

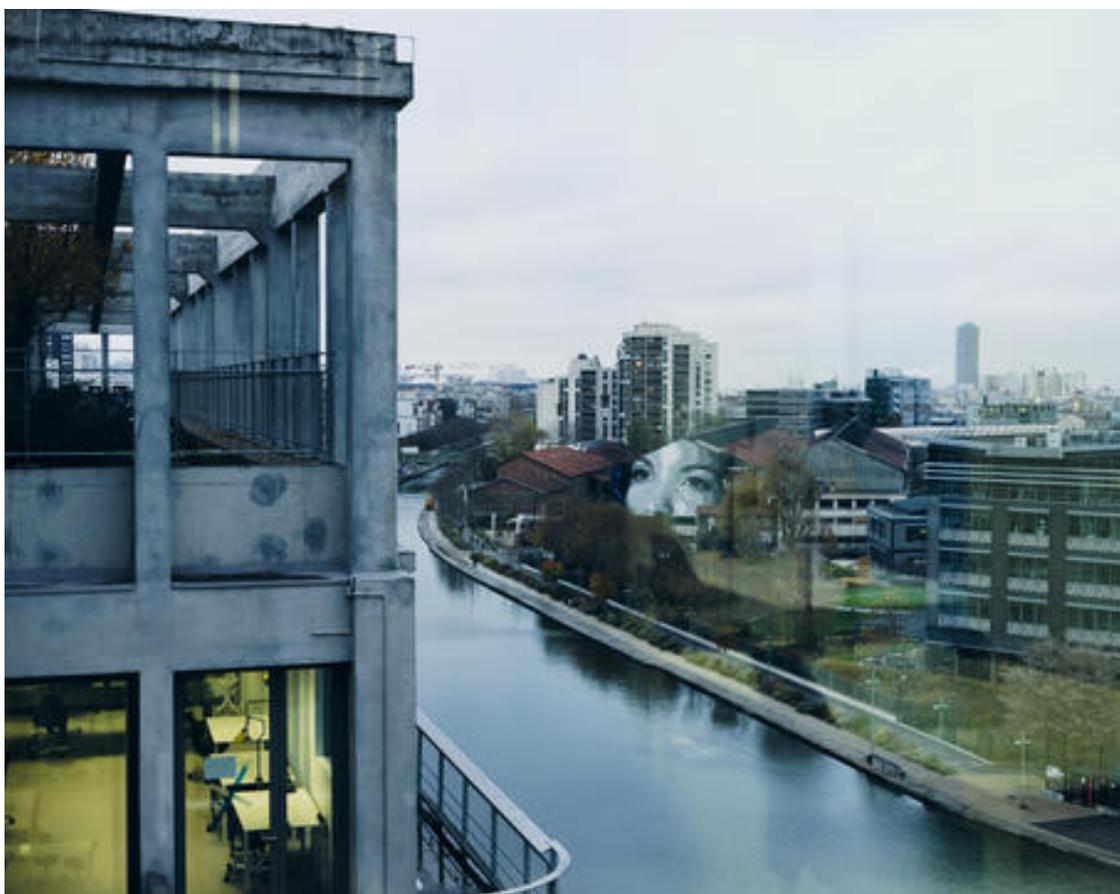
“Badoumba !”

Magasins généraux : la culture est-elle soluble dans la pub ?

Réservé aux abonnés

Anne Berthod

Publié le 07/12/2019. Mis à jour le 09/12/2019 à 18h00.



ILS AGITENT LE GRAND PARIS – Comment, à Pantin, un ancien haut lieu du street art est devenu l’un des sites culturels les plus novateurs du Grand Paris, sous l’impulsion d’une agence de publicité.

Sous les hautes voûtes de béton, des cagettes de légumes accueillent les visiteurs de BETC : nous sommes jeudi, c’est soir de marché aux Magasins généraux, siège depuis trois ans de la prestigieuse agence publicitaire française. Dans l’entrée de l’ancien bâtiment industriel, paquebot de béton rectiligne posé sur les quais pantinois du canal de l’Ourq, il n’y a pourtant pas un chat : seulement la marchande de légumes, qui pianote sur son laptop assise sur un « bench » (un banc, pour les

néophytes) au design austère ; et une hôtesse d'accueil, invisible derrière un comptoir qui ne déparerait pas dans un préfabriqué.

Dans quelques jours, des centaines de modeuses fébriles investiront la gigantesque halle d'exposition (800 mètres carrés) du rez-de-chaussée, pour une braderie de marques de luxe au profit de l'association Aides. Mais en attendant ce rendez-vous fashion solidaire, impossible, pour celui qui pousserait par hasard l'une des hautes portes en verre de la double entrée, de deviner dans ces murs si vides l'existence de l'un des lieux de culture les plus novateurs du Grand Paris.

ILS AGITENT LE GRAND PARIS

Du 5 au 10 décembre, Télérama vous raconte les nouveaux lieux culturels, comment ils mélangent les genres, et en quoi ils incarnent un autre modèle de société.

- ▶ Voici les **30 lieux culturels** qui vont faire bouger le Grand Paris en 2020
- ▶ De la contre-culture au coworking : la **folle histoire** des friches culturelles
- ▶ Test : Grands Voisins, Ground Control... quelle friche à Paris est **faite pour vous** ?
- ▶ Avec le **Collectif MU**, la friche culturelle passe le mur du son
- ▶ Squat, friche culturelle, fablab, tiers-lieu... **De quoi parle-t-on**, au juste ?
- ▶ **Magasins généraux** : la culture est-elle soluble dans la pub ?
- ▶ Le succès des **Grands Voisins**, un modèle impossible à reproduire ?
- ▶ **Centquatre**, le modèle à suivre pour les lieux culturels du Grand Paris ?
- ▶ Subventions, sponsoring, enjeux politiques... la **face cachée** des lieux culturels
- ▶ **Créer un tiers-lieu** : comment se lancer quand on n'y connaît rien

Une exposition avec l'application Tinder

« Nous organisons chaque année un à deux temps forts, autour d'un grand thème universel et populaire, qui s'étalent chacun sur plusieurs mois. Les autres événements, festivals de musique, happenings ou expositions, sont plus ponctuels », justifie Eugénie Lefebvre, directrice générale des Magasins généraux. Son dernier cycle d'envergure ? L'exposition « Futures of love », en partenariat avec l'application de rencontres Tinder, qui a attiré plus de trente mille visiteurs en quatre mois, mobilisant une quarantaine d'artistes émergents ou reconnus, ainsi qu'une douzaine d'experts (dont un philosophe, un sociologue, et même un mathématicien !), pour explorer tous les futurs possibles des relations amoureuses et sexuelles à l'ère des nouvelles technologies, de la robotique, du transgenrisme, du polyamour, et même de la chimie... Rien que ça !



De la transformation du bâtiment à celle de l'agence, Eugénie Lefebvre a en effet piloté l'ensemble du projet de déménagement à Pantin. « À BETC, j'ai eu trois vies », résume l'ancienne directrice de clientèle (pour des marques comme Ricard, McDonald's, le château de Versailles...), saluant « l'esprit visionnaire » de Rémi Babinet, cofondateur de BETC. « Quand il est tombé sous le charme de ce bâtiment industriel, il a eu l'intuition que Paris allait se faire au-delà du périphérique et que Pantin en était le laboratoire bouillonnant. J'ai levé le doigt à ce moment-là », résume-t-elle.

Dès 2013, la publicitaire devenue maître de chantier a donc commencé à réfléchir avec son patron sur le devenir de la friche dont ils allaient devenir les locataires (propriété AG2R) et sur la conception d'un nouveau centre de création. Dans cet entrepôt des années 1930, où l'on stockait le grain et les céréales, récupéré ensuite par les Douanes, ils ont imaginé un « lieu ouvert, au sens propre comme au figuré, que les habitants de Pantin pourraient enfin s'approprier ».

Un modèle économique singulier

En trois ans, la friche de 20 000 mètres carrés, transformée en temple du graffiti par les street artists du monde entier, a donc fait sa mue, tombant ses façades de ciment pour se dévoiler à travers de grandes surfaces vitrées et un rez-de-chaussée traversant. Quand BETC, en 2016, a emménagé dans ses nouveaux locaux, Eugénie Lefebvre a changé de casquette et pris la tête de la nouvelle filiale de la création. « *Après l'IEP d'Aix, j'avais prévu de faire un master de gestion des organisations culturelles à Dauphine. J'ai finalement été admise à HEC, mais la culture a toujours fait partie de ma vie* », précise-t-elle. Au sein des Magasins généraux, les curateurs Anna Labouze et Keimis Henni, fondateurs de l'association résidente Artagon (un tremplin d'excellence pour les jeunes étudiants en art), l'assistent dans la programmation de ses saisons culturelles. Elle n'en rode pas moins un modèle économique singulier, avec une autonomie totale, mais un budget de fonctionnement modeste, qui l'oblige à s'adosser à des entreprises pour concrétiser ses idées.



En 2017, les Magasins généraux ont ainsi monté leur première saison culturelle sur la thématique du foot, en collaboration avec La Poste, marque partenaire de la ligue des arbitres depuis dix ans. L'année suivante, c'était avec Tinder, pour décliner les joies du célibat. Entre les deux, Eugénie Lefebvre a multiplié les propositions inédites, éditant même un

insolite *Guide des Grands Parisiens*, en partenariat avec le site [Enlarge Your Paris](#), toujours soucieuse de « *montrer des choses qu'on ne voit nulle part ailleurs* ». À l'image d'une résidence insolite du musicien électro Thylacine, qui, de retour d'Argentine, s'est installé pendant dix jours avec sa caravane au rez-de-chaussée du bâtiment pantinois, le temps d'exposer ses photos de voyage, de composer devant le public, mais aussi de participer à des soirées culinaires et de participer à une émission live du magazine *Tsugi*.

“Je continue de faire de la publicité autrement”

« *Pour chaque projet, je dois inventer une nouvelle forme de partenariat, c'est ce qui m'amuse !* » s'enthousiasme la directrice, qui se réjouit, alors qu'il y a « *de moins en moins d'argent dans la culture* », de voir émerger une nouvelle génération d'artistes décomplexés à l'idée d'avoir recours au sponsoring privé. « *Je continue de faire de la publicité autrement*, concède-t-elle, *mais j'essaie de solliciter les partenaires les plus légitimes sur le sujet. Pour une entreprise qui a pour signature « La Poste vous simplifie la vie » et veut développer ses services de proximité, ça a du sens de s'engager dans une opération sur le foot. Et pour le public, c'est quand même plus engageant de s'adresser à un médiateur en maillot vintage, aux couleurs bleu et jaune de l'associative sportive de La Poste, qu'au classique agent d'accueil en chemise noire !* »



Son nouveau chantier ? Une saison sur les jardins potagers : « *Encore une tendance sociétale forte, qui fait réagir dans les corpus artistiques et que l'on peut décliner de façons très différentes, que ce soit avec des acteurs du développement*

durable, des marques de luxe inspirées par la nature ou des jeunes skateurs du quartier. » Ils fleuriront en juin prochain, aussi bien dans la grande halle d'exposition des Magasins généraux que sur la place de la Pointe, devant le Dock B. En attendant les beaux jours et la reprise de la programmation (en mars), cet autre spot hybride, plus festif, également locataire de l'ancien entrepôt industriel mais monté par la Belvilloise et Allo Floride, ne sera pas de trop pour booster l'attractivité des Magasins généraux, paquebot de lumière sur le canal de l'Ourq et cœur de vie en devenir.

Les Magasins généraux, 1, rue de l'Ancien-Canal, 93500 Pantin. magasinsgeneraux.com