

# **Colloque spécial Bruxelles 2018**

# Colloque spécial Bruxelles 2018

## Le mot d'accueil de notre hôte du jour

- Julie ALMAU GONZALEZ, directrice adjointe



# Colloque spécial Bruxelles 2018

- **Fréquentation des musées & attractions touristiques à Bruxelles : actualisation des chiffres**
- **hospitality.brussels vs musées & attractions touristiques**
- **La diversification des revenus avec la privatisation des musées ou le développement des activités événementielles**

# Colloque spécial Bruxelles 2018

**Fréquentation des musées & attractions touristiques à Bruxelles :**  
**actualisation des chiffres**

- Simon DETEMMERMAN
- Corentin DESCAMPS





# Panel Attractions & Tourisme

Chiffres annuels: 21 musées et attractions

Chiffres mensuels: 16 musées et attractions

## Centre & Mont des Arts

BELvue

Bip - Experience Brussels

Combiné Coudenberg-BelVUE

Coudenberg

MIM

Musée de la Bande Dessinée

Musée de la Banque Nationale de Belgique

Musée de la Ville de Bruxelles

Musée du Costume et de la Dentelle

Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique

Scientastic (>2011)

## Europe

Autoworld

Musée du Cinquantenaire

Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire

Museum des Sciences Naturelles

Parlamentarium

## Heysel

Atomium

Mini Europe

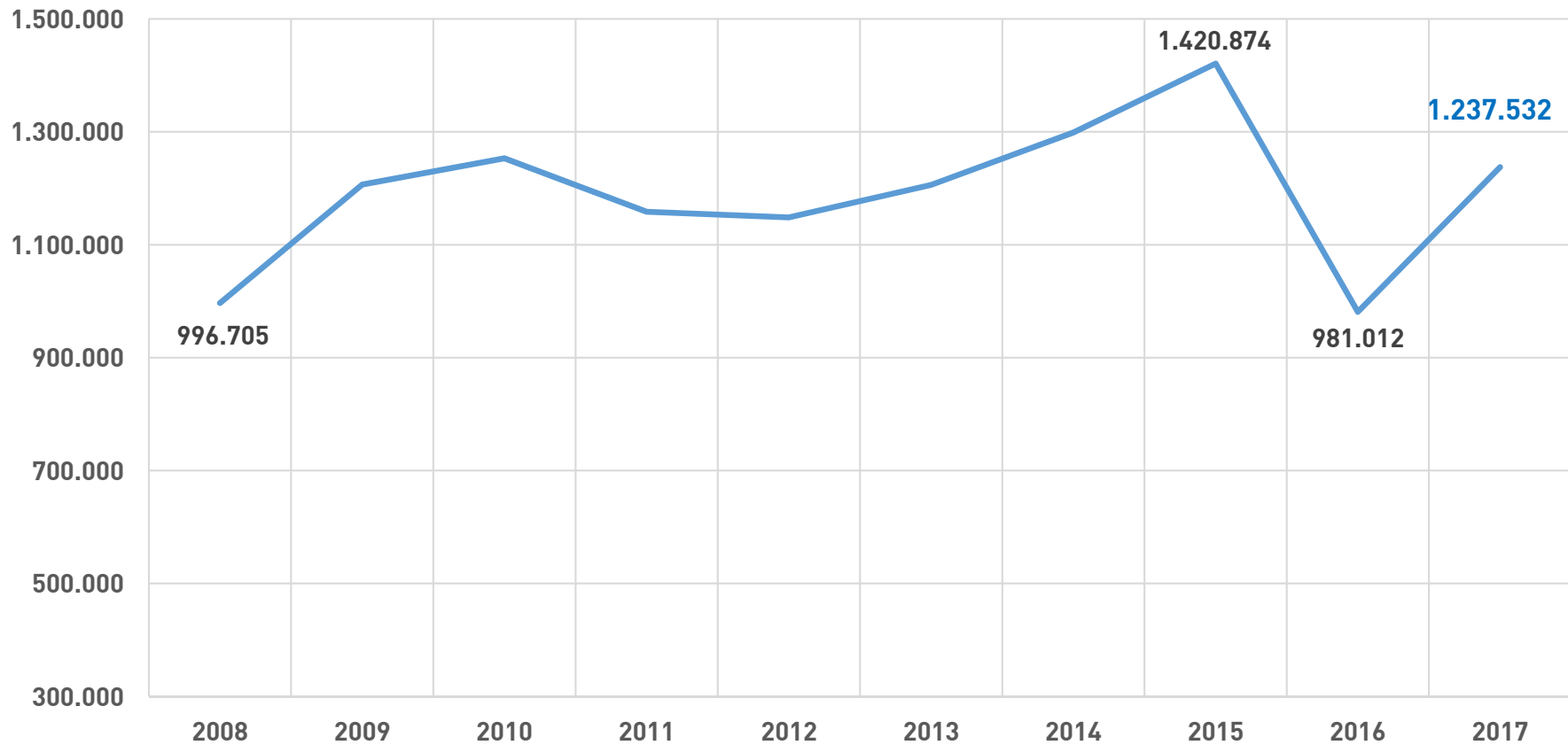
Musées d'Extrême Orient (>2013)

Océade

Planetarium

# Chiffres annuels – Panel A&T (21)

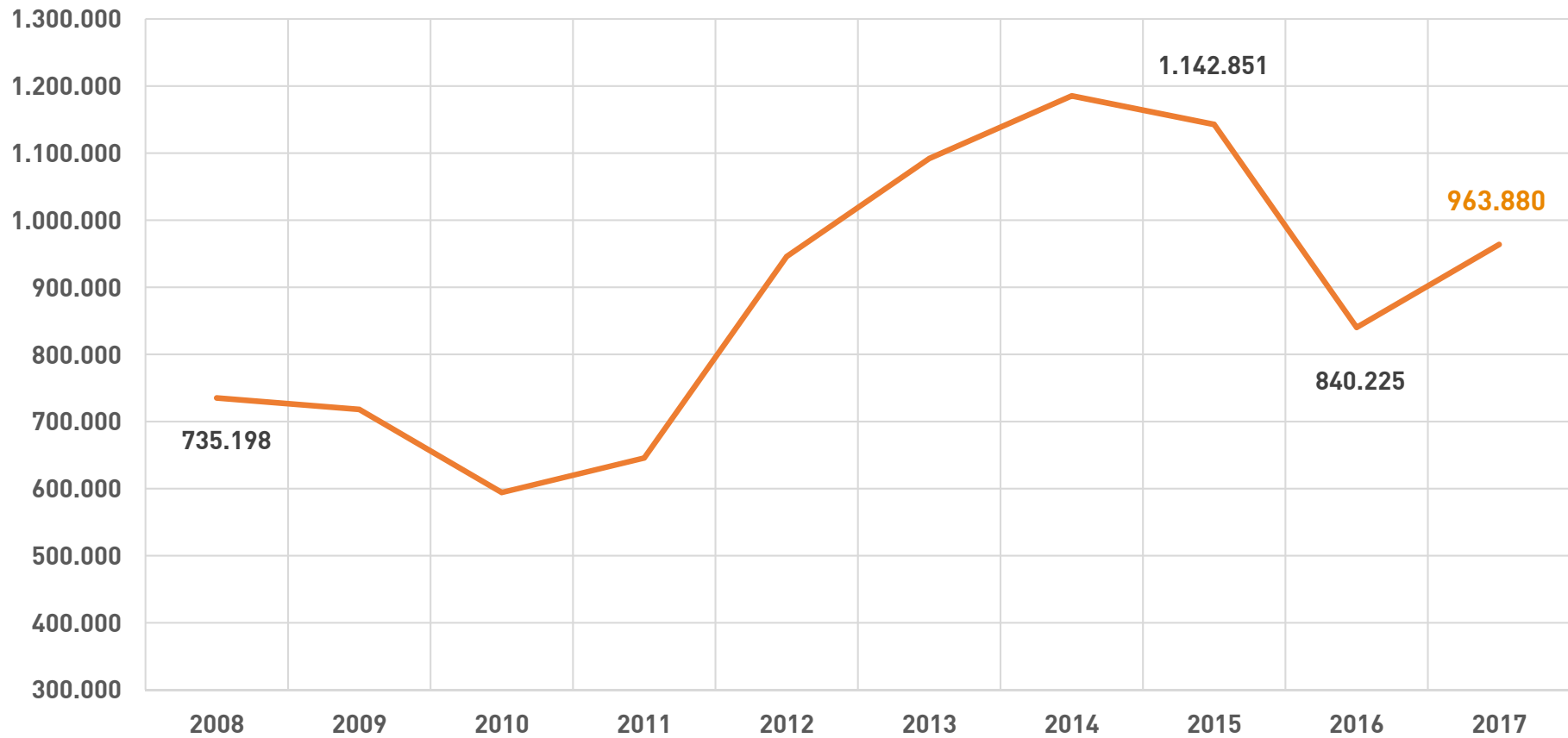
# Centre & Mont des Arts



↗ 26% vs 2016  
↘ 13% vs 2015 (Chagall)

- Ouverture de la Garde Robe de Manneken Pis en 2017
- Fermeture temporaire du Musée de la Banque Nationale en 2017

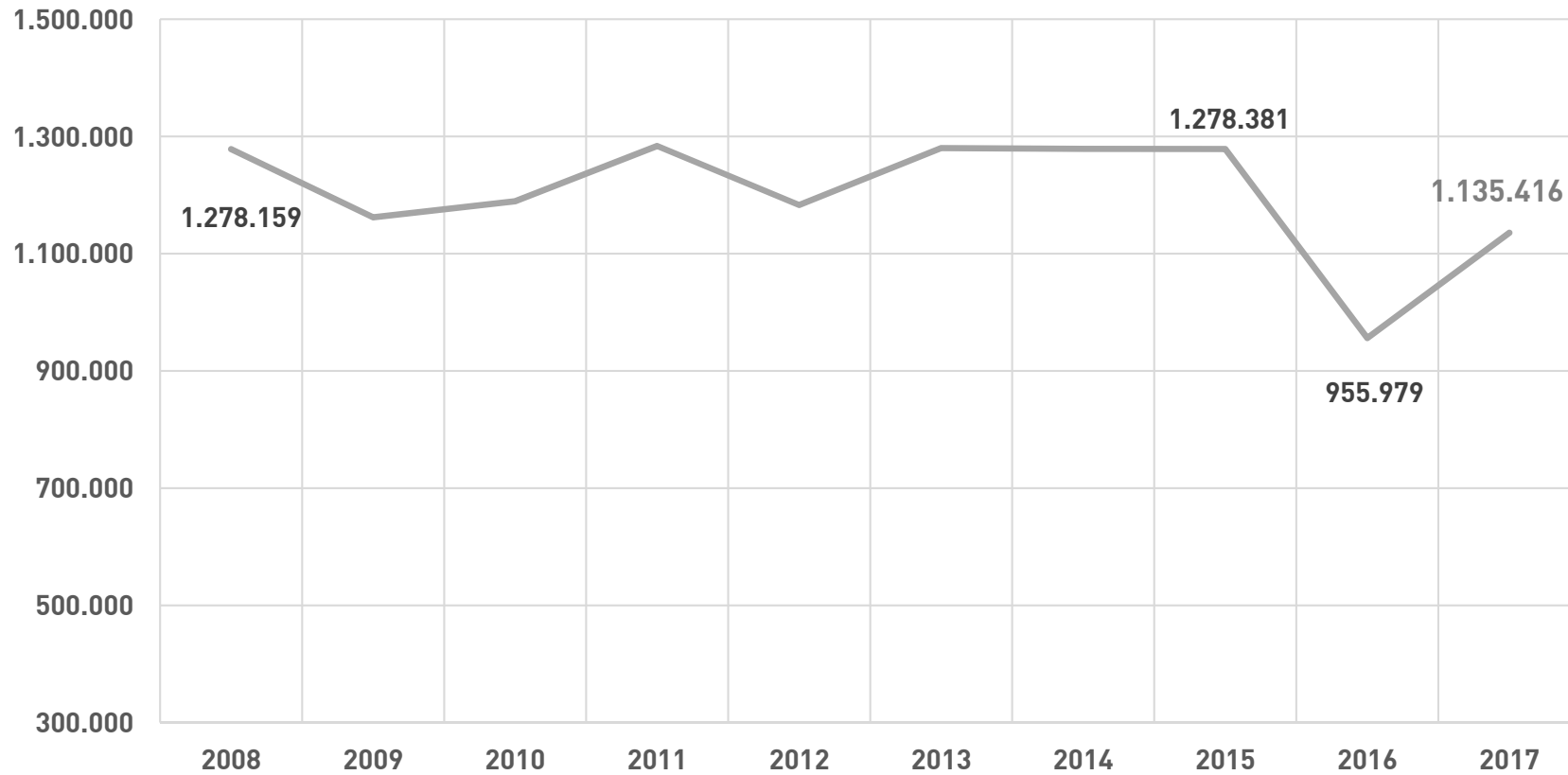
# Europe



↗ 15% vs 2016  
↘ 16% vs 2015

- Expo 14-18 en 2014
- Ouverture de la Maison de l'Histoire Européenne en 2017

# Heysel

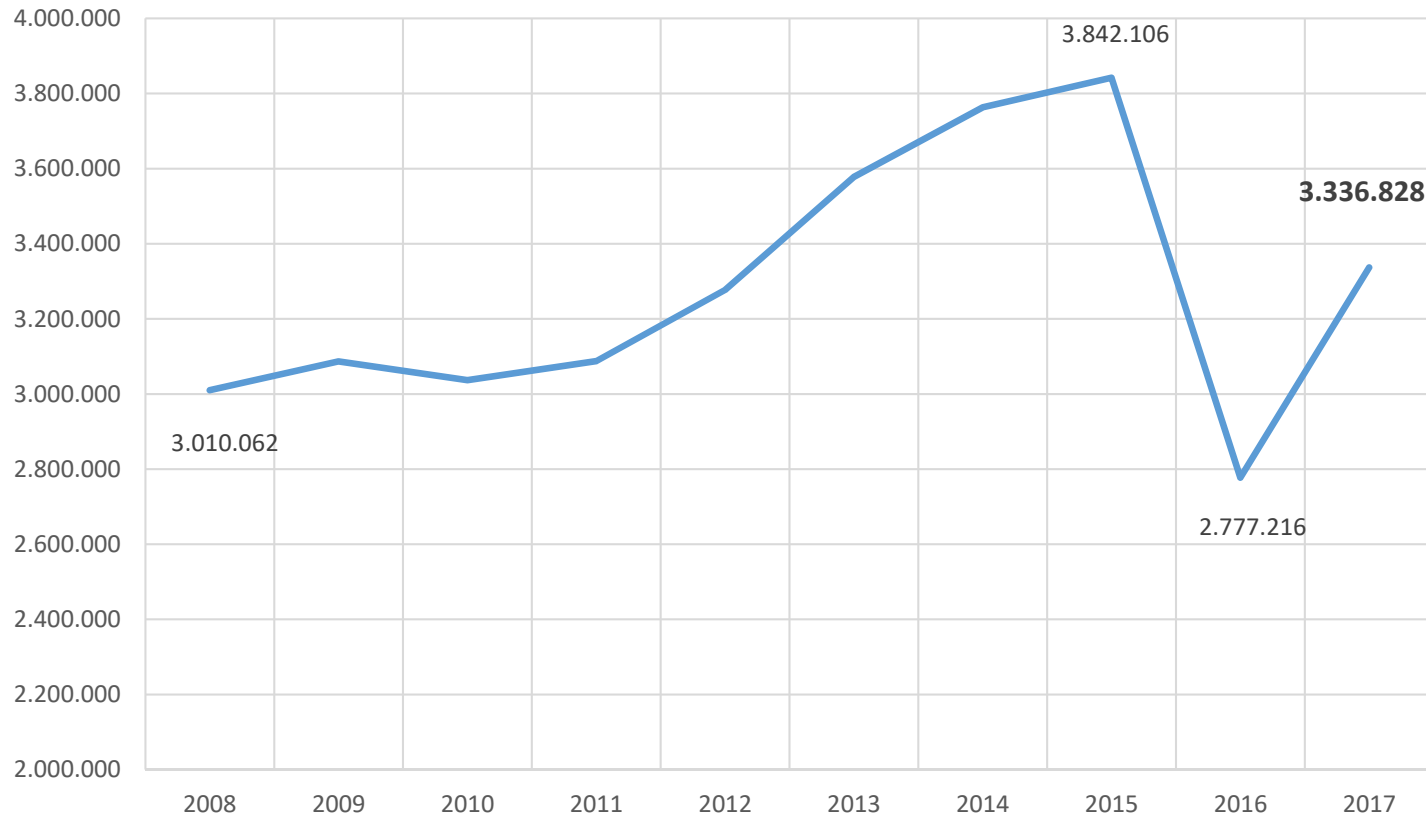


↗ 19% vs 2016

↘ 11% vs 2015

- Fermeture d'Océade en 2018, ce qui impactera les chiffres des années à venir

# Total panel A&T (21)



↗ 20% vs 2016  
↘ 13% vs 2015

- De nombreux facteurs (internes et externes au panel) influencent les chiffres.

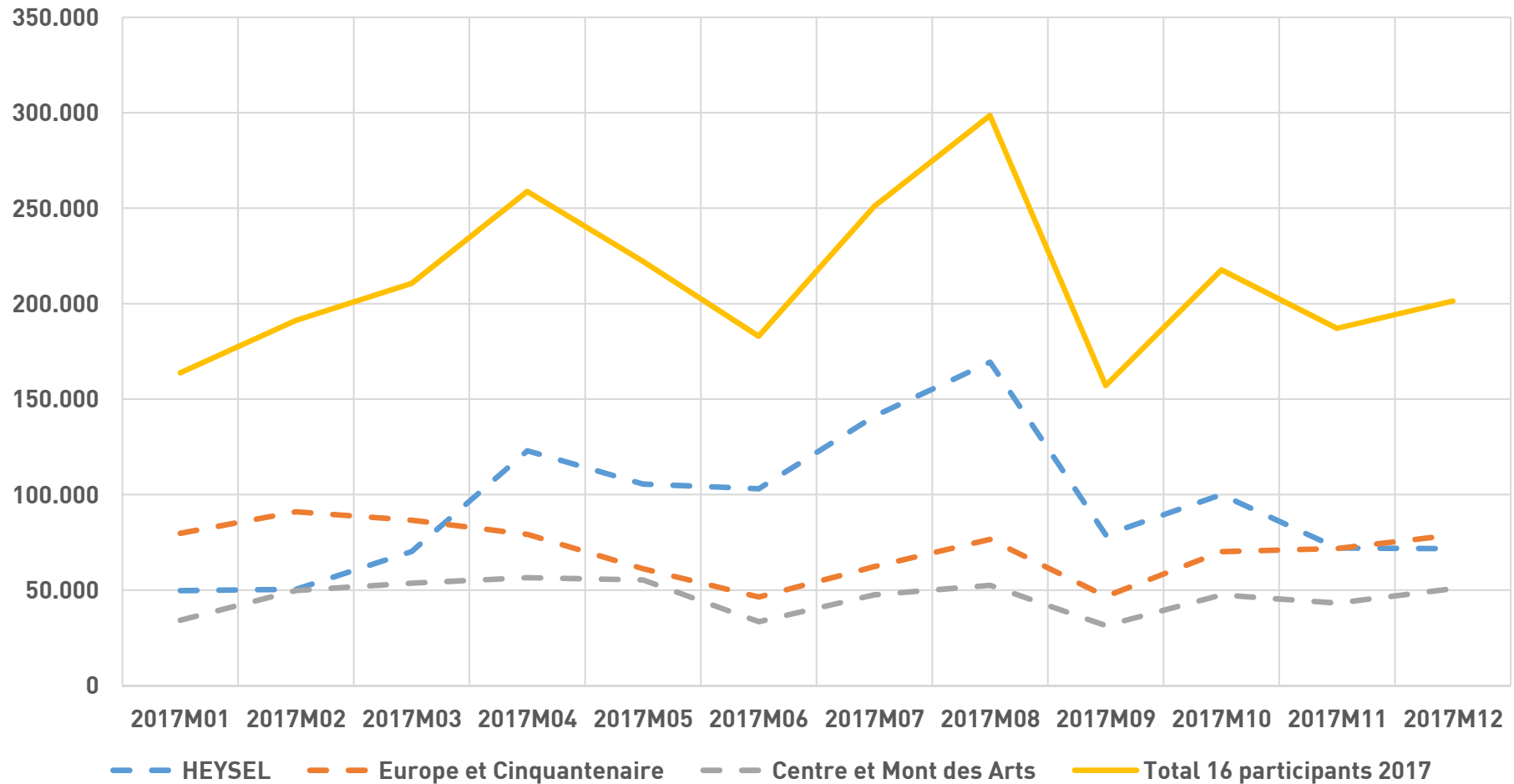
<b>Centre &amp; Mont des Arts</b>
BELvue
Combiné Coudenberg-BelVUE
Coudenberg
MIM
Musée de la Bande Dessinée
Musée de la Banque Nationale de Belgique
Musée de la Ville de Bruxelles
Musée du Costume et de la Dentelle

<b>Europe</b>
Autoworld
Musée du Cinquantenaire
Museum des Sciences Naturelles
Parlamentarium

<b>Heysel</b>
Atomium
Mini Europe
Océade
Planetarium

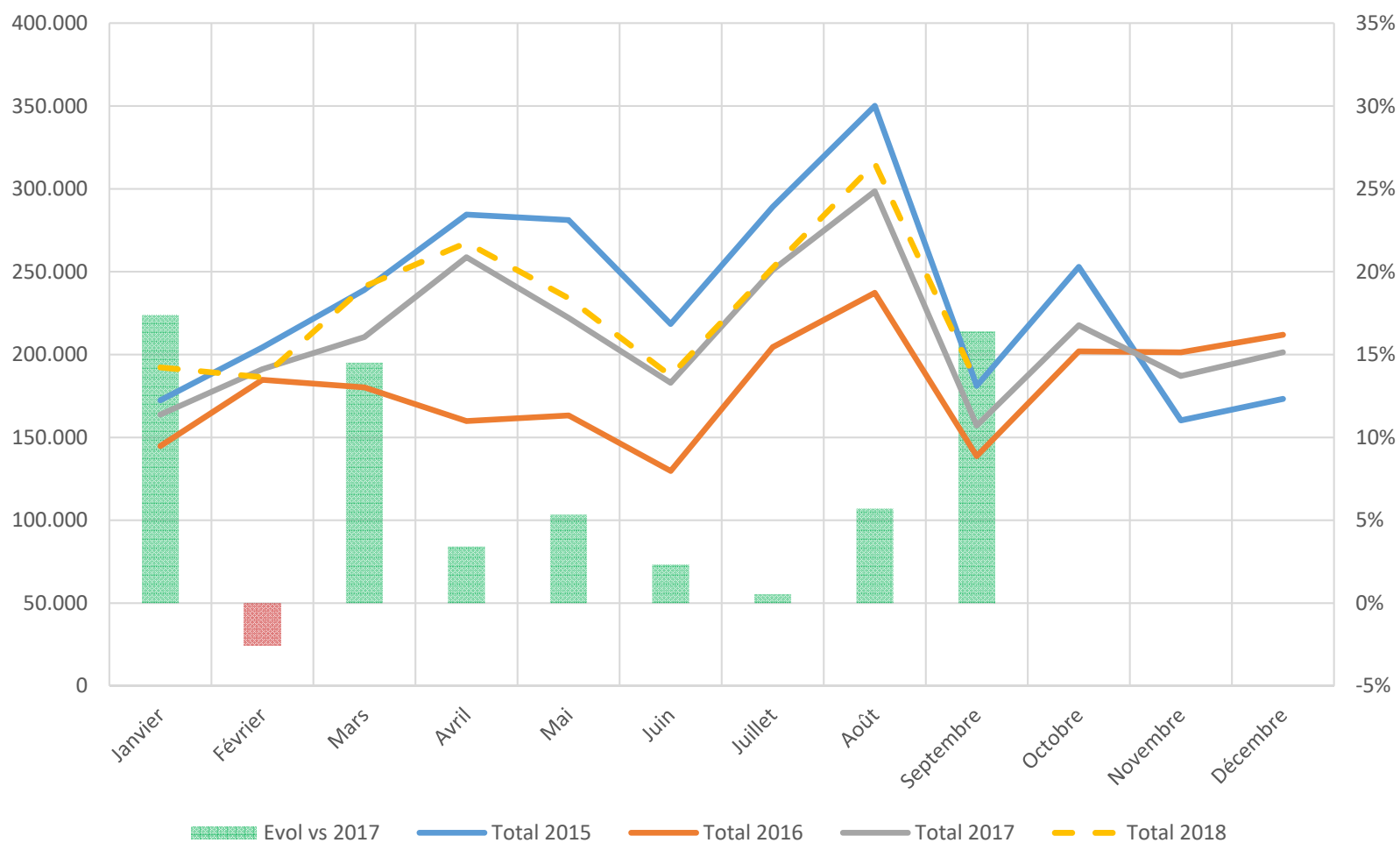
# Chiffres mensuels – Panel A&T (16)

# Vue d'ensemble 2017





# Comparaison 2018



- ↗ 6% vs 2017
- ↗ 33% vs 2016
- ↘ 7% vs 2015 (2018 YtD 09)

- Stabilisation des chiffres
- Pas encore au niveau de 2015
- Fermeture Océade au 01.10



Panel [visit.brussels](http://visit.brussels)  
(40 musées, attractions, lieux)

Centre & Mont des Arts
BELvue
Bip - Experience Brussels
Combiné Coudenberg-BelVUE
Coudenberg
MIM
Musée de la Bande Dessinée
Musée de la Banque Nationale de Belgique
Musée de la Ville de Bruxelles
Musée du Costume et de la Dentelle
Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique
<del>—Scientastic (&gt;2011)—</del>

Europe
Autoworld
Musée du Cinquantenaire
Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire
Museum des Sciences Naturelles
Parlamentarium

Heysel
Atomium
Mini Europe
<del>Musées d'Extrême Orient (&gt;2013)</del>
Océade (>2018)
Planetarium

Les 19 autres lieux compris  
dans cet échantillon...

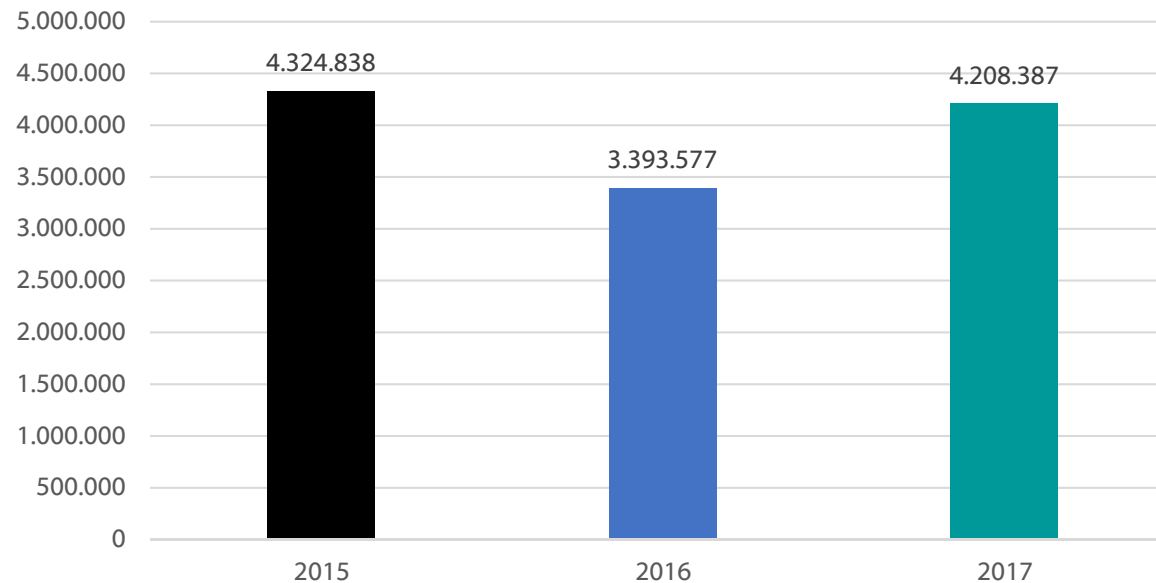
*Aquarium de Bruxelles, Bozar, Bruxella 1238, Choco-Story Brussels, Editions Jacques Brel, Garde Robe de Manneken Pis, Hémicycle du Parlement Européen, La Fonderie, Maison Autrique, Maison de l'Histoire Européenne, Maison Horta, MIMA, Musée Belge de la Franc-Maçonnerie, Musée Charlier, Musée de la Banque Nationale de Belgique, Musée des Enfants, Musée du Jouet, Musée Marc Sleen, Musée Schaerbeekois de la Bière, Museum voor Oudere Technieken, Train World*

# Chiffres annuels – Panel visit.brussels

visit.brussels 

# Panel visit.brussels YoY

visit.brussels 

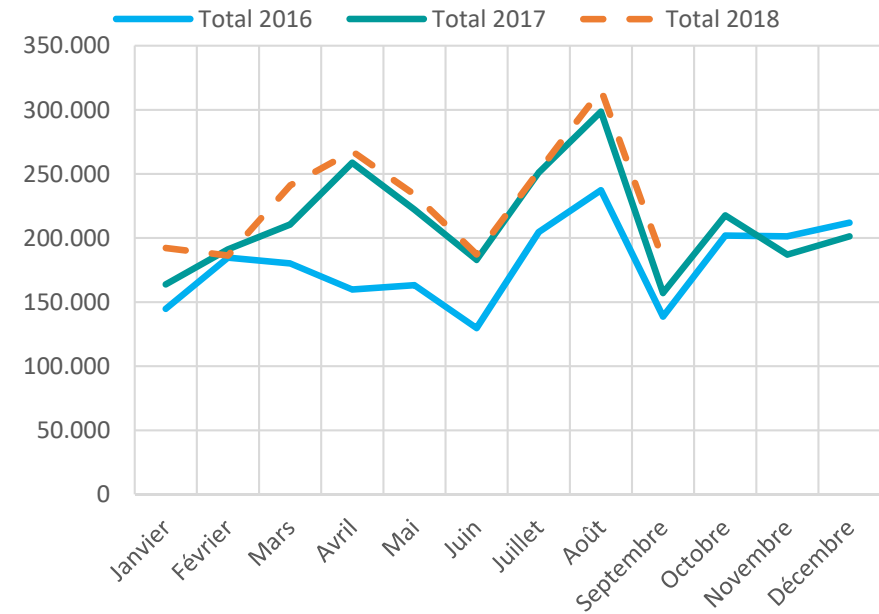
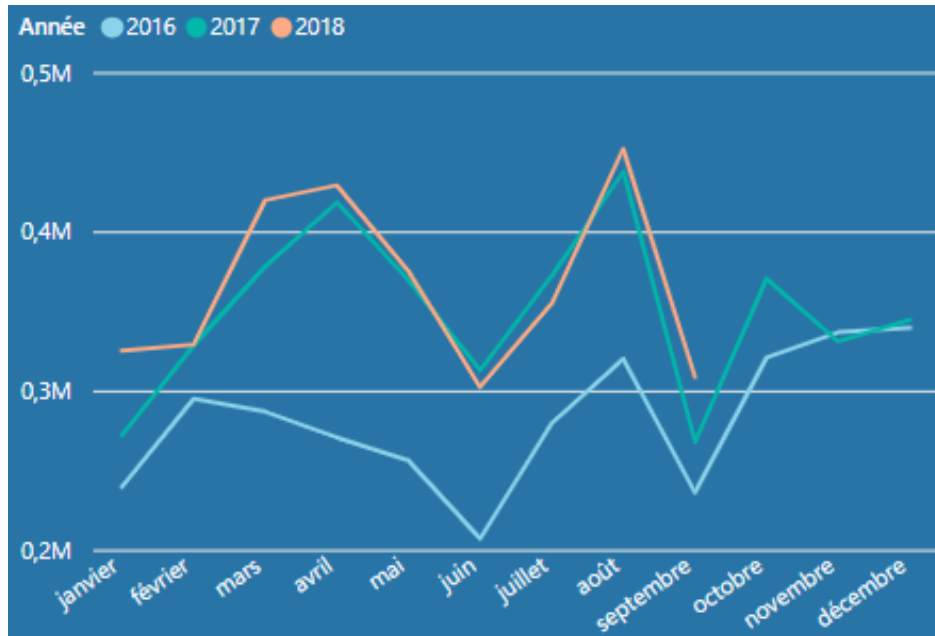


visit.brussels 

↗ 24% vs 2016  
↘ 3% vs 2015

40 participants en 2017:  
Garde-Robe de Manneken Pis, Maison de  
l'Histoire Européenne, MIMA et Train World  
inclus

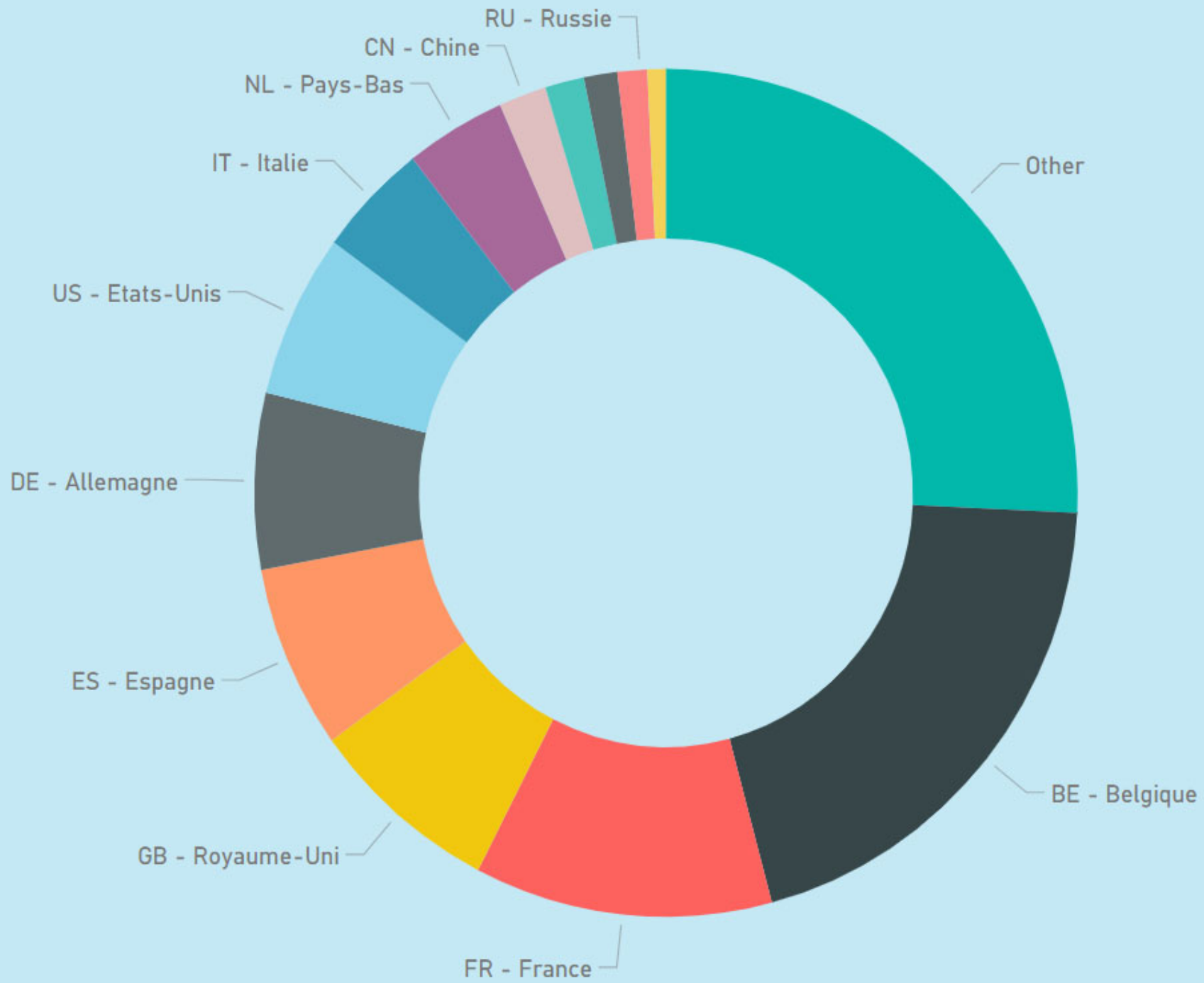
# Panel visit.brussels / panel A&T



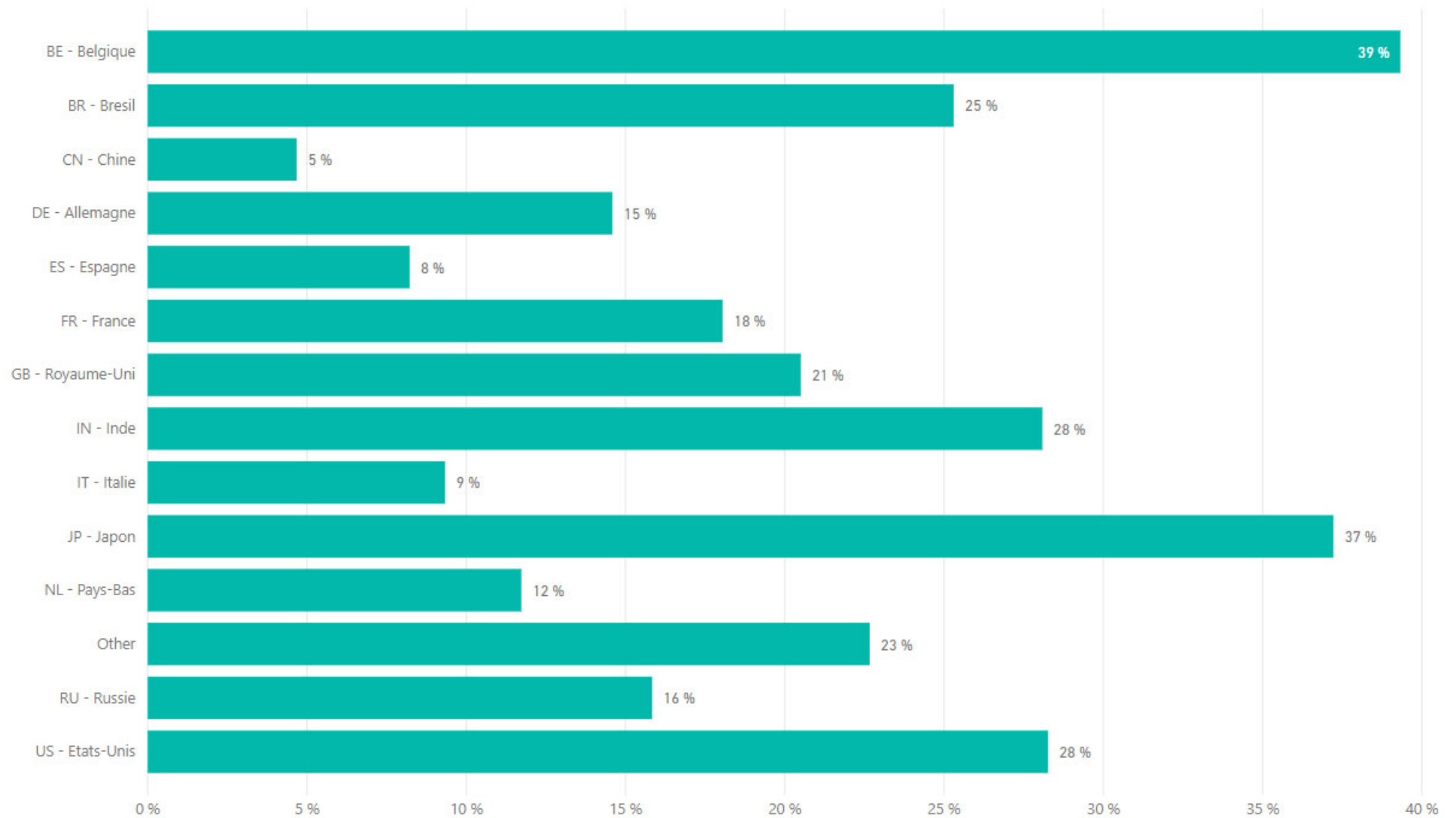
(+4% vs 2017)



Nuitées loisirs 2018  
(Janvier -> juillet)



# Evolution vs 2017 (loisirs)





## Contacts:

Simon Detemmerman:  
s.detemmerman@visit.brussels

Corentin Descamps:  
c.descamps@visit.brussels

## Info & chiffres:

[www.visit.brussels](http://www.visit.brussels) > Pro & Press > Observatoire

# Colloque spécial Bruxelles 2018

## Premières conclusions

- L'année 2017 confirme un retour à de meilleurs chiffres comme nous l'avions déjà estimé en décembre l'an passé sur base des chiffres mensuels
- Par contre, le secteur reste encore en-dessous des chiffres de 2015, 2014 et 2013. A peine au-dessus de 2012.
- La disparition d'Océade aura clairement un impact sur les résultats 2018 et à venir.
- L'arrivée de nouvelles attractions et de musées sera analysée avec attention dans les années à venir car soit elles génèreront une progression soit « cannibaliseront » l'offre existante.

# Colloque spécial Bruxelles 2018

## Premières conclusions

- L'importance du marché belge, **1<sup>er</sup> marché pour les excursions et les séjours**, suivi de nos principaux pays limitrophes FR, ES, GB et DE est confirmée dans ces chiffres.
- **C'est un argument de plus pour convaincre les autorités bruxelloises à investir beaucoup plus de moyens sur la Belgique!**

# Colloque spécial Bruxelles 2018

## hospitality.brussels vs musées & attractions touristiques

■ Véronique RENARD





# Cluster Hospitality.brussels Présentation

Véronique Renard  
Siham Lahdioui

# Le cluster hospitality.brussels en live



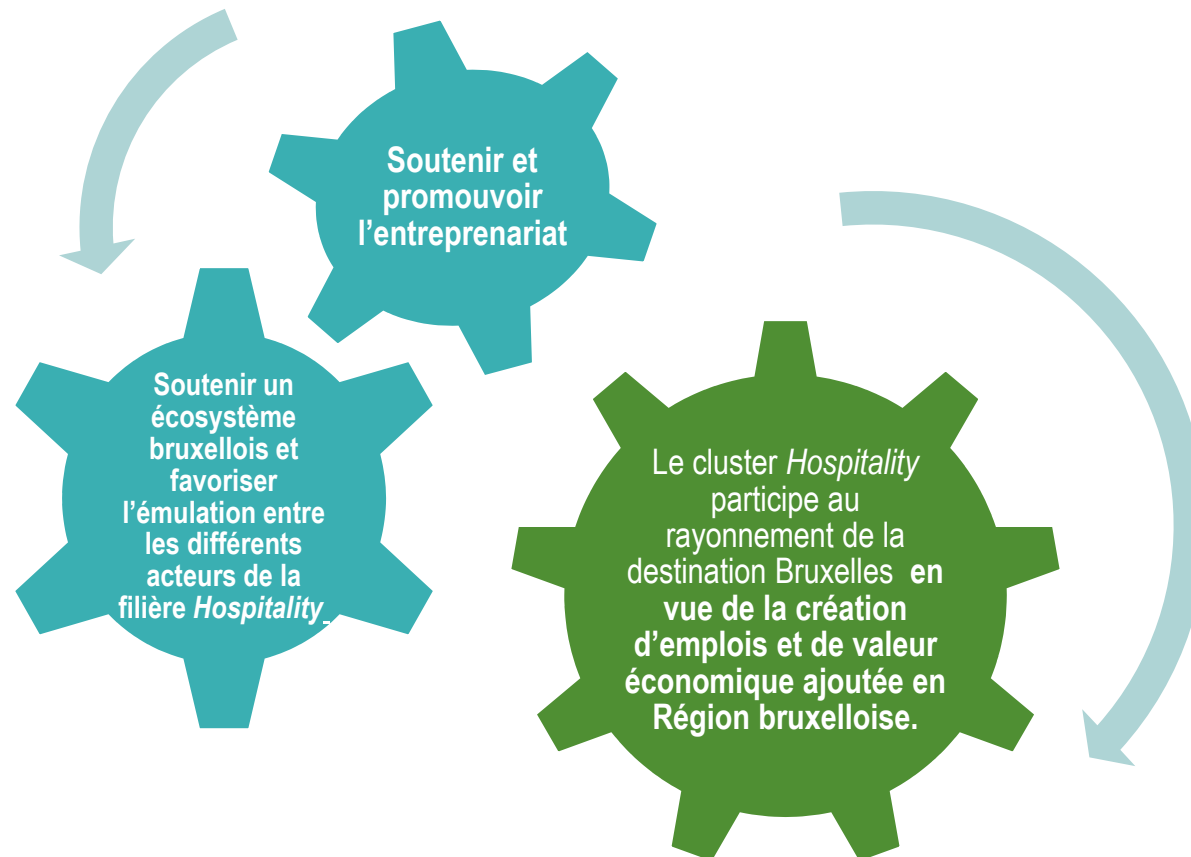


# L'écosystème « Hospitality »

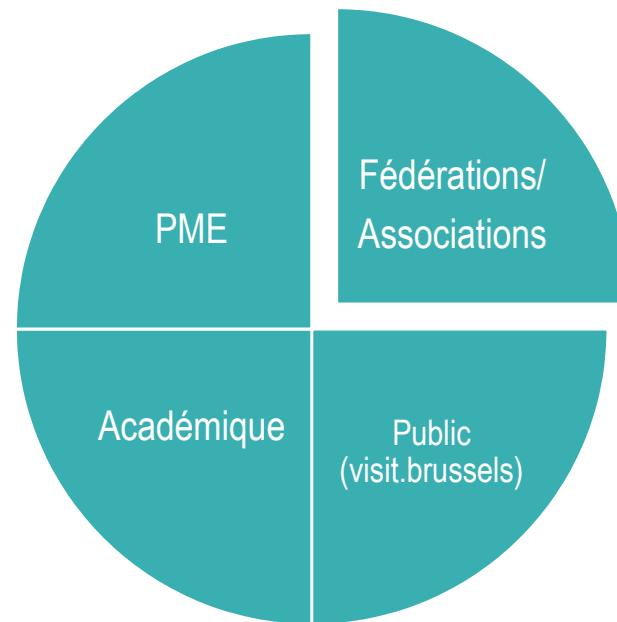




## Visions & Missions du cluster



## Un cluster ? Pour qui ?



## La Gouvernance du cluster



**Un Board représentatif de 17 membres, 5 meetings par an**

## hospitality.brussels – services collectifs

- Informations
- Workshops
- Conférences
- Sensibilisation Innovation
- Mise en réseau
- Faciliter la mise en place de solutions innovantes pour améliorer sa compétitivité:  
....



### À destination d'une cible très large

- couvrir toute la palette d'activités de la filière
- stimuler les **coopérations multi-disciplinaires**
- intégrer les partenaires **publics et privés**.



## hospitality.brussels – au service des acteurs bruxellois de l'hospitality



**Des collaborations pour rapprocher ACADEMIQUE & ECONOMIQUE**  
Journée sur le thème **Tourisme et Intelligence artificielle** IGEAT- ULB  
en partenariat avec l'ULB-Igeat

*Timing : 7 novembre 2018*





## hospitality.brussels – au service des acteurs bruxellois de l'hospitality



hospitality.brussels  
Powered by hulu Brussels  
Serendipities

Des workshops pour améliorer la compréhension des nouveaux acteurs et nouvelles tendances

**Comment améliorer l'expérience client du touriste à Bruxelles?**

***Date: 04 décembre 2018***



hospitality.brussels  
Powered by hulu Brussels

VICTORIA BAR  
AVENUE DE LA TOISON D'OR 11  
1050 IXELLES

Des événements de networking pour encourager l'innovation multi-disciplinaire et les synergies

**Afterwork- Bar Victoria**

***Date: 13 décembre 2018***

## hospitality.brussels – accompagnement individuel

Qui peut bénéficier des accompagnements individuels ?



- Projet d'intérêt régional avec une activité économique **innovante, originale, une vraie valeur ajoutée** pour Bruxelles
- **Avantageux pour le rayonnement de la RBC** et qui influe sur son **attractivité auprès des touristes**
- Potentiel de croissance (emplois/ de VA)
- Ambition d'internationalisation
- Priorité aux projets de moins de trois ans
- Disposant d'un **business plan rédigé** ou d'une note présentant le projet

## hospitality.brussels – services individuels



- **Plan d'affaires & plan financiers**
- **Aides régionales et Subsidés européens**
- Recherche de **financement, préparer son pitch investisseur**
- **Conseils en droit social, fiscal, commercial**
- **Programmes européens** de recherche, de développement et d'innovation (via les National Contact Point )
- **Partenaires à l'étranger** (via Enterprise Europe Brussels, via Brussels Invest & Export), **s'internationaliser**



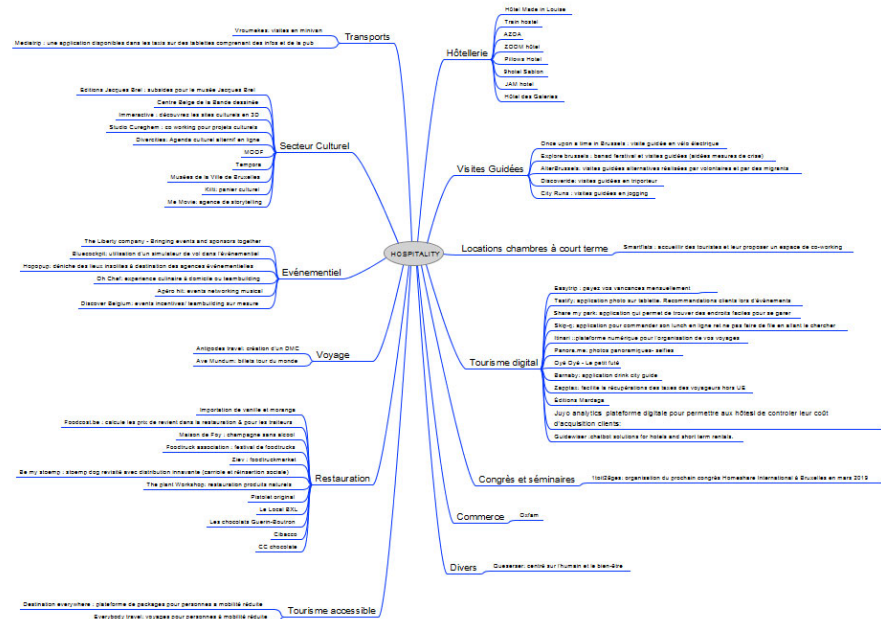
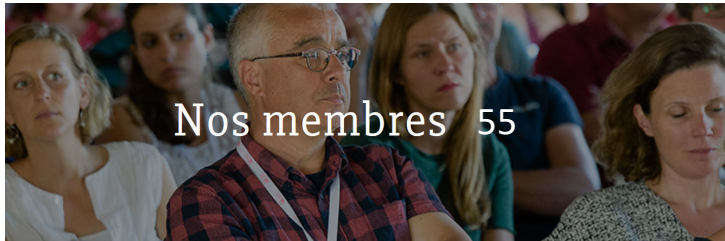
Au cours des mois qui ont suivi les attentats du 22 mars 2016, impulse.brussels a été d'un soutien précieux pour Explore.Brussels. (...) Avec cet expert, que je ne peux que recommander, nous avons pu travailler sur les méthodes de recherche de nouvelles sources de financement. Le résultat est concluant puisqu'une nouvelle source de financement a permis d'augmenter le budget annuel disponible de 3% et la poursuite de l'application de cette méthodologie devrait pouvoir dans les mois à venir permettre de trouver de nouvelles sources de financement pour le futur. Merci impulse et bravo pour le choix des experts proposés !

**Julien Staszewski**  
Directeur





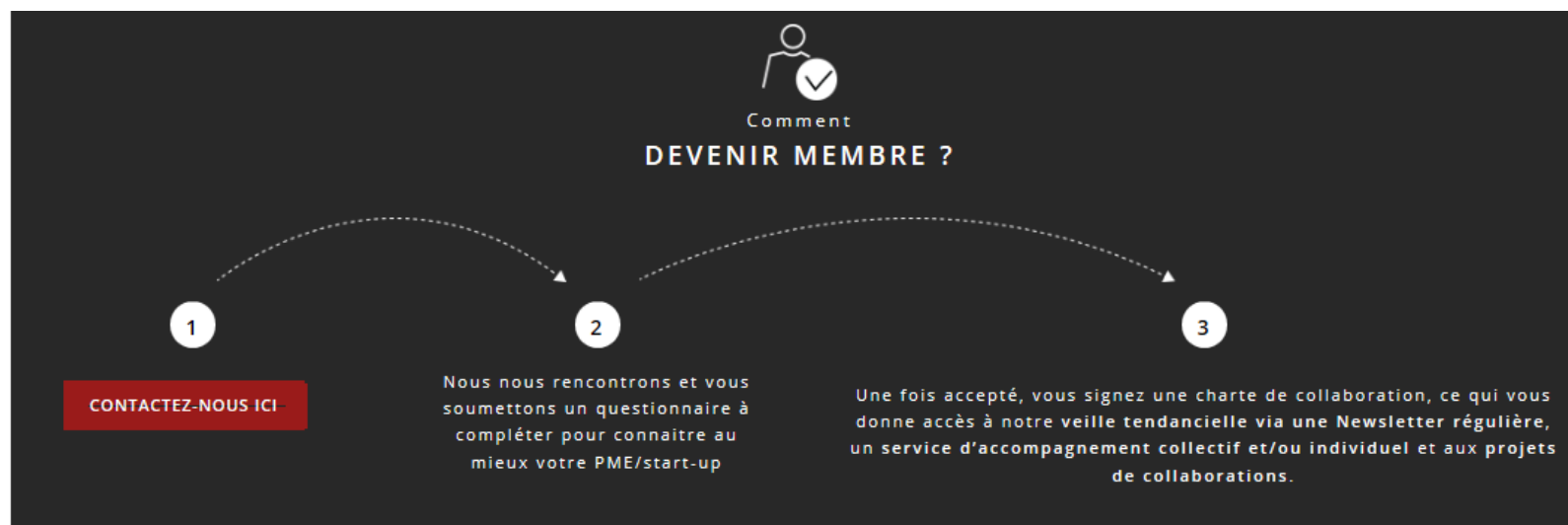
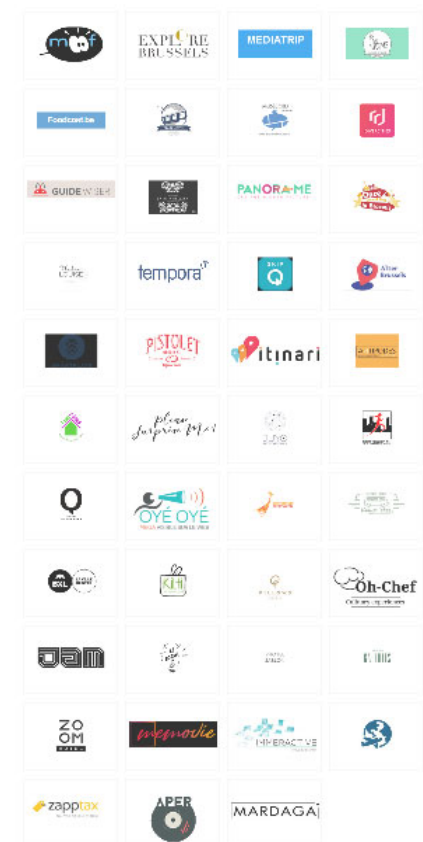
# Bilan 2018: quelques chiffres clés



# hospitality.brussels – devenir membre ou partenaire

## Pourquoi devenir membre ?

- Participer à **évènements/ formations** sur des thématiques pertinentes
- Être **mis en relation** avec des acteurs de l'entièreté de la filière
- Rencontrer des **partenaires** potentiels afin de collaborer sur des projets innovants
- Obtenir du **soutien** pour le développement de votre projet, sa croissance, son internationalisation



# hospitality.brussels & Attractions & Tourisme



**Proposition d'une Table ronde mardi 22 janvier 2019 à 14H00**

- Evoquer les plus grands défis à relever par les membres
- Réfléchir aux thématiques d'un projet d'hackathon

## Des questions ?

### Contactez-nous !

[vrenard@hub.brussels](mailto:vrenard@hub.brussels)  
[slahdioui@hub.brussels](mailto:slahdioui@hub.brussels)  
[info@hospitality.brussels](mailto:info@hospitality.brussels)

T +32 2 800 00 68

Inscrivez-vous à notre  
**Newsletter** sur

[www.hospitality.brussels](http://www.hospitality.brussels)

Suivez-nous sur



# Colloque spécial Bruxelles 2018

## La diversification des revenus avec la privatisation des musées ou le développement des activités événementielles

- Laura ZANI, Conseillère de direction  
Mécénat et relations internationales



**La privatisation des espaces  
aux Musées d'art et d'histoire de Genève**

**ATOMIUM**  
28 novembre 2018

Laura Zani, Mécénat et Relations Internationales  
Musées d'art et d'histoire, Ville de Genève



# La Suisse : 1000 musées pour 8 millions d'habitants



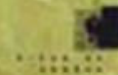


VISITEZ L'UN DES PLUS GRANDS MUSÉES DE SUISSE  
ARCHÉOLOGIE - BEAUX-ARTS - ARTS APPLIQUÉS

MUSÉE D'ART  
ET D'HISTOIRE



RUE CHARLES-GALLAND 2, 1204 GENÈVE  
OUVERT DE 10 À 18 HEURES  
FERMÉ LE LUNDI







Le MAH a vu le jour en 1910

**Partenaires majeurs**

- Mécènes privés
- Fondations
- Etablissements bancaires
- Entreprises horlogères

## **Le MAH et sa dimension de sociabilité**

Le MAH a accueilli des manifestations à caractère privé jugées significatives pour la vie de l'institution et plus en général pour la Cité.



## **Quelles sont-elles nos stratégies de privatisation ?**

Les tutelles poussent désormais de plus en plus les musées vers une autonomie croissante en ce qui concerne la gestion de leur budget de fonctionnement ainsi que des revenus engendrés par les diverses activités.

Au MAH les demandes de privatisation émanent notamment des secteurs bancaire, horloger et maisons de luxe. Fonction publique internationale.



Salle des armures

Salles Palatines

La Cour

Grand escalier













GPHG

GRAND PRIX D'HORLOGERIE DE GENÈVE





















日内瓦：时光之芯  
——瑞士钟表文化之源

GENEVA AT THE HEART OF TIME  
- THE ORIGIN OF SWISS WATCHMAKING CULTURE

悉力以赴 精益求精

——弗朗索瓦·江诗丹顿 (1819年)

Do better if possible and that is always possible.

François Cartier, 1819



瑞士钟表文化展  
GENEVA AT THE HEART OF TIME  
THE ORIGIN OF SWISS WATCHMAKING CULTURE

主办  
协办

日内瓦技术与历史博物馆

ORGANIZED BY

Capital Museum

Museum of World History, Geneva

CO-ORGANIZED BY

Vacheron Constantin

MUSEUM OF WORLD HISTORY

ANTIN



# Aspects organisationnels et financiers

La gestion

L'image

Aspects financiers

Les tendances

# Éléments de conclusion

Marketing territorial

Responsabilité sociale

Ressources, moyens, expertise, réseaux,  
synergies, visibilité, nouveaux publics

Dialogue, indépendance

- Encrage dans la société civile
- Mobilisation de l'attention du monde économique sur l'importance de la vie culturelle
  - Au cœur de la tradition
- Rencontre entre mondes différents

- Quels critères de sélection adopter?
- Quelles ressources financières peut-on attendre de cette action?
- Quels bénéfices, mais aussi quels coûts, notamment en ressources humaines, pour l'institution?
- Quelles pourraient être des nouvelles formes de privatisation ?



Le MAH est au cœur de la tradition genevoise ainsi que des interactions existantes entre la culture, les secteurs économiques et le monde international.

# Colloque spécial Bruxelles 2018

**La diversification des revenus avec la privatisation des musées ou le développement des activités événementielles**

- Nathalie CUISINIER, Directrice adjointe  
Direction des Relations Extérieures

MUSÉE DU  
LOUVRE



28 novembre 2018,  
Atomium, Bruxelles

## Musée du Louvre

Direction des relations extérieures  
sous-direction des  
événements et des tournages

Nathalie Cuisinier

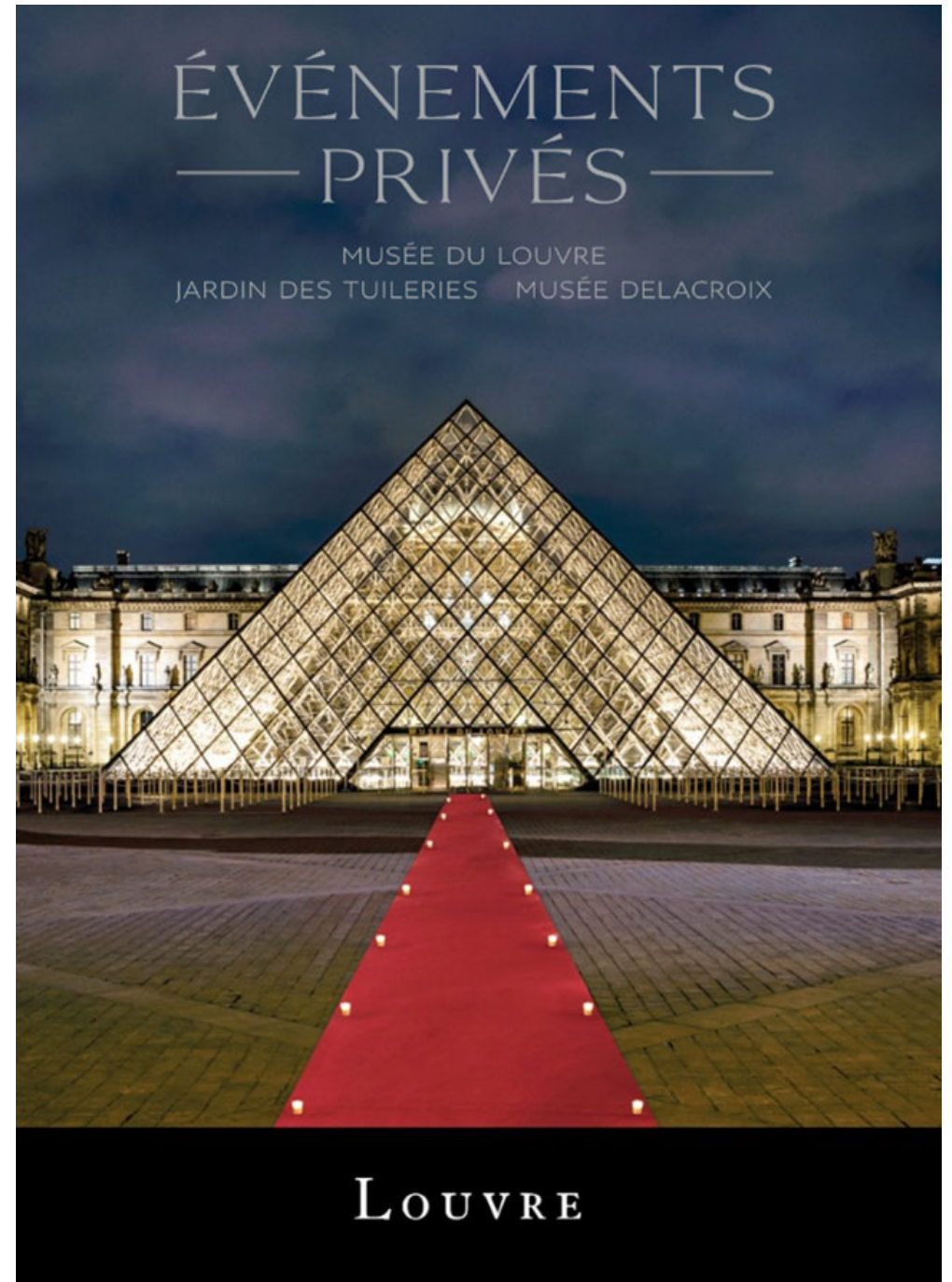
LOUVRE

# Présentation

---

## « La vie privée du Louvre »

- La vie du Louvre se réécrit le soir après le départ du grand public
- Un immense bâtiment à remettre en route
- Un intérêt fort pour les agents du musée
- Une nouvelle façon de revoir les collections et de redécouvrir le musée
- Un des piliers des ressources propres du musée





# Présentation

---

Inauguration de la pyramide en 1989



Développement des grandes expositions  
Création d'une petite unité événementielle



Ecriture d'un cahier des charges

Développement de l'activité



Création de la sous-direction

30 ans de la Pyramide

LOUVRE





# Professionnalisation des équipes

---

Sous-Direction des événements et  
des tournages

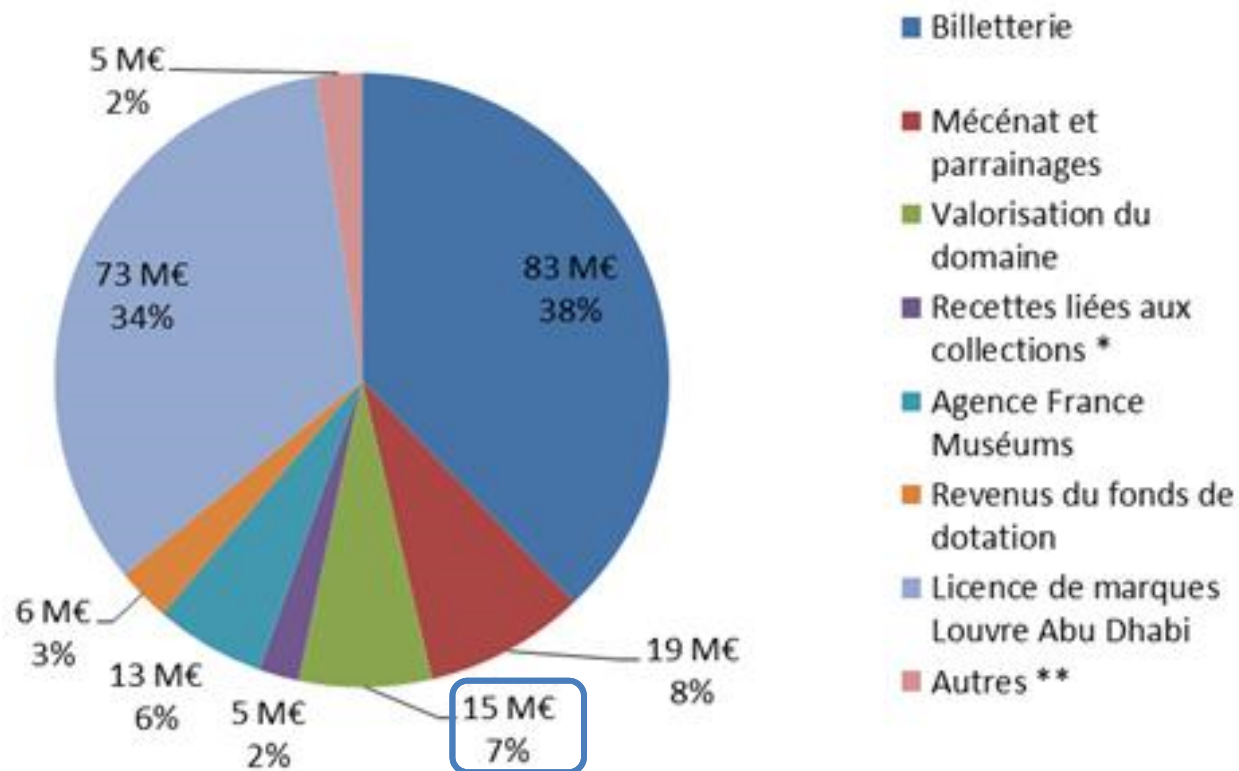
Service des événements  
8 personnes

Service des tournages  
4 personnes

Planification optimisée  
Développement commercial renforcé  
Process uniformisés  
Méthodologie commune

## 145,6 millions d'euros de ressources propres

Répartition des ressources propres en 2017  
(fonctionnement et investissement)



\* éditions et DVD, Guide multimédia et téléchargements, ressources documentaires, expositions exportées

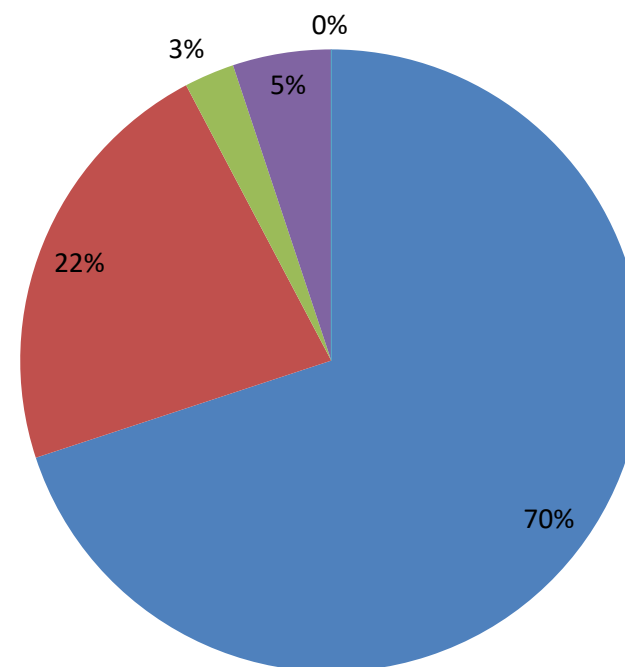
\*\* recettes diverses (dont recettes de l'auditorium et partenariats médias) et autres subventions

## 15 millions d'euros de valorisation du domaine

Répartition des ressources  
Valorisation du domaine

■ Concession ■ Location ■ Tournage ■ Marque ■

- Dont concessions : 10 688 698 € HT
- Dont locations Louvre et Tuileries : 3 412 041 € HT
- Dont tournages Louvre et Tuileries : 398 579 € HT
- Dont marque : 782 224 € HT





# Les événements sur le domaine du Louvre et des Tuileries

LOUVRE

**Le service des événements : une équipe de 8 personnes**



**115**  
**événements / an**

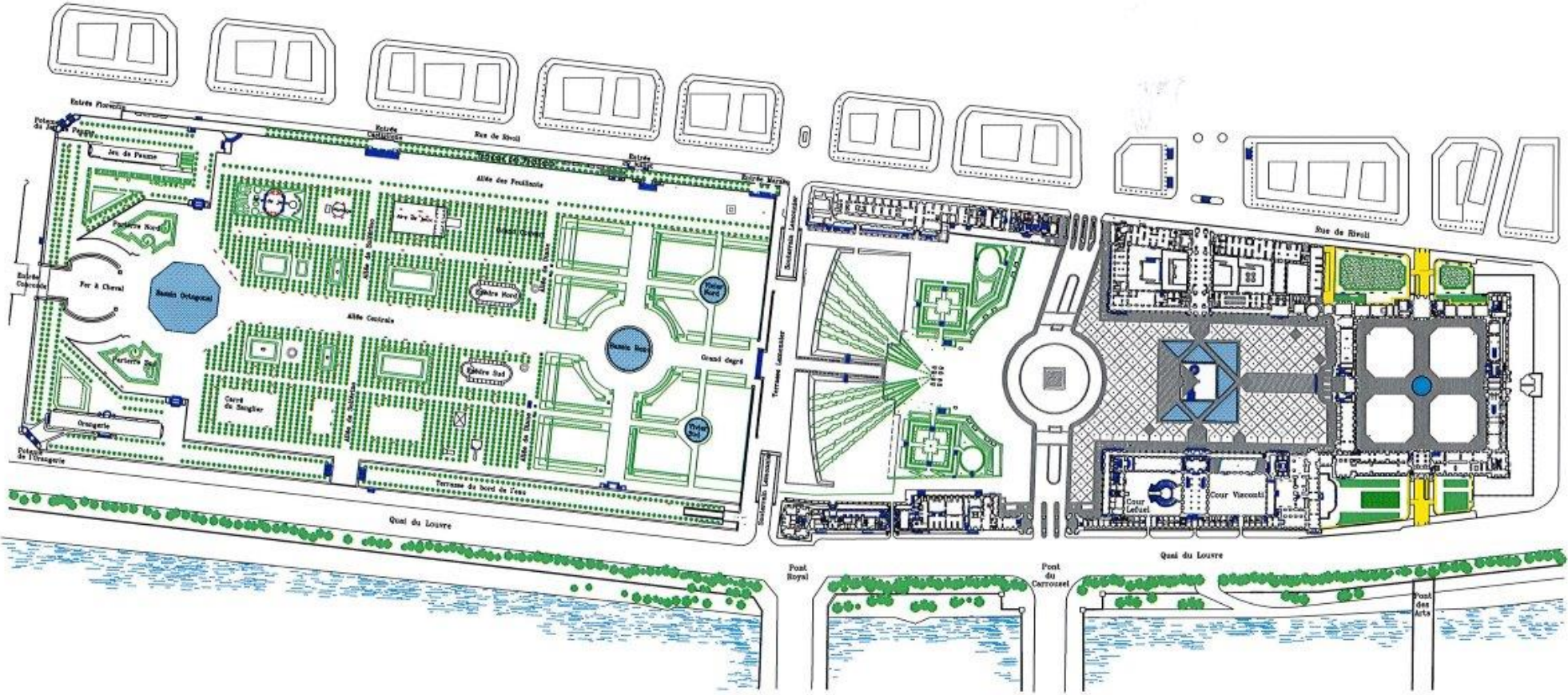
**Recettes locatives en 2018 :  
3 070 000 € HT**

**Grille tarifaire entérinée en conseil d'administration**



# Les événements dans le domaine du Louvre et des Tuileries

Un domaine qui s'étend du jardin des Tuileries à l'esplanade St Germain l'Auxerrois



# Typologie des événements

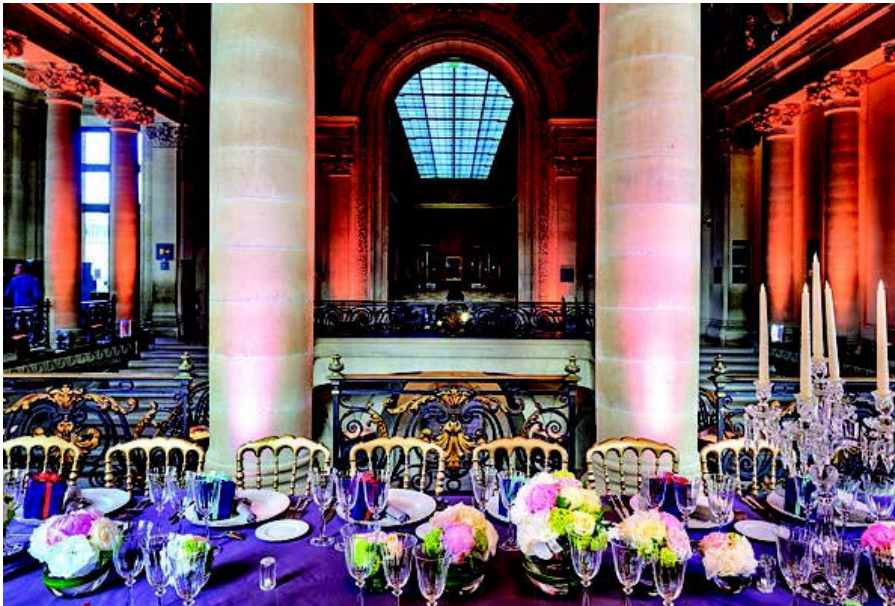
---

## **Le Domaine du Louvre et des Tuileries accueille plus d'une centaine d'événements par an**

- Événements musée du Louvre et musée Delacroix :
  - 45 événements d'entreprises en location d'espaces
  - 20 événements d'entreprises en contreparties mécénat
  - 30 événements de vie des cercles de mécènes, événements des partenaires et à destination des publics de l'EAC...
- 10 événements exceptionnels (Grand Dîner, Gala, Avant-premières, Remerciements...)
- Événements jardin des Tuileries
  - 10 événements par an (salons professionnels, fête foraine, défilés)
- Événements hors catalogue
  - Défilés Louis Vuitton



# Commercialisation des espaces





# Commercialisation des espaces

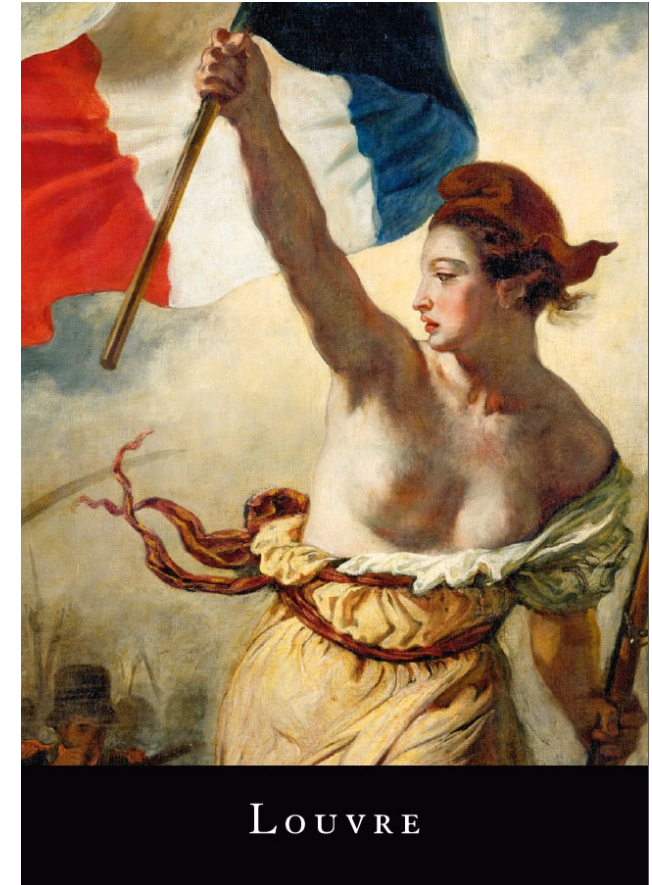




# Relations publiques

## Vernissages

- Vernissage presse
- Avant-première du dimanche soir avec cocktail
- Vernissage officiel
- Vernissage Amis du Louvre
- Vernissage mondain / Fidélisation
- 5 expositions par an
- 1 chargée de relations publiques (gestion des fichiers)
- 1 chargée d'événements dédiée



# Evénements exceptionnels

---

## Grand dîner des mécènes et vie des cercles de mécènes



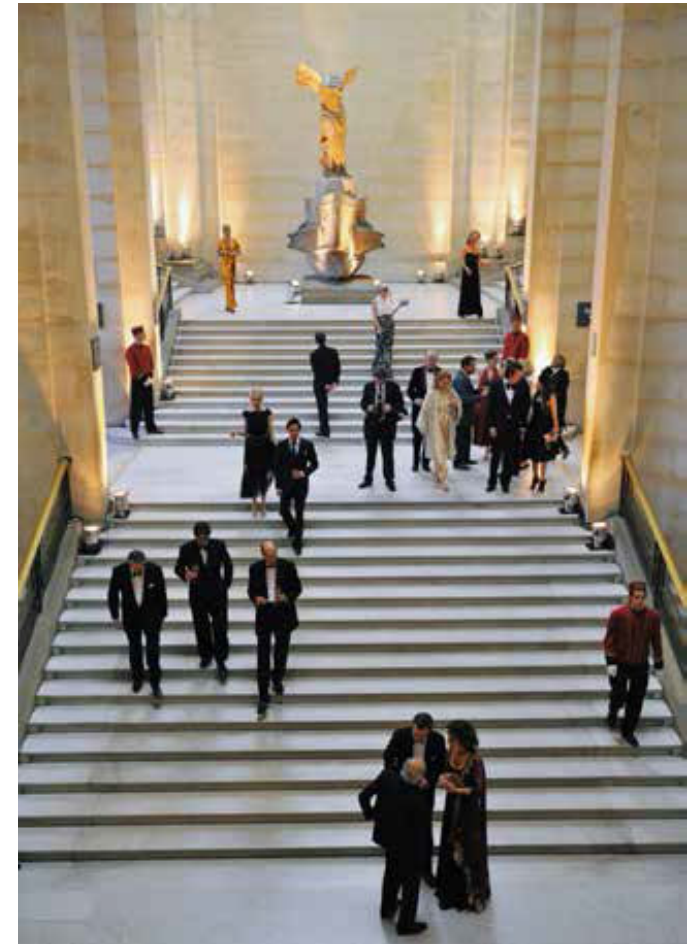
- Un grand dîner annuel avec vente de tables : levée de fonds pour le musée
- Un gala payant pour les mécènes individuels



# Evénements exceptionnels

---

## Grand dîner des mécènes et vie des cercles de mécènes



- Un événement de remerciement
- 2 soirées et 20 visites privées pour les cercles



# Evénements hors catalogue : contreparties de mécénat

Projet exceptionnel



Soutien  
grands projets du Louvre

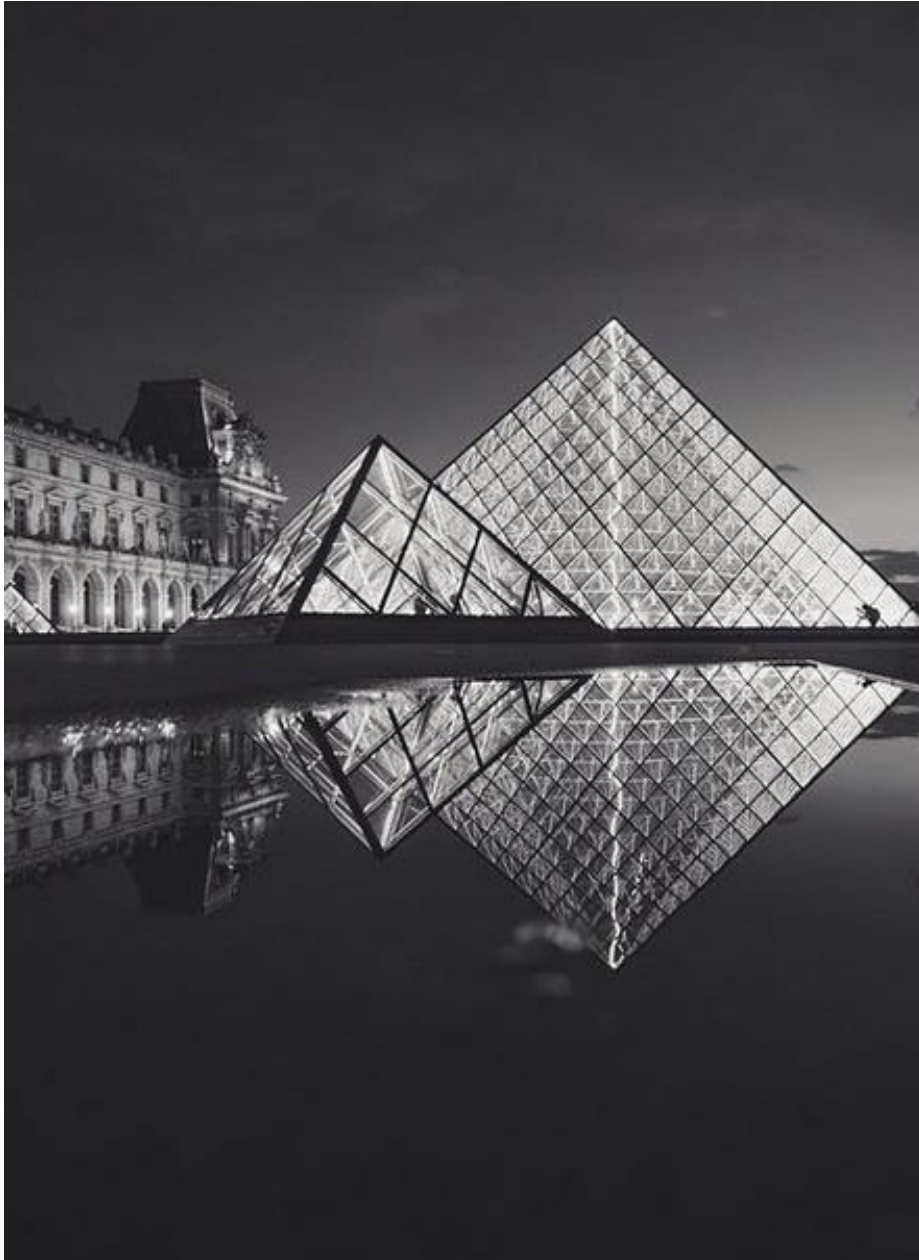


Convention de mécénat



# Contreparties: mécènes et partenaires

---



- 20 à 30 événements organisés en contrepartie de mécénat ou parrainage par an
- représente de 25 à 50 % des événements organisés par les entreprises
- Événements organisés en contrepartie d'association d'images

# Développement de l'activité

LOUVRE

- Participation au salon de la valorisation des espaces culturels
- Organisation d'événements de prospection
- Rencontres avec les traiteurs et agences pour repérage des espaces
- Développement des outils (propositions commerciales et plaquette)
- Rencontres avec les homologues



Paris, le XX XXX 2018

MUSEE DU LOUVRE  
Marie Langat  
Direction des relations  
extérieures  
01 40 20 59 23  
[marie.langat@louvre.fr](mailto:marie.langat@louvre.fr)

SOCIETE  
Présenté par  
00 00 00 00 00  
[sm@sm.fr](mailto:sm@sm.fr)

Madame, Monsieur,

Comme suite à votre demande, je vous prie de bien vouloir trouver ci-dessous les renseignements relatifs à la manifestation prévue de **XXX personnes** que vous souhaitez organiser au musée du Louvre.

Vous disposez d'une option sur le **XX XXX 2018**.  
Merci de bien vouloir me tenir informée des suites de ce dossier.

Je reste à votre entière disposition pour tout renseignement complémentaire ou pour organiser un rendez-vous de repérage.

Je vous prie de croire, Madame, Monsieur, en mes meilleurs sentiments.

Bien cordialement,

XXX



LOUVRE



# Les tournages sur le domaine du Louvre et des Tuileries

**Le service des tournages : une équipe de 4 personnes**



## 80% des tournages octroyés à titre gracieux

---

- valorisation des collections
- promotion de la programmation
- mission de service public





## 20% des tournages soumis à redevance

---

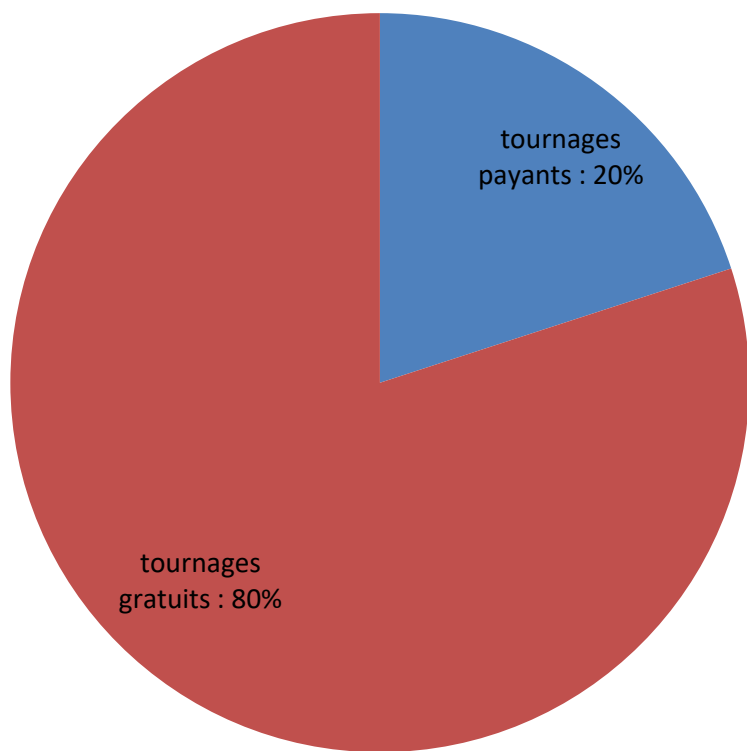
- valorisation de l'occupation du domaine
- coefficient de complexité
- association d'images
- frais techniques d'encadrement du personnel
- droit de propriété intellectuelle pour œuvres contemporaines
- forfait de stationnement
- Commission des tournages hebdomadaire

**Grille tarifaire entérinée  
en conseil d'administration**



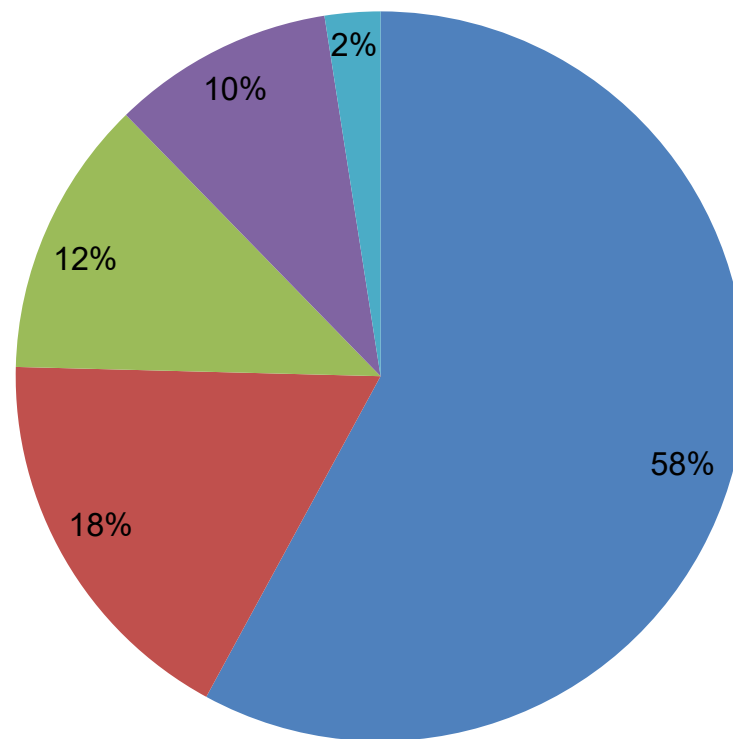
# Répartition des tournages

## Répartition des tournages payants et gratuits



## Répartition des tournages gratuits

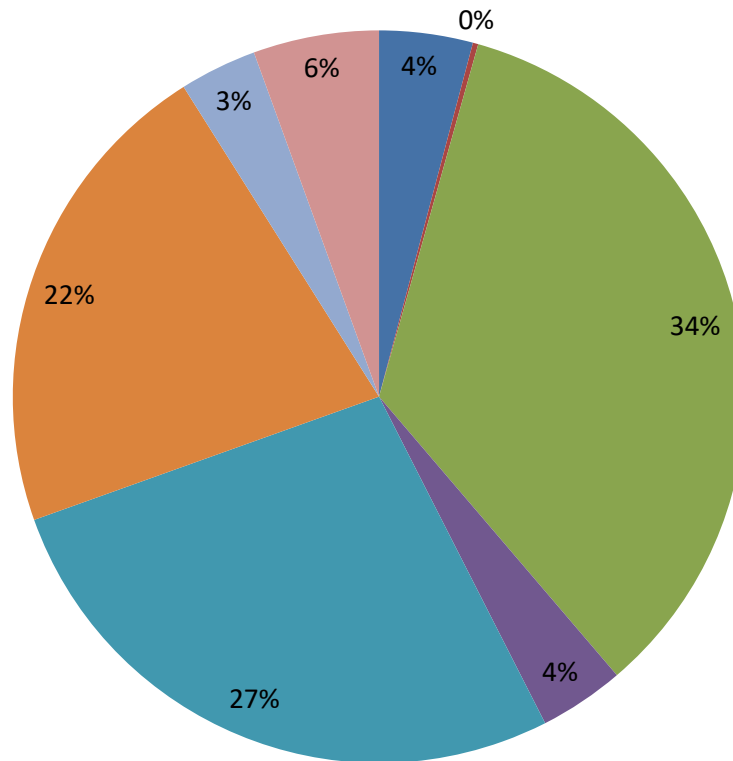
- presse : 58%
- échanges institutionnels : 12%
- création artistique : 2,5%
- projets internes : 17,5%
- étudiants / scolaires : 10%



# Répartition des tournages

## Répartition des tournages payants en fonction de la redevance

- 43 documentaires = 15 500€
- 33 itw / illustrations/décors = 900€
- 14 fictions = 129 100€
- 14 shootings mode = 14 100€
- 13 publicités = 101 505€
- 10 stationnements = 80 750€
- 7 AOT = 12 800€
- 36 autres = 20 830€





# Sélection des projets

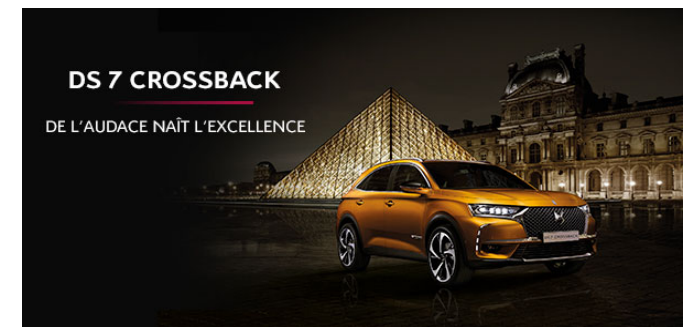
Intérêt culturel



Rayonnement de l'image



Valorisation financière



# Demain

---

- ✓ Mise en place d'une commission de validation des projets Tuileries,
- ✓ Optimisation du planning,
- ✓ Vision long terme,
- ✓ Association d'image,
- ✓ Développement et protection de la marque,
- ✓ ...





LOUVRE

---

**Direction des relations extérieures**

**Directeur**

**Adel Ziane**

**Sous direction des événements et des tournages**

**Nathalie Cuisinier**

01 40 20 53 89 – 06 27 00 12 02

[nathalie.cuisinier@louvre.fr](mailto:nathalie.cuisinier@louvre.fr)

[evenements@louvre.fr](mailto:evenements@louvre.fr) - [tournages@louvre.fr](mailto:tournages@louvre.fr)

# Colloque spécial Bruxelles 2018

**La diversification des revenus avec la privatisation des musées ou le développement des activités événementielles**

■ Anne MONNOM, Event Coordinator

**ALTERNATIVE**  
event-communication & design

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

ALTERNATIVE

[www.alternative-event.be](http://www.alternative-event.be)



# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## ORGANISER UN EVENEMENT DANS UN MUSEE

ALTERNATIVE

Monnom Anne  
Event coordinator  
28/11/2018

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## Qui sommes nous?



# Qui sommes-nous ?

**Project managing**

**Fournisseurs  
adaptés & de  
confiance**

- Plus de 25 années d'expérience

- Souplesse et adaptation à toutes situations

Fiabilité, flexibilité et initiative

Obligation morale de résultat

Politique du Just In Time



# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## POINT de VUE des AGENCES



# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## Premiers réflexes, quels sont ils?

- Faire le choix du bon musée par rapport à mon événement
- Etablir un contact personnalisé (profil event en face to face)
- Checker mes aspects logistiques
  - Qu'est il possible de faire ? (espace disponible, collection permanente, collection temporaire,...)
  - De quoi dispose-t'on sur place au point de vue technique? (courant électrique, eau, AV,...)
- Droit d'auteurs (œuvres et collections)

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## POINTS POSITIFS



# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

- Expérience unique
- Aspect culturel
- Lieu atypique
  - Travailler et se divertir
  - Susciter un intérêt par les expo-collection - favoriser inscription
  - Créer une atmosphère conviviale
  - Décor en lui même

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## POINTS NEGATIFS

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

- Prix
- Catering limité
- Agenda du musée
- Lieu « fragile » (assurances)
- Montage-démontage
- Accès limité aux différents espaces (visiteur)
- Horaires compliqués
- Fournisseurs souvent imposés

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## POINT de VUE des MUSEES

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## POINTS POSITIFS



# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

- Etendre son activité de base
- Générer des revenus supplémentaires
- Augmenter sa notoriété
- Tendre vers une augmentation du nombre d'événements

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## POINTS NEGATIFS

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

- Trouver le personnel adéquat pour répondre à ces demandes atypiques
- Garantir la sécurité des collections
- Assurer le confort des visiteurs

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## REMARQUES

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

- Garder l'équilibre entre le musée et l'événement
- Prévoir des investissements pour accueillir les événements
- Penser à l'organisation (personnel, exposition, espace, circulation, signalétique,...)
- Plannifier une visite – un repérage approfondi



# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

## Tendances du marché

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

- Privatisation
- Interactivité
- Intégration des nouvelles technologies
- Découverte
- Primeur

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

# CONCLUSION

# ALTERNATIVE

Event – Communication & design

Beaucoup de Musées aujourd'hui se construisent  
ou se rénovent en tenant compte de tous les  
critères évènementiels (ex : Musée des Sciences  
à Bruxelles, BAM à Mons,...)

# Colloque spécial Bruxelles 2018

