

DOSSIER DE PRESSE

Exposition

ARCHEOPUB

LA SURVIE DE L'ANTIQUITÉ DANS LES OBJETS PUBLICITAIRES

SOMMAIRE

- **Communiqué de presse** p2
- **L'exposition** p3 à 7
 - Un regard décalé sur le passé** p3
 - Un art de la persuasion** p4
 - Un essai de définition
 - Du texte à l'image
 - Une mythologie contemporaine** p5
 - Aux origines de l'Humanité : l'aube de la Préhistoire
 - La fascination de l'Egypte
 - Nos ancêtres les Gaulois : de Vercingétorix à Astérix
 - L'omniprésence de l'héritage gréco-romain
- **Visuels disponibles** p8
- **Le musée départemental de Préhistoire d'Ile-de-France** p9
- **La politique du Conseil général de Seine-et-Marne en faveur des archives, du patrimoine et des musées** p10
- **L'accueil des personnes en situation de handicap dans les musées départementaux** p11
- **Les autres musées départementaux de Seine-et-Marne** p13
- **La programmation 2008/2009 des musées départementaux** p17

Contact presse:

Sous-direction des musées départementaux

Nathalie Fourcade : 01 64 87 37 41- nathalie.fourcade@cg77.fr

La publicité est au musée départemental de Préhistoire d'Ile-de-France
jusqu'au 1er mars 2009

Exposition « Archéopub - La survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires »

Mais que font une boîte de boules « Quiès », un porte-clef du bonhomme « Antar », des dinosaures en plastique, un savon « Cléopatra », un paquet de cigarettes « Gauloises » et des centaines d'autres objets de ce type au musée départemental de Préhistoire d'Ile-de-France ? Chacun présente, à sa manière, un lien avec la Préhistoire ou l'histoire antique et illustre leur emploi dans le domaine bien contemporain de la publicité.

Car l'Antiquité constitue un réservoir inépuisable d'images et de clichés où la publicité puise abondamment depuis plus d'un siècle. Car tel est bien le dénominateur commun entre un paquet de cigarettes "Celtiques" ou de "Gauloises", le savon "Cléopatra", la "Bière des druides" ou "Le Vin des Amphores", pour ne citer que ces quelques exemples, sur les centaines de documents réunis pour cette exposition.

Les thèmes issus du monde antique fleurissent un peu partout dans notre vie quotidienne à travers la publicité commerciale. Elle sait faire appel tour à tour à l'Egypte des Pharaons et à ses mystères, à l'image bien ancrée du Gaulois aux larges moustaches, buveur et ripailleur ou encore à Vercingétorix, héros gaulois par excellence pour vanter de multiples produits et pousser les consommateurs que nous sommes à les acheter ! Le monde gréco-romain - ses sculptures, son architecture et ses nombreuses divinités - est lui aussi largement mis à contribution et les dénominations à consonance grecque ou latine sont largement représentées au 20^e siècle et dans notre 21^e siècle débutant. Et que dire de l'univers des dinosaures qui continuent d'envahir, après un film célèbre, notre vie quotidienne !

Encarts publicitaires, affiches, produits commerciaux ou cadeaux promotionnels ... Chaque objet exposé au musée départemental de Préhistoire d'Ile-de-France plonge dans notre imaginaire collectif et joue avec les notions d'élégance, de beauté, de rêve, d'exotisme, de longévité ... Des affiches prêtées par la Bibliothèque Forney et des films publicitaires viennent compléter cette exposition. Le musée propose également aux visiteurs de contribuer, à leur tour, à l'exposition en apportant des objets en rapport avec le thème. Ils seront exposés au musée dans deux vitrines spécialement prévues à cet effet. A la fin de l'exposition, les objets seront restitués à leurs propriétaires, qui pourront aussi choisir d'en faire don au musée.

C'est au décryptage de ces images que vous convie, avec humour, cette exposition !

Un catalogue de 280 pages abondamment illustré (30€), un livret jeux pour les enfants (gratuit) et un petit journal (gratuit) accompagnent cette exposition.

L'exposition « Archéopub - la survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires » a été réalisée par le musée archéologique de la Ville de Strasbourg.

Contact presse:

Sous-direction des musées départementaux

Nathalie Fourcade : 01 64 87 37 41-

nathalie.fourcade@cg77.fr

UN REGARD DECALE SUR LE PASSE

Mais que font des objets aussi hétéroclites qu'une boîte de boules « Quiès », un emballage de frites « Mc Donald », un porte-clef du bonhomme « Antar » ou encore... des dinosaures en plastique, un savon « Cléopatra » ou un paquet de « Celtiques » dans les vitrines du musée départemental de Préhistoire d'Ile de France ? Quel peut bien être le dénominateur commun à la présence insolite de tous ces objets dans un musée ?

Chacun présente, à sa manière, un lien avec la Préhistoire ou l'histoire antique et illustre l'emploi de l'Antiquité dans le domaine bien contemporain de la publicité commerciale. Encarts publicitaires, affiches, produits commerciaux ou cadeaux promotionnels, ils véhiculent tous des images directement puisées dans notre héritage culturel commun, qu'il soit gréco-romain, égyptien ou gaulois.

Cette réflexion sur les images de notre quotidien n'est pas tout à fait nouvelle dans le monde des musées. En 1975 déjà, l'*Antikenmuseum* de Bâle exposait un travail réalisé par l'Ecole des Arts Décoratifs de cette ville sur le thème : *Das triviale Nachleben der Antike*. Trois ans auparavant, le *Ready Museum* de Bruxelles, en pionnier, avait mené une réflexion parallèle, centrée sur "La Vénus de Milo ou les dangers de la célébrité". Plus récemment, les Musées de Lausanne-Vidy et de Zurich avaient consacré ensemble une exposition au "Passé recyclé". Le prestigieux Musée du Louvre a exploré, lui aussi, de somptueuse façon la fascinante histoire de l'égyptomanie, à travers ses diverses manifestations architecturales et artistiques avec l'exposition "Egyptomania" présentée en 1994.

Le musée Archéologique de Strasbourg avait, quant à lui, exploré une première fois cette voie originale dès 1994 par la présentation d'une première version d'« Archéopub ».

L'actuelle exposition, présentée au musée départemental de Préhistoire d'Ile de France et créée par le musée Archéologique de Strasbourg, reprend ce thème, mais dans une présentation nouvelle très largement amplifiée : plusieurs centaines de pièces présentées dans la salle d'expositions temporaires et dans un vaste parcours dans l'ensemble du musée s'offrent aujourd'hui à la curiosité du public. Des affiches prêtées par la Bibliothèque Forney et des films publicitaires viennent compléter cette exposition. Le musée propose également aux visiteurs de contribuer, à leur tour, à l'exposition en apportant des objets en rapport avec le thème. Ils seront exposés au musée dans deux vitrines spécialement prévues à cet effet. A la fin de l'exposition, les objets seront restitués à leurs propriétaires, qui pourront aussi choisir d'en faire don au musée.

Au-delà du sourire et de l'amusement, cette exposition répond aussi à des objectifs plus "sérieux":

- faire prendre conscience de façon très concrète de l'impact considérable de l'héritage antique dans notre univers contemporain ;
- analyser la perception que nous avons aujourd'hui de la Préhistoire et de l'Antiquité, à travers un certain nombre de thèmes exploités par la publicité commerciale ;

- insister sur la nécessaire transmission des savoirs pour continuer à assurer la compréhension de l'héritage de l'Antiquité à travers l'enseignement fondamental de l'Histoire, mais aussi des langues anciennes que sont le grec et le latin, afin que les clefs de lecture de cette partie de notre patrimoine culturel commun ne se perdent pas à jamais.

Comment toute cette surprenante collection a-t-elle pu être constituée ? Les objets réunis ici sont le fruit d'une longue collecte, qui s'est étendue sur toute la dernière décennie. Les rayons des magasins (en France, mais aussi en Allemagne et en Suisse, voire d'autres pays européens) et les journaux et revues ont constitué une bonne source d'approvisionnement. Les marchés aux puces qui fleurissent dans tous les villages avec le retour des beaux jours ont livré quelques « perles » anciennes ou plus récentes. Des « dons » et prêts ont également été les bienvenus et ont contribué à enrichir la collection initiale. Des prêts importants ont également été consentis par le musée d'Alésia, qui a constitué au fil des années une remarquable collection consacrée à l'image des Gaulois et à la réception de cette image aux 19^e et 20^e siècles.

UN ART DE LA PERSUASION

Si les premières traces de « publicité » commerciale existent dès l'Antiquité romaine, avec les inscriptions de Pompéi et d'Herculanum (annonces pour les jeux du cirque, enseignes de boutiques...) ou les affiches électorales grecques et romaines, l'affiche n'apparaît véritablement qu'au 15^e siècle. Elle ne connaîtra toutefois un essor véritable qu'au cours de la seconde moitié du 19^e siècle avec l'industrialisation massive de la production. La publicité répond à la nécessité de vendre toujours plus pour lutter contre la surproduction et permet aux différentes marques de mieux séduire de nouveaux clients.

Un essai de définition

PUBLICITE : le mot vient de *publicus*, public. Il est signalé dès 1694 dans le *Dictionnaire de l'Académie* et est utilisé d'abord dans un sens juridique (diffusion de lois et règlements) avant d'acquiescer, au 19^e siècle, un sens véritablement commercial.

La publicité peut se définir comme un "ensemble de techniques à effet collectif utilisées au profit d'une entreprise ou d'un groupement d'entreprises afin d'acquiescer, développer ou maintenir une clientèle" (B. de Plas et H. Verdier, 1962). Mais au-delà des contraintes de la vente, elle est aussi "un lieu où s'expriment les tendances profondes d'une époque, les angoisses, les mythes et la sensibilité modernes" (P. Fresnault-Deruelle, 1989) et devient alors le reflet des mentalités d'une époque et un trait de civilisation majeur.

Cette exposition prend en compte les supports très diversifiés qu'exploite la publicité commerciale, souvent associés en un effet cumulatif d'information et de suggestion :

- l'affiche, qui a constitué pendant longtemps le mode essentiel de communication publicitaire et qui a focalisé tout au long du 19^e et du début du 20^e siècle, le potentiel d'innovation de la création publicitaire, en faisant appel à de nombreux artistes et illustrateurs célèbres ;
- la plaque émaillée ;

- les encarts et annonces dans les journaux, liés à l'essor de l'illustration photographique et à la création de nombreuses revues d'information et de magazines populaires, essentiellement familiaux ou féminins ;
- les emballages et étiquettes de produits de toutes sortes ;
- les cadeaux et objets publicitaires.

Ne sera pas évoquée (pour des raisons pratiques de présentation) la publicité audio-visuelle, bien que de nombreux spots et annonces publicitaires actuellement diffusés sur les écrans ou les ondes répondent directement au thème de l'exposition.

Du texte à l'image

La lecture d'une image publicitaire se doit de prendre en compte la totalité des composantes mises en oeuvre par son créateur : image, texte, slogan. Le logo, qui tend de plus en plus à remplacer le texte dans les publicités actuelles, sous la forme d'un signe immédiatement perceptible, est venu compléter la gamme de ces éléments véhiculant le message publicitaire.

Le langage de l'affiche ou de l'annonce publicitaire se réfère ainsi, de façon directe ou moins consciente, à la mémoire collective, à une mémoire culturelle commune à l'ensemble du groupe humain auquel il s'adresse. L'image y est mise en relation, par des mécanismes psychologiques complexes, avec des sentiments obscurs, des désirs ou des fantasmes latents : désir de prestige, d'originalité, de plaire, d'évasion, d'exotisme... L'image se fait alors suggestive pour pousser le consommateur à l'acte d'achat, par la mise en oeuvre de savantes techniques de conditionnement. En même temps qu'un produit, n'achète-t-on pas aussi un art de vivre, une image que l'on veut donner de soi par identification avec l'image de l'affiche et par rapport aux normes d'un entourage social et culturel ? Le produit acquis devient alors un véritable signe d'appartenance à un groupe, conférant un statut social privilégié.

UNE MYTHOLOGIE CONTEMPORAINE

Détournées, copiées, transformées, adaptées, les images mises en scène par la publicité puisent dans un large héritage culturel. "Ces images sont communes à tout le monde, uniformément répandues et constituent autant d'ancrages de sécurité intellectuelle " (JP. Debbane, 1987). La publicité leur donne une vie nouvelle, parfois d'une remarquable qualité créatrice, parfois aussi d'une affligeante banalité : mais au-delà de tout critère esthétique, elle assure leur ancrage dans notre imaginaire collectif et donne naissance, parfois sous de surprenants aspects, à une mythologie contemporaine nouvelle et originale.

Aux origines de l'Humanité : l'aube de la Préhistoire

De nombreuses publicités jouent sur le thème de l'évolution humaine, de l' « homme-singe » de la Préhistoire à l'homme actuel utilisateur du produit, présenté à l'extrémité la plus haute de la chaîne de l'évolution. La simplification des images aboutit à un contraste saisissant entre le rudimentaire et la perfection, où le produit, image même du progrès technologique, devient une glorification sécurisante du présent.

Des animaux symboles, tel le mammouth, sont eux aussi mis à contribution. Venu du fond de la Préhistoire, cet animal est devenu, dans notre imaginaire collectif, le représentant par excellence de cette époque lointaine et constitue un synonyme de force et de puissance.

Phénomène récent et unique à ce jour dans les annales de la publicité par son ampleur, la sortie du film "Jurassic Park" de Steven Spielberg en 1993 a été accompagnée d'une intense campagne de communication qui a fait pénétrer dans tous les foyers les innombrables espèces de dinosaures répertoriés par les spécialistes. Des publications pour enfants aux bonbons de toutes sortes, de la gamme des produits scolaires aux cadeaux publicitaires, les dinosaures entrent dans tous les foyers français au cours de l'automne et de l'hiver 1993-1994 !

Les mégalithes, souvent mis par erreur en relation avec le monde gaulois, constituent eux aussi une source d'inspiration pour évoquer la résistance au temps ou pour promouvoir une région à travers ses produits.

La fascination de l'Egypte

Si l'égyptomanie est un phénomène constant et omniprésent dans toute l'Europe et dans tous les domaines - de l'architecture aux arts décoratifs - on peut toutefois saisir des points forts dans ce courant général. La Rome antique impose dès l'Antiquité une certaine image de l'Egypte, pays de fastes et de mystères, reprise par la Renaissance, qui perpétue cette tradition. L'Expédition d'Egypte sous Bonaparte et le déchiffrement des hiéroglyphes deviennent sources d'un engouement renouvelé pour le passé pharaonique. L'ouverture du Canal de Suez en 1869 puis, dans les années 1920, l'exceptionnelle découverte de la tombe du pharaon Toutankhamon par Howard Carter et Lord Carnavon ramène au premier plan des feux de l'actualité dans l'Europe entière. Les références à l'Egypte antique fleurissent dans tous les domaines : architecture, arts décoratifs, mais aussi publicité et objets de la vie quotidienne.

Des thèmes privilégiés reviennent avec constance dans le monde des images publicitaires inspirées par le passé prestigieux de ce pays :

- la pyramide a inspiré de nombreux créateurs; elle évoque la résistance au temps, en une éternité mythique que rien ne saurait entamer, mais est aussi signe d'exotisme et de romantisme, sous le ciel étoilé des nuits d'Egypte ;
- le sphinx évoque, lui aussi, irrésistiblement l'Egypte des Pharaons, ses mystères, son exceptionnelle résistance au passage du temps ;
- les rois et reines d'Egypte, au premier plan desquels figurent Néfertiti et Cléopâtre, sont également largement mis à contribution : produits de beauté, parfums et objets de parure revendiquent avec complaisance le patronyme de ces souveraines célèbres pour leur beauté.

Nos ancêtres les Gaulois : de Vercingétorix à Astérix

C'est à l'empereur Napoléon III et à sa passion pour Jules César et l'histoire de la Gaule que l'on doit le développement de la recherche archéologique nationale, où se détache la figure emblématique de Vercingétorix. L'image du Gaulois, notre illustre ancêtre, hante aussi les manuels scolaires et est l'un des mythes les plus fortement ancrés dans notre mémoire collective depuis la 3^e République et le développement de l'enseignement laïc.

Vercingétorix est devenu le symbole du patriotisme, unifiant la Gaule en tant que chef incontesté de la résistance face à l'envahisseur romain. Le Gaulois est le symbole par excellence de la Patrie et apparaît, à ce titre, sur de nombreuses affiches de propagande. Mais Vercingétorix est aussi le vainqueur de Gergovie, représentant privilégié dès la fin du 19^e siècle des produits fabriqués en Auvergne, sa patrie.

Le Gaulois ripaille et bon vivant constitue l'autre face du mythe et il est donc tout naturel qu'il apparaisse dans de nombreuses publicités de bières, liqueurs ou élixirs divers, de même que sur diverses marques de cigarettes, dont l'une a fait du casque gaulois ailé un symbole connu de tous.

Astérix, qui naît en 1959 dans le journal "*Pilote*" sous la plume de René Goscinny et d'André Uderzo, va devenir, à son tour, en peu de temps un représentant incontournable de la "gallicité" et le label "Astérix" va proliférer dans de nombreux domaines : le premier satellite français, lancé le 26 novembre 1965, porte son nom. Associé à Obélix et à tous ses amis du village des "irréductibles Gaulois", Astérix est largement présent dans toute une gamme de produits destinés aux jeunes et... aux moins jeunes et connaît, dès sa création, un succès planétaire jamais démenti.

L'omniprésence de l'héritage gréco-romain

La civilisation gréco-romaine a fourni une liste inépuisable de noms de divinités principales ou secondaires, de demi-dieux et de héros, de personnages de l'Iliade et de l'Odyssée, dans laquelle les publicistes ont puisé avec délice pour nommer leurs produits et séduire leurs clients : marques de voitures, produits alimentaires, vins, parfums et eau de toilette baptisés Vénus, Junon, Mars, Jupiter, Bacchus, Minerve, Atlas, Ajax, Cléo....

La colonne et les références aux ordres architecturaux antiques apparaissent dans de nombreuses publicités : élégance et bon goût classique, évasion et voyage, mais solidité et pérennité sont des notions qui surgissent immédiatement dans notre esprit à l'évocation des ruines et temples antiques. Les programmes immobiliers contemporains (résidences, hôtels ou restaurants) font également fréquemment appel à l'Antiquité pour la dénomination de leurs réalisations pour renforcer le caractère d'élégance et de classe de leurs créations architecturales.

La statuaire antique constitue une autre valeur sûre, avec des œuvres telles la Vénus de Milo ou la Victoire de Samothrace, universellement connues du public. Elles sont symboles de perfection classique et de beauté idéale. D'autres sculptures ou portraits antiques ont connu un sort parallèle sans toutefois atteindre la célébrité des deux précédentes : la Louve du Capitole, le groupe du Laocoon et de ses enfants, Atlas, les figures d'atlantes, les Muses...

La puissance et le célèbre sens stratégique des légions romaines ont été exploités en publicité par divers produits financiers, ou encore par des marques de carburants ou des boissons. Constructeurs de voitures, fabricants de produits alimentaires, viticulteurs et brasseurs puisent depuis longtemps dans la mythologie gréco-romaine pour dénommer leurs produits et séduire leurs clients.

VISUELS DISPONIBLES (IMAGES NUMERIQUES PAR E-MAIL)

1/ Un petit Gaulois sympathique : le « Bonhomme Antar » © Huiles Antar / Groupe Total S.A.
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



6/ Le champagne « Vercingétorix » © Ets Dhome, France
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



2/ Fromage de Saint Nectaire « Le Dolmen » © Fromagerie du Dolmen, France
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



7/ Duvélia et la Vénus de Milo/ Doc. Musée Archéologique
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



3/ Les colles « Cléopâtre » © Cléopâtre, France
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



8/ La crème « Floréine »
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



4/ Toutankhamon et la Rectopaniline pour le foie
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



9/ Les crayons « Mars » © Staedler Mars, France
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



5/ La bière « Korma » © Brasserie Castelain, France,
Photo M. Bertola (Musées de Strasbourg)



Retour sur 600 000 ans d'histoire

Le musée se trouve au coeur d'une forêt pittoresque qui abrite plusieurs sites préhistoriques. La richesse archéologique du Bassin parisien est présentée selon un double parcours : des salles d'initiation à l'archéologie et des salles d'approfondissement des connaissances. Le travail de fouille des archéologues est évoqué à travers des moulages de sols et un audiovisuel. Une grande barque carolingienne (IXe siècle après J.-C.), découverte en 1992 en Seine-et-Marne dans un ancien chenal de la Seine, vient compléter la visite.

Achévé en 1981, le bâtiment est l'oeuvre de l'architecte-urbaniste Roland Simounet. Protégé par la loi sur les Monuments Historiques, il porte le label « Patrimoine du XXe siècle ». Par sa conception en béton brut et verre, il se fonde dans l'univers minéral des chaos de grès environnants. Les grandes façades vitrées et l'organisation des salles autour de patios permettent un dialogue permanent entre l'architecture, les collections et le sous-bois.

Toute l'année, le musée propose pour tous les publics des rencontres autour des techniques et des modes de vie préhistoriques. Il organise également animations, concerts et spectacles et participe aux grands rendez-vous nationaux.

Musée départemental de Préhistoire d'Île-de-France

48 avenue Étienne Dailly

77140 Nemours

Tél.: 01 64 78 54 80

Fax : 01 64 78 54 89

prehistoire@cg77.fr

Ouvert tous les jours sauf le mercredi, de 10h à 12h30 et de 14h à 17h30, et jusqu'à 18h en juillet et août.

Fermé les 1er mai, 25 décembre et 1er janvier.

- Salles d'exposition et collections permanentes accessibles avec aide aux personnes en situation de handicap moteur, toilettes adaptées.
- Accueil et salle de conférence équipés en boucle magnétique pour personnes malentendantes appareillées.
- Parcours découverte des collections au moyen de 7 boîtes tactiles avec livret d'accompagnement en Braille et en gros caractères pour mal et non voyants (sur réservation).
- Visites adaptées aux personnes en situation de handicap mental et visuel sur réservation.

Accueil des groupes (adultes, scolaires, personnes en situation de handicap) toute l'année sur réservation.

LA POLITIQUE DU CONSEIL GENERAL DE SEINE-ET-MARNE EN FAVEUR DES ARCHIVES, DU PATRIMOINE ET DES MUSEES

La Seine-et-Marne dispose d'une réelle qualité d'offre culturelle et touristique. Le Conseil général de Seine-et-Marne encourage la création artistique et fait du patrimoine un élément de lien social à travers sa politique de diffusion des collections, d'animation et d'accueil pour tous.

Pour dynamiser et valoriser ses Archives départementales, le Conseil général poursuit :

- l'enrichissement des collections et leur numérisation,
- des actions en direction du public scolaire avec le service éducatif et culturel et en direction du grand public par l'intermédiaire du site Internet (à construire),
- la mise en place d'une aide spécifique pour les étudiants qui souhaitent effectuer un travail de recherche sur la Seine-et-Marne,
- le soutien aux communes et intercommunalités pour restaurer et numériser leurs archives.

Pour assurer le rayonnement de son patrimoine départemental, le Conseil général encourage :

- l'organisation de colloques et de journées scientifiques,
- la création de documents spécifiques pour les circuits touristiques,
- les présences artistiques par des créations contemporaines ou des représentations de spectacle vivant,
- la restauration et l'aménagement du château de Blandy-lès-Tours,
- le soutien aux communes pour l'entretien et la restauration du patrimoine historique,
- la mise en valeur de son patrimoine industriel.

Pour améliorer la qualité de l'offre de ses musées départementaux, le Conseil général accompagne leur développement par :

- une dynamique de réseau entre les musées, leurs publics et leur programmation culturelle,
- des actions transversales avec la Médiathèque, la D.A.C et Act'Art, la Direction de l'Education et le Comité Départemental du Tourisme,
- une harmonisation de leurs conditions d'accès (tarifs et horaires),
- l'amélioration de l'accueil des publics spécifiques (senior, handicapé et jeune) et notamment des collégiens par la mise en place d'une aide au transport,
- la qualité de la scénographie des expositions et l'enrichissement de leurs collections.

Depuis la création du premier musée départemental de Seine-et-Marne en 1981 (musée de Préhistoire d'Ile-de-France), le nombre des musées a été multiplié par cinq : création du musée Stéphane Mallarmé (1992), du musée des Pays de Seine-et-Marne (1995), prise en charge du musée de l'Ecole de Barbizon depuis 2004 et enfin, réhabilitation du jardin-musée Bourdelle (2005).

L'ACCUEIL DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP DANS LES MUSEES DEPARTEMENTAUX

Le Département de Seine-et-Marne a entrepris une démarche en faveur de l'accueil des personnes en situation de handicap en l'inscrivant comme une priorité dans son plan d'action de l'administration. Dans ce contexte, la direction des archives, du patrimoine et des musées départementaux poursuit une action en faveur des publics spécifiques concernés au sein des cinq musées départementaux.

Depuis 2005 :

- mise en place d'un groupe de travail constitué d'un réseau de référents handicap dans chaque musée et aux Archives départementales + participation à la mission nationale « culture et handicap » aux côtés des grands établissements culturels parisiens.
- sensibilisation des agents des musées départementaux et des Archives départementales aux différents handicaps et formation à l'accueil des personnes en situation de handicap.
- mise en œuvre d'initiatives communes et d'actions de médiation adaptées.
- partenariat avec les associations relais représentatives des personnes en situation de handicap et les structures d'accueil.
- 30 janvier 2007 : rencontre "handicap mental et médiation culturelle dans les musées départementaux" au musée départemental des Pays de Seine-et-Marne : afin de faire émerger des propositions pour que les handicapés mentaux trouvent un accueil et des outils adaptés dans les musées.
- exposition « Ferme les yeux pour voir la Préhistoire. Exposition dans le noir pour voyants et malvoyants » au musée départemental de Préhistoire d'Ile-de-France (20 octobre -31 décembre 2007).
- exposition « Fromages de Brie » au musée départemental des Pays de Seine-et-Marne (11 novembre 2007 - 31 août 2008). Elle a été spécialement conçue pour les personnes malvoyante, malentendantes et en situation de handicap mental et était accessible aux personnes en fauteuil roulant ou à mobilité réduite.
- mise en place de visites adaptées aux personnes handicapées mentales au musée départemental des Pays de Seine-et-Marne ainsi qu'aux musées départementaux de l'Ecole de Barbizon, Stéphane Mallarmé, Bourdelle et de Préhistoire d' Ile-de-France.
- livrets en gros caractères pour visiteurs malvoyants :
 - au musée départemental des Pays de Seine-et-Marne,
 - au musée départemental Stéphane-Mallarmé
 - au jardin musée départemental Bourdelle
- livrets en Braille pour visiteurs malvoyants:
 - au musée départemental Stéphane-Mallarmé
 - au jardin musée départemental Bourdelle
 - au musée départemental de Préhistoire d' Ile-de-France
- Autres actions visant autant le confort de visite de tous que la création d'outils de médiation et de nouveaux équipements adaptés :
 - HANDICAP VISUEL
 - musée départemental de Préhistoire d'Ile-de-France : création de 7 boîtes tactiles à partir des collections permanentes, avec livret d'accompagnement en Braille et en gros caractères ; visites adaptées sur réservation.

- jardin-musée départemental Bourdelle : création d'un plan-relief tactile du jardin-musée ; visites adaptées sur réservation.
- musée départemental Stéphane Mallarmé : création d'un audioguide avec audiodescription pour malvoyants ou non voyants accompagnés. Livret d'accompagnement en Braille et documents thermogonflés ; visites adaptées sur réservation.
- création d'une maquette tactile du musée Stéphane Mallarmé et d'un fac similé tactile de l'œuvre de Gauguin (2009)
- HANDICAP AUDITIF
 - musée départemental Stéphane Mallarmé : visites guidées en langue des signes française sur réservation ; visioguide proposant une visite guidée en langue des signes françaises .
 - équipement des cinq musées départementaux en boucles magnétiques et/ou en système de visite guidée à boucle inductive, pour les personnes non ou mal entendantes appareillées
- HANDICAP MOTEUR
 - Mise à disposition de fauteuil roulant dans chaque musée
- POLY HANDICAPS
 - Création de 2 mallettes multi sensorielles associant l'ouïe, le toucher, l'odorat, le goût et la vue (2009) :
 - « à la découverte des peintres », musée de l'Ecole de Barbizon
 - « découverte des matériaux », musée des Pays de Seine-et-Marne
- **Attribution du label « tourisme et handicap »** jugeant déterminante la motivation des personnels et les efforts en matière d'amélioration de l'accessibilité pour :
 - le musée départemental des Pays de Seine-et-Marne pour les handicaps mental, moteur et auditif
 - le musée départemental Stéphane Mallarmé pour le handicap auditif
 - le jardin-musée Bourdelle pour le handicap moteur ; le label pour les handicaps visuel, auditif et mental est à venir.

Musée départemental de l'Ecole de Barbizon

Au temps des peintres de la forêt de Fontainebleau

Le village de Barbizon a été le lieu historique de résidence des artistes venant travailler en forêt de Fontainebleau de 1830 à 1875. Le musée départemental de l'Ecole de Barbizon est installé dans deux sites, l'auberge Ganne et la maison-atelier de Théodore Rousseau.

L'auberge Ganne

Les salles d'exposition du rez-de-chaussée restituent l'atmosphère chaleureuse et chère aux « peint's à Ganne » grâce aux meubles et aux décors. A l'étage, trois chambres-dortoirs ont été laissées dans leur état d'origine, avec les murs recouverts de dessins et de pochades réalisés par les artistes à leur retour de forêt ou les jours de pluie. Dans les autres salles sont exposées les collections permanentes composées d'une centaine d'œuvres de petits maîtres du XIXème. Sont également présentées des œuvres de Théodore Rousseau, Jean-François Millet, Narcisse Diaz de la Peña, Constant Troyon et Rosa Bonheur, provenant de dépôts des musées du Louvre et d'Orsay et du château de Fontainebleau.

Audiovisuel (35 min) « Barbizon ou la redécouverte de la nature » : présentation poétique et musicale de la vie des peintres à Barbizon au XIXème siècle. Evocation de l'ambiance qui régnait à l'auberge (1830-1875) avec « les peint's à Ganne »

La maison-atelier de Théodore Rousseau

La maison-atelier de Théodore Rousseau est le lieu dans lequel a vécu et travaillé le célèbre paysagiste, jusqu'à sa mort en 1867. Elle accueille aujourd'hui les expositions temporaires du musée.

Musée départemental de L'Ecole de Barbizon

Auberge Ganne (collections permanentes) : 92 Grande Rue

Maison-atelier Théodore Rousseau (expositions temporaires) : 55 Grande Rue

77 630 Barbizon

Tél. : 01 60 66 22 27

Fax : 01 60 66 22 96

barbizon@cg77.fr

Ouvert tous les jours sauf le mardi, de 10h à 12h30 et de 14h à 17h30, et jusqu'à 18h en juillet et août.

Fermé les 1er mai, 25 décembre et 1er janvier.

- Salles du rez-de-chaussée, librairie et espace audiovisuel (auberge Ganne) accessibles aux personnes en fauteuil, toilettes adaptées.
- L'étage de l'auberge Ganne et la maison-atelier Théodore Rousseau ne sont pas accessibles aux personnes en fauteuil.
- Espace audiovisuel, système d'audioconférence pour visite guidée et accueils de l'auberge Ganne et de la maison-atelier Théodore Rousseau équipés en boucle magnétique pour personnes malentendantes appareillées.
- Visites adaptées aux personnes en situation de handicap mental sur réservation.

Jardin-musée départemental Bourdelle *Jardin d'artiste, jardin de sculptures*

De style Art déco, le jardin-musée Bourdelle, ouvert au public depuis juin 2005, accueille un ensemble de 57 sculptures en bronze, pour la plupart monumentales, retraçant l'évolution de l'œuvre d'Antoine Bourdelle (1861-1929). Parmi ces sculptures figurent ses créations les plus célèbres : Héraklès archer, le Centaure mourant ou la monumentale statue équestre du Général Alvear. Ces sculptures sont présentées à l'air libre, dans un splendide jardin de 7 000 m². Ce jardin a fait l'objet d'une restauration avant l'ouverture du site. Ces travaux, effectués selon les plans conçus par Françoise Phiquepal, architecte-paysagiste, ont permis de reproduire la création paysagère réalisée entre 1969 et 1985 par Michel Dufet, ami d'Antoine Bourdelle et époux de Rhodia, la fille de l'artiste. L'objectif de Michel Dufet, à travers ce travail original, était de magnifier l'art de Bourdelle et de créer dans ce jardin un contrepoint en plein air du musée Bourdelle de Paris, dont il fut l'un des soutiens actifs. De fait, la présentation des sculptures à l'air libre, dans ce cadre végétal jouant sur les couleurs et sur l'organisation de l'espace, permet d'apprécier dans toute sa vigueur l'art de Bourdelle. Les parterres fleuris bordés de buis ou de rosiers, les conifères en palissades ou en colonnes, les arbres fruitiers ou décoratifs, isolés ou en bosquets, offrent un cadre coloré aux œuvres du grand sculpteur français.

Jardin-musée départemental Bourdelle

1 rue Dufet-Bourdelle
Hameau du Coudray
77620 Egreville
Tél.: 01 64 78 50 90
Fax : 01 64 78 50 94
bourdelle@cg77.fr

ATTENTION : OUVERTURE SAISONNIERE

Ouvert du 2 mai au 31 octobre, tous les jours sauf les lundi et mardi, de 10h 30 à 13h et 14h à 18h.

- Le musée a le label « Tourisme et Handicap » pour le handicap moteur.
- Accueil, système d'audioconférence pour visite guidée et point audiovisuel équipés en boucle magnétique pour personnes malentendantes appareillées. Pour personnes malentendantes non appareillées, systèmes d'audioconférence avec écouteurs pour visite guidée.
- Plan relief tactile du jardin, livret de visite en Braille et gros caractères pour personnes mal ou non voyantes.
- Visites adaptées - handicap mental et handicap visuel - sur réservation.

Musée départemental Stéphane Mallarmé

Dans l'intimité du poète

Professeur d'anglais à Paris, le poète Stéphane Mallarmé découvre en 1874 cette ancienne auberge qui fait face à la Seine et à la forêt de Fontainebleau. Il la loue pour y séjourner régulièrement à la Toussaint, à Pâques et en été. Très attaché à ce lieu, il y réalise même d'importants travaux afin de s'y installer définitivement à sa retraite en 1893. Il y meurt le 9 septembre 1898.

Inscrite à l'Inventaire supplémentaire des Monuments Historiques en 1946, la maison reste la propriété des héritiers du poète jusqu'en 1985. Elle est alors achetée, avec son mobilier et sa bibliothèque, par le département de Seine-et-Marne. La bâtisse, entièrement rénovée par l'architecte Bruno Donzet, abrite aujourd'hui le musée. Le charme de cette maison de villégiature est restitué à travers les meubles, les objets familiers et la bibliothèque du poète et quelques oeuvres de ses amis peintres et sculpteurs. Le beau jardin où Mallarmé aimait «faire la toilette des fleurs avant la sienne» a été également restauré par la paysagiste Florence Dollfus et contribue à l'agrément de ce lieu de mémoire.

Des expositions temporaires complètent l'évocation de l'univers de cet écrivain exceptionnel qui joua un rôle de premier plan dans la vie intellectuelle et artistique de son temps.

Musée départemental Stéphane Mallarmé

4 promenade Stéphane Mallarmé

77870 Vulaines-sur-Seine

Tél.: 01 64 23 73 27

Fax : 01 64 23 78 30

mallarme@cg77.fr

Ouvert tous les jours sauf le mardi, de 10h à 12h30 et de 14h à 17h30, et jusqu'à 18h en juillet et août.

Fermé le 1er mai et du 24 décembre au 1er janvier.

- Le musée a le label « Tourisme et Handicap » pour le handicap auditif.
- Audioguide en français, anglais et allemand.
- Accueil et audioguide équipés en boucle magnétique pour personnes malentendantes appareillées.
- Visioguide proposant une visite guidée en langue des signes française.
- Visites guidées en langue des signes française.
- Audioguide avec visite guidée audiodescriptive pour déficients visuels. Livrets d'accompagnement en Braille et documents thermogonflés.
- Livret de visite en gros caractères (collections permanentes et expositions temporaires)
- Visites adaptées aux personnes en situation de handicap mental sur réservation.
- Musée non accessible aux fauteuils roulant.

Musée départemental des Pays de Seine-et-Marne *A la découverte d'un territoire, de son histoire et de son évolution*

Située dans le cadre campagnard de la vallée du Petit-Morin, le musée départemental des Pays de Seine-et-Marne propose une collection de plus de 3 000 objets, composée d'instruments agricoles ou artisanaux qui permettent de retracer l'histoire paysanne briarde et ses traditions. L'exposition permanente, complétée par un jardin de plantes utiles et une oseraie conservatoire, présente les activités anciennes de la société rurale seine-et-marnaise : agriculture, élevage, artisanat, petites industries, exploitation des matières premières. L'espace ethnographique, ponctué de vidéos, se termine par une évocation de l'habitat rural traditionnel. Le musée fait aussi revivre l'univers qualifié de "fantastique social" de l'écrivain Pierre Mac Orlan (1882-1970), habitant de Saint-Cyr-sur-Morin et auteur du roman "Le Quai des Brumes" adapté au grand écran.

Événement : réouverture au printemps 2009 de la maison de Pierre Mac Orlan à Saint-Cyr-sur-Morin, après rénovation.

Musée départemental des Pays de Seine-et-Marne

17, avenue de La Ferté-sous-Jouarre

77750 Saint-Cyr-sur-Morin

Tél.: 01 60 24 46 00

Fax : 01 60 24 46 14

mpsm@cg77.fr

Ouvert tous les jours sauf le samedi, de 10h à 12h30 et de 14h à 17h30, et jusqu'à 18h en juillet et août.

Fermé le 1er mai et du 24 décembre au 1er janvier.

- [Le musée a le label « Tourisme et Handicap » pour le handicap auditif, moteur et mental.](#)
- Collections permanentes et expositions temporaires accessibles aux personnes à mobilité réduite ou en fauteuil. Parking réservé et dépose-minute devant le musée.
- Accueil, système d'audioconférence pour visite guidée et espace audiovisuel équipés en boucle magnétique pour personnes malentendantes appareillées.
- Visites adaptées aux personnes en situation de handicap mental sur réservation.

EXPOSITIONS TEMPORAIRES

Musée départemental Stéphane Mallarmé

▪ **« Mallarmé à Avignon, la rédaction d'Igitur », 10 janvier-23 mars 2009**

En écho à la célébration des 150 ans d'*Igitur* aux Hivernales d'Avignon, le musée départemental Stéphane Mallarmé propose une évocation de la période avignonnaise du poète et une présentation d'*Igitur*, texte mystérieux resté inédit du vivant de Mallarmé, qu'il conçut lors de ce séjour provençal.

▪ **« La maison transparente », Catherine Beaugrand, Jacques Guimet (poète) et Annie Warnier (graveur), 28 mars-15 juin 2009**

Au fil d'une rêverie dans « la petite maison de Valvins » que Mallarmé aimait tant, le fantôme du poète resurgit à travers la vision originale de Catherine Beaugrand, Jacques Guimet et Annie Warnier. Ceux-ci investissent les lieux et proposent un parcours étrange et poétique autour des thèmes du jardin, de la salle commune, de l'exil, de l'autoportrait et du récit. Catherine Beaugrand, artiste, présentera deux films, dont l'un se révèle une quête de ce qui hante la maison, ainsi que l'installation d'une architecture de plis. Jacques Guimet, auteur et dramaturge, célébrera le rêve d'un théâtre au suspens des mots de Mallarmé. Annie Warnier, artiste, habitera la maison par le dessin et la gravure. Autonomes mais partageant la référence commune au maître de Valvins, ceux qui se définissent comme des visiteurs de la maison présentent enfin un projet associant les différents médiums, « la maison d'impression », écho et hommage au « Livre » de Mallarmé.

▪ **« L'Après-midi d'un faune », 24 juin-7 septembre 2009**

L'accrochage mettra en lumière ce célèbre poème de Mallarmé, dont Edouard Manet illustra l'édition originale en 1876, et qui inspira le fameux *Prélude à l'Après-Midi d'un faune* de Debussy ainsi que le ballet dansé par Nijinsky.

▪ **« Rien qu'un battement aux cieux : les éventails de Mallarmé », 19 septembre-21 décembre 2009**

« Dans les classes aisées, il n'est pas une femme qui n'ait son éventail » constate Oscar-Edmond Ris-Paquot dans son *Livre de la femme d'intérieur*, publié en 1891. L'art et la littérature de l'époque rendent largement compte de l'importance de cet accessoire de la mode féminine, omniprésent dans les bals, les salons et les théâtres. Loin de ces mondanités un peu futiles, l'éventail, « simulacre de vol vers un au-delà fictif » (Bertrand Marchal) est, pour Stéphane Mallarmé, un des avatars du Livre, de l'écriture absolue recherchée par le poète tout au long de sa vie. Ces deux visions peuvent-elles être réconciliées ? L'exposition montrera que cet objet tout à la fois familier et raffiné, remis à la mode sous l'influence conjuguée du japonisme et de l'hispanisme, a constitué une source d'inspiration majeure pour les artistes et les écrivains de cette époque et a suscité maints chefs-d'œuvre. L'exposition s'appuiera sur les œuvres du poète lui-même et celles d'autres écrivains contemporains, sur les dessins, peintures et estampes des artistes qu'il a connus et fréquentés, sur divers exemples d'éventails fabriqués dans le dernier quart du XIX^{ème} siècle :

- Portraits et scènes présentant des femmes avec des éventails : œuvres de Mary Cassatt, Edgar Degas, Édouard Manet, Berthe Morisot, Félicien Rops, Édouard Vuillard, James McNeill Whistler, etc.
- Éventails peints par des artistes : œuvres d'Edgar Degas, Maurice Denis, Paul Gauguin, Gustave Moreau, Félix Vallotton, etc.
- Éventails servant de support à des poèmes, des dédicaces, des hommages, et éventails ayant appartenu à des femmes de l'entourage de Mallarmé.

Musée départemental de l'École de Barbizon - Maison-atelier Théodore Rousseau

▪ « François-Auguste Ortmans (1826-1884) », 6 septembre – 21 décembre 2009

Cette exposition est l'aboutissement du premier travail de recherche consacré à ce peintre d'origine belge dont une œuvre importante, « Sous-bois en forêt de Fontainebleau », est conservée au musée de l'École de Barbizon. Tournée essentiellement vers le paysage, l'œuvre d'Ortmans fait une large place aux vues de la forêt de Fontainebleau : marqué par l'art de Théodore Rousseau, il s'installe d'ailleurs à Fontainebleau en 1854 et y réside jusqu'à sa mort. L'exposition présentera une cinquantaine d'œuvres, tableaux et dessins, pour beaucoup inédits et conservés dans des collections privées ainsi que de diverses collections publiques françaises, allemandes et belges.

Musée départemental de Préhistoire d'Île-de-France

▪ « Archéopub, la survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires », jusqu'au 1er mars 2009

Mais que font une boîte de boules « Quiès », un porte-clef du bonhomme « Antar », des dinosaures en plastique, un savon « Cléopatra », un paquet de cigarettes « Gauloises » et des centaines d'autres objets au musée départemental de Préhistoire d'Ile-de-France ? Chacun présente, à sa manière, un lien avec la Préhistoire ou l'histoire antique et illustre leur emploi dans le domaine bien contemporain de la publicité. En effet, pour vanter de multiples produits, la publicité sait faire appel à l'Égypte des Pharaons et à ses mystères, à l'image bien ancrée du Gaulois aux larges moustaches, buveur et ripailleur, ou encore à Vercingétorix, héros gaulois par excellence ! Le monde gréco-romain est aussi largement représenté avec des dénominations à consonance grecque ou latine. Et que dire des dinosaures qui continuent d'envahir, après un fi lm célèbre, notre vie quotidienne ! Chaque objet exposé au musée de Préhistoire plonge dans notre imaginaire collectif et joue avec les notions d'élégance, de beauté, de rêve, d'exotisme, de longévité... C'est au décryptage de ces images que vous convie avec humour cette exposition.

▪ « Les fastes de Jean-Paul Marcheschi », 17 mai – 18 octobre 2009

Après avoir utilisé les techniques classiques de la peinture et du dessin, au début de sa carrière, Jean-Paul Marcheschi abandonne définitivement le pinceau en 1984. Cette année-là, à la suite d'un voyage à Stromboli, il adopte le « pinceau de feu » qui sera dès lors son instrument de travail exclusif. A la manière dont Jackson Pollock travaillait la peinture, Marcheschi travaille la flamme, la cire, le noir de fumée par ce qu'il appelle le « dripping de feu », en référence à la technique de l'expressionniste abstrait américain. Marcheschi travaille sur des feuilles A4 perforées, posées au sol, dans une sorte de ballet chorégraphique au flambeau. Il assemble ensuite ces feuilles dans des compositions monumentales. Ses thèmes d'inspiration sont divers : l'univers et le temps des cavernes, le feu du volcan, la *Divine Comédie* de Dante ... Au musée départemental de Préhistoire d'Ile de France, sera présenté un ensemble de peintures pour la salle d'exposition temporaire, une installation monumentale dans le hall d'entrée du musée, un ensemble de sculptures en cire dans la première salle d'exposition permanente, une sculpture dans le caisson de la barque carolingienne et un ensemble d'une quinzaine de sculptures en bronze disséminées dans le parc du musée.

Musée départemental des Pays de Seine-et-Marne

▪ « Chansons – Dans le sillon de Pierre Mac Orlan », jusqu'au 31 août 2009

Le musée des Pays de Seine-et-Marne invite à un tour de chant pour découvrir la chanson de Pierre Mac Orlan ! Cette exposition évoque la chanson populaire qui fut celle de l'écrivain Pierre Mac Orlan et de son époque, et fait le lien avec celle d'aujourd'hui, celle dans laquelle on décèle une filiation

avec l'écrivain, et celle qu'il aurait repérée, étudiée et téléchargée, étant certain que s'il avait vécu jusqu'au début de ce 21^{ème} siècle, il aurait bradé son vieil électrophone qui trône encore dans le bureau de sa maison de Saint-Cyr-sur-Morin pour un lecteur MP3. A travers les chansons de Pierre Mac Orlan, ses interprètes (Juliette Gréco, Monique Morelli...), ses compositeurs (Marceau, Gérard...), mais aussi la « chanson à texte » ou chanson poétique de la relève (Allain Leprest, le cirque des mirages...), les jeunes visiteurs percevront ce qu'est une chanson et apprendront comment elle se fabrique. Images d'archives, interviews de l'écrivain, de compositeurs, d'interprètes d'hier et d'aujourd'hui, ateliers, rencontre avec des artistes et écoute d'instruments de musique chers à l'auteur (accordéons, orgue de barbarie, limonaire)... enrichiront cette visite de multiples expériences.

De nombreuses animations complètent cette exposition (renseignements auprès du musée)

▪ **« Jardins et biodiversité » fin octobre 2009 –31 août 2010**

Le musée départemental des Pays de Seine-et-Marne présentera une exposition sur les enjeux de la biodiversité dans les jardins privés pavillonnaires. L'objectif de l'exposition sera de faire découvrir au public, à partir d'exemples significatifs, quels sont les mécanismes de la biodiversité dans les jardins pavillonnaires, et en quoi l'action du jardinier amateur et sa manière de concevoir son jardin contribue au maintien, ou à l'appauvrissement, de la biodiversité. Seront évoquées, dans une scénographie attractive et ludique sous forme de contes et récits, la question du statut du jardin, conçu comme un coin de nature ou comme une continuité de la maison, la question du regard extérieur et de l'entretien (qui peut nuire à la biodiversité), la question des modèles induits par les circuits d'approvisionnement et les politiques publiques, la méconnaissance des mécanismes du vivant et du vivant lui-même, la culture jardinière des habitants... Ces enjeux seront illustrés par des petites histoires de thuyas, de coccinelles, d'arbres à papillons...qui conduiront le visiteur à s'emparer de l'un de ces éléments pour le faire sien dans son jardin personnel ou sur son balcon. Exposition en lien avec le lancement de l'atlas de la biodiversité et en partenariat avec la maison de l'environnement.

ANIMATIONS

Les musées participent également aux grands événements nationaux ou à ceux organisés par le Conseil général de Seine-et-Marne et vous proposent ainsi des animations spécifiques à ces occasions.

Printemps des poètes, sur le thème « en rires » du 2 au 15 mars 2009

Musée départemental Stéphane Mallarmé

Musée départemental des Pays de Seine-et-Marne

Mais aussi : Médiathèque départementale, Archives départementales, Château de Blandy-les-Tours

C'est mal connaître la poésie que de la cantonner à une gravité sourcilleuse, austérité, spleen et mélancolie ! Si elle s'attache certes aux grandes questions et aux grands enjeux de l'existence, elle ne s'interdit pour le faire nul moyen. Depuis les fatrasies médiévales jusqu'aux actuels chahuteurs de langue, en passant par les pataphysiciens ou les dadaïstes, la poésie n'a cessé de recourir au burlesque, à l'humour, à la satire. Oui, tous les rires sont dans la poésie, sauf le vulgaire et le mesquin, car même s'il rit, le poète reste poète : questionneur, rebelle et éveilleur de conscience. (Jean-Pierre Siméon)

Animations exceptionnelles : ateliers d'écriture sur projet (inscription dès septembre), tournoi de poésie - Slam, rencontres avec des écrivains et des poètes.

Nuit des Musées 2009

16 mai 2009

Musée départemental Stéphane Mallarmé

Musée départemental des Pays de Seine-et-Marne

Musée départemental de Préhistoire d'Île-de-France
Musée départemental de l'École de Barbizon
Jardin-musée départemental Bourdelle

Et plus de 10 autres musées de Seine-et-Marne participants

Ouverture nocturne et animations gratuites.

Journée du Patrimoine de pays, sur le thème « Toits, tours, clochers... patrimoine en hauteur »

Dimanche 14 juin 2009

Musée départemental des Pays de Seine-et-Marne

**19e championnat européen de tirs aux armes préhistoriques
5 et 6 septembre 2009**

Musée départemental de Préhistoire d'Île-de-France

Le musée départemental de Préhistoire d'Île-de-France et la Ville de Nemours organisent une manche du 19ème championnat européen de tir à l'arc et au propulseur préhistoriques. Les compétitions se dérouleront dans la forêt attenante au Musée. Une centaine de participants venus de toute l'Europe se retrouveront pour essayer leur matériel conçu selon des techniques préhistoriques (sans utilisation de métal ou de plastique) sur un parcours de 10 cibles dissimulées dans un environnement de pins et rochers, recréant ainsi un itinéraire de chasse préhistorique.

- **samedi 5 septembre 2009 à 14 h : compétition de tir à l'arc préhistorique**
- **dimanche 6 septembre 2009 à 9 h 30 : compétition de tir au propulseur**

Les Journées du patrimoine 2009

19 et 20 septembre

Dans les 5 musées départementaux

Entrée et animations gratuites

Lire en fête

octobre 2009

Musée départemental Stéphane Mallarmé

Venez fabriquer votre jus de pomme !

octobre 2009

Musée départemental des Pays de Seine-et-Marne

Pour les familles et tous ceux qui aiment le goût de la pomme.

Fête de la science

novembre 2008

Musée départemental de Préhistoire d'Île-de-France

**Plus d'informations et programmes détaillés auprès des musées ou
sur www.seine-et-marne.fr, rubrique loisirs**