

Bye Bye Museum



MUSÉE ROYAL
DE L'AFRIQUE
CENTRALE

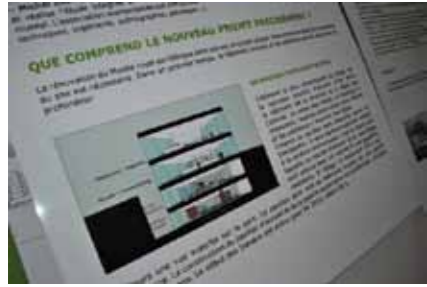
Afrika

TERVUREN

Musée royal de l'Afrique centrale

Dossier de sponsoring de l'exposition « Bye bye Museum » du 30 septembre 2011 au 31 mars 2012

Aperçu général



Le Musée royal de l'Afrique centrale (MRAC)

Depuis plus de cent ans déjà, le Musée royal de l'Afrique centrale conserve et valorise des collections de renommée mondiale, mène de la recherche scientifique et diffuse des connaissances relative à l'Afrique vers un large public.

Autrefois tribune du message colonial, le musée se veut aujourd'hui lieu de rencontre vivant. Il entend éveiller l'intérêt pour l'Afrique et stimuler le dialogue interculturel.

La rénovation de l'exposition permanente et le réaménagement du bâtiment central sont parmi les plus grands défis de cette institution.

Le nouveau concept du musée veut aussi introduire un **récit**. Cela se traduit en trois grandes lignes principales

1. L'historique du musée et le rôle qu'il a joué et joue encore dans la représentation sur l'Afrique centrale.
2. L'environnement, dans lequel le visiteur traverse l'Afrique en tous sens et observe les interactions entre l'homme et son environnement à travers des thèmes tels que l'exploitation minière.
3. La combinaison « société et culture » : le visiteur traverse des « portes » et voyage ainsi à travers le temps ou l'espace.

Le 4 novembre 2010, le permis d'urbanisme pour la restauration et le réaménagement du musée a été accordé. Ceci implique que le musée devra fermer ses portes à partir de mi 2012. Le musée actuel, beaucoup de nos visiteurs y tiennent ! Il est donc primordial d'y attacher beaucoup d'importance. De plus, il est important d'en expliquer au public le pourquoi. Pourquoi est-il le dernier musée colonial au monde ? Pourquoi faut-il le rénover ? Dans quelle mesure le récit raconté dans le nouveau musée sera-t-il différent de celui du musée actuel ? Nous voulons le raconter à travers un parcours étonnant, qui traversera les salles, les caves et les greniers !

Le parcours « Bye Bye museum » (titre de travail) peut être considéré comme un préliminaire du processus de rénovation et sa fin devrait coïncider avec le début de la première phase des travaux (voir également le dossier de sponsoring pour la Rénovation, disponible sur simple demande).

Thème : à la recherche de l'histoire du musée

Dans la perception de beaucoup, le MRAC n'a pas été transformé depuis les années 1960. Ceci n'est pas tout à fait vrai ! Le musée a effectivement connu différentes métamorphoses le long des dernières années. Ces transformations dans les salles montrent le changement de perception que nous avons connu par rapport à l'Afrique et par rapport aux cultures africaines.

Grâce à un parcours traversant la collection permanente et les caves, nous désirons raconter à nos visiteurs cette histoire étonnante du musée et de son bâtiment, mais en y incorporant une réflexion approfondie sur le passé en reflet avec le questionnement par rapport au futur.

De quelle façon pouvons-nous aujourd'hui informer notre public de manière réfléchie et justifiée sur la problématique Nord-Sud ? Cette quête vers l'histoire du musée nous rapproche d'une auto-réflexion critique et du rôle social que le « nouveau » musée devrait représenter. Dans notre société multi-culturelle d'aujourd'hui, le musée doit être le lieu de rencontre entre la population et ces différentes cultures.

Cet « au revoir » du musée est un concept total comportant parcours, activités culturelles et éducatives pour un large public et grand événement final.

Le parcours



L'exposition permanente dans sa totalité et une partie des caves

Le parcours attire l'attention du public sur le musée et sa rénovation de manière originale et vivante. Il a tant d'histoires étonnantes à raconter, et de curieuses anecdotes ! La rénovation y sera présentée, expliquée, et ce récit illustrera la façon dont notre regard sur l'Afrique a intensément changé au fil des années passées. La nécessité de cette rénovation sera alors justifiée.

Installés en différents endroits, des points audio et vidéo canaliseront l'attention du visiteur.

Actuellement 30 postes sont prévus, qui tourneront autour de différents thèmes :

- L'histoire du musée
- La rénovation
- Les activités se rapportant à la sensibilisation et à la collaboration avec les partenaires africains
- La recherche scientifique / Les collections
- Faits divers/Petites histoires

For your eyes only!

- Qui est le prédécesseur des tests Predictor ? La grenouille ?
- Quel animal fut découvert à Tervuren ? Et il ne s'agit pas du berger de Tervuren !
- Où est passé le bateau de Stanley ? Dans les caves du musée ?
- Un éléphant en vaut-il deux ? Chez nous : oui !
- Qui a le plus grand ? Des records ont-ils été battus à Tervuren ?

Encadrement du parcours

La visite du parcours sera soutenue par des audioguides. Des professionnels natifs (néerlandais, français, anglais) réaliseront les traductions et les enregistrements des informations complémentaires pour chaque arrêt. Commentaires, bruitages, extraits musicaux, anecdotes, rendront la visite plus attrayante et plus dynamique. Un programme d'activités sera établi autour du parcours. De plus, le programme sera présenté de façon interactive sur le site www.africamuseum.be

Un grand événement de clôture est également en préparation. Celui-ci sera développé en étroite collaboration avec la diaspora africaine.

Timing

Ce parcours est le dernier événement d'envergure pour le grand public avant la fermeture du musée. Il sera donc ouvert depuis le 30 septembre 2011 jusqu'à la fin mars 2012.

Quel public ?

Le parcours s'adresse à un large public : pour les uns, il sera lieu de mémoire et d'émotion ; les autres seront affriandés par son originalité.

Les grands (re)découvriront le caractère si particulier du MRAC. Les seniors, les juniors, les étudiants, la communauté africaine, les passionnés d'histoire, les associations culturelles... tous y trouveront réponse à leurs aspirations !

Le musée attend 150 000 visiteurs en 6 mois !

Communication

Une exposition, aussi réussie soit-elle sur le plan intellectuel ou artistique, ne peut prétendre au succès si elle ne recourt pas à un vaste réseau de communication. Le lancement de ce nouveau projet bénéficiera d'une campagne médiatique et publicitaire organisée en collaboration avec l'agence de communication *Famous*.

Cette campagne étonnante et ludique aura comme but de :

- Souligner le caractère unique du MRAC
- Justifier l'importance de la rénovation
- Inciter à la réflexion sur cet ancien musée colonial
- Intensifier les rapports de collaboration avec la diaspora africaine
- Attester le rôle du MRAC dans la collaboration au développement durable du Congo
- Augmenter le nombre de visiteurs durant la dernière année d'ouverture avant les travaux
- Accrocher le plus possible de personnes susceptibles d'être intéressées par les activités organisées par le musée durant la période de fermeture.
- Différents canaux de communication seront utilisés aussi bien au niveau national (Toerisme Vlaanderen) qu'international.

Espace médiatique

- annonces
- insertion dans les agendas culturels
- actions spécifiques par exemple : Knack Club, Zone 02, Publicarto magazines
- spots radio Fr / NI

Folders

- calendrier : 60 000 ex. diffusés par Aeolus
- brochure : BITC et Toerisme Vlaanderen

Presse

- communiqué de presse
- conférence de presse
- dossier de presse

Visibilité

- affiche bus : STIB / De Lijn / TEC
- bannières sur le bâtiment du musée
- infobox dans le parc de Tervuren
- carte de nouvel an 2012
- auto-collant sur le courrier
- b- excursions
- drapeaux dans la commune de Tervuren
- vitrine Toerisme Vlaanderen

Website

- site sur www.africamuseum.be
- bannière sur d'autres sites
- insertions dans les agendas culturels électroniques

(E-)mailings

- individuels
- communautés africaines
- associations culturelles
- écoles
- ...

Relations publiques

- sessions informatives : présentation de l'exposition à différentes foires, auprès de Tour-opérateurs, etc.



Budgets (en euros, T.V.A. incl.)

Dépenses

| | |
|---|----------------|
| Droits d'auteurs, reproduction, traductions, transcriptions | 7 000 |
| Documentation (achat, production de photos, AVI) | 3 000 |
| Muséographie (graphisme, signalisation, scénographie, intégration matériel audiovisuel) | 91 000 |
| Gardiennage et sécurité (suppl. pour les caves) | 64 000 |
| Activités culturelles et éducatives | 20 000 |
| Communication & site web | 180 000 |
| Vernissage (événement de clôture non inclus) | 10 000 |
| Modifications techniques | 5 000 |
| Production audio-tour | 30 000 |
| Merchandising | 20 000 |
| Divers (équivalent à 5% du total du budget) | 5 000 |
| Total dépenses | 435 000 |

Recettes

| | |
|--|----------------|
| Partenariat avec le fournisseur pour production audio-tour | 30 000 |
| Recettes des audio-guides | 105 000 |
| Subsides Accord cadre DGD | 100 000 |
| Subsides Loterie nationale | 100 000 |
| Sponsoring recherché | 100 000 |
| Total recettes | 435 000 |



Formules de partenariat

Plusieurs formules s'offrent aux sociétés désireuses de s'associer à la démarche du musée dans l'organisation de ce parcours.

Partenaire privilégié : 65 000 euros (hors T.V.A.)

Publicité (*)

- Votre logo sur les supports imprimés de communication
- Votre logo sur les pages réservées au parcours sur le site www.africamuseum.be
- Votre logo au colophon de l'exposition

Relations Publiques

- Invitations à l'ouverture officielle (10 x 2 pers.)
- Entrées gratuites à l'exposition (100)
- Mise à disposition des salles d'exposition pour une visite nocturne (jusqu'à 300 pers.), catering non compris
- Organisation de visites interactives pour votre personnel ou clients VIP

Partenaire principal : 25 000 euros (hors T.V.A.)

Publicité (*)

- Votre logo sur les supports imprimés de communication
- Votre logo sur les pages réservées au parcours sur le site www.africamuseum.be

Relations publiques

- Invitations à l'ouverture officielle (5 x 2 pers.)
- Entrées gratuites à l'exposition (50)
- Mise à disposition des salles d'exposition pour une visite nocturne (jusqu'à 100 pers.), catering non compris

Partenaire : 10 000 euros (hors T.V.A.)

Publicité (*)

- Votre logo sur les pages réservées au parcours sur le site www.africamuseum.be

Relations publiques

- Invitations à l'ouverture officielle (2 x 2 pers.)
- Entrées gratuites à l'exposition (25)

Autres

Des actions plus spécifiques permettant de soutenir une partie du projet en particulier sont possibles (restauration d'un objet de collection, soutien des activités éducatives et culturelles, infrastructures audiovisuelles, volet photographique, appareil de sécurité...).

Des actions hors des sentiers battus sont envisageables. Le musée reste ouvert à toute proposition. Selon les choix et aspirations !

Des formules attrayantes de partenariat pour le projet de Rénovation sont également disponibles.

(*) la taille et la place des logos seront plus ou moins importantes en fonction du type de partenariat choisi.

Arguments en faveur d'un partenariat...

- La notoriété du musée, aussi bien au niveau national qu'international
- La dernière occasion de visiter le musée ! Intérêt médiatique garanti !
- Un parcours original qui, traversant le musée des caves au grenier, doit être considéré comme le signal de départ des travaux de rénovation
- Le succès des précédentes expositions temporaires organisées au musée
- Un site de toute beauté à deux pas de Bruxelles



INFORMATIONS GÉNÉRALES

Dates

Du 30 septembre 2011 au 31 mars 2012

Organisation/Lieu

Musée royal de l'Afrique centrale
Leuvensesteenweg 13
3080 Tervuren
Tél. +32/(0)2/769 52 11
Fax +32/(0)2/769 02 42
www.africamuseum.be

Direction

Guido Gryseels
Directeur général
Tél. +32/(0)2/769 52 74
Fax +32/(0)2/769 02 42
E-mail: dir@africamuseum.be

Sponsoring

Katia Dewulf
Chef des Services opérationnels
Tél. +32/(0)2/769 52 96
Fax +32/(0)2/769 02 42
E-mail: katia.dewulf@africamuseum.be



Colophon

Rédaction : Kristien Opstaele, Katia Dewulf
Traduction : Katia Dewulf
Editing : Benoît Albinovanus, Miriam Tessens
Lay-out : Mieke Dumortier
Photos : Veerle Taekels, Katia Dewulf, Lars Deneyer