

RAPPORT D'ACTIVITÉ



L'année 2020 a été exceptionnelle à bien des égards. Faire face à la crise Covid d'une telle ampleur a nécessité une grande capacité d'adaptation, de la volonté et de la résilience.

Marquée par la fermeture de tous les établissements recevant du public pendant plusieurs mois, elle nous a challengés sur nos pratiques et notre relation avec le public. Elle aura été l'année du développement de notre offre numérique, l'année du collectif et celle d'une formidable créativité.

Dès les premiers jours de la pandémie, les équipes de Citéco se sont mises en ordre de marche pour redéfinir une nouvelle manière de travailler et continuer à faire vivre Citéco avec une offre en ligne sur différents supports : site Internet, chaîne You tube, réseaux sociaux.... Plusieurs contenus inédits sont nés à ce moment là : nos podcasts et nos fiches pédagogiques « Éco@home » pour tous les publics ainsi que le programme "Prépare ton bac" pour proposer des outils de révision du bac pour les lycéens. Le nombre de pages ou vidéos vus sur le site web et la chaîne youtube a progressé de 43%, atteignant 1,9 Million en fin d'année.

Ces créations témoignent de l'investissement de nos équipes et illustrent notre volonté de toujours se renouveler sans jamais perdre de vue notre mission première : transmettre avec pédagogie, simplicité et humour des clefs pour comprendre l'économie, pour le plus grand nombre. Certains de ces projets ont d'ailleurs vocation à se pérenniser comme les podcasts qui seront disponibles en 2021 sur toutes les plateformes de streaming. Grâce à l'engagement de nos équipes, nous avons pu conserver et entretenir ce lien précieux que nous avons avec notre public.

Ce public que nous avons retrouvé en masse avec le lancement de notre exposition « Largo Winch, aventurier de l'économie » en octobre 2020. Créée et élaborée de toutes pièces par Citéco au cours de multiples réunions en visioconférence, cette exposition est le fruit d'un travail de longue haleine dans des conditions extrêmes dont nous sommes extrêmement fiers ! Seulement accessible pendant 2 semaines avant la fermeture de l'établissement, l'exposition a juste eu le temps de se montrer avant l'arrivée de la seconde vague de l'épidémie de Covid-19. La nocturne de rentrée inaugurant notre saison culturelle « Bulles » en lien avec l'année de la Bande dessinée, a également été un moment fort de l'année 2020. Ces événements d'automne ont été de francs succès et ont insufflé un vent d'espoir entre un été en berne et l'annonce d'un deuxième confinement.

2020 a été une année d'apprentissage, et nous ne manquerons pas de mettre en pratique ses riches enseignements pour les années à venir.

2021 est une nouvelle page que nous écrivons ensemble, pleine de promesses et pleine de projets.

SOMMAIRE

1. RÉAGIR FACE À LA CRISE ?	8
Chronologie des conditions d'ouverture de Citéco en 2020	9
- Un début d'année perturbé avec la grève des transports (janvier)	
- Un retour de la phase croisière (février - 12 mars 2020)	
- L'arrêt brutal du premier confinement (13 mars – 30 juin 2020)	
- Le plan de relance estival et une rentrée automnale sous contrainte (1 ^{er} juillet – 29 octobre 2020)	
L'adaptation de l'établissement à cette succession de situations dégradées	15
- La mise en place du télétravail généralisé	
- La gestion de l'ensemble bâtiminaire vidé de ses personnels et de ses publics	
- Un impact financier atténué par des économies sur les charges de fonctionnement	
2. FAIRE VIVRE LE MUSÉE POUR TOUS SES PUBLICS	18
Une année in situ marquée par l'exposition temporaire « Largo Winch, aventurier de l'économie » et le déploiement de nouvelles offres destinées à tous nos segments de publics	19
- L'exposition Largo Winch, premier grand projet interservices	
- Le déploiement de la programmation culturelle	
- Le développement des offres pour les segments de publics scolaire, familial et du champ social	
Un effort sans précédent pour faire vivre Citéco en ligne	20
- Près de 2 millions de pages vues sur citeco.fr et de vidéos sur la chaîne YouTube fruit d'un travail de longue haleine	
- Les réseaux sociaux et la communication de crise.	
- Les nouveaux contenus pédagogiques et grand public du Citéco numérique	
- La mise en avant des ressources pédagogiques existantes	
CONSOLIDER NOS MÉTHODES DE CONCEPTION ET GESTION DE PROJET, DE MAINTENANCE ET D'EXPLOITATION	24
La consolidation des principes de gestion de la maintenance du bâtiment et de la muséographie	25
- Les principes de gestion de la maintenance du bâtiment et de la muséographie	
- Les nouveaux développements : travaux de la salle des coffres et mise en place de la télésurveillance	
Le développement et l'approfondissement des procédures de conception et de gestion de projet	25
- Les procédures à visée interne	
- Les procédures à visée externe	



BANQUE DE FRANCE

30

1. RÉAGIR FACE À LA CRISE

Chronologie des conditions d'ouverture de Citéco en 2020

JANVIER

UN DÉBUT D'ANNÉE PERTURBÉ AVEC LA GRÈVE DES TRANSPORTS

Les annulations tardives des réservations ont nécessité une réorganisation au jour le jour des tâches et plan de charges. Une diminution notable de la fréquentation des visiteurs en groupes (report de visites) a été enregistrée : 60% des groupes ayant réservé sur la période des grèves ont annulé leur visite. Les équipes (internes et externes) ont rencontré des difficultés à se rendre sur place : il a fallu mettre en œuvre une organisation *ad hoc*.

FÉVRIER/MI-MARS

UN RETOUR DE LA PHASE CROISIÈRE

Les visiteurs sont de retour avec une venue des groupes scolaires plus régulière : 167 groupes ont été accueillis représentant 4 368 visiteurs. La

fréquentation individuelle est en croissance jusqu'au pic des vacances scolaires d'hiver : plus de 3 000 visiteurs ont franchi les portes de Citéco pendant ces vacances. Les taux de remplissage montent à 68% pour les ateliers et à 50% pour les visites guidées. On enregistre une forte participation de nos publics au Jeu du marché (plus de 355 participants). Toujours pendant les congés d'hiver Citéco lance une opération spéciale en direction des centres de loisirs (prospection et conduite de visites pour un public jeune), avec la gratuité du premier créneau de la journée.

MI-MARS/JUIN

L'ARRÊT BRUTAL DU PREMIER CONFINEMENT

Les activités des publics s'interrompent.

Des signes avant-coureurs sont perceptibles dès la semaine du 9 mars : de nombreux établissements ferment leurs portes du fait de la crise sanitaire, avant même que cela ne soit obligatoire. Le 12 mars, le Président de la République annonce la fermeture imminente des établissements scolaires. Citéco demeure ouverte jusqu'au vendredi 13 mars au soir. Son comité de direction se réunit ce jour-là en cellule de crise. Face au constat de la forte circulation du virus mais aussi celui de la disparition mécanique d'un gisement important de nos publics, les visiteurs scolaires, la direction prend la décision de fermer

l'établissement pour une durée indéterminée. Le samedi 14 mars, le Premier ministre décrète la fermeture de tous les établissements recevant du public. Le 17 mars à midi, le confinement de la population entre en vigueur.

La saison culturelle est complètement annulée, sans réplique digitale des événements.

Les demandes de réservations s'arrêtent net pour les groupes et une campagne de remboursement se met en place. Les locations d'espaces disparaissent brutalement.

Citéco rembourse intégralement les billets achetés en avance et annule 295 visiteurs en inscrits en groupes.

L'équipe de Citéco reste à pied d'œuvre en télétravail. Cela est rendu possible grâce à l'expérience due aux événements du début d'année et à la réflexion menée sur une autre organisation du travail avec des outils appropriés. Citéco peut ainsi offrir aux salariés les moyens de remplir la majeure partie de leurs missions en mode distanciel. Le choix est fait de développer des médiations en ligne (Éco@home, podcasts, Prépare ton bac ...), de renforcer la veille documentaire et médiatique (revue de presse). Le travail est collectif. Parallèlement, le chantier des procédures est lancé, notamment avec les agents Référents de jour (RDJ) pour toute la partie face-public. Une consolidation documentaire se développe pour la prospection.

Le développement des offres se poursuit avec la préparation de la réouverture : Visite guidée pour les groupes étudiants : « La crise économique actuelle, dans les phares de l'actualité », Visite guidée pour les groupes à partir du collège : « Une approche globale du développement soutenable », Visite guidée tous groupes confondus : « Largo Winch, aventurier de l'économie », Visite guidée pour visiteurs individuels orientée patrimoine : « Toutes les facettes de la monnaie », Atelier 6-9 ans : « Construit un monde durable ! ».

Citéco prépare activement la reprise d'activité au printemps (développement de procédures Covid, nouveaux fléchage, adaptation de l'exploitation). Chaque unité de Citéco (Podep, Pôle technique et Pôle Ressources notamment) participe à l'élaboration d'un plan de reprise d'activité (PRA) pour l'établissement. Un plan marketing de réouverture avec un focus sur les publics de proximité et les jeunes est préparé. Une étude sur le développement des publics touristiques à Citéco est également lancée avec la société Unigo.

JUILLET/AOÛT

LE PLAN DE RELANCE ESTIVAL

La réouverture du musée a été préparée activement en amont, au moyen d'actions presse diverses. Plusieurs mailings annoncent la date de réouverture et celle de l'anniversaire de l'institution, puis la programmation de l'été et celle de la rentrée. Différentes relances téléphoniques sont réalisées auprès des journalistes pour annoncer la réouverture et l'anniversaire de Citéco. Du 1er juin au 15 juillet, de nombreuses retombées presse ont ainsi été observées, la plupart dans la période comprise entre le 22 juin et le 6 juillet, avec un pic le 29 juin 2020. On compte ainsi une cinquantaine de retombées presse, à savoir 64% d'articles et annonces Web, 30% d'articles et annonces dans la presse écrite, et 7% de sujets TV.

Parmi les retombées principales, on trouve deux sujets télévisés de France 3 Île de France avec une interview de Philippe Gineste, et un sujet sur la réouverture sur France Info TV. En termes de presse écrite Citéco apparaît dans le Journal des Arts (concernant la sécurité des visiteurs en période Covid pour la réouverture), dans le quotidien gratuit 20 minutes ou encore dans Le Parisien (pour les 3 jours de gratuité à l'occasion de la réouverture). Le Web a également bien relayé l'information, sur des titres forts tels lebonbon.fr, lejdd.fr ou encore lequotidiendelart.com.

La difficulté majeure rencontrée pour relancer la fréquentation a été le fait que Citéco a rouvert ses portes dans le même mouvement que la plupart des institutions parisiennes. Cela n'a donc pas favorisé l'obtention de longs articles, ces derniers ayant plutôt mis en avant les lieux à renommée internationale.

On peut noter le succès de l'offre de réouverture. Lors de la gratuité les 1^{er}, 2 et 3 juillet : Citéco enregistre 1 280 visiteurs. L'équipe s'est fortement engagée pour réussir cette réouverture à forte fréquentation et tester grandeur nature des nouvelles procédures d'exploitation face public (mise à disposition de stylets pour les dispositifs interactifs, charte du visiteur responsable, dispositifs incitatifs à l'utilisation du coude sur les boutons des jeux interactifs). Les créneaux de ventes en billetterie ont été adaptés : billetterie uniquement en ligne, jauge réduite, respect des distanciations. Par la suite la saison estivale est en berne et la fréquentation très faible (annulation massive des visites et ateliers) : 2 826 visiteurs sur 8 semaines en juillet-août (à mettre en regard des 3 000 visiteurs sur les deux semaines des vacances d'hiver).

SEPTEMBRE/OCTOBRE

UNE RENTRÉE AUTOMNALE SOUS CONTRAINTE

La nouvelle saison culturelle a été préparée en adaptant la programmation et les jauges, parfois avec des formats très contraints (l'auditorium voit sa jauge ramenée de 95 à 47 places assises). La rentrée scolaire connaît une reprise en dents de scie en raison de la poursuite de la crise sanitaire et le retour des groupes scolaires est contrarié. La morosité se poursuit jusqu'aux JEP (Journées européennes du patrimoine) qui enregistrent une belle fréquentation et un succès public avec un dispositif efficace et adapté aux contraintes sanitaires : près de 1 500 visiteurs (à comparer cependant aux JEP 2019 : 3 600 visiteurs).

L'exposition Largo Winch connaît un succès immédiat et devient l'événement moteur d'une reprise de l'activité. En boutique, le développement de produits dérivés et des contrats constitue une belle réussite commerciale sur les 14 jours d'ouverture, avec des ruptures de stock sur certains produits. La fréquentation est excellente au niveau individuel, malgré les contraintes de jauge (doublement des visites, ateliers remplis) : l'exposition compte près de 1 700 visiteurs sur les 14 jours d'ouverture (hors vernissage). En marketing l'exposition a donné lieu au déploiement d'un plan d'actions : visibilité à la Fnac, accueil privilégié des abonnés Pass Cité +, billetterie adaptée. La solution Guestviews a été déployée pour recueillir les avis des visiteurs : 370 avis ont été récoltés uniquement sur le mois d'octobre et ont à 96% laissé une appréciation positive (exposition permanente et exposition temporaire). Un jeu-concours à instants gagnants sur le livre d'or a été mis en place pour inciter les visiteurs à s'approprier l'outil.

NOVEMBRE/DÉCEMBRE

LA SECONDE FERMETURE ADMINISTRATIVE

La fin d'année est marquée par l'annulation de la suite de la saison culturelle (par phases successives cette fois, en fonction des annonces du gouvernement). L'équipe face public est mise à 100% en activité partielle, le reste des équipes étant mis également en activité partielle, mais sur des quotités moindres. Toute l'équipe disponible s'était préparée pour une hypothétique réouverture le 15 décembre, préparation suivie d'une déception générale. Cependant, l'équipe a maintenu ses efforts de préparation des éléments nécessaires à la réouverture (quand elle pourrait avoir lieu) : brochure semestrielle, stratégie marketing, adaptation des plans de commercialisation.



PLAN D' ACTIONS COMMUNICATION LARGO WINCH

Le lancement de l'exposition temporaire a été accompagné d'actions presse :

- envois de communiqués de presse et de dossiers de presse à un large panel de journalistes (presse économie, bande dessinée, culture, féminine, masculine, généraliste...);
- organisation de rendez-vous presse en amont de l'ouverture de l'exposition;
- organisation d'un vernissage presse ayant accueilli une soixantaine de journalistes;
- relances quotidiennes auprès des journalistes pour organiser des tournages et interviews en plateau des auteurs, du commissaire d'exposition et du directeur de Citéco.

Ces actions ont généré des retombées nombreuses et, en grande majorité, bienveillantes :

- 224 retombées presse réparties ainsi : 57% de Web, 34% de presse écrite, 7% de sujets télévisés et 3% de sujets radio;
- la plupart des sujets ont été publiés et diffusés à la mi-janvier 2020, lors de la première annonce de l'exposition, et en octobre 2020, à l'ouverture de l'exposition.

Parmi les principales retombées, on peut retenir :

- 9 reportages télévisés, dont BeSmart.TV (invitation de Philippe Gineste en plateau), France 2 (Télématin), et les journaux télévisés de BFM TV, CNEWS TV, France Info TV, M6, France 24, France 3 Île de France, TV5 Monde ;
- Une dizaine de reportages radio dont 3 passages sur France Inter (dans l'émission Boomerang et le journal), et des sujets sur France Culture, RFI, France Bleu ou encore Fréquence protestante ;
- les grands quotidiens nationaux ont bien relayé l'information, notamment Le Figaro, Le Parisien et Les Échos, mais également l'agence de presse AFP ;
- de même pour les grands hebdomadaires, avec des sujets parus dans Télérama Sortir, Le Journal du Dimanche, Version Femina et Le Figaro Magazine;
- l'information a été très bien reprise dans la presse mensuelle, qu'elle soit spécialisée (dBD, Zoo, Lire, Livres Hebdo le Mag...), scientifique (Sciences et Avenir, Comment ça marche, Ça m'intéresse, Beaux-Arts Magazine, Mythologies...) ou généraliste;
- enfin, la majorité des articles ont été mis en ligne sur le Net, que ce soit pour de simples annonces ou pour des sujets de fond, tels lepoint.fr, actuabd.fr, le podcast de France Inter, leparisien.fr, franceinter.fr.

Quelques citations :

- Version Femina : « Grâce à Citéco, le visiteur en apprend davantage sur les sciences économiques en parcourant les aventures de Largo : OPA, pétrole, krach, Occupy Wall Street (OWS)... Passionnant ! »
- Le Journal des Arts : « Le circuit de l'exposition, élaboré finement par le talentueux commissaire Didier Pasamonik, s'avère, en agrégeant une soixantaine de dessins, d'objets, de reproductions, de vidéos et de décors, d'une efficacité pédagogique redoutable. »
- Historia : « La Cité de l'économie consacre à Largo Winch une exposition très "enrichissante", où les tractations, OPA et magouilles de Largo et de ses acolytes sont autant de prétextes à une initiation pédagogique et ludique à l'économie. »
- Paris Match : « C'est en entrant dans son univers que l'on pousse la porte de l'économie mondiale pour en démêler les fils de ses subtilités. Avec "Les Incontournables", l'exposition "Largo Winch, aventurier de l'économie" est l'affaire de tous. »
- CNews Matin : « Citéco présente une exposition familiale et intelligente sur le héros de BD Largo Winch. »





L'adaptation de l'établissement à cette succession de situations dégradées

LA MISE EN PLACE DU TÉLÉTRAVAIL GÉNÉRALISÉ

Une organisation adaptée a dû être mise en place avec la généralisation du travail à distance et des mesures de gestion des effectifs pendant les phases de fermeture (modulation du temps de travail, déclenchement de l'activité partielle, etc.), des plans de reprise des activités (PRA) étant aussi développés au printemps et fin novembre.

Les outils bureautiques et les solutions d'accès à distance sécurisés mis en place lors des grèves de transport, ainsi que ceux développés en prévision d'autres événements exceptionnels, ont pu être rapidement mis à disposition et adoptés. Les contrats de type modulation favorisant une adaptation à une activité saisonnière ont également montré tout leur intérêt pendant cette fermeture administrative.

Les équipes se sont rapidement mobilisées pour préparer un PRA avec des scénarios à tiroirs et se sont mises en veille sur les divers dispositifs d'aide du gouvernement afin de vérifier la possibilité d'en bénéficier.

Cette période de fermeture administrative de l'établissement a permis de dégager du temps pour un travail de fond sur le site internet. Un groupe de travail a été créé et des spécifications fonctionnelles pour des évolutions informatiques ont été établies.

Les rythmes de travail réduits ont aussi affecté le développement de certains projets de fond comme le projet CRM (outil de gestion des relations clients), les prospections, ainsi que la recherche de partenariats.

Au final, l'organisation a démontré une grande agilité et une adaptation rapide.

LA GESTION DE L'ENSEMBLE BÂTIMENTAIRE VIDÉ DE SES PERSONNELS ET DE SES PUBLICS

De cette situation de crise, ont découlé des externalités positives. Le bâtiment a en effet pu être disponible pour finaliser le relevé photogrammétrique dans d'excellentes conditions et réaliser des tests sur les parcours guidés pour les personnes mal et non-voyantes.

Un impact financier atténué. Les économies sur les charges de fonctionnement, les dispositifs d'aide mis en place par l'État et par la Banque de France, financeur de l'établissement ainsi qu'un suivi rapproché du budget ont permis d'atténuer les impacts financiers.

Certaines dépenses n'ont pas été réalisées faute de temps et de moyens humains nécessaires pour la bonne conduite des dossiers. Le report d'actions et les besoins fortement réduits des prestations ont donc participé au budget correctif.

En effet, concernant les activités face public et particulièrement la prestation accueil, cette situation totalement inédite pour l'ensemble des parties prenantes (UGAP, MUSEA et Citéco) a donné lieu à de nombreuses discussions.

Plusieurs versions budgétaires sont remontées à la gouvernance avec des propositions de scénarios pour l'atterrissage 2020 et la préparation 2021. Les différents dispositifs d'aide ont été étudiés en détail et mis en œuvre dans le respect des conditions fixées à l'employeur, l'activité partielle notamment a été rapidement mise en place.

« Citéco présente une exposition familiale et intelligente sur le héros de BD Largo Winch. » CNews



Troc ou monnaie ?



Quand une monnaie ne vaut plus rien

When a currency is no longer worth anything



2. FAIRE VIVRE LE MUSÉE POUR TOUS SES PUBLICS

L'exposition temporaire et le déploiement de nouvelles offres tous publics

L'EXPOSITION « LARGO WINCH, AVENTURIER DE L'ÉCONOMIE », PREMIER GRAND PROJET INTER- SERVICES DE L'ÉTABLISSEMENT DEPUIS SON OUVERTURE

Une organisation spécifique a été mise en œuvre en mode expérimentation avec un suivi de projet en AMO qui sera pérennisé pour les prochaines expositions temporaires.

L'exposition a été conçue à distance pendant le premier confinement. Toutes les réunions de conception / production de l'équipe-projet (AMO, MOE et MOA) ont été réalisées sur Teams ou Zoom (muséographie, commissariat, scénographie, graphisme, audiovisuel...). L'élaboration du projet a donné lieu à un fort travail inter-services notamment dans la définition du modèle d'exploitation de l'exposition (capacités d'accueil, billetterie, ressources prévisionnelles, etc.).

En termes de budget, le partenariat noué avec Overseas Productions est venu alléger la dépense de production de la tour holographique au cœur de l'exposition.

LE DÉPLOIEMENT DE LA PROGRAMMATION CULTURELLE

La nocturne de rentrée a été un succès. Dans un contexte de limitation forte de la jauge du fait des mesures barrières, près de 200 visiteurs ont été comptabilisés.

La nocturne avait pour but de présenter la saison culturelle « Bulles ». Plusieurs animations étaient programmées dont une intervention poétique en extérieur autour de la bulle de savon, une performance pour présenter la saison d'Automne et un dialogue théâtralisé avec le directeur de Citéco. Les grandes lignes de la programmation culturelle

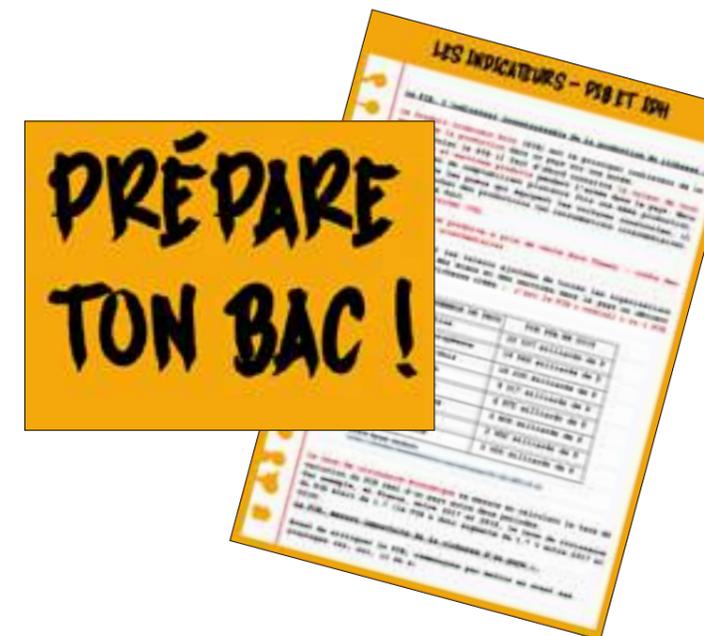
2020-2021 (en très grande partie contrariée par la fermeture administrative du musée à compter de novembre 2020) étaient composées des nocturnes BD animées par Laëtitia Gayet (France Inter), de conférences d'actualité autour de la crise, mais aussi d'événements satellites autour de l'exposition Largo Winch comme la projection du film Largo de Yves Legrain Christ, l'atelier « Dessine ta BD », ou encore la nocturne avec les auteurs de Largo Winch.

LE DÉVELOPPEMENT DES OFFRES POUR LES SEGMENTS DE PUBLICS SCOLAIRE, FAMILIAL ET DU CHAMP SOCIAL

Le positionnement des ateliers à destination des visiteurs individuels s'est renforcé avec les Ateliers d'Émile, ateliers créatifs à faire en famille, et les Ateliers des apprentis économistes, séances ludiques pour les enfants.

La communauté des abonnés au Pass Cité + s'est élargie aux plus jeunes : 180 abonnés ont été comptabilisés dont 42% d'abonnés de moins de 25 ans. Le 16 octobre 2020, un premier événement « Avant-première » dédié a été organisé dans le but de fidéliser les abonnés au Pass. Ceux-ci ont été invités à visiter l'exposition Largo Winch en présence du commissaire d'exposition et avec à l'issue de la visite, une offre de réabonnement et un cadeau.

Les thèmes de visites semi-autonomes à destination du public lycéen et des inscrits au programme « Prépare ton bac » ont été étoffés.





▶ VIDÉOS
😊 JEUX
📧 DATAVIZ
🌐 ARTICLES
🎵 PODCASTS

**TOUT L'UNIVERS DE
LA CITÉ DE L'ÉCONOMIE
EN ACCÈS LIBRE !**



Un effort sans précédent pour faire vivre Citéco en ligne

PRÈS DE 2 MILLIONS DE PAGES VUES SUR CITECO.FR ET DE VIDÉOS SUR LA CHAÎNE YOUTUBE FRUIT D'UN TRAVAIL DE LONGUE HALEINE.

Un groupe de travail transversal a été constitué pour réfléchir et mettre en œuvre les diverses évolutions du site internet.

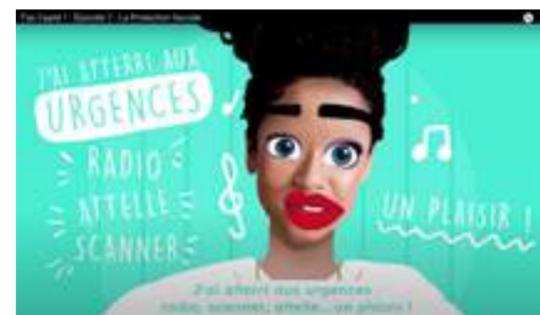
Au total, ce ne sont pas moins de 99 articles qui ont été publiés sur le site de Citéco pendant l'année 2020, tous dans le but de rendre visibles les nombreuses ressources en ligne du musée.

On recense ainsi la mise en ligne de :

- 44 dossiers
- 26 articles indépendants, permettant parfois le partage d'une vidéo YouTube de la chaîne Citéco
- 6 présentations du bâtiment
- 12 jeux
- 2 fiches « Prépare ton bac »
- 7 dossiers Éco@Home
- 1 article sur les podcasts de Citéco
- 1 article sur les vidéos de la nouvelle websérie « T'as capté »

On compte également 66 vidéos mises en ligne sur la chaîne YouTube de Citéco, qui se divisent comme suit :

- 14 vidéos à thème
- 5 vidéos Citéco Vidéo Challenge
- 6 vidéos « Les Crises »
- 3 vidéos « Dialogue imaginaire »
- 5 vidéos « Made in Partout »
- 9 vidéos « Débats »
- 8 vidéos sur la crise économique et sanitaire
- 8 vidéos Largo Winch
- 4 vidéos « Les leçons de Monique »
- 3 vidéos « T'as capté »
- 1 vidéo de concert



LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LA COMMUNICATION DE CRISE

Le contexte de crise sanitaire a poussé au renouvellement du contenu des réseaux sociaux pour permettre au public de continuer de profiter de Citéco à distance.

- Sur **Facebook et Twitter**, les ressources rassemblées dans le « focus de la semaine » publiés sur le site ont été relayés.

- Sur **Instagram**, il a été décidé de mettre en avant l'aspect patrimoine de Citéco, en publiant majoritairement de belles photos de l'hôtel Gaillard, mais aussi en diffusant plusieurs formats « story » racontant l'histoire du monument tout en mettant en avant son architecture et ses intérieurs au travers de beaux visuels. Par ailleurs, à la suite du reconfinement fin octobre, une publication par semaine a été consacrée à l'exposition Largo Winch (photographie accompagnée d'une anecdote sur l'exposition).

- Sur **YouTube**, plusieurs vidéos sur Largo Winch ont été publiées. Notamment une série de trois vidéos qui invite les visiteurs, par le biais de prises de vue de l'exposition et d'interviews du commissaire Didier Pasamonik, du professeur Olivier Bossard et du scénariste Éric Giacometti, à découvrir l'exposition à distance.



Citéco a ouvert des comptes sur deux nouveaux réseaux sociaux pendant le premier confinement: **Pinterest** (mars) et **Soundcloud** (avril), où sont depuis régulièrement publiés deux formats de podcasts (Monnaies atypiques et Popéco).

Le confinement a globalement permis une belle valorisation de la présence de Citéco sur les réseaux sociaux.

• **Facebook : de 2 470 (juillet 2020) à 2 776 abonnés (décembre 2020)**

• **Twitter : de 9 750 (mars 2020) à 10 264 abonnés (décembre 2020)**

• **Instagram : de 2 804 (mars 2020) à 2 816 abonnés (décembre 2020)**

• **Pinterest : 160 389 visites de mars à décembre 2020**

• **Soundcloud : 1 818 écoutes entre mars et décembre 2020**

LES NOUVEAUX CONTENUS PÉDAGOGIQUES ET GRAND PUBLIC DU CITÉCO NUMÉRIQUE

Deux sortes de vidéos ont été conçues pour répondre à la volonté du Conseil d'Administration de Citéco d'orienter prioritairement notre offre vers les publics jeunes et lycéens :

• Les vidéos « grand public », dont l'objet est d'expliquer de façon décalée et humoristique une notion économique susceptible d'interpeller tous types de public, et en particulier la population des 18-35 ans. C'est ainsi que la série « Les Leçons d'économie » a été poursuivie, après son lancement en 2019 au moment de l'ouverture de Citéco, avec des sujets sur la TVA et le CAC 40.

• Les vidéos à destination des lycéens et des professeurs de SES ou STMG, en liaison avec les programmes scolaires de sciences économiques. À ce titre, une nouvelle série de vidéos, intitulée « T'as capté ? » au ton délibérément jeune, a été conçue en relation avec la société de production « 87 secondes ». Une première vidéo a été publiée dans cette nouvelle série sur le sujet du « gouvernement d'entreprise » en 2020.

Ces vidéos reflètent la volonté du musée de faire converger les objectifs d'un site « ressources » en contenus pédagogiques et d'un site « Visite de Citéco », centré sur l'expérience visiteur.

Des pages article dédiées aux visiteurs en groupe (adultes et scolaires) aux familles, aux lycéens, étudiants et tout public actualisées selon les offres, ont été créées sur le site internet citeco.fr, puis adaptées à la situation pendant la fermeture administrative.

LA MISE EN AVANT DES RESSOURCES PÉDAGOGIQUES EXISTANTES

Afin de maintenir l'intérêt des publics cibles pour les offres de Citéco en dépit de la fermeture du parcours permanent, l'accent a été mis sur la valorisation des ressources en ligne.

À cet effet, des thématiques hebdomadaires puis bimensuelles ont été définies et promues à travers la page d'accueil de citeco.fr. Les thématiques suivantes ont ainsi été proposées et publiées sur le site pendant les deux périodes de confinement de l'année 2020 :

Premier confinement (thèmes hebdomadaires)

- La mondialisation
- PIB et croissance
- Le financement de l'économie
- Les politiques publiques
- L'intégration européenne
- Les entreprises
- Travail, emploi, chômage
- Marché et concurrence

Deuxième confinement (thèmes bimensuels)

- Questions sociales contemporaines
- Travail, emploi, chômage
- Les marchés financiers

À terme, l'accroissement des offres en ligne doit permettre de repenser le continuum de l'expérience de visite : avant, pendant et après sa visite, citeco.fr est un outil d'engagement du visiteur, au cœur de son expérience au musée.





3. CONSOLIDER SES MÉTHODES DE GESTION D'EXPLOITATION



La consolidation des principes de gestion de la maintenance du bâtiment et de la muséographie

LA GESTION DE LA MAINTENANCE DU BÂTIMENT ET DE LA MUSÉOGRAPHIE

Les maintenances bâtimentaires prévues par le marché multi-technique ne sont pas jugées à la hauteur des attentes. Un AMO est recruté pour la mise en œuvre des procédures de maintenance curative préventives et réglementaires et faciliter l'exploitation du lieu. En interne, un poste est créé pour piloter ces maintenances. En muséographie, le plan de sauvegarde des œuvres est finalisé.

La fermeture administrative de Citéco en mars n'entraîne pas une fermeture du bâtiment qui est maintenu au meilleur niveau technique en vue d'une réouverture dès que possible. Le projet de télésurveillance à distance est décalé, la surveillance H24 est prolongée. Un marché pour recruter un télésurveilleur est néanmoins lancé mais reporté à 2021 du fait de différents facteurs techniques bloquants.

LES NOUVEAUX DÉVELOPPEMENTS : TRAVAUX DE LA SALLE DES COFFRES ET MISE EN PLACE DE LA TÉLÉSURVEILLANCE

L'année 2020 voit se clore la gestion du bâtiment post chantier. La période de Garantie de Parfait Achèvement (GPA) permet la réparation de désordres signalés par la maîtrise d'ouvrage pendant l'année qui suit la réception des travaux en mai 2019. Puis s'enchaîne la Garantie de Bon Fonctionnement (GBF) pour réparer ou remplacer les équipements qui ne fonctionnent pas correctement, pendant les deux années qui suivent la réception.

L'essentiel des travaux en 2020 concerne cependant la stabilisation de l'hygrométrie dans la salle des coffres. Des déshumidificateurs fixes et puissants sont installés pour stabiliser de façon pérenne le climat général de la salle des coffres. Les vitrines sont modifiées pour intégrer au mieux les produits permettant de stabiliser les écarts nécessaires, par rapport à ce climat général, selon le type d'objet (papier ou métal).

Le développement et l'approfondissement des procédures de conception et de gestion de projet

LES PROCÉDURES À VISÉE INTERNE (COPIL SITE INTERNET, GESTION DES RISQUES, PROCÉDURES RH, ETC.)

Une gestion des risques dans l'établissement a été mise en œuvre sous l'égide du comité d'audit et des risques, notamment par une phase préalable cartographie des risques.

Une adaptation permanente des outils RH a été mise en place pour coller aux spécificités de la gestion de la pandémie : communication relative à la gestion de la pandémie auprès des salariés, identification des jours d'AP, des jours de télétravail, des jours de modulation.

Un support renforcé, comprenant un soutien RH et une assistance informatique, est instauré pour les utilisateurs dont la localisation est éparpillée.

De nouvelles offres dématérialisées sont développées, comme la carte restaurant, pour faciliter la vie des salariés au quotidien.

Le comité d'exploitation est réformé et dispose à présent d'un ordre du jour permanent, d'un fichier de gestion des incidents et d'un billet de service mis à jour.

LES PROCÉDURES À VISÉE EXTERNE (GUIDE DES MARCHÉS PUBLICS, GUIDE DES PARTENARIATS, CHANTIER DES PROCÉDURES FACE PUBLIC)

Un Vademecum des marchés publics a été mis à disposition du comité de direction afin d'orienter les prescripteurs sur les procédures d'achats adaptées à leurs besoins.

Un guide des partenariats a été créé à destination de tous les collaborateurs de l'établissement afin de les orienter dans leurs entreprises partenariales. Ce guide est une aide précieuse dans la définition des contreparties, la rédaction des conventions et le suivi de leur exécution.

Concernant le chantier des procédures face public, l'ensemble des interactions entre l'établissement et ses publics a été reporté par écrit, ce document constituera la « bible » de gestion de la relation au public au moment de la réouverture.

DONNÉES CHIFFRÉES DU PÔLE RESSOURCES

CHIFFRES CLÉS

Dépenses de fonctionnement : 4 301 k€

Masse salariale : 1 114 k€

Dotation Banque de France : 4 750 k€

Ressources propres (billetterie et recettes commerciales)* : 292 k€

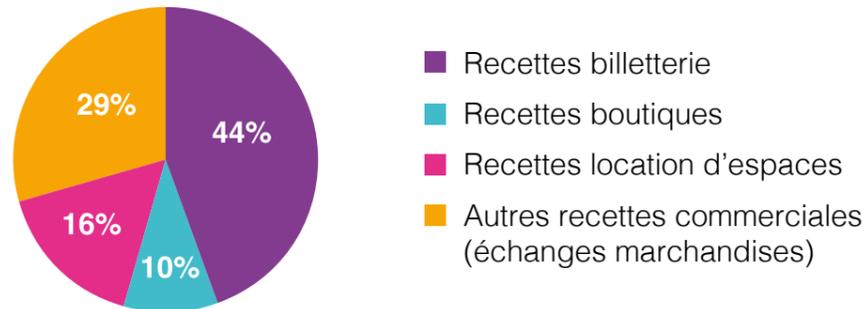
Résultat de l'exercice : 449 k€

Ticket moyen tous visiteurs : 5,7 €

Aides sociales de l'État : 306 k€

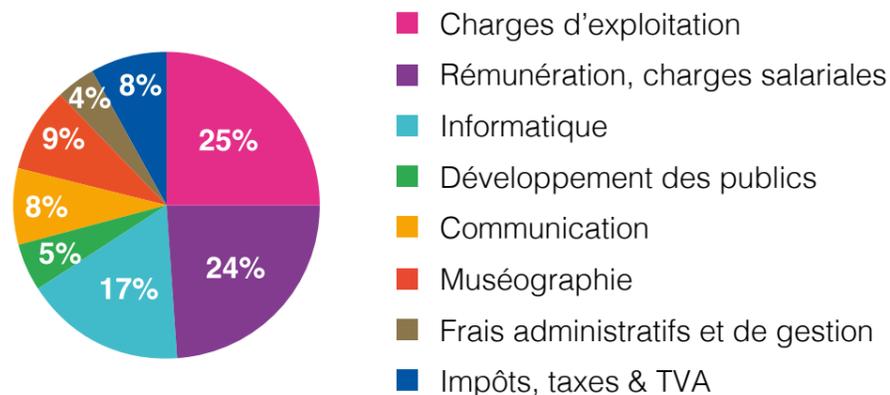
* sont exclues les aides d'état

RESSOURCES PROPRES*

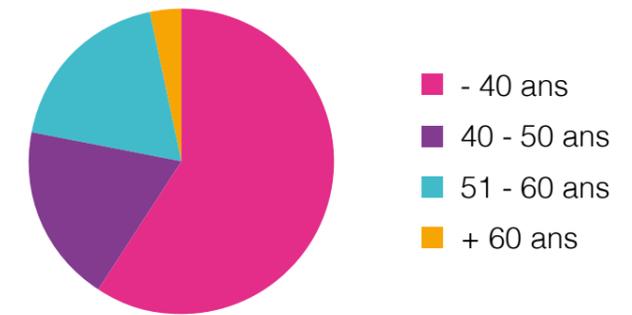


* sont exclues les aides d'état

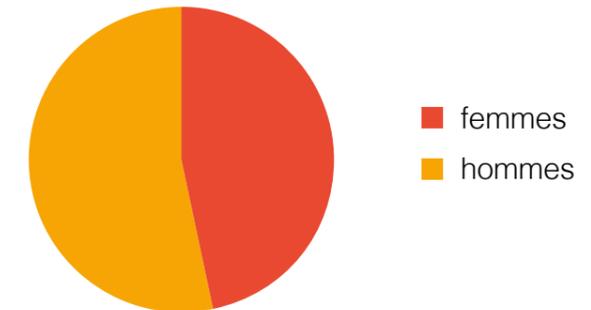
CHARGES



RÉPARTITION PAR TRANCHE D'ÂGE

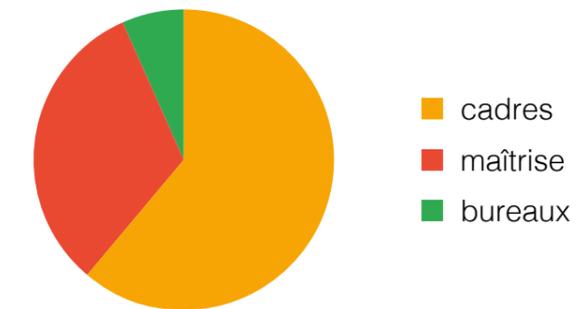


RÉPARTITION PAR SEXE



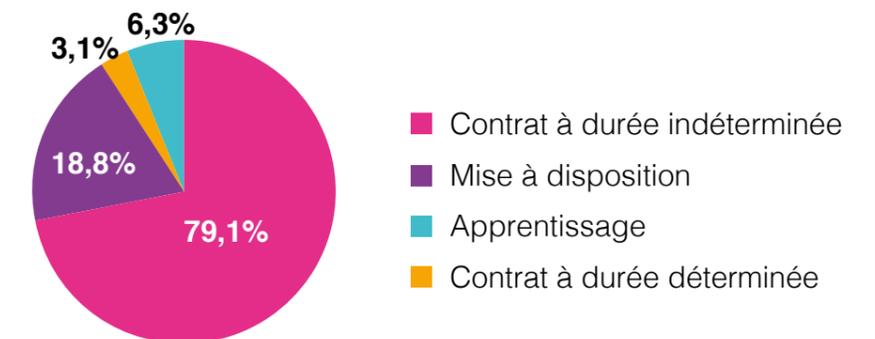
Les équipes Citéco se caractérisent par une population jeune, plutôt masculine tout en restant très proche de la parité. La moyenne d'âge observée en 2020 est de 39,3 ans (37 ans pour les femmes / 41,3 ans pour les hommes), sensiblement identique à 2019. L'âge médian est de 34,5 ans.

RÉPARTITION PAR POSTE



Les catégories socio-professionnelles les plus représentées sont des cadres ou assimilés.

RÉPARTITION DE L'EFFECTIF PAR CONTRAT



Citéco se distingue par une diversité de contrats répartis essentiellement entre des CDI et des mises à disposition. Le recours en CDD est marginal (remplacement de congé de maternité).

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les membres fondateurs de Citéco sont la Banque de France et l'institut d'émission des Départements d'Outre-mer.

Citéco est une association loi 1901 dotée d'un Conseil d'administration et d'un Bureau.

Le Conseil d'administration règle, par ses délibérations, les affaires de l'association. Il est présidé par le gouverneur de la Banque de France. Sa composition, au 31 décembre 2019, est la suivante :

- Président : François Villeroy de Galhau
- Président délégué : Emmanuel Constans
- Trésorier : Gilles Vaysset
- Secrétaire : Stéphanie Lange- Gaumand
- Administrateurs : Marie-Anne Poussin-Delmas, Marc-Olivier Strauss-Kahn, Nathalie Aufauvre

Le Directeur de Citéco assiste aux réunions du Conseil d'administration.

LE CONSEIL SCIENTIFIQUE

Le conseil scientifique a un rôle de conseil et d'expertise sur les programmes d'exposition et les activités pédagogiques. Il rassemble 12 personnalités d'horizons divers : monde universitaire et académique, acteurs économiques, monde associatif, étudiants, journalistes, partenaires institutionnels, musées et centres de science...

Membres du conseil scientifique Citéco

Alain Bernard, Responsable de l'économie solidaire au Secours Catholique

Frédéric Carlier, Inspecteur Général de l'Éducation Nationale. Ministère de l'Éducation Nationale

Marie Dancer, Cheffe adjointe du service économie au journal La Croix

Anne-Catherine Hauglustaine, Directrice du Musée de l'Air et de l'Espace

Pascal Le Merrer, Directeur des Journées de l'Économie de Lyon

Catherine Lubochinsky, Professeure à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas

Bruno Maquart, Président d'Univscience

Michala Marcussen, Cheffe économiste et Directrice des études économiques et sectorielles à la Société Générale

Marina Quénan, Étudiante en économie internationale

Marc-Olivier Strauss-Kahn, Président du Conseil scientifique de Citéco - Conseiller spécial & Directeur général, Banque de France - Président du Comité de Pilotage du Projet Cité de l'économie

L'ÉQUIPE DE DIRECTION

Philippe Gineste, Directeur

Jean-Yves Greuet, Adjoint

Amandine Blier, Responsable communication

Nicolas Vinci, Responsable pôle du développement des publics

Sylvie Marascalchi, Responsable pôle d'exploitation

Xavier Limagne / Jacques-Bernard Sauner-Leroy, Responsables pôle contenus

Christine Nguyen, Responsable pôle ressources



