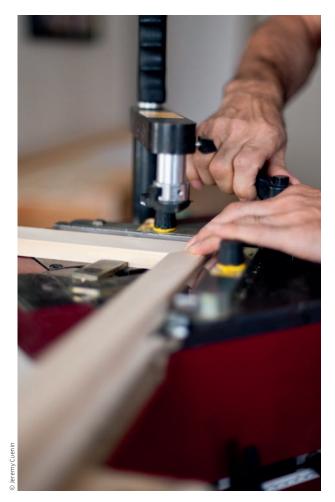




MUZĖO EXPRIME VOTRE PERSONNALITÉ ET VOTRE CRÉATIVITÉ GRÂCE À DES CRÉATIONS ET DES REPRODUCTIONS D'ART, 100% MADE IN FRANCE, DES PLUS BELLES PEINTURES ET DES PLUS BEAUX TABLEAUX.



### > LES ORIGINES

Créée en 2004, Muzéo a mis l'art au service du design et a inventé son métier. Muzéo est spécialisée dans la création, le sourcing, la scénographie de contenus artistiques ainsi que dans leurs fabrications et leurs installations pour contribuer à la décoration de tous types d'espaces tels que les hôtels, les commerces ou les entreprises. Muzéo a très vite accompagné les plus grands décorateurs comme Philippe Starck, Jacques Garcia, Didier Gomez, Jean-Philippe Nuel dans leurs réalisations. Muzéo intervient aujourd'hui auprès des plus grandes chaînes d'hôtels au monde: Accor, Marriott, Hilton, Four Seasons, Hyatt, B&B, Mama Shelter, Groupe Barrière... dans plus de vingt pays. La société accompagne de nombreuses marques de luxe dans le retail et des grandes entreprises pour les aider à intégrer du contenu artistique dans leurs espaces de travail. Muzéo a créé des filiales à Londres, Genève et Dubaï, afin d'assurer son développement auprès des plus grands designers et d'accompagner leurs projets à l'étranger. Muzéo y réalise plus de 40% de son CA.

En 2015, le site internet grand public Muzeo.com est lancé. Il permet d'acheter des reproductions d'œuvres d'art de haute qualité artisanale et de les personnaliser en choisissant leur format, leur support et leur encadrement.

Muzéo, c'est aujourd'hui 1200 m² d'ateliers d'encadrement, d'impression, de tirage d'art, d'ébénisterie, de fabrication de lots artworks à Paris, 45 collaborateurs et plus de 450 projets traités par an.

Depuis 2016, Muzéo est labellisée EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant).





### > UN SAVOIR-FAIRE QUI CONJUGUE L'ART

La mission de Muzéo est d'enrichir un espace conçu, avec un contenu artistique et culturel approprié, en collaboration avec un architecte d'intérieur ou un décorateur et selon un cahier des charges défini par l'utilisateur final. Autrement dit, l'art est mis au service du design pour animer, créer une émotion, raconter une histoire et traduire en image l'esprit d'un lieu, d'une entreprise ou d'une marque. Une fois la ligne éditoriale artistique définie, Muzéo intègre le développement et la fabrication des produits dans ses ateliers jusqu'à leur installation sur site.

## > LES ŒUVRES ET RÉALISATIONS PRÉSENTÉES

Dans le tertiaire, leurs travaux et œuvres peuvent être contemplés dans les bureaux de Redveco Paris (design Muzéo), chez JLL Londres (décorateur Tétris Bluu UK), au 123 Venture Paris (design Muzéo) et dans l'Immeuble Influence, nouveau siège du Conseil Régional IDF (design Muzéo), les bureaux de L'Oréal à Genève, le Mama Works de Lyon, Multiburo et Nextdoor. entre autres. Pour les réalisations dans les hôtels, on compte le Molitor Paris (décorateur Jean-Philippe Nuel), le Mama Shelter Paris (décorateur Philippe Starck), le Sofitel Tamunda Maroc (décorateur GM Architects & Galal Mahmoud), le SLS Miami (décorateur Philippe Starck), l'hôtel Renaissance le Parc Paris (décorateur Jean-Philippe Nuel), le Royal Monceau (décorateur Philippe Starck), La Réserve Paris (décorateur Jacques Garcia) et l'Hoxton (Soho). Pour les restaurants, on peut voir Ma Cocotte (décorateur Philippe Stark), le Prince de Galles (design Muzéo) et le Restaurant Pic (décorateur Bruno Borrione).

# > LES AVANTAGES DE PASSER PAR MUZÉO

Muzéo va permettre à son client de préciser la direction artistique de son projet, au regard de son brief, des valeurs qu'il veut faire apparaître et de leur donner corps. Muzéo travaille l'art avec un objectif décoratif ciblé et sans miser sur la valeur patrimoniale des œuvres. Cette approche apporte beaucoup de souplesse et permet un rapport investissement / rendu décoratif particulièrement efficace. Elle valorise l'espace pour les gens qui le vivent et non pas en spéculant sur la valeur future





des œuvres installées. Muzéo amène du contenu artistique et sa scénographie dans une entreprise comme une agence de design, crée un logo ou une charte graphique. A cela s'ajoute sa capacité à reproduire les pièces retenues, ce qui rend le projet économiquement très performant. Le parti pris fait réagir et crée du lien social. Dès lors que les occupants sont captés par les images, ils laissent libre cours à leur imagination et en discutent entre eux... L'objectif est alors atteint. Ils deviennent acteurs et co-auteurs de la mise en scène et non plus simples spectateurs. Éric Angiboust, fondateur de Muzéo, pense que l'entreprise joue alors véritablement un rôle de média culturel et répond aussi aux attentes des jeunes générations beaucoup plus exigeantes. L'approche de Muzéo est dans les arts décoratifs. Elle peut compléter celle du 1 % artistique dédié aux entreprises du secteur public qui achètent des œuvres originales.

### LE CHOIX DES ŒUVRES

Comme la mission en BtoB répond à des briefs précis et à une cible définie, les œuvres ne sont pas populaires, elles doivent être efficaces.

Quand Muzéo intervient au côté d'un hôtel 5\* à Miami sur une plage, ou dans les bureaux de L'Oréal à Genève, l'objectif est très différent et ne correspond aucunement à la recherche d'œuvres populaires.

En revanche, il y a des méthodes qui sont développées, notamment pour faciliter la double lecture, la suggestion, et cela fonctionne assez bien quand on capte un détail d'une œuvre connue qui renvoie à notre culture collective et interpelle. Le site internet (www.muzeo.com) propose des reproductions d'œuvres



iboust . © Jeremy Cuenin

## MUZÉO

8, rue Nicolas Appert 75011 Paris Tél. : + 33 (0)1 70 71 52 23

www.muzeo.com

d'art, et dans ce cadre, les œuvres les plus populaires sont liées à la fois à l'actualité des expositions, des redécouvertes et des peintres impressionnistes qui restent des valeurs sures.

### LES DROITS DE REPRODUCTION D'UNE ŒUVRE

Muzéo a bâti des partenariats avec de nombreux musées français et étrangers, ainsi que de grandes banques d'images. La société achète les droits de reproduction et les cède à ses clients. Dans l'univers de l'art et de la culture, c'est long de mettre en place ces partenariats qui reposent beaucoup sur la confiance et le respect de la propriété intellectuelle, ce qui fait partie du fonds de commerce du Muzéo.

# LES ÉVOLUTIONS POSSIBLES

Il y a quelques années, le discours de Muzéo était entendu seulement par les plus grands décorateurs qui ont compris rapidement l'intérêt de son savoir-faire et son application dans l'univers de l'hospitality. Aujourd'hui, ce sont ces mêmes codes de l'hospitality dont Muzéo s'inspire pour faire des bureaux plus accueillants. Les espaces de co-working travaillent de manière plus en détail. Le contenu artistique devient évident pour de nombreux usages. Eric Angiboust reste convaincu que plus les sociétés se développent et s'enrichissent, et plus la création artistique devient un axe de différenciation et de leadership évident.

Muzéo a beaucoup à apporter au tertiaire dans sa compréhension de la conception et de la mise en œuvre du contenu artistique. En revanche, il faut que Muzéo évolue aussi dans la simplification de son message et dans l'accompagnement des acteurs qui sont un peu perdus aujourd'hui. La finesse de l'approche d'un décorateur n'est pas celle d'une agence de design, et encore moins celle d'un comité de direction ou d'une cellule d'achats indirects d'un grand groupe.

Pour l'avenir, il faudra faire œuvre de plus de pédagogie et convaincre sur l'intérêt du parti pris artistique qui effraie souvent les acteurs, qui refusent la prise de risque ou considèrent que ce n'est pas à eux de l'assumer.







