

CONCESSION DE SERVICE PUBLIC

CONCESSION DE SERVICE PUBLIC POUR L'AMÉNAGEMENT ET L'EXPLOITATION DES ESPACES DE LIBRAIRIE-BOUTIQUE DU MUSÉE D'ORSAY

Concession n°2026-307

Annexe E.2 : Définition des différentes typologies de produits et de livres

1. Les produits

1.1 Produits dérivés « en licence de marque »

Produits dérivés « en licence de marque » : Il s'agit de l'ensemble des produits dérivés édités par le CONCESSIONNAIRE de la boutique du musée d'Orsay, portant la marque du musée d'Orsay. Cette définition couvre aussi bien les produits liés aux collections permanentes qu'aux expositions temporaires, à condition qu'ils remplissent les critères suivants :

- être édités par le CONCESSIONNAIRE,
- porter la marque du musée d'Orsay.

Parmi les produits dérivés « en licence de marque », on distingue plusieurs typologies de lignes de produits :

- **Lignes de produits dérivés sur les collections permanentes et le bâtiment du musée d'Orsay.** Ces lignes peuvent être :
 - o **Lignes dites « touristiques »** : elles se caractérisent par un traitement graphique simple, mettant en avant les œuvres (par exemple, une utilisation littérale d'une ou plusieurs œuvres sur divers supports, sans apport graphique supplémentaire).
 - o **Lignes dites « créatives »** : elles adoptent une approche graphique spécifique, s'éloignant d'une utilisation littérale des œuvres. Il peut s'agir de réinterprétations dessinées ou de motifs inspirés d'une œuvre ou d'un corpus d'œuvres.
- **Lignes de produits dérivés sur les expositions temporaires** : il s'agit de produits dérivés en licence de marque, centrés sur le contenu des expositions temporaires. Ces produits reprennent les œuvres présentées dans ces expositions (qu'elles proviennent des collections du musée ou d'autres institutions). Ces lignes ne sont commercialisées que le temps de l'exposition afférente.

1.2. Produits dits « de négoce »

Ces produits ne portent pas la marque du musée d'Orsay et ne sont pas fabriqués par le CONCESSIONNAIRE. Ils complètent principalement les lignes dédiées aux expositions temporaires. Exceptionnellement, des produits de négoce peuvent être proposés sur les collections permanentes, notamment dans le domaine de la jeunesse ou pour répondre à une actualité du musée.

1.3. Produits dits « en collaboration de marques »

On distingue deux types de collaborations de marques :

- **Collaborations de marques portées par l'EPMO-VGE** : Ces projets sont contractualisés directement entre l'EPMO-VGE et un partenaire tiers. Les produits issus de ces collaborations sont distribués dans le réseau du partenaire et commercialisés par le CONCESSIONNAIRE, qui agit alors comme un simple distributeur. Dans ce cas, l'EPMO-VGE ne perçoit pas de redevance sur la licence de marque via le CONCESSIONNAIRE, mais directement du partenaire.
- **Collaborations de marques portées par le CONCESSIONNAIRE pour le compte de l'EPMO-VGE** : Ces collaborations sont initiées par le CONCESSIONNAIRE sur la base du contrat de licence de marque Musée d'Orsay présenté en annexe 6, qui lui permet d'accorder des sous-licences à des tiers.

2. Les livres (ou ouvrages)

2.1. Les ouvrages réalisés en coédition ou en partenariat avec l'EPMO-VGE

Il s'agit d'ouvrages publiés à l'initiative de l'EPMO-VGE qui portent le logo soit du musée d'Orsay, soit du musée de l'Orangerie sur le plat 1, le plat 4 ou le dos.

Il peut s'agir de différentes typologies d'ouvrages :

- Les guides : ils sont développés en plusieurs langues, toutes les versions doivent être disponibles ;
- Les ouvrages sur les collections permanentes : il peut s'agir de beaux livres, d'ouvrages jeunesse, de monographies, de biographies...
- Les catalogues d'exposition et les ouvrages complémentaires aux catalogues : chaque exposition temporaire donne lieu à un catalogue et quand cela est pertinent à des ouvrages sur la même thématique mais dans des gammes de prix ou pour des publics différents. A l'issue des expositions temporaires, ces ouvrages doivent rejoindre les ouvrages de fonds et leur exploitation doit être suivie.

Tous ces ouvrages sont réalisés, en coédition ou en partenariat, avec des éditeurs différents. Il convient de leur donner une place particulière pour que le visiteur ou le client puisse identifier qu'il s'agit d'ouvrages dont le musée est à l'origine.

2.2. Les livres de négoce

Il s'agit de l'ensemble des ouvrages produits par des éditeurs hors coédition et partenariat. Ils sont de nature diverse (beau livre, littérature, écrits sur l'art...) et permettent de constituer un fonds de référence sur la période couverte par le Musée (histoire de l'art, artistes, courants, architecture, histoire...).