



« IL FAUT UN MIX SEXY, SINON IL N'Y A PAS DE PUBLIC ET PAS DE MÉCÈNES »

JACQUES-ANTOINE GRANJON, PRÉSIDENT DU PALAIS DE TOKYO -

— PDG de vente-privee.com, leader des ventes événementielles sur Internet, collectionneur d'art contemporain, Jacques-Antoine Granjon est depuis l'été dernier le président du Palais de Tokyo. Ce patron extravagant s'exprime très rarement sur l'art. Il nous explique les raisons de son soutien au Palais de Tokyo.

J.-A. G. Pourquoi avez-vous accepté la présidence du Palais de Tokyo alors que vous avez toujours opté pour la discrétion dans le monde de l'art ?

R. A. Je ne l'ai accepté que parce qu'il y avait Jean de Loisy à sa tête. Si je n'avais pas eu d'affinités avec lui, je n'y serais pas allé. Son projet culturel me plaît. Il n'est pas dans les clivages, les chapelles et les dogmes de l'art. J'aime la symbolique dans laquelle ce lieu a été créé avec cette structure public-privé. Ils avaient besoin dans leur structure d'un représentant du privé, et ils ont estimé que j'étais la bonne personne en termes d'image.

J.-A. G. Est-ce pour votre image rock & roll ?

R. A. Qu'est-ce que cela veut dire rock & roll ? Est-ce que les Stones sont rock & roll quand ils font des concerts à 1 000 euros la place ? Jean, pour sa tâche immense et difficile, a besoin d'alliés, et je suis un allié inconditionnel car sa vision hybride qui consiste à montrer les différentes facettes de l'art, son éclectisme, son ouverture d'esprit, sa culture infinie, me permettent d'apprécier des artistes avec des passages de relais.

J.-A. G. Quelle est votre vision des artistes ?

R. A. L'artiste, c'est quelqu'un qui passe des moments de



Jacques-Antoine Granjon Photo D R

conscience et/ou d'émotion. Les curateurs aussi sont des artistes, car ils montrent une vision de leurs cerveaux. Quand un curateur monte une exposition sur un thème, cela devient une œuvre, une œuvre éphémère. Cela revient à ma définition du passeur, car on peut être aussi démuné face à une œuvre que dans une exposition. Pourquoi l'art contemporain est-il si fascinant ? C'est parce qu'il réunit toute la grandeur et la misère de l'homme, tout s'y mêle, l'ego, la connaissance, l'argent, le désir, le pouvoir, la mort, le besoin de laisser une trace, l'arrogance.

J.-A. G. Vous décrivez une tragédie shakespearienne !

R. A. Justement. Qu'est-ce que les

ENTRETIEN AVEC J.-A. GRANJON

foires ? Le cirque, c'est balzacien, chacun y a son rôle, sa place. Se croisent des mondes qui ne se côtoient jamais. Il y a ceux qui intellectualisent, ceux qui vendent, ceux qui résistent, ceux qui rêvent, ceux qui rêvent que ce ne soit pas cher. Mais cela ne fait de mal à personne, sauf à l'ego et parfois au portefeuille. Je suis sidéré par les critiques virulentes contre l'art contemporain, c'est ubuesque. Qu'est-ce que le prix des tableaux peut bien faire à ceux qui ne les payent pas ? C'était insensé de critiquer Koons à Versailles. Le premier qui aurait invité Koons, cela aurait été Louis XIV. J'aime la diversité, ce n'est pas un vain mot. La diversité, c'est d'avoir toutes sortes de métiers, religions, langues.

J.-A. G. Votre rôle au Palais de Tokyo est-il de faire venir des mécènes ?

R. A. On ne peut pas avoir 400 mécènes pour l'année. S'il y a trop de mécènes, il n'y a pas de visibilité pour le mécène. Mais on a besoin de renouveler en permanence les entreprises avec lesquelles on travaille et en attirer d'autres. J'aime l'idée d'un mécène, une exposition.

J.-A. G. Qu'est-ce qui pourrait inciter des entreprises à être mécènes ?

R. A. Pourquoi une entreprise parierait-elle sur l'art ? Parce que sans les artistes, on est une civilisation perdue. L'art donne un sens profond à des gens qui sont libres, qu'il faut laisser libres, mais qu'il faut nourrir. Les grandes œuvres ont été faites par des mécènes historiques, qui ont voulu montrer à quel point ils sont différents de la condition humaine qui tirait vers le bas. Soit on est un personnage planté au sol, soit on est en lévitation, on s'élève vers les étoiles. Une entreprise doit participer à tout ce qui est créatif, sinon, elle reste figée. Chaque fois qu'elle va s'associer à la création, elle va provoquer au niveau de ses clients, sous-traitants, collaborateurs, une appétence, un désir, une image différente. Et on est dans un monde d'images.

J.-A. G. Pourquoi votre société ne fait-elle alors pas de mécénat ?

R. A. Parce que je fais autre chose. vente-privee.com a cent créatifs, nous innovons en permanence. Nous ne communiquons pas, donc nous n'avons pas besoin de mécénat. Mais j'ai fait une soirée au Palais de Tokyo pour 1 400 personnes en juillet. Je vais le refaire.

R. A. Avec une surface de 22 000 m², le projet du Palais de Tokyo n'a-t-il pas les yeux plus gros que le ventre ? N'est-il pas surdimensionné par rapport aux moyens affectés ?

J.-A. G. Il y a une profusion d'artistes, d'événements, de choses qu'il faut montrer. Le problème, c'est de s'en donner les moyens. Il y a une pression énorme. C'est ce que j'aime dans le Palais de Tokyo. Cela ressemble à mon métier. Il

faut faire des événements pour faire venir des gens. Sur vente-privee.com, il y a une dizaine d'événements quotidiens. Au Palais de Tokyo, c'est possible. Ce que veulent les entreprises mécènes, c'est qu'il y ait du trafic. C'est là où est mon rôle, faire en sorte que certains artistes puissent être financés par des donateurs extérieurs, que ce soit des galeries ou des entreprises. L'espace est un atout, mais cela met une pression énorme pour maintenir le niveau de qualité. Parfois, il vaut mieux laisser l'espace vide. Je sais que Jean de Loisy ne fera pas l'impasse sur la qualité, sur la diversité et la mixité. Il faut des découvertes, des convictions, et des choses qui parlent tout de suite, comme une sculpture de Jeff Koons ou le grand squelette d'Adel Abdessemed. Il faut un mix sexy, autrement il n'y a pas de public et pas de mécènes.

R. A. Mais n'est-ce pas une gageure ?

J.-A. G. C'est ça, la vie.

R. A. Quel type de collectionneur êtes-vous ?

J.-A. G. J'ai commencé en marchant rue de Seine et j'ai acheté chez François Laffanour un tableau d'Igor Andreiev que j'ai payé 10 000 francs. J'ai dû faire dix chèques. Dès que c'est cher, je n'achète pas. J'ai acheté 20 ou 30 Ron Arad avant le boom de Ron Arad. Je suis boulimique, j'achète tout le temps la même chose, j'ai quelques artistes qui m'émeuvent, comme Kehinde Wiley, Erwin Olaf, Pucci de Rossi. J'achète des choses pop. Je vais flasher sur un caddy doré de Sylvie Fleury qui me fait penser au panier virtuel. Une sculpture en cintres de David Mach me parle, je viens du cintre, je suis soldeur.

R. A. L'éducation est un sujet qui vous tient à cœur. Vous avez monté avec quatre autres patrons du web une chaire sur le e-business à HEC.

J.-A. G. La force d'Internet, c'est d'accéder en *one to one* à des gens, tout est sujet à l'abâtissement ou à se cultiver, tout dépend de l'éducation. Il faut investir dans une éducation ouverte, évolutive. Le monde dans lequel nous vivons sera dirigé par les jeunes que nous aurons formés. Nous aurons les jeunes que nous méritons. Mon rêve aurait été que François Pinault transforme l'île Seguin en un lieu où sa fondation aurait côtoyé des écoles d'art, de musique, de design, de web design, un hôtel, un restaurant. Les politiques l'en ont empêché. Nous aurions eu une île qui aurait été une attractivité pour le reste du monde. C'est une chance perdue. Or, le monde de demain, est celui où la diversité peut s'exprimer dans la réconciliation des métiers. Depuis la révocation de l'édit de Nantes, les marchands ne sont pas très appréciés. En France, il faut être agriculteur, vigneron, écrivain, ingénieur, journaliste, militaire ou docteur. Ce qui est intéressant, c'est que le web réconcilie l'ingénieur, le logisticien, l'humain, le créatif et le marchand. Si un jour je devais faire une fondation, je ferais une école à côté, comme dans la série *Fame*. C'est ce qui manque aujourd'hui en France, une école à l'américaine qui vous reçoit comme un saltimbanque. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR ROXANA AZJMI