



PROJET
DE SITE
2022-2027



BATTERIE D'AZEVILLE



Réseau des sites & musées

manche.fr/patrimoine/batterie-azeville-N.aspx



LA MANCHE
LE DÉPARTEMENT 

La politique patrimoniale du Département fait du réseau des sites & musées un outil de développement territorial, d'attractivité et d'épanouissement personnel. Depuis 2011, les principaux enjeux du réseau ont été mis en œuvre autour de quatre grands objectifs :

- la conservation du patrimoine et la connaissance historique des sites ;
- la diversification des actions de médiation culturelle et l'élargissement des publics ;
- le renforcement de l'intégration des sites sur leur territoire et dans la vie locale ;
- la qualité des services offerts aux publics (horaires, signalétique, boutiques...).

En 2021, le Département a engagé une révision de ses objectifs pour les sites & musées, en tenant compte des évolutions des secteurs culturel, patrimonial, muséal et touristique. L'enjeu est de répondre aux défis des prochaines décennies. Ce travail a été conduit sur plus d'une année, dans une démarche participative.

Cela se traduit par l'élaboration de nouveaux projets de site co-construits pour la période 2022-2027. Ils concernent exclusivement les sites gérés par le Département* : la maison Jacques Prévert (La Hague) ; la batterie d'Azeville ; la ferme-musée du Cotentin (Sainte-Mère-Église) ; l'abbaye de Hambye ; le musée de la céramique – centre de création (Ger) et l'écomusée de la baie du Mont Saint-Michel (Vains).

Ce document vous présente le projet de site 2022-2027 de
LA BATTERIE D'AZEVILLE.

* À l'exception de l'île Tatihou, qui met en œuvre depuis plusieurs années un projet de requalification culturelle, touristique et économique.

SOMMAIRE

PARTIE 1 - LE RÉSEAU DES SITES & MUSÉES	3
PARTIE 2 - LA DÉMARCHE PARTICIPATIVE DES PROJETS DE SITE	7
PARTIE 3 - LA BATTERIE D'AZEVILLE, PRÉSENTATION ET BILAN 2016-2021	11
PARTIE 4 - LA BATTERIE D'AZEVILLE, ORIENTATIONS 2022-2027	15
CALENDRIER	34
CONTACTS	36

Partie

1

LE RÉSEAU DES SITES & MUSÉES DU DÉPARTEMENT DE LA MANCHE,

DES RESSOURCES TERRITORIALES DE PROXIMITÉ ET D'ATTRACTIVITÉ

12 SITES PATRIMONIAUX ET MUSÉES

constituent ce réseau, répartis dans l'ensemble du département.

Chacun illustre la diversité patrimoniale du territoire et témoigne de l'histoire plurielle des Manchois : ethnologie maritime, rurale, agricole, préindustrielle, histoire religieuse et militaire du Moyen Âge à la Seconde Guerre mondiale, maisons d'artistes.

200 000 VISITEURS

sont accueillis chaque année. Leurs profils sont variés : touristes, habitants, familles, scolaires, personnes éloignées de la culture...

Une programmation culturelle qualitative, renouvelée et accessible est proposée au plus grand nombre : expositions, visites, ateliers, spectacles, conférences, actions hors-les-murs...

Des boutiques contribuent au prolongement culturel de la visite.

13 000 OBJETS DE COLLECTIONS DE MUSÉE

sont exposés ou conservés en réserve.

CARTE DU RÉSEAU DES SITES & MUSÉES DU DÉPARTEMENT DE LA MANCHE



LA PROPRIÉTÉ DES SITES

8 PROPRIÉTÉS DU DÉPARTEMENT

Les maisons Prévert et Millet, la batterie d'Azéville, la ferme-musée du Cotentin, le musée de la céramique, les fours à chaux et le château de Regnéville-sur-Mer et l'abbaye de Hambye (en copropriété)

3 PROPRIÉTÉS DU CONSERVATOIRE DU LITTORAL

Tatihou, l'écomusée de Vains, le fort du cap Lévi

1 PROPRIÉTÉ COMMUNALE

Le parc-musée du granit à Saint-Michel-de-Montjoie

LA GESTION DES SITES

7 GÉRÉS PAR LE DÉPARTEMENT

La maison Prévert, Tatihou, la batterie d'Azéville, la ferme-musée du Cotentin, l'abbaye de Hambye (en étroite concertation avec le propriétaire de la partie privée), le musée de la céramique et l'écomusée de Vains

5 GÉRÉS EN PARTENARIAT ou via une convention d'occupation temporaire

La maison Millet, le fort du cap Lévi, les fours à chaux et le château de Regnéville-sur-Mer et le parc-musée du granit

DES LABELS, classements et appellations reconnaissent l'intérêt patrimonial, environnemental et culturel des sites :



4 PROTECTIONS AU TITRE DES MONUMENTS HISTORIQUES

Tatihou, l'abbaye de Hambye, les fours à chaux et le château de Regnéville-sur-Mer



3 MUSÉES DE FRANCE - l'île Tatihou, la ferme-musée du Cotentin et le parc-musée du granit



2 INSCRIPTIONS UNESCO - les tours Vauban de Tatihou et la baie du Mont Saint-Michel



2 SITES CLASSÉS EN SITE NATUREL - Hambye et l'écomusée de Vains



1 MAISON DES ILLUSTRES - la maison natale Jean-François Millet



1 SITE NATURA 2000 - Tatihou



Maison Jacques Prévert



Île Tatihou



Maison natale Jean-François Millet



Fort du cap Lévi



Batterie d'Azeville



Fours à chaux du Rey et château médiéval



Ferme-musée du Cotentin



Abbaye de Hambye



Parc-musée du granit



Musée de la céramique



Écomusée de la Baie du Mont Saint-Michel

Partie **2** LES PROJETS DE SITE 2022-2027

UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE

QUI ? Les projets de site du réseau départemental ont été pensés et construits selon une méthode participative associant :
| équipes, habitants, visiteurs, partenaires culturels, touristiques, associatifs, élus locaux.

Cette démarche s'inscrit dans la droite ligne du **Projet de développement des droits culturels pour la Manche** de 2018.

LES ÉQUIPES ont été associées à chaque étape de la réflexion, de l'évaluation à la rédaction.

UN COMITÉ DE PILOTAGE s'est réuni trois fois, entre juin 2021 et avril 2022. Un large panel de représentants et d'experts a permis d'assurer la bonne mise en œuvre des orientations stratégiques adoptées, mesurer leur pertinence, leur faisabilité, et les réajuster.

L'OBJECTIF : rendre davantage légitimes ces **orientations élaborées en toute transparence et concertation**

COMMENT ?

PRÈS DE 30 ACTIONS ont été menées entre juillet 2021 et avril 2022, principalement sur chacun des six sites investis dans la démarche :

- des **questionnaires** distribués aux visiteurs ;
- des **interviews** de visiteurs, conduites par une étudiante de Master 2 ;
- des murs ou **boîtes à idées** mis à la disposition des visiteurs et des agents ;
- des **temps conviviaux** proposés aux habitants ;
- des **visites** techniques proposées aux élus du territoire ;
- des **ateliers** participatifs sur site, réunissant agents, partenaires, élus locaux ;
- des **temps d'échange** en interne ou à l'occasion de comités de site.

PRÈS DE 1000 PERSONNES
(dont près de 200 partenaires)
ont contribué à la démarche.

- Au-delà des résultats de la concertation, la qualité des échanges et l'implication de chacun est à souligner.
- Des partenaires potentiels et de nouvelles personnes ressources sur le territoire ont été identifiés.
- Les équipes ont perçu tout l'intérêt de mettre davantage en connexion les sites avec les habitants et les dynamiques culturelles ou touristiques locales.
- Les points forts des sites ont été confortés et de nouvelles pistes d'animation, d'activité ou de collaboration ont été suggérées de manière pertinente.

Une 20^aaine

D' ACTIONS OU D' IDÉES

concrètes ont été proposées par les participants lors des temps participatifs. Certaines pourront être mises en œuvre à court terme.

LA DÉMARCHE A ÉTÉ PARTICULIÈREMENT APPRÉCIÉE PAR LES PERSONNES INVITÉES.

Beaucoup sont dans l'attente des suites qui seront données à ces échanges. Des projets d'expositions ou d'événements constitueront assurément de nouvelles occasions d'associer les habitants du territoire.

RETOUR SUR LES TEMPS PARTICIPATIFS ET ENQUÊTES MENÉES À LA BATTERIE D'AZEVILLE



« La visite audioguidée est une bonne alternative pour une visite libre mais aidée. »

« Nous recherchons souvent des sites accessibles aux enfants, avec des outils spécifiques. »

« Merci de continuer à faire vivre notre histoire »

5 ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

communes aux sites du réseau ont été dégagées. Elles sont le fruit de l'analyse des bilans 2016-2021 partagés et consolidés, du résultat des temps participatifs et des préconisations du comité de pilotage.

Les verbes choisis pour illustrer ces orientations font écho au *Projet de développement des droits culturels pour la Manche* de 2018 :

- HÉRITER
- HABITER
- APPRENDRE
- INFORMER
- COOPÉRER



Les objectifs de ces orientations tendent à proposer aux habitants de la Manche, aux touristes, aux scolaires et à tous les autres visiteurs, pour les six ans à venir, **des sites patrimoniaux et des musées attractifs et inclusifs, actifs sur leur territoire et respectueux de l'environnement.**

En s'appuyant sur un patrimoine unique, il s'agit, autant que possible, de passer d'une logique de consommation culturelle « faire pour les publics », à **une logique de co-construction des actions « faire avec les publics ».**



Partie **3**

PRÉSENTATION ET BILAN 2016-2021

DE LA BATTERIE D'AZEVILLE

- **1994** ➤ acquisition par le Département de la Manche et ouverture du site au public à l'occasion du 50^e anniversaire du Débarquement
- **2019** ➤ construction et inauguration du mess, bâtiment d'accueil et de médiation, à l'occasion du 75^e anniversaire du Débarquement

**ELÉMENT MAJEUR
DU MUR DE L'ATLANTIQUE** sur la côte est du Cotentin, le site est constitué en partie supérieure de quatre casemates et en partie souterraine de 350 mètres de galeries.

Pour les individuels et les groupes adultes, le site se découvre principalement au travers de la **visite audio guidée**. Depuis plusieurs années, trois visites guidées hebdomadaires (dont une familiale) sont proposées pendant les vacances scolaires.

UNE PROGRAMMATION CULTURELLE RICHE ET VARIÉE

- Participation aux évènements nationaux ou régionaux : Pierres en lumières, Journées européennes du patrimoine, Journées européennes de l'archéologie
- Des animations et des évènements grand public : randonnées pédestres, conférences, cinéma en plein air, parachutage en partenariat avec la commune
- Des activités pour le jeune public : atelier bac de fouilles, biomimétisme, maquettes, optique, histoire d'une famille juive locale...

Commune : **Azeville**

Canton : **Valognais**

EPCI :
**Communauté
d'Agglomération
du Cotentin**

Propriété et gestion :
Département de la Manche

Dans le mess, la **nouvelle boutique**, notamment la librairie, constitue le prolongement culturel de la visite.



LES TEMPS FORTS

- **2014** : 70^e anniversaire du Débarquement avec une exposition permanente français-anglais consacrée à la vie de la garnison et un ouvrage aux éditions OREP *Une garnison allemande en Normandie*
- **2015** : campagne de géoprospection physique
- **2018** : sondage archéologique sur les anciennes fondations du mess
- **2019** : **75^e anniversaire du Débarquement avec construction et aménagement d'un bâtiment d'accueil-boutique/animation exposition : le mess** ; renouvellement du système d'audioguides ; exposition « Regards croisés - Prisonniers ici et là-bas »
- **2020** : exposition « Les enfants de la Résistance » ; création d'un 3^e poste permanent
- **2021** : premières conférences consacrées à l'archéologie de la Seconde Guerre mondiale et aux juifs dans la Manche durant la guerre

SES ATOUTS

- Thème incontournable de la Seconde Guerre mondiale en Normandie
- Bon état de conservation du site
- Grâce aux dons de la famille Treiber (ancien commandant de la batterie) et aux recherches historiques, une très bonne connaissance historique du site et un discours scientifique rigoureux sans recours à la présentation de militaria
- À proximité de grands sites touristiques
- Le mess et le potentiel de développement des activités et approches culturelles
- Des retours très positifs des visiteurs

SES POINTS FAIBLES OU POINTS DE VIGILANCE

- Sujet sensible de la thématique (relations franco-allemandes), devoir de mémoire
- Difficile d'accès, bien qu'à seulement 8 km de Sainte-Mère-Église
- Manque de communication, de visibilité
- Manque d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite
- Parking saturé en période de fortes affluences
- Questionnement sur la mise en valeur et l'usage des deux casemates, côté parking (la moitié de l'une d'elle appartient à un privé).

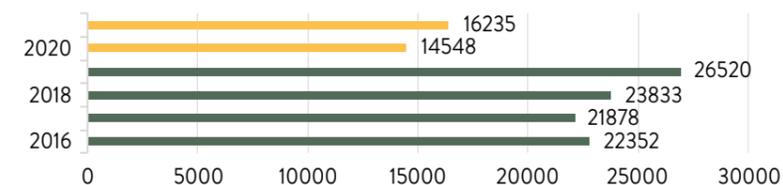
LA BATTERIE D'AZEVILLE EN QUELQUES CHIFFRES-CLÉS

Le site totalise une fréquentation allant de 22 000 à 27 000 visiteurs par an (hors années Covid). Le public est composé à 55 % de Français. La part importante d'étrangers s'explique notamment par la mise à disposition d'un audioguide en 7 langues. Le site accueille 80 % d'individuels, 20 % de groupes dont une large part de croisiéristes. La fréquentation est très saisonnalisée : 40 % s'établit sur les vacances d'été et 10% autour du 6 juin.

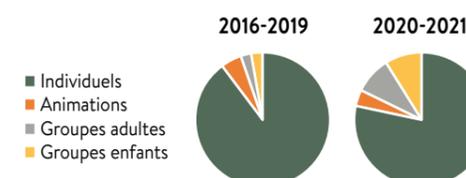
IMPACT COVID-19 : -238 jours d'ouverture en tout pour 2020 et 2021

- Adaptation des horaires et mise en place de jauges
- Fort impact sur la fréquentation étrangère (divisée par deux)
- Annulation d'événements et d'animations ; activités de médiation réorganisées

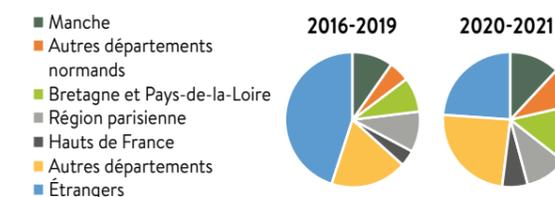
● Fréquentation totale en nombre de visiteurs :



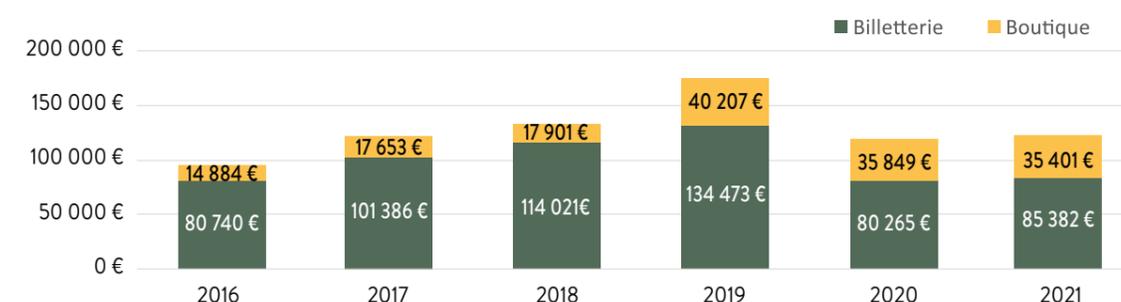
● Typologie des publics :



● Provenance des publics :



● Recettes billetterie / boutique :





Partie 4

LE PROJET DE SITE 2022-2027

DE LA BATTERIE D'AZEVILLE

UN CONCEPT REVISITÉ

La batterie d'Azéville est un témoin important de l'histoire du mur de l'Atlantique et du Débarquement allié en Normandie. Elle conforte ses missions d'étude, de préservation et de valorisation de ce patrimoine sensible, grâce au nouvel espace d'accueil et de médiation (le mess) inauguré en 2019.

LES OBJECTIFS POUR 2022-2027

Faire de ce lieu de mémoire **un site incontournable de la Seconde Guerre mondiale** dans la Manche et plus largement en Normandie

Les principales orientations sont :

- une meilleure connaissance et préservation du site historique ;
- le développement des publics en équilibrant proximité et attractivité ;
- la diversification des thématiques et formes de médiation en s'appuyant sur une solide connaissance historique du site et les collections patrimoniales ;
- une nouvelle stratégie de communication et le renforcement des partenariats.

En 2024, le site s'impliquera pleinement dans les commémorations du 80^e anniversaire du Débarquement. Il fêtera alors ses 30 ans d'ouverture au public.

7 € le prix du billet adulte plein tarif (2022)

227 jours d'ouverture par an pour le grand public en saison / **330** pour les groupes (toute l'année sur réservation)

3 agents permanents constituent l'équipe (2,8 ETP + 0,5 ETP pour l'entretien du site assuré par le personnel technique de la ferme-musée du Cotentin), avec un renfort saisonnier de 9 mois.

OBJECTIF : RENFORCER LA CONNAISSANCE ET LA PRÉSERVATION DU PATRIMOINE

L'ENJEU : LE PATRIMOINE DU MUR DE L'ATLANTIQUE, CE BIEN COMMUN

Le patrimoine bâti, mobilier, immatériel contribue à forger l'identité de la Manche. Sa connaissance et sa préservation constituent un bien social commun que s'attachent à valoriser les sites et musées.

LES ATTENTES ET CONSTATS

- Le site d'Azeville est un site exceptionnel. C'est l'une des batteries allemandes les plus abouties en Normandie. La politique de conservation du lieu menée depuis plusieurs années a permis de **conserver l'authenticité du site**. Il est par ailleurs **très bien documenté**, grâce à des études historiques et le recueil de témoignages conduits depuis plus de 10 ans. Cela permet de tenir **un discours rigoureux sur le plan scientifique et respectueux de la mémoire**. Malgré tout, le site ne bénéficie d'aucun label permettant de valoriser son intérêt architectural, historique et de le protéger à long terme.
- **Une large partie de la visite évoque l'organisation des troupes d'occupation sur le site**. En cela, la batterie se distingue des autres lieux de visite centrés sur des considérations militaires et les troupes de libération.
- Par ailleurs, le site conserve des **collections remarquables** qu'il s'agit de valoriser : documents ayant appartenu au commandant de la batterie, objets en lien avec la construction, la gestion du mur de l'Atlantique, la vie quotidienne du soldat.



LES PROPOSITIONS POUR RÉPONDRE À CES ATTENTES ET CONSTATS

CONFORTER LA CONNAISSANCE ET L'INTÉGRITÉ DU PATRIMOINE BÂTI :

- suivre le projet d'inscription du site au titre de l'inventaire supplémentaire des monuments historiques (projet piloté par la DRAC Normandie) ;
- consolider l'étude historique du site : archives américaines et archives des familles de vétérans ; échanges avec l'île Tatihou qui possède également un important patrimoine bâti de la Seconde Guerre ; intégration des recherches régionales (Projet collectif de recherche sur la Seconde Guerre mondiale porté par la DRAC) ;
- proposer au service régional de l'archéologie un sondage archéologique au niveau des anciennes tranchées dont la présence a été attestée par la géoprospection de 2015 ;
- assurer, en lien avec la Direction du patrimoine départemental, la restauration de certaines parties du site : abri Wellblech / tôles métro ; immeubles par destination (grilles aération...) ; casemate n° 1 (ancien accueil-boutique du site) ; mise hors d'eau des casemates n° 1 et n° 2 ;
- finaliser les négociations pour l'acquisition de la moitié de la casemate n° 2 ;
- assurer une veille sur les possibilités d'acquisition des espaces autour de la batterie (ancien tour de ronde du site).

ACQUÉRIR ET CONSERVER DES COLLECTIONS AU SERVICE DE L'ÉTUDE HISTORIQUE DU SITE ET DES PROJETS DE MÉDIATION :

- en étroite collaboration avec le pôle patrimoine et territoires, conforter une politique d'acquisition raisonnée dans une logique muséale et non une logique de collectionneur – reconstitueur (2023) ;
- approfondir les acquisitions sur certains thèmes : les objets et documents témoignant de la vie civile et militaire sous l'Occupation ; l'architecture militaire et la construction du mur de l'Atlantique ; mener une veille auprès des habitants ; définir la place des créations contemporaines ; créer des passerelles avec la ferme-musée du Cotentin sur la thématique de la vie quotidienne et du recyclage des équipements militaires ;
- poursuivre l'étude et l'inventaire des collections : finaliser les saisies sur Actimuséo ;
- finaliser le rangement en réserves ;
- programmer les projets de restauration des collections : photographies, bétonnière...
- poursuivre, en fonction des opportunités, le travail de collecte des témoignages oraux.



OBJECTIF : ÉQUILIBRER PROXIMITÉ ET ATTRACTIVITÉ EN MATIÈRE DE POLITIQUE DES PUBLICS

L'ENJEU : L'APPROPRIATION DU PATRIMOINE PAR LE PLUS GRAND NOMBRE

Habiter un musée ou un site patrimonial, c'est se l'approprier, y trouver des ressources de toutes sortes, y vivre des expériences. Habiter illustre la place des sites comme lieux du vivre-ensemble ou d'espaces où il est possible de s'investir pour contribuer à la vie publique du territoire, le temps d'un séjour comme le temps d'une vie.

Les six prochaines années permettront de **mettre les habitants, les visiteurs au cœur des projets, dans une démarche inclusive.**

POURUIVRE LES AMÉNAGEMENTS POUR UNE MEILLEURE MISE EN VALEUR ET UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION DU SITE HISTORIQUE :

- requalifier l'usage des casemates n° 1, n° 2 et n° 3 (exposition, médiation, services...);
- proposer des aménagements muséographiques qui contribuent à incarner le site (grands visuels, vidéo de présentation, dispositifs sonores...) et à mieux en comprendre le fonctionnement (factice de canon...). Associer l'île Tatihou à la réflexion ;
- mener une réflexion sur le renouvellement des reconstitutions de peintures de camouflage ;
- selon le résultat d'éventuels sondages archéologiques, réfléchir à la pertinence de dégager certaines tranchées révélées par la géoprospection de 2015 ;
- mettre en valeur sur le site la bétonnière de l'organisation Todt acquise en 2016 ;
- revoir la présentation de l'exposition « La vie d'une garnison en Normandie » de 2014.



LES ATTENTES ET CONSTATS

- Depuis son ouverture, la fréquentation du site est majoritairement **touristique**. Or, de par sa proximité avec le bourg, l'histoire de la batterie est intimement **liée aux habitants** de la commune.
- Aujourd'hui, la batterie possède de nombreux atouts qui lui permettent d'envisager **l'augmentation de la fréquentation mais aussi l'élargissement des publics.**



LES PROPOSITIONS POUR RÉPONDRE À CES ATTENTES ET CONSTATS

SUSCITER PLUS DE PROXIMITÉ POUR QUE LES HABITANTS S'APPROPRIENT DAVANTAGE LE SITE ET SON HISTOIRE :

- développer des activités connexes : mise à disposition de la salle de médiation pour des réunions ou des temps de rencontre en fonction des disponibilités de l'espace (hors saison) et du plan de charge de l'équipe ;
- conforter des liens privilégiés et clairement définis avec la commune et ses habitants ainsi qu'avec les communes limitrophes. Inviter les habitants à des temps conviviaux (pot de fin de saison) ;
- garder le lien avec les jeunes Manchois avec des offres adaptées aux adolescents et jeunes adultes.

RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ET CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE RAISONNÉ DU TERRITOIRE :

- développer les clientèles touristiques en misant sur le rétro-littoral et la désaisonnalisation ;
- réinterroger les clientèles étrangères (Pays-Bas...) suite aux effets de la crise sanitaire. Poursuivre l'accueil régulier des croisiéristes ;
- lisser la fréquentation sur l'année. Pérenniser l'ouverture du site pendant les vacances d'hiver. Expérimenter un prolongement durant le mois de mars ;
- proposer des activités tout au long de l'année et hors vacances scolaires ;
- pérenniser l'offre famille (visites, ateliers...) durant les vacances scolaires ;
- prolonger les expositions temporaires jusqu'aux vacances d'automne ;
- maintenir le partenariat tarifaire (pass) avec l'office de tourisme de la Baie du Cotentin ;
- proposer la vente de billetterie dans les offices de tourisme de la Baie du Cotentin, du Cotentin et Omaha-Isigny.



POUSUIVRE L'ÉLARGISSEMENT DES PUBLICS :

● les scolaires et extrascolaires :

- pérenniser l'offre existante pour les cycles 3 ;
- développer l'offre pour les collégiens, notamment dans le cadre des PEAC, et pour les lycéens ;
- réfléchir à la création d'un événement durant le 80^e anniversaire du Débarquement qui mobiliserait les jeunes, notamment les collégiens ;
- renforcer le partenariat avec le CAUE de la Manche dans le cadre de l'opération *Les enfants du patrimoine*, en septembre ;
- associer aux réflexions ou projets les membres du Conseil départemental des jeunes ;
- davantage collaborer avec les centres de loisirs et de vacances ;
- poursuivre les activités hors les murs.

● les personnes éloignées des pratiques culturelles :

- aller à la rencontre des établissements spécialisés du département : CMS, IME... Reconduire les « bons découverte du patrimoine » avec les CMS ;
- former l'équipe à l'accueil des publics spécifiques et aux enjeux de l'inclusion ;
- adapter les outils de découverte et les visites (notamment pour les enfants en difficulté scolaire et/ou handicap mental ; les personnes malvoyantes) ;
- mettre à jour l'Agenda d'accessibilité programmée.

DÉVELOPPER LES SERVICES QUI CONTRIBUENT À LA QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE DE VISITE :

- finaliser la charte du visiteur ;
- en boutique, poursuivre le travail de référencement de la librairie (notamment les BD) et des produits locaux ;
- améliorer le fonctionnement du wifi public (après raccordement du site à la fibre optique) ;
- installer une table à langer ;
- faire évoluer la tarification en fonction des activités proposées et des publics (mise en cohérence avec le réseau) : tarifs individuels, pass famille, public du champ social, carte de fidélité et tarif spécial « ambassadeurs » / habitants...
- déployer et faire vivre les conventions de partenariat tarifaire auprès des CE, des guides...
- prospecter pour un éventuel agrandissement du parking ;
- redéployer le stationnement vélo ;
- installer une borne de recharge pour les véhicules électriques sur le parking.



OBJECTIF : PRENDRE DAVANTAGE EN COMPTE LES ATTENTES DES PUBLICS

L'ENJEU : UNE MÉDIATION CULTURELLE QUI ASSURE LA RENCONTRE ENTRE LE PATRIMOINE ET LES PUBLICS

La médiation culturelle dans les sites peut être pédagogique, récréative, artistique, sociale et citoyenne. Elle s'appuie sur un patrimoine : collections, monuments, faune et flore. Elle peut prendre des formes variées : expositions, visites, ateliers pratiques et sensoriels, spectacles, conférences, parcours numérique... Ainsi, la médiation transmet, fait réfléchir et rêver. Elle s'enrichit également grâce aux rencontres et interactions avec les intervenants extérieurs et les visiteurs. Chacun donne, reçoit, partage.



LES ATTENTES ET CONSTATS

- La mise en service du mess en 2019 et la création d'un poste de médiateur en 2020 ont permis de **tester de nouvelles activités culturelles** (expositions, ateliers, conférences...).
- Les champs explorés (BD, archéologie, biomimétisme, optique...) montrent un réel potentiel d'élargissement des thématiques et des supports de médiation. Cela correspond aussi aux attentes formulées par le public, désireux de **découvrir autrement la Seconde Guerre mondiale**.

LES PROPOSITIONS POUR RÉPONDRE À CES ATTENTES ET CONSTATS

ÉLARGIR LES THÉMATIQUES EN VEILLANT À CONSERVER UNE APPROCHE HISTORIQUE ÉQUILIBRÉE (OCCUPANTS, CIVILS, LIBÉRATEURS) :

- poursuivre le travail sur les relations entre l'occupant et les civils, la vie des Azevillais ;
- envisager d'autres thèmes : la vie des civils dans la Manche, le mur de l'Atlantique et les murs dans le monde, la Libération et la Reconstruction, la mémoire de cette période historique, l'archéologie de la Seconde Guerre mondiale, les autres conflits, la paix...
- prendre en compte le village d'Azeville comme un prolongement culturel de la batterie ;
- créer un niveau 2 de visite guidée intégrant les abords de la batterie et une lecture aérienne du site.

METTRE LES COLLECTIONS AU SERVICE DE LA MÉDIATION :

- créer des temps de présentation des collections sur le site et/ou en ligne ;
- valoriser certaines pièces à l'occasion d'expositions temporaires.

PROPOSER DES ACTIVITÉS ORIGINALES ET CONVIVIALES :

- poursuivre la mise en place d'ateliers et finaliser la proposition de jeux pour les familles ;
- repenser l'escape game en ligne et proposer une version sur site ;
- mettre en place de nouveaux temps de médiation : visites théâtralisées, spectacles, concerts, café littéraire/débat en s'appuyant sur le patrimoine bâti, les archives, les témoignages et les collections ;
- valoriser le parcours de randonnée afin de le rendre accessible en autonomie (projet numérique / fiche randonnée). Travailler avec des associations de randonnée ;
- intégrer au parcours de visite des informations sur la biodiversité qui s'est adaptée à cet environnement de béton et sur le paysage qui a conditionné la construction et le fonctionnement de la batterie.



METTRE EN PLACE UNE PROGRAMMATION D'EXPOSITIONS :

- s'interroger sur la durée des expositions, les périodes de présentation, leur cohabitation avec d'autres activités (médiation, conférence, réunion...) dans un même espace ;
- en fonction du plan de charge et des thèmes, concevoir en régie ou louer les expositions ;
- définir les thématiques d'expositions à venir : photographie (Bunkerzoom en 2022), les murs dans le monde, archéologie, biomimétisme / camouflage...
- envisager des coproductions avec l'île Tatihou et la ferme-musée du Cotentin sur des thématiques communes (2024).

CONFORTER LES ÉVÉNEMENTS :

- concevoir et mettre en œuvre une programmation spécifique pour le 80^e anniversaire du Débarquement et les 30 ans de l'ouverture de la batterie au public ;
- poursuivre la participation aux temps forts européens, nationaux, régionaux : Bunker days, Pierres en lumières, Journées européennes de l'archéologie, Partir en livre, Journées européennes du patrimoine...
- travailler en étroite collaboration avec le comité des fêtes d'Azeville et Round Canopy Parachuting Team INC pour le parachutage sur la zone de la batterie en juin. Conserver l'originalité de l'événement sans développer des camps de reconstitueurs, mais en proposant des activités de médiation en lien avec l'histoire du site ;
- conforter la soirée de cinéma en plein air en août comme élément fort de l'été.

ACCUEILLIR LES ARTISTES ET LES PRATIQUES ARTISTIQUES :

- saisir des opportunités d'accueil d'artistes et favoriser les pratiques artistiques pour une appropriation originale du patrimoine, en lien notamment avec la résidence de Regnéville-sur-Mer ;
- valoriser le regard des contemporains et des artistes sur ce patrimoine et cette mémoire. Favoriser les rencontres avec les publics autour de la pratique ;
- s'ouvrir à la diversité des esthétiques : street art / graph, danse, photographie, mapping...

DÉVELOPPER LES PUBLICATIONS :

- réfléchir à la mise en valeur des archives Treiber, suite aux dons de la famille de l'ancien commandant de la batterie (ouvrage scientifique et/ou de vulgarisation) ;
- réfléchir à une collaboration avec un dessinateur et un scénariste sur un projet de BD relatif à l'histoire de la commune et ses habitants.

OBJECTIF : ÊTRE MIEUX IDENTIFIÉ ET RENDRE PLUS ACCESSIBLES LES CONTENUS**L'ENJEU : UN LIEU DE VISITE CONNU ET RECONNU**

La promotion est indissociable de la médiation culturelle. Il s'agit à la fois de donner accès à l'information et de développer les capacités de production et de diffusion de ces messages par la plus grande diversité possible d'acteurs, s'appuyant eux-mêmes sur une diversité de supports, de l'oralité au numérique.

LES ATTENTES ET CONSTATS

- Parmi les sites normands de la Seconde Guerre mondiale, la batterie d'Azeville n'est **pas si bien identifiée par les touristes**. Paradoxalement, **les habitants considèrent ce lieu comme un lieu touristique** : s'ils l'ont visité une fois, ils ne reviennent pas forcément et passent à côté de la programmation culturelle qui s'est étoffée ces dernières années.
- **Le site internet actuel est obsolète**, peu attractif et difficile à trouver selon les visiteurs. La page Facebook, commune à l'ensemble du réseau, n'est pas bien identifiée par les visiteurs et ne permet pas de toucher tous les publics.



LES PROPOSITIONS POUR RÉPONDRE À CES ATTENTES ET CONSTATS

DÉFINIR ET METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE DE PROMOTION-COMMUNICATION CONTRIBUANT À LA NOTORIÉTÉ DU SITE ET AU DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS CIBLES :

- tout en continuant de valoriser l'appartenance de la batterie d'Azeville au réseau des sites & musées, co-construire avec la Direction de la communication des plans de communication (générique et événementiels) pour assurer une bonne diffusion des informations via les différents vecteurs (print, web, plan médias) ;
- mettre en avant la singularité du site, ainsi que la qualité et l'originalité de sa programmation culturelle ;
- proposer une communication et une promotion adaptée aux publics cibles (touristes français et étrangers ; familles ; scolaires dont collégiens).

METTRE EN ŒUVRE UNE NOUVELLE STRATÉGIE DIGITALE :

- participer à la définition du nouveau site web prévu pour 2023. Obtenir un meilleur référencement ;
- adapter la communication digitale aux usages, aux différents publics et à la capacité de réponse et d'animation de l'équipe ;
- améliorer les services et les contenus (actualités, mission de conservation / collections, vente en ligne, réseaux sociaux, agenda culturel départemental...).

DÉVELOPPER LA COMMUNICATION DANS LES MÉDIAS :

- en lien avec le pôle presse, optimiser les contenus et les listes de diffusion ;
- maintenir les échanges avec les correspondants locaux et développer une communication vers les médias spécialisés à l'échelle régionale et nationale ;
- renforcer l'accueil de journalistes et d'influenceurs.

AMÉLIORER L'ACCESSIBILITÉ ET L'INFORMATION AU NIVEAU DU PARKING ET DU MESS (2022-2023)



COOPÉRER

OBJECTIF : ADAPTER LES PROJETS AUX MOYENS ET AUX ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'ENJEU : DES ACTIONS SOUTENABLES, CO-CONSTRUITES ET ÉCO-RESPONSABLES

Coopérer ne signifie pas seulement additionner ses compétences, mais les mutualiser pour réaliser une œuvre commune qui ne gomme pas les spécificités de chacun. Il s'agit de définir la manière dont on travaille ensemble pour un patrimoine commun. Coopérer, c'est créer des synergies entre des acteurs, à partir de leurs savoirs et des ressources du territoire. C'est aussi, et avant tout, agir en tenant compte des enjeux environnementaux.



LES ATTENTES ET CONSTATS

- L'équipe du site est passée de 2 à 3 agents en 2020. Cependant, devant le potentiel de développement culturel, pédagogique et touristique du site, mais aussi de développement des partenariats, il est important de **définir des priorités d'action pour l'équipe**.
- Le site est engagé depuis plusieurs années sur la thématique du **développement durable**, notamment avec la construction du mess en 2019, bâtiment passif d'un point de vue thermique et ayant reçu la mention spéciale du jury **Passi'Bat 2022**.



LES PROPOSITIONS POUR RÉPONDRE À CES ATTENTES ET CONSTATS

DAVANTAGE PRENDRE EN COMPTE LES MOYENS HUMAINS MOBILISABLES :

- veiller à la priorisation des actions à moyens humains constants. Sécuriser les pratiques ;
- construire et partager des plans d'actions soutenables : 2022-2024 et 2025-2027 ;
- développer ou conforter la transversalité et la communication avec les autres services de la Direction du patrimoine et des musées, mais aussi les directions supports et directions métiers de la collectivité (bâtiments, communication, culture, archives, social, collèges...);
- s'adapter à l'évolution du contexte sanitaire ;
- évaluer les projets et actions de manière partagée.

CONFORTER LES MOYENS BUDGÉTAIRES ET FINANCER LES PROJETS :

- programmer les aménagements ou réaménagements du parcours de visite (parties aériennes et intérieures) et de la zone de parking ;
- rechercher des financements complémentaires pour les actions culturelles (appels à projet DRAC...).

POURSUIVRE LES PARTENARIATS ET LA PARTICIPATION DANS LES RÉSEAUX PROFESSIONNELS :

- conforter la tenue du comité de site tous les deux ans ;
- poursuivre les partenariats et collaborations professionnels : DRAC - SRA, la Fabrique de patrimoines en Normandie / le Réseau des musées de Normandie, Atlantikwall Europe, Môm'art, musées du territoire sur la même thématique (Airborne, Utah Beach...);
- poursuivre les partenariats touristiques : Attitude Manche, offices de tourisme du Cotentin et de la Baie du Cotentin, Club Dday du CRT, guides. Organiser des éductours à destination des professionnels du tourisme et de la culture (hébergeurs, restaurateurs, OT, musées, partenaires...);
- mettre en place des partenariats scientifiques pour l'étude et la conservation des collections.

POURSUIVRE LA DÉMARCHE INCLUSIVE, PARTICIPATIVE DANS LES PROJETS :

- associer les habitants aux projets d'animations (choix du film pour le cinéma en plein air...);
- développer le bénévolat (préparation du parachutage de juin).

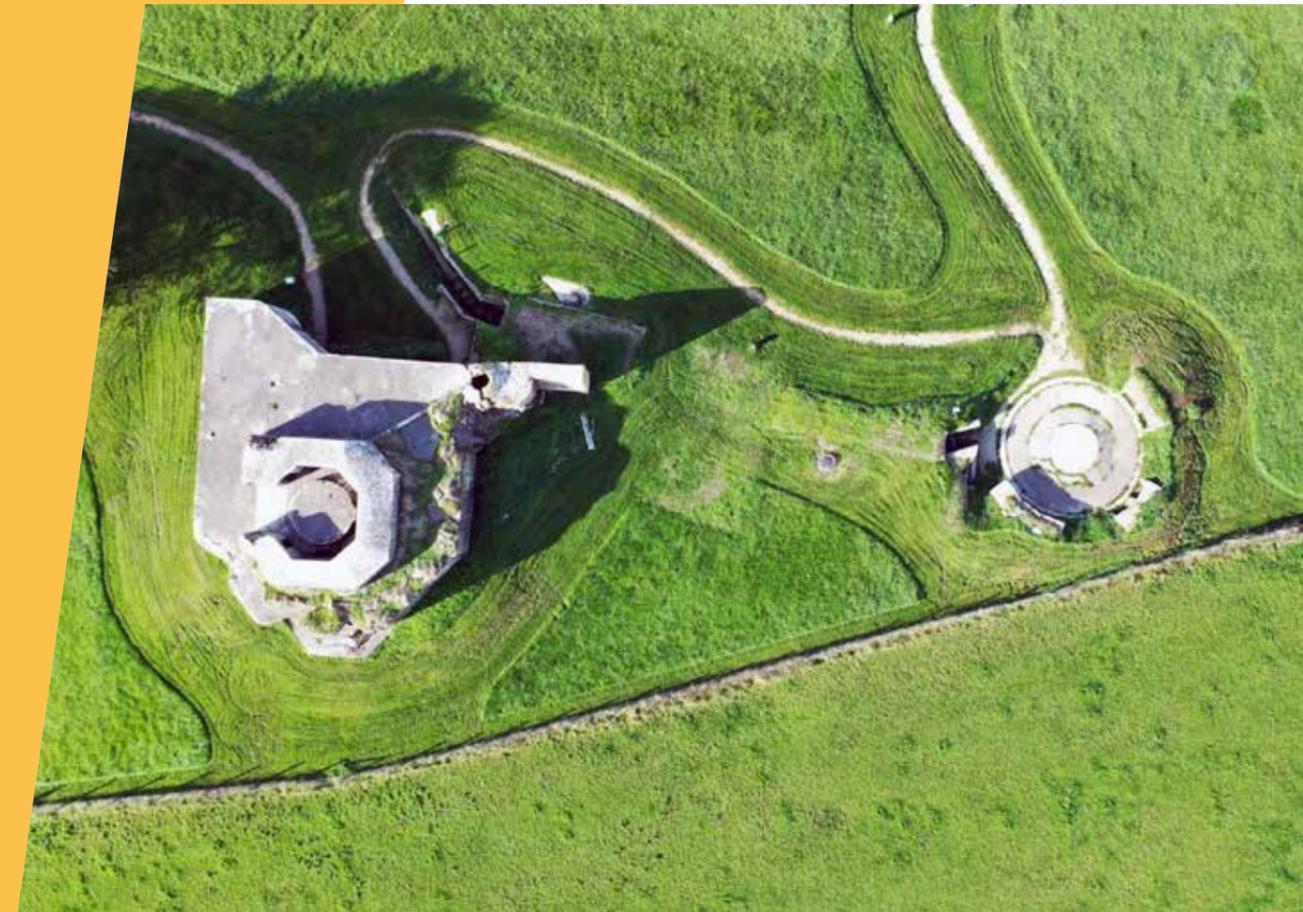
RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DU FONCTIONNEMENT ET DES ACTIVITÉS :

- poursuivre une gestion écologique du site :
 - bénéficier d'un diagnostic permettant de définir l'empreinte carbone du site et de ses activités. Définir les leviers d'action et mettre en œuvre des actions d'amélioration ;
 - réenvisager de l'éco-pâturage, mettre en place une fauche tardive et diminuer le nombre de tontes ;
- tendre vers une approche plus vertueuse dans la conception et la mise en œuvre des actions (expositions, conservation des collections, événements, animations...);
 - favoriser les producteurs locaux et le « made in France » pour les achats boutique ;
 - optimiser l'impression des supports de promotion (une fois le nouveau site internet opérationnel) ;
- sensibiliser les publics et favoriser un tourisme durable, tester la suppression des poubelles sur le parking.

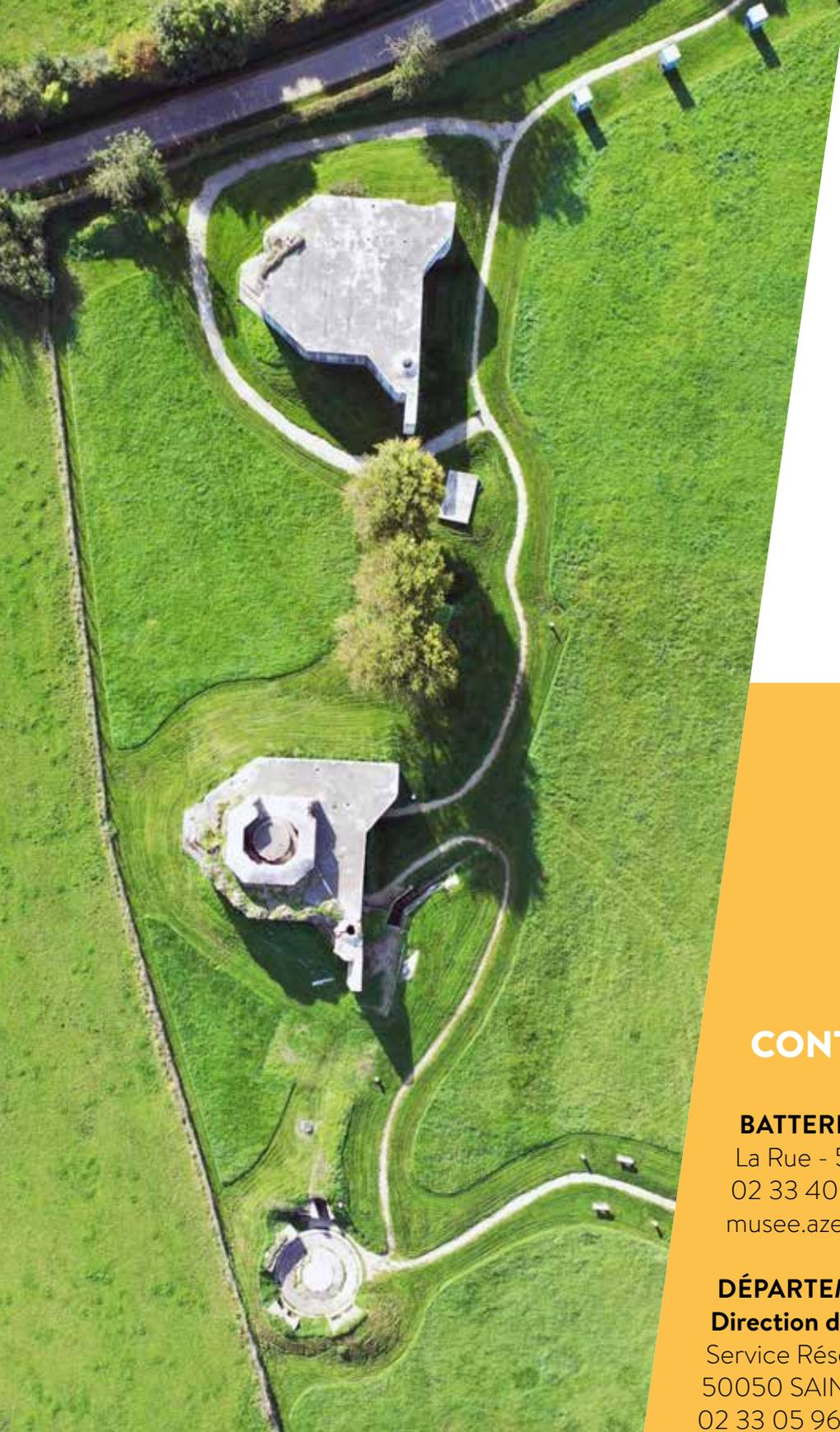


PLANIFICATION DES ACTIONS PRINCIPALES

	BATTERIE D'AZEVILLE	RÉSEAU DÉPARTEMENTAL (LES 6 SITES)
2022	<ul style="list-style-type: none"> Exposition Bunkerzoom 	<ul style="list-style-type: none"> Diagnostic empreinte carbone / développement durable Groupe de travail pour le développement touristique
2023	<ul style="list-style-type: none"> Aménagement du parking et prospection pour un agrandissement Négociations foncières pour la 1/2 casemate n° 2 Inscription Monument historique 	<ul style="list-style-type: none"> Programmation des travaux d'entretien et de restauration Nouvelle tarification Nouveau site Internet, déclinaison de la nouvelle stratégie de communication (plans de com, nouveaux noms et identités visuelles, signalétique...)
2024	<ul style="list-style-type: none"> Programmation culturelle spécifique dans le cadre du 80^e anniversaire du Débarquement 	<ul style="list-style-type: none"> Bilans à mi-parcours et proposition d'un plan d'actions 2025-2027
2025	<ul style="list-style-type: none"> Aménagements extérieurs valorisant les parties aériennes du site et parcours muséographique plus incarné 	
2026		
2027		Bilan des projets de site 2022-2027



Crédits photos :
 - Collection arch.dép.Manche/CD50, fonds des photographies américaines
 - David Daguier, Batterie d'Azeville - CD50
 Conception et impression : CD50 - Février 2023 **MANCHE DURABLE**



CONTACTS

BATTERIE D'AZEVILLE

La Rue - 50310 Azéville
02 33 40 63 05
musee.azéville@manche.fr

DÉPARTEMENT DE LA MANCHE **Direction du patrimoine et des musées**

Service Réseau des sites & musées
50050 SAINT-LÔ cedex
02 33 05 96 07 / 02 33 05 98 08

manche.fr/patrimoine/batterie-azéville-N.aspx

 Patrimoine et musées de la Manche



LA MANCHE
LE DÉPARTEMENT 