

8ème Edition

Thème 2008: Communication Strategies: How to make an impact

Venise, 25 -28 juin 2008

DOSSIER DE PRESSE

- Communiqué de presse p 2
- Comité d'organisation p 4
- Lieux, thèmes et participants depuis 2000 p 5
- Principaux speakers des précédentes conférences p 6
- Ils ont dit... p 8
- Profil des participants p 9
- Agenda, Créateur et organisateur p 11
- Coordonnées p 12

ANNEXES :

- Liste des participants
- Communiqués des partenaires de CTM

Relations pour la presse et les médias:



Philippe Fouchard
Email: pfouchard@agendacom.com
31, rue Ballu F-75009 Paris
T : + 33 1 49 95 08 06 F : + 33 1 49 95 04 69

Communiqué de presse

Le 25 juin 2008 s'ouvrira à Venise la 8^{ème} édition de la conférence internationale consacrée à la communication des musées : COMMUNICATING THE MUSEUM. Créée en 2000 à l'initiative de l'agence Agenda, COMMUNICATING THE MUSEUM est aujourd'hui la conférence de référence internationale pour toutes les questions touchant aux évolutions les plus récentes de la communication des musées, un domaine qui a connu ces dernières années de profonds bouleversements : à l'image des rôles nouveaux dévolus aux musées, de leur internationalisation, de leur ouverture sur le monde, de leur conquête de nouveaux publics et de nouveaux marchés, de leur utilisation des technologies les plus récentes de communication, de présentation et de rayonnement. Forum d'échanges et de discussion, COMMUNICATING THE MUSEUM rassemble ainsi un panel exceptionnel d'intervenants internationaux pour une audience mêlant grandes et moins grandes institutions.

270 professionnels de la communication des musées – principalement directeurs de communication et directeur de marketing – sont ainsi attendus à Venise pour apprendre, échanger et débattre autour du thème de 2008 : « **Communications Strategies : How to make an impact** ». Au 23 juin 2008, les participants enregistrés étaient au nombre de 265 et se répartissaient entre 28 pays différents venus d'Europe, d'Amérique du Nord, d'Asie, d'Australie ou des Emirats Arabes Unis (Cf. www.communicatingthemuseum.com/participants.html). La conférence accueille ainsi pour la première fois des représentants du Qatar et des Emirats Arabes Unis (16 au total), de Pologne (2), de Nouvelle-Zélande (2) et du Japon (1). Plus du tiers des participants de la conférence viennent de la sphère anglo-saxonne des musées soit un total de 134 délégués (Australie, Canada, Irlande, Nouvelle-Zélande, RU, USA).

COMMUNICATING THE MUSEUM 2008 sera présidée par Madame Jennifer Francis (Royal Academy de Londres) et Monsieur Eduardo Rozzo (Universita Bocconi, Milan) et proposera durant deux jours des sessions de travail au Palais des Doges et dans l'île de San Servolo où alterneront interventions d'experts et ateliers, cas pratiques et sessions de conseil. Grands professionnels et experts reconnus viendront ainsi délivrer leur vision sur les stratégies de communication et feront part de leurs expériences, qu'elles soient tirées de campagnes en tant qu'agence ou institutions, afférant au secteur muséal ou extérieur à celui-ci. Parmi les interventions programmées : Giandomenico Romanelli, Directeur des Musei Civici de Venise (*Putting the Arts at the centre of Political Strategy*); Amitava Chattopadhyay, Professeur à l'INSEAD Singapore (*Branding is a Strategy*); Robert Jones, Head of New Thinking, Agence Wolff Olins Londres (*Museums need a new kind of Branding*); Juan Cabral, Creative Partner Fallon Agency (*Fear*) ; Patrick Walker, Director of Video Partnerships, YouTube/Google (*You Tube and You*); George Oates, Senior Program Manager, Flickr (*Into the Wild: Engaging with new audiences*); Arthur Cohen, Strategy Director, LaPlaca Cohen New York (*Developing New Audiences : Today and Tomorrow*). Les débats et interventions seront modérés par Will Gompertz, Director of Tate Media de la Tate et par Damien Whitmore, Director of Public Programmes du Victoria and Albert Museum de Londres. Tous les détails du programme. Programme (cf. www.communicatingthemuseum.com/programme.html); Intervenants (cf. www.communicatingthemuseum.com/speakers).

COMMUNICATING THE MUSEUM a été créée en 2000 par Corinne Estrada, directrice de l'agence AGENDA, agence de communication culturelle à dimension européenne et par Damien Whitmore, alors directeur de la communication de la Tate de Londres, aujourd'hui directeur des Affaires Publiques du Victoria and Albert Museum de Londres. Depuis sa création, COMMUNICATING THE MUSEUM s'est déroulé à Paris (2000,2001, 2003), Valence (2004), Turin (2005), Rotterdam (2006), Madrid (2007). En 2008, COMMUNICATING THE MUSEUM a pour partenaires à Venise, outre les Musei Civici Veneziani, la Collection Peggy Guggenheim, le Palazzo Grassi, le Palais des Doges.

COMMUNICATING THE MUSEUM a pour Media Sponsor The Art Newspaper et pour corporate sponsors Antenna Audio, Malaga 2016, Thalys.

LE COMITE D'ORGANISATION



Damien Whitmore, Director of Public Programmes, Victoria and Albert Museum, UK
Co-fondateur de *Communicating the Museum*



Jennifer Francis, Head of Press and Marketing, Royal Academy of Arts, UK
Co-présidente de la conférence « *Communicating the Museum 2008* »



Edward Rozzo, Photographe et Professeur à l'Université Bocconi de Milan and
Co-président de la conférence « *Communicating the Museum 2008* »



Will Gompertz, Director of Tate Media, Tate, UK
Consultant pour la programmation de « *Communicating the Museum* »

Autres membres :

- **Anne-Sylvie Capitani-Bameule**, Assistante de la Directrice de la Communication, Musée du Quai Branly, France
- **Louise Hamlin**, Head of UK Sales, The Art Newspaper, Londres
- **Patrick Kelly**, Marketing Manager, The Art Newspaper, Londres
- **Lorenzo Marchetti**, Directeur, Box Office Italia, Milan
- **Pedro Martin-Almendro**, Directeur, Fundacion Málaga, Malaga
- **Nathalie Mercier**, Directrice de la communication, Musée du Quai Branly, Paris
- **Vincent Poizat**, Directeur des Ventes, Antenna Audio, Paris
- **Armelle Weber**, Head of Partnerships, Thalys International, Bruxelles

LIEUX, THEMES ET PARTICIPANTS DEPUIS 2000

2000

Thème : Visual Identity Paris / UCAD - LOUVRE

Nombre de participants 15

2001

Thème : New Spaces Paris / UCAD - LOUVRE

Nombre de participants 51

2003

Thème : Branding Paris / Résidence de l'Ambassadeur de Grande-Bretagne

Nombre de participants 102

2004

Thème : Permanent Collections Valencia / IVAM

Nombre de participants 126
Transcripts disponibles

2005

Thème : Ideal Exhibition Turin / Palazzo Reale

Nombre de participants 235

2006

Thème : Building Partnerships Wereldmuseum & Kunsthal / Rotterdam

Nombre de participants 201
Transcripts disponibles

2007

Thème : New Media Prado, Reina Sofia, Museo Thyssen-Bornemisza / Madrid

Nombre de participants 243
Transcripts disponible

PRINCIPAUX SPEAKERS DES PRECEDENTES CONFERENCES

Madrid 2007

Modérateur :	Will Gompertz Head of Tate Media, Tate UK
Bernard Stiegler	Directeur du département du développement culturel, Centre Pompidou, France
Dr. Nancy Proctor	Audio Media Development Manager, Antenna Audio, UK
Elyse Topalian	Deputy Vice President and Chief Communications Officer, MoMA, USA

Rotterdam 2006

Modérateur :	Arthur Cohen Chief Executive Officer, LaPlaca Cohen, USA
Jean Marc Terrasse	Directeur de l'Auditorium, Musée du Louvre, France
Thomas Girst	Head of Culture Communications, BMW Group, Germany
Marc Sands	Marketing Director, Guardian Newspapers Ltd, UK
Rose Hiscock	Marketing Manager and Communications, Museums Victoria, Australia
Edson Hato	Corporate Sponsoring & Business Events, ING, The Netherlands

Turin 2005

Modératrice :	Anna Somers-Cocks Director and Editor in Chief, The Art Newspaper, UK
Charles Saumarez Smith,	Director, The National Gallery, UK
Bernhard Schulz	Editor, Art & Architecture, Der Tagespiegel, Germany
Gail Lord	President, Lord Cultural Resources, Canada

Valencia 2004

Modérateur:	Damien Whitmore Director of Public Affairs, Victoria & Albert Museum, UK
Angela Riddering	Director of Communication and Development, Museum Boijmans van Beuningen, The Netherlands
Deborah Ziska	Director of Communication, National Gallery of Art, Washington, USA

Paris 2003

Modératrice :	Philippe Regnier Rédacteur en chef, Le Journal des Arts, France
----------------------	---

Paris 2002

Intervenants

Christophe Monnin

Directeur de la communication, Musée du Louvre, France

Stéphane Martin

Directeur, Musée du Quai Branly, France

Paris 2000

Intervenante

Laure Ragueneau-Bonnin, Directrice de la Communication, France Telecom, France

ILS ONT DITS...

Consultants, membres du comité, intervenants de CTM 2008

Jennifer FRANCIS, Head of Press and Marketing, Royal Academy of Arts, UK
Co-présidente de la conférence « Communicating the Museum 2008 »

“Je suis absolument ravie de collaborer avec Agenda et de coprésider la 8^{ème} conférence Communicating the Museum. Le thème de cette année (ndlr « Communicating Strategies : How to make an impact ») est un sujet qui me tient particulièrement à cœur : le planning stratégique, la segmentation des publics et la mise en place de campagnes de communication et de marketing étant au centre de nos préoccupations quotidiennes, tout spécialement à la lumière d'une concurrence toujours plus grande pour faire venir les visiteurs. J'espère ainsi pouvoir présider une conférence où chacun viendra faire part de son expérience, apprendre sur les meilleures pratiques internationales qui nous permettront d'adapter nos futures campagnes ».

Will GOMPERTZ, Director of Tate Media, Programming Consultant for Communicating the Museum

“Qu'une organisation soit grande ou petite, elle ne peut prétendre au succès sans communiquer sur ses buts et ses objectifs et sur la façon dont elle souhaite y parvenir. Cela nécessite la mise en place d'une stratégie, en soi, la plus importante qualité que doit posséder tout professionnel de la communication et qui reste un sujet d'un constant apprentissage”.

Damien WHITMORE, Director of Public Programmes, Victoria and Albert Museum, Londres et Co-fondateur de Communicating the Museum

“COMMUNICATING THE MUSEUM est un forum unique en son genre pour les professionnels de la communication travaillant dans ou avec les musées. Elle leur permet d'être au fait des plus récentes tendances dans le marketing culturel et la promotion. Elle mêle des présentations par les plus grands professionnels du monde entier avec des sessions et ateliers pratiques sur des thèmes spécifiques. Et tout cela dans le cadre unique de Venise”.

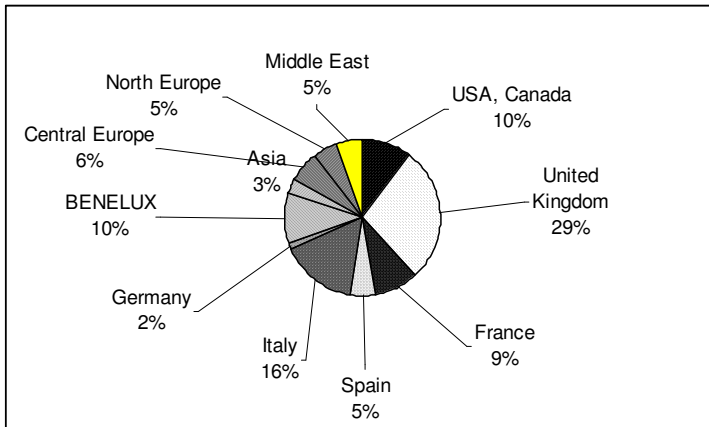
Nathalie MERCIER, Directrice de la communication, Musée du Quai Branly, Paris

“Le thème de la conférence de 2008 porte un important potentiel de cross fertilisation des méthodes et des savoirs faire représentant ainsi une réelle opportunité d'accroître son champ de réflexion au bénéfice d'une meilleure stratégie pour sa propre institution culturelle. J'attends beaucoup de cette édition et je pense qu'elle est en mesure, au vue des intervenants et différents sous thèmes choisis, d'agrandir nos champs de perspectives stratégiques dans le domaine culturel”.
Nathalie Mercier,

PROFIL DES PARTICIPANTS

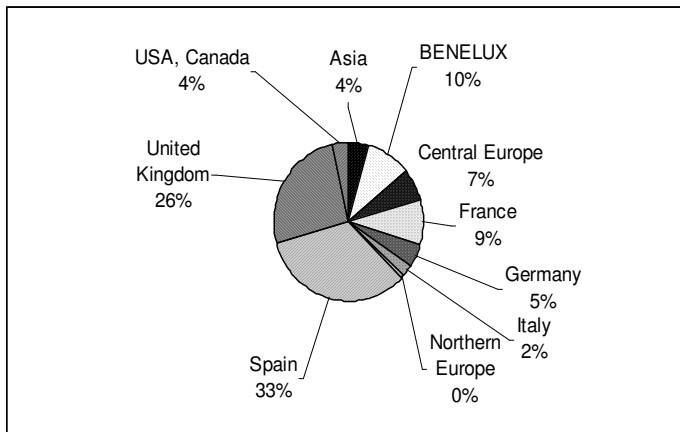
PAR PAYS

Venise 2008



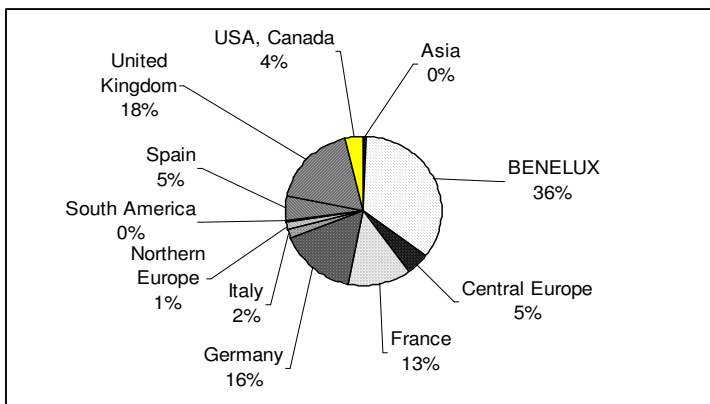
En 2008, on note la forte présence des représentants du monde des musées anglo-saxons (USA, Canada, UK) pour un peu plus du 1/3, une importante délégation des Emirats, nouveaux venus ainsi que de Pologne, Japon et Nouvelle-Zélande.

Madrid 2007



2007, était marquée par l'importance de la représentation espagnole, la participation du Louvre et de la RMN pour la France, nouvellement venus, le maintien d'un fort contingent BENELUX, et Britannique. Une délégation invitée représentait pour la première fois la Chine.

Rotterdam 2006

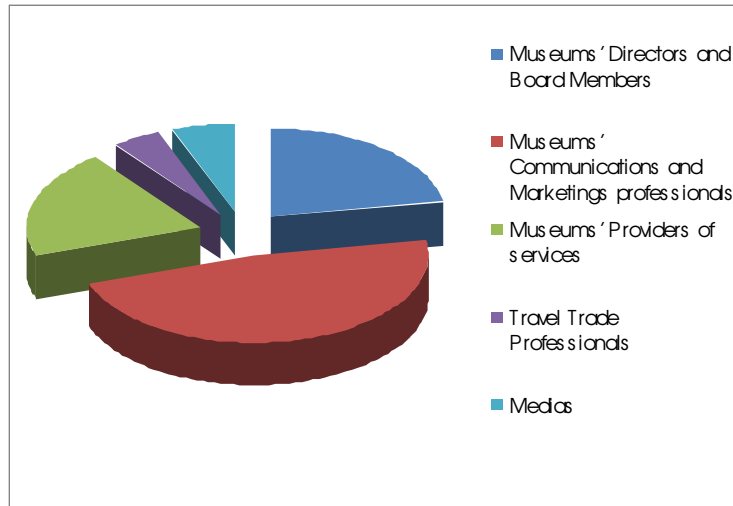


Rotterdam en 2006 avait vu la forte représentation des pays d'Europe BENELUX et la confirmation de la participation française à la conférence. L'Allemagne était cette année là fortement représentée tandis que le Royaume-Uni confirmait un contingent toujours très nombreux de participants.

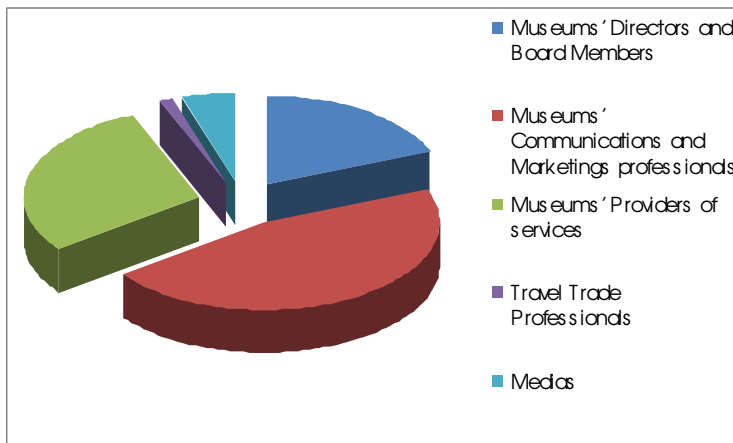
PROFIL DES PARTICIPANTS

PAR FONCTION

Venise 2008



Madrid 2007



D'une année sur l'autre, le profil des participants à la conférence montre une certaine permanence se répartissant entre :

- Environ 25% des participants occupent des positions managériales au sein des musées : présidents, directeurs, membres des conseils d'administration.
- Près de 50% des participants sont issus des départements marketing ou communication des musées, à l'échelon du directeur, plus rarement à celui du press ou marketing officer
- Environ un 1/3 des participants sont liés au monde des musées en tant que partenaires (sponsors), fournisseurs de services ou professionnels du tourisme.

AGENDA, CREATEUR & ORGANISATEUR

AGENDA est l'organisatrice de COMMUNICATING THE MUSEUM.

Créée en 1995 par Corinne **ESTRADA**, basée à Paris, **AGENDA** est une agence de communication culturelle internationale, spécialisée dans les relations presse et le marketing d'institutions muséales internationales. Depuis 2000 et la création de COMMUNICATING THE MUSEUM, AGENDA est également organisatrice de conférences : les IMCA, International Museum Communications Awards visant à récompenser le meilleur de la création visuelle dans le domaine des musées, ainsi que CULTUREBUSINESS, une nouvelle sur le mécénat qui se tiendra pour la première fois à la Cité de l'Architecture de Paris les 20 et 21 novembre prochains.

AGENDA fut la première agence française de relations publiques à allier les relations presse et la dimension marketing, Agenda est également l'une des premières agences française de communication culturelle à dimension européenne intégrée.

Depuis sa création, Agenda intervient pour ses clients soit pour des missions de communication institutionnelle, dont de nombreuses et importantes ouvertures de lieux dont la Tate Modern en 2000 et le MUDAM au Luxembourg en 2005, soit pour des missions de communication événementielle avec la promotion de plus de deux cents expositions temporaires en Europe.

L'équipe internationale d'Agenda, à l'expertise professionnelle reconnue, lui permet de répondre à tous les types de demandes médiatiques, culturelles et touristiques de ses clients. Ayant développé depuis son origine une culture de l'ouverture, de l'adaptation et de l'innovation, Agenda figure également parmi les agences les plus novatrices et créatives, ayant été parmi les premières en France à expérimenter et mettre en place les nouvelles dimensions de la communication des musées qui ont vu le jour depuis le début des années 2000.

Visibilité et accessibilité sont les deux maîtres mots qui fondent la démarche d'Agenda.

- Visibilité par la mise en place de campagnes média à l'échelle européenne en vue d'obtenir la couverture souhaitée et la meilleure exposition médiatique possible.
- Accessibilité par la mise en place de campagnes marketing visant à créer et des partenariats forts pour le développement du trafic et de la fréquentation. Les partenariats avec les transporteurs (type Eurostar, Thalys), les professionnels du tourisme (billetteries, tour opérateurs, agents de voyage), les associations ou professionnels culturels complétant les résultats obtenus dans la sphère des relations médias.

Agenda est l'agence de communication à l'échelle européenne de la Tate Modern (depuis 1997), de la National Gallery de Londres (depuis 1997), du Victoria and Albert Museum de Londres (depuis 1999), du festival bruxellois Europalia (depuis 2006), de la Saatchi Gallery (Londres), du musée Soulages à Rodez.

COORDONNEES

Corinne Estrada	Directrice
Philippe Fouchard	Directeur Communication & Marketing
Pascale Bousquet	Directrice Administrative
Miguel Perez de Guzman	Développement
Rosalind Hesketh	Organisation des conférences
Janine Kersten	Responsable du bureau de Berlin
Varda Sokolowicz Papiol	Responsable du bureau de Barcelone
Laura Ori	Responsable du bureau de Milan
Shirley Akkerman	Press Officer Benelux

Site internet de COMMUNICATING THE MUSEUM :
www.communicatingthemuseum.com

Site internet d'AGENDA :
www.agendacom.com

Adresse :
AGENDA
31, rue Ballu
75009 Paris

Téléphone : 00 33 1 49 95 08 06
Fax : 00 33 1 49 95 04 69

Coordonnées de tous les participants, intervenants, chairs de la conférence sur demande