

## « Décloisonner le 23<sup>e</sup> Sitem grâce à des sujets innovants en podcast » (J.-F. Grunfeld, A. Charbonnier)

Paris - Publié le mercredi 12 décembre 2018 à 18 h 00 - Interview n° 135563

« La thématique centrale de la 23<sup>e</sup> édition du Sitem, qui se tiendra aux Docks, Cité de la mode et du design (Paris 13<sup>e</sup>) du 22 au 24/01/2019, reste toujours l'analyse des musées sous l'angle de l'économie culturelle, mais pas seulement. Ainsi, la question des icônes au Centre Pompidou, étudiée par Catherine Guillou, directrice des publics, avec Gwenaëlle de Kerret, sémiologue et directrice d'études des publics à Semiotips, nous passionne. Nous consacrerons également deux conférences-chantiers au renouveau des musées sous tutelle du ministère des Armées, et au programme d'extension du Musée d'art et d'histoire du Judaïsme », indique **Jean-François Grunfeld**, président de Museumexperts, organisateur du salon, et commissaire général de la manifestation, à News Tank le 12/12/2018.

« Une nouveauté va, nous l'espérons, permettre d'élargir le public cette année : grâce à un partenariat avec la start-up Sondekla, plusieurs conférences seront disponibles en podcast le jour même. Elles seront ensuite téléchargeables gratuitement et avec une durée de vie illimitée. En nous inscrivant à côtés des autres événements culturels pluridisciplinaires présents sur la plateforme, le but est de décroisonner le Sitem, de toucher les personnes hors secteur muséal, particulièrement sur des sujets transverses et innovants comme la question des publics LGBT, peu abordée en France », indique Alice Charbonnier, responsable du développement et de la communication de Museumexperts.

Programme des conférences, stratégie de développement des publics, organisation du festival Musées (em)portables, et renouvellement du jury du Start-up Contest, Jean-François Grunfeld et Alice Charbonnier répondent aux questions de News Tank.

### Quelles sont les principales conférences organisées dans le cadre de la 23<sup>e</sup> édition du Sitem ?

**Jean-François Grünfeld** : La thématique centrale reste toujours l'analyse des musées sous l'angle de l'économie culturelle. Une attention particulière sera accordée aux produits dérivés et à leur corollaire les licences de marques, avec l'organisation de deux conférences dédiées. La première s'attachera à la politique de la mairie de Paris en la matière, avec les interventions de

Robert Gildas, responsable du département « marketing et communication » des marques de la Ville, et Caroline Rogliano, cheffe de projet à l'APIE. La deuxième donnera la parole à Élisabeth Dubost, fondatrice de l'agence Arboresens, spécialisée dans la valorisation des marques et des produits sous licence. Ce sujet devient de plus en plus prégnant, que ce soit avec le Palais de l'Élysée, l'avenue des Champs-Élysées ou le musée du Louvre qui veulent tous « fortifier » leur nom avec des produits dérivés.

Des développements plus inattendus seront également proposés. Ainsi la question des icônes au Centre Pompidou, étudiée par Catherine Guillou, directrice des publics, avec Gwenaëlle de Kerret, sémiologue et directrice d'études des publics à Semiotips, nous passionne. Toujours avec Gwenaëlle de Kerret, par jeu, par curiosité, nous sommes partis à la recherche des ressources cachées des tickets d'entrée, ceux produits par Philippe Zavier, directeur de Dot Technologie, également exposant au Sitem. Ce sera une révélation pour beaucoup.

Nous poursuivons les conférences-chantiers auxquelles nous tenons beaucoup, avec un focus sur la politique patrimoniale du ministère des Armées, notamment le renouveau du musée de l'Air et de l'Espace et du musée national de la Marine, suivi d'une présentation de l'extension et la refonte du parcours permanent du Musée d'art et d'histoire du Judaïsme. Nous renouvelons aussi nos partenariats avec l'IAU - qui s'interrogera sur la culture comme levier de développement territorial via l'exemple du Louvre-Lens et du bassin minier -, et la FFCR - qui pilotera une conférence intitulée « Naturalia, instruments de musique, objets horlogers, restes humains et collections numismatiques : à la découverte de domaines de spécialisations rares ou peu connus en conservation-restauration ». Dans cet esprit de découverte, nous nous intéresserons aux rapports qu'entretiennent les musées avec les métiers d'art. Lyne-Cohen Sohal, présidente de l'INMA, et Olivier Gabet, directeur du Musée des arts décoratifs, seront là pour nous en parler, avec l'exemple magistral proposé par Lison de Caunes, spécialiste mondiale de la marqueterie de paille.

**Alice Charbonnier** : Enfin, nous nous penchons cette année sur une thématique sensible, dont le ministère de la Culture ne s'est jamais emparé, et qui correspond bien à la liberté de ton adoptée par le Sitem : les publics LGBT. La question a de plus en plus investi le débat public, mais les musées français, contrairement à leurs homologues anglo-saxons, n'en parlent pas. L'enjeu de cette table ronde, conduite par Bernard Hasquenoph, fondateur de Louvre pour tou.te.s, est de comprendre comment on peut inclure ces publics, comment leurs histoires peuvent apparaître au sein des expositions. Parmi les intervenants figureront deux responsables du Munaé à Rouen, établissement qui a développé avec l'association locale le MAG plusieurs initiatives en la matière ; et Antonio Gomes da Costa, directeur de la médiation scientifique d'Universcience, qui reviendra sur la première « Journée internationale des LGBT+ dans les sciences ». Pour le regard international, nous avons convié Claire Mead, curatrice indépendante à Londres (Royaume-Uni), et Thomas Bastien, directeur de l'éducation et du mieux-être au Musée des beaux-arts de Montréal (Canada).

**Combien de visiteurs espérez-vous toucher cette année ?**

J.-F. G. : Nous sommes toujours aux alentours de 3 000-3 500 visiteurs, « hautement qualifiés » comme se plaisent à le dire nos exposants. C'est la dernière année où le Sitem se produira aux Docks, Cité de la mode et du design, puisque ces derniers fermeront ensuite pour se transformer en école de mode. Nous annoncerons le futur lieu d'accueil à la fin de la 23e édition.

**A. C. :** Une nouveauté va, nous l'espérons, permettre d'élargir notre public : grâce à un partenariat avec la start-up Sondekla, plusieurs conférences seront disponibles en podcast le jour même. Elles seront ensuite téléchargeables gratuitement et avec une durée de vie illimitée. Sondekla, fondée par Laurent Queyrut à Lyon, n'est pas une plateforme uniquement réservée au secteur patrimonial, même si elle travaille déjà avec les Archives municipales de Lyon. Elle diffuse notamment les tables rondes du Collège supérieur de Lyon, du MaMA, du festival Quais du polar, ou encore de l'agence Auvergne Rhône-Alpes - Livre et lecture. En nous inscrivant à côté de ces événements, le but est de décrocher le Sitem, de toucher les personnes hors secteur muséal qui fréquentent la plateforme, particulièrement sur des sujets transverses et innovants comme la question des publics LGBT.

Nous sommes également partenaires avec la chaîne de l'art Museum qui prépare quatre mini-reportages de trois minutes sur des sujets connexes aux conférences : les publics LGBT, le MuMO - musée itinérant d'art contemporain -, les escape games, et les nouvelles technologies.

## **Combien avez-vous reçu de candidatures pour les prix du festival Musées (em)portables ? Comment se déroulera le Start-up Contest ?**

J.-F. G. : Pour Musées (em)portables, les candidatures courraient jusqu'au 01/12/2018. Nous avons reçu 80 films, dont un pourcentage très important du Master muséo-expographie de l'université d'Artois à Arras (Pas-de-Calais) avec une cinquantaine de vidéos. Cette équipe fait un travail de fond sur la muséologie, en filmant un certain nombre d'aspects du musée vus par les étudiants. Le jury se réunira le 14/12/2018.

Le Start-up Contest verra quant à lui une trentaine d'entreprises s'affronter avec un premier prix divisé en deux secteurs à la demande du jury : « contenu » et « technique ». L'année dernière, nous avons eu du mal à départager Akken, finalement lauréate, et Affluence qui était davantage sur le côté technique, d'où ce choix. Le jury a également été entièrement renouvelé et compte désormais Aude Merlet, cheffe de projets marché du numérique d'Audiens ; Laure Mosseron, directrice marketing France et international du Futuroscope, ou encore Brice Duthion, maître de conférences et responsable des programmes « tourisme, voyages et loisirs » du CNAM.