L'ART de concevoir et gérer un musée



CLAUDE MOLLARD
LAURENT LE BON
NATHALIE BONDIL

PRÉFACE
JEAN-FRANÇOIS HÉBERT

2e édition

Soutenu par
MINISTÈRE DE LA CULTURE
Liberté
Égalité
Fraternité

EDITIONS LE MONITEUR

SOMMAIRE

Préface de Jean-François Hébert 7
Introduction de Jack Lang 8
Sigles et abréviations 10
Avant-propos 12

PARTIE 1. SITUER LES MUSÉES DANS L'HISTOIRE ET SUR LE TERRITOIRE 15
1. La révolution des musées depuis les années 1980 16
2. Définir les concepts, les catégories, les modes de présentation 30
3. Répondre aux questions pour aujourd'hui et pour demain 48

PARTIE 2. CONCEVOIR LE PROJET 67
4. Évaluer le contexte local, national et international du musée 68
5. Concevoir le projet scientifique et culturel (PSC) 80
6. Réaliser l'étude de programmation 88

PARTIE 3. PRÉVOIR ET ASSURER LA GESTION DU MUSÉE 103
7. Gérer 104
8. Conserver 122
9. Exposer 152
10. Accueillir 178
11. Communiquer 196

PARTIE 4. CONDUIRE LE PROJET ARCHITECTURAL 207
12. Organiser la maîtrise d'ouvrage 208
13. Choisir le maître d'œuvre 218

PARTIE 5. CHOISIR UNE ARCHITECTURE DE QUALITÉ 229
14. Parti architectural 230
15. Aménagements extérieurs 244
16. Aménagements intérieurs 250

CATALOGUE DES MUSÉES DE LA PARTIE 5 291
Bibliographie 303
Index 304
Table des matières 309
Crédits iconographiques 317



Vue du musée de Cluny rénové

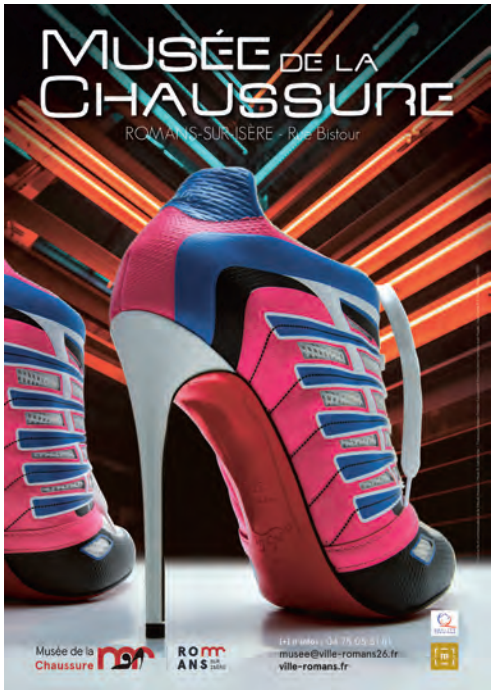
est également à étudier en amont du projet de musée, afin de réunir les meilleures chances de l'insérer dans un réseau cohérent de partenaires.

Par ailleurs, une réflexion sur l'histoire de la collection, ses forces et ses faiblesses, s'impose. Elle est à l'origine du musée, comme une réalité objective, mieux qu'un seul concept qui suffit souvent à être décliné dans un centre d'interprétation, qui ne dispose pas de collections. Le musée repose sur une collection qui doit être valorisée. Une étude de sa singularité, de sa qualité, des enrichissements possibles précède donc la mise en place d'un projet de création ou de rénovation.

L'INSERTION DU MUSÉE DANS SON ENVIRONNEMENT

La nécessité d'une analyse de contexte

La nouvelle implantation d'un musée doit s'effectuer en lien avec les partenaires locaux, les autres établissements culturels, afin d'éviter des concurrences inutiles. Les services de l'État, l'administration centrale du ministère et les directions régionales des affaires culturelles sont présents pour conseiller et réorienter des projets qui risqueraient de nuire à d'autres musées ou centres d'art déjà consacrés aux mêmes thématiques.



Affiche du musée international de la Chaussure, Romans-sur-Isère (2023)

et aux historiens d'art et universitaires, qui peuvent composer un comité scientifique. Des soutiens politiques ou la consultation de collectivités publiques expérimentées peuvent être nécessaires pour bénéficier d'expertises techniques et politiques avérées. Investir dans les études préalables est toujours une sage précaution qui peut éviter des erreurs de conception souvent coûteuses à terme.

Enfin, les services de l'État (conseillers musées des directions régionales des affaires culturelles, voire conseillers arts plastiques, services régionaux des monuments historiques et de l'archéologie, conservateurs et architectes conseils du Service des musées de France) peuvent être consultés au titre de leur expertise scientifique et technique.

L'OBJET DU MUSÉE ET SON INTÉRÊT LOCAL OU NATIONAL

Délimiter un objet original et, si possible, unique ou concentrer l'effort sur une singularité

Le propos du musée peut s'appuyer sur une ou plusieurs spécificités du territoire, qu'elles soient artistiques, historiques ou artisanales et techniques. Plus le propos du musée sera original, voire unique, plus il sera attractif, n'ayant pas à souffrir de concurrence, à condition bien entendu que son objet soit suffisamment porteur. Ainsi, la région Rhône-Alpes a su développer le musée international de la Chaussure à Romans-sur-Isère, activité présente dans la ville depuis plusieurs centaines d'années et le musée du Chapeau à Chazelles-sur-Lyon. Ces établissements, à la fois musées techniques et musées d'arts décoratifs, uniques sur le territoire national, évoquent simultanément l'histoire d'une industrie et ses créations.

De la même façon, le musée de la Compagnie des Indes à Lorient, installé dans la citadelle de Port-Louis, s'est consacré depuis son ouverture en 1985 à l'étude du commerce des compagnies européennes avec l'Asie et présente les objets qui illustrent les échanges d'influences et de styles induits par ce marché. Seul un autre musée s'intéresse d'aussi près aux mêmes sujets, et il est géographiquement éloigné : le musée des Arts décoratifs de l'océan Indien à Saint-Louis de La Réunion. Les diversités régionales sont aussi bien exploitées dans les muséums d'histoire naturelle, qui se répartissent les collections par aires géographiques. Par exemple, le musée Bernard d'Agesci de Niort s'est concentré sur les animaux du marais poitevin, tandis que le

côté, le musée international de la Chasse de Gien a souhaité pour sa réouverture élargir son propos et son public, en retraçant un parcours autour de « chasse, nature et histoire en Val-de-Loire ».

L'état des lieux, une mise au point identitaire

Un musée se base sur un concept fort et fondateur (typologie de collection, histoire, lieu), à expliciter autour de ses missions fondamentales de conservation des collections et d'ouverture au public. Le PSC fournit l'occasion de clarifier l'identité du musée à partir des éléments-clés de son patrimoine, tant matériel qu'immatériel.

L'analyse de l'environnement doit constituer, comme on l'a vu, une des premières parties de cet état des lieux : contexte géographique, démographique, économique ; réseaux d'institutions culturelles et éducatives, musées partenaires, dans lesquels le projet s'inscrit, tout comme celui des musées partenaires.

L'état des lieux concerne le bâtiment dans lequel s'inscrit ou s'inscrira le musée (histoire, forces et faiblesses), ses collections (histoire de leur constitution, nature, nombre, points fort), la manière dont le musée les gère (inventaire, récolement, prêts et dépôts, conservation préventive et curative, réserves) et leurs modes de valorisation (muséographie actuelle avec les parcours de visite, outils de médiation, publications, recherche, expositions). Les publics du musée font également l'objet d'un traitement à part entière, avec une analyse aussi complète que possible. Ce diagnostic doit être volontairement critique, analysant les éléments positifs et négatifs du fonctionnement de l'institution et les attentes à satisfaire.

La partie prospective, une mise en adéquation des objectifs et des moyens

De ce constat complet et critique découlent l'ambition du musée et ses objectifs stratégiques. Pour être utile et efficace, le PSC doit évidemment être réaliste et comporter une liste concrète d'actions à mener à court, moyen et long termes.

Cette partie doit s'accompagner de la formulation des moyens, notamment humains et financiers, nécessaires à la bonne mise en œuvre des objectifs définis.

Le respect de cette organisation en deux parties n'est pas nécessaire, il permet simplement de réfléchir à tous les enjeux principaux de l'évolution du musée. Ainsi, le projet scientifique et culturel du Centre national du costume et de la scène de Moulins a préféré organiser le discours de façon thématique (collections, expositions, politique des publics et communication, gestion de l'EPCC). Sur la base du constat opéré pour chaque domaine, il établit un diagnostic et propose des perspectives d'évolution, selon un propos très complet et dynamique, qui n'exclut pas une conclusion synthétique et opérationnelle.

LA RÉDACTION DU PSC

L'écriture du PSC est dévolue au conservateur ou au responsable scientifique du musée et des collections. Il en coordonne la rédaction, en lien avec le chef d'établissement si celui-ci n'appartient pas au corps des conservateurs du patrimoine. Un conseil scientifique *ad hoc* peut être créé, regroupant des personnalités et experts extérieurs, susceptibles ensuite de soutenir le projet au plan national. Ainsi,



Éléments indispensables à un projet scientifique et culturel

Concept du musée et identité
– histoire du musée, de son bâtiment et de ses collections ;
– environnement ;
– tutelle administrative ;
– moyens (humains et financiers) ;
– concept actuel ;
– nouvelle stratégie.

Collections
– état des lieux : nature, statut, inventaire, récolement, gestion des collections ;
– politique d'acquisition ;
– politique de conservation préventive et curative, la politique de restauration, les réserves ;
– circulation des collections : politique de prêts et de dépôts ;
– politique de recherche ;
– muséographie permanente ;
– expositions temporaires.

Bâtiment
– propriétaire et gestionnaire ;
– atouts et handicaps ;
– perspectives d'évolution ;
– sécurité des personnes et sûreté des œuvres.

Publics
– fréquentation ;
– études et service des publics ;
– accessibilité ;
– médiation ;
– éducation artistique et culturelle ;
– actions à mener.

Audience et rayonnement du musée
– partenariats, mise en réseaux ;
– communication et marque, le cas échéant.

le musée du vin de Champagne et d'archéologie régionale situé à Épernay, fermé depuis 1998, a su préparer sa réouverture en s'entourant de professionnels de divers horizons afin d'élaborer les parcours sur l'archéologie, l'histoire des industries du champagne, l'origine des collections. La Villa Majorelle de Nancy, construction emblématique de l'Art nouveau, a pu quant à elle bénéficier de l'expertise de spécialistes européens du domaine pour définir la justesse d'intervention (reconstitution, restitution, évocation) dans chacun des espaces que la ville souhaite rouvrir au public. La réflexion peut s'élaborer au sein de groupes de travail thématiques réunissant des membres du personnel du musée, ce qui permet d'impliquer tous les services et de fédérer les équipes autour d'un projet structurant pour l'institution : le musée Rodin a pu expérimenter ces démarches dans l'écriture du PSC qui a été préalable aux grands travaux d'aménagement muséographique achevés en novembre 2015. Plus qu'un outil managérial, c'est également un moyen pour les équipes de s'extraire d'un quotidien envahissant, de penser autrement le musée dont elles ont la charge et de prendre du recul sur leurs actions.

De même, des groupes d'usagers, de visiteurs de différentes catégories, peuvent être sollicités : c'est pour eux que le musée se remet en question ; leurs avis et idées sont souvent riches d'enseignement, notamment pour la partie concernant l'accueil des publics.

En pratique, le PSC est un document qui peut être synthétique, précis et accompagné de plusieurs annexes (plan du musée, organigramme, programme d'expositions passées, études de publics, chiffres de fréquentation, état des inventaires, état du récolement, liste des acquisitions des dix dernières années, etc.).

Le conservateur, porteur du projet, est responsable de la synthèse et de la mise en ordre des réflexions. L'appui de diverses instances et tutelles extérieures peut être sollicité, à divers degrés : la direction chargée de la culture de la collectivité et les élus en charge de la culture, les conseillers-musées

ESPACE	FONCTION
Exposition permanente	Accueil de la ou des collections d'objets ou œuvres d'art qui fondent l'identité principale du musée
Expositions temporaires	Modulables et souples pour évoluer au gré de la programmation.
Documentation	Réservé au personnel scientifique ou ouvert à un public spécialisé.
Réserves	Réserve de transit ou réserve située à proximité des espaces d'exposition. Réserve proprement dite située soit dans le musée, soit dans un espace distinct, plus ou moins éloigné.
Activités pédagogiques	Accueil des groupes scolaires notamment, espace de conférence, ateliers pédagogiques.
Accueil des publics	Billetterie, orientation, conseils, vestiaires, sas d'attente, auditorium, etc.
Espaces de travail et de repos des personnels	Services scientifiques et administratifs, services techniques (ateliers de montage et démontage des expositions, de restauration, de photographies, de rangement des matériels, etc.) et espaces de repos.
Espaces d'accompagnement des visiteurs	Services (librairie-boutique, bibliothèque, cafétéria, restaurant, vestiaires et consignes…)
Toilettes	Réservées au personnel et au public.
Zones de contrôle et de sécurité	Système de contrôle magnétique ou inspection « manuelle » des sacs.

Parmi ces dix types d'espaces bien identifiés, l'accueil, lieu du premier contact du public avec le musée, est particulièrement sensible. Il doit, par conséquent, faire l'objet d'une attention particulière dès l'étude de programmation.



L'accueil, l'antichambre du musée

Fondamentaux, les dispositifs d'accueil sont rarement assez vastes. Ils doivent en même temps être clairement identifiables à l'entrée du musée. Dans les grandes structures, il est pratique de distinguer le personnel chargé de l'accueil de celui qui est responsable de la caisse. Ce n'est pas toujours possible, ce qui exige alors une polyvalence des employés.
L'accueil doit répondre à des exigences strictes : tenue correcte, courtoisie, clarté d'expression, pratique de langues étrangères, connaissance de l'institution, sens du service. Cette fonction mérite d'être personnalisée (port de badges, par exemple).
La fonction de caissier est essentiellement comptable. Elle ne peut être assurée, dans les musées publics, que par des personnes ayant reçu une habilitation à gérer une régie de recettes. Elle peut aussi impliquer la mesure du nombre et du type de visiteurs (base de données sur les publics et études de fréquentation).
L'accueil des personnes à mobilité réduite (PMR) obéit à des dispositions légales. Elle exige une attention et des dispositifs particuliers.
Enfin, il est utile que les personnels d'accueil aient des notions de secourisme pour pouvoir porter secours à un visiteur en cas d'urgence



Une superficie évolutive

Le calcul des surfaces doit prendre en compte la nécessaire évolution des usages. L'accroissement des collections d'un musée demande une évaluation large de l'espace prévu pour les réserves, les opérations de récolement et de reconditionnement des œuvres ayant tendance à augmenter la surface nécessaire. Par ailleurs, la plupart des musées sont confrontés depuis une trentaine d'années à un phénomène d'amplification de leur fréquentation. La muséomania est une réalité que la programmation doit prendre en compte. Toute programmation à vue étroite conduit le maître d'œuvre à construire et aménager des espaces qu'il faudra un jour complétement repenser. Une marge de 30 à 50 % est une précaution sage à l'échelle de trente ans. Rien ne permet de penser que le développement de l'accès aux images des œuvres sur Internet contribuera à l'avenir à raréfier la fréquentation des musées. Au contraire, la facilité d'accès numérique avive le désir de voir de près l'œuvre réelle.

Le calcul de la superficie des espaces

Le calcul de la superficie des espaces se fait par référence à des musées comparables dans leurs activités et leur taille. On sait, par exemple, que l'espace d'accueil d'un musée de taille moyenne et recevant environ 100 000 visiteurs par an doit avoisiner 200 m^2, faute de quoi sa gestion se heurtera à des difficultés.

Un faisceau d'éléments à prendre en compte

L'évaluation ainsi dressée des missions du musée prend évidemment en compte une part de subjectivité (il existe des musées qui sont destinés à croître plus rapidement que d'autres, comme le montre l'essor des musées d'art contemporain ou de civilisation) et une part de volonté (un maître d'ouvrage peut décider, par exemple, de miser sur son musée pour renforcer son action de développement touristique quand un autre peut, au contraire, vouloir stabiliser la situation de son musée et ne pas chercher à accroître ses collections…). Il appartient au programmiste de prendre la bonne mesure de ces caractéristiques, ce qui suppose une étroite liaison, au plus intime, avec le maître d'ouvrage qui lui confie sa mission d'étude.

Le programmiste doit prendre en compte une série de données, à la fois au regard de contraintes légales et techniques mais aussi des exigences du maître d'ouvrage, notamment le directeur du musée et son équipe scientifique :

– la sécurité des œuvres et la résistance de l'édifice au feu et à l'eau (nombre de musées, y compris les plus prestigieux et les plus modernes, ne sont pas à l'abri d'infiltrations qui peuvent nuire à la bonne conservation des œuvres, ce qui implique une attention particulière pour les musées situés au bord de l'eau comme les salles inférieures du département des Arts de l'Islam du Louvre) ;

– la sécurité des personnes et des objets, et pas seulement les œuvres (avec la rédaction d'un plan de sauvegarde spécifique aux personnes et aux œuvres) ;

– les modes d'accès et de circulation dans le bâtiment pour les objets et pour les personnes, qu'il s'agisse des professionnels ou des publics ;

– les caractéristiques de l'éclairage pour les différentes activités (éclairage naturel, artificiel, zénithal, latéral, pour les peintures, pour

FOCUS

Médiation artistique et culturelle dans les musées

En général, les musées disposent d'un service de médiation qui propose à l'ensemble des publics des activités très variées : visites guidées, ateliers de création, rencontres avec des artistes dans les salles du musée et des expositions, promenades thématiques hors les murs, etc. La programmation et la mise en œuvre de ces actions se fait en étroite collaboration avec les référents culture des académies. Depuis le plan Lang-Tasca de 2000, chaque recteur est assisté d'un délégué académique aux arts et à la culture (DAAC). Les musées disposent de leurs propres intervenants pédagogiques : conférenciers, conférencières, médiateurs, médiatrices (il s'agit de métiers très exigeants, hélas un peu sous-estimés et précaires). Ils apprennent à travailler avec les enseignants pour la construction de projets conjoints. Ce dispositif vaut pour tous les établissements culturels relevant du ministère de la Culture.

À l'Institut du monde arabe (IMA), le service des actions éducatives a pour objet de faire découvrir les cultures du monde arabe dans des activités pensées comme des passerelles entre les collections du musée, ses expositions et les différents publics : enseignants et élèves, enfants et famille, ou encore publics spécifiques, tels que des détenus de prisons et des publics en difficultés pour des raisons sociales ou en situation de handicap. La découverte des racines et des caractères de la civilisation arabe est évidemment une dominante dans les attentes du public.

Les résultats de cette action se mesurent clairement dans la fréquentation du musée, dont le public est majoritairement composé de groupes scolaires qui représentent plus de 60 % de l'ensemble des visiteurs pour l'année 2022, ce qui est un pourcentage record pour un musée. Au cours de cette année post-Covid, 79 000 élèves ont été accueillis avec le concours d'une équipe de douze médiatrices sollicitées à partir du mois d'octobre jusqu'à début juillet. Pendant l'été, les centres de loisirs prennent le relais des établissements scolaires : un nombre croissant de villes partenaires de l'IMA mettent en place des projets d'éducation artistique avec des établissements culturels et des formations à destination des animateurs des établissements périscolaires. Ces visites d'été se font hors les murs et dans le musée.

L'IMA travaille avec des villes partenaires comme Bondy, Grigny, Issy-les-Moulineaux ou Clichy-sous-Bois. Avec Argenteuil, l'IMA a noué un partenariat qui concerne l'ensemble des habitants de la commune, avec une priorité en faveur des jeunes. Les résultats de ce travail sur le long terme sont tangibles. Avec la ville de Bondy, par exemple, les animateurs viennent en toute autonomie pour construire des visites dans le musée et les expositions. Ils puisent des ressources pédagogiques dans le service des actions éducatives pour accompagner leur projet d'éducation artistique dans les centres de loisirs de leur ville, et l'IMA les accompagne pour casser la barrière qui les sépare du musée, considérée comme réservé à une élite. La valorisation du métier d'animateur a favorisé leur autonomie et a permis aussi aux élus de comprendre que la fidélisation de leur public avec le musée de l'IMA apporte un facteur de sérénité. Travailler ensemble sur des projets culturels permet de développer un véritable vivre-ensemble.

années 1980, avec l'aménagement d'espaces (accueil, espaces pédagogiques, sanitaires, vestiaires, etc.) et la généralisation de nouveaux services (ateliers pour enfants, « services des publics »). Cette ouverture a suscité parallèlement des études plus poussées sur les visiteurs, à la lumière d'expérimentations venues du Canada et des pays anglo-saxons. Elle s'est aussi dotée d'instruments institutionnels : le département de la politique des publics est aujourd'hui une mission transversale majeure de la Direction générale des patrimoines. Différentes missions y sont assurées : observatoire des publics, centre de ressources, de veille et de diffusion, et animation du réseau des « services des publics », afin de fidéliser les visiteurs, de diversifier l'offre culturelle et d'étudier les résultats des enquêtes conduites.



Musée de la Grande Guerre du Pays de Meaux, Seine-et-Marne

Exploitant la pente du terrain, le musée de la Grande Guerre se montre ou se dérobe selon les points de vue. Le bâtiment réalisé par l'Atelier Lab, au volume horizontal simple et étiré, dialogue avec le monument américain voisin, lieu de mémoire emblématique de la région.



Musée des Confluences, Lyon

Une architecture à l'esthétique déconstructiviste, que l'on doit à l'agence autrichienne COOP HIMMELB(L)AU, abrite le musée des Confluences. Situé sur la Presqu'île, au confluent du Rhône et de la Saône, le bâtiment se décline en trois unités : le Socle, le Cristal et le Nuage.





Musée des Confluences, Lyon
L'un des vecteurs d'identité du musée des Confluences réside dans le mode de présentation des expositions, permanentes et temporaires, que le public identifie comme une spécificité de l'institution. Le succès des expositions temporaires et les nombreuses demandes d'itinérance par d'autres institutions muséales françaises et étrangères témoignent de leur originalité mais aussi de leur attractivité. Ici, les expositions permanentes Eternités, visions de l'au-delà *par l'agence Klapisch-Claisse et* Sociétés, le théâtre des hommes *par l'agence Du&Ma.*



Hôtel de la Marine, Paris

Les « 4 Miroirs dansants » sont des dispositifs à 3 faces verticales qui pivotent sur eux-mêmes. Ils sont installés dans le Salon d'honneur et le Salon de réception. Les « Miroirs dansants » pivotent par motorisation et invitent le visiteur à danser avec eux. Tel un ballet vivant, le pivotement est rythmé par les thèmes des films. À travers eux, le visiteur perçoit en réalité augmentée des scènes vivantes qui se jouent dans les salons ou sur la place de la Concorde.



La « Galerie des portraits » fait références aux galeries de portraits aristocratiques. Il présente les neuf portraits des personnages illustres qui sont liés au bâtiment et les anime dans une conversation qui permet de découvrir les coulisses de sa réalisation et des activités qu'il a accueillies.

L'art de concevoir et gérer un musée

À partir de 1975, une série impressionnante de constructions, d'extensions et de rénovations bouleverse le monde des musées, mobilisant les architectes les plus réputés. En témoigne le Centre Georges-Pompidou, inauguré à Paris en 1977. Aujourd'hui, la France compte plus de 2 000 musées. Il s'en construit toujours plus chaque année, que ce soit à Paris ou en région, et ils accueillent quelque 80 millions de visiteurs.
Cet ouvrage offre la vision unique de deux personnes emblématiques du monde culturel en France ; les auteurs dressent un panorama complet des institutions muséales, du concept à la gestion concrète du projet et de l'établissement, à travers leur riche expé-rience, étayant leur propos par de nombreux exemples, définitions et recommandations issus de leur pratique professionnelle.

Organisé selon les étapes d'élaboration du projet muséal, ce guide permet :
– d'en comprendre les enjeux ;
– d'identifier et de situer chaque acteur aux différents stades de ce projet ;
– d'élaborer un projet scientifique et culturel (PSC) ;
– de définir les orientations et les stratégies ;
– d'acquérir les notions indispensables (définitions, chiffres-clés, etc.) à la gestion de projet ;
– de déterminer l'enveloppe budgétaire nécessaire ;
– d'analyser les interactions entre les collections, les publics, l'environnement et le futur bâtiment ;
– de conduire le projet jusqu'à l'inauguration de l'établissement ;
– de gérer et d'entretenir le musée, d'accueillir le public, etc.

Il aborde aussi bien les constructions neuves que les réhabilitations et les extensions de musées, en s'appuyant sur des réalisations exemplaires récemment inaugurées, tout en articulant l'organisation du projet muséal autour d'un programme ou d'un PSC.

Véritable outil pédagogique, cet ouvrage est destiné aux chefs de projet, directeurs d'établissement et conservateurs, élus locaux et services techniques des collectivités, ainsi qu'aux architectes et programmistes.

Cette 2e édition met l'accent sur la dimension sociétale des musées à travers l'art-thérapie et la conservation. Elle intègre des musées qui ont vu le jour ou ont réouvert à la suite de travaux de restauration ou d'embellissement (le musée Soulages, le musée de Cluny, le nouveau musée IMA, etc.). Elle tient également compte du contexte sanitaire récent qui a vu croître la fréquentation numérique des musées, notamment via les réseaux sociaux.

Claude Mollard a été secrétaire général du Centre Pompidou en construction (1971-1978), délégué général de l'Union centrale des arts décoratifs (1978-1981), délégué aux arts plastiques (1981-1986) et créateur des FRAC. Inventeur de l'ingénierie culturelle (1987), il est concepteur de musées, de centres d'art et commissaire d'exposition. Conseiller maître honoraire à la Cour des comptes, il est depuis 2013 conseiller spécial du président de l'Institut du monde arabe.

Conservateur général du patrimoine, **Laurent Le Bon** a été conservateur au Centre Pompidou jusqu'en 2000, directeur du Centre Pompidou-Metz (2010-2014) et président du musée national Picasso-Paris (2014-2021). Il est également commissaire d'exposition. Depuis 2021, il est président du Centre Pompidou.

Nathalie Bondil est historienne de l'art, conservatrice du patrimoine et commissaire d'exposition. Elle a été directrice générale et conservatrice en chef du Musée des beaux-arts de Montréal (2007-2020) et vice-présidente du Conseil des Arts du Canada (2013-2021). Depuis 2021, elle est directrice du musée et des expositions à l'Institut du monde arabe.

SOMMAIRE

1. Situer les musées dans l'histoire
2. Concevoir le projet
3. Prévoir et assurer la gestion du musée
4. Conduire le projet architectural
5. Choisir une architecture de qualité

Soutenu par
MINISTÈRE DE LA CULTURE
Liberté
Égalité
Fraternité

ISBN 978-2-281-14655-4

EDITIONS LE MONITEUR