



CARNET I  
LES VALEURS

# AUTOUR DU LOUVRE LENS

## CARNET I LES VALEURS

Ce carnet de tendances à l'usage des acteurs et des porteurs de projets est la synthèse de l'étude des valeurs du territoire Autour du Louvre-Lens et de la définition du concept de destination touristique réalisées par Lidewij Edelkoort et le Studio Edelkoort. Ces valeurs émanent de l'héritage de la région, son histoire, son travail, son industrie, ses particularités, sa singularité, son esthétique, sa signature.

Les thèmes et textes présents dans ce document sont extraits des propos de Lidewij Edelkoort lors la conférence "Le concept de destination Autour du Louvre-Lens" du 12 juillet 2012 à Liévin.

Pourquoi cette étude de tendances ? Le Louvre-Lens et l'inscription du Bassin minier au Patrimoine mondial de l'UNESCO changent petit à petit le visage du territoire et attirent de nouvelles clientèles.

Comprendre le marché, analyser les besoins de vos clients sont des étapes indispensables pour saisir ces nouvelles opportunités. Connaître les tendances à venir vous permettra d'aller beaucoup

plus loin dans votre relation avec vos clients, de vous différencier de vos concurrents et de générer de la valeur pour votre entreprise.

Afin de vous accompagner au mieux dans vos projets, 4 autres carnets de tendances thématiques et pratiques vous permettront d'intégrer une démarche de design dans votre activité :

- Carnet hébergement et bien-être
- Carnet restauration et alimentation
- Carnet architecture et aménagement d'espaces
- Carnet produits dérivés et identitaires

Ce concept de destination est construit à partir d'une trentaine d'arguments et d'idées que comme des briques, on peut placer et déplacer . Ces éléments de l'ADN du territoire peuvent créer de la valeur commerciale pour votre projet car ils entrent en résonance avec les besoins des consommateurs d'aujourd'hui.

Cette stratégie a été initiée par le Conseil Général du Pas-de-Calais et élaborée par l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques du Pas-de-Calais - Mission Louvre-Lens Tourisme.

# QUI EST

*Lidewij Edelkoort ?*



Le Studio Edelkoort a été fondé par Lidewij Edelkoort.

Née aux Pays-Bas en 1950, Lidewij Edelkoort a révolutionné la profession de « chercheur de tendances » : elle a accompagné des entreprises comme Coca-Cola, Nissan, Camper, Siemens, Mooi et Douwe Egberts dans le développement de leur identité et de leurs stratégies.

Lidewij Edelkoort et son équipe orientent les professionnels pour interpréter l'évolution de la société et décrypter les signaux avant-coureurs des envies des consommateurs, sans jamais oublier la réalité économique.

En 2003, TIME Magazine a choisi de faire figurer Lidewij Edelkoort parmi les 25 personnalités les plus influentes au monde, dans le domaine de la mode.

Lidewij Edelkoort et son Studio accompagnent l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques du Pas-de-Calais - Mission Louvre-Lens Tourisme - dans le développement d'une destination touristique Autour du Louvre-Lens.

# WE ARE FAMILY\*

*Culture et identité du territoire « Autour du Louvre-Lens »*

Pour certains économistes, dans l'économie du futur, la seule valeur stable sera humaine ; d'où l'importance du « être ensemble », véritable matière première du XXIème siècle.

C'est donc un accent mis sur l'importance du groupe, de la famille élargie, mais aussi de la famille que l'on se choisit. Un art de vivre fondé sur l'exigence de la relation humaine. Plus qu'un style de vie, comme on l'entend communément, « we are family\* » est un projet, une source, un horizon dont le terreau rationnel est ici la notion de groupe. On est tous uniques dans le groupe, comme dans une vraie famille.

L'interdépendance est dans nos racines, dans le travail effectué par les mineurs.

Les arguments qui suivent vont donc « dignifier » ces notions du partage et du mélange dans toutes leurs nuances complémentaires.

*fierté*

*passion*

*fidélité*

*labeur*

*chaleur*

*spontanéité*

*authenticité*

*solidarité*

*volonté*

*\* L'esprit de famille*

4

*Les valeurs de*

**ALL**

« Le nord, dans tous les pays, est très différent du sud ; le sud des Pays-Bas est bon vivant, le nord très rigide, protestant. J'aime être du nord, parce que cela me donne la capacité d'avoir les pieds sur terre, d'être très enracinée par nature. Je pense que je comprends bien votre région grâce à cela. Dans cette étude sur le territoire Autour du Louvre-Lens, nous n'avons jamais essayé de tricher, de pousser, d'intriguer les choses, mais, et c'en est presque étrange, beaucoup de tendances actuelles, dans l'architecture, l'éducation, la nourriture, le tourisme, vont dans votre sens. C'est un moment qui vous ressemble, probablement parce que l'on est dans un moment de crise depuis déjà quelque temps et que le monde comprend aujourd'hui mieux l'esprit nord. »

*Lidewij Edelkoort, extrait de la conférence « Le concept de destination Autour du Louvre-Lens », Liévin, Aréna Stade Couvert, 12 juillet 2012.*



5

**VIVRE  
ENSEMBLE**

*Qui plutôt que quoi*

*L'interdépendance mieux que la liberté*

*Un modèle familial universel*



**Nord-Pas-de-Calais :**

C'est un composé, mais aussi un patchwork, une allégorie.

Depuis 4 ans, l'époque individualiste pure et dure est révolue car l'individualisme a fait beaucoup trop de dégâts. Aujourd'hui, les hommes et les femmes cherchent à s'associer, à travailler ensemble, à ne plus être seuls. Une forme inconnue émerge : être groupe et individu à la fois et donner une part de soi au groupe ; le travail est en train de se nomadiser. A terme, cette tendance va nous amener à une autre organisation de la vie sociale.

*"Rien n'est solitaire,  
tout est solidaire"*

*Victor Hugo*

Cette solidarité se retrouve dans l'architecture, dans le plan des villes, les matériaux, l'association des rythmes d'habitat ; chaque maison légèrement différente mais aussi toutes pareilles.

# QU'EST-CE QUE LA SOLIDARITÉ?



*"Le cœur qui pense"*

*Henri Pena-Ruiz*

Ce cœur qui pense est à la fois rationnel et émotionnel et lie les hommes et les femmes entre eux.

Ce sont des produits, des couleurs, des racines qui s'accumulent et créent l'interdépendance.

La solidarité, c'est une définition rationnelle face aux coups du sort, une réponse collective, un engagement et une esthétique.

Cette esthétique liée à l'histoire minière, à la solidarité doit être mise en avant.

C'est aussi une prise de position : il faut capitaliser sur les forces locales qui sont nombreuses, compter sur les forces de régénération de ce territoire, entreprendre ensemble.

*Notre passé  
est un passé  
de famille,  
valorisons-le*



# UN MODÈLE FAMILIAL UNIVERSEL



La famille redevient très importante, le nombre d'enfants augmente.

Quels en sont les signes avant-coureurs ?

Tout d'abord, les hommes s'occupent maintenant des enfants ; il deviennent pères d'une façon très active, aussi actifs que les mères. Ce phénomène va donner d'autres enfants, et d'autres hommes, plus tendres. Le moteur, c'est donc l'homme qui s'adoucit grâce aux enfants. Puis, les grands-parents et les petits-enfants nouent une relation unique.

Ils sont souvent ensemble, voyagent ensemble, sont sur Internet ensemble... C'est un couple au potentiel économique réel car les grands-parents d'aujourd'hui sont souvent plus fortunés que leurs propres enfants et ils ont envie de s'occuper de leurs petits-enfants. Il semble ne pas y avoir de barrière d'âge, ils ont simplement envie d'être ensemble. Les grands sites touristiques l'ont bien compris : ils proposent des attractions conçues pour les deux et beaucoup de grands groupes sont en train d'étudier comment utiliser ce couple économique formidable. Le territoire du Louvre-Lens, avec un musée plus éducatif, dans une région qui a tellement d'Histoire à raconter aux enfants, mais aussi aux grands-parents, et où leur mémoire peut être valorisée, a de véritables atouts pour séduire ces clients.

# MARCHÉ DES CULTURES

C'est mettre en valeur notre capacité à vivre ensemble, parce qu'on est tous différents mais solidaires. Parce que l'on vient d'autres pays, nous avons une longue et grande histoire avec l'Europe de l'Est, notamment la Pologne avec laquelle nous entretenons des liens de vie, des liens d'esprit. Cela amène toutes sortes de savoir-faire, toutes sortes de folklores, de couleurs, etc. Partager des rites, des fêtes, transmettre des savoir-faire, telles sont les grandes tendances du tourisme culturel de demain.

A travers les produits, les boutiques, les activités, la nourriture que nous pouvons offrir à nos nouveaux publics, montrons la diversité de nos langues, nos cultures, nos appartenances, nos expressions artistiques, nos spécialités, nos goûts. Nous sommes le pays de la gaufre, et du pain plat ; du thé à la menthe et de la chicorée ; du placzek et des croccantes... mélange et échange des cultures entre Est et Ouest, Nord et Sud.

Le plaisir de consommer réside essentiellement aujourd'hui dans l'expérience, les histoires que le produit que nous offrons raconte aux clients. C'est pourquoi le fait main est en train de prendre une place prépondérante dans le design, dans la société, dans la culture.

Cela pourrait nous amener à apprendre aux visiteurs, le « do it yourself\* », des choses originales, exotiques, dépayssantes.

L'artisanat est donc au cœur de cette histoire qui recycle l'ancien, transforme le nouveau et personnalise l'ordinaire.

Le territoire du Louvre-Lens accueille un pôle de compétitivité sur l'artisanat et formera demain des jeunes à ces savoir-faire.





*Ce sont les clés de l'avenir, et vous pouvez développer de nouvelles choses, inconnues aujourd'hui, enracinées dans le passé, mais totalement modernes*



# FOOT

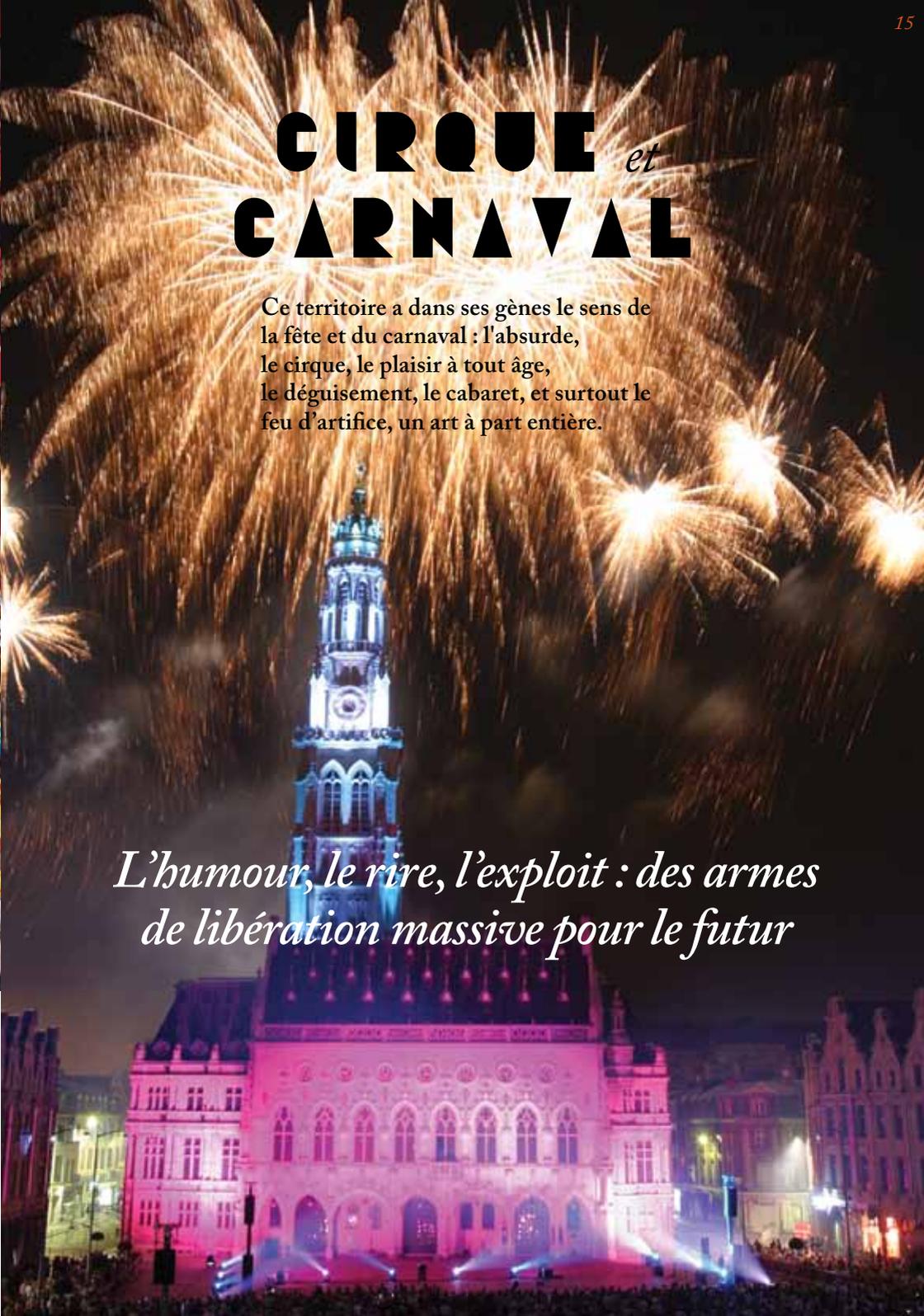
*Etre ensemble  
Tous ensemble*

Nous sommes dans une terre de foot, nous sommes fiers du foot.

C'est aussi un espace de partage et de mélange, de transmission des valeurs du sport et de notre passion. On peut nourrir cette passion avec les autres, faire connaître notre passion, la transmettre aux plus jeunes.

# CIRQUE *et* CARNIVAL

Ce territoire a dans ses gènes le sens de la fête et du carnaval : l'absurde, le plaisir à tout âge, le déguisement, le cabaret, et surtout le feu d'artifice, un art à part entière.



*L'humour, le rire, l'exploit : des armes de libération massive pour le futur*



# GÉANTS

Assumer l'imaginaire, voir en grand.

La tradition du territoire pour la démesure rencontre une tendance actuelle pour le gigantisme, dans le design et dans l'art avec par exemple des objets usuels agrandis dans des proportions énormes.

Il faut réadapter, réinventer cette histoire, cette tradition, la remettre en avant. L'imaginaire des enfants est complètement stimulé par les géants et pour les adultes, il faut imaginer des objets géants, des êtres géants, des tables géantes...



# FANFARES

"Importance de l'harmonisation, de la composition, de l'orchestration de la vie en groupe"

Voilà encore une activité que l'on fait ensemble, en groupe, en famille ; on compose, on orchestre, on forme un grand corps, on vibre ensemble. Il y a le passé, mais aussi la modernité des fanfares, un retour à ce type de rites collectifs.

Cela rejoint la question du déguisement et du plaisir : les jeunes générations sont attirées par les vêtements et les costumes d'époque.

L'ESTHÉTIQUE

# ALL LE BASSIN MINIER

L'inscription du Bassin minier au patrimoine mondial de l'UNESCO est une vraie victoire et une reconnaissance, c'est aussi une responsabilité.

Nous devons faire vivre, faire progresser notre patrimoine.

# LE NORD AVANT: LE CARBONIFÈRE

"Découvrir comment sous l'humus raclé par l'exploitation minière, se tassent des forêts fossiles, la région géologique d'un autre cycle, plus immémorial encore, de climats et de saisons."

*Marguerite Yourcenar*

Mettre en relief cette période méconnue, une ère géologique où les paysages du Nord ressemblaient à des forêts tropicales. Il y a cette richesse, ce mystère de la nature qui nous donne son histoire. Par les fossiles qui sont comme les premières photos, c'est comme si nous faisons revivre les plantes de l'époque.

# TERRILS =

# = NATURE

Mais une nature déterminée à reprendre ses droits, avec des plantes pionnières qui colonisent les anciens « stériles ». On parle de miracle car ces choses qui paraissent stériles sont en réalité fertiles et abritent des espèces inconnues ici jusqu'alors.

Ces éco-pôles faunistiques et floristiques sur les terrils prennent aujourd'hui toute leur importance : des mousses, des baies, des plantes et aussi des animaux ont colonisé ces espaces.

Les formes des terrils sont magnifiques ; on ressent une sérénité incroyable lorsque l'on est tout en haut, d'où tout le paysage du Bassin minier se lit comme un livre ouvert. Les terrils se prêtent aux promenades ou aux escapades des nouveaux romantiques, à pied, à cheval, à vélo...

Car ceci est une grande tendance à venir : le retour à la balade, à l'échappée vers la nature, comme des road-movies que l'on entreprendrait entre amis ou en amoureux. Un nouveau style de vie, où dorénavant, le fait de marcher et de voir suscite l'horizon du monde et de l'action.

# QU'EST-CE QUE LE ROMANTISME MODERNE?

Comme au XIXème siècle, dans un temps de crise écologique, économique, démocratique, on assiste au retour à la balade dans la nature car on entre dans une époque romantique. Les jeunes d'aujourd'hui se sentant un peu délaissés par la société recherchent le romantisme, comme les romantiques allemands du XIXème siècle prenaient leur sac à dos et partaient dans la montagne. Grimper, partir à bicyclette, à cheval... un tourisme très lent, un tourisme à l'intérieur des terres, qui se détourne des côtes et des plages.

Notre paysage est très romantique car il est noir, vert, un peu hermétique...

Une réaction du sentiment contre la raison exaltant le mystère et le fantastique, cherchant l'évasion et le ravissement dans le rêve et le sublime.

*"Le véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nouveaux paysages mais à avoir de nouveaux yeux."*

*Marcel Proust*

Notre climat et nos paysages sont mélancoliques : le noir est la couleur romantique par excellence. Ce romantisme pur et dur du climat, de l'absence de lumière par moment, de la beauté des lieux de commémoration est une grande richesse et peut nourrir le dialogue entre les générations, l'intérêt actuel pour l'histoire et pour la mémoire.

# COLOMBOPHILIE

Le pigeon est aussi un symbole par essence du romantisme. Ces animaux, précurseurs d'Internet et de Twitter, représentent l'envol, l'arrachée à la terre, mais aussi l'amour et le dépassement de soi, l'abolition des distances...

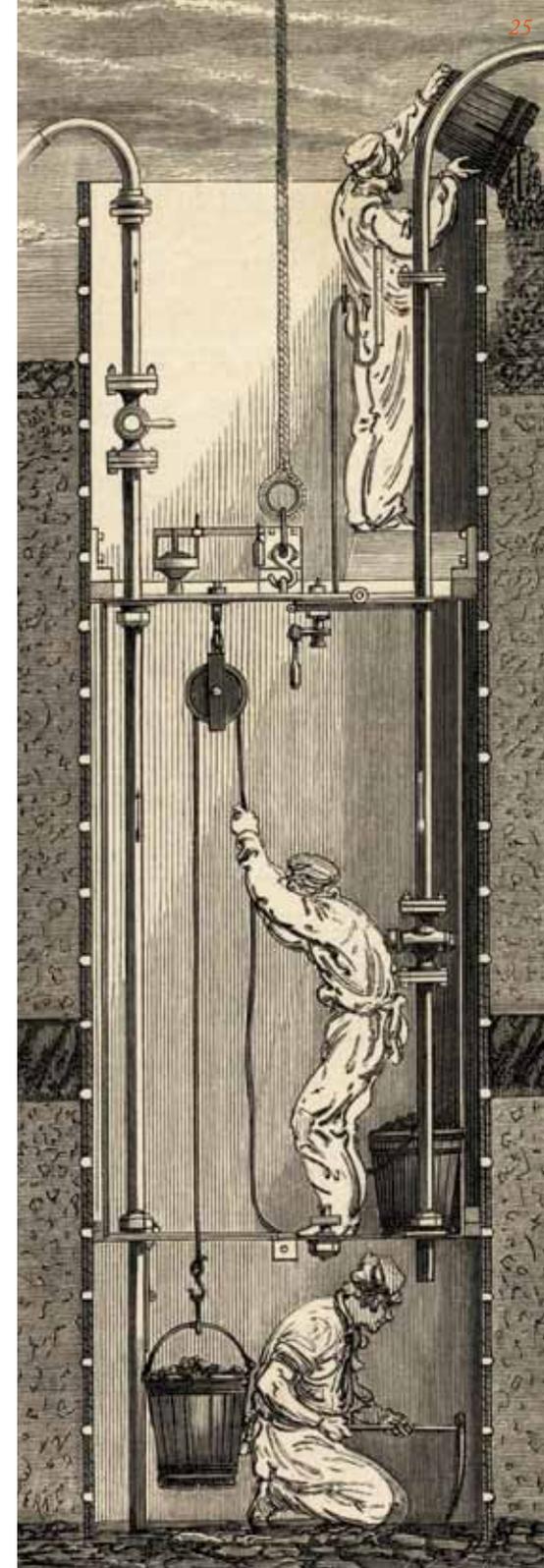
# LA MINE

*« Je savais très bien que mon cerveau était un riche bassin minier, où il y avait une étendue immense et fort diverse de gisements précieux »*

*Marcel Proust*

Raconter comment l'homme a puisé autant de forces, autant d'idées, autant de richesses de la terre ; quels sacrifices humains cela a été, et quels sacrifices cela représente encore aujourd'hui dans d'autres parties du monde. Comment cela a été vécu par les familles, à travers les récits des témoins. Témoigner de cette proximité entre les hommes, à la fois isolés et reliés, mais aussi entre l'homme et l'animal, compagnon des mines : l'âne, le cheval, les oiseaux...

Exploiter les matières que la terre nous donne... mais aussi remettre le passé au présent, réhabiliter les lieux, leur donner une nouvelle vie. Bref, se réapproprier les grandes évolutions qui nous touchent, au lieu de les subir.



# LE NOIR

*comme stratégie de valeur*

Le Nord est vu comme une région noire et terne. Jouons sur ce cliché, assumons-le et embrassons un noir émancipé, un noir culturel, un peu masculin, un noir design avec des architectures noires, des briques, des peintures noires...

# LE PAYS NOIR



Imaginons des produits du terroir noirs, des souvenirs, des cadeaux qui évoquent nos éléments patrimoniaux : brique, corons, jardins potagers, terrils et leurs plantes pionnières, légumes racines qui poussent sous terre, réinvention des objets de la mine...

Dans la restauration également, jouons avec le noir : dans le territoire « Autour du Louvre-Lens », les chefs porteraient des toques noires, la nourriture serait noire, les aliments noircis, les plats à base de chocolat noir, réglisse, mûre... Place à la créativité!



*Nous avons des valeurs qui sont capitales,  
qui sont fortes et formidables, certes  
mélancoliques mais qui parlent aux autres.*

*Défendons-les, rendons-les belles et visibles,  
accueillez le monde, comme vous avez  
toujours su le faire. Avec modernité.*

## LE CONSEIL GENERAL DU PAS-DE-CALAIS

met à votre disposition :

• **PAS-DE-CALAIS TOURISME-ADRT 62** : L'Agence de Développement et de Réservation Touristiques anime et coordonne l'action du Conseil Général et de ses partenaires. Il est l'outil du développement, de la promotion et de la commercialisation de l'offre touristique du Pas-de-Calais. Il peut vous aider dans vos projets d'hébergements, de valorisation du patrimoine et de qualité d'accueil.  
A : Route de la Trésorerie 62126 WIMILLE  
T : 03 21 10 34 60  
E : accueil@pas-de-calais.com

• **MLLT** : La Mission Louvre-Lens Tourisme est l'antenne dédiée de l'ADRT à Lens, où elle accompagne le développement touristique spécifique au territoire qui entoure le Musée du Louvre-Lens.  
Intégrer le design dans mon projet ?  
Les atouts du design pour une entreprise sont nombreux : à la fois source de créativité et d'originalité, le design est aussi reconnu pour son potentiel d'innovation. C'est un outil phare de différenciation. La MLLT vous accompagne dans l'application des concepts développés dans ces carnets de tendances.

A : 12 bis, rue de Paris 62300 LENS  
T : 03 21 78 66 70

• **MDDL** : Maisons du Département Développement Local  
Le Conseil Général a souhaité rapprocher certains de ses services de la population. Dans chacun des neuf territoires, une MDDL se fait le relais des projets locaux en les intégrant dans une stratégie de développement départemental et peut orienter les porteurs de projets vers les personnes ressources en matière de fonds européens.

### • MDDL DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE LENS-LIÉVIN

A : 12 bis, rue Jean Souvraz, BP 49 62301 LENS  
T : 03 21 78 32 33

### • MDDL DE L'ARRAGEOIS

A : 51, rue d'Amiens, 62018 ARRAS Cedex 9  
T : 03 21 51 71 23

### • MDDL DE L'ARTOIS

A : 1, place Yitzhak Rabin 62401 BÉTHUNE  
T : 03 21 56 41 41

### • MDDL DE HÉNIN-CARVIN

A : rue Route de Meurchin,  
BP 127 62220 CARVIN  
T : 03 21 50 92 70

• **MIAD** : La Mission d'Ingénierie et d'Appui Départementale est une structure légère qui accompagne les collectivités locales du territoire, dans le montage de projets techniques.  
Son rôle est de mobiliser l'expertise des agents du département, de coordonner, planifier et solliciter des partenaires en adéquation avec les projets (reconversion de friche, requalification des agents, mise en place d'un PLU...)  
T : 03 21 21 61 62  
E : miad@cg62.fr

• **CAUE** : Le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement est une structure associative qui intervient gratuitement pour le compte des communes, en amont de toute consultation de prestataire privé. Sa mission est de vous conseiller au mieux pour tout projet de requalification urbaine, paysagère ou de rénovation de bâtiments.  
A : 51, RUE D'AMIENS 62018 ARRAS Cedex 9  
T : 03 21 21 65 65  
E : caue62@caue62.fr

## APPUI AU PROJET

• **ADIE** : Association reconnue d'utilité publique, l'Adie aide des personnes exclues du marché du travail et du système bancaire classique à créer leur entreprise et donc leur emploi grâce au microcrédit.

[www.adie.org](http://www.adie.org)

• **BGE** : Premier réseau régional de conseil en création d'entreprise, la Boutique de Gestion vous accompagne à chaque étape de votre parcours par des conseils personnalisés et un programme de formations à la carte.

[www.bge-hautsdefrance.fr](http://www.bge-hautsdefrance.fr)

• **CCI** : La Chambre de Commerce et d'Industrie-Région Nord de France assure des missions d'appui, d'accompagnement et de conseil auprès des créateurs et repreneurs d'entreprises. Elle gère également les CFE.

[www.artois.cci.fr](http://www.artois.cci.fr)

• **DAE** : La Direction de l'Action Economique est le service de financement des entreprises du Conseil Régional Nord-Pas de Calais. Elle propose des dispositifs d'aide au développement et à la compétitivité des entreprises.

A : 151, Avenue du président Hoover 59000 Lille  
T : 03 28 82 75 63

• **EURALENS** : Cette association est avant tout un lieu de débat où sont discutées les grandes orientations favorables au développement de l'ancien Bassin minier. Créé en 2011, le « label Euralens » vise à faire émerger des projets de qualité afin d'accroître l'attractivité du territoire.

[www.euralens.org](http://www.euralens.org)

## APPUI à L'INNOVATION

• **ADITEC-CEEI** : Cette association a pour objectif d'aider les PME du Pas-de-Calais à se développer et à améliorer leur compétitivité. Ses prestations sont gratuites et confidentielles.

A : Rue de l'Université 62400 Béthune  
T : 03 21 63 15 15

[www.aditec.org](http://www.aditec.org)

• **DIRECCTE** : Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi Nord-Pas-de-Calais assure le pilotage coordonné des politiques publiques. Elle soutient la création, l'innovation et le développement des entreprises.

A : 70 rue Saint Sauveur 59800 Lille  
T : 03 20 96 48 60

• **INPI** : Depuis 1992, l'INPI est présent en Nord-Pas de Calais pour accueillir et accompagner les innovateurs dans leurs démarches de protection.

A : 97, boulevard Carnot 59040 Lille  
T : 08 20 21 32 13

[www.inpi.fr](http://www.inpi.fr)

• **OSEO** : OSEO est une entreprise publique de soutien à l'innovation qui propose des solutions de financements adaptées à chaque étape de la vie de votre entreprise.

A : Immeuble Axe Europe  
213, boulevard de Turin 59777 Lille  
T : 03 20 81 94 94

[www.oseo.fr](http://www.oseo.fr)

## ÉCO-CONCEPTION

• **ADEME** : Pour bénéficier du conseil d'un spécialiste en eco-design, l'ADEME met en œuvre un système d'aide à la décision.

A : Centre tertiaire de l'Arsenal 20 rue du Prieuré  
59500 DOUAI  
T : 03 27 95 89 70  
E : ademe.nord-pas-de-calais@ademe.fr

• **CD2e** : Le CD2e peut vous aider à créer votre éco-structure et monter votre projet innovant à forte valeur ajoutée environnementale.

A : Base du 11/19 62750 Loos-en-Gohelle  
T : 03 21 13 06 80  
E : contact@cd2e.com

[www.cd2e.com](http://www.cd2e.com)

## REMERCIEMENTS :

*Lidewij Edelkoort*

*Studio Edelkoort : Charlotte Bjorklund, Sophie Carlier, Sophie Lattes (direction artistique), Anaëlle Madec*

*ADRT 62, Agence Nicaya, Archives Municipales de la Ville de Lens, Centre Historique Minier de Lewarde, Comité Régional du Tourisme Nord-Pas de Calais, CPIE Chaîne des Terrils, Direccte, Mission Bassin Minier, Office de Tourisme d'Arras, Office de tourisme de la région de Béthune-Bruay, Office de Tourisme de Douai, Office de Tourisme et du Patrimoine de Lens-Liévin.*

## CREDITS PHOTOGRAPHIQUES :

© *Erwin Olaf (p.2)*

© *Rémi Vimont pour Pas-de-Calais Tourisme (p.4)*

© *Sam Bellet (p.5)*

© *Jacques Grison / La Compagny (p.6)*

© *Ecole Carnot 62300 Lens (p.7)*

© *Heji-Shin Monika & Ann (p.8)*

© *Samuel Dhote (p.9)*

© *Sam Bellet (p.11)*

© *Pierre Bayart / Cité des Electriciens 62700*

*Bruay-la-Buissière(p.12)*

© *Samuel Dhote (p.14)*

© *Office de tourisme d'Arras (p.15)*

© *Philippe Dupuich (p.16)*

© *Photothèque Centre Historique Minier du Nord - Pas-de-Calais (p.19)*

© *Philippe Dupuich (p.20)*

© *Vimy / John Foley (p.22)*

© *Sam Bellet (p.24)*

© *Photothèque Centre Historique Minier du Nord - Pas-de-Calais (p.25)*

© *Frank Hanswijk - Studio Rolf (p.26)*

© *Alexandre Gauthier La Grenouillère (p.27)*

© *Aleksander Prugar (p.28)*



*Directeur de publication : Bertrand Petit*

*Maquette : Stefan Mihailov*

*Tirage : 2 000 exemplaires*

*Impression : ICB*

*Septembre 2013*

# AUTOUR DU LOUVRE LENS

MISSION DÉPARTEMENTALE

LOUVRE LENS TOURISME

A: 12 bis rue de Paris 62300 Lens

T: 03 21 78 66 70

E : [accueil@pas-de-calais.com](mailto:accueil@pas-de-calais.com)