

Benoît Cornu : "La Carte Blanche PMU est un miroir de ce qu'on est et de ce qu'on peut devenir. "

[Voir](#) | [Rencontres](#) | [Événements](#) | [Portfolios](#)

Rencontre

Créée en 2010, la **Carte Blanche PMU** propose chaque année à un photographe d'explorer l'univers des jeux et des paris d'une perspective décalée. Doté de 20 000 euros, le prix a permis à Malik Nejmi (2010), Mohamed Bourouissa (2011) et Olivier Cablat (2012) d'exposer leurs projets au BAL et de publier un livre aux éditions Filigranes. Benoît Cornu, Directeur de la communication du PMU, nous explique comment la photographie a changé le regard de la marque sur soi-même.



© Frédéric Beraud

Photographie.com : Lorsque vous avez créé ce prix il y a trois ans, vous auriez pu choisir n'importe quelle autre forme d'art. Pourquoi avoir privilégié la photographie ?

La réflexion était très simple : on est une marque du présent et de l'avenir, beaucoup plus que du passé. La photographie est l'outil de la création contemporaine. Elle nous permet de nous voir dans le regard de l'autre. Il y a eu ensuite la rencontre avec Diane Dufour, directrice du BAL, et notre réflexion sur l'image documentaire et artistique.

Themas**PCEM & WebDoc****Apprendre la photo****Profession photographe****Afrique et photographie**

Photographie.com : La Carte Blanche PMU est très jeune, mais on sent une grande maturité dans la construction de ce prix...

 La Fnac et la photographie

Diane Dufour et son équipe nous ont accompagnés dès le début. Nous avons choisi nos deux premiers lauréats ensemble, de façon totalement arbitraire. Après la seconde commande, nous avons voulu élargir le champ de recherche, et nous appuyer sur le regard d'un jury de professionnels. On a fait un appel à candidature, et on a créé un jury très exigeant. Olivier Cablat, lauréat de la Carte Blanche PMU 2012, est le résultat de cette nouvelle approche. On n'a pas beaucoup de temps, d'où la volonté de radicaliser le propos et la forme.



© Olivier Cablat

Photographie.com : Pourquoi ce choix d'aller vite ?

C'est le rythme de l'entreprise qui est rapide ! On a un enjeu très important de transformation de la marque. Avant, le PMU soutenait notamment la rénovation des statues équestres de la cour Marly au Louvre ; c'était un projet patrimonial très respectable, et qui correspondait à son temps. Aujourd'hui, on se veut une marque du quotidien, inscrite dans l'actualité, dans le divertissement, et dans les loisirs d'aujourd'hui. Basculer de l'art équestre ancien à la photo contemporaine fait partie de cette transformation. On pense qu'on peut faire partager l'art, mais sans être dans du ciblage culturel. Toutes les formes d'art sont accessibles à tous, à condition de bien expliquer les choses. Le travail d'Olivier Cablat, par exemple, n'est pas forcément accessible au premier regard. Mais les rencontres que nous avons organisées entre nos collaborateurs et nos équipes avec le photographe ont été déterminantes. Il y a des gens qui sont sortis fascinés et totalement convaincus de la pertinence de la démarche, du rôle et de l'intérêt de la photo contemporaine.

Photographie.com : La Carte Blanche PMU s'adresse-t-elle à vos collaborateurs ou plutôt à un public externe ?

On fonctionne par cercles concentriques et progressifs ; on part du centre de la marque et on élargit ensuite le cercle petit à petit. On essaie de devenir un mécène légitime et reconnu dans ce qu'on fait, et le choix des artistes, ainsi que le jury qui a bien voulu jouer le jeu avec nous participe à cette "légitimité". L'étape suivante, c'est d'aller vers le grand public. Depuis quelques années, la marque de fabrication de notre communication est la surprise, qu'il s'agisse de nos choix publicitaires ou en matière de mécénat. On suscite la curiosité, on attire l'attention, et dans un deuxième temps on espère convaincre.



© Mohamed Bourouissa

Photographie.com : Comment la Carte Blanche se situe-t-elle par rapport aux autres prix ?

On ne voulait pas créer un nouveau prix photo. Ce qui nous intéressait, c'était d'avoir le regard d'un artiste sur notre univers. C'est un miroir de ce qu'on est et de ce qu'on peut devenir.

Prenons comme exemple le travail de Mohamed Bourouissa sur le papier. Dans le cadre de sa carte blanche, on lui a demandé de photographier les supporters, sur les hippodromes et dans les stades. Son regard a révélé une analogie entre les tickets de jeu des turfistes et les petits papiers brandis par les supporters. On s'est aperçu que le papier froissé jeté par terre (et donc perdant) avait une vraie valeur identitaire. À l'intérieur de l'entreprise, ça a été une révélation ! Y compris pour les équipes marketing qui réfléchissent constamment aux petits bouts de papier que l'on met dans la main de nos clients.

Malik Nejmi nous a quant à lui révélé la diversité de nos clients. Des hommes et des femmes, des riches et des pauvres poussent chaque jour les portes de nos PMU, et lui il les a photographiés avec beaucoup de bienveillance. Parmi les membres de notre équipe, le commentaire qui m'a fait le plus plaisir, c'est : "Ah, enfin on parle de nous tels qu'on est !" Grâce aux photos de Malik, on n'était plus dans cette image aménagée, publicitaire, on découvrait notre vraie identité. On est attaché bien sûr à la beauté des chevaux sur les hippodromes, mais notre réalité c'est le PMU, le bar dans lequel les gens viennent parier. Avoir quelqu'un qui photographie nos clients tels qu'ils sont dans leur réalité a été un pas important.

Photographie.com : Vous pressentiez ce type de résultat ?

Oui et non. En choisissant Malik, on avait un peu cette idée-là, mais on ne pouvait pas prévoir le succès. On a regardé son travail antérieur sur des communautés, et on a voulu qu'il pose son regard sur notre communauté à nous, celle des parieurs. Et son projet a fait mouche.



© Malik Nejmi

Photographie.com : Comment ce prix évoluent-il ?

La prochaine Carte blanche PMU sera forcément très différente des précédentes. Mohamed Bourouissa a rejoint le jury en tant qu'ancien lauréat (Malik Nejmi est en résidence à Rome à la Villa Medici), et Emmanuel Fessy, directeur des études de l'École Nationale Supérieure des Arts décoratifs, remplace Quentin Bajac qui est maintenant à New York.

Deuxième innovation : on va demander aux finalistes de venir nous présenter leurs travaux. L'année dernière, on était assez frustrés de ne pouvoir juger un projet que sur papier. Même s'il y a une maquette, on ne va pas forcément au bout des intentions des artistes.

Photographie.com : La Carte Blanche PMU va-t-elle donner lieu à une collection de photographie ?

La création d'une collection est un élément supplémentaire. Elle réunira dans un premier temps les travaux des lauréats et s'ouvrira au fur et à mesure aux autres artistes.

Photographie.com : Vous êtes vous-même collectionneur ?

Je suis collectionneur modeste de peinture, de mobilier, et maintenant de photographie. J'aime beaucoup la photo, mais pendant très longtemps elle m'a fait peur. Les artistes, les prix, les tirages, ça demande une culture et un apprentissage. Alors pour former mon œil, j'accumule des livres. Je ne repars jamais du BAL sans un ouvrage sous le bras !

Propos recueillis par Didier de Fayès

9/07/2013

Carte Blanche PMU 2013 : appel à candidature.

Envoi des dossiers de présélection à : Jury Carte blanche PMU, à Fannie Escoulen, jusqu'au 19 août 2013, date limite d'expédition (cachet de la Poste faisant foi).

Le photographe sera choisi par un jury prestigieux : Jacqueline d'Amécourt, Présidente du Comité d'honneur du IACCAC, Mohamed Bourouissa, photographe, lauréat Carte blanche PMU 2011, Stéphane Couturier, photographe, Diane Dufour, Directrice du BAL, Nicolas Ferrand, collectionneur, Fondateur du Quotidien de l'Art, Emmanuel Fessy, Directeur des études de l'École Nationale Supérieure des Arts décoratifs, Jean de Loisy, Président du Palais de Tokyo, Benoît Cornu, Directeur de la Communication du PMU, Philippe Germond, Président Directeur Général du PMU.