

Du skate De l'art Un business

22 juillet 2017 00:00

Fanny Declercq (st.)

The Skateroom invite les plus grands artistes contemporains à créer des éditions d'art sur des skateboards. Les planches financent des skateparks dans le monde.

Des oeuvres signées Andy Warhol, Paul McCarthy ou Ai Weiwei sont déclinées sur des skateboards par The Skateroom. Best-sellers au MoMa Store de New York, les planches de cette entreprise bruxelloise ont quitté les Museum Shops et s'invitent désormais dans les expositions. Grâce aux ventes de ces éditions d'art, des skateparks aux abords des écoles ont été financés en Afghanistan, au Cambodge et en Afrique du Sud. The Skateroom cherche maintenant un spot à Bruxelles.

En 2012, la vie de Charles-Antoine Bodson a fait un flip à 360 degrés. Après avoir vendu Bongo/Weekendesk, ce passionné d'art ouvre sa galerie lorsqu'il rencontre le fondateur de l'ONG berlinoise Skateistan, en recherche de financement. Skateistan construit des skateparks en Afghanistan, un pays où les filles ne peuvent pas faire de vélo mais où le skateboard est toléré.

Par la pratique ludique du skate, l'ONG attire les enfants à l'école et les forme, donnant ainsi accès à l'éducation à ces défavorisés. Le Bruxellois vend alors une partie de sa collection privée de skateboards pour soutenir Skateistan. Le lancement de ses premières éditions sur skateboard en tant que producteur finance un skatepark à Phnom-Penh à hauteur de 15.000 dollars. Quand Charles-Antoine visite les projets de l'ONG, c'est une révélation: "J'ai été bouleversé de voir ce que j'étais en mesure d'apporter sur le terrain, et ce avec une seule production. Mon activité de galeriste a perdu tout son sens. J'ai réalisé que c'était ça que j'avais envie de faire. C'est bourré de sens." The Skateroom est né. Les profits ont permis depuis lors de financer cinq skateparks en Afghanistan, au Cambodge et en Afrique du Sud.

Social business

En cinq ans, le jeune entrepreneur réussit à convaincre les plus grands artistes contemporains, et à placer son produit dans les meilleures institutions du monde: le Guggenheim, la Fondation Beyeler, la Serpentine Gallery, et la Fondation Louis Vuitton sont "on board".

Au départ, il s'agissait de reproductions d'oeuvres sur les planches. Aujourd'hui, The Skateroom est la seule entreprise à proposer des éditions originales, parfois limitées, d'oeuvres d'art sur plusieurs planches de skateboard. Des artistes, comme le Sud-Africain Robin Rhodes, ont créé des séries de planches en exclusivité pour la start-up bruxelloise. Mieux, la planche de Grayson Perry est même accrochée dans son exposition à Londres. Les skateboards ont quitté les Museum Shops et sont désormais considérés comme des oeuvres. The Skateroom a lancé sa collaboration avec l'artiste Paul McCarthy au MoMa, qui a permis de financer entièrement le premier skatepark à Johannesburg.

Mais ne parlez pas de charité à The Skateroom, qui se présente comme un projet d'entrepreneuriat social. "Dans ma vision des choses, le modèle économique doit être un incitant à la consommation et lui donner du sens. On achète le produit aussi bien pour l'accrocher au mur que pour l'impact social qu'il

doit avoir", explique Charles-Antoine Bodson. Le but premier est de remettre l'entreprise au centre de la société, qu'elle reprenne un rôle et participe à la vie des gens. Et avec un million d'euros de chiffre d'affaires, leur modèle économique en équilibre intéresse désormais de grandes marques internationales qui pourraient s'associer à la démarche.

Franchir le canal

"On aimerait que les gens comprennent que, derrière le pouvoir d'achat, il y a la possibilité de soutenir un projet, une cause sociale", souligne Nicolas Fautré, COO de la start-up. Chez Skateroom, les planches sont engagées. Elles deviennent même un outil politique et contestataire, comme lorsqu'Ai Weiwei crée un triptyque pour protester contre les cent premiers jours de la présidence de Donald Trump.

Aujourd'hui, The Skateroom a des idées de glisse pour la Belgique: "à Bruxelles, il existe cette frontière invisible: on ne traverse pas le canal. Il y a une absence de mixité", constate Nicolas Fautré. L'entreprise souhaite créer un skatepark couvert à un endroit clé de la capitale, afin de mixer les communautés et offrir un éveil artistique aux jeunes Bruxellois. The Skateroom cherche encore un endroit et des partenaires locaux. Mais des artistes belges sont prêts à les suivre et des fonds ont déjà été trouvés. The Skateroom ne va pas s'arrêter de rouler.

Copyright L'Echo