

# SESSION 2014

# AGRÉGATION CONCOURS EXTERNE

Section : ÉCONOMIE ET GESTION Option : SYSTÈME D'INFORMATION

# ÉTUDE DE CAS SUR LA GESTION DES ENTREPRISES ET DES ORGANISATIONS

Durée : 5 heures

Lexique SQL autorisé.

Règle à dessiner les symboles de l'informatique autorisée.

L'usage de tout autre ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique (y compris la calculatrice) est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB: La copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.

# **DOCUMENTS REMIS AUX CANDIDATS**

Présentation générale

Dossier 1 – Évolution des supports de travail des salariés du musée

Dossier 2 – Évolution du lien entre les visiteurs et le musée

# **Annexes**

Annexe 1. Extraits de l'arrêté du 25 mai 2004 fixant les normes techniques relatives à la tenue de l'inventaire

Annexe 2. Extrait de l'entretien avec la responsable administrative en charge des systèmes d'information à propos du logiciel de gestion du catalogue

Annexe 3. Document interne établi par le *musée des arts* en vue des demandes de subventions pour l'acquisition du logiciel de gestion du catalogue

Annexe 4. Tableau comparatif des tarifs et des choix de configuration des différents logiciels

Annexes 5. Exemples d'initiatives numériques autour des musées de France Annexe 6. Code de la classe ParcoursFichier

La candidate ou le candidat est invité-e à définir les principaux concepts mobilisés dans ses réponses.

# Présentation générale

# Le dynamisme des musées français

Malgré la crise, les musées français se portent bien. Leur fréquentation est en hausse constante ces dernières années, pour atteindre 57 millions de visiteurs en 2011. Aller au musée demeure l'une des pratiques culturelles les plus populaires - au côté de la lecture, du cinéma et de la musique - avec 30 % de français déclarant aller au moins une fois par an dans un musée. Les quelques 1 100 musées français sont aussi un fort vecteur de valorisation du patrimoine, apprécié par les touristes français comme étrangers. Les collections présentées se rapportent principalement à l'art ou l'histoire, mais aussi à la société, à la nature ou encore aux sciences et techniques.

Le dynamisme des musées s'apprécie à la fois par la fréquentation, les recettes et la richesse des collections et des expositions temporaires. À ce titre, les grands musées parisiens se classent dans tous les premiers rangs mondiaux. Les sept musées français recevant plus d'1 million de visiteurs annuels se trouvent en Île-de-France. À elle seule, cette région comptabilise 60% des entrées nationales. À l'inverse des très grands établissements, un peu plus d'un millier de musées, répartis sur tout le territoire, comptent moins de 100 000 visiteurs annuels. Enfin, une soixantaine de musées sont dits de taille intermédiaire, recevant entre 100 000 et 1 million de visiteurs par an.

Quelle que soit leur taille, ces musées sont confrontés à une action de modernisation continue. Cette modernisation du fonctionnement concerne tout d'abord la gestion des établissements, qui se fait dans un contexte de contraintes accrues des financements publics. La modernisation passe aussi par la coopération entre établissements et la mise en réseau des activités. Enfin, elle passe par le renouvellement continu de l'offre faite au public. Il s'agit de suivre les évolutions de la consommation culturelle, marquée ces dernières années par la numérisation croissante des pratiques. Aujourd'hui, 80% des lieux culturels importants possèdent un site web et 45% sont présents sur les réseaux sociaux. Les musées numérisent leurs œuvres, installent des bornes interactives et multimédias dans les espaces d'exposition ou proposent des systèmes d'audio-guidage innovants : toutes ces initiatives participent à donner un nouveau visage aux musées.

# Le musée des arts

Le *musée des arts* est établi dans une ville touristique qui est une grande capitale régionale reconnue pour son dynamisme. Avec environ 300 000 visiteurs annuels, le musée est représentatif des établissements de taille intermédiaire. Il présente au public des collections de peintures, sculptures et antiquités. Il a bénéficié d'une rénovation récente des bâtiments. Dans le dernier rapport d'activité de l'établissement, les objectifs suivants sont jugés prioritaires :

- Augmentation de la fréquentation ;
- Mise en place d'une politique de développement de l'éducation, de la culture, de la connaissance et de la recherche en partenariat avec les organisations d'enseignement et de recherche;
- Accueil d'expositions temporaires, à savoir expositions nationales déconcentrées en région et expositions de créateurs de la région;
- Initiation d'une activité de recherche en partenariat avec des laboratoires de l'université.



Le développement et la diversification de son activité se font en partenariat avec d'autres acteurs économiques locaux :

- Les tours opérateurs pour l'accueil de groupe ;
- Les organisateurs de congrès pour l'accueil d'évènements privés tels que réceptions, dîners, congrès dans la région;
- Un libraire pour la mise en place de boutiques (librairie, objets souvenirs...);
- Un restaurateur pour gérer un café et une brasserie.

# Les nouveaux projets

Aujourd'hui, la modernisation du *musée des arts* prend la forme de plusieurs projets portés par les systèmes d'information.

Un premier ensemble de projets intéresse les salariés du musée. Il s'agit de faire évoluer le système de gestion des collections du musée. Cela passe notamment par la numérisation de l'inventaire des œuvres détenues par le musée qui seront plus facilement répertoriées. L'objectif est de pouvoir faciliter le recensement de ces œuvres, mais aussi leur accès aux visiteurs et favoriser la mutualisation avec d'autres établissements français ou internationaux. Parallèlement, le réseau wi-fi mis à disposition des salariés afin de faciliter leur travail quotidien doit évoluer.

Une seconde série de projets s'adresse aux visiteurs du musée. Il s'agit de renforcer leur lien au musée et à ses œuvres. Un meilleur accès des visiteurs à l'information et une plus grande interactivité sont perçus comme des facteurs d'amélioration, gage d'une fréquentation pérenne sur le long terme. Des investissements sont donc envisagés pour favoriser l'usage des nouveaux outils numériques autour de la visite du musée.

Pour mener à bien ces projets, le musée dispose d'un service administratif en charge des systèmes d'information, ainsi que d'un service de communication. En outre, le musée peut s'appuyer sur les services de la municipalité dans ces domaines.

La candidate ou le candidat se penchera sur ces deux projets au travers de deux dossiers indépendants :

- Dossier 1 : Évolution des supports de travail des salariés du musée
- Dossier 2 : Évolution du lien entre les visiteurs et le musée

# DOSSIER 1 - Évolution des supports de travail des salariés du musée

Annexes à utiliser : 1, 2, 3 et 4

Afin d'améliorer la gestion de l'établissement et faciliter le travail quotidien des salariés, le musée des arts investit régulièrement dans son système d'information. Certains investissements sont guidés par l'évolution des exigences règlementaires qui encadrent l'activité de l'établissement quand d'autres visent à faire évoluer les supports de travail des salariés afin de leur permettre de répondre aux besoins « métier » liés aux collections muséales.

# L'inventaire des collections

L'inventaire des collections muséales est un outil de travail indispensable pour les conservateurs, les régisseurs et les documentalistes au sein des musées. Longtemps géré manuellement, cet inventaire muséographique doit être tenu de manière rigoureuse, ce qui demande de nombreuses mises à jour d'informations par plusieurs catégories de personnes habilitées.

Depuis plusieurs années, l'informatisation de cet inventaire est enclenchée de façon dispersée. Certains musées ont fait développer leur propre logiciel. Des éditeurs spécialisés ont également commercialisé des progiciels sectoriels. Cette multiplicité des offres nuisant à l'interopérabilité ainsi qu'à la lisibilité des inventaires par les autorités de tutelle, un texte réglementaire est venu rappeler les exigences communes à suivre. Les normes techniques relatives à la tenue de l'inventaire ont été définies dans *l'arrêté du 25 mai 2004*. Des extraits de l'arrêté sont fournis en **annexe 1**.

Dans l'optique de l'informatisation de son propre inventaire, le *musée des arts* initie un travail de diagnostic des offres et des exigences relatives à la mise en place de sa future base de données.

# TRAVAIL À FAIRE

- 1.1 Proposer, sous la forme de votre choix, une représentation conceptuelle des données permettant de répondre aux obligations relatives aux normes techniques de tenue de l'inventaire.
- 1.2 Trois besoins de gestion suivant sont identifiés :
  - a) Établir la liste des biens appartenant au collectionneur "Fondation EXELMANS";
  - b) Compter le nombre de biens par époque de la collection "Ombre et lumière";
  - c) Établir la liste des biens appartenant au collectionneur "Fondation EXELMANS" qui n'ont pas figuré dans la collection "Ombre et lumière".

Proposer une solution permettant de répondre à ces besoins en exploitant la modélisation des données précédemment effectuée.

Le musée des arts s'oriente vers l'acquisition d'un logiciel de gestion des collections auprès d'un éditeur prestataire. En plus de la gestion du catalogue et de l'inventaire muséal, ce progiciel devrait permettre la mise en place de nouveaux services, comme par exemple la prise de vue numérique des œuvres.

Pour mener à bien le choix de logiciel, le *musée des arts* doit nécessairement évaluer certains risques et classer les offres existantes selon différents critères. De nombreux éléments de choix sont consignés dans les **annexes 2, 3 et 4**.

Afin d'effectuer son choix, la direction du musée souhaite disposer d'une note d'information qui doit idéalement faire ressortir :

- les critères à privilégier pour faciliter la comparaison ;
- les spécifications techniques de l'architecture informatique à mettre en œuvre ;
- les arguments financiers à prendre en compte;
- les enjeux économiques qui peuvent motiver le choix.

# TRAVAIL À FAIRE

1.3 Rédiger la note d'information permettant la comparaison des différentes offres. Préciser la solution finalement préconisée.

### Travailler en mobilité dans le musée

Le Musée des Arts a équipé depuis plusieurs années certains de ses salariés en ordinateurs portables, afin qu'ils puissent les utiliser dans leur bureau, mais aussi en salle de réunion, ou bien à l'extérieur lors de rencontres avec des partenaires ou des financeurs.

Dans le but de faciliter ce travail en mobilité des personnels, le service responsable des systèmes d'information a mis récemment en place un réseau *wi-fi*, à la demande de l'équipe de direction. Depuis un an, le réseau *wi-fi* du musée complète le réseau filaire.

Cela fait maintenant quelques semaines que des problèmes réguliers sont apparus sur le serveur. On constate des blocages du système, des arrêts intempestifs, des tentatives d'intrusion hors des périodes d'ouverture du musée. Dans une première investigation, les matériels ont été testés et ils ne présentent aucune anomalie.

### TRAVAIL À FAIRE

1.4 Établir un diagnostic des raisons possibles des dysfonctionnements constatés sur le réseau *wi-fi.* 

# DOSSIER 2 : Évolution du lien entre les visiteurs et le musée

Annexes à utiliser : 5 et 6

# Enrichir la relation du musée des arts à son public

À l'instar de nombreux musées, le *musée des arts* possède un site *web* depuis une dizaine d'années. Ce site a peu évolué au cours du temps, proposant un nombre limité d'informations et de fonctionnalités.

L'équipe de direction a pu constater que, dans d'autres musées, les initiatives se multiplient autour des sites web, mais pas seulement. Ces musées cherchent à tirer parti des nombreuses possibilités issues des nouveaux supports numériques, comme les téléphones, les tablettes et même les consoles numériques (type console de jeu). Le visiteur peut alors accéder à des ressources différentes et personnalisées, ainsi que des services nouveaux de la part de ces établissements. Les contenus informatifs, pédagogiques voire participatifs aident le visiteur à se repérer et à comprendre les œuvres et leur contexte de création : les musées renforcent leur mission de médiation avec le public. Toutes ces différentes initiatives peuvent toucher le visiteur au moment de la préparation de la venue, durant la visite en ellemême, ou pour instaurer un lien plus continu dans le temps.

Avant sa venue, le visiteur peut, de manière désormais classique, consulter les horaires, le plan mais aussi les actualités du musée (expositions temporaires, événements ponctuels, etc.). Dans certains musées, il est possible de réserver voire d'acheter et d'imprimer son billet d'entrée ou son « pass » d'abonné.

Pendant la visite, les initiatives les plus avancées viennent enrichir les contenus ou la scénographie en complétant l'expérience du visiteur. Les supports utilisés peuvent être des bornes interactives et multimédias dans les espaces d'exposition ou bien des systèmes d'audio-guidage mobiles innovants. Ces derniers utilisent des consoles normalement dédiées au jeu ou bien prennent la forme d'applications installées sur les propres équipements mobiles des visiteurs. Les technologies RFID ou les QR codes peuvent compléter le dispositif. Ces différents supports permettent au visiteur de se repérer dans l'établissement ; ils permettent surtout l'accès à des ressources complémentaires, par exemple, via des commentaires de spécialistes, des informations sur le contexte historique ou les techniques artistiques, et également des possibilités de visualiser les œuvres en trois dimensions ou de zoomer sur certains détails des œuvres.

Après la visite, les outils internet permettent d'échanger avec le public par des envois de messages ciblés, des lettres électroniques (newsletter), des enquêtes en ligne, des interactions sur les réseaux sociaux. Certains musées mettent en place des blogs comme outil de veille sur les actualités du musée. Le nombre de personnes contactées est ainsi potentiellement démultiplié. Par exemple, les messages postés sur Facebook sont transférés par des amis du musée à d'autres amis. Les visiteurs peuvent également apporter via les réseaux sociaux leurs contenus personnels, suite à la visite (photos, vidéos, commentaires...). Ils peuvent aussi contribuer aux contenus plus officiels. Ainsi, en partenariat avec Wikipedia, le Centre Pompidou propose aux internautes de participer avec les équipes du musée à la rédaction des notices explicatives numériques des œuvres.

Au delà, ces technologies initient un musée « hors les murs » avec les possibilités d'accès à distance aux œuvres numérisées, pour une exploration en ligne des collections. Cette visite virtuelle s'adresse à ceux qui ne peuvent se déplacer ou bien ceux qui font une première découverte en vue d'une visite ultérieure. La numérisation des œuvres intéresse d'ailleurs des acteurs économiques autres que les musées. Ainsi, Google – via le Google Art Project lancé en 2011 – propose gratuitement déjà plus de 32 000 œuvres numérisées à travers le monde, en partenariat avec des établissements choisis.

D'une manière générale, les musées doivent faire face à des exigences contradictoires entre l'équilibre économique de ces projets numériques et la volonté d'une accessibilité des œuvres la plus grande et la plus riche possible. On constate que la majeure partie des solutions proposées actuellement par les musées se limitent essentiellement à des audioguides enrichis en images, textes et parfois vidéos, avec de très rares fonctions d'interaction sociale. Des enquêtes menées auprès de ces utilisateurs laissent apparaître que les visiteurs regrettent l'isolement actuel procuré par l'utilisation des équipements mobiles pendant la visite.

Le *musée des arts* s'interroge sur la pertinence de ces initiatives par rapport à ses missions ainsi que ses objectifs actuels. Il s'interroge également sur les bénéfices réels pour le musée et ses visiteurs. Le musée peut-il évoluer d'un lieu « à propos de quelque chose » pour s'orienter vers un espace « destiné à quelqu'un » ?

Avant d'engager de telles initiatives numériques, l'équipe de direction souhaite donc mener une réflexion quant à leurs impacts stratégiques, organisationnels et en termes d'usages.

# TRAVAIL À FAIRE 2.1 Analyser l'impact de ces initiatives numériques innovantes sur la stratégie concurrentielle du *musée des arts*. 2.2 Identifier les différents niveaux d'usage des outils numériques que pourrait développer le *musée des arts* ainsi que les types de comportements en ligne induits. En déduire leurs incidences possibles sur la venue physique dans le musée et sur le mode de visite. 2.3 Identifier les enjeux internes à l'organisation du musée résultant de la mise en place d'initiatives numériques innovantes et proposer une démarche d'accompagnement. 2.4 Proposer les principes d'une politique d'évaluation de ces initiatives numériques innovantes, telle qu'elle pourrait être initiée par le musée.

# L'application mobile du musée

L'équipe de direction du *musée des arts* met en place une première initiative en développant une application mobile que les visiteurs pourront utiliser par le biais de leur téléphone mobiles ou leur tablette.

Dans le cadre du développement de l'application mobile pour Androïd, le fichier XML répertoriant la liste des œuvres manipulées dont voici un extrait :

<pre><oeuvres>   &lt;œuvre valeur = □Hermès□ /&gt;   <oeuvre bleue□="" chambre="" valeur="□La"></oeuvre>    </oeuvres></pre>	Le fichier recense la liste des titres des œuvres du musée.

Au sein du service administratif, responsable des systèmes d'information, le prototype d'une application qui permet d'afficher la liste des œuvres sur un téléphone mobile a été développé.

Le code de la première version de ce prototype est donné en **annexe 6.** Les premiers tests unitaires semblent démontrer le bon fonctionnement du programme mais sa maintenance est rendue difficile par l'absence totale de commentaire.

Dans les nouvelles applications développées pour Androïd, on souhaite disposer d'informations complémentaires impliquant la manipulation d'un fichier XML ayant la structure suivante :

Pour chaque œuvre on disposera de son type (peinture, sculpture, etc.) du nom de l'artiste et de la période à laquelle est rattachée l'œuvre.

# TRAVAIL À FAIRE

2.5 Créer la classe ParcoursFichierChoix pour qu'elle retourne les caractéristiques d'une œuvre, dont le nom aura été passé en paramètre. Documenter le code produit, en respectant les bonnes pratiques de programmation, et en indiquant quelles sont les notions objets mises en œuvre.

# Annexe 1 : Extraits de l'arrêté du 25 mai 2004 fixant les normes techniques relatives à la tenue de l'inventaire

# Source: legifrance.gouv.fr

# Inventaire des biens affectés aux collections d'un musée de France

### Article 1

L'inventaire des biens affectés aux collections d'un musée de France mentionné à l'article 2 du décret du 2 mai 2002 susvisé contient les rubriques définies aux annexes 1.a à 1.d du présent arrêté.

# Article 2

Un numéro d'inventaire est attribué à chaque bien ou ensemble de biens. Il se compose de trois éléments séparés par des points selon le modèle figurant en annexe 2 du présent arrêté. [...]

## Article 4

L'enregistrement à l'inventaire d'un musée de France d'un ensemble complexe de biens ou d'une masse d'objets quantitativement importante issus de fouilles ou de collectes scientifiques et techniques (archéologie, ethnologie, histoire naturelle,...) ou de toute autre forme de collecte et d'acquisition peut être effectué sous un numéro unique. Ce numéro unique renvoie à l'inventaire initial détaillé, dénommé sous-inventaire, réalisé lors de la fouille, de la collecte ou de l'acquisition, après vérification de la fiabilité de ce sous-inventaire et du marquage initial des biens. [...]

### Annexes 1 et 2 de l'arrêté du 25 mai 2004

# Annexe 1 : Rubriques de l'inventaire d'un musée de France

# Annexe 1.a. Inventaire des acquisitions d'un musée de France

L'inventaire comprend :

# 1. Les rubriques relatives au statut juridique du bien et aux conditions de son acquisition :

Numéro d'inventaire, ainsi qu'il est décrit en annexe 2 ; Mode d'acquisition ; Nom du donateur, testateur ou vendeur ; Date de l'acte d'acquisition et date d'affectation au musée ; Avis des instances scientifiques compétentes en matière d'acquisition ; Prix d'achat (en euros) et mention des concours publics : acquisition subventionnée (AS) ou acquisition non subventionnée (ANS) ; Date d'inscription au registre.

# 2. Les rubriques portant description du bien :

Désignation : catégorie du bien (tableau, meuble, véhicule automobile, spécimen d'histoire naturelle, etc.), suivie de son nom, sujet, titre ou décor ; Marques et inscriptions portées sur le bien ; Matières ou matériaux ; Techniques ; techniques de préparation (squelette, taxidermie, exemplaire séché, plastination, liquide conservateur, ...) lorsqu'il s'agit de collections d'histoire naturelle ; techniques de fabrication (artisanale, manufacturée, industrielle, série, prototype,...) pour les collections scientifiques et techniques ; Mesures (avec précision des unités de mesure) ; Indications particulières sur l'état du bien au moment de l'acquisition contribuant à son identification, telle la mention d'un manque.

# 3. Des rubriques complémentaires :

Des rubriques complémentaires sont remplies quand l'information est pertinente pour le bien :

Auteur, collecteur, fabricant, commanditaire, propriétaire lorsqu'il s'agit de collections scientifiques et techniques ; date ou époque ; date de récolte, lorsqu'il s'agit de collections scientifiques et techniques ; Fonction d'usage ; Provenance géographique. Une rubrique Observations est, s'il y a lieu, réservée aux informations suivantes :

Première date de présence attestée dans le musée en cas d'origine inconnue ; Utilisateur illustre, premier et dernier propriétaire ; Anciens numéros d'inventaire, autres numéros d'inventaire ; Mentions à porter, en cas de radiation, en application de l'article 4 du décret n° 2002-852 du 2 mai 2002 ;

Date de vol ou de disparition avérée du bien et, le cas échéant, date à laquelle le bien a été retrouvé ; Existence du sous-inventaire prévu à l'article 4 pour les ensembles complexes.

# Annexe 1.b. Inventaire à titre rétrospectif des biens d'un musée de France non inventoriés

Les rubriques de l'inventaire sont remplies comme il est indiqué au 1.a [...].

# Annexe 1.c. Inventaire d'un ensemble complexe

L'enregistrement d'un ensemble complexe à l'inventaire du musée comporte les rubriques suivantes :

Numéro d'inventaire, la numérotation de l'ensemble complexe et de chacune de ses pièces remarquables étant réalisée conformément aux normes précisées au 2.c de l'annexe 2 ; Mode d'acquisition de l'ensemble complexe ; Nom du donateur, testateur, vendeur ; Date de l'acte d'acquisition et date d'affectation au musée ; Avis des instances scientifiques compétentes en matière d'acquisition ; Prix en euros et mention des concours publics : acquisition subventionnée (AS) ou acquisition non subventionnée (ANS) ; Date d'inscription au registre ; Désignation : intitulé et éléments d'identification de la fouille ou de la collecte.

La rubrique Observations mentionne le nombre de registres de sous-inventaire qui lui sont annexés avec, pour chaque sous-inventaire et chacun de ses registres, le nombre de biens qui s'y trouvent inscrits.

Des rubriques complémentaires sont remplies lorsque l'information est pertinente.

Le cas échéant, la rubrique Observations est mise à jour dans l'inventaire et l'information est reportée dans le registre de sous-inventaire correspondant.

[...]

# Annexe 2 : Numérotation des biens des collections d'un musée de France

Le numéro d'inventaire n'est précédé d'aucun symbole et ne comporte que des chiffres, sauf le cas prévu au troisième alinéa de l'article 2 et la marque éventuelle qui permet d'identifier le musée lui-même. Les interruptions dans la numérotation et l'attribution de numéros bis, ter, etc., sont proscrites.

# Annexe 2.a. Numérotation des acquisitions d'un musée de France

La numérotation normalisée d'un bien acquis par un musée de France se compose de trois éléments séparés par des points.

Le premier élément est le millésime de l'année d'acquisition et d'affectation du bien au musée. Exemple : 2004.

Le deuxième élément (de 1 à n) est le numéro d'entrée au musée de l'acquisition dont le bien fait partie, chaque acquisition pouvant comporter plusieurs biens. Exemple : 2004.1 désigne la première acquisition de l'année 2004.

Le troisième élément est le numéro du bien (de 1 à n) au sein de l'acquisition considérée. Exemple : 2004.1.1 désigne le premier bien de la première acquisition de l'année 2004. On attribue un numéro de bien, même si l'acquisition ne comporte qu'un seul bien. Exemple :

2004.2.1 peut désigner un seul et unique bien qui constitue la deuxième acquisition de l'année 2004.

Pour l'acquisition d'un ensemble simple, tel un service de table, un numéro est attribué à chaque partie de l'ensemble. Exemple : les numéros 2004.34.1 à 2004.34.12 désignent les douze assiettes d'un service de table appartenant à la trente-quatrième acquisition de l'année 2004.

Un quatrième et dernier élément est ajouté au numéro d'inventaire lorsqu'un bien comporte plusieurs parties amovibles.

Exemple : 2004.3.1.1 désigne un pot, et 2004.3.1.2 son couvercle, ces deux éléments faisant partie du même bien constituant la troisième acquisition de l'année 2004.

Exemples de NUMEROS d'inventaire : 2004.1.1; 2004.1.2; 2004.2.1; 2004.3.1.1; 2004.3.1.2;

# Annexe 2.b. Numérotation à titre rétrospectif des biens non inventoriés

Les biens acquis antérieurement à la publication du présent arrêté, dont l'inventaire n'a jamais été réalisé auparavant, sont enregistrés comme suit :

Le premier élément du numéro est le millésime de l'année au cours de laquelle l'inventaire à titre rétrospectif est réalisé.

Le deuxième élément, représentant le numéro d'entrée au musée de l'acquisition, est remplacé par le chiffre 0 pour éviter toute confusion avec les acquisitions de l'année en cours.

Le troisième élément désigne le numéro du bien (de 1 à n) inscrit à titre rétrospectif au sein de l'année considérée.

Exemple : 2004.0.1 désigne le premier bien inventorié à titre rétrospectif au cours de l'année 2004, 2004.0.2 le second bien inventorié à titre rétrospectif.

# Annexe 2.c. Numérotation des ensembles complexes

L'ensemble du matériel issu d'une même fouille ou d'une même collecte est identifié par un seul numéro d'inventaire, composé de trois éléments.

Le premier élément est le millésime de l'année d'acquisition et d'affectation de l'ensemble au musée. Exemple : 2004. Le deuxième élément est le numéro d'entrée au musée de l'acquisition que constitue l'ensemble. Exemple : 2004.3 désigne la troisième acquisition de l'année 2004. Le troisième élément est le chiffre 0 qui permet d'indiquer qu'il s'agit d'un ensemble complexe. Exemple : 2004.3.0 indique que la troisième acquisition de l'année 2004 est un ensemble complexe.

Si l'ensemble comporte des biens remarquables isolément, ceux-ci, lors de l'inscription de l'ensemble complexe à l'inventaire, sont numérotés séparément, après le numéro attribué à l'ensemble, sur le modèle suivant. Exemple : 2004.3.0 désigne l'ensemble complexe ; 2004.3.1 désigne le premier bien remarquable de cet ensemble ; 2004.3.2 désigne le deuxième bien remarquable.

Dans ce cas pour chaque bien, les rubriques de l'inventaire sont remplies conformément au paragraphe 1.a de l'annexe 1 du présent arrêté.

Page 11 /20