

MUSÉE
DE L'HORLOGERIE
SAINT-NICOLAS
DE LIÉGEMONT

Accusé de réception Ministère de l'Intérieur
076-217606243-2023-0009-2023-29-14-DE
Accusé certifié exécutoire
Réception par le préfet : 06/07/2023

PROJET SCIENTIFIQUE ET CULTUREL 2023-2032



MUSÉE DE L'HORLOGERIE



MUSÉE DE L'HORLOGERIE SAINT-NICOLAS D'ALIERMONT

Une ancienne **MAISON NORMANDE**
réhabilitée dans un bâtiment contemporain

580 m²



Un musée
MÉMOIRE
de l'horlogerie
à Saint-Nicolas

UNE COLLECTION ORIGINALE

horloge de parquet **COUAILLET** réveil régulateur **CROUTTE**
BAYARD chronomètre **PONS** pendule de cheminée
pendulette de voyage cartel pointeuse tropomètre outillage **DUMAS**



1900

ŒUVRES

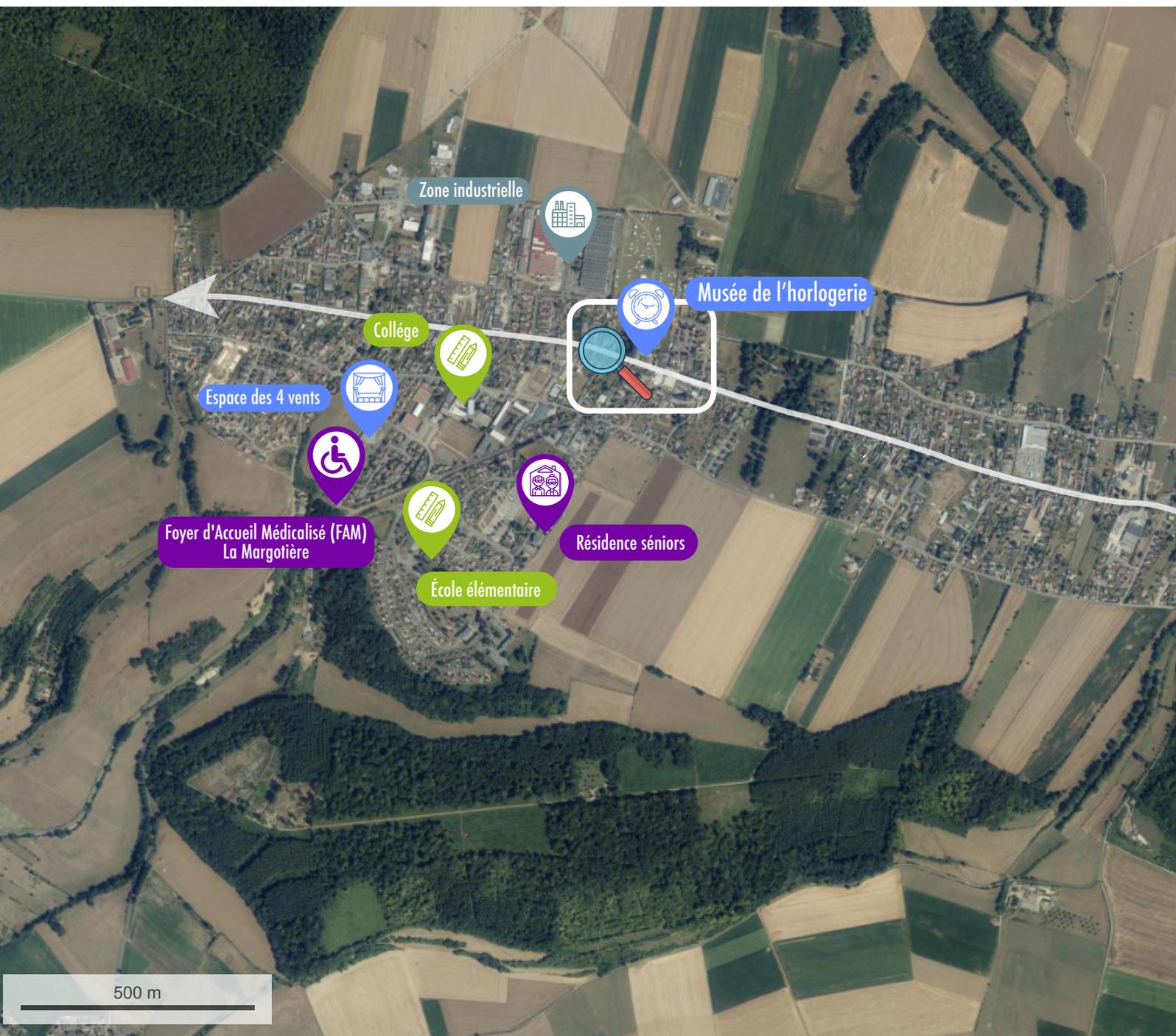
5400

VISITEURS

chaque année

Saint-Nicolas d'Aliermont

Ville rue de 7km



La population municipale
de Saint-Nicolas est stable

3715
EN 2018



Un musée
en coeur de ville

École élémentaire

Centre social
Associations

Musée de l'horlogerie

École maternelle
Multi-accueil

CCAS

Mairie

École de musique
Médiathèque

50 m

30%
0-18 ANS

37%
18-60 ANS

33%
+ DE 60 ANS

SOMMAIRE

INTRODUCTION : POURSUIVRE SON DÉVELOPPEMENTP9

01 GESTION DES COLLECTIONSP10

- 1.1 ACQUISITIONSp10
 - Bilan 2007-2022 : Reprise de la politique d'acquisition de l'AHA
 - Projet 2023-2032 : Poursuite de la politique d'acquisition avec l'AHA
- 1.2 INVENTAIREP12
 - Bilan 2007-2022 : Tentative d'inventaires réglementaires
 - Projet 2023-2032 : Vers un inventaire réglementaire
- 1.3 RECHERCHE..... P14
 - Bilan 2007-2022 : Une politique d'études aux objectifs remplis
 - Projet 2023-2032 : Un enrichissement intellectuel par les partenariats
- 1.4 CONSERVATION P16
 - Bilan 2007-2022 : La conservation le parent pauvre du musée ?
 - Projet 2023-2032 : Une mise à jour de la conservation
- 1.5 BATIMENT P18
 - Bilan 2007-2022 : Un bâtiment au dessein non accompli ...
 - Projet 2023-2032 : ... A achever pour répondre aux missions du musée

02 VALORISATION DES COLLECTIONS AUPRES DES PUBLICSP22

- 2.1 PARCOURS PERMANENTP22
 - Bilan 2007-2022 : Un parcours, point fort du musée
 - Projet 2023-2032 : Un parcours à conforter
- 2.2 PROGRAMMATION CULTURELLE P24
 - Bilan 2007 -2022 : Une offre pléthorique et large
 - Projet 2023-2032 : Une offre ciblée et locale
- 2.3 PUBLICS..... P27
 - Bilan 2007-2022 : Un musée ayant trouvé ses publics
 - Projet 2023-2032 : Aller vers les publics locaux, voire ultra-locaux
- 2.4 PARTENAIRES P30
 - Bilan 2007-2022 : Des partenaires essentiellement locaux
 - Projet 2023-2032 : Formaliser les partenariats
- 2.5 COMMUNICATION P34
 - Bilan 2007-2022 : Donner une image au musée
 - Projet 2023-2032 : Une communication à analyser

03 LE MUSÉE ET SES MOYENS P36

3.1 PERSONNELP36

Bilan 2007-2022 : Une équipe de permanents

Projet 2023-2032 : Une équipe pour le musée

3.2. SOUTIEN POLITIQUE ET FINANCIER.....P38

Bilan 2007-2022 : Un lien avec les élus et un budget à maintenir

Projet 2023-2032 : Un lien à maintenir

3.3 ACCUEIL ET ACCESSIBILITÉ..... P40

Bilan 2007-2022 : Un musée accessible et accueillant

Projet 2023-2032 : Un accueil optimal à poursuivre

PLANNING P42

ANNEXES



Façade du musée © Musée de l'hologerie, Saint-Nicolas d'Aliermont

INTRODUCTION

POUR SUIVRE SON DÉVELOPPEMENT

Le projet scientifique et culturel de 2007 du musée de l'horlogerie de Saint-Nicolas d'Aliermont, a accompagné la rénovation du musée, notamment par la construction d'un nouveau bâtiment. Cette rénovation, enjeu majeur pour l'équipe municipale, cherchait à redonner une identité forte à la commune en lien avec son passé horloger et ce dans une perspective de développement local. De plus, cette rénovation s'est assortie d'un changement de statut du musée, passant d'un musée associatif à un musée municipal, par le transfert de propriété et de gestion de la collection vers la commune de la part de l'AHA, Association d'Horlogerie Aliermontaise. Il s'agit de l'association fondatrice du musée et de sa collection créée en 1981 (cf annexe n°1 : historique musée) à, mais qui n'était plus adaptée pour répondre aux missions d'un musée sous appellation musée de France depuis 1988.

Les objectifs du PSC de 2007 du musée ont été :

- Un nouveau musée au cœur de la ville
- Un projet porté par la municipalité en collaboration avec l'AHA
- Un bâtiment adapté à la conservation et à la diffusion des collections
- Un outil pour mettre en valeur et découvrir l'horlogerie aliermontaise
- Un outil culturel destiné aux Aliermontais et aussi un atout et un outil pour le développement local, économique et touristique
- Un musée vivant et accessible

Le nouveau projet scientifique et culturel poursuit les objectifs de développement du musée déjà présents dans celui de 2007 et les consolide.

Pour y parvenir le musée s'appuie sur les valeurs du projet fédératif 2020-2025 de la FEMS (Fédération des écomusées et des musées de société) dont il est membre :

« [Les membres de la FEMS] placent l'homme et le territoire au cœur de leur projet et de leur démarche. Impliqués dans [...] le développement local, les membres de la FEMS travaillent à mettre en œuvre les valeurs d'ouverture, de partage et d'entraide, de diversité et de convivialité dans leurs actions quotidiennes depuis la gestion et l'enrichissement des collections jusqu'à l'accueil du public, les actions de médiation et la programmation culturelle. [Les membres] contribuent ainsi à la citoyenneté et à un développement durable et équilibré des territoires et du socle constitué par la mémoire de ces mêmes territoires. »

Ainsi le musée, identifié comme musée de société, présente l'histoire et l'évolution du savoir faire horloger de ce village devenu ville industrielle grâce à la révolution industrielle. Cette identité a permis au musée de s'imposer comme acteur du développement local, rôle qu'il doit désormais poursuivre au travers de ses actions.

Fort de ce prérequis et des acquis du précédent PSC, le nouveau projet propose les orientations suivantes :

- Un musée toujours porté par la municipalité et en collaboration avec l'AHA
- Un bâtiment répondant aux missions de conservation et de diffusion des collections
- Un enrichissement des collections et intellectuel plus fin
- Un parcours permanent plus fort
- Un musée restant vivant et accessible, en faveur du développement local à destination première des Aliermontais et des habitants du territoire

Ce nouveau PSC est prévu de 2023 à 2032, comprenant la fin de l'actuel mandat municipal (fin 2026) et englobant le prochain (fin 2032). Une clause de revoyure est prévue à mi-chemin (2027).

1. GESTION DES COLLECTIONS

1.1 ACQUISITIONS

En 2005 l'AHA fait le don à la commune de sa collection de 600 items, cœur de la collection du musée. En 2007, l'acquisition de 800 réveils et pendules Bayard vient considérablement augmenter la collection. Entre 2007 et 2022, 500 acquisitions nouvelles, essentiellement des dons de particuliers,

viennent renforcer la collection, riche actuellement de 1 900 œuvres. La force majeure de la collection est sa représentativité de la production horlogère de Saint-Nicolas d'Alhiermont. Elle est l'identité de ce passé horloger, dont la mémoire est encore vivante.

BILAN 2007-2022 : REPRISE DE LA POLITIQUE D'ACQUISITION DE L'AHA

La politique d'acquisition définie dans le PSC de 2007 est globalement respectée et complète avec justesse la collection. La priorité reste l'acquisition d'œuvres des industries horlogères et de leurs évolutions, produites à Saint-Nicolas du XVIIIe siècle à nos jours (cf annexe n°2 politique d'acquisition).

Par ailleurs, quelques pièces d'horlogeries jugées de grande valeur esthétique et/ou technique ont été acquises : bien que non issues de la production horlogère de Saint-Nicolas, elles contribuent à une meilleure compréhension de celle-ci. Par exemple des mouvements d'horloge de parquet comtoise ou de Pont-Farcy, ont été acquis pour permettre une comparaison avec le mouvement d'une Saint-Nicolas.

POINTS FORTS

Ces acquisitions sont réalisées avec l'AHA, soit via sa veille ou ses réseaux, soit via son financement ou son soutien au financement. Les statuts de l'association ont été clarifiés à ce sujet :

« ARTICLE 14 : Par dons, legs ou autres dispositions, l'association peut devenir attributaire de pièces correspondant à l'objet du musée. Si ceci est le cas, elle s'engage alors à en transférer la possession au musée, à charge pour celui-ci de les inclure dans son inventaire. Chaque opération de transfert se fait dans le cadre d'une convention établie entre la commune représentée par son maire es-qualité et l'Association représentée par son président es-qualité qui en reçoit le mandat dans le cadre statutaire établi par cet article même. »

La municipalité prend en compte cet aspect dans sa subvention annuelle pour l'association. Surtout que depuis 2012, le musée ne dispose plus de budget d'acquisition propre. Pour rappel entre 2007 et 2011 le budget d'acquisition du musée était de 6 000 euros par an.

POINTS FAIBLES

Les acquisitions sont impactées par la bonne coordination et entente entre les présidents de l'AHA et les directeurs du musée successifs. Lorsqu'elles sont bonnes, les échanges et la bonne compréhension entre chaque partie se font naturellement. Néanmoins, dans des périodes plus tendues, la politique d'acquisition connaît des problèmes, notamment dans la procédure réglementaire d'acquisition, puis d'inventaire. Ainsi depuis 2014, les œuvres présentées en CSR restent mineures. En effet le passage en commission a été uniquement réalisé lors de la demande de fonds du FRAM. Une évolution a eu lieu ces dernières années avec une présentation systématique de l'ensemble des nouvelles acquisitions en commission. En parallèle, les acquisitions non présentées les années antérieures sont également présentées à titre rétrospectif, dans le cadre du post-récolement et d'une régularisation en cours des procédures.

- Poursuite de la politique d'acquisition de l'AHA
- Acquisition via ou avec l'AHA
- Transfert des acquisitions de l'AHA vers le musée

PROJET 2023-2032 : POURSUITE DE LA POLITIQUE D'ACQUISITION AVEC L'AHA

Les orientations de la politique d'acquisition restent les mêmes. Le musée acquiert quasi exclusivement des œuvres de Saint-Nicolas d'Aliermont, issues de la production des industries horlogères et de leurs évolutions.

PROPOSITION 1 :

Privilégier les trois pistes suivantes pour renforcer la collection :

- des pièces venant d'horlogers moins connus et découverts lors des recherches des dernières années, outre le trio Pons, Couaillet et Bayard.
- pour ces derniers, renforcer le caractère exceptionnel ou bien privilégier des horloges ayant des qualités techniques et/ou esthétiques majeures.
- des œuvres représentatives des dérivés ou des mutations des industries horlogères : horlogerie de précision (régulateur, chronomètre de marine) ; horlogerie de la gestion du temps (pointeuse, contrôleur de rondes, enregistreur, horodateur, panneau d'affichage et chronomètre sportif) ; dérivés de l'horlogerie (mouvement de lampe, mécanisme de jouet, automate, appareil de sténotypie, machine à calculer, armement, téléphonie, mouvement de météo) et micro mécanique (pièce pour outillage, machine-outil, automobile ou aéronautique).

PROPOSITION 2 :

L'AHA et ses membres restent des relais essentiels et indispensables pour les acquisitions. Mais pour pallier les difficultés rencontrées, une formalisation du transfert des acquisitions de l'AHA vers le musée est à prévoir, via une convention entre la commune et l'association. Cette convention établira le rôle de chacun et la procédure à suivre pour les acquisitions avec notamment un rappel de la réglementation issue de la loi musées de 2002. La convention est à élaborer, dès la mise en œuvre du PSC.

PROPOSITION 3 :

Prévoir à nouveau une ligne «Acquisitions» dans le budget du musée, notamment pour les œuvres pouvant bénéficier d'un financement du FRAM avec l'achat direct par la commune et non par l'AHA.

- ▶ Poursuite de la politique d'acquisition avec des choix affinés
- ▶ Formaliser la procédure de transfert des acquisitions de l'AHA vers la commune et le musée
- ▶ Budget «Acquisitions» propre pour le musée en vue d'un soutien financier du FRAM

1.2. INVENTAIRE

BILAN 2007-2022 : TENTATIVE D'INVENTAIRES RÉGLEMENTAIRES

Le musée ne possède pas un inventaire réglementaire, mais trois outils en faisant office :

- fiches AHA (depuis 1979)
- fiches micromusée (depuis 2007)
- registre d'inventaire papier à 18 colonnes (utilisé entre 2010 et 2014).

Le musée a acquis (grâce au contrat de plan État-région 2000-2006) le logiciel micromusée, avec pour but d'en tirer un inventaire informatisé. Une charte de saisie a été créée, ainsi que des procédures d'accès avec un profil administrateur pour les directeurs successifs, un profil saisie créé pour l'agent d'accueil en 2010 et un profil consultation pour les autres

agents. 1624 notices ont été créés avec au minimum une photographie par notice, dont 637 ont été exportées sur Joconde.

En 2010 un registre d'inventaire papier à 18 colonnes a été créé.

POINTS FORTS

Le dernier récolement, achevé en 2021 a pu montrer que l'ensemble des objets possèdent au minimum une fiche dans l'un des trois outils faisant office d'inventaire. Les fiches Micromusée sont les plus importantes, les plus complètes et les plus à jour.

POINTS FAIBLES

La répartition actuelle entre trois outils faisant office d'inventaire complique la gestion de la collection. Outre le côté peu pratique, de par leur typologie, aucun des trois outils n'est complet et ne répond à un inventaire réglementaire.

- Un inventaire informatisé à créer

PROJET 2023-2032 : VERS UN INVENTAIRE RÉGLEMENTAIRE

Pour y parvenir, une réflexion récente a été initiée avec le passage à un outil unique de gestion des collections, d'où pourra être extrait l'inventaire réglementaire.

PROPOSITION 1 :

Le Réseau des musées normands propose justement un outil mutualisé de gestion des collections. Ainsi chaque membre du réseau peut rejoindre la base de données, via le logiciel Flora, conçu et paramétré pour s'adapter à tout type de musée et de collection.

En 2022, le contact a été établi avec le réseau et l'administratrice de la base de données, pour un transfert des fiches du musée, de Micromusée vers Flora. Une convention, un protocole et un calendrier pour une réalisation début 2023, ont été actés. Ce transfert permet au musée de réduire grandement le coût (-65%) grâce à la mutualisation et d'obtenir un outil unique de gestion des collections.

Les outils actuels faisant office d'inventaire : fiches AHA, registre d'inventaire papier à 18 colonnes et fiches micromusée sont à reverser dans les dossiers d'œuvres.

PROPOSITION 2 :

Le récolement de 2021 a permis d'identifier les 300 fiches à créer, pour que chaque objet possède une fiche informatisée.

La création de ces fiches manquantes sur la nouvelle base de données sera la priorité en 2023 de l'agent d'accueil, suivi d'un contrôle et d'une validation du directeur. La fermeture annuelle du musée, débutant en janvier et prolongée jusqu'à la fin mars, au lieu de la mi-février, est pensée pour permettre une meilleure réalisation de cette action.

Ce travail permettra aussi de reprendre le versement des notices sur Pop Joconde à partir de 2024.

► Création d'un outil unique de gestion des collections et établissements de l'inventaire réglementaire.

1.3. RECHERCHE

Dans ce domaine les objectifs fixés par le PSC 2007 ont été menés à bien. Le travail de recherche a progressé avec les agents du musée, l'AHA et par des renforts ponctuels.

BILAN 2007-2022 : UNE POLITIQUE D'ÉTUDES AUX OBJECTIFS REMPLIS

Les expositions temporaires et le travail préparatoire notamment, sont des moments privilégiés pour faire avancer la recherche sur les œuvres du musée. D'autres projets scientifiques ont permis l'émergence d'axes de recherches par des chercheurs indépendants.

Le premier est l'enquête d'Emmanuelle Cournarie de l'université de Besançon, ethnologue en charge du projet « Archives orales ». Cette enquête a fait l'objet d'un ouvrage : *La mécanique du geste ; trois siècles d'histoire horlogère et mécanique à Saint-Nicolas d'Aliermont en Normandie*, qui est désormais le catalogue général du musée.

Une autre étude conduite par Emmanuelle Réal du Service régional de l'Inventaire de Haute-Normandie sur le patrimoine bâti de la ville a été réalisée. De cette étude un parcours de visite au sein de la ville a pu émerger.

Ce travail de collecte se poursuit depuis, via la mise en œuvre de projets de valorisation par exemple pour les journées du Patrimoine en 2014 sur la Grande guerre ou sur la place des femmes pour l'exposition temporaire : *Horlogerie : un savoir-faire au féminin*.

Le fonds documentaire compte à ce jour 2000 occurrences, livres et périodiques confondus concernant l'horlogerie, les techniques horlogères ou l'histoire régionale.

Par ailleurs, le musée possède aussi un fonds d'une partie des archives des entreprises horlogères de Saint-Nicolas et un fonds ancien (130 ouvrages, dont le plus ancien date du XVIIe siècle).

Le musée conserve également la collecte effectuée par Emmanuelle Cournarie en 2009. Il possède par conséquent un fond d'archives sonores, avec les droits d'utilisation de la part des participants de l'étude.

Les agents et les membres de l'association sont les principaux utilisateurs de cet ensemble. Néanmoins, la consultation est ouverte à tous sur rendez-vous. Les fonds servent aux recherches préliminaires aux projets expositions ou de médiation. Il sert aussi à répondre aux demandes de renseignements des particuliers.

POINTS FORTS

De 2007 à 2014, une forte politique de mise en ligne à destination du grand public a vu le jour. Elle débute par le versement de 637 notices de la base de données sur Pop/Joconde, puis sur la base de données des Réseaux des musées de Normandie. Il s'agit d'informations sommaires sur les œuvres.

Des notices plus détaillées et de la documentation notamment sur les entreprises horlogères de Saint-Nicolas ont été mises en ligne en 2009 avec la création du site internet et sur le flickr du musée. Les réseaux sociaux notamment facebook ont à ce jour pris le relais.

Ainsi de nombreux particuliers contactent le musée, sans forcément le visiter pour obtenir des informations diverses, après avoir trouvé des informations sur le site internet, le flickr et le facebook du musée.

POINTS FAIBLES

Le recensement des différents fonds d'archives reste partiel. Sont à jour le fonds documentaire et le fonds ancien. Concernant le fonds d'archives, seules 18 boîtes sont référencées dans un fichier excel datant de 2017. Aucun lien n'est fait avec les fonds et l'inventaire des œuvres.

- Recherche et documentation de la collection par groupes d'objets
- Enquête ethnographie
- Diffusion et valorisation des recherches

PROJET 2023-2032 : UN ENRICHISSEMENT INTELLECTUEL PAR LES PARTENARIATS

Une politique de recherche du musée est envisagée, mais via des partenariats, au vu de la taille du musée et du nombre d'agents.

PROPOSITION 1 :

La collecte de témoignages oraux et écrits, ainsi que des objets et documents divers relatifs à la vie des industries horlogères de Saint-Nicolas est une priorité, en prévision du vieillissement, voire de la disparition des témoins directs de la fin de cette période.

Cette collecte se réalise essentiellement lors des préparations des expositions temporaires. Il s'agit ici d'imaginer une collecte annuelle plus importante avec la fixation de thématiques, réalisée par des chercheurs ou des étudiants.

En effet le musée n'étant pas en capacité de porter le projet seul, les partenariats sont vitaux.

Ainsi la collecte pourra se faire avec l'aide des associations horlogères :

en premier lieu l'AHA, mais aussi l'ANFAHA, Association Française des Amateurs d'Horlogerie Ancienne.

Les universités et en particulier celles de la région sont également un relais évident. Des premiers contacts ont été pris avec les universités de Rouen et de Caen.

Enfin le réseau muséal avec les autres musées d'horlogerie ou les associations de musée comme la FEMS, rémut et patstec ne sont pas à exclure.

PROPOSITION 2 :

Durant la prochaine décennie, le musée peut choisir d'accompagner un projet de recherche ambitieux, comme celui mené par Emmanuelle Cournarie avec le projet d'archives orales. Une nouvelle fois, le musée n'a pas vocation à être un centre de recherche et cette recherche passera via des partenariats.

Les pistes envisagées sont diverses :

accueil d'un doctorant

nouvelle enquête ethnographique

résidence d'anthropologues

Les problématiques de recherche resteront en lien avec celle des musées de société. Les recherches depuis 2007 se sont focalisées sur le développement des industries horlogères à Saint-Nicolas. Les archives orales ont notamment apporté de nombreuses réponses.

Il s'agit dans cette seconde phase de recherche de se concentrer sur des thématiques sociétales, peu connues et peu abordées à ce jour comme la création d'une classe ouvrière et de ses conditions de travail et de vie, les conflits sociaux à Saint-Nicolas, le rôle des femmes dans les industries. De manière plus générale, le rôle de l'horlogerie dans la révolution industrielle, avec Saint-Nicolas comme exemple est une piste à explorer.

PROPOSITION 3 :

Pour réaliser le lien entre la collection et la documentation, après un recensement en interne, le musée prévoit une mission-conseil avec un documentaliste, dans le but de parvenir à un classement homogène des différents fonds.

Enfin en interne, sur le moyen terme la création de dossiers d'œuvres, vont également permettre de réaliser le lien entre la collection et la documentation.

▶ Collecte témoignages et objets des derniers témoins à poursuivre

▶ Enquête volume 2

▶ Lien entre la collection et la documentation

1.4. CONSERVATION

BILAN 2007-2022 : LA CONSERVATION LE PARENT PAUVRE DU MUSÉE ?

Le bilan sanitaire des œuvres par des conservateurs-restaurateurs, prévu dans le PSC de 2007, n'a pas été réalisé. Des restaurations ont été réalisées pour les nouvelles acquisitions en danger ou lors d'accidents. Deux fois par an, une campagne de dépoussiérage est réalisée par les agents du musée sur les œuvres exposées. Trois membres de l'AHA remontent les horloges et pendules en fonction et entretiennent au

minima leurs mouvements. L'ensemble est réalisé en coordination avec les directeurs successifs du musée. Une société extérieure passe tous les mois pour relever des pièges à rongeurs. Un plan global IPM n'existe pas à ce jour.

Une étude climatique lancée en 2020 avec le C2RMF est en attente d'une visite sur site. Des relevés sont effectués depuis 2021.

POINTS FORTS

Le récolement de 2021 a pu confirmer le bon état général des collections. Aucun danger n'est observé et aucune mesure de conservation curative n'est nécessaire à ce jour.

POINTS FAIBLES

La conservation préventive est le maillon faible de la politique de conservation du musée. En effet l'absence d'un régisseur se fait ressentir. La charge est divisée entre les différents agents du musée et des membres de l'AHA, dont les connaissances et pratiques sont variées.

De plus il manque d'un espace clairement identifié comme lieu de réserves et respectant les normes muséales.

- Prévoir un plan de restauration à long terme des collections
- Organiser un bilan de conservation préventive



Séance de dépoussiérage © Musée de l'hologerie, Saint-Nicolas d'Aliermont

PROJET 2023-2032 : UNE MISE À JOUR DE LA CONSERVATION

PROPOSITION 1 :

La fermeture annuelle du musée en début d'année est une période à sanctuariser pour la réalisation des missions de conservation.

Au vu du faible niveau de visiteurs pendant cette période (en moyenne 3 % de la fréquentation annuelle) cette fermeture n'est pas préjudiciable à la fréquentation du musée. Débutant en janvier et se terminant à la mi février, elle est à prolongée jusqu'à la fin mars, pour déployer à temps plein l'agent d'accueil et le directeur sur ces missions.

PROPOSITION 2 :

Le musée souhaite continuer à se doter de protocoles et plans à jour, dont :

- un protocole d'entretien des collections
- un protocole de gestion intégrée des contaminants biologiques
- un protocole de veille climatique
- un protocole de sécurité et de sûreté
- un plan de sauvegarde des biens et des collections

Ces protocoles sont à créer dans le cadre de formations mutualisées comme celle suivie par le musée en 2021 pour le PSBC avec le C2RMF, la DRAC Normandie et le Réseau des musées normands.

Il n'est pas prévu de recrutement de régisseur, ce sont par conséquent les agents du musée et certains membres de l'association qui vont poursuivre ces missions. Justement les différents protocoles et plans permettent d'obtenir un cadre pour respecter les normes de conservation muséales internationales.

La convention avec l'AHA permettra aussi de lister les actions concrètes réalisées, sous la supervision du directeur, par ses membres sur cette question de l'entretien des collections (notamment le remontage des horloges en marche). Le recours à un conservateur-restaurateur dans la mise en place du protocole d'entretien des collections est souhaité.

- ▶ Sanctuariser le temps de travail dédié à la conservation
- ▶ Protocoles et plans de conservation préventive à jour

1.5. BÂTIMENT

BILAN 2007-2022 : UN BÂTIMENT AU DESSEIN NON ACCOMPLI ...

Le bâtiment de 588 m² n'a pas connu de modifications majeures, depuis les travaux de rénovation-extension menés en 2007. Il reste composé d'une ancienne maison normande réhabilitée, entourée par deux galeries et complétée par une extension (cf annexe

n°3 : plans). La majeure partie des espaces se trouve en RDC.

L'entretien du bâtiment est régulier et réalisé en coordination avec le service entretien et le service technique de la commune.

POINTS FORTS

Des travaux d'amélioration de sécurité et de sûreté ont été menés. A sa création en 2007, puis en 2014 et en 2019 la commune et le musée ont sollicité le ministère de la culture et la mission de la sécurité, de la sûreté et de l'accessibilité de la direction générale des patrimoines pour l'accompagner.

Le dernier rapport du 17 juin 2019 (cf annexe n°4 : rapport MISSA), réalisé par le Lieutenant-colonel José Vaz de Matos, conseiller-expert sécurité incendie, a identifié une dernière tranche de travaux, c'est-à-dire la mise en œuvre d'un système de détection incendie automatique.

Le musée et le service technique de la commune ont consulté différentes entreprises pour la modernisation et la rénovation du système d'alarme à incendie avec déclencheurs manuels actuels vers un système de détection incendie automatique. L'installation est en attente de financement. Ce nouveau système, outre de renforcer la sécurité incendie des personnes et des collections, va permettre au musée de solliciter des prêts d'œuvres auprès d'autres institutions muséales. En effet le musée n'a pu obtenir des prêts notamment des musées nationaux ou de participer à des opportunités comme le Catalogue des désirs en 2018-2020.

Ces améliorations s'accompagnent en 2021 par une mise à jour du musée aux normes de sécurité et de sûreté (procédures, organigramme des clés, registre de sécurité), ainsi que des formations du personnel.

POINTS FAIBLES

L'un des objectifs du nouveau musée a été de mieux définir les espaces, notamment en comparaison du premier musée. Le bâtiment actuel y a apporté des solutions et des avancées significatives. Néanmoins en raison du succès rapide du musée (notamment augmentation des collections et des publics), le bâtiment ne remplit pas l'ensemble des attentes.

DÉSIGNATION	SUPERFICIE	ÉVOLUTION
RDC		
Hall	104.35 m ²	A l'origine le hall est composé de l'accueil, de la boutique, du vestiaire et l'exposition permanente y débute. Il a accueilli plusieurs expositions temporaires. Dès le début, le hall accueille aussi, faute d'autres espaces, les ateliers éducatifs, ce qui engendre des désagréments. Il sert également pour la programmation culturelle (conférences, concerts et représentations théâtrale). Depuis 2010, il sert de bureau pour l'agent d'accueil au niveau de la borne d'accueil.
Espace d'expositions permanentes	232.25 m ²	Cet espace est le plus important en superficie et il a peu évolué de 2007 à 2022, avec 400 pièces exposées, malgré de nombreuses acquisitions. Il remplit sa mission première et le visiteur ressort globalement satisfait.
Espace d'expositions temporaires	22 m ²	Les expositions temporaires se sont étendues sur d'autres espaces, comme le hall, les galeries, voire sur l'ensemble du musée. L'espace initial réduit a frustré à la fois les équipes successives du musée et le visiteur. Malgré une succession de 23 expositions temporaires sur 14 ans, cet espace n'a pas donné l'impression de nouveautés au musée. Il est considéré comme une partie du parcours permanent et non un apport supplémentaire.
Atelier l'AHA	25.45 m ²	L'atelier permet à l'AHA de réaliser ses missions de réparations pour les particuliers. Néanmoins très vite la place du stock de son matériel est apparue insuffisante et une partie des réserves a été dédiée à ce stock.
Sanitaires	7.55 m ²	/
Office	2.75 m ²	/
Réserve archives	19.10 m ²	Elle est transformée en 2014 en espace de médiation en libre service à destination des familles : la pause famille. Le visiteur est très satisfait de ce nouvel espace. Néanmoins au vu de son emplacement (non intégré dans le parcours permanent) et sa physionomie (espace sans fenêtre), sa fréquentation est très limitée.
Réserve bas et mezzanine	86.70 m ²	Dès 2007 ces réserves ont montré leur limites : accès très difficile pour la réserve mezzanine avec un escalier patte de canard raide et étroit et un encombrement de la réserve bas, devenu stock pour d'autres activités du musée. De plus ces espaces ne présentent pas les conditions requises pour la conservation des œuvres. Plusieurs réaménagements en interne ont été réalisés, mais sans résoudre le problème initial.
Chaudières	4.90 m ²	/
ÉTAGE		
Couloir bureaux	8.85 m ²	Espace limité et saturé accueillant la bibliothèque, les archives de l'AHA, les fournitures du musée et le stock de catalogues.
2 bureaux	49.65 m ²	Les bureaux accueillent trois agents permanents du musée, ainsi que les renforts ponctuels.
Réserve étage	25 m ²	Initialement prévu pour le stock des fournitures, l'espace accueil, dès 2007 une partie des nouvelles acquisitions, puis en 2014 les archives, suite à la création de la pause famille.
EXTERNALISÉ		
Réserve services techniques	10 m ²	Accueil depuis 2011 les œuvres volumineuses (machines) au sein des bâtiments du service technique. Les conditions de conservation ne sont pas optimales

- Des espaces mieux définis
- Un accueil plus aisé
- Entretien du bâtiment par les services communaux

PROJET 2023-2032 : ... A ACHEVER POUR RÉPONDRE AUX MISSIONS DU MUSÉE

Le bâtiment de 2007 n'a pas encore rempli son objectif d'outil adapté aux missions du musée. Le bilan dégage trois espaces problématiques :

- l'espace d'exposition temporaire
- l'espace de médiation
- l'espace des réserves

PROPOSITION 1 :

Le nouveau PSC a pour but de solutionner les problèmes liés à ces espaces. Pour y parvenir il est proposé de prendre modèle sur la méthode utilisée et concluante lors du PSC de 2007 concernant la sécurité et la sûreté du musée. C'est à dire de faire appel au ministère de la culture et à la DRAC Normandie pour une mission-conseil, pour dresser un diagnostic et apporter des solutions à mettre en œuvre sur le court et moyen terme par la commune et le musée. Le programme de ces aménagements proposera soit une unique intervention, soit une opération en plusieurs étapes.

Par conséquent une première étape prioritaire de ce PSC est une prise de contact rapide avec le conseiller DRAC et l'architecte-conseil des musées de France pour élaborer ce diagnostic sur l'ensemble des espaces du musée.

La seconde phase est la programmation et la mise en œuvre, notamment des nouveaux aménagements, voire travaux à réaliser à partir du diagnostic réalisé en amont.

PROPOSITION 2 :

L'entretien quotidien du bâtiment par un agent d'entretien dédié au musée, ainsi que l'entretien général du bâtiment par le service technique est à poursuivre. Le service technique assure également une aide lors du montage des expositions. La collaboration fonctionne entre les services.

Une vigilance est à noter. De nombreux départs à la retraite sont prévus dans le service d'entretien et le service technique, sur les cinq prochaines années. Une formation des nouveaux agents aux spécificités du musée et du bâtiment sont à prévoir.

- ▶ Missions-conseil avec le ministère de la culture et la DRAC Normandie pour un diagnostic sur les espaces et mise en œuvre des propositions
- ▶ Poursuite de l'entretien par le service entretien et le service technique de la commune



2. VALORISATION DES COLLECTIONS AUPRÈS DES PUBLICS

2.1 PARCOURS PERMANENTS

BILAN 2007-2022 : UN PARCOURS, POINT FORT DU MUSÉE

Depuis 2007 le parcours chrono-thématique présente l'histoire et l'évolution du savoir-faire horloger à Saint-Nicolas d'Alhiermont du XVIIIe au XXe siècle. Les thématiques mises en avant sont :

- le rôle de l'horlogerie dans l'industrie alhiermontaise
- les savoirs faire, les compétences et l'adaptabilité des femmes et des hommes de ce territoire
- retrouver le lien entre le territoire et les personnes qui l'habitent
- créé avec l'aide du cabinet de muséographie A Kiko, le parcours est accessible à tous, néophyte ou spécialiste

Un développement du parcours permanent actuel est en annexe (cf annexe n°5 : parcours permanent).

POINTS FORTS

Les outils de médiation mis en place en 2007 fonctionnent (panneaux, cartels, écrans) et les nouveautés (audioguides, puis audioguides via application téléchargeable ou tablettes mise à disposition, bornes sonores) ont su renforcer les propos du parcours. Avec le même succès, un parcours jeunesse et un parcours des cinq sens ont été mis en place. L'ensemble de ces dispositifs satisfait le visiteur.

Le visiteur passe une visite instructive et agréable. Donnée confirmée par le temps de visite moyen d'une heure trente.

POINTS FAIBLES

A côté de ces données de primo-visiteur, le visiteur régulier déplore un parcours identique (nombre d'objets exposés resté à 400, alors que la collection est passée de 600 à 1900 items) et peu évolutif malgré les rotations et les expositions temporaires.

Aucune obsolescence technique, scientifique ou esthétique flagrante n'est identifiée, à l'exception de l'éclairage, dont la vocation première est d'éclairer les salles et non de valoriser les pièces présentées. Un rafraîchissement de la muséographie est suggéré à la fois par le public d'habitues et par les agents du musée.

- Contribuer à la définition de l'identité du territoire
- Mise en avant de l'histoire et de l'évolution des industries horlogères de Saint-Nicolas
- Respect du cahier des charges de la muséographie

PROJET 2023-2032 : UN PARCOURS À CONFORTER

Étant une force du musée il est proposé de conserver le parcours chrono-thématique et de le conforter (cf annexe n°6 : parcours amendé).

PROPOSITION 1 :

Depuis 2007 l'étude des collections a apporté des connaissances plus détaillées et précises. Par conséquent un travail d'amendement du discours scientifique et des différents supports de médiation est prévu, aussi bien les panneaux et les cartels, que les audioguides et autres parcours spécifiques (jeunesse, 5 sens).

L'ajout au sein du parcours des archives orales du musée récoltées en 2009 fait également partie de cette mise à jour. Cette collecte extrêmement riche apporte cette mémoire encore vivante et individuelle des ouvrières et ouvriers des industries horlogères. Elle est complémentaire aux « grandes figures » qui ont façonné l'horlogerie à Saint-Nicolas. De plus le musée s'est doté ces dernières années d'un nombre important de tablettes numériques pour la médiation. Elles pourront servir pour cet enrichissement du parcours

PROPOSITION 2 :

L'ensemble des actions précédentes sont à prévoir dans le cadre d'une nouvelle muséographie qui est actée et le recours à nouveau à un cabinet de muséographe est souhaité. L'investissement consenti en 2007 par l'appel à un muséographe a fait ses preuves avec une muséographie qui dure depuis 15 ans, mais dont un rafraîchissement est nécessaire. Cette nouvelle muséographie est à réaliser, après la mission-conseil de la DRAC sur les espaces.

Il est proposé de mettre en œuvre la nouvelle muséographie sur le moyen terme, avec le changement d'une séquence par an, pour contrecarrer l'image d'un parcours figé.

PROPOSITION 3 :

Dans la même optique une dynamique de rotation plus affirmée et visible est prévue.

> L'image d'un parcours vivant et changeant passe en premier lieu par les acquisitions de l'année du musée. Elles sont à mettre systématiquement dans le parcours avec une signalétique distincte de la signalétique générale du parcours.

> Des prêts de pièces prestigieuses d'horlogers de Saint-Nicolas d'Aliermont présentes dans les collections des musées ou d'institutions nationaux. Par exemple le musée ne possède pas de régulateur signé Honoré Pons. Le musée des arts et métiers ou le mobilier national en possèdent et ces pièces ne sont pas exposées au sein de leur propre parcours. Les investissements réalisés en terme de la sécurité et de la sûreté permettent d'envisager ces prêts dans le futur.

> Des prêts ou dépôts de musées de la région pour créer des mises en contexte des horloges produites dans la ville.

Quatre mises en contexte sont visées :

- horloge de parquet Saint-Nicolas et le mobilier normand
- pendule à poser et un « intérieur bourgeois »
- pendulette de voyage et la création des stations balnéaires
- chronomètres de marine et les expéditions scientifiques du XVIIIe siècle

Il ne s'agit pas ici de prévoir ces prêts prestigieux et mises en contexte tous en même temps, mais bien l'un après l'autre pour offrir un changement annuel.

- ▶ Mise à jour scientifique et pédagogique du parcours
- ▶ Avec l'aide d'un muséographe créer une nouvelle muséographie
- ▶ Rotations plus régulières et importantes

2.2. PROGRAMMATION CULTURELLE

BILAN 2007-2022 : UNE OFFRE CULTURELLE PLÉTHORIQUE ET LARGE

Les activités inscrites dans le PSC et développées sont nombreuses :

- Expositions temporaires > publications
- Conférences
- Concerts et petites formes de théâtre
- Visites guidées
- Ateliers pédagogiques
- Visites, ateliers et animations pendant des manifestations locales (au printemps, la Normandie se découvre !, animations de Noël de Saint-Nicolas, animations des autres services ou associations de la ville) ou nationales (journées des métiers d'arts, nuit des musées, journées européennes du patrimoine, fête de la science)

De plus à partir de 2016, le service culture de la ville de Saint-Nicolas a été rattaché au musée. Des événements culturels supplémentaires se sont ajoutés à la programmation du musée :

- Festival des plantes nouvelles
- Salon d'art contemporain
- Théâtre scolaire et théâtre tout public
- Terrasses musicales

Des activités, notamment à destination des scolaires, des jeunes et des groupes sont réalisées pendant l'ensemble de l'année, y compris pendant la fermeture annuelle du musée au public en début d'année (cf annexe n°7 : offre culturelle 2022).

POINTS FORTS

Le musée a tiré de l'expérience de cette offre riche et identifié les éléments les plus pertinents :

- > Associer les activités aux manifestations. Un exemple : proposer des conférences dans le cadre de la programmation de l'exposition temporaire et non des conférences isolées.
- > Privilégier les manifestations les plus en lien avec le musée. Par exemple la fête de la science fonctionne avec les scolaires, mais pas avec le grand public, au contraire des nuits des musées et des journées du patrimoine.
- > Les activités concertées avec les partenaires locaux dans le cadre de programme annuel et pluriannuels fonctionnent mieux. Les projets avec le FAM la Margotière pour leurs résidents ont pu perdurer et se développer, au contraire de la proposition de visite guidée pour les publics handicapés.

POINTS FAIBLES

Cette offre riche, l'est presque trop. Par exemple pour les scolaires, un livret des activités est diffusé à l'ensemble des écoles de Seine-Maritime, avec pour chaque niveau, une dizaine de propositions de visites et/ou d'ateliers. Le bilan montre que ce sont à chaque fois les mêmes activités qui sont choisies (comme la visite guidée suivie d'un atelier autour des engrenages) et principalement par les écoles du secteur (essentiellement de Saint-Nicolas).

- Un musée vivant grâce aux activités renouvelées

PROJET 2023-2032 : UNE OFFRE CIBLÉE ET LOCALE

PROPOSITION 1 :

Partir de l'offre existante pour y poursuivre ce qui fonctionne et enrichir ce qui fonctionne moins, c'est-à-dire :

- expositions temporaires annuelles
- visites guidées, suivies d'ateliers
- projets annuels ou pluriannuels avec des partenaires

PROPOSITION 2 :

Ainsi pour le public adulte, le musée souhaite proposer des expositions temporaires annuelles de plus grande envergure et au sujet « grand public ». Ces expositions seront en lien avec des événements nationaux, intégrés dans la thématique annuelle de la programmation socioculturelle de la commune. Une idée de cette programmation serait la suivante :

	2022	2023	2024
Idée exposition	Les industries horlogères pendant les Guerres mondiales à Saint-Nicolas	La navigation et ses instruments	Les cathédrales
Thématique programmation socioculturelle	Canada	La navigation	Olympisme
Événement national	80 ^{ème} commémorations du raid de Dieppe	Armada de Rouen	JO Paris 2024 et réouverture de Notre-Dame de Paris

Ces expositions sont accompagnées systématiquement d'un programme de médiation, soit via un espace pédagogique en libre service à la fin du parcours de l'exposition ou via un projet éducatif.

Pour le public scolaire/jeunesse, le musée souhaite cibler son offre. Pour les maternelles et les primaires au lieu d'une offre pléthorique de visites et d'ateliers, il s'agit de conserver deux, trois visites/ateliers par niveaux ou de laisser la possibilité de construire des parcours sur mesure avec les écoles.

Pour les collèges et les lycées, le musée souhaite abandonner l'offre de visites et d'ateliers et conserver uniquement la possibilité d'une offre sur mesure, mais de participer chaque année à un projet porté par un partenaire institutionnel (DRAC, DAAC ; Région, Département, centres sociaux etc ...).

Pour le public jeunesse, outre la poursuite des activités pédagogiques du mercredi pendant les temps scolaires, il s'agit aussi de poursuivre les projets annuels ou pluriannuels avec le centre-social, le multi-accueil et la médiathèque de Saint-Nicolas.

Selon les projets le musée est le moteur ou accompagne le projet.

Concernant le public empêché, l'objectif est de rester un musée accessible et adapté. C'est pourquoi le public empêché doit être pris en compte pour l'ensemble des aménagements du musée : accueil du musée, nouvelle muséographie du parcours permanent, expositions temporaires. Les labels notamment le label tourisme et handicap reste une référence pour l'accomplissement de ce point. De plus les agents du musée et en particulier le médiateur sont à former sur ces questions. A terme un référent est à nommer au sein des agents du musée pour suivre de manière globale ce sujet.

Dans cette même volonté d'aller à la rencontre du public, le musée souhaite s'investir davantage avec la Margotière, l'APEI et des intervenants extérieurs sur des projets annuels, voire pluriannuels à penser ensemble.

PROPOSITION 3 :

Le musée va se concentrer sur les trois manifestations suivantes :

- vernissage de l'exposition temporaire (fin mars-début avril)
- nuits des musées (mai)
- journées européennes du patrimoine (septembre)

Les trois sont identifiées « musée » et étalées dans l'année. C'est à l'occasion de ces manifestations qu'une programmation large (conférences, concerts, spectacles, visites guidées, ateliers etc ...) est prévu à ces dates précises.

- ▶ Une offre moins pléthorique et plus ciblé
- ▶ Concentrer sur des événements plus identifiés « musée »



2.3. PUBLICS

Dans le PSC de 2007, un objectif phare inscrit est d'atteindre de nouveaux publics pour le musée avec une fréquentation de 5000 à 6000 visiteurs par an. L'objectif est atteint dès la première année avec 5134 visiteurs, puis les années suivantes avec une moyenne de 5400 visiteurs (cf annexe n°8 : fréquentation), hors années pandémie covid. C'est un réel succès, par rapport à la situation antérieure, où la fréquentation fut de 500 à 700 visiteurs par an. Cette fréquentation et les publics qui la forment sont aussi une des forces du musée.

BILAN 2007-2022 : UN MUSÉE AYANT TROUVÉ SES PUBLICS

LES PUBLICS FIDÉLISÉS

Le musée a réussi à fidéliser le public de l'école maternelle et des écoles primaires de Saint-Nicolas d'Aliermont. Le lien avec les différentes directions et les professeurs est fluide. Une visite, au minimum, de chaque classe est programmée par an. Ce partenariat est possible par une proximité géographique, des visites et ateliers gratuits, une identification claire de l'offre pédagogique du musée. Le rattachement du service culture au musée a renforcé les liens entre le musée et ce public avec notamment le théâtre scolaire et le développement d'une offre scolaire pour le salon d'art contemporain. Le musée toutefois est toujours et c'est à surveiller, à l'initiative de ce lien fort.

Grâce aux ateliers pédagogiques proposés par le musée pendant les vacances scolaires, la fréquentation du jeune public est également stable depuis 2007. Les raisons sont qu'il s'agit d'une offre complémentaire aux activités du service jeunesse, qui propose un accueil sur l'ensemble des vacances avec des activités de loisirs, alors que le musée se concentre sur le mercredi des vacances avec des ateliers par âge autour de la pratique des arts plastiques. Des statistiques réalisées par le médiateur du musée, permettent de connaître les ateliers qui ont reçu le plus de fréquentation et de les renouveler le cas échéant.

LES PUBLICS FLUCTUANTS

Avec les publics des écoles maternelles et primaires environnantes (canton de Dieppe), ainsi que les collèges, les lycées et autres structures éducatives, le lien est moins constant. Leur venue est du fait de l'enseignant qui a connu le musée avec la diffusion du programme pédagogique directement par le musée ou par la presse spécialisée ; ou via un intermédiaire, comme la DRAC ou la DAAC, autour de projets spécifiques.

En dehors des ateliers des mercredis des vacances scolaires, le musée a initié pour le jeune public, différentes actions :
- pendant le temps périscolaire : avec le service jeunesse
- pendant le temps extrascolaire : également avec le service jeunesse, et le club ados ; les services de petite enfance : multi-accueil et RAM

Les résultats montrent que sur la période 2007-2022, le musée satisfait avant tout aux demandes épisodiques des autres structures pour répondre à une offre de loisirs plus qu'à une offre éducative et culturelle. Une évolution récente avec la venue plus régulière des services de petite enfance, en lien avec leur programme culturel est du fait des personnes référentes au sein du musée, de la crèche et du RAM.

Le public adulte est composé majoritairement de primo-visiteurs. Les expositions temporaires aux thématiques diverses restent jugées « trop petites » et n'empêchent pas l'image d'un musée figé pour le public adulte et d'habités, notamment de Saint-Nicolas.

Les groupes viennent au musée pour une visite guidée du parcours permanent. Les campagnes de promotion, via des brochures ou des sites de référencement des autocaristes s'avèrent vitales pour les capter vers le musée.

Pourtant les familles ayant profité des éléments cités plus hauts lors de leur visite, expriment leur satisfaction.

Le public familial est un public difficilement mobilisable par le musée, malgré un parcours dédié au sein du parcours permanent (livret jeunesse, parcours cinq sens), des activités (ateliers famille) et des espaces dédiés (pause famille).

Pour le public en situation de handicap, le musée par son accessibilité (de plain pied, label tourisme et handicap, outils sur mesure et plages horaires hors ouverture dédiées) et des liens tissés avec des structures du

territoire (foyer la Margotière, autisme76, ARIADA) n'a pas rencontré le succès escompté. Le musée a surtout pu développer et de manière épisodique un partenariat de pratique artistique avec le foyer la Margotière de Saint-Nicolas d'Aliermont. Le manque de formation des équipes successives du musée est à l'origine de ce résultat.

DEUX PUBLICS À PART

Le public touristique représente 5%. Chiffre non négligeable. Mais le public touristique de la Normandie et de la région dieppoise est important et en augmentation sur la même période, alors qu'il est stable au musée. De plus au vu des investissements du musée envers ce public (audioguides ou livrets en 6 langues, adhésion aux offices de tourisme et campagnes de promotion), une marge de progression existe.

Le public du partenariat avec le MHVQ est en progression (+20 % depuis sa mise en place en 2019) mais faible (100 personnes par an).

- Nouveaux publics pour le musée avec quatre publics prioritaires (jeune public ; personnes en situation de handicap ; groupes adultes et habitants de la commune)

PROJET 2023-2032 : ALLER VERS LES PUBLICS LOCAUX, VOIRE ULTRA-LOCAUX

Le musée pour ses publics, s'inscrit dans les valeurs du projet fédératif de la FEMS et « [dans l'évolution des rôles du musées] :

> Les musées de société se positionnent comme des lieux d'expérimentations, ouverts sur leur environnement, hospitaliers et bienveillants à l'égard d'un public varié et aux projets protéiformes

> La notion du « care », prendre soin, s'inscrit dans cette évolution des musées vers une plus grande pluralité de voix et davantage d'inclusion.

[...]

Enfin l'émotion et la création sont réaffirmées comme principes qui visent à nourrir l'expérience collective au musée. »

PROPOSITION 1 :

Le musée de l'horlogerie a ce rôle social et inclusif envers ses publics. C'est pourquoi le musée souhaite privilégier une démarche active à la rencontre de son public, entendu au sens large, pas uniquement les publics éloignés ou empêchés, mais aussi les adultes, les scolaires, les familles et les seniors. L'objectif est de garantir un accès au musée à tous. Par conséquent l'état d'esprit est de ne plus proposer une offre pléthorique et large, mais plus ciblée et en collaboration avec ses partenaires.

PROPOSITION 2 :

L'offre culturelle du PSC de 2007 a donné deux blocs d'ancrage au musée :

- des publics fidèles connus
- et locaux (région de Dieppe), voire ultra locaux (Saint-Nicolas)

Aucun nouveau public n'est visé. Au contraire le musée souhaite se concentrer sur les publics les plus fidèles présents dans un périmètre proche voire très proche.

PROPOSITION 3 :

Par conséquent la priorité est donnée à la synergie avec :

Au sein de la commune : école de musique, centre social et multi-accueil et au sein de l'intercommunalité : médiathèque et MHVQ

- établissements scolaires et en particulier ceux de Saint-Nicolas
- résidence senior les Myosotis
- foyer la Margotière et l'APEI de Dieppe

Pour chacun de ces partenaires, les contacts sont déjà identifiés et les projets de ces établissements, s'ils existent, sont connus des agents du musée.

Le détails du partenariat ne sont pas décrits ici, car à réfléchir en concertation avec les partenaires au vu de leur propre projet de développement. Par exemple la médiathèque de Saint-Nicolas vient de mettre en œuvre en 2022 le dispositif des microfilies sur le territoire. Le musée a été associé pour l'inauguration du dispositif et des échanges vont avoir lieu entre les deux structures pour une utilisation pérenne des microfilies et par conséquent un nouveau renforcement entre les deux institutions.

- ▶ Aller à la rencontre des publics
- ▶ Centrage vers les publics fidèles et locaux
- ▶ Priorité aux partenaires du territoire

2.3. PARTENAIRES

BILAN 2007-2022 : DES PARTENAIRES ESSENTIELLEMENT LOCAUX

Depuis 2007, avec le château-musée de Dieppe (musée de France) et le musée de l'histoire de la vie quotidienne de Petit-Caux (non musée de France), le musée est reconnu comme un acteur muséal de la région dieppoise. Cette notoriété locale lui permet d'échanger et de monter régulièrement des projets avec de nombreux partenaires locaux : rectorat, établissements scolaires, DRAC, théâtres, écoles de musiques, bibliothèques, centres sociaux ou médico-sociaux, centres de loisirs, associations culturelles,

Proche de grands axes touristiques de la région (Dieppe, plages, avenue verte) sans y être relié, le musée est le principal attrait de Saint-Nicolas pour les touristes.

Le PSC de 2007 prévoyait que le musée apparaisse dans les différents relais, notamment les offices de tourisme et obtienne les labels qualité tourisme et tourisme et handicap. Ces objectifs ont été remplis et les labels obtenus sont renouvelés.

Le bilan est mitigé en ce qui concerne les activités et le rayonnement scientifique et culturel. En effet, le précédent PSC mettait l'accent sur les publications dans les revues spécialisées et la production d'ouvrages (catalogues notamment). Deux articles seulement ont été publiés dans les revues de référence sur l'horlogerie en France, celles de l'ANFAHA ou de l'ANCAHA. Le musée est cité en référence dans un article de l'OCIM pour l'inclusion dans les musées, autour d'une activité de médiation du musée : la pause famille.

Concernant la production d'ouvrages, la diffusion des catalogues a été limitée car une grande majorité d'entre eux étaient des productions en interne sans ISBN. Uniquement trois ouvrages du musée sont des co-éditions avec ISBN, dont deux sont les meilleures ventes du musée.

Le dernier PSC envisageait également une coopération scientifique avec d'autres musées, notamment ceux traitant de l'horlogerie mais aucun projet n'a pu voir le jour. Trois tentatives autour de l'art contemporain ont eu lieu : deux entre 2007 et 2009 avec l'accueil d'expositions temporaires du FRAC Normandie et une en 2016 avec un commissariat commun d'une autre exposition hors les murs. Cependant, cette thématique, plus éloignée de l'horlogerie, n'a pas rencontré son public.

- Développer des partenariats scientifiques, culturels et touristiques
- Faire découvrir et redécouvrir le musée au niveau local
- Développer les partenariats locaux

PROJET 2023-2032 : FORMALISER LES PARTENARIATS

Concernant les partenaires, le PSC s'inscrit dans la continuité du précédent. L'objectif du musée est ici d'accroître sa notoriété et de confirmer sa position de porteur de projet et d'acteur majeur du développement local. Ainsi à côté des partenaires dans le domaine de la recherche et des partenaires institutionnels, le musée cible des partenaires stratégiques pour y arriver.

PROPOSITION 1 :

Ainsi les liens avec les partenaires naturels sont à renforcer en priorité. En premier lieu avec le partenaire historique du musée : l'AHA. Le document de travail autour des collaborations entre le musée et l'AHA est respecté (cf annexe n°9 : partenariat AHA) et à renouveler. Outre de le faire figurer dans le PSC, il peut se concrétiser sous la forme d'une convention. Un tel document est envisagé pour les acquisitions et peut s'étendre à l'ensemble des actions communes entre le musée et l'association. Cette proposition a déjà été discutée avec le bureau de l'association qui y est favorable. La convention permettra aussi d'accompagner le renouvellement de génération en cours de l'AHA, en servant de document cadre.

Le second partenaire est le musée de l'histoire de la vie quotidienne. Créé en 2014, il ne figure pas dans les objectifs du précédent PSC. Le rapprochement est naturel entre les deux musées de société du territoire. Après un billet commun en 2019 et un projet éducatif conjoint en 2021, ce partenariat a vocation à se pérenniser et à s'étoffer. Le musée propose d'étendre la convention liant les deux musées autour du billet commun, à une convention plus globale portant sur des réalisations communes.

Le PSC de 2007 identifie un dernier groupe de partenaires : les entreprises du territoire. Des visites guidées des entreprises par le musée ont été réalisées, mais reste épisodique, malgré une demande notamment de la part de l'office de tourisme. Le manque de contact est le frein principal au développement de ce partenariat.

Une structuration, via la communauté de communes Falaises du Talou, est à prévoir pour nouer le dialogue et pour concrétiser, les autres pistes évoquer dans le PSC, mais non réalisés :

- Projet autour de mécénat d'entreprises
- Acquisition par le musée de pièces produites actuellement sur le territoire. Il peut s'envisager une nouvelle fois que chaque année, le musée mettent en avant ces acquisitions et la production d'une société de la commune. Douze entreprises sont identifier et à contacter.

PROPOSITION 2 :

Renforcer le rayonnement touristique par un rapprochement avec l'office de tourisme. Depuis 2022, une nouvelle phase s'engage avec le transfert de la compétence tourisme vers l'intercommunalité et le rattachement à l'office du tourisme de Dieppe. Ce dernier assure une meilleure couverture au musée (100 000 visiteurs en 2021, soit 10 fois plus que l'office précédent). C'est pourquoi le musée souhaite s'engager plus fortement dans cette structure et en être un moteur. Dès cette année le directeur est membre du comité directeur de l'office de tourisme. De plus avec les agents de l'office, il est à l'initiative d'une rencontre avec le château-musée de Dieppe et le MHVQ pour les futurs projets à mettre en place. Enfin le musée va collaborer au futur parcours de slow tourisme envisagé par l'office de tourisme en étant une des étapes.

En parallèle le musée va poursuivre ses actions ciblées pour ce public avec les autocaristes, associations de personnes âgées, etc... .

PROPOSITION 3 :

Concernant les partenaires scientifiques, les objectifs du précédent PCS demeurent pertinents, mais restent à réaliser. Les publications sont une source non négligeable pour amplifier ce rayonnement et plusieurs actions sont à accomplir pour le nouveau PSC :

Prendre contact avec l'AFNIL pour attribuer un ISBN à une nouvelle édition de l'ensemble des catalogues des expositions temporaires produits en interne et systématiser cette procédure pour les futures publications du musée.

Établir et maintenir à jour un annuaire des bibliothèques et médiathèques de la région ainsi que des autres musées traitant de l'horlogerie pour réaliser des échanges.

Des publications régulières du musée dans les revues spécialisées, notamment l'AFAHA puisque cette association en est demandeuse pour sa revue.

Pour les collaborations scientifiques, deux pistes nous paraissent envisageables et cohérentes pour le musée:

> La première est un partenariat porté par Chronospedia qui regroupe la quasi totalité des musées d'horlogerie de France et de Suisse autour des thématiques des savoirs-faire (cf annexe n° 10 : Chronospedia) et qui a entre-autre le soutien du ministère de la culture. L'objectif est de créer une encyclopédie virtuelle des savoirs horlogers en open source avec la mise en commun de la recherche des différents musées et la promotion de certains projets.

> La seconde se porte sur la collaboration avec les autres musées de société de la région : musée de la Corderie Vallois, musée de l'histoire de la vie quotidienne, musée des instruments à vents, fabrique des savoirs, musée des arts et traditions normands et PNR. Un lieu d'échange reste à trouver pour ces collaborations scientifiques : le Réseau des musées de Normandie ou la section locale de la FEMS, par exemple.

▶ Priorités aux partenaires naturels

▶ Un rayonnement touristique à poursuivre et un rayonnement scientifique à créer



2.4. COMMUNICATION

BILAN 2007-2022 : DONNER UNE IMAGE AU MUSÉE

Une importante communication a été réalisée depuis 2007 pour et par le musée : de la conception à la distribution. Elle s'appuie sur les contenus scientifiques et les activités du musée. Ce dernier communique sur les points fixés dans le PSC :

- un savoir-faire original en Normandie : l'horlogerie et la précision
- une ville à l'histoire horlogère et industrielle riche
- des collections réinterprétées et remises en valeur
- un nouvel équipement, repensé et rénové

Pour y arriver le musée, s'est doté d'une charte graphique réalisée par le cabinet chargé de la muséographie en 2007 et dont le symbole est le logo du musée, reprenant des engrenages. L'objectif est de représenter la pluralité de la collection et non les seules horloges de parquet Saint-Nicolas ou les réveils Bayard.

Les autres outils de communications sont :

> Une affiche permanente du musée, un dépliant annuel du musée en 2 langues (français et anglais), un dossier de presse du musée et des affiches et des

flyers annonçant la programmation des dépliantes à destination de publics cibles : scolaires, jeunes, groupes

> Un site internet avec de nombreux contenus et une infolettre, ainsi qu'une présence sur les réseaux sociaux (facebook, twitter, instagram, tumblr, pinterest, flickr)

Le musée s'est également appuyé sur les relais à sa disposition :

- le service communication de la ville
- les médias locaux. Le musée a pu bénéficier d'une large couverture de la presse locale, moindre de la radio et de la télévision. Des campagnes de promotion ont été réalisées sur ces différents médias.
- les offices de tourisme, notamment celui d'Envermeu et de Dieppe
- les partenaires du musée
- la participation à des événements locaux, régionaux ou nationaux à caractère culturel et touristiques (salons, forums etc ...)

POINTS FORTS

34

La communication a su asseoir le musée dans son rayonnement local en mettant en avant le nouveau bâtiment et les activités du musée, en donnant l'image d'un musée vivant.

POINTS FAIBLES

Il est néanmoins difficile de juger de la pertinence de la communication du musée, car peu d'instruments, à part la fréquentation nous permettent de juger de l'efficacité des outils mis en place.

Réalisée en interne par les agents du musée, dont ce n'est pas le cœur du métier, la communication occupe une part, non négligeable, du temps de travail. Sans parler du vieillissement de la charte graphique et de la politique de communication. Dernièrement certaines améliorations ont été apportées : nouvelle affiche et nouveau flyer, refonte du site internet ; sans qu'il n'ait une réflexion de fond sur la politique globale du musée. C'est pourquoi dans le cadre de ce PSC, une analyse de la communication du musée est nécessaire.

- Une communication à l'échelle régionale, nationale et internationale

PROJET 2023-2032 : UNE COMMUNICATION À ANALYSER

Un axe fort de la communication du précédent PSC a disparu : celui d'un nouvel équipement avec la construction du nouveau bâtiment.

C'est pourquoi le point fort reste l'originalité du musée et de sa collection : l'horlogerie en Normandie. La région n'est pas reconnue d'emblée comme une région horlogère. Tout comme le musée. Il est connu non comme un musée sur l'horlogerie, mais bien comme le musée de l'horlogerie de Saint-Nicolas d'Aliermont.

L'ambition peut être de porter cette communication à l'échelle du département ou de la région.

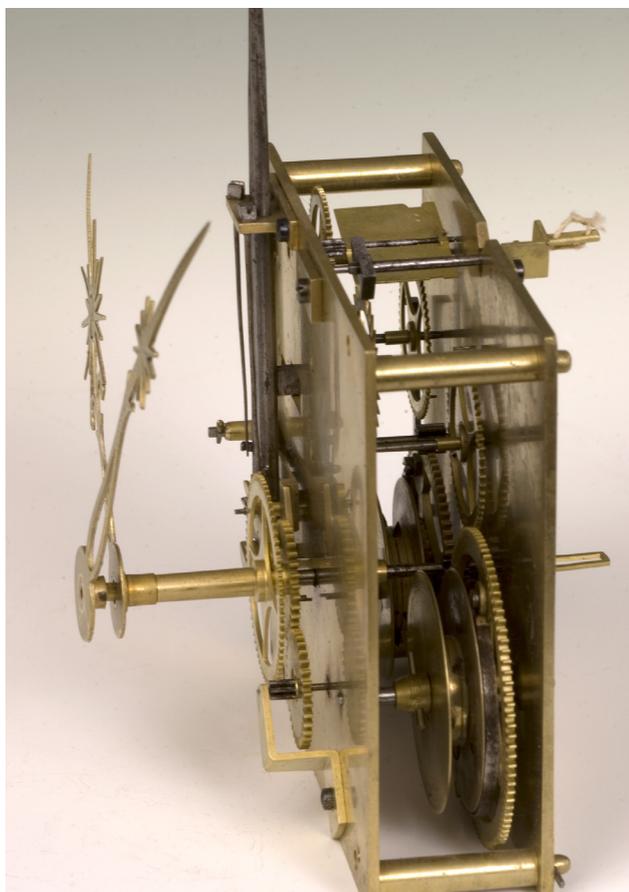
PROPOSITION :

C'est pourquoi le musée va faire recours à un professionnel de la communication pour réaliser cette analyse. Le but est d'étudier si les axes forts de la communication restent pertinents et si les supports et relais sont adéquats.

Ensuite de proposer les points suivants comme base de la future communication du musée :

- une communication réalisable par le musée en interne
- une communication prioritaire vers le local
- une identification des canaux à privilégier
- les actions à mener vers les publics cibles
- des instruments pour évaluer la communication

► Une communication locale centrée sur l'originalité du musée et de sa collection à analyser pour en dégager les axes forts à développer et les moyens d'y parvenir



Mouvement Saint-Nicolas
© Musée de l'horlogerie, Saint-Nicolas d'Aliermont / studio Pelcat

3. LE MUSÉE ET SES MOYENS

3.1. PERSONNEL

BILAN 2007-2022 : UNE ÉQUIPE DE PERMANENTS

Outre le poste de directeur, un poste de médiateur est créé en 2007 avec le service des publics grâce au soutien financier de la DRAC. Ce médiateur est en charge également de la communication du musée.

Un poste d'agent d'entretien devenu permanent depuis 2007 par la titularisation de l'agent saisonnier. Ce dernier participe ponctuellement aux missions de conservation ou de médiation (dépoussiérage des œuvres, ateliers), après une formation en interne.

Un poste d'agent d'accueil permanent durant la semaine depuis 2010, les week-ends étant toujours assurés par des vacataires. Cet agent d'accueil s'occupe aussi de la boutique et de certaines missions de conservation (inventaire et conservation préventive). Cette mission complémentaire a été actée en 2021 sur sa fiche de poste (annexe fiche de poste agent d'accueil et technicien de conservation). L'agent actuellement en poste s'est beaucoup intéressé à ces nouvelles missions et a suivi des formations en interne pour y répondre au mieux. Dans la mesure où cet agent est titulaire de la fonction publique, l'ajout de ces missions sur sa fiche de poste s'inscrit dans une démarche à moyen et long terme

Le renfort envisagé à moyen terme pour le médiateur et le service des publics, via des guides conférenciers, n'a pu être réalisé, les directeurs et médiateurs successifs ayant manqué de temps et ayant privilégié les stagiaires.

En 2016, en raison du rôle moteur du musée dans la politique culturelle de la ville et dans le cadre d'une réorganisation des services municipaux, le directeur du musée est devenu directeur du service culture. Un chargé de mission culture a été recruté en 2017 pour remplir les missions culturelles et seconder le directeur dans certaines de ses missions muséales (conservation et exposition).

En 2019, la commune a mis en place une programmation socioculturelle commune à l'école de musique, au centre social et au musée/service culture. En 2021, le musée/service culture est devenu le chef de file de cette programmation, prenant ainsi en charge la coordination générale de la politique socioculturelle de la ville dont il est désormais le référent.

POINTS FORTS

Depuis 2007, le musée bénéficie de la volonté de la municipalité (élue depuis 2001) de doter le musée d'une équipe de permanents : 4,5 ETP (cf annexe n°11 : organigramme), ce qui a permis aux agents de s'impliquer davantage dans le musée.

POINTS FAIBLES

Non prévu dans le PSC, le rattachement du service culture au musée a conduit à favoriser le service culture, au détriment du musée et a absorbé des ressources importantes de ce dernier, le contraignant à réaliser à minima ses missions réglementaires. Plutôt qu'une synergie, une confusion s'est produite entre les différents rôles du directeur, du chargé de mission culture et du médiateur.

● Une équipe de permanent

PROJET 2023-2032 : UNE ÉQUIPE POUR LE MUSÉE

PROPOSITION 1 :

Le détachement du service culture du musée et par conséquent du chargé de mission culture est à envisager dans le cadre du nouveau PSC. Le directeur en particulier et le médiateur pourront ainsi de nouveau s'investir pleinement dans leurs missions au sein du musée. Le musée demeure cependant un acteur important, voire le moteur, de la culture dans la ville et s'engage pleinement au sein de la programmation socioculturelle de la commune.

PROPOSITION 2 :

A moyen terme et en adéquation avec les futurs projets, des recrutements (via des vacances par exemple) de guides conférenciers, d'intervenants culturels ou d'arthérapeutes sont à considérer afin d'épauler le médiateur.

De plus un renfort de ressources humaines est nécessaire pour de nouvelles missions, un périmètre élargi ou de nouveaux projets.

PROPOSITION 3 :

Enfin il est prévu dans les lignes directrices de gestion 2021-2026 de la ville que les agents non titulaires du musée (directeur et médiateur) soient accompagnés pour le passage des concours de la fonction publique en vue de leur titularisation, permettant la pérennisation des contrats liés aux différents postes.

Dans la perspective d'une modification de sa fiche de poste, le directeur du musée va solliciter le SMF pour obtenir son habilitation scientifique réglementaire via l'EQRS.

- ▶ Détachement du service culture du musée
- ▶ Renfort à moyen terme du service des publics



Honoré Pons, Pendule borne, XIX^e
© Musée de l'hologerie, Saint-Nicolas d'Aliermont

3.2. SOUTIEN POLITIQUE ET FINANCIER

BILAN 2007-2022 : LIEN AVEC LES ÉLUS ET BUDGETS RENFORCÉS

Depuis 2007, les élus référents du musée sont clairement identifiés :

Jean Lecourtois, adjoint aux finances et au musée de 2007 à 2014 (désormais président de l'AHA)

Brigitte Fleury, adjointe à la culture, aux sports, aux associations et à la communication depuis 2007

Cette identification facilite grandement les échanges entre l'équipe du musée et l'équipe municipale. Cette même facilité de dialogue existe avec la direction générale.

Les politiques municipales en matière de patrimoine et de culture sont ainsi aisément transmises à la direction générale et à la direction du musée à chaque nouvelle mandature

De plus, la municipalité et la direction générale comprennent ce que représente un musée et ce qu'implique l'appellation musée de France. Par exemple c'est à l'initiative de la municipalité que les priorités données au musée ont été l'achèvement du récolement décennal en 2021 et la rédaction de ce second PSC en 2022.

Ensuite malgré un contexte budgétaire dégradé (perte de la taxe professionnelle et de la taxe d'habitation, RGPP puis MAP), la municipalité a renforcé les budgets du musée :

- Rémunération des personnels en augmentation liée à la mise en œuvre d'une équipe de permanents
- Budget de fonctionnement en moyenne de 26 855 euros (cf annexe n° 12 : budget)
- Budget d'investissement en adéquation avec les besoins

A la demande de la municipalité, le musée participe également à son propre financement par la recherche de subventions auprès de partenaires institutionnels ou privés ; cela couvre en moyenne un tiers des dépenses de fonctionnement accordées par la municipalité.

- Lien avec les élus et la direction générale fort
- Des moyens financiers stables



Réveils animés, Bayard, XX^e © Musée de l'hologerie, Saint-Nicolas d'Aliermont

PROJET 2023-2032 : UN LIEN À MAINTENIR

Dans le nouveau PSC, le maintien des budgets est demandé avec un effort budgétaire axé principalement sur la valorisation des collections (expositions et médiation), sans négliger la conservation et l'étude.

PROPOSITION 1:

Ainsi, les grandes lignes du budget de financement (hors personnel) sont fixées de la sorte :

- Conservation et études (8% en moyenne du budget de fonctionnement)
- Expositions temporaires (40%)
- Médiation (20%)
- Communication (dont la boutique) (20%)

PROPOSITION 2 :

A ces lignes incontournables, il est prévu d'en ajouter une nouvelle pour l'édition (12%) afin de participer au rayonnement scientifique du musée et de renforcer le travail de recherche par des publications. De plus un nouveau projet de recherche d'envergure et son financement est également acté pour ce PSC.

Pour le budget d'investissement, outre une ligne acquisition à recréer, trois missions-conseils (réaménagement espaces, documentation et communication) sont prévues dans ce nouveau PSC avec les interventions qui en découlent. Elles sont à estimer.

PROPOSITION 3 :

Afin de maintenir sa capacité de cofinancement, le musée prévoit de poursuivre ses demandes de soutien auprès des partenaires institutionnels (comme la DRAC Normandie, le Rectorat de Rouen, l'ARS de Normandie, la région Normandie, le département de Seine-Maritime, la communauté de communes Falaises du Talou, ...) mais également auprès des partenaires privés (comme les banques ou les entreprises).

▶ Lien avec les élus et la direction générale et le budget à maintenir

3.3. ACCUEIL ET ACCESSIBILITÉ

BILAN 2007-2022 : UN MUSÉE ACCESSIBLE ET ACCUEILLANT

Le musée est accessible :

en cœur de ville avec une signalétique propre (panneau, kakémono)

à 50 m de la mairie, du centre social et de la place centrale accueillant la médiathèque et l'école de musique à proximité de deux parkings de 50 et 150 places et de l'arrêt de bus de la ligne 67 (Dieppe-Envermeu) avec des passages fréquents du lundi au samedi.

Le dernier lotissement de la ville, situé à l'arrière du musée, clôt ce dernier dans l'espace urbain. Les espaces extérieurs du musée : une esplanade de 772 m² devant le musée est très rarement utilisée. Un projet d'un parc accueillant un cadran solaire n'a pas été réalisé en raison de son coût.

L'obtention et le renouvellement des labels qualité tourisme (2010, 2015 et 2021) et du label handicap et tourisme (2011, 2016 et 2022) confirment la qualité de l'accueil au musée. Le taux de satisfaction passe de 96,15% à 96,92% pour le label qualité tourisme et de 96% à 97,30% pour le label handicap et tourisme.

La politique tarifaire (cf annexe n°13 : tarifs) et les horaires d'ouverture du musée (cf annexe n°14 : horaires) ont pour vocation depuis 2007 de favoriser un accès le plus large possible aux publics.

Les tarifs de 2007 ont été calqués sur ceux pratiqués dans les autres musées du secteur. Une augmentation a eu lieu en 2018 pour harmoniser les tarifs du musée avec celui du MHVQ pour proposer un billet commun : une entrée dans un musée, donne la gratuité au second. La tarification modulable (réduit ou gratuit) n'a pas d'impact significatif sur la fréquentation du musée. Tout comme les différentes cartes d'abonnements (Passe temps ; Ambassadeur 76 ; Pass'culture) mises en place par le musée ou avec des partenaires, pour fidéliser les publics.

La seule modification tarifaire entraînant des augmentations notables (meilleure journée annuelle) concerne la gratuité lors de manifestations nationales (nuits des musées, journées européennes du patrimoine) ou locales (réouverture du musée, vernissage expositions temporaires) avec une forte affluence des locaux et en particuliers des habitants de Saint-Nicolas.

Les tarifs des visites guidées et des ateliers comprennent un surcoût pour couvrir le coût du matériel ou des conférenciers.

Le musée a modifié à la marge ses jours et heures d'ouverture (fermeture les matins le week-end en basse et haute saison). Les mois d'été, le mercredi et les week-ends sont les jours les plus fréquentés.

Le musée est fermé le lundi et le mardi en basse saison et le lundi en haute saison. Il est fermé de janvier à mars : ce temps est prévu pour accomplir les missions d'entretien du musée et des collections. Les publics scolaires, jeune-public ou empêchés sont néanmoins accueillis sur rendez-vous lors de la fermeture.

La boutique, gérée par l'agent d'accueil, remplit sa fonction de complément de la visite. Elle propose des produits permettant au visiteur de poursuivre sa visite notamment avec les publications (catalogue des expositions temporaires, album jeunesse ou ouvrages sur l'histoire de Saint-Nicolas) ou de garder un souvenir matériel de sa visite (cartes postales, magnets, bijoux, montres et pendules). Au fil des années des partenariats se sont noués avec la société Spiero qui a racheté la marque Bayard par la vente de montres, réveils et pendules, ou de bijoux par une créatrice locale travaillant à partir de pièces détachées fournies par l'AHA.

POINTS FORTS

Le musée et son accueil répondent avec efficacité à l'ensemble des besoins (accès à la billetterie et aux informations du musée, au vestiaire, aux toilettes et à la boutique). Les tarifs et les horaires du musée sont adaptés.

POINTS FAIBLES

La boutique fonctionne (objectif budgétaire d'équilibre atteint) et l'offre satisfait à la demande. Néanmoins les produits proposés sont quasiment identiques à 2007 et par conséquent commencent à être vieillissants.

● Conditions d'accès et accueil optimal

PROJET 2023-2032 : UN ACCUEIL OPTIMAL À POURSUIVRE

PROPOSITION 1:

Le musée est associé à une étude urbanistique lancée par la municipalité actuelle : SNA 2040 et la création d'accès de mobilités douces entre le centre-ville et :

- Le quartier du bel-air, où se situent l'école primaire Rostand et la résidence Myosotis
- Le nouveau lotissement le Clos de Milan
- Le site de l'ancien lycée Pons (accueillant la mission locale du Talou, va accueillir le centre social et la majeure partie des associations de la ville), à proximité du collège, de l'Espace des 4 vents et du foyer la Margotière.

Le but est de favoriser l'accès au musée via ces mobilités douces.

PROPOSITION 2 :

Grâce au renouvellement récent des labels (2021 et 2022) le musée connaît les points à améliorer. Une offre de stage avec comme mission de réfléchir à un plan d'actions sur ce sujet est proposé pour la mise en œuvre de ces améliorations.

Pour le label qualité tourisme, il s'agit d'améliorer le site internet et le panneau d'affichage du musée et pour le label handicap et tourisme, des actions sur les handicaps visuel et moteur.

PROPOSITION 3 :

Le renouvellement des produits de la boutique est à planifier. Une première phase a lieu depuis 2022 avec de nouvelles cartes postales, marque-pages et magnets et l'ajout de pièces de collection à l'effigie du musée. Une deuxième autour des ouvrages, puis une troisième sur les bijoux sont à prévoir.

- ▶ Mise en place de mobilité douce vers le musée
- ▶ Renouvellement des labels et amélioration des scores
- ▶ Nouveaux produits à la boutique

PLANNING



GESTION DES COLLECTIONS

ACQUISITIONS

Convention avec AHA
Budget «Acquisitions»

INVENTAIRE

Transfert base Flora +
inventaire
réglementaire

Versement
Pop Joconde

RECHERCHE

Projet de recherche selon opportunités

Collecte annuelle
(architecture) avec
Cueilleurs d'Histoire

Collecte annuelle
(technique) avec
Chronospedia

Collecte annuelle

Dossiers d'œuvre
pendulettes

Dossiers d'œuvre
horloges de parquet

Dossiers d'œuvre
réveils

Recensement
archives

Recensement
photo / vidéo

Recensement
bibliothèque

CONSERVATION

Protocole PSBC

Protocole entretien
des collections

Protocole IPM
(nuisibles)

BATIMENTS

Programme +
mission conseil amé-
nagement espaces

Études et chiffrages

2026

2027

2032

Collecte annuelle

Dossiers d'œuvre réveils

Mission conseil documentation

Protocole veille climatique

CLAUDE DE REVOYURE

Point d'étape et nouveau planning

Elaboration PSC N°3



VALORISATION DES COLLECTIONS

PARCOURS PERMANENT

Mise à jour scientifique et pédagogique

Prêt annuel institutions nationales

Prêt annuel institutions nationales

PROGRAMMATION CULTURELLE + PUBLICS

Poursuite de l'offre existante (expositions temporaires annuelles, visites guidées annuelles ou pluriannuelles)
Concentration événements identifiés musée (nuit des musées, journées européennes du patrimoine)

Exposition Navigation

Exposition Cathédrales

Exposition temporaire

Élaboration et mise en œuvre nouvelle offre ciblée pour les maternelles
Repérage et mise en œuvre projet annuel pour les collégiens
Pérenisation et développement des activités pour les publics

PARTENAIRES

Synergie renforcée avec multi-accueil

Synergie renforcée avec centre-social

Synergie renforcée avec médiathèque

Prise de contact avec les entreprises du territoire et développement avec MHV

Mise en œuvre convention avec l'office de tourisme

COMMUNICATION

Mission conseil

2026

2027

2032

Prêt annuel
institutions
nationales

idées et ateliers et projets
(européennes du patrimoine)

Exposition
temporaire

nelles et les primaires
s ou les lycéens
cs empêchés

Synergie renforcée
avec
résidence senior

Q et Château-musée de Dieppe

ne

CLAUSE DE REVOYURE

Point d'étape et
nouveau planning

Elaboration
PSC N°3

ANNEXE N °1 : HISTORIQUE MUSÉE

1978

Les premières pièces de la collection du musée de l'horlogerie sont réunies à l'initiative de Paul Caron, sénateur, maire de la commune, président de la Chambre française d'horlogerie et industriel.

Juin 1981

Création de l'Association de l'Horlogerie Aliermontaise (AHA). Les premières pièces de la collection sont exposées dans un couloir de la mairie, puis installation au rez-de-chaussée du château Le Bréjal.

1982

La municipalité décide d'acquérir une propriété pour y transférer le musée. Montage d'un premier plan de financement.

1985

Claudette Joanis, conservateur à l'Inspection Générale des Musées, effectue la première mission d'inspection et qualifie la collection « d'intéressante ».

Juillet 1987

Brigitte Bourret, responsable du musée des traditions et des arts normands de Martainville, est détaché un jour par semaine par le conseil général pour réaliser l'inventaire et élaborer un programme muséographique.

Novembre 1988

Avis favorable du Conseil artistique des musées classés et contrôlés. Le musée accède au statut de musée contrôlé. Mais les deux projets architecturaux successivement présentés pour avis à la Direction des Musées de France n'obtiennent pas l'aval de cette dernière en l'absence de projet scientifique et culturel et de lacunes manifestes dans le programme muséographique.

1993

Paul Caron obtient une subvention au titre de la réserve parlementaire d'un montant de 2 millions de francs. Néanmoins le conseil municipal et le maire Henri Ayache élue en 1989, suspend le projet de construction du musée.

1995

La municipalité et son maire Jean Leconte, nouvellement élu reprennent le projet.

Octobre 1996

Agnès Sabot, est recrutée comme chargée de mission pour la réalisation du projet scientifique et culturel du musée.

2001

Blandine Lefebvre, maire élu en 2001 et le conseil municipal, relance le projet.

2002

Suite à la loi musées de 2002, le musée reçoit l'appellation musée de France.

2004

Achat d'une ancienne maison normande en centre-ville pour y installer le musée.
Choix de l'architecte : Cabinet Chesnelong Dieppe.

Mars 2005

Début des travaux : restauration d'une maison normande et construction d'une extension.

Juin 2005

Mélanie Thomas, première directrice du musée chargée de la mise en œuvre du nouveau musée.

Décembre 2005

Choix d'un muséographe : Atelier à kiko Paris.

2007

Avis favorable du Haut-Conseil des musées pour le transfert de propriété de la collection de l'AHA vers le musée.

Ouverture du nouveau musée au public.

2008

Validation par la Direction des Musées de France du premier Projet scientifique et culturel du musée.

2010

Marianne Lombardi, directrice du musée.

2014

Hélène du Mazaubrun, directrice du musée.

2017

Maité Ducornetz, directrice du musée.

2021

Kévin Kennel, directeur du musée.

ANNEXE N °2 : POLITIQUE AQUISITION

Politique d'acquisition AHA :

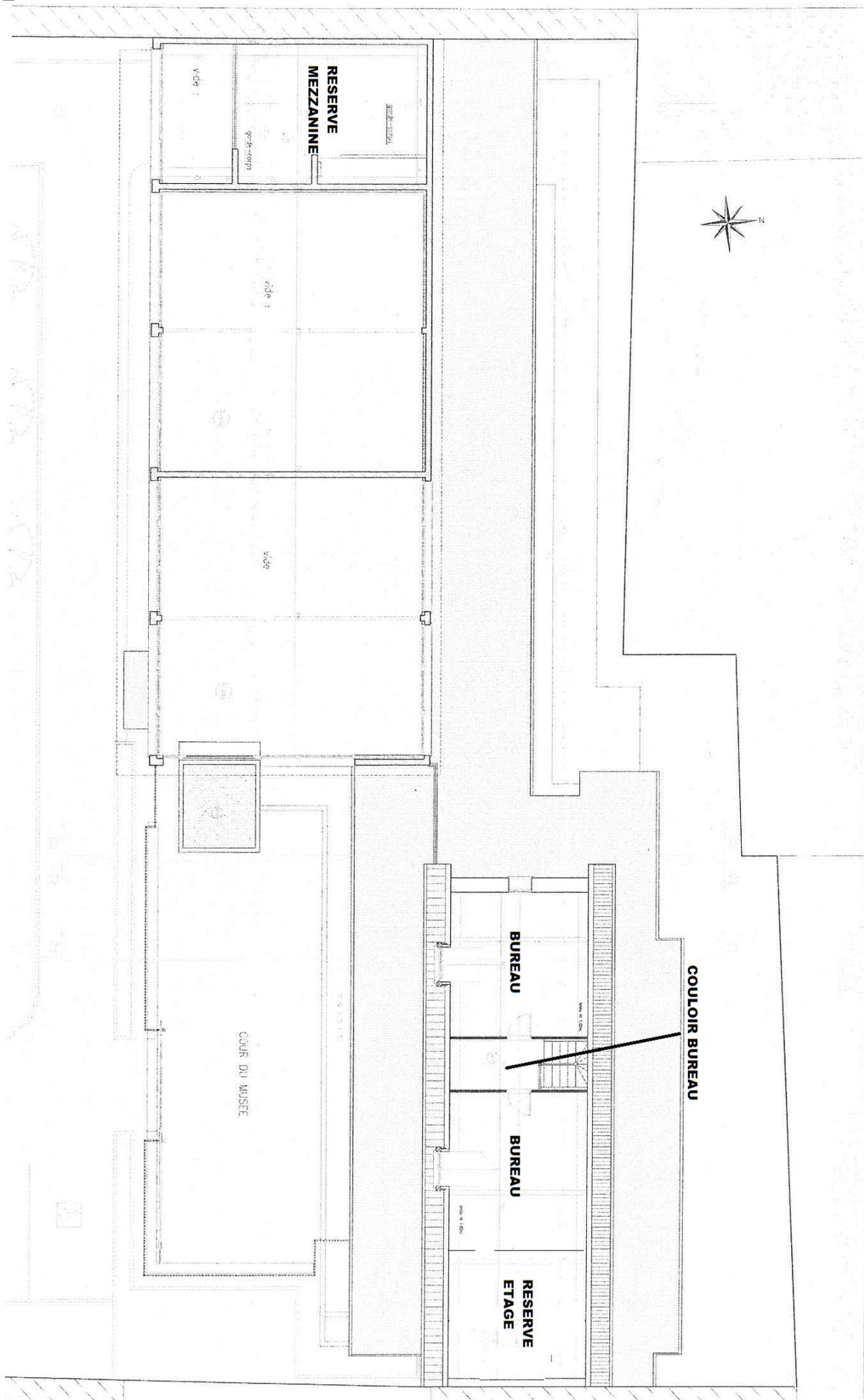
- Des pièces rares et authentiques de l'Aliermont
- Des pièces d'horlogerie jugées de grande valeur esthétique acquises en fonction des occasions qui se présentent
- des pièces diverses de moindre valeur, représentatives de l'éclectisme de la production de Saint-Nicolas d'Aliermont

Politique d'acquisition complémentaire PSC 2007-2022 :

- La mutation de l'industrie aliermontaise à partir de la fin des années 1960
- Le passage de la mécanique à l'électrique puis à l'électronique (pointeuses, horodateurs, etc ...)
- Des pièces majeures et de très belle qualité, notamment signées Honoré Pons

ANNEXE N °3 : PLANS

ÉTAGE



ANNEXE N °4 : RAPPORT MISSA



MINISTÈRE DE LA CULTURE

Direction générale des patrimoines

Inspection des patrimoines

Mission de la sécurité, de la sûreté et de l'accessibilité

MUSÉE DE L'HORLOGERIE Saint-Nicolas-d'Aliermont (76)

17 juin 2019

Lieutenant-colonel José Vaz de Matos

Conseiller-expert sécurité incendie pour les musées de France

Musée de l'horlogerie Saint-Nicolas-d'Aliermont (76)



A la demande du directeur régional des affaires culturelles de Normandie - une visite technique de sécurité incendie, a eu lieu le lundi 17 juin 2019. Elle était destinée à établir un diagnostic de la sécurité incendie du *musée de l'horlogerie* - Saint-Nicolas-d'Aliermont **ouvert au public depuis le 15 avril 2007**. Cet édifice appartient à la commune de Saint-Nicolas-d'Aliermont et ne fait l'objet d'aucune protection au titre des monuments historiques. Il s'agissait d'évaluer les conditions de sécurité pour les personnes mais également pour les collections susceptibles d'être placées dans cet établissement recevant du public (**ERP**), en cas de sinistre.

Il est rappelé que lors de sa visite, le conseiller-expert sécurité incendie procède à un examen ponctuel du bâtiment et/ou de l'établissement ainsi que de ses installations techniques concourant à la sécurité contre l'incendie. Cette visite n'a pas eu de caractère exhaustif.

Etaient présents :

Madame Maïté Duconetz, directrice du musée de l'horlogerie et responsable missions « culture » ;

Monsieur Hervé Vasselin, adjoint au maire en charge du patrimoine ;

Monsieur Laurent Landrein, responsable des services techniques ;

Madame Véronique Notin, conseillère pour les musées – Drac Normandie ;

Lieutenant-colonel José Vaz de Matos, conseiller-expert sécurité incendie pour les musées de France, Inspection des patrimoines, Direction Générale des Patrimoines.

1. Présentation de l'établissement et de ses moyens de secours

La collection appartient à la commune de Saint-Nicolas-d'Aliermont depuis sa rétrocession par l'Association de l'horlogerie aliermontoise.

Depuis 2007, l'établissement abrite environ 1400 objets, principalement des pièces d'horlogerie de petit et moyen volumes (horloges de parquet, pendules, réveils, etc.). Il possède actuellement 2 espaces de réserve sur site dans lesquels sont réparties les collections non exposées.

La collection est labellisée « *musée de France* » depuis 2007. Le musée détient 4 volets du label « Tourisme et Handicap » ainsi que le label « Qualité Tourisme ».

Au cours du dernier exercice **2018**, près de **5 000** personnes ont été accueillies dans le *musée de l'horlogerie* - Saint-Nicolas-d'Aliermont.

Au regard du règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public (ERP), **ce petit établissement (PE) de type Y (musée) est classé en 5^{ème} catégorie**. Il est susceptible de recevoir un effectif maximal de **200 personnes (4 personnels inclus)** selon les déclarations du directeur de l'établissement.

L'établissement dispose de **3 issues de secours totalisant 5 UP** donnant directement sur l'extérieur du bâtiment et d'**1 escalier (de 1 UP)** chacun desservant le niveau administration.

Documents mis à disposition du conseiller MISSA :

- le précédent rapport du conseiller sécurité de la Missa daté du 4 février 2014 (activité de type Y) ;
- la liste des agents formés et recyclés qui devra être mise à jour à chaque recrutement de saisonniers ;
- le rapport de vérifications périodiques réglementaires portant sur les installations électriques de l'établissement (ERP) établi par la société Dekra et daté du 1er octobre 2018 ;
- le rapport de vérifications périodiques réglementaires portant sur le contrôle des installations d'éclairage de sécurité de l'établissement (ERP) établi par la société Triangle Incendie et daté du 20 août 2018 ;
- le rapport de vérifications périodiques réglementaires portant sur les installations électriques établi par la société Triangle Incendie et daté du 20 août 2018 ;
- le rapport de vérifications périodiques réglementaires portant sur les moyens de secours (extincteurs portatifs) de l'établissement établi par la société Triangle Incendie et daté du 20 août 2018 ;
- le registre de sécurité non tenu à jour.

Le musée de l'horlogerie a fait l'objet d'un vaste chantier de rénovation entre **2005** et **2007**, qui a permis la mise en valeur des collections d'horlogerie aliermontaises pour la création d'un musée, dans les bâtiments suivants :

- un bâtiment neuf, intégralement bâti entre 2005 et 2007 ;
- une ancienne longère du 18^{ème} siècle, intégralement rénovée.

La superficie totale du bâtiment est de 530 m², dont 300 m² sont des espaces d'exposition (divisés en 4 salles communicantes).

Cet ensemble immobilier (R-1+1) est composé de la façon suivante :

Sous-sol :

- une cave désaffectée.

Rez-de-chaussée :

- un accueil ;
- une billetterie ;
- des sanitaires accessibles au public ;
- une chaufferie au gaz ;
- un local électrique - TGBT ;
- un parcours muséal ;
- une salle pédagogique ;
- cinq salles d'expositions permanentes ;
- une salle d'exposition temporaire ;
- deux réserves ;
- un atelier de restauration ;
- un local kitchenette réservé au personnel.

1^{er} étage :

- deux bureaux pour l'administration ;
- une réserve.

L'établissement est **ouvert au grand public selon les deux périodicités** suivantes :

- haute saison (du mois d'avril au mois de septembre) : mardi au dimanche :
de 10h à 12h / 14h - 18h (le dimanche seulement de **14h - 18h**) ;
- basse saison (mi-février fin mars) : du mercredi au dimanche : **14h / 18 h** ;
- fermeture de l'établissement du 1er janvier au 15 février.

Le musée est accessible aux personnes en situation de handicap (PSH).

Le musée de l'horlogerie possède les installations suivantes :

- les reports de l'équipement d'alarme de l'établissement sont situés au rez-de-chaussée derrière l'accueil (présence d'un **agent formé au minimum** en mesure d'exploiter la diffusion de l'alarme incendie, pendant les horaires d'ouverture au public) ;
- en **dehors des horaires d'ouverture au public**, la levée de doute « **sûreté** » est réalisée, dans un délai de **30 minutes** selon la déclaration du représentant de l'établissement, par une personne désignée d'astreinte municipale, puis éventuellement par une société prestataire de télésurveillance (la Société Sécurité Ouest Services - 2SOS) dont le bureau est implanté à Saint-Lô (50 000) ;
- l'établissement ne dispose pas de système de détection incendie - (détection automatique incendie généralisée) ;
- un équipement d'alarme de type 3 (**sans temporisation** pour réaliser une levée de doute immédiate pendant la diffusion générale d'évacuation) ;

- un éclairage de sécurité par blocs autonomes d'éclairage de sécurité (BAES) - (balisage/évacuation et ambiance/anti-panique) ;
- une voie d'accès des engins de secours (échelles automotrices et engin-pompe) permettant d'accéder aux différents niveaux de l'établissement ;
- une ligne de téléphone urbain ;
- des extincteurs appropriés aux risques judicieusement répartis (eau pulvérisée et CO2) ;
- une défense extérieure contre l'incendie (DECI) bien dimensionnée constituée d'un poteau d'incendie (PI) implanté à proximité immédiate de l'ERP (devant l'école municipale (50 mètres) dans la rue principale du bourg (rue Edouard Cannevel).

Le musée de l'horlogerie a initié un plan de sauvegarde des biens culturels mais a confirmé prendre contact prochainement avec les sapeurs-pompiers de la direction départementale des services d'incendie et de secours de Seine-Maritime (Dieppe – Yvetot – Saint-Nicolas-d'Aliermont) pour mettre à jour le document opérationnel.

2. Visite et préconisations formulées

La réunion préalable a permis d'échanger avec la responsable du musée de l'horlogerie à propos du suivi des mesures de sécurité et de sûreté propres à l'établissement, pour être en mesure de préserver les œuvres et/ou collections dans des conditions sécuritaires.

La discussion a permis de relever que l'établissement disposait d'une levée de doute pour les questions de sûreté mais qu'elle ne disposait pas d'équipement similaire permettant d'avoir une détection d'incendie précoce. Cette situation a été abordée de manière à discuter du spectre de solutions techniques et/ou humaines à éventuellement mettre en œuvre pour pouvoir solliciter des prêts temporaires auprès du Service des Musées de France (SMF).

La visite a concerné l'ensemble des locaux de l'établissement de façon à bien appréhender les travaux éventuellement nécessaires à réaliser pour permettre la prochaine saison d'expositions temporaires de l'établissement ouvert au public.

Au cours de cette visite, nous avons pu constater la très bonne tenue de cet établissement et l'effort significatif réalisé dans les travaux d'amélioration des conditions de sécurité incendie. A cette occasion, nous avons pu relever des espaces de réserves et/ou d'atelier qui ne respectaient totalement les règles d'agencement et/ou d'isolement par rapport aux espaces d'expositions accessibles au public, notamment au niveau du rez-de-chaussée.

Par ailleurs, nous avons discuté du recrutement à venir des agents saisonniers (ou vacataires) pour rappeler l'importance de leur future formation initiale afin de gérer une éventuelle évacuation du public et de traiter toute éclosion d'un incendie avec les moyens de secours portatifs répartis dans l'établissement.

À l'issue de la visite et compte tenu des anomalies et/ou observations précitées, le chef de l'Inspection des Patrimoines, sur proposition du conseiller-expert sécurité incendie, suggère au chef de l'établissement la réalisation des préconisations suivantes, afin que le prêt d'œuvres et/ou de collections puisse être consenti en toute sécurité :

Préconisations à réaliser dans un délai d'un semestre :

1- Porter une réflexion globale sur le devenir des œuvres et des archives stockées au fil du temps dans les locaux du bâtiment. A noter, que toute éclosion d'un incendie dans l'une de ces zones, serait irrémédiablement préjudiciable à toutes les collections entreposées.

2- Prendre toute disposition pour soustraire des cheminements d'engagement opérationnel des services de secours, les matériaux divers et l'établi installés dans la réserve, afin de les rendre praticables par les sapeurs-pompiers en situation d'intervention extérieure.

3- S'assurer du degré d'isolement des locaux à risques particuliers, notamment les réserves et l'atelier, par rapport aux espaces accueillant du public et des biens culturels de façon à restituer conformément aux dispositions réglementaires, les degrés coupe-feu et/ou pare-flamme des parois et des blocs-portes du musée.

4- Faire assurer, durant la présence du public, la surveillance permanente des matériels centraux de l'équipement d'alarme par des personnels formés (**y compris les saisonniers ou vacataires**), à cet effet, conformément aux dispositions des normes en vigueur, veiller à mettre à la disposition des services de secours extérieurs les plans à jour des différentes zones de mise en sécurité de l'établissement.

5- Tenir à jour un registre de sécurité, détenu par le chef d'établissement ou son responsable de sécurité incendie.

- Les pièces justificatives (PV, certificats, attestations, etc.) concernant les matériaux, les équipements, les installations techniques devront y être annexées.

Ces documents seront à présenter, le cas échéant, lors des visites de contrôle périodique de l'ERP.

Préconisations à réaliser dans un délai d'une année :

6- Prendre toute disposition pour mettre en application le plan de sauvegarde des biens culturels de l'établissement en liaison avec les services de secours extérieurs. À l'occasion de tout exercice d'évacuation et/ou d'incendie programmé avec la participation des sapeurs-pompiers, il s'agira d'évaluer le déroulement opérationnel simple d'une intervention dans les locaux pour des opérations de déplacement ou de protection en cas de sinistre. Ainsi, un retour d'expérience sur la priorisation des biens culturels (œuvres, collections, etc.) destiné au conservateur du musée, pourra être enregistré et permettra une réévaluation le cas échéant.

7- Etudier la mise en œuvre d'un système de détection incendie dans l'établissement, afin de pouvoir solliciter des prêts de biens culturels, auprès du service des musées de France (SMF – prêts et dépôts des collections), à moyen terme.

En résumé, ce magnifique *musée de l'horlogerie*, s'inscrit avec caractère et élégance en plein cœur de la campagne Aliermonnaise. Il regroupe plusieurs salles d'expositions permanentes. Il offre de somptueux espaces pour accueillir du public et s'affirme tout naturellement, comme l'une des références en matière d'exposition d'horlogerie au niveau national.

L'adjoint au maire en charge du patrimoine municipal et la responsable du *musée de l'horlogerie* ont bien pris conscience du travail à réaliser pour pouvoir assurer un niveau élevé de sécurité et développer les activités temporaires dans les salles d'expositions et sur l'espace extérieur de l'établissement.

L'effort devra porter principalement sur la formation du personnel et plus particulièrement sur celle des agents saisonniers pour accueillir le public et les prêts de biens culturels dans de bonnes conditions. Par ailleurs, la mise à disposition de consignes facilement exploitables par les agents, en situation de gestion de crise dans l'ERP et la réalisation des mesures préconisées ci-dessus seront de nature à valider des futures demandes de prêts temporaires.

L'attention portée par la responsable du *musée de l'horlogerie* et le directeur des services techniques de la commune de Saint-Nicolas-d'Aliermont, permet d'envisager une très bonne concertation des équipes pour permettre une prise en charge rapide des préconisations et des conseils formulés afin de garantir la sécurité de ce très bel établissement sans omettre son exploitation harmonieuse.



Lieutenant-colonel José Vaz de Matos
Chef du détachement de sapeurs-pompiers de Paris
Conseiller-expert sécurité incendie des musées de France
Inspection des patrimoines
Mission de la sécurité de la sûreté et de l'accessibilité
Direction générale des patrimoines

ANNEXE N °5 : PARCOURS PERMANENT

Un territoire, des savoir-faire, un musée

Définition de l'identité du musée :

Le musée de l'horlogerie présente l'histoire et l'évolution du savoir-faire horloger à Saint-Nicolas d'Aliermont, du XVIII au XXI siècle : des horloges de parquet aux réveils en passant à l'horlogerie technique et industrielle jusqu'à l'aéronautique et la téléphonie.

La collection du musée et les productions de Saint-Nicolas se divise en quatre ensembles :

- l'horlogerie domestique : les horloges de parquet, les pendules à poser, les pendulettes de voyages et les réveils
- l'horlogerie de précision : régulateurs, chronomètres de marine ; et horlogerie du travail ou de la gestion/contrôle/distribution du temps : pointeuses, contrôleurs de rondes, enregistreurs de vitesse, horodateurs, panneaux d'affichage et chronomètres sportifs
- les dérivés de l'horlogerie : mouvement de lampe, mécanisme de jouet, automate, appareil de sténotypie, machines à calculer, armement, téléphonie, mouvement de météo, micro mécanique

Messages à faire passer :

- Le rôle de l'horlogerie dans l'industrie aliermontaise
- Les savoir-faire, les compétences et l'adaptabilité des hommes et des femmes de ce territoire
- Retrouver le lien entre le territoire et les hommes qui l'habitent

Ce que l'exposition met en avant :

- le lien entre homme-territoire
- l'organisation du travail et son évolution du XVIII à nos jours
- le découpage du temps
- la fonction sociale des objets produits à Saint-Nicolas

ANNEXE N °6 : PARCOURS AMENDE

Séquences actuelles :

- Introduction : Histoire de Saint-Nicolas
- Première partie : Les horloges de parquet et le début de l'horlogerie
- Deuxième partie : Pendules et début de l'industrialisation
- Troisième partie : Pendulettes de voyages
- Quatrième partie : Histoire de la gestion du temps
- Cinquième partie : Développement et apogée de l'industrialisation
- Sixième partie : Réveils et pendules
- Septième partie : Mutations de l'industrie de l'horlogerie
- Huitième partie : Histoire sociale de Saint-Nicolas (Création harmonie municipal, cinéma-théâtre, architecture industrielle, guerres mondiales)

Nouvelles séquences :

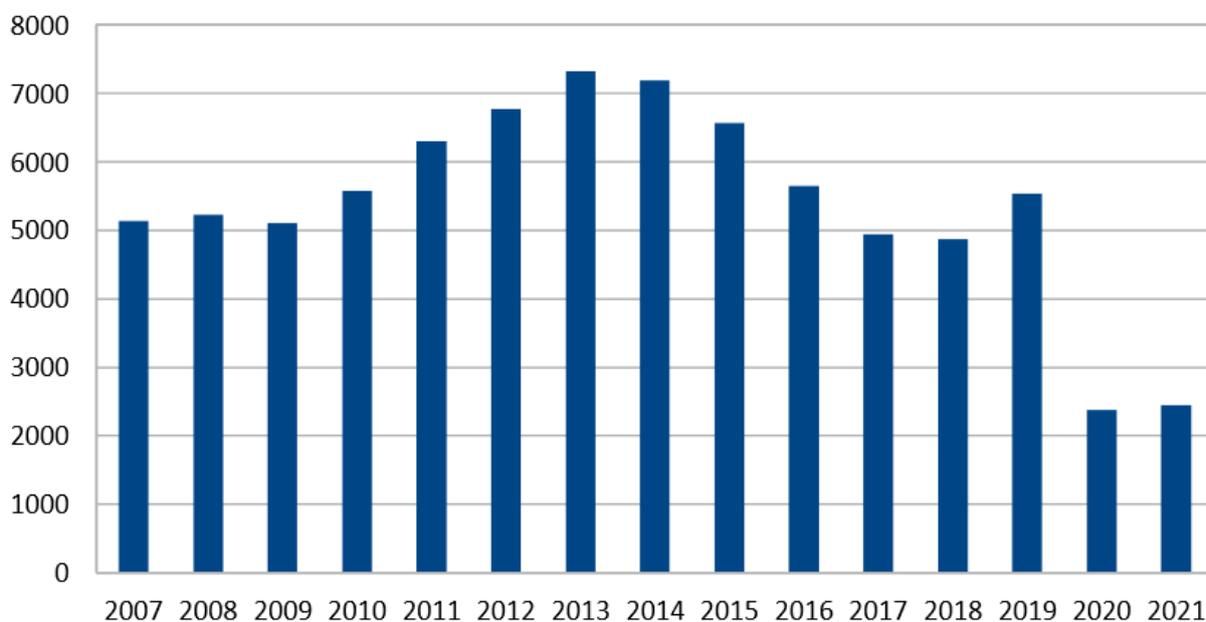
Introduction : Regroupement l'Histoire de Saint-Nicolas et de la gestion du temps			
Date	Évolution des hommes et du territoires	Organisation du travail et son évolution	Objets produits et leurs fonctions sociales
Première partie :			
XVIII	Début de l'horlogerie	Artisanat	Horloge de parquet
Deuxième partie : Regroupement pendules et pendulettes + début et développement industrie			
XIX	Début et développement de l'industrialisation. Début diversification de l'horlogerie	Artisanat > industrie	Horloge de parquet, pendule à poser, pendulette de voyage, régulateur, chronomètre de marine
Troisième partie : Regroupement réveils, pendules et mutations industries horlogères + apogée industrialisation			
XX	Apogée industrialisation	Industrie	Pendulette, réveil, pendule murale
	Mutations des industries horlogères vers la gestion du temps, les loisirs et la micro-mécaniques	Industrie	Pointeuse, enregistreur, automate, pièces de micro-mécaniques etc ...
L'histoire sociale de la ville est incluse dans les différentes parties (par exemple l'architecture dans l'organisation du travail) ou en sujet d'exposition temporaire (comme en 2021 avec les guerres).			

ANNEXE N °7 : OFFRE CULTURELLE 2022

	Musée/Exposition temporaire	Service des publics	Service culture
JANVIER			
FEVRIER		Ateliers d'hiver	Théâtre scolaire
MARS	Réouverture du musée		Théâtre scolaire
AVRIL		Ateliers de printemps	Festival des plantes
MAI	Vernissage exposition temporaire	Nuit des musées	Salon d'art contemporain
JUIN		Murder party	Journée famille
JUILLET		Ateliers d'été ; visites et ballades guidées	Terrasses musicales
AOUT	Commémorations du raid de 1942	Ateliers d'été ; visites et ballades guidées	
SEPTEMBRE		Journées européennes du patrimoine	
OCTOBRE		Ateliers d'automne ; Fête de la science	
NOVEMBRE		Visite à la lampe torche	Théâtre scolaire
DECEMBRE		Animations de Noël	

ANNEXE N °8 : FRÉQUENTATION

Fréquentation annuelle



Les grandes lignes de la fréquentation du musée sont stable en terme de répartition des publics aussi bien en âge (1/3 pour les jeunes, 1/3 pour les actifs, 1/3 pour les retraités), qu'en origine géographique (75% du département de Seine-Maritime ; 5% de touristes : Royaume-Uni, Benelux et Allemagne en tête). Ce public touristique vient au musée quasi essentiellement pendant les mois d'été.

ANNEXE N °9 : PARTENARIAT AHA

Document de travail pour la collaboration avec AHA

Missions musée	Rôle AHA
Acquisitions	Achat ou conseil d'achat Mise à disposition de son réseau ou mise en relation avec de potentiels vendeurs ou donateurs Expertise
Conservation	Dans le respect de la loi musée et en coordination avec la direction du musée, entretien des horloges (remontage, etc ...)
Études	Participation à la recherche du musée avec aide à la documentation des objets, au catalogage des archives et des témoignages, de part leur connaissance des habitantes et des habitants et de l'histoire de la commune. Soutien intellectuelle et financière pour l'édition de catalogue
Expositions	Visiteurs « experts » avec rôle de consultant pour le parcours permanent du musée et son aménagement. Collaboration scientifique pour les expositions temporaires
Médiation	Renfort lors d'événements Participation aux visites guidées et aux ateliers Animations de l'atelier lors de l'ouverture au public du musée
Rayonnement	Participe au rayonnement du musée de par son réseau et représente le musée lors d'événements : salons, rencontres, etc

CHRONOSPEDIA

ENCYCLOPÉDIE VIRTUELLE DU SAVOIR HORLOGER



2020 Problème à résoudre pour sauvegarder le savoir en horlogerie mécanique

Référentiel de la
formation actuelle
MONTRE

Pas de source
documentaire
accessible

En 2030
il n'y aura plus de
restaurateurs en
PENDULERIE
HORLOGERIE
HORLOGERIE D'EDIFICE
formés à l'ancienne

En 2030
Le savoir-faire et les tours
de mains auront été perdu.
Les sources toujours
éparses

CHRONOSPEDIA

Organisation
3D

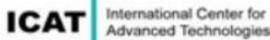
Site et
hébergement

Archives

Contreparties



LA COMMUNAUTE CHRONOSPEDIA



Solution proposée : **CHRONOSPEDIA**

Principe : Encyclopédie virtuelle

Philosophie : open source et qualifiée

Portage : Université Grenoble Alpes

Collaboration : Musées, Professionnels, Ecoles, Associations, Collectionneurs...

Contenu :

SOS PANNES

DOCUMENTATION

FORMATION

TECHNIQUE

Découpage technique de **CHRONOSPEDIA**

CHRONOSPEDIA

Type COMTOISE

Type PARIS

Type St Nicolas

Type CARTEL

Type NEUCHATELOISE

Type EDIFICE

Art Campanaire

ECHAPPEMENTS

SONNERIE

SUSPENSION

BALANCIER

Musée du Temps, Besançon

Collectif

Musée de St Nicolas d'Alliermont

Château de Vaux-le-Vicomte, Maincy

MIH, La Chaux-de-Fonds, Suisse

MP + MHD + Maison des horloges + ...

MP Musée Paccard (Annecy)

Musée de l'Horlogerie et du Décolletage, Cluses

Collectif

Collectif

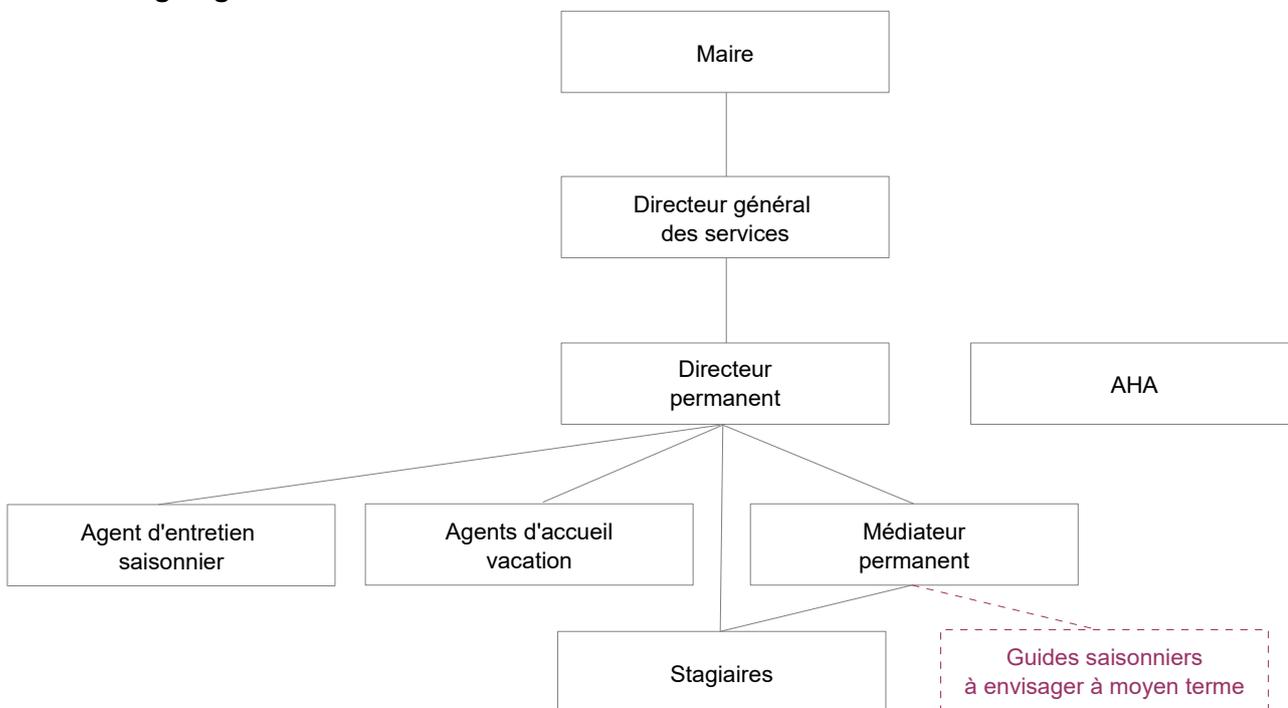
Collectif

MUSEE DE REFERENCE

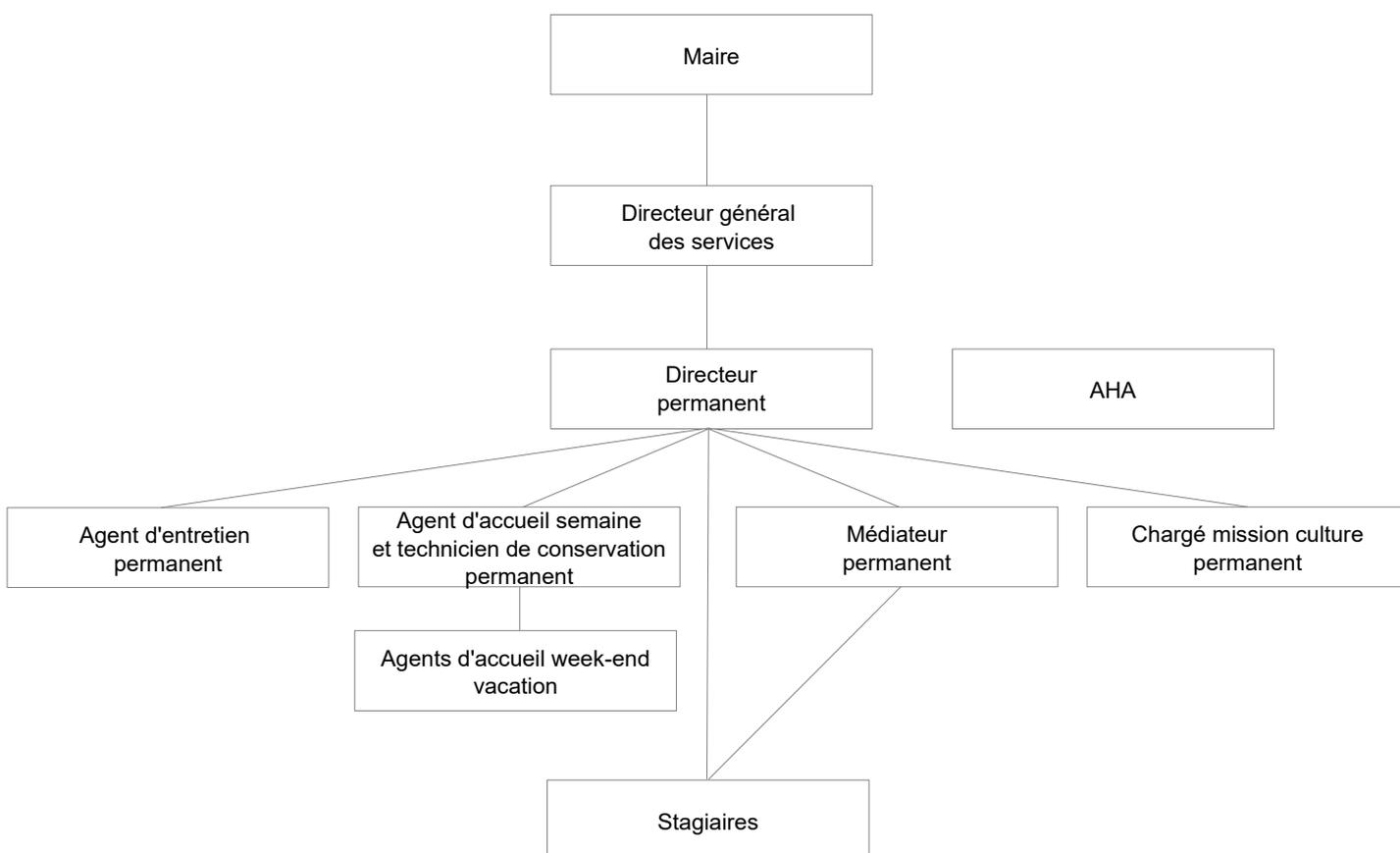
ANNEXE N °11 : ORGANIGRAMME

ANNEXE ORGANIGRAMME

Organigramme en 2007



Organigramme en 2022



ANNEXE N °12 : BUDGET

Frais personnel :

-Passage en 2007 de 87000 euros à 148000 euros en 2022.

Budget primitif de fonctionnement validé par la municipalité :

2007	25150
2008	20050
2009	20550
2010	20090
2011	47000
2012	22180
2013	21310
2014	27875
2015	29100
2016	33800
2017	27500
2018	25000
2019	31010
2020	23940
2021	27370
2022	27740
Moyenne	26855

Recettes :

Entre 2007 et 2022, une moyenne de 16128 euros

ANNEXE N °13 : TARIFS

Tarif plein : 5 euros

Tarif réduit : 2,5 euros

18 à 26 ans inclus

Étudiant

Demandeur d'emploi

Personne en situation de handicap

Accompagnateur de personne en situation de handicap

Bénéficiaire des minimas sociaux

Enseignant

Gratuité :

Moins de 18 ans

Membre de l'AHA

Membre de l'association du musée des arts et traditions populaires du Talou

Guide-conférencier

Carte ICOM

Muséopass du Réseau des musées de Normandie

Billet d'entrée au MHVQ

Tarif visite guidée groupe : Prix du billet d'entrée + 1 euros par personne

Tarif visite guidée hors-les-murs : 2 euros et gratuit pour les moins de 18 ans

Tarif ateliers : 3,5 euros par personne

Tarif scolaire : 2 euros par enfant et gratuité pour les écoles de Saint-Nicolas d'Aliermont

ANNEXE N °14 : PLAGES D'OUVERTURE

De fin mars/début avril au 31 mai

Du 1 octobre au 31 décembre

Du mercredi au dimanche de 14h30 à 18h

Du 1 juin au 30 septembre

Du mardi au vendredi de 10h à 12h et de 14h à 18h

Du samedi au dimanche de 14h à 18h

Fermetures exceptionnelles le 1 mai, le 1 novembre et à 16h30 les 24 et 31 décembre.

Fermeture annuelle du 1 janvier à fin mars.

Le musée accueille les publics scolaires, empêchés, groupes etc ... lors de la fermeture annuel et en dehors des horaires d'ouverture aux visiteurs, sur rendez-vous.