

FRÉDÉRIC CLAQUIN

« MA PASSION, CRÉER DU CONTENU »

Frédéric Claquin est auteur, éditeur et producteur indépendant. Cet entrepreneur perreuxien, touche-à-tout et passionné d'arts graphiques urbains alternatifs, affiche au compteur pléthore d'ouvrages d'art, de magazines, d'expositions et de vidéos. Rencontre.

“ J'aime sublimer l'art par l'objet ”



Le PNC : Présentez-nous Plan 9 Entertainment.

Frédéric Claquin : Son nom est un clin d'œil au film *Ed Wood* et à la célèbre marque de skate Plan B. De ce véritable laboratoire de recherche et de développement naissent toutes sortes d'idées pour mes clients ou mes propres projets. D'un côté il y a les prestations que je réalise pour mes clients TF1, les éditions Dargaud, les éditeurs de jeux vidéo ou Sodexo. Et de l'autre, il y a tous mes projets et les marques qui m'appartiennent. Sur cette seconde partie, il y a des collections de beaux livres, la partie visible de l'iceberg, mais aussi un site Internet d'information (*Drawing Is Not A Crime*), du merchandising, un panel d'artistes dont je m'occupe, des événements... En fait, j'ai créé un écosystème autour des marques *ARTitude* et *Tattooisme*.

Le PNC : En dehors de la partie business, vous êtes un autodidacte ?

FC : C'est vrai que je suis issu d'une formation plutôt classique. Mais le fait d'être plongé depuis tout jeune dans la « board culture » (skateboard, snowboard, surf) très codé et « iconographié », a modelé mon esprit, mes envies et mon imaginaire. Il y avait deux façons d'arriver dans le « street art » (ou arts graphiques contemporains) pour les gens de ma génération : le hip-hop ou le skate, moi c'était le skate (ndlr : il est incollable sur l'histoire de la planche à roulettes). Sans m'en apercevoir, j'ai toujours été intimement lié à cette culture alternative qui a pris une place de plus en plus importante ces 30 dernières années. Et en même temps, j'ai toujours senti en moi ce côté entrepreneur, vouloir créer du contenu, raconter des histoires.

Le PNC : Autour de vous gravite tout un écosystème ?

FC : Seul, il est impossible que mes projets voient le jour. J'aime comparer mon univers à une équipe de foot où je suis l'entraîneur et où les joueurs (les artistes) occupent une place unique et précise. Ces créatifs, graphistes, illustrateurs, dessinateurs, peintres, street-artistes, tatoueurs et photographes se complètent. Cette complémentarité fait émerger plein d'idées nouvelles, des synergies, crée une émulation. Ce « collectif » prend de plus en plus d'envergure depuis quelques années et, pour le faire connaître, on déploie tout un éventail d'actions avec les réseaux sociaux, nos sites Internet, mes ouvrages ou des expositions que l'on monte de toutes pièces à la Galerie du Pont Neuf à Paris, à Genève ou chez IT Kitchen au Perreux.

Le PNC : Artitude, c'est quoi ?

FC : C'est une collection de beaux livres composée de trois ouvrages dédiée aux arts graphiques, visuels, urbains et à la pop culture qui montrent les créations sensibles, provocantes ou amusantes des street-artistes, des dessinateurs, des peintres et des photographes les plus emblématiques et insolites du moment. Je pense avoir réussi le pari de proposer un recueil accessible aux néophytes regroupant des stars, mais aussi des artistes dont c'est la première publication. En parallèle, je viens de lancer une collection *ARTitude BOOTleg*, quelque chose de plus indépendant dans l'approche, plus « collector ». La dernière édition est disponible depuis avril dernier. Au fil du temps c'est devenu un label, une caution, un ton.

**Le PNC : C'est important ce côté « collector » ?**

FC : Ça l'est dans le sens où l'idée est de sublimer le contenu, d'offrir une « expérience » au lecteur et, enfin, d'être le plus indépendant possible dans notre manière de concevoir nos ouvrages. La nouvelle collection *ARTitude BOOTleg* est une série de livres que l'on propose sur le site *Kiss Kiss Bank Bank* (site de financement participatif). Cette collection ne sera pas disponible à la Fnac ou sur Amazon, c'est du circuit court : directement du producteur au lecteur ou libraires indépendants. Avec une production en série limitée, des objets soignés, comme des petits cahiers d'artistes. On joue sur cette proximité, la rareté. C'est important pour nous aussi cette notion de proximité.

Le PNC : Votre fierté ?

FC : Il y en a plein : avec le livre *Tattooisme*, le succès était au-delà de toutes mes espérances. Des tatoueurs renommés et

très en vue y ont participé. Sur les réseaux sociaux, des centaines d'inconnus du monde entier se prenaient en photos avec le livre, c'était de la folie ! En 2012, le mot *Tattooisme* a même été sélectionné par *Le Figaro* comme l'un des 100 nouveaux mots de l'année dans son hors série « spécial langue française ». Tout cela contribue aussi à « déghettoiser » cet art à part entière.

Le PNC : Vos rêves ?

FC : Qu'*ARTitude 1* qui sort en avril aux États-Unis (le Tome 2 y est prévu pour la fin de l'année) connaisse le même succès que son petit frère francophone, que nos différents projets lancés sur le site de financement participatif *Kiss Kiss Bank Bank* rencontrent le succès des projets précé-

dents, que notre public rêve en couleurs avec nos créations, prenne du plaisir lors de nos événements et continuer à rendre nos artistes « maison » heureux, car c'est le moteur de cet écosystème.

Le PNC : Votre relation avec la ville du Perreux ?

FC : Je suis Perreuxien depuis 1990, c'est une ville que j'aime et qui change. Des nouveaux lieux voient le jour et on n'a plus besoin d'aller dans des quartiers branchés de Paris pour manger un bon burger dans un cadre cosy. IT Kitchen a mis à disposition un mur pour accrocher des œuvres de « mes artistes ». J'essaie aussi de créer des passerelles ou de faire bouger les choses à mon niveau. Mais il y a encore beaucoup de choses à faire, notamment dans un cadre plus événementiel.

PORTRAIT

Enfant de la culture urbaine et bercé depuis tout jeune dans l'univers du skateboard (tout comme son fils), Frédéric a suivi sa scolarité à Nogent, à Joinville puis à Paris. Son diplôme d'école de commerce en poche, il intègre TF1 Vidéo en 1996 au pôle développement où il supervise, entre autres, la création de TF1 Multimédia. En 2002, il change de cap en créant le label indépendant Plan9 Entertainment avec lequel il développe des expériences et projets pour lui ou ses clients. Il y produit des documentaires, exploite un catalogue de 150 DVD, de nombreux magazines (*Thrasher*, *FightSport*, *Stash*, *Gracie Magazine*), des sites Internet ou applications pour smartphones et tablettes. Amoureux des beaux livres, il est l'auteur d'une dizaine d'ouvrages chez différents éditeurs. Ces deux principales collections, *ARTitude* et *Tattooisme*, ont une particularité rare pour un auteur français : elles sont à la fois éditées en France et aux États-Unis, par un éditeur américain, pour une diffusion dans le monde entier. Dénicheur de talents, agent d'artistes, lanceur de marques, directeur artistique et organisateur d'expositions, son domaine de prédilection est l'exploration des contre-cultures. ■

Pour en savoir plus :

www.plan9-entertainment.com
www.kisskissbankbank.com/fr/users/frederic-claquin
<http://shop.plan9-entertainment.com>