

MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE  
RAPPORT D'ACTIVITÉ 2016



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2016

Introduction	3
Avant-propos du président du conseil d'administration	4
Édito du directeur	5
La vie des collections	6
L'offre culturelle	14
Le rayonnement du musée	36
La gestion de l'établissement	46

## 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.



Olivier Poivre d'Arvor © DR

« Le 25 juillet 2016, les conventions de mandat ont été signées annonçant le lancement officiel du projet de rénovation du musée parisien. »

Le 25 décembre 2015, quatre décrets ont fixé les nouvelles limites du domaine sous-marin français qui s'est étendu de 579.000 km<sup>2</sup>. Cette extension accroît les droits de la France sur les ressources des sols et des sous-sols marins. Cela confirme la puissance maritime de notre pays. La France est plus que jamais le deuxième plus grand espace maritime au monde amenant la mer à être au cœur des préoccupations nationales en ce qui concerne son exploitation ou sa sécurité mais aussi en tant que réservoir d'imaginaire, élément de culture et d'invention humaine.

Nous avons en tant que musée national de la Marine, un véritable rôle à jouer dans ce domaine en perpétuel renouveau. Avec le Conseil d'Administration, son Vice-Président, Terry Olson et ses membres, nous avons depuis deux ans accompagné avec détermination cette étape décisive. Le 25 juillet 2016, les conventions de mandat ont été signées annonçant le lancement officiel du projet de rénovation du musée parisien. Cet acte signe l'ambition qui est la nôtre de bâtir un grand musée consacré au fait maritime pour le XXI<sup>e</sup> siècle. Il est essentiel de pouvoir trouver un lieu mettant l'accent aux yeux de tous sur l'identité maritime de la France et permettant de nous éduquer aux enjeux de l'océan planétaire. Un grand musée dans un pays autant visité promet une sensibilisation aux grandes questions au travers d'une approche plus pédagogique et ludique grâce à une présentation renouvelée des collections. Notre intention est donc tout simplement de construire le plus beau musée maritime du monde : vivant, interactif et innovant, espace de recherche et carrefour d'échanges. Il sera un véritable vecteur de prestige.

Nous agissons collectivement et individuellement sur ce projet d'avenir. Nous avons le soutien des différents ministères concernés mais aussi celui de nos équipes qui est primordial pour réaliser notre but tant ambitieux, indispensable que stimulant. Nos quatre musées de Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon sont particulièrement impliqués dans cette mission d'assurer le rayonnement du musée de la Marine pendant la rénovation du palais de Chaillot. Que toutes les équipes, à la tête desquelles Vincent Campredon a ma pleine confiance, soient vivement remerciées de leur implication surtout en cette période de changement. Cette année 2016 a vu la fin du déménagement des collections à Dugny, le début du concours d'architectes ou encore le lancement du projet muséographique pour le nouveau musée. Le vaisseau du musée hisse donc la grande voile. Si Ulysse a vogué dix ans au gré des vents, nos équipages ne se perdront pas. Cap sur 2021.

« Le futur musée de la Marine est un projet qui ose regarder loin, dans l'espace et le temps. »



Le Commissaire Général Vincent Campredon, directeur du musée national de la Marine

Si l'année 2015 n'a pas été une année comme les autres, 2016 aura été une année décisive pour la conception et la confirmation du projet de rénovation. Pensant à André Malraux, et reprenant l'une de ces formules dont il avait seul, le secret : « Ici est tenté quelque chose qui n'a jamais été tenté ! », **le futur Musée de la Marine est un projet qui ose regarder loin, dans l'espace et le temps.** Le défi est de réinventer le musée de la marine, pour construire le grand musée maritime français du XXI<sup>e</sup> siècle, afin de rendre grand public plus familier avec la dimension maritime de notre pays et de lui transmettre la conscience des enjeux de la mer d'aujourd'hui et de demain.

Notre volonté est de créer un univers spécifique dont le premier devoir est d'établir spontanément et durablement un lien d'émerveillement, de curiosité et de transmission de savoirs, à travers notre grande histoire maritime et ses trésors patrimoniaux.

Notre ambition est d'offrir à tous nos visiteurs, nationaux et internationaux, toutes générations confondues, un lieu résolument ouvert à toutes les passions et sensibilisations qui touchent au monde de la mer, des océans et bien sûr de la navigation.

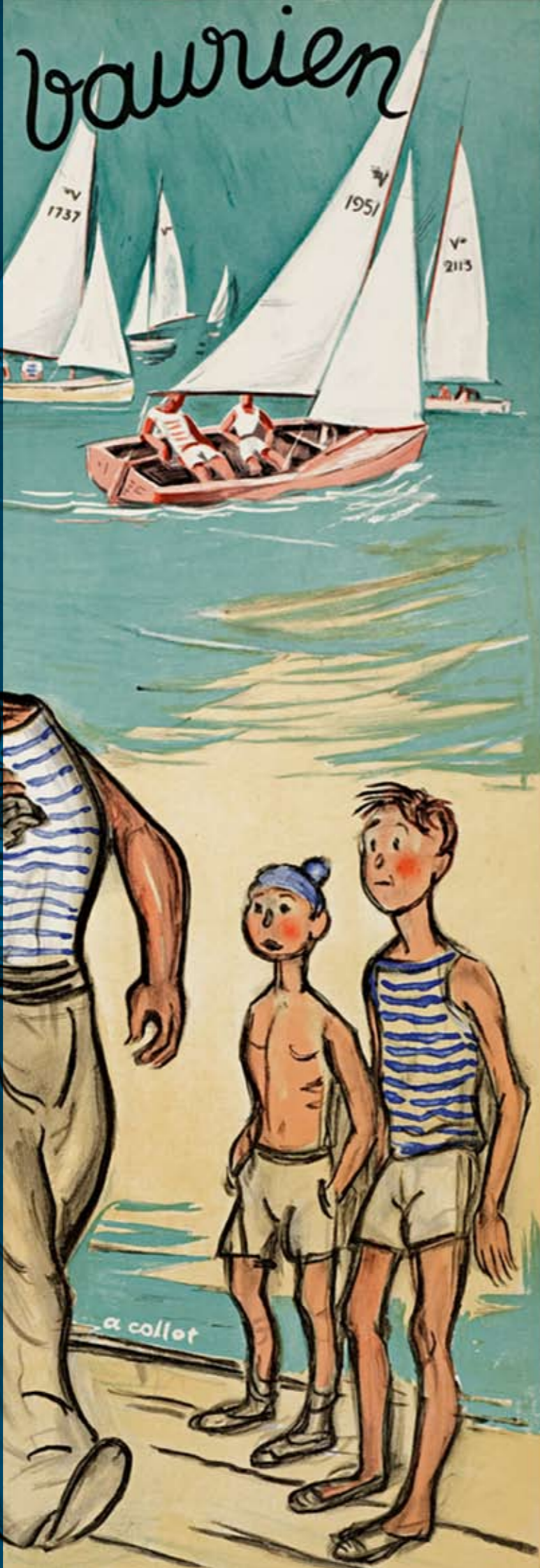
Un musée vivant, un musée ouvert à tous, un musée ouvert sur le grand large, un musée qui établit des ponts, un pont au cœur de Paris entre la Terre et la Mer, un pont entre l'histoire et la légende, un pont entre le passé et l'avenir, un pont entre l'éveil et le rêve. La mission est ainsi clairement établie : devenir un lieu de référence, permettant la rencontre et l'échange autour des grandes interrogations qui agitent notre planète bleue, qu'elles soient environnementales, scientifiques, géographiques, stratégiques, économiques ou politiques.

Ce projet, par son ambition d'innovation, d'anticipation, de modernité, va ainsi conférer au futur musée un nouveau statut, une nouvelle image, élargissant son rôle de musée pour en faire un véritable lieu culturel contemporain, à la fois stratégique, médiatique, encyclopédique et universel, un espace omniscient, en prise directe avec l'actualité de ses univers maritimes.

**Nous ferons le musée de l'aventure maritime de la France !**

# LA VIE DES COLLECTIONS

La gestion et la conservation des collections font partie des missions primordiales du musée. L'installation des réserves du musée dans le nouveau centre de conservation de Dugny permet désormais de conserver et gérer les collections selon les meilleurs standards.



< Il a un vaurien  
André Collot  
© Musée national de la Marine/A.Fux

Le musée a géré en 2016 **95** dépôts, soit **777** objets.

## L'ENRICHISSEMENT DES COLLECTIONS

### 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) s'est réunie en séance plénière les 22 mars, 21 juin et 6 décembre 2016. Les propositions d'acquisition présentées par le musée ont toutes reçu un avis favorable. Le musée présente à la commission des œuvres examinées et validées en commission interne. Ce travail préparatoire est indispensable pour établir une sélection conforme aux orientations du programme d'acquisition du musée.

Sur l'ensemble des nouvelles acquisitions, 6 sont des achats et 116 éléments proviennent de dons et legs. Parmi ces dons, soulignons l'ensemble des prototypes de la règle-rapporteur inventée en 1917 par Jean Cras et la collecte d'objets liés à la carrière de l'architecte naval et régatier Jean-Jacques Herbulot (1909-1987). Le traitement de ce don se poursuivra en 2017 en raison de son important volume (325 éléments).

### Instruments de navigation

- › Claude Langlois (1703-1756), *Compas de proportion*, entre 1727 et 1735, argent gravé, 16,2 cm x 0,9 cm / Don de Mme Denis
- › Jean Cras (1879-1932), *Ensemble de 8 éléments, prototypes de la règle rapporteur et d'instruments de calcul*, 1917, celluloid / Don de M. Gaillot
- › Jean Cras (1879-1932), *Règle rapporteur*, 1930, celluloid, 21,5 cm x 27,5 cm / Régularisation

### Maquettes

- › 2 Maquettes au 1/9 de Vaurien / Don de Mme Sauvage-Wintergerst

- › Philippe Dauchez (1900-1984), peintre officiel de la Marine, diorama du Star N°686 *Tramontane* de Jean-Jacques Herbulot / Don de madame Sauvage-Wintergerst

### Peintures et arts graphiques

- › Edouard Adam (1847-1929), *Le navire Eros sortant du port du Havre*, 1877, huile sur toile, 62 cm x 100 cm / Achat en vente publique (4.400 € hors frais)
- › André Collot (1897-1976), deux affiches, *Il a un Vaurien* et *J'ai un Vaurien*, vers 1952 estampes, 60 cm x 40 cm / Don de madame Sauvage-Wintergerst
- › Cesc, *Necessita un vaurien*, affiche de valorisation du Vaurien diffusée par la fédération espagnole de voile, estampe, 63 cm x 44 cm / Don de madame Sauvage-Wintergerst
- › Eugène Dauphin (1857-1930), *Le Port de Toulon*, s.d., huile sur toile, 60 cm x 82 cm / Legs de Mme Bordet née Vasseur
- › Mathurin Méheut (1882-1958), *Bassin à la base du Poulmic ; Flottille d'hydravions CAMS 55 au Poulmic ; Hangar Sainte Sophie au Poulmic*, avant 1939, huile sur panneau, 38 cm x 53,5 cm / Achat par préemption en vente publique (6.800 € hors frais)
- › Auguste Marc (1818-1886), *L'Empereur Napoléon III et l'Impératrice Eugénie sur le yacht l'Aigle*, 1860, dessin sur papier, 21 cm x 26 cm / Achat par préemption en vente publique (2.000 € hors frais)
- › Pierre Péron (1905-1988), *Le Château*, 1965, gouache sur papier, 58 cm x 41 cm / Don de M. Péron
- › Georges Rohner (1913-2000), *Les pêcheurs de Guadeloupe*, 1935, huile sur toile, 60 cm x 81 cm / Don de M. Gautier
- › Hervé Baille (1896-1974), *Projet d'affiche pour la SNSM* / Don de Mme Sorrell née Salembier-Merlin
- › Hervé Baille (1896-1974), *affiche pour la Société Nationale de Sauvetage en Mer*, après 1975, estampe, 54,5 cm x 40 cm / Régularisation
- › Luc-Marie Bayle (1914-2000), 6 cartes de

vœux créées pour la SNSM / Don de Mme Sorrell née Salembier-Merlin

### Photographies

- › Keith Beken (1914-2007), 35 tirages (entre 1957 et 1963), portraits de yachts et de régates / Don de madame Sauvage-Wintergerst
- › Pierre Jahan (1907-2003), 14 tirages barytés (1957), reportage photographique pour la revue *Plaisir de France* sur l'activité de voilier de Jean-Jacques Herbulot (1909-1987) / Don de madame Sauvage-Wintergerst
- › Antoine Schneck (né en 1963), tirage photographique couleur intitulé *Le Carmagnolle*, 2011, 100 cm x 60 cm / Don de l'auteur

### Sculpture

- › Charles Anfrue (1833-1905), *Fusilier marin du Volta*, entre 1870 et 1890, régule, 70 cm x 31 cm x 30 cm / Don de Mme Delaunay

### Orfèvrerie, médailles et insignes, textiles, produits dérivés, objets divers

- › Hervé Baille (1896-1974) et Luc-Marie Bayle (1914-2000), Produits dérivés (torchons illustrés) créés pour la SNSM / Don de Mme Sorrell, née Salembier-Merlin
- › Cardeilhac, *Coupe de France à Armen*, bronze argenté, 1891, 21,5 cm x 17 cm / Achat en vente publique (1.200 € hors frais)
- › Barre à roue portant l'inscription « Forges et Chantiers de la Méditerranée à la Seyne – 1908 », 1908, bois et métal, diamètre 120 cm / Legs Mme Bordet née Vasseur
- › Olympiades de 1932, 1936, 1948 et 1960, ensemble de médailles et insignes distinctifs, écussons et souvenirs de Jean-Jacques Herbulot (1909-1987) / Don de madame Sauvage-Wintergerst
- › Produits dérivés significatifs de la popularité du dériveur Vaurien : 3 boîtes de savon Miss Helen, boîte de crayons de couleur Staedtler et boîte Elsa glace « je collec-



Médaille de sauvetage, avers  
Société des sauveteurs médaillés de Cognac  
© Musée national de la Marine/A.Fux



Le navire Eros sortant du port du Havre, 1877  
Édouard-Marie Adam (1847-1929)  
© Musée national de la Marine/A. Fux

> Coupe de France  
Le Yacht Club de France au Comité Breton présidé par M. J. de Kerjégu.  
Yacht Ar Men, Kiel 22 et 24 juin 1907 (titre inscrit), Cardeilhac, 1891  
© Musée national de la Marine/A.Fux

tionne les bateaux » / Don de madame Sauvage-Wintergerst

- › Sac du Championnat du Monde de Vaurien en 1970 à Medemblik / Don de madame Sauvage-Wintergerst

## DÉPÔTS

Le musée déposant gère 95 dépôts, soit 777 objets/œuvres : 232 objets/œuvres sont inscrits à l'inventaire réglementaire, 345 objets sont inscrits à l'inventaire Ethnographique et 200 objets/œuvres appartiennent au fonds d'exposition ou au fonds d'honneur. Réglementairement, il reste 16 dépôts à récoiler. En tant que dépositaire, le musée a mis fin au dépôt d'une œuvre appartenant au CNAP, ainsi qu'à un dépôt de 63 amphores, 4 objets et 3 lots d'archéologie appartenant au DRASSM. Il a reçu six nouveaux dépôts à Paris (3), Brest (2) et Toulon (1), représentant 23 œuvres. 502 œuvres ou objets et 9 lots d'archéologie figurent désormais sur l'inventaire des dépôts (dont 211 SMF).

## RESTAURATION ET CONSERVATION PRÉVENTIVE

### L'INVENTAIRE (DÉCENNAL/ DES DÉPÔTS/BASE DE DONNÉES)

En 2016, le récolement a été suspendu en raison de la conduite du déménagement des collections du site de Romainville au Centre de conservation et de ressources de Dugny. Toutefois, le pointage effectué à cette occasion fera l'objet d'un récolement a posteriori en 2017 (plus de 13 000 objets).

### RESTAURATION

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. En 2016, l'atelier est intervenu sur les objets des collections présentés dans les expositions temporaires des musées des ports, ainsi que sur des objets accordés en prêt (voir *infra*). On notera en particulier les interventions sur les trente objets prêtés pour l'exposition *Brest, port de la liberté*, le scaphandre des frères Carmagnolle (1 PA 20), qui sera mis en dépôt au CNAM pendant les travaux du Musée, ainsi que les modèles de la collection Paris exposés à l'Institut du Monde Arabe (3 EX 2, 3 EX 5, 7 EX 2).

Des restaurateurs indépendants ont été sollicités pour mener des restaurations d'œuvres principalement en réserve, pour un montant de 33 285,48 euros. Elles ont concerné 2 dessins ou estampes, 20 peintures, 5 cadres ou supports, 10 instruments de navigation, 1 album et 2 tirages photographiques

En raison de l'implication de tout le service dans les opérations de déménagement, l'atelier du musée a réduit cette année les inter-





Préparation d'un modèle au démantèlement des réserves de Romainville au centre de conservation de Dugny, © Yves Bourgeois



Centre de conservation de Dugny, © Yves Bourgeois

ventions de conservation préventive et de dépoussiérage dans les salles d'exposition permanente de Chaillot.

#### Collaboration avec l'Institut national du Patrimoine (INP)

Dans le cadre d'un séminaire de formation continue de trois jours consacré au chantier des collections (16-18 novembre 2016), 21 stagiaires de l'Institut National du Patrimoine ont été accueillis à Chaillot et à Dugny pour une présentation des différents chantiers engagés. Le programme de cette formation a été co-construit par les restauratrices Frédérique Vincent, Eléonore Kissel et Bénédicte Massiot et les conservatrices du patrimoine Hélène Tromparent de Seynes et Cécile Dupré. L'ensemble du service a assuré les visites du site de Dugny.

## LA GESTION DES COLLECTIONS

### DES RÉSERVES DE ROMAINVILLE AU CENTRE DE CONSERVATION DE DUGNY

Depuis leur déménagement de Chaillot en 2000, les réserves du musée étaient installées au Fort de Romainville (93). La mise en vente du site par le Ministère de la Défense imposait un nouveau déménagement qui a été l'occasion de définir le projet d'un centre de conservation adapté aux besoins d'aujourd'hui. Il s'agit bien sûr de conserver et de gérer selon les meilleurs standards l'ensemble des collections, mais également d'accueillir les ateliers de restauration et de photographie, la documentation relative aux collections (dossiers d'œuvres), les bureaux du personnel scientifique du musée,

ainsi que des espaces d'étude et de recherche liés aux collections.

L'année 2016 a été marquée par la livraison du centre de conservation et de ressources de Dugny et le déménagement de l'ensemble des collections conservées depuis 2000 au Fort de Romainville (93). Celui-ci s'est déroulé de janvier à octobre 2016. Divisé en 2 lots, il a été assuré par les entreprises Crown (petits formats) et Bovis (patrimoine maritime et objets lourds du hangar de Romainville), pour des marchés d'un montant de 532 193,90 € et 49 632,00 €. Le service Conservation a été totalement mobilisé par cette opération en supervisant les opérations d'emballage et de déballage et en assurant les convoiements entre Romainville et Dugny. Les collections « textile » ont été traitées en anoxie par l'entreprise Hygiène Office (6 528 €) avant leur arrivée à Dugny, en raison d'un risque d'infestation.

Depuis l'automne 2016, Dugny a fait l'objet de nombreuses visites professionnelles, en particulier l'accueil d'un séminaire de l'INP et d'un groupe d'élèves de cinquième du collège Anatole France de Pavillon sous Bois dans le cadre des (Journées Européennes du Patrimoine, 16 septembre). Il a également accueilli les premiers chercheurs venus travailler sur les collections du musée. Le 12 septembre 2016 le musée a accueilli Loed van Bussel, collectionneur néerlandais et spécialiste des bateaux en clous de girofle de l'île d'Amboine. Il a pu étudier les deux bateaux en clous de girofle que le musée national de la Marine conserve dont le plus ancien connu dans les collections publiques (1 BF 22). Le 7 décembre, David Lee, chercheur écossais, a été reçu pour une étude sur les haches de bord. Le 22 décembre, Alison Mc Queen, Directrice de l'École des Beaux-Arts de Hamilton au Canada, est venue

à Dugny voir la réduction du monument au maréchal Bugeaud par Auguste Dumont. Elle prépare un article sur ce monument élevé en Algérie au XIX<sup>e</sup> siècle.

### LES PRÊTS EXTÉRIEURS (NATIONAUX ET INTERNATIONAUX)

Le musée a collaboré par des prêts à 14 expositions en France et à l'étranger (Australie, Belgique), 55 œuvres, objets ont été prêtés, dont *Pen Duick V* d'Eric Tabarly, exposé lors du Salon nautique de Paris.

- *Napoléon à Sainte-Hélène. A la conquête de la mémoire*, Musée de l'Armée, du 6 avril au 3 août 2016 : Assiette, *Tombeau de Napoléon à Sainte-Hélène, 11 octobre 1840* ; *Le Retour des Cendres*, (47 OA 61) ; Assiette, *Embarquement du corps de Napoléon à Sainte-Hélène, 16 octobre 1840* ; *Le Retour des Cendres* (47 OA 63) ; Assiette, *Transbordement du corps de Napoléon, Cherbourg, 8 décembre 1840* ; *Le Retour des Cendres* (47 OA 65) ; Assiette, *Arrivée des restes mortels de Napoléon à Rouen, 13 décembre 1840* ; *Le Retour des Cendres* (47 OA 66) ; Assiette, *Débarquement des cendres de Napoléon à Courbevoie, 15 décembre 1840* ; *Le Retour des Cendres* (47 OA 67) ; Assiette, *Entrée du convoi de Napoléon à Paris, 15 décembre 1840* ; *Le Retour des Cendres* (47 OA 68).
- *L'Écume des siècles, plongée dans l'archéologie sous-marine*, Musée d'Histoire de Marseille, du 28 avril 2016 au 28 mai 2017 : Chapeau de matelot (5 SO 32.28) ; Poulie à croc (5 SO 32.55) ; Aussière (5 SO 32.57) ; Cap de mouton (5 SO 32.62) ; Cabillot de bouline (5 SO 32.63) ; Réa (5 SO 32.66) ; Poulie triple (5 SO 32.67) ; Poulie simple (5 SO 32.138) ; Cloche provenant de l'épave du Mauritius, 1609 (D 2001. 2226.1) ; Bas (5 SO 32.31) ; Bas (5 SO 32.65) ; Mobilier de



Badan safar, bateau de pêche de Mascate, © Musée national de la Marine/A. Fux



©Musée national de la Marine/A. Fux

Depuis l'automne 2016, Dugny a fait l'objet de nombreuses visites professionnelles, en particulier l'accueil d'un séminaire de l'INP et d'un groupe d'élèves de cinquième du collège Anatole France de Pavillon sous Bois.

- fouille du Soleil Royal, 1759 (D 1994. 2210. 1 à 43) ; Crépine de pompe (CE 2012.16) ; Pierre d'autel (CE 2012.4) ; Poulie double (5 SO 32.80)
- *En plein air*, Musée des Beaux-arts La Boverie – Liège, du 4 mai au 21 août 2016 : *Troisième vue de Toulon, vue du port prise du côté des magasins aux vivres, 1756*, huile sur toile de Joseph Vernet (5 OA 1 D)
- *Nicolas Baudin*, South Australian Maritime Museum, du 30 mai au 30 décembre 2016 : Chronomètre à suspension, 1793, fabricant Louis Berthoud (13 NA 3 D) ; Carte de la Nouvelle-Hollande (SHO 627)
- *Versailles et l'Indépendance américaine*, Musée national des châteaux de Versailles et de Trianon, du 5 juillet au 2 octobre 2016 : *Combat de La Surveillante contre le Québec, 6 octobre 1779*, huile sur toile, Anonyme d'après Louis Auguste Rossel (3 OA 12) ; *Combat de la Concorde contre la Minerve, 22 août 1778*, huile sur toile de Louis Auguste Rossel (3 OA 23) ; *Portrait du marquis de Rossel et de sa fille*, huile sur toile d'Henri J François (3 OA 43) ; *Portrait du maréchal de Castries*, huile sur toile, Anonyme (2004.50.1) ; *Combat d'Ouessant, 23 juillet 1778*, huile sur toile de Théodore Gudin (9 OA 31 D) ; *Manœuvres navales à Toulon, juillet 1777*, huile sur toile de Chevalier

- Flotte de Saint-Joseph (3 OA 5 D) ; Buste de Suffren de Saint-Tropez (1729-1788), sculpture de Isidore-Hippolyte Brion (41 OA 37 D) ; Buste de Lamotte-Piquet (1720-1791), sculpture de Isidore-Hippolyte Brion (41 OA 38 D)
- *Machines à dessiner*, Conservatoire des Arts et Métiers, du 25 octobre 2016 au 26 mars 2017 : Scaphandre des frères Carmagnolle, 1882, Alphonse et Théodore Carmagnolle (1 PA 20)
- *Dix siècles d'aventures sur les mers, Entre océan Indien et Méditerranée*, Institut du Monde Arabe, du 14 novembre 2016 au 26 février 2017 : *Khatira*, barque arabe de la Mer Rouge, (3 EX 2) ; *Badan safar*, bateau de pêche de Mascate (3 EX 5) ; Pirogue cousue à balancier de Colombo, Ceylan (7 EX 2), modèles réalisés sur plans de François-Edmond Pâris entre 1848 et 1879 ; Canon de la Compagnie Unifiée des Indes Orientales (5 AR 56)
- *Cartes sur tables*, Médiathèque Pierre-Amalric, Albi, du 10 octobre au 31 décembre 2016 : Cercle de réflexion d'Edmond Lorieux (MnM 11 NA 27) ; Sextant de Fleuri-Lepetit-Hurliman (11 NA 86)
- *Association du Puy du Fou*, Les Épesses, du 15 au 29 octobre 2016 : Couteau ancien en faucille grande courbure ; Scie à arbre de

- cautère ; Scie à chaîne ; cautère olivaire à manche mobile ; Bistouri ancien droit ; rasoire ; ventouse simple ; davier à séparer ; trépan avec 4 accessoires ; seringue cuivre ; pot à pharmacie : extrait de Belladone.
- *Tous à la plage !* Cité de l'Architecture et du Patrimoine, du 18 octobre 2016 au 13 février 2017 : Voilier, bateau jouet (1 BF 143) ; *Il a un vaurien*, affiche de promotion (2013.33.2)
- *Nous avons fait LA DELMAS, 150 ans de la compagnie rochelaise Delmas-Vieljeux*, Musée maritime de La Rochelle, du 8 novembre 2016 au 31 octobre 2017 : Maquette du porte-conteneurs le *Thérèse-Delmas*, 1983 (7 MM 50)
- *Fêtes et divertissements à la cour*, Musée national des châteaux de Versailles et de Trianon, du 29 novembre 2016 au 26 mars 2017 : Proue du canot de promenade de la reine Marie-Antoinette, décor de proue, Anonyme, 1777 (39 OA 7.1 D)
- *Nautic, Salon Nautique de Paris 2016*, du 3 au 11 décembre 2016 : *Pen Duick V*, Michel Bigoin et Daniel Duvergie, 1968 (1 PM 21)
- *Peindre la banlieue, de Corot à Vlaminck, 1850-1950*, Atelier Grogard, Rueil-Malmaison, du 9 décembre 2016 au 10 avril 2017 : *Argenteuil*, huile sur toile de Gaston Alfred Alphonse Bruelle (2013.19.1)



Palais de Chaillot, Paris, © Musée national de la Marine/A.Fux



Hôtel de Cheusses, Rochefort © Sébastien Valegeas

## BIBLIOTHÈQUES

### LA BIBLIOTHÈQUE DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE À CHAILLOT

La bibliothèque a poursuivi ses activités habituelles d'enrichissement, de gestion et de restauration de ses fonds. Elle a assuré le commissariat de l'exposition *Le musée, quelles histoires !* dont elle a aussi piloté l'organisation et l'installation, en lien avec le service Expositions du musée. Dans ce cadre, elle a participé aux interviews des grands témoins du musée. Elle a préparé la migration de sa base de données dans la perspective de son intégration dans le projet GLADE piloté par la direction de la mémoire, du patrimoine et des archives.

#### Salle de lecture et recherches documentaires

214 lecteurs ont été accueillis à la bibliothèque qui a été ouverte 45 jours seulement : la salle de lecture est en effet fermée depuis le 1<sup>er</sup> août 2017 afin de mener les travaux internes de préparation du déménagement des

collections. Elle a répondu à 368 demandes d'information externes.

#### Acquisitions

Ses collections se sont enrichies de 281 références dont 143 achats, 115 dons et 23 échanges.

#### Restaurations, reliure et informatisation des collections

Un ouvrage a été restauré : *L'art de naviguer par les nombres*, G. Denys, XVII<sup>e</sup> siècle ; le tome second du *Voyage dans l'hémisphère austral et autour du monde fait sur les vaisseaux du Roi...*, 1778, de Jacques Cook a été relié ; 78 numéros de la revue *Armen* ont été reliés (janvier 2012 à novembre 2014) ainsi que 21 numéros de la revue *Navigation* (janvier 2007 à octobre 2014). En outre, un lot d'ouvrages a fait l'objet d'un traitement par anoxie statique opérée par l'entreprise Hygiène Office.

La base de données de la bibliothèque (CADIC) s'est enrichie de 1171 notices.

#### Préparation de la rénovation du musée et du déménagement des collections

La bibliothèque est pleinement impliquée

dans la rénovation et dans le déménagement de ses collections :

- elle a participé aux aménagements du centre de conservation et de ressources de Dugny pour sa partie 1 et a participé à la réflexion de la programmation de la partie 2.
- elle s'est impliquée dans la rénovation du musée en réalisant un dossier documentaire « L'art et la mer » pour le groupe du projet muséographique, en menant une étude sur l'organisation et la gestion de la documentation destinée à ce groupe et en participant aux travaux du musée sur l'organisation de cette rénovation.
- elle a aussi entamé sa réflexion sur le déménagement de ses collections, en lien avec la photothèque, et fait mener une étude préalable dans cette perspective.
- elle a enfin mené une étude sur un pan du fonds ancien destinée à poser les bases du projet de numérisation des ouvrages précieux qui devront être accessibles en ligne à la réouverture du musée.

#### Visites de la bibliothèque

Deux groupes de visiteurs ont été accueillis auxquels les collections de la bibliothèque ont été présentées.

## LA PHOTOTHÈQUE

La photothèque a répondu à 450 demandes de recherches iconographiques. Elle a fourni 700 images fixes et 29 films aux différents services du musée et été associée à leurs projets. Elle a ainsi, cette année, œuvré pour les expositions et publications afférentes, le cas échéant, du musée à Paris (*Le musée, quelles histoires !*), Brest (*Brest-Port de la liberté : au temps de l'indépendance américaine*), Port-Louis (*Images de la belle plaisance à Port-Louis*), Toulon (*Photographier le port, Toulon, 1845-2016*).

Elle a fourni 1600 images à l'externe pour un gain de 4 743,10 euros. Elle a été associée à différents projets éditoriaux externes (Editions Glénat, Nouveau Monde éditions, Dunod, Editions Ouest-France), pour lesquels elle a fourni 412 images. Elle a identifié et géré, le cas échéant, les droits d'utilisation de l'ensemble des images fournies en interne comme à l'extérieur et produit 10 conventions de droits d'utilisation. Enfin, la photothèque a encadré 10 tournages documentaires dont 3 pour un gain de 858 euros.

#### Préparation de la rénovation du musée et du déménagement des collections

La photothèque a fait mener une étude préalable au conditionnement et au déménagement des fonds photographiques qui se trouvent dans l'atelier du photographe, afin de préparer leur transfert dans le centre de conservation et de ressources de Dugny.

#### Le travail du photographe

769 images ont été réalisées par le photographe, dont 685 prises de vues et scans d'objets du musée. 392 objets du musée et les illustrations de 11 ouvrages anciens ont été photographiés. La totalité des affiches des expositions du musée depuis 1943 ont été photographiées.

Plusieurs reportages sur le musée et les événements qui s'y sont déroulés ont en outre été effectués : salles et bureaux du musée avant sa fermeture, locaux du centre de conservation et de ressources du musée à Dugny, déménagements des collections, événements et animations au sein du musée.

## LA BIBLIOTHÈQUE DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE DE ROCHEFORT

L'ensemble des ouvrages a fait l'objet d'un dépoussiérage en janvier par l'équipe du musée.

L'amplitude des journées de fréquentation de la bibliothèque de l'Ancienne École de médecine navale a été limitée en 2016, faute de moyens. La bibliothèque n'a accueilli que 25 personnes et seulement 251 documents ont été communiqués.

# L'OFFRE CULTURELLE

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



L'exposition *Dans les mailles du filet*, ouverte en octobre 2015, s'est poursuivie sur les six premiers mois de l'année 2016 à Paris

© Musée national de la Marine/S.Dondain

## LES EXPOSITIONS TEMPORAIRES

En 2016, le musée a inauguré sept nouveaux projets : expositions temporaires ou accrochages d'artistes contemporains sur ses six sites à Chaillot et dans les musées des ports.

Au palais de Chaillot, la programmation des expositions s'est axée autour de deux projets :

- › L'exposition *Dans les mailles du filet* inaugurée à l'automne 2015 et qui s'est poursuivie sur les six premiers mois de l'année 2016 dans les salles d'expositions au rez de jardin du musée dite Nemo-Nautilus.
- › Le projet *Le Musée, quelles histoires !* inauguré en décembre 2016 dont le parcours se déroule au sein des espaces de collections permanentes (treize escales intégrées au parcours habituel du visiteur et un accrochage de photographies œuvres et affiches présentées dans la salle d'exposition dite R2 située au sein des collections permanentes). Elle s'est terminée le 31 mars 2017, jour de fermeture du musée à Chaillot pour le lancement du grand projet de rénovation. Cette exposition singulière conçue sous la forme d'un accrochage dynamique est une invitation pour les visiteurs à se plonger dans l'histoire du musée, les histoires du musée depuis son installation au Palais de Chaillot en 1943.

Dans les musées des ports, la programmation des expositions a été particulièrement riche, et a permis au musée de s'associer à des événements majeurs en termes de communication tant au niveau local qu'au niveau national. Cette programmation s'est répartie sur les différents sites du musée :

### Au château de Brest :

- › L'ambitieux projet d'exposition *Brest, port de la Liberté, au temps de l'Indépendance américaine* ouvert au public le 10 juin 2016

et qui fermera ses portes au 30 avril 2017 a investi le château tant dans les espaces habituels d'expositions temporaires que dans les collections du château. Ce projet a permis au musée de s'associer aux fêtes internationales maritimes de Brest qui se sont déroulées en juillet 2016 ainsi qu'au 240<sup>e</sup> anniversaire de l'indépendance américaine.

### À Toulon :

- › *La Grande guerre en Méditerranée – 1914 – 1919 - Marins au combat !* inaugurée le 8 septembre 2015 s'est achevée le 14 juillet 2016. Cette exposition a inscrit le musée au cœur des commémorations liées au centenaire de la Première guerre. Elle a laissé place à l'exposition *Photographier le port - Toulon, 1845-2016* inaugurée le 11 octobre 2016 et qui prendra fin le 29 mai 2017.

### À Rochefort :

- › L'exposition *Touché coulé ! Un arsenal de bateaux-jouets* inaugurée le 15 avril 2015, dans les salles d'expositions temporaires de l'hôtel d'Amblimont s'est terminée le 31 décembre 2016.
- › Une exposition d'ethno fiction *Pacific 37-39* accueillie du 7 mars au 30 avril 2016 à l'École de médecine navale.
- › Deux œuvres d'artistes contemporains ont également été proposées au sein du parcours permanent :
- › - L'œuvre monumentale *Le Radeau* de Jean-Michel Charpentier dont l'inauguration a eu lieu le 28 mai 2016 et la présentation au public du 11 avril au 19 septembre 2016.
- › - *Le Radeau de la Méduse*, sculpture en hêtre de Clarisse Griffon du Bellay a été présentée du 20 mai 2016 jusqu'au 19 septembre 2016.

### À Port-Louis :

- › un accrochage de photographes autour de la plaisance, *Images de la Belle Plaisance* a été présentée du 4 juin 2016 au 31 décembre 2016.

## PARIS

### LA FIN DE L'EXPOSITION *DANS LES MAILLES DU FILET*

#### Du 7 octobre 2015 au 26 juin 2016

L'un des points forts de cette exposition est la variété des supports retenus pour en illustrer le propos : plus de 370 œuvres de nature diverse : maquettes, plans, œuvres d'art, livres et manuscrits, objets, photographies mais aussi une présence continue de l'image animée : 23 dispositifs audiovisuels (projections vidéo, diffusion sur écrans, tables tactiles, images d'archives, images spécifiquement créées pour l'exposition, film en motion design...) jalonnent le parcours et accompagnent le visiteur. Cette richesse se retrouve également dans un traitement scénographique (mise en scène, mise en lumière et graphisme) différencié et de qualité réalisé par la jeune et talentueuse équipe « Nicolas Groult- Sylvain Roca, Graphica et Ponctuelle ».

Cette exposition est la première depuis l'installation du musée de la Marine au Palais de Chaillot, à aborder cette thématique de la pêche, par ailleurs absente des collections permanentes du musée : donner une place à la dimension humaine de ces longues campagnes et rendre un hommage à ces marins de grande pêche, tel était aussi l'un des objectifs de ce projet

Celui-ci a également été l'opportunité pour le musée d'initier ou de prolonger une riche et fructueuse collaboration avec quatre institutions muséales de province : le musée de Bretagne – Les Champs libres- Rennes, le musée d'Histoire de Saint-Malo, le musée d'Art et d'Histoire de Granville et le musée d'Art et d'Histoire de Saint-Brieuc. Les deux premières parties de l'exposition à Paris sont en effet l'adaptation d'une exposition produite par le musée de Bretagne en deux





▲ > Exposition *Dans les mailles du filet*  
Jusqu'au 26 juin 2016  
© Musée national de la Marine/A.Fux

volets et présentées dans ces quatre lieux : *Terre-Neuve – Terre-Neuvas. L'aventure de la pêche morutière* et *Terre-Neuve – Terre-Neuvas. Le temps de l'absence*, du 19 octobre 2013 au 20 avril 2014 puis du 28 juin au 9 novembre 2014. Cette exposition avait de plus été reconnue d'intérêt national en 2014 par le ministère de la culture et de la communication.

*Dans les mailles* : bien plus qu'une adaptation, un prolongement du projet initial :

- Aborder l'histoire de la grande pêche au-delà des eaux de Terre-Neuve : jusque dans les eaux islandaises et du Groënland, permettant ainsi de se rapprocher de musées comme ceux de Dunkerque et de Fécamp, afin de mieux répondre aux attentes d'un public parisien.
- Se servir de cette histoire tragique de la pêche à la morue, et d'une espèce que l'on a « sacrifiée » pour aborder des questions d'actualité, celle de pêche durable et la gestion des mers. Ancrer le musée au cœur de l'actualité des sujets environnementaux par une exposition ouvrant quelques semaines avant la COP 21.

La troisième partie de l'exposition a donc relevé d'une démarche particulièrement novatrice pour le musée qui se reflète dans

les dispositifs mis en œuvre et le traitement scénographique retenu :

- La démarche : donner la parole aux différents acteurs de la pêche (pêcheurs, ONG, armateurs, scientifiques et halieutes, décideurs politiques), au travers d'interviews, entièrement réalisés par l'équipe du musée en une durée très courte de 6 mois (près de 15 interviews).
- Les modes de présentation :
- Un film d'animation en motion design.
- Des tables interactives avec vidéo projections laissant le visiteur s'imprégner du sujet, choisir les questions qui l'intéressent et l'intervenant qui lui donne sa vision / ses éléments de réponse à des questions clefs autour de la pêche aujourd'hui,
- Cette troisième partie se conclut par trois interviews de grands témoins (Gilles Bœuf, Erik Orsenna, Isabelle Autissier) sur une thématique plus générale, celle de la gestion des mers, qui pourrait être le début d'une nouvelle collection d'interviews du musée national de la Marine autour de cette thématique ou du principe de « grands témoins » sur des sujets liés aux thématiques du futur musée rénové.

Cette troisième partie consacrée aux enjeux environnementaux liés à l'océan et

ses ressources a permis de construire des partenariats inédits au musée de la Marine. Ainsi ONG, scientifiques, pêcheurs et représentants institutionnels se sont prêtés au jeu de l'interview pour exposer leurs points de vue parfois radicalement opposés sur le sujet brûlant de la pêche. Le magazine *Thalassa* a également fait la Une de son site en créant une page dédiée sur l'exposition *Dans les mailles du filet*. En moins de 24h plus de 35 000 internautes l'ont ainsi consultée. Cette exposition a été l'occasion pour le musée d'aborder des thématiques contemporaines en phase avec l'actualité et notamment en s'inscrivant dans le cadre de la COP21. Cette expérience riche en nouvelles rencontres ouvre la voie vers un musée résolument tourné vers l'avenir et de collaborations inédites dans le cadre du futur musée rénové. A noter également l'intégration, au sein du parcours, d'un espace destiné aux enfants ayant pour objectif de les sensibiliser aux notions de pêche durable par le biais de jeux simples et variés, intégralement conçus par le service culturel du musée : un plateau de jeu « la bonne pêche » sur le modèle du jeu de l'oie, un dispositif olfactif, un jeu des tailles.





Le musée quelles histoires !  
Du 7 décembre 2016 au 31 mars 2017  
© Musée national de la Marine/A.Fux



Le musée quelles histoires !  
Mannequin devant le modèle de l'Océan.  
Jean-Louis Moussempes, 1947 © Jean-Louis Moussempes

## LE MUSÉE, QUELLES HISTOIRES !

**Dates :** du 6 décembre 2016 au 31 mars 2017

**Lieu et superficie :** au sein du parcours permanent – salle R2 env. 100 m<sup>2</sup>

**Commissariat :** Florence Le Corre, conservatrice du patrimoine, chef du service recherche

**Réalisation et production audiovisuelle :** Philippe Schmidt, chef du service Multimédia

**Conception graphisme :** Pauline Gruffaz

**Conseil scénographique :** Gaëlle Seltzer

**Conception éclairage :** en interne

**Nombre d'œuvres :** 88 tirages photographiques + 21 affiches + 12 œuvres du MnM + 3 ouvrages de la bibliothèque MnM + 13 panneaux au sein des collections

**Prêteurs :** néant

**Budget :** 64 383,36 euros

L'exposition a porté un regard sur l'histoire du musée, ses histoires, depuis son installation au palais de Chaillot en 1943 au moyen de différents dispositifs rythmant le parcours des collections et l'espace d'exposition dit R2.

D'une part, treize grands panneaux répartis depuis l'accueil jusqu'à l'entrée de la salle R2, ont servi d'accroche et de signalétique. Ils ont présenté au public des photographies prises autrefois à côté des collections, dans un esprit d'« avant-après ». D'autre part, en salle R2, ont été réunis des photographies, des documents audiovisuels, des affiches d'anciennes expositions du musée et des objets acquis par le musée depuis 1943.

Les photographies ont été regroupées selon six thématiques. *Vous avez dit people* a présenté la visite de personnalités (ministres, artistes, écrivains de marine...) à l'occasion de grands événements (remise du trophée Jules Verne, d'épée d'académicien, inau-

gurations de grandes expositions, conférences) au musée national de la Marine.

*Dans les collections* a invité le visiteur à découvrir la diversité d'objets significatifs des nouvelles acquisitions du musée depuis 1943. L'espace *Avis de tempête* a mis en exergue le projet de déménagement du musée en 1996. Les recueils de témoignages de personnes ayant participé à la vie du musée à différents moments (ITW amiral Bellec, amiral Prud'homme, Marjolaine Mourot...) ont constitué un ensemble dynamique de cette section audiovisuelle.

Le musée a connu différents mouvements d'œuvres faisant partie de son histoire et de celle du palais de Chaillot. Quelques-uns ont été présentés dans *Grandes manœuvres* comme le retour des collections envoyées à Chambord, l'arrivée du canot de l'empereur à Chaillot, le déménagement des collections en 1948 pour l'installation de l'ONU, le réaménagement du musée dans les années 1980 avec le retour du canon du duc de Beaufort depuis Saint-Tropez et la nouvelle présentation de la Réale.

*Au travail !* a créé un focus sur les métiers du musée et leurs évolutions jusqu'à aujourd'hui. La *Galerie des directeurs* rend hommage aux dirigeants de l'institution. *A l'affiche !* revient sur les expositions marquantes organisées par le musée. L'exposition a été programmée pour accompagner le musée jusqu'à sa fermeture au public le 31 mars 2017. Elle a été l'occasion de se pencher sur l'histoire du musée au Palais de Chaillot (depuis 1943), en mettant en exergue les événements principaux qui s'y sont déroulés et les projets qui y ont été conduits. Cette installation a été aussi l'opportunité de valoriser le fonds d'archives photographiques du musée, constitué de plus de 160 000 documents et de saluer le travail des photographes présents au musée depuis 1943.

## DANS LES MUSÉES DU LITTORAL

### BREST : PORT DE LA LIBERTÉ, AU TEMPS DE L'INDÉPENDANCE AMÉRICAINE

**Dates :** du 10 juin au 30 avril 2017

**Lieu :** salles d'exposition du Château

**Commissariat :** Jean-Yves Besselièvre, administrateur du site de Brest du musée national de la Marine, Lénaïg L'Aot-Lombart, adjointe à l'administrateur, chargée de la médiation

**Conseils scientifiques :** Alain Boulaire, Olivier Corre, Marjolaine Mourot

**Conception graphisme :** Norwest Design

**Nombre d'œuvres :** plus de 100 œuvres, dont la plupart issues des collections du musée national de la Marine et de quatorze prêteurs (la plupart sur le territoire local)

**Principaux prêteurs :** quatorze prêteurs extérieurs :

- › Association des Amis du musée de la Marine
- › Archives départementales du Finistère
- › Archives municipales de Brest
- › Coll. Part Patrice Pellerin
- › École Navale Lanvéoc-Poulmic
- › Musée des beaux-arts de Brest
- › Musée de l'Armée, Paris
- › Musée franc-maçonnerie, Paris
- › Service historique de la Défense
- › Et des collectionneurs privés ayant souhaité conserver l'anonymat

**Budget de production :** 63 K€ TTC

**Contenu et points forts de l'exposition :** L'exposition a proposé un parcours, au sein des collections permanentes et des salles



Exposition Brest port de la Liberté au temps de l'Indépendance américaine  
Du 10 juin 2016 au 30 avril 2017  
© Musée national de la Marine



d'exposition temporaires du château, en intérieur et en extérieur, une découverte de la ville-port et du rôle majeur de Brest dans la guerre d'Amérique à la fin du siècle des Lumières.

Ont ainsi été évoqués l'arsenal qui construisait et arme la flotte ; le port, par où transitent les troupes envoyées combattre aux côtés des *Insurgents*, mais aussi les navires affrontant la *Royal Navy* en Atlantique et dans les Caraïbes ; enfin la ville qui bruisse des idées nouvelles. Scènes de batailles, maquettes de navires tels *L'Hermione*, *La Bretagne* ou le *Bonhomme Richard*, l'épée de la Fayette ou du maréchal de Rochambeau, l'exposition s'est appuyée sur une centaine d'œuvres originales, issues principalement de la collection du musée national de la Marine mais aussi de prêts issus de collections nationales.

Cette exposition a été l'occasion pour le musée non seulement de prolonger et de renforcer ses contacts avec les réseaux d'institutions localement (service historique de la Défense de Brest, Musée des beaux-arts de Brest...) mais aussi de s'associer à un événement essentiel de la ville de Brest, les Fêtes internationales maritimes de Brest qui ont lieu en juillet 2016 et au 240<sup>e</sup> anniversaire de l'indépendance américaine.

Parmi les objets exposés, plusieurs étaient des pièces exceptionnelles deux épées de Lafayette, un mortier britannique capturé lors de la bataille de Yorktown (1781) mais également le bâton du comte de Rochambeau et trois de ses décorations, quatre objets jamais présentés au public jusqu'alors. Présentée lors des fêtes maritimes Brest 2016, l'exposition a permis au musée d'y prendre toute sa place et d'accueillir ainsi près de 16 000 visiteurs, record de fréquentation pour un mois de juillet depuis l'ouverture du musée.

### PORT-LOUIS : IMAGES DE LA BELLE PLAISANCE

**Dates :** du 4 juin 2016 au 31 décembre 2016

**Lieu et superficie :** musée national de la Marine – Port-Louis – salle d'interprétation

**Commissariat :** ne Belaud-de Saulce, administratrice du site de Port-Louis du musée de la Marine

**Conception graphisme :** Pauline Gruffaz

**Nombre d'œuvres :** tirages photographiques de François Berland (tirages), Marie-Annie Gouret-Puillandre et Alain Milbeo et quelques objets

**Prêteurs :** prêteurs particuliers

**Budget :** 8 000 €TTC

**Contenu – Points forts de l'exposition :**

A l'occasion de la régata « *Les Voiles de la Citadelle* », le musée de la Marine à Port-Louis a souhaité présenter un ensemble de photographies contemporaines consacrées aux yachts classiques amarrés dans le port de la ville. Ce projet, a également permis de prendre connaissance du regard de trois artistes photographes contemporains et d'ancrer la Citadelle au cœur de l'actualité locale, faisant du musée de la Marine à Port-Louis un acteur culturel local incontournable.

Au port de la Pointe à Port-Louis, les dix-huit magnifiques yachts amarrés au ponton constituent le Pôle course classique de Bretagne sud. Ainsi, chaque année depuis 2010, le premier weekend de juin, une quarantaine de yachts classiques de Manche et d'Atlantique s'affrontent devant Port-Louis à l'occasion des Voiles de la Citadelle. Pour permettre à ces voiliers de formes et de tailles différentes de concourir ensemble en ménageant les chances de chacun, un handicap est attribué à chaque unité. L'exposition au sein de la citadelle de Port-Louis, a proposé

des photographies inédites de ces voiliers, prestigieux ambassadeurs de la navigation de plaisance, qui s'articulaient autour de deux moments : les régates qui attirent des voiliers prestigieux comme Pen Duick (le premier bateau d'Eric Tabarly) et le chantier naval, lieu de passage obligé pour l'entretien des bateaux classiques. Une vidéo consacrée aux *Voiles de la Citadelle* et quelques trophées anciens complétaient l'accrochage.

### ROCHEFORT : TOUCHÉ-COULÉ ! @ UN ARSENAL DE BATEAUX JOUETS

**Dates :** du 14 avril 2015 au 31 décembre 2016

**Lieu :** musée national de la Marine – Rochefort – Salles d'exposition du musée de Rochefort – Hôtel d'Amblimont

**Commissariat :** Cristina Baron et Denis Roland

Denis Roland, attaché de conservation – musée national de la Marine à Rochefort

**Graphisme exposition :** Laëtitia Loas-Orsel, Mamma Mía Design

**Œuvres :** 40 œuvres issues en majorité de la collection du MnM (les bateaux jouets)

**Principaux prêteurs :** hors collections du musée national de la Marine : quatre prêteurs extérieurs / collections privées.

**Budget :** 6 750 €TTC

**Contenu et points forts de l'exposition :**

L'exposition *Les bateaux jouets* a été l'occasion pour le musée d'exposer ses propres collections sur trois de ses sites entre 2014 et 2016 (Brest, Toulon puis Rochefort) en adaptant l'exposition présentée au musée à Chaillot en 2007, *Bateaux jouets 1850-1950*. Cette manifestation, à grand succès, avait donné à voir à Paris les œuvres acquises récemment par le musée et faisant du musée

## À l'occasion du bicentenaire du naufrage du radeau de la Méduse, deux installations d'artistes ont pris place au cœur du parcours des collections permanentes du musée à Rochefort

> Reconstitution du radeau de la Méduse  
Musée national de la Marine, Rochefort  
© Musée national de la Marine/G. Lazenec

l'institution qui conserve aujourd'hui la plus riche collection de bateaux jouets.

Les deux adaptations qui en ont été faites en 2014 à Brest et Toulon puis à partir d'avril 2015 à Rochefort, outre la mise en valeur de cette collection singulière et unique du musée en province, ont permis d'ancrer localement chacun des quais : Brest : *des voiliers aux embruns* ; Toulon : *le bateau « gris »*, Rochefort : *un arsenal de bateaux jouets*. Cette collection unique témoigne de l'histoire de la fabrication artisanale et industrielle du jouet. Ces objets de luxe, parfois réalisés en un exemplaire unique ou jouets plus « démocratiques » fabriqués à grande échelle, révèlent l'intérêt croissant accordé à l'enfant, à ses jeux et à son éducation.

Les expositions à Toulon et Rochefort se sont concentrées sur les bateaux-jouets en lien avec la Marine militaire. Les jeux et documents présentés dans ces deux expositions livrent une image parfois troublante de la guerre, vécue comme un jeu, hier comme aujourd'hui. Objets de propagande, supports de loisir captivants ouvrant sur l'aventure et messagers incontournables de la culture maritime, ces jouets posent la question de leur vertu éducative, entre technique et patriotisme. En dépit des liens parfois ténus qu'ils entretiennent avec la réalité de la Marine, ces bateaux-jouets forment un étonnant prolongement des navires produits et entretenus au même moment dans les grands arsenaux français, dont Rochefort fait alors partie. Entre rêve et pédagogie, cet arsenal de bateaux-jouets ouvre toutes les portes d'un imaginaire inépuisable.

À l'occasion du bicentenaire du naufrage du radeau de la méduse, deux installations d'artistes ont pris place au cœur du parcours de collections permanentes du musée afin d'apporter un regard nouveau et différent sur cette thématique traitée par ailleurs au sein des collections, et par des visites théâtralisées autour de la réplique à échelle 1 du radeau de la Méduse, situé dans la cour de l'hôtel de Cheusses.

### INSTALLATION DE L'ŒUVRE MONUMENTALE LE RADEAU

**Dates** : du 11 avril 2016 au 19 septembre 2016

**Lieu et superficie** : musée national de la Marine – Rochefort – salle des grands modèles à Cheusses

**Commissariat** : Denis Roland, attaché de conservation – musée national de la Marine à Rochefort

**Nombre d'œuvres** : 1

**Prêteur et artiste invité** : Jean-Michel Charpentier

**Budget** : 1 200 €TTC

#### Contenu et points forts de l'exposition :

Au sein de son parcours permanent, le Musée a accueilli l'œuvre monumentale *Le Radeau* que Jean-Michel Charpentier a consacrée au radeau de la Méduse. Cette huile sur toile aux dimensions mêmes du radeau (20 x 7 m) aborde l'actualité du drame, 200 ans après.

Jean-Michel Charpentier, peintre et professeur d'arts plastiques, réalise entre 2004 et 2008 un projet aux dimensions singulières, inspiré par les récits des survivants du radeau de la Méduse. Il y inscrit avec précision la force du langage des corps souffrants, la violence des relations humaines et la puissance sensible d'un drame toujours renouvelé. Pour le musée de la Marine, soucieux de faire revivre à Rochefort la mémoire d'un naufrage profondément ancré dans l'histoire locale, le travail de Jean-Michel Charpentier livre une clé de la capacité de cette histoire à capter toutes les attentions : elle n'a jamais cessé de fasciner les artistes et Géricault a ouvert une porte dans laquelle ils s'engouffrent depuis deux siècles pour livrer leur propre interprétation de ce moment universel. Exposé en 2010 au musée des Beaux-arts de Bordeaux, l'œuvre, composée de 23 toiles assemblées, trouve à Rochefort une nouvelle force, tout proche de la réplique du radeau installée dans la cour.

La salle des grands modèles est la seule qui puisse accueillir le Radeau de Jean-Michel

Charpentier. Nous avons fait le choix de le dévoiler par morceaux, en accrochant chaque semaine 3 des 23 châssis qui le composent. Ce dévoilement progressif est à la fois un jeu et une tension supplémentaire, en écho aux thèmes du tableau. Pendant plus d'un mois, c'est un peu comme si l'artiste peignait une fresque devant les visiteurs, recouvrant peu à peu tout le mur.

### EXPOSITION LA MÉDUSE, UNE AFFAIRE D'ARTISTE

**Dates** : du 20 mai 2016 au 19 septembre 2016

**Lieu et superficie** : musée national de la Marine – Rochefort – salle du Plongeur à Cheusses

**Nombre d'œuvres** : 18 sculptures et un support en trois parties

**Prêteur et artiste invitée** : Clarisse Griffon du Bellay

**Commissariat** : Denis Roland, attaché de conservation – musée national de la Marine à Rochefort,

**Budget** : 4 000 €TTC

#### Contenu – Points forts de l'exposition :

En parallèle du regard de Jean-Michel Charpentier sur le radeau de la Méduse, a été présenté au public celui de Clarisse Griffon du Bellay, artiste née en 1981.

Formée à la taille directe de bois aux Ateliers Beaux-Arts de la Ville de Paris entre 2006 et 2009, cette artiste expose régulièrement depuis 2010 en France. Elle a été lauréate du Prix Georges Coulon de l'Institut de France en 2010 et membre artiste à la Casa de Velázquez à Madrid en 2013-2014.

Son regard sur le radeau de la Méduse au travers d'une série de sculptures :

« Je suis l'arrière-arrière-arrière petite-fille d'un des survivants du Radeau de la Méduse. Mon ancêtre n'a fait des enfants qu'à son retour du radeau. Toute ma famille descend de là, de ce choix qu'il a fait de la survie. Point extrême-





< Exposition *La Grande guerre en Méditerranée, 1914-1919*  
*Marins au combat !*  
 Monge, sous-marin (1908-1915)  
 Toulon  
 © Musée national de la Marine  
 © Droits Réservés

ment fragile de l'existence, point de bascule. Avec mon travail de sculpture est née l'inconcevable nécessité d'exhumer de moi cette histoire. Tailler, donner du corps aux choses, en leur donnant du temps, de la densité, du poids. Prendre la mesure de l'impensable choix auquel je dois ma vie.

J'ai commencé par tailler mon propre Radeau de la Méduse. C'est dans la puissance de ma résistance à commencer ce travail que j'ai pu sentir la transmission muette, directe, d'un être à un autre jusqu'à moi. J'ai poursuivi avec une recherche sur le cannibalisme pour les sculptures des Peaux et des Hommes-viande. Entrevoir la perturbante complexité des questionnements que ces actes suscitent sur la condition humaine. Vertige de sentir qu'on tire son sang de là, qu'on est fait de ça, qu'on l'aurait fait aussi. Qu'est ce qu'on transmet ?

J'ai reçu cette histoire dans sa brutalité et dans sa relation au corps et à l'autre sans concession. J'en restitue la résonance intime dans ma sculpture, et déconstruis le tabou. »

## INSTALLATION EXPOSITION PACIFIC 37-39

**Dates** : du 7 mars au 30 avril 2016

**Lieu** : École de médecine navale

**Budget** : 500 €TTC en location

Exposition en location : prêt des objets et des éléments de scénographie par l'Association Graines d'expression

Le musée a accueilli une exposition clef en main dans les salles de l'École de médecine navale composée d'une scénographie légère conçue par l'agence In site – Agnès Badiche. Cette exposition conçue par l'artiste plasticienne Anne Sarazin et l'écrivain-historien Olivier Lebleu a permis une exploration ethnologique fictive menant à la découverte d'un « peuple premier » et de son environnement et a donné lieu à des ateliers divers.

L'objectif du projet était de mener une réflexion sur la notion d'imposture dans l'art et la culture au travers d'une histoire de fiction présentée comme réelle.

## TOULON : LA GRANDE GUERRE EN MÉDITERRANÉE 1914 – 1919 – MARINS AU COMBAT !

**Dates** : du 9 septembre 2015 au 8 mai 2016  
 – Prolongation jusqu'au 14 juillet 2016

**Lieu et superficie** : musée national de la Marine – Toulon – Salle d'exposition temporaire

**Commissariat** : Cristina Baron, administratrice du musée national de la Marine à Toulon  
 Carole Graez, conservatrice du patrimoine au Service historique de la Défense à Toulon  
 Laurent Pavlidis, docteur en histoire, directeur du musée d'histoire maritime de Saint-Tropez

**Conception Graphisme** : Valérie Bourgeois

**Nombre d'œuvres** : 185 œuvres dont une vingtaine du MnM

**Prêteurs** : 15 (France) dont 6 institutions et 9 prêteurs particuliers :

- Direction du service du commissariat des Armées
- Mairie de Saint-Tropez et musée d'histoire maritime de Saint-Tropez
- Paroisse de Saint-Tropez
- Service historique de la défense-Toulon
- Service logistique de la Marine - conservatoire de la tenue
- Musée Ciotaden
- et les collections privées

**Budget de production** : 8982.56 €TTC

**Contenu et points forts de l'exposition** : L'exposition a été conçue par le musée en association avec la Ville de Saint-Tropez et le Service historique de la défense, à l'occasion du centenaire de la Première guerre mondiale. Une première exposition *Marine en Méditerranée durant la 1<sup>ère</sup> Guerre mondiale*

a été présentée pendant un mois, du 23 mai au 18 juin 2015, à Saint-Tropez.

L'exposition ré-intitulée *La grande guerre en Méditerranée 1914-1919 - Marins au combat !* consacrée aux marines de guerre et marchande en Méditerranée durant la Première Guerre mondiale, a pris le relais à partir du 9 septembre au musée de la Marine à Toulon. Le rôle joué par la Marine à cette période est bien moins connu que celui joué par l'Armée de terre. Les batailles sur mer ont été moins nombreuses et le quotidien des marins semblait moins difficile que celui des hommes dans les tranchées. Pourtant, la maîtrise des mers a été un enjeu crucial pour la France et l'Angleterre. Ainsi, l'exposition retrace les stratégies envisagées, la réalité des opérations sur mer, mais également le quotidien de ces marins.

Pédagogique, l'exposition a présenté les grandes dates qui ont marqué le conflit afin d'y superposer les actions menées par la Marine. Elle a restitué les espaces géographiques et stratégiques autour de la Méditerranée, mer à la fois fermée et ouverte sur le monde.

La multiplicité des supports - journaux, manuscrits, rôles des équipages, documents officiels ou « Secret Défense », maquettes, photographies, tableaux, affiches ou uniformes – qui ont été réunis de manière exceptionnelle ont permis d'appréhender le quotidien teinté de peur et d'héroïsme des marins au combat en Méditerranée. Au-delà de la mise en lumière du rôle de la Marine dans la Première Guerre mondiale, l'exposition a rendu hommage, cent ans après, à tous ces marins courageux, parmi lesquels se trouvaient de nombreux Toulonnais.

Le traitement graphique et scénographique de l'exposition en a soutenu le propos. Une attention particulière a été portée à la création d'éléments de contexte placés au cœur du parcours afin de permettre au public de se repérer dans le temps et l'espace : frise chronologique rythmant la visite, nombreuses cartes accompagnant le public dans la localisation des événements.



< Exposition *Photographier le port. Toulon, 1845-2016*  
*Pesage de la fusée*  
 Anonyme, Vers 1916, Toulon, Collection du musée national de la Marine, © Musée national de la Marine/A. Fux/DR

< Exposition *Photographier le port. Toulon, 1845-2016*  
*L'arsenal 2016*  
 Caroline Lamotte, 2016, © Caroline Lamotte

L'exposition a été la première manifestation organisée par le musée lui permettant de s'inscrire dans le cadre des commémorations liées au centenaire de la première guerre mondiale. Elle a été l'occasion de programmer un cycle de conférences autour de ce sujet co-organisé avec le SHD et de l'Association des Amis du musée de la Marine (AAMM) ; de tester de nouvelles médiations avec les « visites-familles » qui ont eu du succès avec une volonté affichée de transmettre cette mémoire dans un contexte trans-générationnel.

Par ailleurs, ce projet conçu à trois partenaires a permis au musée de renforcer ses liens avec le service historique de la défense et d'initier une première collaboration avec la ville de Saint-Tropez et son musée maritime. Cette exposition a de nouveau montré la volonté du musée à Toulon de se consacrer à des thématiques en lien avec la Méditerranée et avec des acteurs locaux essentiels augurant ainsi de l'élaboration à venir de son programme scientifique et culturel.

## PHOTOGRAPHIER LE PORT – TOULON, 1845-2016

**Dates** : du 12 octobre 2016 au 29 mai 2017

**Lieu et superficie** : musée national de la Marine – Toulon – Salle d'exposition temporaire 200m<sup>2</sup>

**Commissariat** : Cristina Baron, administratrice du site de Toulon du musée national de la Marine, conservatrice adjointe, Angelina Meslem, responsable de la collection de photographies au musée national de la Marine

**Conseillers scientifiques** : Bernard Cros et Michel André-Fernbach

**Conception Graphisme** : Laëtitia Loas-Orsel, Mamma Mia Design

**Nombre d'œuvres** : environ 350 numéros (230 photographies, 70 cartes postales et autres objets ou documents)

**Prêteurs** : 9 prêteurs (institutions ou

associations) dont 5 prêteurs particuliers :

- Société des Amis du Vieux Toulon et de sa région,
- Service historique de la Défense à Toulon,
- Hôtel des Arts - Centre d'art du département du Var,
- Musée français de la Photographie / Conseil départemental de l'Essonne,
- et des collections privées dont Michel André-Fernbach, Michel Aris-Tavitian, collection Sira, Michel Augier, René Freze, Jean-Pierre L.

**Budget de production** : 29 K€ TTC

**Contenu et points forts de l'exposition** :

Cette exposition a invité le visiteur à explorer, grâce à différentes collections, l'évolution du paysage toulonnais à travers des lieux emblématiques que sont la rade, l'arsenal et le port, de l'invention de la photographie à nos jours.

Depuis toujours, la ville de Toulon est inscrite dans un espace géographique exceptionnel, enclavée entre mer et montagne et marquée par sa fonction militaire. Le parcours chronologique de l'exposition permet de comprendre l'emprise de l'arsenal sur la ville, l'ampleur des aménagements portuaires au début du XX<sup>e</sup> siècle puis celle des reconstructions consécutives aux bombardements de la Seconde Guerre mondiale.

Le parcours de l'exposition se déroulait en trois temps, selon un parcours chronologique. La première partie présentait Toulon à travers la construction de son image touristique grâce au travail de photographes parisiens ainsi que ceux de Marius Bar et d'Alexandre Bougault, figures locales emblématiques. Elle révélait quelques vues inédites produites par des amateurs ou des militaires photographes dont la seule vue connue à ce jour de bagnards à Toulon. L'exposition s'arrêtait également sur la porte monumentale de l'arsenal qui fut déplacée en 1976 et devint l'entrée du musée de la Marine.

Consacrée au port du XX<sup>e</sup> siècle, la partie centrale de l'exposition dévoilait des temps

douloureux pour la ville et l'arsenal : l'Affaire des Poudres avec l'explosion du *Iéna* puis du *Liberté*, la production militaire lors de l'effort de guerre (1914-1918) et les stigmates des bombardements (1939-1945).

Enfin, la troisième partie était consacrée à la vision contemporaine du port à travers l'objectif de deux photographes : Jacqueline Salmon – photographe plasticienne – et Caroline Lamotte – photographe de la Cephismer.

L'un des points forts de cette exposition est d'avoir retrouvé et réuni un ensemble de photographies exceptionnelles de différentes époques et jamais vues autour de l'histoire de la ville-port de Toulon.

Elle a notamment permis d'identifier des collections privées de grande valeur pour la connaissance du port et de l'arsenal qui pourraient, par la suite, faire l'objet d'acquisition.

## LA PROGRAMMATION CULTURELLE

Lieu de conservation mais aussi de transmission, le musée de la Marine veut faciliter la rencontre entre l'œuvre et le visiteur. Proposant des clés d'interprétation adaptées à chacun, qu'il soit adulte ou jeune, valide ou handicapé, en famille ou en groupe..., la médiation culturelle permet de sensibiliser tous les publics au fait maritime. Ainsi, la programmation a pour objectif d'inciter les visiteurs à découvrir la richesse des collections mais aussi l'actualité des expositions. Pour sensibiliser le public à ces thématiques tant historiques qu'artistiques et scientifiques, l'offre comprend des conférences en auditorium et des projections, des visites commentées et des ateliers, un audioguide, des parcours-jeux, etc.

La programmation et l'élaboration des contenus des activités sont assurées par les équipes chargées de la médiation, à Paris et dans les musées du littoral.

Cette année, le musée a reçu au total **77** groupes d'adultes sur les collections permanentes dont **28** groupes en visites libres et **49** en visites commentées.

## L'OFFRE CULTURELLE DANS LES COLLECTIONS PERMANENTES

### Pour les adultes Paris

#### Visites commentées

Cette année, le musée a reçu au total 77 groupes d'adultes sur les collections permanentes dont 28 groupes en visites libres (sans conférencier) et 49 en visites commentées. Pour ce qui est des visites commentées dans les collections, la variété des thématiques a pour but d'inviter de manière large à une découverte du fait maritime français et européen du XVII<sup>e</sup> siècle à la période contemporaine. Cependant, le thème plébiscité une fois de plus, est la visite générale Trésors du musée de la Marine qui propose un parcours autour d'une vingtaine d'œuvres emblématiques des collections ou de l'histoire de la Marine.

En complément des conférenciers agréés qui assurent les visites programmées par le musée, certains guides conférenciers indépendants interviennent ponctuellement dans les collections avec leurs propres groupes, sachant que leurs visites au musée de la Marine se dirigent plutôt habituellement vers les expositions temporaires. 10 visites des collections ont été ainsi réservées.

#### 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. 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, ita-

lien, allemand. Pour les personnes malentendantes, il est équipé d'une boucle magnétique. A Paris, des audiophones ont été proposés à tous les groupes ayant réservé une visite guidée.

#### Conférences-projection en auditorium

En 2016, le musée a programmé 5 conférences, de février à décembre autour de différentes thématiques :

- l'actualité de la recherche et le cycle « Des bateaux et des hommes » (Fécamp et les Terre-Neuvas ; L'épave de *La Lune* : dernières découvertes en archéologie sous-marine)
  - la semaine du goût (La nourriture à bord d'hier à aujourd'hui ; Le goût de la mer, une histoire de la consommation des produits marins)
  - les courses au large et architecture navale
- Ces conférences ont rassemblé 145 auditeurs.

#### Brest

##### Visites commentées groupes

Cette année, le musée a reçu au total 145 groupes d'adultes (contre 107 en 2015) dont 45 en visite commentée. Déclinées en deux thématiques, la Marine des Lumières ou la Marine contemporaine, ces visites proposent une découverte combinée du site et des collections.

##### Visites estivales : l'attrait pour les sous-terrains

En 2016, une nouvelle formule de visite estivale intitulée *Des souterrains aux sous-marins* proposait la découverte de casemates, inaccessibles dans le parcours permanent. Ce « bonus » à la visite classique a permis de doubler la fréquentation des visites estivales

avec 826 visiteurs (contre 475 en 2015). Par ailleurs, les nocturnes, proposant également pour la première fois la découverte des souterrains, ont connu une forte augmentation avec 178 visiteurs en 2016 contre 70 en 2015 (+250 %).

#### Audioguide : une sixième langue proposée

Découvrir les œuvres majeures du musée, comprendre leur portée historique, artistique ou scientifique, telle est la vocation de ce parcours au sein des collections. Adapté aux adultes comme aux jeunes à partir de 7 ans, et enrichi régulièrement, il invite le visiteur à mieux observer l'architecture du site, les panoramas offerts depuis les remparts et les œuvres du musée, tableaux, maquettes et instruments de navigation. En 2016, le néerlandais est venu enrichir la déclinaison des langues proposées (français, anglais, allemand, espagnol et italien).

#### Conférences

Cycle de conférences organisé avec l'AAMM Le musée a organisé pour la deuxième année un cycle de conférences en partenariat avec l'Association des amis du musée de la Marine, dans l'esprit des rencontres proposées aux musées de Toulon, Port-Louis et Paris. Cinq rendez-vous ont été programmés les mardis en basse saison. Le premier rendez-vous a été consacré à *L'île d'Yeu face à la guerre sous-marine – 1917* et le second aux *Oubliés de l'île Saint-Paul - Archipel des Kerguelen* tandis que les trois derniers entraient dans un cycle sur la guerre d'Indépendance américaine, en lien avec l'exposition temporaire. Ces conférences ont attiré 158 personnes.



© Musée national de la Marine



© Musée national de la Marine

#### Les Rendez-vous maritimes

Par ailleurs, le musée participe au cycle de conférences *Les Rendez-vous maritimes*, organisé en partenariat avec le réseau des bibliothèques de Brest et le Service Historique de la Défense. Les 6 conférences - *Brest, port de la Liberté, Le réseau d'évasion Shelburn, Les menhirs sous-marins, La participation de la Marine française aux Dardanelles, Les nouveaux visages du port de Brest* et *Brest en chansons* - ont attiré près de 600 personnes.

#### Concerts

De Vivaldi à Mozart, les musiciens du Pôle instrumental de la Marine ont proposé un voyage musical au cœur des collections du musée, entre classique et baroque. Les deux concerts ont attiré 166 visiteurs.

#### Port-Louis

##### Visites commentées

Tout au long de l'année, le musée propose la visite guidée *La citadelle insolite* qui se déroule sur les remparts et dans des lieux habituellement fermés au public. Cette visite, assurée par les médiateurs du musée, est proposée plusieurs fois par semaine durant les vacances scolaires. Pendant une heure, les visiteurs plongent dans les 400 ans d'histoire de la citadelle. Une version plus courte (30 minutes), intitulée *Citadelle secrète* a également été proposée durant les vacances de fin d'année.

Cette année, une visite flash d'une durée de 30 minutes sur le sauvetage en mer était également programmée, une fois par semaine durant les vacances scolaires. Contrairement à la visite des remparts, cette visite thématique a eu plus de difficultés à trouver son public.

Notons également que le Service d'anima-

tion du Patrimoine de la Ville de Lorient propose des visites générales sur la citadelle et ses musées les dimanches à 15h et tous les jours durant l'été, ainsi que des visites du musée de la Compagnie des Indes. Près de 2 449 visiteurs ont suivi les visites programmées par le musée et par le Service d'animation du Patrimoine de la Ville de Lorient.

#### Conférences

Le 1<sup>er</sup> jeudi de chaque mois, le musée organise avec l'aide de l'Association des amis du musée de la Marine (AAMM) des cycles de conférences sur le thème de la mer. Programmées à la médiathèque de Port-Louis, les conférences 2016 ont réuni 202 auditeurs

#### Événements

Plusieurs spectacles, en accès gratuit, ont eu lieu à la citadelle. La compagnie invitée dans le cadre du festival *Avis de temps fort*, consacré aux arts de la rue, a réuni 350 personnes en soirée. Le musée a également participé, sur deux dates, au festival de contes *Les Pierres Parlent* (50 personnes).

174 personnes ont assisté au concert du Brass Band de Lorient programmé à l'occasion de la Fête de la musique. Des balades contées ont aussi été proposées une fois par semaine durant les vacances estivales et peu suivies (53 personnes).

Enfin, le musée a participé pour la première fois à la manifestation nationale *La Semaine Bleue*, qui a pour vocation de renforcer les liens intergénérationnels. Cet événement, organisé en intercommunal (Port-Louis, Riantec, Locmiquélic et Gâvres), est pour le musée l'occasion de se faire connaître auprès des acteurs du territoire.

#### Rochefort

##### Le musée national de la Marine de Rochefort

Le musée poursuit la mise en œuvre de sa programmation culturelle en l'articulant autour de trois axes : ancrer le musée dans son territoire, ouvrir ses thématiques à tous les modes d'expression et supprimer l'image poussiéreuse et compassée du musée.

##### Programmation autour du bicentenaire du naufrage de la Méduse

En 2016, le musée a choisi de se consacrer à la commémoration du bicentenaire du naufrage de la *Méduse*. Depuis 2014, la réplique à échelle 1 du plus célèbre radeau de l'histoire est installée dans la cour du musée et offre une scène particulièrement efficace pour transmettre la mémoire d'un événement national autant que local.

#### Événements

De mai à septembre, le musée a invité deux artistes contemporains, Clarisse Griffon du Bellay et Jean-Michel Charpentier, à explorer chacun les thèmes du drame.

Trois fois par an, le musée propose dans son parcours permanent une sélection des documents issus du riche fonds d'archives du service historique de la Défense à Rochefort. Des pièces majeures du naufrage de la *Méduse* ont été présentées, de mai à septembre 2016.

##### Visites commentées

Plusieurs types de visites ont été programmés tout au long de l'été. Le musée a proposé des visites flashs de 30 minutes sur la réplique du radeau, des visites théâtralisées *La cantinière* et *le pacha* mises en scène également sur la réplique.

À l'occasion de ce bicentenaire, une collabo-

ration inédite avec la Ville de Rochefort s'est mise en place au travers du parcours inter-musées entre le musée et le musée d'art et d'histoire Hèbre de St Clément.

#### Concerts et spectacles

Le musée a participé au festival de musique *En accords* en accueillant un concert sur la réplique du radeau, devenue le temps d'un soir une scène insolite. La réplique s'est transformée également pour un temps en machine à raconter avec la programmation mensuelle, de mai à octobre, de contes de la mer *Ré si sur le raz-d'eau*.

#### Autres évènements

Le *Shdandart*, frégate de Pierre le Grand Rochefort a accueilli, de juin à juillet, la réplique d'un navire de guerre construit en Russie en 1703. La Communauté d'agglomération Rochefort Océan, à l'initiative du projet, a sollicité le musée pour fournir des contenus scientifiques et participer à l'accueil du public, en collaboration avec la Corderie royale et la ville de Rochefort. Le musée apparaît comme un acteur du territoire, capable de travailler en réseau sur des projets.

#### Roch'fort en bulles

Le musée est partenaire depuis toujours du festival de BD de Rochefort, et a accueilli des auteurs en dédicaces et une présentation de travaux d'auteurs.

#### Visites groupes

38 groupes sont venus au musée, soit 1 433 adultes, toutes catégories confondues. Le musée voit son nombre de groupes adultes stagner depuis quelques années, ce qui laisse à penser qu'il est nécessaire de renouveler l'offre auprès de ces publics. Les groupes « handicap » et « social » sont très peu demandeurs de nos prestations.

#### L'école de médecine navale de Rochefort

##### Visites groupes

32 groupes sont venus à l'École, soit 901 adultes, toutes catégories confondues. Le nombre de groupes adultes semble stagner depuis quelques années, ce qui laisse à penser qu'il est nécessaire de renouveler l'offre auprès de ces publics. Les groupes « handicap » et « social » sont très peu demandeurs de nos prestations, du fait de l'agencement du bâtiment et de la nature des collections.

#### Évènement

À l'occasion du bicentenaire du naufrage du radeau de la *Méduse*, et en lien avec la programmation culturelle dédiée à cet anniversaire, l'École de médecine a proposé une promenade musicale *Je voudrais pas*

*crever* en compagnie d'une accordéoniste et d'un percussionniste-guitariste. Une manifestation pour évoquer les années 1800-1820, celles du naufrage, et embarquer le public dans l'histoire avec émotion et sensibilité. Cet évènement musical a réuni 42 spectateurs.

#### Rencontres et conférences

Les causeries curieuses de Pierre Loti Une fois par mois, des amoureux de Pierre Loti se sont réunis autour d'un thème pour partager leur passion, leurs découvertes, leurs tocodes. Depuis la fermeture de la maison de Pierre Loti pour de longs travaux de rénovation, l'École de médecine navale est devenue un lieu incontournable de l'actualité lotienne.

#### Café musée

L'École de médecine navale a programmé un rendez-vous mensuel avec un intervenant avec lequel le musée travaille. Ce n'est pas une conférence, mais un échange très informel avec nos partenaires, pour évoquer notre métier et notre actualité. 85 personnes ont assisté aux cafés musée.

#### Conférences

L'École a accueilli au cours de l'été trois conférences, les deux premières autour de Trafalgar. Sophie Muffat, historienne, a ainsi proposé un diptyque inédit autour de la mort des deux adversaires de Trafalgar en 1805 : Nelson et Villeneuve. La troisième conférence, par Frédéric Anquetil, historien, évoquait le débarquement des Anglais sur l'île d'Aix en 1757, l'un des épisodes les plus chauds des 350 ans d'histoire maritime de Rochefort.

Enfin, en partenariat avec l'Association des Amis du musée de la Marine et l'association Tourville, une conférence a été programmée autour du *Jean Bart, reconstruction d'un vaisseau de 1<sup>er</sup> rang*.

#### Les rendez-vous du Centenaire

Le musée a participé aux actions de commémorations du Centenaire de la Première Guerre mondiale en proposant, en collaboration avec l'Association des Amis du Musée de la Marine de faire le point sur le rôle de la Marine durant le conflit avec deux conférences : *La bataille du Jutland* par le vice-amiral Jean-Marc Brûlé et *La Marine française et la Manche durant la Première Guerre mondiale* par Patrick Villiers, professeur émérite en histoire moderne.

#### CERMA : Rochefort, 350 ans d'une histoire maritime renouvelée

Le musée est partenaire du Centre d'étu-

### NUIT EUROPÉENNE DES MUSÉES / JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE

Près de 22 500 visiteurs ont été accueillis en ces occasions par le musée national de la Marine.

À Paris, la musique a rythmé la Nuit européenne des musées avec des concerts toute la soirée. Des étudiants de l'École nationale de techniques avancées (ENSTA ParisTech) et des membres de l'Association des Amis du musée de la Marine (AAMM) ont fait découvrir les chefs-d'œuvre des collections du musée. À l'occasion des Journées européennes du patrimoine, une visite guidée exceptionnelle *Les mystères du Palais de Chaillot* organisée par le musée et les trois autres institutions de la colline de Chaillot a rencontré un très vif succès. Cette visite a permis de découvrir ce remarquable bâtiment abritant le musée de l'Homme, le musée de la Marine, le théâtre national de Chaillot et la Cité de l'architecture et du patrimoine afin de saisir l'histoire commune et l'unité architecturale de ces grands établissements. Enfin, au travers de la thématique *Patrimoine et citoyenneté*, le musée s'est associé avec la Marine nationale et l'Office national des anciens combattants (ONAC) et des victimes de la guerre (ONACVG) pour une immersion dans les missions de la Marine nationale et faire découvrir comment les valeurs de solidarité, d'esprit d'équipage et d'engagement incarnent le patrimoine maritime.

À Port-Louis, les visites des remparts organisées gratuitement toute les demi-heures entre 11h00 et 17h00 aux Journées européennes du patrimoine ont une nouvelle fois été appréciées d'un large public (30 à 50 personnes à chaque visite). Pour renforcer les liens avec la ville de Port-Louis, une visite citadelle/ville a été proposée 2 fois le dimanche lors de ces journées patrimoniales. La 1<sup>ère</sup> visite fut réalisée par un médiateur du musée, la seconde par un membre du CAH (Centre d'Animation Historique de Port-Louis).





© Lola Ertel/Mairie de Paris

des rochefortaises maritimes et a accueilli à l'École de médecine navale l'une des cinq interventions du cycle de 2016, à savoir « Sous-traiter des navires de guerre à des entrepreneurs ? Le cas de Rochefort au XVIII<sup>e</sup> siècle » par David Plouviez.

#### Toulon

##### Visites commentées groupes

En 2016, le musée a accueilli 89 groupes soit 2 146 adultes, dont 23 groupes en visites commentées (436 adultes). Les groupes adultes plébiscitent à 82% la visite libre du musée et sont venus majoritairement sur les mois de mai, juin et septembre 2016.

##### Visites estivales

Des visites commentées *Histoire, histoires* sur les collections permanentes, à travers la petite histoire, les faits surprenants et les anecdotes, ont été proposées aux visiteurs tous les jours. Mais elles n'ont pas rencontré un franc succès car 20 personnes seulement sont venues sur les deux mois.

#### Évènements

##### Conférences

Comme en 2015, le musée a programmé, au rythme d'une fois par mois, des conférences avec le concours de l'Association des Amis du musée de la Marine (AAMM). 622 personnes sont venues y assister.

##### Concerts

Le cycle d'animations musicales de la Musique des Équipages de la Flotte a été également proposé les deuxièmes mardis du mois et a attiré 597 personnes.

En outre, le musée a accueilli plusieurs

#### PARIS-PLAGES 2016

Du 20 juillet au 21 août 2016, le musée a participé à l'événement « Paris-Plages ». Un stand de 100 m<sup>2</sup> a été mis à disposition du musée au bassin de La Villette (19<sup>e</sup>). Pendant 33 jours, 19 volontaires du musée et 4 médiateurs stagiaires ont animé les lieux.

Cette expérience a permis d'expérimenter des activités hors-les-murs en prévision de la fermeture, de toucher un nouveau public, éloigné géographiquement et/ou de la pratique des musées, mais aussi de fédérer les équipes : le personnel du musée était impliqué et heureux de son expérience sur le terrain.

4 110 visiteurs sont venus dont 1 492 adultes et 2 618 enfants. Un partenariat avec la Direction des affaires scolaires a permis à 23 centres de loisirs parisiens (443 enfants) de bénéficier des activités *in situ*. 43 % ont prolongé par une visite au musée grâce à une mallette pédagogique spécialement créée.

Grâce à un partenariat avec le Louvre, le musée a vu sa notoriété accrue. 121 badges *Ohé matelot !* du musée de la Marine se sont présentés sur le stand du Louvre (242 entrées offertes) et 43 badges Louvre sur le stand du musée (86 entrées offertes). Sur les réseaux sociaux, l'annonce du partenariat a généré un pic de fréquentation.

Autre partenariat, celui avec L'Heure Joyeuse bibliothèque de la Ville de Paris. Trois conteurs sont venus sur le stand chaque mercredi. Plébiscité par les visiteurs, leur *kamishibai* ou petit théâtre d'images a permis au musée d'expérimenter un nouvel outil de médiation particulièrement adapté aux tout petits.

Les jeux ont rencontré un franc succès grâce aux médiateurs qui maîtrisaient les contenus et la forme. La bataille navale *Coup de Trafalgar*, adaptée pour l'occasion, a suscité l'engouement et attiré des fans. Le musée a ainsi renouvelé son image en étant perçu comme un lieu de vie où l'on peut s'amuser.

L'atelier *La Flottille* a connu un véritable succès : 600 bateaux créés à partir de bouteilles de plastiques récupérées. 20 % des créations ont été apportés par les visiteurs du stand et exposés au musée, soit 270 visiteurs (6,5 % du total des visiteurs du stand). Cette action de démocratisation culturelle peut être considérée comme réussie, la majorité ne connaissant pas ou très peu le musée.

272 personnes ont donné leur avis sur une borne mise à disposition sur le stand par la société Civiliz. 68 % des visiteurs ont pensé que le musée avait « certainement » sa place sur Paris-Plages et 20 % « sans doute ». 70 % des répondants n'avaient jamais visité le musée mais comptaient le faire après Paris-Plages.



© Musée national de la Marine/S.Dondain

En 2016, **861** jeunes visiteurs ont participé aux activités proposées par le musée sur les collections permanentes

concerts exceptionnels en 2016 : le concert de l'Orchestre des établissements maritimes européens, composé de 25 musiciens (93 auditeurs) ; le concert de Harpoë (67 auditeurs) et un concert dans le cadre du festival *Présences féminines* (47 auditeurs).

#### Pour les scolaires et les familles

##### Paris

##### Visites commentées scolaires

Près de 10 000 élèves (9 204 élèves / 412 groupes) sont venus en 2016 au musée. Ils étaient 348 groupes scolaires en 2015. On note donc une légère reprise après la brutale chute de fréquentation suite aux attentats de l'année passée. Depuis 10 ans, la proportion du public scolaire est en moyenne de 12 % du total des visiteurs du musée à Paris.

En 2016, les classes sont venues à 94 % d'Île-de-France et en majorité de l'académie de Paris (68 %). Les groupes scolaires sont plutôt originaires de l'ouest parisien, notamment des 15<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> arrondissements. Il faut toutefois noter une forte proportion d'écoles et de collèges du 20<sup>e</sup> arrondissement.

Le premier degré, et plus particulièrement l'école élémentaire, sont majoritaires (64% des groupes scolaires). Toutes classes confondues, ce sont les grandes sections maternelles qui viennent le plus au musée de la Marine, suivies de près par les CE2 et enfin les collégiens de 4<sup>e</sup>. Cette fréquentation est en grande partie liée aux programmes d'enseignement dont les thématiques rejoignent celles du musée.

Quand ils réservent un conférencier, les en-

seignants des classes maternelles ont préféré les thématiques comme la vie à bord ou la mythologie. Les classes élémentaires ont plébiscité la visite générale illustrée par des navires célèbres et le célèbre jeu de bataille navale *Coup de Trafalgar*. Au collège et au lycée, ce sont la visite sur la Marine marchande et celle intitulée *L'Atlantique au XVIII<sup>e</sup> siècle* qui ont été choisies en priorité.

##### Animations pour le jeune public

En 2016, 861 jeunes visiteurs ont participé aux activités proposées par le musée sur les collections permanentes, essentiellement pendant les vacances scolaires en raison des changements de rythme scolaire. Parmi eux, 295 enfants de 3-6 ans ont suivi une visite contée, 329 enfants de 7-12 ans une visite-jeu et 237 enfants et parents une visite en famille.

On note une forte disparité de fréquentation selon les publics : 55 % de taux de remplissage pour les visites contées (3-6 ans), 61 % pour les visites-jeu (7-12 ans), contre 30 % seulement pour les visites en famille. Pour ces dernières, le taux de participation semble lié à la multiplication des séances et au calendrier, les visites contées et visites-jeu étant programmées pendant les vacances scolaires (là où se concentre la fréquentation du musée) uniquement alors que les visites en famille étaient proposées chaque week-end.

##### Anniversaires au musée

En 2016, 83 enfants de 4 à 11 ans ont fêté leur anniversaire au musée de la Marine à Paris. Au total 882 enfants sont donc venus, invités pour l'occasion. Depuis 2005, ces

animations anniversaires connaissent un réel succès. Pour répondre à la demande, les créneaux disponibles ont été multipliés et proposés non seulement les samedis et dimanches mais aussi les mercredis après-midi. L'offre comprenait la prestation du conférencier dans les collections et la mise à disposition de la salle d'animation où se déroulaient animations et goûter.

En 2016, le thème plébiscité a été *Coup de Trafalgar* : 54 batailles navales contre 36 jeux de piste *Le Banquet de Neptune*. La moyenne d'âge des participants a été de 8 ans, avec une majorité de 7-10 ans.

##### Parcours-jeux en famille

Pour favoriser l'interaction des 6-12 ans et des adultes, le musée a proposé 4 parcours-jeux différents, vendus à 1,50 €. Ces parcours se présentent sous la forme de deux dépliants : l'un pour l'enfant avec des énigmes à résoudre, l'autre pour l'adulte avec les réponses aux questions.

Le plus vendu en 2016 a été *Je découvre... les vaisseaux* avec 148 exemplaires, suivi par *Je découvre... les objets mystères* vendus à 137 exemplaires.

Ces questionnaires illustrés ont parfois été utilisés dans le cadre scolaire, quand l'enseignant préfère la visite autonome à la visite commentée.

##### Brest

##### Visites commentées scolaires

Une quinzaine de thèmes, régulièrement mis à jour, sont proposés aux groupes scolaires, de la maternelle à l'Université pour la découverte du château et des collections. Les visites sont principalement conduites



© Musée national de la Marine

En 2016, l'École de médecine navale a reçu **35** groupes pour **832** élèves

par les médiatrices du musée avec en complément la participation d'une conférencière de l'Office de Tourisme. En 2016, 92 groupes ont été accueillis en visite commentée, soit 2 091 scolaires.

#### Ateliers musicaux

Le pôle instrumental de la Marine a animé 12 ateliers musicaux à destination de classes de premier degré, en lien avec le Service culture animation et patrimoine de la ville de Brest. Plus de 700 élèves, travaillant autour d'un projet pédagogique en lien avec la musique ont été accueillis dans ce cadre.

#### Public individuel

Les animations à destination du jeune public individuel ont été complètes à chaque période de vacances scolaires. Ainsi plus de 320 enfants de 4 à 12 ans ont participé aux 28 séances programmées sur 5 thèmes différents en lien avec les collections permanentes :

- Visite contée 4-6 ans : *Princesses et chevaliers, Pirates !, Ohé moussaillons !*
- 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).

#### Visite contée

Au premier trimestre, le musée a reprogrammé la visite familiale, intitulée *Les oiseaux du Paradis* et créée à l'automne 2015 par le conteur professionnel Loïg Pujol à partir d'un travail d'archives. Les quatre séances ont attiré une soixantaine de visiteurs.

#### Évènement

Festival du conte Grande Marée  
Depuis 2009, le musée accueille chaque année deux à trois séances du festival du conte

Grande Marée organisé par l'Association pour le développement des arts de l'oralité (ADAO). Cette année, les deux séances ont attiré plus de 100 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. 261 exemplaires ont été vendus en 2016 (1.50€).

#### Port-Louis

##### Visites scolaires

5 247 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 individuel

En 2016, l'offre famille et jeune public s'est étoffée. L'animation famille *Mille et une bouées*, déjà proposée l'année dernière, a confirmé son succès. Pour les 3-6 ans, deux animations ont été mises en place : *Le bateau de Gaspard le chat* qui permet de découvrir l'univers de la construction navale en bois et *Trésor de la citadelle* qui offre une découverte du site. Pour les 7-12 ans, *Petits marchands d'ailleurs* a rencontré un franc succès. Toutes ces visites et animations, proposées uniquement durant les vacances scolaires, ont accueilli 295 enfants.

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

#### Parcours-jeu en famille

561 exemplaires du double dépliant « Je découvre... la citadelle de Port-Louis » ont été vendus en 2016 (1.50€).

#### Rochefort

##### Musée national de la Marine de Rochefort

##### Visites scolaires

Avec le soutien d'un professeur détaché de l'Éducation nationale, le musée poursuit l'élaboration d'une offre pédagogique diversifiée dont l'objectif est de mettre les deux sites rochefortais au service de l'école. Les classes accueillies vont de la maternelle au lycée. À côté de l'offre permanente, qui compte aujourd'hui 15 propositions (visites thématiques, parcours en autonomie ou ateliers), des projets spécifiques peuvent être conduits en collaboration avec les enseignants.

En 2016, le musée a reçu 28 groupes pour 730 élèves, toutes catégories confondues. Les groupes scolaires sont particulièrement demandeurs d'ateliers.

##### Anniversaires au musée

16 groupes, soit 112 enfants, ont fêté leur anniversaire au musée. L'opération s'efforce d'associer le musée à une idée d'espace ouvert et amusant. En légère baisse en début d'année, les réservations ont opéré une réelle remontée à partir du mois de septembre.

##### Parcours-jeu en famille

38 exemplaires du double dépliant « Je découvre... l'arsenal de Rochefort » ont été vendus en 2016 (1.50€).

#### École de médecine navale de Rochefort

##### Visites scolaires

En 2016, l'École de médecine navale a reçu 35 groupes pour 832 élèves, toutes catégories confondues.

L'École voit son nombre de groupes scolaires légèrement baisser entre 2015 et 2016,



© Musée national de la Marine

ce qui laisse à penser qu'il est nécessaire de renouveler l'offre auprès de ces publics. Les groupes scolaires sont particulièrement demandeurs d'ateliers.

##### Anniversaires au musée

5 groupes, soit 44 enfants ont fêté leur anniversaire au musée. Cette prestation ne trouve pas son public, et génère à chaque groupe l'annulation d'une ou deux prestations individuelles. Il a été décidé de ne plus proposer ce produit en 2017.

#### Toulon

##### Visites scolaires

Le musée propose une offre pédagogique variée permettant de recevoir un large public de groupes scolaires en visites commentées. 135 groupes soit 3 726 élèves ont été accueillis cette année au musée. Majoritairement composé de primaires (61%) puis de maternelles (18%), le public scolaire constitue une cible importante afin d'asseoir une fréquentation tout en remplissant des objectifs éducatifs. On constate une période de hausse de fréquentation pour les mois de mai et de juin, novembre et décembre 2016. Pour ce qui est des groupes scolaires en visites libres, 25 groupes sont venus, soit 385 élèves. Leur fréquentation connaît une augmentation au mois d'avril et de mai 2016, ce qui correspond à l'aboutissement d'un programme scolaire.

##### Animations pour le jeune public individuel

Comme pour les scolaires, le musée propose au jeune public de découvrir le musée à travers différents ateliers. L'offre culturelle s'est renouvelée car trois ateliers sont venus compléter l'offre initiale : *Une figure à la proue, Les Oreilles d'Or* et *Étranges créatures*. Ces anima-

#### RESTAURANT ÉPHÉMÈRE « À LA MORUE JOYEUSE ! »

Le musée a ouvert son restaurant d'un soir le 31 mars 2016. En partenariat avec le lycée hôtelier Guillaume Tirel de Paris, et à l'occasion de l'exposition, le public était invité à déguster les produits de la pêche durable. Au programme, visite de l'exposition suivie d'un cocktail dînatoire concocté et servi par les élèves. La soirée a rencontré un vif succès (96% de taux de remplissage).

tions sont proposées pendant les vacances scolaires. Au total, 440 enfants ont participé. Les visites ateliers destinées aux 6-10 ans sont plébiscitées à 57%, notamment *Carnet de voyage* et *Crâne d'argent* tandis que les visites contées (4-6 ans) attirent 27% du jeune public. La baisse de fréquentation que l'on peut constater certains mois s'explique par la faible programmation de ces activités.

##### Anniversaires au musée

Par ailleurs, le musée propose également tout au long de l'année un atelier *Anniversaire* sur le thème des pirates. 46 enfants sont venus fêter leur anniversaire en 2016, soit 10 groupes reçus.

#### L'OFFRE CULTURELLE LIÉE AUX EXPOSITIONS TEMPORAIRES

##### Paris : Dans les mailles du filet

##### Du 7 octobre 2015 au 26 juin 2016

Première exposition sur la pêche au musée de la Marine, cette exposition brossait le portrait émouvant d'une étonnante aventure humaine : la grande pêche morutière sur les bancs de Terre-Neuve et d'Islande. Abordant ce thème sous l'angle historique et géographique, l'exposition s'est fait l'écho des nombreuses interprétations artistiques mais aussi des innovations industrielles comme le chalut qui précipita la filière dans la surpêche. L'évocation des enjeux d'une pêche durable concluait le parcours.

##### Pour les adultes

85 groupes adultes sont venus visiter l'exposition sur sa deuxième période (2016), dont 5 en visites libres et 80 en visites commentées (toutes catégories de conférenciers confondues).

#### Publics dits du champ social PARIS-PLAGES 2016

À l'occasion de sa participation à l'évènement *Paris-Plages*, le musée de la Marine a bénéficié du partenariat mis en place avec le musée du Louvre. En lien avec les personnes chargées au Louvre des publics dits empêchés, des actions ont été initiées en direction plus particulièrement des publics issus du champ social, adultes et jeunes, en lien avec les collections permanentes du musée de la Marine.

- Parcours-miroir *Le Royaume de Neptune* organisé sur une journée : une visite formation sur le thème des représentations mythologiques et les mythes marins a réuni 24 personnes relais du champ social le matin au musée de la Marine. La visite s'est poursuivie sur le même thème dans les collections du Louvre après un pique-nique en commun.

- Maison centrale de Poissy : En prolongement d'actions menées par le musée du Louvre en direction de prisonniers de la centrale de Poissy (expositions et conférences), une conférence projection a été assurée au sein même des murs de la prison sur le thème du *Royaume de Neptune*, les mythes marins, réunissant 10 personnes.

- Opération «Ville-Vie-Vacances» : Le Service de Prévention, de Police Administrative et de Documentation (SPPAD) de la Préfecture de Police de Paris /Cellule «prévention de la délinquance des mineurs» prend en charge pendant l'été des jeunes en difficulté et en risque de délinquance. Le musée qui a souhaité s'associer aux propositions d'activités qui leur sont faites a accueilli en visites-atelier *Coup de Trafalgar* 40 enfants sur 6 dates réservées préalablement avec les organisateurs. Le coût des visites était pris en charge par la Ville de Paris (UCPA) partenaire de Ville-Vie-Vacances.





Fêtes maritimes de Brest, © Musée national de la Marine/J-Y.Besselièvre

### Conférences-projections en auditorium

Le cycle de conférences autour de l'exposition s'est poursuivi en 2016, avec la programmation de trois conférences : *Éloge d'un poisson, ou les voyages et usages de la morue à travers le temps*, *Images d'une aventure, entre mythe et réalité* et *Quel pêcheur pour demain ?*.

### Pour les publics dits du champ social

En février 2016, date du démarrage d'un marché pour les visites guidées à Paris, des tarifs ont été aménagés pour permettre à des groupes, à des adultes et à des jeunes de bénéficier de visites encadrées à tarif réduit. Cette démarche volontaire de la part de l'institution vise à faciliter la démarche de réservation des structures s'occupant de publics généralement en difficultés. Ces tarifs sont ainsi appliqués aux associations ou collectivités œuvrant dans le champ social, aux établissements et institutions en charges de personnes en situation de handicap et aux établissements scolaires classés en REP. Par ailleurs, afin de garantir les conditions de cette visite au musée, des accueil-formation de relais du champ social ont été proposés sous la forme de rendez-vous individuels ou d'accueils sur des dates programmées. Ces visites ont permis à ces relais du champ social de guider eux-mêmes leurs groupes en restant la personne référente pour eux. (Secours populaire, associations ...).

### Pour les scolaires et les adultes

#### Visites commentées pour les scolaires

Tous niveaux confondus, 46 groupes scolaires soit environ 1 380 élèves ont visité l'exposition en 2016. Ce furent en majorité des classes du collège en visite commentée (16 groupes), en raison du thème lié aux programmes d'enseignement. On peut noter aussi une importante proportion de classes maternelles en visite contée *Le chat du cha-*

*lutier* (9 groupes), les classes élémentaires préférant la visite-atelier *Au vent de suroît* à la visite commentée ou la visite libre (5 groupes sur 11).

#### Dossier pédagogique

Rédigé par le professeur-relais et mis en ligne sur le site du musée, le dossier *De la grande pêche à la pêche durable* comportait des éléments repères et des documents. Pour faciliter la visite autonome des classes, une trame de visite et un questionnaire pour les élèves du premier et du second degré complétaient le dossier.

#### Espace enfants

À la demande des commissaires de l'exposition, un espace en accès libre, dédié aux plus jeunes, a été conçu au cœur de l'exposition. À travers quelques expériences amusantes (toise pour se mesurer aux poissons, dispositifs olfactifs, jeu *La bonne pêche*, librement inspiré du jeu de l'oie), les enfants pouvaient percer les secrets de la pêche durable : des filets aux larges mailles, des poissons qui ont le temps de grandir, des recettes de cuisine inédites...

#### Parcours-jeu

Un livret tout en couleurs a été réalisé en partenariat avec la revue *Paris-Mômes*, grâce au concours d'une étudiante de l'École du Louvre en stage au musée. Tiré à 3 000 exemplaires et délivré gratuitement aux jeunes visiteurs de 7 à 12 ans, il a permis de découvrir la grande aventure de la pêche à la morue et les dangers d'une mauvaise gestion des mers. Au menu, des jeux d'observation et des énigmes à résoudre.

#### Animations pour le jeune public

En 2016, les ateliers programmés sur l'exposition ont accueilli au total 489 jeunes visiteurs avec un taux de remplissage déce-

vant de 45 % pour les 7-12 ans, 28 % pour les 3-6 ans, 51 % pour les familles.

La visite contée, intitulée *Le chat du chalutier*, proposait aux 3-6 ans de suivre les aventures d'un chat gourmand qui rêve de croquer les petits poissons. Pour les plus grands (7-12 ans) et les familles, la visite-atelier *Au vent de suroît* mêlait découverte de l'exposition et atelier créatif.

#### Pour les publics en situation de handicap

L'exposition *Dans les mailles du filet* a été l'occasion d'une mise en accessibilité pour les visiteurs en situation de handicap. Une attention particulière a été donnée à la circulation des visiteurs notamment par une signalétique claire et visible et un balisage en partie lumineux du cheminement. Des fiches de visite en braille et gros caractères agrémentées de schémas en relief ont permis aux visiteurs déficients visuels une lecture de l'exposition. Mises à disposition au sein même du parcours (en entrée de section), ces fiches reliées en grands livrets de visite proposaient une synthèse des textes des panneaux et cartels. Deux visites en langue des signes (LSF) « Les marins français et la Grande Pêche » ont été programmées à destination des visiteurs sourds (samedis 9 janvier et 19 mars) menées par un conférencier sourd. Une dizaine de personnes étaient inscrites pour chacune. Pour ce qui concerne les collections permanentes, quatre des modules tactiles créés à l'occasion de l'exposition *De l'amphore au conteneur* et réinstallés à l'issue de l'exposition dans les galeries des collections ont confirmé de l'intérêt des outils pédagogiques dans le parcours de visite. Ces dispositifs servent autant aux familles qu'aux visiteurs déficients visuels ou en situation de déficience mentale, en visite individuelle comme en groupe.

#### Brest : Brest, port de la liberté – Au temps de l'indépendance américaine

**Du 10 juin 2016 au 30 avril 2017**  
L'exposition s'est accompagnée d'une programmation à destination de tous les publics.

#### Application : une première pour Brest

Autour de l'exposition, le musée a conçu une application de découverte, bilingue français/anglais et téléchargeable gratuitement. Deux volets de découvertes étaient proposés selon les publics :

#### Le jeu : un voyage dont vous êtes le héros.

Le jeune visiteur est Elijah Hall, ami et second de John Paul Jones, narrateur de l'exposition. Pour libérer les États-Unis, il faut remporter 13 étoiles du pavillon américain historique. Victorieux, le joueur est invité à hisser haut les couleurs de l'Amérique ou encore à se prendre en photo orné de la coiffure « Belle-Poule ».

#### Le parcours enrichi

Audioguide, textes et vidéos sont venus enrichir le parcours d'exposition. Un plan interactif permettait de découvrir les vestiges de la guerre d'Indépendance américaine à Brest et les lieux de mémoire.

#### Visite contée et visite atelier

Pour le jeune public, deux animations ont été proposées dans le cadre des vacances scolaires : une visite-contée 4-6 ans : *Le mystère du pavillon perdu* ainsi qu'une visite-atelier *Mille sabords* sur un plateau de jeu géant, adaptation de la visite *Coup de Trafalgar* déjà proposée au musée de la Marine à Paris. Complètes, les visites ont réuni 57 enfants sur 5 séances.

#### Les Fêtes maritimes : le musée au cœur de la fête !

Situé au cœur des Fêtes maritimes, le château offre un panorama exceptionnel sur le rassemblement et les manœuvres des grands voiliers. Ainsi, au-delà de la gratuité accordée à tous les visiteurs munis d'un billet « Brest 2016 » et de l'ouverture nocturne du site, le musée a mis en place un programme d'animation, à la fois au musée et hors les murs, pendant toute la durée de la manifestation. Tous les jours, les visiteurs ont pu entendre résonner le « Tonnerre de Brest » à 10h et midi à partir d'un tir à blanc donné depuis le bastion. Au musée toujours, deux sculpteurs de Marine de la compagnie de la Machine (Nantes) ont reconstitué la figure

de proue du *Bonhomme Richard*, navire de l'Indépendance américaine, à l'échelle 1/2. Enfin sur les quais, un stand était animé par un jeu de plateau géant et des journées thématiques dont une animation autour de la coiffure « à la Belle-Poule » réalisée en partenariat avec les élèves de l'école de coiffure du campus des métiers. La fréquentation du musée générée par les fêtes maritimes a augmenté de 30% par rapport à l'édition précédente de 2012 (7 260 visiteurs contre 5 460).

#### Conférences

Trois conférences autour de la guerre d'Indépendance américaine ont été proposées dans le cadre du cycle de conférences organisé avec l'association des Amis du musée : *Les frégates de la guerre d'Indépendance*, *Brest et la guerre d'Indépendance américaine* et *John Paul Jones*.

#### Visites théâtralisées

Les comédiens du Théâtre de la Coche en résidence au château à partir de septembre 2016 ont donné corps à John Paul Jones et aux héros de la guerre d'Indépendance américaine à travers la création d'une visite théâtralisée déambulatoire dans les espaces d'expositions, intérieurs et extérieurs. Plébiscitées par 241 spectateurs, les 6 séances ont notamment été prisées par des primo-visiteurs.

#### Port-Louis : Images de la belle plaisance à Port-Louis

**Du 5 juin au 31 décembre 2016**

Une table avec des nœuds marins à réaliser soi-même était à disposition des visiteurs qui se sont pris au jeu.

## PUBLICATIONS DE 2016

Le musée édite ou coédite différents types d'ouvrages, regroupant des supports de visites et des ouvrages permettant de prolonger les parcours effectués dans les collections permanentes et expositions temporaires. Elles assurent également un rôle de transmission de connaissances par une diffusion hors les murs, d'informations sur les collections du musée.

En 2016, le musée présentait 35 titres à son catalogue et 12 parcours jeux.

La diffusion des éditions et coéditions du

2016	Paris Caisses	Paris boutique	Brest	Port Louis	Rochefort + aemn	Toulon	TOTAL
CA BOUTIQUE HORS TAXE	637 €	148 267 €	73 231 €	60 209 €	48 345 €	53 262 €	383 950 €
Variation CA 2015 2016		-4%	-5%	3%	-13%	-2%	-4%
Variation fréquentation 2015 2016		-11%	-1%	-5%	-29%	0%	-9%

musée national de la Marine se fait principalement à travers son réseau de boutiques. En 2016, 5 000 ouvrages ont été diffusés dont 5% à titre gracieux ou promotionnel. Le budget dédié à la création (ou réimpressions) d'éditions et de produits dérivés en 2016 a été de 31915 euros (-48% par rapport à 2015 car pas de gros projets d'éditions). La vente des éditions du musée national de la Marine a généré un chiffre d'affaires de 32132 € HT. (-15% p/p à 2015) - Attention les ventes portent à la fois sur des créations 2016 et sur le stock des années précédentes. Ce chiffre d'affaires est en baisse depuis 2013 en raison de la diminution du nombre de titres en vente (pas de catalogue d'exposition depuis 2011...).

Ce chiffre n'inclut pas les recettes liées aux ventes de produits dérivés. Le service gère également la création de petits produits dérivés liés aux expositions (magnets, cartes postales) ou aux collections permanentes (médaillons de collection...).

## NOUVEAUTÉS

### Album « Dans les mailles du filet »

Edition du Musée national de la Marine  
Janvier 2016

Broché 24 pages

8€

ISBN : 978-2-901421-58-0

Cet album reprend les temps forts de l'exposition parisienne « Dans les mailles du filet » présentée du 7 octobre 2015 au 26 juin 2016.

### Catalogue de l'exposition « Brest port de la Liberté »

Coédition (pour le Mnm : engagement de précommande, choix du sujet, décision du sommaire, choix des auteurs, collecte des textes et de l'iconographie, pour Locus Solus : direction éditoriale, fabrication et impression, remise commerciale)

Auteurs : Jean-Yves Besselièvre, Lénéaig L'Aot-Lombart, Marjolaine Mourot, Alain Boulaire et Olivier Corre.

2eme trimestre 2016

Broché avec rabats, 160 pages

25€

ISBN : 978-2-36833-136-1

## RÉIMPRESSIONS

- › Parcours jeux « Je découvre... la route des Indes »
- › Carnet de bord « l'arsenal de Rochefort »

## COLLABORATIONS ÉDITORIALES

### Catalogue de l'exposition « Machines à dessiner »

Convention de partenariat avec l'édition Casterman pour le prêt d'images et la visibilité en communication du Mnm.

### Ouvrage « Les peintres de Marines »

Convention de partenariat avec les éditions Ouest-France incluant la recherche iconographique et la cession des droits. Visibilité et citation du musée sur l'ouvrage et les sup-

ports de promotion ; exemplaires gratuits et négociation des prix d'achat pour revente.

### Collection BD « Batailles navales »

Sous la direction de Jean-Yves Delitte Convention de partenariat avec les éditions Glénat : négociation pour la cession de droits iconographiques, recherches de M. Delitte en bibliothèque ; éditorial écrit par Denis-Michel Boëlle ; visibilité et citation du musée sur l'ouvrage et les supports de promotion.

### Casterman

Machines à dessiner. Catalogue de l'exposition du CNAM - convention de partenariat pour le prêt d'images et la visibilité en communication du Mnm.

### Locus Solus

Catalogue de l'exposition « Brest, port de la liberté » - convention de coédition (pour le Mnm : engagement de précommande, choix du sujet, décision du sommaire, choix des auteurs, collecte des textes et de l'iconographie,...pour Locus Solus : direction éditoriale, fabrication et impression, remise commerciale).

### Ouest France

Les peintres de Marine, ouvrage de Denis-Michel Boëlle - convention de partenariat incluant la recherche iconographique et la cession des droits ; visibilité et citation du musée sur l'ouvrage et les supports de promotion ; exemplaires gratuits et négociation des prix d'achat pour revente.

### Glénat

Collection de BD « Batailles navales » sous la direction de Jean-Yves Delitte : négociation entreprises pour la cession de droits iconographiques, recherches de M. Delitte en bibliothèque ; éditorial écrit par Denis-Michel Boëlle ; visibilité et citation du musée sur l'ouvrage et les supports de promotion ...

## LES LIBRAIRIES-BOUTIQUES

Toutes les librairies-boutiques du musée de la Marine sont gérées en régie directe.

Les boutiques du musée sont à la fois des librairies maritimes de référence et des points de ventes d'articles originaux en lien avec le monde maritime : arts de la table, décoration, papeterie, rayon jeunesse, textile et accessoires, maquettes, objets d'art...

Le musée de la Marine édite également ses propres ouvrages, en propre ou en partenariat avec de grands éditeurs et produit toute une gamme de produits dérivés.

En 2016, les boutiques ont généré près de 38 5000 euros de chiffre d'affaires, soit une baisse globale de 4% en lien avec les fréquentations des musées.

## LA PROGRAMMATION ÉVÈNEMENTIELLE DES LIBRAIRIES BOUTIQUES

### Le week-end des écrivains

Week-end événement au musée ! Le temps d'un week-end exceptionnel, le musée de la Marine a invité petits et grands à rencontrer des écrivains, des dessinateurs de bandes-dessinées et des auteurs de livres jeunesse, autour du thème de la Grande pêche traité dans son exposition *Dans les mailles du filet*.

### Les 12 et 13 mars 2016

- › Musée national de la Marine – Paris -espace du Canot de l'Empereur, espace Lapérouse, librairie – boutique
- › Cible : public familial et/ou public amateur des thématiques traitées dans l'exposition et/ou public amateur de littérature
- › Programmation gratuite
- › Objectifs :
- › dynamiser l'exposition « Dans les mailles du filet » : en notoriété, en fréquentation et en chiffre d'affaires.

- › développer une programmation culturelle avec la boutique du musée, faire connaître celle-ci et fidéliser sa clientèle.
- › développer la notoriété du musée dans le milieu littéraire et fédérer un réseau d'auteurs de qualité.
- › Programmation en trois temps forts
- › Présentation et dédicace d'ouvrages (configuration salon du livre)
- › Mini-conférences entre les auteurs invités et autres intervenants, pour débattre de sujets liés à l'exposition et aux livres dédicacés.
- › Animation pour les enfants : ateliers de construction de radeaux, origamis, coloriages, rencontres avec les auteurs jeunes-se, lectures contées, spectacle.

### Autre programmation

- › Paris : table ronde et dédicace Schuiten et Peeters – 11 décembre 2016
- › Rochefort : dédicace Giroud et Mezzomo - 17 septembre 2016

## LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES

### DANS LE CADRE DE L'EXPOSITION TEMPORAIRE PARISIENNE : LE MUSÉE QUELLES HISTOIRES !

#### Une production de contenus audiovisuels de nouveau à l'honneur pour une exposition rétrospective : « Le musée quelles histoires ! »

Le musée a souhaité dire « au revoir et à bientôt » à son public fidèle depuis 70 ans. C'est en partant de cette idée que l'exposition « Le musée : quelles histoires ! » est née. Présenter aux visiteurs les riches histoires du musée depuis son installation au Palais de Chaillot en 1943, tel était l'objectif. De nombreuses heures de recherches ont été nécessaires pour rassembler plusieurs centaines de photos et des heures de vidéos dans les archives photographiques et audiovisuelles du musée, de l'Ina et de l'EGPAD. Ce projet aurait été incomplet si les personnels du musée, anciens directeurs, conservateurs n'avaient apporté leur généreuse contribution et livrés avec émotion leur témoignage précieux devant les caméras. Au final, un documentaire

d'une trentaine de minutes présenté dans l'exposition et accessible en ligne via notre chaîne Youtube a permis d'enrichir le patrimoine immatériel du musée.

### Les bandes annonces, outil incontournable de promotion d'expositions

Désormais incontournables pour la promotion des expositions du musée deux bandes annonces ont été produites cette année, l'une pour l'exposition « Brest Port de la Liberté » sélectionné par le Club Innovation Culture France (CLIC) pour figurer dans la liste des meilleures bandes annonces d'exposition 2016, l'autre pour l'exposition « Le musée quelles histoires ».

### L'actualité en reportage

En marge des productions consacrées aux expositions, un certain nombre de reportages audiovisuels a été tourné par le musée et est venu jaloner l'année 2016, ce fut le cas notamment avec les journées Paris plage ou le transport du scaphandre des frères Carmagnole du musée de la Marine vers le musée des arts et métiers. Ces reportages à vocation promotionnelle diffusés sur le site internet et les réseaux sociaux ont considérablement « boosté » la fréquentation. Ils inaugurent la nouvelle relation que l'audiovisuel et le numérique entretiennent aujourd'hui via les différentes plateformes web du musée de la Marine.

### Des images pour la mémoire et les archives.

L'importance de témoigner par l'image des grandes opérations qui ont eu lieu cette année s'est concrétisé par le tournage de plusieurs dizaines d'heures de vidéo lors du déménagement des réserves de Romainville vers Dugny. Mais un des enjeux majeurs sera la constitution d'un patrimoine audiovisuel autour de la rénovation du musée de la Marine.



# 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.



© Musée national de la Marine/M.Tric

## LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS

### LA FRÉQUENTATION DU MUSÉE DE LA MARINE SUR SES 6 SITES

En 2016, l'ensemble des musées a accueilli 317 285 visiteurs, soit une baisse de 7% par rapport à 2015, due principalement aux sites de Paris (-11%) et Rochefort (-22%). Le musée de Brest connaît une fréquentation record pour la deuxième année consécutive, en passant la barre des 70 000 visiteurs. Toulon progresse encore légèrement, et Port-Louis redescend sous le seuil des 70 000 atteint exceptionnellement l'an dernier, tout en restant dans une excellente moyenne. Les musées du littoral représentent une part de plus en plus importante dans la fréquentation totale du musée de la Marine.

#### La fréquentation du site de Paris

Le musée de Paris a reçu 86 966 visiteurs, soit 11% de moins qu'en 2015, et 50% de moins que la fréquentation moyenne annuelle. Cette baisse est partiellement imputable à la répercussion parisiens de 2015. Pour autant, ce sont les expositions temporaires, événements dont dépend fortement la fréquentation, qui ont connu une forte baisse de visiteurs (-75% par rapport à la moyenne de fréquentation des expositions depuis 2008). Les collections permanentes perdent 27% de leur fréquentation par rapport à la moyenne. La proportion des visiteurs gratuits et payants est globalement stable depuis plusieurs années, avec 41% de gratuits (majoritairement des enfants dans les collections) et 59% de payants en 2016. Les visiteurs du site parisien sont majoritairement des individuels (à 87%), adultes (70%), et ces proportions sont stables depuis plusieurs années.

Le public est surtout français (75%), avec

*Le musée de Brest connaît une fréquentation record pour la deuxième année consécutive, en passant la barre des **70 000** visiteurs*

une sur-représentation des franciliens (79% des visiteurs français). Cependant on note en 2016 une baisse spectaculaire du public parisien (-40%). Le public étranger est composé pour près d'un tiers d'européens, les américains arrivant en deuxième position.

#### La fréquentation du site de Brest

Le musée a reçu 70 345 visiteurs, soit 12% de plus que la fréquentation moyenne annuelle. Pour la deuxième année consécutive, le musée de Brest a dépassé le seuil des 70 000 visiteurs, un record de fréquentation depuis l'ouverture du musée en 1957!

Les fêtes maritimes de Brest ont représenté un avantage pour le musée qui a enregistré un record de fréquentation en juillet (54% de plus que la moyenne). Il est à noter que les grands événements touristiques (comme le passage de l'Hermione en août 2015) sont des vecteurs de flux touristiques importants, sur lesquels le musée arrive à capitaliser en proposant des partenariats. Effectivement, le musée a proposé l'entrée gratuite aux festivaliers, et l'organisateur a ensuite reversé une quote part d'1,10€ par visiteur.

Au mois de mai, on observe une baisse importante des individuels (-18% adultes, -56% enfants par rapport à la moyenne) dans un contexte de crise sociale et de pénurie d'essence importante dans l'Ouest, notamment en Bretagne, ce qui a forcé les habitants à limiter leurs déplacements.

Brest représente 22% de la fréquentation totale du musée et c'est le premier des musées de la Marine en région.

Son public est majoritairement français (84%), avec près de la moitié de visiteurs bretons, et notamment des finistériens (43% du public total).

Le public étranger, le plus nombreux sur l'ensemble du réseau du musée de la Marine, est composé aux trois quarts d'européens (en priorité des Allemands, puis des Britanniques).

Le musée de Brest est détenteur du Label Qualité Tourisme™.

#### La fréquentation du site de Port-Louis

Le musée a reçu 66 265 visiteurs, soit 5% de moins que l'année record 2015, et 3% de plus que la fréquentation moyenne annuelle.

En hausse de fréquentation constante depuis 2012, le musée de la Marine de Port-Louis est le premier musée du Morbihan, en termes de fréquentation. Comme à Brest, le site de Port-Louis a observé une baisse importante des visites individuelles en mai (-18% adultes, -56% enfants par rapport à la moyenne) dans le contexte de crise sociale et de pénurie d'essence. On observe une progression importante des groupes adultes depuis deux ans, et notamment des groupes réservant directement au musée plutôt que via la ville de Lorient, jusque là principal pourvoyeur. Cela montre l'intérêt grandissant pour le musée et le succès de sa programmation en propre. Tout comme le site de Brest, les visiteurs de la citadelle sont majoritairement français (92%), bretons, et morbihannais. Cependant c'est le site qui accueille le plus de visiteurs en dehors de sa région, et il faut particulièrement remarquer la faible fréquentation des résidents proches (Lorient et Port-Louis) : 9% du total contre 15 à 40% pour les autres sites. Le bassin de population est, certes, plus restreint sur une petite commune comme Port-Louis, mais elle est, toutefois remarquable car cette spécificité se retrouve au niveau départemental et régional.

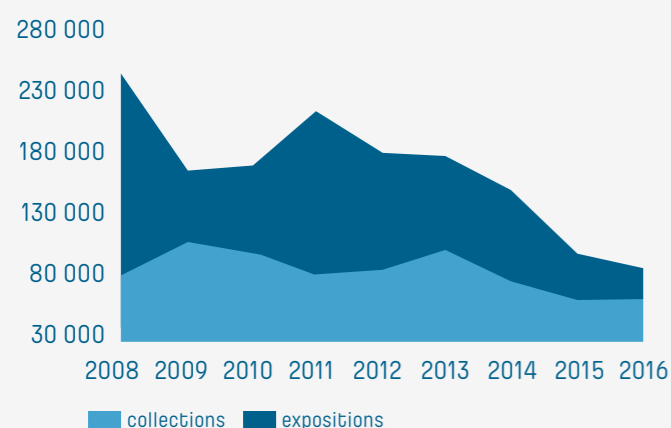
Le public étranger est composé aux trois quarts d'européens (en priorité des britanniques, allemands et belges).

#### La fréquentation du site de Rochefort

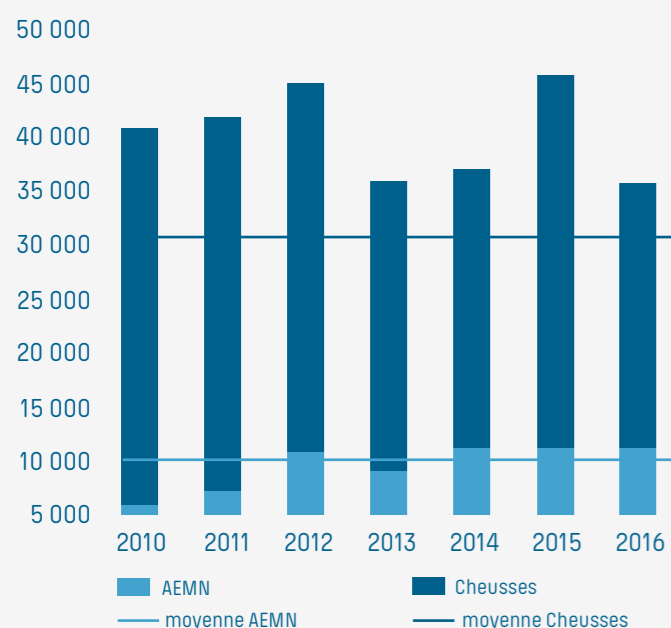
Le musée a reçu 35 572 visiteurs sur ses deux sites rochefortais soit 22% de moins qu'en 2015, et 13% de moins que la fréquentation moyenne annuelle. C'est la plus mauvaise fréquentation de ces dernières années, alors que 2015 avait été un record de fréquentation (sans doute grâce à l'absence de l'Hermione). A noter que cette baisse est à imputer uniquement au site de Cheusses (-22%), car l'École de Médecine à une fréquentation constante depuis 3 ans.

## FRÉQUENTATION ET TARIFS DU MUSÉE

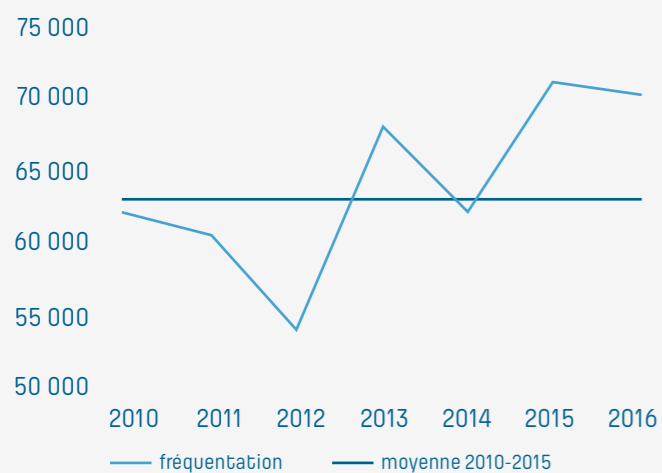
## FRÉQUENTATION CUMULÉE COLLECTIONS ET EXPOSITIONS PARIS



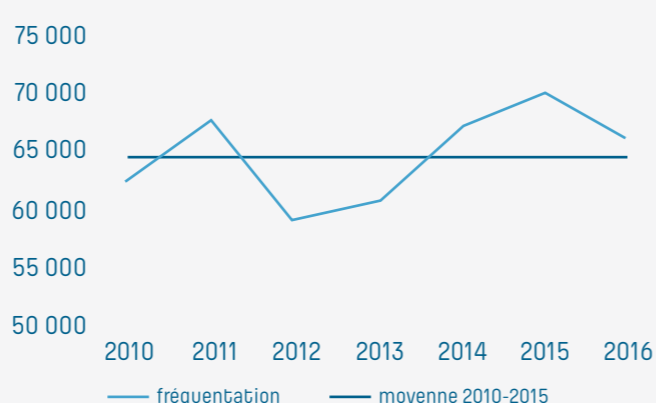
## FRÉQUENTATION DES MUSÉES DE ROCHEFORT



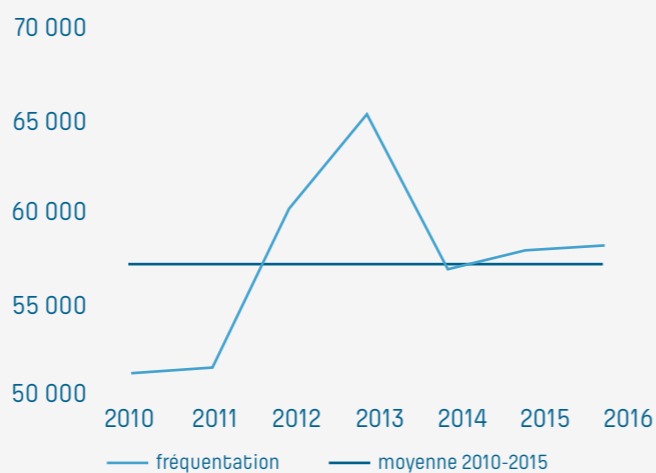
## ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION BREST



## ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION PORT-LOUIS



## ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION TOULON



Les visiteurs sont majoritairement individuels (à 90%) et des adultes.

Le public est surtout français (93%), dont près de la moitié de charentais. Le musée est bien ancré localement, mais pâtit sans doute d'être implanté dans un territoire moins touristique que les autres musées de la Marine, Rochefort n'étant pas à proprement parler sur le littoral. Par ailleurs les deux sites, et particulièrement l'EMN, ont une très forte proportion de visiteurs rochefortais, ce qui traduit un attachement local mais également une difficulté à étendre sa notoriété.

Le public étranger est composé à 85% d'européens (en priorité des Belges, puis des Britanniques et des Allemands).

L'École de médecine navale et le musée national de la Marine ont la marque Qualité Tourisme™.

## La fréquentation du site de Toulon

Le musée a reçu 58 137 visiteurs, une fréquentation similaire à 2015, et en légère hausse par rapport à la fréquentation moyenne annuelle (+2%).

On observe une belle montée en puissance des partenariats avec les bateaux de croisière (escales internationales et visites de la rade), qui représentent 19% de la fréquentation globale.

Toulon est le musée du réseau qui a la plus forte proportion de visiteurs gratuits (60%). Ce sont majoritairement des enfants et des 18-25 ans. Toulon est le musée qui accueille proportionnellement le plus de 18-25 ans (13%, contre 3 à 8% pour les autres musées du réseau).

Le public est majoritairement français (86%), et les étrangers sont principalement des européens. On observe une augmentation sensible du nombre de visiteurs étrangers en 2016 (8% de plus que la moyenne des dernières années).

Le musée de la Marine de Toulon est détenteur du Label Qualité Tourisme™.

## LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS

Dans l'objectif de poursuivre la fidélisation des guides-conférenciers franciliens vis-à-vis de la programmation du musée à Chaillot et de mobiliser leur attention sur ce sujet inédit de l'histoire de la Grande pêche, une promotion ciblée a été menée (e-mailing, avant-première, visite par le commissaire d'exposition, transmissions de contenus et accompagnement).

De même, pour informer toujours plus dans des catégories de publics identifiés ou spécifiques (publics du champ social, en situation de handicap, publics empêchés, éloignés d'un accès à la culture...), une prospection a été menée en interne afin d'identifier de nouvelles associations ou institutions dédiées, développer un fichier de contacts spécifiques et de personnes « relais » sur les activités culturelles en vue d'e-mailings ciblés. L'objectif était à la fois de répondre au principe de démocratisation culturelle et d'élargissement des publics et de mieux faire connaître l'offre d'une exposition accessible à un large public (équipées de nombreux dispositifs de médiation directement dans le parcours de visite ou mis à disposition sur demande).

26 groupes de publics dit spécifiques ou empêchés ont été reçus en 2016 (musé et exposition), majoritairement en visite guidée.

Sur le même principe développé à Paris, des actions sont étudiées dans les musées des Quais pour proposer une offre de visite plus largement pensée en direction de publics identifiés en difficultés.

Enfin, de manière plus globale, un travail de collecte et d'analyse de la fréquentation des offres culturelles destinées aux publics jeunes, familles, publics adultes et publics empêchés (handicap et champ social) des 5 sites du musée de la Marine (Paris, Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon) a été ini-

tié. A terme, ce nouvel outil de travail vise à offrir aux équipes effectuant la conception des programmes culturels des analyses de tendances issues de ces données chiffrées et des recommandations stratégiques en matière de développement d'une offre culturelle et de leurs publics cibles.

## AMÉLIORATION DES CONDITIONS D'ACCUEIL DU PUBLIC

Dans l'objectif d'améliorer encore les conditions d'accueil des visiteurs, rendu parfois difficile par la nature des bâtiments, le musée a fait l'acquisition pour Port-Louis d'un fauteuil roulant de type standard en complément d'un fauteuil «tout terrain» acheté en 2014.

En parallèle et pour l'ensemble des sites, une commande importante et centralisée, afin de réduire les coûts et de mutualiser les besoins, a été faite de sièges-cannes pliants, de poussettes et de porte-bébés.

## LE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES PROPRES

## LE MÉCÉNAT

L'année 2016 a vu la continuation du travail de remise à plat de la stratégie de mécénat du musée entamée en 2015, notamment dans la perspective de la rénovation des espaces du Palais de Chaillot (2017-2021). De nombreux contacts ont d'ores et déjà été pris au sein d'entreprises et de fondations susceptibles d'adhérer aux valeurs et aux projets portés par le futur musée de la Marine.



© Jacques Robert



Signature du protocole d'accord pour la rénovation du Musée de la Marine de Paris, 25 juillet 2016  
© Jacques Robert

**L'amorce de la réflexion stratégique sur la rénovation du Palais de Chaillot**

L'annonce officielle de la rénovation du musée de la Marine de Paris en octobre 2015 par le ministre de la Défense, a donné lieu à l'amorce d'une réflexion stratégique afin d'accompagner au mieux cet ambitieux projet dans sa dimension économique et partenariale. Cette stratégie est amenée à se développer et à évoluer au cours des prochaines années.

Des partenariats dans le domaine de la recherche scientifique, de l'enseignement supérieur et de l'économie maritime seront instaurés sur le long terme, confortant le positionnement du musée comme un acteur majeur de la culture, de l'éducation et de la recherche française.

S'associer au futur musée de la Marine, sera également l'occasion pour les entreprises de :

- › Témoigner de leur engagement pour le développement des connaissances sur l'histoire maritime et pour la sensibilisation du grand public aux questions qu'elle suscite.
- › Contribuer au développement d'un musée ouvert et accessible à tous dans un réel objectif de démocratisation culturelle, qui favorisera la diffusion des connaissances grâce à une politique pédagogique innovante ;
- › Devenir acteur de manière durable d'un projet d'exception, celui du grand musée maritime français du XXI<sup>e</sup> siècle, porté par une institution au rayonnement national et international.

**Le club d'entreprises mécènes : un partage de valeurs autour de projets ambitieux**

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. Membres fondateurs du Club d'entreprises, DCNS et Louis Dreyfus Armateurs accompagnent et soutiennent le musée dans ses missions d'intérêt général depuis 2010.

Par ailleurs, une réflexion sur la création d'un club d'entreprises bretonnes commun pour les musées de Brest et de Port-Louis a été engagée en 2016 et devrait se prolonger et se concrétiser dans le courant de l'année 2017.

**Le 44<sup>e</sup> Salon de la Marine : embarquez avec les Peintres de Marine !**

Pour la première fois de son histoire, le Salon de la Marine (44<sup>e</sup> édition du 1<sup>er</sup> février au 6 mars 2017 au Palais de Chaillot) a bénéficié du soutien financier du grand public via une campagne de mécénat participatif. Cette opération, menée conjointement par les trois coorganisateur de l'événement, s'est déroulée sur la plateforme Dartagnans du 25 mai au 25 juillet 2016 et a permis de récolter 20 639 €. Au total, ce sont près de 160 donateurs (individuels, entreprises, fondations et associations) qui ont contribué au financement du Salon à hauteur de 76 539 €.

*Le musée national de la Marine souhaite ici remercier chaleureusement ses mécènes pour leur adhésion aux projets et valeurs du musée, ainsi que pour leur générosité :*

Club des entreprises en 2016



44<sup>e</sup> Salon de la Marine (2016-2017)

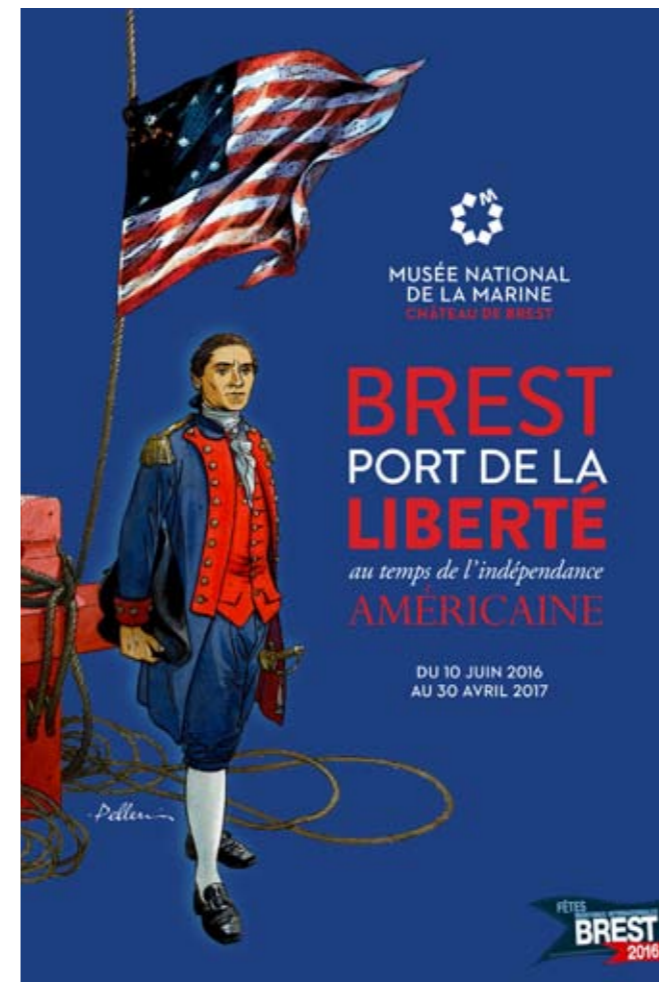
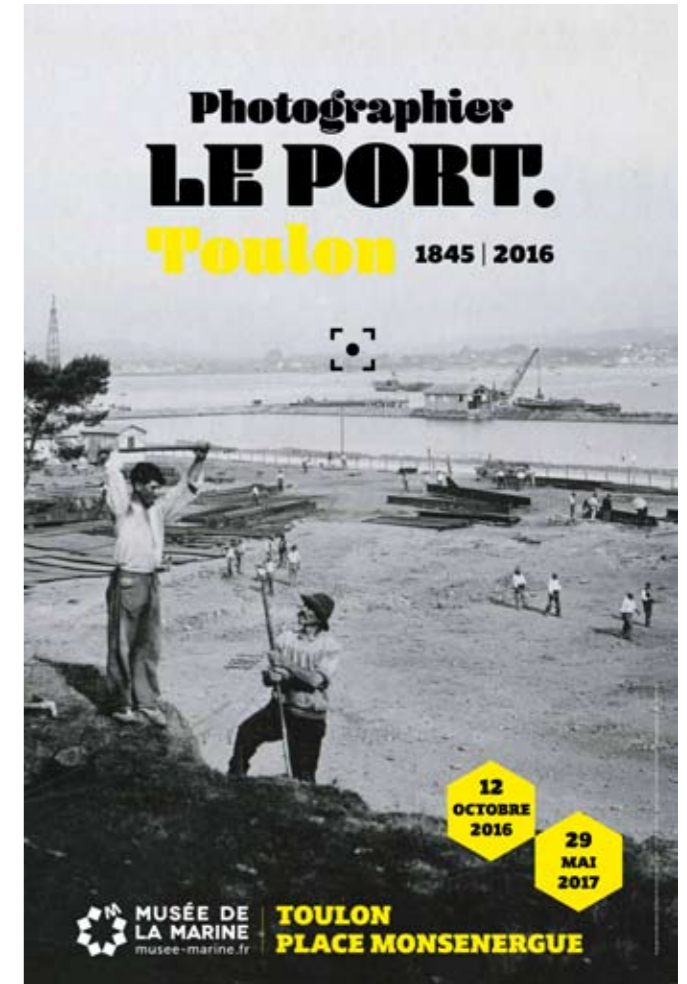
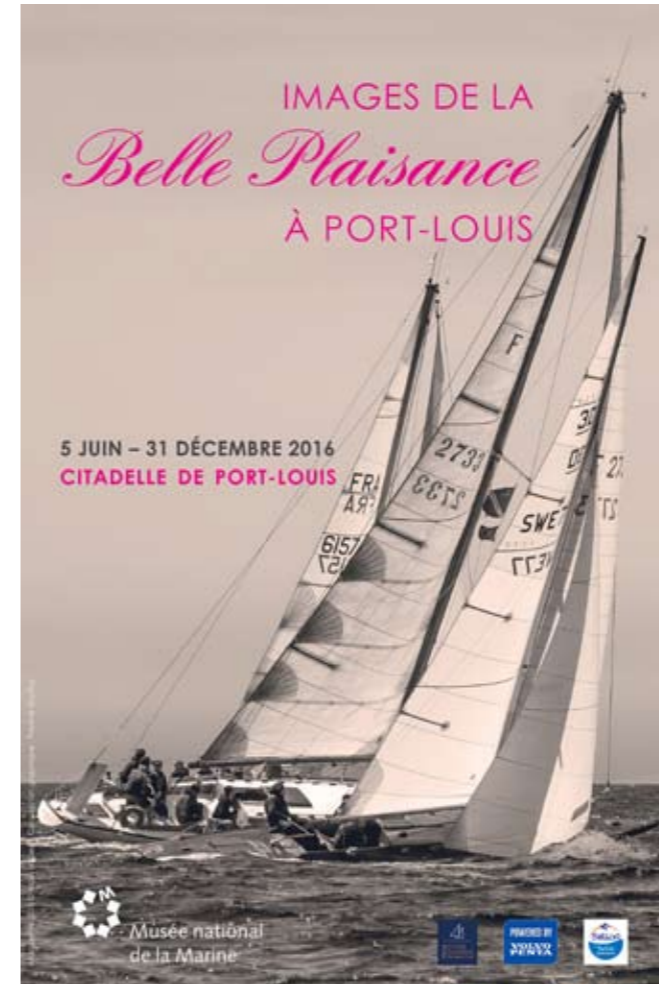


et la société Axial.  
Ainsi que l'ensemble des participants à la campagne de financement participatif « Embarquez avec les Peintres de la Marine »

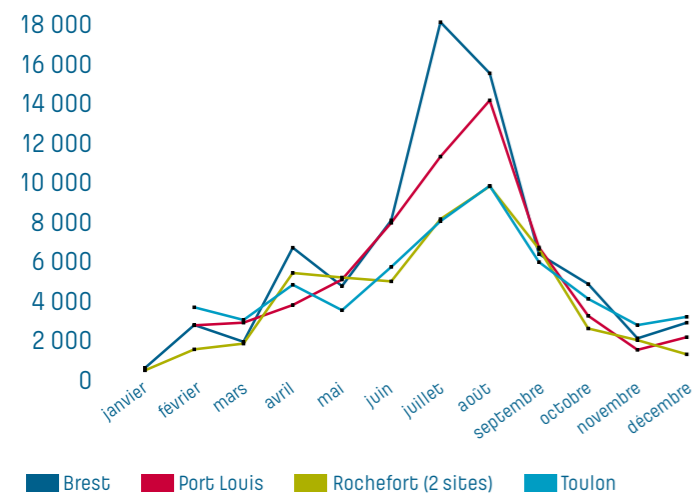
**LA LOCATION D'ESPACES (PARIS ET PORTS)**

20 soirées ont été organisées dont 5 à titre gracieux sur accord du directeur ou en contrepartie de mécénat :

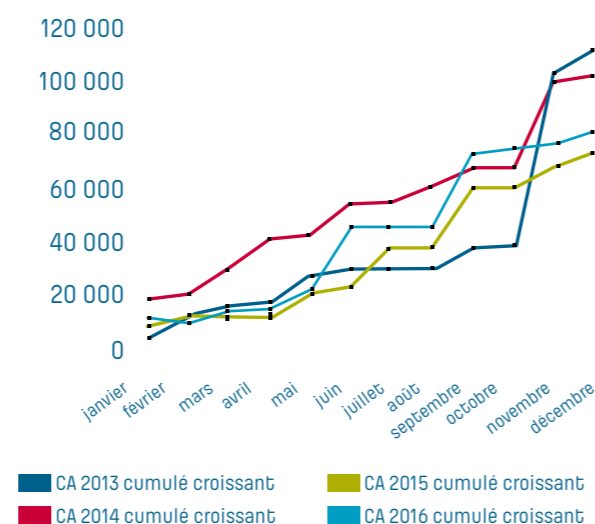
- › Contrepartie de mécénat :
- › Semmaris (mécène de l'exposition Dans les mailles du filet)
- › SNEF-Toulon (mécénat de compétence



## CA HT BOUTIQUES DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE 2016



## CHIFFRES D'AFFAIRES CUMULÉS DE LOCATION D'ESPACES TOUS SITES CONFONDUS



- prévu sur 2017)
- › Gratuité sur accord directeur :
  - › Association Tour du Monde en 80 jours
  - › Cluster Maritime
  - › ATD quart monde
  - › Association Nationale des Commissaires de la Marine (ANCM)

En 2016, 21 réceptions ont été organisées dont 14 à Paris, 4 à Brest et 3 à Toulon. Le chiffre d'affaires a été de 73 066 €. Cela révèle une baisse de l'ordre de 30% par rapport à l'année 2015 où 29 réceptions avaient été données pour un total de 103 944€.

## LES BOUTIQUES LIBRAIRIES (PARIS ET PORTS)

Le musée continue sa politique de centralisation des achats, de relation avec les fournisseurs et d'impulsion des politiques

marketing et commerciales de toutes les boutiques du musée. C'est également à Paris que se décide la création des éditions et des produits dérivés commercialisés principalement dans son propre réseau de librairies-boutiques. En effet, l'année 2016 a été difficile à gérer pour le site de Paris : il a fallu composer pour maintenir l'activité de commandes et de ventes au mieux, tout en évitant de gonfler inutilement les stocks (en prévision de la fermeture) ni laisser une boutique vide qui nuirait à l'attractivité.

En 2016, plusieurs animations ont été organisées par le service Développement dans les librairies boutiques.

- › 12-13 mars 2016 : Week-end des écrivains dans le cadre de l'exposition *Dans les mailles du filet*.
- › 11 décembre 2016 : Table ronde et dédicace avec les auteurs BD Schuiten et Peeters.

- › Dédicace BD Méduse à Rochefort

## Bilan financier des boutiques

En 2016, le musée a passé commande de 195 000 euros HT auprès de 129 fournisseurs, les 14 plus gros d'entre eux représentant +50% du budget d'achat. C'est un travail à la fois administratif et commercial très chronophage et qui nécessite une excellente coordination avec les fournisseurs d'une part, et les responsables des boutiques, d'autre part. Le bilan financier 2016 des boutiques se caractérise par une relative stabilité du chiffre d'affaires des boutiques malgré les baisses de fréquentations de Rochefort et de Paris, un réel effort sur la baisse des commandes pour Paris (-72% de commandes entre 2015 et 2016) et rationalisation du stock (en baisse de 17 502€), un taux de marge moyen de 2,20 et la part des recettes des boutiques dans les recettes propres (hors location d'espaces et mécénat) reste constante chaque année.

## CHIFFRES D'AFFAIRES

2016	Paris Caisses	Paris boutique	Brest	Port Louis	Rochefort + aemn	Toulon	TOTAL
CA BOUTIQUE HORS TAXE	637 €	148 267 €	73 231 €	60 209 €	48 345 €	53 262 €	383 950 €
Variation CA 2015 2016		-4%	-5%	3%	-13%	-2%	-4%
Variation fréquentation musée 2015 2017		-11%	-1%	-5%	-29%	0%	-9%

## PRIX D'ACHATS HT

2016	Paris Caisses	Paris boutique	Brest	Port Louis	Rochefort + aemn	Toulon	TOTAL
Achats produits finis	35 650 €	37 628 €	23 658 €	22 732 €	29 715 €		149 382 €
Editions et produits dérivés	11 317 €	9 999 €	4 620 €	4 314 €	1 664 €		31 915 €
TOTAL	46 967 €	47 627 €	28 278 €	27 046 €	31 379 €		181 297 €

## VARIATIONS DE STOCKS

(avec dispatch du stock central paris dans chaque boutique- cf onglet inventaires séparés)	Paris Caisses	Paris boutique	Brest	Port Louis	Rochefort + aemn	Toulon	TOTAL
INVENTAIRE 2015	2 002 €	154 707 €	38 408 €	46 863 €	63 795 €	49 424 €	355 198 €
INVENTAIRE 2016	- €	139 208 €	39 605 €	45 035 €	56 029 €	58 290 €	338 167 €
VARIATIONS DE STOCKS	2 002 €	15 500 €	-1 197 €	1 827 €	7 765 €	-8 866 €	-17 031 €

	PARIS CAISSES	PARIS BOUTIQUE	BREST	PORT LOUIS	ROCHEFORT + AEMN	TOULON	TOTAL
COÛT D'ACHAT HT		62 467 €	46 430 €	30 105 €	34 811 €	22 513 €	196 327 €
PRIX D'ACHAT+VARIATION DE STOCKS							

	Paris Caisses	Paris boutique	Brest	Port Louis	Rochefort + aemn	Toulon	TOTAL
MARGE BRUTE ou MARGE COMMERCIALE		85 800 €	26 800 €	30 103 €	13 533 €	30 749 €	187 623 €
Taux de marge		137%	58%	100%	39%	137%	96%
COEFFICIENT MULTIPLICATEUR		2,69	1,81	2,30	1,55	2,73	2,22

## COMMUNICATION

Le musée a poursuivi son action de modernisation suivant la stratégie de communication mise en œuvre depuis 2012.

## LES RELATIONS PRESSE

En 2016, le musée a relevé le défi de communiquer sur deux grandes expositions parisiennes et trois expositions en régions dans les 4 musées du littoral : Brest, Port-Louis, Rochefort et Toulon. Le musée a également participé à deux grands événements « Paris-plages » et les Fêtes maritimes, Brest 2016 » qui ont permis de renforcer sa présence et sa notoriété grâce aux retombées que ces deux événements, hors les murs, ont généré. Les relations du musée avec la Presse en sortent renforcées notamment avec les journalistes 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 contribue 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.

## Quelques chiffres :

## Les retombées presse :

*Dans les mailles du filet*, Paris : 212 retombées  
*Paris-plages Ohé matelots !* : 38 retombées  
*Brest, port de la Liberté*, Brest: 126 retombées  
*Images de la belle plaisance*, Port-Louis : 36 retombées  
*Photographier le port, 1845-2016*, Toulon : 35 retombées

## 17 tournages :

TF1 – le 20h et 50 min Inside France 2 – Visites privées et Secrets d'Histoire France 3 Iroise – Journal télévisé JNC (télévision Sud-coréenne) - Documentaire INA



© Avec l'aimable autorisation de la société Hasbro

< Tournage 50' inside, Paris, Palais de Chaillot  
© Musée national de la Marine

## LE NUMÉRIQUE AU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE

### Le site internet du musée fenêtré sur l'extérieur, reflet du public

La chute de fréquentation du site internet constatée l'an dernier se vérifie cette année. Plusieurs facteurs peuvent l'expliquer tel que le contexte post-attentat, la crise économique et la baisse d'attractivité du musée. Cependant, les programmes en lien avec l'Éducation nationale restent toujours prisés et la participation du musée à « Paris Plage » a permis une hausse spectaculaire des visites sur le site internet pendant cette période.

### Un site internet en phase avec les attentes d'un public itinérant

En 2016, une refonte graphique partielle a été opérée sur le site Internet afin d'améliorer la clarté et la fluidité de l'accès aux informations. Cette nouvelle version avait également comme objectif de rendre plus aisé la consultation sur les appareils mobiles. Paris gagné puisque la fréquentation sur mobile continue sa progression.

### Les réseaux sociaux : une communauté qui ne cesse de s'agrandir

Si la baisse de fréquentation du site Internet accompagne celle du musée, cette baisse ne s'est pas répercutée sur les réseaux sociaux. Sur Facebook et plus encore sur Twitter le public est en constante hausse aussi bien pour le musée à Paris que pour nos musées du littoral. Sur Instagram le musée commence aussi à rassembler une communauté qui ne manque pas de se manifester à chaque nouvelle photo mise en ligne.

### Des réseaux vecteurs de médiation numérique

L'essor de la communauté du musée sur les réseaux sociaux reflète la volonté de partage et de dialogue du musée sur les réseaux sociaux. Le partage des collections pendant Paris Plages ou l'exposition *Le musée, quelles histoires !* a remporté un beau succès sur les réseaux sociaux et apporté de nouveaux publics dans la communauté du musée. À titre d'exemple, la campagne Paris Plages a accueilli 500 nouveaux membres sur Facebook, alors qu'elle ne s'enrichit habituellement que de 100 nouveaux membres par mois.

Le musée de la Marine, pour la troisième fois consécutive, a développé une application mobile pour accompagner son exposition disponible sur IOS et Android. C'est un parcours de visite libre permettant d'en savoir plus sur les œuvres présentées, enrichi d'un jeu à destination du jeune public.

30 minutes de commentaires audio, une dizaine de vidéos, un lexique d'une vingtaine de fiches, un jeu composé de 13 étapes, une carte permettant de géolocaliser des points d'intérêts historiques dans la ville de Brest. Une application très complète à rajouter aux précédentes.

## LA COMMUNICATION INTERNE : PRÉPARATION AU CHANGEMENT À L'AUBE DE LA RÉNOVATION DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE

Cette stratégie de communication externe devra trouver un écho en interne car il s'agit de rassembler les agents autour du projet de la rénovation en les accompagnant notamment au fil des changements qui ne manqueront pas d'arriver. La communication interne a un rôle à jouer pour aider les agents à accepter le changement grâce à une diffusion massive d'information dans la durée et dans un souci de transparence.

Parallèlement, différents outils/projets de communication ont d'ores et déjà été créés, ou sont prévus. Doté depuis le début 2016 d'un journal interne participatif baptisé « À la hune », le musée poursuit la publication de ce trimestriel qui a pour particularité d'être réalisé à partir des contributions des agents. Des temps de communication « verticale », de la direction aux agents, s'alterneront avec des échanges « horizontaux », entre agents, plus informels lors des « cafés du vendredi » par exemple. Le tout sera complété par des outils de communication digitale, interactif et ludique (écran tactile géant). Enfin, le développement d'une stratégie de marque « musée national de la Marine » permettra, de réunir les agents autour des valeurs à l'origine même de la notion de marque. Si cela contribuera, dans un premier temps, à renforcer la visibilité et la notoriété de l'établissement, ce projet a également un objectif « ressources humaines » puisqu'il offrira aux agents un cadre éthique constitué de valeurs communes leur permettant d'inscrire leur travail quotidien dans une approche collective.

# LA GESTION DE L'ÉTABLISSEMENT

Établissement public administratif, le musée national de la Marine est un organisme qui met en œuvre six espaces d'expositions ouverts au public répartis entre Paris et des ports des façades atlantique et méditerranéenne 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 sûreté, de l'informatique...



< © Musée national de la Marine/A.Fux

## PILOTER

### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration du musée national de la Marine est composé de 6 membres de droit et de 8 membres au titre de personnalités qualifiées. Il s'est réuni 3 fois en 2016 : les 10 mars, 20 juin, et 24 octobre.

### BILAN FINANCIER

Établissement 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 budget

##### Les recettes de fonctionnement

La subvention pour charge de service public a été enregistrée à hauteur de 5 900 091 €, en tenant compte du dégel de la réserve, en fin d'exercice, qui a permis d'abonder la subvention de 237 687 €.

Le musée a perçu également de la DMPA la compensation pour la gratuité accordée aux enseignants pour 25 661€.

La billetterie constitue le cœur de l'activité muséale. A Paris, l'année 2016 est restée marquée par le contexte de la vague d'attentats de 2015, qui a ralenti la fréquentation du site de Chaillot, et d'autre part par la perspective de la fermeture prochaine du site parisien (au printemps 2017).

Ces chiffres mitigés de la billetterie de Paris ont été plus que compensés par la fréquentation très dynamique des ports. Ces résultats traduisent la bonne performance des ports pendant la période estivale et dé-

*Les chiffres de mécénat pour 2016 ont dépassé les objectifs initialement fixés.*

montrent l'impact positif d'une programmation culturelle dynamique dans les sites en région (exposition Port de la Liberté à Brest par exemple).

L'activité commerciale des boutiques intervient pour une part importante dans les ressources propres, elle comprend les ventes des éditions du musée, d'autres éditions et des produits dérivés. Les ventes de la boutique de Paris ont connu un ralentissement en rapport avec la contraction de la fréquentation déjà évoquée.

Il faut également souligner la bonne tenue des recettes de locations d'espace qui remplissent les objectifs de début d'année malgré la concurrence des sites voisins (musée de l'Homme) et le contexte sécuritaire parisien.

Enfin, les chiffres de mécénat pour 2016 ont dépassé l'objectif. Cette situation tient à l'opération de mécénat lancée à la rentrée à l'occasion du salon des peintres officiels de la Marine, non prévue au début de l'exercice. Cette campagne de levée de fond a rapporté plus de 50 000 € et a permis d'assurer un financement satisfaisant de cette manifestation, inaugurée fin janvier 2017.

#### Les dépenses de fonctionnement

Dans la continuité des exercices précédents, les dépenses de fonctionnement restent très contraintes. Le musée doit en particulier assumer les charges de fonctionnement de son nouveau centre de conservation et de réserves de Dugny, pour la première fois en année pleine sur 2016. La recherche d'économies sur les fonctions supports a permis de faire face à ces dépenses dans le respect des enveloppes votées.

#### Résultat

En tenant compte des produits et des charges calculées (amortissements, dotations, etc.) le musée a enregistré en 2016 un résultat négatif de - 231 959.12 €.

#### 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. A compter de 2016, ceux-ci concernent prioritairement les premiers investissements liés à la Rénovation de l'établissement, et dont le financement fait l'objet d'une dotation en fonds propres.

En 2016, le musée a dépensé 451 140 € en investissements courants, une partie de ces dépenses est affectée aux collections (objets ou livres) pour un total de 186 000 €.

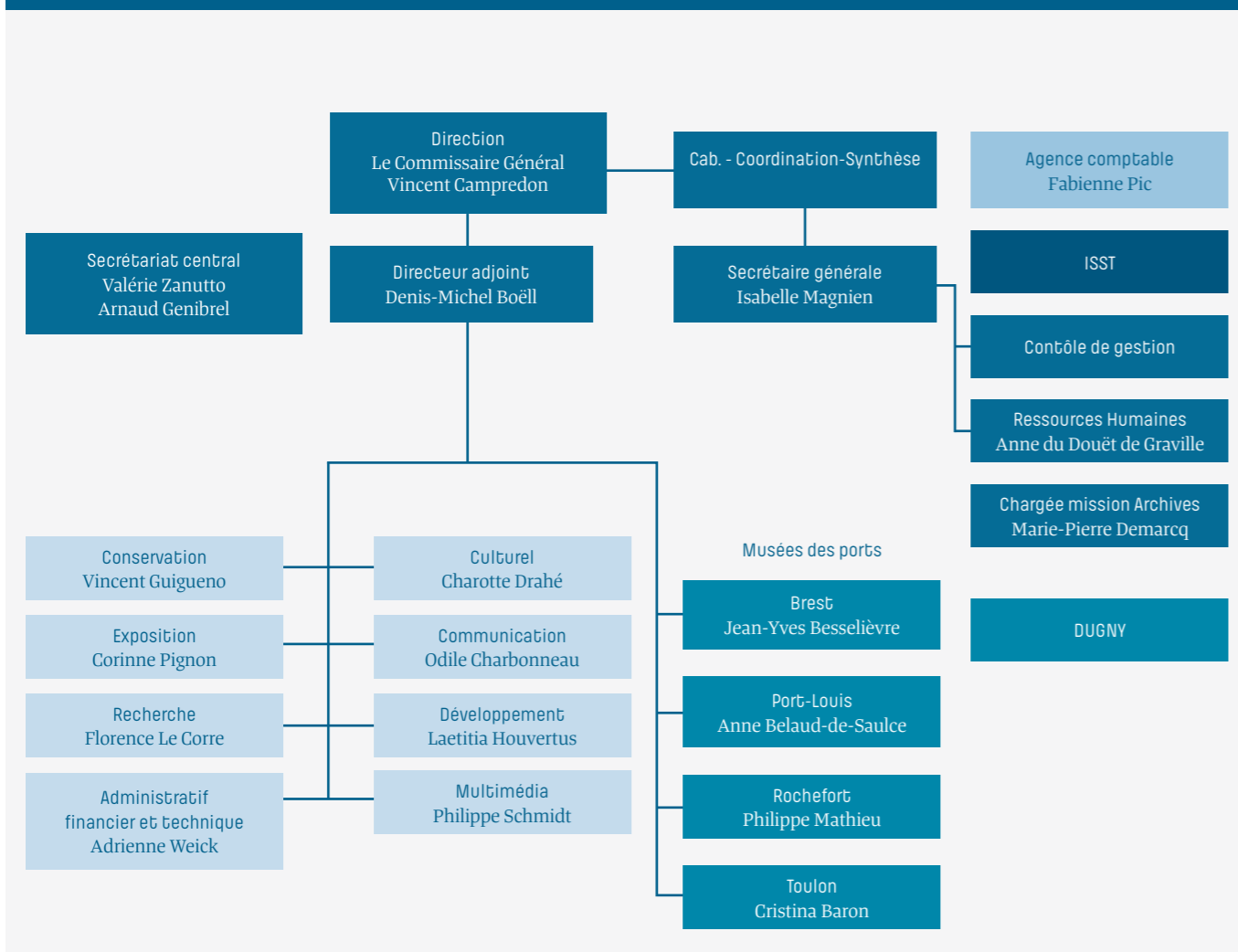
Les autres investissements courants concernent des travaux d'entretien courants pour 176 000 €, des achats de matériels et logiciels informatiques pour 31 000 €, des investissements et productions diverses pour les expositions et les collections pour 58 200 €.

Les dépenses d'investissements lourds concernent les travaux liés à l'infrastructure du musée. L'année 2016 a vu les premiers engagements de crédits pour la rénovation du site de Paris, opération pour laquelle une enveloppe de 59 M€ d'AE a été engagée, via deux conventionnés de mandat signées avec l'OPPIC à l'été 2016. Sur 2016, les premiers crédits de paiements consommés, à hauteur de 633 000€ ont concerné :

- › le premier acompte versé à l'OPPIC pour les études et travaux d'extension du centre de réserve du Dugny (dit Dugny II) : 80 000 €.
- › le premier acompte versé à l'OPPIC pour les études et travaux de rénovation du musée de la Marine au palais de Chaillot : 452 902 €
- › autres études préalables : 100 000 €.



## ORGANIGRAMME DU MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE AU 31 DÉCEMBRE 2016



## LES RECETTES DE FONCTIONNEMENT

	Montant 2016	Pourcentage 2016 des ressources
Subvention pour charge de service public (SCSP)	5 900 091	74.7%
Gratuité enseignant	25 661	
<b>Ressources propres</b>	<b>2 002 563</b>	<b>25.3%</b>
Billetterie	1 160 822	
Boutique	393 309	
Locations d'espaces	72 929	
Mécénat	145 239	
Droit d'auteur et de reproduction	230 204	
<b>TOTAL</b>	<b>7 928 315</b>	<b>100,00%</b>

## LES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

Destinations	Montants 2016 en crédits de paiement	%
<b>Dépenses de fonctionnement</b>	<b>3 864 544 €</b>	<b>45,43</b>
Conservation / mise en valeur du patrimoine	Bibliothèque	30 622 €
	Gestion des collections	554 184 €
	Rénovation Chaillot	1 962 €
Offre au public	Collections permanentes	12 752 €
	Expositions temporaires	244 460 €
	Présentation aux publics	156 155 €
	Rayonnement	165 662 €
Activités commerciales	Boutiques	189 293 €
	Événements / locations	79 660 €
Fonctions supports	Mobilier / immobilier	20 347 €
	Ressources humaines	23 685 €
	Informatique	133 263 €
	Frais généraux	2 252 499 €
<b>Dépenses de personnel</b>	<b>4 642 594 €</b>	<b>54,57</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8 507 138 €</b>	<b>100</b>

## RESSOURCES HUMAINES

## Structure et évolution des effectifs

Les effectifs augmentent légèrement en 2016, avec un total de 115 agents (contre 111 en 2015) dont 77 agents à Paris et 34 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 : 12
- › agents contractuels relevant de la loi 84-16 : 69
- › agents contractuels relevant de la loi 49-1378 : 19
- › autres : 15

En outre le musée a employé en 2016, 24 vacataires sur les sites suivants :

- › Brest : 5
- › Paris : 5
- › Port-Louis : 6
- › Rochefort : 5
- › Toulon : 3

Le musée a aussi accueilli 19 stagiaires venant pour la majorité d'entre eux de l'université, et 3 contrats armées jeunesse.

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 SAMSIC 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 hôtesse).
- › La société Echappée Belle pour l'organisation de visites guidées et contées dans les collections.

- › Taux de féminisation du personnel : 66%
- › Taux de féminisation des cadres dirigeants : 33%
- › Taux de féminisation des membres du

conseil d'administration : 35%

- › Taux de féminisation des personnalités qualifiées du CA : 25%

## Formation professionnelle et gestion des compétences

Le musée a poursuivi en 2016 son effort en matière de formation des agents ; il y a consacré près de 23 700 € qui ont financé 31 formations pour 57 agents, dans des domaines variés (santé et sécurité au travail, langues, catalogage, techniques comportementales). Un Comité technique spécifique s'est tenu le 12 décembre afin d'entériner le plan de formation 2017.

Enfin, l'engagement du musée national de la Marine se poursuit vis-à-vis 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, deux nouveaux agents de catégorie A ont été nommés au grade de chargé d'études documentaires.

## LES PROJETS PATRIMONIAUX

### LES CHANTIERS À PARIS

#### Le projet de rénovation

L'année 2016 a été consacrée au lancement des premières étapes de la rénovation du site de Chaillot. Lancée en octobre 2014 par le ministre de la Défense puis confirmée le 6 octobre 2015 lors de l'inauguration de l'exposition *Dans les mailles du filet*, la rénovation profonde du site de Chaillot fait l'objet d'une enveloppe prévisionnelle de 59 millions d'euros.

Cette rénovation a l'ambition de faire du musée le lieu de référence de l'aventure 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 2016 a vu la concrétisation des premières étapes de ce projet à savoir la signature de deux conventions de mandats de maîtrise d'ouvrage entre le musée et l'OP-PIC (opérateur du patrimoine et des projets immobiliers de la culture) portant sur la rénovation de Chaillot et l'agrandissement des espaces de réserve. Les équipes se sont également consacrées, en 2016, à la rédaction du programme architectural en vue du concours d'architecte prévu en 2017.

#### Dugny

En matière patrimoniale, l'année 2016 a été marquée par la mise en fonctionnement du nouveau bâtiment du centre de conservation des réserves, destiné à accueillir les collections du musée actuellement entreposées dans le Fort de Romainville (Seine-Saint-Denis).

Ce nouveau site, aménagé à l'emplacement de l'ancienne base d'aéronautique navale de Dugny, a fait l'objet d'un chantier de réhabilitation en 2014 et 2015 comprenant la transformation d'un hangar logistique en espace de stockage et de conservation des collections les plus fragiles ainsi que la création d'espaces de travail pour les équipes de conservation. Le bâtiment a été livré en décembre 2015. Le montant total des travaux avoisine les 10 millions d'euros.

L'année 2016 a été consacrée au déménagement de collections depuis l'ancien Fort de Romainville vers Dugny, ainsi qu'à l'installation des équipes du service Conservation sur place.

Dans le cadre du projet de rénovation, les réserves de Dugny font l'objet de travaux d'agrandissement (projet dit « Dugny II », sous maîtrise d'ouvrage déléguée de l'OP-PIC) afin d'accueillir les collections déménagées depuis Chaillot le temps des travaux.

#### Autres travaux dans le palais de Chaillot

En 2016, le musée a procédé au démontage de l'exposition *Dans les mailles du filet*, dernière exposition temporaire organisée sur le site de Chaillot avant sa fermeture au public en 2017.

### LES CHANTIERS DANS LES MUSÉES DU LITTORAL

Dans les musées des ports, les travaux réalisés en 2016 ont visé l'amélioration des conditions de conservation, d'accueil et diverses mesures de sécurité. Par ailleurs, une étude de réhabilitation, mise aux normes et accessibilité pour l'espace d'accueil et de billetterie de la citadelle de Port-Louis a été

réalisée. Les travaux sont prévus pour 2017.

À Brest, l'année 2016 a vu le montage de l'exposition *Brest, port de la Liberté*, inaugurée à l'été.

La rénovation du musée national de la Marine a vocation à se décliner également dans ses musées du littoral. Chacun des sites étant appelé à développer, au service du projet global, des thématiques spécifiques, compte tenu de son histoire et de sa géographie particulières, dans un lien renforcé avec les collectivités territoriales.

Ces nouveaux projets scientifiques se traduiront au cours des prochaines années par des investissements immobiliers, qui auront également pour objet la mise aux normes (accessibilité handicap en particulier) de certains bâtiments, et des investissements muséographiques.

## HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

Au cours de l'année 2016, le musée national de la Marine a procédé à la mise à jour du document unique recensant l'ensemble des risques professionnels de l'établissement, accompagné d'un plan d'action visant à prévenir et répondre aux risques identifiés.

Ce document inclut désormais tous les sites du musée, y compris le nouveau centre de réserves de Dugny. Deux visites du CHSCT ont été organisées sur place au premier semestre 2016 afin de suivre l'installation des équipes et l'équipement des nouveaux locaux.

Les 5 assistants de prévention présents sur chaque site (1 pour la région parisienne et 1 dans chaque site en région) ont bénéficié chacun de deux jours de formation au titre de la formation obligatoire des assistants de prévention.

Le recrutement d'un ISST mutualisé entre les 3 musées de la Défense (Musée de l'Armée, Musée de l'Air et de l'Espace, et Musée de la Marine) est en cours.

