Dossier de presse
Novembre 2026

L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques

Un musée de la Ville de Lyon
Musée de France depuis 2005
Membre des Musées d'Histoires et de Sociétés (MHS) de la Ville de Lyon, avec le musée de l'automobile Henri Malartre et les musées Gadagne
Un bâtiment Renaissance en partie classé monument historique: l'ancien Hôtel de la Couronne
Plus de 32 000 objets dans les collections
82 000 visiteur·euses en 2024
Fermé depuis juin 2025 pour travaux

Novembre 2026 : nouveau nom
Automne 2027 : ouverture de L'Imprimerie et de la première exposition temporaire
Premier semestre 2028 : ouverture du Musée des Cultures Graphiques



The Guerrilla Girls,
If You Keep Women Out They Get Resentful, 2018.
Affiche appartenant à l'ensemble
Guerrilla Girls Forever: Poster Suite 2017-2021.
Collections MCG, inv. 2025.7.1.4

L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques conserve son ancrage dans l'histoire des imprimés tout en élargissant son regard à la diversité des cultures graphiques qui façonnent nos sociétés.

Ce changement de nom accompagne une transformation plus large : un bâtiment rénové, un parcours entièrement repensé et une nouvelle manière de faire dialoguer patrimoine historique, contemporain et les visiteur·euses.

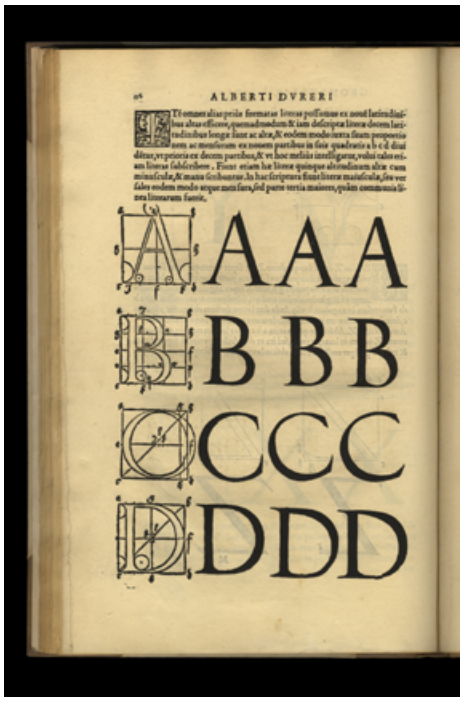
Que sont les cultures graphiques aujourd'hui ?

C'est la question que le musée souhaite désormais explorer avec ses publics.

L' IMPRIMERIE. DES CULTURES GRAPHIQUES



Chantier du musée
© MCG/S. Lowicki



Albrecht Dürer,
Albertus Durerus nurembergensis pictor hujus aetatis celeberrimus...,
imprimé par Chrétien Wechel, Paris, 1535.
Livre illustré de gravures sur bois,
Collections MCG, inv. 394

DE L'IMPRIMERIE AUX CULTURES GRAPHIQUES

Un musée né à Lyon autour de l'histoire du livre et de l'imprimé

Le Musée de l'Imprimerie ouvre ses portes à Lyon en 1964, à l'initiative de trois figures du monde du livre : Maurice Audin, éditeur et maître-imprimeur lyonnais, Henri-Jean Martin, directeur de la Bibliothèque de Lyon et historien du livre, et André Jammes, libraire parisien et spécialiste de la typographie.

Le projet s'inscrit dans une ville dont l'histoire est intimement liée au développement de l'imprimé. Entre la fin du 15e et le milieu du 16e siècle, Lyon s'impose comme l'un des grands centres européens de production et de diffusion du livre, aux côtés de villes comme Venise ou Bâle.

Le musée s'installe dans l'ancien Hôtel de la Couronne, bâtiment Renaissance qui a accueilli entre 1604 et 1646 les réunions du Consulat (ancêtre de la municipalité). Au fil des décennies, ses collections s'enrichissent et dépassent progressivement la seule histoire des techniques d'impression.

Une collection qui accompagne son époque

Aux côtés des livres, estampes, caractères et machines entrent progressivement dans les collections des objets qui témoignent de la diversité des usages graphiques : tickets, publicités, journaux, pochettes de disques, bandes dessinées, objets de communication, productions liées au design graphique ou encore aux technologies numériques.

Cette évolution conduit le musée à élargir son regard : de l'histoire des techniques à celle des formes, des usages et des pratiques graphiques.

En 2014-2015, à l'occasion de son cinquantenaire, le musée devient *Musée de l'Imprimerie et de la Communication graphique*, affirmant déjà cette ouverture.

Les expositions temporaires poursuivent ce mouvement à partir de 2017, en développant des sujets plus contemporains et en mettant davantage en regard patrimoine, création et société.

2026 : une nouvelle étape

Le nouveau nom *L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques* s'inscrit dans cette histoire plutôt qu'il ne la rompt.

L'imprimerie demeure le socle du musée : son histoire, ses techniques, ses objets, ses savoir-faire et son inscription dans l'histoire lyonnaise.

Mais le musée assume désormais pleinement un territoire plus vaste : celui des images, des lettres, des signes, des formes et des usages graphiques qui composent nos environnements, des objets imprimés historiques aux pratiques numériques contemporaines.

Du livre à l'imprimé, de l'imprimé à la communication graphique, et désormais de l'imprimerie aux cultures graphiques : le musée poursuit une histoire d'élargissement de ses regards et de ses collections.

POURQUOI « L'IMPRIMERIE. MUSÉE DES CULTURES GRAPHIQUES » ?

L'Imprimerie : un socle historique, un lieu

L'Imprimerie, c'est l'histoire et le patrimoine qui constituent le socle du musée : les techniques d'impression, les livres et les affiches, les caractères et la typographie, les machines et les savoir-faire. C'est aussi une histoire profondément liée à Lyon, grande ville européenne de l'imprimé dès la Renaissance. Mais l'histoire de l'imprimerie est avant tout une histoire de sociétés : celle des manières de produire, transmettre, diffuser et partager les textes et les images.

Les Cultures Graphiques : un territoire à explorer

Les Cultures Graphiques ouvrent un champ plus vaste. Elles englobent les images, les lettres, les signes, les formes et les objets graphiques qui composent nos environnements visuels, mais aussi les usages et les communautés qui se construisent autour d'eux.

Design graphique, bande dessinée, affiches, édition, publicité, cultures populaires, jeux vidéo, pratiques numériques ou créations contemporaines peuvent ainsi entrer en dialogue avec les collections.

Une question à expérimenter

Le musée ne souhaite pas donner une définition figée des cultures graphiques.

Il propose plutôt de poser la question avec les publics : que sont les cultures graphiques aujourd'hui ?

Observer les objets, les images, les œuvres, comparer les formes, manipuler, expérimenter, discuter, confronter les points de vue : le futur musée sera pensé comme un espace où chacun·e pourra participer à cette exploration.

L'Imprimerie donne son histoire au musée. Les Cultures Graphiques ouvrent un champ d'exploration. Et c'est avec les publics que le musée souhaite aujourd'hui chercher ce qu'elles sont.

UN PROJET SCIENTIFIQUE ET CULTUREL RENOUVELÉ

Le précédent Projet Scientifique et Culturel, adopté par la Ville de Lyon en 2022 pour la période 2022-2026, avait déjà posé plusieurs orientations qui trouvent aujourd'hui un prolongement : élargir l'identité du musée au-delà de la seule histoire technique de l'imprimerie, rapprocher encore les collections des pratiques graphiques contemporaines, développer une programmation accessible à de nouveaux publics et renforcer leur place dans les projets du musée.

La rénovation du bâtiment et la refonte du parcours permettent aujourd'hui d'aller plus loin.

Faire dialoguer patrimoine et création

Les collections historiques restent au cœur du projet. Elles seront mises en regard de formes graphiques plus contemporaines : design, bande dessinée, jeux vidéo, logos, publicité, cultures populaires ou encore pratiques numériques.

Ce dialogue permettra de faire apparaître des filiations, des ruptures, des influences et des usages communs.

Expérimenter avec les publics

Le musée ne cherche pas à tout définir à l'avance. Il souhaite expérimenter et chercher avec ses publics ce que sont les cultures graphiques aujourd'hui.

Les ateliers, les espaces de médiation, les résidences, les rencontres et les projets menés avec des artistes, chercheur·euses, étudiant·es et partenaires participeront à cette démarche.

Un parcours vivant

Le nouveau parcours évoluera dans le temps. Des atlas, des focus, des résidences et des projets associés permettront de renouveler progressivement les regards portés sur les collections.

Le musée est ainsi pensé comme un lieu en mouvement, capable de faire évoluer ses propositions avec les recherches, les créations et les usages de ses publics.

UN BÂTIMENT HISTORIQUE EN TRANSFORMATION

De l'Hôtel de la Couronne au musée

Avant d'être un musée, le bâtiment qui abrite aujourd'hui *L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques* a connu plusieurs vies.

Édifié au milieu du 15e siècle, l'Hôtel de la Couronne est d'abord une demeure privée. Il est acquis en 1604 par le prévôt des marchands et les échevins de Lyon pour y installer la Maison de Ville jusqu'en 1655.

Au fil des siècles, le bâtiment connaît de nouvelles transformations et différents usages. Le Crédit Lyonnais s'y installe notamment au 19e siècle avant de céder le bâtiment à la Ville de Lyon en 1956. En 1964, le Musée de l'Imprimerie ouvre ses portes.

Un patrimoine architectural remarquable

L'Hôtel de la Couronne conserve plusieurs éléments caractéristiques de son histoire : une allée voûtée, une cour bordée de galeries, une tour abritant un escalier à vis éclairé par des fenêtres à meneaux et un toit polygonal.

Les façades et galeries sur cour sont protégées au titre des monuments historiques.

La restauration vise ainsi à préserver et révéler ce patrimoine tout en permettant au bâtiment de répondre aux usages d'un musée du 21e siècle.

Les opérations archéologiques menées dans le cadre du chantier ont également permis d'en apprendre davantage sur l'histoire du bâtiment. Dans l'aile nord, elles ont découvert les vestiges de deux cheminées monumentales. Plusieurs campagnes d'enduits peints y ont également été identifiées, dont l'une est antérieure à l'installation de l'hôtel de ville et une autre contemporaine de son occupation du bâtiment.

Dans l'escalier à vis, une main peinte désignant une porte a par ailleurs été découverte. Il s'agit sans doute d'une enseigne, signalant l'entrée d'un artisan ou d'une boutique.

L'examen du mur du fond des galeries a révélé que celles-ci s'insèrent dans un mur préexistant, attestant que l'aile ouest existait déjà avant leur construction au 16e siècle.

Rénover pour rendre le musée accessible

Fermé depuis le 1er juin 2025, le musée fait l'objet d'une importante opération de réhabilitation portée par la Ville de Lyon.

L'un des enjeux majeurs est de rendre l'ensemble du musée accessible aux personnes à mobilité réduite. La création d'un ascenseur, complétée par des rampes et monte-personnes, permettra de relier les différents niveaux et de faciliter la circulation dans le bâtiment.

L'accueil et les circulations seront également repensés pour rendre la visite plus lisible et plus confortable.

Un musée plus ouvert sur la ville

La rénovation améliore également les conditions d'accueil, de médiation et de travail des équipes, tout en renforçant la relation entre le musée et son environnement.

Deux ateliers de pratique, de création et d'impression seront notamment installés au rez-de-chaussée, donnant directement sur la rue et partiellement visibles depuis l'extérieur.

Le musée pourra ainsi être vu comme un lieu où l'on conserve, expose, travaille, expérimente et crée.

Le chantier

→ 6 055 000 euros d'investissement
→ Ville de Lyon, maître d'ouvrage, Direction de la Construction accompagnée de la Direction de l'Archéologie et la Direction des Affaires Culturelles de la Ville de Lyon
→ 60 000 euros de participation de l'État pour les parties protégées au titre des Monuments historiques
→ Opération inscrire dans la 4e Convention patrimoine État-Ville
→ Collaboration étroite avec la Direction Régionale des Affaires Culturelles : conseiller musée, Conservation Régionale des Monuments Historiques Service régional d'Archéologie et Architecte des Bâtiments de France
→ Atelier ISSHIN, mandataire du groupement de maîtrise d'œuvre (représenté par Stéphanie Canellas, architecte du patrimoine) avec FERRAND SIGAL, architectes cotraitants
→ Création d'un ascenseur reliant les différents niveaux du musée
→ Création de 4 plateformes élévatrices permettant de connecter les différents bâtiments composant un seul et même établissement
→ Plus de 15 rampes d'accessibilité mises en œuvre pour fluidifier les déplacements
→ La réouverture d'une ancienne porte sur cour permettant de redonner une entrée à la hauteur du musée
→ Environ 1800 m^2 de surface utile rénovée dont 900 m^2 d'espaces d'expositions
→ Une complexité structurelle avec la création d'une vingtaine d'ouvertures en sous œuvre dans les murs porteurs (soit des nouveaux passages entre les espaces pour mieux les relier), des renforcements de planchers permettant de répondre aux normes de sécurité actuelles, une isolation coupe feu du musée dans cet environnement urbain très dense entre Bellecour et Terreaux



Alfons Mucha, L'Automatique, Paris, vers 1900-1904.
Affiche publicitaire en lithographie en sept couleurs pour les papiers photographiques Bergès père et fils, fabriquée à Lancey (Isère) et imprimée par F. Champenois.
Collections MCG, inv. 5214



Tatouage du mot «musée» typographié en Comic Sans MS, octobre 2026



Lofi Girl, une chaine YouTube et un label de musique français créés en 2015

UN NOUVEAU PARCOURS

Deux étages, une même histoire

À sa réouverture, *L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques* proposera un parcours entièrement repensé sur deux niveaux.

La visite conduira progressivement les publics de l'histoire de l'imprimerie vers la diversité des cultures graphiques.

1er étage L'Imprimerie

Le 1er étage sera consacré à l'histoire des objets imprimés et aux grandes transformations qu'ils ont produites dans les sociétés.

Des premières techniques aux presses typographiques, de la calligraphie à la diffusion industrielle, le parcours permettra de comprendre comment les sociétés ont développé les moyens de produire, reproduire et diffuser les textes et les images.

Mais le parcours posera également une question plus large : pourquoi les sociétés impriment-elles ? Pour transmettre, diffuser, convaincre, informer, conserver, organiser les savoirs ou faire circuler des idées.

Les expositions temporaires

Le 1er étage accueillera également les expositions temporaires du musée.

À raison d'une exposition par an, elles permettront d'ouvrir de nouvelles perspectives sur les pratiques graphiques et de renouveler régulièrement le regard porté sur les collections.

2e étage Les Cultures Graphiques

Au printemps 2028, le 2e étage accueillera les publics autour d'un parcours consacré à la diversité des cultures graphiques.

Bandes dessinées, jeux vidéo, logos, design graphique, flyers, publicité, édition, médias, cultures populaires et images contemporaines permettront d'explorer la diversité des formes graphiques qui nous entourent. L'objectif n'est pas de constituer une collection de « nouveautés », mais de faire dialoguer des formes graphiques de différentes époques et de différents supports.

Un caractère typographique pourra ainsi être regardé à côté d'un logo ; une affiche pourra être rapprochée d'un emballage, d'une couverture de livre ou d'une interface numérique.

Ces rapprochements permettront d'observer les techniques, de comparer les formes et d'explorer la grammaire des signes et des symboles qui composent nos paysages visuels.

Un parcours qui évolue

Le parcours n'est pas conçu comme un ensemble définitif.

Des atlas et des focus seront renouvelés régulièrement. Deux résidences, artistique et de recherche, viendront également chaque année enrichir le musée par de nouvelles créations, recherches et collaborations.

Le musée évoluera ainsi avec les pratiques graphiques, les artistes, les chercheur·euses et les publics.



W. G. Blackall, La jeune fille à la perle d'après Jean Vermeer, Londres, 1922. Estampe en couleur réalisée en gravure à la manière noire, avec encrage à la poupée. Collections MCG, inv. 1908



Susan Kare, Happy Mac on gradient orange, 2019. Impression représentant l'icône souriante du Macintosh, créée par Susan Kare pour Apple. Épreuve 49/200, signée. Collections MCG, inv. 5254



Chantier du musée
© MCG/S. Lowicki

UN MUSÉE ACCESSIBLE À TOUTES ET TOUS

L'accessibilité comme point de départ

La transformation du musée vise avant tout à le rendre accessible à chacun et chacune.

La rénovation améliore l'accessibilité physique du bâtiment, mais cette ambition concerne également l'ensemble de l'expérience de visite : pouvoir entrer, circuler, comprendre, regarder, expérimenter et prendre sa place dans le musée.

Une accessibilité universelle

Le musée souhaite concevoir des espaces et des outils accessibles au plus grand nombre, en prenant en compte la diversité des situations de handicap.

Cette approche se traduira notamment par :

– différents niveaux de lecture – productions écrites en français simplifié ou en Facile à Lire et à Comprendre (FALC)
– des contenus en plusieurs langues
– des points de repos et des assises
– une attention portée à la signalétique et à l'orientation
– des dispositifs permettant de regarder, manipuler, écouter ou créer.

Faire de l'accessibilité un projet graphique

Comment permettre à toutes et tous de voir, de lire, de comprendre, mais aussi de faire et de créer ? Typographies, couleurs, images, textes, mobilier et dispositifs de médiation participeront ainsi à cette réflexion. La pratique constitue elle-même un levier d'accessibilité. Les espaces de médiation permettront notamment de découvrir les techniques de l'imprimerie par le faire, plutôt que par la seule observation.

Une démarche qui se construit dans le temps

L'accessibilité ne sera pas considérée comme achevée au moment de la réouverture. Le musée souhaite observer les usages, recueillir les expériences des publics et faire évoluer progressivement ses propositions. Rendre le musée accessible, c'est aussi accepter de tester, d'écouter les personnes concernées et de modifier ce qui doit l'être.

L' IMPRIMERIE. MUSÉE DES CULTURES GRAPHIQUES

RÉFLÉCHIR ET EXPÉRIMENTER ENSEMBLE

Un musée qui ne se contente pas de montrer

Les cultures graphiques sont vivantes parce qu'elles sont pratiquées, partagées et réinventées.

L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques souhaite donc multiplier les occasions de :

regarder · questionner · manipuler · expérimenter · créer · partager.

Ateliers, résidences, rencontres et projets menés avec des artistes, chercheur·euses, étudiant·es et partenaires permettront de faire du musée un lieu où l'on peut essayer, se tromper, recommencer et construire ensemble.

Un musée ouvert sur son époque

Un musée consacré aux cultures graphiques peut aussi bien s'intéresser à une affiche ancienne qu'à un jeu vidéo, à une typographie qu'à un logo, à une bande dessinée qu'à une image numérique.

Cette diversité permet de regarder autrement les sociétés dans lesquelles nous vivons : leurs représentations, leurs imaginaires, leurs rapports au pouvoir, à l'information, à la création ou à la consommation.

Le musée souhaite ainsi être un lieu de réflexion et de dialogue, où peuvent se rencontrer des regards, des pratiques et des générations différentes.

Comment les communautés se constituent-elles autour de langages graphiques, de références et de supports partagés, créant ainsi différentes cultures graphiques en dialogue ? Cette question ne cherche pas une réponse unique. Elle constitue un fil conducteur pour un musée vivant, expérimental et en mouvement.

UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

Syndicat, une collaboration inscrite dans le temps

La nouvelle identité visuelle de *L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques* est conçue par Syndicat, studio de design graphique fondé par Sacha Léopold et François Havegeer.

Le studio accompagne le musée depuis plusieurs années, à travers les identités visuelles, affiches, publications et supports de plusieurs expositions et projets. Cette collaboration s'est notamment développée autour de projets comme *Bijou Bijoux* (2022) et *Le musée ambulant. Lectures de Miyazaki* (2024).

Elle accompagne une période où le musée élargit progressivement son champ d'exploration : design graphique, cultures populaires, images contemporaines et nouvelles formes de création. Le travail de Syndicat ne consiste donc pas seulement à produire des supports de communication. Il participe à cette évolution en expérimentant différentes manières de faire dialoguer images, typographies et formes.

Le changement de nom ouvre aujourd'hui une nouvelle étape de cette collaboration.

Une identité à l'image d'un musée en mouvement

Le nouveau nom pose une question graphique particulière : comment faire coexister *L'Imprimerie*, qui renvoie à l'histoire, aux techniques et aux collections du musée, et les *Cultures Graphiques*, qui ouvrent le champ à une grande diversité de formes, d'époques et de références ?

La nouvelle identité fait de cette pluralité un principe graphique. Le logo se décline en neuf versions, qui permettent de jouer avec les formes et les références tout en conservant une identité commune.

Le mot « musée », placé en exergue, affirme la nature du lieu tout en ouvrant une question : qu'est-ce qu'un musée de cultures graphiques aujourd'hui ? Les neuf typographies qui composent l'identité font, elles aussi, dialoguer différentes histoires du graphisme. Historiques ou emblématiques, elles sont réparties en trois grandes familles : patrimoine historique, design graphique et culture populaire. Elles pourront être mobilisées selon les sujets, les projets et les supports, faisant varier l'expression du musée tout en conservant un langage visuel cohérent.

L'identité devient ainsi un système ouvert et évolutif, à l'image d'un musée qui fait dialoguer patrimoine, création contemporaine et cultures populaires. Elle ne vient pas seulement accompagner le changement de nom : elle donne une forme graphique à la nouvelle définition du musée.

UN MUSÉE QUI CONTINUE DE VIVRE PENDANT LA FERMETURE

Depuis juin 2025, les équipes poursuivent leurs missions de conservation, de recherche, de transmission et de partage, tout en préparant le futur musée. Les collections continuent d'être étudiées, documentées, restaurées et enrichies, tandis que les activités de médiation et les projets culturels se poursuivent hors les murs.

Le musée dans la ville

Pendant la fermeture, le musée continue d'aller à la rencontre des publics. *Le musée ambulant. Lectures de Miyazaki* a circulé dans toutes les mairies d'arrondissement de Lyon, tandis que *Annie Ernaux. Journal du dehors* a investi l'espace public à travers des affichages dans des lieux culturels, librairies, écoles et bibliothèques.

Une action culturelle au plus près des publics

Le musée poursuit ses ateliers et développe des projets avec les établissements scolaires, les structures culturelles et sociales et différents partenaires du territoire, comme le Théâtre des Célestins ou le Périscope. Dans le cadre de l'Éducation Artistique et Culturelle, des élèves expérimentent les techniques graphiques au cours d'ateliers, tandis que certains projets prennent la forme de véritables résidences : pendant une semaine, les élèves d'une école peuvent ainsi concevoir collectivement leur propre exposition, de la sélection des objets à la scénographie.

La médiation sur les réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, *Typo Pop* explore les formes graphiques de la culture populaire, du cinéma aux jeux vidéo en passant par la musique et la culture web. Une manière de regarder autrement les images qui nous entourent et de poursuivre, en ligne, le travail de médiation du musée.

Pendant que le bâtiment se transforme, le musée continue ainsi de vivre dans la ville, auprès des publics et sur les écrans, tout en préparant les nouvelles expériences qu'il proposera à sa réouverture.

UNE TRANSFORMATION EN PLUSIEURS ÉTAPES

JUIN 2025
Fermeture du musée
Travaux · déménagement des collections · programmation hors les murs

2025–2026
Conception du futur musée
Projet Scientifique et Culturel · parcours · médiation · identité

NOVEMBRE 2026
L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques
Nouveau nom · nouvelle identité visuelle

AUTOMNE 2027
Ouverture du premier étage, L'Imprimerie et de la première exposition temporaire

PREMIER SEMESTRE 2028
Ouverture du deuxième étage, le Musée des Cultures Graphiques

INFORMATIONS PRATIQUES

L'Imprimerie. Musée des Cultures Graphiques
13, rue de la Poulaillerie
69002 Lyon
Métro A — Cordeliers
www.imprimerie.lyon.fr

Instagram - Facebook - LinkedIn - YouTube

Contact presse
Sarah Lowicki - sarah.lowicki@mairie-lyon.fr

VILLE DE LYON · musée de France · PRÉFET DE LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES · unesco Site historique de Lyon