

2019 RAPPORT D'ACTIVITÉ



Sommaire

3 | Edito

4 | Chiffres Clés

5 | Temps forts

7 | L'équipe

11 | Les publics

15 | Les expositions

29 | Conservation - documentation

37 | L'action culturelle

45 | La communication

53 | Dunkerque Port Center

59 | L'Association des Amis du musée

63 | Nos mécènes

67 | Conseil d'administration

Éditorial

L'année 2019 a été marquée par la fin du réaménagement du parcours permanent. Nous avons débuté ce travail en 2014 qui, rappelons le, a été effectué sans fermer le musée et sans financement complémentaire. C'est aujourd'hui 1600 m² dédié à l'histoire de la ville et du port que nous proposons aux visiteurs. Une large place aux hommes et aux femmes qui ont écrit cette histoire a été faite. La présentation du port contemporain a aussi pris de l'ampleur. Le travail ne s'arrête pas pour autant car nous continuerons à faire évoluer l'exposition permanente au fur et à mesure des années pour l'enrichir encore.

Pour notre exposition temporaire, nous avons opté cette année pour un parti pris audacieux et assumé en proposant une exposition basée sur les sens et en particulier l'ouïe. L'exposition « D'Eau Ré Mi » a été un défi technique et scénographique. Notre objectif était de surprendre le visiteur. Il est de notre devoir de nous renouveler constamment et de donner à voir, et à comprendre les choses autrement. Ce pari a été gagné avec la deuxième meilleure fréquentation du musée depuis sa

création.

A noter que les trois dernières années marquent les meilleures fréquentations du musée, preuve que les choix que nous avons fait ces dernières années répondent aux attentes du public et que nous devons poursuivre dans ce sens.

Dans la même logique, nous proposons chaque année de nouvelles animations. En 2019 ce sont les baby visites qui ont vu le jour. Depuis plusieurs années nous souhaitons créer une animation pour les tout petits et leurs familles. La musique et la mer a été le sujet parfait pour les tester. Le succès est allé bien au-delà de nos espérances et nous avons dû multiplier les créneaux de visite.

Enfin cette année, a vu l'arrivée de notre nouvelle directrice adjointe - conservatrice Typhaine le Foll qui a pris ses fonctions en juillet.

Le musée ne cesse de grandir et de se développer et à l'orée de ses 30 ans, il s'inscrit comme un acteur incontournable du territoire.

Les chiffres clés de 2019

FREQUENTATION

70 737
visiteurs

27,5%
gratuité

12%
public étranger

COLLECTIONS

5
expositions

94
objets prêtés

139
objets recolés

NUMERIQUE

69 259
visites sur notre site

5 589
fans sur les
réseaux sociaux

1 470
abonnés à la
newsletter

Les temps forts de l'année

5 AVRIL 2019

Lancement de la grande exposition temporaire annuelle «D'Eau Ré Mi». (voir p. 19)



18 MAI 2019

Lancement de l'exposition «SOS Laisse de mer», réalisée en partenariat avec notre entreprise mécène RTE. (voir p. 21)



18 MAI 2019

Lancement de l'exposition «Ziegler, un chantier dans la ville», coproduite avec l'Association des Amis du Musée portuaire. (voir p. 23)



18 MAI 2019

Nouveau record de visiteurs pour la Nuit des musées. 1 670 pour cette soirée qui emmenait les visiteurs pour un voyage musical en 5 escales. (voir p. 43)



JUILLET 2019

Tournage du film *De Gaulle* de Gabriel Le Bomin à bord de la *Duchesse Anne*. Lambert Wilson et Isabelle Carré font parti du casting.

17 SEPTEMBRE 2019

Conférence de presse de lancement de l'association Mem'Histo dont le Musée portuaire est membre fondateur auprès de 13 autres lieux d'Histoire et de Mémoire de la région.

21 & 22 SEPTEMBRE 2019

Cette fois-ci ce sont les Journées Européennes du Patrimoine qui signent un nouveau record de visiteurs avec 5 098 entrées sur le week-end. (voir p. 43)

NOVEMBRE 2019

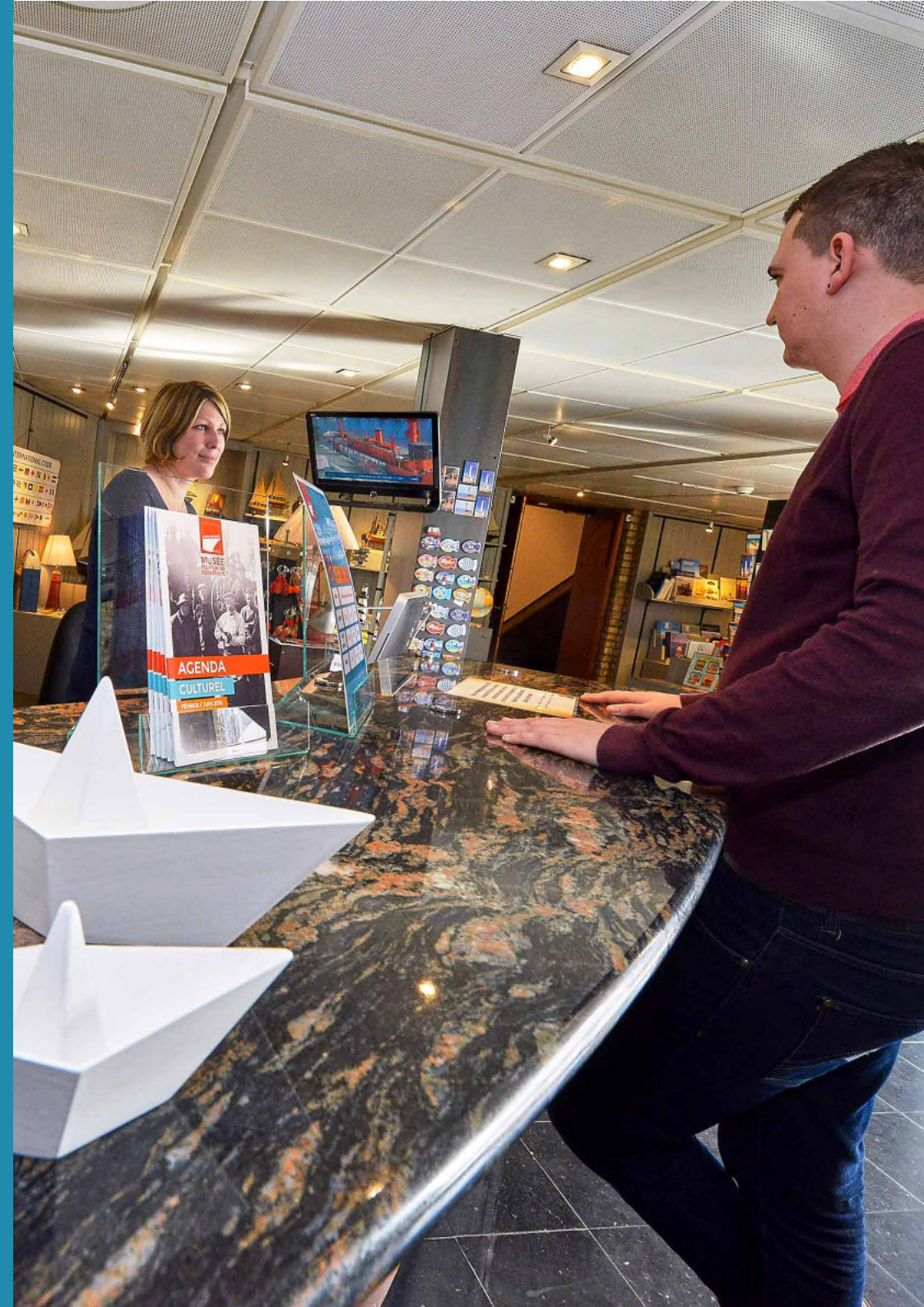
Le BCM Gravelines choisit le Musée portuaire comme décor pour sa photo officielle de la nouvelle saison de basket-ball en Jeep Elite.



OCTOBRE 2019

Nos collections voyagent : une maquette de minéralier et deux autres d'aciérie viennent étoffer l'exposition du Musée de la sidérurgie qui vient de s'agrandir.

1. L'ÉQUIPE



1. L'ÉQUIPE

Le musée c'est avant tout une équipe de 30 personnes dont deux agents mis à disposition par la Communauté urbaine de Dunkerque qui travaillent chaque jour pour faire vivre et fonctionner le musée, les bateaux et le phare afin d'accueillir les visiteurs dans les meilleures conditions.

C'est plus de 46 600 heures de travail sur une année (hors personnel CUD).

345 jours d'ouverture au public.

Nous avons également accueilli au sein de l'équipe 10 vacataires qui sont venus en renfort pour le service accueil et le service médiation. Comme chaque année, nous avons également à cœur d'accueillir des stagiaires, tant pour des stages découverte de 3 jours ou 1 semaine que des stages professionnalisants de 6 mois.

La réussite du Musée portuaire est le résultat d'un travail collectif porté par tous, tout au long de l'année.

Un grand merci à chacun d'entre eux.

Les services :

- › **Administration** : 3 personnes
- › **Comptabilité** : 2 personnes
- › **Technique** : 6 dont un agent mis à disposition par la CUD
- › **Entretien** : 3 personnes
- › **Accueil** : 4 personnes renforcées pendant les vacances scolaires par des vacataires (jusqu'à 4 en été)
- › **Médiation** : 4 permanents renforcés entre mai et septembre par 4 saisonniers
- › **Conservation - documentation** : 3 personnes
- › **Communication** : 2 personnes
- › **Direction** : Une directrice et une directrice-adjointe conservatrice mise à disposition par la CUD



2. LES PUBLICS



2. LES PUBLICS

En 2019, le musée a accueilli 70 737 visiteurs, dont 35 682 individuels et 35 055 en groupes, représentant respectivement 50,4% et 49,6% de la fréquentation globale annuelle.

C'est la deuxième meilleure année depuis 1992, en terme de fréquentation.

En 2018, la répartition était de 45% d'individuels et 55% en groupes pour un total de 61 897 visiteurs.

LES SCOLAIRES ET CENTRES DE LOISIRS

Les scolaires représentent 33% de notre fréquentation (36% en 2018 et 34,2% en 2017) avec 23 194 enfants dont 12 000 conventionnés (contre 14 397 en 2018 et 11 169 en 2017).

Nous avons également accueilli 5 867 enfants de centres de loisirs (contre 6 225 enfants en 2018).

L'accueil des enfants est un principe fondamental de nos missions.

GRATUITÉ

En 2019, il y a eu 19 449 entrées gratuites, soit 27,5% de la fréquentation. Cette large part accordée à la gratuité a pour objectif de permettre à tous de découvrir le musée. Notre partenariat avec Culture du Cœur depuis plusieurs années est un exemple de cet engagement.

À cela s'ajoute les 12 000 enfants qui ont pu venir gratuitement au musée grâce à la convention signée avec la Communauté Urbaine de Dunkerque.

PROVENANCE

Le musée a reçu 88% de public français (88% vient des HDF), et 12% d'étrangers.

Enfin pour les visiteurs des Hauts-de-France, 60% sont des habitants du territoire de la CUD.

En bref :

Visiteurs

> **70 737** visiteurs
dont **35 682** individuels et **35 055** en groupe

Scolaires et Centres de Loisirs

> **23 194** enfants, soit **33%** de notre fréquentation

Gratuité

> **19 449** entrées gratuites, soit **27,5%** de notre fréquentation

Provenance

> **12%** du public du Musée portuaire est **étranger**.
> **88%** du public français provient des **Hauts-de-France**.



^ Visiteurs se mettant dans la peau de cadets à bord de la Duchesse Anne.

3. LES EXPOSITIONS



3. LES EXPOSITIONS

L'EXPOSITION PERMANENTE

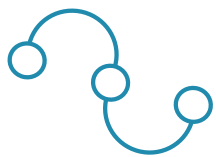
La rénovation de l'exposition permanente a pu être terminée à la fin de l'année 2019. Les parties manquantes qui ont été réalisées concernent l'extension du port vers l'ouest durant la seconde partie des années 1980.

Elles incluent les aspects relatifs :

- aux terminaux,
- aux industries,
- aux métiers,
- à la pêche à Dunkerque,
- au sauvetage,
- à l'accueil des marins,
- aux grands projets de développement du port,
- sans omettre les rapports ville-port qui ouvrent de nouveaux champs de compréhension de l'organisation et du développement du port sur le territoire et plus largement dans son hinterland.

Notons également qu'à cette occasion, les Affaires Maritimes ont permis la présentation au public de la plaque en marbre gravée pour commémorer le cinquantième anniversaire de la création du Mérite maritime. Elle complète la présentation.

En 2019, l'exposition permanente du Musée portuaire c'est :



1 600 M²
de parcours



4 siècles
d'histoire



+ de 500
œuvres



dont 46
maquettes



3. LES EXPOSITIONS

LES EXPOSITIONS TEMPORAIRES

>L'exposition annuelle « D'Eau Ré Mi»

Du 6 avril 2019 au 5 janvier 2020

Expérience sensorielle autant qu'informative, l'exposition explorait et revisitait les nombreuses relations qui relient la mer et la musique, en proposant aux visiteurs un voyage musical, décliné en six étapes : la mer musicienne, la mer espace sacré, la musique (re)venue par la mer, la mer sublimée par les musiciens, la musique au port et l'atelier de la mer.

L'ambiance sonore créée pour l'occasion accentuait la notion de voyages à travers les époques et les continents, invitant les publics à adopter, au gré de la visite, des attitudes contemplatives ou participatives. L'expérience autorisait également une immersion dans les profondeurs abyssales fréquentées par les sirènes et propices à l'écoute des chants d'animaux marins.

La visite se terminait par la découverte des ambiances sonores des ports, lieux de travail et de rencontres de professionnels de tous horizons.

Un parcours adapté à tous

Pour faciliter la découverte de l'exposition pour tous les âges, nous avons imaginé un parcours familles s'adressant aux petits comme aux grands, afin d'explorer ensemble les thèmes abordés (coloriages, puzzles, stand photo, quizz avec questions surprenantes tout au long du parcours, des machines à manipuler...).

Pour cette exposition nous avons été accompagnés par White Rabbit Project pour le design sonore et Nüud Studio Design pour la scénographie.



3. LES EXPOSITIONS

EXPOSITIONS DANS LA P'TITE GALERIE :

> L'exposition Surprenantes collectes de bord de mer

Du 18 mai au 23 juin 2019

À travers l'exposition, le visiteur a découvert la laisse de mer, véritable écosystème de la plage, pour avoir envie de la protéger et de la nettoyer des déchets indésirables qui mettent en danger son équilibre fragile.

La mer en se retirant dépose sur le haut de la plage des algues, des débris végétaux, des graines et quelques animaux qui dessinent une ligne parallèle au littoral. De nombreuses espèces végétales et animales s'y développent. De petits invertébrés et des micro-organismes la transforment rapidement en substrat qui enrichit le milieu et permet à la végétation de haute plage de se développer. La laisse de mer permet aussi le développement d'une micro-faune qui nourrit les poissons et les oiseaux. C'est un maillon essentiel de la chaîne alimentaire.

Cette exposition s'adressait à tous et plus spécifiquement à tous les curieux !

Depuis plusieurs années, la plasticienne Sophie Hélène réalise ses collectes dans la laisse de mer et assemble ses éléments constitutifs en compositions riches en variations chromatiques. Elle a pour objectif de sensibiliser à la préservation de la biodiversité, de la fragilité des milieux et à la problématique des déchets abandonnés dans la nature.

Surprenantes collectes de bord de mer est une exposition de l'association SOS Laisse de mer réalisée en partenariat avec RTE.



3. LES EXPOSITIONS

› L'exposition « Ziegler, un chantier dans la ville (1855-1978) »

Du 29 juin au 3 novembre 2019

Réalisée en partenariat avec l'Association des Amis du Musée (AMPDK), cette exposition matérialisait 120 ans de vie et de travail d'un chantier de réparation et de construction qui a marqué l'histoire, l'urbanisme et l'économie maritime de Dunkerque.

Pendant de très nombreuses années, le Chantier Ziegler a été un site industriel bien connu de tous les Dunkerquois avec ses activités en plein cœur de la ville. L'Association des Amis du Musée Portuaire et le musée ont souhaité faire découvrir les multiples facettes de cette société : son implantation à Dunkerque en 1855, ses premiers pas dans la construction de machines, jusqu'à sa spécialisation dans la réparation et la construction navale.

Depuis la création du Pôle Marine à l'emplacement du site de l'arrière-port, il n'y a plus aucune trace de cette activité industrielle. Il était temps de rendre hommage aux hommes qui ont travaillé pour une entreprise aussi emblématique, à l'image de celle des Chantiers de France.

L'exposition précédait la parution du livre de Frédéric Cornette au mois d'octobre qui retrace dans les détails cette histoire : "Le Chantier Ziegler, entre réparations et constructions navales (1855-1978)".



3. LES EXPOSITIONS

> L'exposition « Voyages au centre de l'Arctique. Une exposition proposée par Claire Bénard et Laura Jourdan »

Du 29 novembre au 31 décembre 2019

Un explorateur polaire de renom, un couple de navigateurs passionnés et un photographe aguerri nous offrent leurs perspectives sur l'Arctique à travers une série de photos prises pendant leurs expéditions.

Jim McNeill, Marie Diane et Christophe Vanquathem et Bernard Carette se sont passionnés pour ce milieu et témoignent de sa beauté, de sa brutalité mais aussi de sa fragilité. A travers cette exposition, les photographes nous invitaient à protéger cette région qui se réchauffe deux fois plus vite que le reste du monde et dont l'équilibre est menacé.



3. LES EXPOSITIONS

➤ **Partenariat à la Triennale GIGANTISME – ART & INDUSTRIE portée par le Frac Grand Large – Hauts-de-France et le Laac – Musée de France.**

À partir de 4 mai 2019

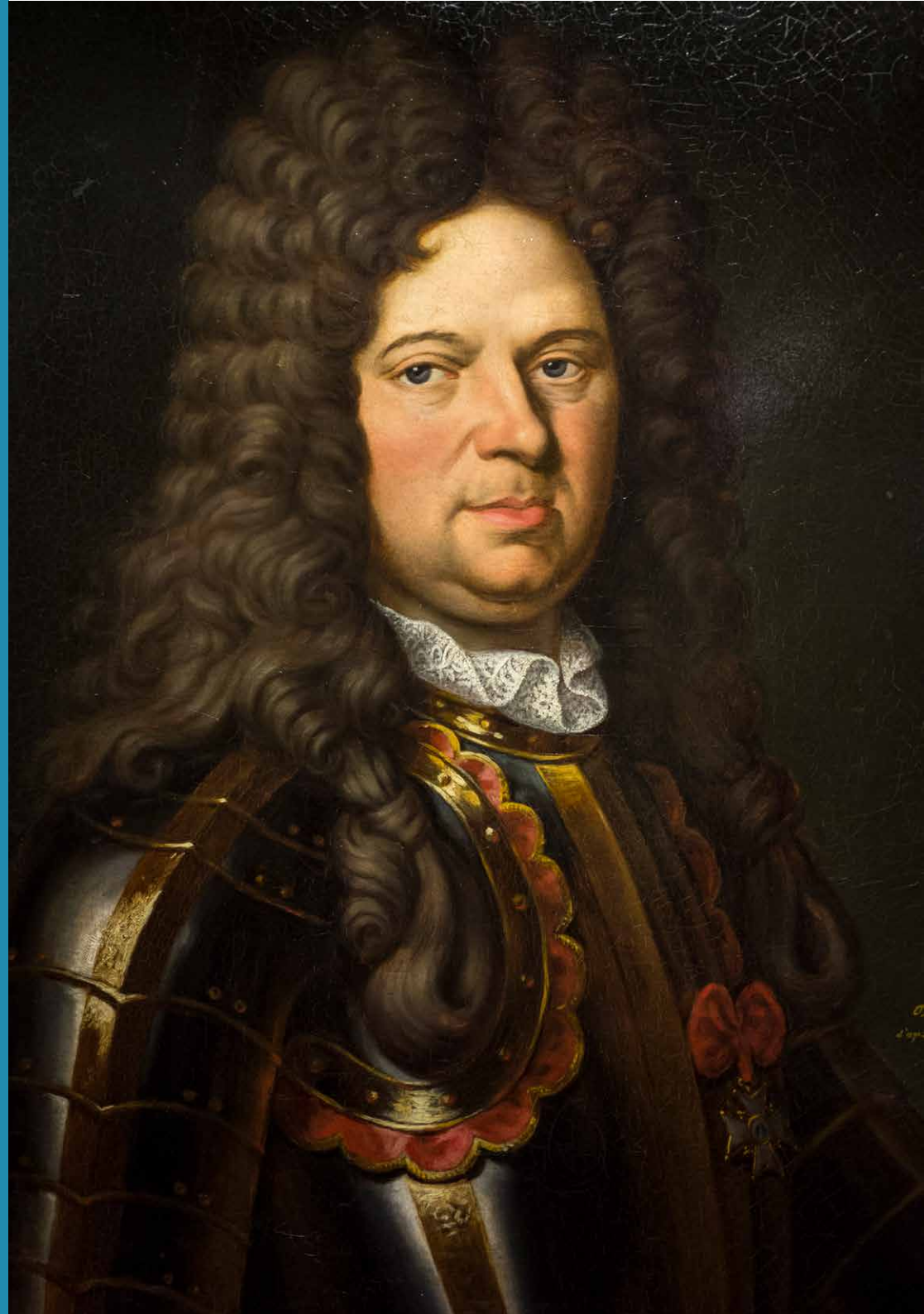
Dans le cadre de l'exposition GIGANTISME, le Musée portuaire a souhaité mettre en avant des photographies de construction navale, toutes issues du fonds cédé par l'Association des Anciens des Ateliers et Chantiers de France. Les vues choisies sont celles de navires construits par le chantier dunkerquois particulièrement remarquables de par leur taille imposante et une très haute technicité pour l'époque.

GIGANTISME – ART & INDUSTRIE fut une initiative collective inédite sur le territoire des Hauts-de-France, à Dunkerque : la création d'une nouvelle triennale art et design en Europe.

Dès le 4 mai 2019, une exposition d'installations hors échelle, créées pour l'occasion, d'œuvres in situ, de sculptures, peintures, films et performances incarnaient les rencontres entre artistes, ingénieurs, designers et architectes. Elle se déployait sur différents lieux d'exposition et sites urbains et portuaires. Un parcours original qui repensait à l'échelle du paysage dunkerquois une histoire de la modernité européenne de 1947 à nos jours ; entre patrimoine vivant et création contemporaine.



4.
CONSERVATION
& DOCUMENTATION



4. CONSERVATION & DOCUMENTATION

L'activité de ce service est centrée sur les collections du musée : en assurer la conservation, la restauration, l'étude et l'enrichissement font partie du quotidien de l'équipe en amont de la valorisation publique des objets.

En 2019, pour se donner les moyens d'une meilleure analyse physique et interprétative des collections et renouveler les possibilités de valorisation des collections conservées en réserve, le musée s'est fixé de nouveaux objectifs pour ce service, parmi lesquels :

- > ajuster le fonctionnement du service et revoir les procédures applicables aux musées de France (commissions d'acquisition, commissions restauration, etc.),
- > réaliser un diagnostic des réserves,
- > réaménager les réserves,
- > mettre en place un conseil scientifique,
- > actualiser le nouveau projet scientifique et culturel.

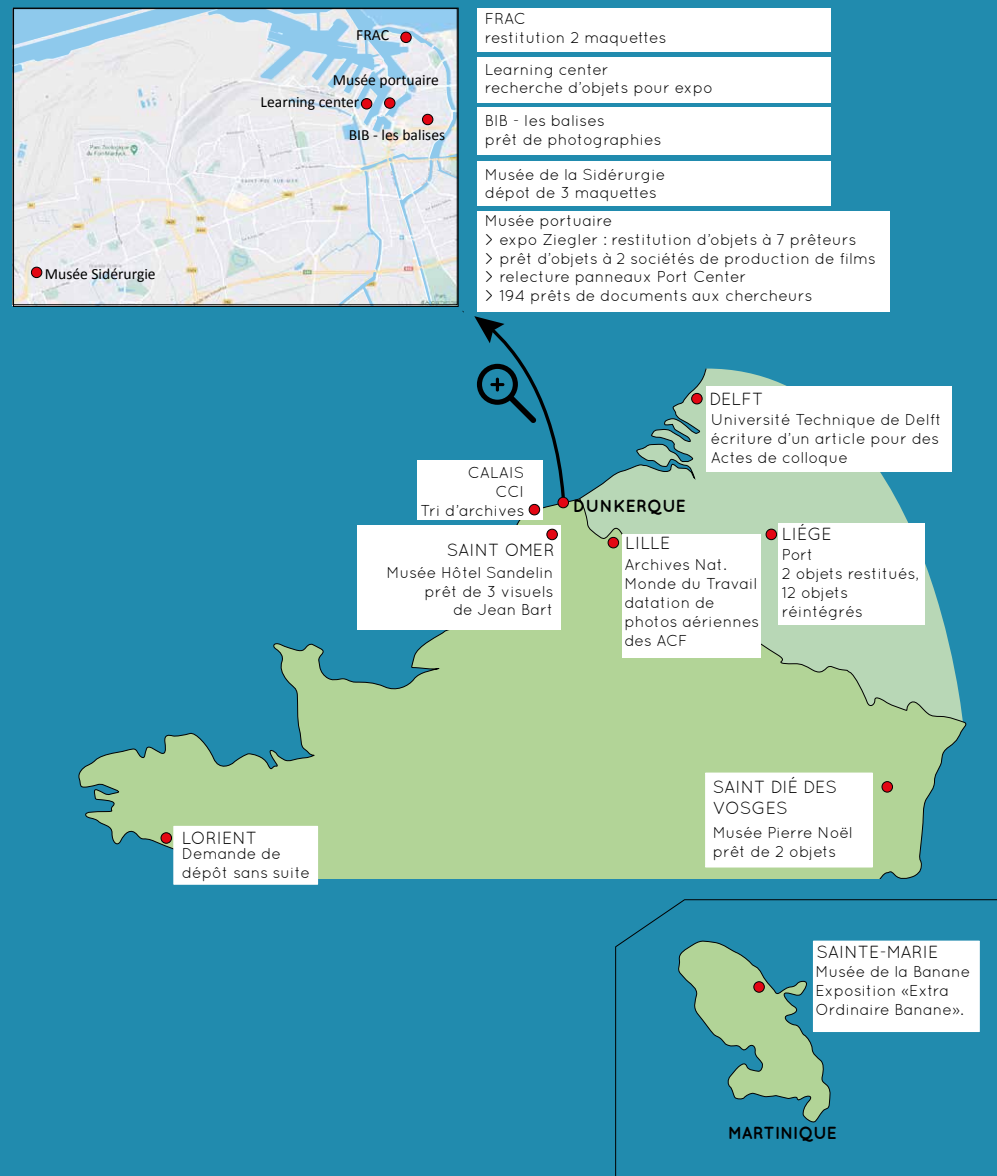
Dans cet esprit, les protocoles d'acquisition des collections, les formulaires administratifs associés ainsi que les contrats d'utilisation de visuels issus de nos fonds photographiques ont été revus et les nouveaux dispositifs expliqués aux agents concernés pour une mise en application systématique et un suivi régulier.

Le « désherbage », terme technique, fait aussi partie des incontournables dans la gestion des centres de documentation. En 2019, il s'est traduit par la fin du travail d'élimination des doublons ou documents sans valeur historique sur le fonds du Bureau Véritas.

Une maquette de la *Duchesse Anne* exposée au Crédit du Nord de Dunkerque a été offerte au musée. Elle a donc été transportée au

MOUVEMENT D'ŒUVRES ET RECHERCHES

Le service conservation-documentation est régulièrement sollicité par des institutions muséales, des associations, des chercheurs et universitaires ou des particuliers.



4. CONSERVATION & DOCUMENTATION

musée. Un ber a été fabriqué pour la stabiliser. Elle est actuellement conservée dans l'une de nos réserves. Elle sera valorisée par le service des publics dans le cadre d'un projet de médiation à destination de publics spécifiques.

ENRICHISSEMENT DES COLLECTIONS ET DES FONDS DOCUMENTAIRES

En 2019, suite à l'exposition temporaire organisée avec les Amis du Musée sur les chantiers Ziegler, deux nouvelles pièces ont rejoint les collections :

➤ plaque du remorqueur *Arthur Rimbaud* (don) (Inv. n° 2019.1.1) (voir ci contre);



➤ photographie représentant des ajusteurs mécaniciens sur le pont d'un crevettier lors des essais en mer pratiqués par le chantier Ziegler en 1969 (don) (Inv. n° 2019.2.1.) (voir ci contre).



Au cours de l'année, le fonds documentaire s'est enrichi de 26 documents (20 monographies, 5 ouvrages littéraires, 1 CD), dont 24 achats.

NUMÉRISATION DE COLLECTIONS ET INDEXATION D'OUVRAGES

1. Chaque année, le musée numérise une partie de ses fonds patrimoniaux pour contribuer à leur sauvegarde et à leur valorisation. Cette année, la sélection était constituée de pièces en lien avec les thèmes suivants :

- vie et travail des dockers,
- la vie des marins à bord,
- histoire des compagnie maritimes,
- les navires et le salon nautique,
- la série des cartes et plans.

2. À l'initiative de la Fondation Total, le musée a organisé une campagne photo d'une journée avec une volontaire, amatrice de photo à ses heures perdues. 12 objets ont pu être photographiés en haute définition et leurs notices d'inventaire complétées.



3. Le travail correctif des notices de photographies débuté en 2019 a été achevé cette année. Ainsi sur les 18 mois de travail, 29 020 notices au total ont été identifiées, corrigées et classées en domaine «Photographie».

4. 554 documents ont été indexés dans la base de données documentaire dont 7 revues/hors-série et 515 articles, dont 12 de manière rétroactive.

4. CONSERVATION & DOCUMENTATION

CONSERVATION CURATIVE

Une infestation d'insectes xylophages a été détectée et traitée dans la réserve du Risban. Cependant, les objets situés à proximité n'ont pu être examinés en totalité, seul le lot de palettes positionné sur l'étagère incriminée a fait l'objet d'un traitement curatif. La suite sera envisagée dans le cadre de l'étude diagnostic des réserves.

RÉORGANISER POUR MIEUX GÉRER

Un constat des lieux succinct des deux réserves situées dans le bâtiment du musée, quai de la citadelle, a été présenté en C.A. : il identifie quelques-uns des problèmes posés par la gestion des collections en l'état actuel des réserves. Un cahier des charges a été rédigé pour faire réaliser un diagnostic complet par une équipe spécialisée dont le résultat nous permettra de projeter progressivement le réaménagement complet des réserves.

L'une des réserves documentaire a été réorganisée suite aux travaux pour l'ouverture du nouveau Port Center.

5. L'ACTION CULTURELLE



5. L'ACTION CULTURELLE

LES BATEAUX

Dans le cadre du travail autour d'un accès le plus large possible aux bateaux, un calendrier d'ouverture de la *Duchesse Anne* et du *Sandettié* a été proposé sur les vacances des zones A et C en hiver et au printemps, ainsi que sur la première semaine de juillet et les 15 premiers jours de septembre.

JEUNES PUBLICS

Toujours soucieux de se renouveler et de créer de nouveaux partenariats, le musée a initié une collaboration avec l'IMED et une classe de jeunes handicapés ayant traduit en Facile à Lire et à Comprendre avec leur enseignante un ouvrage de Jules Verne, *Un hivernage dans les glaces*.

Ce projet a permis dans un premier temps de donner vie au texte en construisant avec les élèves des animations mettant en lien l'ouvrage de Jules Verne et nos collections. Une seconde étape permettra d'impliquer dans la démarche pédagogique des classes de collège autour d'un travail inclusif.

Des Baby visites ont été proposées aux familles autour de l'exposition D'Eau Ré Mi.

La proposition concernait les enfants de 6 mois à 2 ans et a rencontré un tel succès que des créneaux supplémentaires ont été ajoutés pour répondre à la demande. Les crèches ont également été intéressées. Une version pérenne a été créée à la fin de l'exposition. Elle sera dorénavant intégrée à notre programmation.

LES PUBLICS EMPÊCHÉS

Un premier contact a été pris avec l'équipe de l'Espace Bel Air, centre de jour Alzheimer du CCAS de Dunkerque. Une rencontre avec les résidents et les professionnels encadrants a permis de cerner les

En bref :

Ouvertures élargies

29 jours de créneaux supplémentaires proposés aux publics des zones A et C et aux vacanciers de septembre.



Un nouveau public

En ciblant un public de 6 à 18 mois, la médiation a développé des propositions privilégiant l'approche sensorielle de nos collections. Et avec plus de **150** inscrits, ce fut un grand succès !



5. L'ACTION CULTURELLE

pistes de travail et d'élaborer des propositions.

LES PARTENARIATS

- Dans le cadre de la programmation autour de l'exposition D'Eau Ré Mi, une collaboration fructueuse s'est mise en place avec le Conservatoire de Dunkerque. Six dates entre avril et décembre ont permis aux élèves et aux professeurs de se produire à l'occasion de restitutions d'ateliers ou de mini-concerts. Ce partenariat fut un succès quant à la mixité des publics.
- Toujours en lien avec l'exposition, quelques partenariats inédits : avec l'association des anciens de l'Ecole d'Apprentissage Maritime de Grand-Fort-Philippe pour la Fête de la Musique, avec les Salt and Pepper pour un concert le 21 décembre, et avec l'association les Littoerales pour une lecture musicale.
- Le radio club Jean Bart, regroupement des radioamateurs de la région dunkerquoise, nous a proposé un partenariat lors de la fête de l'été au phare, le 18 août. Cela s'inscrivait également dans l'International Lighthouse Lightship Week-end. Cela a permis au grand public de découvrir cette activité peu connue.
- L'association sportive CapOnord a investi la *Duchesse Anne* le 14 septembre pour proposer un escape game qui a rencontré un grand succès. Il est prévu une réédition du projet.

LES ÉVÉNEMENTS

Comme chaque année le musée est très investi dans les grands rendez-vous nationaux que sont le Journées Européennes du Patrimoine et la Nuit des musées.

La musique envahit le musée

Grâce à des partenariats tout au long de l'année avec le Conservatoire et les Salt and Pepper, l'exposition D'Eau Ré Mi a permis à la musique sous toutes ses formes d'investir le musée.



5. L'ACTION CULTURELLE

Les Journées Européennes du Patrimoine (21 et 22 septembre) ont attiré 5 098 visiteurs sur l'ensemble des sites de la structure.

La Nuit des Musées (18 mai) : 1 670 personnes sur les deux sites du musée et de la *Duchesse Anne*. Un record de fréquentation cette année.

Mais nous participons également aux événements du territoire comme la Fête de la Mer (les 25 et 26 mai) avec plus de 2 900 personnes qui ont pu visiter les bateaux gratuitement.

Mais aussi le Week-end des FRAC où une visite de l'ancien site des ACF a rencontré un grand succès comme toujours.

Fructôse a repris ses quartiers au musée pour son Mini-Mammouth de l'Art les 7 et 8 décembre. Véritable rendez-vous avant Noël pour préparer ses cadeaux, ils ont accueilli 650 personnes sur les deux jours.

Des grands événements toujours plus attrayants

La fréquentation des grands événements nationaux ne cesse d'augmenter, confirmant ainsi l'intérêt des visiteurs pour la programmation du musée qui privilégie la convivialité et une approche résolument ludique des expositions.

- > **1 670 visiteurs** pour la Nuit des Musées
- > **5 098 visiteurs** pour Les Journées Européennes du patrimoine.



6. LA COMMUNICATION



6. LA COMMUNICATION

STRATEGIE

La stratégie de communication du Musée portuaire consiste à créer une image cohérente solide et durable du musée, d'informer tous les publics sur son offre, de gérer le contenu relatif au musée (écrit, enregistré...) et de développer les publics.

L'évolution du nombre de visiteurs, les retours sur études ainsi que les réactions directes des visiteurs montrent que la communication du Musée portuaire trouve son public.

Pour 2019 toujours, la stratégie globale consistait à pérenniser puis développer les actions qui fonctionnent tout en trouvant de nouvelles pistes d'amélioration à moindre coût.

Concernant la communication générale autour de nos activités, celle-ci est construite en fonction des saisonnalités de chaque public (scolaires en janvier et septembre par exemple),

À cela s'ajoute deux autres campagnes saisonnières axées grand public :

- une première qui concerne le lancement de la grande exposition temporaire annuelle au mois d'avril
- une deuxième qui a pour but de lancer la grande saison estivale.

Avec des contraintes financières fortes, chaque action est mûrement réfléchie et ses retombées analysées afin que toute dépense soit un véritable investissement pour le musée.

LES DOCUMENTS

Cette année à nouveau, l'intégralité de ces documents a été réalisée en interne, par le service communication :

- Brochure générique du musée,
- Programme éducatif,
- Programme centres de loisirs,
- 5 programmes culturels.

Portée par une réflexion autant écologique qu'économique, une réflexion constante est menée sur le nombre d'impression. Ainsi, plus de 90% des documents imprimés ont été utilisés en 2019.

Campagne D'Eau Ré Mi

La création du visuel de la grande exposition temporaire annuelle est le seul cas de création par un prestataire extérieur en 2019.

Un plan de communication est mis en place pour diffuser au maximum cette image forte de notre saison.

- Affiches 34x50,
- Affiches Decaux,
- Affichage sur les bus du réseau DK'BUS,
- Flyer D'Eau Ré Mi,
- Diffusion de sous-bocks D'Eau Ré Mi,
- Insertions presse...

Campagne estivale

À l'arrivée de l'été, un dépliant est créé puis largement diffusé.

À cela s'ajoute des opérations de street marketing ciblées et des insertions presse :

- Agenda diffusé directement en boîte aux lettres :
- Guides de l'été (Voix du Nord et Petit Futé)
- Édition spéciale Musée portuaire du 100% Bons Plans
- Diffusion en triporteur...

6. LA COMMUNICATION

LA DIFFUSION

Depuis plusieurs années, ce sont les équipes du musée qui s'occupent directement de la diffusion de proximité. Avec l'expérience nous sommes capables de parfaitement cibler les lieux pour un meilleur impact. Aussi, cela nous permet de lancer plusieurs campagnes, selon les besoins ou les temps forts.

En 2019, ce sont 69 demi-journées de diffusion qui sont à recenser. Un choix stratégique fort puisqu'il monopolise un salarié sur le terrain, mais payant tant sur le point des retombées qu'il génère, que sur les économies qu'il permet, en comparaison à un prestataire de diffusion extérieur notamment. Ces derniers assurent la diffusion sur les autres lieux fondamentaux mais moins accessibles.

LE NUMÉRIQUE

La stratégie numérique est fondamentale pour le musée car elle nous permet d'être présents dans le quotidien des anciens/futurs visiteurs et des passionnés.

Site internet

Depuis 2018 un nombre important de réservations à nos événements s'opèrent depuis notre site. Les visiteurs y développent une habitude de visites et y sont sensibilisés sur d'autres actions du musée dont ils n'auraient peut-être pas eu connaissance.

- Nombre de réservations depuis le site : 669, soit 49% de réservations supplémentaires qu'en 2018 !
- Nombre de visiteurs uniques en 2019 : 51 379
- Nombre de pages vues : 188 528
- Nombre de documents téléchargés sur le site : + de 4 500

Réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux l'idée est de « dépolssiérer » l'image du musée en offrant un espace de dialogue. L'objectif est de fidéliser les publics, en maintenant un lien constant avec le visiteur.



^ Carte représentant les villes où les documentations du Musée portuaire ont été diffusées :

En **bleu** et **rouge** les villes où la diffusion a été réalisée par nos soins.

(En **rouge** les villes avec au moins 5 campagnes de diffusion sur l'année)

En **violet** les villes où la diffusion a été réalisée par nos prestataires.

Les repères **bleu ciel** indiquent quant à eux la présence de notre équipe sur un **salon**.

6. LA COMMUNICATION

L'espace laissé par les réseaux sociaux permet également de valoriser les actions comme les partenaires. La diversité, la qualité et l'actualité du contenu tend à favoriser cela.

➤ 4 236 fans Facebook, soit + 15,5% en un an.

Avec une pointe à 10 900 personnes touchées sur la meilleure publication

➤ 1 352 abonnés Instagram, soit + 30,5% en un an

Newsletters

16 newsletters envoyées au grand public avec une moyenne de 1 700 destinataires, qui se sont abonnés pour être tenus au courant des actualités du musée.

4 campagnes originales menées auprès de scolaires. Celles-ci proposaient des animations spéciales pendant une période réduite. Nous avons pu jauger que ces envois ont généré la venue de 2 673 enfants dans ces ateliers.

Réseau

En parallèle, le Musée portuaire poursuit son implication dans différents réseaux professionnels.

Parmi ceux-ci, Mem'Histo, qui regroupe 14 musées d'Histoire et de Mémoire Contemporaines. Ce réseau présente les mémoires marquantes du XX^e siècle de la Région Hauts-de-France : mémoires du travail et mémoires des deux conflits mondiaux.

Il a été officiellement lancé et présenté à la presse en septembre 2019, en présence de Mady DORCHIES-BRILLON, Conseillère Régionale déléguée au devoir de mémoire.

La plateforme digitale du réseau, qui propose une carte interactive fut lancée par la même occasion.

En bref :

- Plus de 90 000 documents diffusés.
- 18 propositions de sujets à la presse par voie de communiqué ou dossier de presse (hors échanges individuels)
+ de 250 retombées presse dont 43 pour «D'Eau Ré Mi»
- 669 réservations sur notre site, soit 49% de plus qu'en 2018.
- 4 236 fans Facebook, soit + 15,5% en un an.
- 1 352 abonnés Instagram, soit + 30,5% en un an.
- Présence sur 5 salons et fêtes maritimes.
- 28 campagnes photos couvertes en interne.
- 102 demandes de lots traitées.

7.
DUNKERQUE
PORT CENTER



DUNKERQUE
PORT CENTER

7. DUNKERQUE PORT CENTER

L'association Dunkerque Port Center, créée en septembre 2018, est portée par trois membres fondateurs : le Grand Port Maritime de Dunkerque (GPMD), la Communauté Urbaine de Dunkerque (CUD) et l'association ACMAPOR-Musée portuaire.

Le Musée portuaire assure la gestion et le suivi de projet en mettant à disposition des moyens humains et matériels ainsi que des compétences.

L'année 2019 a été marquée par 3 temps forts : la réalisation des travaux dans le futur espace d'information, la conception de l'exposition, et la mise en place des visites du port en car.

En janvier, une chargée de projets mise à disposition par le Musée portuaire, Lucie Taverne, a été recrutée pour coordonner, assurer le suivi du projet et travailler avec Delphine Taleux-Grisot, directrice du Musée portuaire et du Port Center.

LES GRANDES ETAPES DE LA CONCEPTION DE L'EXPOSITION

➤ Définition du synopsis de l'exposition, 7 thématiques ont été retenues : histoire du port, aménagements portuaires, marchandises et activités, gouvernances et métiers, relation ville/port, grand projet de développement et Dunkerque dans le monde

➤ Recherche documentaire et travail sur les contenus avec les équipes du GPMD, de la CUD, et les partenaires du Port Center (entreprises portuaires, AGUR, associations et syndicats de professionnels...) avec, pendant l'été, Manon Brioit (CDD d'un mois et demi mis à disposition par le musée) et Victor Labaeye (stagiaire pendant un mois).

➤ Lancement des consultations et choix de l'agence pour la réalisation de trois outils numériques. La Boîte à Meuh ! a été retenue pour exécuter une vidéo sur l'histoire du port, un quiz sur les métiers portuaires et une carte interactive replaçant Dunkerque dans le monde.

LA REALISATION DES TRAVAUX ET DE LA SCENOGRAPHIE DU FUTUR ESPACE D'INFORMATION ET D'EXPOSITION

➤ La CUD a porté les investissements pour la réalisation des travaux de mise en conformité de l'espace pour l'accessibilité du public. Ces travaux ont eu lieu de mai à octobre 2019.

➤ Travail scénographique pour l'aménagement et la mise en scène de l'exposition avec le scénographe sélectionné fin 2018, Cédric Guerlus de l'agence Going Design et l'agence de graphisme Les Produits de l'Épicerie (travail également sur la charte graphique du Port Center).



7. DUNKERQUE PORT CENTER

LES PREMIERES VISITES DU PORT

- Rencontre et définition d'un protocole de sécurité pour les visites du port avec la Sûreté portuaire et la Brigade de Sûreté Portuaire (BSP)
- Collaboration avec les 6 bénévoles du Port Center, tous d'anciens portuaires, pour mettre en place et animer les visites du port : Philippe Bertonèche, Philippe Leroy, Philippe Bourgeois, Bertrand D'Hondt, Charles-Henri Tourillon et Jean-Luc Muller
- Rencontre avec DunFresh et Fruidor pour la mise en place de visites d'entreprises
- Définition de 3 parcours de visites (2h, 2h30 et 3h) pour les groupes et des tarifs associés
- Réalisation de 10 visites du port en car : 293 personnes accueillies (73 collégiens, 52 lycéens, 84 étudiants et 84 adultes)

LES PREMIÈRES VISITES DU PORT EN IMAGES

- Réalisation de **10** visites du port en car : **293** personnes accueillies (73 collégiens, 52 lycéens, 84 étudiants et 84 adultes)



8.
L'ASSOCIATION DES AMIS
DU MUSÉE PORTUAIRE



8. LES AMIS DU MUSEE

L'association des Amis du Musée, depuis son lancement fin 2017, a atteint son régime de croisière. L'année 2019 a été riche en actions, dont certaines en collaboration étroite avec d'autres associations. Notre participation, comme bénévoles, aux animations du musée a été importante, y compris dans l'aide au fonctionnement même du musée. Nous avons aussi intensifié la promotion du musée en dehors de l'agglomération.

Les éditions de l'association se poursuivent également avec la sortie du *Carnet de Bord* n°3.

Nous avons la chance que les Amis du Musée constituent une communauté solidaire et particulièrement active.

LES ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS

- 3 cafés du Phare (thèmes : la Marine nationale, la douane maritime et le pilotage)
- Visites VIP du Sémaphore, du Musée de l'Opération Dynamo et du Musée Navigo à Oostduinkerke.
- Conférence de Jean-Yves Delitte, peintre de la marine et dessinateur le 22 mars
- Journée de découverte à Gravelines et Chantier Tourville le 13 avril
- Conférence et visite du canal de Mardyck le 15 juin
- Conférence de JP Mélis sur le trois-mâts *La Rose* le 27 novembre
- Participation active à l'exposition temporaire ZIEGLER

LES PARTICIPATIONS BÉNÉVOLES AUX ACTIONS DU MUSÉE

➤ « Gardez le cap », la Nuit des Musées, les Fêtes de la mer, les Journées européennes du patrimoine, spéciale « D'Eau ré mi », la Nocturne du Phare et l'animation d'Hervé Lardeur sur le *Duchesse Anne*

EN IMAGES

Deux compétences des Amis du Musée portuaire sont ici illustrées :

- Une réunion de travail autour de l'exposition *Ziegler, un chantier dans la ville* qui a représenté un travail important pour l'association en 2019,
- Un public nombreux est venu assister à une conférence organisée par l'association, celle du dessinateur et peintre de la marine Jean-Yves Delitte.



9. NOS MÉCÈNES



9. NOS MÉCÈNES

Pour plus de visibilité, le Club d'entreprises partenaires dispose d'une vitrine sur le nouveau site internet du Musée portuaire. Chaque membre y est présent sur toutes les pages du site, et des liens vers les sites officiels de chaque structure ont été créés et sont actualisés.

ACTIONS PARTICULIÈRES

- RTE : financement et partenariat à la réalisation de l'exposition *SOS, laisse de mer*.
- TOTAL : participation du musée au *Forum Action ! Total Foundation* et création de deux actions de solidarité à destination du personnel de Total.
- ARCELORMITTAL, BOLLORE LOGISTICS ET DUNKERQUE LNG : mise en place d'animations à destination des membres du personnel de ces entreprises partenaires lors des périodes de vacances scolaires.

MERCI!

A NOS MECENES



10. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION



10. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

BUREAU

- Président : Philippe BERTONÈCHE
- Vice-Président : Francis BASSEMONT, Vice-Président - Communauté Urbaine Dunkerque
- Trésorier : Paul LAMMIN, Administrateur de la Chambre de Commerce - CCI Côte d'Opale
- Secrétaire : Edith VARET - Ville de Dunkerque
- Secrétaire Adjointe : Régine DEVOS - Ville de Dunkerque

ADMINISTRATEURS

- Eric ETIENNE, Sous-Préfet - Etat
- Marc DROUET, Directeur Régional des Affaires Culturelles - Etat
- Franck DHERSIN, Conseiller Régional - Région Hauts de France
- Valérie VANHERSEL LAPORTE, Conseillère Régionale - Région Hauts de France
- Philippe EYMERY, Conseiller Régional - Région Hauts de France
- Poste vacant en attente de nomination - Région Hauts de France
- Martine ARLABOSSE, Conseillère Départementale - Département du Nord
- Paul CHRISTOPHE, Vice-Président - Département du Nord
- Michel TOMASEK, Adjoint au Maire - Ville de Dunkerque
- Armel LELEU, Administrateur de la Chambre de Commerce - CCI Côte d'Opale
- Didier BETHUNE, Secrétaire Général - Union Maritime et Commerciale
- Jean-Louis DEBAENST, Vice-Président - Union Maritime et Commerciale

- André HENNEBERT, Vice-Président - Communauté Urbaine Dunkerque
- Martine COUDEVYLLE, Conseillère Communautaire - Communauté Urbaine Dunkerque
- Isabelle BULTE-MARCHYLLIE, Conseillère Communautaire - Communauté Urbaine Dunkerque
- Frédéric VANHILLE, Conseiller Communautaire - Communauté Urbaine Dunkerque
- André-Pierre BECQUET, Maire d'Uxem - Membre associé
- Caroline DOUCET, Dillinger France - Membre qualifié
- Alain DECHESENE, Association des Amis du Musée portuaire - Membre qualifié
- Stéphane RAISON, Grand Port Maritime de Dunkerque - Membre qualifié
- Sabine L'HERMET, Office de Tourisme de Dunkerque - Membre qualifié
- Franck GONSSE, CNTPA - Membre qualifié

Nous tenons à remercier ici l'ensemble de nos financeurs et les administrateurs pour leur engagement fidèle à nos côtés.