



Origine des produits dérivés des boutiques de musées

Enquête - Juin 2016

Pôle Enquêtes et Etudes de la FIMIF

Sommaire

Note de synthèse	3
Infographie.....	4
Tableau comparatif de l'offre en boutique	5
Objet de l'enquête et précisions méthodologiques.....	6
Remerciements et contacts.....	7
Annexes : détails et analyse des musées	8
Château de Versailles	8
Musée du Louvre	9
Musée du Grand Palais.....	10
Musée du Quai Branly	11
Musée d'Orsay	11
Musée Pompidou.....	12
Musée du Luxembourg	12
Musée de l'armée.....	13
Musée des Arts Décoratifs	13
Musée Carnavalet	14
Tour Eiffel.....	14
Musée d'Histoire Naturelle	15
Musée Fabre	16
Liste des fournisseurs de produits Made In France	17

Note de synthèse

En matière de tourisme, la France cumule les premières places : selon le Quai d'Orsay, **la France est la première destination touristique mondiale**, avec l'accueil de 83,7 millions de personnes en 2015. Le Louvre est le musée le plus visité au monde, avec plus de 9,3 millions de visiteurs ! Ne sont pas en reste les musées d'Orsay, du Quai Branly ou encore le Château de Versailles, ce dernier ayant accueilli 7,5 millions de visiteurs en 2013.

Cette attractivité culturelle majeure profite-t-elle aux producteurs, artisans et salariés français ? Les musées qui capitalisent sur l'Histoire de notre pays participent-ils à sa prospérité présente et future ? Ce patrimoine public largement financé par les contribuables profite-t-il de son activité pour alimenter l'activité industrielle des usines et ateliers soumis aux impôts français ?

La FIMIF s'est intéressée à la provenance des objets vendus dans les boutiques officielles des musées et proposés à leurs visiteurs. Elle s'est rendue dans **treize boutiques de musées**, représentant à elles seules environ 58% du nombre total des entrées dans les musées de France.

Le résultat est sans appel : seule **30% de l'offre proposée est de fabrication française** (cf. le tableau comparatif et l'infographie, p4 et p5). Les boutiques du **Château de Versailles** sont les plus engagées avec une offre à 63% Made in France, suivi par le **Louvre** (47%) et le musée **Fabre** (40%). En milieu de tableau, la **Tour Eiffel** (17%), le **Grand Palais** (30%) et le musée d'**Orsay** (25%) ont des résultats peu glorieux et d'autant moins acceptables qu'il s'agit de sites touristiques majeurs dont les considérables retombées économiques profitent à d'autres industries que celles de la France. En bas de classement, la boutique du musée **Branly** et celle du **Muséum d'Histoire Naturelle** n'offrent que 7% et 10% de produits Made in France à leurs visiteurs.

Coté offre, si des produits tels que les **coussins** (75%) ou les **boules de neige** (58%) sont majoritairement Made in France en boutique, nous n'avons en revanche identifié **aucun T-shirt de confection française**. Lors de nos visites dans les boutiques, nous avons identifié deux catégories d'articles :

- Des **articles dits « haut de gamme », pour une large majorité d'origine française**, où l'on retrouve de grands noms de notre patrimoine artisanal et industriel, tels que la porcelaine de Limoges avec la marque Bernardeau, la porcelaine de Gien, ou encore les soieries Brochier.

- Une série d'**articles à bas coût**, majoritaire en volume et presque tous fabriqués à l'étranger, principalement en Asie. **L'offre Made in France existe pourtant pour ces produits** (cf. notre liste de fournisseurs d'articles Made in France, p19).

Coté transparence, pratiquement **4 produits sur 10 (36%) ne disposent d'aucune information d'origine**. Nous avons en outre constaté dans plusieurs musées **des pratiques visant à masquer une origine de production exotique**, les étiquettes du musée masquant l'indication de provenance inscrite sur le produit (cf. Versailles, p8 ou Art Décoratifs, p13). Lorsque les marques sont questionnées sur la provenance des produits, **elles restent vagues**, faisant référence à une *conception française* au lieu

d'une *production française*, ou à une *zone géographique large* (ex : l'Extrême Orient) au lieu d'un pays. D'autres, **refusent tout simplement de nous renseigner** (cf. Louvre, p9). Notons également de nombreux cas de « vernissage au français » (aussi appelé « frenchwashing ») où **les marques tentent de tromper le consommateur sur le lieu d'origine du produit** en ayant recours à des pratiques que la FIMIF dénonce régulièrement : maroquinerie réalisée à Maurice ou en Chine et sur laquelle on appose un drapeau tricolore ; un nom de marque à la consonance française évocatrice ou contenant « Paris », et n'ayant de parisien que le lieu de distribution. De même, **l'utilisation d'indicateurs peu lisibles tel que « Made in PRC »** (Popular Republic of China) à la place de « Made in China », complexifie la lecture pour le consommateur.

Coté achat et organisation, les boutiques de musées sont organisées de deux manières. Elles sont soit gérées de manière indépendantes, soit exploitées par une structure gérant les boutiques de plusieurs musées. Ces groupements agissent comme des **centrales d'achats** :

- La Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais (RMN-GP) est concessionnaire de plus d'une quarantaine de boutiques de musées, et ce dans toute la France, sous le site boutiquesdemusees.fr.

- Artéum, un autre consortium, implanté en région parisienne, fonctionne lui aussi comme un concessionnaire en exploitant en commun plusieurs boutiques de musées.

Ces exploitations commerciales par des structures communes devraient leur permettre d'agir également comme une centrale d'achat permettant d'optimiser les commandes et par effet d'échelle de négocier des tarifs avantageux et donc **de baisser le prix unitaire des produits made in France**. Hors, ces centrales ne profitent qu'assez peu de cet avantage pour proposer des produits français puisque leur offre Made in France (33%) n'est pas satisfaisante, même si elle est sensiblement supérieure à celle des indépendants (22%).

Fort de ce constat, la question d'un autre modèle pour les musées se pose. La France inspire le monde de par son art, mais ne propose que très peu d'articles provenant de ses usines. Les centrales d'achat dont disposent les deux principaux opérateurs devraient leur permettre de **réaliser des économies d'échelles** en commandant de grandes quantités. **Ces commandes assureraient des débouchés considérables à nos entreprises.** Quant aux délais de livraison (3 mois par containers), rappelons qu'une fabrication locale permet une flexibilité et une réactivité accrue.

Pour conclure, selon des enquêtes menées par la RMN-GP, **leurs clients sont demandeurs de produits Made in France**. Dès lors la FIMIF invite les responsables des achats à veiller à produire un étiquetage factuel et transparent sur l'ensemble de leur gamme, et d'autre part à davantage étoffer leur offre de produits hexagonaux, afin de ne plus proposer aux touristes étrangers, des produits potentiellement fabriqués dans leurs propres pays...

Origine des produits dérivés des boutiques des musées

Juin 2016 | www.fimif.fr

Enquête réalisée sur un échantillon de 18 produits vendus dans 13 musées français
représentant 58% du nombre total des entrées dans les musées de France



30% Made in France

Part de l'offre Made in France dans les musées

22% dans les boutiques indépendantes

33% dans les boutiques des réseaux RMN ou ARTEUM



Versailles, Louvre, Fabre

Les 3 musées présentant la plus grande offre Made in France
avec respectivement 63%, 47% et 40% d'offre hexagonale

En bas de tableau avec respectivement 7%, 10% et 17% :

Branly, Histoire Naturelle et Tour Eiffel



64% d'indication d'origine

Part des produits disposant d'une indication d'origine

Orsay, Grand Palais et Tour Eiffel

sont les boutiques les plus transparentes avec 88%, 75% et 73% de
produits indiquant l'origine du produit vendu, quelle qu'elle soit.



Top 5 Made in France

Coussins et boules à neige (75%)
puzzles (58%), vaisselle et
parapluies (50%)



Top 5 importés

T-shirts (100%), peluches (95%)
sacs tissu (92%), badges et
magnets (91%), porte-clés (87%)

Origine des produits dérivés des boutiques de musées

Tableau comparatif de l'offre en boutique

		NOTE GLOBALE /10														
		- ORIGINE FRANÇAISE		Louvre	Carnavalet	Pompidou	Tour Eiffel	Luxembourg	Versailles	Histoire Naturelle	Art décoratif	Grand Palais	Orsay	Branly	Musée Fabre	Musée de l'armée
		- TRANSPARENCE														
NOTE GLOBALE /10																
- ORIGINE FRANÇAISE																
- TRANSPARENCE																
MODE ET ACCESSOIRES	T-SHIRT	0,0	3,9	Chine Maurice	N/A	N/A	Turquie	N/A	Chine Maurice	Inde, Bangladesh	Inconnu	Inconnu	N/A	Portugal	Portugal, Inconnu	Inde
	ECHARPES, FOULARD	4,6	6,9	France Inde	Inde	France, Inconnu, Inde	Italie Inconnu	France	France	France	Italie, Allemagne	France Inconnu	Portugal	Cambodge, Mexique, Inde, Inconnu	France	France, Inde, Inconnu
	COQUE TÉLÉPHONE	4,0	6	Inconnu	N/A	Inconnu	N/A	Hongrie	N/A	N/A	N/A	France	France	N/A	N/A	Inconnu
	SACS TISSUS	0,8	5,8	Indonésie Chine	Inconnu	Inconnu	Chine Inconnu	Inde	France	Inde	Inconnu	Maurice Chine	Portugal	Sénégal	Chine	Inconnu
	PORTE-CLEFS	1,7	4,6	France Chine, Inconnu	N/A	Inconnu	France Chine	Inconnu	Inconnu	Chine	Chine	Portugal	France	Inconnu	Inconnu	Inconnu
PAPETERIE	BADGE, MAGNETS	0,9	3,6	France	Inconnu	Inconnu	Chine	Inconnu	Inconnu	N/A	N/A	Portugal	Corée	Inconnu	Inconnu	Inconnu
	CAHIER	3,2	5,5	France Italie, inconnu	N/A	Inconnu	Chine	France, Chine, Allemagne, Portugal, Italie	Inconnu	Inconnu	France Chine, UK, USA,	France	N/A	France Inconnu	France, Chine Inde, Espagne Allemagne	France inconnu
	CARTE POSTALE	5,0	7	France Inconnu	N/A	N/A	France	N/A	France	Inconnu	France	France Portugal	China	Thaïlande, Inconnu	France Inconnu	Philippine
JEUNESSE	PELUCHES	0,5	7	Inconnu	N/A	Inconnu	Chine Indonésie	N/A	France Espagne	Chine, Indonésie	Chine	Inconnu	Chine	Inconnu	Chine	France, Chine Inconnu
	JEUX / JOUETS	4,0	9	France	France Inconnu	N/A	Chine	N/A	France	Chine	France, Indonésie, Chine	UK	N/A	Chine, Allemagne	France, Malaisie, Thaïlande, Italie Pologne, Chine, Rép. Tchèque	France
DÉCORATION, MAISON	MUGS	2,7	5,5	France, Chine, Allemagne, Inconnu	N/A	N/A	Chine	France	Inconnu	Inconnu	Inconnu	Allemagne	Inconnu	Chine, Allemagne	France	France, Chine Inconnu
	COUSSINS	7,5	8,8	France, Portugal, Inconnu	N/A	France	N/A	N/A	France	N/A	France	Afrique de l'ouest	N/A	France, Inde, Inconnu	France	France
	PUZZLE	5,8	10	France	N/A	N/A	N/A	N/A	France	N/A	N/A	UK	N/A	UK	France, USA	France
	VAISSELLE	5,0	7,2	France, Turquie, Egypte, Chine	France, Chine Inconnu	France, Chine Inconnu	Chine	N/A	France	N/A	France, Inconnu	France, Portugal	N/A	Chine, Inconnu	France	France Inconnu
	PLATEAU	1,7	5,8	Turquie	Suède	N/A	Inconnu	N/A	France	N/A	Suède, Allemagne Inconnu	N/A	N/A	Chine	N/A	N/A
	STYLOS	2,3	5	Espagne	Inconnu	France, Allemagne, Inconnue	Inconnu	N/A	France	Inconnu	USA, Chine, Inconnue	France	N/A	Chine	Inconnu Allemagne	Inconnu
	PARAPLUIE	5,0	6	France	N/A	N/A	Chine	N/A	France, Chine	N/A	N/A	Inconnu	N/A	N/A	N/A	France
	BOULE À NEIGE	7,5	7,5	France	France	N/A	France	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Inconnu	N/A

Lecture des colonnes : la boutique du **Château de Versailles** a obtenu la note de **6,3 sur 10** pour la richesse de son offre Made in France et de **6,9 sur 10** pour la qualité de son étiquetage concernant les indications d'origine. Par exemple, les **écharpes et foulards** vendus dans cette boutique sont Made in France alors que les **coques de téléphones** proviennent de Hongrie. Lecture des lignes : la richesse de l'offre Made in France de **Coussins** dans l'ensemble des boutiques étudiées est de 7,5 sur 10 mais seulement de 3,9 sur 10 pour la qualité de son étiquetage concernant les informations d'origine.

Objet de l'enquête et précisions méthodologiques

Cette étude a pour objectif de **dresser un état des lieux de la provenance des produits distribués dans les musées français**, d'interpeler les responsables des boutiques des musées, leurs acheteurs et les consommateurs sur la provenance parfois exotique d'objets censés représenter la France, et de proposer des alternatives aux produits importés en détaillant une offre alternative française.

L'étude a été menée sur les mois de **mars, avril et mai 2016**, par les membres de la FIMIF via différents canaux : recherches internet via les boutiques en ligne, relevés dans les boutiques physiques et via des entretiens conduits auprès du personnel en charge des boutiques. Nous nous sommes également appuyés sur les marques, en les questionnant sur l'origine de leurs produits, et avons pris des renseignements auprès de sources externes évoluant dans ce secteur.

Nous nous sommes attachés à fournir **la provenance de 18 types d'objets usuels vendus dans les 13 musées étudiés**.

Représentativité

Détermination de la part que représentent les musées étudiés dans le total des visites de musées en France :

Les musées français ont accueillis 59 millions de visiteurs de musées en 2013 (chiffre le plus récent). A ce chiffre doivent s'ajouter les 7 millions de visiteurs pour la tour Eiffel¹, soit 66 millions en tout.

La somme des visiteurs de chaque musée étudié par la FIMIF fait 37,7 millions qui, rapporté à 66 millions nous donne le pourcentage de représentativité de 58%.

Méthodologie et échelle de notation de la transparence des musées et de la proposition de produits français

Cette méthodologie s'applique pour l'ensemble des produits proposés dans les musées. Le critère de notation est réalisé selon la méthode ci-dessous :

Transparence :

Notation de chaque produit proposé dans le musée, avec une note / 10, comme suit :

- 10 points pour une offre indiquant le lieu de fabrication (pays ou ville)
- 5 points pour une offre mixte (certains produits proposés indiquent le lieu de fabrication, d'autres non)
- 0 points pour une offre n'indiquant jamais l'origine de fabrication

Origine :

Notation de chaque produit proposé dans le musée, avec une note / 10, comme suit :

- 10 points pour une offre uniquement Made in France
- 5 points pour une offre mixte (certains produits sont Made in France, d'autres non)
- 0 points pour une offre uniquement étrangère, ou d'origine inconnue

NB : Dans les cas où l'origine des produits a été trouvée grâce à des recherches externes, la notation du musée sur la transparence conserve un 0, et la notation sur l'origine est réalisée à partir des éléments obtenus lors de nos recherches.

¹ Non considéré comme un musée dans le document cité

Remerciements et contacts

Remerciements

La FIMIF remercie en particulier :

- les bénévoles qui ont permis de réaliser cette étude : Cécile, Catherine, Marine, Annabelle, Jean-Paul, Mathieu, Corentin, Charles et Maxime ;
- Le personnel des musées et les marques qui ont accepté de répondre à nos questions

Contacts



Auteur de l'enquête

Pour tout contact, merci de vous adresser à :

Charles HUET - 06 14 40 49 35

Mathieu DECROIX - 06 84 32 12 00

Amandine HESSE - 06 01 45 51 55

contact@fimif.fr

Annexes : détails et analyse des musées

Château de Versailles

Le château de Versailles fait partie de la Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais. Il dispose de trois e-boutiques et de deux boutiques physiques : La Librairie des Princes et la Boutique des Jardins. Cette dernière n'est pas exploitée par le consortium Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais, mais par Versailles en propre.

- La boutique en ligne

La mention d'origine est indiquée dans un grand nombre de fiches produit, qu'elle soit française ou étrangère. Un vendeur de La Boutique des Princes nous a indiqué que, selon lui, lorsque l'origine est connue, l'information est indiquée. En confrontant l'offre en boutique physique et l'offre en e-boutique, cela semble être souvent le cas, à l'exception par exemple des accessoires de jardins qui sont tous étiquetés « Made in China » en boutique physique mais pour lesquels aucune indication d'origine n'est fournie dans la e-boutique. C'est également le cas pour tous les produits d'épicerie fine, qui sont fabriqués en France mais pour lesquels aucune information d'origine n'est donnée dans la e-boutique.

Compte tenu du fait que tous les descriptifs des produits vendus font de nombreuses références à l'histoire de France, à ses traditions et à ses savoir-faire, **la FIMIF recommande vivement aux gérants de l'e-boutique de fournir davantage d'informations d'origine afin de ne pas prendre le risque de tromper le client.**

- Les boutiques physiques

Boutique Librairie des Princes : une boutique irréprochable et très engagée dans le Made in France. Cette boutique propose une offre plutôt haut de gamme et sélective : parapluie, médailles, maroquinerie, bustes, sculptures... sont Made in France, comme l'essentiel des produits vendus à cet endroit. Tous les produits observés mentionnent bien une indication d'origine : France, Espagne, Allemagne, Autriche, Italie, USA, Chine...

Boutique des Jardins : cette boutique cible un public beaucoup plus large, et **semble être beaucoup plus dilettante que sa voisine quant à l'indication d'origine des produits vendus.** Elle propose aussi bien des produits souvenirs bon marché (et importés d'Asie pour l'essentiel) que des produits plus sélectifs et que nous retrouvons aussi

dans la Librairie des Princes (Made in France pour l'essentiel). Notons que les produits de beauté et de gastronomie sont Made in France, mais que les accessoires de décoration et jardinage sont tous importés. Dans cette catégorie, nous n'avons relevé que les lots de graines bio provenant de France.

Notons également que **les articles d'achat « impulsif »** (articles disponibles en caisse tels que des stylos, magnets ou pin's...) **restent tous d'origine inconnue**, et sont très certainement importés eu égard à leur prix (1€ à 3 €).

Certains livres traitant de l'histoire de Versailles ont curieusement été imprimés en Espagne ! Toutefois, l'essentiel d'entre eux est imprimé en France.

Enfin, **pour un nombre non négligeable de produits, la mention d'origine** (Made in China en l'occurrence) **sur le packaging a été cachée avec le propre étiquetage de la boutique** qui lui ne mentionne rien (cf. photo ci-contre).



Nous avons également observé **des feuilles volantes imprimées par les responsables de la boutique et portant un grand logo « Made in France »** (cf. photo ci-dessous). Ces feuilles sont disposées d'une manière assez aléatoire dans la boutique et il n'est pas toujours évident de savoir à quels produits elles se rapportent, **le risque ici étant de tromper le consommateur.**



Musée du Louvre

La boutique du musée du Louvre est exploitée par la Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais. Elle dispose d'une e-boutique où les articles sont présentés, de même qu'une boutique physique.

- La boutique en ligne

Pour ce qui est de la transparence dans la présentation de l'origine de fabrication, nous avons pu constater que presque aucune origine n'est indiquée sur la boutique en ligne, exception faite de quelques produits d'origine française.

- Les boutiques physiques

De même, alors que tous les descriptifs des produits vendus font de nombreuses références à l'histoire de France, peu de produits Made in France y sont effectivement produits. Pour ce qui est de la boutique physique, la transparence n'est pas non plus de mise puisque près de 50% des articles ne possèdent pas de mention d'origine. Toujours au sujet de la transparence, on constate pour certains objets une tromperie avérée : des portefeuilles arborent un drapeau français, alors que la marque nous a confié réaliser ses pièces en Chine ou à l'Île Maurice. De même, signalons les marques qui utilisent un nom français pour distribuer des produits qui n'ont de français que la marque : *L'attrape cœur*, *Merci Gustave* etc. (Cf photo ci-dessous)



Citons les marques qui maintiennent volontairement l'opacité, telles que Petrusse. La marque a conclu un partenariat avec la RMN-GP, et distribue via les musées des écharpes et des étoles réinterprétant des chefs d'œuvres de la peinture française. Elle a toujours refusé de répondre à nos sollicitations quand à l'origine de ses produits.

La boutique du Louvre propose de nombreux objets haut de gamme, reflétant notre artisanat d'Art, tel que la porcelaine Bernarnd, la faïence de Limoges, de Gien, et la tapisserie Art de Lys (Nord) (Cf photo ci-dessous).... etc mais dispose aussi d'un rayon destiné aux achats impulsifs, près des caisses, où sont vendus des produits (porte-clés, magnets) ayant une provenance majoritairement asiatique.



La boutique propose une offre de produits dérivés par thématique : Marie-Antoinette, Napoléon, la Joconde, etc... avec des objets récurrents : bloc-notes, stylo, jeux de carte, puzzle, mugs etc.

Signalons enfin, la provenance globalement vertueuse des articles de papeterie qui sont fabriqués en France, mais aussi pour lesquels une démarche de gestion durable de la forêt a été respectée, puisque les papiers arborent la mention PEFC.

Musée du Grand Palais

La boutique en ligne du Grand Palais, gérée par la Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais, met en avant l'origine française de certains de ses produits phares comme les coques de téléphone, tout en restant silencieuse sur une majorité d'autres références. Au moment de passer commande, il est souvent indiqué à l'internaute que son produit sera expédié depuis l'international.

La boutique physique, sous sa nouvelle version, est principalement orientée vers une offre de livres. Les objets et cadeaux divers sont en nombre restreint, et fortement liés à l'exposition en cours. Le personnel semble peu sensibilisé à la problématique du « made in France » et n'a pas souhaité s'étendre sur le sujet.

Lors de notre visite, l'exposition temporaire présentait les œuvres d'un artiste portugais. De nombreux produits dérivés mentionnaient alors sur leurs étiquettes une fabrication portugaise. Par ailleurs, des coussins sont disponibles, confectionnés par une association de développement durable originaire d'Afrique de l'Ouest. Pour plusieurs objets traditionnellement en vente dans les boutiques de musées, tels que les tee-shirts, les tasses ou les jouets, la fabrication se fait à l'étranger. (Cf photo ci-dessous)



Tasse Grand Palais, Made in Germany

En revanche, la majeure partie de la papeterie et du nécessaire de bureau provient de France. La boutique présente un vaste choix de sacs et de pochettes qui ont tous été réalisés dans des lieux de production français. En outre, des soieries de confection lyonnaises sont mises en valeur. (Cf photo ci-dessous)



Soierie Brochier, Made in France

Insolite : les visiteurs du Grand Palais pourront se rendre à la boutique pour acheter des pochettes pour ordinateurs fabriquées en France à partir du tissu de l'ancien drapeau surplombant l'édifice. La toile de 25 mètres carrés, régulièrement changée, a été traitée et lavée pour connaître une seconde vie en objets du quotidien.

Musée du Quai Branly

La boutique du musée du Quai Branly est gérée par la Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais. Elle dispose d'une e-boutique où les articles sont présentés, de même qu'une boutique physique.

Les informations sur l'origine des produits ont été collectées sur le site internet de la boutique du musée et sur place. Les jours des visites, il n'a pas été possible de prendre des photos des étiquettes d'origine des produits, la responsable de la boutique du musée ne l'ayant pas autorisé.

Etant donné la spécificité du Musée du Quai Branly, dédié à la présentation des arts et civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques, de nombreux objets vendus dans la boutique sont des produits « ethniques », artisanaux, issus de différentes régions du monde, et présentés comme tels : coupelles en fil de téléphone faits en Afrique du Sud, foulards fabriqués au Cambodge, par une entreprise "solidaire" qui favorise l'autonomisation des

femmes en leur proposant un travail durable, et en valorisant leur savoir-faire du tissage à la main... Dans ces cas, l'origine est bien renseignée et mise en valeur.

Un cas de figure est cependant assez troublant : des objets décorés de motifs réalisés par des artistes aborigènes et édités par une société australienne sont en réalité fabriqués en Chine.

Sur les 55 références de produits enquêtés (pour lesquels l'origine ou l'absence d'origine a été relevée) au Musée du Quai Branly, 36 (65%) présentent une mention de l'origine et 6 (11%) sont MIF. Deux produits distinguent le fait que la création est faite en France, tout en étant fabriqués ailleurs. La mention de l'origine et le fait que les produits soient MIF sont inégalement répartis : 1/3 des références des cahiers enquêtés sont MIF ; 1/3 des références des cartes postales enquêtées sont MIF. Ces deux articles sont représentés en nombre dans l'offre de la boutique.

Musée d'Orsay

La boutique du musée d'Orsay est gérée par la Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais. Il dispose d'une e-boutique où les articles sont présentés, de même qu'une boutique physique.



Sont fabriqués en France les produits suivants vendus dans la boutique du Musée d'Orsay: les torchons de l'exposition Douanier Rousseau ainsi que toutes les reproductions des sculptures permanentes du musée (fabriquées à Saint-Denis en Ile-de-France)



Sont en revanche importés les produits suivants: magnets, badges, tapis de souris et éventails sont fabriqués au Portugal. Chocolat et pastilles d'absinthes sont fabriqués en Italie. Les serviettes en papier sont fabriquées en Allemagne. Enfin le livre officiel de l'exposition Douanier Rousseau est imprimé en Italie.

Musée Pompidou

Le musée Pompidou fait partie de la Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais. Il dispose d'une e-boutique où les articles sont présentés, de même qu'une boutique physique.

La boutique en ligne du Musée Pompidou met en avant l'origine française de ses produits, tout en restant silencieuse sur une majorité d'autres références.

Nous avons reçu un très bon accueil, et n'avons rencontré aucun problème pour faire des photos. Cette boutique propose à la vente des créations d'artistes français et étrangers en relation avec les expositions temporaires. Un certain nombre de produits ne mentionne pas l'origine. (Cf photo ci-dessous)



De grands noms de la fabrication française y sont vendus, comme les parapluies Guy de Jean, les soieries Brochier de la région lyonnaise, et la porcelaine de Limoges. (Cf photo ci-dessous)



Musée du Luxembourg

Le musée du Luxembourg fait partie de la Réunion des Musées Nationaux - Grand Palais. Il dispose d'une e-boutique où les articles sont présentés, de même qu'une boutique physique.

La boutique du Musée du Luxembourg présente des produits dérivés permanents et des produits temporaires en lien avec l'exposition du moment.

Un vendeur du magasin a été très transparent sur la provenance des objets. Les produits permanents proviennent presque tous d'un pays extra européen. Les produits temporaires sont obligatoirement fabriqués en Europe et issus, pour beaucoup, du pays de l'artiste exposant.



La boutique du Musée du Luxembourg réserve une grande partie de son étalage à des livres. Leur provenance est très hétéroclite. Nous avons remarqué la présence d'un mug, "L'Alouette" qui comportait l'information "imprimé en France" sans lever les incertitudes sur l'origine du produit.

La moitié de la boutique du Musée du Luxembourg est réservée à des articles en lien avec l'artiste qui expose dans le musée. Ainsi, la vente de produits provenant de son pays se justifie. C'est la raison pour laquelle des bloc-notes et des coques de téléphone portable étaient fabriqués en Hongrie lors de notre visite.



Musée de l'armée

La boutique du musée de l'armée fait partie du consortium de boutiques Artéum. Le musée dispose d'une boutique physique. Nous avons reçu un très bon accueil et n'avons pas rencontré de problème pour faire des photos. Dans cette boutique on trouve un bon assortiment de produits Made In France, surtout pour les produits haut de gamme (porcelaine de Gien, coussin tapisseries, ...). On trouve aussi quelques surprises comme une Tour Eiffel Made In France en bois à monter soi-même. (Cf photo ci-dessous)



Même si une grande majorité des produits indiquent l'origine, il reste des produits pour lesquels l'origine n'est pas mentionnée. Notons quelques autres produits représentatifs de l'offre en boutique comme les bérêts réalisés par l'entreprise Laulhère (Pyrénées Atlantiques), des marques pages Made In France, des pochettes parfumées Kerzon Made In France, les parapluies Guy de Jean Made in France, de l'eau de Cologne Made in France, des Sacoche Made in UK et les couteaux Opinel, réalisés en Savoie. (Cf photo ci-dessous)



Musée des Arts Décoratifs

La boutique du musée des Arts Décoratifs est gérée par consortium Arteum. Le musée dispose d'une boutique en ligne où les articles sont présentés, de même qu'une boutique physique. Pour ce qui est de la transparence dans la présentation de l'origine de fabrication, nous avons pu constater que presque aucune origine n'est indiquée sur l'e-boutique. Enfin, pour un nombre non négligeable de produits, la mention d'origine (Made in China en l'occurrence) sur le packaging a été cachée avec le propre étiquetage de la boutique, qui lui, ne mentionne rien.



L'origine des produits est masquée

Selon la responsable de la boutique, l'extrême majorité des produits proposés en propre par Arteum viendraient de

France. Cependant, lors de notre vérification physique en boutique, nous avons pu constater que ce n'était pas vraiment le cas : la majorité des produits proposés vient plutôt d'Asie.

Les produits dans la boutique sont fonction des expositions temporaires accueillies, et sont des produits dérivés de ces expositions. Selon la responsable de la boutique du musée toujours, les articles sont souvent choisis par les artistes ou les entreprises qui réalisent les expositions et ils se fournissent dans leurs produits d'origine. Lors de notre visite, nous avons pu constater, entre autre que Mattel avait fait produire l'extrême majorité de ses produits en Chine, à l'exception du jeu de carte Barbie réalisé par France Cartes, et qu'à *contrario*, l'artiste Pierre Frey avait lui choisi la France pour produire ses produits dérivés.

Notons que la boutique dispose d'une large collection de bougies réalisées par des manufactures françaises telles que Carrière Frères ou Cire Trudon, mais qu'elle propose du savon réalisé au Portugal alors que nous disposons nous même d'un savoir-faire reconnu en la matière.

De même, un corner de la marque Duralex propose les verres iconiques Gigogne et Picardie aux visiteurs.

Musée Carnavalet

La boutique du musée Carnavalet fait partie du consortium de boutiques Artéum. Le musée ne dispose pas d'e-boutique, le relevé s'est donc effectué uniquement sur place.

La boutique du musée Carnavalet, affiliée à celles d'Artéum, met en avant l'origine française de certains de ses produits phares, tout en restant silencieuse sur une majorité d'autres références. (Cf photo ci-dessous)



Nous avons reçu un très bon accueil, il n'y a eu aucun problème pour faire des photos. Un certain nombre de produits vendus dans cette boutique ne mentionne pas l'origine.

Les produits d'origine Made In France sont rares pour un musée consacré à l'histoire de Paris et de ses habitants.



Tour Eiffel

Si, dans un premier temps, les boutiques officielles de la Tour Eiffel surprennent agréablement en vendant plusieurs séries de Tour Eiffel Made in France ainsi que quelques livres, briquets et produits alimentaires français (Cognac, confiserie ou chocolats des Pyrénées Atlantique et de Loire), on déchant vite et massivement.

D'abord parce que la quasi-totalité des produits manufacturés vendus est d'importation (essentiellement de Chine). Il faut en effet ajouter aux produits cités dans le tableau récapitulatif des sweats confectionnés en Turquie, les casquettes du PSG fabriquées en Chine, ainsi que beaucoup de produits sous licence "Vélib" fabriqués en Chine (porte-monnaie, maniques et gants de cuisine, sous-de-verre). (CF photo ci-contre)

En outre, si la plupart sont Made in France, certaines Tour Eiffel officielles sont encore "made in Europe"

Ensuite parce qu'on flirte régulièrement



avec la tromperie du consommateur et l'organisation de l'opacité quant à l'origine.

Deux techniques sont utilisées de manière récurrente : d'abord au rayon "frenchwashing", plusieurs produits (T-shirts, sacs) indiquent en lettres majuscules "Design made in France" et rien n'est indiqué au niveau du col.

Le consommateur inattentif aura vite fait de croire ces produits fabriqués en France alors que seul le dessin y est réalisé. L'étiquette mentionnant la confection en Turquie est à aller chercher à l'intérieur du T-shirt au niveau des hanches. Ensuite au rayon "opacité", la plupart des produits importés de Chine sont marqués d'une mention (en tout petit) "made in PRC" (acronyme de People's Republic of China) beaucoup moins connue et comprise du grand public que son fameux synonyme "Made in China".



Muséum national d'Histoire Naturelle

Le Muséum National d'Histoire Naturelle, malgré l'effort entrepris sur l'origine de certains produits, propose des produits généralement fabriqués hors de France. Surtout, certaines marques peuvent induire en erreur le client qui souhaite acheter des produits fabriqués en France.

A cet égard, nous avons relevé les marques de T-shirts « Coq en pâte » et « Mr Poulet » qui, malgré leur dénomination laissant croire à une fabrication hexagonale, fabriquent leurs vêtements en Asie. (Cf photo ci-contre)

En dépit de ce



phénomène, la boutique du Muséum National d'Histoire Naturelle vend également quelques produits qui sont fabriqués en France.

Nous avons relevé les parapluies Piganiol, fabriqués à Aurillac, et des porte-photos de la marque « Tout Simplement » dont les fabricants travaillent en Franche-Comté. De la même manière, la boutique propose, dans sa gamme pour enfant, des jeux de société BioViva ou Bétula, de confection française.



Musée Fabre

La boutique librairie du musée Fabre de Montpellier fait partie du réseau de librairies Sauramps (trois autres librairies à Montpellier et une dans les Cévennes). Lors de notre première visite, nous avons eu un accueil favorable et enthousiaste de la responsable de la boutique par intérim. Il nous a été indiqué que le choix des produits de la boutique reposait sur une sensibilité particulière au Made in France / Made in Europe dès lors que cela s'avérait possible.

Les produits sont acquis via le réseau Sauramps. Nous avons noté que certains produits proviennent pour leur part de la centrale d'achats de la Réunion des Musées Nationaux (RMN-GP), et notamment certains T-Shirts, les magnets et les cartes postales pour lesquels le pays d'origine n'est pas précisé.

Pour le reste, aucun produit spécifique n'est référencé sur le site internet de la librairie, celui-ci proposant à la vente principalement des livres et des DVD ainsi que des jouets qui ne sont pas vendus dans la boutique du musée.

En boutique, il existe une sélection variée de produits artisanaux français tels que des foulards réalisés à Lyon, des sculptures de l'Aube, des bijoux en verre soufflé de la

marque Bulles de verre, dont la provenance régionale est clairement identifiée et valorisée. (Cf photo ci-dessous) S'agissant de la papeterie, certains produits issus du commerce équitable sont proposés.

La vaisselle proposée dans la boutique du musée provient exclusivement de France, en proposant deux noms bien connus dans le milieu de la porcelaine, à savoir la porcelaine de Limoges et la faïence de Gien.

La boutique offre également une sélection de jeux et jouets. Si quelques-uns des jouets proposés sont de fabrication européenne, la provenance asiatique est majoritaire, alors qu'il existe dans ce domaine des marques de fabrication locale (Bioviva basé à Montpellier par exemple) qui possèdent de réels atouts en terme de prix et de qualité.



Collier en verre soufflé, Made in France

Liste des fournisseurs de produits Made In France

La FIMIF met à disposition des acheteurs des musées cette liste de fabricants et revendeurs de produits Made in France. Sur l'échantillon de produits que nous avons testé, **il est possible de proposer au public une offre 100% Made in France.**

Tee-shirts

- Lemahieu (Fabrication à Saint-André-les-Nord, 59)
 - www.lemahieu.com
 - 03 20 51 62 42
 - salemahieu@lemahieu.com
- Chanteclair (Saint-Pouange, 10)
 - www.chanteclair.fr
 - 03 25 41 71 68
 - info@chanteclair.fr
- Moulin Neuf Textile (Saint-Antoine-Cumond, 24)
 - 05 53 90 77 77
 - www.moulinneuf textiles.com
- Atelier Cuir & Mode (Moutiers les Mauxfaits, 85)
 - 02 51 42 48 92
 - atelier_cuir_et_mode@bbox.fr

Echarpes

- Guillaumond (Saint Pal de Mons, 43)
 - www.guillaumond.com
 - 04 71 61 04 48
 - guillaumond@guillaumond.com
- Peyrache (Saint Didier en Velay - 43)
 - www.peyrache.fr
 - 04 71 61 02 91
 - peyrache@peyrache.fr
- Au-delà du fil (fibres biologiques et recyclées)
 - audeladu-fil.com
 - 06 15 60 70 45
 - a.pfister@audeladu-fil.com
- Letol (Charlieu, 42)
 - www.letol.fr
 - nfo@letol.fr

Gobelets, mugs et vaisselle

- Duralex (La Chapelle saint Mesmin, 45)
 - www.duralex.com
 - 02 38 71 88 00
 - info@duralex.com
- Revol (Saint-Uze, 23)
 - revol-porcelaine.fr
 - 04 75 03 99 99
 - contact@revol-porcelaine.fr
- Royal Limoges (Limoges, 87)
 - 05 55 33 27 30
 - www.royal-limoges.fr

- contact@royal-limoges.com
- Pillivuyt (Mehun-sur-Yèvre, 18)
 - 02 48 67 31 63
 - www.pillivuyt.fr
 - commercial@pillivuyt.fr
- Gien (Gien, 45)
 - 02 38 05 21 50
 - www.gien.com
 - web@gien.com

Badge et Pin's

- Cadeau Com, J-Média, Agence Tapis Rouge
 - coordonnées en fin de liste

Sacs en tissu

- Thenthorey (Eloyes, 88)
 - www.sac-citoyen.com
 - 03 29 64 32 00
 - contacts@tenthorey.com
- Cabedine (Saint-Cyr, 78)
 - www.cabedine.fr
 - 06 81 73 74 15
 - contact@cabedine.fr

Porte clés

- MP Publicité, Vert la Pub, KelCom, Agence Tapis Rouge, Cadeau Com

Stylos et crayons

- La compagnie Française des Crayons (Fabrication à Lay, 42)
 - via MP Publicités ou Vert la Pub
- Stylo BIC (fabriqués à Marne la Vallée, 77)
 - personnalisation par BIC Graphic
 - www.bicgraphic.eu

Aimants

- 123-Magnet (Marseille, 13)
 - www.123-magnet.com
 - 04 91 85 49 03
 - contact@123-magnet.com

Cartes postales et calendriers

- Alloprint
 - www.apollprint.com
 - 04 67 42 55 81
 - contact@apollprint.com
- Vert la Pub et KelCom
 - Coordonnées en début de liste

Carnets et cahiers

- Rhodia (Illzach, 68)

- www.bloc-rhodia.com
 - info@clairefontaine.com
- Maki Nature (Cheval-Blanc, 84)
 - www.papiermaki.fr
 - 04 90 71 55 43
 - sarlmaki@orange.fr
- Vert la Pub et KelCom

Parapluies

- Parapluie publicitaire (assemblage en France)
 - www.parapluie-parasol-publicitaire.com
- Piganiol (parapluies personnalisables fabriqués à Aurillac, 15)
 - pluie@piganiol.fr
- Guy de jean
 - www.guydejean.com
 - 03 86 39 31 81
 - contact@guydejean.com

Boîtes à bonbons, confiseries

- Emballages publicitaires (atelier de réinsertion)
 - www.evoo.fr
 - 06 68 65 21 03
 - cpeiffer@evoo.fr
- A pas de géant, Dimo, MP Publicité (déjà cités)

Coussins

- Art de Lys
 - www.artdelys.com
 - 03 20 75 42 10

Tour Eiffel

- Passion France
 - www.passionfrance.fr
 - 01 71 19 75 87
 - passionfrance@fonbelle.com

Boule à neige

- Passion France (voir plus haut)

Puzzles

- Michèle Wilson
 - www.puzzles-et-jeux.com
 - 01 45 75 35 28
 - contact@pmwd.fr