## DOSSIER DE CANDIDATURE

## *EXPOSITION D’INTÉRÊT NATIONAL*

# ANNÉE 2021

**Le ministère de la Culture lance chaque année, en direction des musées territoriaux bénéficiant de l’appellation « musée de France », un appel à projet en vue de l’obtention du label *Exposition d’intérêt national.***

Le label *Exposition d’intérêt national* a été créé en 1999 pour permettre aux musées territoriaux d’organiser des expositions majeures et de conduire une politique culturelle et éducative de qualité en direction de différents publics. Sélectionnées en fonction de leur qualité scientifique et du caractère innovant des actions de médiation culturelle qui les accompagnent, les expositions d’intérêt national s’inscrivent dans le cadre de la politique de diffusion et d’élargissement des publics menée par le ministère de la Culture. Elles participent également à sa politique d’action territoriale, avec la recherche d’une juste répartition de l’aide de l’État entre les collectivités territoriales porteuses de projets. Enfin, elles sont également l’occasion de mettre en valeur les partenariats noués entre musées de France (itinérance de l’exposition, coproduction, prêts), mais également avec les musées nationaux afin de faciliter et valoriser la circulation d’œuvres des collections nationales au sein des territoires, au plus près des publics qui en sont éloignés.

L’appel à projet pour l'obtention du label *Exposition d'intérêt national* est lancé par le service des musées de France et relayé par les directions régionales des affaires culturelles chaque année avant la fin du premier semestre. Le responsable scientifique, porteur du projet du musée de France concerné, doit déposer le dossier auprès du directeur régional des affaires culturelles, à l'attention du conseiller musée. Cette année, chaque projet d’exposition devra être soumis le 1er septembre 2020 au plus tard à la DRAC qui en fera l’examen et émettra pour chacun un avis circonstancié fondé sur sa dimension scientifique, son intérêt national et les publics visés. Ils seront ensuite transmis au service des musées de France, pour le 15 octobre au plus tard.

Les projets et les avis seront examinés et sélectionnés par un comité national présidé par la cheffe du service des musées de France de la direction générale des patrimoines. Chaque année, en moyenne, une quinzaine d’expositions obtient le label *Exposition d’intérêt national*. Toutefois, au vu des circonstances particulières survenues en 2020 ayant entrainé le report de nombreux projets labellisés en 2021, il conviendra de préserver la qualité du label en lui conservant son caractère exceptionnel.

**Éligibilité :**

- Tout musée en région bénéficiant de l'appellation « musée de France » et dont les collections n'appartiennent pas à l’État ou à ses établissements publics peut se porter candidat.

- Le projet *Exposition d'intérêt national* doit être porté par un musée de France disposant d'un encadrement scientifique et d’un service des publics.

Pour l’examen des dossiers, il sera tenu compte de l’environnement organisationnel du musée, ainsi que de sa politique scientifique et de sa politique de gestion de ses collections. Les efforts faits en termes de partenariats avec d’autres musées de France, en particulier nationaux, seront également pris en compte. De plus, les projets visant à faire connaître et/ou valoriser les artistes femmes ou proposant une lecture renouvelée de la place de la femme dans l’art seront encouragés.

**Conventionnement**

**Le projet sélectionné fait l’objet d’une convention entre la collectivité ou la personne morale de droit privé à but non lucratif porteuse du projet d’exposition, et le ministère de la Culture, représenté par le Directeur régional des affaires culturelles**. Le label *Exposition d’intérêt national* peut dans certains cas être assorti d’une subvention prévue par la convention et versée par la DRAC.

**Dossier de candidature « Exposition d'intérêt national 2021 »**

**Dénomination et coordonnées du musée de France organisateur** (adresse, téléphone, adresse e-mail)

**Nom et titre du responsable de l’établissement**

**Nom et coordonnées du responsable du service des publics**

**Nom et coordonnées du responsable de la communication**

##### Nom et coordonnées du responsable du suivi administratif du projet (téléphone et e-mail)

**Dénomination et coordonnées de la personne morale propriétaire/gestionnaire du musée** (Association, ville, communauté d’agglomération, département, région, établissement public, etc.)

**Qualité et nom du responsable de la personne morale propriétaire/gestionnaire** (Président, Maire…)

**Titre de l’exposition :**

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Dates prévues pour l’exposition :**

 **1/ Exposé du projet d’exposition**

Cet exposé doit résumer le scénario de l’exposition, son déroulé, les thèmes abordés. Il doit insister sur les apports de cette exposition à la connaissance scientifique du sujet, sur les moyens scénographiques de mise en valeur des objets présentés ainsi que sur les dispositifs de médiation en direction des différents publics.

Il doit également motiver l’adéquation de cette exposition à l’identité du musée.

*Le dossier doit être accompagné de tout document utile à la compréhension du projet* ***(photographies des principales œuvres exposées avec leurs cartels****, liste des prêteurs, etc.).*

** 2/ Présentation de l’exposition**

|  |  |
| --- | --- |
| DescriptifS’agit-il :* d’une création, production par le

musée * d’une coproduction 

Si oui, avec quel organisme :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Surface de l’exposition :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Nombre d’objets ou d’œuvres : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_L’exposition bénéficie-t-elle de prêts ou d’un partenariat spécifique avec un musée national ? oui  nonSi oui, à développer | Provenance des objets ou des œuvres (si possible)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Objectifs**Quels sont les publics visés ?\* régionaux \* nationaux \* internationaux Prise en compte des problématiques liées à la parité :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  |  |

** 3/ Conception et muséographie**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Commissaire(s) de l'exposition :

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* Comité scientifique :

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* Autres partenaires sollicités

(nature de leur(s) intervention(s)) :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | * Architecte, muséographe ou scénographe :

 oui non Nom :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Homme | Femmes |
| Commissariat |  |  |
| Comité scient. |  |  |
| Scéno-muséo |  |  |
| Autres |  |  |
| TOTAL |  |  |

 |
|  |  |

** 4/ Politique des publics conçue spécifiquement pour l’exposition**

|  |  |
| --- | --- |
| * **Actions spécifiques** :

- visites-guidées - participation d'artistes - ateliers - nocturnes - parcours ludiques - autres\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* **Publics visés** :

- tous publics - scolaires - périscolaire et hors temps scolaire - 18-25 ans, étudiants - familles - comités d'entreprises - publics relevant du champ social - publics en situation de handicap - chercheurs et professionnels - autres\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* **Partenariats** avec d’autres acteurs

culturels, éducatifs ou sociaux.Précisez \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | * **Aide à la visite** :

- textes affichés - fiches de salles - petit journal - dossiers pédagogiques - audioguide, visioguide - film s, audiovisuels - bornes interactives - dispositifs tactiles - documents téléchargeables,- applications - site internet dédié - autres\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* **Programmation accompagnant l'exposition** :

- spectacles (*théâtre, danse)*  - concerts - colloques - conférences - autres \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  |  |

Merci de détailler les offres culturelles et les actions de méditation innovantes :

Avez-vous prévu d’**encourager la pratique de la photographie amateur** au sein de l’exposition ?

- Sous forme d’ateliers. Précisez : 

- En autonomie (encouragement au partage de vues sur Facebook, Instagram, Flickr…) 

** 5/ Politique tarifaire et horaires**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre de visiteurs attendus**approximativement : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Jours et horaires d’ouverture** : Jours Horaires\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | **Tarifs**:- billet du musée \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_- billet de l’exposition \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_- billet du musée + billet de l’exposition\_\_\_\_- gratuité pour l’exposition \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_- audioguide, visioguide \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Détaillez les politiques de gratuité et de réduction de tarifs (précisez les publics bénéficiaires comme : minima sociaux, personnes en situation de handicap, moins de 18 ans, 18-25 ans, familles, comités d’entreprise, associations, autres) :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

** 6/ Communication**

|  |  |
| --- | --- |
| * **Presse écrite et audiovisuelle**

- dossier de presse - catalogue gratuit - iconographie - voyage(s) de presse - radio, TV - coproductionsconcernant l’exposition * **Publicité**

- affiches ou affichettes - insertion presse - réseau d’affichage urbain - internet - autres\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | * **Site web et réseaux sociaux**

- site web - Facebook - autres réseaux sociaux (twitter, instagram...) * **Vernissage**

- invitations, réceptions, etc. - autres actions de promotionsprévues * **La communication est-elle réalisée par :**

- le musée - la collectivité territoriale / personne morale - une agence extérieure * **Définition d’une ligne graphique spécifique pour l’exposition ?**

 oui  non |

**7/ Évaluation de l’exposition : connaissance des publics, étude de réception**

|  |
| --- |
| **Avez-vous prévu une évaluation préalable :**- des attentes du public oui non- des représentations sur le thème de l'exposition oui non- du dispositif des médiations envisagées oui non |
|  |

**Avez-vous prévu une ou des études de publics pendant l’exposition ?**

- Enquête quantitative (sondage, enquête par questionnaires) oui non

- Enquête qualitative, étude de réception (entretiens, observations…) oui non

- Autre approche ; précisez

Précisez la ou les catégories de publics enquêtés et la taille des échantillons :

Précisez les objectifs pour chaque enquête :

Indiquez la liste des partenaires (Universités, Écoles, laboratoires, bureaux d'études) :

Le cas échéant, indiquez les services et la catégorie des personnels mobilisés au sein de l'établissement pour ces enquêtes :

** 8/ Produits en vente dans le musée pendant l’exposition**

|  |  |
| --- | --- |
|  PrixCatalogue(s)................ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Petit journal.................. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Produits dérivés spécifiques à l’exposition(cartes postales, objets)........................................ | Ouvrages sur le thème de l’exposition...................Revues sur le thème de l’exposition.......................Autres \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  |  |

**BUDGET PREVISIONNEL**

(**en euros)**

# DEPENSES

** 1/ Préparation, conception**

Frais de missionsDocumentationTravaux photographiquesAudiovisuel/multimédiaCollaborateurs extérieurs : sur honorairesou sur vacations

Autres charges de préparation (préciser) :

**TOTAL en €**

**Préparation, conception** 

** 2/ Transport, assurances**

Transport, mesure de protection, Frais de douane, Convoiement, Assurances

Autres charges liées aux transports ou assurances (préciser) :

**TOTAL en €**

**Transport, assurances** 

** 3/ Muséographie**

Frais de muséographieHonoraires architectes, muséographes, Signalétique *(cartels, panneaux, bâches…),*

Audiovisuels, Interactifs *(Bornes images, audioguides, sonorisation, Automatismes électroniques pour l’animation des éclairages, des cartes, des dispositifs sonores, etc.)*

**TOTAL en €**

**Muséographie**.......................... 

** 4/ Politique d’action culturelle**

Budget prévu pour les actions innovantes conçues spécifiquement pour les publics :

ConceptionRéalisation

Personnel supplémentaire

**TOTAL en €**

**Politique d’action culturelle**...... 

** 5/ Évaluation de l’exposition : connaissance des publics, étude de réception**

Évaluation préalableApproche quantitativeÉtude de réception

**TOTAL en €**

**Évaluation de l’exposition**.............................. 

** 6/ Communication**

Prestataire de serviceFrais de conceptionFrais d’impression*(Affiches, dossiers de presse, invitations, dépliants),* Droits de reproduction*Photographies, affiches/affichettes, petit journal, autres)*

Routage, mailingFrais d’inauguration

Autres actions de relations extérieures (préciser)

**TOTAL en €**

**Communication**........................... 

** 7/ Catalogue**

Titre :

Auteurs prévus (nom et qualité) :

Nombre de pages :

Nombre d’illustrations : Noir et blanc \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Couleur \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Format papier (dimensions) :

Format numérique : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nombre de catalogues :

**Budget**

Rémunération auteur(s)Maquette, graphismeDroits de reproductionImpression

 **TOTAL en €**

**Catalogue**............... 

** 8/ Produits dérivés**

AffichesCartes postalesObjetsProduits multimédia

Autres (Préciser)

**TOTAL en €**

**Produits dérivés**........................ 

 **TOTAL DEPENSES** 

**RECETTES**

Droits d’entrée...................................................................…………………………..... 

Catalogue...........................................................................…………………………... 

Produits dérivés...................................................................………………………….. 

Financement de la personne morale porteuse de l’exposition...........................….... 

**SUBVENTIONS**

DRAC / EIN ……….............................................................. 

DRAC / autres dispositifs.........................….........................……………………….... 

Ville .......................................…………………………………………………...…...... 

Intercommunalité...................................……………………………………...…..… 

Conseil départemental................................................……………………......…..... 

Conseil régional....................................................…………………….........……..... 

Mécénat..........................................................................………………………....... 

Autres.........................................................................………………………............ 

 **TOTAL RECETTES **