

Annexe 1 du CCTP

**Aménagement de l'espace de la librairie-boutique du site de Port-Louis du  
musée national de la Marine et conception d'un mobilier modulable**

## **1. Contexte**

### **1.1 Présentation du musée national de la Marine**

Le musée national de la Marine est un établissement public à caractère administratif (EPA) relevant du Ministère des Armées, le second plus important opérateur culturel en France. Musée national labellisé « musée de France » en 2004, le musée national de la Marine est à la fois un musée d'art et d'histoire, de sciences et de techniques, d'aventure humaine et de tradition populaire, un centre de culture maritime ouvert au plus large public. Héritier des collections maritimes présentées au Louvre dès le XVIII<sup>e</sup> siècle, il a vocation à être la vitrine et le conservatoire patrimonial de toutes les marines.

Le musée national de la Marine se compose de six musées situés à Paris et le long des côtes atlantiques et méditerranéennes : à Brest, à Port-Louis, deux musées à Rochefort et à Toulon, ainsi que d'un centre de conservation et de ressources en région parisienne. L'ensemble des musées travaille en réseau et est porté par le projet de rénovation du musée de Paris qui implique la transformation profonde dans son organisation cible, son management, ses processus et ses interactions avec les visiteurs.

### **1.2 Présentation générale du réseau de librairie boutique**

Le musée se donne comme ambition pour l'ensemble des librairies-boutiques du réseau de :

- **Contribuer significativement aux ressources propres du musée** : à travers une offre de produits accessibles et de qualité, les librairies-boutiques portent une performance économique.
- **S'inscrire dans le prolongement du parcours de visite** : les librairies-boutiques participent à la construction d'un environnement cohérent tant par leur aménagement que par leur offre de produits, en respectant l'identité du site, s'inspirant de son histoire et son ancrage territorial, et en mettant en valeur l'univers lié aux collections et expositions.
- **Sublimer l'expérience visiteur** : les librairies-boutiques doivent pouvoir contribuer à une expérience de visite exhaustive, dont on conserve un souvenir grâce à la librairie-boutique, qui fait office de relai avec les enseignements et découvertes à l'issue de la visite. Elle est le prolongement à la fois des collections permanentes et des expositions temporaires.
- **Participer au rayonnement du musée et de sa marque** : les librairies-boutiques ont vocation à être ambassadrices de l'image de marque et de l'identité du musée national de la Marine et à s'inscrire dans la continuité de sa promesse de marque, tant en véhiculant l'univers maritime du musée et ses engagements RSE, qu'en reflétant l'ancrage territorial des sites.

En 2021, le musée national de la Marine a disposé d'un accompagnement en conseil sur la réflexion autour du processus d'achat des produits. Cet accompagnement comprenait également un audit des performances économiques des librairies-boutiques des sites des ports, dans l'optique d'effectuer une refonte complète du catalogue de produits. Accompagnée d'un important travail sur le positionnement de l'offre, le merchandising et la gestion des stocks et des références invendues, la dynamique induite par cet audit permettra à terme la rationalisation, l'optimisation et la mise en valeur de l'offre proposée au sein des librairies-boutiques. Elle se traduit aussi de manière opérationnelle, tant à travers des opérations marketing tels que des jeux-concours, que par la mise en place d'un nouveau système de billetterie et d'un nouveau logiciel de suivi des ventes sur l'ensemble du réseau. Après rationalisation, le catalogue des librairies-boutiques comptait 2 064 références fin 2021, toutes catégories confondues.

### **1.3 Présentation de la librairie-boutique du site de Port Louis**

Cette rénovation s'associe à un enjeu fort pour le musée : augmenter sa fréquentation annuelle et accroître de manière significative ses ressources propres. La boutique actuelle du site de Port-Louis est très peu visible, et le taux de transformation est le plus bas du réseau (6% en 2024). A cela s'ajoute la présence de la boutique de la Compagnie des Indes dans l'enceinte de la citadelle. Cette boutique est parfaitement achalandée et est un lieu de passage incontournable pour le visiteur (entrée et sortie de la collection). Déménager la boutique dans ce nouvel espace (L.14), par lequel passeront tous les visiteurs (du musée national de la Marine et de la Compagnie des Indes) pour sortir de la citadelle, permettra d'accroître avec certitude le taux de transformation de la boutique.

Troisième boutique du réseau (hors Paris) en termes de chiffre d'affaires (24% du CA du réseau en 2024), les références les plus vendues de la boutique de Port-Louis en 2024 sont : la médaille souvenir, le catalogue Virginie Hériot (édition de musée), le souvenir de visite de la citadelle de Port-Louis (édition du musée), les cartes imprimées Antica (affiches A2), les bols en céramique japonais de chez Sopha Diffusion.

La répartition du CA par famille de produits se fait comme suit :

- 1 – Librairie
- 2 – Maison et décoration
- 3 – Produits souvenir
- 4 – Mode et Beauté
- 5 – Papeterie

#### Détail des résultats de la librairie-boutique de Port-Louis, 2024

	Fréquentation	Taux de captation	Panier moyen	CA librairie-boutique TTC	Surface totale (m²)
<b>Port-Louis</b>	89 174	6%	15,39 €	80 321€	?

#### Détail des résultats de la librairie-boutique de Port-Louis, 2019 (année de référence avant covid)

	Fréquentation	Taux de captation	Panier moyen	CA librairie-boutique TTC	Surface totale (m²)
<b>Port-Louis</b>	78 222	8%	12,83 €	78 043 €	?

#### Détail des résultats de la librairie-boutique de Port-Louis, 2023

	Fréquentation	Taux de captation	Panier moyen	CA librairie-boutique TTC	Surface totale (m²)
<b>Port-Louis</b>	84 695	5%	13,73 €	58 327 €	?

## 2. Attentes

### 2.1 Les attentes du Musée national de la Marine

La librairie-boutique jouera un rôle de premier plan dans le rayonnement du site de Port-Louis.  
Les attentes du Musée national de la Marine :

#### 3.1.1. Proposer un plan d'aménagement de l'espace librairie-boutique

La proposition devra intégrer les besoins cités ci-après ;

- Un mobilier adapté aux produits (mise en avant de la **porcelaine**, thé, espace **librairie**, objets marins, espace jeunesse, mode et accessoires t-shirts, écharpes, bonnets...) et aux variations de stocks. Prévoir d'intégrer des spots dans le linéaire
- Un mobilier entièrement modulable pensé pour durer dans le temps, avec des possibilités de réparations et d'améliorations
- La prise en compte de l'accessibilité des personnes à mobilité réduite (PMR) dans l'emprise au sol du mobilier boutique et la question de la hauteur du mobilier en particulier ;
- Prendre en compte la circulation et la sortie des visiteurs
- La prise en compte des irrégularités du sol pour le maintien du mobilier
- Une caisse avec un bureau fermé et un espace pour cacher les sacs. Prévoir de la place sur la banque d'accueil pour présenter des petits objets « souvenir » en tour de caisse pour impulser les ventes additionnelles.
- Prévoir un espace de stockage fermé avec des rayonnages, accessible depuis la boutique
- Prévoir un module ou table sur plusieurs niveaux pour la présentation des objets et livres.

#### 3.1.2. Proposer un mobilier adapté

Ce mobilier devra s'intégrer dans l'ambiance de la citadelle et du musée national de la Marine :

- La librairie-boutique s'inscrit à la fin de l'expérience client, elle doit donc s'intégrer par son mobilier à l'ambiance générale du monument dans lequel elle est abritée à la fois une citadelle et un lieu de transmission de connaissances autour du thème de la mer et de la marine.
- Les matériaux utilisés pour le mobilier devront être en harmonie avec la banque d'accueil (qui se situera dans l'actuelle cafétéria) pour créer une cohérence et une continuité.

Le mobilier devra s'adapter à l'espace librairie-boutique avec les contraintes citées ci-après :

- Sol ancien en pierre irrégulier
- Circulation du visiteur / sortie du musée
- Une porte de sortie
- Un espace détente « cafeteria » est à intégrer dans cet espace, les contraintes techniques seront à prendre en compte (électricité, arrivée d'eau...)

#### 3.1.3. Proposer un mobilier modulable

Différents systèmes de mobilier modulable peuvent être proposés :

- Sur rails avec des fixations aux murs ; les contraintes des murs en pierres seront à prendre en compte,
- Des étagères qui peuvent se déplacer facilement selon un système de fixation à trous permettant ainsi de moduler selon les stocks et les besoins de présentations

- Des éléments en transparence pour retenir les cartes postales, les magazines en tenant compte d'une nécessité de qualité de présentation et de préservation de la qualité du produit
- Des caissons ou caisses imbriquées selon les besoins
- Un mobilier disposant d'espace de stockage dans la partie basse avec fermeture à clé

#### 3.1.4. Attentes techniques

Les caractéristiques techniques devront répondre aux besoins suivants :

- Des finitions claires
- Un matériau résistant
- Inscrit dans une démarche RSE

L'aménagement proposé et l'ambiance qui en résulte devront s'intégrer pleinement dans l'univers graphique et thématique du site de Port Louis. A titre strictement informatif, une présentation de l'aménagement réalisée dans librairie-boutique de Paris est annexée au DCE.

## **2.2 Intégrer pleinement la catalogue produit de la librairie-boutique dans l'expérience de la visite**

Tel un concept store, la librairie-boutique propose un panel large d'articles variés et hétérogènes, tant par leurs formats que par leurs natures. La présentation du catalogue produits a pour but la compréhension de besoins spécifiques, à savoir un mobilier modulable pouvant s'adapter aux différents produits présentés ainsi qu'à leurs variations de stocks.

- 1- Proposer un mobilier adapté à la création de « corners »
  - a. Modulables selon les familles de produits listées ci-après et les exemples de produits cités et dont des visuels sont proposés en annexes.

Art de la maison :

- Porcelaine japonaise (assiettes, mugs, plats, bols) prévoir une présentation des produits

Papeterie :

- Carterie en grande quantité et multiples formats
- Affiches
- Fournitures de type cahier, carnets de notes au format A5 et A6, crayons, stylos, bloc-notes

Produit souvenir :

- Magnets plusieurs formats en quantité, à penser avec un accrochage aimanté
- Médailles
- Les porteclés en grande quantité avec une dizaine de références différentes

Produit jeunesse

- Jeux en différents formats, avec une possibilité de présentation d'un jeu en modèle d'exposition,
- Jouets : des figurines en quantité et de différents formats
- Peluches en quantité et en différents formats

Objet décoratif sur la thématique marine :

- Petit objet marine tel que le sifflet de bosco, la boussole pour les incontournables à présenter dans des bacs ou dans des vitrines modulables selon les stocks
- Objet marine d'exception : baromètre, sextant et sphère en laiton avec une présentation en vitrine avec un espace permettant de mettre en avant un storytelling autour du produit

L'alimentaire :

- Thés et épices : des thés locaux avec des échantillons de présentation
- Conserves : des produits issus de la mer ou des produits locaux

La mode et ses accessoires :

- Le textile vestimentaire : une sélection de t-shirts avec des tailles allant du S au XXXL avec une possibilité de présentation sur plusieurs niveaux :
  - En plier sur des étagères modulables,
  - En facing (de face) sur cintre avec la possibilité de moduler les hauteurs selon les cibles (adultes, jeunesse),
  - En feuilleté
  - Avec un buste de présentation
  - En roulé
- Des accessoires divers en fonction des saisons : sac, casquettes, mikis, bonnets, bérets, écharpes

Librairie adulte :

- Des livres en petits formats tels que les livres de poche (A5) et mini format (A6)
- Des livres en format A4 : catalogue d'exposition, biographie
- Des livres avec un format spécifique (carré, rectangle, rond)
- Des livres souples : souvenir de visite, magazines
- Des livres en grand format de type Atlas ou beau livres illustrés

Librairie jeunesse :

- Des livres en petits formats : histoire de la Marine nationale chez les éditions Quelle histoire
- Des livres pop-up sur la marine, les bateaux
- Des livres grand format : grande imagerie des bateaux, grande imagerie des sous-marins

#### b. Selon la programmation de la boutique

- Les expositions : un corner dédié aux produits de l'exposition : de manière générale, une exposition donne lieu à une sélection de produits avec à minima un catalogue d'exposition, avec quelques livres de références sur le sujet (entre 1 et 5 références en adulte et en jeunesse), des petits produits d'appel : carnets, magnets et crayons, des produits jeunesse : figurines, peluches, jeux
- La sélection de produits saisonnière mise en avant

c- selon les partenariats de la boutique

- Le Musée national de la Marine développe des partenariats avec des fournisseurs locaux ou des marques sur les mêmes thématiques que son identité : par exemple la Marine nationale propose des produits à la vente dans le réseau de boutiques du Musée national de la Marine. De la même manière, le musée propose à la vente des produits d'acteurs locaux tels que les thés et tisanes « Tonnerre de Brest »

## **2.3 Enjeux stratégiques**

Le musée national de la Marine est animé par la volonté de développer sa notoriété et son image de marque. Cette marque forte s'incarnera tout au long du parcours de visite.

Etant située en passage obligatoire à la fin du parcours d'exposition, la boutique de Port-Louis devra être envisagée comme un moment de la visite à part entière, et non comme un simple espace d'achat. A ce titre, elle devra être pensée comme un reflet du Musée et de ses ambitions.

Pour offrir une expérience de visite exhaustive de la librairie-boutique aux visiteurs, l'espace devra s'inscrire dans la continuité des espaces d'exposition : mobilier, ambiance, décoration seront à développer harmonieusement avec le reste des espaces pour créer la transition entre la zone de visite et la librairie-boutique, et respecter ainsi une cohérence architecturale à l'échelle du site. Intégrer la librairie-boutique dans

le parcours de visite permettra d'en maximiser la performance et l'attractivité, et d'optimiser l'expérience de visite.

### **3. Dispositions environnementales**

Le musée national de la Marine porte une importance particulière aux enjeux de RSE, et tout particulièrement à ceux liés à l'environnement.

Le prestataire devra s'attacher à s'inscrire dans la continuité de ces objectifs environnementaux. Les efforts réalisés devront faire partie du rapport annuel transmis au musée. Il pourra, par exemple et sans que cette liste ne soit exhaustive : privilégier les circuits courts, recourir le plus possible à des fournisseurs français et européens, s'inscrire dans une démarche de réduction des déchets, favoriser le réemploi du mobilier et des matériaux, limiter l'utilisation du plastique, etc.