

MAD

**Le 8 janvier 2018,
Les Arts Décoratifs
deviennent MAD.**

Une nouvelle identité pour Les Arts Décoratifs

À un moment de rayonnement accru et de dynamisme renouvelé de leur programmation et de leur image, et désirant ainsi affirmer une nouvelle dynamique institutionnelle, Les Arts Décoratifs ont mené une réflexion sur leur identité et leur positionnement, afin de renforcer leur singularité dans le paysage muséal français et international. Dans un contexte de concurrence inédit, où le public se trouve sans cesse sollicité, il paraissait important de tenir compte des changements récents et profonds des institutions culturelles pour intégrer cette nouvelle donne économique, politique, sociale et géographique, à la fois favorable et encombrée.

Plus que jamais, les missions qui sont celles de la maison depuis la fin du XIX^e siècle paraissent cruciales et actuelles : défendre une certaine idée de l'art de vivre français, et l'ouvrir aux champs de création les plus divers et au développement plus récent, plus globalisé, du design, de la mode, du graphisme, en France et dans le monde.



Devant l'augmentation constante des visiteurs dans les musées (61,5 millions de visiteurs en 2015), leur engouement certain pour les expositions et les lieux qui ont émergé ces dernières années et la multiplication des opérations culturelles les plus variées, qui dessinent un biotope plus actif encore, celui des industries créatives et de la sphère privée, Les Arts Décoratifs ont souhaité réaffirmer leur positionnement afin d'accroître leur visibilité auprès du grand public de proximité mais aussi national et international. L'institution a donc fait appel, en 2015, à l'agence de communication BETC.

Cette dernière a accepté d'accompagner Les Arts Décoratifs dans leur recherche d'une nouvelle identité à travers un important mécénat de compétence. Créée en 1994, au sein du groupe Havas, BETC est aujourd'hui la première agence française de publicité - 900 collaborateurs



et une centaine de clients comprenant de grandes entreprises telles Air France, Evian, Louis Vuitton, Lacoste, Canal +, Danone, mais aussi de grandes institutions culturelles comme la Philharmonie de Paris ou le Musée national de l'histoire de l'immigration. Primée à de nombreuses reprises, BETC est la seule agence française à avoir été classée, ces dix dernières années, par le célèbre Gunn Report (index mondial de la créativité publicitaire). La réflexion menée par BETC souligne combien, dans ce contexte, l'institution doit se réinventer en réaffirmant sa vocation muséale et en émergeant comme une destination culturelle singulière. Forte de son histoire et de sa spécificité, elle se doit d'être une ambassadrice de l'art de vivre à la française et de devenir le lieu incontournable où l'histoire et le rôle de l'objet dans nos sociétés, sont pensés et partagés. L'enjeu a donc été de trouver un nom qui puisse redonner au lieu modernité et attractivité afin que l'institution soit immédiatement reconnaissable et s'inscrive de façon pérenne sur la scène internationale.



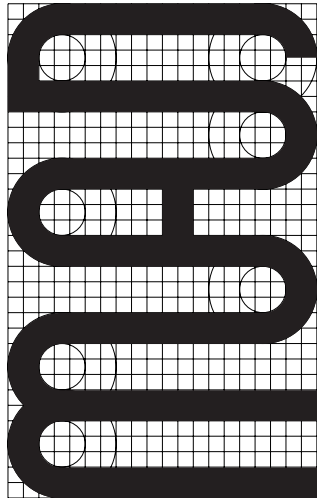
Rappelons que Les Arts Décoratifs réunit le Musée des Arts Décoratifs, la bibliothèque, le musée Nissim de Camondo, les Ateliers du Carrousel et l'école Camondo. Cette juxtaposition d'entités à la fois éducatives et patrimoniales est tout à fait singulière. Elle a été créée pour révéler au plus grand nombre la modernité et le goût français tout en explorant d'autres cultures, pour former le regard et renforcer les aspirations des professionnels. Les missions foisonnantes de l'institution doivent être plus que jamais réaffirmées. Toute la richesse de l'institution doit être valorisée : vivier de créations et de créateurs, miroir entre l'usage et l'usager, lien entre le quotidien et son écosystème, passerelle entre pratiques professionnelles et amateurs, relais et qualité pédagogique. Ce nouvel élan a impulsé une stratégie de positionnement et une nouvelle identité pour l'institution.



MAD, le nom retenu, évoque dans le même temps le champ sémantique « Mode, Arts, Design » et l'acronyme « Musée des Arts Décoratifs ». Il définit clairement son territoire en plaçant l'objet au cœur de sa communication. Sa devise originelle «Le beau dans l'utile» rappelle depuis 1884 sa vocation de culture et de connaissance. Le Musée des Arts Décoratifs incarne des pratiques, des savoir-faire, une pensée exprimant une créativité forte, source d'innovation. En 2018, la phrase de signature devient : « Le musée fou d'objets », expression d'une passion pour l'objet qui, dans le champ des métiers d'arts, de la mode, des arts appliqués et de la création industrielle, est au cœur de la vie de l'institution. Elle introduit également un nouveau ton dans ce lieu culte, tout en s'inscrivant dans une continuité : par son histoire, le Musée des Arts Décoratifs, voulu par une communauté de créateurs et de représentants des industries créatives depuis 1864, est une aventure humaine unique en France où, dès l'origine, hommes et femmes ont conjugué leurs aspirations et leur folie de l'objet. Le Musée des Arts Décoratifs est en quelque sorte une collection de collections, le fruit de la passion de maints collectionneurs, fous d'objets et compulsifs, objets qu'ils ont souvent offerts par centaines, reflet d'un goût singulier et d'une originalité certaine dans l'histoire de l'art.



Le nom, le logo et la campagne institutionnelle se déclinent sur l'ensemble des entités de l'institution à savoir les musées et les lieux d'enseignement.



1.



2.



3.



4.

1. Le nouveau logotype MAD et sa grille de construction.

2. La papeterie.

3. Les cartes de visite.

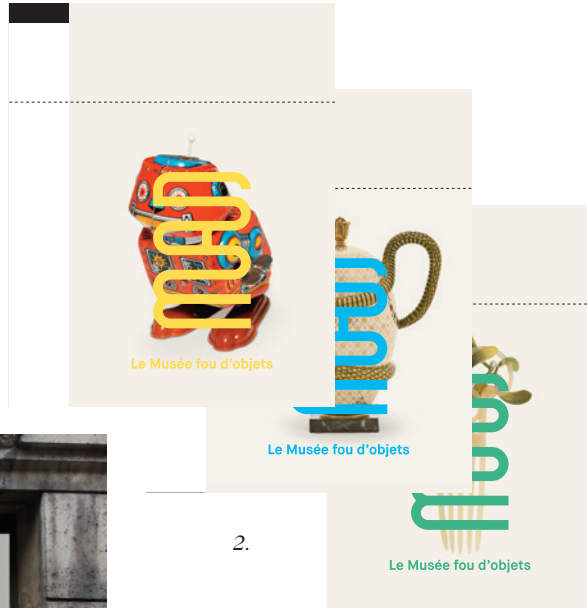
4. Un totebag.

1. Déclinaison du logo sur les vitrines rue de Rivoli.

2/3. Principe de tickets du Musée des Arts Décoratifs.



1.



2.



3.

1.



2.



1. Film de lancement annonçant la nouvelle identité.

2. Dépliant des Ateliers du Carrousel (ateliers d'arts plastiques pour enfants et adultes).

3. Dépliant-poster diffusé à l'extérieur du Musée.



3.

2.



1.



3.



1. Détail de couverture du dépliant de la Bibliothèque du MAD.

2. Couverture de l'aide à la visite du Musée Nissim de Camondo

3. Dépliant du Musée des Arts Décoratifs diffusé dans le Musée.