

Rapport d'activité 2007

1. Activité artistique

1.1. Résidences hors les murs.....	2
1.2. La traversée.....	3
1.3. Autres événements.....	4
1.4. Actions en direction des publics.....	5
1.5. Appel à projets artistes.....	7

2. Communication et presse

2.1. Stratégie de communication.....	8
2.2. Presse.....	10
2.3. Site internet.....	12

3. Développement

3.1. Développement international.....	14
3.2. Implantation des commerces.....	16
3.3. Locations d'espaces.....	17
3.4. Partenariats.....	18

4. Evolution de la structure

4.1. Grands équilibres budgétaires.....	19
4.2. Ressources humaines et emploi.....	20
4.3. Marchés publics, bureaux, travaux, investissements....	22

Annexes :

1. Résidences : projets et biographies	24
2. Plan de communication de la Traversée en détail.....	35

1. Activité artistique

1.1. Résidences hors les murs

Depuis mai 2005, des artistes sont invités en résidence pour préfigurer ce que sera le CENT QUATRE. Durant l'année 2007, la plupart ont réalisé des phases de conception de projets qui seront amenés à voir le jour lorsque le CENT QUATRE ouvrira.

Berger & Berger

Le plasticien et l'architecte sont en résidence depuis octobre 2007 et pour un an pour un projet qui s'articule autour de la conception de petits « pavillons architecturaux » qui viendront structurer la traversée centrale du CENT QUATRE et contribueront au croisement des pratiques, qu'elles soient artistiques ou de la vie quotidienne.

Alain Bernardini

Cet artiste est en résidence depuis l'été 2007 et jusqu'au printemps 2008. Il photographie des ouvriers du chantier et des anciens ouvriers du SMPF dans des situations non conventionnelles. Le premier épisode de photographies a été affiché sur les palissades de la rue Curial en octobre, le second sur le mur qui fait face au CENT QUATRE rue d'Aubervilliers en décembre.

Jean-Paul Curnier

Depuis le mois d'octobre 2006 et jusqu'à l'automne 2007, l'auteur Jean-Paul Curnier se promène dans le quartier, voyageur parmi des migrants installés pour un certain temps et depuis un certain temps. De ces séjours naissent des rencontres, l'idée de se revoir, de continuer un chemin commencé sans savoir vers où il mène. Il en résulte plusieurs textes, qui seront présentés lors de performances ou publiés.

Alex Chinon et Guilhem Chéron

Guilhem de La Villette (Guilhem Chéron) et Alexandco (Alexandre Chinon) sont deux designers associés autour d'un projet de design "culinaire et scénographique". Dans un premier temps, ils créent "5 recettes de promenades", qui proposent chacune un parcours autour du CENT QUATRE permettant de récupérer les ingrédients nécessaires à la préparation d'un folklore culinaire absolument local, absolument global.

Experimental Jetset

Les trois graphistes hollandais Marieke Stolk, Erwin Brinkers et Danny van den Dungen sont en résidence au CENT QUATRE depuis 2007 pour y réaliser des créations graphiques jouant sur l'écrit plus que sur l'image. Ils accompagnent le CENT QUATRE jusqu'à son premier festival.

Christophe Lamiot Enos

Né en Normandie en 1962, le poète Christophe Lamiot Enos a passé 14 ans aux Etats-Unis. Depuis son retour, il a publié des poèmes, participé à des revues et manifestations littéraires. Résident au 104 à partir du mois d'octobre 2006 et jusqu'en mai 2007, il invite les habitants du quartier, les amateurs, les curieux à prendre une part active dans l'élaboration d'un recueil de textes et poèmes. Un recueil en résulte qui pourra être publié par le 104.

Maï Lucas

Depuis le mois de janvier 2007 et jusqu'à l'automne 2007, cette photographe imprégnée de la culture hip hop vient régulièrement prendre des images, dans la rue, dans des halls d'immeubles, dans des foyers, des habitants volontaires dont les usages vestimentaires lui semblent témoigner de codes nouveaux et de la richesse du métissage. Il en résulte des photos qui

seront publiés sur le site internet et affichées dans les locaux du 11 et 11 bis.

Sébastien Lifshitz et les films d'écoles européennes

Le réalisateur Sébastien Lifshitz est en résidence au CENT QUATRE depuis l'automne 2007, pour établir une sélection subjective et argumentée de films de fin de cursus d'écoles de cinéma de Paris, Berlin, Bruxelles, Rome, Madrid.

Relevés d'images

Depuis le début du chantier du CENT QUATRE, un collectif d'artistes composé de Julien Fisera, Katell Djian, Sophie Chiabaut, Nicolas Milteau et Robert Cantarella a filmé l'évolution du bâtiment, du projet, réalisé des entretiens, montages, qui seront donnés à voir lors du festival. Certains de ces éléments seront le matériau de plusieurs documentaires diffusés sur France 5.

Nicolas Simarik

Le plasticien est en résidence au CENT QUATRE depuis l'automne 2007 pour un projet qui consiste à proposer au public de venir donner une clé pour en recevoir, en échange, une autre, désignée par l'artiste, et susceptible d'ouvrir une serrure placée dans le CENT QUATRE et dans les lieux partenaires, qu'ils soient en France ou à l'étranger.

1.2. La traversée



Samedi 29 et dimanche 30 décembre 2007, de nombreux artistes - écrivains, designers, acteurs, graphistes, vidéastes, architectes, photographes, etc. - associés au projet, ont investi le passage entre le 5 rue Curial et le CENT QUATRE rue d'Aubervilliers et un parcours artistique tracé pour l'occasion, allant du métro Riquet au métro Stalingrad. La Traversée a permis au public, devenant spectateur de la mutation du lieu, de découvrir son architecture majestueuse et l'ampleur des travaux avant l'inauguration du CENT QUATRE en 2008.

Cette traversée a été animée par plusieurs travaux artistiques « live » dont, entre autres, une installation sonore de Vincent Epply, des jeux d'ombre et de lumière orchestrés par Jean-François Touchard et la création d'un « tableau animé » par Pierrick Sorin. A cela s'est ajouté la participation d'autres artistes, installés aux alentours de ce lieu ancré dans le territoire du nord-est parisien : au 11 rue Curial, dans des cafés et commerces du quartier, aux Jardins d'Eole, etc. Ainsi, hors les murs du CENT QUATRE, Alain Bernardini a mis en scène ses photos, le dessinateur Viravong a agrandi les planches de sa prochaine bande dessinée, Olivia Rosenthal a dévoilé sa pièce sonore intitulée « Viande Froide », les designers Chinon et Chéron ont proposé une performance culinaire... Lindy Annis, Berger & Berger, Robert Cantarella, Jean-Paul Curnier, Frédéric Fisbach, Experimental Jetset, Michel Lassere, Christophe Lamiot Enos, Maï Lucas, Paola Yacoub et d'autres encore, ont investi également le parcours.

Cet événement a été l'occasion pour le CENT QUATRE d'inaugurer au 11 bis rue Curial son nouveau site Internet : www.104.fr.

Au CENT QUATRE ont été présents en permanence des "passeurs" qui se sont adressés aux visiteurs pour leur proposer des explications concernant le site, le projet architectural ou artistique, mais aussi pour leur lire des textes, montrer des détails peu visibles, etc. Ces personnes de tous âges ont été préparées à cette mission, choisies pour leur envie de faire partager à tous l'ambition et la passion de ce projet.

Sur deux jours, le CENT QUATRE a accueilli 15.000 visiteurs sans le moindre incident. 3.000 personnes ont rempli une fiche pour suivre les activités du CENT QUATRE, dont près de 40% de riverains.

1.3. Autres événements

Le CENT QUATRE au Radial System

Le 17 septembre l'occasion de la venue du Maire de Paris à Berlin pour l'anniversaire de la convention culturelle Paris-Berlin, le CENT QUATRE a réuni ses partenaires internationaux (Rome, Essen, Los Angeles, Tallin) pour une réunion de travail suivie d'une fête avec des interventions artistiques. L'objectif était de faire connaître le projet auprès des institutions de la ville des publics et des artistes internationaux très nombreux résidents à Berlin.

Des œuvres de certains artistes en résidence ont été présentées : une série de photos d'ouvriers d'Alain Bernardini, une création d'Experimental Jetset, une performance d'Alex Chinon et Guilhem Chéron.

Nuit blanche à l'Arsenal



Dans le cadre de la nuit blanche, le CENT QUATRE a investi le pavillon de l'Arsenal. A l'intérieur d'un espace dessiné par le résident Laurent P. Berger, les artistes en résidence ont proposé des performances, lectures, rencontres, projections, concerts, durant toute la nuit. A cette occasion ont été présentées des photos et vidéos du chantier et le public a pu découvrir ce qu'était le projet du CENT QUATRE.

1.4. Actions en direction des publics

Installée derrière la vitrine en pied d'immeuble du 11 bis rue Curial, à 200 mètres du Cent Quatre, l'équipe des liens avec les publics s'est attachée à :

- faire découvrir le projet du Cent Quatre aux habitants des quartiers environnants (secteurs Stalingrad, Tanger-Maroc, Riquet et Curial-Cambrai) et plus largement aux Parisiens,
- faire vivre les prémisses du Cent Quatre grâce aux interventions d'artistes hors les murs,
- développer un réseau de partenaires institutionnels afin de développer les publics du Cent Quatre dès avant son ouverture,
- préparer l'événement la Traversée qui a eu lieu les 29 et 30 décembre 2007.

Faire découvrir le Cent Quatre

Les visites publiques du chantier initiées dès janvier 2007 ont continué. D'abord annoncées dans la presse locale et par diffusion dans les boîtes aux lettres du quartier (grâce au soutien de la mairie du 19^e arrondissement), elles ont fait l'objet d'une communication plus large à partir de septembre 2007, par voie de presse et dans les supports de communication de la Ville, notamment en page d'accueil du site www.paris.fr. Un vendredi par mois, 90 personnes ont ainsi pu visiter le chantier et entendre les directeurs du Cent Quatre raconter l'histoire du bâtiment, la genèse du projet et l'avenir de ce nouvel établissement artistique. Parallèlement, pour répondre à la forte demande d'informations trop partiellement satisfaites par les visites, des rencontres appelées « CENT QUATRE parlé » et animées par les directeurs du Cent Quatre ont été organisées régulièrement au 11 bis rue Curial et hors les murs.

Programmation artistique hors les murs

En septembre et octobre 2007, outre les visites et les « CENT QUATRE parlé », le Cent Quatre a programmé deux soirées au 11 bis rue Curial :

- une soirée sur le thème « Mon public est-il populaire ? » co-organisé avec la Fédération des arts de la rue en Ile-de-France,
- une soirée autour du travail de l'écrivain Olivia Rosenthal sur « l'architecture en paroles » du CENT QUATRE rue d'Aubervilliers (seconde ouverture de son atelier, où elle a présenté une nouvelle étape de sa pièce sonore)

Chacun de ces moments a été l'occasion de mieux faire connaître le Cent Quatre à un public de plus en plus large, au-delà des cercles du secteur culturel d'une part, et au-delà du 19^e arrondissement d'autre part. Ils ont également permis d'enrichir le fichier du Cent Quatre.

A partir d'octobre 2007, le Cent Quatre a cessé d'annoncer une programmation mensuelle hors les murs telle que celle qui avait fait connaître le projet de janvier à septembre (programmes « En attendant 2008, le CENT QUATRE est au 11bis » édités par les Poissons Volants), afin de se recentrer sur le développement de ses ressources humaines et l'organisation de la Traversée des 29 et 30 décembre. Pendant ces deux mois de moindre visibilité pour le grand public, l'équipe des liens avec les publics s'est concentrée sur le développement des partenariats institutionnels.

Développement d'un réseau de partenaires institutionnels

- Publics scolaires et universitaires :

Le projet du CENT QUATRE (et parfois le bâtiment à l'occasion de visites) a été présenté :

- aux représentants des rectorats de Paris et Créteil,

- aux élèves de plusieurs formations universitaires et écoles supérieures dans le secteur culturel : HEC, ESCP-EAP, Sciences Po, EAC Paris - école des métiers de la culture, ESSEC, IESA, Ecole d'architecture Paris-La Villette,
- à l'ensemble des services culturels des universités parisiennes, ainsi qu'aux Crous de Paris, Versailles et Créteil, et à la Maison des Initiatives Etudiantes de la Ville de Paris.

- Relais institutionnels :

Au total plus d'une centaine de contacts privilégiés ont été pris avec :

- des professionnels du tourisme, notamment le Comité régional du tourisme d'Ile de France et l'Office de Tourisme de la Ville de Paris,
- des responsables et bénévoles d'associations agissant en faveur des personnes exclues (Emmaüs, Secours populaire, Culture du Cœur, Restos du Cœur, Aurore, mission Vivre Ensemble, fédération des centres sociaux...),
- des acteurs de l'éducation populaire : CEMEA, Fédération Léo Lagrange, fédération des MJC,
- des responsables et bénévoles de structures agissant pour l'accès à la culture des personnes en situation de handicap en vue d'une demande de labellisation « Tourisme et Handicap »,
- des acteurs de la jeunesse à Paris : bureau des Antennes Jeunes de la Ville, Ligue de l'enseignement, Kiosques jeunes...
- des acteurs du secteur professionnel : responsables de comités d'entreprises, de collectivités, etc.

Toutes ces rencontres ont été pensées pour envisager une collaboration, un projet durant l'année 2008.

La Traversée

La singularité du dispositif d'accueil des publics a fortement marqué les visiteurs, leur permettant notamment de réaliser en quoi le Cent Quatre pourrait effectivement être un lieu de vie ouvert sur son environnement proche. Deux tiers des 90 « passeurs » qui accueillaient et renseignaient le public à l'intérieur du bâtiment avaient été recrutés parmi les habitants du quartier, via le réseau associatif, les centres sociaux et le fichier des riverains du Cent Quatre. Les 35 médiateurs qui orientaient le public sur l'ensemble du parcours hors les murs avaient été embauchés par l'intermédiaire de l'Association Villette Emploi Jeunes (AVEJ), association intermédiaire œuvrant pour l'insertion des jeunes en difficulté d'accès à l'emploi. Toute l'équipe technique et d'accueil de la Traversée a été hébergée par le centre social Espace Riquet, qui a mis à notre disposition ses salles et nous a fourni le catering, première étape d'un partenariat de plus long terme.

Enfin, trois visites spécifiques en Langue des Signes Française, ainsi que cinq visites historiques menées par d'anciens ouvriers du Service municipal des Pompes funèbres ont également été organisées pendant la Traversée et ont attiré un public nombreux.

1.5. Appel à projets artistiques

Un premier appel à projets a été lancé en juillet 2007, publié sur le site internet du CENT QUATRE, sur le site Artfactories et envoyé à toutes les Ambassades de France et des instituts culturels à l'étranger. Ce premier appel est un test, les appels suivants feront l'objet d'une publication plus large.

L'objectif de l'appel à candidature est plutôt de découvrir des artistes et d'élaborer avec eux, concrètement, au vu des réalités du CENT QUATRE et de son environnement, un cahier des charges aboutissant à une création. C'est la raison pour laquelle les dossiers de candidatures ne présentent pas de budget définitif ni d'engagements de coproducteurs.

Cet appel à candidature ne fait pas mention d'un calendrier précis de la résidence. En effet, en fonction des propositions et de l'équilibre entre les résidents, un artiste pourra être sélectionné au cours de ce premier appel à projets pour ne commencer une résidence qu'en 2009.

223 dossiers ont été déposés à la fin novembre, dont 48% en arts visuels et 33% en arts de la scène. Les propositions venaient de tous les horizons géographiques : 46% de France, 13% d'Europe, 11% d'Amérique du Sud, 8% du continent Africain.

Deux groupes de lecteurs ont été choisis pour étudier les candidatures :

- le 1er regroupait 11 lecteurs se partageant 224 dossiers, à charge pour eux d'en sélectionner 5,
- le second niveau se composait de 4 groupes de 2 à 3 lecteurs se partageant environ 60 dossiers. Au sein de ces groupes, les dossiers étaient lus par plusieurs personnes, chaque groupe devait sélectionner environ cinq dossiers.

Ces lecteurs étaient à la fois des artistes, des chercheurs et des responsables d'institutions artistiques : André Thériaud, Brigitte Proucelle, Camille Louis, Frank Bauchard, Julien Lacroix, Leyla Rahbi, Lucie Nicolas, Martin Bethenod, Michel Chialvo, Roland Fichet, Stéphane Bouquet, Marie Pia Bureau, Alexandra Baudelot, Emiliano Paoletti, Christiane Gauthier-Lafaye, Jean-François Hubert, Jean Marc Prévost, Martin Kaltenecker, Jean-Louis Comolli, Nathalie Streiff, Xavier Croci, Gildas Milin.

Les projets qui ont été retenus sont ceux des artistes suivants :

- Cova Macias, plasticienne espagnole,
- Gelen Alcantara et Jesus Arpal, performers espagnols,
- Fleur Albert, réalisatrice et Laurent Roth (France),
- Ashraf Khuffach et Anan Zorba, designers palestiniens,
- Sébastien Wierinck, designer et Sophie Barboux, paysagiste (France),
- Juan Diego Vergara, plasticien péruvien,
- Maria Eugenia Poblete Beas, plasticienne chilienne.

2. Communication et presse

2.1. Stratégie de communication

Les efforts de communication du CENT QUATRE se sont concentrés sur l'événement de préfiguration : la Traversée qui a eu lieu le 29 et 30 décembre 2007. Néanmoins, selon la mise en place d'une stratégie d'apparition progressive sur le plan national et international, le CENT QUATRE a mis en place des opérations spécifiques de communication pour ces événements tels Berlin et Nuit Blanche.

2.1.1. Berlin

- diffusion de la présence du CENT QUATRE sur les outils de communication du Radial System V ;
- diffusion d'une newsletter électronique ;
- Production de posters A3 / Diffusion au public lors de la soirée au RadialSystem ;
- Fabrication de badges (6 visuels différents) / Diffusion au public lors de la soirée ;
- Diffusion d'un communiqué de presse notamment auprès des médias allemands.

2.1.2. Nuit Blanche au Pavillon de l'Arsenal

Pour la nuit blanche, le CENT QUATRE a travaillé en étroite concertation avec le service de presse du Pavillon de l'Arsenal et s'est aussi appuyé sur les outils communs à la nuit blanche.

- Diffusion d'un communiqué de presse rédigé conjointement avec le service de communication du Pavillon de l'Arsenal.
- Diffusion d'un programme Nuit Blanche spécifique à la soirée du CENT QUATRE au Pavillon de l'Arsenal à l'ensemble des visiteurs.
- Production d'objets promotionnels : sacs, badges, T-shirts diffusés lors de la soirée

2.1.3. La Traversée du CENT QUATRE le 29 et 30 décembre 2007 : un acte fondateur

En terme de communication, cet événement a révélé l'identité du CENT QUATRE en avant première, l'a installé sur la carte géographique de Paris et a été la première expérience pour le public de ce lieu. La stratégie de communication développée pour l'occasion s'est essentiellement basée sur le côté « avant première », exceptionnel, de l'ouverture du chantier. Non pas une inauguration officielle, mais une « générale » excitante comme une « effraction », une manière privilégiée « d'en être ». La campagne de communication de la Traversée portait donc sur deux objets :

- l'événement que l'on souhaitait communiquer : « inviter la ville » à l'événement ;
- le lieu en lui-même : installer la « différence » du lieu.

La Traversée de décembre 2007, sans être une inauguration au sens propre est restée néanmoins un événement fondateur. Il s'agissait en effet de la première apparition du CENT QUATRE :

- en tant que lieu physique : une adresse, un bâtiment
- en tant qu'institution communicante : la naissance d'une « marque » : une identité, un projet, un ton.

Afin de soutenir l'effort de communication spécifique dédié à cet événement exceptionnel, le CENT QUATRE a décidé de faire appel à deux agences spécialisées en communication et relations presse via des procédures de marchés publics. L'agence de communication retenue a été BETC Eurorscg, l'agence de relations presse : le 2^{ème} Bureau.

Bilan de BETC Euro RSCG - Agence de communication

L'agence BETC Euro RSCG a été retenue suite à l'appel d'offre concernant la mise en place spécifique de certains aspects du plan de communication de La Traversée :

- **Mise en place du Site teaser www.CENT_QUATRElatraversee.com** (9 242 clics)
- **Campagne d'Emailing**
- **Mise en place d'une campagne de Street marketing,**
- **Objets promotionnels** une campagne de marketing viral, une campagne de street marketing et la production d'un objet promotionnel « exceptionnel » pour cet événement. Elle a par ailleurs créé le visuel de toute la campagne de communication de la Traversée du CENT QUATRE.

Les moyens de communication mis en œuvres par le CENT QUATRE

L'équipe de communication du CENT QUATRE a mis en place une politique de **communication média** :

- partenariats média avec la presse (RFI, 20 Minutes, A Nous Paris, Art 21, Art Press, Beaux-Arts Magazine, La Terrasse, Le Nouvel Observateur, Les Inrockuptibles, Zerodeux, Where Paris)
- partenariats médias sur internet (Paris-art.com, A Nous Paris,
- publications d'encarts sur de nombreux sites (lemonde.fr [générateur du plus grand nombre de clics soit 2 547 clics], Rue89.fr...),

Au total 3 890 152 impressions délivrées sur un volume total de 4 480 858 achetées, soit 87% de la campagne délivrée.

Le dispositif hors-media mis en place en direct s'est composé de :

- Tracts multilingues A4 recto/verso (5 000 exemplaires) ;
- Programmes A3 « La Traversée » (40 000 exemplaires) ;
- Dossiers de présentation en français (distribués dans les sacs offerts aux journalistes et VIP lors de la visite presse et de la Traversée VIP) ;
- Objectif : informer les journalistes et VIP sur le projet du CENT QUATRE.
- Invitations 15x21cm (2 000 exemplaires)
- Stickers pour la promotion du disque vinyle *Le disque contre l'Insomnie (hypnose)* de Vincent Epplay
- Affiches 120x176 « Soyez les premiers à traverser le CENT QUATRE » (300 exemplaires répartis sur 250 faces)
- Posters A3 « Soyez les premiers à traverser le CENT QUATRE » (5 000 exemplaires) ;
- -Flyers 15x21 cm « Soyez les premiers à traverser le CENT QUATRE » (40 000 exemplaires)
- Sacs CENT QUATRE réalisés par les designers d'Experimental Jetset
- Tee-shirts CENT QUATRE réalisés par les designers Experimental Jetset
- Panneaux lumineux de la Ville de Paris

2.2. Relations presse

Un marché de relations presse d'une durée de un an renouvelable a été attribué à l'agence Le deuxième Bureau, avec comme responsable du projet Martial Hobeniche. L'action s'est concentrée sur l'événement de la Traversée.

Lancée en novembre, la communication presse de la Traversée a permis, en France comme à l'étranger, de sensibiliser les médias à l'ouverture du CENT QUATRE en 2008. En France, un tiers des journalistes connaissaient l'existence du projet du CENT QUATRE, qu'il situait sur le site des anciennes Pompes funèbres. Certains avaient même une bonne connaissance du projet.

Pour les autres, la Traversée a permis de présenter le projet, d'expliquer ce que sera le lieu, sa place dans la vie culturelle de Paris. A l'international, ce fut une découverte, pour la plupart.

Dès mi-novembre, des visites menées par Robert Cantarella et Frédéric Fisbach, ont permis aux journalistes de comprendre l'ampleur de leur projet. Ces visites sont vraiment importantes pour la transmission du projet, notamment auprès de journalistes réticents au préalable.

Les premiers articles annonçant la Traversée sont sortis mi décembre. Un article complet paru dans le Journal du Dimanche, racontant le CENT QUATRE des Pompes funèbres à 2008 , avec interview des Directeurs du lieu, d'anciens employés des Pompes funèbres, a été le point de départ de parutions régulières jusqu'à l'événement. Appuyée par une forte campagne de street marketing et de buzz sur le web, une couverture d'annonces média s'est mise en place. Chaque jour paraissaient un article, une interview radio, une dépêche AFP. La rumeur s'est vite développée.

Presse quotidienne

En France, l'ensemble des grands quotidiens nationaux ont annoncé et/ou couvert la Traversée, excepté Le Monde qui souhaite se réserver pour l'ouverture.

Presse hebdomadaire

L'événement a été annoncé par le Journal du Dimanche et par le Monde 2, avec une interview de Robert Cantarella et Frédéric Fisbach. La Traversée a permis de faire découvrir le lieu à des journalistes, qui l'ont ainsi présenté lors du 1er trimestre 2008, comme VSD, Paris Match ou Paru Vendu.

Presse mensuelle, trimestrielle

La communication presse a commencé en novembre, la plupart des mensuels avaient bouclé leur numéro de décembre, voire de janvier. Paris Capitale, Les Echos (Horizons Régions), Technikart, Têtu ont pu annoncer la Traversée. L'événement a permis d'obtenir des parutions lors du 1er trimestre 2008, comme le dossier dans Artpress, dans Beaux Arts, Côté Paris, L'Événementiel ou l'italien Casa Vogue, sorti lors du Salon de Milan en avril.

Presse audiovisuelle

Les radios ont réagi très vite. Celles du groupe Radio France ont été les plus présentes couvrant l'événement et assurant une retranscription en janvier. Signalons France Inter avec le feuilleton de la semaine du 7-11 janvier, d' « Esprit Critique », ou un « Eclectik » du 5 janvier. France Culture a reçu Frédéric Fisbach et Robert Cantarella, invités des « Matins de France Culture » le 26 décembre. Toutes ces radios avaient envoyé un/des journaliste(s) pour couvrir l'événement ou ses préparatifs.

Les télévisions : France 3 et M6 sont venues couvrir la Traversée, interviewant Robert et Frédéric, des visiteurs et des anciens employés des Pompes funèbres. TF1 est venu faire un sujet sur le chantier, qui doit être diffusé... prochainement.

Presse Web

Les médias internet, très réactifs, ont annoncé la Traversée, médias importants pour développer la rumeur. Tous renvoyaient sur le site du CENT QUATRE ou sur celui spécifique de la Traversée.

Résumé des retombées média :

- Presse hebdomadaire : 12 annonces-articles, presse française ;
- Presse quotidienne : 26 quotidiens dont :
 - o 2 espagnols (El País, la Vanguardia) ;
 - o 5 régionaux DNA, Sud Ouest, Courrier Picard, DNA, Presse océan ;
 - o 3 dépêches.
- Presse hebdomadaire : 12 annonces-articles, presse française ;
- Mensuels : 18 annonces-articles dont 1 italien (Casa Vogue) ;
- Radios : 15 annonces-émissions ;
- Télévisions : 3 sujets dont 1 en national ;
- Web : 21 articles ;
- Agences photos : ont couvert la Traversée : AFP, Sipa, Art Com Art
- 35 interviews ou visites avec Robert Cantarella et Frédéric Fisbach.

2.3. Site internet : de www.11bis.fr à www.104.fr

Le site www.11bis.fr est un site provisoire qui a été mis en ligne en janvier 2007 par l'équipe de préfiguration des « poissons volants ». En juin 2007, plus d'une centaine d'œuvres, fruits de diverses commandes de la préfiguration y étaient déjà présentes : interventions musicales, vidéos, photos, textes et éléments graphiques. Pour créer des passerelles entre public et artistes, un blog et un espace participatif y trouvaient également leur place.

Un marché a été lancé par la DAC pour créer le site définitif du CENT QUATRE. IL a été attribué à « Laforme Interactive ». Pour la gestion éditoriale quotidienne, nous avons recruté un responsable éditorial possédant aussi les compétences techniques nécessaires à la bonne gestion du site.

Après intégration des éléments d'archive du site www.11bis.fr, la mise en ligne de www.104.fr a eu lieu en décembre 2007, à l'occasion de la Traversée.

www.104.fr : principes de conception

Devant se faire le représentant en ligne d'un nouveau type d'établissement artistique effervescent, le site dans sa version principale est animé. Il est bilingue français / anglais. Il répond également aux principales normes d'accessibilité en vigueur pour les personnes en situation de handicap, via une version html et un système de détection automatique de plug-in. Cette version accessible est consultable à l'adresse suivante : <http://www.104.fr/fr/> .

www.104.fr offre 3 niveaux de navigation majeurs :

1) La navigation principale, qui contient les informations en rapport avec le projet CENT QUATRE : agenda, pages artistes, présentation du projet (missions, histoire, réseau), services (maison des petits, 5 rue Curial, pépinière), commerces (café, restaurant, librairie, boutique), CENT QUATRE 2.0 (l'espace participatif du site).

2) La navigation secondaire, qui regroupe les informations d'ordre pratique ou de valorisation (choix de la langue, appel à résidence, location d'espaces, marchés publics, espace presse, partenaires et mécénat, recrutement, infos pratiques, contacts, crédits). A terme, boutique en ligne et billetterie s'ajouteront à cette barre de navigation.

3) Le plan 3D filaire constitue une spécificité majeure du site. Avec une 3D intégralement gérée par des lignes de codes, il permet une navigation virtuelle alternative et ludique dans la quasi-totalité des pages existantes. Durant la période de préfiguration, et en l'absence d'occupants dans les ateliers, il renvoie sur des « pages espaces » décrivant les spécificités de chaque emplacement.

Outre ces principes majeurs de navigation, un **nuage de tag**, un **moteur de recherche** (pour les pages artistes) et des « **remontées en homepage** » permettent à l'Internaute de s'orienter, et à l'éditorialiste du site des mises en avant contextuelles d'informations.

Quelques spécificités du site

La partie « CENT QUATRE 2.0 » a été pensée comme l'excroissance participative du site www.104.fr, la rubrique établissant un lien entre les publics et le lieu. C'est dans cette rubrique que l'on trouve le « Blog CENT QUATRE », relayant la vie quotidienne du CENT QUATRE et les réactions des Internauts. C'est également via cette rubrique que l'on accède aux jeux concours.

Le premier jeu, « Ma traversée du CENT QUATRE », a été lancé à l'occasion de la mise en ligne du site, qui coïncidait avec l'ouverture du chantier au public pendant deux jours, les 29&30 décembre 2007. Il a été proposé aux visiteurs de mettre en ligne une sélection de leurs clichés, un système de plébiscite permettant ensuite aux mieux notés de remporter t-shirts, sacs et disques vinyles promotionnels.

« De mon balcon », module participatif déjà présent sur le site de la préfiguration www.11bis.fr, est également présent sur www.104.fr. Il donne l'occasion aux riverains directs du CENT QUATRE de faire partager leurs photos du CENT QUATRE rue d'Aubervilliers tel qu'ils l'aperçoivent de leur fenêtre.

Statistiques et analyse de fréquentation

En décembre 2007, pour les seuls 29, 30 et 31 décembre 2008, 3231 visites ont été comptabilisées.

En terme "global", le **nombre de visites** du site www.104.fr pour le mois de janvier 2008 est de **12 600**.

Si l'on ramène cela à un nombre de "**visiteurs uniques**" (c'est-à-dire sans comptabiliser ceux qui se sont connectés plusieurs fois dans le mois), on obtient le nombre de **9247**.

A titre comparatif, le **nombre de visiteurs uniques en novembre 2007** (époque 11bis.fr) était de **5 700**.

Entre novembre et janvier, avec la mise en ligne du nouveau site et l'événement qu'a constitué la Traversée, on observe donc une augmentation de **3 550 visiteurs (+ 160%)**.

3. Développement

3.1. Développement et international

3.1.1. le CENT QUATRE : un modèle pour les villes étrangères

La diffusion de l'ouverture prochaine du CENT QUATRE attire régulièrement des visites de personnalités de grandes villes à la fois politiques ou responsables culturels nous contactent pour visiter le CENT QUATRE. C'est ainsi que la coopération avec Madrid a débuté suivi de membres de la ville de Lisbonne, d'Helsinki, Gwangju.

3.1.2. Construction d'un réseau de partenaires

Nous avons choisi pour l'instant de cibler ces partenaires avec des lieux du XXI^e siècle à savoir qui ont ouverts après 2000 ou qui sont actuellement en chantier.

En septembre 2007 nous avons organisé notre première rencontre informelle avec différents partenaires œuvrant tous activement à décroquer les arts, transmettre des savoirs-faires et réunir entreprises artistiques et commerciales pour mieux produire. Il s'agit de :

- RadialSystem V installé à Berlin en 2006 dans une ancienne usine hydraulique transformée en spectaculaire lieu de création. Ce mélange architectural revêt une dimension d'autant plus symbolique que ses directeurs Volkert Uhde et Jochen Sandig sont issus de la danse moderne et de la musique ancienne ;
- Zone Attive à Rome qui s'installera au Matatoio en décembre 08,
- PACT Zollverein à Essen
- l'école d'art américaine CalArts à Los Angeles
- un projet d'équipement culturel à venir à Tallinn conduit par Peeter Jalakas.

Par différents déplacements que nous avons fait régulièrement, nous accroissons nos contacts permettant à chaque fois de présenter le projet de diffuser le projet de la Ville de Paris. Ainsi des lieux de résidence comme Desarts et Rijks Akademy à Amsterdam, ou Tokyo Wonder site, centre d'arts innovant de la ville de Tokyo créé en 2002 et dirigé par Yusaku Imamura rejoignent notre réseau informel.

3.1.3. La jeune création internationale au CENT QUATRE

La politique de transmission du CENT QUATRE s'articule notamment autour des liens noués avec des écoles d'art internationales. Dans cette perspective, le dernier trimestre 2007 a été marqué par des contacts stratégiques : rencontre du doyen et des directeurs de départements de Parsons The New School for Design à New York (novembre 2007), visite du directeur artistique de DasArts à Amsterdam (novembre 2007), de Bridget Tracy Tan, directrice de The Nanyang Academy of Fine Arts à Singapour, projet commun avec l'Université d'Art avec de Design de Kyoto (septembre 2008), renforcement de liens avec CalArts.

3.2. Implantation des commerces

Rôle des commerces au CENT QUATRE

La présence de commerces est inscrite au cœur du projet du CENT QUATRE. Elle constitue un vecteur d'intégration de cet établissement au sein de son tissu économique local. Elle favorisera l'appropriation du lieu par les habitants du quartier, faisant du CENT QUATRE un lieu de passage régulier, voire quotidien.

Le CENT QUATRE est attentif au fait d'installer des commerces qui sont en cohérence avec son projet global, artistique, économique et social. En particulier, les commerces devront refléter dans leur concept et positionnement les valeurs portées par le lieu, au premier rang desquelles l'accessibilité (dans leur politique de prix), la qualité (de produits et de services) et l'adaptation aux rythmes de vie du CENT QUATRE.

Choix des commerces implantés

Une étude a été réalisée courant 2007 par un cabinet indépendant. Elle analyse en particulier la zone de chalandise du CENT QUATRE et les marchés porteurs. S'appuyant sur les résultats de celle-ci et tenant compte des caractéristiques du site et de son mode de fonctionnement, des surfaces disponibles à la location, de l'environnement urbain et social, l'équipe du CENT QUATRE a choisi d'y implanter quatre commerces sur environ 1.000 m² :

- Un café sur une surface de 90 m² environ, sera situé côté Aubervilliers et disposera d'un accès sur la rue. Il proposera une offre de restauration légère. De la presse en langue étrangère y sera mise à disposition, en particulier dans les langues du quartier ;
- Un restaurant sera installé sur 438 m², côté Curial sud : par son implantation et sa superficie, il constituera un espace crucial dans la vie quotidienne du CENT QUATRE. S'y retrouveront les artistes en résidence, les visiteurs, les habitants du quartier, l'équipe de permanents. Il pourra être sollicité pour une activité de traiteur à l'occasion des événements artistiques (concerts, défilés, foires) et d'entreprise (conventions, séminaires, lancements de produits), qui seront accueillis au CENT QUATRE ;
- Une librairie de 258 m² sur Curial nord rassemblera une gamme diversifiée de biens culturels (livres, CD, DVD, produits multimédias, papeterie, carterie, etc.), mais aussi les produits dérivés du CENT QUATRE et les créations des artistes en résidence ;
- A côté de la librairie, un commerce de proximité de 214 m² aura pour fonction d'attirer les habitants du quartier, avec des produits complémentaires de ce qui existe aujourd'hui aux alentours du CENT QUATRE. Plusieurs pistes sont suivies, en priorité celle d'un commerce alimentaire avec services de proximité associés. D'autres offres alternatives sont envisageables bien que ne relevant pas directement du commerce de proximité : articles de sport, loisirs de création.

Méthodologie de recherche

D'octobre à décembre 2007, diverses actions de communication ont été menées pour promouvoir les espaces à commercialiser au CENT QUATRE.

Publication d'un appel à candidatures :

Un appel à candidatures a été publié sur le site Internet du CENT QUATRE.

Il a également été relayé dans la presse générale et spécialisée. Des insertions d'annonces ont été placées entre octobre et décembre 2007, dans différents supports : Sites Commerciaux, LSA, Le Figaro, L'Express, Néo-restauration, soit 2.300.000 contacts touchés, plus de 900.000 exemplaires en diffusion.

De manière complémentaire, un travail de prospection a été mené :

- directement auprès de commerçants (enseignes, indépendants) ;
- par l'intermédiaire d'apporteurs d'affaires et/ou de prescripteurs :
 - commercialisateurs : Reine Tordjmann (pour la Cité de la Mode et du Design, Anick Lorente (conseil en stratégie d'immobilier commercial pour de grands centres commerciaux) ;
 - associations fédérant des enseignes telles que Procos, club regroupant 210 enseignes qui représentent à elles seules plus de 35% du commerce de détail en France ;
 - SEMAEST (Madame Robine, Directrice générale) ;
 - interlocuteurs de la Ville de Paris : services de la DDEE, Cabinet du Maire en charge du Développement économique et de l'emploi, services de la DPVI, cabinet du Maire en charge de la Politique de la Ville ;
 - Mairie du 19e : cabinet du Maire, Espace Commerce-Artisanat du 19e arrondissement.

Parallèlement d'octobre à décembre 2007, les porteurs de projets qui se sont manifestés ont fait l'objet d'un accompagnement continu pour les inciter à déposer un dossier de candidature. Il leur a été proposé une ou plusieurs visites du chantier du CENT QUATRE et des espaces les concernant. Toutes les informations commerciales, techniques et autres nécessaires ont été portées à leur connaissance.

Résultats à fin décembre 2007

A fin décembre 2007, 60 dossiers avaient été retirés, selon la répartition suivante :

Typologie	Dossiers de candidatures retirés
Café	11
Restaurant	14
Boutique culturelle	22
Commerce de proximité	13
Total	60

(avec remise des dossiers de candidature fixée à fin janvier 2008).

3.3. Locations d'espaces

Le CENT QUATRE propose environ 6.000 m² d'espaces modulables et privatisables, aux volumes exceptionnels et au fort cachet architectural : halle Aubervilliers et nef Curial, jardin, anciennes écuries au sous-sol, atelier 4, salles de spectacles de 200 et 400 places.

Les caractéristiques de ces différents espaces leur permettent d'accueillir des événements de tout type, artistique (défilés, expositions, foires d'art, concerts, etc.) comme d'entreprises (séminaires, conventions, lancements de produits, etc.).

Les espaces disponibles pour la location bénéficient d'atouts majeurs :

- cachet lié au caractère patrimonial et originalité par rapport aux autres espaces parisiens.
- qualité technique des équipements
- dynamisme de l'environnement

La politique de location d'espaces est appelée à générer une part significative des recettes propres du CENT QUATRE. Elle participe également à l'objectif de mixité des publics que s'est fixé le CENT QUATRE, incitant en particulier le public des professionnels à découvrir le lieu.

Définition et mise en place de la politique de location des espaces

De septembre à décembre 2007, le CENT QUATRE a déterminé son positionnement commercial par rapport aux autres sites d'accueil d'événements du Nord-Est parisien, accompagné dans sa réflexion par le cabinet de consultants CBex. Une grille tarifaire a été élaborée, les outils juridiques nécessaires (contrats, conditions générales de vente, devis) ont été mis en place, une procédure de recrutement d'un chargé de commercialisation engagée (pour un recrutement effectif en janvier 2008).

Parallèlement, des actions de commercialisation et promotion des espaces ont été menées dès septembre 2007, notamment sous la forme d'organisation de visites du chantier pour des agences événementielles et des organisateurs de salons. A l'occasion de la Traversée les 29 et 30 décembre 2007, un mailing a été adressé à toutes les agences événementielles et organisateurs de salons, pour les informer de l'existence du CENT QUATRE et de sa politique de location d'espaces. Des pages d'informations commerciales sur les espaces ont été rédigées pour être mises en ligne sur des pages dédiées du site web du CENT QUATRE, afin de pouvoir répondre aux besoins urgents d'information des premiers prospects.

Résultats à fin décembre 2007

A fin décembre 2007, tous les clients potentiels du CENT QUATRE (agences événementielles et organisateurs de salons) avaient été informés de l'existence du site et de sa politique de location d'espaces. De nombreuses agences, à l'occasion de visites de chantier, avaient confirmé leur intérêt pour le lieu.

Une option avait été prise par l'agence La Mode en images pour organiser des défilés prêt-à-porter au CENT QUATRE en septembre-octobre 2008.

Un premier client, la foire d'art contemporain Slick, avait confirmé son intérêt pour une location des écuries et de la salle 400 du CENT QUATRE en octobre 2008 (9 jours montage et démontage compris).

3.4. Partenariats

Créer des passerelles entre l'art et l'entreprise

Les actions de mécénat et parrainage proposées par le CENT QUATRE aux entreprises ont pour objectif de soutenir le projet du CENT QUATRE dans sa globalité, ses démarches artistiques et ainsi de contribuer à diversifier les modes de financement de la création.

Le CENT QUATRE jouit d'une image inédite et véhicule des valeurs riches et complémentaires. Innovation, création, pluridisciplinarité, dimension internationale, mixité sociale sont les maîtres mots du projet autour desquels le CENT QUATRE souhaite fédérer des entreprises de toute taille : grandes sociétés d'envergure internationale déjà engagées dans des actions de mécénat comme petites structures locales que le CENT QUATRE initiera à ce type de pratiques.

Recherche de partenariat pour la Traversée et réflexion politique globale

De septembre à décembre 2007, l'objectif prioritaire fixé était de trouver un partenaire pour la Traversée prévue les 29 et 30 décembre 2007. Dans cette perspective, des contacts ont été pris avec des grandes entreprises pour leur proposer d'apporter leur concours à cet événement. Les entreprises oeuvrant dans le secteur des technologies en particulier ont été sollicitées. Un dossier de partenariat a été conçu pour susciter leur intérêt.

Parallèlement, une réflexion a été menée sur la politique générale de mécénat et parrainage du CENT QUATRE en perspective de l'ouverture en 2008. En particulier, différentes formules d'adhésion ont été envisagées, permettant aux entreprises de s'associer :

- au lieu dans sa globalité
- à un projet spécifique (d'ordre artistique, pour une résidence par exemple, ou social, comme la Maison des Petits ou la politique d'insertion par l'emploi)

Pour promouvoir le CENT QUATRE auprès de son environnement économique proche, un mailing a été adressé aux entreprises situées à proximité du CENT QUATRE, quelle que soit leur taille, et systématiquement à toutes les grandes entreprises du 19e.

Résultats à fin décembre 2007

Un partenariat a été conclu avec la société Samsung. Celle-ci a mis gracieusement à disposition du CENT QUATRE, pendant toute la durée de la manifestation, l'ensemble du matériel de diffusion (écrans plasma) nécessaire à l'installation des œuvres présentées, que ce soit au sein du CENT QUATRE pour l'œuvre de Pierrick Sorin ou dans les cafés aux alentours.

4. Evolution de la structure

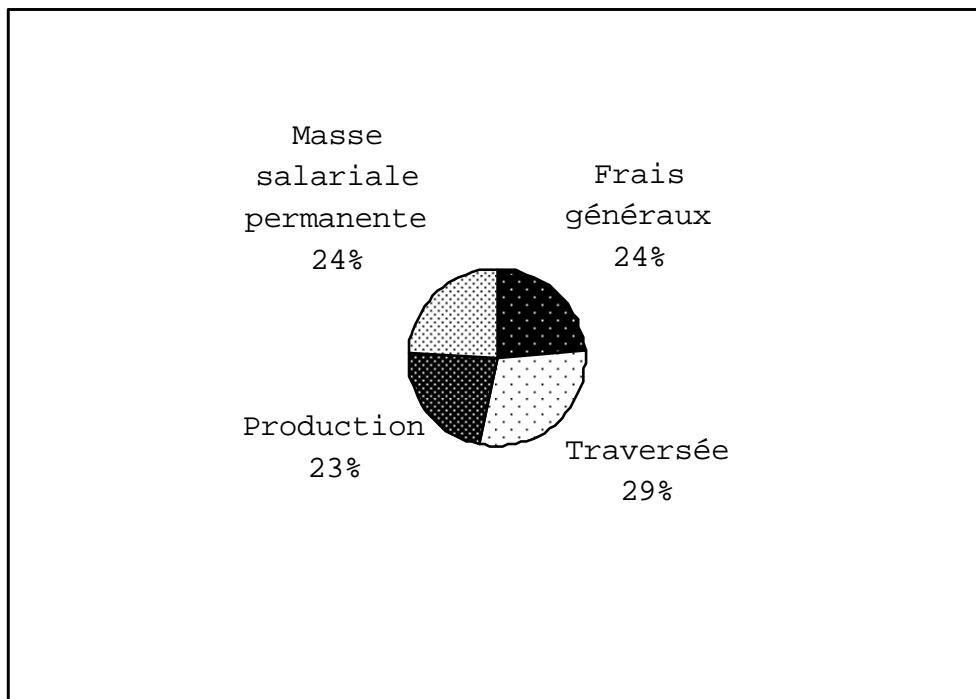
4.1. Grands équilibres budgétaires

Le budget prévisionnel du CENT QUATRE pour cette année de préfiguration s'élevait à 2,1 M€, pour la période de juin à décembre. Un retard sur le calendrier de versement de la dotation initiale n'a pas permis de commencer l'activité aussi tôt que prévu. Les premiers salariés n'ont été recrutés qu'au 1^{er} septembre.

La mise en place du logiciel de comptabilité, la connexion informatique avec la Recette générale des finances et la familiarisation du pôle comptabilité à la norme M4 a été longue. Les dépenses de la traversée n'ont donc pu être en totalité affectées à l'exercice 2007.

Ces deux facteurs nous permettent de reporter 519.076 € sur 2008, dont plus de 200.000 € financent des dépenses liées à la traversée.

Les grands équilibres 2007 sont les suivants :



4.2 Ressources humaines et emploi

La plus grande partie des postes ont été publiés. En quelques mois, le CENT QUATRE a reçu près de 3.000 candidatures (sans compter les candidatures spontanées qui n'ont pas pu être étudiées).

A la fin de l'année 2007, 16 personnes étaient embauchées en CDI :

	2007		
	Brut	Cotisations sociales	Total
Personnel du CENT QUATRE			
16 CDI	233 123	90 765	323 889
13 CDD (non artistiques)	59 340	22 193	81 533
Total masse salariale	292 463	CENT QUATRE 119 958	405 422

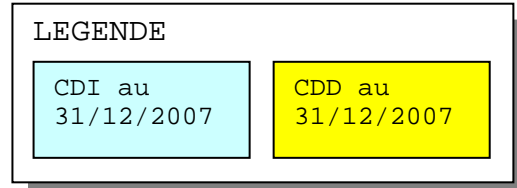
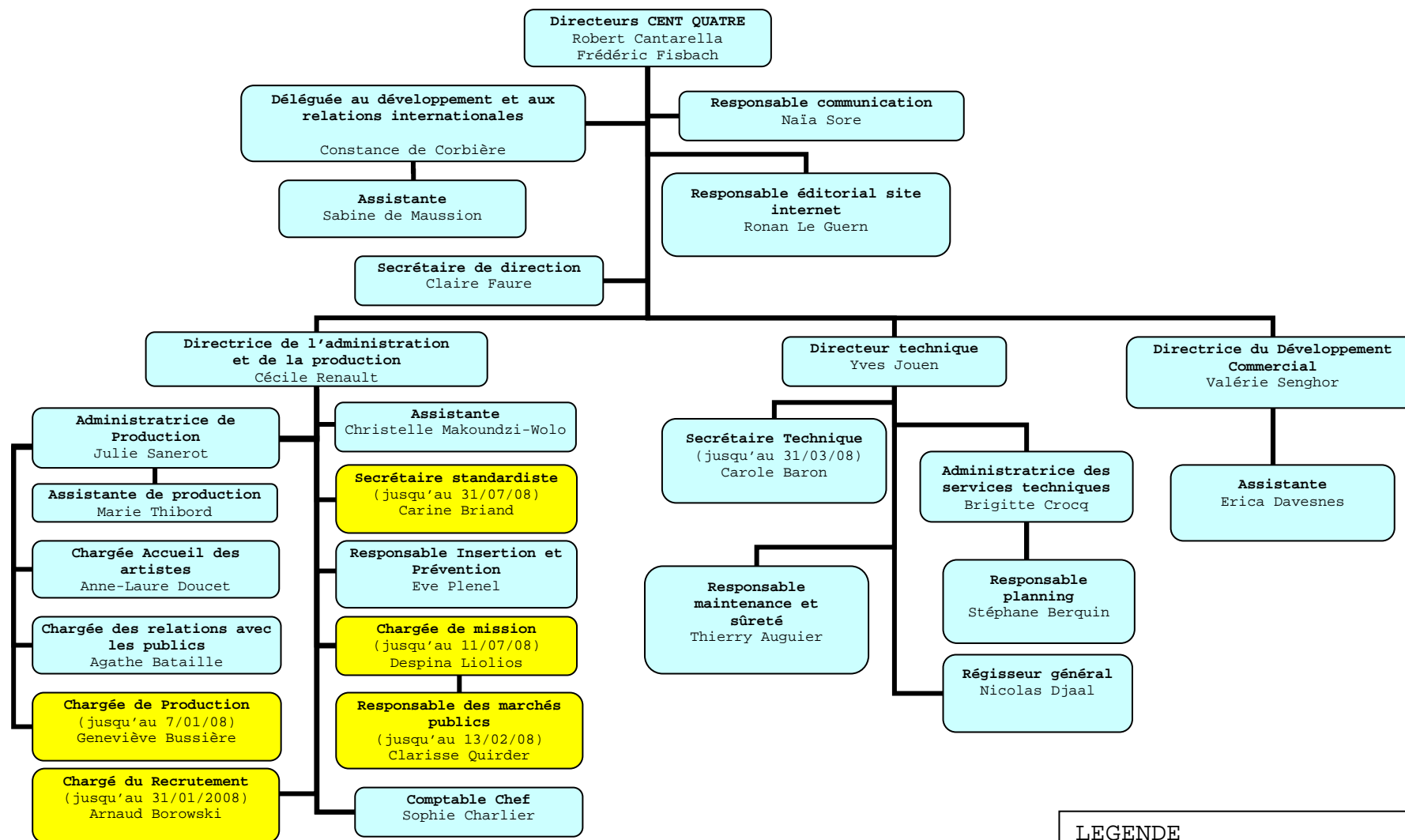
Les statuts du CENT QUATRE fixent un objectif de 10% d'emploi en insertion. Dès septembre 2007, un certain nombre de personnes relevant de ces dispositifs ont été accueillies.

Situation	2007		
	contrats	Heures CDI	1375
Allocataire du RMI	CDI	758	
Chômage longue durée	CDI	105	
Chômage longue durée	CDI	512	
		Heures CDD	1289
Chômage longue durée	CDD	532	
Chômage longue durée	CDD	357	
Handicap	CDD	98	
Handicap	CDD	151	
Chômage longue durée	CDD	151	
Total CDI CDD	8 contrats	2664	2664

Les emplois en insertion représentent 14% du volume horaire global, soit 12% pour les CDI et 17% pour les CDD.

Le conseil d'administration du CENT QUATRE a aussi voté, en 2007, des procédures dérogatoires afin que puissent être élus en 2008 des délégués du personnel et représentants du personnel au conseil d'administration.

L'organigramme de fin d'année se présentait de la manière suivante :



4.3. Marchés publics, bureaux, investissements et chantier du CENT QUATRE

Pour installer les équipes, le CENT QUATRE loue divers locaux :

- le 11 bis rue Curial (OPAC - 120 m²), qui a accueilli l'équipe de préfiguration des Poissons Volants dès janvier 2007,
- le 11 rue Curial (OPAC - 60 m²) qui a été loué à partir de l'été 2007,
- le 2/8 rue Gaston Rebuffat (bailleur privé - 160 m²) à partir d'octobre 2007 pour une durée d'un an.

L'équipement de ces locaux a été fait dans la plus grande simplicité (meublier ikéa, location de standard téléphonique, etc.). C'est la raison pour laquelle le montant des investissements 2007 a été très faible.

Le chantier du CENT QUATRE est suivi de près : un grand nombre de partenaires ont pu le visiter lors du créneau qui nous a été réservé le vendredi après-midi. Un suivi vidéo et photo a été réalisé, par des équipes artistiques en vue de la réalisation d'un documentaire et de la présentation de photos.

Annexe 1 - Projets et biographies des artistes

▪ Atelier le balto

Marc Pouzol (paysagiste), Véronique Faucheur (urbaniste), Laurent Dugua, architecte), Marc Vatinel (paysagiste).

L'Atelier le balto a été fondé à Berlin en 2001 par Marc Pouzol et Laurent Dugua ; l'équipe est actuellement formée de Marc Pouzol, Véronique Faucheur et Marc Vatinel. Ils ont notamment créé des jardins publics et semi-publics à l'Institut d'art contemporain KW à Berlin, au Palais de Tokyo à Paris, lors du festival de jardins Ortus Artis à Padula, en Italie, en Estonie. Les membres de l'atelier le balto sont aussi coorganisateur de l'événement annuel *Temporäre Gärten*, fondé en 1997 à Berlin, et des *Sommergärten*, qui ont été présentés à Francfort et Slubice, en Pologne, en 2003. Ces deux manifestations sont consacrées à la création de jardins éphémères par un large éventail d'architectes paysagistes. Ceux qui réfléchissent au rôle du jardin dans la transformation d'espaces publics urbains.

Ils sont intervenus dans le cadre de la nuit Blanche et entreront en résidence de projet à partir de l'automne 2008.

▪ Berger & Berger

Cyrille et Laurent P. Berger travaillent et vivent à Paris. Depuis trois ans les frères collaborent à des projets d'architecture. Ils proposent des dispositifs ouverts, interprétables, équivoques, qui ne répondent pas à des fonctions préétablies, mais qui tendent plutôt à inventer des usages. L'espace construit y est plus libre, sort de sa détermination fonctionnelle univoque pour produire des scénarii qui permettent aux architectures d'opérer sur le réel et le champ des représentations.

Cyrille Berger est diplômé de l'Ecole supérieure d'architecture de Paris La Villette. Scénographe au Centre Pompidou, il a collaboré aux projets de l'architecte Philippe Rahm (2005-2006). Il a participé à plusieurs expositions en Europe : IFA, Institut français d'architecture en 2001 ; Biennale de Venise en 2002.

Laurent P. Berger, artiste plasticien, est diplômé de l'Ecole nationale supérieure des arts décoratifs de Paris en 1998. Il réside à Rome, à New York puis revient vivre à Paris.

En empruntant des procédures de travail notamment dans le champ de l'art scénique et du cinéma, il confronte les relations entre public, temps et espace. Son travail, par des phénomènes d'hybridation, mêle des supports multiples, propose différents systèmes de représentation et de perception, réalisant des installations, sculptures, architectures, performances, vidéos, photographies, éditions et éléments graphiques. Il tente de réinventer à chaque fois des protocoles d'exposition et d'élaboration de travail. La plupart de ses projets sont réalisés insitu et usent de mécanismes fictionnels.

Il participe à plusieurs expositions collectives en Europe et en Amérique, notamment à *Puppets and Heavenly Creatures* (2005, TBA21 - Space in Progress, Vienne, Autriche), *Day for Night* (2006, Whitney Biennial, Whitney Museum, USA), *Grand Opening* (2006, Watermill Center, New York, USA), *Distor*

(2006, Museo de Arte Carrillo Gil, San Angel, Mexico City), *Rock'n' Roll Vol I*. (2007, Norrköpings Konstmuseum, Suède), *Theater without a Theater* (2007, MACBA, Barcelone).

En 1999-2000, il obtient la bourse de l'Académie de France à Rome et devient pensionnaire de la Villa Médicis.

Parallèlement, il intervient dans les domaines du théâtre, de la danse et de l'opéra, collabore ou réalise la scénographie et les lumières pour des projets présentés en Europe, en Amérique et en Asie.

En 2003, il rencontre les metteurs en scène Robert Cantarella et Frédéric Fisbach pour lesquels il a inventé autre chose que des décors : des unités d'habitation pour les Feuilletés d'Hypnos de René Char, un cinéma pour *Ça va* de Philippe Minyana, un cadre de jeu pour Hypolithe de Garnier. C'est cette dernière structure qui a été installée au cœur du Pavillon de l'Arsenal lors de la Nuit blanche 2007, pour la première apparition publique du projet du CENT QUATRE. Laurent P. Berger a aussi conçu l'identité visuelle provisoire du CENT QUATRE en 2006, à partir de l'idée d'effervescence symptomatique du projet.

A partir du mois d'octobre 2007, ils sont en résidence au CENT QUATRE pour travailler à la conception d'un programme de pavillons. L'urbanité du CENT QUATRE, son caractère hybride, à la fois lieu d'art et passage parisien, est un terrain d'expérience pour cette démarche. Les échanges entre les artistes, avec le public, les différents « flux » ainsi que la manière de vivre cet espace public, sont fortement influencés par l'architecture. Laurent P. Berger est convaincu qu'il faut, dès l'ouverture des lieux, instiller quelques perturbations architecturales, étapes d'une traversée physique et sensible. Il propose donc, avec l'architecte Cyrille Berger, quelques micro-habitations aux fonctions plus ou moins « utiles », issues d'une analyse précise des usages et non-usages nécessaires au projet. L'architecture produit alors des césures, ruptures et stances qui composent une « syntaxe habitante » structurante des flux humains, flux plastiques, flux abstraits, flux sonores, flux climatiques... La démarche des artistes, très conceptuelle, aboutit à des espaces de vie que tous peuvent s'approprier aisément.

Cette architecture modulaire mettra à la disposition du public des séquences de questionnements susceptibles de construire « une île paradisiaque », comme en témoignent les noms des pavillons : « Dr Jekyll and Mrs Mouse », « Love Hotel Room », « the Big Sleep Room », le bureau mobile... Le premier est une structure circulaire composée de poteaux lumineux : la nuit, ceux qui se trouvent à l'intérieur sont cachés par la luminosité dans un paradoxe insolent. Le jour, c'est un espace social « innocent », d'une grande porosité visuelle. Le love hôtel est un espace privatisable où l'on peut dormir ou faire l'amour en toute tranquillité. Cette construction simple et élégante peut aider ses usagers par ses pouvoirs olfactifs... et valorise la notion de plaisir, esthétique ou non. Le bureau mobile sera le plus petit module, espace individuel où l'on peut s'installer pour travailler, se connecter, dans une attitude de retrait par rapport aux flux, sans pour autant être dissimulé aux yeux des passants. Ce pavillon pourra changer d'emplacement régulièrement, modifiant la géographie et les usages du lieu de manière aléatoire.

Ces cinq modules sont conçus à l'occasion de la résidence des frères Berger qui s'achèvera en décembre 2008.

▪ **Alain Bernardini**

Alain Bernardini est né en 1960 en France, vit à Vitry-sur-Seine en banlieue parisienne et travaille partout. Il n'est pas diplômé d'une école des Beaux-Arts.

Après avoir été lycéen, pas longtemps, apprenti maçon, rien, homme de ménage, laveur de vitres, associé d'une entreprise de nettoyage, il entreprend des études d'arts plastiques option Littéraire à l'université Paris 1 Sorbonne Centre Saint-Charles et obtient sa licence en 1991. Tout en continuant à exercer une activité salariale en entreprise, il expose régulièrement depuis 1992 et est chargé de cours de 1996 à 2006 à Paris 8 Saint-Denis. Durant une dizaine d'années, il côtoie une vingtaine d'employés municipaux dans des parcs en banlieue nord de Paris. Il met en scène ces paysages municipaux et leurs jardiniers en utilisant des lectures performances, des diaporamas, des installations avec dessins, vidéos et machines.

D'autre part, il collabore à une pièce chorégraphique de Dominique Jégou. Depuis cinq ans, il tente de mettre en scène une autre représentation du monde du travail. Les employé(e)s d'usines de textile, d'agroalimentaire, de conserverie, de construction automobile, de machines agricoles, d'imprimeries, (etc.) sont ses modèles et acteurs des scènes photographiques et vidéographiques. Exit l'activité des salariés, le travail rejoué ou les portraits hiérarchiques. Il a envie d'autre chose, d'autres énergies que celles déployées pour la production de l'entreprise. Il demande donc aux salariés de réaliser des actions qui les représentent dans des situations de pause, d'inactivité, de jeux, d'interdits. Une sorte de défi commun aux clichés sur le monde du travail.

Il commence une résidence dans le cadre de la préfiguration au printemps 2007, qui consiste à réaliser sur le chantier une série de photos des ouvriers qui y travaillent, mais aussi des anciens employés des Pompes funèbres. Ces photos sont affichées sous forme de grands posters sur les palissades du chantier, rue Curial à partir du mois de septembre.

Il propose aussi une série de photos d'ouvriers sur bâches qui sont accrochées sur la grille du RadialSystem en septembre. Il présente une vidéo lors de la nuit Blanche, actuellement visible sur le site internet du 104.

▪ **Jean-Paul Curnier**

Jean-Paul Curnier est un écrivain né en 1951 à Arles. Il est auteur d'essais et de nombreux articles sur l'actualité, l'image, l'art, les medias, mais également auteur d'ouvrages littéraires, de pièces pour le théâtre et la danse, de films et d'installations vidéo. Il est membre du comité de rédaction de la revue *Lignes*.

Il donne des cours sur l'histoire de l'avant-garde et l'esthétisme dans différentes universités : à la Sorbonne, à Aix et dans les écoles d'Arts de Caen, d'Avignon et d'Aix.

Les Who alimentent son inspiration musicale depuis l'adolescence. Ses maîtres à penser sont Edgar Poe et Victor Segalen.

Dans son écriture il rêve que l'auteur s'efface au point que le lecteur puisse s'y glisser et penser que c'est lui-même qui a écrit ce qu'il vient de lire.

Il préfère le terme d'essayiste pour ne pas écraser l'humain, il revendique la non-fiction ou les petites moralités inversées ou encore les imprécations rigolotes sur la lecture.

Jean-Paul Curnier arpente le quartier à l'invitation du CENT QUATRE depuis plus le début de l'année 2007. Il est intervenu dans les collèges, a présenté des étapes de son travail au 11 bis et a rédigé quelques textes. Il intervient dans le cadre de la traversée dans les rues adjacentes au 104 où il dépose de petites phrases.

▪ Vincent Epplay

Vincent Epplay, artiste/musicien, élabore une recherche multiforme mettant en jeu la matérialité du son et ses modes de diffusion/réception.

Sa pratique emprunte à la fois aux arts visuels et aux musiques électroniques, il interroge les rapports son/image, le contexte de la diffusion (durée, lieu), et le rapport à l'audio-spectateur.

A partir d'installations ou d'interventions live, son travail se confronte à l'écoute d'un public sous la forme traditionnelle du concert, ou explore la dimension architecturale, plastique du son à travers la réalisation de dispositifs sonores installés.

Récemment, ont ainsi été montrées *Cabines d'écoute* et *Ebruitement des Rochers Parlants* aux Laboratoires d'Aubervilliers, *Jukebox pour musique sans titre* dans le cadre de l'exposition "Live" au Palais de Tokyo, *Cabine n°5* dans le cadre de l'exposition "Ecoute" au Centre Georges Pompidou, *Reprise de l'effet relief*, *Transpalette /Emmetrop*, Bourges en 2006, installation de *Cabine d'écoute #5* au Kunst-Werke dans le cadre de Art France Berlin à la suite d'une résidence à Berlin (Villa Médicis hors les murs - AFAA).

Il se produit régulièrement en concert, en solo ou en collaboration avec d'autres artistes, dans différents festivals en Europe (Villette numérique - Paris, Netmage - Bologne, Transmediales - Berlin, Festival de Buenos Aires).

Commande du GRM / la Muse en circuit pour une création sonore avec Sébastien Roux, présentée à la Maison de radio France, Paris 2006.

En 2005 - 2006, il collabore avec la chorégraphe Maria Donata d'Urso pour la création du solo "Collection particulière" ainsi qu'à la création 2007.

Il crée une installation sonore sous la halle Aubervilliers et sort un vinyle pour le 104 « Le disque contre l'insomnie ».

▪ Experimental Jetset

Experimental Jetset a été fondé par Marieke Stolk, Erwin Brinkers et Danny van den Dungen après avoir fini leurs études à la Gerrit Rietveld Academy, à Amsterdam, en 1997. Cette agence de design graphique réalise aussi bien des affiches, des tee-shirts, de la signalétique que des éditions.

Quelques signes distinctifs : des caractères bâtons (les linéales leurs semblent plus adaptées aux techniques d'expression modernes que les caractères typographiques à empâtements) ; des couleurs rouge-bleu-noir ; des aplats plutôt que des dégradés.

Une lecture marquante : *La Société du spectacle* de Guy Debord, les conduit à travailler d'une façon « non représentative », en créant des objets qui ne fonctionnent pas comme des images mais comme des objets matériels. Ainsi, ils utilisent beaucoup dans leur travail l'espace blanc et/ou le vide pour que le spectateur voie le papier lui-même, que son regard perce au-delà du monde des images, et distingue toute la base matérielle qui se cache en dessous.

Influences artistiques : le graphiste Bob Gill, le plasticien Richard Prince, la musique pop et la culture rock (Experimental Jetset est une référence à un album de Sonic Youth).

Quelques références clé :

- Le catalogue et la signalétique de l'exposition Elysian Fields pour le Centre Pompidou en 2000.
- Le tee-shirt "John & Paul & Ringo & Georges" réalisé en 2001 pour une marque japonaise à propos d'un groupe de rock. Ce t-shirt a été beaucoup vendu et considérablement imité à travers le monde.
- L'identité graphique le Stedelijk Museum (SMCS) à Amsterdam en 2004 ;
- Le logo de la Réunion des Musées nationaux en 2006 ;
- Les expositions collectives (notamment chez Colette en 2007) et individuelles (dont Kemistry Gallery à Londres en 2007).

Et encore : des conférences musicales au cours desquelles les spectateurs sont invités à écouter des morceaux choisis autour d'un thème défini (le soleil dans la musique pop par exemple). Un document introduisant chaque morceau destiné à être lu durant l'écoute est ainsi distribué au public.

Le CENT QUATRE leur a demandé de concevoir plus qu'une charte graphique ou qu'un logo. Partant des écrits de Walter Benjamin sur les passages parisiens, de l'architecture industrielle, ils ont décliné pour le CENT QUATRE un système graphique complet et original et designent tous les supports de communication. Ils sont présents lors de la nuit Blanche au Pavillon de l'Arsenal pour une performance musicale et lors de la Traversée pour un DJ set.

▪ **Christophe Lamiot Enos**

Christophe Lamiot Enos est né en 1962 en Normandie. En 1981, un grave accident change le cours de sa vie. Il reprend ses études d'anglais jusqu'à une thèse qui le conduit aux États-Unis où il passera 14 ans, en Californie d'abord puis à Princeton, dans le New Jersey. C'est là qu'il va revenir sur son expérience californienne, son amour de la Californie, à partir de sensations mémorielles auxquelles il va tenter de donner corps. Depuis son retour en Europe, il a publié trois volumes de poèmes et participé à diverses revues et manifestations littéraires. *Albany* vient conclure un long recueil narratif: *Des pommes et des oranges, Californie*, livre écrit en un an, il y a presque dix ans et où certains souvenirs datent d'autant, il prend SES temps.

Son travail devant la page, de mise en mots de ce qui n'a pas encore de mots ni de célébration, vise à un mieux-être par celle-ci, conçue comme

tentative de faire aboutir une expérience vécue, d'en trouver la marque (le pourquoi d'un souvenir, le comment d'une "quotidienneté", les contours d'un relief émotionnel, d'une sensation forte par exemple).

Formateur de formateurs à l'IUFM de l'Académie de Rouen à Evreux, il consacre sa recherche aux relations fondamentales que peuvent entretenir poésie et didactique sur "redécouvrir le plaisir d'écrire" et sur "qui porte introduction à la poésie contemporaine".

Invité au CENT QUATRE, il a arpenté le quartier, rencontré certains de ses habitants, et écrit des textes qu'il lira lors de la Traversée.

▪ **Michel Lasserre et Paola Yacoub**

Paola Yacoub et Michel Lasserre vivent et travaillent à Berlin. Paola Yacoub a reçu un diplôme de l'Architectural Association School of Architecture à Londres, pendant que Michel Lasserre étudiait l'architecture à Paris. Ils travaillent ensemble depuis 1996 sur un projet à long terme : l'analyse et l'interprétation critique de l'espace libanais - plus spécifiquement Beyrouth et les paysages du Liban méridional - et ses transformations pendant et après quinze ans de guerre. Ils réfléchissent sur les effets et les changements de la perception, des aspects et des utilisations des territoires, dans des zones de conflit et ailleurs. Leurs points de départ : des fragments du territoire (une route, un village, un hôtel...) qu'ils repèrent et documentent sous forme de photos, vidéos, enregistrements sonores, cartographies et textes. Par des montages dynamiques, ils étudient comment ces éléments évoluent dans les regards et les usages en fonction du contexte politique et social.

Selon Catherine David "ils confrontent l'état actuel de divers lieux et paysages où rien ne désigne le drame avec la mémoire et le témoignage des combattants et des victimes de la guerre". Ils s'intéressent aux conditions qui régissent le contenu d'un document : aux facteurs sous-jacents tels que le temps, le lieu, les aspects émotionnels et les associations. Notre perception d'un hall d'entrée d'hôtel se modifie par exemple sensiblement lorsque l'on apprend que pendant la guerre, ces derniers, celui du Holiday Inn de Beyrouth en particulier, servaient souvent de lieu de négociations pour la libération des otages. Les images de tels lieux deviennent vecteurs d'associations et d'émotions rendant l'histoire "sensible" et le territoire chargé d' "expressivité".

Dans le cadre de leur résidence au CENT QUATRE, ils sont venus à plusieurs reprises photographier l'architecture du quartier pour aboutir à des montages d'images et de textes d'actualité. Ce sont quatre shows d'une dizaine de minutes qui forment l'aboutissement de leur résidence et sont présentés lors de la traversée.

▪ **Sébastien Lifshitz**

Sébastien Lifshitz est né en 1968 à Paris. Après des études en histoire de l'art, il travaille dans le milieu de l'art contemporain en tant qu'assistant du curateur Bernard Blistène au Centre Pompidou, sur les expositions consacrées à Richard Artschwager, Edward Ruscha et Andy Warhol, puis de la photographe plasticienne Suzanne Lafont.

En 1994, il se tourne vers le cinéma et réalise son premier court-métrage, « Il faut que je l'aime ». Suivront en 1995 un documentaire sur la réalisatrice Claire Denis, et en 1998, « Les Corps ouverts ». Salué dans de nombreux festivals internationaux (Cannes et Clermont-Ferrand), ce moyen-métrage obtient le prix Jean Vigo et le prix Kodak.

En 1999, Arte lui commande un téléfilm, "Les Terres froides", pour la série Gauche-Droite, sélectionné à la Mostra internationale de Venise. En 2000, il tourne son premier long métrage, "Presque Rien", puis en 2001, "La Traversée", un road-movie documentaire sélectionné à la Quinzaine des réalisateurs de Cannes. En 2004, il se lance dans la réalisation de *Wild Side*, qui remportera, entre autres récompenses, le Teddy Award au Festival de Berlin.

Depuis peu, Sébastien Lifshitz est devenu un intervenant régulier dans des écoles de cinéma afin d'aider les étudiants dans leur parcours d'auteur-réalisateur. Là, il a rencontré certains talents qui perceront ces prochaines années. Mais les temps sont rudes et il devient de plus en plus difficile pour ces jeunes réalisateurs de se faire connaître. À peine sortis de l'école, ils se retrouvent souvent démunis et découragés. **En partant de ce constat, Sébastien Lifshitz a proposé au CENT QUATRE de se rendre dans plusieurs écoles de cinéma en France et dans quelques pays européens, afin de rechercher des films et des auteurs forts, impertinents et nouveaux.** Ce projet est ainsi l'occasion de montrer au public des œuvres de jeunes cinéastes qui ne sont généralement pas destinées à la diffusion.

A partir d'octobre 2007, Sébastien Lifshitz part à la rencontre des écoles pour récolter ces films en vue de la présentation d'une sélection lors du premier festival.

▪ **Maï Lucas**

Maï Lucas est née en 1968 à Paris. Imprégnée de la culture Hip Hop depuis les années 80, elle a fait plusieurs voyages aux Etats-Unis afin d'y vivre et d'observer la "street culture" au cœur des ghettos multiraciaux. L'œil du photographe arrive à capter à travers ses clichés une vérité ; le spectateur devient alors témoin d'un moment de partage où se révèle l'essence de ses jeunes du ghetto. Elle a mis sur pieds un projet personnel concernant les minorités américaines : afro-américaine, portoricaine et dominicaine, avec pour volonté de rendre compte de la source de cette culture inspirant les jeunes du monde entier.

Depuis 2003, elle a présenté, entre autres, "New-York City, Ghetto Shine" à la Galerie Speerstra en 2003 à Paris, "JonesBeach" à l'Espace Helenbeck en 2004 à Nice, "Tatoos, 125 Street" à la Galerie Speerstra en 2005 à Paris. Elle participe également à de nombreuses campagnes de publicité, de mode et de musique, et publie régulièrement dans un grand nombre de magazines.

Durant l'année 2007, son travail s'est effectué dans les rues adjacentes du 104 rue d'Aubervilliers du 19^e arrondissement, dans le cadre d'une résidence au CENT QUATRE. Elle cherche à développer un autre regard sur "la population d'un quartier rempli de complexités". Ses photos sont exposées dans différents lieux du parcours de la Traversée.

▪ **Relevés d'images**

Les artistes Robert Cantarella, Sophie Chiabaut, Katell Djian, Julien Fizera et Nicolas Milteau se sont réunis pour suivre l'avancée du 104 en train de se faire avec un caméra et un micro. Ils prélèvent régulièrement

des moments de l'avancée du 104 en train de se faire, pour accumuler des images en construisant, au fur et à mesure de l'avancée du chantier, des montages. Ils rencontrent les personnes impliquées dans sa construction. Ce projet vise la création de la mémoire en film du projet.

« Tout comme le projet artistique et humain qui sous-tend la préparation du lieu 104, nous nous attachons à déterminer le chemin d'élaboration et d'en rendre compte en images. Les prélèvements sont les traces des gestes qui font les espaces. Sur le chantier, nous nous attachons aux mouvements des ouvriers, à leurs organisations et aux verbes qu'ils activent en travaillant. Les gestes de jeter, de balayer, de pousser, de trier, de briser, de détruire, de stocker, ont permis de rendre l'espace disponible pour la suite. Nous suivrons la construction jusqu'à son terme. Nous avons commencé en même temps que les premiers ouvriers : temps de destruction, de nettoyage et de préparation. Là aussi, nous continuons à enregistrer, et surtout à cadrer. Nous donnons une durée et un cadre aux verbes qui vont faire le 104. Ceci jusqu'au moment de l'ouverture et après, lorsque les verbes seront ceux des premiers passants qui : déambuleront, observeront, parleront et assisteront aux travaux d'artistes.

La mémoire ainsi constituée est elle-même un chantier. Les choix de formes témoignent de la réalité de ce chantier vu depuis le lieu de sa seule réalité tangible, c'est-à-dire le bâtiment. Ce que nous voyons est la succession de ces gestes parfois incohérents à priori, et dont le dessein général nous est souvent mystérieux du fait qu'ils obéissent à l'ordre d'un plan de construction, d'un à venir que nous ne percevons pas dans l'observation du travail. Le suspens vient de là. De l'attente d'un plan général, et ce d'autant plus manifestement que le projet du 104 est hybride, labyrinthique et que le plan d'ensemble s'organise autour d'un passage, donc d'un mouvement permanent.

Le document est aussi fait d'autres points de fuite.

- Nous filmons des personnes que nous interrogeons et qui ont une fonction dans le projet. Architecte, directeur de travaux, responsables politiques, ouvriers, ils sont pris dans la proximité du chantier, dans son périmètre. Ils décrivent leurs gestes qui s'apparentent plus à une conceptualisation, à une mise en œuvre en amont ou en parallèle. Ces moments dureront aussi jusqu'à la livraison du bâtiment. Nous souhaitons interroger les commerçants, les responsables de la maintenance, de la sécurité et, bien entendu, les premiers artistes qui seront les usagés du 104.

- Autre perspective, nous suivrons une matière depuis son origine jusqu'à sa destination au 104. Nous choisissons le bois des parements intérieurs des salles de diffusion. Nous allons filmer la forêt, puis la scierie, l'usine de traitement thermique et enfin la pose dans les salles. Il s'agit de tracer la matérialité au sens le plus direct de la construction. De s'occuper du cheminement et de la destination, c'est aussi une déclinaison du projet 104 à son niveau conceptuel.

- Et pour continuer dans notre projet qui est de *filmer le chantier d'un film sur un chantier*, nous créons des fictions, des films de fiction, qui se déroulent à l'intérieur du chantier du 104. Pendant la durée d'un samedi et d'un dimanche, avec l'équipe de tournage constituée d'une cadreuse, d'une preneuse de son et d'un assistant, nous filmons des histoires reliées entre elles, à la fois par la présence d'acteurs récurrents et par des fables qui parlent de sentiments en chantier, en construction ou en transformation. Ces micros films ou films atomiques qui se réalisent en deux jours sont des travaux de fictions qui livrent d'autres gestes de constructions.

Le projet du film **ENCHANTIER** est de relier l'ensemble des prises que nous réalisons dans les différentes directions pour créer une œuvre gigogne qui aura une durée hors norme et qui sera la trace intégrale du temps de

gestation et de construction du projet 104. Les livraisons du projet peuvent prendre plusieurs formes :

- Des durées courtes de 104 secondes ou de 1 minute et 04 secondes, ou de 10 minutes et 4 secondes afin de se donner un cadre arbitraire, joueur et ainsi isoler des processus : suspendre une action, ou souligner un verbe.
- Les temps des fictions car chacune d'entre elles, est montée de manière indépendante et peut ainsi être projetée comme un court ou un moyen métrage
- Dans un dispositif plus traditionnel qui mélange image de document et interviews pour des usages plus pédagogiques ou informatifs.

Notre désir est de faire une œuvre protéiforme qui elle-même soit porteuse du mouvement artistique induit dans la création de ce lieu, par conséquent de répondre à des usages différents, à des modes d'exposition variés, et à se prêter au jeu d'une disponibilité proche d'un jeu de construction. »

▪ **Olivia Rosenthal**

Olivia Rosenthal est née à Paris en 1965. Ecrivain, elle a publié sept récits (édition Verticales) qui mettent aux prises des personnages obsessionnels, inquiets, décalés, avec un monde dans lequel ils ne se reconnaissent jamais tout à fait. *Mes petites communautés* (1999), *Puisque nous sommes vivants* (2000), *L'Homme de mes rêves* (2002) ou *Les Fantaisies spéculatives de J.H. le sémite* (2005) s'attachent aux formes étranges que prend la pensée d'un personnage quand, doutant de son identité, il se retrouve entièrement laissé à lui-même. *On n'est pas là pour disparaître* (2007), son dernier livre, a été sélectionné dans plusieurs prix (Prix Goncourt, Goncourt des Lycéens, sélection France-Culture-Télérama, etc.) et a obtenu le Prix Wepler et le prix Pierre Simon (« Ethique et société »).

Olivia Rosenthal a expérimenté des formes d'écriture plus directement adressées : fictions radiophoniques ou pièces de théâtre. Sa première pièce *Les Félines m'aiment bien* éditée chez Actes Sud-Papiers a été mise en scène par Alain Ollivier au théâtre Gérard-Philipe de Saint-Denis en 2005. Depuis, elle a écrit trois autres pièces, dont l'une *Les lois de l'hospitalité* vient d'être mise en scène par Marie Vialle aux Subsistances à Lyon.

Elle s'est également engagée dans des performances, où elle dit en direct des textes écrits pour la scène : *Les auteurs n'aiment pas qu'on les confonde avec leurs personnages* a été réalisée en compagnie de Michaël Batalla (festival « Correspondances », Manosque 2005) ; *Vertigo Project* (Ménagerie de Verre, Paris 2006) est née d'une collaboration avec Olivier Ducastel, cinéaste ; *Olivia Rosenthal et Denis Lachaud écrivains en colère*, performance dans laquelle les deux auteurs se livraient en riant à une colère jusque là bien rentrée, a été créée au marché du théâtre (Paris, 2006).

Depuis 2006, elle est en résidence au CENT QUATRE pour travailler sur l'architecture en paroles: elle a visité le CENT QUATRE avec des personnes qui ont travaillé pour le SMPF, qui travaillent sur le chantier aujourd'hui et qui travailleront plus tard au CENT QUATRE. Ce matériau lui a permis d'écrire *Viande Froide* qu'elle a ensuite transformé en pièce sonore, enregistrée notamment avec Nathalie Richard.

▪ Nicolas Simarik

Nicolas Simarik est né en 1977 à Creil. C'est un artiste étonnant dont l'œuvre est bâtie par des actes « *artistico-sociétaux* » complexes tant humoristiques que politiques et engagés. Simarik intervient, s'agite dans le réel, au cœur de l'agora bruyante colorée et mouvementée de notre cité. Il se glisse habilement dans les failles du système, comme en se faisant embaucher par des chefs d'entreprise, pour des contrats de trois ou dix minutes. Nicolas Simarik se nourrit de culture populaire comme l'on se repaît d'amour et d'eau fraîche. Fin gourmet, il goûte délicieusement le pastiche et se déguise en Dupont et Dupond ou en rappeur Ricard pour l'exposition de l'espace Paul Ricard à Paris. Simarik excelle à réunir des personnes d'horizons différents, ouvrant par la force de sa généreuse convivialité les vannes de la conscience de la joie et de la simplicité : il parvient ainsi à transformer l'instant en événement, en œuvre d'art.

Dans le quartier réputé difficile d'Empalot à Toulouse, où il a été invité en résidence par l'association « Entrez sans frapper », il a réalisé l'étonnant catalogue « **La Déroute** ». Même nombre de pages, même format, même présentation graphique, à première vue, ce catalogue pastiche ressemble à s'y méprendre à son « frère jumeau » de La Redoute, le leader français de la vente par correspondance. La ressemblance s'arrête là car ce « pavé » de 1236 pages et de près de deux kilos, réalisé par Simarik et par les 600 habitants du quartier vise, loin de tout objectif commercial, une réhabilitation, par l'art, de l'image des cités.

Le CENT QUATRE invite Nicolas Simarik en résidence à partir du mois d'octobre 2007 pour imaginer un projet pour l'ouverture du 104. Il s'agit d'un projet participatif autour du thème symbolique de la clé dont les contours se précisent durant les derniers mois de l'année 2007.

▪ Viravong

Viravong, né en France en 1976, est un artiste de bandes dessinées. Après avoir été diplômé en économie et communication, Viravong a étudié les arts visuels à la fameuse Ecole Olivier-de-Serres à Paris. Bien que bercé durant son enfance par la bande dessinée "franco-belge", c'est un pur héritier de la génération comics américains et mangas japonais.

En novembre 1996, alors qu'il est toujours étudiant, il auto-édite son premier comix, **Sheytan** n°1. En mars 1997, il remporte le trophée Presse-citron (dessin de presse) à l'Ecole des Arts appliqués Estienne. En 1998, il débute une carrière de graphiste et de dessinateur.

En juin 2007, Viravong publie **Sheytan** chez Casterman, sous le label KSTR BD. Auteur sans concession, il allie un dessin dynamique et un humour au vitriol. Cet album, qui raconte l'histoire de copains qui montent un groupe de rock, se fait surtout remarquer par son ton jeune et ses nombreuses références à la culture rock. Cet album laisse ainsi ressortir le côté « music addict » de son auteur.

En 2009, Viravong sort une nouvelle BD intitulée **Unic Team**, éditée chez KSTR/Casterman. ©Casterman-Viravong
L'artiste en a d'ailleurs agrandi et exposé douze planches en exclusivité lors de « La Traversée » du CENT QUATRE en décembre 2007.
Cette fois, à travers Unic Team, c'est leur passion pour le skateboard qui caractérise les héros de l'histoire. Par cette pratique nomade, de jeunes skateurs s'approprient l'espace urbain, sillonnant la ville dans le but de dénicher des « spots » propices à mettre leurs aptitudes à l'épreuve. La

ville devient ainsi un terrain de jeu sans fin, et le Nord-Est parisien le théâtre de leurs aventures.

Au cours de leur quête, les personnages se retrouvent au CENT QUATRE, rue d'Aubervilliers, situé au centre d'un quartier populaire et cosmopolite. Celui-ci devient, sous le crayon de Viravong, un squat à l'abandon faisant office de *skate-park* de fortune pour les jeunes du quartier. Un petit clin d'oeil de l'auteur à sa future résidence au CENT QUATRE. Viravong s'attache à faire transparaître l'atmosphère du XIX^e arrondissement, et ses rencontres avec les habitants, ses visites du quartier lui permettront d'insuffler authenticité et originalité à son histoire.

À travers sa nouvelle bande dessinée, Viravong met en valeur une discipline encore mal perçue par le public, souvent encadrée et circonscrite dans des skate-parks. Cet ouvrage, directement lié à notre époque, épouse l'air du temps. Cette passion que l'auteur a en commun avec ses héros constitue en effet « un prescripteur de tendances, une culture copiée, récupérée et digérée par la mode et les médias ».

Viravong est intervenu avec une performance dessinée lors de la nuit blanche au Pavillon de l'Arsenal.

Annexe 2 - Détails de la stratégie de communication

Analyse globale :

Les efforts de communication du CENT QUATRE se sont concentrés sur l'événement de préfiguration : la Traversée qui a eu lieu le 29 et 30 décembre 2007. Néanmoins, selon la mise en place d'une stratégie d'apparition progressive sur le plan national et international, le CENT QUATRE a mis en place des opérations spécifiques de communication pour ces événements tels Berlin et Nuit Blanche.

A - Berlin

LE 17 septembre l'occasion de la venue du Maire de Paris, le CENT QUATRE a réuni ses partenaires internationaux pour ne réunion de travail suivi d'une fête avec des interventions artistiques. Les objectifs étaient de faire connaître le projet auprès des institutions de la vile des publics et des artistes internationaux très nombreux résidents à Berlin.

- diffusion de la présence du CENT QUATRE sur les outils de communication du Radial System V.
- diffusion d'une newsletter électronique
- Production de posters A3 / Diffusion au public lors de la soirée au RadialSystem
- Fabrication de badges (6 visuels différents) / Diffusion au public lors de la soirée.
- Diffusion d'1 communiqué de presse notamment auprès des médias allemands.

B - Nuit Blanche au Pavillon de l'Arsenal

Pour la nuit blanche du 6 octobre, le CENT QUATRE a travaillé en étroite concertation avec le service de presse du Pavillon de l'arsenal et s'est aussi appuyé sur les outils communs à la nuit blanche. C'était pour le CENT QUATRE un moyen d'apparaître sur le plan artistique grâce à de nombreuses interventions d'artistes déjà en résidence dans le cadre de la préfiguration.

- Diffusion d'un communiqué de presse rédigé conjointement avec le service de communication du Pavillon de l'Arsenal.
- Diffusion d'un programme Nuit Blanche spécifique à la soirée du CENT QUATRE au Pavillon de l'Arsenal à l'ensemble des visiteurs.
- Production d'objets promotionnels : sacs, badges, T-shirts diffusés lors de la soirée

C - La Traversée du CENT QUATRE le 29 et 30 décembre 2007 : un acte fondateur

Le 29 et 30 décembre 2007, le CENT QUATRE a exceptionnellement ouvert ses portes au public. Durant ces deux jours, 15 000 personnes sont venues traverser le chantier de ce nouveau lieu. A cette occasion, de nombreux artistes - écrivains, designers, acteurs, graphistes, vidéastes, architectes, photographes, etc. - associés au projet, ont investi le passage entre le 5 rue Curial et le 104 rue d'Aubervilliers et un parcours artistique tracé pour l'occasion, allant du métro Riquet au métro Stalingrad.

La Traversée a permis au public, devenant spectateur de la mutation du

lieu, de découvrir son architecture majestueuse et l'ampleur des travaux avant l'inauguration du CENT QUATRE en 2008. En termes de communication, cet évènement a révélé l'identité du CENT QUATRE en avant première, l'a installé sur la carte géographique de Paris et a été la première expérience pour le public de ce lieu. La stratégie de communication développée pour l'occasion s'est essentiellement basée sur le côté « avant première », exceptionnel, de l'ouverture du chantier. Non pas une inauguration officielle, mais une « générale » excitante comme une « effraction », une manière privilégiée « d'en être ». La campagne de communication de la Traversée portait donc sur deux objets :

- l'évènement que l'on souhaitait communiquer : « inviter la ville » à l'évènement ;
- le lieu en lui-même : installer la « différence » du lieu.

La Traversée de décembre 2007, sans être une inauguration au sens propre est restée néanmoins un évènement fondateur. Il s'agissait en effet de la première apparition du CENT QUATRE :

- en tant que lieu physique : une adresse, un bâtiment
- en tant qu'institution communicante : la naissance d'une « marque » : une identité, un projet, un ton.

Afin de soutenir l'effort de communication spécifique dédié à cet évènement exceptionnel, le CENT QUATRE a décidé de faire appel à deux agences spécialisées en communication et relations presse via des procédures de marchés publics. L'agence de communication retenue a été BETC Eurorscg, l'agence de relations presse : le 2^{ème} Bureau.

1) Bilan de BETC Euro RSCG - Agence de communication

L'agence BETC Euro RSCG a été retenue suite à l'appel d'offre concernant la mise en place spécifique de certains aspects du plan de communication de La Traversée : une campagne de marketing viral, une campagne de street marketing et la production d'un objet promotionnel « exceptionnel » pour cet évènement. Elle a par ailleurs créé le visuel de toute la campagne de communication de la Traversée du CENT QUATRE.

a) Mise en place du Site teaser www.104latraversee.com :

- Mise en ligne des différents temps pour un dévoilement progressif du lieu sur le site :
 - Le Temps : mise en ligne le 29/11
 - Le Passage : mise en ligne le 12/12
 - Paris & Goodies : mise en ligne le 21/12
- Le formulaire contact a enregistré 113 SMS et 1060 emails.
- Nombre de visiteurs : 15 000.

Campagne d'Emailing :

- Evene.fr
- Cityvox.fr
- Citegay.fr

b) Mise en place d'une campagne de Street marketing :

- Kits « passage piétons » : présence de 11 passages piétons à 11 lieux stratégiques à Paris.
- Marquage au sol : 5 500 marquages dans tout Paris.
- Happenings : 2 équipes ont chacune couvert 10 lieux stratégiques à Paris.

c) Objets promotionnels :

- Confection de 300 T-shirts destinés aux VIP lors de la Traversée VIP.

2) Les moyens de communication mis en œuvres par le CENT QUATRE

a) Dispositif médias :

PRESSE : partenariats média

- RFI :
Diffusion d'un spot sur RFI 3 fois par jour pendant 10 jours du 20 au 29 décembre.
- 20 Minutes :
 - 1 colonne en pages Guide sur l'ensemble des éditions de 20 Minutes le 17/12/07
 - 1 colonne en pages Guide sur l'édition le jeudi 20 décembre Rédactionnel
- A Nous Paris :
 - ½ page dans le numéro du 03/12/07
 - ½ page dans le numéro du 10/12/07
 - 1/8 de page dans le numéro du 17/12/07
- Art 21 : une page quadri face édito dans le numéro de décembre 2007/janvier 2008
- Art Press : une page quadri dans le numéro de décembre 2007
- Beaux-Arts Magazine :
 - Une page quadri dans le numéro de décembre 2007
 - Un publi info de 700 signes avec photo dans le numéro de décembre 2007
- La Terrasse : ½ page quadri dans le numéro de décembre 2007
- Le Nouvel Observateur :
 - ¼ page quadri dans le numéro du 13/12/07
 - ¼ page quadri dans le numéro du 20/12/07
- Les Inrockuptibles :
 - Une pleine page quadri dans le numéro du 11/12/2007
- Zerodeux :
 - 1 poster A3 encarté dans le numéro de décembre 2007
- Where Paris :
 - 1/3 page dans le numéro du 29/11/07
 - Présence dans la newsletter

INTERNET

- Paris-art.com (partenariat média) :
Encart présent pendant une semaine sur le site paris-art.com
Envoi d'une newsletter spécifique à 48 000 abonnés
[Obtient le meilleur taux de clics soit 0,85%]
- A Nous Paris (partenariat média) : Bannière présente une semaine à partir du 17/12/07 sur le site Internet www.anous.fr
- Encarts présents également sur les sites suivant :
Lemonde.fr [générateur du plus grand nombre de clics soit 2 547 clics]
Rue89.fr
Cityvox.fr
Fubiz.net
Suchablog.com
Commeuncamion.com
Trendnow.net
2803.com
Welove.ff017d.com
Sneaker.fr
Au-secour-jai-un-blog.com
Ladiesroom.fr
Bienbienbien.net
- Visibilité : 3 890 152 contacts.
- Trafic vers le site teaser www.104latraversee.com : 9 242 clics pour un taux de clic de 0,24%.
- Campagne avec un CPC (coût par clic) de 2,95€.
- 3 890 152 impressions délivrées sur un volume total de 4 480 858 achetées, soit 87% de la campagne délivrée.

b) Dispositif Hors-media :

Tract multilingue A4 recto/verso

- 5 000 exemplaires distribués par une hôtesse de distribution de tracts dans 18 établissements (associations, centres sociaux et services de proximité du 19^e arrondissement) et lors de "la Traversée".
- Objectifs : faire connaître le CENT QUATRE et l'évènement "La Traversée" à un public de proximité et un public international dans les 6 langues les plus parlés dans le quartier et à l'échelle internationale (espagnol, anglais, turc, arabe littéraire, bambara et mandarin). Lors de la Traversée, il s'agissait aussi de permettre aux médiateurs de communiquer plus facilement avec un public non francophone.

Programme A3 « La Traversée »

- 40 000 exemplaires distribués par les médiateurs le vendredi 28 décembre dans tous les lieux publics du quartier du CENT QUATRE et durant la Traversée aux sorties des métros Crimée et Riquet, à l'entrée et à la sortie du chantier du CENT QUATRE et à l'entrée de chaque lieu du parcours artistique.
- Objectif :
 - Le vendredi : informer et faire venir le public de proximité
 - Durant la Traversée : informer les visiteurs du déroulement de l'évènement, des travaux artistiques présents à l'intérieur et à l'extérieur du CENT QUATRE et leur fournir les informations pratiques nécessaires.

Dossier de présentation en français

- 300 exemplaires distribués dans les sacs offerts aux journalistes et VIP lors de la visite presse et de la Traversée VIP.

- Objectif : informer les journalistes et VIP sur le projet du CENT QUATRE.
Invitations 15x21cm

- 2 000 exemplaires envoyés par voie postale aux acteurs locaux, aux élus, aux directeurs des institutions culturelles, aux institutionnels, aux anciens des Pompes funèbres, aux porteurs de projets, aux entreprises du chantier, aux artistes, aux entreprises du 19^e arrondissement de Paris, aux agences de communication et agences événementielles, aux partenaires mécénat, aux organisateurs de salons, aux partenaires éditoriaux et aux partenaires commerciaux.

- Objectif : valoriser les VIP et les faire venir à la Traversée VIP pour leur faire découvrir le lieu en avant-première.

Stickers pour la promotion du disque vinyle *Le disque contre l'Insomnie (hypnose)* de Vincent Epplay

- 5 000 exemplaires. 200 exemplaires ont été distribués dans les sacs offerts aux journalistes et VIP lors du pot presse et de la Traversée VIP le reste par PPT. Le reste a été distribué par le Label PPT.

- Objectif : promouvoir le vinyle de Vincent Epplay réalisé dans le cadre de la Traversée.

Affiches 120x176 « Soyez les premiers à traverser le CENT QUATRE »

- 300 exemplaires répartis sur 250 faces du réseau JC Decaux de la Ville de Paris.

- Objectif : faire connaître au grand public l'évènement la Traversée.

Posters A3 « Soyez les premiers à traverser le CENT QUATRE »

- 5 000 exemplaires distribués par une hôtesse de distribution de tracts dans environ 100 établissements des 19^e et 18^e arrondissements (associations, lieux culturels, écoles, institutions et commerces) et dans les galeries et institutions artistiques de Paris.

- Objectif : faire connaître au grand public l'évènement la Traversée.

Flyers 15x21 cm « Soyez les premiers à traverser le CENT QUATRE »

- 40 000 exemplaires distribués par une hôtesse de distribution de tracts dans environ 100 établissements des 19^e et 18^e arrondissements (associations, lieux culturels, écoles, institutions et commerces) et dans les galeries et institutions artistiques de Paris.

- Objectif : faire connaître au grand public l'évènement La Traversée.

Sacs CENT QUATRE réalisés par les designers d'Experimental Jetset

- 500 exemplaires. 200 exemplaires ont été distribués aux journalistes et VIP lors du pot presse et de la Traversée VIP et 50 ont été offerts dans le cadre du jeu concours « Ma Traversée du CENT QUATRE ». Le reste est distribué de manière ponctuelle.

- Objectif : promouvoir le CENT QUATRE au travers d'objets promotionnels dans le cadre de la Traversée.

Tee-shirts CENT QUATRE réalisés par les designers Experimental Jetset

- 500 exemplaires. Offerts dans le cadre du jeu concours « Ma Traversée du CENT QUATRE ». Le reste est distribué de manière ponctuelle.

- Objectif : promouvoir le CENT QUATRE au travers d'objets promotionnels dans le cadre de la Traversée.

Panneaux lumineux de la Ville de Paris

- Réseau de panneaux lumineux électroniques de la Ville de Paris.

- Objectif : faire connaître au grand public l'évènement la Traversée.

Edition limitée :

Disque vinyle *Le disque contre l'Insomnie (hypnose)* de Vincent Epplay

- 500 exemplaires dont 30 ont été distribués à l'intérieur des sacs offerts aux journalistes. 10 ont été offerts dans le cadre du jeu concours « Ma Traversée du CENT QUATRE ». Les autres copies sont destinées à la vente prise en charge par le Label PPT.
- Objectif : lancer les premiers produits dérivés produits par les artistes en résidence au CENT QUATRE.

3- Les relations presse de la Traversée par le 2^{ème} Bureau

Lancée en novembre, la communication presse de la Traversée de décembre 2007 a permis, en France comme à l'étranger, de sensibiliser les médias à l'ouverture du CENT QUATRE en 2008.

En France, un tiers des journalistes connaissaient l'existence du projet du CENT QUATRE, qu'il situait sur le site des anciennes Pompes funèbres. Certains avaient même une bonne connaissance du projet.

Pour les autres, la Traversée a permis de présenter le projet, d'expliquer ce que sera le lieu, sa place dans la vie culturelle de Paris. A l'international, ce fut une découverte, pour la plupart.

Dès mi-novembre, des visites menées par Robert Cantarella et Frédéric Fisbach, ont permis aux journalistes de comprendre l'ampleur de leur projet. Ces visites sont vraiment importantes pour la transmission du projet, notamment auprès de journalistes réticents au préalable.

Les premiers articles annonçant la Traversée sont sortis mi décembre. Un article complet paru dans le Journal du Dimanche, racontant le CENT QUATRE des Pompes funèbres à 2008, avec interview des Directeurs du lieu, d'anciens employés des Pompes funèbres, a été le point de départ de parutions régulières jusqu'à l'événement. Appuyée par une forte campagne de street marketing et de buzz sur le web, une couverture d'annonces média s'est mise en place. Chaque jour paraissaient un article, une interview radio, une dépêche AFP. La rumeur s'est vite développée.

Presse quotidienne

En France, l'ensemble des grands quotidiens nationaux ont annoncé et/ou couvert la Traversée, excepté Le Monde qui souhaite se réserver pour l'ouverture.

Libération et La Croix ont réalisé un article complet avec photos pour annoncer le CENT QUATRE, 20 Minutes a resitué le lieu dans les grands projets culturels de la Ville. Métro, Matin Plus et le Figaro ont annoncé l'événement. Le Parisien a couvert la Traversée pendant 3 jours, édition papier et vidéo sur leur site à l'appui.

La Traversée a également été annoncée par 3 quotidiens régionaux, reprenant les informations de la dépêche AFP (texte, photo).

A l'étranger, La Vanguardia et El País ont présenté le CENT QUATRE comme l'événement culturel de la Ville de Paris. Les correspondants étrangers n'ont pas été disponibles en cette période de fin d'année.

Presse hebdomadaire

L'événement a été annoncé par le Journal du Dimanche et par le Monde 2, avec une interview de Robert Cantarella et Frédéric Fisbach. Les Inrockuptibles, Télérama l'ont annoncé dans leur guide, préférant communiquer le CENT QUATRE plus longuement lors de l'ouverture. Tout Comme L'Express. Le Point a préféré présenter le CENT QUATRE fin novembre dans un dossier spécial Paris.

La Traversée a permis de faire découvrir le lieu à des journalistes, qui l'ont ainsi présenté lors du 1er trimestre 2008, comme VSD, Paris Match ou Paru Vendu.

Presse mensuelle, trimestrielle

La communication presse a commencé en novembre, la plupart des mensuels avaient bouclé leur numéro de décembre, voire de janvier. Paris Capitale, Les Echos (Horizons Régions), Technikart, Têtu ont pu annoncer la Traversée. L'événement a permis d'obtenir des parutions lors du 1er trimestre 2008, comme le dossier dans Artpress, dans Beaux Arts, Côté Paris, L'Événementiel ou l'italien Casa Vogue, sorti lors du Salon de Milan en avril.

Presse audiovisuelle

Les radios ont réagi très vite. Celles du groupe Radio France ont été les plus présentes couvrant l'événement et assurant une retranscription en janvier. Signalons France Inter avec le feuilletton de la semaine du 7-11 janvier, d' « Esprit Critique », ou un « Eclectik » du 5 janvier. France Culture a reçu Frédéric Fisbach et Robert Cantarella, invités des « Matins de France Culture » le 26 décembre. Toutes ces radios avaient envoyé un/des journaliste(s) pour couvrir l'événement ou ses préparatifs.

RTL et Europe 1 n'ont pas pu dépêcher de journalistes, pour effectifs trop réduits en fin d'année.

Les télévisions

France 3 et M6 sont venues couvrir la Traversée, interviewant Robert et Frédéric, des visiteurs et des anciens employés des Pompes funèbres. Les autres chaînes n'ont pas pu dépêcher de journalistes, pour effectifs trop réduits en fin d'année, ou non sélection de l'événement, jugé pour l'instant trop parisien pour leur audience nationale.

France 2 devait produire un sujet de 20 minutes sur le CENT QUATRE, lors de l'émission « Les 100 qui font bouger la France » spéciale Patrimoine, mais l'ensemble de l'émission a été déprogrammé.

TF1 est venu faire un sujet sur le chantier, qui doit être diffusé... prochainement.

Arte se réserve pour l'ouverture.

Presse Web

Les médias internet, très réactifs, ont annoncé la Traversée, médias importants pour développer la rumeur. Tous renvoyaient sur le site du CENT QUATRE ou sur celui spécifique de la Traversée.

Résumé des retombées média :

- Presse quotidienne

26 quotidiens

dont

2 espagnols (El País, la Vanguardia)

5 régionaux DNA, Sud Ouest, Courrier Picard, DNA, Presse océan (Sorin)

3 dépêches : 2 AFP, 1 Relax News

- Presse hebdomadaire

12 annonces-articles, presse française

- Mensuels

18 annonces-articles dont 1 italien (Casa Vogue)

- Radios

15 annonces-émissions

- Télévisions

3 sujets dont 1 en national

- Web

21 articles

- Agences photos
ont couvert la Traversée : AFP, Sipa, Art Com Art.
- 35 interviews ou visites avec Robert Cantarella et Frédéric Fisbach