Zeitschrift: Rapport annuel / Musée National Suisse

Herausgeber: Musée National Suisse

Band: 112 (2003)

Rubrik: Musées et communication

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Les visiteurs du Musée national suisse

Les musées du groupe MUSÉE SUISSE font découvrir aux visiteurs l'histoire de la Suisse et remplissent de cette manière l'une des tâches de l'Etat qui consiste à transmettre l'histoire de la civilisation. En 2003, 425 000 visiteurs environ ont répondu aux offres du groupe MUSÉE SUISSE. Ils se sont rendus aux expositions, ont participé aux manifestations et aux tables rondes, aux ateliers, aux visites guidées et aux cours, se sont régalés lors des concerts «Live at Sunset» ou sont allés patiner avec leurs enfants dans la cour du Musée national. Les musées, en tant que points de rencontre culturels, semblent de plus en plus s'adresser à de nouveaux groupes cibles. Les visites familiales au Musée national, en relation avec «Live on Ice», par exemple, sont un signe très encourageant.

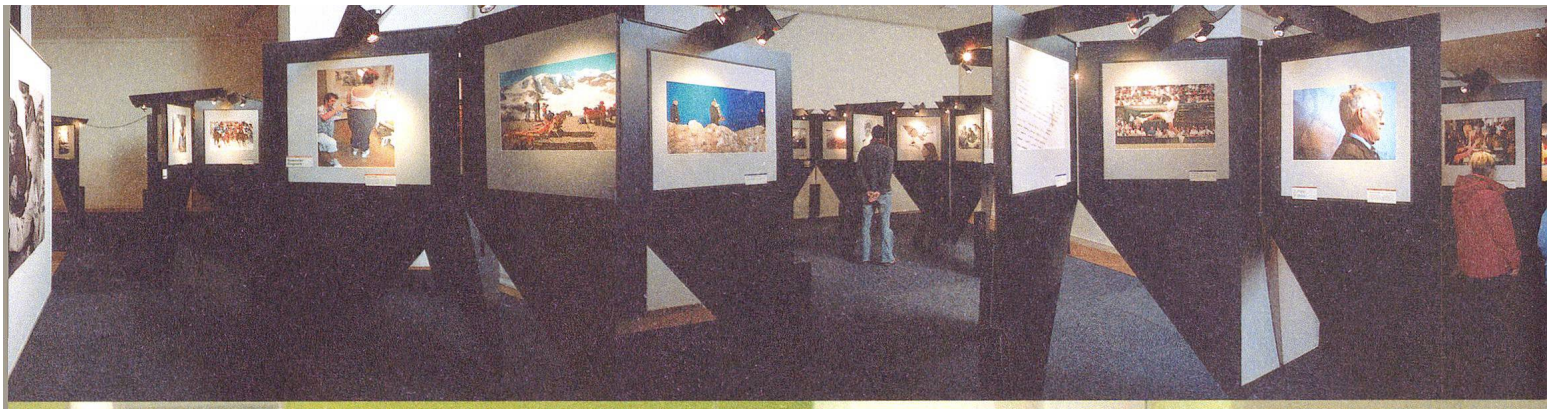
Nouvelles exigences en matière de communication

Les nouvelles orientations du groupe, l'élargissement de l'éventail d'offres ainsi que la présence indispensable sur le marché culturel suisse renforcent les exigences en matière de communication. Le concept de marketing et de communication constitue les fondements mêmes d'une politique de communication professionnelle. Le magazine culturel MUSÉE SUISSE présente les offres du groupe de manière détaillée et fournit des informations de fond. La partie réservée aux annonces permet une connexion avec d'autres institutions culturelles et constitue une plate-forme pour nos partenaires. Le nouveau vade-mecum Intranet est un guide moderne à l'attention des utilisateurs et couvre une partie de la communication interne.

Renforcer la présence du groupe MUSÉE SUISSE

Les offres, mais également le groupe MUSÉE SUISSE en tant qu'association des musées nationaux suisses, doivent répondre à des besoins particuliers en communication. Le groupe MUSÉE SUISSE reste encore peu connu. La conférence des directrices et directeurs de musées créée récemment a élaboré des mesures en vue de renforcer la présence du groupe MUSÉE SUISSE dans le domaine de la communication d'entreprise: nouvelles plates-formes pour la communication de groupe, «cross-selling» dans les différents départements, préparatifs en vue d'une campagne globale. Des sujets qui permettraient une présentation thématique commune font l'objet de discussions et ont l'objectif de tirer profit des synergies pour favoriser la communication.

Tirer profit des partenariats

Les développements en cours exigent des compétences de haut niveau. Les partenariats et alliances revêtent donc une importance croissante. La coopération avec différentes institutions privées et publiques a été renforcée. Les compétences principales sont partagées. Le Musée national travaille avec l'ETH de Zurich, la Haute école pédagogique, la Fondation Science et Cité, Présence Suisse, Suisse Tourisme, le Conseil international des Musées (ICOM) et des institutions privées.

En 2003, 425 000 visiteurs environ ont répondu aux offres du groupe MUSÉE SUISSE. Les musées, en tant que points de rencontre culturels, semblent de plus en plus s'adresser à de nouveaux groupes cibles. Le Musée national suisse dispose par exemple depuis 2003 d'une salle de conférences multifonctionnelle, le «Salon bleu», qui peut être louée.