

Ville  
MAKERS  
2020





**Adrien Bisseliches** My Pop Up Store

**Paul-Adrien Cormerais** Pony

**Laurent de Gourcuff** Paris Society

**Élodie Grimoin** Urban Canopee

**Paul Hatte** Hatis

**Nathanaël Karmitz** MK2

**Kevin Ortega** Coiff in the street

**Jonas Ramuz** Quai 36

**Sandra Rey** Glowee

**Lucie-Éléonore Riveron** Fauve Paris

**Volkan Tanaci** CityBzz / Miel urbain

# INDEX

<b>Avant-propos</b>	
Michel Mathieu	11
<b>1. Adrien Bisseliches</b>	
La puissance de l'éphémère	17
<b>2. Paul-Adrien Cormerais</b>	
Les nouvelles connexions de la petite reine	37
<b>3. Laurent de Gourcuff</b>	
Paris s'éveille	55
<b>4. Élodie Grimoin</b>	
Rafrâichir les villes	71
<b>5. Paul Hatte</b>	
L'invasion des citoyens	85

<b>6.</b> Nathanaël Karmitz	
Des lieux d'attention	105
<b>7.</b> Kevin Ortega	
Coiffer ceux qui ne l'ont jamais été	121
<b>8.</b> Jonas Ramuz	
Fenêtres sur la ville	133
<b>9.</b> Sandra Rey	
La lumière urbaine venue du fond des mers	149
<b>10.</b> Lucie-Éléonore Riveron	
La nouvelle vie des objets	167
<b>11.</b> Volkan Tanaci	
L'ambassadeur des abeilles	181







# AVANT-PROPOS

Pour la deuxième année consécutive, je vous emmène à la rencontre d'une ville nouvelle, la ville du XXI<sup>e</sup> siècle. Cette ville, nous ne la connaissons pas encore, et pour cause : elle se construit sous nos yeux, en temps réel. Personne ne peut vraiment prendre la mesure de ce tableau flou et grisant. Ce livre est là pour vous offrir un instantané, un échantillon de ce foisonnement sans précédent.

On dit que les villes sont faites d'une infinité de dépôts, de strates, de mémoires, d'initiatives, qu'elles sont ce que le passé lègue aux vivants, ce que les vivants lèguent aux générations futures... Cette image d'une ville-testament sonne de moins en moins vrai ! Tout va plus vite et plus loin. Aujourd'hui, les générations futures sont déjà sur place pour prendre les choses en main ! Jamais les jeunes n'ont eu autant d'idées, de pouvoir, de légitimité, de techniques et de réseaux pour remodeler leurs lieux de vie, de travail et de loisirs. La plupart des acteurs de la ville que vous rencontrerez n'ont pas encore atteint la quarantaine : voilà un changement fondamental. Pour ces

nouveaux citoyens, la valeur n'attend pas le nombre des années, car celle-ci est liée à l'inventivité et à la liberté, des notions qui n'ont pas d'âge. La ville est le lieu où sont bousculées les certitudes, les hiérarchies, les idées toutes faites. Il est normal qu'elle devienne le terrain de jeu des plus jeunes... Ce n'est qu'un juste rééquilibrage.

Pour offrir un large panorama à nos lecteurs, nous avons souhaité aborder une grande diversité d'acteurs et de thématiques, qu'il s'agisse de transports, d'alimentation, de biodiversité, de convivialité, de culture ou d'écologie.

Alors que beaucoup souffrent des engorgements et des ralentissements urbains, Paul-Adrien Cormerais, créateur de Pony, opérateur de vélos et trottinettes, propose une nouvelle manière de voir le transport en rendant chacun responsable de l'utilisation de ces moyens de déplacement sur la voie publique. En favorisant l'accès à la propriété de ces outils partagés, c'est une mutualisation révolutionnaire qui s'opère.

Parce que l'isolement lié à la pauvreté dans la rue n'est plus acceptable, le jeune coiffeur Kevin Ortega agit chaque jour à travers son mouvement « Coiff in the street », et tente de redonner dignité et bien-être aux sans-abris qu'il rencontre. Cette initiative sans précédent a essaimé jusqu'à l'île de la Réunion.

À l'heure du tout-numérique, Nathanaël Karmitz, fils de Marin Karmitz, fondateur de MK2, nous rap-

pelle l'importance et le succès d'un ancrage physique, d'une visibilité au cœur des villes pour le partage des émotions, de la culture et du patrimoine cinématographiques. Les salles de cinéma deviennent plus que jamais des lieux où cultiver l'attention...

Alors que nous craignons chaque été de subir des vagues écrasantes de canicule, Élodie Grimoin nous expose sa brillante idée de canopée urbaine, source de rafraîchissement et de mieux-vivre. Les villes les plus exposées aux conséquences du réchauffement climatique sont aussi celles qui sauront le mieux s'y adapter.

Nous apprendrons qu'un des meilleurs miels du monde se récolte à Paris, grâce à la passion d'un apiculteur urbain, Volkan Tanaci, inlassable défenseur des abeilles. Lieu de sensibilisation, la ville se fait terrain de préservation et de reconquête de la biodiversité à l'échelon national.

En pleine interrogation sur l'empreinte écologique des villes, nous rencontrerons la jeune Sandra Rey, fondatrice de Glowee, une société qui invente l'éclairage urbain de demain, issu de bactéries bioluminescentes, en cours d'expérimentation à Rambouillet. *Via* cette innovation, nous lutterons à la fois contre la pollution lumineuse et contre le phénomène des îlots de chaleur.

Face aux inquiétudes sur l'avenir du commerce en ville, Adrien Bisseliches propose un nouveau concept

de magasin éphémère, ou pop-up store, qui réinvente la temporalité et les finalités des échanges urbains. La ville devient un terrain de jeu, un média en constante métamorphose.

À ceux qui pourraient penser que tout a déjà été fait à Paris, Laurent de Gourcuff, découvreur d'exceptions, démontre qu'il est toujours possible de dénicher au cœur de la capitale d'incroyables lieux où perpétuer l'art de vivre et de faire la fête à la française...

En ces périodes de scepticisme politique, le jeune Paul Hatte offre des outils participatifs pour renforcer les liens entre les élus et leurs administrés, et pour permettre aux citoyens de faire remonter en temps réel les informations les plus pertinentes afin d'améliorer leur cadre de vie.

En créant la maison de ventes aux enchères FauveParis, Lucie-Éléonore Riveron a su dépoussiérer et rajeunir un monde trop souvent confiné au cérémonial de l'hôtel Drouot... C'est une nouvelle clientèle et de nouveaux usages qu'elle a su faire émerger au cœur de la ville.

Enfin, la maison de production d'art urbain Quai 36, fondée par Jonas Ramuz, a fait entrer l'art mural et le frisson des fresques géantes dans les gares, les grands ensembles, sur les palissades des chantiers. La ville devient désormais... une galerie à ciel ouvert.

À travers de tels acteurs, la ville ne cesse de se définir et de se redéfinir, chaque jour, chaque mois, chaque année. Pour la comprendre, il faut se donner les outils nécessaires à une veille et à une écoute permanentes. Nos clients, qu'ils soient des particuliers ou des entreprises, sont eux aussi des citoyens qui réinventent sans cesse leurs modes de vie. Au centre de leurs préoccupations, nous sommes toujours présents pour les soutenir.

Nous voulons faciliter le développement des entreprises qui s'intéressent à la ville et qui veulent la transformer. Nous avons ainsi mis en place l'Observatoire des urbains pour réfléchir aux nouveaux besoins et aux nouvelles vies que pourrait nous offrir la ville de demain. Nous organisons par ailleurs des « Start-up days » pour distinguer les entreprises innovantes qui apporteront les solutions d'avenir à nos 6 millions de clients.

Face aux doutes, puisse ce recueil raconter comment de simples individus, des entreprises confirmées ou des start-up débutantes peuvent changer la donne, remédier à des problèmes anciens, créer de la beauté et de la convivialité, restaurer de l'entraide, renouer le lien avec la nature, pour une ville métamorphosée, méconnaissable, toujours plus intelligente, équitable et agréable à vivre.

*Michel Mathieu*





# La puissance de l'éphémère

*Par* ADRIEN BISSELICHES







*Diplômé d'une école de commerce et consultant, Adrien Bisseliches co-fonde en 2009 My Pop Up Store, qui propose aux entreprises des concepts de magasins éphémères pour communiquer, tester un produit ou optimiser les ventes. La boutique devient ainsi un média, un événement urbain qui permet d'innover et de se démarquer dans le contexte d'un retail toujours plus concurrentiel.*

\* \* \*

Mon frère travaillait sur l'idée des boutiques éphémères depuis longtemps. Pendant un séjour aux États-Unis, en 2004-2005, il est frappé par le nombre de vendeurs de déguisements lors du week-end d'Halloween. Il les voit sortir des bureaux et aller s'approvisionner dans des entrepôts à l'autre bout de la ville pour revenir vendre leur marchandise dans les rues. Il se dit que s'il était vendeur de déguisements et avait la possibilité d'ouvrir une boutique sur la

Cinquième Avenue une semaine par an, il multiplierait sans doute par dix son chiffre d'affaires... Ceci vaut non seulement pour les vendeurs de déguisements à Halloween, mais aussi pour les vendeurs de jouets à Noël, pour les vendeurs de fleurs à la Saint-Valentin, pour les vendeurs de maillots de foot lors d'une victoire de mon équipe préférée, etc. Bref, tout ce qui comporte une forte saisonnalité, ou tout ce qui est directement lié à un événement marquant.

L'idée est simple, sans aller de soi : allier la réactivité et la souplesse d'un marché à la mise en scène et au confort d'un véritable magasin.

En juin 2009, le roi de la pop Michael Jackson vient de mourir. La planète est en deuil, ses innombrables fans cherchent de quoi calmer leur chagrin. Thierry, mon frère, y voit l'opportunité de démontrer la pertinence de son intuition, et contacte par mail l'avocat de la star pour lui demander de lui céder temporairement les droits des produits dérivés de la tournée qui devait avoir lieu. L'homme de loi le renvoie vers Universal Music, détenteur des droits en France et qui saute sur l'occasion. Un magasin éphémère voit le jour à la rentrée de septembre, reste ouvert pendant quatre mois dans le hall de l'Olympia, à Paris, et connaît un grand succès. La structure est en phase totale avec l'univers de l'artiste puisque construite à base de *flight cases*, ces valises noires bardées de cornières en inox dans lesquelles on transporte le matériel d'une troupe. Le magasin-kiosque n'est ouvert qu'en journée, et disparaît le soir pour laisser place