

Enquête

**Tecktonik (la danse) = Tck (la marque)**

LE MONDE | 16.01.08 | 16h36 • Mis à jour le 16.01.08 | 16h36

**D**ans une boutique du Marais, quartier branché de Paris, "Vexoumet" assure le spectacle. "C'est mon nom de scène", dit fièrement Théo Larrazet, 8 ans. Entre les rayons, le petit bonhomme entame une danse curieuse, comme pris de spasmes. Ses parents ne semblent pas inquiets. Ils sont venus d'Angoulême pour acheter T-shirts et autres accessoires officiels Tecktonik, uniquement disponibles dans cette boutique.

Depuis six mois, "Tck", la Tecktonik, est la nouvelle marque à la mode chez les enfants et les ados. C'est aussi un mode de vie. On s'habille Tecktonik (T-shirt moulant, gants fluorescents), on écoute Tecktonik, on boit Tecktonik (une boisson énergétique). On se maquille, on se coiffe (en crête), on prend soin de son visage. Les garçons assument et revendiquent leur féminité. Et cela n'a pas échappé aux grandes multinationales.

La marque est née lors de soirées, dans le milieu nocturne homosexuel. Depuis sept ans, une fois par mois, Cyril Blanc et Alexandre Barouzdin, des trentenaires, organisent la "Tecktonik Killer", au Metropolis, immense boîte de nuit de Rungis (Val-de-Marne). Aujourd'hui, "les soirées qui tuent" rassemblent 8 000 adeptes de cette danse que tous associent à "Tck" - même si elle ne l'a pas inventée. On agite les bras comme des moulins, on fait semblant de se recoiffer - un geste nommé "le pot de gel"... Une danse électro qui mélange hip-hop, break et smurf.

Grâce à Internet, elle envahit les rues, les cours de récré, les écrans de télé, les discothèques. Sur le bitume ou sur la piste de danse - en forme de ring -, on improvise des "battle" (combat en anglais), seul ou en équipe, pour savoir qui est le meilleur danseur. Le vainqueur "fait un bisou" au perdant - on dit qu'il lui a fait l'amour...

**"POULE AUX OEUFS D'OR"**

Cet esprit candide a plu à TF1-Entreprises. Depuis décembre 2007, cette filiale de la chaîne de télé est l'agent international de Tecktonik, tout comme de la Star Academy, de Bob l'éponge, des Pokémon ou de Miss France. "La Tecktonik génère des valeurs : une fête sans drogue, sans alcool, sans violence et la mixité sociale", souligne Hubert Taieb, directeur général adjoint de TF1-Entreprises.

En septembre 2007, voyant leur marque associée à la vogue électro qui souffle sur le pays mais aussi sur la Belgique, la Suisse, le Maroc, l'Algérie, les fondateurs ont demandé la protection "monde" à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). Protéger leur nom et leur emblème : un aigle et une petite étoile rouge.

Désormais, c'est la course aux contrats. "Peu de marques en France ont un potentiel international", explique M. Taieb. Tecktonik en fait partie. L'aigle a un bel avenir : mode, cosmétique, téléphonie, bagagerie scolaire... "On aimerait développer un jeu vidéo sur Wii (console de Nintendo)", ambitionne-t-il. "Les grandes marques sentent que la Tecktonik est la poule aux oeufs d'or", estime Pascal Monfort, sociologue de la mode. Mais elles hésitent à y aller. Le mouvement va-t-il durer ? Pour le moment, elles y sont prêtes. Un enseignant de fast-food a proposé une "formule Tecktonik". "Même avec un chèque de 500 000 euros, commente M. Blanc, on ne veut pas être associés à un burger."

L'Oréal et Schwarzkopf veulent développer la coiffure - omniprésente dans le "look". Reebok hésite à créer un modèle "Tck". La marque de baskets a sponsorisé les danseurs de Tecktonik dans le clip de Yelle (A cause des garçons), qui a caracolé en tête des ventes. "C'était un super coup", se félicite Patricia Menant, directrice des relations extérieures de Reebok France. J'ai eu des échos des Etats-Unis. Mais Tecktonik n'est pas encore assez internationale."

Le distributeur d'articles de sport Foot Locker sponsorise les danseurs officiels. Ces derniers sont "bookés" jusqu'au mois d'avril : tournées dans les boîtes de nuit en France et à l'étranger, ou sur les plateaux de télé. Le 26 janvier, ils seront sur la scène des NRJ Music Awards, qui récompensent des vedettes mondiales. Une soirée retransmise sur TF1. Sans compter, une fois par semaine, des cours Tecktonik à 10 euros l'heure et demie, avec des enfants de 7 ans, accompagnés des parents.

Depuis sa médiatisation, le chiffre d'affaires d'Atelier Self Création, seule boutique à Paris qui vend les produits Tck, a bondi de 30 %. La responsable, Muriel Lellouche, a décidé de lancer sa propre marque, "Klash", avec collection, compilation et son équipe de danseurs, en partenariat avec Sephora.

Les labels de disques ne sont pas en reste. EMI a signé avec les fondateurs de Tck et a édité, depuis septembre 2007, deux compilations : 150 000 ventes chacune ! La major réfléchit à lancer le produit aux Etats-Unis et au Japon. Universal a aussi réalisé un joli coup. Un de ses labels, Mercury, a signé Mondotek, devenu disque d'or - soit plus de 100 000 ventes. "Un tube, selon Frédéric Pau, directeur des programmes de NRJ. C'est l'un des morceaux le plus joués sur nos ondes." "Le plus joué chez nous", rétorque Morgan Serrano, directeur des programmes de Fun Radio. Depuis que l'électro est à la mode, la radio a gagné 700 000 auditeurs par jour, soit 3,7 millions d'auditeurs. Un autre label, R-Play, s'est lancé dans la bataille. Son directeur, Jean-Michel Doué, confie qu'il prépare "de grands shows télévisés". C'est ce que fait déjà NRJ 12, diffusée sur la TNT, qui retransmet des "battle" "qui marchent très très fort", selon Gérald-Brice Viret, directeur des programmes.

Tous ne se réjouissent pas. Les fans de Tecktonik s'arrachent les Vans, chaussures de sport de culture rock. Certains modèles ont vu leurs ventes bondir de 10 %. "Pour nous, c'est une catastrophe en termes d'image", explique Arnaud Jeangirard, directeur marketing. Ce n'est pas notre univers. Nous allons réduire nos envois dans des boutiques ciblées trop Tecktonik."

**Mustapha Kessous**

Article paru dans l'édition du 17.01.08

Le Monde.fr

» A la une    » Archives    » Examens    » Météo    » Emploi    » Programme TV    » Le Post.fr  
 » Le Desk    » Forums    » Culture    » Carnet    » Shopping    » Newsletters    » Talents.fr  
 » Opinions    » Blogs    » Economie    » Immobilier    » Voyages    » RSS    » Sites du groupe

Le Monde

» Abonnez-vous au Monde à -60%  
 » Déjà abonné au journal  
 » Le journal en kiosque

