



5<sup>ème</sup> Forum  
des Acheteurs Publics  
Echéances 2018 : êtes-vous prêt ?

22 mars 2018  
Paris

## Business muséal : les grands classiques tiennent le haut du pavé

A propos de l'auteur

M. Jean-Baptiste Ferriere

Voir les articles de cet auteur

**Rendez-vous international du business muséal, Museum connections a tenu sa 23e édition à Paris, porte de Versailles. Plus de 300 exposants de toutes nationalités ont montré aux 4 000 visiteurs professionnels (et potentiels acheteurs) leurs dernières créations culturelles. Des dispositifs de visites immersives jusqu'aux traditionnelles cartes postales à l'effigie de la Joconde, en passant par des figurines à caractère historique, il y en avait pour tous les goûts et toutes les bourses.**

Mercredi 17 janvier, 10 h 30. C'est l'heure du business muséal. Tenter de saisir les dernières tendances en matière de produits dérivés culturels. En bon gestionnaire de musée, on s'affaire. On regarde attentivement, on fait connaissance avec un client potentiel, on échange les cartes, bref on opère « en mode B to B ». Les nouveautés mais aussi les grands classiques, il y en a. A donner le tournis. Il n'y a que l'embaras du choix porte de Versailles où sont exposés des produits dérivés de toutes natures : affiches, statuettes, cartes postales, tableaux, livres, carnets, vêtements, crayons, stylos, cahiers, calendriers, porte-clés, magnets, jeux de cartes, puzzles, oreillers de voyage... La liste est longue comme le bras. Tout est susceptible d'intéresser la boutique d'un gestionnaire de musée avisé. En tout état de cause, tout ce monde butine telle une abeille, dans un dédale de plus de 6 500 m<sup>2</sup> d'allées foisonnantes en stands savamment achalandés. Dans le calme, une ambiance studieuse propice au sourcing. Le parcours proposé au visiteur l'emmène de curiosités en surprises. Quelque 300 exposants sont venus dérouler un parterre de créations culturelles. Dans un état d'esprit résolument tourné vers la découverte, les visiteurs voient exposées mille trouvailles. Ici un mur inondé de cartes colorées, là une vitrine avec des reproductions en terre cuite, plus loin des produits dérivés orientés plus high tech...



## Les marges des boutiques des musées se situent entre 2,5 et 4

Spécialiste de la personnalisation historique depuis vingt ans dans le domaine du cadeau et de la décoration, ICD Collections est présent sur le salon



depuis de nombreuses années. « Nous exposons la partie historique de notre travail avec des répliques de figurines médiévales, des templiers, mais également sur le thème de la Première Guerre mondiale, des armures, des dagues, des épées personnalisables... En clair, nous vendons de l'histoire aux réunions et centres des musées nationaux, indique la directrice générale Isabelle Raimbault (photo ci-contre). D'ailleurs, la thématique déclinée autour du personnage de Napoléon marche très bien. Un produit en particulier ne sort pas du lot, mais l'ensemble d'un thème à portée historique peut attirer les collectionneurs. » A la mi-journée, ICD Collections laisse le temps aux visiteurs mais n'espère pas de commandes directes. Ceci est une autre histoire. A noter, entre le prix public affiché et le prix d'achat réel proposé aux gestionnaires, les marges des boutiques des musées se situent entre 2,5 et 4.

**Un produit en particulier ne sort pas du lot, mais l'ensemble d'un thème à portée historique peut attirer les collectionneurs**

## Le musée du Louvre en tête de gondole

A quelques encablures de là, Gulf stream éditeur, maison d'édition indépendante nantaise, propose aussi un stand bien pourvu, composé d'ouvrages pédagogiques et ludiques pour un lectorat âgé de 3 à 15 ans : albums colorés, documentaires à manipuler, romans pour voyager, cartes postales, affiches, calendriers... Pour sa première participation au Muséum connections, Gulf stream éditeur compte bien faire remarquer ses ouvrages dédiés à la jeunesse. La maison collabore avec l'association du Petit ami du Louvre et a coédité deux ouvrages sur la thématique des chefs d'œuvre de l'emblématique musée.

Objectif : continuer sur cette lancée en travaillant à l'avenir avec le Louvre Abou Dabi. « Prix public de l'ouvrage : 16,50 euros. Prix d'achat du musée : une remise de -37 % est accordée », confie Stéphanie Baronchelli, directrice de Gulf stream éditeur et Jérôme Bernez, responsable promotion des ventes (en photo).

**Prix public de l'ouvrage : 16,50 euros. Prix d'achat du musée : une remise de -37 % est accordée**

Enfin, sous la houlette des Ateliers de Paris, structure de la direction de l'attractivité et de l'emploi de la ville de Paris, dédiée aux métiers d'art, au design et à la mode, le designer français Nicolas Corre voyage et s'inspire des



grandes métropoles mondiales (Paris, Barcelone, Manhattan, Venise...) pour créer et éditer des accessoires pour la table, des éléments muraux de décoration et du mobilier reproduisant les trames urbaines de ces villes. « La collection Cities réalise un trait d'union entre l'univers du design et la cartographie, explique l'artiste. Le dessous de plat Paris P1 que j'ai conçu, existe en noir ou en blanc depuis maintenant deux ans. On y reconnaît différents monuments comme la Tour Eiffel ou bien le Panthéon. » Et côté tarif ? Il faut compter environ 118 euros pour l'acquérir, prix public proposé notamment dans la boutique du Carrousel du Louvre.