

## AVEC PLUS DE 1,4 MILLION DE VISITEURS EN 2025, UNE FRÉQUENTATION INÉDITE DEPUIS DIX ANS, LE MUSÉE DE L'ARMÉE SIGNE UNE ANNÉE EXCEPTIONNELLE

Le musée de l'Armée signe en 2025 **une année exceptionnelle avec 1 458 451 visiteurs**, soit +12% par rapport à 2024 et +20% par rapport à 2023, atteignant son meilleur niveau de fréquentation depuis une décennie.

Cette dynamique s'illustre par des pics historiques au printemps, en été et en octobre, avec des mois d'avril et de mai jamais égalés depuis 2015.

**Le public français progresse fortement**, représentant 36% des entrées, confirmant la pertinence des stratégies de proximité.

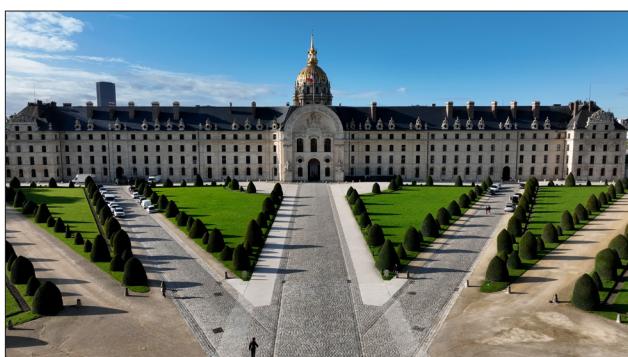
Les **Journées européennes du patrimoine** et les **nocturnes** séduisent familles et jeunes actifs.

Les **moins de 26 ans** représentent 40% des billets délivrés, avec une **hausse spectaculaire** des 18-25 ans (+27%).

Le succès repose sur une offre culturelle riche, des partenariats scolaires renforcés et une communication saluée par l'obtention de 18 prix nationaux et internationaux.

La **fréquentation numérique explose** avec 37 millions de personnes touchées et 433 000 abonnés sur les réseaux sociaux.

Porté par l'effet post-Jeux olympiques, les commémorations du 80<sup>e</sup> anniversaire de la Libération et un contexte favorable, le Musée confirme son rôle majeur dans le paysage culturel français et s'impose comme une destination incontournable pour tous les publics.



Paris, musée de l'Armée, ECPAD  
©

## **Une année globalement en croissance, marquée par plusieurs pics mensuels**

Si l'ensemble de l'année se caractérise par une affluence soutenue, trois périodes se distinguent par des pics de fréquentation inédits.

Au printemps, les mois d'avril et de mai se hissent à des niveaux record. Avril, avec 157 396 visiteurs, affiche la meilleure fréquentation depuis juillet 2015 tous mois confondus. La trajectoire se confirme en mai avec 147 352 visiteurs, soit le meilleur résultat obtenu depuis 2015 pour un mois de mai.

La même dynamique se poursuit durant l'été : juillet et août affichent à leur tour une fréquentation très élevée, culminant à 275 000 visiteurs.

Un nouveau pic est observé en octobre, avec une affluence exceptionnelle de 131 890 visiteurs, un niveau jamais atteint au Musée à cette période de l'année.

## **Rééquilibrage : le public national gagne du terrain**

Le public étranger est toujours majoritaire (64% de la fréquentation) ; il reste dominé par les visiteurs en provenance des États-Unis (14%), d'Espagne (10%) et d'Italie (9%).

La nouveauté de 2025 réside dans le rééquilibrage des provenances : la dynamique de fréquentation se trouve portée par une forte affluence du public national. Les chiffres soulignent en effet la progression notable du visitorat français qui atteint 36% des entrées, contre 33% en 2024, soit environ 85 000 visiteurs français supplémentaires.

## **L'exposition annuelle source de diversification des publics**

La principale exposition de l'année 2025, *Un exil combattant. Les artistes et la France, 1939-1945*, compta 46 676 visiteurs. Au-delà de sa réussite quantitative, cette exposition a permis d'attirer de nouveaux publics, notamment plus féminins et amateurs de beaux-arts. Elle illustre la capacité du Musée à proposer des thématiques susceptibles de séduire des publics variés, au-delà des seuls amateurs d'histoire militaire.

## **La richesse de l'offre culturelle stimule l'intérêt du public toute l'année**

La richesse de l'offre culturelle du Musée contribue à stimuler l'intérêt de publics diversifiés tout au long de l'année, assurant une continuité de fréquentation. Outre la proposition de visite des collections permanentes, chaque mois se succèdent expositions, événements, concerts, conférences, cycles cinéma, activités pédagogiques et visites thématiques.

Cette année, les Journées européennes du patrimoine enregistrent une affluence exceptionnelle avec 28 035 visiteurs, faisant du Musée l'un des sites les plus fréquentés de France durant ce week-end de septembre. Le thème des années 1900, proposé à l'occasion de la célébration des 120 ans du Musée, et les animations - comédiens costumés, véhicules d'époque et jeux d'enquête - offrent un rendez-vous ludique au-delà de l'attrait patrimonial et séduisent un public très large : riverains, familles, primo-visiteurs et touristes étrangers.

Les nocturnes du Musée, chaque premier vendredi de mois, avec 7 500 visiteurs, séduisent un public croissant de jeunes actifs grâce à une programmation originale autour de la pop culture.

La Nuit des musées 2025 attire 11 259 visiteurs aux Invalides, soit +5% par rapport à 2024 et accueille de nombreux jeunes adultes français, dont de nombreux primo-visiteurs.

## **Une fréquentation jeune en croissance, portée par les 18-25 ans**

Le nombre de jeunes de 18 à 25 ans en visite individuelle enregistre une progression spectaculaire de 27% par rapport à 2024, avec 221 018 visiteurs.

Au total, le public de moins de 26 ans représente 40% des billets délivrés par le Musée, en légère hausse par rapport à 2024 (39%).

Les jeunes de moins de 18 ans venus en famille comptent 174 817 visiteurs, soit une hausse de 19% par rapport à 2024. Cette augmentation s'explique par la forte fréquentation familiale pendant les vacances scolaires, soutenue par des offres promotionnelles dédiées aux familles et par une programmation d'activités adaptées à tous les âges.

En revanche, le public scolaire des moins de 26 ans enregistre une légère baisse de 3%, avec 77 391 visiteurs, après une année 2024 fortement marquée par les commémorations de la libération de Paris et de la France. Cependant les visites scolaires pour les moins de 18 ans progressent fortement de 10% au total, réparties entre +9% pour les visites libres, et +13% pour les visites guidées. Elles reflètent l'intérêt du monde enseignant pour l'offre scolaire du Musée, ainsi que l'efficacité du partenariat avec la Direction générale de l'enseignement scolaire.

## **Les facteurs clés de la bonne fréquentation 2025**

Le record de fréquentation enregistré par le musée de l'Armée en 2025 trouve plusieurs explications.

Comme l'ensemble des musées parisiens, il bénéficie de l'effet rebond des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, qui impacte l'attractivité internationale de la capitale. Le premier semestre se traduit en effet par une hausse des recettes touristiques internationales issues du tourisme<sup>(1)</sup>.

Le contexte international constitue également un levier : les enquêtes d'opinion montrent que les questions de défense occupent une place croissante dans les préoccupations des Français. Ce climat favorise un regain d'intérêt pour l'histoire militaire, et confère au musée de l'Armée une attractivité supplémentaire<sup>(2)</sup>.

Parallèlement, les commémorations du 80<sup>e</sup> anniversaire de la Libération ravivent l'attention portée à l'histoire contemporaine et l'engouement pour les expositions en lien avec la Seconde Guerre mondiale.

La hausse du nombre de visiteurs nationaux confirme la pertinence des stratégies du Musée en matière de développement des publics et de communication, qui ciblent prioritairement les visiteurs français et de proximité, franciliens comme parisiens.

Enfin, le Musée renforce sa visibilité grâce à une campagne de communication marquante. Réalisée avec l'agence Buzzman, elle remporte 18 prix nationaux et internationaux - un fait inédit pour une même campagne - dont les distinctions les plus prestigieuses du secteur telles qu'Eurobest, les Lions-Cannes et Stratégies. Fondée sur un message fédérateur associant le Musée à quatre autres grandes institutions culturelles (le Louvre, le musée d'Orsay, le château de Versailles et le musée Carnavalet-Histoire de Paris), la campagne rencontre un très large succès.

## **La fréquentation numérique également en hausse**

En 2025, la fréquentation numérique du Musée poursuit une croissance soutenue, avec plus de 37 millions de personnes touchées tous supports confondus.

Sur les réseaux sociaux, la communauté atteint désormais 433 000 abonnés répartis sur sept comptes<sup>(3)</sup>, avec un gain de 50 000 abonnés sur l'année (+13,25%). La chaîne YouTube enregistre une nouvelle progression (+37% d'abonnés), tout comme LinkedIn (+27% d'abonnés) et Instagram (+19,4% d'abonnés). Ces bons résultats s'observent malgré un contexte difficile sur des plateformes à la recherche de nouveaux modèles économiques.

La fréquentation du site internet se renforce également, avec 1,9 million de visites uniques (+12%), stabilisant un niveau d'audience élevé.

La croissance numérique s'explique par une stratégie éditoriale rénovée, recentrée sur la valorisation des collections, la promotion de l'offre culturelle et la mise en récit de l'histoire de France, déclinées dans une diversité de contenus et de tonalités. Les nouveautés de l'année, qu'il s'agisse de politique de co-publications ou d'une stratégie d'influence avec une dizaine de créateurs de contenu, démultiplient efficacement la visibilité du Musée.

(1) Atout France (+13,7%)

(2) Sondage IFOP

(3) Facebook : 113 000 ; Instagram : 43 000 ; X : 26 000 ; TikTok : 137 000 ; YouTube : 94 000 ; LinkedIn : 18 000

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Musée de l'Armée

Hôtel national des Invalides  
129, rue de Grenelle 75 007 Paris  
[musee-armee.fr](http://musee-armee.fr)



## CONTACT PRESSE

### Agence Alambret Communication

[musee-armee@alambret.com](mailto:musee-armee@alambret.com)

01 48 87 70 77

---

## MUSÉE DE L'ARMÉE - INVALIDES

Avec plus de 1,4 million de visiteurs, le musée de l'Armée est l'un des plus fréquentés de France. Au sein de l'Hôtel national des Invalides, fondé par Louis XIV, ses collections sont parmi les plus riches du monde dans le domaine de l'histoire militaire. Elles retracent les conflits, les grandes batailles, et valorisent les figures emblématiques de notre histoire. Le Dôme des Invalides, où repose Napoléon I<sup>e</sup>, attire un large public international. Au-delà de ses collections, le musée de l'Armée propose une programmation culturelle particulièrement variée : expositions, conférences, concerts, projections cinématographiques et reconstitutions historiques. Rattaché au ministère des Armées, le Musée remplit une mission qui va au-delà de la conservation patrimoniale ; il contribue au maintien et au développement de l'esprit de défense de la Nation. Chaque année, près de 350 000 jeunes visitent le Musée et participent aux activités pédagogiques qui leur donnent des clés de compréhension de l'histoire du monde. Plus qu'un musée, le musée de l'Armée est un véritable lieu de transmission, d'échanges et de découverte, jouant pleinement son rôle dans le renforcement de la cohésion nationale.