

SYNTHÈSE CARTE BLANCHE

ANNÉE 2025

Service marketing
Février 2025

35 239

NOMBRE TOTAL
D'ADHÉRENTS

= 2 335 973 €

63%

CARTE BLANCHE
DUO

20%

CARTE BLANCHE
JEUNES

67%

dont CARTE BLANCHE
JEUNES DUO

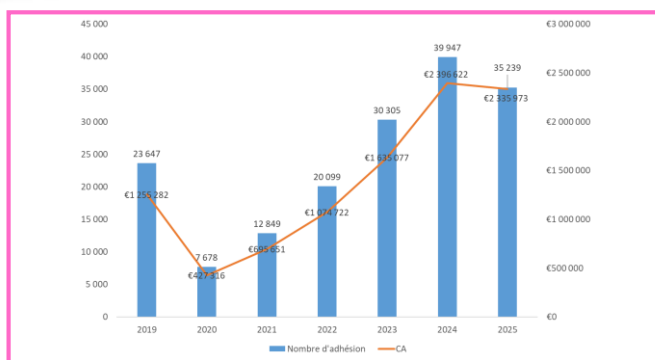
20%

FORMULE 2 ANS

Les nouveautés de 2025 :

- Réadhésion et options "Offrir" désormais disponibles sur la VEL.
- Nouveau processus de vente en nombre, facilité par l'achat de codes voucher valables pendant 12 mois.
- Nouveau processus pour offrir une carte, via l'achat de codes cadeaux.
- Intégration de la Carte Blanche directement dans le wallet.
- Création de nouveaux supports pour accompagner ces changements.
- Activation de la Carte Blanche lors du premier passage au musée d'Orsay ou au musée de l'Orangerie, ou automatiquement sous 2 mois.
- Mise en place d'une campagne de relance par e-mail.

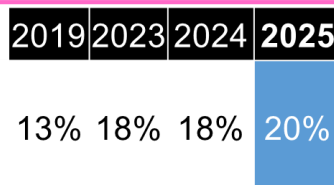
ÉVOLUTION ADHÉRENTS ET RECETTES



-2% de CA vs 2024 alors que -12% d'adhésions vs 2024
= conversion vers la Carte Blanche 2 ANS

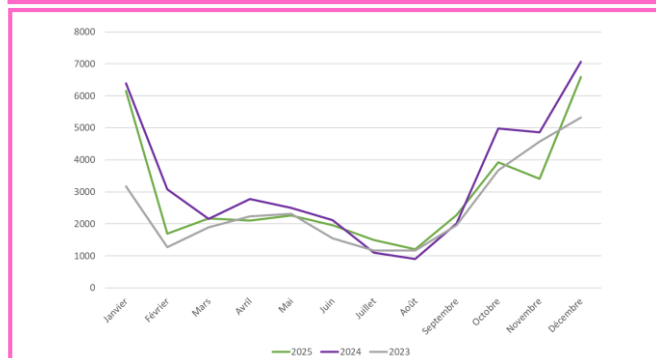
FOCUS SUR LES JEUNES

Proportion de
jeunes
...vs +35 ans



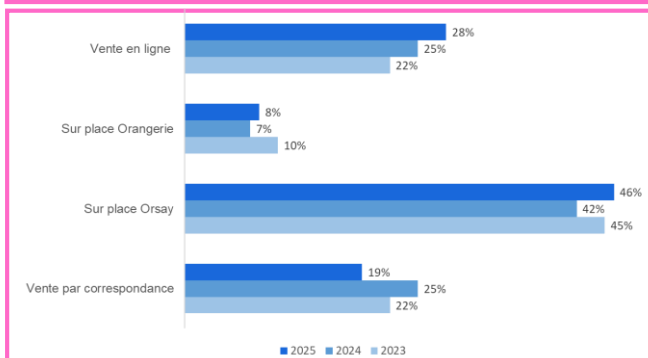
- Avec plus de 7 000 adhésions Jeunes en 2025.
- +160% d'adhésion vs. 2022.
- Intérêt pour la **formule 2 ans** : 18% d'adhésion dont 75% en formule DUO.
- Intérêt pour la **formule DUO** : 67% d'adhésion.

SAISONNALITÉ



- Les ventes Carte Blanche sont liées aux expositions et à l'Offre de fin d'année.

TYPLOGIES DES VENTES



- La VEL représente 28% des adhésions.
- La VSP au musée d'Orsay reste privilégiée (46% des adhésions).

FOCUS CARTE BLANCHE 2 ANS

7 162

ADHÉSIONS 2 ANS

=

20%

DES ADHÉSIONS 2025

➔

DONT

65%

EN FORMULE DUO

➔

18%

ADHÉSIONS JEUNES
2 ANS

➔

DONT

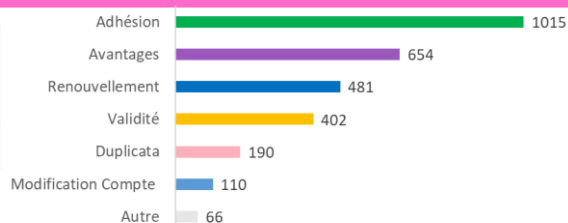
75 %

EN FORMULE DUO 2 ANS

FOCUS SAV

Messages reçus	Demandes d'information	Réclamations	Compliments	Appel /jour moyenne
3 687	3 567	102	12	16

- 2% de messages vs 2024



FOCUS OFFRE DE FIN D'ANNÉE

Cette année, l'offre de fin d'année a eu lieu **du 08 décembre 2025 au 11 janvier 2026**.

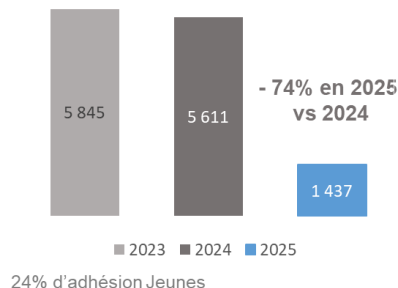
Pour la première année, l'offre est **exclusivement valable sur la carte DUO 2 ans** :

- Conversion vers la carte 2 ans.
- Stratégie de fidélisation axée sur les travaux en cours.
- Soutien aux équipes après la mise en place du nouveau système de billetterie.
- Absence de communication (sauf campagne Paid Media) afin de maîtriser le développement dans cette phase de transition (Billetterie 2025)

Sur une période de 35 jours, **41 cartes par jour** ont été achetées, (vs 114 en 2024)

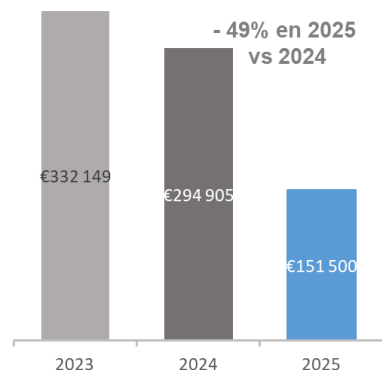
QTE CARTES ÉDITÉES

3% au musée de l'Orangerie
32% au musée d'Orsay
64% VEL



24% d'adhésion Jeunes

TOTAL RECETTES



COMMUNICATION

PAID MEDIA

Facebook & Instagram

Les **25-34 ans** qui concentrent **le plus haut taux de clic**

941k

IMPRESSIONS
RÉSEAUX SOCIAUX

8k

CLICS

RÉSEAUX SOCIAUX

9 publications : Facebook, Instagram, LinkedIn

42k

PORTÉE TOTALE

54k

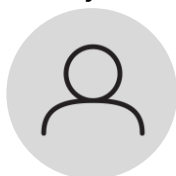
NOMBRE TOTAL DE VUES

372

ENGAGEMENT TOTAL

7 NEWSLETTERS CARTE BLANCHE

Nombre de destinataires
moyen



23k

Taux d'ouverture
moyen



63,16%

Taux de livraison
moyen



99,84%

Taux de réactivité
moyen



16,48%

Taux de désabonnement
moyen



0,07%

16 ÉVÉNEMENTS EXCLUSIFS EPMO

(vs 9 en 2024)

6

VISITES
RESTAURATION
COURBET

3

VISITES
CONSERVATEURS

2

VISITES
INFLUENCEUSES

5

INVITATIONS
ÉVÉNEMENTS
DÉDIÉES

11 ÉVÉNEMENTS EXCLUSIFS PARTENAIRES

(vs 8 en 2024)

19

PARTENAIRES

5

VISITES GUIDÉES
DÉDIÉES

2

TR SPÉCIAUX
THÉÂTRE

4

JOURNÉES PORTES
OUVERTES

CONCESSIONS

BOUTIQUE



445 448€

CA Carte
Blanche

- 13% vs 2024

RESTAURANTS



7 635

Passages Carte
Blanche

- 14% vs 2024

AUDIOGUIDES



2 599

Utilisations Carte
Blanche

- 8% vs 2024

EN SCÈNE



5 343

Billets En Scène
réservés

- 44% vs 2024

PROGRAMMATION CULTURELLE

Les chiffres clés de 2025 :

- **Programmation En Scène** : les adhérents représentent 26% de la fréquentation totale. Les **conférences** et les **concerts** sont les plus prisés.