

2008/8620 - APPROBATION DE CONVENTIONS DE PARTENARIAT COMMUNICATION ET MEDIA ENTRE LA VILLE DE LYON – MUSEE D'ART CONTEMPORAIN ET LES PARTENAIRES DE L'EXPOSITION KEITH HARING (DIRECTION DES AFFAIRES CULTURELLES)

Le Conseil Municipal,

Vu le rapport en date du 19 décembre 2007 par lequel M. le Maire expose ce qui suit :

« Du 22 février au 29 juin 2008, le Musée d'Art Contemporain de Lyon présente une exposition consacrée à l'artiste Keith Haring, artiste emblématique de la scène new-yorkaise des années 80, qui aurait eu 50 ans en 2008.

L'exposition, conçue par Gianni Mercurio, commissaire, s'étend sur les trois étages du Musée.

Cette rétrospective de grande envergure est réalisée en collaboration avec la Fondation Keith Haring de New York, à partir d'œuvres sélectionnées dans d'importantes collections américaines et européennes. Outre les célèbres peintures de l'artiste, dont certaines de très grand format, ses dessins et des sculptures monumentales, elle montre pour la première fois les peintures sur métal. De plus, des documents vidéo et un ensemble exceptionnel de photographies, dont ses interventions dans le métro, éclairent le contexte de production de l'œuvre de Keith Haring et son évolution.

Cette exposition-événement s'inscrit dans la lignée de celle que le Musée d'Art Contemporain avait programmée en 2005 autour d'Andy Warhol.

Pour compléter le financement, des entreprises publiques et privées ont proposé à la Ville de Lyon de devenir partenaires de l'exposition « Keith Haring ».

Ces différents types de partenariat sont formalisés dans les conventions jointes au rapport.

Partenaires	Apport du partenaire	Contreparties offertes par la Ville de Lyon
Journal Metro	Visibilité média : 3 ½ pages, 1 pleine page	- Logo sur programme, dossier de presse, carton d'invitation, flyer, site internet ; - Mise à disposition d'un lieu de réception.
JC Decaux	Visibilité média à l'aéroport Saint-Exupéry	- Logo sur programme, dossier de presse, carton d'invitation, flyer, site internet ; - Mise à disposition d'un lieu de réception.

France Inter	<p>Labellisation « événement Inter »</p> <p>Messages d'autopromotion</p> <p>Interventions et chroniques dans diverses émissions</p> <p>Site web</p>	<p>- Logo sur programme, dossier de presse, carton d'invitation, flyer, site internet, panneau partenaires sur site ;</p> <p>- prise en charge des frais techniques : 2 100 euros HT.</p>
Hilton Lyon	<p>- Package « Keith Haring » pour les clients du Hilton, offre pour le brunch aux visiteurs de l'expo</p> <p>- prise en charge du déjeuner de presse</p>	<p>- Logo sur dossier de presse et brochure visiteurs ;</p> <p>- Affiche de l'expo offerte aux clients du Hilton visitant l'exposition.</p>
Télérama	<p>Labellisation « événement Télérama » : 1 module national le 19/03, 1 le 14/05 en relance + 1 encart dans la newsletter espresso le 14/03</p> <p>Offre « des fourmis dans les jambes »</p>	<p>- Logo sur programme, dossier de presse, carton d'invitation, flyer, site internet, panneau partenaires sur site ;</p> <p>- 2 animations dédiées aux abonnés Télérama les 15 et 16/03 ;</p> <p>- offre « 1 entrée achetée, 1 entrée offerte » pour les fourmis dans les jambes ;</p> <p>- prise en charge des frais techniques 480 euros HT.</p>
SNCF	<p>Mise à disposition de palissades en gare de Perrache</p> <p>Dotation de billets de train</p> <p>Encart TGV magazine</p>	<p>- réalisation d'une fresque en hommage à Keith Haring en gare de Perrache ;</p> <p>- Logo sur programme, dossier de presse, carton d'invitation, flyer, site internet, panneau partenaires sur site ;</p> <p>- Visites commentées pour les agents SNCF.</p>
Keolis	<p>Communication auprès des usagers TCL</p>	<p>- Logo sur programme, dossier de presse, site internet VDL ;</p> <p>- 5 visites de groupe commentées ;</p> <p>- prise en charge de la moitié des frais techniques.</p>
Lyon Parc Auto et Vinci	<p>Tarif spécifique parking</p>	<p>Communication sur les documents destinés au grand public d'un avantage tarifaire.</p>
Citizen Kid	<p>Jeu-concours pendant 15 jours, communiqué sur le site et dans la newsletter</p>	<p>- dotation de 10 entrées famille ;</p> <p>- mise en place des marques pages du partenaire à l'accueil du Musée.</p>
Fnac	<p>Billetterie exposition</p> <p>Communication auprès des Adhérents Fnac (40 000 à Lyon, 175 000 en région), Forum de présentation de l'exposition</p> <p>NB : Billetterie également en</p>	<p>- Quota d'invitations réservé aux adhérents Fnac ;</p> <p>- Mise à disposition d'un lieu de réception.</p>

	vente dans le réseau TicketNet	
UGC	Communication auprès des abonnés UGC Illimité (10 000 à Lyon)	Avantage réservé aux abonnés UGC.

Vu lesdites conventions ;

Vu les avis émis par les Conseils des 1^{er}, 2^e, 3^e et 6^e arrondissements ;

Vu l'article L 2131-11 du Code Général des Collectivités Territoriales en application duquel MM. Sécheresse, Dubernard, Tête et Touraine ne prennent pas part au vote ;

Où l'avis de sa Commission Culturelle ;

DELIBERE

1- Les conventions de parrainage susvisées, établies entre la Ville de Lyon et Keolis Lyon, la SNCF / Direction régionale de Lyon, CitizenKid, France Inter, Lyon Parc Auto, Vinci Park, la FNAC, Télérama, UGC, Evene.fr, Hilton Lyon, JCDecaux et Metro, relatives à l'exposition « Keith Haring », sont approuvées.

2- M. le Maire est autorisé à signer lesdits documents.

(Et ont signé les membres présents)
Pour extrait conforme,
Pour le Maire, l'Adjoint délégué,

P. BEGHAIN