



▼ ET AUSSI...

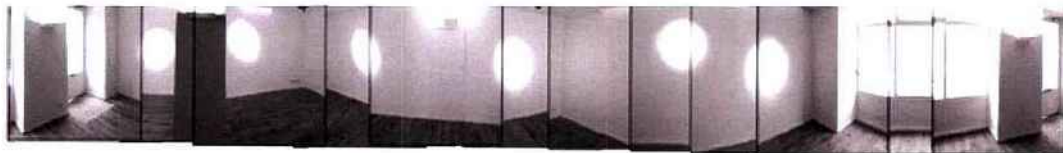


84

MÉCÉNAT.
RED BULL
SPACE se
veut une
galerie
rock,

alternative, graphique et
connectée.

▼ MÉCÉNAT



Le nouveau Red Bull Space parisien, la galerie **12Mail**, invite artistes, blogueurs, éditeurs, collectifs à présenter leur travail en totale liberté et en musique.



Guillaume Sorge, directeur artistique de la galerie 12Mail.

PHOTOS: DR

Red Bull joue underground

Le « **12Mail** » n'est pas une galerie comme les autres. Elle est rock, alternative, connectée, graphique. Son directeur artistique, Guillaume Sorge, n'est pas tout à fait un galeriste comme les autres. Ancien journaliste, blogueur (Alainfinkielkrautrock.com), organisateur de soirées et patron du label « électro » D.I.R.T.Y (qui vient de sortir le dernier opus de l'excellent duo Discodéine), il ne vend rien, sinon de la notoriété pour les artistes qu'il défend. Et pour cause.

Le 12Mail est l'enfant improbable d'un agitateur culturel et d'un mécénat discrètement siglé « Red Bull ». Le 12Mail est « le » nouveau « Red Bull Space », déjà implanté à New York, Toronto, Sydney et Londres. La politique de mécénat de Red Bull est simple : il donne carte blanche à ses curateurs sous contrat ; chaque espace affiche sa sensibilité, sans véritable mot d'ordre. À Paris, Guillaume Sorge ne revendique aucun style particulier. Que

des coups de cœur. Mais il a su créer un « univers » particulier de culture underground, sorte de capteur de tendances ou de sensibilités artistiques que l'on retrouve rarement ailleurs.

Plutôt que de présenter un artiste et son œuvre, la galerie défend des collectifs, des entités, des tribus qui gravitent autour du graphisme (Manystuff), de la presse fanzine (« Sang bleu », « Vice », « Magazine »), de la mode (Vava Dudu) et de la musique (Born Bad). « L'idée est de donner une audience à des artistes émergents, souvent reconnus dans leurs milieux mais rarement au-delà », résume-t-il. Le tout dans des conditions professionnelles et de grand confort pour les artistes.

Chaque exposition est un événement soigneusement préparé et documenté et chaque vernissage attire une foule hétéroclite, mobi-

lisée par les (nombreux) réseaux de Guillaume Sorge. Un CD en édition limitée (300 ex.), et dont la direction artistique est confiée à chaque fois aux artistes, comme une sorte de catalogue sonore de l'exposition, apporte une touche finale à quelque chose qui ressemble bien à un happening artistique multimédia foisonnant.

On l'aura compris, la musique est omniprésente et les artistes sont souvent d'ailleurs très liés à des genres musicaux. La « dance music » était ainsi à l'honneur lors de l'exposition hommage à Didier Lestrade, fondateur de la

revue gay « Magazine », dont les codes graphiques ont été souvent copiés depuis, mais aussi grand chroniqueur dans « Libé » d'un genre musical trop souvent négligé en France. Et que dire de l'exposition très rock'n'roll confiée à Jean-Baptiste Guillot, fondateur

du déjà mythique label Born Bad Records, qui nous a permis de revoir les célèbres photos de Yan Morvan sur les blousons noirs des années 1970.

Actuellement, c'est la dynamique Charlotte Cheetham qui occupe la galerie pour présenter une sélection de sa collection d'affiche. À à peine 25 ans, déjà à Londres sur une autre exposition sur le livre et l'objet, Charlotte s'est fait un nom dans le milieu du graphisme grâce à ses collections présentées sur son blog-galerie Manystuff, vrai catalyseur de talents. D'autres surprises nous attendent au 12Mail, comme les photos illustrant l'émergence du hip-hop à New York prises sur le vif par Sophie Bramly. Et Red Bull dans tout cela ? « Le crédit de la marque, c'est tout le travail que l'on réalise auprès des artistes », affirme Guillaume Sorge. Et chez Red Bull, on confirme !

ÉRIC BENHAMOU
12Mail, 12, rue du Mail, 75002 Paris,
www.12mail.fr

« Donner une audience à des artistes émergents. »