

CAHIER DES CHARGES

*Refonte graphique de la communication du Musée
National du Sport dans le cadre de l'exposition
« Héritage des Jeux de Paris 2024 »*

Thomas FANARI – 23 JUIN 2025
thomas.fanari@museedusport.fr
04 89 22 44 03



SOMMAIRE

I. CONTEXTE	3
1. Le Musée National du Sport	3
2. Les espaces.....	4
3. L'offre pédagogique et les activités complémentaires.....	4
4. Les publics et les enjeux.....	6
Typologie des publics :	7
Analyse quantitative et qualitative :	7
Points forts et axes de développement :	8
5. Perspectives de développement.....	8
II. OBJECTIFS DE LA PRESTATION	9
1. Cadre de la création.....	9
2. Les objectifs généraux	9
3. Objectifs spécifiques liés à l'exposition Héritage	Erreur ! Signet non défini.
III. PERIMETRE DE LA MISSION	10
1. Identité visuelle globale	10
2. Déclinaisons événementielles pour l'exposition	Erreur ! Signet non défini.
3. Supports concernés	10
4. Contraintes et recommandations.....	10
Contraintes institutionnelles et réglementaires	10
Recommandations créatives et techniques.....	11
5. Livrables attendus.....	11
6. Modalités de pilotage et de validation.....	11
Gouvernance et parties prenantes.....	11
Planning prévisionnel.....	12
7. Critères de sélection des prestataires	12
8. Modalités de réponse	12



En 2024, année olympique, le Musée National du Sport a franchi un cap historique en termes de fréquentation, de rayonnement et d'innovation pédagogique.

La refonte de son identité graphique, dans la perspective de l'exposition "Héritage des Jeux de Paris 2024", s'inscrit dans une stratégie globale de modernisation, d'ouverture à tous les publics et de valorisation du patrimoine sportif national.

Ce cahier des charges vise à doter le musée d'une identité visuelle forte, évolutive et adaptée à la stratégie de l'établissement et aux usages actuels.

I. CONTEXTE

1. Le Musée National du Sport

Le Musée National du Sport (MNS), seul musée national consacré au sport en France, s'affirme comme un acteur central de la mémoire, de la transmission et de la valorisation du patrimoine sportif. Son implantation à Nice, son rayonnement national et international, la richesse de ses collections et la diversité de ses publics font du MNS un établissement de référence. L'année 2024, marquée par les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris et une fréquentation record de plus de 100 000 visiteurs, a confirmé la dynamique de développement et la capacité du musée à fédérer des publics variés autour d'une programmation ambitieuse, inclusive et innovante.

Labellisé « musée de France », il conserve près de 50 000 objets et 400 000 documents, retraçant cinq siècles d'histoire sportive, et s'adresse à tous les publics.

Le Musée National du Sport a pour missions, conformément à ses statuts et à la loi sur les musées de France, d'étudier, conserver, enrichir et présenter au public le patrimoine sportif dans toutes ses dimensions (historique, scientifique, artistique, sociologique, technique). Il s'attache à garantir l'égal accès de tous à la culture sportive, à mener des actions d'éducation et de médiation, et à contribuer à la recherche et à la diffusion des savoirs.

L'établissement est structuré autour de pôles spécialisés (collections, expositions, publics et projets numériques, développement et communication, administration), sous la direction de la directrice générale et de ses instances de gouvernance.

Il est placé sous la tutelle du ministère des Sports et est administré par un conseil d'administration et un comité d'orientation scientifique.





2. Les espaces

Le musée dispose d'une superficie de 5 861 m² dont plus de 2 000 m² de surfaces d'exposition divisés en 2 espaces :

Accès payant :

- L'exposition permanente ;
- L'exposition temporaire ;
- Un auditorium (accès payant ou gratuit suivant la programmation) ;
- Les réserves.

Le Musée National du Sport propose également des visites couplées avec le stade Allianz Riviera. Il en assure la commercialisation et la gestion intégrale (promotion, réservation,

Accès gratuit :

- Le Hall d'accueil ;
- Le « Café des Aiglons » (espace scénographié entièrement dédié à l'OGC Nice) ;
- Deux ateliers pédagogiques (utilisés dans le cadre des activités du musée) ;
- Une boutique ;
- Un centre de recherche et de ressources documentaires du sport.

3. L'offre pédagogique et les activités complémentaires

L'offre pédagogique du MNS est un axe central de sa politique culturelle et éducative, renforcé en 2024 à l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris.

Le Musée National du Sport propose la visite des collections permanentes, de l'exposition temporaire, des réserves et du Stade Allianz Riviera. Le parcours permanent et l'exposition temporaire sont également accessibles en visite libre. Le sport présente, à travers les champions et leurs pratiques, un axe de compréhension de l'évolution de la société.

Ainsi, le musée offre un large choix de médiations et d'ateliers adaptés à tous les publics.

L'offre pour les groupes constitués de jeune public

Elle s'adresse à tous les niveaux scolaires (de la maternelle au lycée), aux centres de loisirs, associations, étudiants et enseignants, et s'appuie sur une stratégie de diversification et d'accessibilité.





Principaux dispositifs et formats :

- Visites guidées et ateliers : Adaptés à chaque cycle scolaire, associant découverte des collections, expositions permanentes et temporaires, et ateliers pratiques autour de thématiques d'actualité (olympisme, égalité, bienfaits du sport, histoire et arts).
- Parcours interactifs et immersifs : Parcours ludiques et sensoriels intégrant dispositifs multimédias, simulateurs, expériences immersives et design actif.
- Projets pédagogiques annuels : Accompagnement d'établissements dans des projets sur l'année, en lien avec la programmation (ex : « Pentathlon des Arts et du Sport », concours national « Art & Olympisme »), les bienfaits du sport, ou la Semaine Olympique et Paralympique.
- Kits et expositions itinérantes : Développement de kits pédagogiques (« Jeux, Art & Sport ») et d'expositions itinérantes diffusées dans les établissements scolaires, médiathèques ou à l'international.
- Actions spécifiques et concours : Projets immersifs, concours nationaux, dispositifs labellisés « Génération 2024 » permettant aux élèves de s'impliquer activement dans la découverte du patrimoine sportif et de l'olympisme.
- Formation et ressources pour les enseignants : Sessions de formation, présentations d'offres et ressources pédagogiques facilitant l'intégration des visites dans les parcours éducatifs.

Des thématiques en lien avec la société :

- Olympisme et valeurs universelles : Découverte des Jeux Olympiques et Paralympiques, de leurs valeurs (excellence, respect, amitié, inclusion), et de l'héritage de Paris 2024.
- Bienfaits du sport : Parcours permanent, ateliers et dispositifs interactifs sensibilisant aux bénéfices du sport sur la santé, le bien-être, la cohésion sociale et l'environnement.
- Égalité et inclusion : Expositions et ateliers sur l'égalité filles/garçons, la parité, l'accessibilité et la diversité des pratiques.
- Art et sport : Valorisation du lien entre sport et création artistique à travers ateliers, concours et expositions.



L'offre pédagogique est conçue pour être accessible à tous, y compris aux publics en situation de handicap, et s'appuie sur des outils numériques et interactifs (visites virtuelles, ressources en ligne, médiations numériques).

Le musée développe aussi des partenariats avec les dispositifs nationaux (Pass Culture, Génération 2024) et les collectivités pour favoriser l'accès des publics scolaires et des jeunes.

Les familles

En complément des visites pédagogiques, le Musée National du Sport propose pour les familles des visites jeux, des ateliers et des mini-stages pendant les vacances scolaires ou le dimanche matin. Le musée accueille également des anniversaires pour les enfants incluant la visite guidée du musée et une activité au choix.

L'offre complémentaire pour les entreprises et les particuliers

L'établissement accueille également des événements privés et des conférences. Les espaces d'expositions, les salles d'ateliers et l'auditorium sont entièrement privatisables. Au total, le musée peut accueillir jusqu'à 700 personnes.

Les expositions itinérantes

Le Musée National du Sport propose également la location ou la vente de plusieurs expositions itinérantes thématiques : les Jeux Olympiques, l'handisport, l'histoire du Basket-Ball en France, le Rugby, le Football, l'évolution des pratiques sportives féminines... Les textes, rédigés par des commissaires scientifiques internes ou externes s'appuient sur les objets et images issus des collections.

4. Les publics et les enjeux

L'année 2024 a marqué un record de fréquentation avec 101 657 visiteurs (+29 % par rapport à 2023), confirmant le dynamisme du musée dans le contexte olympique.

Le musée accueille une grande diversité de publics : groupes scolaires (près de 30 000 élèves en 2024), centres de loisirs, familles, touristes, associations, seniors, personnes en situation de handicap, étudiants et entreprises.

Les groupes organisés représentent 65 % de la fréquentation, les familles et les jeunes étant au cœur de la stratégie d'accueil (gratuité pour les moins de 18 ans, labels « Qualité Tourisme » et « Famille + »).

La politique d'accessibilité, la diversité des offres et la programmation événementielle permettent de fidéliser et de renouveler les publics. L'effet « Jeux Olympiques » a





permis d'attirer de nouveaux visiteurs, en particulier grâce à l'exposition « Les Elles des Jeux » et aux actions hors-les-murs

Typologie des publics :

- Groupes organisés (65 % de la fréquentation) :
 - Scolaires : Près de 30 000 élèves accueillis, du primaire au lycée, bénéficiant d'offres pédagogiques adaptées et de médiations spécifiques (visites guidées, ateliers, projets annuels). Les scolaires constituent le cœur de la stratégie de médiation du musée.
 - Centres de loisirs et associations : Publics importants lors des vacances scolaires et mercredis, avec des offres thématiques et ateliers en lien avec l'actualité sportive.
 - Anniversaires : Activité attractive pour les enfants (6-12 ans), combinant visite ludique et animation sportive ou culturelle.
 - Étudiants, seniors, publics spécifiques : Offres sur-mesure en lien avec les partenaires sociaux, éducatifs et associatifs.
- Public individuel (35 % de la fréquentation) :
 - Familles : Cœur de cible, bénéficiant de la gratuité pour les moins de 18 ans, d'activités dédiées (contes à gigoter, ateliers vacances, spectacles, visites-jeux en famille), et d'une politique d'accueil labellisée « Qualité Tourisme » et « Famille + ».
 - Touristes : Attirés par la dimension patrimoniale et l'originalité du musée, via les pass touristiques (French Riviera Pass, Côte d'Azur Card) et une politique active de communication durant les périodes estivales.
 - Sportifs et amateurs : Public passionné par l'histoire du sport, les expositions temporaires et les événements liés à l'actualité sportive.

Analyse quantitative et qualitative :

- Médiation et participation active : 59 % des visiteurs ont participé à une activité de médiation (visite guidée, atelier, animation), témoignant de l'attrait pour les formats interactifs et expérientiels.
- Saisonnalité et dynamique des groupes : Pics de fréquentation lors des périodes scolaires (avril-juin) et estivales (août pour les centres de loisirs), avec une complémentarité entre scolaires et ALSH.



- Accessibilité et diversité : Attention portée à l'accessibilité (handicap, publics empêchés, dispositifs hors-les-murs) et à la diversité des publics (mixité sociale, parité, inclusion).
- Effet « Jeux Olympiques » : Forte progression de la fréquentation en 2024, portée par l'exposition « Les Elles des Jeux », la programmation événementielle et la dynamique olympique, renforçant la notoriété et l'attractivité du musée auprès de nouveaux publics.

Points forts et axes de développement :

- Qualité de l'accueil et de la médiation : Note de 93,3 % lors du renouvellement du label Qualité Tourisme en 2023, saluant la qualité de l'accueil, la diversité des offres et la modernité des dispositifs.
- Développement des publics jeunes et familiaux : Politique tarifaire attractive, offres dédiées, partenariats éducatifs et actions hors-les-murs.
- Diversification et fidélisation : Programmation événementielle, expositions temporaires, offres spécifiques pour les groupes, entreprises et publics empêchés.
- Accessibilité et innovation : Développement d'outils numériques, de visites virtuelles, de dispositifs interactifs et d'une signalétique inclusive.

5. Perspectives de développement

Dans le contexte exceptionnel des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, le MNS s'est imposé comme acteur central de la mémoire et de la culture sportive en France. Ses enjeux stratégiques sont :

- Accroître sa notoriété et son attractivité à toutes les échelles ;
- Valoriser et rendre accessible son patrimoine, matériel et immatériel ;
- Fidéliser et diversifier ses publics ;
- Moderniser son image, ses outils de médiation et ses espaces ;
- S'affirmer comme le lieu de référence de la valorisation du patrimoine sportif, de l'héritage olympique et la transmission des valeurs du sport.

Dans le contexte post-olympique, le MNS vise à renforcer sa notoriété, à valoriser son patrimoine matériel et immatériel, à moderniser son image et ses outils de médiation,



à fidéliser et diversifier ses publics, et à s'affirmer comme le lieu de référence pour l'héritage olympique et la transmission des valeurs du sport.

L'exposition « Héritage des Jeux de Paris 2024 », prévue en 2026, doit incarner ce tournant stratégique, en s'appuyant sur une identité graphique renouvelée, inclusive, modulable et adaptée à la dimension nationale et internationale du projet.

II. Objectifs de la prestation

1. Cadre de la création

La charte graphique réalisée en 2016 et les dernières campagnes de communication du musée sont disponibles sur simple demande : thomas.fanari@museedusport.fr.

Le site web www.museedusport.fr a subi une refonte complète à l'ouverture. Sa charte graphique s'inspire du graphisme présent dans le MNS. Il sera mis à jour après l'établissement de la nouvelle charte graphique. Sa refonte n'est pas incluse dans la présente consultation.

La refonte graphique a pour ambition de moderniser et d'harmoniser l'image du musée, de développer une identité visuelle forte et mémorable, de valoriser l'unicité du MNS, de renforcer l'attractivité auprès de tous les publics, et de garantir la cohérence, la lisibilité et l'accessibilité de la communication.

Elle doit permettre la création d'un univers graphique événementiel autour de l'héritage des Jeux de Paris 2024, décliné sur tous les supports de l'exposition et conçu pour une appropriation durable par le musée et ses partenaires. **Ce second projet n'est pas inclus dans la présente consultation.**

2. Les objectifs généraux

- Moderniser et harmoniser l'image du musée sur l'ensemble de ses supports de communication ;
- Développer une identité visuelle forte, contemporaine, inclusive et mémorable, adaptée à la diversité des publics ;
- Valoriser l'unicité du MNS et son rôle de référence nationale et internationale ;
- Renforcer l'attractivité du musée, notamment auprès des jeunes, des familles et des publics éloignés de la culture sportive (notamment le public touristique) ;



- Garantir la cohérence, la lisibilité et l'accessibilité de la communication.

III. Périmètre de la mission

3. Identité visuelle globale

- Refonte ou évolution du logo et de ses déclinaisons ;
- Élaboration d'une charte graphique complète (palette de couleurs, typographies, iconographie, principes de mise en page, pictogrammes, motifs, etc.) ;
- Définition de principes d'adaptabilité pour tous les supports (imprimés, digitaux, signalétique).
- En option : merchandising du musée.

4. Supports concernés

- Supports imprimés : principes graphiques associés aux différents univers du musée concernant notamment les affiches, flyers, programmes, papeterie, cartons d'invitation, dossiers, communiqués de presse, template exposition itinérante ;
- Supports digitaux : templates pour réseaux sociaux, newsletters, bannières web, visuels pour site internet, masque présentation, invitation numérique ;
- Supports vidéo : packshots, principes d'habillage ;
- Signalétique : panneaux d'accueil, signalétique intérieure et extérieure, supports événementiels (gonflables, oriflammes, banderoles) ;
- En option : Objets dérivés et merchandising.

5. Contraintes et recommandations

Contraintes institutionnelles et réglementaires

- Respect des valeurs, de l'histoire et des missions du musée ;
- Prise en compte des obligations d'accessibilité (contrastes, lisibilité, formats adaptés) ;



- Respect des règles de la commande publique ;
- Cohérence avec l'identité visuelle des partenaires institutionnels, notamment du Ministère de tutelle.

Recommandations créatives et techniques

- Créer une identité institutionnelle mais accessible, dynamique, inclusive et en phase avec l'esprit sportif (diversité, universalité, mouvement) ;
- Assurer le principe graphique pour les expositions temporaires et événements à venir ;
- Garantir la cohérence et l'adaptabilité sur tous les supports et formats ;
- Fournir des fichiers sources et des gabarits réutilisables.

6. Livrables attendus

- Logo principal et ses déclinaisons (formats vectoriels, couleurs, noir et blanc, versions compactes) ;
- Charte graphique complète (PDF) : couleurs, typographies, iconographie, principes de mise en page, pictogrammes, motifs, usages recommandés ;
- Les maquettes des principaux supports (imprimés, digitaux, signalétique, dispositifs multimédias, réseaux sociaux) ;
- Fichiers sources ouverts (AI, PSD, INDD, SVG, etc.) ;
- Guide d'utilisation de la charte graphique et des déclinaisons événementielles ;
- Un kit de communication (templates, pictogrammes, exemples d'usages) et, si possible, un accompagnement à la prise en main par les équipes du musée.

7. Modalités de pilotage et de validation

Gouvernance et parties prenantes

- Projet piloté par la direction générale du musée, appuyée par le pôle Communication.
- Implication du conseil d'administration et des partenaires stratégiques (ministère, CNOSF, CPSF, COJOP, etc.) ;
- Groupes de travail ou comités de suivi pour la validation des étapes clés.



Planning prévisionnel

- Lancement de la consultation : fin juin ;
- Date limite de retour des prestataires intéressés : 15 juillet ;
- Phase de recherche et propositions : 1^{er} août – 1^{er} septembre ;
- Validation des axes graphiques et livraison de la nouvelle charte graphique : 30 septembre ;
- Livraison finale et mise en œuvre : mi-octobre au plus tard.

8. Critères de sélection des prestataires

- Compréhension du contexte, des enjeux et de la dimension patrimoniale et événementielle du projet ;
- Qualité et pertinence des références et du portfolio (expérience muséale, culturelle, événementielle) ;
- Créativité et capacité à proposer une identité institutionnelle et événementielle ;
- Méthodologie de travail et capacité à travailler en concertation ;
- Respect des délais ;
- Devis détaillé et transparence sur les droits d'utilisation.

9. Modalités de réponse

Les candidats devront fournir :

- Une présentation de l'agence/du prestataire et des références similaires ;
- Une note d'intention détaillant la compréhension du projet, les premiers principes envisagés et la prise en compte des enjeux exposés ;
- Une proposition de méthodologie, de planning et de modalités de validation intermédiaire ;
- Un devis détaillé ;
- La composition de l'équipe dédiée au projet et les moyens mobilisés.