

1 214 913 VISITEURS AU MUSÉE DE L'ARMÉE EN 2023 : UNE FRÉQUENTATION EN HAUSSE DE 13%

Avec 1 214 913 million de visiteurs, le musée de l'Armée conforte sa place parmi les institutions culturelles et touristiques parisiennes les plus fréquentées en 2023. Cette année fut notamment marquée par le succès de l'exposition *La Haine des clans. Guerres de Religion, 1559 - 1610* (5 avril – 30 juillet) qui a accueillie 74 428 visiteurs, ce



© Paris, musée de l'Armée, Dist. RMN-Grand Palais / Anne-Sylvaine Marre-Noël

qui la classe parmi les 6 expositions les plus fréquentées du musée de l'Armée. Les événements du Musée ont également permis d'accueillir un public nombreux tout au long de l'année avec un second semestre particulièrement riche avec notamment les Journées européennes du patrimoine qui ont rassemblé 31 808 visiteurs sur deux jours (+3% par rapport à l'édition 2022), soit le premier site français visité à cette occasion. Mais aussi, l'événement réalisé en partenariat avec Cultural et Moment factory, mettant en lumière l'architecture du Dôme, AURA Invalides, qui se joue plusieurs soirs par semaine depuis le 22 septembre. Il a d'emblée rencontré son public en accueillant déjà 60 449 spectateurs.

Le musée de l'Armée référent pour l'histoire de la France, s'ouvre plus largement aux questions de société

En 2023, 74 428 personnes ont visité l'exposition *La Haine des clans. Guerres de Religion, 1559-1610* présentée du 5 avril au 30 juillet, un succès de fréquentation qui la place juste derrière *Napoléon stratège* (100 698 visiteurs), *Forces spéciales* (96 247 visiteurs), *Guerres secrètes* (95 769 visiteurs), *Napoléon à Sainte-Hélène* (90 265 visiteurs) et *Picasso et la guerre* (86 885 visiteurs). Dans une scénographie immersive forte, l'exposition retraçait l'histoire de ces querelles religieuses et de ces troubles civils qui ont jalonné la seconde moitié du XVI^e siècle, donnant aux visiteurs les clés pour comprendre ce moment décisif de l'histoire nationale et interrogeant les conséquences actuelles de ces conflits du XVI^e siècle. Ce succès confirme la place du musée de l'Armée en tant que musée d'Histoire et marque sa volonté, reconnue, d'offrir à tous un éclairage sur notre société actuelle.

À la frontière entre musée d'histoire et musée de société, le musée de l'Armée présente depuis le 11 octobre et jusqu'au 28 janvier 2024, l'exposition *Victoire ! La fabrique des héros*. Alors que les Jeux olympiques et paralympiques de Paris se profilent cet été, le Musée consacre cette exposition à la notion de Victoire et aux différentes manières dont les femmes et les hommes l'ont vécue, célébrée et matérialisée à travers le monde.

Une performance renouvelée sur Youtube et des réseaux sociaux toujours attractifs

En 2023, la chaîne Youtube du musée de l'Armée se hisse dans le top 5 des comptes Youtube des musées de France. Avec plus de 49 000 abonnés, soit +77% par rapport à 2022 et 3,2 millions de vues en 1 an, la chaîne Youtube du Musée connaît une très belle performance. Cette très forte progression est notamment due au succès des vidéos réalisées par le musée de l'Armée, ainsi que par les sujets porteurs que la chaîne véhicule. Ainsi, la vidéo de décryptage de la bande-annonce du film *Napoléon* de Ridley Scott, publiée le 14 juillet 2023, compte actuellement plus de 1 million de vues. La mise en avant des collections contemporaines du Musée, participent également du succès de la chaîne.

Parallèlement, le musée de l'Armée continue de progresser sur TikTok, avec plus de 130 000 abonnés pour 1,1 million de "j'aime" réunis. Le compte TikTok du Musée est le second compte d'une institution culturelle sur ce réseau, après celui du château de Versailles.

Une année tournée vers le public scolaire

Cette année est également marquée par la très large représentation du public scolaire, avec plus de 70 000 élèves accueillis dans le cadre de visites libres ou guidées, (+39% par rapport à 2022). Cette hausse relève d'une volonté du Musée de proposer au public scolaire une offre mieux dimensionnée, plus claire et plus adaptée à leurs attentes. En 2023 le musée de l'Armée et le ministère de l'Éducation nationale et de la jeunesse ont signé un partenariat pour une durée de 3 ans afin de développer de façon commune leurs actions pédagogiques dans les domaines de l'Histoire et de la mémoire.

À nouveau le musée de l'Armée et les Invalides confirment leur place de site touristique incontournable à Paris

En 2023, la part des visiteurs internationaux atteint 68% de la fréquentation globale, ce qui représente une hausse de 3% par rapport à 2022. Le Dôme des Invalides abritant le tombeau de Napoléon I^{er} confirme donc son attraction touristique.

Les jeunes de moins de 26 ans venus individuellement continuent de représenter 30% de la fréquentation 2023, soit près de 360 000 visiteurs de moins de 26 ans.

Programmation 2024 :

- AURA Invalides (toute l'année)
- *Léon Herschtritt (1936-2020), photographe des années gaulliennes* (jusqu'au 7 avril)
- *Les attaches* : dialogue photographique et littéraire entre Anne-Lise Broyer et Alexandre Castant (24 janvier)
- Week-end famille (6 et 7 avril)
- *Duels. L'art du combat* (24 avril – 18 août)
- Nuit des musées (18 mai)
- *L'Hôtel des Invalides : entre Histoire et mémoire*, nouveau parcours de visite permanent (juin)
- *Militaires et sportifs. Ça match !* (juin 2024 – mai 2025)
- *Sport et culture au JO de 1968 : l'œuvre de Jean Dewasne* (3 juillet – 13 octobre)
- Journées européennes du patrimoine (21 et 22 septembre)
- *Les Combats oubliés des Forces françaises libres : la libération des Vosges et de l'Alsace, automne 1944* (6 novembre 2024 – 30 mars 2025)
- Fête de la Sainte-Barbe en écho au 80^e anniversaire du débarquement de Provence, et de la campagne de libération de la France (décembre)
- Noël aux Invalides (décembre)

INFORMATIONS PRATIQUES

Musée de l'Armée
Hôtel national des Invalides
129, rue de Grenelle 75 007 Paris
musee-armee.fr



CONTACT PRESSE

Agence Alambret Communication
Margaux Graire
margaux@alambret.com
01 48 87 70 77



MUSÉE DE L'ARMÉE - INVALIDES

Situé au cœur de l'Hôtel national des Invalides, le musée de l'Armée propose de parcourir, sur 15 000 m², l'histoire de France à travers le fait militaire et guerrier. À la fois musée d'histoire, de beaux-arts et de sciences et techniques, l'institution, créée en 1905, conserve l'une des collections d'histoire militaire les plus riches au monde, soit près de 500 000 pièces (uniformes, armes, armures, dessins, peintures, photographies etc.), de l'âge du bronze au XXI^e siècle. Elle propose également au public de découvrir le célèbre Dôme des Invalides, abritant le tombeau de Napoléon I^{er}. Avec 1,2 million de visiteurs annuels, le musée de l'Armée est l'un des musées parisiens les plus fréquentés.

Humaine et incarnée, parfois exaltée, souvent douloureuse, l'histoire militaire s'envisage aujourd'hui dans ses réalités politique, sociale, culturelle, géographique ou économique et s'ouvre à de nouveaux questionnements. Porté par cette conviction, le musée de l'Armée a engagé un grand programme d'extension et de transformation. À l'horizon 2030, le projet MINERVE verra ainsi l'ouverture de 4 nouveaux parcours permanents : « L'Hôtel des Invalides, entre histoire et mémoires » ; « Forces armées et engagements militaires de la France » ; « Colonisation, décolonisation : une histoire en partage » ; « Après 1945 : de la Guerre froide à nos jours ». À travers lui, le Musée a l'ambition de devenir le musée d'histoire mondiale de la France à travers le fait militaire et guerrier, selon une approche globale et résiliente, attentive aux interactions de notre pays avec le monde et donnant la place et la parole à l'altérité. Fidèle à sa vocation civique, le musée de l'Armée affirme ainsi sa volonté d'offrir des clefs de compréhension à tous les publics sur l'état du monde et son évolution, assurant le lien entre passé, présent et avenir.