



actualités

# Saint-Ouen-sur-Seine, une ville qui inspire !

Habitants, commerçants et entreprises manifestent un véritable engouement pour les affiches mettant à l'honneur les thèmes les plus emblématiques de Saint-Ouen-sur-Seine dont se sont emparés les talentueux graphistes de l'agence Saguez & Partners.

**DESIGN.** Clairement, depuis que les affiches « vintage » de l'agence Saguez & Partners ont été dévoilées, c'est toute la ville qui s'en est emparée. Les entreprises et les commerçants ont été séduits par cette nouvelle vision de la ville et les Audoniens se sont immédiatement appropriés ces affiches dignes de celles qui se faisaient dans les années 1930. C'est un sentiment de fierté et d'attachement commun à Saint-Ouen-sur-Seine qui transparaît dans les affiches que les graphistes de Saguez & Partners ont spécialement imaginées pour cette opération #inspiretaville.

## Une agence engagée

L'agence de design global Saguez & Partners est à l'origine de cette initiative valorisant les différents aspects de la ville où elle s'est implantée depuis quinze ans. Son président, Olivier Saguez, explique : « #inspiretaville, c'est une idée simple : il ne faut pas attendre que la ville soit finie pour lui dire qu'elle est bien. Il faut au contraire l'encourager à continuer. C'est dans les moments de doute, quand on a les pieds dans la gadoue, qu'il faut donner à la ville un regard différent. »





Le maire entouré des graphistes auteurs des affiches et, de gauche à droite : Olivier Saguez, fondateur de Saguez & Partners, Jean-Charles Decaux, directeur général de JC Decaux, et Alain Mouquet, directeur associé de SB Graphic.

Olivier Saguez a demandé à ses graphistes de choisir les thèmes représentatifs de la ville « avec passion et conviction ». Au total, 11 affiches originales ont été développées. « C'est un retour aux fameuses affiches des années 1920 et 1930 de Menton, Megève, Chamonix ou Cannes, qui faisaient rêver les voyageurs. Et on s'est dit : "Pourquoi ne pas faire un voyage intérieur dans la ville ?" », ajoute le designer. « Je suis fan de ce genre d'affiches, apprécie le maire, William Delannoy. Acteur moi-même durant des années aux Puces, je possède certaines de ces célèbres affiches ; lorsqu'Olivier Saguez m'a exposé son projet, j'ai été ravi. »

### Une aventure collective

Une fois le projet lancé, il a fallu passer par plusieurs étapes pour le finaliser. La première était de viser juste et d'être en phase avec l'esprit audonien, il fallait donc un œil expert. « Le maire nous a encouragés, il est une mémoire de sa ville et il a bon œil. Il a repéré deux, trois petites bêtises que nous avons corrigées, comme pour le stade Bauer qui s'appelait à l'origine le stade de Paris, car il n'existait pas encore le Parc des Princes à l'époque de sa création », se plaît à raconter Olivier Saguez. Jean-Charles Decaux, PDG de JC Decaux, a accepté de mettre à disposition 33 de ses panneaux, soit un tiers de la surface d'affichage dans la ville, pour exposer ces œuvres en grand format (2 mètres carrés et 8 mètres carrés) : « Lorsqu'Olivier Saguez m'a proposé ce projet, me disant que c'était pour la ville de Saint-Ouen, je n'ai pas hésité une seconde. L'idée est très belle, restaurer et remettre au goût du jour la création par l'affiche à l'heure du digital, c'est un exercice assez audacieux. » Les dessins étaient prêts, l'afficheur était d'accord pour les placarder, il fallait les imprimer. Alain Mouquet, de SB Graphic, a répondu présent pour participer gracieusement à l'opération. Pour son imprimerie qui suit de près la vie de la ville, c'était une évidence : « On a tout de suite été séduits. »

Comme la démarche de cette campagne d'affiches était de donner l'occasion aux Audoniens d'exprimer leur amour pour leur ville, Saguez & Partners, régulièrement en contact avec le service Vie asso-

ciative, a proposé à 10 associations\* de faire du porte-à-porte dans les quartiers. Des enfants encadrés par des tuteurs ont scotché les premières affiches chez les commerçants qui ont joué le jeu. La réaction de celles et ceux qui ont vu les affiches a été au-delà de toutes les espérances ; elles ont également rencontré un vif succès sur les réseaux sociaux. Pour répondre à la demande, le maire a décidé de faire paraître tous les mois une affiche au centre du Journal de Saint-Ouen-sur-Seine. Avis aux collectionneurs !

### 11 affiches, 11 sites emblématiques

Lors de la présentation des 11 affiches à la presse, le 28 mars dernier, William Delannoy a remercié le talent artistique des graphistes de Saguez & Partners – « vous qui n'êtes pas audoniens, vous avez compris notre identité » – avant de revenir sur le titre commun à toutes les affiches : « Saint-Ouen-sur-Seine n'est pas le délire d'un nouveau maire qui s'est dit que c'est aussi joli que Neuilly-sur-Seine, mais un nom qui fait référence à l'histoire de la ville et à son avenir, alors qu'un quart de la commune est en construction le long du fleuve. Elle est en train de naturellement se tourner sur la Seine. Alors, il est naturel que nous retrouvions notre identité de ville qui a toujours été en bord de Seine. Elle s'est appelée un moment de sa vie Saint-Ouen-sur-Seine, c'est un retour aux sources ! » ■

Les 11 affiches traitent des thèmes suivants, qui se déclinent en sous-thèmes, comme vous le verrez au fil des mois dans notre journal au gré de la parution des affiches :

Le stade Bauer et le Red Star vus par Martin Lyonnet ; le marché Dauphine, l'église Notre-Dame-du-Rosaire et l'aviron vus par Camille Boyer ; le marché Paul-Bert vu par Émilie Portal ; le Château vu par Lola Marguaritte ; le restaurant Le Coq de la Maison Blanche vu par Florent Darthout ; la patinoire vue par André Lavergne ; la Halle vue par Arnaud Laly ; les Docks vus par Marion Grenier.

\*Avenir culturel sportif audonien (ACSA), Apeee, D-Brouy Jeuness, Double Dutch, ERA, Espoir pour tous, La Fabrique des impossibles, Mon voisin des Docks, Sofa, Vivre ensemble aux Puces Soutien scolaire.