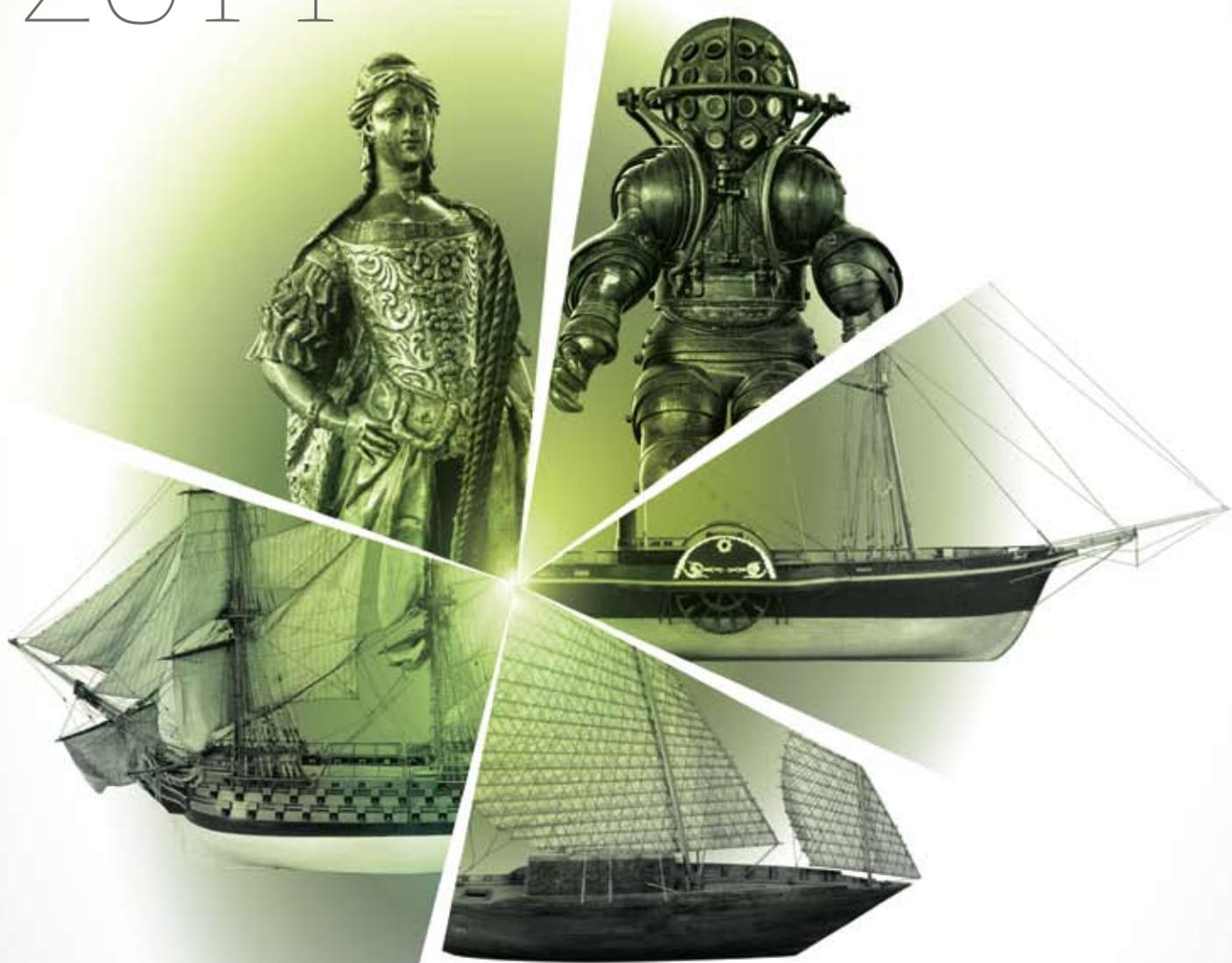


MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2014





MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE

RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2014

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2014

Introduction	3
Avant-propos du président du conseil d'administration	
Édito du directeur	5
La vie des collections	6
Expositions	14
L'offre culturelle	20
Le rayonnement du musée	28
La gestion de l'établissement	40



Crédits couverture :

Scaphandre Carmagnolle, Alphonse et Théodore Carmagnolle, vers 1882
© Musée national de la Marine/S.Dondain

Météore, aviso à roues, 1853
© Musée national de la Marine/P.Dantec

Caboteur du golfe du Tonkin, Frédéric Baude, 1875
© Musée national de la Marine/P.Dantec

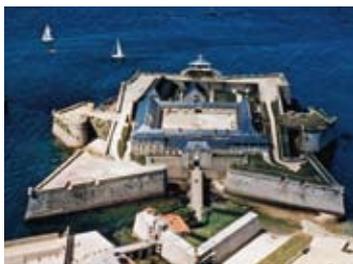
Bretagne, vaisseau de 100 canons, 1766
© Musée national de la Marine/S.Dondain

Figure de proue de la frégate *La Sultane*, 1765
© Musée national de la Marine/C.Baron

LE MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE

Etablissement public national
placé sous la tutelle du ministre de la Défense.

Au côté de Paris, ses établissements de Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon sont autant de quais tournés vers la mer.



HISTOIRE ET VOCATION

Le musée national de la Marine est l'héritier des salles historiques des arsenaux, des grandes collections de Paris et de Versailles. Ses collections sont tout d'abord présentées au Louvre, dans la "salle de Marine" rattachée à la nouvelle École des ingénieurs-constructeurs de vaisseaux. Quelques-uns de ces modèles forment aujourd'hui encore le cœur historique de ses collections.

À la fois musée d'art et d'histoire, de sciences et de techniques, d'aventures humaines et de traditions populaires, le musée est, avant tout, un centre de culture maritime ouvert au plus large public.

Au côté de Paris, ses établissements de Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon sont autant de quais tournés vers la mer qui lui permettent de développer des thématiques spécifiques et d'entretenir un lien puissant avec la culture maritime.

Paris | Le grand musée du fait maritime

Brest | Le musée de la ville-port

Port-Louis | Le musée des fortifications du littoral

Rochefort | Le musée du grand arsenal

Toulon | Le musée maritime de la Méditerranée

DIFFUSION ET PARTAGE DES CONNAISSANCES MARITIMES

Autour de ses collections permanentes, grands modèles d'arsenaux, tableaux dont la série des ports de Vernet, d'objets témoins des activités maritimes, et par ses expositions temporaires, le musée national de la Marine sensibilise le public au fait maritime.

Fort de deux bibliothèques à Paris et à Rochefort (50 000 ouvrages), d'un fonds documentaire et d'une photothèque, il est aussi un lieu de recherche en lien étroit avec des universités ou des centres de recherche.

< Palais de Chaillot, Paris

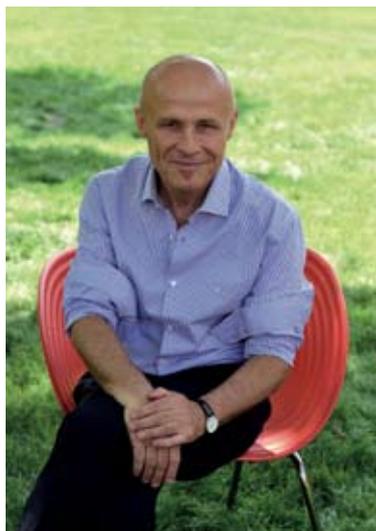
Château de Brest

Citadelle de Port-Louis

Hôtel de Cheusses, Rochefort

Porte de l'arsenal royal, Toulon

Crédits photos © Musée national de la Marine / P.Dantec/M.Guilloud/Bécot/T.Honorat



Olivier Poivre d'Arvor
Radio France / Christophe Abramowitz

« À Paris, à Chaillot, notre vaisseau amiral, autant qu'à Brest, Port-Louis, Rochefort ou Toulon, nos magnifiques musées de port, les équipes du musée national de la Marine ont travaillé avec beaucoup d'ardeur et de talent. »

Avec les marins, avec la mer et ses mondes, les années passent, mais ne se ressemblent pas.

2014 n'a pas manqué à la tradition. Expositions, tâches scientifiques, de recherche et de conservation, installation des collections sur le nouveau site de Dugny, réformes administratives, ouvrages de toutes sortes... À Paris, à Chaillot, notre vaisseau amiral, autant qu'à Brest, Port-Louis, Rochefort ou Toulon, nos magnifiques musées de port, les équipes du musée national de la Marine ont travaillé avec beaucoup d'ardeur et de talent.

Je salue les deux directeurs, Jean-Marc Brûlez et Loïc Finaz, qui ont, en un temps certes court, rempli leur feuille de route. Je salue également toutes celles et tous ceux qui, profondément et souvent durablement attachés à notre maison, se soucient au quotidien de l'avenir de ce musée unique en France, unique au monde. Administrateurs, permanents, collaborateurs ou partenaires du musée, ils font beaucoup.

Le 16 octobre 2014, Jean-Yves Le Drian, ministre de la Défense, annonçait en inaugurant une de nos expositions à Paris un financement exceptionnel de 50 millions d'euros pour une grande réhabilitation du musée, et ce à compter de 2016. Faisant suite au rapport Donnely-Orsenna sur le patrimoine culturel maritime, cet indispensable engagement nous fixe désormais une ambition : faire de Chaillot le grand lieu de la Mer à Paris, et ce dans une perspective nationale comme internationale.

Je tiens à remercier chaleureusement Jean-Yves Le Drian et les équipes du ministère de la Défense d'avoir, dans l'actuel contexte tendu des finances publiques, su prendre cette décision déterminante.

Le musée national de la Marine est donc aujourd'hui engagé dans un processus à la fois vital et irrémédiable. Avec un projet culturel et scientifique largement repensé, notre établissement ouvre donc une nouvelle page de son histoire. Elle ne peut être magnifique.

Il y a un an en prenant mes fonctions au Conseil d'Administration du musée, je citais Sénèque pour décrire la situation qui était la nôtre : « lorsqu'on ne sait pas vers quel port on navigue, aucun vent n'est le bon ». Un proverbe swahili doit aujourd'hui nous inspirer une conduite que je souhaite véritablement collective : « l'homme seul ne peut mettre le bateau à la mer ».

Je remercie déjà celles et ceux, qui tous ensemble à l'avenir, vont s'employer à mettre à l'eau notre magnifique bateau.

Olivier Poivre d'Arvor
Président du Conseil d'Administration



Le contre-amiral Loïc Finaz,
directeur du musée national de la Marine © DR

« Mais cette année 2014 restera particulière. D'abord parce qu'elle aura posé les premières pierres du très beau projet des réserves à Dugny et ensuite car elle est celle qui, au-delà de ces activités, projets et travaux annuels, aura lancé la grande rénovation tant attendue. »

Mille activités, mille projets, mille travaux... animent tout au long de l'année la vie du musée national de la Marine, sur la colline de Chaillot, comme au rivage de chacun de ses quais (Toulon, Rochefort, Port-Louis et Brest).

Un coup d'œil rapide au sommaire de ce rapport d'activité suffira pour en convaincre les étourdis qui n'imagineraient pas d'eux-mêmes cette œuvre.

Mais cette année 2014 restera particulière. D'abord parce qu'elle aura posé les premières pierres du très beau projet des réserves à Dugny et ensuite car elle est celle qui, au-delà de ces activités, projets et travaux annuels, aura lancé la grande rénovation tant attendue.

Au prix d'un engagement plus grand pour chacun au musée et d'une complexification accrue pour tous également. Mais certainement au service de la satisfaction de tous, et de notre fierté à venir lorsqu'aura appareillé ce grand musée du fait maritime que nous appelons tous de nos vœux.

Bonne lecture pour mieux comprendre les arcaisses de notre navire.

Beaux rêves pour ses navigations à venir.

CA Loïc Finaz

LA VIE DES COLLECTIONS

La mission de transmission des connaissances sur les collections exposées et les lieux qui les accueillent se conçoit dans une recherche de diversification des publics et de renouvellement des thèmes et des modes de visites. Ce travail permanent sur la qualité de la transmission de contenus est destiné à encourager les démarches de première découverte du musée, la fidélisation du public et un effet indirect de promotion par les visiteurs eux-mêmes.

TOUS LES BATEAUX
DU MONDE
HERMÈS



Au total, **26** inscriptions à l'inventaire ont été faites en **2014**

< *Tous les bateaux du monde*, carré en twill de soie édité en 2013 par Hermès International d'après un dessin de Aline Honoré
© Musée national de la Marine/A.Fux

L'ENRICHISSEMENT DES COLLECTIONS

PRÉSENTATION DES ACQUISITIONS

La commission scientifique d'acquisition et de cession d'objets destinés à l'enrichissement des collections des musées de France relevant du ministère de la Défense (arrêtés du 2 août 2005 et du 25 juillet 2007) a validé l'ensemble des propositions d'acquisition présentées par le musée national de la Marine dans le cadre des orientations de son programme d'acquisition. Au total, 26 inscriptions à l'inventaire ont été faites en 2014.

Ce chiffre comprend les opérations liées à l'inventaire rétrospectif des fonds anciens de photographies et d'estampes, outre les 20 nouvelles acquisitions de l'année dont la liste suit.

Modèles de navires

- › Modèle au 1/50 du pétrolier *Stena Paris*, 2005. Résine, bois, laiton, matières synthétiques, 122 cm x 26 cm / Don Groupe Stena (2014.10.1)

Peintures et arts graphiques

- › Léon Haffner, *Monotypes de Chatou pavoi-sés en régates sur la Seine à Paris*, aquarelle gouachée, sbg, 43 cm x 73,5 cm / Don de l'AAMM (2014.9.1)
- › Dessin préparatoire original pour l'album de bande dessinée « R 97 Les hommes à terre », dessins de Christian Gailleaux et textes de Bernard Giraudeau, papier vélin, 29 cm x 48 cm / Don M. Subtil (2014.7.1)
- › Routiers de cap-hornier, cartes dressées en 1852 par P. Daussy, papier monochrome, 75,5 cm x 106,5 cm, / Don de M. Agard (2014.4.1 et 2014.4.2)
- › Certificat de baptême de passage de la ligne à bord du croiseur *Duquesne*, remis au matelot Georges Michaud, 11 janvier 1946, papier, 24 cm x 30 cm / Don de Mme Grange (2014.6.1)

- › Affiche originale de Christophe Cadour du film documentaire de Pierre Marcel sur le navigateur Éric Tabarly 2008, tirage offset, 160 cm x 120 cm / Don de M. Marcel (2014.12.1)

Objets divers

- › Assiette à l'effigie d'Alexandra Feodorovna, Manufacture de Sarreguemines, vers 1896, faïence fine à décor camaïeu bistre, 21,4 cm / Don W. Zeisler (2014.5.1)
- › Assiette à l'effigie de Nicolas II, Manufacture de Sarreguemines, vers 1896, faïence fine à décor camaïeu bistre, 21,6 cm / Don W. Zeisler (2014.5.2)
- › Assiette à l'effigie d'Alexandra Feodorovna et de Nicolas II, vers 1896, faïence fine à décor camaïeu bistre, 20,5 cm / Don W. Zeisler (2014.5.3)
- › Assiette « Le cuirassé russe *Retvisan* torpillé devant Port Arthur », Manufacture Digoïn & Sarreguemines, vers 1905, faïence à décor vert, 20 cm / Don W. Zeisler (2014.5.4)
- › Carafe en verre moulé à décor en relief représentant Sadi Carnot et Alexandre III, portant les inscriptions « Vive la Russie » et « Vive la France », vers 1893, 41 cm / Don W. Zeisler (2014.5.5)
- › Plaque de cuivre original gravé pour l'ouvrage « Le voyage de Marco Polo », André Collot, vers 1950, gravure à la manière noire et pointe sèche, 23,4 cm x 17,2 cm / Don de M. Fakhouri (2014.11.1)
- › Réplique taille réduite du trophée Jules Verne de Thomas Shannon, 2010, aluminium, 45 cm x 16 cm x 14 cm / Don de l'Association Tour du monde en 80 jours (2014.8.1)

Textiles

- 7 carrés Hermès « Tous les bateaux du monde », 2013, dessin d'Aline Honoré d'après l'amiral Pâris, Tissages Perrin à Lyon, 90 cm x 90 cm chaque carré / Don de Hermès International (2014.2.1 à 2014.2.7)

LA GESTION DES COLLECTIONS

LA RESTAURATION ET LA CONSERVATION PRÉVENTIVE

Les opérations de conservation-restauration relatives aux collections du musée sont effectuées en interne au sein de l'atelier de restauration du musée ou externalisées, en fonction des matériaux et supports.

L'atelier du musée a procédé en 2014 au dépoussiérage et à la restauration d'environ cent soixante-dix modèles et objets issus des collections, ainsi qu'au solage de trente-six maquettes de bateaux et d'une dizaine d'objets.

En 2014, les opérations externalisées ont représenté un coût de 40 000 euros. Elles ont concerné cinq peintures, quatre cadres, trois sculptures, vingt-trois estampes et dessins, mille deux cent cinquante trois diapositives, plusieurs voiles et pavillons provenant de modèles de navires, deux pièces d'artillerie. Par ailleurs, un montant de 19 000 euros a été pris en charge par les emprunteurs ou dépositaires pour la restauration d'un ensemble de voiles, flammes et pavillons des modèles historiques prêtés pour l'exposition **Maquettes de la Marine impériale** au Grand Trianon, ainsi que pour la restauration d'une maquette du porte-avions *Charles de Gaulle* mise en dépôt au musée de l'Air et de l'Espace en 2014 par le musée national de la Marine.

Les interventions dans les salles et les réserves

Des restaurateurs indépendants ont été sollicités pour mener des restaurations d'œuvres principalement en réserve. Les interventions les plus importantes ont concerné trois panneaux muraux peints par Hervé Lelong, récupérés lors du démantèlement du *Clémenceau* (2012.16.1, 2 et 3), une huile sur toile de Rossel de Cergy et son cadre (3 OA 13)



▲ Dessin préparatoire pour l'album de bande dessinée « R 97 Les hommes à terre » Christian Calleaux, Éditions Casterman, 2008 © Musée national de la Marine

< Les monotypes de Chatou en régate sur la Seine à Paris Léon Halfner, 1922 © Musée national de la Marine/A.Fux

< Stena Paris, pétrolier P-Max Dowa shipping, 2010 © Musée national de la Marine/A.Fux

> Assiettes à l'effigie d'Alexandra Feodorovna et Nicolas II © Musée national de la Marine/A.Fux

ainsi qu'une sculpture monumentale en plâtre, *Le Génie de la mer* par Charles Sarabezolles (43 OA 7).

Enfin, un traitement de déchloration électrolytique de deux pièces d'artillerie provenant de l'épave du *Mauritius* et présentées dans l'espace « Trésors d'Océans » à Port-Louis a été entamé.

L'atelier du musée a mené régulièrement des interventions de dépoussiérage dans les salles d'exposition permanente. Les interventions ont concerné une dizaine de maquettes et objets présentés hors vitrines. Une dizaine de vitrines ont également fait l'objet d'une campagne de dépoussiérage approfondie ce qui représente environ quatre-vingts objets et œuvres.

L'atelier a également apporté son concours dans le cadre du déménagement vers les réserves de Romainville de l'ensemble des collections présentées dans la Poudrière et la salle de l'arsenal de la citadelle de Port-Louis avant les travaux de rénovation de ces espaces.

Trois restaurateurs sont intervenus au départ et à l'arrivée sur un total de trois semaines pour mener à bien une vaste opération de dépoussiérage sur quarante-quatre modèles, maquettes et dioramas, douze pein-

tures et plus d'une centaine d'armes et objets variés. Deux maquettes ont nécessité des démontages pour pouvoir passer les accès de la salle de l'arsenal.

Les interventions réalisées pour les expositions temporaires

Le prêt majeur consenti à l'exposition *Maquettes de la Marine impériale* présentée au Grand Trianon à l'été 2014 dans le cadre d'un partenariat avec l'Établissement public du Château, du Musée et du Domaine national de Versailles a nécessité, hormis les interventions de restauratrices textiles extérieures prises en charge par le château de Versailles, une campagne de restauration en interne sur quatorze modèles historiques des collections, et sur cinq armes et objets de marine. Ce projet a mobilisé un conservateur, un restaurateur, un régisseur pour les convoiements, l'installation et la désinstallation de l'exposition.

Pour les propres expositions du musée, l'atelier de restauration a pratiqué de multiples interventions :

- › dans le cadre de la préparation de l'exposition *Le voyage de l'obélisque*, 4 maquettes de bateaux et dioramas ont été restaurés.
- › pour l'exposition *De l'amphore au conte-*

neur, un ensemble de 13 modèles et 27 céramiques ont été dépoussiérés et/ou restaurés en interne.

- › enfin, pour les expositions *Il était un petit navire... Les bateaux-jouets* à Brest et *Touché- coulé ! Les bateaux-jouets* à Toulon, 5 bateaux-jouets ont été restaurés ou dépoussiérés.
- › Pour ces derniers projets, des restaurations et montages ont été réalisés à l'extérieur, notamment pour l'exposition *De l'amphore au conteneur* pour laquelle une vingtaine d'œuvres ont été montées et encadrées. Par ailleurs, toujours pour ce même projet, 1253 diapositives du fonds Serge Lucas ont été dépoussiérées et numérisées pour la réalisation d'un audiovisuel. Elles ont bénéficié de restaurations lorsque c'était nécessaire ainsi que d'opérations de conditionnement.

L'INVENTAIRE, LE RÉCOLEMENT DÉCENNAL ET LES DÉPÔTS

Le récolement décennal

Le récolement décennal est réalisé, par localisation géographique. Les différentes campagnes correspondent donc aux diffé-





^ > Chantiers des collections
© Musée national de la Marine



^ Déménagement de la Poudrière
Citadelle de Port-Louis
© Musée national de la Marine/G.Julien

rents sites (Chaillot et ports / expositions permanentes et réserves). Pour la réserve principale à Romainville, chacune des salles (regroupant les objets et les œuvres par thématiques et/ou supports) fait l'objet d'une campagne différente.

En juin 2014, l'état d'avancement du récolement décennal indiquait un taux de 62,5 %. 2 conservateurs et 2 chargés de collections effectuent des opérations de récolement en plus de leurs activités scientifiques. La fin du récolement est programmé à la date d'achèvement du transfert des réserves et de leur installation à Dugny, courant 2016.

Le musée déposant

Le récolement des dépôts a bien progressé en 2014. Réglementairement, il ne reste plus que deux dépôts (et 3 objets inscrits à l'inventaire) à récoler.

Neuf dépôts ont été récupérés en 2014 à la suite du récolement. Grâce à ces récupérations successives, principalement dans des administrations, et la mise en conformité avec la réglementation, le nombre de dépôts est en nette régression : le bilan fait état de 723 objets déposés sur 119 sites en 2005 contre 436 objets sur 85 sites en 2014. En revanche, le musée a accordé trois nouveaux dépôts à des musées de France : au musée du Sport à Nice, au musée de la Seine normande et au musée de l'Air et de l'Espace.

Le musée dépositaire

Le musée n'a pas reçu de nouveaux dépôts en 2014. En revanche, l'ensemble du dépôt consenti par Alain Bombard en 1953 a été restitué à ses héritiers le 5 novembre 2014.

Le musée a également restitué au DRASSM un lot d'objets provenant de l'épave du *Juste*, jusqu'ici conservés à Port-Louis.

La base de gestion des collections

L'année 2014 a été marquée par le change-

ment de logiciel de gestion des collections. Rappelons les principaux objectifs de ce changement :

- > Permettre un travail déporté sur n'importe quel poste équipé d'internet.
- > Maîtriser la publication des collections sur le site internet.
- > Réunir les deux anciennes bases Micro-musée, utilisées indépendamment par le service de la Conservation et le service Recherche, en un seul outil commun afin de simplifier les demandes de prises de vue et la gestion des images, notamment pour illustrer les notices d'œuvres.

Le logiciel WebMuseo est opérationnel depuis le mois de janvier 2014. La migration des données a concerné 32 994 notices d'œuvres, dont 16 536 notices avec images numériques liées et 54 508 ressources numériques. Les notices et les images sont désormais stockées sur un serveur distant dédié au MnM et sont sauvegardées automatiquement plusieurs fois par jour. En tant que base de gestion, l'utilisation de WebMuseo implique une adaptation des utilisateurs aux nouvelles fonctionnalités mises à leur disposition (listes et thésaurus, récolement sur tablettes, etc). De plus, la fusion des deux bases nécessite encore un nettoyage des données récupérées (doublons) et un travail sur la liaison des images disponibles. Aucune perte de données n'a été identifiée à la suite de la migration.

Outre la gestion de collections, la base WebMuseo a permis la mise en ligne des collections. 1 500 notices, accompagnées d'images, ont été rendues publiques à partir d'un accès sur le site internet du musée. Par ailleurs, un accès restreint (26 000 fiches) a été mis à disposition de tous les personnels du musée qui en ont fait la demande, notamment les conservateurs et administrateurs des quais ce qui facilite les échanges au sein du musée en réseau. Enfin, la mise en ligne des collec-

tions a également permis la création de huit « expositions virtuelles », inspirées d'expositions temporaires dans lesquelles les objets de la collection étaient majoritaires, ou de corpus particuliers (telle l'œuvre du peintre Rossel consacrée à la guerre d'indépendance américaine).

Mouvements des collections : les transferts d'œuvres

Dugny - Tremblay :

Une première opération de déménagement a eu lieu au mois d'août 2014 : elle a consisté à évacuer les objets provisoirement stockés à Dugny depuis une dizaine d'années, afin de libérer totalement les espaces avant le curage et le début des travaux de rénovation du centre de Conservation. Environ 550 œuvres et objets ont donc été conditionnés et emballés, puis transportés vers l'entrepôt privé de Crown Fine Art à Tremblay pour un montant de 32 196 € TTC.

Le musée occupe actuellement 600 m² de stockage ; la location de ces espaces s'élève à 10 800 euros TTC par mois.

Port-Louis - Tremblay et Romainville :

En vue des travaux prévus à Port-Louis, le musée a entièrement libéré les bâtiments de la Poudrière (101 objets) et la Salle de l'arsenal (78 objets). Le marché d'emballage et de transport a été attribué en septembre 2014 à la société Bovis Transports pour un montant de 137 432 euros TTC. Les opérations, rendues complexes car l'étroitesse d'accès à l'intérieur de la citadelle, ont eu lieu en deux temps : « objets non fragiles » en octobre et « objets fragiles » en décembre. En fonction de leur encombrement, les objets ont été répartis soit à Romainville, soit à Tremblay.



▲ Mouvement d'œuvre du Palais de Chaillot à Trianon
© Musée national de la Marine/G.Julien



▲ Restauration d'un modèle pour l'exposition *Maquettes de la Marine Impériale*, collection du musée de la Marine
Château de Versailles, galerie des Cottelet du Grand Trianon, Versailles
© Musée national de la Marine/A.Fux

LES ŒUVRES DU MUSÉE HORS LES MURS

LES PRÊTS EXTÉRIEURS

Le musée a collaboré par des prêts à 12 expositions en France. 51 œuvres, objets et ouvrages ont été prêtés.

L'éclat des ombres, Musée du quai Branly, du 18 novembre au 1^{er} février 2015

- › Ornement de pirogue des Îles Salomon, avant 1840, anonyme (39 EX 7)
- › **Terre Neuve, terre neuvas**, Musée d'histoire de Saint-Malo, du 28 juin au 9 novembre 2014
- › *Navires français en pêche sur le grand banc de Terre-Neuve*, 1885, huile sur toile de E.M. Adam (21 OA 12) ; modèle du *Bayard*, chaloupe de terre-neuvier de Fécamp, vers 1875 (1 CP 7) ; Modèle de *L'Afrique II*, chalutier à vapeur, Boulogne, 1911 (33 MG 27)
- › **Terre Neuve – Terre neuvas**, Musée du Vieux Granville, du 28 juin au 9 novembre 2014
- › *Départ des Terre-Neuvas à Saint-Malo*, vers

1936, huile sur papier par Brenet (11 OA 312) ; *Vue de la ville de Saint-Pierre*, 1875, huile sur toile par J. Lemoine (2011.17.1) ; *Vue de la rade de Saint-Pierre*, 1875, huile sur toile par J. Lemoine (2011.17.2) ; *Les funérailles du terre-neuvas*, fin XIX^e siècle, dessin par H. Rudaux (15 OA 90) ; 3 dessins par Jean Delpech : *Terre-Neuvas, poste avant*, 1937 (2012.81.1) ; *Terre-Neuvas, poste arrière*, 1937 (2012.81.2) ; *Terre-Neuvas, vue du gouvernail*, 1937 (2012.81.4)

- › **Samourais**, Château des ducs de Bretagne, Nantes, du 28 juin au 9 novembre 2014
- › 5 flacons à saké, milieu XVIII^e siècle, Japon (Ethno 954)
- › **Été 1914**, Bibliothèque nationale de France, du 25 avril au 3 août 2014
- › *Cayeux sur mer*, vers 1900, affiche de R. Boutillier (2006.13.1) ; *Menu du banquet offert par la ville de St-Petersbourg aux officiers de l'escadre française le 12/24 août 1897*, estampe de N. Karazine (2009.1.25) ; Règle du jeu franco-russe, avant 1884, Imprimeur M. Vagné (2009.5.5) ; *Chemin de fer du Nord, Boulogne sur mer*, 1905, affiche de H. Gray (2009.34.1) ; *Messageries maritimes, Indes, Indo-Chine et Japon, Australie, Madagascar, Brésil et Plata*, après 1904, affiche de A. Brun (2008.49.1) ; *Expérien-*

ces du sous-marin « Le Goubet n°2 » 1901 (R 4570) ; *Weyers Taschenbuch der Kriegsflootten* 1914, ouvrage de B. Weyer (J 1830) ; *Bulletin officiel du Yacht Club de France* 1913 (J 792)

- › **Rochers de Bretagne**, Maison des Traouïero, Perros-Guirec, du 29 juin au 30 août 2014
- › *Rochers à Belle-Île*, avant 1950, aquarelle de E. P. Guérin (23 OA 94)
- › **Tempêtes, naufrages et sauvetages en mer**, Musée Eugène Boudin, du 21 juin au 29 septembre 2014
- › *L'Aigle, yacht impérial*, vers 1860, huile sur toile de A. Couveley (9 OA 71)
- › **La sculpture animalière, de Barye à César**, Musée Yves Brayer, du 28 avril au 25 septembre 2014
- › *Marabout tenant un caïman dans ses pattes*, 1849, sculptures de E. Frémiet (49 OA 6.1 et 6.2)
- › **Les clefs pour lire les paysages de l'estuaire de la Charente**, Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (C.I.A.P.), Rochefort, du 20 septembre 2014 au 15 janvier 2015
- › Signaux conventionnels du sémaphore de la tour St-Louis à Rochefort, fin XIX^e siècle, dessin anonyme (19 PA 39)



▲ *Le Redoutable à Trafalgar*, Louis-Philippe Crépin, 1806 © Musée national de la Marine/P. Dantec

- ▶ **Dernière acquisition de dessins de Pierre Loti**, musée d'Art & d'Histoire de Rochefort, du 1^{er} novembre 2014 au 15 janvier 2015
- ▶ Projet pour le monument Pierre Loti à Rochefort, 1923-1940, sculpture attribuée à A.H. Vinet (43 OA 18)
- ▶ **Front d'Orient – 14-19, la guerre en Méditerranée**, Musée d'Histoire de Marseille, du 13 novembre 2014 au 17 mai 2015
- ▶ *Jeanne d'Arc*, croiseur-cuirassé dans son état de 1927, maquettiste G. Lequesne, modèle au 1/100 (25 MG 34)

Maquettes de la marine impériale, collections du MnM, Grand Trianon, Château de Versailles, du 17 juin au 14 septembre 2014

- ▶ Modèles provenant de la collection Trianon : *Artésien*, vaisseau de 64 canons, 1765, modèle au 1/28,8 (13 MG 3) ; *Chébec* de 24 canons, 1750, modèle au 1/28,8 (13 MG 13) ; *Océan*, vaisseau de 118 canons dans son état de 1807, modèle au 1/48 (13 MG 29) ; *Bayadère*, corvette de 22 canons, 1811, modèle au 1/48 (15 MG 3) ; *Le Triomphant*, vaisseau de 74 canons, 1809, modèle au 1/48 (17 MG 2) ; *Le Friedland*, vaisseau de 80 canons, 1810, modèle au 1/48 (17 MG 3) ; *La Muiron*, frégate de 44 canons, 1797, modèle au 1/72 (17 MG 7) ; *La Flore*, frégate

de 18, 1806, modèle au 1/48 (17 MG 10) ; *La Normande*, flûte de 800 tonneaux dans son état de 1814, modèle au 1/48 (17 MG 12) ; *La Lionne*, gabarre écurie, 1811 ; *Astrolabe*, corvette, 1825, modèle au 1/48 (17 MG 14) ; *Cotre* de 16 canons, Premier Empire, modèle au 1/28,8 (17 MG 15) ; *La Foudroyante*, prame d'artillerie de 20 canons de 36, fin XVIII^e siècle, modèle au 1/36 (17 MG 18) ; *Canonnière-brick* de la flottille de Boulogne, 1803, modèle au 1/48 (17 MG 21) ; *Caïque* portant 1 canons de 18 et 1 obusier, 1803, modèle au 1/48 (17 MG 28) ; *L'Espérance*, brick de 16 bouches à feu, Premier Empire, modèle au 1/48 (21 MG 33) ; *Bateau écurie*, milieu du XVIII^e siècle, modèle au 1/36 (21 MG 50) ; *Le Redoutable à Trafalgar*, 1806, huile sur toile de L.P. Crépin (9 OA 120) ; *Buste de Sané*, avant 1846, sculpture de L.J. Daumas (41 OA 41 D) ; *Portrait de Rosily-Mesros*, lithographie de Ch. Fuhr & A. Maurin (Ico 40100) ; *Portrait de Lucas*, lithographie de Feret & A. Maurin (Ico 40109) ; *Portrait de Julien Marie Cosmao-Kerjulien*, lithographie de Ch. Fuhr & A. Maurin (Ico 40129) ; *Porte-voix* (17 NA 159) ; *Espingole à silex*, fabricant Bringol, après 1792 (27 AR 1) ; *Pistolet de cavalerie à silex*, modèle An XII, fa-

bricant Manufacture de St-Etienne (31 AR 235) ; *Sabre de bord*, dit d'abordage, modèle 1811, fabricant Manufacture de Klingenthal (33 AR 190) ; *Hache de bord* 1786, fabricant anonyme (33 AR 214) ; *Évolutions du vaisseau*, album de N.M. Ozanne (Bib R 167) ; *Plans et coupes de bâtiments navals*, album de N.M. Ozanne (Bib B 227).

L'ACTUALITÉ DE LA BIBLIOTHÈQUE

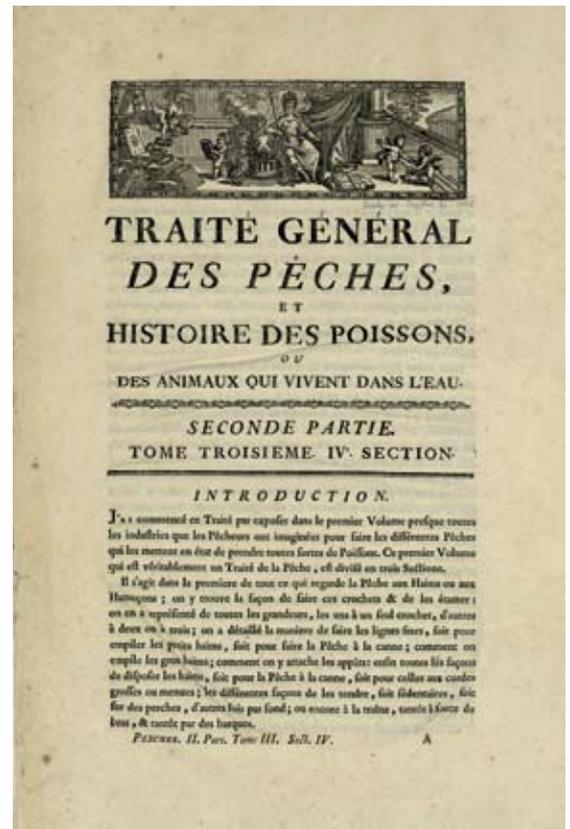
La bibliothèque a accueilli 419 lecteurs sur 74 jours d'ouvertures et comptabilisé 121 nouveaux inscrits. La salle de lecture est ouverte 2 jours par semaine. Elle a répondu à 286 demandes d'information envoyées par courrier électronique et 65 courriers postaux. Suite à la mise en ligne du catalogue en septembre 2014, une augmentation du nombre de lecteurs venant à la bibliothèque en ayant fait une recherche préalable sur le catalogue a pu être constatée.

Acquisitions

103 achats ont été effectués en 2014.



▲ Ornement de pirogue des îles Salomon
Anonyme, avant 1840, Îles Salomon
© Musée national de la Marine/A. Fux



▲ *Traité général des pêches, et histoire des poissons qu'elles fournissent, tant pour la subsistance des hommes que pour plusieurs autres usages qui ont rapport aux arts et au commerce*

Henri-Louis Duhamel du Monceau (1700-1782)
Paris : Saillant & Nyon, libraires, 1769 Desaint

Par ailleurs, la bibliothèque a reçu 56 ouvrages en dons, 16 ouvrages ont été donnés en justificatifs par le service photographique et 5 ont été obtenus par échange.
Publications du musée national de la Marine : 20 exemplaires pour 4 publications

Alimentation de la base de données du catalogue en ligne (CADIC)

1815 notices ont été saisies dans la base dont 1349 notices d'ouvrages et 464 notices de dépouillement d'ouvrages et d'articles de périodiques, dont 2 titres de périodiques.

Le service photographique

Le service a répondu à 420 demandes de recherches iconographiques en externe et a fourni environ 1000 photographies, dont 158 vendues, pour un gain financier de 16 097,18 euros.

La photothèque a fourni environ 600 images en interne pour les projets d'exposition, d'édition, de communication, le site internet et les réseaux sociaux et les produits dérivés. 40 photographies ont été fournies pour Neptunia.

4 tournages et prises de vues par des sociétés externes ont été suivis par le service pour un

rapport financier de 10 460 euros.

Le photographe du musée et des photographes extérieurs ont réalisé 1015 prises de vues et numérisations dont 850 des collections du musée, 28 des collections extérieures et 137 photographies des événements du musée et de la scénographie des expositions destinées à témoigner de la vie du musée.

La base photos de webmuseo s'est enrichie 912 notices d'œuvres, le tout venant enrichir la mise en ligne des collections sur le site internet du musée.

Activités de conservation et restauration

La bibliothèque a conduit un chantier des collections des 980 plans anciens localisés en salle de lecture.

Ces plans ont été récolés, documentés, dépoussiérés et conditionnés dans des pochettes neutres par l'équipe de la bibliothèque. 28 ouvrages et 19 périodiques ont été restaurés ou reliés.

80 manuscrits ont été reconditionnés dans des boîtes neutres.

Numérisation de manuscrits et de négatifs photographiques.

La bibliothèque a entrepris de réaliser des

dossiers d'œuvre pour tous les ouvrages anciens et manuscrits.

Participation aux journées européennes du patrimoine (JEP)

La bibliothèque a participé aux JEP en septembre 2014 qui portaient sur le thème « Patrimoine culturel, patrimoine naturel ». Une sélection d'ouvrages patrimoniaux sur le thème de l'utilisation des bois dans la construction navale a été faite. Ces ouvrages ont été présentés en regard de certains objets dans les vitrines des collections permanentes.

LES EXPOSITIONS

La programmation des expositions temporaires au musée national de la Marine a été particulièrement dense et variée en 2014 avec trois projets à Paris et deux dans les quais, de Brest et de Toulon. Trois de ces projets, *Les bateaux jouets* et l'exposition *De l'amphore au conteneur*, ont été l'occasion pour le musée d'exposer ses propres collections et de les mettre en valeur auprès des publics.



Connu de tous, monument historique en plein cœur de Paris, place de la Concorde, l'obélisque de Louxor, n'avait jamais fait l'objet d'une exposition avant l'initiative du musée national de la Marine en 2014.

< Exposition *De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime*
© Musée national de la Marine/M. Tric

À PARIS

LE VOYAGE DE L'OBÉLISQUE : LOUXOR/PARIS (1829-1936)

Dates

du 12 février 2014 (ouverture au public) au 6 juillet 2014

Lieu et superficie

environ 300/350 m² – salle Nemo

Commissariat

Alain Niderlinder, ancien conservateur-adjoint au musée national de la Marine
Marie-Pierre Demarcq, bibliothécaire au musée national de la Marine

Scénographie et Graphisme exposition

Agence Gaëlle Seltzer Studio

Œuvres

plus de 80 œuvres, dont la plupart provenant de collections extérieures au musée (60) – une vingtaine d'œuvres des collections du musée national de la Marine

Principaux prêteurs

12 prêteurs environ (France exclusivement), 10 prêteurs institutionnels et 2 collections privées parmi lesquels :

Musée départemental Arles antique

Musée du Louvre, Paris

Musée national des châteaux de Versailles et de Trianon

Bibliothèque historique de la Ville de Paris

Service historique de la Défense, Vincennes

Bibliothèque nationale de France, Paris

Galerie Delalande, Louvre des antiquaires, Paris

Musée départemental des Antiquités- Rouen

Musée Carnavalet – Histoire de Paris

Archives nationales, Pierrefitte - sur Seine

Musée des arts et métiers, Paris

Les autres collectionneurs et collectionneurs privés ont souhaité conserver l'anonymat.

Partenaires média

Le Figaro, Le Figaroscope, A nous Paris, Direct Matin, Ça m'intéresse, Paris Mômes et Histoire.

Contenu – Points forts de l'exposition

Connu de tous, monument historique en

plein cœur de Paris, Place de la Concorde, l'obélisque de Louxor, n'avait jamais fait l'objet d'une exposition avant l'initiative du musée national de la Marine en 2014.

Et pourtant, le voyage de ce monolithe de 230 tonnes offert par le vice-roi d'Égypte à la France en 1830, depuis Louxor à notre capitale, a été l'occasion d'une aventure humaine, riche en rebondissements qui a duré près de sept ans depuis son abattage à Louxor jusqu'à son érection à Paris.

Ces opérations, que beaucoup pensaient impossibles à l'époque, ont été conduites essentiellement à bras d'hommes et sans machines modernes.

Parmi les hommes qui ont contribué à relever ce défi, se détachent les figures de Champollion, à l'origine du don des deux obélisques (seul un sera transporté à Paris), du lieutenant de vaisseau de Joannis et de l'ingénieur de la Marine Apollinaire Lebas qui calcula et conçut les machines.

Ce dernier dirigea à Louxor, en Bretagne et à Paris l'ensemble des opérations de déplacement de l'obélisque et de son piédestal, avant d'être nommé au poste de conservateur du musée de la Marine en 1836 en remerciement de ses talents.

Points forts

- › la présentation de documents et d'œuvres de toute nature pour la première fois réunis afin de faire revivre cette expédition, en provenance d'institutions prestigieuses telle que la BNF, le Louvre, les archives nationales ;
- › la présentation des deux dioramas exceptionnels appartenant aux collections du musée, et représentant l'embarquement de l'obélisque et son abattage, restaurés pour l'occasion par les équipes internes et l'aide de l'AAMM (Association des Amis du Musée) ; deux vitrines adaptées ont été conçues et ont permis la réintégration de ces deux dioramas dans le parcours des collections permanentes du musée à l'issue de l'exposition ;
- › la réalisation d'un documentaire de 52 mn *L'Odyssée* diffusé sur France 5 et dont cer-

tains extraits ont été diffusés dans l'exposition ;

- › une première application Smartphone tous publics, gratuite et multi plateforme.

LE 43^e SALON DES PEINTRES DE LA MARINE

Dates : du 12 mars au 6 avril 2014

Lieu et superficie

salle Nautilus – env 600 m²

Scénographie

accrochage et scénographie réalisés par le Chef du service des expositions

Graphisme

Agence Gaëlle Seltzer studio

Pauline Gruffaz

Nombre d'œuvres

114 œuvres dont 43 œuvres pour les Peintres Officiels de la Marine (POM) et 71 œuvres pour les peintres amateurs.

Prêteurs

les artistes (peintres officiels et amateurs)
Cette édition a été réalisée avec l'assistance logistique du CESM et de l'association des POM.

Contenu – Points forts de ce salon Entre tradition et exception

Cette 43^{ème} édition du Salon de la Marine a permis de présenter une sélection d'œuvres de nature diverse et variée, soit réalisées par les peintres officiels de la Marine (quatre d'entre eux n'ont pu participer à ce salon), soit conçues par 71 artistes, amateurs ou professionnels, qui ont été choisis parmi 326 candidats par un jury composé de personnalités du monde de la mer et de l'art.

Huiles et acryliques sur toile, sculptures, œuvres sur papier (estampes, gravures, aquarelles...), photographies ont jalonné le parcours, évoqué les thèmes de la vie maritime et ont œuvré à perpétuer cette tradition du salon.



▲ Exposition *Le voyage de l'obélisque : Louxor/Paris (1829-1836)*

© Musée national de la Marine/A. Fux

➤ Exposition *Maquettes de la Marine Impériale, collection du musée de la Marine*

Château de Versailles, galerie des Cotelles du Grand Trianon, Versailles

© Château de Versailles/Christian Milet

EXPOSITION EN PARTENARIAT AVEC LE CHÂTEAU DE VERSAILLES MAQUETTES DE LA MARINE IMPÉRIALE, COLLECTION DU MUSÉE DE LA MARINE

Dates

du 17 juin au 14 septembre 2014

Lieu

Galerie des Cotelles au Grand Trianon du château de Versailles

Fruit d'un partenariat exceptionnel noué entre l'Établissement Public du Château, du Musée et du Domaine national de Versailles et le musée national de la Marine, l'exposition *Maquettes de la Marine impériale* a permis de rassembler au Grand Trianon, pour la première fois depuis 1828, quinze des modèles de navires de la collection navale de Napoléon I^{er}, dite « collection Trianon », aujourd'hui conservée au musée de la Marine. Cette exposition, dont le commissariat a été assuré par des conservateurs des deux établissements, a donné lieu à la publication d'un catalogue, *Maquettes de la Marine impériale, collection du musée de la Marine à Trianon*, éditions Château de Versailles/Snoek, 2014, 184 pages, en collaboration avec le musée national de la Marine. Plus de 255 000 visiteurs ont visité cette exposition.

DE L'AMPHORE AU CONTENEUR : 2000 ANS DE COMMERCE MARITIME

Dates

du 15 octobre 2014 au 28 juin 2015

Lieu et superficie

salle Nemo et Nautilus – env 950/1000 m²

Scénographie

Agence Massimo Quendolo / Léa Saïto

Graphisme

Léa Saïto

Nombre d'œuvres

environ 280 œuvres dont une grande partie issue des collections du musée (plus de 150 œuvres) – le reste provenant d'institutions (France)

Prêteurs

une vingtaine de prêteurs (France) dont :

Brûlerie du Havre de Grâce

M. Bernard Cassagnou,

M. Henri de Clermont-Tonnerre,

Collection Association French Lines

Collection mairie de Noisiel

Département des Recherches Archéologiques

Subaquatiques et Sous-Marines, Ministère de la Culture et de la Communication

(DRASSM-MCC)

Librairie Jean Polak

Louis Dreyfus Armateurs

Musée Carnavalet – Histoire de Paris

Musée de Frontignan-la Peyrade

Paris, musée du Louvre, département des Objets d'art

Musée national des châteaux de Versailles et de Trianon, œuvre en dépôt auprès de la Banque de France

Musée de la Batterie de Conflans-Sainte-Honorine

Musée portuaire, Dunkerque

Musées Historiques – ville du Havre

Musée national de l'Éducation, Canopé, Rouen

Commissariat

Agnès Mirambet- Paris, conservateur du patrimoine

Didier Frémond, chef du service culturel

Conseil scientifique

Pascal Arnaud, professeur d'histoire à l'Université Lyon 2

Bernard Cassagnou, capitaine au long cours, docteur en Histoire, Institut Français de la Mer

Franca Cibecchini, archéologue, DRASSM-MCC

Antoine Fremont, géographe, spécialiste de la conteneurisation

Philippe Haudrere, professeur d'histoire émérite

Sylviane Llinares, professeur des universités





< Il était un petit navire... Les bateaux jouets, Brest
© Musée national de la Marine
M. Le Coze

< Exposition Touché-coulé ! Les bateaux jouets, Toulon
© Musée national de la Marine

en Histoire moderne à l'Université de Bretagne-Sud

Antoine Person, secrétaire général de la compagnie Louis Dreyfus Armateurs
Aymeric Perroy, ancien responsable du patrimoine maritime de la ville du Havre
Eric Rieth, directeur de recherche au CNRS et spécialiste d'archéologie navale
Claude Sintès, directeur du musée départemental Arles antique
Denis Woronoff, professeur d'Histoire émérite

Partenaires média

Direct Matin, A nous Paris, Science et vie Junior et France culture.

Mécène : Sentosphère

Contenu – Points forts de l'exposition:

L'exposition, chronologique - de l'Antiquité (dolia et amphores) à nos jours (conteneurs) - pensée comme un parcours résolument ludique et interactif, est une invitation à découvrir l'extraordinaire aventure de la marine de commerce en France et, à travers elle, l'incroyable voyage des aliments pour arriver jusque dans nos assiettes. Le commerce maritime nous est conté au travers de l'histoire de ces cargaisons.

Conçue principalement à partir des collections du musée, destinée à un public familial et misant sur une grande accessibilité du public en situation de handicap, l'exposition a été un laboratoire permettant de tester et de mettre en œuvre des dispositifs innovants :

- › -le toucher : des modules tactiles (six) destinés notamment aux visiteurs mal ou non voyants (mais aussi manipulables par tout public) et qui, intégrés à des mobiliers indépendants pourront rejoindre à l'issue de l'exposition les collections permanentes du musée et/ou être utilisés dans le cadre de visites ponctuelles organisées pour ce type de public par le musée,
- › 4 jeux manipes permettent de comprendre et de tester de façon ludique : le lest, les méthodes de cargaisons (ces dispositifs autonomes pourront également être réutilisés dans le cadre d'ateliers à l'issue

de l'exposition),

- les senteurs : six dispositifs olfactifs (qui pourront également être réutilisés) dans ont fait l'objet d'un partenariat avec la société Sentosphère.

Outre ces dispositifs, six films d'animation, produits et réalisés spécifiquement pour l'exposition par le musée ont jalonné le parcours en introduction de chacune des sections. Une sélection d'œuvres de nature diverse et variée (du dolia au porte conteneur, de l'huile sur toile du XVIII^e siècle à l'outil du docker ...) a aussi été l'occasion de mettre en valeur les collections du musée (à l'instar d'une très élégante et très pédagogique présentation d'une série de maquettes de même échelle dans une vitrine unique).

- › Par ailleurs, cette exposition a prolongé une collaboration déjà existante avec le DRASMM et le musée de l'Arles antique.

À BREST ET À TOULON

L'adaptation de l'exposition Bateaux jouets à Brest et Toulon

Dans ces deux musées, a été conçue simultanément une adaptation de l'exposition présentée au musée à Chaillot en 2007, *Bateaux jouets 1850-1950*. Cette manifestation, à grand succès, donnait à voir les œuvres récemment acquises par le musée et faisant du musée l'institution qui conserve aujourd'hui la plus riche collection de bateaux jouets.

Les bateaux jouets, roulants ou navigants, ont vu le jour dans les années 1830, aux États-Unis et en Europe, à l'époque de l'émergence de la navigation à vapeur. Cette industrie du bateau jouet s'est développée entre le milieu du XIX^e et du XX^e siècle et témoigne des grandes transformations techniques, économiques et sociales propres à cette période.

L'exposition brestoise se concentre sur l'âge d'or du bateau jouet, en mettant l'accent sur le voilier, celle de Toulon s'attache à l'histoire

du bateau jouet militaire en ouvrant sur une analyse sociologique des habitudes de jeu.

Le discours de ces deux expositions a été porté par une scénographie et un traitement signalétique dynamique et coloré.

À BREST, IL ÉTAIT UN PETIT NAVIRE... LES BATEAUX JOUETS

Dates

du 9 avril 2014 au 3 janvier 2016

Lieu

salles d'exposition du Château

Commissariat

Jean-Yves Besselièvre, administrateur du musée national de la Marine de Brest
Lénaïg LAot-Lombart, attachée de médiation

Graphisme exposition

Agence Mamma design
Laetitia Loas-Orsel

Œuvres

plus de 60 œuvres, dont la plupart issues des collections du musée national de la Marine et de trois prêteurs privés

Principaux prêteurs

hors collections du musée national de la Marine : trois prêteurs extérieurs (anonymat souhaité)

Contenu et points forts de l'exposition

L'exposition de Brest propose un éclairage particulier sur le voilier, emblème du jeu de bateau en bassin et en bord de mer et permet d'ancrer le sujet de l'exposition dans une histoire locale.

Paradoxalement, en pleine période de mutation de la marine à voile vers la marine à vapeur, le bateau mécanique, resté plus fragile, plus cher et ne supplante pas le voilier qui reste la véritable star des bassins. Ces lieux de socialisation, destinés au divertissement d'une bourgeoisie croissante, apparaissent dans toutes les grandes villes au milieu du XIX^e siècle. Les mythiques jardins du Luxembourg et des Tuileries à Paris sont emblématiques de ce jeu urbain. À Brest, la



< Reconstitution du radeau de La Méduse
Cour de l'Hôtel de Cheusses, Rochefort
© Musée national de la Marine/G. Lazennec

place du Château est le premier square public agrémenté d'un bassin.

Les vertus ludiques du voilier s'expriment également au bord de la mer avec la mode des séjours balnéaires, d'abord réservés à une élite puis popularisés à partir des congés payés de 1936. En Bretagne, les premières stations voient le jour dans les années 1830 à St Servan, St Malo, Le Croisic, Saint-Quay-Portrieux ou Port-Louis. Avec le développement du chemin de fer sous le Second Empire, ces lieux de villégiature se multiplient, y compris sur le littoral finistérien, avec Roscoff, Brignogan-Plages, Camaret-sur-Mer, Morgat, Loctudy, Bénodet et Concarneau. Moins onéreuses que leurs concurrentes normandes, les stations balnéaires bretonnes attirent une clientèle familiale.

Pour les enfants, l'apprentissage de la nage, la pêche à pied et le jeu de voilier sont les principales distractions. Une des pratiques originales de fabrication de ce jouet est celle qui réutilise des sabots.

Des dispositifs ludiques ainsi qu'un renvoi par QR code à des films d'animation produits par le musée sur les modes de propulsion ont été mis à disposition des publics à Brest comme à Toulon.

À TOULON, TOUCHÉ-COULÉ® ! LES BATEAUX JOUETS

Dates

du 21 mai 2014 au 29 mars 2015

Lieu

Salles d'exposition du musée de Toulon

Commissariat

Cristina Baron, administrateur, conservatrice adjointe – musée national de la Marine - Toulon

Graphisme exposition

Agence Mamma design

Laetitia Loas-Orsel

Œuvres

plus de 90 œuvres (les bateaux jouets issus des collections du musée national de la Ma-

rine) le reste de trois prêteurs privés (œuvres papier, figurines, jeux ...)

Principaux prêteurs

hors collections du musée national de la Marine : trois prêteurs extérieurs (anonymat souhaité)

Partenaire

Hasbro

Contenu et points forts de l'exposition

À Toulon, l'exposition retrace l'histoire du bateau jouet militaire et met en lumière sa place dans l'éducation de l'enfant et sa capacité à reproduire en miniature le monde des grands. Pour simuler la guerre navale, les enfants du début du XX^e siècle possèdent des jouets variés : bateaux, soldats, canons miniatures, imageries d'Épinal, supports papier bien moins coûteux, mais qui, tous, véhiculent références patriotiques et actualités... Point besoin de vivre au bord de la mer, l'enfant oppose ses flottilles sur le tapis, à la maison, ou bien sur un plan d'eau improvisé. Si les jeux et jouets de guerre font toujours référence à l'actualité jusque dans les années 1960, les conflits de décolonisation engendrent une désaffection de la chose militaire et un glissement progressif de ces jeux et jouets vers un univers tourné vers l'aventure. Peu à peu l'image du guerrier s'éloigne pour laisser sa place à celle de l'aventurier ou du pirate dont les bateaux renouent avec la marine à voile. Les « bateaux gris » ne font plus recette, remplacés par des « vaisseaux » spatiaux ou des « engins hybrides à vitesse ». Aujourd'hui, la révolution du jeu vidéo a dématérialisé le jouet et le bateau entraînant le joueur, sans limite d'âge, dans des batailles navales intemporelles, des jeux de stratégies, des scénarios sans cesse enrichis, dotés d'un graphisme et d'une mise en scène de plus en plus réalistes dont *Assassin's Creed® IV : Black Flag* (Ubisoft®) constitue un exemple réussi. Le jeu vidéo, en reprenant le thème des combats navals s'inscrit dans la continuité des jouets maritimes d'antan tout en offrant aux joueurs actuels un terrain de jeu illimité.

À ROCHEFORT

Le musée de la Marine de Rochefort a collaboré à un projet atypique autour du Radeau de la méduse.

La société de production audiovisuelle *Grand Angle* a porté un projet de documentaire-fiction consacré au radeau de la *Méduse*, auquel le musée a été fortement associé, ainsi que la DMPA et la Ville de Rochefort. Le scénario, à la conception duquel le musée a collaboré, alterne deux enquêtes, celle de Géricault construisant son tableau et celle de Philippe Mathieu, administrateur du musée, cherchant 2 siècles après, à construire une réplique du célèbre radeau. Réalisé par Herlé Jouon, *La véritable histoire du radeau de la Méduse* a été diffusée sur Arte le 21 mars 2015 et a obtenu une audience de 800 000 spectateurs. A l'issue du tournage, en juin 2014, la réplique du radeau a été installée dans la cour du musée. Il s'agit d'un objet d'archéologie expérimentale, répondant à certaines interrogations historiques. C'est surtout un outil de médiation, une formidable machine à raconter l'histoire. Enfin, cette nouvelle attraction ravive la mémoire d'un événement à la fois local et national où se mêlent histoire et histoire de l'art. Le radeau est également l'occasion d'un travail de médiation commun avec le musée d'art et histoire-Hèbre de Saint-Clément, qui expose une réplique du tableau de Géricault, sous forme de visites sur deux sites.

® Avec l'aimable autorisation de la société Hasbro

L'OFFRE CULTURELLE

Le musée national de la Marine veille constamment, sur l'ensemble de ses sites, à améliorer l'accueil des visiteurs en portant une attention particulière à la compétence des personnels en charge de cette mission mais également en développant les propositions culturelles pour une meilleure transmission des connaissances sur les collections exposées et les lieux qui les accueillent.



En 2014, le musée de la Marine de Paris a reçu **573** groupes d'adultes

< Visite enfants © Musée national de la Marine/S.Dondain

L'OFFRE CULTURELLE LIÉE AUX COLLECTIONS PERMANENTES

POUR LES ADULTES

À Paris

Visites commentées

Cette année, le musée a reçu au total 573 groupes d'adultes dont 106 en visite commentée sur les collections et 467 dans les expositions. La variété des thématiques permet une découverte du fait maritime français et européen du XVII^e siècle à la période contemporaine. Thème plébiscité, la visite générale « Trésors du musée de la Marine » propose une sélection d'une vingtaine d'œuvres emblématiques. En complément des conférenciers agréés qui assurent les visites programmées par le musée, de nombreux guides professionnels interviennent ponctuellement dans les collections dans le cadre de leur activité professionnelle. Ils sont régulièrement informés de l'actualité du musée et reçoivent une aide à la préparation de visite.

Audioguide

Découvrir les œuvres majeures du musée, comprendre leur portée historique, artistique ou scientifique, telle est la vocation de ce parcours au sein des collections. Enrichi régulièrement, il invite le visiteur à mieux observer tableaux, maquettes et instruments de navigation.

Adapté aux adultes comme aux jeunes à partir de 7 ans, l'audioguide est proposé en 5 langues : français, anglais, espagnol, italien, allemand. Pour les personnes malentendantes, il est équipé d'une boucle magnétique.

Conférences-projection en auditorium

En 2014, le musée a entamé sa quatrième saison de conférences du cycle intitulé « Des

bateaux et des hommes », initié à l'occasion de l'exposition **Tous les bateaux du monde**. Quatre conférences ont été programmées, de mars à décembre : « Le projet Prôtiis : réplique navigante d'un bateau grec archaïque du VI^e s. av. J.-C. » ; « Le *Belem*, un trois-mâts de légende » ; À la découverte de l'archéologie de la vapeur, l'épave du Prophète » et « La Tapisserie de Bayeux ».

À Brest

Visites commentées

Tout au long de l'année, le musée propose une offre de médiation à destination de tous les publics, en lien avec les collections permanentes et les expositions temporaires. Pour les visiteurs individuels, des visites sont programmées l'été et à l'occasion des vacances scolaires, hors manifestations liées à l'exposition temporaire et aux événements. En 2014, 93 visites générales estivales « Tonnerre de Brest » et 14 visites nocturnes estivales ont été menées par des guides saisonniers.

Par ailleurs, parmi les thèmes proposés, une visite nocturne insolite combine la découverte des souterrains du château et celle des collections, conduite par les médiateurs du musée.

Une vingtaine de thèmes, régulièrement mis à jour, sont proposés au public adulte pour la découverte du château et des collections. Les visites sont principalement conduites par les médiatrices du musée avec en complément la participation d'une conférencière de l'Office de Tourisme et de la société Bretagne Buissonnière. En 2014, 164 groupes ont été accueillis en visite commentée (adultes et scolaires confondus).

Conférences

Le musée participe au cycle de conférences Les Rendez-vous Maritimes organisé avec le Service historique de la Défense (SHD), le réseau des bibliothèques de Brest, la faculté Segalen et le Centre de Recherche Bretonnes et Celtiques (UBO).

À Port-Louis

Visites commentées

Une visite des remparts (durée 45 mn) a été proposée par le musée en juillet et en août, avec un retour de fréquentation.

Programmée avec succès le dimanche à 15 h, la visite générale de la citadelle et de ses musées est assurée par le Service d'animation du Patrimoine de la Ville de Lorient.

Spectacle, festivals et animations

Des balades contées ont été programmées en soirée en juillet et en août (4 dates).

Audioguide

Mis en place cette année à Port-Louis, il est inclus comme dans les autres musées des Quais au prix du billet adulte et permet une découverte des collections permanentes en toute autonomie.

À Rochefort, Hôtel de Cheusses

Visites commentées

- › Visite théâtralisée, « La cuvée impériale de la veuve Formol », visite en costume sur le thème de l'arsenal de Rochefort au début du XIX^e siècle. Cette visite s'inscrit dans un programme de plusieurs visites théâtralisées dans le territoire, et dont la promotion est assurée par l'OTRO. 485 personnes sur 34 visites.
- › Visites flash « Le radeau de la Méduse » : 30 minutes sur le radeau pour savoir l'essentiel.

Concerts et ateliers musicaux

Spectacle de marionnettes, « J'ai le marin » : dans le cadre du festival municipal Rochefort ville en fête, le jardin du musée accueille un spectacle conçu dans le cadre d'une résidence d'artiste de la compagnie Zippit, basée à Barcelone. 70 spectateurs.

Concert de la batterie fanfare « Les Vents Marine » : dans le jardin du musée. 80 spectateurs pour un rendez-vous estival particulièrement convivial.

Concerts sur le radeau : dans le cadre du festival de musique (pop, jazz, blues, folk)



▲ Visite enfants, Château de Brest
© Musée national de la Marine/J-Y. Besselièvre

Rochefort en accords, accueil de deux concerts sur la réplique du radeau de la Méduse. 400 spectateurs.

Conférences

Accueil d'Isabelle Autissier à l'occasion de la remise du prix des bibliothèques pour tous à son roman « L'amant de Patagonie ». 57 auditeurs.

Spectacles, festivals et animations

Cafés musées : rencontre autour d'un invité sur des thématiques liées à l'actualité du musée, dans une idée d'échanges détendus et informels. Environ 200 participants en 8 séances annuelles.

Roch'fort en bulles

Partenaire de la 6e édition du festival de BD Roch'fort en bulles, avec le palais des Congrès et la corderie Auteurs en dédicaces, expo sur BD et aviation, cosplay et simulateurs de vol.

À Rochefort, Ancienne école de médecine navale

Visites commentées

Visite théâtralisée : le voyage de Rose - en costume, visite sur le thème du voyage de l'Uranie (1817-1820) et du récit de Rose de Freycinet. (Promotion assurée par l'OTRO) 447 personnes en 34 visites.

Concerts et ateliers musicaux

Ateliers de chants de marin : animés par l'association Les vents Marine, les ateliers sont ouverts à tous et réunissent 2 fois par mois environ 60 participants.

Rencontres/échanges

- › Conférences du CERMA : accueil de la conférence de Marc Renneville sur les baignards et la phrénologie dans le cadre du cycle annuel de conférence de l'association du Centre de recherches maritimes rochefortaises (CERMA). 100 auditeurs.
- › Accueil dans la salle des actes de Marie-Claude Aristégui (Sud-Ouest La Rochelle)

et Arnaud Develde (Demoiselle FM) pour le lancement du roman policier qu'ils ont écrit en commun, « Sinon l'Hermione coulera ». 90 personnes présentes

- › Conférence de Yann Durand, « La marche, une thérapie ? », organisée par l'Institut Universitaire du Temps Libre. 70 personnes.

Spectacles, festivals et animations

- › Causeries curieuses de Pierre Loti animées par Françoise Hèbras : une fois par mois, les participants se réunissent autour d'un thème et de l'actualité de l'écrivain. 15 participants env.
- › Macrocosmes : création « In situ » dans la bibliothèque par les élèves des métiers d'art, section broderie, du lycée Jamain de Rochefort. Exposition en place de mai à septembre, intégrée à la visite de l'école.
- › Salon du Livre Océanien : accueil d'une soirée de lectures des poètes océaniens, dans le cadre du 1^{er} salon du livre océanien de Rochefort. Près de 90 personnes présentes.

Près de **25 000** visiteurs ont été accueillis à l'occasion de la Nuit européenne des musées et Journées européennes du patrimoine par le musée national de la Marine en **2014**.

À Toulon

Visites commentées adultes

Le musée propose des visites commentées des collections tout au long de l'année avec une offre qui se diversifie et se spécialise.

Concerts et ateliers musicaux

Tous les premiers mardis de chaque mois, le musée accueille des animations musicales avec percussions et instruments à vent, orchestrées par la Musique des Equipages de la Flotte. Cette année, et pour intégrer les commémorations liées aux Première et Deuxième Guerres mondiales, la thématique était « Musique et guerres mondiales ». Le musée a également travaillé avec le Conservatoire national à rayonnement régional (CNRR) et a offert au public des instants rares de musique avec un concert de Toru Takemitsu (1930-1996) autour d'un cycle de l'eau, du vent et du rêve.

Conférences

En 2014, le musée a programmé 10 conférences : « Le bateau canonier de Boulogne », « Les fouilles archéologiques sous-marines de Pomègues, port de quarantaine aux îles de Frioul à Marseille », « La ligne des Antilles », « Le baron Bich et la Coupe de l'Amérique », « Le combat naval au temps de la marine à voile : tactique, manœuvres de combat, usage de l'artillerie », « La cartographie », « L'épave du Grand Saint Antoine », « Bourbon : un leader de l'off shore pétrolier », « La conquête de l'Indochine par la Marine française ». Une journée trinôme académique VAR sur la thématique « Marins, explorateurs et scientifiques du XVIII^e siècle à nos jours » a été également organisée.

Spectacles, festivals et animations

Pour fêter ses 200 ans, le musée a conçu un parcours éphémère pendant les Journées européennes du Patrimoine autour de son histoire, ses déménagements successifs et ses collections. A cet effet, une maquette d'architecture du premier musée ouvert en 1814 dans l'arsenal a été réalisée.

POUR LES ENFANTS ET FAMILLES

À Paris

Visites commentées scolaires

En 2014, 11 279 enfants et 958 enseignants ont visité les collections. Leurs visites ont majoritairement porté sur l'exposition permanente (574 groupes contre 144 dans les expositions). Au cœur de la mission d'éducation d'un musée, ces visites sont conduites par des conférenciers formés par le service culturel. Un professeur relais, mis à disposition par l'académie de Paris, participe à l'élaboration des contenus et la création de dossiers pédagogiques.

Animations pour le jeune public

Visites contées pour les tout petits (de 3 à 6 ans), visites-jeux et ateliers d'art plastique pour les plus grands (de 7 à 12 ans)... le programme des activités pour les individuels propose une découverte ludique et pédagogique des collections. Ces activités ont lieu les mercredis après-midi et pendant les vacances scolaires. En raison de l'originalité de l'offre pour les plus jeunes, la fréquentation des visites contées est importante, quels que soient la période ou le thème (taux de remplissage 78 %).

Anniversaire au musée

Les animations créées par le musée pour les anniversaires d'enfants de 6 à 10 ans connaissent un réel succès. Deux thèmes sont proposés : une bataille navale sur un plateau de jeu géant, « Coup de Trafalgar », et un jeu de piste au milieu des figures de proue, « Le banquet de Neptune ».

Parcours-jeux en famille

Pour stimuler l'échange entre adultes et enfants de 7 à 12 ans et sensibiliser le jeune public au fait maritime, le musée propose aux familles 4 questionnaires illustrés (en vente à 1,50 €). Pour l'enfant, un dépliant tout en images contenant des énigmes à résoudre ; pour l'adulte, un dépliant contenant le plan, les réponses aux questions et des informa-

FOCUS

PARTICIPATION À LA NUIT EUROPÉENNE DES MUSÉES ET JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE

Près de 25 000 visiteurs ont été accueillis en ces occasions par le musée national de la Marine en 2014. L'association des Amis du Musée National de la Marine a assuré des visites commentées thématiques auprès des adultes, visites intitulées « Des maquettes et des histoires de marines ».

À Paris, les membres de l'Association pour la Promotion du Patrimoine et de l'Histoire Militaire ont complété le dispositif en proposant des visites flashs aux familles et jeunes visiteurs.

Autour du thème national « Patrimoine culturel, patrimoine naturel » : visites commentées « Une histoire du transport maritime » par les conservateurs du musée, rencontre inédite « Mille et un aspects de la restauration » par les restaurateurs des collections du musée et rencontre inédite avec l'AMERAMI, une association pour la préservation du patrimoine maritime.

À Brest, des parcours chorégraphiques et un conte de marionnettes ont notamment été programmés à l'occasion du projet Opus de Nuit.

À Rochefort, plusieurs animations se sont déroulées : spectacle mêlant musique, danse et peinture par les élèves du Conservatoire de Musique et de Danse de Rochefort, expositions « Les métiers d'art investissent la bibliothèque » et « Broderie Or, broderie de Rochefort »

À Toulon, plusieurs animations tournées vers le jeune public et les familles ont été proposées : visites « Le musée dont tu es le médiateur » organisé et préparé avec des collègues de Toulon.

En **2014**, à Paris, **11 279** enfants et **958** enseignants ont visité les collections permanentes.

tions à partager. Outils ludiques et pédagogiques, ces parcours sont plébiscités par les visiteurs et aussi utilisés dans le cadre scolaire, quand l'enseignant préfère la visite autonome à la visite commentée.

À Brest

Visites scolaires

13 thèmes de visites commentées et 4 thèmes de visites-atelier sont proposés aux classes, de la maternelle au second degré. Ces visites sont élaborées en lien avec le professeur relais sur la base des programmes scolaires. 112 classes ont choisi ces visites en 2014.

Ateliers musicaux

Le pôle instrumental de la Marine a animé 8 ateliers musicaux à destination de classes de premier degré, en lien avec le Service culture animation et patrimoine de la ville de Brest.

Animations pour le jeune public

Les animations à destination du jeune public individuel ont été complètes à chaque séance. Ainsi plus de 350 enfants de 4 à 12 ans ont participé aux 32 séances programmées sur 5 thèmes différents en lien avec les collections permanentes :

- › Visite contée 4-6 ans : « Princesses et chevaliers », « Pirates ! », « Ohé mousaillons ! »
- › Visite atelier 7-12 ans : « Une figure à la proue », « Oreilles d'Or » (en partenariat avec la Marine nationale et co-animée avec un analyste de la Force Océanique Stratégique.)

Festival du conte Grande Marée

Depuis 2009, le musée accueille chaque année trois séances du festival du conte Gran-

de Marée organisé par l'Association pour le développement des arts de l'oralité (ADAO). Cette année, deux conteurs sont venus faire vivre les collections de décoration navale et les jouets de l'exposition **Il était un petit navire...** les bateaux jouets. Ces séances ont attiré plus de 150 spectateurs.

Parcours-jeu en famille

Le public familial confirme son intérêt pour le parcours-jeu « Je découvre... le château de Brest » qui a pour thème l'histoire et l'architecture du monument. Il a été vendu à 376 exemplaires.

À Port-Louis

Visites scolaires

6 023 enfants en groupe ont été accueillis cette année à la citadelle, la plupart par les guides du Service d'animation du Patrimoine de la Ville de Lorient (SAAP).

Animations pour le jeune public

Quelques ateliers ont été organisés par les guides du SAAP durant les congés scolaires.

Parcours-jeu en famille

Le double dépliant « Je découvre... la route des Indes » est un succès de vente depuis sa parution en 2013. Après une première réédition, il a été vendu cette année à 670 exemplaires. Une seconde réédition est programmée pour 2015.

À Rochefort, Hôtel de Cheusses

Visites scolaires

64 classes accueillies, soit 1523 élèves, dont 75 % utilisent l'offre pédagogique du musée.

Autour du Radeau de la Méduse

Conception avec le service éducatif de la Ville de Rochefort, d'une visite consacrée

au radeau de la Méduse, et se déroulant au musée de la marine et au musée d'art et histoire-Hèbre de Saint-Clément. Déclinée du Cycle 3 jusqu'au lycée. 8 classes accueillies.

MOTIO

Sortie de résidence d'artiste de Stéphane Le Garff et Joseph Jaouen, portée par lycée Merleau-Ponty et à l'école La Gallissonnière, sous forme d'expo interactive au musée. Accueil d'une centaine d'élèves de primaire et lycée par les artistes.

Goûters d'anniversaire

16 groupes, soit 119 enfants ont fêté leur anniversaire au musée.

À Rochefort, Ancienne école de médecine navale

Visites scolaires

33 classes accueillies, soit 633 élèves, dont 100 % utilise l'offre pédagogique du musée

Goûters d'anniversaire

7 groupes, soit 59 enfants ont fêté leur anniversaire au musée.

À Toulon

Visites scolaires

En 2014, 205 groupes sont venus visiter les collections, dont 129 en visites commentées. Des journées enseignants ainsi qu'un plan académique de formation Arts et Cultures ont également été organisés au musée.

Animations pour le jeune public

Des visites-atelier à destination du jeune public, et adaptées aux saisons, ont été proposées pendant les vacances scolaires, autour des grands explorateurs et d'une denrée comme le chocolat.



Visite enfants, exposition *De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime*
© Musée national de la Marine/M.Tric

L'OFFRE CULTURELLE LIÉE AUX EXPOSITIONS

À PARIS

Autour de l'exposition *Le voyage de l'obélisque*

Visites commentées

Côté adulte, les 7 dates proposées les samedis ont rencontré un réel succès (taux de remplissage 71%). 411 groupes d'adultes sont venus découvrir l'exposition avec un conférencier. Les thèmes de ces visites étaient « Un obélisque pour la Concorde » (1h) et « Le transport de l'obélisque, une affaire d'ingénieurs » (1h30). Une visite en langue des signes (LSF) conduite par un conférencier sourd a été programmée avec succès.

Côté enfants, tous modes de visite confondus, 78 groupes d'enfants ont visité l'exposition. Pour les scolaires, les activités ont été conçues selon les objectifs de l'enseignement de l'Histoire des arts. « La visite Du Nil à la Seine, le périple de l'obélisque de Louqsor » a permis de raconter l'épopée maritime

et fluviale de l'obélisque mais aussi d'illustrer l'avènement de la navigation à vapeur.

Application pour smartphone

À l'occasion de l'exposition, le musée a lancé sa première application, téléchargeable gratuitement.

Conférences-projections en auditorium

Un cycle de 4 conférences a été programmé : « De Louxor au Louxor, une égyptomanie très populaire », « Regards croisés entre l'essai historique et l'exposition », « L'obélisque suffit-il à la Concorde ? » et « L'odyssée de l'obélisque ».

Pour les publics du champ social

Collaboration avec le Centre d'Action sociale de la Ville de Paris, sur le principe d'invitations diffusées dans les agences d'arrondissements donnant droit à une entrée gratuite pour visiter l'exposition temporaire. Le musée est remboursé sur la base des entrées effectives et selon les tarifs convenus dans le marché.

Dossier pédagogique

Mis en ligne sur le site du musée et remis aux enseignants lors des formations, ce dossier

comportait des éléments repères (synthèse, bibliographie) et des documents (extraits littéraires, citations, chronologie). Pour faciliter la visite autonome des classes, une trame de visite et un questionnaire complétaient le dossier.

Animations pour le jeune public

Grand succès de la visite-atelier pour les 7-12 ans intitulé « Les secrets de l'aiguille de pierre » où les enfants décodaient le message de l'obélisque à la manière des égyptologues et créaient leur cartouche personnalisée. On a constaté le meilleur taux de remplissage depuis 10 ans pour cette tranche d'âge : 85 % (92 % sur les vacances scolaires). Les 3-6 ans visitaient, quant à eux, l'exposition en compagnie d'une marionnette par « Le grand voyage d'Amulette la chouette ».

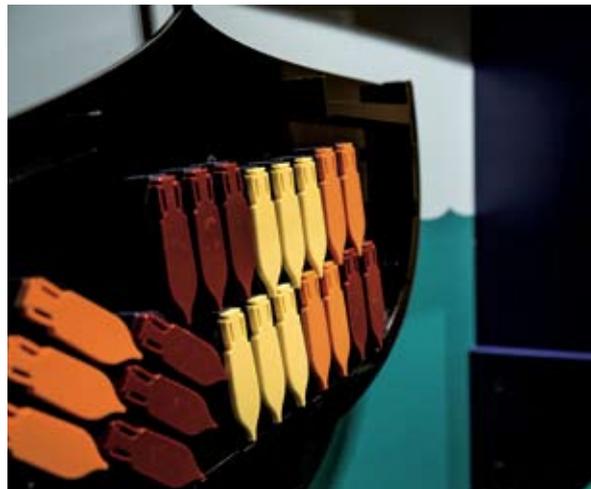
Parcours-jeu

Un livret ludique et pédagogique a été réalisé en partenariat avec Paris-Mômes, tiré à 4 500 exemplaires et donné gratuitement aux jeunes visiteurs.

Conçu pour les enfants de 7 à 12 ans visitant l'exposition en famille, ce livret pouvait aussi être utilisé par les enseignants et les animateurs de centre de loisirs.



^ De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime
Dispositif tactile
© Musée national de la Marine/M.Tric



^ De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime
Manipe sur le chargement des amphores
© Musée national de la Marine/M.Tric

Autour du 43^e salon des peintres de la Marine

Visites commentées

Programmation de 4 visites conduites chacune par un Peintre officiel de la Marine.

Autour de l'exposition *De l'amphore au conteneur*

Conçue dans le cadre d'une réflexion de modernisation et destinée plus particulièrement au public familial, le parcours muséographique de l'exposition intègre de nombreux outils de médiation : manipulations sur la flottabilité, coupes de navires, parcours olfactif... Ces derniers outils ont été créés pour répondre aux spécificités des publics en situation de handicap. Les objectifs ludiques et pédagogiques ont été définis par les commissaires, les textes explicatifs et les règles du jeu rédigés par le musée, la fabrication réalisée par la société Tryame.

Audioguide

Conçu comme un docu-fiction, l'audioguide donne la parole à 6 témoins privilégiés qui commentent les objets emblématiques de leur époque. Il permet également d'accéder à des contenus supplémentaires comme les interviews de professionnels du transport maritime et les bandes-son des audiovisuels diffusés dans les salles.

Films d'animation

Dans chacune des six parties de l'exposition, un dessin animé de 3-4 mn retrace un voyage : marchandises transportées, conditions de navigation, route empruntée...

Visites commentées

Tous âges confondus, 106 groupes ont été reçus d'octobre à décembre 2014. Côté adultes, 28 groupes ont suivi, sur cette période, une visite guidée.

Côté enfants, l'offre pédagogique (visites guidées et documents d'aide à la visite) a été conçue pour correspondre le mieux à chaque âge. Tous modes de visite confondus, 66 groupes scolaires ont visité l'exposition sur la période octobre-décembre 2014. En raison de la correspondance des contenus de l'exposition avec les programmes d'histoire de 4^e, les classes du collège ont été les plus nombreuses à choisir cette thématique : 48 contre 6 classes du lycée et 12 de l'école primaire.

Pour les publics du champ social

Collaboration avec le Centre d'Action sociale de la Ville de Paris : 623 entrées (505 entrées adultes et 118 entrées 7-18 ans) pour un montant reversé de 4 007 €. Ce qui donne pour l'année 2 161 entrées pour une recette totale de 14 026 €.

Pour les publics handicapés

- › Un visioguide, outil de médiation pour les visiteurs sourds, a été proposé pour la première fois au musée, en partenariat avec la société Sycomore. Le parcours de l'exposition est proposé en langue des signes, complété des images des œuvres commentées.
- › Un parcours olfactif est proposé afin de permettre aux visiteurs de reconnaître les odeurs émanant de denrées transportées emblématiques de leur époque : garum, olives, épices, cacao, bananes, arachides... La société Sentosphère a fourni les senseurs de ce dispositif conçu par le musée.
- › Des coupes tactiles de navires, du bateau romain au porte-conteneurs, ont été réalisées en relief pour permettre une découverte du bout des doigts. Sur des tables rétro-éclairées, les bâtiments et leurs cargaisons sont à la fois décrits en caractères

typographiques et en braille. Ces modules tactiles, très pédagogiques et illustrés sont adaptés aux déficients visuels et utilisables par tous.

Dossier pédagogique

Conçu avec l'aide du professeur-relais, ce dossier est accessible sur le site et propose aux enseignants des exercices à faire sur place ou en classe pour prolonger la visite.

Animations pour le jeune public

En 2014, la visite contée programmée pour les 3-6 ans a attiré 155 enfants pour un taux de remplissage de 73 %. Intitulée « Les tribulations de la famille Ramasse-Miettes », elle propose un voyage dans le temps en compagnie de la marionnette d'un petit rat gourmand. Pour les plus grands, la visite-jeu « Terminal le Havre » a accueilli sensiblement le même nombre de jeunes.

DANS LES MUSÉES DES QUAIS

À Brest – Il était un petit navire...

Les bateaux jouets

L'exposition s'est accompagnée d'une programmation à destination de tous les publics et particulièrement des familles, public cible de cette thématique transgénérationnelle. 25 visites familles « Maman les p'tits bateaux », animées par un médiateur, ont été proposées pendant les vacances scolaires avec près de 200 visiteurs. Un parcours-jeu sur la thématique des bateaux jouets est également proposé aux familles pour une visite en autonomie.

Pour le jeune public, deux animations sont proposées dans le cadre des vacances scolaires : une visite-contée 4-6 ans « Une licorne au pied marin » ainsi qu'une visite-atelier



▲ Bande annonce de l'exposition *Le voyage de l'obélisque : Louxor/Paris (1829-1836)*

7-12 ans « Touché coulé* ». Un dossier pédagogique est à disposition des enseignants du premier degré pour une visite en autonomie. Des visites commentées scolaires, faisant le lien entre l'exposition et les collections sur la révolution industrielle, sont aussi proposées.

À Toulon – Touché-Coulé®!

Les bateaux jouets

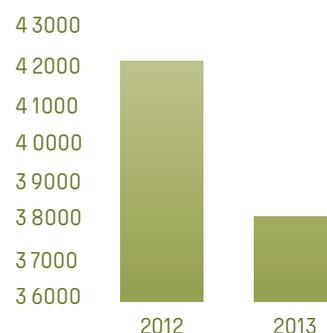
Une visite guidée gratuite a été proposée aux visiteurs à l'occasion du premier week-end d'ouverture de l'exposition. Le musée a par ailleurs programmé des visites famille pendant les vacances scolaires. Pour accompagner l'exposition, un parcours-jeu pour les 7-12 ans a été réalisé sur la base de celui rédigé pour la même exposition à Brest, avec une adaptation des contenus à la thématique militaire.

de l'antiquité, du sel par un marchand de la Hanse au Moyen-Age, du thé par un capitaine de la compagnie des Indes, du café à bord d'un clipper, du vin avec la compagnie Schiaffino, pour enfin suivre le périple d'un porte conteneur autour du monde.

Pour accompagner l'exposition **Maquettes de la Marine impériale, collection du musée de la Marine** à Versailles, nous avons suivi le parcours d'une des plus célèbres maquettes, l'*Océan*, de sa restauration à son exposition dans la galerie des Cotelles. Ce reportage a permis d'offrir un nouveau regard sur le musée et de donner la parole à des professionnels souvent dans l'ombre.

Enfin, cette année le musée a ouvert ses portes à deux artistes contemporains, Nicolas Vial et Hubert Poirot-Bourdain pour une création de fresques murales. Ce fut l'occasion de suivre la réalisation des œuvres des premières esquisses à la touche finale.

AUDIENCE VIDÉO



LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES

Cette année l'innovation en matière d'accompagnement d'exposition et d'offre culturelle s'est portée sur un nouveau terrain, celui du film d'animation.

Dans le cadre de l'exposition **Le Voyage de l'Obélisque**, le musée a réalisé une bande-annonce sous la forme d'un conte dessiné. Cette présentation poétique de l'exposition a fait l'objet de 11 517 consultations sur YouTube.

Pour l'exposition **De l'amphore au conteneur**, six films d'animation ont été créés pour venir rythmer le parcours dans les salles. Inspirés de l'univers de la BD, ils retracent le transport du vin à bord d'un navire

PUBLICATION 2014

Livre de l'exposition « De l'amphore au conteneur, 2 000 ans de commerce maritime »

Un ouvrage hors série de la collection Découverte a été réalisé avec les éditions Gallimard. Rédigé par les commissaires de l'exposition, il présente les objets les plus significatifs du parcours et constitue un complément indispensable à la visite.

® Avec l'aimable autorisation de la société Hasbro

LE RAYONNEMENT DU MUSÉE

Pour le musée national de la Marine, accueillir un public diversifié, le fidéliser, lui offrir une politique scientifique et culturelle de qualité passe aussi par la recherche de ressources financières propres. De même, le musée développe une politique de communication et de partenariats variés destinés à faire rayonner l'ensemble de son réseau de Paris, Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon.

AMPHORE AU CONTENEUR

2000 ANS DE COMMERCE MARITIME



En **2014**, l'ensemble des musées a accueilli **375 317** visiteurs, soit une baisse de **9%** par rapport à **2013**.

< Tournage Télématin dans le cadre de l'exposition *De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime*
© Musée national de la Marine/S.Simeone

LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS

CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

En 2014, l'ensemble des musées a accueilli 375 317 visiteurs, soit une baisse de 9% par rapport à 2013. Alors que la quasi-totalité des sites du musée connaît une légère baisse de fréquentation, le site de Port-Louis, quant à lui, présente une hausse de fréquentation de 10%.

La répartition de la fréquentation entre les différents sites du musée reste sensiblement la même.

(Voir graphiques page 32)

Le musée met en œuvre les objectifs fixés par le ministère de la Culture aux établissements publics culturels et a accueilli plus de 45% des visiteurs à titre gratuit.

Ce chiffre a atteint les 62% au musée de Toulon, fortement impliqué dans l'accueil des plus jeunes, dans le cadre scolaire ou hors scolaire, et implanté dans une ville où les sites culturels sont traditionnellement gratuits.

Les 18/25 ans ont été près de 24 000 à visiter les différents sites du musée, soit une hausse de 14% par rapport à 2013. Ils représentent 14% de la fréquentation gratuite.

VENTE ET POLITIQUES TARIFAIRES

Politique tarifaire et billet moyen

À la suite des décisions des conseils d'administration du 25 novembre 2013 et du 25 juin 2014, quelques réévaluations de la politique tarifaire ont été mises en œuvre en 2014 :

Paris

augmentation des droits d'entrée aux collections permanentes (augmentation d'1,50 euros en plein tarif et d'1 euro en tarif réduit). Ceux-ci n'avaient effectivement pas été réé-

FOCUS

LA FRÉQUENTATION DU SITE DE PARIS

Bien que Paris reste la tête du réseau des musées de la Marine, ce site a connu, par rapport à la très bonne fréquentation de 2013, une baisse de fréquentation de 14%, principalement due à la deuxième exposition de l'année **De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime** qui a peiné à rencontrer son public.

La première exposition de l'année 2014, consacrée au voyage de l'Obélisque a en revanche rencontré un franc succès. Se déroulant sur près de 5 mois, elle a accueilli 61 557 visiteurs réussissant à maintenir une fréquentation mensuelle moyenne de 11 615 visiteurs.

valués depuis plusieurs années contrairement à ceux d'une grande majorité de musées nationaux parisiens.

Rochefort

Revalorisation du droit d'entrée à l'AEMN et du billet jumelé pour la visite combinée de l'Hôtel de Cheusses et de l'Ancienne École de Médecine Navale. Création de tarifs de groupe pour ce billet jumelé.

Port-Louis

Augmentation des droits d'entrée à la Citadelle de Port-Louis, en raison du lancement d'un audioguide en 5 langues.

Création, pour tous les sites, d'un tarif de groupe pour les billets vendus aux professionnels du tourisme (préachat à partir de 15 billets minimum) ;

Le prix du **billet moyen** par site reste très abordable puisqu'il se situait en 2014 au plus fort, à 4,77 euros pour Paris et au plus faible à 2,07 euros pour Toulon.

(Voir graphiques page 32)

Les recettes de billetterie

En 2014, le montant total des recettes brutes de billetterie a été de près d'1,38 millions d'euros soit une légère baisse de 6%, principalement portée par les sites de Paris et de Toulon, dont les recettes baissent respectivement de 10% et 11%.

(Voir graphiques page 32)

La billetterie pour les professionnels du tourisme et des loisirs culturels.

En dehors de la billetterie délivrée directement aux visiteurs lors de leur passage aux caisses des différents sites, le musée national de la Marine offre des conditions d'achat préférentielles aux partenaires du secteur du tourisme et des loisirs culturels (offices de tourisme, associations, agences de voyages, etc.).

Cette billetterie dite en « prévente » connaît un développement croissant d'année en année. Le chiffre d'affaires a doublé entre 2011 et 2014 grâce à la nouvelle politique de développement mise en place ces deux dernières années.

La billetterie par mandataires

Tout visiteur peut également se procurer des billets d'entrée, « coupe-file », pour tous les sites du musée, sur le site Internet du musée ou auprès des réseaux FNAC-Billetel et Ticketnet. La billetterie en ligne FNAC est également disponible sur la page Facebook du musée. Ces réseaux sont d'excellents vecteurs de communication, relayant la programmation du musée auprès de ses clients et internautes.

Les clients de la FNAC et de Ticketnet étant plutôt friands d'exposition de beaux-arts, ils ont boudé la dernière exposition du musée sur la marine marchande. Les chiffres d'affaires par ces mandataires ont connu une baisse moyenne de 35%.

Quelques partenaires ou mandataires proposant la billetterie du musée ou des avantages tarifaires à leurs clients et adhérents, tout au long de l'année (Voir tableau page 32).

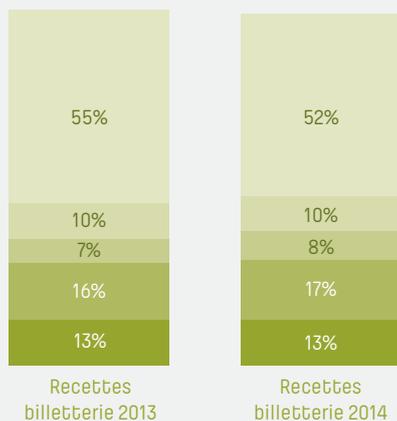
FRÉQUENTATION ET TARIFS DU MUSÉE

RÉSUMÉ DES PRINCIPAUX TARIFS DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE EN 2014

	PARIS		BREST	TOULON	ROCHEFORT Hôtel de Cheusses	ROCHEFORT Ancienne Ecole de Médecine Navale*	ROCHEFORT Billet jumelé	PORT- LOUIS*
CP = Collections permanentes ET = Expositions temporaires	CP	CP + ET			CP + ET			
Plein tarif	8,50 €	10,00 €	6,00 €	6,00 €	6,00 €	6,00 €	10,00 €	8,00 €
Tarif réduit	6,00 €	8,00 €	4,50 €	4,50 €	5,00 €	5,00 €	9,00 €	6,30 €
Tarif 18-25 ans de l'Union Européenne	Gratuit	10,00 €			Gratuit			
Tarif groupe adultes (par personne)	6,50 €	8,50 €	4,80 €	4,80 €	5,50 €	5,50 €	9,20 €	6,30 €
Tarif pré-vente individuels			4,50 €	4,50 €	5,00 €	5,00 €	9,00 €	6,00 €
Tarif pré-vente groupes			3,60 €	3,60 €	62,00 €	6,60 €	8,30 €	4,70 €

L'audioguide est inclus dans le prix du billet payant ou en supplément de 2 euros pour les visiteurs gratuits. Seul le site de l'Ancienne École de Médecine navale de Rochefort n'en est pas équipé. Le site de Port-Louis inclut la visite de la Citadelle, du musée national de la Marine et du musée de la Compagnie des Indes

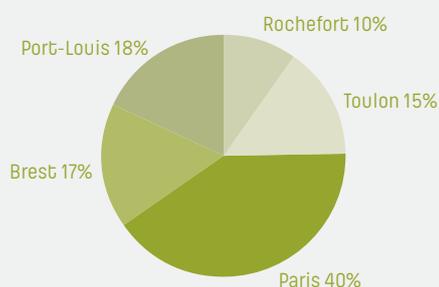
RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DES RECETTES DE BILLETTERIE 2013-2014



PRIX DU BILLET MOYEN 2014



RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION PAR SITE DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE 2014



RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION PAR SITE 2014

	2013	2014	Taux de croissance 2013-2014
Paris	177 499	152 360	- 14%
Brest	69 327	62 401	- 10%
Port-Louis	60 808	66 947	10%
Rochefort	37 880	36 670	- 3%
Toulon	65 290	56 939	- 13%
TOTAL	410 804	375 317	- 9%

HISTOGRAMME FRÉQUENTATION 2013 ET 2014 DES 5 SITES AVEC RÉPARTITION PAYANTS/GRATUITS

	PARIS		BREST		PORT-LOUIS		ROCHEFORT		TOULON	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Payants	114 452	100 377	31 336	28 916	33 877	37 989	18 786	18 341	25 513	21 853
Gratuits	63 047	51 983	37 991	33 485	26 931	29 049	19 094	18 329	39 777	35 086
TOTAL	177 499	152 360	69 327	62 401	60 808	66 947	37 880	36 670	65 290	56 939

QUELQUES PARTENAIRES OU MANDATAIRES PROPOSANT LA BILLETTERIE DU MUSÉE OU DES AVANTAGES TARIFAIRES À LEURS CLIENTS ET ADHÉRENTS, TOUT AU LONG DE L'ANNÉE :

Paris	Brest	Port-Louis	Rochefort	Toulon
Société des amis du Louvre	Office de tourisme de Brest	Office de tourisme-pays de Lorient	Office de Tourisme de Rochefort Océan (OTRO)	Office de Tourisme de Toulon
Welcome TV (bornes interactives et coupons dans les hôtels parisiens)	Océanopolis	Ville de Lorient- Service de l'Architecture, de l'animation et du Patrimoine	SYMODO (Syndicat mixte de la mobilité durable) avec le Pass Rochefort Océan-	Bateliers de la Rade Groupement des bateliers toulonnais
CinéAqua (Aquarium du Trocadéro)	Musée des Beaux Arts de Brest	Comité des œuvres sociales du pays de Lorient	Maison du curiste	Var Provence Cruise Club (bureau d'accueil des croisiéristes sur le port de Toulon)

LES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS

Le musée édite et diffuse plus de 300 000 prospectus faisant la promotion de chacun de ses sites. Ils sont distribués par l'intermédiaire de prestataires spécialisés et par les principaux acteurs du secteur du tourisme et des loisirs culturels.

Le programme de fidélisation

Lancée en 2010, la carte d'adhésion annuelle au musée de la Marine propose des formules solo, duo et jeune (« moins de 26 ans »). Son objectif est de fidéliser une base de visiteurs adeptes du musée, de ses expositions et de ses activités.

En complément d'accès illimités et coupes-fils aux collections permanentes et aux expositions temporaires et d'offres de tarifs réduits sur les programmes du musée, des avantages sont offerts aux adhérents chez des partenaires culturels.

Éducteurs, rencontres et salons professionnels

Le musée est traditionnellement présent sur les grands rendez-vous du secteur du tourisme et des loisirs culturels (Salon du tourisme en mars, « Forum des Loisirs Culturels » en novembre).

Le musée invite régulièrement ses partenaires et prescripteurs de visites à des rencontres privilégiées autour des visites de ses sites et de leurs expositions temporaires : Éducteur pour les professionnels du tourisme de la région de Port Louis ; Soirées professionnels et Éducteurs autour de l'exposition du *Le voyage de l'Obélisque* et *De l'amphore au conteneur* à Paris, accueillant des groupes de blogueurs, des associations de tourisme et de loisirs culturels, des hôteliers...

La promotion a débuté dès le 3^{ème} trimestre 2013 avec la présentation de l'exposition au salon « Culture au quai » (les 24 et

FOCUS

LE MARKETING DE L'EXPOSITION LE VOYAGE DE L'OBÉLISQUE

Toutes les actions de développement de public consacrées aux expositions temporaires ont un but commun : s'appuyer sur l'aspect « évènementiel » d'une exposition ; montrer comment celle-ci innove par rapport aux collections permanentes, notamment dans le sujet abordé ou la scénographie. Et faire du musée un lieu d'exposition parisien incontournable dans les agendas culturels pour attirer et fidéliser de nouveaux publics.

Le plan marketing préparé pour cette exposition reposait sur un ciblage prioritaire des catégories de publics suivantes : familles, parisiens GSP+, scolaires, étudiants en histoire (dont spécialités liées à l'Égypte), les touristes, les scientifiques et le public du champ social.

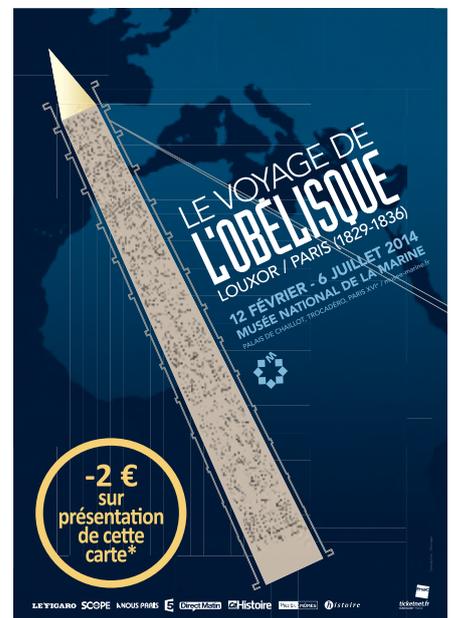
25 septembre 2013), attirant 120 000 visiteurs et 250 exposants ; et au Forum des loisirs culturels (18 novembre 2013).

Des partenariats institutionnels ont été montés spécifiquement pour cette exposition :

- › Avec l'Institut du Monde Arabe (un billet acheté au musée donnait droit à un billet d'accès à l'exposition, gratuit pour les Amis et Adhérents de l'IMA ;
- › Avec le Comité Régional du Tourisme de Paris, Île-de-France : concours sur la page Facebook du CRT IDF (258 000 fans) visant à faire gagner 40 invitations à l'exposition. Ce jeu-concours ayant été relayé dans le magazine « Bougez ! » de mars 2014 (supplément du Parisien, édité par le CRT IDF et diffusé à 380 000 exemplaires).
- › Avec le Château de Versailles : tarif réduit à

l'exposition pour les Abonnés du château pendant toute la durée de l'exposition. Communication sur l'exposition auprès des 13 000 abonnés de Versailles.

Une Cart'COM a été créée spécifiquement pour promouvoir l'exposition et diffusée à plus de 20 000 exemplaires dans les lieux culturels parisiens (musées, librairies, galeries d'art, théâtres, cinéma...) ; dans les magasins FNAC franciliens ; sur le site du musée parisien et largement au réseau de professionnels du tourisme et des loisirs culturels du musée.



Une soirée pour les professionnels du tourisme et des loisirs culturels franciliens a été organisée le 13 février 2014, attirant près de 300 prescripteurs de visite pouvant assurer le relais promotionnel de l'exposition.

Trois « Educteurs » ont eu lieu autour de l'exposition, ciblant les hôteliers, via le partenariat du musée avec la société W-direct, et les blogueurs culturels.

En **2014**, les boutiques ont généré près de **494 000** euros de chiffre d'affaires dont plus de la moitié pour la librairie-boutique de Paris, sur seulement **8** mois d'activité

Réception devant *La Réale*, Paris >
© Musée national de la Marine/P.Dantec

Librairie-boutique de Brest, autour de l'exposition >>
Il était un petit navire... Les bateaux jouets © Musée national de la Marine/J-Y.Besselièvre



LES RESSOURCES PROPRES

LE MÉCÉNAT

Un partage de valeurs

Institution des Beaux-arts, d'histoire, de sciences et de techniques, d'aventures humaines et de traditions populaires, le Musée national de la Marine a pour vocation de présenter le fait maritime dans sa dimension la plus large au sein de ses sites de Paris, Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon.

C'est pour l'accompagner dans ses missions d'intérêt général mais aussi pour donner aux entreprises de toutes tailles la possibilité de participer collectivement à des actions de mécénat tout en réaffirmant leur ancrage territorial que le Club d'entreprises du musée national de la Marine a été créé en 2010.

Au musée national de la Marine, les mécènes peuvent choisir de soutenir des projets spécifiques (expositions, cycles de conférences, restauration d'œuvres, activités à destination du jeune public, etc.) ou d'adhérer au Club d'entreprises afin de contribuer au développement de l'institution sur plusieurs années. Ils peuvent également accorder leur soutien à l'un des cinq sites du musée.

En 2014, la société Sycomore soutient l'exposition ***De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime*** en mettant à disposition des visiteurs du musée, 18 appareils visioguidés destinés aux publics sourds ou déficients auditifs.

Depuis sa création en 1986, Sycomore ac-

compagne les visiteurs des sites culturels et touristiques, les tour-opérateurs et les agences réceptives à l'aide de ses productions de visites interactives et de ses systèmes multimédia dédiés à la visite intuitifs et innovants.

Le musée national de la Marine souhaite ici remercier chaleureusement ses mécènes pour leur entière adhésion aux objectifs du musée et leur générosité. Et plus particulièrement ceux qui l'accompagnent sur le long terme.

LA LOCATION D'ESPACES

Alors qu'en 2013, Paris générait 70% du chiffre d'affaires de l'activité de location d'espaces, sur l'ensemble des sites du musée, ce site porte à lui seul 90% des performances commerciales en 2014 et connaît une croissance de son chiffre d'affaires de 5%.

En raison du mauvais contexte économique, notamment sur la région de Brest, qui avait connu une belle activité dans le domaine des privatisations en 2013, le chiffre d'affaires total des locations d'espaces a subi une légère baisse de 9% par rapport à 2013.

LES BOUTIQUES LIBRAIRIES

Toutes les librairies-boutiques du musée de la Marine sont gérées en régie directe. Après une réouverture triomphale en 2013, la boutique de Paris a bénéficié de travaux de rénovation et d'agrandissement en 2014, la rendant encore plus accueillante et riche en références de livres et de produits dérivés liés à l'univers maritime.

Elle a lancé une programmation régulière de rencontres avec des auteurs pour des séances de dédicaces. C'est ainsi que les visiteurs de la boutique ont pu rencontrer, entre autres, Jean-Benoît Héron, Vincent Guigueno, Robert Solé ou encore Jean-Marie Ballu.

En 2014, les boutiques ont généré près de 494 000 euros de chiffre d'affaires dont plus de la moitié pour la librairie de Paris, sur seulement 8 mois d'activité (la boutique de Paris a été fermée pour travaux de rénovation).

En lien avec la baisse de fréquentation constatée à Brest, Toulon et Rochefort, le chiffre d'affaires des boutiques de ces sites diminue en moyenne de 5%.

Paris et Port-Louis réussissent une croissance de 15% du chiffre d'affaires boutique, en lien avec l'augmentation de la fréquentation de Port-Louis et l'amplitude d'ouverture accrue de la boutique de Paris.



Musee national
de la Marine

Exposition **Les Bateaux JOUETS**

Album de l'exposition
il etait un petit navire Bateau jouet

5 €

martine
la plus belle

Les Petits bateaux du Luxembourg
AU CŒUR DE PARIS

martine
la plus belle

LAKE

LE TITAN

LE TITAN

LE TITAN

LE TITAN

Die & M

Die & M

Die & M

Die & M

Le DE



< Interface de l'application *Le voyage de l'obélisque*, sur Google Play © DR

	progression du site internet	audience vidéo	progression Facebook	progression Twitter	répartition par support : ordinateurs	répartition par support : tablettes	répartition par support : mobiles
2011	211 000						
2012	345 000	39000	3519	2240	269 816	15 987	19 873
2013	386 000	42189	6644	4840	314 457	36 173	34 761
2014	405 000	38171	14 880	8420	306 000	49 384	49 443

LA COMMERCIALISATION DES ÉDITIONS DU MUSÉE

La diffusion des éditions et coéditions du musée national de la Marine se fait principalement à travers le réseau de boutiques du Musée National de la Marine.

En 2014, le catalogue des éditions du musée national de la Marine comportait 28 titres à la vente et 10 parcours-jeux.

Deux nouveaux albums consacrés respectivement aux expositions « Le voyage de l'obélisque » à Paris et « Bateaux-Jouets » à Brest et Toulon sont parus aux éditions du musée, accompagnés de parcours jeux. Le carnet de bord consacré à l'Ancienne École de Médecine Navale a été réimprimé.

- › Les ouvrages sur les collections
De beaux ouvrages pour découvrir l'aventure maritime à travers les collections du musée national de la Marine.
- › Catalogues d'exposition
Rédigé par des spécialistes, le catalogue d'exposition s'impose comme un ouvrage de référence sur le sujet car il établit un état des lieux de la connaissance.
- › Albums des expositions
L'album reprend les temps forts de l'expo-

sition, les objets majeurs et les textes du parcours.

- › Les journaux d'exposition
Le Petit Journal guide la visite et permet d'en en savoir plus.
- › Les Carnets de bord
La collection « Les Carnets de bord » retrace l'histoire du littoral français à travers des sites emblématiques, présentés avec pédagogie, à l'aide de cartes et de reconstitutions illustrées.
- › Parcours-jeux « Je découvre... »
Les parcours-jeux sont des documents de visite destinés aux familles, pour l'enfant, un parcours-jeu illustré et pour l'adulte, les réponses et des anecdotes complémentaires.

En 2014, plus de 13 000 ouvrages ont été diffusés dont 5% à titre gracieux ou promotionnel.

La vente des éditions du musée national de la Marine a généré un chiffre d'affaires de plus de 84 000 euros HT.

PROMOTION ET COMMUNICATION

INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

Élément incontournable du musée, le site Internet a pour vocation de satisfaire les demandes des internautes concernant la visite du musée, son actualité, ses expositions, ses événements mais aussi d'enrichir ses connaissances.

La première année d'existence du nouveau site a confirmé l'engouement du public avec 405 000 visites. En 2013, la consultation sur support mobile et tablette étaient de 70 934, elle est passée en 2014 à près de 99 000, le choix d'un site « responsive design » a donc été plébiscité par les nouveaux usages du public.

(Voir graphiques page suivante)

Autre élément phare de la communication sur Internet, les réseaux sociaux, incitant au dialogue et à la participation et forment un lien qui ne cesse de se renforcer avec le public.

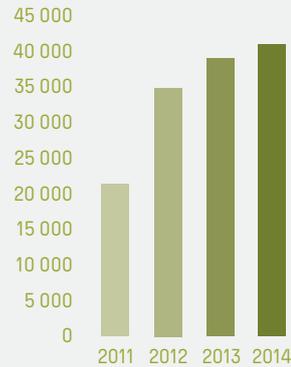
En 2014, la progression sur les deux réseaux

CHIFFRES CLÉS MULTIMÉDIA

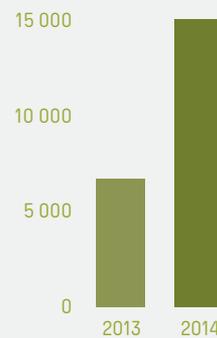
AUDIENCE VIDÉO



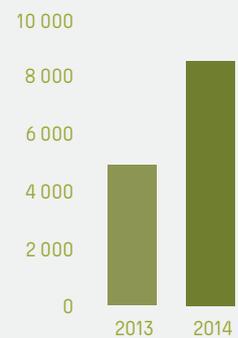
PROGRESSION DU SITE INTERNET



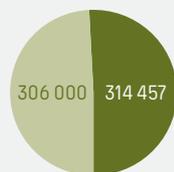
FANS FACEBOOK



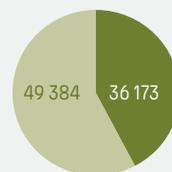
FOLLOWERS TWITTER



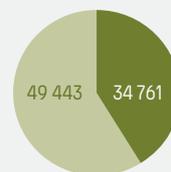
SUR ORDINATEUR



SUR TABLETTE



SUR MOBILES



principaux Facebook et Twitter s'est poursuivie. Sur Facebook le nombre de « fans » est passé de 6 644 à 14 880, une progression en partie due à la présence active des « quais ». Sur Twitter la progression a été aussi significative passant de 4 840 à 8 420 « followers ». La participation sur Twitter a été cette année marquée par la semaine des musées, événement mondial qui a donné l'occasion de montrer une autre facette du musée.

(Voir graphiques ci-dessus)

OPÉRATIONS MULTIMÉDIA

Avec un site consultable sur toutes plateformes le musée se devait cette année d'offrir un accompagnement en mobilité de l'exposition. L'exposition **Le voyage de l'obélisque** lui a donné l'occasion de créer sa première application.

L'application **Le voyage de l'obélisque**, a été conçue pour s'adresser à la fois au public adulte et aux plus jeunes en proposant deux parcours dans l'exposition, l'un permettant d'enrichir la visite avec des témoignages d'acteurs du voyage, l'autre offrant une découverte ludique sous la forme de quiz dé-

clenchés sur le smartphone par le scan de QR codes. Cette application a été téléchargée 4145 fois.

Après la fermeture de l'exposition, l'application a été modifiée pour une utilisation autonome. Elle continue aujourd'hui à être téléchargée et permet donc aux visiteurs d'en savoir plus sur les dioramas du voyage de l'obélisque, objets phares des collections permanentes du musée.

LE RAYONNEMENT VERS L'EXTÉRIEUR

Collaboration avec l'Institut national du Patrimoine et l'École des beaux-arts de Tours

- › Dans le cadre de la formation permanente dispensée par l'INP, une session portant sur « La conservation préventive : principes fondamentaux » a eu lieu au musée le 18 mars 2014.
- › À l'École supérieure des beaux-arts de Tours, Mathilde Champdavoine a soutenu son mémoire de fin d'étude du cursus de conservation-restauration le 30 octobre 2014 et a obtenu la mention TB. Son tra-

vail portait sur une grande figure féminine en pied (MnM 41 OA 88), XIX^e siècle, attribué à l'atelier de sculpture de l'arsenal de Toulon. Cette œuvre sera prochainement exposée dans les salles du musée à Chaillot.

À Toulon

« Musées...port(s) et mer(s) entre histoire et patrimoine » Marseille-Nantes 2014-2015, les 5 et 6 juin 2014, conjointement avec le musée d'histoire de la ville de Marseille, l'université de Nantes et nous-mêmes : le C-icrp. Journées d'études patrimoine portuaire : histoire musée et conservation. Participation et intervention de l'administratrice du musée.

LES RELATIONS PRESSE : 2014, UNE ANNÉE RICHE !

En 2014, le musée a relevé le défi de communiquer sur deux grandes expositions parisiennes et deux expositions en régions dans les sites de Brest et de Toulon.

Les relations du musée avec la Presse en sortent renforcées notamment avec les jour-



Tournage "La Galerie France 5" dans le cadre de l'exposition >
Le voyage de l'obélisque : Louxor/Paris (1829-1836)
 © Musée national de la Marine/O.Gaudefrey

nalistes issus de la presse maritime, défense et patrimoine. De la même façon, les médias locaux sont de mieux en mieux identifiés et l'organisation systématique d'une conférence de Presse à un créneau dédié lors des inaugurations dans les musées des quais contribuent à identifier les différents sites du musée de la marine comme des établissements culturels dynamiques.

Cette nouvelle stratégie de promotion est confortée par l'envoi, tout au long des expositions temporaires, de relances ciblées. La rédaction de communiqués spécifiques, l'organisation de visites guidées avec les commissaires et des présentations en avant-première en coulisses ont été autant d'occasions pour la Presse de découvrir les trésors de notre institution.

La presse en quelques chiffres :

20 communiqués et 3 dossiers de presse ont été édités pour la promotion presse autour des activités des cinq sites du musée dont :

- › 13 pour les expositions temporaires à Paris et dans les musées des ports
- › 2 pour les événements parisiens
- › 5 supports institutionnels
- › 1 dossier de presse a été édité en partenariat avec le Château de Versailles pour l'exposition **Maquettes de la Marine impériale**.

À Paris

exposition *Le voyage de l'obélisque*

- › 5 000 journalistes contactés parmi les cibles : généraliste, arts, culture, tourisme et gastronomie, histoire et mémoire, défense, maritime, presse locale, multimédia, jeune public et famille, international.
- › 4 relances ciblées et 400 dossiers de presse papier envoyés.
- › 1 journée presse avec 3 visites guidées par le commissaire, 54 journalistes présents.
- › 34 interviews des commissaires dont 6 tournages dans l'exposition ont été réalisés

Retombées presse : 408 articles, dont 264 dans la presse écrite, 105 sur le web et 39 passages audiovisuels.

À Paris

exposition *De l'amphore au conteneur*

- › 4 000 journalistes contactés, parmi les cibles : généraliste, histoire et archéologie, arts, culture, défense, maritime, jeune public et famille, gastronomie, presse locale parisienne.
- › 3 relances ciblées et 400 dossiers de presse papier envoyés.
- › 1 journée presse avec 3 visites guidées par les commissaires, 45 journalistes présents, 5 interviews des commissaires et 2 tournages dans l'exposition ont été réalisés.

Retombées presse jusqu'au 31 décembre 2014 : 162 articles, dont 78 dans la presse écrite, 83 sur le web et 1 passage audiovisuel.

À Brest

exposition *Il était un petit navire... les bateaux jouets*®

- › 1600 journalistes contactés, parmi les cibles : arts, culture, histoire et mémoire, défense, maritime, jeune public et famille, presse locale Bretagne.
- › 2 relances ciblées et 100 dossiers de presse papier envoyés.
- › 1 journée presse avec des visites guidées par les commissaires, 5 journalistes présents ; 4 interviews du commissaire ont été organisées.

Retombées presse : 97 articles, dont 65 dans la presse écrite, 28 sur le web et 4 passages audiovisuels.

À Toulon

exposition *Touché-coulé ! Les bateaux jouets*

- › 2 700 journalistes contactés, parmi les cibles : arts, culture, histoire et mémoire, défense, maritime, jeune public et famille, presse locale Provence-Alpes-Côte d'Azur.

- › 2 relances ciblées et 100 dossiers de presse papier envoyés.

- › 1 journée presse avec des visites guidées par la commissaire, 8 journalistes présents ; 3 interviews du commissaire ont été organisées.

Retombées presse : 94 articles, dont 62 dans la presse écrite, 28 sur le web et 4 passages audiovisuels.

LA PUBLICITÉ ET LES PARTENARIATS MÉDIAS

Depuis 2008, le budget du musée national de la Marine est géré par l'agence Promopress média. Notre stratégie publicitaire porte sur le développement de la notoriété et du trafic sur l'ensemble des sites à Paris, Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon.

Le but est de développer la visibilité des événements, de générer des entrées et de développer la fréquentation et de valoriser l'image du musée à Paris et en Province.

Chaque support est choisi en fonction de sa puissance et de sa pertinence avec les visiteurs habituels du musée, le plus important étant de concentrer notre investissement publicitaire sur quelques supports pour favoriser la répétition et par conséquent faciliter la mémorisation.

Part d'investissement par média sur le total net TTC

Affichage : 34,28%

Presse : 47,27%

Internet : 14,68%

Radio : 3,77%

Par rapport à 2013, la part de l'investissement consacrée à la presse est plus élevée et dépasse la part consacrée à l'affichage.

Cela s'explique par un changement de stratégie et une volonté de modernisation de l'image du musée qui cherche à toucher des cibles plus jeunes au travers d'une presse

® Avec l'aimable autorisation de la société Hasbro

EXPOSITION LE VOYAGE DE L'OBÉLISQUE

« *La fantastique odyssée de l'Obélisque* »

In Le Monde

« *Louxor, on adore !* »

In Beaux Arts Magazine

« *Sa longue épopée à la fois archéologique, humaine, technologique et politique est retracée par une remarquable exposition du musée national de la Marine, au Trocadéro* »

In Le Journal du Dimanche

EXPOSITION DE L'AMPHORE AU CONTENEUR

« *Une exposition grand large qui s'adresse à tous les publics, qu'ils aient ou non le pied marin* »

In Historia

« *Une histoire de la mondialisation au parfum de sel à découvrir pendant les vacances de Noël* »

In Le Figaro Nautisme

« *Bref, l'exposition nous embarque pour un vrai voyage ! On y fait de l'histoire et de la géographie avec joie* »

In Paris Mômes

EXPOSITION IL ÉTAIT UN PETIT NAVIRE... LES BATEAUX JOUETS

« *Une flottille pour rêver* »

In Le Télégramme Brest

« *Insolite et délicieusement régressif* »

In Côté Brest

EXPOSITION TOUCHÉ-COULÉ ! LES BATEAUX JOUETS

« *Deux expos qu'on ira voir avec les papys et mamies rien que pour capter les étoiles dans leurs regards d'enfant face à leurs trésors d'antan* »

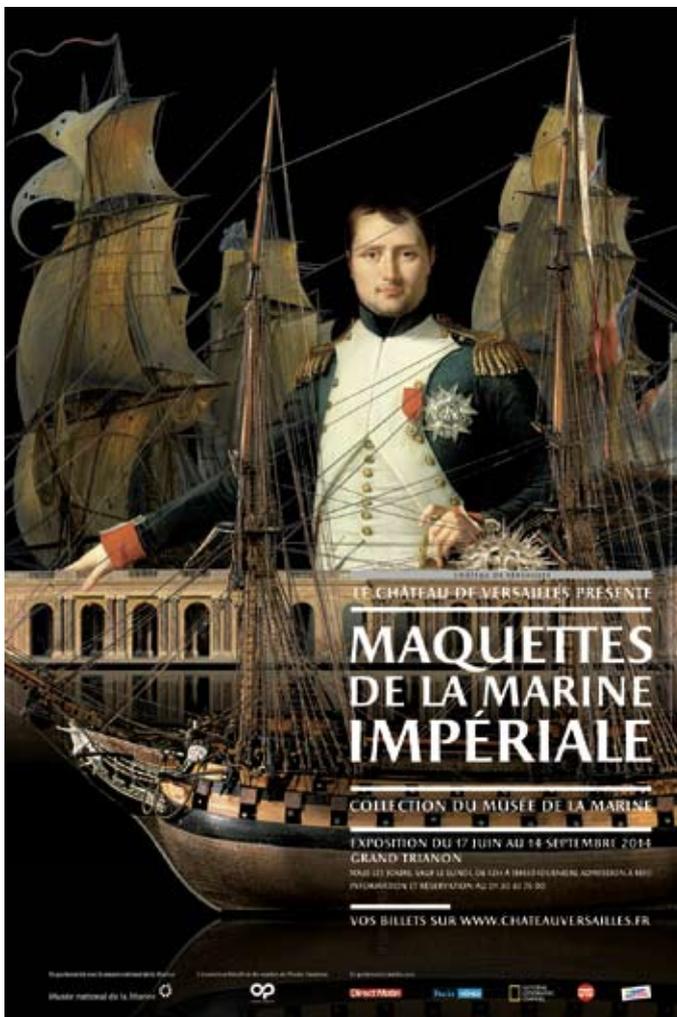
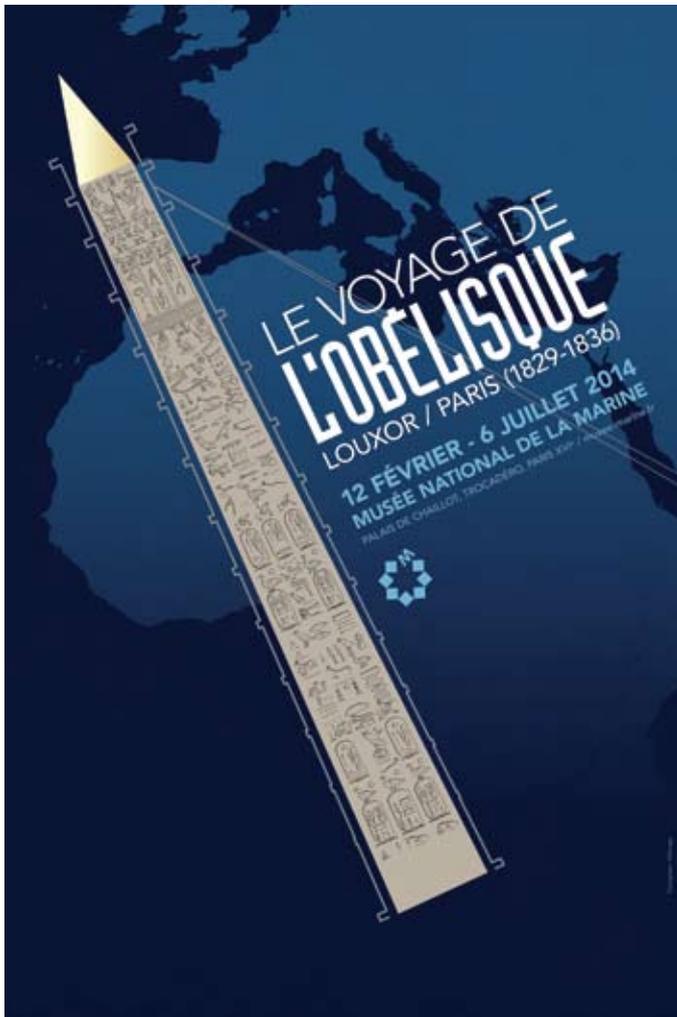
In L'Hebdo Marseille

« *Plongée dans l'univers merveilleux des bateaux jouets* » ou « *Un voyage spatio-temporel passionnant* »

In Nice Matin

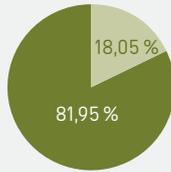
« *Retrouver une âme d'enfant, ce n'est pas difficile lorsque l'on pénètre au musée de la Marine de Toulon* »

In TF1

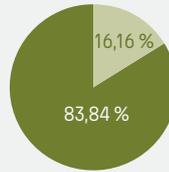


PARTS DES INVESTISSEMENTS EN MÉDIA PAR TYPE ET PAR ZONE

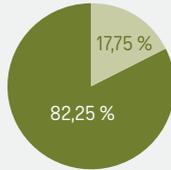
PART DE L'INVESTISSEMENT EN AFFICHAGE



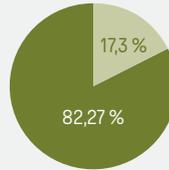
INVESTISSEMENT EN RADIO



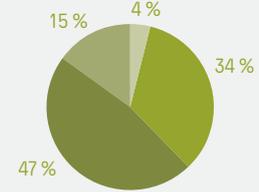
INVESTISSEMENT PRESSE



INVESTISSEMENT TOTAL



INVESTISSEMENT PAR MÉDIA



■ affichage ■ presse
■ internet ■ radio

■ Paris ■ Quais

<< *Le voyage de l'obélisque : Louxor/Paris (1829-1836)*
Conception graphique : Olotroop

< *De l'amphore au conteneur, 2000 ans de commerce maritime*
Conception graphique : Bronx

<< *Maquette de la Marine impériale, collection du musée de la Marine*
Conception graphique - DES SIGNES studio Muchir Desclouds

< *Il était un petit navire...Les bateaux jouets*
Conception graphique : Mamma Mia Design - Laëtita Loas-Orsel

spécifique dédiée en choisissant des titres de presse plus jeunes, plus puissants et de ce fait plus onéreux.

Une part plus importante a également été donnée à l'achat d'espace sur le web afin d'accroître notre visibilité à moindre coût.

AFFICHAGE**Paris**

Investissement : 87 933,60 € TTC
6 campagnes d'affichage

Quais

Investissement : 19 377,68 € TTC

4 campagnes d'affichage en longue conservation à Brest, la Rochelle, Rochefort et Toulon.

Total investissement affichage :

107 311,14 € TTC

Dont 81,95 % pour Paris

Dont 18,05 % pour les Quais

PRESSE**Paris**

Investissement : 121 717,87 € TTC

Total investissement classique et en partenariat

Quais

Investissement : 26 214,45 € TTC

Achat sur les cahiers régionaux Paris Match et Elle

Total investissement parution presse :

147 932,32 € TTC

Dont 82,25 % pour Paris

Dont 17,75 % pour les Quais

INTERNET**Paris**

Investissement : 45 962,76 € TTC

RADIO**Paris**

Investissement : 1 905,21 € TTC

Quais

Investissement : 9 890,65 € TTC

Total investissement radio :

11 795,86 € TTC

Dont 16,16 % pour Paris

Dont 83,84 % pour les Ports

CONCLUSION

Le total des investissements (achat espaces publicitaires hors frais de conception et impression) s'élève à 313 002,22 € TTC (honoraires de 3.5% et 10% inclus)

Total Paris : 257 519,44 € TTC

Total Port : 55 482,78 € TTC

Part de l'investissement total utilisée à Paris : 82,27 %

Part de l'investissement total utilisée pour les Quais : 17,73 %

La répartition du budget entre Paris et les musées des quais se maintient par rapport à l'année dernière dans sa globalité. Une part plus importante du budget est naturelle-

ment consacrée à la promotion de la grande exposition parisienne qui nécessite un déploiement plus fort en termes de communication face à la forte concurrence culturelle parisienne. Néanmoins l'effort d'investissement sur les musées des quais se poursuit afin d'assurer leur visibilité en local. La part de budget qui y est consacrée est moins importante car les coûts inférieurs d'achat d'espace publicitaire sont inférieurs en région.

Les partenaires médias du musée en 2014

- Le Figaro
- Figaroscope,
- Direct Matin
- Science et Vie Junior
- Ça m'intéresse Histoire
- Paris Même
- A Nous Paris
- France Culture (France Bleue)
- France 5
- Histoire

Le musée investit également dans l'achat d'espace publicitaire en partenariat ce qui lui permet d'accroître et de renforcer la visibilité sur des supports en affinité avec ses cibles de communication et de bénéficier de l'image de marque et de la notoriété du support choisi, qui constitue un vrai relais de communication sur la durée de nos événements.

LA GESTION DE L'ÉTABLISSEMENT

Établissement public administratif, le musée national de la Marine est un organisme qui met en oeuvre six espaces d'expositions ouverts au public répartis entre Paris et des ports des façades atlantiques et méditerranéennes et un site d'entreposage de ses réserves. Les compétences nécessaires au pilotage de l'ensemble sont rassemblées à Paris pour assurer un pilotage efficient de l'ensemble des ressources, qu'elles soient humaines, financières ou techniques et que ces dernières s'exercent dans le domaine de la sécurité, de la sureté, de l'informatique...



En **2014**, l'ensemble des musées a accueilli **375 317** visiteurs, soit une baisse de **9%** par rapport à **2013**.

< Déménagement de la Poudrière, Citadelle de Port-Louis
© Musée national de la Marine/G.Julien

LA GESTION DE L'ÉTABLISSEMENT

PILOTER

Le conseil d'administration

Le conseil d'administration du musée national de la Marine est composé de 8 membres de droit et de 8 membres au titre de personnalités qualifiées. (voir page 42)

Il s'est réuni 3 fois en 2014 : les 21 mars, 25 juin et 14 novembre.

En 2014, 3 nouvelles personnalités ont intégré le conseil :

- ▶ M. Olivier POIVRE D'ARVOR, Directeur de France Culture, nommé Président du conseil d'administration ;
- ▶ M. Benedict DONELLY, président des Nouvelles Corderies ;
- ▶ M. Olivier CHALINE, Professeur des universités à l'université de Paris-Sorbonne.

BILAN FINANCIER

Etablissement public administratif, le musée national de la Marine dispose pour assurer son fonctionnement de ressources budgétaires en provenance du ministère de la Défense et de ressources propres générées par son activité. Les investissements immobiliers majeurs sont financés par dotation en fonds propres sur crédits budgétaires.

Le compte de résultat

(voir tableau page 43)

La subvention pour charge de service public s'est établie à 6 869 564 €, soit une hausse de 15% entre 2013 et 2014. Cela inclut la prise en compte d'une mesure ponctuelle exceptionnelle de 1 000 000 € destinée à couvrir la préparation des œuvres au déménagement (chantier des collections) et le déménagement des réserves du musée de Romainville à Dugny.

Le musée a perçu également la compensation pour la gratuité accordée aux ensei-

gnants pour 25 661 € et 5 000 € pour le salon de la Marine. La billetterie constitue le cœur des ressources propres du musée. A Paris, en dépit d'une relative contraction de la fréquentation observée en deuxième partie d'année, lors du démarrage de l'exposition « de l'Amphore au conteneur », l'objectif de recette de billetterie a pu être atteint à près de 80%. Dans les ports, les recettes globales sont en hausse de 12% par rapport aux prévisions. Toulon, Port-Louis et Brest sont en nette augmentation. Les recettes du musée de la marine de Rochefort et de l'Ancienne école de médecine navale (AEMN) ont légèrement augmenté par rapport à l'an dernier.

L'activité commerciale des boutiques intervient pour une part importante des ressources propres, elle comprend les ventes des éditions du musée, d'autres éditions et des produits dérivés. Pour la boutique de Paris, l'année 2014 correspond à la première année complète d'exploitation en régie directe (après résiliation de la délégation de service public intervenue courant 2013). Les locations d'espaces du musée affrontent une situation très concurrentielle entre les différentes institutions sur Paris, à laquelle s'ajoute un contexte économique peu propice à l'activité événementielle des entreprises.

Enfin, la recherche de mécénat a permis de dégager, en 2014, 67 000 € de ressources supplémentaires.

Les charges

Les charges sont retracées dans le tableau page 43.

Les charges de personnels sont en baisse par rapport à l'exercice 2013, une diminution qui reflète l'effort de maîtrise de la masse salariale.

Dans la continuité des exercices précédents, les dépenses de fonctionnement restent très contraintes. Après une baisse sur le précédent exercice, elles sont en hausse sur 2014. Après plusieurs années d'économie liées à des reports de travaux, des dépenses importantes d'entretien locatif ont dû être réalisées sur le site de Chaillot. Par ailleurs, le trans-

port des œuvres jusque-là effectué avec les moyens du musée a dû être partiellement externalisé en 2014, le personnel ayant été mobilisé par la préparation du déménagement des réserves de Romainville.

Le poste des services extérieurs, qui supporte l'essentiel des dépenses « métier » du musée (l'entretien des espaces, la communication, la réalisation d'expositions temporaires, la surveillance des espaces etc.) est resté stable.

Le résultat

Au cours de l'exercice 2014, le musée a enregistré un résultat bénéficiaire d'environ 1,390 M€.

Les investissements

L'enveloppe des investissements du musée national de la Marine se décline en deux sous-enveloppes :

- ▶ celle des investissements courants financés par les ressources propres et la subvention pour charges de service public ;
- ▶ celle des investissements lourds, qui couvrent des travaux liés à l'infrastructure du musée, et dont le financement fait l'objet d'une dotation en fonds propres ou d'une convention de ressources affectées.

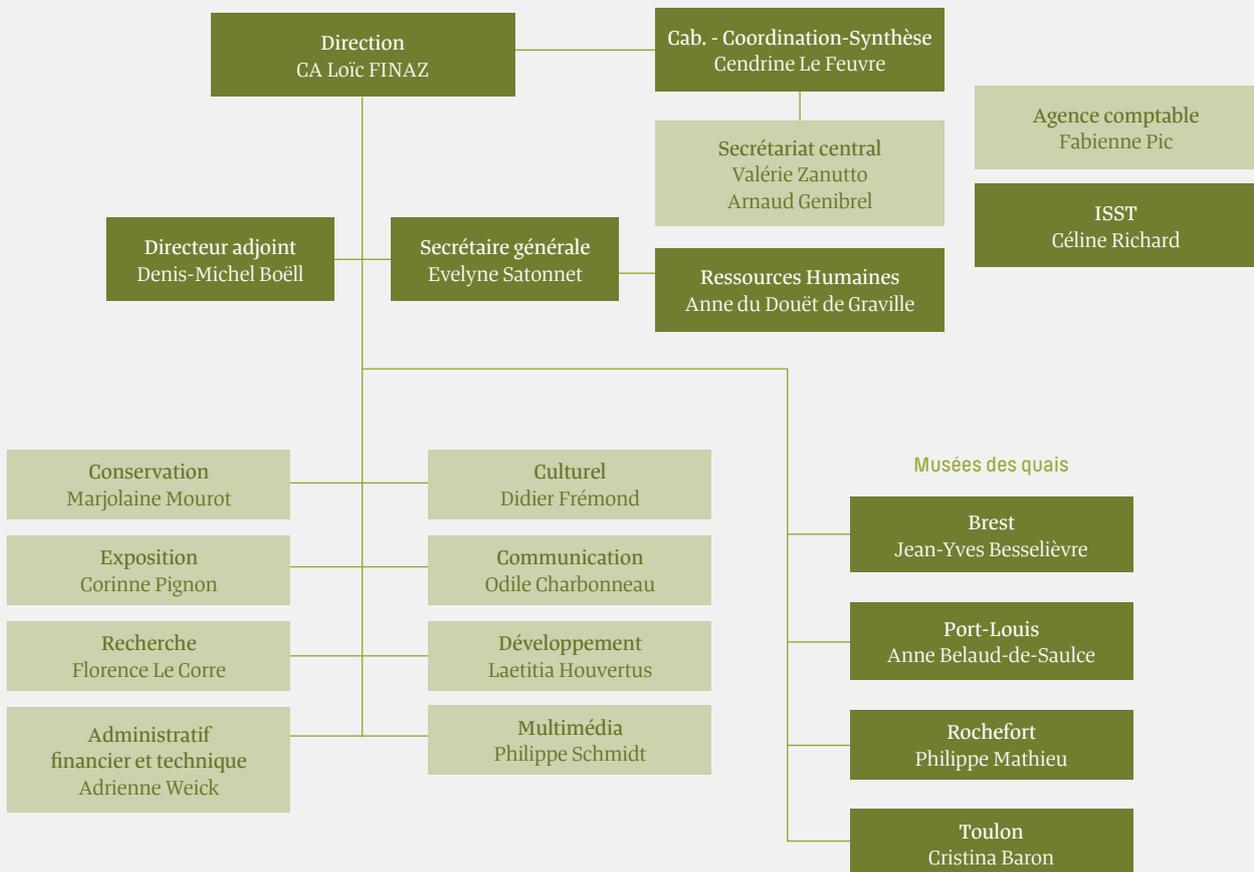
En 2014, le musée a dépensé 352 708 € en investissements courants. Une partie de ces dépenses est affectée aux collections (objets ou livres) pour un total de 91 874 € qui se répartit entre les acquisitions pour 10 000 € et les restaurations pour 81 874 €.

Les autres investissements courants concernent l'annualité du système de sécurité incendie pour 79 000 €, des installations générales pour 23 389 €, du matériel du service général et photographique pour 11 128 €, du matériel de bureau et divers pour 65 763 €, des frais de recherche pour 5 058 €, des matériels et logiciels informatiques pour 54 490 €, des productions audiovisuelles pour les expositions et les collections pour 22 000 €. En 2014, les dépenses d'investissements lourds concernant les travaux liés à l'infrastructure des différents sites du musée se sont élevées à un total de 4 275 704 €.



Le personnel du musée de la Marine de Paris © Marine national de la Marine/A.Fux

ORGANIGRAMME DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE AU 31 DÉCEMBRE 2014



Les ressources	Montant 2014	Pourcentage 2014 des ressources
Subvention pour charge de service public (SCSP)	6 869 564	66,49%
Ressources propres	3 475 495	33,51%
Billetterie Paris	790 232	
Billetterie Ports	665 456	
Ventes d'éditions	240 761	
Boutiques de Paris	130 320	
Boutiques des ports	142 037	
Locations d'espaces	100 743	
Mécénat	67 000	
Droit d'auteur et de reproduction	13 624	
Autres produits dont reprises d'amortissement et de provisions	1 325 322	
TOTAL	10 345 059	100,00%

Les charges	Montant 2014	Pourcentage 2014 des charges
Charges de personnels	4 437 516	49,00%
Charges de fonctionnement	4 517 425	51,00%
Achats	735 069	
Services extérieurs	2 045 621	
Autres charges de fonctionnement	573 022	
Charges financières	0	
Charges exceptionnelles	23 805	
Dotations aux amortissements et provisions	1 139 909	
TOTAL	8 954 941	100,00%

Elles se sont réparties entre ;

- › l'installation des réserves du musée à Dugny (3 800 000 €),
- › l'étude et travaux du poste central de sécurité incendie commun (PCSI) à Chaillot (203 264 €),
- › la réalisation des voies pompiers nécessaires à la sécurité des ailes Paris et Passy du palais de Chaillot (91 324 €),
- › l'étude préalable au chantier des collections des réserves de Romainville (57 876 €),
- › la maîtrise d'œuvre pour la création de portes vitrées automatiques dans la caserne Lourmel à Port-Louis (4 800 €)
- › différentes réfections d'infrastructure (travaux complémentaires de sol après expertise de la peinture dans la salle expositions à Chaillot)
- › autres travaux d'aménagement sur le site de Paris, dans la boutique et les espaces de bureaux (118 440 €).

RESSOURCES HUMAINES

Structure et évolution des effectifs

L'année 2014 marque une légère réduction des effectifs du musée par rapport à l'année

précédente, avec un total de 114 agents dont 76 agents à Paris et 38 dans les ports. Ces agents relèvent de différents statuts, traduisant une variété de profils, de compétences et d'expériences au service de la qualité du service rendu au public par le musée.

Fonctionnaires du Ministère de la défense : 6
agents contractuels relevant de la loi 84-16 : 75
agents contractuels relevant de la loi 49-1378 : 20
autres : 13

Moyenne d'âge du musée : 46 ans

En outre le musée a employé en 2014, 23 vacataires sur les sites suivants :

Brest : 7
Paris : 5
Port-Louis : 4
Rochefort : 3
Toulon : 4

Le musée a aussi accueilli 16 stagiaires venant pour la majorité d'entre eux de l'université.

Enfin, plusieurs entreprises extérieures interviennent dans le musée de manière régulière, dans le cadre de marchés publics. Il s'agit principalement de :

- › l'entreprise de nettoyage ONET pour le nettoyage des locaux (3 employés, et un chef d'équipe) ;
- › l'entreprise de sécurité S3M pour la surveillance des espaces du musée (une vingtaine d'agents de surveillance répartis en deux équipes) ;
- › l'agence d'accueil Pénélope pour la fonction d'accueil et le renseignement des visiteurs du musée (2 hôtesses).

Formation professionnelle et gestion des compétences

Le musée a poursuivi en 2014 son effort en matière de formation des agents ; il y a consacré près de 10 157 € qui ont financé 12 formations, dont un DIF, dans des domaines variés (santé et sécurité au travail, langues, catalogage, techniques comportementales). Enfin, le musée national de la Marine a marqué activement son engagement dans l'application de la loi du 12 mars 2012, dite loi Sauvadet, visant à réduire la précarité dans la fonction publique.

Dans le cadre de ce dispositif de titularisation, 2 recrutements réservés de catégorie A ont été ouverts en 2014 ainsi que 4 recrutements de catégorie B et 3 de catégorie C.

HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

Site	Objet	Date
Brest	Suivi de rapport d'inspection n°1 Note d'alerte pour ACMH	Juillet 2014
Brest	Suivi de l'organisation accueil	Juillet 2014
Port Louis	Suivi de rapport d'inspection	Septembre 2014
Rochefort	Lettre de recommandations	Novembre 2014
Toulon	Lettre de recommandations	Mars 2014
Tous les musées des ports	Note de synthèse des situations SST des musées des ports	Octobre 2014

LES PROJETS PATRIMONIAUX

LES CHANTIERS À PARIS

Les chantiers parisiens ont été dominés en 2014 par le projet de création, sur le site de l'ancienne base d'aéronautique navale de Dugny, d'un centre de conservation des réserves ayant vocation à accueillir, à partir de la fin de l'année 2015, les collections du musée actuellement entreposées dans le Fort de Romainville (Seine-Saint-Denis).

Cette opération est un préalable nécessaire à un projet plus vaste : la rénovation profonde du site de Chaillot, lancée en octobre 2014 par le ministre de la défense, à laquelle sera dédiée une enveloppe de 50 M€. Cette rénovation a l'ambition de faire du musée le lieu de référence du fait maritime :

- › par son contenu muséographique (expositions permanentes et temporaires) ;
- › par sa capacité à accueillir les événements majeurs du monde maritime ;
- › par les services qu'il offrira sur cette thématique (librairie-boutique, restaurant).

Le site de Chaillot sera complètement réhabilité, c'est-à-dire :

- › remis en conformité avec les normes réglementaires et techniques ;
- › restructuré pour une meilleure organisation des espaces autour de lieux d'exposition si possible agrandis, et un agencement optimisé des surfaces dédiées aux différentes fonctions, en particulier événementielles.

L'année 2015 sera consacrée à la préparation de l'opération (projet scientifique et culturel, programmation architecturale, etc).

Le centre de conservation (Dugny)

Le projet de création d'un centre de conser-

vation à Dugny est entré dans sa phase opérationnelle avec le démarrage des travaux au mois de juillet 2014. Pour la réalisation de cette opération de grande envergure, le musée bénéficie de l'assistance à maîtrise d'ouvrage de l'office du patrimoine et des projets d'infrastructures de la Culture (OPPIC). Le cabinet d'architecte Fontenas assure la maîtrise d'œuvre de l'opération. Le chantier, constitué de 13 lots, doit permettre l'adaptation du hangar d'origine, anciennement occupé par l'aéronavale, à sa nouvelle destination. La réception du bâtiment définitif aura lieu à la mi-2015.

Autres travaux dans le palais de Chaillot

En 2014, le musée a procédé au démontage de l'exposition Obélisque et au montage de l'expo

De l'amphore au conteneur.

Sur le site de Chaillot, divers travaux d'aménagement ont concerné l'extension de la boutique, plusieurs bureaux réaménagés à l'occasion de déménagements, et l'ancien appartement du directeur partiellement transformé en espace de bureaux.

Préparation du transfert des œuvres à Dugny : le chantier des collections

Dans l'optique du transfert des collections vers le nouveau centre de conservation fin 2015, le musée a décidé de mettre en place un chantier des collections pour les œuvres et objets en réserve au fort de Romainville. Les collections concernées par ce chantier regroupent la totalité des objets actuellement en réserve (environ 13 600 objets) et un ensemble de plans de bateaux (1 243), d'ouvrages et de périodiques (180 ml). Ce chantier des collections permettra d'établir un bilan global de leur état en vue de la planification de campagnes de restauration ultérieures, de réaliser des opérations de stabilisation et de conditionnement préalables au transport des objets fragiles ; il facilitera également l'optimisation des conditions de

stockage des collections dans les nouvelles réserves et l'identification des collections mobilisables dans le cadre du projet de rénovation du musée à Paris. Enfin il contribuera à l'achèvement du récolement.

À la suite de l'appel d'offre lancé fin 2013, l'étude préalable à ce chantier des collections a été menée à bien. Elle a permis de définir avec précision le besoin et de rédiger le cahier des charges du chantier des collections. A l'issue de la procédure de mise en concurrence, le chantier lui-même débutera au premier trimestre 2015.

LES CHANTIERS DANS LES MUSÉES DES QUAIS

En 2014 a eu lieu le déménagement de la Poudrière, au musée de la Marine de Port-Louis, pour effectuer les travaux préalables à une nouvelle muséographie.

A Port-Louis, d'autres travaux relatifs à l'amélioration de l'accueil et de la sécurité du public ont également été effectués.

HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

Le musée de la Marine dispose d'une inspectrice santé sécurité au travail (ISST) mutualisée avec le musée de l'Armée et le musée de l'Air et de l'Espace.

Celle-ci contrôle l'application des règles d'hygiène et de sécurité et propose aux chefs de service concernés toute mesure qui lui paraît de nature à améliorer l'hygiène et la sécurité au travail et la prévention des risques professionnels.

En 2014, l'ISST a notamment réalisé dans les musées des ports les missions suivantes :
(Voir tableau ci dessus)



WWW.MUSEE-MARINE.FR