Stratégies
2 RUE MAURICE HARTMANN
92133 ISSY LES MOULINEAUX CEDE - 01 46 29 46 29

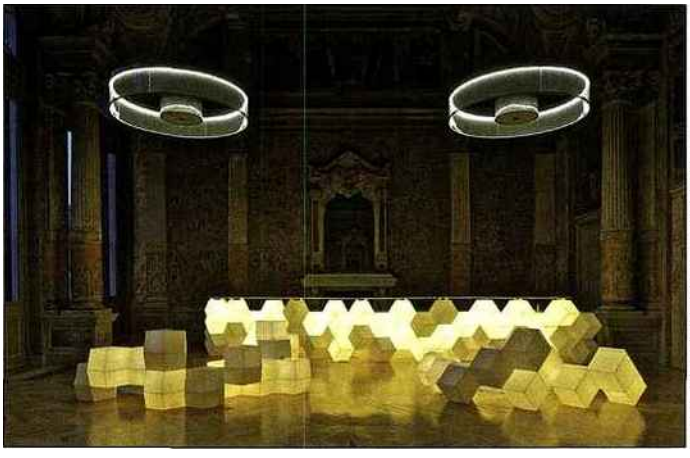
24 FEV 11
Hebdomadaire Paris
OJD : 11576

Surface approx. (cm²) : 274
N° de page : 15

culture

Lever de rideau numérique à la Gaîté lyrique

Ouvert le 2 mars, le nouveau lieu culturel parisien mêlera artistes et marques dans un univers consacré aux cultures numériques.


© Manuelle Gautrand (architecture)/Vincent Fillon (photo)

L'ancien temple de l'opérette a été reconverti en terrain de jeu technologique de 9500 m² sur 7 niveaux. Au menu : expositions, concerts, performances, etc.

Un lieu voué à la création artistique numérique dans le IIIe arrondissement de Paris. Voilà ce que le maire Bertrand Delanoë voulait faire, depuis plusieurs années déjà, de la Gaîté lyrique, ce théâtre populaire inauguré en 1862. Le chemin a été pour le moins tortueux. Avant son actuelle renaissance, l'endroit a été un parc d'attractions sans succès, puis un lieu fantôme pendant quasiment vingt ans. Mais le 2 mars, cet établissement culturel de la Ville de Paris va rouvrir ses portes sous le signe des cultures numériques (graphisme, musique, jeu vidéo, cinéma et design).

« La Gaîté lyrique sera le chantre de toutes les révolutions numériques », souligne Patrick Zelnik, président du label de musique Naïve, partie prenante du projet. Le nouveau lieu culturel a en effet été confié, par une délégation de service public, à une société de gestion privée composée du label Naïve donc, mais aussi de l'agence d'ingénierie culturelle Troisième Pôle et de la filiale de GDF Suez, Ineo.

S'inspirant du mécénat culturel à l'anglo-saxonne, la Gaîté lyrique s'est d'emblée associée à des marques. Philips, sponsor principal, a ainsi équipé le lieu culturel, par ailleurs truffé de technologies innovantes. La marque Nespresso sera elle aussi présente en tant que mécène. *« La Gaîté lyrique sera à la disposition de nos partenaires pour réaliser des événements privés de lancements de produit ou des programmes artistiques »*, souligne Virginie Choquart, sa directrice de la communication.

Côté programmation, le bâtiment de 9500 m² sur 7 niveaux accueillera des artistes en résidence, des concerts et des expositions. Et il y aura de quoi s'amuser dans ce véritable terrain de jeu technologique dirigé par le directeur artistique Jérôme Delormas. Ainsi, le réalisateur et designer Matt Pyke, créateur du studio Universal Everything, figure parmi les premiers artistes invités.

Ce Britannique a notamment travaillé pour plusieurs marques internationales dont Nike, MTV, Samsung et CNN. Suivra cet été une exposition sur la culture du skateboard. *« Là encore, les marques traditionnellement associées à cet univers seront présentes »*, souligne Croisine Martin-Roland, chargée du mécénat et des partenariats. Enfin, en collaboration avec l'agence Faber Novel, un jeu de réalité augmentée à visées artistiques sera également lancé.

Campagne plurimédia

Logiquement, la Gaîté lyrique table sur un public de natifs du numérique de 15 à 35 ans. Avec un prix d'entrée de 7 euros pour les expositions, le lieu culturel espère ratisser large. Pour accompagner le lancement du site, une campagne réalisée par l'agence Sid Lee sera visible au cinéma, en affichage, sur France Télévisions et Radio France.

À proximité, ouvrira également le 2 mars un concept-store imaginé par Abdel Bounane, directeur créatif et rédacteur en chef du magazine *Amusement*, qui mêle jeux vidéo et mode. Reprenant le nom du magazine, la boutique-librairie se veut un *« Colette du numérique »*. Au hasard des rayonnages, on croisera des robots ludiques, des lecteurs MP3 en forme de cassette audio ou des mugs Pacman. *« Nous vendrons également des séries limitées, comme des écouteurs Philips ou des baskets Ethnies »*, explique Abdel Bounane. Aux côtés de ses partenaires officiels Philips et Epson, la boutique travaillera aussi avec Red Bull, Nike, Sega, Konami, Intel ou IBM. Au-delà de la vente, le concept-store sera, lui aussi, un lieu d'expérience numérique. Il a d'ailleurs été conçu à cet effet par trois collectifs : Superbien, Creative Sweatshop et L'Araignée. Une création qui influencera jusqu'aux produits, avec jeux vidéo faits sur mesure pour les clients.

Anne-Lise Carlo

En savoir +
> www.gaite-lyrique.net

Eléments de recherche : LA GAÎTÉ LYRIQUE : lieu dédié aux cultures numériques et aux musiques actuelles, à Paris 3ème, toutes citations