



Photo: Isabella Finzi

Des salles de réunion austères abritent souvent des œuvres d'art qui détonnent avec la sobriété des lieux. A découvrir

De l'usage de l'art par les entreprises

Onze entreprises du quartier d'affaires ouvrent leur collection d'art.

L'occasion de s'interroger sur leur rapport à l'art. Analyse impressionniste.

Le programme est riche. Ce sont près de 700 œuvres qui seront présentées au public sur onze sites, mais aussi sur le trajet de cette exposition temporaire.

Pour un habitué, il ne faut pas espérer pouvoir voir plus de quatre expositions dans la journée.

L'événement étant programmé pour ce 25 septembre, on aura tout le temps de préparer son périple pour profiter pleinement de cette journée de découverte de collections d'art privées en se rendant sur le site de la manifestation, <http://artkirchberg.lu>.

L'art dans les entreprises, ce n'est pas une nouveauté. L'art est un placement dont la principale vertu est de garantir le capital. Dans le pire des cas.

Pas étonnant dès lors qu'au cours de ces dernières années d'instabilité financière, les collections privées se soient rapidement développées au sein des entreprises et des institutions au Luxembourg.

Mais cet aspect financier n'est pas la seule raison que donnent les entreprises pour justifier leurs investissements. Même si toutes restent très conscientes de la valeur de ce qu'elles détiennent. Pour bon nombre d'entre elles, l'art est aussi, tout à la

5^e édition du Private Art Kirchberg, le 25 septembre

MARC FASSONE - mfassone@le-jeudi.lu

fois, un moyen de communication ainsi qu'un engagement citoyen. Cet aspect communication est dirigé vers deux cibles principales: les collaborateurs d'une part et les clients et relations d'affaires de l'autre.

«On ne fait pas simplement l'acquisition d'un placement financier ou d'une décoration. Une œuvre d'art est également pour une entreprise un moyen de faire passer un message sur ses valeurs bien plus facilement que via une présentation Powerpoint. Le tout en laissant vagabonder l'imagination des spectateurs», indique Alain Kinsch, le managing partner d'EY Luxembourg qui participe à l'événement.

Facettes

Pourquoi alors vouloir relayer ce message à une toute autre catégorie de cible, celle de «M. Tout-le-Monde»?

«C'est une excellente façon de permettre aux résidents de mettre les pieds dans une entreprise où ils n'auront ni l'occasion ni même l'envie d'aller. L'art permet d'attirer les gens et de montrer des entreprises à visage hu-

main qui s'intéressent à autre chose qu'au business», poursuit Alain Kinsch. De quoi également mettre en évidence l'engagement citoyen, «notre contribution à la communauté». Celle-ci

se manifeste via des opérations de mécénat et de soutien à des artistes locaux.

C'est donc pour témoigner de cet engagement que les entreprises participant au «Private Art Kirchberg» partagent leurs trésors cachés. L'édition de cette année, la cinquième, est aussi celle du dixième anniversaire de sa création. L'événement a acquis sa vitesse de croisière et se tient désormais tous les deux ans.

C'est également l'occasion de se promener dans un quartier d'ordinaire voué aux affaires, au shopping ou à la restauration et de faire attention à l'architecture. En la matière, le fonds du Kirchberg a mis la barre très haut. Des œuvres d'art monumentales, treize au total, seront également disséminées sur le parcours.

Sur chaque site participant à l'opération, il y aura des interlocuteurs capables de parler de telle ou telle collection ainsi que de l'histoire et de la philosophie des bâtiments des institutions participant à l'événement, transformés pour un jour en galeries d'art publiques.