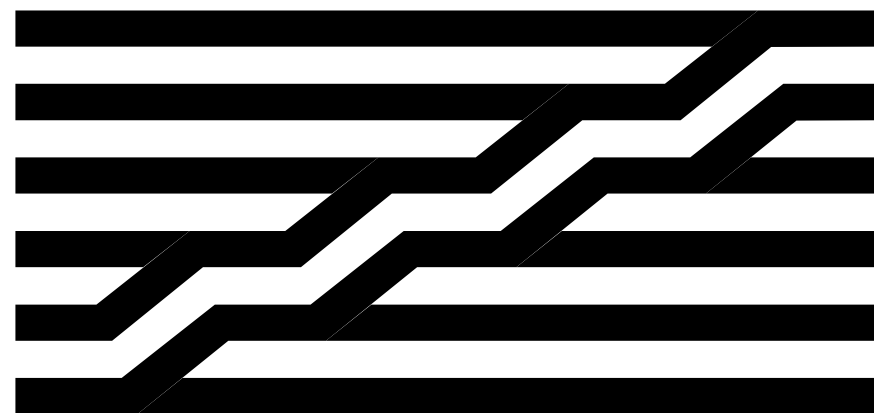




The image shows the interior of the Centre Pompidou, featuring a prominent glass-enclosed walkway or elevator shaft that runs horizontally across the upper part of the frame. The structure is supported by a complex network of blue-painted steel beams and columns. Below the walkway, a large, open space with a polished floor reflects the surrounding architecture and the view of Paris in the background. In the foreground, two abstract sculptures made of metal and stone are placed on a small, raised platform. The overall atmosphere is one of modern industrial design and urban connectivity.

CENTRE POMPIDOU AXES STRATÉGIQUES

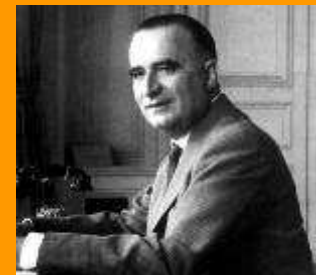
Un concept visionnaire

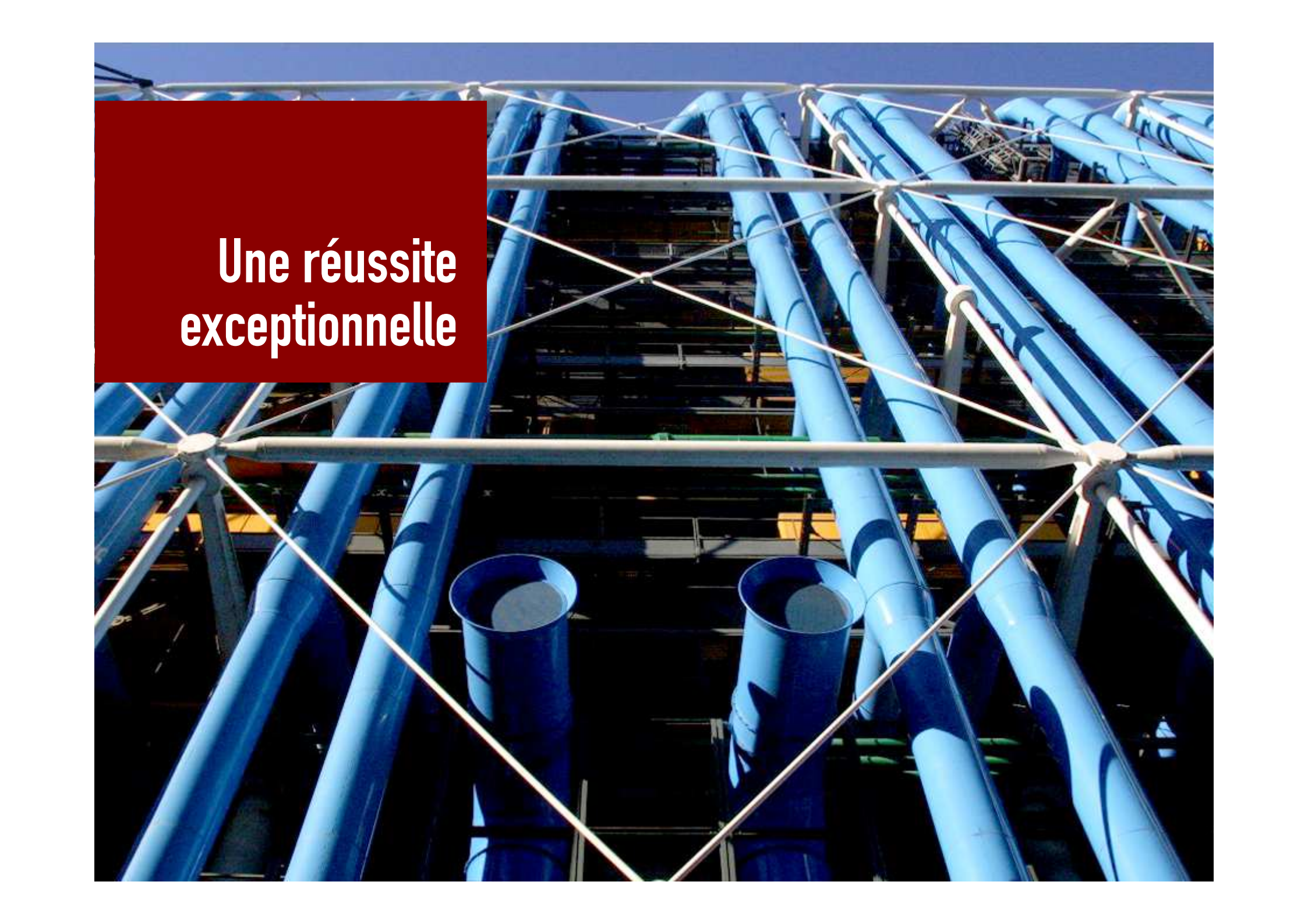
“

Je voudrais passionnément que Paris possède
**un centre culturel [...] qui soit à la fois un
musée et un centre de création**
où les arts plastiques voisineraient avec la
musique, le cinéma, les livres, la recherche
audiovisuelle, etc.

”

Georges Pompidou





**Une réussite
exceptionnelle**

Une réussite exceptionnelle

Un succès populaire

→ **Troisième institution culturelle** par la fréquentation :

N° 1	musée du Louvre	7,5 millions de visiteurs
N° 2	Tour Eiffel	6,5 millions
N° 3	Centre Pompidou	5,3 millions
N° 4	Cité des Sciences	3,4 millions
N° 5	musée d'Orsay	2,9 millions

Chiffres 2005

→ **Une institution aimée du public** : une image positive auprès des trois quarts des visiteurs

(source : Etude 2006 sur les publics du Centre Pompidou).



Une réussite exceptionnelle

Une identité forte

- Des équipes portées par une **culture** interne solide
- Un **nom connu** partout dans le monde
- Une **pluridisciplinarité** unique, imitée par tous les grands musées



Une réussite exceptionnelle

Une institution de référence

- Importance de la **collection**
- Nombre et qualité des **expositions**
- Succès public de la **Bpi**
- Excellence et capacité d'innovation de l'**Ircam**
- Activités pour le **jeune public**
- Programmations de **spectacles vivants, cinémas, activités de parole**
- Qualité des **éditions**



Une réussite
exceptionnelle

Un bâtiment exceptionnel

- Bâtiment étonnant, **magique**, vecteur d'**image** très fort
- **Situation unique** au cœur de Paris



**Un contexte
transformé**



Un contexte transformé

Une concurrence grandissante



- Il y a 30 ans, le Centre était **quasiment seul** à donner accès à la création moderne et contemporaine.
- Aujourd'hui, les lieux se sont multipliés, **la création contemporaine est partout**, et la concurrence internationale s'intensifie.

Un contexte transformé

La révolution numérique

- Le numérique, **nouvelle frontière** de la culture :
 - nouvelle **économie** de la culture,
 - nouvelles **formes de création**,
 - nouvelles formes d'**adresse au public**.
- Le numérique, moyen de retrouver le sens de la **gratuité**.



Un contexte transformé

Un rapport nouveau entre la société et l'art contemporain

→ Au début des années 1970 :
un divorce entre la société
et les artistes.

→ Trente ans plus tard :
un désir nouveau d'art
contemporain.



Un contexte transformé

Un nouveau statut de la création

- Une civilisation de l'intelligence et de l'innovation dans laquelle la vitalité de la création devient un enjeu central.
- L'ouverture d'une nation sur la création conditionne son dynamisme et son agilité dans ce nouvel âge.



Un contexte transformé

Un environnement mondialisé

- Au début des années 1970 :
domination de New York sur la création.
- Aujourd'hui, un jeu qui s'ouvre dans **une scène artistique mondialisée**.



Nos points faibles



Nos points faibles

Une image brouillée

- Organisation jugée **lourde et complexe**
- Sentiment d'une **distance** entre l'institution et les artistes
- Institution accusée tour à tour de **ne pas s'engager** et de **promouvoir un « art officiel »**

Nos points faibles

Une réactivité insuffisante

- Un lieu perçu comme **moins innovant** qu'autrefois.
- La **création la plus avancée** ne passe plus suffisamment par le Centre.
- La programmation donne parfois le sentiment de **courir après l'actualité**.

Nos points faibles

Une offre mal comprise

- Sentiment de **confusion** et d'**illisibilité** de la programmation
- La programmation apparaît parfois comme la résultante d'un **système de contraintes** plutôt que comme l'affirmation de choix clairs.
- Insuffisante **mise en valeur du musée** au sein de l'ensemble

The background of the slide is a photograph of a modern building under construction. The building features a complex steel framework and large glass panels. A prominent red banner is visible on the left side of the building. The overall scene is set against a clear blue sky.

Une stratégie

- Reformuler nos **missions**
- Clarifier nos **priorités**
- Définir des **projets** stratégiques



Nos missions

- Mettre en relation la société et la création
- Contribuer à écrire l'histoire de l'art des XXe et XXIe siècles
- Affirmer le rayonnement de la scène française dans le monde
- Etre un acteur majeur de la décentralisation culturelle

Nos missions

Mettre en relation la société et la création

- Revendiquer notre **responsabilité sociale et politique**
- **Elargir nos publics**, en particulier en direction **des jeunes**
- Jouer de **notre situation privilégiée** au cœur de Paris
- Etre **un lieu de rencontre** entre le public et la création actuelle



Nos missions

Contribuer à écrire l'histoire de l'art des XXe et XXIe siècles.

- Approfondir la recherche en histoire de l'art moderne et contemporain
- Renouveler les présentations pour offrir des lectures et des expériences inédites
- Donner accès à de vastes ressources documentaires et à des fonds d'archives





Nos missions

Affirmer le rayonnement
de la scène française dans le monde

- Une responsabilité particulière vis-à-vis de la **scène française**
- Des **atouts uniques** :
 - la réputation scientifique du **musée**
 - notre savoir-faire en matière d'**expositions**
 - notre capacité de **projection internationale**
 - la force de notre **image**
- Un **engagement** à affirmer vis-à-vis des artistes pour les accompagner dans la durée



Nos missions

Etre un acteur majeur de la décentralisation culturelle

- Dès l'origine, le Centre s'est voulu une « centrale de la **décentralisation** » (Robert Bordaz).
- Cette exigence découle de notre **mission d'interface entre le pays et les créateurs**.
- Le musée, la Bpi, l'Ircam doivent se positionner aujourd'hui comme **centres de ressources** plutôt que comme têtes de réseau.



Priorités

**Mettre
en valeur**
notre
patrimoine

1

Clarifier
notre
offre

2

Renouveler
nos
propositions

3

Être un
acteur
mondial

4



1^{ère} Priorité

Mettre en valeur notre patrimoine

- **Maintenir** à niveau les collections du musée et de la bibliothèque
- **Revisiter** régulièrement la présentation du musée
- Montrer davantage la collection du musée **hors les murs**
- Valoriser le **répertoire de l'Ircam**



2^{ème} Priorité

Clarifier notre offre

- Définir une **stratégie d'expositions temporaires** plus lisible :
 - expositions d'histoire de l'art ou de contexte
 - expositions de concepts
 - monographies d'artistes vivants
- Renforcer et dynamiser **la dimension pluridisciplinaire** de la programmation



3^{ème} Priorité

Renouveler nos propositions

- Innover en matière de **formats et de concepts d'exposition**
- Imaginer des propositions plus en prise sur **l'actualité de la création**
- Développer **la relation avec les artistes**, notamment par notre politique de commandes
- Mettre à profit les possibilités du **numérique**



4^{ème} Priorité

Etre un acteur mondial

- Raisonner sur une échelle globale
- Tisser des liens avec les scènes émergentes : Chine, Inde, Amérique latine, Afrique, Europe de l'Est...
- Fédérer de nouveaux soutiens aux États-Unis et au Japon

Sept projets stratégiques



Le Centre Pompidou-Alma

- Au Palais de Tokyo, le Centre disposera de **quatre galeries d'exposition**.
- Le Centre Pompidou-Alma sera le lieu des **monographies d'artistes vivants**.
- Il mettra l'accent sur les **artistes français en milieu de carrière et confirmés**.
- Dans une logique d'échange et d'ouverture, il accueillera aussi des monographies **d'artistes étrangers importants**.



Un festival de l'actualité de la création



- Avec l'ouverture du Centre Pompidou-Alma, la galerie sud cessera d'être un espace d'exposition pour devenir **un espace permanent d'actualité**.
- En préfiguration de ce nouvel espace, un festival pluridisciplinaire investira **la galerie sud** mais aussi le forum et les salles de spectacles et de cinéma.
- A travers cette manifestation, le Centre mettra en lumière **ce qui lui semble essentiel dans le mouvement de la création** en France et dans le monde.

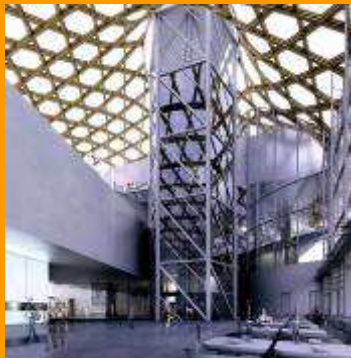
Une exposition innovante sur l'Inde

- Le Centre présentera en 2010 une grande exposition consacrée au dialogue avec **une scène émergente majeure : l'Inde.**
- Un concept nouveau d'exposition, nourri par de nombreuses commandes, permettra de **tisser des liens entre des artistes** des deux scènes.
- Le Centre veut ainsi incarner **une démarche de dialogue et d'ouverture** en direction des scènes émergentes.



Le Centre Pompidou-Metz

- Le Centre Pompidou-Metz ouvrira ses portes **en 2009**.
- Il permettra de **mettre en valeur la collection** du Centre dans une présentation constamment renouvelée.
- Le Centre Pompidou sera ainsi **la première grande institution culturelle nationale à se décentraliser** dans un partenariat avec les collectivités locales, au premier chef la CA2M.





Le Centre Pompidou mobile

- Le Centre Pompidou mobile offrira la possibilité de présenter **un module d'exposition d'environ 800 m²**.
- Conçues au Centre Pompidou-Metz, les présentations seront organisées **autour d'œuvres de la collection**.
- Chaque présentation effectuera **une itinérance en régions de 3 à 4 étapes** en un an.
- Des **partenariats** seront proposés au réseau des FRAC et des centres d'art.

Le Centre Pompidou virtuel

- Le Centre Pompidou virtuel sera **une avancée décisive** en matière d'offre culturelle en ligne.
- Il offrira des **contenus enrichis** dans des **interfaces innovantes**.
- Une **web-tv interactive** mettra en valeur la richesse de l'offre du Centre.
- Le Centre Pompidou intensifiera son effort de **numérisation** et de mise en valeur de son patrimoine et de ses ressources numériques.





Un espace pour les adolescents

- Le Centre Pompidou innovera en dédiant **un espace spécifique aux adolescents**.
- Cet espace proposera une expérience originale autour de **rencontres avec des artistes** avec un niveau élevé de qualité et d'exigence.
- Il mettra particulièrement en valeur des disciplines comme **la vidéo, la création numérique, le graphisme, la mode...**
- Les adolescents pourront **diffuser leurs créations** sur support physique ou dans l'espace virtuel.

Le Centre s'engage

