

Le Musée de la communication est géré par la Fondation suisse pour l'histoire de la poste et des télécommunications. Celle-ci est financée par Swisscom et La Poste suisse.



Musée de la communication
Museum für Kommunikation

Musée de la communication
Helvetiastrasse 16
CH-3000 Berne 6
Tél. +41 31 357 55 55
Fax +41 31 357 55 99
communication@mfk.ch
www.mfk.ch

L'année 2010 en bref

Une fondation de  



- 4 2010 – une année de succès public
- 6 Expositions
- 11 Collections
- 12 Prestations de services
- 14 Fréquentation
- 15 Evolution financière

2010 – une année de succès public

Le Musée de la communication peut être particulièrement fier de son année 2010. Ses deux expositions temporaires «Rumeur» (16 octobre 2009–4 juillet 2010) et «T'es où?» LE PORTABLE C'EST LA MOBILITE (15 octobre 2010–3 juillet 2011) lui ont assuré un beau succès public tout comme ses expositions permanentes, toujours aussi appréciées des habitués. Le musée a accueilli 69'511 visiteurs au total en 2010, chiffre qui prend la troisième place de son classement historique.



L'exposition consacrée au phénomène de la rumeur a enthousiasmé aussi bien le public que les médias. Photo: Hannes Saxer

Expositions

Les évaluations réalisées à la fin des expositions ont montré une fois de plus que le Musée de la communication propose des expositions temporaires très attrayantes. Lors du sondage consacré à l'exposition «Rumeur», les visiteurs interrogés ont accordé d'excellentes notes à l'exposition: 93% d'entre eux l'ont jugée bonne ou très bonne. Quand aux expositions permanentes, nombreux sont ceux qui aiment les voir et les revoir. C'est précisément auprès de notre public d'habitues, les familles, que le musée qui invite à l'expérimentation reste très populaire.

1



2



3

1 «si près, si loin: l'homme et ses moyens de communication».

2 «As Time Goes Byte: ordinateurs et culture numérique».

3 «Des images qui collent: le monde des timbres».

Photos: Lisa Schäublin

L'exposition temporaire «Rumeur» (16 octobre 2009–4 juillet 2010), une production propre du Musée de la communication, a abordé un phénomène de la communication que nous connaissons tous. La scénographie marquante – des couleurs vives, une division de l'espace et un aménagement habiles – était les contenus et leur transmission de manière idéale.

29'601 personnes ont vu l'exposition temporaire «Rumeur». L'écho qu'elle a reçu dans les médias a lui aussi été très bon. Le centre névralgique de cette exposition – la centrale et ses agents, si curieux, au service de la rumeur – ont littéralement emballé le public. L'effet déployé par cette offre était bluffant, la dynamique et l'enthousiasme qu'elle a déclenchés au sein du public ont dépassé toutes les attentes.

Fait particulièrement réjouissant, le Museum für Kommunikation (MK) de Berlin a demandé à reprendre l'exposition temporaire «Rumeur» pendant 9 mois. Le 30 septembre 2010, l'exposition faisait l'objet d'un nouveau vernissage sous le titre «Gerüchte» au MK Berlin. Elle a remporté un succès tout aussi franc auprès des médias et du public, la fréquentation est là pour en témoigner (env. 30'000 personnes dans les huit premières semaines).

L'exposition temporaire «T'es où?» LE PORTABLE C'EST LA MOBILITE (15 octobre 2010–3 juillet 2011) est elle aussi une production propre du Musée de la communication. Elle questionne beaucoup de choses que l'on croit savoir sur le téléphone mobile et montre combien cet objet polyvalent a changé nos modèles et nos voies de communication. Un choix d'appareils issus des collections du Musée de la communication documente l'évolution ultrarapide qui sépare les premiers téléphones de voiture des appareils d'aujourd'hui.



Dans «T'es où?» LE PORTABLE C'EST LA MOBILITE, les visiteurs se sont laissés guider à travers l'exposition par leur propre téléphone grâce à une nouvelle application. Photo: Hannes Saxer

L'exposition est consacrée à des thèmes tels que: autres pays, autres mœurs; le téléphone portable à la conquête du monde; le Japon amateur de grands téléphones portables; mon premier téléphone portable; téléphoner devient secondaire; le téléphone portable comme signal, bref mais violent; toujours et partout. Mais elle soulève également des questions par exemple: qu'est-ce qui est typique? L'exposition est complétée par des portraits d'utilisateurs convaincus et de farouches opposants, qui racontent leurs expériences et leurs préférences en matière de portables. Des stations interactives permettent quant à elles aux visiteurs de prendre position sur les us et coutumes de la téléphonie mobile. Ainsi, grâce à la participation du public, un «traité de savoir-vivre» verra le jour d'ici début juillet 2011.

Et une fois n'est pas coutume, aucun panneau n'indique «Prière d'arrêter vos téléphones portables!», car c'est le propre téléphone des visiteurs qui les guide à travers l'exposition. Ce genre de visite guidée a été mis au point tout exprès pour le Musée de la communication et mis en pratique pour la première fois dans «T'es où?».

Dans sa salle de conférence, le Musée de la communication a présenté du 3 septembre au 10 octobre 2010 le projet de longue haleine de Mats Staub intitulé: «**Mes grands-parents – Histoires pour se souvenir**». Mats Staub a invité des générations de petits-enfants au dialogue et collectionné des histoires et des photos de leurs grands-parents. Il a donné à voir pour la première fois, au Musée de la communication, une sélection du riche fonds qu'il a constitué, sous la forme d'une exposition audio.

Collections

Dans le domaine des collections, l'accent reste mis sur les travaux d'inventaire. Le rétro-inventaire du contenu des collections de l'histoire des télécommunications et de la radio/TV touche à sa fin, le projet photo de longue haleine destiné à la post-inventorisation des collections d'objets est terminé. Plus de 20'000 illustrations d'objets figurent aujourd'hui dans la banque de données. Plus de 95 % des objets des collections de la poste, des télécommunications, de la radio/TV, de l'ordinateur et de l'histoire de la culture et de la technique saisis dans la banque peuvent aujourd'hui être recherchés à l'aide d'images. Le site Web du musée permet au public de voir ses collections.

La responsabilité des différentes collections a été réorganisée. Aussi bien la collection philatélique que la nouvelle collection des TIC (histoire des télécommunications, radio/TV et informatique) ne relèvent plus chacune que d'une personne. Le domaine de la conservation et de la restauration a été considérablement renforcé. Après une phase d'essai, un poste de conservateur-restaurateur a été créé définitivement pour les biens culturels techniques (poste à 80%). Depuis le 1^{er} janvier 2011, un autre poste de conservateur-restaurateur à 60% a été créé pour le papier, la photo et les médias audiovisuels.

Prestations de services

La demande de prestations du musée a fait un bond en avant par rapport à 2009. L'évolution du Café Pavillon, notamment, est excellente puisque son offre conviviale lui a permis de dépasser une nouvelle fois son objectif annuel.

Le nombre des manifestations guidées a encore fortement progressé (Formation & médiation), passant de 537 à 614. Celui des locations d'espaces a légèrement augmenté (de 23 à 26). Le musée poursuit sa stratégie de ne louer ses locaux qu'aux organes responsables et aux sponsors. Le nombre des événements organisés par le musée lui-même est resté inchangé (4).

Le site Web www.mfk.ch reste très populaire et très utilisé. Le nombre des visites a atteint 235'471 (2009: 261'206), soit une moyenne de 645 par jour. On a enregistré pas moins de 124'000 nouvelles visites.

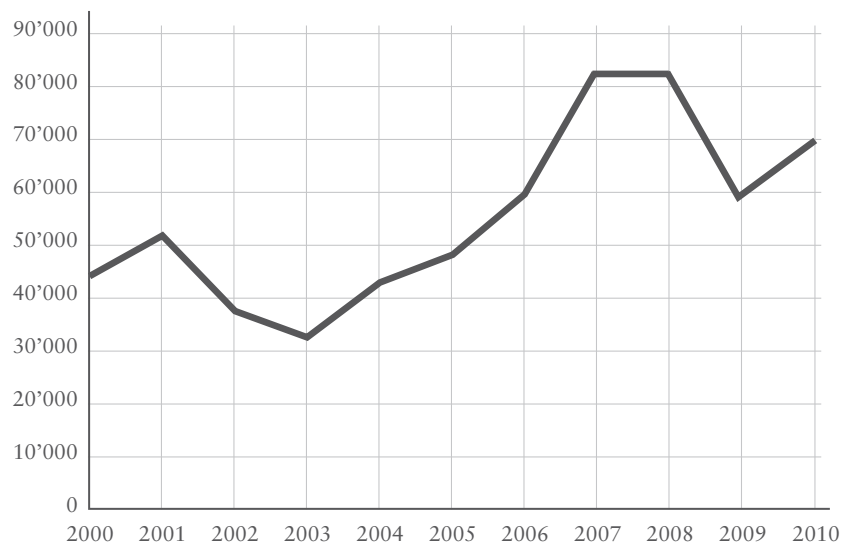
Le musée a également soutenu de nombreuses institutions et personnes intéressées par des prêts et des informations; la demande de recherches d'images et le prêt de reproductions et de films historiques, en particulier, restent importants.



Les écoles et les groupes profitent volontiers des visites guidées et des workshops.
Photo: Lisa Schäublin

Fréquentation

Le musée a connu en 2010 une hausse de fréquentation marquante. Les 69'511 visiteurs (2009: 58'031) représentent le troisième résultat de son histoire, un résultat qui s'explique aussi bien par des expositions temporaires réussies que par des expositions permanentes toujours aussi populaires.



Evolution financière

Le musée a considérablement amélioré ses recettes par rapport à 2009. Grâce à la hausse de fréquentation et au chiffre d'affaires record du Café Pavillon, ses recettes propres atteignent un niveau réjouissant, proche de celui de l'année record qu'a été 2008 (+22% par rapport à 2009, -6% par rapport à 2008). Le total des recettes a progressé de 16% par rapport à 2009 (-7% par rapport à 2008).

Comptes 2010

| | | |
|--|-----------|------------------|
| Dépenses | | 5'863'075 |
| Personnel | 2'618'084 | |
| Immeubles (loyers, entretien) | 749'690 | |
| Fonctionnement, administration, assurances, entretien expositions permanentes | 363'318 | |
| Projets informatiques | 0 | |
| Achats | 25'342 | |
| Conservation | 256'217 | |
| Expositions temporaires | 512'587 | |
| Marketing et RP (expositions temporaires comprises) | 486'048 | |
| Formation & médiation | 187'562 | |
| Publications | 0 | |
| Bibliothèque | 9'305 | |
| Réserves: expositions permanentes, achats, entretien du bâtiment, informatique | 530'000 | |
| Fondation | 124'922 | |
| Recettes | | 5'863'075 |
| Fonctionnement du musée | 882'852 | |
| Subventions de tiers | 180'000 | |
| Subventions des fondateurs | 4'800'223 | |
| Écart | | 0 |