

# 12. La communication



## L'information | Les relations extérieures

La Direction de la Communication rassemble l'ensemble des métiers liés à l'activité relationnelle ainsi qu'à la cohérence de l'image et du discours de l'établissement. Elle est centrée sur cette double mission et son organisation est principalement axée sur l'information (presse et image) et les relations extérieures (relations publiques, relations régionales et internationales). En outre, la direction comprend trois entités directement rattachées au directeur : mécénat, gestion et communication institutionnelle.

# 12. La communication



## L'information | Les relations extérieures

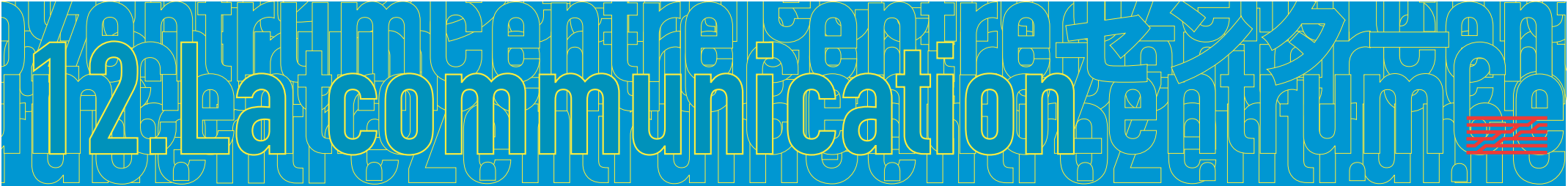
### L'information

L'activité du pôle presse s'est déployée autour de trois axes prioritaires : les manifestations culturelles et artistiques proposées hors-les-murs et dans le Centre (Galerie sud), les travaux, et la préparation de la réouverture.

Plus de cent visites de chantier du bâtiment du Centre, le plus souvent effectuées avec la maîtrise d'œuvre et la maîtrise d'ouvrage, ont permis à la presse tant française qu'étrangère de suivre l'évolution des travaux sur l'année.

Dès le mois de juillet, les expositions de réouverture, notamment " Le Temps, vite ", les nouvelles activités des spectacles vivants et celles liées à l'Atelier des enfants (exposition " En quête d'objets ") ont fait l'objet de relations presse soutenues.

Un premier dossier de presse présentant les événements de la programmation 2000 - 2001 ainsi que les travaux et transformations du bâtiment a été diffusé en septembre, relayé par un second complémentaire au mois de décembre. Une conférence de presse a été tenue au ministère de la Culture le 30 septembre, consacrée à la réouverture du Centre Pompidou et une visite en avant-première a été organisée le 28 décembre. Ces actions ont donné lieu du 1er janvier au 31 décembre 1999 à 3 058 coupures de presse nationale et régionale, 1 698 coupures de presse internationale (portant essentiellement pour ces dernières sur les expositions dans le Centre) et 559 alertes en presse audio et visuelle (hors international).



## L'information | Les relations extérieures

### Les relations extérieures

Pendant la période de rénovation du Centre Pompidou, le service des Relations extérieures de la Direction de la Communication a mené une politique et une action de relations publiques essentiellement centrées sur les expositions du Centre Pompidou, les expositions et autres manifestations hors-murs (Paris, France et étranger), le chantier et la préparation de la réouverture.

### Au Centre Pompidou

Les expositions **David Hockney. Espace/Paysage** et **Robert Delaunay. De l'impressionnisme à l'abstraction. 1906-1914** présentées au Centre Pompidou, Galerie sud, ont donné lieu à d'importants vernissages, suivis de déjeuners et de dîners pour les prêteurs et partenaires, ainsi qu'à de nombreuses visites privées et commentées. A noter, également, que le Tipi a largement servi à l'organisation d'événements publics et privés.

### Hors-les-murs

L'ensemble des expositions " hors-les-murs " organisées à Paris, en région et à l'étranger a suscité des collaborations étroites avec les institutions présentant ces manifestations (fichiers, cartons d'invitation, suivi de la présence visuelle du Centre Pompidou, etc.). Pour les expositions en région et à l'étranger, l'approche du tissu culturel, politique et économique local a permis de promouvoir plus largement l'image du Centre et d'élargir les contacts avec les différents milieux concernés. De nombreux déplacements, riches en échanges professionnels, ont également été effectués.

### La réouverture

Sur toute l'année, des visites privées ont convié partenaires du Centre, membres des Sociétés d'amis et mécènes... à suivre les grandes étapes d'avancement des travaux. Fin 1999, en préparation de la réouverture, de nombreuses opérations ont été mises en place pour offrir une succession de rendez-vous " découvertes " tout au long du mois de janvier en fonction du calendrier des activités, imaginer des outils de relations publiques adaptés (carton programme, objets, etc.) et se rapprocher des partenaires de la réouverture et des acteurs culturels français et internationaux.