



le19M

le19M PORTE D'AUBERVILLIERS : ANCRAGE TERRITORIAL ET PUBLICS

Quel rôle pour le19M sur son territoire d'ici 2030 ?

MASTER STRATÉGIES TERRITORIALES
ET URBAINES

FROGER Téo
MEDLEJ Zeina
ROUSSEL Maxime
TONDUT Axel

le19M

SciencesPo
ÉCOLE URBAINE

PRÉFACE

Nouveau venu dans le paysage culturel grand-parisien, le19M incarne ce lien désormais étroit entre les Maisons de mode et de luxe, et le monde culturel. Le pari semble réussi, et les publics au rendez-vous des expositions et événements nichés au cœur de ce bâtiment singulier, qui revendique son positionnement Porte d'Aubervilliers. Se rejoue ici une histoire vue ailleurs, d'un lieu culturel en prise avec un territoire populaire et clivé, et qui fait ce pari un peu fou d'inventer des histoires communes avec habitants et usagers de ce territoire de proximité. Cette commande est aussi le reflet d'une équipe qui, tout juste lancée, a besoin de prendre du champ et de prioriser ses actions.

Je tenais tout d'abord à remercier l'Ecole Urbaine et l'équipe du 19M pour leur confiance, en me confiant le tutorat de ce projet. J'ai eu à cœur d'accompagner Zeïna, Axel, Maxime et Téo, qui ont quelques fois bousculé salutairement mes habitudes de professionnelle aguerrie. J'ai veillé à ce que chacun apporte dans ce projet sa sensibilité, ses talents (d'écriture, de sens critique, de lecture politique et de création graphique... chacun s'y reconnaîtra !). En mobilisant aussi tous les outils mis à leur disposition : l'indispensable approche terrain « par les pieds », le quelquefois ingrat travail d'enquête, les nécessaires aller-retours avec l'appareil critique et documentaire, l'importance des premières intuitions et la manière de les interroger et aussi de les dépasser. Puisse ce travail et les préconisations qui en découlent être surtout utiles pour les professionnels du 19M, et qu'ils repartent avec quelques pistes nouvelles, pour renforcer ce dialogue avec le territoire du nord est parisien.

Coraline Knoff

Responsable de la Fabrique du Métro à Saint-Ouen-sur-Seine
Tutrice du projet collectif commandité par le19M

LE PARTENAIRE

Inauguré en 2022 à la **Porte d'Aubervilliers** par la maison Chanel, *le19M* est un bâtiment hybride qui rassemble en son sein douze maisons d'art, une école de broderie, ainsi qu'une galerie accessible au public.

Conçu comme un **trait d'union entre Paris et Aubervilliers**, dans un territoire au passé industriel fort, cet espace de 25 000 m² vise avant tout à accueillir plus de **700 artisans** œuvrant pour des maisons de mode prestigieuses à l'abri des regards, tandis que la Galerie, **lieu de valorisation du patrimoine et des métiers de la mode et de la création**, propose un programme pluridisciplinaire et varié, entre expositions, ateliers pratiques, conférences et événements à destination du grand public.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site internet du 19M : <https://www.le19m.com/>



L'intérieur du Café du 19M attendant à la Galerie et servant de hall d'entrée pour les visiteurs, 4 octobre 2024, Téo Froger

MÉTHODOLOGIE

Le diagnostic d'ancrage territorial du 19M s'est appuyé sur une méthodologie mixte, combinant analyse documentaire, enquête de terrain et traitement de données. La **phase exploratoire** a mobilisé un corpus bibliographique issu de la recherche académique (sociologie urbaine, politiques culturelles, économie du luxe), enrichi par des documents internes transmis par le 19M (bilans de programmation, stratégie publique, benchmark) et des données publiques (INSEE, APUR).

La dimension qualitative de l'étude repose sur la **réalisation de plusieurs dizaines d'entretiens semi-directifs** avec des acteurs institutionnels (collectivités locales, rectorats), culturels (musées, friches culturelles), éducatifs (Campus Condorcet, MoMAD) et associatifs. Un benchmark international (Milan, Florence, Marseille) a permis d'intégrer des retours d'expérience sur l'ancrage territorial d'acteurs comparables.

Parallèlement, une **enquête quantitative a été menée sur le terrain à trois reprises** (janvier, février, mai 2025), via des questionnaires administrés aux visiteurs et salariés du 19M. Cette enquête, combinant questions fermées et ouvertes, a permis d'établir le profil socio-démographique des publics, d'identifier les leviers et freins de fréquentation, et d'alimenter les recommandations. Ces résultats ont été complétés par une analyse cartographique (accessibilité, précarité, immigration, équipements culturels) fondée sur des bases de données géostatistiques, pour objectiver les réalités du territoire d'implantation.

Cette méthodologie, à la fois empirique, comparative et territorialisée, vise à proposer des préconisations opérationnelles, fondées sur une connaissance fine du contexte local.

LES TERRAINS ÉTUDIÉS

L'étude s'est appuyée sur deux types de terrains complémentaires : le territoire d'implantation du 19M à la Porte d'Aubervilliers, et un benchmark territorial conduit dans trois villes – Marseille, Florence et Milan – sélectionnées pour leur capacité à articuler métiers d'art, inclusion territoriale et rayonnement culturel.

Le **territoire local**, situé à la jonction de Paris 19e et d'Aubervilliers, se caractérise par une **forte hétérogénéité sociale et fonctionnelle** : zones d'activités tertiaires, Quartiers Politiques de la Ville, enclavement physique (périphérique, canal, faisceaux ferroviaires) et faible densité résidentielle immédiate. Pour en appréhender la complexité, plusieurs **sorties de terrain** ont été organisées, incluant des observations in situ, des entretiens avec des associations et établissements scolaires, et des relevés cartographiques. Trois campagnes de questionnaire ont également permis d'interagir directement avec les publics du 19M (expositions, évènements, salariés), afin de saisir leurs perceptions et usages du lieu.

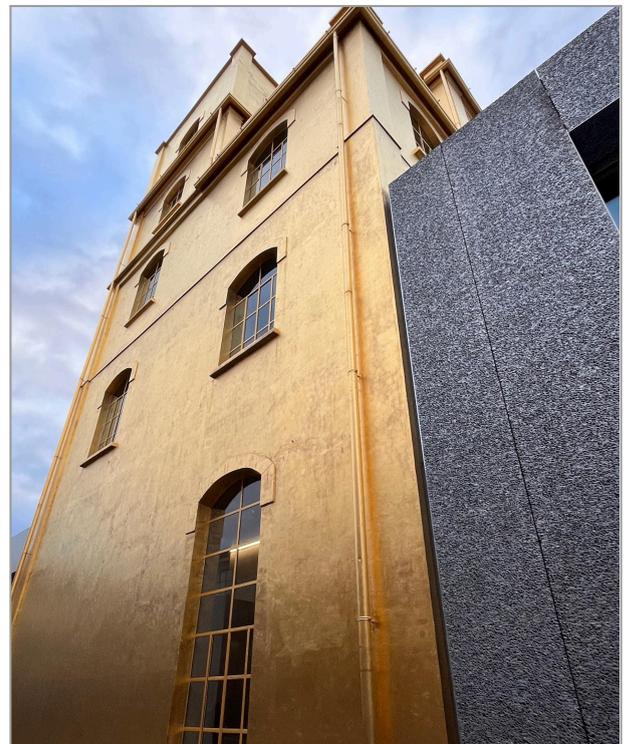
Un benchmark ciblé a également été mené dans trois villes-clés :

- À **Marseille**, nous avons étudié le fonctionnement de la Galerie du 19M installée au Mucem, ainsi que des institutions locales (Friche de la Belle de Mai, musée Borély) pour analyser les pratiques d’ancrage culturel dans un contexte populaire. Ces entretiens ont mis en évidence l’importance de partenariats de terrain, d’une stratégie d’ouverture explicite, et de médiations discrètes mais continues.
- À **Florence**, l’équipe du musée Salvatore Ferragamo a insisté sur le lien entre transmission patrimoniale et valorisation territoriale. Contrairement au Palazzo Gucci, inaccessible au public, ce musée œuvre pour rendre accessibles les savoir-faire même à un public non-client, en mettant en récit l’histoire locale de la marque.
- À **Milan**, la visite de la Fondation Prada et la documentation collectée autour du musée Armani/Silo ont souligné deux constats : l’enjeu d’intégrer une institution dans un quartier en gentrification, et l’importance d’une cohérence architecturale et narrative entre le lieu, son contenu et son environnement. Ces observations offrent des pistes pertinentes pour le 19M, dont l’architecture suscite parfois une impression d’enclavement local.

*Exposition permanente du musée Salvatore Ferragamo
à Florence, 17 janvier 2025, Axel Tondut*



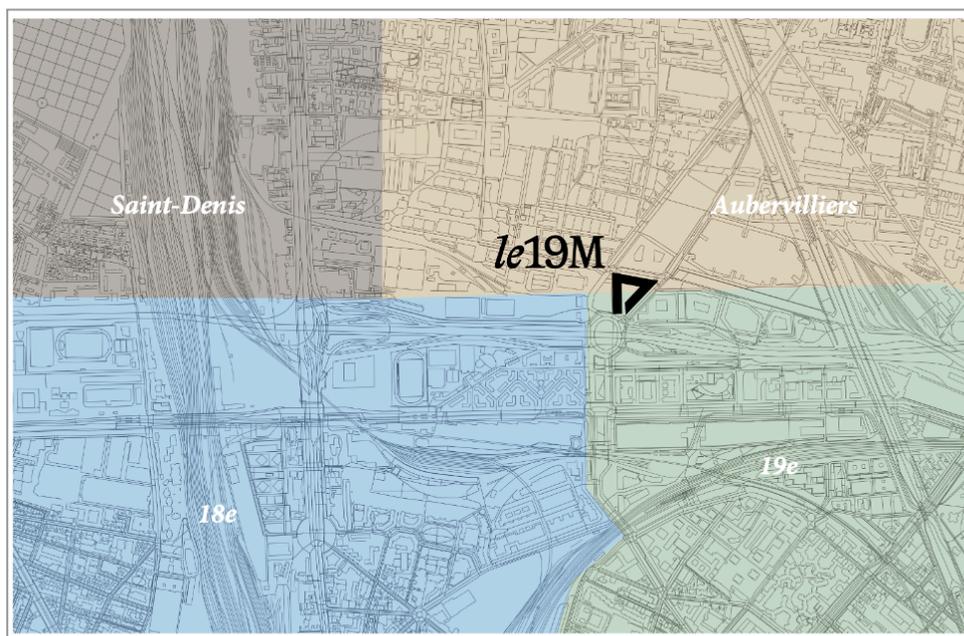
*Le Fort Saint-Jean, lieu d’accueil de la Galerie du 19M
à Marseille, 20 décembre 2024, Téo Froger*



*Façade extérieure de la Fondazione Prada
à Milan, 18 janvier 2025, Axel Tondut*

ENJEUX

La question centrale de la commande qui nous était initialement adressée était la suivante : « Quel rôle pour *le19M* sur son territoire d'ici 2028 ? ». Ce questionnement appelait ainsi à deux démarches distinctes, mais complémentaires : 1) une **clarification du territoire d'implantation** et une **définition du périmètre d'action du 19M** par le biais d'un travail cartographique approfondi ainsi que par la réalisation de nombreux entretiens avec la multitude d'acteurs associatifs, institutionnels et éducatifs présents sur ledit territoire ; 2) **une étude des publics de la Galerie du 19M**, qui analyserait les facteurs facilitant la venue des publics sur place, tout en soulignant ceux qui contribuent *a contrario* à éloigner certaines populations d'un univers parfois jugé comme distant, voire inatteignable.

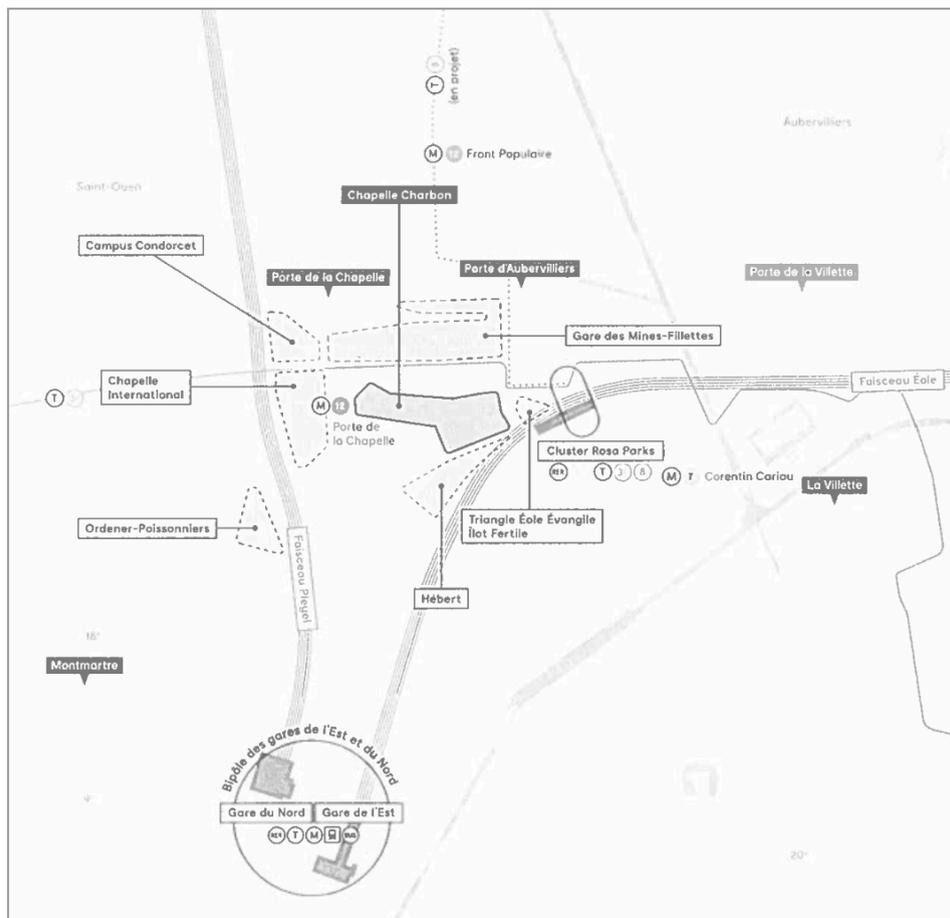


L'étude de l'intégration socio-spatiale du 19M, situé au croisement des 18^e et 19^e arrondissements de Paris et de la commune d'Aubervilliers, fait appel à des questionnements de nature diverse. Cette thématique d'étude est avant tout portée par des **enjeux sociaux et spatiaux**. En effet, il ne s'agit pas que d'un travail d'analyse des publics existants afin de brosser un portrait sociologique de ceux-ci, mais davantage de mettre en lumière les publics potentiels à proximité directe du 19M. Dans un **territoire à prédominance populaire et marqué par de profondes fractures urbaines** (voies ferrées, boulevard périphérique, canal Saint-Denis...), *le19M* et le monde du luxe et de la création qu'il incarne peuvent apparaître comme une sorte de « forteresse » peu ancrée dans son environnement. La nécessité d'un travail cartographique s'est donc imposée afin de comprendre les dynamiques démographiques et économiques à l'œuvre sur un territoire complexe à appréhender, aussi bien du point de vue physique que sociologique et historique.

- **Quel état des lieux sur la capacité réelle à date de la Galerie du 19M à toucher les publics dits de proximité à ce jour ? Quelle est la qualification et la diversité de ces publics ? Quelles perspectives de développement sont à mener pour atteindre ces publics ?**

Dans un cadre plus large, *le19M* est implanté dans un **territoire marqué par des mutations urbaines majeures**, entre réaménagement urbain des friches industrielles, construction de nouvelles lignes de transport (par exemple, la ligne 15 Nord du Grand Paris Express) et prolongement des lignes existantes (ligne 12, tramway T8...), aménagements liés aux Jeux Olympiques de 2024 (ouverture de l'Adidas Arena à Porte de la Chapelle notamment). Ces transformations peuvent avoir une multitude d'impacts sur l'environnement direct du 19M, et donc sur son fonctionnement, ainsi que sur les publics qui fréquentent ses espaces. L'enjeu urbanistique est ici très clairement exprimé, en ce qu'il s'agit d'étudier précisément les projets urbains en cours de réalisation et de **comprendre leurs impacts sur les dynamiques locales en matière d'organisation socio-spatiale**. Surtout, il s'agit plus précisément d'établir comment *le19M* pourrait s'intégrer dans ce nouveau plan d'urbanisme en prenant en compte ces mutations et ces projets divers et variés.

- **Quelles évolutions *le19M* et son territoire connaîtront-ils d'ici 2028 ?¹ Quelles nouvelles connexions et liens peuvent être créés ? Qui seront les acteurs porteurs de ce renouveau ? Quels en seront les enjeux principaux ?**



Carte des projets urbains en cours ou à venir sur le territoire du nord-est parisien, Paris & Métropole Aménagement

¹ Initialement, l'horizon des perspectives à envisager était 2028, mais en raison d'un calendrier des projets en proie à des changements réguliers, le seuil privilégié est désormais celui de 2030-2031.

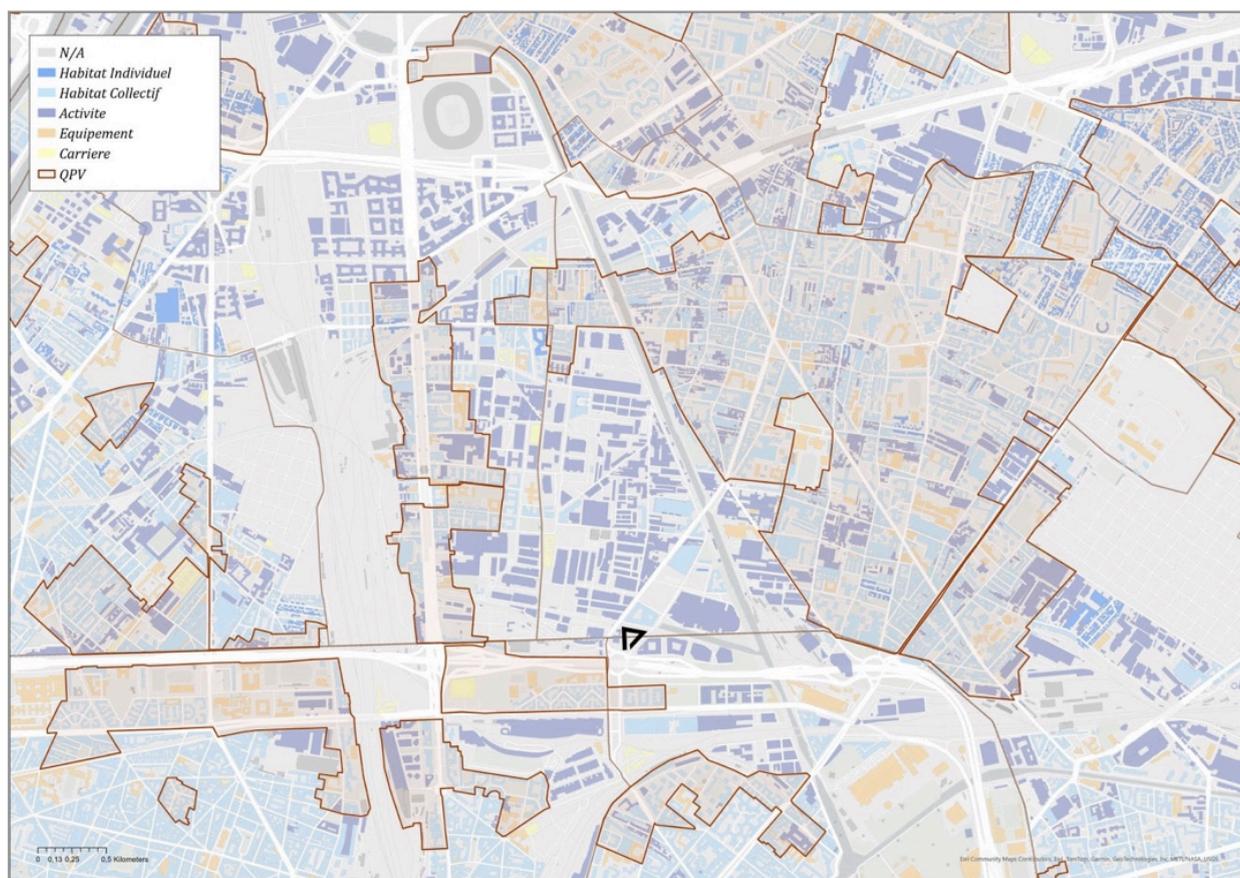
PRINCIPAUX RÉSULTATS

I. Les grands enseignements du travail de cartographie

Dans un premier temps, notre travail a consisté à définir le territoire du 19M, à dresser ses frontières et à en établir un diagnostic socio-historique.

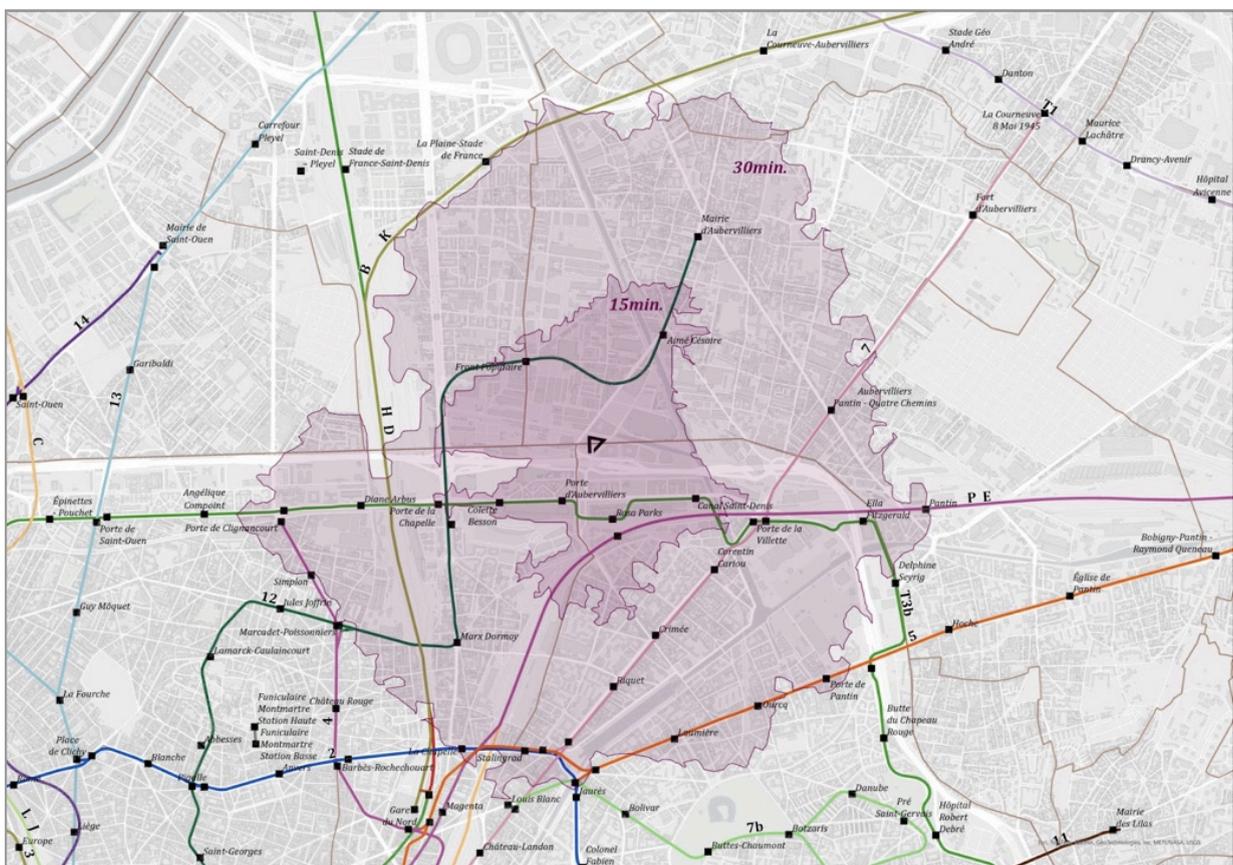
L'environnement immédiat du 19M est caractérisé par une **prédominance des activités tertiaires et industrielles** (en violet sur la carte). Parallèlement, les rares espaces résidentiels du territoire de proximité sont **fortement ségrégués et classés Quartiers Politiques de la Ville (QPV)**. Cela complique donc fortement l'ancrage du 19M dans le tissu urbain local, sa seule présence physique n'étant *a priori* pas suffisante pour attirer des populations socialement et culturellement défavorisées.

Ces constats affirment la nécessité de **développer des dispositifs hors-les-murs et d'intégrer des relais dans les lieux de vie** (écoles, associations, espaces publics), tout en s'inscrivant dans des logiques de coopération avec les structures déjà présentes et ancrées dans le territoire. Il s'agit de requalifier un site actuellement enclavé et sans véritable polarité, pour en faire une plateforme structurante, rayonnante et accueillante.

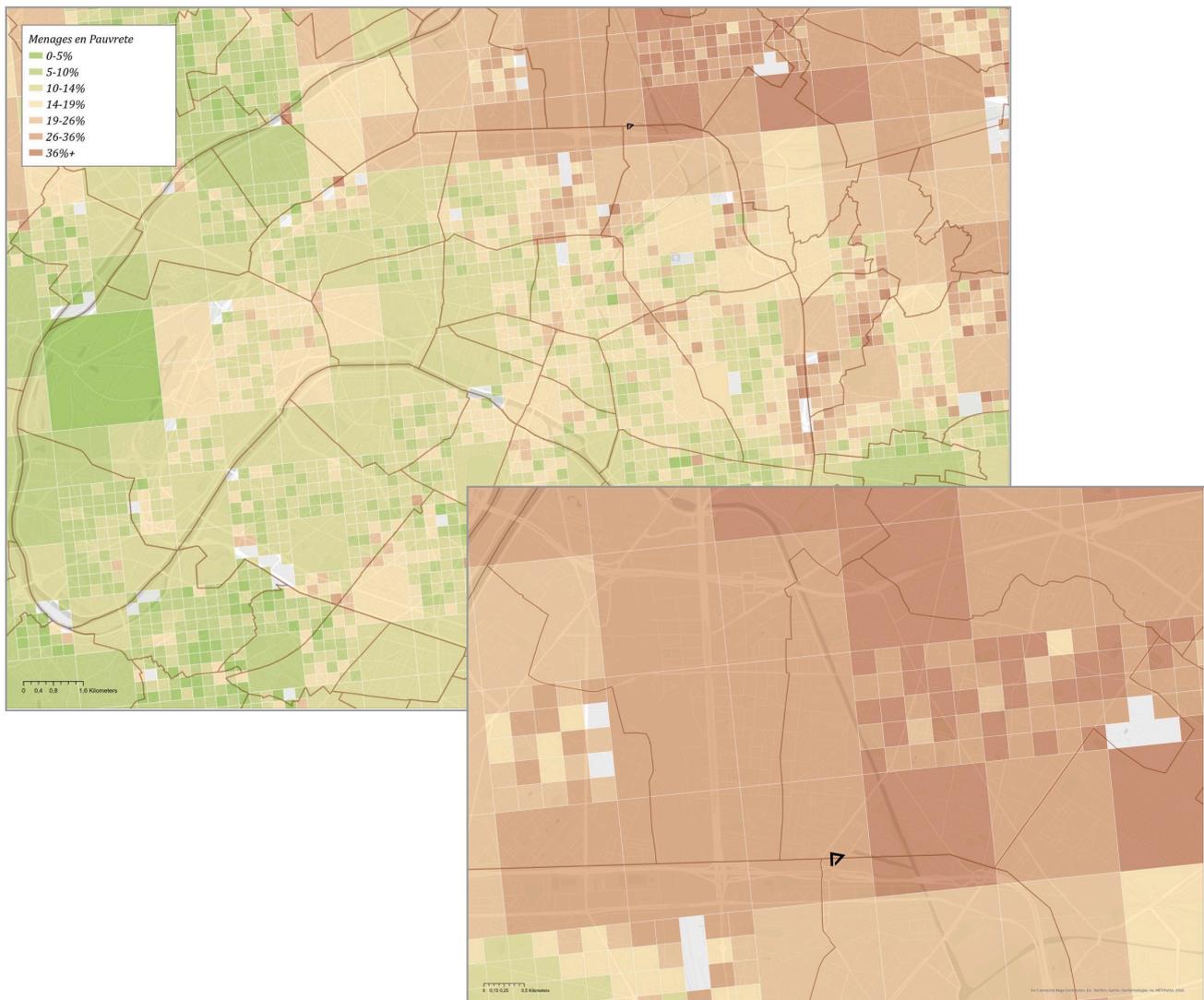


Toutefois, le caractère multiforme de ce quartier rend ses limites difficiles à définir. Par conséquent, une des seules données nous permettant un découpage réellement objectif est **la distance à pied du 19M**. Nous avons alors établi deux « territoires », un premier des 15 minutes et un autre des 30 minutes, qui constituent les fondements de nos études socio-historiques.

Ainsi, cette approche révèle que, malgré une **bonne desserte en transports publics** de par sa proximité avec le métro (ligne 12), le RER E et le tramway T3b, **le 19M reste difficilement accessible à pied**, notamment en raison des barrières physiques qui l'isolent. Ce cloisonnement limite la fluidité des déplacements piétons et contribue à une impression d'enclavement. Une réflexion s'impose donc sur les **parcours piétons**, sur la **signalétique urbaine** depuis les transports en commun, ainsi que sur les **dispositifs de médiation** de proximité du 19M.



L'objectif a ensuite été de replacer le 19M dans la géographie sociale du Grand Paris, afin de situer son implantation dans les dynamiques socio-démographiques qui l'entourent. Sur la carte ci-dessous, on peut observer que le nord-est parisien dessine **une diagonale de la précarité**. Aubervilliers apparaît ainsi comme un point central, à la croisée d'inégalités anciennes et de transformations urbaines récentes. Dès lors, les priorités des populations locales sont souvent éloignées des préoccupations culturelles classiques, d'autant plus que le territoire autour du 19M souffre d'une **faible densité en matière de musées ou de centres culturels institutionnels**.



Par son implantation, *le19M* doit donc devenir un **laboratoire d'innovation culturelle** en faveur d'une programmation tournée vers l'inclusivité et la transmission des savoir-faire. Ce faisant, il doit prendre en compte le bouillonnement multiculturel du territoire (plus de 38 % des ménages d'Aubervilliers sont issus de l'immigration), en valorisant à travers sa programmation des savoir-faire locaux et en créant des liens avec les cultures d'origine des habitants. Dans cette optique, *le19M* peut s'appuyer sur une concentration importante d'établissements scolaires et d'organismes d'apprentissage artistique autour de l'axe canal Saint-Denis – centre d'Aubervilliers – La Villette, qui représentent autant d'opportunités de collaboration avec son territoire de proximité.

II. Le19M : entre ambition culturelle et contradictions sociales

❖ *Une vitrine du luxe dans un territoire populaire*

Le choix de la maison de luxe Chanel d'implanter les ateliers des Maisons d'art ainsi qu'une galerie dans un quartier populaire comme celui de la Porte d'Aubervilliers peut paraître inattendu. En effet, ce territoire ne correspond pas à la localisation traditionnelle des enseignes de luxe, généralement concentrées autour de la place Vendôme. Un tel investissement ne relève toutefois pas du hasard. Il résulte au contraire d'**opportunités spécifiques au territoire du nord-est parisien**, que Chanel a su identifier et saisir au moment de son choix d'implantation.

La première opportunité tient à l'histoire de la maison Chanel, et plus généralement à celle des métiers d'art. En effet, Chanel est présente depuis plus d'un siècle dans le nord-est de Paris à travers l'usine de parfum Bourjois, propriété de la famille Wertheimer, implantée à Pantin. La maison a continué à investir ce territoire en délocalisant à Aubervilliers les ateliers des maisons Massaro, Lognon et Maison Michel en 2015. Ainsi, l'implantation du 19M à la Porte d'Aubervilliers en 2022 contribue à nourrir le **storytelling autour des liens entre Chanel et le nord-est parisien**, tout en permettant de maintenir sur place une main-d'œuvre des métiers d'art déjà partiellement implantée dans le territoire.

Ces différentes implantations répondent également à des logiques et opportunités économiques que la maison a su saisir. Le nord-est parisien offre en effet l'avantage d'un **foncier plus accessible**, tout en restant proche de Paris et en étant bien desservi par les infrastructures de transport.

Enfin, cette implantation du 19M au cœur d'un territoire populaire fait partie de la stratégie Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) de la maison qui contribue, à travers un lieu gratuit, à **diffuser la culture, l'art et la créativité dans des quartiers qui y ont le moins accès**. La maison se consolide également en s'inscrivant dans un territoire marqué par l'avant-garde culturelle et un certain foisonnement artistique, ce qui lui permet de rester à la pointe de la création.

❖ *Une vitrine opaque et paradoxale dans ses objectifs*

Ainsi, lors de son implantation à la Porte d'Aubervilliers en 2022, le19M devait relever un défi audacieux, en créant une nouvelle plateforme de valorisation des métiers d'art et de la création ancrée dans son territoire, ainsi que dans les dynamiques socio-économiques locales. Trois ans plus tard, si le19M semble s'être inscrit comme un **espace culturel singulier et légitime** (dans un secteur culturel pourtant en forte concurrence sur ces thématiques), en tissant de nombreux partenariats avec les acteurs associatifs et éducatifs locaux, il n'en demeure pas moins un **lieu paradoxal**, tiraillé entre une volonté d'ouverture et d'accessibilité des publics locaux et un certain repli sur soi dû à un manque de visibilité et d'inclusivité des espaces créés.

Plusieurs éléments permettent d'identifier les paradoxes à l'œuvre dans le fonctionnement du 19M. Premièrement, les **considérations architecturales** permettent de démontrer que

l'œuvre de Rudy Ricciotti a permis de créer une **identité visuelle forte** pour le 19M, en marquant sa présence dans le paysage urbain et en le rendant identifiable par tous. Pour autant, malgré la curiosité et l'intrigue qu'il suscite, le bâtiment ne laisse finalement que peu à voir des activités qui s'y déroulent, et donne parfois **l'impression d'une « forteresse »**.

Néanmoins, afin de dépasser ces premières impressions *a priori* décourageantes, l'ouverture de la Galerie du 19M visait à **mettre en valeur les savoir-faire** des métiers d'art auprès du grand public par le biais d'une **programmation riche et variée** (expositions, ateliers pratiques, conférences...). Si cet espace peut se targuer d'avoir contribué à renforcer la notoriété du 19M dans le monde culturel parisien, notamment depuis l'exposition « *Lesage, 100 ans de mode et de décoration* », sa **taille limitée** et son **manque de lisibilité** pour les visiteurs appellent cependant à nuancer ces résultats positifs.

Une autre question cruciale est celle de **l'accessibilité du lieu** : malgré l'ouverture du Café du 19M, d'un espace dédié aux plus petits et du jardin de la Parcelle attenant au bâtiment, **le 19M peine encore à attirer un public de proximité plus large**. Ces constats peuvent être justifiés par les prix trop élevés et les horaires d'ouverture limités du Café, ou encore par le cloisonnement de la Parcelle qui fait perdre en visibilité les activités qui s'y déroulent.

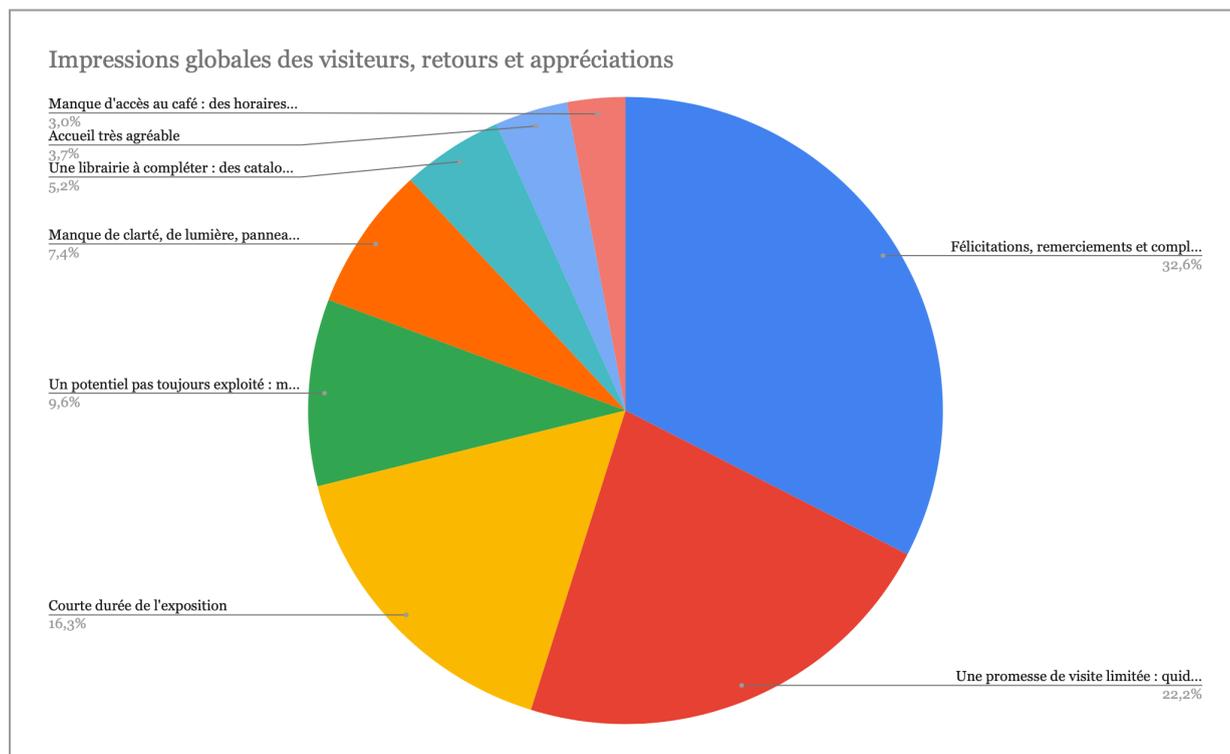
Enfin, les équipes du 19M ont déjà mis en œuvre des dispositifs afin de favoriser l'ancrage territorial du lieu, en lançant un certain nombre de **partenariats avec des établissements scolaires** pour attirer jeunes publics et familles, tout en élargissant leur cercle d'action à l'échelle locale par des **collaborations avec les associations de quartier**. Toutefois, le recensement des acteurs du territoire, qu'ils soient issus du monde associatif, institutionnel ou éducatif, nécessitait un **nouvel état des lieux**, plus précis, afin de permettre une amélioration concrète de l'ancrage territorial du 19M dans son tissu urbain.

III. **Le 19M : salariés et publics**

L'analyse des résultats issus des deux enquêtes menées au 19M confirme un **fort décalage entre les ambitions d'ouverture du lieu et la réalité de sa fréquentation**. Les 250 questionnaires administrés lors de l'exposition « *Lesage, 100 ans de mode et de décoration* » et de l'évènement *Mains d'Avenir* montrent une prédominance très nette de visiteurs CSP+, âgés, vivant dans Paris intra-muros ou les Hauts-de-Seine. Les **publics de proximité**, notamment les habitants d'Aubervilliers, sont **presque absents**, malgré la gratuité de la Galerie. L'enclavement du site, la signalétique limitée, les horaires restreints, et la perception d'un lieu intimidant ou élitiste sont autant de freins identifiés dans les verbatim recueillis.

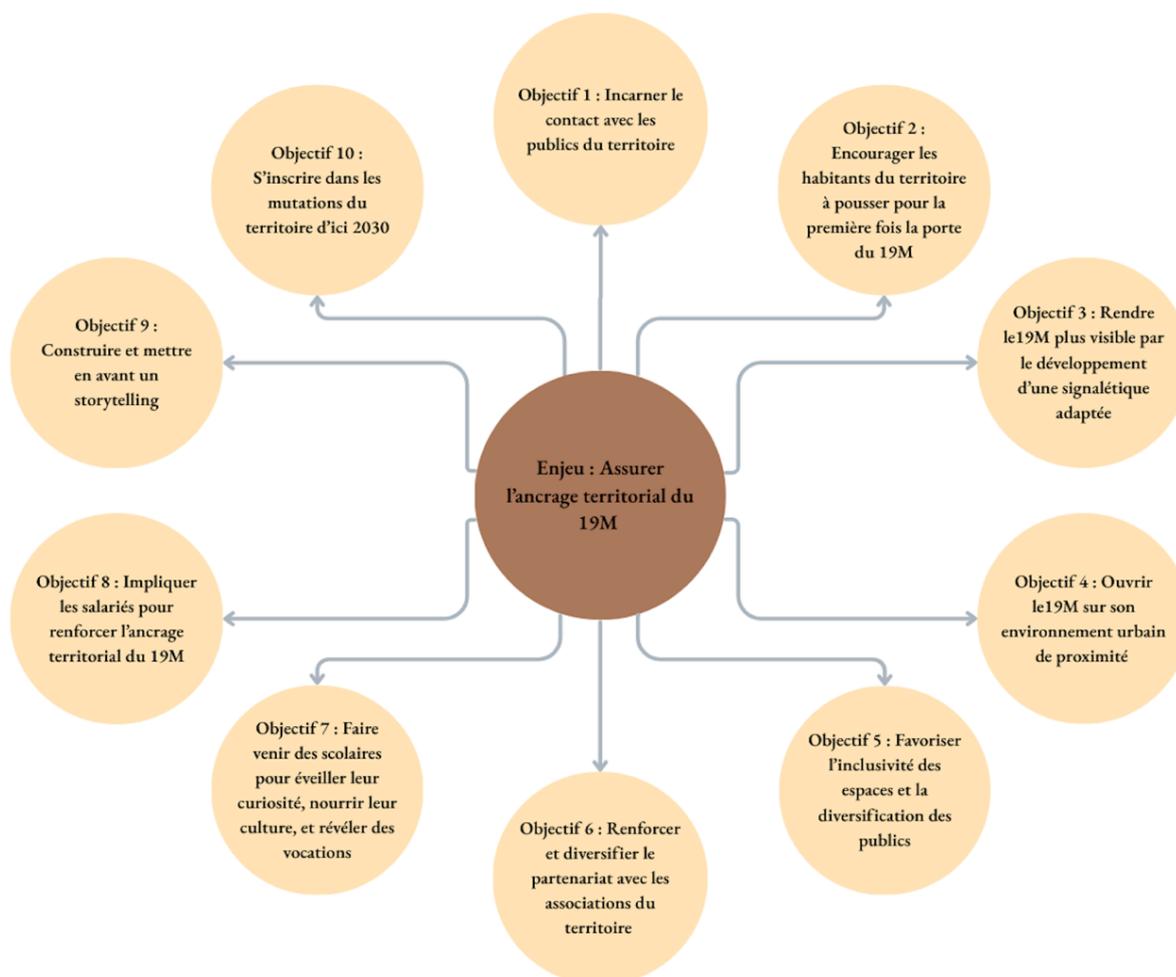
Si l'évènement *Mains d'Avenir* a permis de toucher un **public un peu plus jeune et plus diversifié**, il reste un cas isolé. La stratégie de diversification des publics peine encore à produire des effets structurels, faute d'un travail régulier sur le terrain. Les tentatives d'enquête auprès des salariés du 19M se sont révélées infructueuses : la majorité a refusé de répondre, soulignant un **cloisonnement fort entre les espaces de travail et la Galerie**, et plus largement une difficulté à activer le potentiel interne du site comme ressource de médiation.

Les actions engagées par le19M (Parcelle, partenariats scolaires, Café, expositions participatives) vont dans le bon sens, mais elles s'appuient sur un réseau de partenaires souvent extérieurs au périmètre de proximité. Le **lien avec les associations locales reste faible**, mal cartographié, et les établissements scolaires du quartier sont sous-représentés dans les collaborations recensées. **Le public vient, mais rarement de près.**



Graphique représentant les retours et les impressions globales des visiteurs de l'exposition « Lesage, 100 ans de mode et de décoration »

ENSEIGNEMENTS



Après avoir réalisé un diagnostic de l'ancrage du 19M sur le territoire de la Porte d'Aubervilliers, nous avons formulé un ensemble de recommandations ayant pour objectif d'orienter les actions des équipes du 19M dans leur volonté de s'ancrer plus fortement dans leur territoire et d'attirer les publics locaux. Nous avons défini **10 grands objectifs** (voir schéma ci-dessus) déclinés en 32 actions.

Parmi nos différentes préconisations, on retrouve par exemple la **création d'un poste de Chargé des relations avec le territoire** : celui-ci aurait pour mission de faire le lien entre l'intérieur et l'extérieur du 19M. Cette personne passerait ainsi la majorité de son temps en dehors du bâtiment, afin d'incarner physiquement le contact avec les publics et les associations du territoire.

Nous recommandons également au 19M d'**orienter sa programmation événementielle en fonction des grandes fêtes nationales et locales**, laïques comme religieuses. Cela pourrait encourager les habitants du territoire à pousser pour la première fois la porte du 19M et intégrerait le lieu dans le foisonnement multiculturel du quartier.

Enfin, nous avons formulé une autre recommandation autour de la signalétique du lieu, afin de faciliter son accessibilité à pied depuis les stations de transport en commun, de nombreux visiteurs ayant éprouvé des difficultés à accéder à la Galerie. Une **signalétique adaptée** (par exemple, avec des panneaux et des marquages au sol), sur le trajet allant des stations de transport en commun vers le bâtiment, contribuerait à améliorer l'expérience visiteur.

POUR EN SAVOIR PLUS

- Ambrosino, C. (2011). *L'artiste et ses territoires*. Métropolitiques. <https://metropolitiques.eu/L-artiste-et-ses-territoires.html>
- Azimi, R. (2017, 25 mai). Les musées multiplient les partenariats avec les maisons de luxe. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/m-moyen-format/article/2017/05/25/les-musees-multiplient-les-partenariats-avec-les-maisons-de-luxe_5133680_4497271.html
- Karam, A., & de la Provôté, S. (2019, 18 décembre). *Les nouveaux territoires de la culture*. Sénat. https://www.senat.fr/rap/r19-210/r19-210_mono.html
- Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. (2025, janvier). *L'éducation artistique et culturelle*. <https://www.education.gouv.fr/l-education-artistique-et-culturelle-7496>
- Von Bardeleben, E. (2024, 9 janvier). Comment les maisons de mode tissent les fils de leur histoire. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2024/01/09/comment-les-maisons-de-mode-tissent-les-fils-de-leur-histoire_6209884_4497319.html

