



ILE-DE-FRANCE/DISTRIBUTION

Arteum démocratise l'art

L'enseigne expose des œuvres d'art dans les centres commerciaux. Elle a reçu hier soir **LE GRAND PRIX DES JEUNES CRÉATEURS DU COMMERCE** organisé par Unibail-Rodamco en partenariat avec « La Tribune ».

PAR PATRICK DÉSAVIE

Le positionnement d'Arteum est original : créer une chaîne de magasins pour commercialiser des œuvres d'art à prix abordables. La société a reçu hier soir le grand prix du Concours des jeunes créateurs du commerce 2009, organisé par Unibail-Ro-

damco, en partenariat avec « La Tribune ». « Notre ambition était de créer un magasin sur le thème de l'art et de la culture mêlant une offre de produits et une offre d'œuvres originales tout en proposant, par ailleurs, des activités et des services », explique Lorraine Dauchez, présidente de la société.

Ex-responsable du mécénat à l'Opéra de Paris et à la Villa Médicis, Lorraine Dauchez s'est associée à Stéphane Duc, un spécialiste du marketing et de la distribution, pour lancer ce concept qui prend le contre-pied des galeries jugées trop fermées sur elles-mêmes. C'est donc dans le centre commercial Carré Sénart (Seine-et-Marne) qu'ils ont implanté leur premier magasin en septembre 2008. Le deuxième est en préparation dans un autre centre commercial, le nouveau Cnit à La Défense, à côté de Paris. « Les centres commerciaux sont aujourd'hui des lieux de vie. L'idée, c'est de



toucher un public large et non averti », précise Stéphane Duc. Chaque boutique doit s'articuler autour d'une offre très diversifiée et accessible pour générer une expérience culturelle. Six univers dédiés proposent un grand choix de produits à partir de 1 euro : articles de papeteries, reproductions, jeux, jouets, ateliers d'enfants, livres et multimédia, objets de décoration et même accessoires de mode. Au cœur du magasin, l'atelier d'ar-

LES DEUX AUTRES LAURÉATS

LE DEUXIÈME PRIX de ce concours a été décerné à Jean-François d'Elbée et Christophe Equisoain pour Fishkiss, un concept de restauration rapide basé sur du poisson cuit à la vapeur. Le prix d'encouragement à Damien Schmitz pour Our, premier concept de kebab chic. « Avec ce grand prix, nous révélons de vrais talents et accélérons leur développement en leur permettant d'accéder à

des emplacements de qualité à très fort trafic dans nos centres commerciaux », a souligné Guillaume Poitrinal, président du directoire d'Unibail-Rodamco. L'objectif pour nous est de dénicher les enseignes à succès de demain. Le premier et le deuxième prix bénéficieront d'un magasin mis à leur disposition dans un centre commercial, le troisième d'une aide financière.

tistes expose des œuvres originales en dépôt-vente. « Nous avons un comité de sélection et prenons une dizaine de créations par artiste. L'exposition change tous les mois et nous avons beaucoup de demandes d'artistes qui souhaitent accrocher leurs œuvres dans le magasin », précise Lorraine Dauchez. Les prix de ces œuvres traduisent aussi la volonté de faciliter l'accès de tous à la culture : entre 100 et 2.000 euros.

La société n'en néglige pas pour autant la clientèle d'affaires. Elle propose des idées de cadeaux d'entreprise ou des produits pour habiller les locaux. Arteum, qui fête sa première année d'existence, estime avoir remporté son pari. « Entre 500 et 1.000 personnes fréquentent quotidiennement notre boutique du Carré Sénart. Surtout, nous touchons des clients aux profils très différents », se félicite Stéphane Duc. ■