

Nouvelle partition et nouveau logo pour le Théâtre des Champs-Élysées

Changement d'ère au TCE, propriété de la Caisse des Dépôts : Baptiste Charroing prend les rênes et insuffle une nouvelle dynamique avec des espaces repensés, une identité visuelle rafraîchie et des initiatives ciblées sur la jeunesse.



Passation de pouvoir et changement générationnel au Théâtre des Champs-Élysées (TCE) : Michel Frank (65 ans) cède la direction générale à Baptiste Charroing (44 ans). Le nouveau maître des lieux a beaucoup de projets pour rendre cette salle, propriété de [la Caisse des Dépôts](#), plus conviviale, avec la bénédiction de son actionnaire.

« Je vais déployer un ensemble d'offres et de services pour donner aux spectateurs l'envie de rester plus longtemps avec nous » précise-t-il. Dès cet été, le hall et l'atrium seront réaménagés sous le design de Constance Guisset (à qui l'on doit la célèbre lampe Vertigo) afin d'accueillir des expositions, des rencontres avec les artistes, des présentations de concerts... Baptiste Charroing aimerait aussi que des visites de ce joyau Art déco de 2.000 places soient possibles, [à l'exemple du Palais Garnier](#).

Mais surtout, pour élargir le public, encore trop majoritairement issu de l'ouest parisien et sexagénaire, il veut que le Théâtre des Champs-Élysées soit mieux identifié. « Notre nom est trompeur : nous ne sommes ni un théâtre, ni sur les Champs ! » constate le dirigeant. Alors le logo a été repensé, mentionnant en petit « Maison de musique » et « avenue Montaigne » pour que ce soit plus clair. Et Malika Favre, qui a travaillé pour « The New Yorker », « Vogue » ou Gucci, a modernisé l'identité visuelle du TCE.