



YOUTH MUSEUM FORUM

MUSÉES ET ENTREPRENEURIAT

MUSEUMS AND ENTREPRENEURSHIP

31 mars 2023

31 March 2023

MUSÉES ET ENTREPRENEURIAT

Museums and entrepreneurship

FR

Un "muséopreneur" a été défini en 2019 par l'entrepreneur américain Brendan Ciecko comme une personne "qui embrasse ou assume les caractéristiques d'un entrepreneur pour faire progresser le modèle économique et les opérations générales de son musée".

L'entrepreneuriat, s'il ne peut pas résoudre tous les problèmes des jeunes, semble être une solution durable à la crise de l'emploi en Afrique. Selon la Banque africaine de développement, 22 % de la population africaine en âge de travailler crée des entreprises, ce qui en fait le continent ayant le taux d'entrepreneuriat le plus élevé au monde.

Dans des secteurs tels que les musées, où la majorité des institutions sont des organismes sans but lucratif qui adhèrent fermement à une mission centrale et ciblée, la monétisation de l'expertise externe ou d'autres actifs, si elle est effectuée de manière à propulser la mission du musée, peut être extrêmement fructueuse et bénéfique pour tous. Elle peut également constituer une excellente occasion pour les jeunes entrepreneurs de s'impliquer et d'avoir un impact positif dans le monde culturel.

Les musées et les institutions culturelles peuvent appliquer les principes de l'entrepreneuriat pour encourager la recherche, stimuler l'innovation et se transformer en organisations véritablement modernes, prêtes à tirer parti des énormes opportunités actuelles.

MUSÉES ET ENTREPRENEURIAT

Museums and entrepreneurship

EN

A 'museopreneur' was defined in 2019 by American entrepreneur Brendan Ciecko as someone "who embraces or assumes characteristics of an entrepreneur to advance their museum's business model and general operations".

Entrepreneurship, while not able to solve all the problems of young people, appears to be a sustainable solution to the employment crisis in Africa. According to the African Development Bank, 22% of Africa's working-age population are starting businesses, which make Africa the continent with the highest entrepreneurship rate in the world.

In sectors such as museums where the majority of institutions are nonprofits with a strong adherence to a central and focused mission, monetizing external expertise or other assets, if done in ways that propel a museum's mission, can be tremendously fruitful and beneficial across the board. It can also constitute a great opportunity for young entrepreneurs to get involved and make positive impact within the cultural world.

Museums and cultural institutions can apply entrepreneurial principles to encourage inquiry, drive innovation, and transform themselves into truly modern organizations that are poised to take advantage of today's enormous opportunities.

QUESTIONS

QUESTIONS

Semaines 1&2 :

Comment les musées peuvent-ils travailler avec des entrepreneurs ?

Week 1 & 2:

How can museums work with entrepreneurs?

Semaines 3&4 :

Comment les musées peuvent-ils utiliser leur esprit d'entreprise pour entrer dans de nouveaux modèles commerciaux ?

Week 3 & 4:

How can museums use their entrepreneurial spirit to enter new business models?

RESPONSABILITÉS DES MUSÉES

RESPONSIBILITIES OF MUSEUMS

- Créer des modèles économiques bien définis
 - Former le personnel à l'entrepreneuriat
 - Penser des services et offres susceptibles d'attirer les entrepreneurs
 - Intégrer les acteurs sociaux tout en s'intéressant aux instances sociales et culturelles du territoire
 - Favoriser la mise en place d'accord de partenariats gagnant-gagnant avec les entreprises
 - Assurer l'interdisciplinarité
 - Développer de nouvelles stratégies de marché
 - Nouvelles techniques de gestion
- *Create well-defined business models*
 - *Train staff in entrepreneurship*
 - *Designing services and offers that attract entrepreneurs*
 - *Integrate social actors while paying attention to social and cultural bodies in the territory*
 - *Promote the establishment of win-win partnership agreements with companies*
 - *Ensure interdisciplinarity*
 - *Develop new market strategies*
 - *New Management techniques*



Posts: 4



● ungniguepaha

(@ungniguepaha) Active Member 🗄 Inscription: Il y a 6 mois

Mar 11, 2023 2:33



L'entrepreneuriat doit être l'ambition suprême de musée africain de ce siècle, particulièrement les musées communautaires. Ce parce que la population qui l'entoure vit et déploie la plupart de leur

activité dans le territoire objet de son étude. Pour impliquer la population dans le processus de développement entrepreneurial, le musée doit participer à sa formation, tenir compte de son avis et la poussée à l'action.

La formation participe ici à donner l'opportunité à tous volontaires d'améliorer leurs compétences dans un domaine précis. Cela passe par l'organisation des ateliers et séminaires pratiques sur l'entrepreneuriat. Le musée doit observer aujourd'hui les domaines porteurs de l'activité humaine pouvant être adaptés à leur environnement. **Cette formation sur l'entrepreneuriat peut porter sur la redynamisation et la monétisation de certaines pratiques culturelles, l'amélioration des pratiques artisanales, agricoles et d'élevages.** Pour un impact économique considérable, le musée doit organiser les entrepreneurs de son territoire en Groupement d'initiatives commune (GIC). Cette organisation se révèle très importante dans la mesure où les GIC reçoivent facilement le financement pour leur activité que les personnes individuelles. La volonté aujourd'hui est d'investir dans les initiatives collectives



● Zuhura

(@zuhura) Trusted Member 📅 Inscription: Il y a 5 mois

Mar 06, 2023 6:32



Posts: 39



Peter F Drucker once said that Marketing our museums is so essential that it cannot be considered a separate function. It is the whole business seen from the point of view of its final result, from the customer's point of view. Museums need marketing because they face substantial competition in the leisure-time marketplace (Kotler et al. 2008). In today's world, the public generally has several choices but not enough leisure time. Museums have turned to market because it offers theory, tools, and skills that will enable them to increase audiences, build relationships with stakeholders, and increase revenue streams. Therefore museums can work with intrapreneurs through the following;

Most African museums experienced a growing pressure to demonstrate that they deliver 'value for money'(Caldwell, 2005) to become more competitive and self-reliant (Goulding, 2000). In this regard, museum directors had to establish an entrepreneurship base for new financial resources to survive or expand. For example, the Majimaji Memorial National Museum in Tanzania they have created an intrapreneurship environment that will help museums to generate income to run their activities, including; exhibitions, research, educational programmes, fundraising, publications, cultural services, and commercial activities. So, through this, the locals and young entrepreneurs could get involved and make a positive impact within their community and the world at large.

Therefore, to achieve all these, museums should introduce new management techniques incorporating marketing skills that will respond to the good services as a way out of their financial pressures.

RESPONSABILITÉS DES ENTREPRISES

RESPONSIBILITIES OF COMPANIES

- Définir la vision, les missions et les objectifs de l'entreprise
 - Définir les intérêts de l'entreprise dans le projet (visibilité, publicité, image de communication, etc.)
 - Participer à donner de la visibilité au musée
 - Élaborer des stratégies de marketing
- *Define the company's vision, missions and objectives*
 - *Define the company's interests in the project (visibility, publicity, communication image, etc.)*
 - *Participate in giving visibility to the museum*
 - *Develop marketing strategies*



● **ADOSSOUKoffi**

(@adossoukoffi) New Member 📅 Inscription: Il y a 4 mois

Mar 01, 2023 6:09



En conclusion, les musées peuvent travailler avec des entrepreneurs pour développer des programmes éducatifs, organiser des expositions et trouver des moyens de financement.

Les entrepreneurs peuvent apporter des compétences, des connaissances et des ressources pour aider les musées à atteindre leurs objectifs. Cependant, les musées doivent être prudents dans leur sélection d'entrepreneurs avec lesquels ils travaillent et s'assurer que les enjeux éthiques et légaux sont pris en compte.

Merci!

RESPONSABILITÉS DE L'ENSEIGNEMENT ET DE L'ÉTAT *RESPONSIBILITIES OF EDUCATION AND THE STATE*

- Former les professionnels du patrimoine à l'entrepreneuriat/l'esprit d'entreprise
 - Encourager l'adoption et la mise en œuvre de lois sur le mécénat
- *Train heritage professionals in entrepreneurship/ heritage spirit*
 - *Encourage the adoption and implementation of sponsorship laws*
 - *Research and implement findings and recommendations*



● Tsholo Kenathetswe ▼

Mar 07, 2023 1:35



↳ Répondre à  Zuhura

[@zuhura](#) thanks for bringing out this research findings for they clearly emphasize the existence of today's museums in the entrepreneurship-oriented spaces. It means museums need to continuously work on their marketing strategies and exhibition design to advance their operations in a competitive market-based environment....and like you mentioning one of the Tanzanian museums' incorporation of entrepreneurship models, it calls for innovative and passion-driven management teams in museums to explore and experiment with techniques from start-ups and technologies.



● Djimmy ▾

Mar 07, 2023 3:38   

↳ Répondre à  Tapha Dieye

@tapha-dieye merci pour cet apport si intéressant. Le champ est vaste et nous interpelle. Le système de formation des jeunes professionnels du patrimoine doit inclure dans les plaquettes pédagogiques des notions qui développeront davantage l'esprit de l'entrepreneuriat. Cela y va de l'émergence du patrimoine africain.



● Carly ▾

Mar 03, 2023 12:09   

↳ Répondre à  Djimmy >  > 

@djimmy Merci pour ta réponse qui m'éclaire davantage et montre cette solidarité nécessaire entre musée et entreprise. La formation à une telle indépendance dans l'entrepreneuriat est quasi inexistante. Et même certains professionnels des musée se comportent comme sujets en attente d'ordre sans aucune initiative. Cet esprit d'entreprise doit être intégré et animer les professionnels de nos musées africains. Ils doivent créer, inventer, fixer des objectifs et les atteindre. Le gain ne serait pas quantifiable en devises monétaire. Mais dans le nombre de public, dans la satisfaction des visiteurs et dans les impacts (éducatifs, Environnementaux, sociaux) positifs du musée dans le milieu. C'est ainsi que l'esprit d'entreprendre peut profondément agir sur nos musées. C'est cela Le muséopreneur. Et ce Concept serait plus bénéfique pour nos musée en Afrique que le Muséosalarier. 😊



● Laurine ▼

Mar 12, 2023 11:46



↳ Répondre à akbarry > >

[@alyssa-k-barryhotmail-com](#) Merci

S'appuyant sur la loi relative au mécénat au Cameroun, L'article 1 stipule que le **mécénat encourage et favorise la participation des personnes physiques ou morales, publiques ou privées à la réalisation des projets et initiatives d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, culturel, ou concourant à la mise en valeur du patrimoine touristique et artistique, à la défense de l'environnement naturel, à la défense de la culture et à l'essor du bilinguisme et des langues nationales.**

Au Cameroun, la loi N°2003/013 du 22 décembre 2003 relative au mécénat et au parrainage, déclare que (Article 10) les dépenses opérées dans le cadre d'action de mécénat sont exonérées de taxe sur la valeur ajoutée.

DOMAINES - TECHNIQUES

FIELDS - TECHNICAL

- Innovations technologiques
 - Éclairage
 - Fabrication de support
 - Design et graphisme
 - Gestion de la température et de l'humidité pour la conservation
 - Numérisation ou digitalization des collections culturelles
 - Restauration des biens culturels
 - Mise en scénographie des collections
 - Communication et de développement de produits de médiation culturelle (audio-guide, totem, signalétique, etc.)
 - Production et commercialisation des produits dérivés
 - Entretien des espaces muséaux
 - Communication numérique
 - Design et la fabrication de mobiliers pour la conservation ou la valorisation des collections
 - Livraison de consommables
 - Mobilité, conditionnement et conservation des biens culturels
- *Technological innovations*
 - *Lighting*
 - *Media manufacturing*
 - *Design and graphics*
 - *Temperature and humidity management for conservation*
 - *Digitisation of cultural collections*
 - *Restoration of cultural assets*
 - *Scenography of collections*
 - *Communication and development of cultural mediation products (audio-guide, totem, signage, etc.)*
 - *Production and marketing of derivative products*
 - *Maintenance of museum spaces*
 - *Digital communication*
 - *Design and manufacture of furniture for the conservation or enhancement of collections*
 - *Delivery of consumables*
 - *Mobility, packaging and conservation of cultural goods*

DOMAINES – GESTION ET SENSIBILISATION

FIELDS – MANAGEMENT AND AWARENESS-RAISING

- Visibilité/audience
- Création de programmes éducatifs, organisation d'expositions, développement de projets de recherche, trouver des moyens de financement
- Organisation de programmes scientifiques et culturels
- Accueil et la restauration des visiteurs
- Formation et l'orientation des élèves et étudiants

- *Visibility/audience*
- *Creating educational programmes, organising exhibitions, developing research projects, finding funding*
- *Organisation of scientific and cultural programmes*
- *Reception and catering for visitors*
- *Training and guidance of pupils and students*

DOMAINES – MUSÉE

FIELDS – MUSEUM

- Espaces pour des expositions temporaires (pour artistes contemporains)
 - Salles de projections
 - Studios d'enregistrement (pour artistes)
 - Boutique pour vente des produits
 - Espace de réunion / ateliers (soirée dédicace des livres, espace de formation ou d'atelier pour personnel des entreprises...)
 - Espaces plein air pour événements (ou salle de fête / salle de sport ou aire de jeu...)
 - Services de tourisme
- *Spaces for temporary exhibitions (for contemporary artists)*
 - *Screening rooms*
 - *Recording studios (for artists)*
 - *Shop for sale of products*
 - *Meeting/workshop space (book signing, training or workshop space for company staff...)*
 - *Outdoor spaces for events (or party room / sports hall or playground...)*
 - *Tourism services*

EXEMPLES

EXEMPLES



★ ★
Posts: 17

● **carly**

(@carly) Eminent Member 📅 Inscription: Il y a 6 mois

Mar 07, 2023 10:19



Je voudrais ajouter une réponse dans le panier du mois. Aujourd'hui, plusieurs artistes contemporains émergent sur notre continent. Certains ont la possibilité de se promouvoir par contre d'autres n'ont pas du tout de visibilité et sont enfouis dans la masse malgré leur talent. Je pense à mon avis que les musées sont des Creusées pour rendre visibles ces artistes contemporains. Il existe certes des galeries. Mais le concept n'est pas encore en Vogue et une formation adéquate n'est pas encore donné aux galeries ou aux commissaires priseurs par rapport aux œuvres d'arts. Ces artistes étant des entrepreneurs peuvent collaborer avec les musée pour des expositions temporaires afin de faire connaître leurs œuvres. Du moment où le musée a des ressources en expo graphie et les artistes les œuvres. Un tel partenariat ce serait que bénéfique à tous.

Ce fut le cas de certains jeunes artistes qui ont profité du cadre du musée du Jardin des plantes et de la Nature de Porto Novo pour créer, exposer et faire connaître leurs œuvres aux publics Venus de partout pour le festival International de Porto-Novo en janvier dernier.

● Zuhura

Mar 06, 2023 6:32

(@zuhura) Trusted Member 🗄 Inscription: Il y a 5 mois



Peter F Drucker once said that Marketing our museums is so essential that it cannot be considered a separate function. It is the whole business seen from the point of view of its final result, from the customer's point of view. Museums need marketing because they face substantial competition in the leisure-time marketplace (Kotler et al. 2008). In today's world, the public generally has several choices but not enough leisure time. Museums have turned to market because it offers theory, tools, and skills that will enable them to increase audiences, build relationships with stakeholders, and increase revenue streams. Therefore museums can work with intrapreneurs through the following;

Most African museums experienced a growing pressure to demonstrate that they deliver 'value for money'(Caldwell, 2005) to become more competitive and self-reliant (Goulding, 2000). In this regard, museum directors had to establish an entrepreneurship base for new

financial resources to survive or expand. For example, the Majimaji Memorial National Museum in Tanzania they have created an intrapreneurship environment that will help museums to generate income to run their activities, including; exhibitions, research, educational programmes, fundraising, publications, cultural services, and commercial activities. So, through this, the locals and young entrepreneurs could get involved and make a positive impact within their community and the world at large.

Therefore, to achieve all these, museums should introduce new management techniques incorporating marketing skills that will respond to the good services as a way out of their financial pressures.



★ ★
Posts: 22

● Tapha Dieye

(@tapha-dieye) Eminent Member 📅 Inscription: Il y a 5 mois

Mar 19, 2023 12:16



Je pense que les musées africains doivent adapter leurs politiques de gestion ou de gouvernance pour rendre accessible leurs espaces et répondre aux multiples attentes du public. Les musées du XXI^e siècle ont l'obligation d'évoluer pour devenir des lieux hybrides avec une base culturelle tout en étant ouvert et inclusif. Ils doivent muter pour devenir des lieux dynamiques favorables à la créativité et l'entrepreneuriat des jeunes dans les secteurs du numérique (animations 3D, audio guide, médiation numérique, réalité augmentée, etc), du marketing (plan de communication, store, totem, signalétique, guide ou interprète, etc.) et de la culture (activités culturelles et artistique).

Je vais prendre l'exemple du musée des civilisations noire à Dakar qui fait partie de ces nouveaux types de musées modernes dans sa conception et sa vision. Il a le statut d'établissement public à intérêt commercial (EPIC) qui lui permet d'agir en tant que service public et d'interagir avec des entrepreneurs privés dans le cadre d'évènements culturels et scientifiques à but lucratifs. Ce musée dispose de plusieurs galeries qui sont destinées à la réalisation des projets d'exposition d'art contemporain, un espace de l'oralité qui peut servir de plateforme pour accueillir des événements culturels, scientifiques et pédagogiques (dîners de Galla, concert, graduation, dédicace, etc) et d'une esplanade qui est une référence dans l'organisation de concert d'artistes nationaux et internationaux. Il faut aussi signaler que la scénographie et l'entretien des espaces sont gérés par des sociétés privées.



● Tapha Dieye ▼

Mar 22, 2023 1:56



↳ Répondre à  carly > 

@carly

Je partage ton avis

Pour répondre à tes préoccupations: combien de nationaux vont au musée ? A quelle fréquence ?

Il faut se demander comment nos musées sont perçus dans nos sociétés? Quel est le nom vernaculaire du musée dans nos langues traditionnelles? Est-ce qu'il existerait en Afrique pré coloniale des « musées » comme lieux de conservation et de valorisation des biens culturels?

Pour améliorer la fréquentation de nos musées nous devons adapter nos offres avec les attentes du public. Je pense qu'on devrait imaginer la conception d'un musée au cœur d'un

complexe ou village socioculturel qui incarne la vision moderne de la culture. C'est ainsi que l'ex président, Me Abdoulaye Wade, avait la vision de créer un projet du Parc culturel de Dakar qui va abriter ce qu'il a appelé, dans une image heuristique, les « Sept merveilles » qui vont former le Parc culturel de Dakar composé du Grand Théâtre national, l'Ecole des Arts, l'Ecole d'Architecture, les Archives nationales, la Maison de la Musique, la Bibliothèque nationale et le Musée des Civilisations noires.

LIMITES

LIMITS

- Entre institution à but non lucratif et esprit d'entreprise

- *Between non-profit institutions and entrepreneurship*



● carly ▼

Mar 20, 2023 2:21



↳ Répondre à  Tapha Dieye

@tapha-dieye je suis d'avis avec toi. Et l'initiative de ce musée des civilisations noires a tant à gagner en diversifiant ces offres. Et c'est ce qui nous manque dans nos institutions muséales en Afrique. Plusieurs s'y mettent déjà. Mais c'est insuffisant. Ce qui m'inquiète c'est le statut commercial de ce nouveau musée. N'y aura t'il pas des freins plus tard en matière de mécénat ou donc gratuit pour une action culturelle ?

Un établissement public a intérêt commercial fausse à mon avis la vocation du musée qui est une institution à but non lucratif.

Le caractère public de ce musée facilite certainement les choses... Mais un musée privé qui s'érigerait en entreprise commerciale, n'aurait il pas des démêlés avec les impôts et toute l'arsenal étatique ? Ce sont des inquiétudes..... Merci



CONCLUSION

CONCLUSION

@Djimmy: “Les problèmes auxquels sont confrontés aujourd’hui les musées africains deviennent des atouts pour des start-up ou entreprises afin d’y apporter des solutions. ”

@Djimmy: “*The problems facing African museums today are becoming assets for start-ups or companies to provide solutions.*”