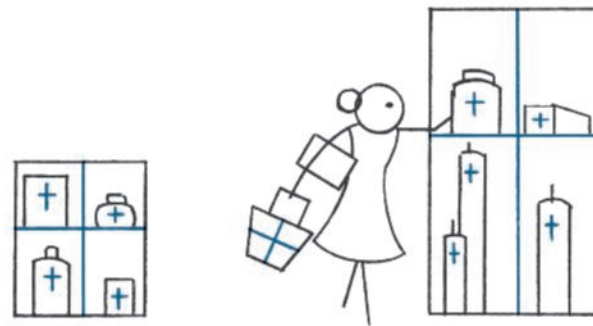


LES TENDANCES

TIME IS MONASTIC!

Abbayes, couvents, monastères : entre retraites et prières, les congrégations religieuses ont toujours fait commerce de leurs aptitudes à cultiver fruits et primeurs, à produire du miel, cuire des confitures, rouler des cierges ou broder du linge. La série télé *Sœur Thérèse.com*, vendue et vue dans le monde entier, ne raconte pas autre chose avec ses fameuses couettes en véritable duvet d'oie. La Révolution française suivie de la révolution industrielle auront malmené cette forme de commerce ensuite périmé par la gadgétisation galopante et les grandes surfaces. Oublier les dames patronnesses et les ouvrages de bonne volonté: le business monastique reprend ses esprits sur le front de la bonne action en filière courte et de l'indulgence plus proche du kilomètre zéro que du chemin de croix.

Clièntèle rajeunie, qualité, prix modérés, tradition : le commerce monastique a usé et usé pour gagner le commerce et conquérir des cibles sensibles au bio, à l'authentique et aux vrais terroirs, avec caution morale à la clé et supplément d'âme en bolduc. Entre bouche-à-oreille et sain prosélytisme, c'est toute la production de quelques 150 monastères qui trouve aujourd'hui un débouché retail rénové, multiplié et succursalisé hors les murs. Pour la plupart de communautés religieuses, avec 30% de progression du chiffre d'affaires accompli en quelques années cathéchistes, la vente représente aujourd'hui la moitié du budget de fonctionnement des établissements concernés.



©LAURENT CILLUFFO

En tête : L'Artisanat Monastique, enseigne connue et reconnue avec 8 magasins ouverts dans les grandes villes françaises + site internet florissant, avec bénédiction des Carmélites, Bénédictin(e)s, Moniales et autres Visitandines.

Challenger : Les Boutiques de Théophile qui œuvrent avec le Carmel de Verdun, les Clarisses de Millau ou encore la célèbre Abbaye de Flavigny.

En ligne : devenu un label-marque collectif doublé d'un site marchand, Monastic prêche de surcroît l'anti-concurrence et l'anti-contrefaçon.

Tronc commun : le Comptoir des Abbayes, à Paris et Strasbourg, unique en son genre avec sourcing extra-conventionnel ajouté à un terroir spirituel et une table d'hôte communiant en bonnes choses.

Best-sellers : les bougies, les miels, les tisanes, les cosmétiques, mais aussi les cires à meubles du Bénédictin, les encaustiques à parquets du Père Fulgence, jusqu'aux bancs de prière en pin des Landes proposés par l'Abbaye Notre-Dame de Maylis, la Cire des Antiquaires de Notre-Dame de Daganagobie, ou plus humbles encore, le muesli médiéval de l'Abbaye trappiste de Sept-Fons, jumelée avec l'abbaye tchèque de Novy-Dvur, notamment agrandie sous la houlette de l'architecte anglais John Pawson, et dont la moutarde en grains est un must quasi impie.

Débouchés laïcs : les boutiques de life-style et les concept-stores comme celui d'Andreas Murkudis à Berlin, désireux d'ajouter un trait de slow-spirituel à leur curated-selection, et qui n'hésitent pas en étendant leurs recherches aux congrégations italiennes ou allemandes, très actives.

Nec plus ultra : les recettes de fabrication, toujours classées secret-des-dieux.

Signe des temps : de plus en plus d'églises déconsacrées reconverties en hôtels, bars, librairies, et de plus en plus de cloîtres abandonnés recyclés en art-centers comme, à Naples, la Fondazione Made in Cloister, à l'initiative de #Mapping the Craftmen, sauvegarde du travail d'artistes et artisans spécialisés, entre autres, dans les vitraux ou les presepi (crèches).

Denier du culte : les réseaux sociaux au plus haut des cieux.

www.artisanatmonastique.com
www.comptoir-des-abbayes.fr
www.boutiques-theophile.com
www.madeincloister.it
www.monastic-euro.org