

Musée La piscine

# Le grand plongeon



## Valoriser l'activité du musée pour augmenter sa fréquentation.

Le musée La Piscine de Roubaix est une institution très ancrée dans son territoire, les Hauts-de-France. Marine, en charge de la communication du musée, souhaite rendre accessible l'art à tous, en incitant chacun, et notamment les plus jeunes, à venir découvrir La Piscine de Roubaix et ses œuvres.

Avec l'aide de Lucy, jeune diplômée venue soutenir Marine dans le cadre du Programme Ambassadeurs Numériques, la ligne éditoriale digitale du musée a été revue pour créer plus de contenus vidéo. Une campagne de publicité Facebook a été mise en place pour promouvoir une exposition, et tout l'écosystème digital du musée a été activé afin de mettre en avant les œuvres et expositions : Instagram, Google, Pinterest, Youtube...

Rapidement, toute l'équipe a compris l'influence que pouvait avoir le numérique sur la démocratisation de l'art.

**60 000 personnes**  
des Hauts-de-France  
touchées par le contenu vidéo en ligne

**48 000 visiteurs**  
sur une exposition sponsorisée  
sur les réseaux sociaux

**+ 70%**  
d'abonnés Instagram

**+ 12%**  
de fans Facebook

### Leviers digitaux

- Création de contenu créatif
- Campagnes publicitaires en ligne
- Animation de communauté sur les réseaux sociaux
- Création de tableaux de bords de suivi statistique
- Stratégie digitale : mesure du retour sur investissement



Notre exposition 'Éloge de la couleur', qui traite de la mise en couleur de l'environnement urbain pour s'intégrer au paysage, a accueilli plus de 48 000 personnes : nul doute que le ciblage sur Facebook nous a permis d'informer le public spécifique, amateur d'architecture et d'urbanisme, et d'arriver à ce résultat tout à fait remarquable pour une exposition si pointue. Par ailleurs, Facebook est pour nous vecteur de cohésion en interne : le réseau implique de manière bénévole le président de l'association des Amis de La Piscine et permet de mettre en valeur le travail des différentes équipes du musée en coulisse."

Marine Charbonneau, chargée de communication de La Piscine

