
ENTRETIEN
AVEC PHILIPPE GERMOND, PRÉSIDENT-
DIRECTEUR GÉNÉRAL DU PMU



« LE PUBLIC N'ATTENDAIT PAS LE PMU AU NIVEAU DE L'ART CONTEMPORAIN »

— PHILIPPE GERMOND, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DU PMU —

Le PMU a lancé sa Carte blanche dans le domaine de la photographie contemporaine en 2010. Quatre lauréats ont été depuis sélectionnés : Malik Nejmi (2010), Mohamed Bourouissa (2011), Olivier Cablat (2012) et Kourtney Roy (2013). Cette dernière expose au Bal, à Paris, à partir de mercredi 30 avril. L'appel à candidature pour la Carte blanche PMU 2014 est ouvert jusqu'au 2 juin. Philippe Germond, président-directeur général du PMU, présente ce mécénat.

P. R. Après les quatre premières éditions de la Carte blanche du PMU, quel premier bilan tirez-vous de ce programme ?

P. G. C'est Benoît Cornu [directeur de la communication du PMU] qui en a été l'initiateur avant que je n'arrive à la tête du PMU. J'ai eu le bonheur de trouver en arrivant ce programme qui me plaisait. L'idée à la base était de faire sortir le PMU de son environnement classique puisque nous avons une activité de mécénat préalable qui était centrée sur les activités patrimoniales autour des chevaux. Cette Carte blanche m'a plu parce que nous laissons chaque année un artiste s'exprimer librement et nous l'accompagnons avec





un livre et une exposition en partenariat avec le Bal. Je voulais aussi créer des surprises, que l'on trouve le PMU sur un territoire sur lequel on ne l'attend pas. Le PMU est une marque avec une notoriété gigantesque et pour lequel les Français ont une image d'une grande neutralité. Nous avons voulu aller sur des territoires où justement les Français ne l'attendaient pas. La photographie est bien choisie, parce qu'elle est un médium contemporain, assez jeune. La diversité des artistes y est passionnante et c'est un art qui est accessible. Or, nous sommes une marque grand public, une marque de sociabilisation. Ce type d'action n'a de valeur que dans la continuité. Nous sommes loin d'avoir fini, vu le succès et le nombre de candidatures que nous recevons. Ceci nous incite à continuer. Le PMU est rentré dans le territoire de l'art, nous commençons à être reconnus. Nous avons eu des choix très équilibrés : une photographie humaniste, puis un côté plus intellectuel. Le travail de Kourtney Roy, du point de vue de la structure et de la composition de la photo, est une vraie réussite. C'est un peu une réponse à Olivier Cablat l'année dernière. Avec la Carte blanche, je suis dans mon plaisir et dans l'utilité pour le PMU.

P. R. Pourquoi vous êtes-vous associés au Bal ?

P. G. Le Bal est installé dans ce qui a été le plus gros PMU de l'histoire. C'est dans la logique de notre participation dans l'art contemporain d'avoir un lieu d'exposition pour la Carte blanche.

P. R. Vous vous êtes aussi entouré d'un jury professionnel...

P. G. Nous avons franchi une première étape il y a deux ans puisqu'initialement le choix était le fait du prince. Puisque la Carte blanche commençait à susciter beaucoup de candidatures, nous avons décidé, pour institutionnaliser la Carte blanche, de constituer un jury avec deux étapes. Après l'appel à candidature, nous faisons une présélection qui est ensuite présentée à un jury. Deux lauréats ont été choisis selon ce processus, Olivier Cablat et Kourtney Roy. Dans le jury figurent des professionnels et des experts et nous avons eu entre nous de vrais débats. Lors du dernier concours, nous avons demandé aux photographes de venir présenter eux-mêmes leur travail devant le jury et j'ai trouvé cela passionnant. Cela nous a permis de mieux comprendre le message que voulait faire passer chacun des candidats. Je suis sensible au discours des artistes.

P. R. Quels sont les critères de vos choix ?

P. G. Il n'y en a pas, nous n'avons pas d'a priori. Et nous serons dans le même état d'esprit cette année. Le PMU qui finance la Carte blanche, ne formule aucune recommandation aux membres du jury.

P. R. Comment encadrez-vous ensuite le lauréat ?

P. G. Le Bal et Françoise Vogt
[Direction de la communication,
PMU] travaillent au quotidien avec eux. Cette année, Kourtney Roy, qui est photographe de mode avant tout,





a été très organisée, elle a fait ses *shootings*, et demandait moins de présence. En revanche, nous avons davantage accompagné Olivier Cablat sur les hippodromes. Au moment de l'exposition, nous aidons aussi les lauréats. La gestion du temps n'est pas évidente et les artistes n'ont pas nécessairement conscience de ce compte à rebours. Kourtney Roy par exemple n'avait jamais fait de livre, et nous l'avons aidé à voir autre chose dans son travail photographique. Cela aide les artistes à se poser pendant six mois de leur vie où ils peuvent expérimenter des choses, tout en disposant d'un peu de moyens.

P. R. Le dispositif est complet avec l'exposition, le catalogue. Faites-vous aussi des acquisitions ?

P. G. Cela fait partie des objectifs que nous avons mais nous sommes encore extrêmement modestes dans ce domaine, d'abord parce qu'il faut que nous prenions en maturité, parce qu'il y a une contrainte économique qui fait que nous ne pouvons pas investir énormément. Nous gardons traces de l'artiste que nous avons sélectionné et nous accrochons un certain nombre de ses photos dans nos locaux. Je veux aussi entraîner l'entreprise dans la découverte de l'art contemporain par les photographes, que ce ne soit pas seulement un effet d'image mais également que l'entreprise puisse vivre aussi avec ces œuvres-là. D'où l'intérêt pour la photo qui est un médium facilement abordable. Le public n'attendait pas le PMU au niveau de l'art contemporain. Cela a pu créer une surprise au début et mais je pense que, maintenant, c'est bien rentré dans l'entreprise.

P. R. Qu'est ce qui vous a séduit dans le travail de Kourtney Roy qui est présenté au Bal à partir du 30 avril ?

P. G. C'est le côté décalé, de provocation intelligente. Elle a un talent de composition photographique, un travail sur la couleur, et des mises en scène qui ont de la folie. Nous nous sommes en autres basés sur une série qu'elle a réalisée sur Deauville où elle se mettait complètement en scène, dans une esthétique très années 1950. Mais, nous ne voulions pas un copier-coller de Deauville. Nous souhaitions qu'elle se mette en scène d'une façon totalement différente. Je suis assez fasciné par le résultat parce qu'elle a saisi dans nos hippodromes - et on voit bien dans ses images à quel point ils sont des années 1950-1960 - du vintage existant. On a l'impression que ses images sont fabriquées, colorisées, alors qu'elles témoignent vraiment de la réalité. Nous permettons aux photographes de la Carte blanche d'aller où ils veulent. Nous avons systématiquement envie d'explorer différents territoires, de toujours surprendre les gens, de les prendre à contre-pied. Le choix pour Kourtney Roy a potentiellement été dicté par les sélections des années précédentes.

P. R. Quelle est la médiation que vous proposez pour le personnel du PMU ?

P. G. Nous consacrons une soirée au personnel du PMU. Nous diffusons aussi les photos, nous allons en accrocher



aussi en province où nous avons vingt-six agences, parce que jusqu'à présent ce programme restait très parisien. Nous emmenons aussi nos collaborateurs au Bal à chaque nouvelle exposition. Nous profitons du trajet pour leur expliquer le principe de la Carte blanche, le partenariat avec le Bal. Les collaborateurs peuvent aussi rencontrer le photographe lauréat. Le PMU est une société assez étonnante. Le personnel du PMU a une fierté de son entreprise, notamment quand on l'emmène sur d'autres territoires. La diversification du PMU dans les paris sportifs et dans le poker a créé un effet de surprise en interne. Les collaborateurs du PMU étaient fiers de se dire : « *notre entreprise est en train de changer, nous passons à autre chose* ». Et cela a très bien marché. Nous avons des aspects très business mais le mécénat crée aussi des surprises.

P. R. Avez-vous mesuré le retour de ce mécénat ?

P. G. Quand l'on s'engage dans un mécénat, l'important n'est pas le retour sur investissement, financier. Mais le retour peut se mesurer sur l'évolution de l'image du PMU. Je pense que les gens continuent à être surpris que le PMU investisse ce type de territoire. La proposition d'Olivier Cablat a été surprenante. Les gens se sont dit que c'était incroyable que le PMU, qui est très populaire, puisse aller vers quelque chose d'aussi pointu. Nous surprenons et cela me plaît. Nous ne le faisons pas dans la logique d'une démarche marketing. Le meilleur élément de mesure est le nombre de candidatures que nous recevons pour la Carte blanche PMU. Aujourd'hui, elle est en train de s'inscrire dans le paysage de la photographie contemporaine.

P. R. Globalement, le mécénat est en crise avec une baisse significative en 2014 par rapport à 2013. Allez-vous réduire votre engagement ?

P. G. Non, nous n'y toucherons pas. Le mécénat est en crise parce qu'il y a une crise économique. Beaucoup d'entreprises réduisent leurs effectifs et il est difficile dans ce contexte de maintenir dans le même temps un mécénat de prestige. Le PMU n'est pas dans un mécénat de prestige. D'abord, le PMU n'est pas en crise, il maintient son emploi. Nous sommes ensuite dans un mécénat de taille raisonnable, qui aide un photographe à un moment donné, c'est compatible même en période de crise. Nous en sommes à la quatrième édition de la Carte blanche et ce n'est pas le moment d'arrêter. Nous sommes en train de construire quelque chose qui est solide, qui a du succès, et qui commence à être reconnu. Nous avons aussi lancé un concours amateur qui a remporté un très grand succès. Nous avons encore beaucoup d'idées ! ■ ■ ■

PROPOS RECUEILLIS PAR PHILIPPE RÉGNIER

KOURTNEY ROY, ILS PENSENT DÉJÀ QUE JE SUIS FOLLE,

du 30 avril au 11 mai, BAL, 6, impasse de la Défense, 75018 Paris,

tél. 01 44 70 75 50, www.le-bal.fr

<https://info.pmu.fr/entreprise/mecenat/le-mecenat-culturel>





Kourtney Roy, *Ils pensent déjà que je suis folle*, 2014.
© Kourtney Roy, Carte blanche PMU / LE BAL.