

# Concevoir et réaliser une exposition

LES MÉTIERS, LES MÉTHODES

**Sous la direction de Carole Benaiteau**  
**Textes de Carole Benaiteau, Marion Benaiteau,**  
**Olivia Berthon, Anne Lemonnier**

© 2012, Groupe Eyrolles

ISBN : 978-2-212-13202-1

**EYROLLES**



# Sommaire

<b>Introduit Ion</b> .....	8
----------------------------	---

## **LA concept Ion – Imaginer l'exposition** par Carole Benaiteau

Un sujet, un commissaire .....	11
Le choix du sujet .....	11
Le choix du commissaire .....	12
La note d'intention .....	13
La recherche et le scénario de l'exposition .....	13
Les recherches .....	13
La sélection et l'organisation .....	14
Le scénario de l'exposition .....	14
De l'idée à la réalité : le cas des œuvres uniques .....	15
Localiser les œuvres uniques .....	15
Patience et diplomatie .....	16
Le commissaire, directeur artistique et chef de projet .....	16
La rédaction de l'appareil pédagogique .....	17
<b>Fiche métier – Commissaire d'exposition</b> .....	18
Entretien avec Stéphanie Brivois, commissaire indépendante d'art contemporain .....	19
Entretien avec Isabelle Cohen, directrice des expositions .....	22

## **LA product Ion – Coordonner la préparation de l'exposition**

par Carole Benaiteau

Un travail de précision : recenser les informations .....	25
Les informations sur les œuvres .....	25
La liste d'œuvres .....	26
S'assurer des prêts, organiser les coopérations .....	27
Les originaux et les reproductions .....	27
L'emprunt des originaux .....	27
La gestion des droits .....	28
La contractualisation .....	30
Au cœur de l'équipe de l'exposition .....	30
Le rétroplanning .....	30
Le budget .....	31
Splendeurs et misères du chargé de production .....	33
<b>Fiche métier – Chargé de production</b> .....	34
Entretien avec Bertrand Cousin, chef de projets, chargé de la coordination muséologique .....	35
Entretien avec Gaële de Medeiros, chargée du mécénat .....	36

## **LA scénogr Aph le – Inscire l'exposition dans l'espace**

par Olivia Berthon

<b>La phase de conception</b> .....	39
Le rôle du scénographe d'exposition .....	40
La typologie des expositions .....	41
Le recrutement du scénographe .....	43
Un métier en lien avec plusieurs disciplines .....	44
Les étapes de conception .....	45
<b>La phase d'exécution</b> .....	48
Le calendrier .....	48
Le budget .....	49
Le dossier de consultation des entreprises .....	49
Le mode de consultation des entreprises .....	50
<b>Le suivi de réalisation</b> .....	50
La fabrication et le chantier .....	50
Les compléments de mission du scénographe .....	51
<b>Fiche métier – Scénographe</b> .....	52
Entretien avec Agnès Badiche, scénographe .....	54
Entretien avec Philippe Collet, concepteur lumière .....	57
Entretien avec Ludovic Perrot, assistant à maîtrise d'ouvrage audiovisuel .....	60

## **LA prép Ar At Ion de L'expos It Ion en ImAges**

Scénographie – Esquisse .....	II
Scénographie – Avant-projet détaillé .....	VI
Scénographie – Dossier de consultation des entreprises .....	VIII
Éclairage .....	X
Graphisme – Esquisse .....	XII
Graphisme – Dossier de consultation des entreprises .....	XIV
Graphisme – Cartels .....	XVI
Chantier de montage de l'exposition .....	XVIII
Accrochage .....	XXII
Édition .....	XXIV
Communication .....	XXVI
Accueil des publics .....	XXVIII
Ouverture de l'exposition .....	XXX

## **Le gr Aph lisme – Créer l'identité graphique de l'exposition**

par Olivia Berthon

<b>La conception</b> .....	65
Le rôle du graphiste .....	65
Le recrutement du graphiste .....	67
L'esquisse, identité graphique de l'exposition .....	68
L'avant-projet détaillé .....	69
La phase d'exécution .....	70
<b>La réalisation et la pose</b> .....	71
La consultation des entreprises .....	71

Le suivi de réalisation .....	71
L'organisation de la pose .....	72
Le positionnement et la visibilité .....	72
<b>Fiche métier – Graphiste</b> .....	74
Entretien avec Tiphaine Massari, graphiste .....	75

## **Le c At ALogue – Préparer un catalogue d'exposition**

par Anne Lemonnier

<b>La chaîne éditoriale</b> .....	79
Le directeur des éditions ou le directeur de collection .....	79
Le directeur d'ouvrage .....	80
L'éditeur ou le chargé d'édition .....	80
Le secrétaire de rédaction ou le correcteur .....	80
L'iconographe .....	81
Le département juridique .....	81
Le fabricant ou chef de fabrication .....	81
Le graphiste ou maquettiste .....	82
Le photogreveur .....	82
L'imprimeur .....	82
Le département commercial .....	83
<b>La genèse et la réalisation du catalogue</b> .....	83
La genèse : l'éditeur chercheur d'or .....	83
La réalisation : la tyrannie du temps .....	84
Le catalogue d'exposition : <i>coffee table book</i> ou ouvrage patrimonial ? .....	85
<b>Fiche métier – Éditeur</b> .....	86
Entretien avec deValence, studio de design graphique .....	87

## **LA rég le – Accrocher l'exposition** par Carole Benaiteau

<b>Acheminer les œuvres</b> .....	93
L'assurance .....	93
L'organisation de l'emballage et du transport .....	94
Quelques règles de sécurité .....	95
<b>Organiser et contrôler l'accrochage</b> .....	96
L'acmé de la préparation de l'exposition .....	96
Coordonner livraisons et installation .....	97
Le parcours de l'œuvre à son arrivée .....	98
Superviser l'aspect matériel de l'accrochage .....	99
Les derniers jours de l'accrochage .....	100
<b>Fiche métier – Régisseur</b> .....	101
Entretien avec Violaine Daniels, régisseur d'œuvres d'art .....	102
<b>Fiche métier – Restaurateur</b> .....	106
Entretien avec Christelle Desclouds, restauratrice .....	107

## **LA commun Ic At Ion – Faire connaître l'exposition**

par Marion Benaiteau

<b>Le plan de communication</b> .....	111
Les objectifs et les moyens .....	111

Qu'est-ce qu'un plan de communication ? .....	112
<b>Les relations presse</b> .....	112
Convaincre les journalistes .....	112
Les outils .....	116
Les retombées .....	118
Un résultat qui reste incertain .....	119
<b>La publicité média et hors média</b> .....	119
Communiquer directement auprès du public .....	120
Les outils .....	121
Le partenariat média .....	123
Les retombées .....	124
Un coût non négligeable .....	125
<b>Les relations publiques</b> .....	125
Entretenir une image favorable .....	125
Les outils .....	126
Les retombées .....	128
Un enjeu diplomatique .....	128
<b>Fiche métier – Chargé de communication</b> .....	129
Entretien avec Katia Lhammi, chargée de communication indépendante .....	130

## **L'Accue IL du pub LIc – Faire vivre l'exposition** par Olivia Berthon

<b>La médiation culturelle</b> .....	133
Le rôle du médiateur culturel d'exposition .....	134
Une exposition pour quels publics ? .....	135
<b>La méthodologie et les outils de médiation</b> .....	136
La méthodologie .....	136
Les outils d'aide à la visite individuelle .....	137
Les visites commentées .....	138
Les ateliers pédagogiques .....	139
La programmation culturelle autour de l'exposition .....	139
<b>Les dispositifs d'accueil</b> .....	140
La communication .....	140
L'arrivée au musée .....	140
La sécurité et le confort de la visite .....	141
Les commodités offertes sur le site .....	141
Le livre d'or et les retours des visiteurs .....	142
<b>Fiche métier – Chargé de l'accueil des publics</b> .....	142
Entretien avec Delphine de Bethmann, responsable du service des activités culturelles .....	143

## **Après L'ouver ture de L'expos It Ion** ..... 147 |

<b>Annexes</b> .....	149
<b>Références</b> .....	170
<b>Principaux sigles</b> .....	171
<b>Index</b> .....	172
<b>Les auteurs</b> .....	174
<b>Remerciements</b> .....	175

# INTRODUCTION

« Et qu'est-ce que tu fais comme métier ? Tu prépares une expo ? Depuis deux ans ? Mais qu'est-ce qui peut bien t'occuper pendant aussi longtemps ? »

Questions souvent entendues, réponses embarrassées face à l'incompréhension de l'interlocuteur... Et pourtant ! Deux ans ! Que sont deux années pour étudier, imaginer, négocier, réaliser une exposition, pour dépouiller, analyser les différentes facettes d'un sujet, et lui donner la forme qui suscitera l'intérêt des publics, pour proposer un projet qui respecte les multiples contraintes de conservation, de gestion, d'accueil, pour offrir, enfin, une manifestation riche et séduisante ?

Préparer une exposition, c'est en inventer à la fois les grandes lignes et les détails, puis réaliser ces idées. Un projet d'exposition porte avec lui son univers, visuel et mental ; tout doit être imaginé, et pour chaque cas se forme une alchimie unique. Le vernissage est un moment clé : l'exposition appartient pour la dernière fois à ceux qui l'ont faite, et déjà elle ne leur appartient plus, offerte aux visiteurs qui se l'approprient, la louent ou la critiquent. La tête des exposants se vide, le but est atteint – ou ne le sera jamais... – il faut faire de la place dans les esprits pour le projet suivant !

L'exposition est une œuvre collective. Un commissaire s'attache à un sujet, une équipe s'organise au service du projet, et tout ce petit monde travaille de concert jusqu'à l'inauguration, et même jusqu'à la restitution des œuvres aux prêteurs et la libération de l'espace de présentation. Ce sont les différentes étapes de ce travail commun, de la conception à la réalisation, des premiers contacts au projet abouti, que nous détaillons dans cet ouvrage.

Mais peut-on réellement proposer une sorte de mode d'emploi qui vaudrait pour l'organisation de toute exposition ? Qu'y a-t-il de commun entre la préparation de *Petits Théâtres de l'intime* au musée des Augustins de Toulouse, une exposition sur le suicide à la Cité des sciences ou une manifestation consacrée à Georges Brassens à la Cité de la musique ? Entre une approche artistique d'un côté, sociologique de l'autre, musicale et populaire pour la troisième. Entre la présentation de tableaux anciens au musée des Augustins ; de panneaux explicatifs, films et documents sonores, pour partie produits pour l'occasion, à la Cité des sciences ; d'objets originaux et d'artefacts dans

un univers scénographique auquel un dessinateur de talent, Joann Sfar, a imprimé son empreinte, au musée de la Musique. Et pourtant... Quels que soient les projets, des constantes se dessinent. Les tâches à accomplir, et leur succession, sont les mêmes ; ce sont leur importance relative et le détail des interventions de chacun qui varient. Nous avons tenté ici de dégager des lignes de force qui valent pour tous les projets.

Bien évidemment, chaque institution a sa propre organisation. Les tâches peuvent être distribuées différemment, en fonction de l'histoire du lieu, de la charge de travail de chacun ou du nombre d'expositions préparées simultanément. Parfois l'équipe est si réduite qu'une même personne occupe les fonctions de chargé de recherches, chargé de production et régisseur, frisant le surmenage... Il arrive aussi que certaines tâches soient externalisées : la communication peut par exemple être confiée à une agence. Enfin, le statut de l'organisateur lui-même est déterminant : opérateur public ou privé, il impose à ses employés des statuts et des règles de travail différents.

Nous avons choisi d'organiser notre propos en fonction des métiers engagés dans la préparation d'une exposition. Le **commissaire**, assisté du **chargé de recherches**, identifie le contenu et élabore le propos. Le **chargé de production** rassemble les informations et les diffuse, et coordonne le travail de l'équipe. Le **scénographe** inscrit l'exposition dans l'espace. Il travaille avec un **professionnel de l'audiovisuel** et un **éclairagiste**. Le **graphiste** crée l'identité visuelle du projet, tant pour l'exposition que pour les publications qui l'accompagnent. Le catalogue est réalisé par le **chargé d'édition**. Le **régisseur** fait venir les œuvres, et supervise leur installation par des **professionnels de l'accrochage**. Le **chargé de communication** s'assure de la publicité donnée à l'événement. Le **chargé de mission pédagogique** suscite et accompagne la visite de l'exposition par les différents publics. Chaque métier est ici présenté par un professionnel qui organise son propos en fonction de son expérience.

Que ce soit pour le néophyte, pour l'étudiant ou pour le professionnel qui souhaite découvrir l'ensemble de la chaîne, nous souhaitons que cette présentation concoure à faire découvrir des tâches et des métiers parfois méconnus. Et, peut-être, susciter parmi ses lecteurs un intérêt, une envie d'aller voir de plus près « comment ça marche », voire de vivre soi-même ces moments exaltants d'accompagnement de l'exposition depuis sa conception jusqu'à son achèvement.

# LA CONCEPTION

# IMAGINER L'EXPOSITION

LES MÉTIERS CONCERNÉS : COMMISSAIRE, CHARGÉ DE RECHERCHES

Le commissaire sélectionne et organise le contenu de l'exposition, il en imagine la forme, et il mène l'équipe qui la réalise. Il est le garant de la rigueur scientifique du projet, mais aussi de la qualité de sa présentation au public. Chef du projet, ses choix déterminent le travail de tous les autres membres de l'équipe.

## Un sujet, un commissaire

### Le choix du sujet

Comment commence une exposition ? Autant d'expositions, autant de genèses... Un sujet d'exposition est souvent suggéré par l'actualité : anniversaire d'un artiste ou d'un événement (bicentenaire de la naissance de Chopin en 2010, avec une exposition au musée de la Vie romantique et une autre au musée de la Musique), actualité de la recherche (les découvertes archéologiques présentées en Arles à l'automne 2010 dans *César, le Rhône pour mémoire*), ou encore actualité diplomatique (en 2011, de nombreux projets avaient été organisés dans le cadre de l'année du Mexique en France, tant à Paris que dans les villes de province ; la plupart ont dû être annulée suite aux aléas de cette actualité diplomatique...). Parfois, c'est l'opportunité qui suscite la manifestation : on choisit de s'associer à un projet déjà existant ailleurs (coproduction, reprise\*) Il arrive aussi que rien n'engage au choix d'un sujet, si ce n'est l'envie de quelques personnes qui veulent travailler un thème et attirer sur lui l'attention du public.

Quelle que soit la motivation, l'envie première, le projet s'inscrit dans une programmation. L'institution propose des expositions à un rythme qui lui est propre ; la programmation est la vue d'ensemble qui permet d'équilibrer les sujets et les types d'exposition. Ainsi, certains thèmes drainant une importante

---

\* Reprise d'exposition : on parle de « reprise » lorsqu'une institution choisit de présenter une exposition qui a déjà été montrée ailleurs.

fréquentation (les impressionnistes, Picasso) peuvent permettre de financer des projets plus confidentiels. La diversité de la programmation permet de mobiliser des publics différents, habitués ou occasionnels, jeune ou senior, en traitant de sujets divers sur des modes variés. La programmation s'établit, selon les institutions, jusqu'à quatre ou cinq ans à l'avance.

## Le choix du commissaire

Plus que pour n'importe quel autre poste, le choix du commissaire détermine le visage que prendra l'exposition. C'est le commissaire qui imagine, conçoit et rêve la manifestation, et donne au reste de l'équipe les éléments qui permettront de lui donner forme. Il doit être à la fois ambitieux dans son concept et pragmatique dans ses demandes, audacieux dans ses idées et rigoureux dans ses choix. Détenteur d'une vision, il est capable de la mener jusqu'à la réalisation. Chef de projet, il décide du contenu et de l'organisation de l'exposition. Autant dire qu'elle repose en grande partie sur sa personne...

---

### Commissaire ou curateur ?

*La terminologie est fluctuante : est-on commissaire ? curateur ? concepteur d'exposition ? Le choix dépend principalement du champ d'activité. Le concepteur d'exposition travaille sur un matériau scientifique. Le curateur développe des projets d'art contemporain ; ce mot est un anglicisme dérivé du terme curator, conservateur de musée dans le monde anglo-saxon, terme qui domine aujourd'hui la scène internationale de l'art contemporain. En France, pour une exposition patrimoniale, on parlera plus facilement de « commissaire », mot porteur de nombreuses acceptions dont la première est, selon le Petit Robert : « Personne chargée de fonctions spéciales et temporaires », soit une façon à la fois très exacte et très vague de définir les fondamentaux de la fonction ! Dans tous les cas, l'adjectif qualificatif de ce métier est « curatorial ».*

Comment choisir la perle rare ? On est le plus souvent tenté de confier le commissariat à un spécialiste du sujet, dont les choix antérieurs de recherche, et de présentation des résultats de cette recherche, montrent qu'il est à la fois compétent et intéressé. Parfois, le commissariat est attribué à un binôme, chacun ayant sa spécialité : par exemple, un spécialiste qui abordera le sujet d'un point de vue scientifique, et un artiste qui le traitera de façon plus sensible.

Les musées disposent dans leurs équipes de professionnels chargés d'étudier, préserver et mettre en valeur les collections : les conservateurs. Le conservateur a le profil idéal pour être commissaire d'exposition : il a choisi un métier qui consiste à enrichir la connaissance, il connaît parfaitement les collections dont il a la garde et il est sensible aux questions de médiation.

Le commissaire peut ensuite choisir de s'entourer de spécialistes dont le regard l'aidera à affiner son approche : on parle de « conseil scientifique ».

## FICHE MÉTIER – CHARGÉ DE PRODUCTION

### Qualités et compétences requises

#### Un esprit de synthèse :

Le chargé de production doit savoir hiérarchiser les informations reçues, et retransmettre les informations utiles.

#### De la rigueur :

Chaque détail a son importance. Rigueur et minutie sont indispensables dans le recueil des informations.

#### De l'opiniâtreté, de l'ingéniosité :

L'habileté du chargé de production se mesure aussi à sa capacité à inventer des solutions invisibles au premier regard.

#### De la diplomatie et de la fermeté :

Il faut savoir quand faire des concessions (faut-il vraiment mettre en danger un prêt pour économiser quelques centaines d'euros de restauration ?) et quand rester inflexible (non, le commissaire ne peut pas rendre les textes de l'exposition deux semaines avant l'ouverture...).

#### Des connaissances juridiques et comptables :

Les postes de chargé de production sont aussi des postes administratifs, et cette composante ne doit pas être oubliée.

### Formations

Il n'existe pas de voie royale pour pratiquer ce métier, qui demande des compétences en gestion et en droit, et une sensibilité pour le sujet travaillé.

De nombreuses universités proposent des masters 2 professionnels qui forment aux métiers de la production culturelle dans un contexte plus large (musées mais aussi spectacle vivant ou musique par exemple) : à Dijon, « ingénierie des métiers de la culture » ; à Lyon 2, « développement culturel et direction de projets » ; à Paris 3, « conception et direction de projets culturels » ; à Nice, « médiation et ingénierie culturelles » ; à Metz, « expertise et médiation culturelle ». C'est aussi le cas du master 2 de l'IEP de Grenoble, « direction de projets culturels » ; ou du deuxième cycle de l'IESA à Paris, « communication et financement de la culture ».

Le diplôme de muséologie de l'école du Louvre propose une approche centrée sur le musée et ses collections.

### Association professionnelle

À notre connaissance, il n'existe pas d'association généraliste. L'AMCSTI (Association des musées et centres pour le développement de la culture scientifique, technique et industrielle) fédère plus des structures et lieux (autour de leurs activités et des métiers associés) que des professionnels de l'exposition à caractère scientifique et technique. Elle offre un soutien et un réseau qui témoignent du dynamisme du secteur de la culture scientifique et technique, à Paris comme en région. [www.amcsti.fr](http://www.amcsti.fr)

À partir de ces informations, les entreprises ont un délai de trois à cinq semaines pour retourner au commanditaire une offre de prix et éventuellement un mémoire technique qui précisera leurs propositions pour réaliser tels et tels ouvrages, surtout si elles s'éloignent des recommandations du DCE mais sont justifiées par des avancées (solutions techniques, matériaux nouveaux...).

Ceux-ci sont minutieusement vérifiés par le scénographe et le commanditaire pour s'assurer que l'ensemble du projet a été bien compris et budgété.

## **Le mode de consultation des entreprises**

Il existe plusieurs modes de consultation des entreprises par la maîtrise d'ouvrage, en fonction de son statut. La Loi MOP (relative à la maîtrise d'ouvrage publique) impose des appels d'offres officiels aux institutions publiques. Les usages dans le privé s'en inspirent, avec plus de souplesse et de nombreuses variantes.

Le scénographe assiste le commanditaire dans la sélection de la ou des entreprises de réalisation. Cette phase est appelée Assistance à la maîtrise d'ouvrage dans la passation des contrats de travaux (ACT).

Il peut être demandé à des entreprises connues et choisies pour leurs compétences de chiffrer le projet. On peut aussi faire un appel d'offres ouvert sur candidatures (dossier de références de l'entreprise) pour sélectionner les concurrents qui proposeront des devis de réalisation.

Dans tous les cas, le scénographe assiste le commanditaire dans la rédaction du règlement de consultation. Il compare et analyse les offres et l'assiste dans les phases de négociation et de formalisation contractuelle.

## **Le suivi de réalisation**

### **La fabrication et le chantier**

#### **Études d'exécution et le visa**

Les entreprises, une fois engagées, travaillent à la réalisation du projet, c'est la phase d'études d'exécution (EXE). Une ou plusieurs réunions s'engagent avec le scénographe et différents intervenants pour affiner la coordination des ouvrages. Les plans du DCE sont parfois retravaillés par les entreprises sous forme de plans d'atelier, pour la fabrication.

Le scénographe analyse et corrige ces plans d'exécution, de même que les notes de calcul et procès-verbaux des matériaux (attestations de leurs caractéristiques, par exemple la résistance au feu) fournis par l'entreprise pour validation. C'est la mission de visa.

#### **La direction de l'exécution des travaux**

Le scénographe supervise les constructions en atelier puis sur site, c'est la mission de DET (direction de l'exécution des travaux). Il vérifie la bonne façon des ouvrages, contrôle les finitions et s'assure du res-

## ENTRETIEN AVEC PHILIPPE COLLET

### CONCEPTEUR LUMIÈRE

---

Philippe Collet conçoit des mises en lumière d'expositions depuis de nombreuses années en France, au sein de l'entreprise Abraxas concepts. Son expérience en éclairage de pièces de théâtre et d'opéras lui donne un œil et une sensibilité qui sont des atouts précieux dans le travail de mise en lumière, pensé dès la conception de la scénographie. [www.abraxasconcepts.com](http://www.abraxasconcepts.com)

---

#### Comment vous définissez-vous : éclairagiste ou concepteur lumière ?

*Selon les domaines, éclairagiste et concepteur lumière renvoient à la même fonction ou distinguent des métiers différents. Au cinéma, par exemple, l'éclairagiste est celui qui branche les projecteurs ; c'est-à-dire l'électricien au théâtre. Pour ma part, je préfère être appelé concepteur lumière plutôt qu'éclairagiste : dans « concepteur lumière » il y a « lumière » alors que dans « éclairagiste » il y a « éclairage ». Pour moi l'éclairage, c'est permettre aux gens de faire leurs courses dans un supermarché en y voyant quelque chose ; la lumière, elle, est plus complexe, moins technique, plus mystique ; elle ne se contente pas de permettre la vision, elle révèle. On pourrait schématiser comme ça : l'éclairagiste c'est la personne qui permet que l'on voie, le concepteur lumière c'est celui qui permet que l'on ressent. Le second se doit d'avoir les capacités du premier ; le premier n'a pas celles du second.*

#### Quelle est la spécificité de l'éclairage d'exposition par rapport à celui de théâtre, d'opéra ou d'architecture ?

*Le théâtre, l'opéra, la danse sont des arts du vivant ; quand je dis cela, il faut l'entendre dans le sens où la création d'un spectacle passe par des chemins détournés, un jour l'acteur est à cour, quelque temps plus tard il est à jardin. On rêve une lumière en lisant le texte, en observant la maquette du décor et souvent, au fil des répétitions, les choses dérivent, il faut savoir s'adapter, abandonner ce que l'on avait construit et recommencer ; c'est le mode de fonctionnement dans le spectacle vivant ; c'est souvent douloureux mais à la fin c'est extraordinaire. C'est, j'imagine, comme l'accouchement, la naissance. Pour ce qui est de l'architecture ou l'exposition, le processus est différent ; il n'est pas question de déplacer les œuvres d'un endroit à l'autre ou bien de casser les murs. Ces domaines demandent donc beaucoup plus de travail en amont, avec le scénographe et le commissaire ou l'architecte, pour prévoir et intervenir dès la conception des plans. En exposition, à la fin de l'accrochage des œuvres il existe tout de même les opérations de réglage, on y retrouve alors un peu de « l'artisanat lumière » tel qu'il existe au théâtre.*

#### Comment avez-vous appris le métier d'éclairagiste ?

*Après des études scientifiques (DEUG de math-physique), j'ai passé le concours de l'École supérieure d'art dramatique du théâtre national de Strasbourg. C'était, à l'époque (1987), la meilleure école de formation de technicien de théâtre, avec un concours très sélectif. À la sortie de cette école, on bénéficie de l'appui du Jeune Théâtre national pendant trois ans ; grâce à cela on travaille régulièrement, on fait beaucoup de*

# CRÉER L'IDENTITÉ GRAPHIQUE DE L'EXPOSITION

LE MÉTIER CONCERNÉ : GRAPHISTE

Le graphiste prend en charge la mise en forme du contenu imprimé de l'exposition : textes, mais aussi images reproduites et documents d'accompagnement (livrets, traductions, etc.). Il occupe à la fois une fonction de créateur – il dispose d'une grande liberté pour créer des mises en pages en résonance avec les objets présentés et avec la scénographie – et de technicien – il est compétent dans la manipulation des logiciels spécialisés, et se tient au courant des innovations concernant les supports et les techniques d'impression. Il effectue un travail minutieux et varié dans lequel s'exprime sa sensibilité.

## La conception

### Le rôle du graphiste

Le graphiste d'une exposition réalise la mise en forme de tous les éléments écrits et reproduits dans l'exposition. Il élabore pour cela une charte graphique qu'il propose à la maîtrise d'ouvrage ; cette charte développe tous les aspects de l'identité graphique de l'exposition.

Le graphiste met en forme la signalétique didactique (textes de contenu) comme la signalétique directionnelle (orientations et informations pratiques). Il traite les images (photographies, illustrations, etc.) qui seront imprimées dans l'exposition (agrandissements, retouches avec des logiciels de traitement d'image, etc.). Il conçoit le graphisme du titre de l'exposition, associé ou non à un visuel. Ces éléments sont parfois déclinés pour l'affiche de l'exposition, ou réinventés pour d'autres supports : livrets d'exposition, site internet, etc. (cf. chapitre « L'Accueil du public », p. 133).

## Scénographie – Esquisse



Mise en image en trois dimensions  
de l'esquisse de scénographie  
et de graphisme.

