens hors acquisitions	536 342,91		365 819,02	71 464,37	413 260,30	95 384,35
		Acquisitions de l'exercice	36 241,83			3 900,74	3 900,74	32 341,09
		Sorties	27 638,26		24 023,09	3 675,17	27 638,26	
		<b>Total général</b>	<b>544 886,48</b>		<b>341 795,93</b>	<b>79 040,28</b>	<b>417 161,04</b>	<b>127 725,44</b>
		(*) Avoirs de l'exercice						

## Bilan de l'état du matériel et des réparations effectuées

Rappel : le parcours multimédia du musée comprend 65 dispositifs.

Chaque dispositif comprend un ou plusieurs écrans, ordinateurs, vidéoprojecteurs, lecteurs multimédias.

Le parcours est contrôlé par deux serveurs de contrôles, gérant l'allumage, l'extinction et le monitoring des dispositifs.

Le parc comprend dans son ensemble :

- 30 Vidéoprojecteurs (toutes marques confondues)
- 39 Unités centrales PC (toutes marques confondues)
- 37 Unités écrans informatiques, TV (toutes marques confondues)
- 58 Player multimédia (toutes marques confondues)

L'installation comprend aussi des routeurs, des enceintes, des transmetteurs (son et vidéo).

Comme chaque année, la campagne de maintenance et travaux a été lancée en saison basse, et au 31/12/2023, si nous faisons abstraction du média de la rue romaine qui sera livré en janvier (pour une installation après la Contemporaine, **100% des multimédias du parcours muséal étaient fonctionnels**, notamment grâce aux modifications du mobilier ou du type de projection de médias (épigraphie, table chronologique, ...)

En 2024, une recherche pour améliorer la qualité du mobilier des écrans rotatifs sera menée et la pose du vidéoprojecteur du plafond (17 m) de la rue romaine sera réalisée fin juin.

Nous allons en 2024, par rotation, changer les machines, suivant un calendrier pluriannuels d'investissement, en ayant une politique RSE, et conforme à la loi REEN, en recyclant les composants et en les réutilisant après un contrôle strict.

De même, concernant l'amélioration des espaces locatifs (office salle de réception), une recherche de prestataire sera lancée pour l'aménagement de placard de rangement et de stockage.

### Sort des biens à l'expiration de la DSP :

Conformément à l'article 48 du contrat, à l'expiration de la DSP, soit au 31 12 2023, l'exploitant remet à la ville en état normal d'entretien tous les biens et équipements qui font l'objet d'un retour ou d'une reprise. Ces biens sont cédés gratuitement s'ils ont été entièrement amortis pendant la durée du contrat. Si les biens ne sont pas totalement amortis, la collectivité ou le nouvel exploitant ont la faculté de procéder au rachat de l'ensemble des biens de reprise non amortis utilisés pour la gestion du service délégué.

Au terme du contrat actuel de la DSP, une nouvelle procédure a été relancée aux fins de désigner un nouvel exploitant.

Par délibération en date du 16/12/2023, la SPL Culture et Patrimoine a été désignée comme nouvel exploitant de la délégation de service public.

Conformément à l'article 48 du contrat, à l'expiration de la DSP, soit au 31 12 2023, l'exploitant devrait remettre les biens à la ville.

La ville devrait, immédiatement, les mettre à disposition du nouveau délégataire.

La SPL a été renouvelée en qualité de délégataire. Afin d'éviter des doubles mutations qui seraient coûteuses et fastidieuses, et dans la mesure où cette double mutation serait budgétairement neutre (la valeur de retour des biens étant par principe égale à la valeur d'entrée dans la nouvelle DSP), il est convenu entre les parties que l'ensemble des biens acquis par la SPL nécessaires à l'exploitation sont conservés par cette dernière dans le cadre de la poursuite de l'activité déléguée, sans retour dans le patrimoine de la collectivité.

L'inventaire de ces biens et leur valeur nette comptable est communiqué en annexe du présent document. Leur amortissement se poursuivra dans les comptes de la nouvelle DSP selon les critères d'origine.

## INVENTAIRES DES BIENS

Révision 2023 – réalisé au 31/12/2023

compte	Désignation	Désignation2	Année	TYPE DE BIEN	Valeurs	
					Somme de Valeur Achat	Somme de Valeur résiduelle
205000	CONCESSIONS, BREVETS, LICENCES	A25 PACK MESSAGE	2018	BIEN DE REPRISE	840,40	0,40
		AJOUT FONCTIONNALITES SITE INTERNET	2021	BIEN DE REPRISE	1 000,00	466,11
		IMPAKT 360 VISITE VIRTUELLE	2019	BIEN DE REPRISE	1 170,00	0,00
		INSTALLATION COMPTAGE PACK ERP	2020	BIEN DE REPRISE	2 530,00	493,70
		LOGICIEL ANALYSE TRAFIC	2020	BIEN DE REPRISE	2 006,00	229,85
		PACK MESSAGE LICENCE	2018	BIEN DE REPRISE	2 565,00	0,00
		REFONTE DU SITE ET OPTIMISATION	2020	BIEN DE REPRISE	28 405,00	10 872,80
		SECUTIX LOGICIEL FACTURATION	2018	BIEN DE REPRISE	27 550,00	0,00
		SITE INTERNET MARCHAND	2018	BIEN DE REPRISE	45 650,00	0,00
		SKIDATA LOGICIEL COMPTAGE	2018	BIEN DE REPRISE	60 810,00	0,00
<b>Total 205000</b>					<b>172 526,40</b>	<b>12 062,86</b>
215000	INSTALLATIONS TECHNIQUES, MATERIELS	CAMERA	2020	BIEN PROPRE	16 500,00	0,00
		CARTELS SENSORIELS*18	2023	BIEN DE REPRISE	1 870,63	1 555,39
		CHARIOT MOTORISE	2020	BIEN DE REPRISE	4 644,00	0,00
		HAUT PARLEUR DIRECTIONNEL COMPACT	2022	BIEN DE REPRISE	1 650,00	866,25
		LD SYSTEME SON	2022	BIEN PROPRE	4 135,00	1 719,09
		MAQUETTE STRATIGRAPHIQUE	2021	BIEN DE REPRISE	995,00	252,43
		MATERIEL ECLAIRAGE DECO	2020	BIEN DE REPRISE	12 174,80	0,00
		MICROPHONE SERRE-TETE+VALISE CHARG	2022	BIEN DE REPRISE	570,75	320,78
		MODIF TABLE CHRONOLOGIQUE RD	2023	BIEN DE REPRISE	3 200,00	2 642,96
		MODIFICATION ESPACE EPIGRAPHIE	2023	BIEN DE RETOUR	7 400,00	7 260,22
		PACK 17 MD + HOUSSES	2021	BIEN DE REPRISE	1 832,31	456,38
		PANNEAU POTELET	2021	BIEN DE REPRISE	798,00	196,17
		PLATINE DE SOL SUR MESURE	2023	BIEN DE REPRISE	840,00	601,22
		RECEPTEUR TOURGUIDE GO	2022	BIEN DE REPRISE	3 374,00	1 936,92
		SENNHEISER EK2020-D-II	2023	BIEN DE REPRISE	1 332,55	1 190,66
		TOURGUIDE GO	2022	BIEN DE REPRISE	9 948,50	4 550,15
<b>Total 215000</b>					<b>71 265,54</b>	<b>23 548,62</b>
215050	INSTALL. TECHNIQUES, MATERIELS & OU	CONVERTISSEUR STREAMING	2021	BIEN DE REPRISE	475,00	120,96
		ECRAN 22 POUCES*7 + SUPORT MURAL	2023	BIEN DE REPRISE	3 525,00	2 640,49
<b>Total 215050</b>					<b>4 000,00</b>	<b>2 761,45</b>
215400	MATERIEL INDUSTRIEL	ARMOIRE FRIGORIFIQUES	2019	BIEN DE REPRISE	2 598,00	1 078,39
		CHARIOT DE TRANSPORT	2018	BIEN DE REPRISE	900,00	0,00
		MANUTAN ECHAFFAUDAGES	2019	BIEN DE REPRISE	849,00	0,00
		PLATEFORME GAZELLE	2019	BIEN DE REPRISE	757,55	315,95
<b>Total 215400</b>					<b>5 104,55</b>	<b>1 394,34</b>
218100	INSTALLATIONS GENERALES, AGENCEMENT	AGENCEMT ATELIER PEDAGOGIQUE	2018	BIEN DE REPRISE	2 559,22	0,00
		CHANGEMENT DE MOQUETTE	2022	BIEN DE REPRISE	8 370,00	6 477,45
		CONCEPT 4*MAQUETTES ARCS PLEIN CINT	2022	BIEN DE REPRISE	2 300,00	1 790,17
		CUISINE - OFFICE TRAITEUR - AYMARD	2023	BIEN DE REPRISE	4 791,41	4 016,80
		ENS. AVEC PORTES COULISSANTES	2019	BIEN DE REPRISE	2 456,64	120,09
		INST. SYSTEME TELEPHONIQUE	2019	BIEN DE REPRISE	1 973,00	325,54
		INSTALLATION FIBRE MUSEE	2017	BIEN DE REPRISE	1 950,00	0,00
		MAJ SIGNALTIQUE MUSEE	2022	BIEN DE REPRISE	11 207,24	8 735,42
		MOQUETTE	2021	BIEN DE REPRISE	9 000,00	4 100,00
		NAPPES RECT ET RONDES	2021	BIEN DE REPRISE	1 907,66	903,48
		POSE ESTRADE AUDITORIUM	2022	BIEN DE REPRISE	4 800,00	3 434,67
		VESTIAIRES MULTI KIT RETIF *2	2022	BIEN DE REPRISE	778,56	606,85
<b>Total 218100</b>					<b>52 093,73</b>	<b>30 510,47</b>

compte	Désignation	Désignation2	Année	TYPE DE BIEN	Valeurs	
					Somme de Valeur Achat	Somme de Valeur résiduelle
218300	MATERIEL de BUREAU & INFORMATIQUE	1 PC FIXE 2 PORTABLES	2018	BIEN PROPRE	3 039,48	0,00
		1 PC PORTABLE	2018	BIEN PROPRE	1 473,88	0,00
		1 PC PORTABLE DELL-CNXR9	2017	BIEN PROPRE	1 683,56	0,00
		2 PC FIXES 2 PORTABLES	2018	BIEN PROPRE	1 148,24	0,00
		2 PC PORTABLE MACBOOK	2021	BIEN PROPRE	2 803,31	482,79
		2 PORTABLES DELL W2K9H	2017	BIEN PROPRE	3 370,12	0,00
		2 UNITES CENTRALES LENOVO M720Q	2019	BIEN PROPRE	1 456,94	0,00
		3 POSTES IP ALCATEL	2018	BIEN PROPRE	2 716,00	0,00
		4 ENCEINTES ATOO	2018	BIEN DE REPRISE	4 250,00	0,00
		5 LENOVO M710Q	2019	BIEN PROPRE	3 851,20	0,00
		6 PC CAISSES	2018	BIEN DE REPRISE	29 440,00	0,00
		8 PROJECTEURS CAMEO	2019	BIEN DE REPRISE	3 300,00	0,00
		APPLE ECRAN DISPLAY	2019	BIEN DE REPRISE	624,17	0,00
		BOITIERS NAS	2018	BIEN DE REPRISE	807,00	0,00
		CABLE CASQUE FREESOUND	2020	BIEN PROPRE	360,00	0,00
		CASQUE FREESOUND	2020	BIEN PROPRE	1 415,00	0,00
		DELL LATITUDE 3520	2022	BIEN PROPRE	2 997,00	1 828,73
		ECRAN 7 POUCES METAL BEETRONICS 7HD	2023	BIEN DE REPRISE	518,00	485,86
		ECRAN BOUTIQUE LG 55UH51-H	2023	BIEN DE REPRISE	1 148,00	1 072,53
		ECRAN EPIGRAPHIE - MONITEUR 86" 4K	2023	BIEN DE RETOUR	2 474,00	2 327,39
		ECRAN TACTILE 17 POUCES ELTOUCH	2023	BIEN DE REPRISE	1 456,00	1 365,67
		EQUIPEMENTS RESEAU MUSEE	2017	BIEN DE REPRISE	2 387,33	0,00
		GRAND ECRAN TV	2019	BIEN DE REPRISE	2 956,67	0,00
		HP PROBOOK 650 G4	2019	BIEN PROPRE	1 353,60	0,00
		IMPRIMANTE THERMIQUE ESPON TM-T88VI	2023	BIEN DE REPRISE	724,20	679,27
		IPHONE 14 PRO 128GO NOIR	2022	BIEN PROPRE	1 084,00	721,67
		IPHONE SE 64 GO	2022	BIEN PROPRE	536,64	342,36
		IPHONE SE MINUIT 64G	2022	BIEN PROPRE	465,40	236,15
		LAMPE PROJECTEUR CANON RS-LP08	2022	BIEN PROPRE	898,00	498,06
		LD SYSTEM MAUI 5	2022	BIEN PROPRE	687,00	361,31
		MACBOOK PRO	2019	BIEN PROPRE	1 385,43	0,00
		MACKBOOK PRO M2	2022	BIEN PROPRE	1 806,09	1 050,21
		MATERIEL INFORMATIQUE	2019	BIEN PROPRE	6 034,66	0,00
		MONITEUR DALLE IPS VITRINE 75 POUCE	2022	BIEN PROPRE	11 379,00	7 196,16
		MONITEUR NEC MULTISYNC E328	2022	BIEN PROPRE	428,00	162,48
		MONITEUR POUR ORDI BUREAU IIYAMA	2022	BIEN PROPRE	338,00	174,32
		MONITEUR PR ORDI BUREAU IIYAMA	2022	BIEN PROPRE	507,00	309,36
		MONITEUR TACTILE 24 POUCES *2	2022	BIEN DE REPRISE	1 198,00	617,86
		MSI TRIDENT 3 ARCTIC	2019	BIEN DE REPRISE	1 415,83	0,00
		NUC SPARE	2023	BIEN DE RETOUR	750,00	662,50
		ORDINATEUR	2020	BIEN PROPRE	1 411,58	0,00
		PC BUREAU LENOVO THINKCENTRE M90Q	2023	BIEN PROPRE	2 826,98	2 651,60
		PC DEL VOSTRO 15	2021	BIEN PROPRE	2 228,52	695,38
		PC PORTABLE ACER	2020	BIEN DE REPRISE	666,66	0,00
		PORTABLE MACBOOK PRO	2020	BIEN PROPRE	2 615,83	0,00
		REORGANISATION RESEAU MUSEE	2019	BIEN DE REPRISE	10 140,87	495,79
		Réseau téléphonie musée	2017	BIEN DE REPRISE	5 308,00	0,00
		SAECO ROYAL BLACK PRO	2022	BIEN PROPRE	554,99	308,32
		SECUTIX 360 - MATERIEL TPE	2023	BIEN DE REPRISE	1 980,00	1 899,33
		SERVEUR INFORMATIQUE	2019	BIEN DE REPRISE	3 570,00	0,00
		SMARTPHONE APPLE X2	2022	BIEN PROPRE	963,07	419,12
		SMARTPHONE APPLE X4	2022	BIEN PROPRE	2 209,58	947,25
		SYSTEME DE SONORISATION	2018	BIEN DE REPRISE	5 400,00	0,00
		TABLETTE MICROSOFT SURFACE PRO	2023	BIEN PROPRE	278,06	185,37
		TABLETTE MICROSOFT SURFACE PRO 7	2022	BIEN PROPRE	771,29	377,79
		TABLETTE SURFACE PRO	2018	BIEN PROPRE	1 096,33	0,00
		TELEVISEUR SONY LED 213 CM	2019	BIEN DE REPRISE	3 124,17	0,00
		TV SAMSUNG	2020	BIEN DE REPRISE	665,83	12,50
		UGAP MATERIEL INFORMATIQUE	2019	BIEN PROPRE	580,87	0,00
		UNITE CENTRAL + ECRAN	2020	BIEN PROPRE	1 509,80	0,00
		UNITE CENTRALE	2021	BIEN PROPRE	949,00	217,05
		UNITE CENTRALE DE TYPE A	2022	BIEN PROPRE	1 399,00	721,52
		UNITE CENTRALE TYPE 2 B LENOVO	2022	BIEN PROPRE	1 898,00	1 158,13
		UNITE CENTRALE TYPE 2 LENOVO P350	2022	BIEN PROPRE	6 995,00	4 268,25
		UNITE CENTRALE TYPE A DELL VOSTRO	2022	BIEN PROPRE	1 347,00	694,70
		UNITE CNETRA LENOVO	2022	BIEN PROPRE	1 399,00	516,86
<b>Total 218300</b>					<b>168 556,18</b>	<b>36 143,64</b>
218310	MATERIEL DE BUREAU MUSEE	100 EMETTEUR AVEC DRAGONNE	2018	BIEN DE REPRISE	5 300,00	0,00
		25 SYSTEMES GUIDEPASS	2019	BIEN DE REPRISE	10 300,00	0,00
<b>Total 218310</b>					<b>15 600,00</b>	<b>0,00</b>
218400	MOBILIER de BUREAU	2 POTELETS A SANGLE	2018	BIEN DE REPRISE	1 911,00	0,00
		3 COFFRES FORTS	2018	BIEN DE REPRISE	4 062,00	0,00
		ARMOIRE A RIDEAUX DEMONTABLES	2022	BIEN DE REPRISE	788,00	578,14
		BALADEUSE APLO	2021	BIEN DE REPRISE	458,37	260,01
		BIBLIOTHEQUE BASSE VITREE	2021	BIEN DE REPRISE	529,00	306,23
		CHAISE EMA *20	2022	BIEN DE REPRISE	3 346,40	2 608,33
		CHAISE EMA X30 + CHARIOT TRANSPORT	2022	BIEN DE REPRISE	5 201,90	3 204,95
		COFFRE FORT	2018	BIEN DE REPRISE	444,00	0,00
		COMPOSITION OLYMPIQUE DOUBLE	2021	BIEN DE REPRISE	6 970,00	4 178,13
		FOURNITURES TABLES	2019	BIEN DE REPRISE	2 223,96	400,32
		IKEA ENSEMBLE IMMOBILIER	2019	BIEN DE REPRISE	1 709,50	198,49
		IKEA MATERIEL MEDIATION	2022	BIEN DE REPRISE	531,54	409,28
		LAMPADAIRE D'EXTERIEUR 134CM	2021	BIEN DE REPRISE	1 230,39	721,82
		MANGE DEBOUT + HOUSSE NOIRES *17	2022	BIEN DE REPRISE	1 529,71	1 063,15
		MOBILIER MANGE DEBOUT	2018	BIEN DE REPRISE	2 848,72	23,82
		MODULE ACCUEIL	2020	BIEN DE REPRISE	2 175,00	774,54
		PORTAN PRO	2021	BIEN DE REPRISE	1 008,00	593,04
		POTELETS A SANGLE	2018	BIEN DE REPRISE	1 086,00	0,00
		SIEGE DE BUREAU NAO TISSU NOIR	2022	BIEN DE REPRISE	305,00	228,58
		SIEGE ERGO COMPACT VERIN 7" NOIR	2023	BIEN DE REPRISE	1 127,00	1 103,83
		SIEGES POUR LES VISITEURS	2020	BIEN DE REPRISE	1 695,84	339,16
		TABLE A LANGER	2020	BIEN DE REPRISE	545,42	109,10
		TABLE AUDITORIUM	2020	BIEN DE REPRISE	2 390,00	905,54
		TABLE HPDE 183*76 GRIS CLAIR *10	2022	BIEN DE REPRISE	875,40	669,68
		TABLES MANGE DEBOUT	2018	BIEN DE REPRISE	2 852,85	27,95
		TABOURET DE BAR	2020	BIEN DE REPRISE	7 267,00	2 599,97
		VESTIAIRES BIPLACE	2018	BIEN DE REPRISE	628,08	0,00
<b>Total 218400</b>					<b>55 740,08</b>	<b>21 304,06</b>
231000	IMMOBILISATION CORPORELLE EN-COURS	RENOUVELLEMENT MULTIMEDIA LEG	2023	BIEN DE RETOUR	61 308,00	0,00
<b>Total 231000</b>					<b>61 308,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total général</b>					<b>301 204,26</b>	<b>57 447,70</b>

## Situation du personnel

### Etat du personnel SPL CULTURE ET PATRIMOINE au 31/12/2023 :

Somme de NOMBRE			
SERVICE	POSTE	QUALIFICATION	Total
ADMINISTRATION	Responsable Administrative et Financière	Cadre	1
	Assistante administrative & RH	Agent de Maîtrise	1
	Directeur Général	Cadre	1
<b>Total ADMINISTRATION</b>			<b>3</b>
COMMERCIALISATION & TECHNIQUE	Chargée de commercialisation	Agent de Maîtrise	1
	Chargée de réservation	Employé	1
	Chargée d'évènementiel	Agent de Maîtrise	1
	Régisseur général	Cadre	1
	Référente évènementiel	Assimilée cadre	1
	Responsable Commercialisation, évènementiel & technique	Cadre	1
	Régisseur technique	Agent de Maîtrise	1
	Régisseur multimédia	Cadre	1
	<b>Total COMMERCIALISATION &amp; TECHNIQUE</b>		
COMMUNICATION	Chargé de communication	Agent de Maîtrise	1
	Chargé de communication digitale	Agent de Maîtrise	1
	Responsable Communication	Cadre	1
	Alternante communication	Employé	1
<b>Total COMMUNICATION</b>			<b>4</b>
EXPLOITATION & MEDIATION	Chargé d'exploitation	Cadre	1
	Responsable Boutique	Cadre	1
	Guide conférencière- Médiatrice référente	Agent de Maîtrise	1
	Guide conférencier- Médiateur	Agent de Maîtrise	4
	Agent accueil vente	Employé	7
	Agent accueil vente - référente qualité boutique	Employé	1
	Responsable Exploitation, publics & Programmation	Cadre	1
<b>Total EXPLOITATION &amp; MEDIATION</b>			<b>16</b>
<b>Total général</b>			<b>31</b>

### Evolution des effectifs en nombre d'ETP depuis 2019

Année	Nombre d'ETP sans MAD	en nombre y compris MAD
2019	26,31	42
2020	29,25	34
2021	27,28	37
2022	28,48	39
2023	29,44	44

## Compte rendu financier au 31 décembre 2023

### Les dépenses réalisées

#### Les achats :

Ce poste intègre notamment les dépenses liées aux achats d'études et de prestations de services et les achats de marchandises.

Il comprend également les diverses charges d'achats de petites fournitures.

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 1 187 244 €HT.

#### Les charges diverses :

Ce poste concerne les dépenses de sous-traitance générale et maintenance. Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 141 922 €HT.

#### Les autres services extérieurs :

Il s'agit des dépenses associées à la communication, à l'édition de documents d'information destinés aux clients et aux frais de promotion. Il comprend également les dépenses liées au personnel du GIE ORAS sur les domaines administratifs, financiers, ressources humaines, juridique et marchés publics.

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 443 711 €HT.

#### Les impôts et taxes :

Ces dépenses regroupent l'ensemble des Impôts, les taxes sur salaires et notamment les participations liées à la formation professionnelle.

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 53 140 €HT.

#### Les frais de personnel :

Ces dépenses regroupent l'ensemble des salaires, charges et cotisations.

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 1 157 671 €HT.

#### Les charges diverses de gestion courante :

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 20 984 €HT.

#### Les dotations aux amortissements des immobilisations :

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 93 827€HT.

#### Les impôts sur les bénéfices :

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 15 792€.

L'ensemble des dépenses réalisées pour l'exercice 2023 s'élèvent à 3 114 292 €HT.

## Les recettes réalisées

### Les prestations services :

Ce poste représente les ventes de billets, la location de salles.  
Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 1 092 930 €HT.

### Les ventes de marchandises :

Ce poste concerne principalement les ventes de la boutique.  
Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 206 321 €HT.

### Les produits des activités annexes :

Ce poste concerne principalement les ventes de prestation traiteur.  
Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 256 999 €HT

### Les subventions d'exploitation :

Le montant total constaté pour l'exercice 2023 est de 1 510 000 €HT.  
Ce montant comprend 10 000 € correspondant à l'aide perçue du ministère du travail pour l'emploi d'un contrat en alternance.

L'ensemble des recettes réalisées pour l'exercice 2023 s'élèvent à 3 159 646 €HT.

Le résultat 2023 de l'activité est positif de 45 354 €HT.

**Bilan détaillé**

**ACTIF**

	Brut	Amortissement Dépréciations	Net 31/12/2023	Net 31/12/2022
Capital souscrit non appelé				
<b>ACTIF IMMOBILISE</b>				
<b>Immobilisations incorporelles</b>				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et de développement				
Concessions, brvts, licences, logiciels, drts & val. similaires				
205000 - CONCESSIONS, BREVETS, LICENCES ...	172 526,40		172 526,40	172 526,40
280500 - AMORTISSEMENT des CONCESSIONS, BREV		160 463,54	-160 463,54	-144 343,90
	172 526,40	160 463,54	12 062,86	28 182,50
Fonds commercial (1)				
Autres immobilisations incorporelles				
Avances et acomptes sur immobilisations incorporelles				
<b>Immobilisations corporelles</b>				
Terrains				
Constructions				
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
215000 - INSTALLATIONS TECHNIQUES, MATERIELS	71 265,54		71 265,54	56 622,36
215050 - INSTALL. TECHNIQUES, MATERIELS & OU	4 000,00		4 000,00	475,00
215400 - MATERIEL INDUSTRIEL	5 104,55		5 104,55	5 104,55
281500 - AMORTISSEMENT INSTAL. TECHN., MATER		47 716,92	-47 716,92	-29 730,43
281505 - INSTALL. TECHNIQUES, MATERIELS & OU		1 238,55	-1 238,55	-195,71
281540 - AMORT. MAT. INDUSTRIEL		3 710,21	-3 710,21	-3 230,85
	80 370,09	52 665,68	27 704,41	29 044,92
Autres immobilisations corporelles				
218100 - INSTALLATIONS GENERALES, AGENCEMENT	52 093,73		52 093,73	49 542,32
218300 - MATERIEL de BUREAU & INFORMATIQUE	168 556,18		168 556,18	181 859,20
218310 - MATERIEL DE BUREAU MUSEE	15 600,00		15 600,00	15 600,00
218400 - MOBILIER de BUREAU	55 740,08		55 740,08	54 613,08
281810 - AMORTISSEMENT INSTALLATIONS GENERAL		21 583,26	-21 583,26	-13 944,64
281830 - AMORTISSEMENT MATERIEL BUREAU & INF		132 412,55	-132 412,55	-133 972,54
281831 - AMORT. MAT MUSEE		15 600,00	-15 600,00	-15 600,00
281840 - AMORTISSEMENT MOBILIER de BUREAU		34 436,01	-34 436,01	-24 806,62
	291 989,99	204 031,82	87 958,17	113 290,80
Immobilisations corporelles en cours				
231000 - Immobilisat. corporelles en cours	61 308,00		61 308,00	
	61 308,00		61 308,00	
Avances et acomptes				
<b>Immobilisations financières (2)</b>				
Participations (mise en équivalence)				
Autres participations				
Créances rattachées aux participations				
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières				
<b>TOTAL ACTIF IMMOBILISE</b>	<b>606 194,48</b>	<b>417 161,04</b>	<b>189 033,44</b>	<b>170 518,22</b>
<b>ACTIF CIRCULANT</b>				
<b>Stocks et en-cours</b>				
Matières premières et autres approvisionnements				
En-cours de production (biens et services)				
Produits intermédiaires et finis				

## Bilan détaillé

	Brut	Amortissement Dépréciations	Net 31/12/2023	Net 31/12/2022
Marchandises				
371000 - STOCK DE MARCHANDISES	79 185,71		79 185,71	64 306,92
397000 - PROV. Pour DEP des STOCKS de MARCHA		4 194,31	-4 194,31	
	79 185,71	4 194,31	74 991,40	64 306,92
<b>Avances et acomptes versés sur commandes</b>				
<b>Créances (3)</b>				
Clients et comptes rattachés				
411300 - CLIENTS DIVERS RESERVATION	25 844,47		25 844,47	208 738,66
414100 - CLIENTS - AUTRES ACTIVITES	20 000,00		20 000,00	
418100 - CLIENTS - FACTURES @ETABLIR	26 879,40		26 879,40	26 668,09
	72 723,87		72 723,87	235 406,75
Autres créances				
401110 - FOURNISSEUR DE BIEN ET SERVICES	2 545,35		2 545,35	696,21
409800 - Fournisseurs - RRR à obtenir	9 441,55		9 441,55	40 548,94
425000 - PERSONNEL - AVANCES & ACOMPTES SUR	3 366,19		3 366,19	498,19
444100 - ETAT - IMPOT sur les BENEFICES	7 472,00		7 472,00	
445620 - TVA DEDUCTIBLE IMMOS				68 607,04
445660 - TVA RECUPERABLE B&S -histo	1 050,40		1 050,40	1 260 339,21
445670 - ETAT - CREDIT de TVA @ REPORTER				248 200,48
445690 - HISTORIQUE TVA RECUPEREE sur B & S				-1 259 195,51
445692 - HISTORIQUE TVA RECUPEREE sur IMMOS				-68 607,04
445820 - TVA NON ENC.RECUP/IMMOS	6 188,60		6 188,60	2 275,80
445830 - ETAT - TVA DEMANDE de REMBOURSEMENT	357 133,00		357 133,00	
445850 - TVA NON ENC.RECUPABLE B&S	27 540,97		27 540,97	58 557,64
445860 - ETAT - TVA sur FACTURES NON PARVENUE	13 031,62		13 031,62	9 345,70
461350 - DEPENSES PROMOTION COMMERCIALISATIO	282,92		282,92	
461398 - TVA NON ENC.RECUP/FACT.(factures no	27,72		27,72	
467000 - BON CADEAU	3 069,40		3 069,40	
467630 - COLLECTIVITES - AVANCES de TRESORE	30 000,00		30 000,00	
467640 - COLLECTIVITES - SUBVENTIONS				5 749,20
467660 - DEBITEURS DIVERS	51 904,60		51 904,60	53 048,80
	513 054,32		513 054,32	420 064,66
Capital souscrit et appelé, non versé				
<b>Divers</b>				
Valeurs mobilières de placement				
Disponibilités				
511200 - CHEQUES A L'ENCAISSEMENT	79,50		79,50	
511400 - Chèques vacances	290,00		290,00	4 994,00
512100 - BPS CCS SPL CULTURE ET PATRIMOINE	303 028,72		303 028,72	373 339,90
512200 - BPS CCS SPL CULTURE ET PATRIMOINE -	146 822,04		146 822,04	55 892,52
512300 - BPS LIVRE OPTI PLUS	210 015,10		210 015,10	333 516,73
512400 - CREDIT MUTUEL SPL CULT ET PATR	606,23		606,23	982,23
512500 - BPS PACO	20 000,00		20 000,00	
518700 - INTERETS COURUS @ RECEVOIR	1 018,12		1 018,12	1 417,70
531000 - CAISSE	12 991,85		12 991,85	11 366,62
542000 - TICKETS RESTAURANT				585,00
	694 851,56		694 851,56	782 094,70
Charges constatées d'avance (3)				
486000 - CHARGES CONSTATEES d'AVANCE	18 142,69		18 142,69	27 080,82
	18 142,69		18 142,69	27 080,82
<b>TOTAL ACTIF CIRCULANT</b>	<b>1 377 958,15</b>	<b>4 194,31</b>	<b>1 373 763,84</b>	<b>1 528 953,85</b>
Frais d'émission d'emprunt à étaler				
Primes de remboursement des obligations				

## Bilan détaillé

	Brut	Amortissement Dépréciations	Net 31/12/2023	Net 31/12/2022
Ecart de conversion actif				
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1 984 152,63</b>	<b>421 355,35</b>	<b>1 562 797,28</b>	<b>1 699 472,07</b>
(1) Dont droit au bail				
(2) Dont à moins d'un an (brut)				
(3) Dont à plus d'un an (brut)				

## Bilan détaillé

### PASSIF

	31/12/2023	31/12/2022
<b>CAPITAUX PROPRES</b>		
Capital		
101300 - CAPITAL SOUSCRIT - APPELE, VERSE	80 000,00	80 000,00
	80 000,00	80 000,00
Primes d'émission, de fusion, d'apport, ...		
Ecart de réévaluation		
Réserve légale		
106110 - RESERVE LEGALE PROPREMENT DITE	17 944,35	17 944,35
	17 944,35	17 944,35
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées		
Autres réserves		
Report à nouveau		
110000 - REPORT @ NOUVEAU : SOLDE CREDITEUR	400 116,70	227 961,37
	400 116,70	227 961,37
<b>RESULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)</b>	<b>45 353,70</b>	<b>172 155,33</b>
Subventions d'investissement		
131500 - SUBVENTIONS d'EQUIPEMENT NATIONALES	383 335,15	299 556,18
139150 - SUBVENTIONS d'EQUIPEMENT INSC. au COMPT	-189 514,05	-130 943,03
	193 821,10	168 613,15
Provisions réglementées		
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES</b>	<b>737 235,85</b>	<b>666 674,20</b>
<b>AUTRES FONDS PROPRES</b>		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
<b>TOTAL AUTRES FONDS PROPRES</b>		
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges		
153000 - Provisions pensions & obligat, simi	72 907,13	62 314,76
	72 907,13	62 314,76
<b>TOTAL PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>	<b>72 907,13</b>	<b>62 314,76</b>
<b>DETTES (1)</b>		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (2)		
518600 - INTERETS COURUS @ PAYER	1 432,86	1 544,44
	1 432,86	1 544,44
Emprunts et dettes financières diverses (3)		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours		
419100 - ACOMPTE CLIENTS SUR FACTURES A VENIR		381,40
419120 - ACOMPTE CLIENT	17 465,03	
	17 465,03	381,40
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		
401100 - FOURNISSEURS de BIENS & SERVICES	227 977,82	436 457,03
401200 - FOURNISSEURS HONORAIRES A DECLARER	2 927,65	15 864,00
408100 - FOURNISSEURS d'EXPLOITATION - FACTU	124 320,70	128 743,68
	355 226,17	581 064,71

## Bilan détaillé

	31/12/2023	31/12/2022
<b>Dettes fiscales et sociales</b>		
421000 - REMUNERATIONS DUES	67 450,70	59 366,72
423000 - PERSONNEL - FRAIS @ REMBOURSER	360,35	514,17
428200 - PERSONNEL - DETTES PROVISIONS pour	71 592,12	64 262,77
428600 - PERSONNEL - AUTRES CHARGES @ PAYER		1 214,87
431000 - SECURITE SOCIALE	34 139,00	33 445,00
437020 - AG2R PREVOYANCE	2 197,54	2 220,06
437200 - MUTUELLES / IPSEC	8 523,28	10 129,15
437320 - HUMANIS - KLESIS	6 149,63	8 014,24
438200 - PERSONNEL - DETTES PROV. pour CHARG	24 383,40	21 516,61
438600 - ORGANISMES SOCIAUX - CHARGES @ PAYE	4 675,70	4 755,62
442100 - IMPOTS - PRELEVEMENT A LA SOURCE	2 199,00	2 098,00
443200 - INDM CHOMAGE PARTIEL	1 214,87	1 214,87
444100 - ETAT - IMPOT sur les BENEFICES		23 265,00
445710 - TVA COLL. EXIG 5,5%		23 309,27
445711 - TVA COLL. EXIG 10%		396 639,53
445712 - TVA COLL. EXIG 20%	1 050,40	403 081,74
445790 - HIST TVA COLL DECLAREE 5,5%		-420 557,68
445791 - HIST TVA COLL DECLAREE 10%		-396 639,53
445812 - TVA COLL. NON EXIG.	3 333,34	
445870 - ETAT - TVA sur FACTURES@ ETABLIR	2 443,58	
447110 - IMPOTS - TAXE SUR LES SALAIRES	3 645,00	9 702,00
448600 - ETAT - AUTRES CHARGES @PAYER	92 993,39	104 431,84
	326 351,30	351 984,25
<b>Dettes sur immobilisations et comptes rattachés</b>		
404100 - FOURNISSEURS d'IMMOBILISATIONS	3 728,40	19 258,42
	3 728,40	19 258,42
<b>Autres dettes</b>		
461510 - REMBOURSEMENT des DEPENSES par le M	30 000,00	
467000 - BON CADEAU		686,10
467780 - CREDITEURS / DEBITEURS DIVERS		385,30
	30 000,00	1 071,40
<b>Produits constatés d'avance</b>		
467100 - PRODUITS CONSTATES d'AVANCE	18 450,54	15 178,49
	18 450,54	15 178,49
<b>TOTAL DETTES</b>	<b>752 654,30</b>	<b>970 483,11</b>
<b>Ecarts de conversion passif</b>		
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1 562 797,28</b>	<b>1 699 472,07</b>
(1) Dont à plus d'un an (a)		
(1) Dont à moins d'un an (a)	735 189,27	970 101,71
(2) Dont concours bancaires et soldes créditeurs de banque	1 432,86	1 544,44
(3) Dont emprunts participatifs		
(a) A l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours		

## Compte de résultat détaillé

	France	Exportations	31/12/2023	31/12/2022
<b>Produits d'exploitation (1)</b>				
Ventes de marchandises				
707010 - BIJOUX	5 425,18		5 425,18	10 574,69
707020 - DESIGN	1 953,38		1 953,38	829,29
707030 - JEUX	40 211,48		40 211,48	42 646,22
707040 - LIBRAIRIE	72 985,62		72 985,62	123 582,33
707050 - GADGET	40 737,17		40 737,17	41 524,63
707060 - PAPETERIE	8 872,70		8 872,70	11 476,12
707070 - REPRODUCTION	13 935,42		13 935,42	23 236,09
707080 - SOUVENIR	3 634,33		3 634,33	3 747,19
707090 - TEXTILE	10 033,44		10 033,44	11 864,61
707100 - CARTES POSTALES	2 452,17		2 452,17	2 309,15
707110 - EDITIONS TOURISME	63,00		63,00	117,00
707120 - ALIMENTAIRES	2 759,77		2 759,77	2 708,07
707140 - MAGAZINES	8,72		8,72	6 250,07
707160 - ALIMENTAIRE 20%	3 079,45		3 079,45	3 546,17
707170 - VENTES SAC EMBALLAGE	169,25		169,25	
	<b>206 321,08</b>		<b>206 321,08</b>	<b>284 411,63</b>
Production vendue (biens)				
Production vendue (services)				
706100 - PRESTATIONS de SERVICE	31 391,66		31 391,66	16 041,67
706110 - BILLET MUSEE	363 874,98		363 874,98	471 727,82
706120 - PASS ROMANITE	219 118,30		219 118,30	210 037,15
706130 - PASS MUSEES NIMES	3 736,02		3 736,02	4 465,11
706150 - BILLET EVENEMENT	1 850,03		1 850,03	1 726,69
706160 - CITY PASS	3 460,36		3 460,36	7 683,28
706170 - PACKAGE ENTREE MUSEE	37 217,20		37 217,20	24 649,65
706200 - VISITE GUIDEE	113 870,88		113 870,88	133 822,20
706300 - PRESTATION VISI GUIDE	26 410,50		26 410,50	25 977,36
706310 - SONORISATION	54 470,39		54 470,39	71 116,58
706400 - LOCATION SALLE	237 529,76		237 529,76	265 219,00
708200 - REFACTURATIONS DE FRA	890,39		890,39	1 249,75
708500 - Ports et frais facturés				534,28
708800 - Autres produits activités anne	-16,00		-16,00	
708801 - Produits des activités annexe	221 508,15		221 508,15	208 638,14
708802 - Produits des activités annexe	30 691,28		30 691,28	39 927,09
708803 - FRAIS DE DOSSIER RESA	3 925,01		3 925,01	4 100,02
	<b>1 349 928,91</b>		<b>1 349 928,91</b>	<b>1 486 915,79</b>
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>1 556 249,99</b>		<b>1 556 249,99</b>	<b>1 771 327,42</b>

	31/12/2023	31/12/2022
Production stockée		
Production immobilisée		
Subventions d'exploitation		
740000 - SUBVENTIONS d'EXPLOITATION	1 500 000,00	1 919 937,50
740001 - AIDE - MINISTERE DU TRAVAIL	10 000,00	8 000,00
	<b>1 510 000,00</b>	<b>1 927 937,50</b>
Reprises sur provisions (et amortissements), transferts de charges		
781510 - REPRISE sur PROVISION pour RISQUES		38 369,65
791100 - TRANSFERT de CHARGES EXPLOITATION	883,51	9 991,22
791700 - TRANSFERT DE CHARGES AV NAT VEHICUL	6 419,64	6 360,31
	<b>7 303,15</b>	<b>54 721,18</b>

## Compte de résultat détaillé

	31/12/2023	31/12/2022
Autres produits		
758500 - QUOTE PART de RESULTAT sur CONCESSIONS		48,00
758800 - PRODUITS DIVERS de GESTION COURANTE	9 259,89	1 555,46
	9 259,89	1 603,46
<b>Total produits d'exploitation (1)</b>	<b>3 082 813,03</b>	<b>3 755 589,56</b>
<b>Charges d'exploitation (2)</b>		
Achats de marchandises		
607000 - ACHATS de MARCHANDISES	105 704,59	119 592,16
607100 - ACHATS de MARCHANDISES INTRACOMM	31 913,39	31 373,15
607200 - ACHATS de MARCHANDISES EXO		1 846,10
	137 617,98	152 811,41
Variations de stock		
603700 - VARIATION de STOCKS - MARCHANDISES	-14 878,79	10 344,32
	-14 878,79	10 344,32
Achats de matières premières et autres approvisionnements		
Variations de stock		
Autres achats et charges externes (a)		
604000 - ACHAT d'ETUDES & de PRESTATIONS de	41 471,73	67 835,73
604100 - GESTION DE LA SECURITE ET CONTROLE	13 869,60	12 630,22
604110 - GESTION DE LA SURVEILLANCE	548 956,22	590 131,27
604120 - INTERVENANT MEDIATION	10 355,30	8 908,21
604130 - CREATION GRAPHIQUE	41 361,11	52 399,00
604140 - TRADUCTION	1 702,24	2 309,73
604150 - ACHATS PRESTATION TRAITEURS	230 597,66	243 096,48
604160 - ACHATS PRESTATION RESTAURATION GROU	61 799,24	41 612,99
604170 - ACHATS PRESTATION EVENEMENTIELLES	30 909,27	
604200 - BILLETS VENDUS PAR UN TIERS	46 599,92	52 762,95
606100 - FOURNITURES NON STOCKABLES (EAU, EN	4 179,97	3 656,26
606300 - FOURNITURES d'ENTRETIEN & PETITS EQU	22 044,77	16 113,48
606310 - PETIT EQUIPEMENT BUREAU ET INFORMAT	2 015,17	2 005,60
606320 - VETEMENTS POUR LE PERSONNEL	2 685,93	3 946,12
606400 - FOURNITURES ADMINISTRATIVES	1 863,01	3 689,20
606800 - AUTRES MATIERES & FOURNITURES	4 093,58	10 241,09
606810 - AUTRES MATIERES ET FOURNITURES		2 096,22
611000 - SOUS-TRAITANCE GENERALE	25 547,33	25 771,45
611100 - SOUS-TRAITANCE GUIDAGE	2 155,00	850,00
611200 - SOUS-TRAITANCE EXPOSITIONS TEMPORAI		419 587,50
612200 - REDEVANCES DE CREDIT-BAIL MOBILIER	12 369,84	10 363,56
613500 - LOCATIONS MOBILIERES	1 890,84	12 451,09
615000 - ENTRETIEN & REPARATIONS sur BIENS IM		5 394,00
615500 - ENTRETIEN & REPARATIONS sur BIENS MO	3 482,61	3 872,73
615600 - MAINTENANCE	75 549,14	85 971,20
616100 - PRIMES d'ASSURANCES - MULTIRISQUES	10 769,80	6 675,99
616300 - PRIMES d'ASSURANCES -TRANSPORT	2 280,20	9 351,33
616800 - PRIMES d'ASSURANCES - AUTRES		5 318,97
618100 - DOCUMENTATION GENERALE	5 797,09	6 731,97
618300 - DOCUMENTATION TECHNIQUE	42,56	
618500 - FRAIS de COLLOQUES, SEMINAIRES, CON	2 038,00	36,97
621400 - PERSONNEL DETACHE OU PRETE @ L'ENTR	116 855,85	116 479,39
622300 - REMUNERATION DE GESTION	371,66	207,90
622600 - HONORAIRES	29 770,15	32 326,21
622800 - AUTRES REMUNERATIONS d'INTERMEDIAIR	7 553,04	26 006,42
623100 - ANNONCES & INSERTIONS	35 878,34	27 221,41
623110 - AFFICHAGE PUBLICITAIRE	40 548,00	67 456,51

## Compte de résultat détaillé

	31/12/2023	31/12/2022
623120 - INSERTION PUBLICITAIRE	47 883,10	61 845,22
623300 - FOIRES & EXPOSITIONS	35 417,67	31 970,75
623400 - CADEAUX @ la CLIENTELE	6 309,65	
623600 - CATALOGUES ET IMPRIMES	41 323,00	54 410,14
623800 - AUTRES FRAIS DE RELATIONS PUBLIQUES	5 252,00	
625100 - FRAIS DE VOYAGES ET DEPLACEMENTS	21 336,00	25 450,83
625600 - MISSIONS	3 789,55	5 276,10
625700 - Réceptions		1 270,72
625701 - FRAIS DE RECEPTIONS TRAITEURS EVENE	-57,72	
626000 - FRAIS POSTAUX & FRAIS de TELECOMMUN	18 667,00	22 254,35
627800 - SERVICES BANCAIRES - AUTRES FRAIS e	9 399,42	9 398,99
627820 - COMMISSIONS CARTE BLEUES	6 343,58	9 063,62
628100 - COTISATIONS et CONCOURS DIVERS	14 515,60	12 020,17
628500 - AUTRES FRAIS DIVERS DE GESTION	2 555,42	2 749,70
	1 650 138,44	2 211 219,74
<b>Impôts, taxes et versements assimilés</b>		
631100 - TAXE sur LES SALAIRES	41 507,00	47 972,36
631200 - TAXE D'APPRENTISSAGE (IMPOTS)	5 814,65	5 552,24
631300 - PART, des EMPLOYEURS @ la FORMATION	11 418,81	11 121,29
635110 - C.E.T	-7 354,45	10 120,36
635140 - TAXE sur les VEHICULES des SOCIETES	463,00	428,00
635800 - Autres droits	1 291,00	
	53 140,01	75 194,25
<b>Salaires et traitements</b>		
641100 - SALAIRES & APPOINTEMENTS	854 815,44	814 504,24
641220 - CONGES PAYES PROVISIONNES	7 329,35	3 464,64
641310 - PRIMES & GRATIFICATIONS	15 348,42	3 348,53
641430 - Indemnité de rupture conventionnell	5 332,95	2 320,08
	882 826,16	823 637,49
<b>Charges sociales</b>		
645100 - COTISATIONS @ URSSAF	153 778,00	145 144,94
645200 - COTISATIONS aux MUTUELLES	28 639,59	27 466,69
645310 - COTISATIONS aux CAISSES de RETRAITE	36 660,47	35 988,33
645800 - COTISATIONS aux AUTRES ORGANISMES S	3 919,81	1 213,92
647120 - PRIME de TRANSPORT	1 391,05	3 092,45
647130 - PART PATRONALE CANTINE & TICKETS RE	36 717,60	33 069,60
647400 - VERSEMENT aux AUTRES OEUVRES SOCIAL	10 421,70	6 912,88
647500 - MEDECINE du TRAVAIL & PHARMACIE	3 316,50	2 772,00
	274 844,72	255 660,81
<b>Dotations aux amortissements et dépréciations :</b>		
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements		
681110 - DOTATION aux AMORTISSEMENTS des IMM	16 119,64	29 767,06
681120 - DOTATION aux AMORTISSEMENTS des IMM	62 920,64	59 093,90
	79 040,28	88 860,96
- Sur immobilisations : dotations aux dépréciations		
- Sur actif circulant : dotations aux dépréciations		
681730 - DOTATION aux PROVISIONS pour DEPRECI	4 194,31	
	4 194,31	
- Pour risques et charges : dotations aux provisions		
681510 - DOTATION aux PROVISIONS pour RISQUES	10 592,37	
	10 592,37	
<b>Autres charges</b>		
651000 - REDEVANCES pour CONCESSION, BREVET,	1 047,56	1 869,67
658000 - CHARGES DIVERSES DE GESTION COURANT		586,01

## Compte de résultat détaillé

	31/12/2023	31/12/2022
658800 - AUTRES CHARGES DIVERSES de GESTION	4 430,82	40,50
	5 478,38	2 496,18
<b>Total charges d'exploitation (II)</b>	<b>3 082 993,86</b>	<b>3 620 225,16</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)</b>	<b>-180,83</b>	<b>135 364,40</b>
<b>Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun</b>		
<b>Bénéfice attribué ou perte transférée (III)</b>		
<b>Perte supportée ou bénéfice transféré (IV)</b>		
<b>Produits financiers</b>		
De participation (3)		
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3)		
Autres intérêts et produits assimilés (3)		
768800 - AUTRES PRODUITS FINANCIERS	6 298,79	2 663,76
	6 298,79	2 663,76
Reprises sur provisions et dépréciations et transferts de charges		
Différences positives de change		
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement		
<b>Total produits financiers (V)</b>	<b>6 298,79</b>	<b>2 663,76</b>
<b>Charges financières</b>		
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
Intérêts et charges assimilés (4)		
Différences négatives de change		
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement		
<b>Total charges financières (VI)</b>		
<b>RESULTAT FINANCIER (V-VI)</b>	<b>6 298,79</b>	<b>2 663,76</b>
<b>RESULTAT COURANT avant impôts (I-II+III-IV+V-VI)</b>	<b>6 117,96</b>	<b>138 028,16</b>

	31/12/2023	31/12/2022
<b>Produits exceptionnels</b>		
Sur opérations de gestion		
771800 - AUTRES PRODUITS EXCEPTIONNELS sur O	1 999,72	3 874,07
	1 999,72	3 874,07
Sur opérations en capital		
777100 - QUOTE-PART SUBVENTION d'INVESTISSEM	68 534,02	53 518,10
	68 534,02	53 518,10
Reprises sur provisions et dépréciation et transferts de charges		
<b>Total produits exceptionnels (VII)</b>	<b>70 533,74</b>	<b>57 392,17</b>
<b>Charges exceptionnelles</b>		
Sur opérations de gestion		
671200 - PENALITES, AMENDES FISCALES & PENAL	1 558,00	
671800 - Autres charges except, de gestion	13 948,00	
	15 506,00	
Sur opérations en capital		
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
<b>Total charges exceptionnelles (VIII)</b>	<b>15 506,00</b>	
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL (VII-VIII)</b>	<b>55 027,74</b>	<b>57 392,17</b>
Participation des salariés aux résultats (IX)		
Impôts sur les bénéfices (X)		
695000 - IMPOTS sur les BENEFICES	18 943,00	23 265,00
699500 - CREDIT D'IMPOT MECENAT	-3 151,00	

## Compte de résultat détaillé

	31/12/2023	31/12/2022
	15 792,00	23 265,00
<b>Total des produits (I+III+V+VII)</b>	<b>3 159 645,56</b>	<b>3 815 645,49</b>
<b>Total des charges (II+IV+VI+VIII+IX+X)</b>	<b>3 114 291,86</b>	<b>3 643 490,16</b>
<b>BENEFICE OU PERTE</b>	<b>45 353,70</b>	<b>172 155,33</b>
(a) Y compris :		
- Redevances de crédit-bail mobilier	12 369,84	10 363,56
- Redevances de crédit-bail immobilier		
(1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs		
(2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs		
(3) Dont produits concernant les entités liées		
(4) Dont intérêts concernant les entités liées		

### DETAIL DES DEPENSES DE COMMUNICATION ET MEDIATION DE 2018 A 2023

DEPENSES	2018	2019	2020	2021	2022			2023		
	2018 REALISE	2019 REALISE	2020 REALISE	2021 REALISE	MUROMA REALISE 2022	PACO REALISE 2022	TOTAL REALISE 2022 MUROMA + PACO	Total REALISE MUROMA 2023	Total Realise PACO 2023	Total MUROMA + PACO 2023
COMMUNICATION	119 048	310 680	229 451	282 151	300 081	4 200	304 281	244 147	7 800	251 947
MEDIATION	3 559	8 794	1 394	3 890	16 482	-	16 482	21 771	-	21 771

## TABLEAU FINANCIER DE L'OPÉRATION

### CRAC 2023 SPL CULTURE ET PATRIMOINE

Ligne	Intitulé	Année 2023
	<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>45 354 €</b>
	<b>DEPENSES</b>	<b>3 114 292 €</b>
60	ACHATS	443 711 €
61	CHARGES DIVERSES	1 187 244 €
62	AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS	141 922 €
63	IMPÔTS, TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILÉS	53 140 €
64	FRAIS DE PERSONNEL	1 157 671 €
65	AUTRES CHARGES DE GESTION	20 984 €
67	CHARGES EXCEPTIONNELLES	0
68	DOTATION AUX AMORTISSEMENTS	93 827 €
69	IMPOT SUR LES BENEFICES	15 792 €
	<b>RECETTES</b>	<b>3 159 646 €</b>
706	PRESTATIONS DE SERVICE	1 092 930 €
707	VENTES DE MARCHANDISES	206 321 €
708	PRODUITS DES ACTIVITES ANNEXES	256 999 €
74	SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	1 510 000 €
75	PRODUITS DIVERS DE GESTION COURANTE	9 260 €
76	AUTRES PRODUITS FINANCIERS	6 299 €
77	AUTRES PRODUITS	70 534 €
78	REPRISE SUR AMMORTISSEMENTS ET PROVISIONS	0 €
79	TRANSFERT DE CHARGES AV NAT VEHICULE	7 303 €

## **CONCLUSION**

En 5 ans et demi, soit 57 mois d'exploitation (dont 2 années marquées par la crise sanitaire du Covid ayant entraîné 10 mois de fermeture), le Musée de la Romanité s'est imposé dans le paysage national des musées d'histoire et d'archéologie, en proposant notamment 8 expositions temporaires d'envergure.

En moyenne le site a accueilli près de 14 000 visiteurs chaque mois. Mais aussi plus de 1000 groupes et plus d'une centaine d'événements chaque année. Au total, plus de 170 nationalités différentes sont venues découvrir le Musée de la Romanité.

Sa programmation culturelle attractive et variée tout au long de l'année (visites, conférences, animations, participation aux événements locaux, rendez-vous nationaux, etc.) participe largement à faire du musée un lieu de culture, de loisirs et de vie incontournable.

### **125 000 visiteurs en 2023**

Une année mitigée en termes de fréquentation (-9% par rapport à 2022), dont 25 000 visiteurs qui ont découvert l'exposition temporaire « Mémoire vive. Oliver Laric » dans le cadre des 30 ans de Carré d'Art.

Plusieurs raisons peuvent expliquer ce résultat : une fréquentation touristique estivale moins soutenue, davantage répartie sur le territoire national. L'impact de la baisse du pouvoir d'achat sur les ménages qui sélectionnent davantage leurs dépenses. Une exposition temporaire mêlant antiquité et art contemporain qui, si elle a permis le croisement des publics et attiré de nouveaux visiteurs férus d'art, a par ailleurs surpris les visiteurs habituels, notamment les familles, passionnés d'histoire et d'archéologie.

Ces constats se retrouvent dans la typologie 2023 : renforcement de la clientèle étrangère, stabilité du visitorat groupes (scolaires et loisirs) et baisse relative de la clientèle française.

La fin d'année a bénéficié d'une belle fréquentation et laisse entrevoir des perspectives positives pour 2024. Comme l'indiquent les nombreuses réservations de groupes et les retours presse pour la prochaine exposition « Achille et la guerre de Troie » à découvrir dès le 26 avril.

### **Les publics**

#### **1 visiteur sur 5 est un visiteur étranger**

La clientèle étrangère (21% des visiteurs) a été très présente cette année avec une fréquentation soutenue des clientèles allemandes et espagnoles, comme en 2022. La clientèle britannique est venue s'y ajouter, et on remarque également un retour important des clientèles américaines, pour la première fois dans le top 5 annuel de nos visiteurs.

#### **Top 5 des visiteurs étrangers :**

- Allemagne 11% ;
- Royaume Uni 11% ;
- Espagne 11% ;
- USA 10% ;
- Belgique 8%

#### **79% de visiteurs français**

On constate une fréquentation importante du public gardois véritable prescripteurs du musée pour famille et amis (39%) et plus généralement des habitants d'Occitanie, notamment héraultais (10%), situés dans un rayon d'une heure autour de Nîmes.

La clientèle parisienne est restée stable et demeure importante durant l'ensemble des vacances scolaire. On constate également une belle percée des visiteurs des Bouches du Rhône, montrant ainsi l'extension géographique de la notoriété du musée.

#### **Par départements :**

- Gard 39% (Nîmes 18%)
- Hérault 10%
- Bouches-du-Rhône 5%
- Paris 5%
- Vaucluse 3%

#### **Le groupes**

- **1053 groupes** (+ 12% de chiffres d'affaires / 2022) ont été accueillis au musée en 2023 dont 75% de groupes scolaires et 25% de groupes loisirs (tour-opérateurs, autocaristes, CE, associations...).
- Le visitorat groupes représentent 25% de la fréquentation globale du musée.

### L'évènementiel au musée

- **109 privatisations** de nos espaces par des entreprises, institutions, associations, etc. C'est un record, démontrant l'importance de l'activité du tourisme d'affaires à Nîmes. Le chiffre d'affaires généré est resté quasi stable par rapport à 2022. Ces privatisations d'espaces ont permis plus de 1500 visites dans les collections.

### La librairie-boutique

Pour la première fois depuis son ouverture, la librairie-boutique a réalisé des résultats en deçà des attentes, qui reflètent la baisse du pouvoir d'achat des visiteurs et se ressentent dans le montant du panier moyen. De plus, la librairie boutique a dû fermer ses portes durant 1 mois pour travaux, avant de rouvrir le 1er décembre.

Avec un nouvel espace de vente repensé, plus fonctionnel, plus convivial et accueillant, elle propose désormais une gamme de produits plus complète. La librairie-boutique a enregistré un rebond immédiat de + 8% en décembre qui laisse augurer une belle année 2024.

### Audience, notoriété et attractivité digitale

- La totalité des communautés digitales du musée rassemblent **25 750 abonnés** (Instagram, Facebook, LinkedIn, X (ex Twitter) et depuis mi-décembre Threads).
- Sur Facebook, **plus de 3 millions comptes** ont été touchés au cours de l'année grâce aux actions de communication.
- La campagne digitale vidéo de l'été « Au Musée de la Romanité, l'archéologie n'a pas fini de vous surprendre » a été vue par **1 408 437 personnes**.

### Quelques chiffres clé 2023 :

- 1 visiteur sur 5 est un visiteur étranger (104 nationalités différentes accueillies en 2023)
- 1 visiteur sur 5 vient d'Ile-de-France
- 1 billet vendu sur 5 comprend une médiation (visite guidée, atelier, animation, etc.)
- 17% des billets sont des Pass Romanité (offre couplée : musée + monuments romains)
- 790 groupes scolaires accueillis
- 43 évènements proposés dans le cadre de la programmation culturelle et scientifique du musée (conférences, animations, etc.)



**SPL Culture et Patrimoine**

6 rue de la République  
30000 Nîmes

Siège social :  
Mairie de Nîmes  
Place de l'Hôtel de Ville  
30033 Nîmes Cedex 9

[contact@spl-culture-patrimoine.com](mailto:contact@spl-culture-patrimoine.com)

