

LE NOUVEL ECONOMISTE, N°1504, CAHIER N°2

SUPPLEMENT D'AME

QUAND L'ART CONTEMPORAIN OUVRE LES ESPRITS DES MANAGERS

PARIS, 14-20 JANVIER 2010, PAR PATRICK ARNOUX.

Dans les sièges sociaux les plus normés et conformistes, les états-majors pétris de sérieux, les ensembles de managers férus de culture financière, marketing ou informatique, elle a décidé de faire exploser les façons de voir, de dynamiter les conformismes tout en favorisant les innovations. Bref, cette ingénieure a changé de vie afin d'utiliser un levier pour stimuler l'ouverture d'esprit : l'art contemporain.

“Je ne connais de meilleur exercice d'ouverture d'esprit que l'initiation à l'art contemporain”, plaide **Sophie Gonzalez à la tête d'Artstorming**, structure fédérant un certain nombre d'experts en artistes du siècle passé. Ingénieure au parcours classique, balisé par l'industrie et les technologies et plus particulièrement dédié à la chimie du côté de chez Shell puis de Dupont de Nemours et de Dotcom, **Sophie Gonzalez** a emprunté un itinéraire brillant et traditionnel, cheminant d'abord une dizaine d'années dans les couloirs des grands groupes, plus précisément dans l'univers si formaté des réunions organisées dans leur “business units” par les multinationales. Pas vraiment un quotidien de fantaisie à la créativité débridée. Pourtant elle y tient des postes de développement où sont singulièrement sollicitées les capacités d'innovation et de créativité. Univers quelque peu engoncé.

Est-ce pour cela qu'elle a un beau jour de 2003 suscité un choc en provoquant la rencontre de deux planètes qui s'ignoraient : celle des entreprises et celle de l'art contemporain ?

“Le rapprochement de ces deux univers que je connaissais particulièrement bien s'est imposé comme une évidence : l'art sous toutes ses formes peut être un formidable levier au sein d'une entreprise, permettant non seulement d'animer au sens noble mais aussi de trouver ce supplément d'âme.”

L'énergie d'un Boltanski

La passion pour les belles œuvres, assouvie toute sa jeunesse grâce à un environnement familial particulièrement impliqué dans l'art contemporain, lui ont fait l'œil et l'ont dotée d'une plaisante culture. Ainsi, les visites assidues dans les galeries et les visites dominicales des musées — “Ah ! l'énergie d'un Boltanski !” — l'ont depuis longtemps persuadée que ces dernières avaient vraiment beaucoup à apprendre aux managers à l'environnement si rationnel.

L'art comme puissant levier de remise en cause des façons de penser... cette démarche séduit et convainc **Sophie Gonzalez**.

“Personne ne m'attendait, je connaissais bien l'entreprise et bien l'art mais c'était vraiment très difficile au début. J'avais l'intuition que l'art contemporain, la rencontre avec ces personnalités exceptionnelles que sont les artistes pouvait susciter de fécondes confrontations. Il n'y a pas de risques énormes à commenter des œuvres de Picasso, en revanche l'art contemporain est plus difficile d'accès et suscite des remises en cause. C'est un besoin existentiel fort”, estime cette prosélyte qui a assez rapidement séduit les responsables de La Société Générale, déjà bien sensibilisés à cette forme d'expression artistique : la

banque est à la tête d'une collection de 200 œuvres installées à son siège. La Société Générale a ainsi, depuis 5 ans, consacré pas mal de ressources aux œuvres des artistes du XXe siècle, comme Soulages par exemple. Non point pour thésauriser un patrimoine culturel au seul profit de quelques-uns, mais bien au contraire afin d'en faire profiter un maximum de collaborateurs.

La quête de sens

“Ces conférences artistiques qui ont attiré plus de 300 salariés nous permettent de sortir de notre cœur de métier en véhiculant des valeurs positives comme l'innovation qui correspond aux valeurs du groupe. Artstorming sait développer une approche très pointue et en même temps accessible au grand public, avec une vision pédagogique à long terme”, estime ainsi Angélique Aubert, responsable du mécénat artistique de la banque.

Restait donc à organiser la confrontation et à faire partager ce besoin existentiel si fort. De multiples façons, cette quête de sens et ce décryptage pour initiés — exercices habituellement réservés aux privilégiés que sont les collectionneurs et les amateurs-acheteurs — sont donc déclinés par Sophie Gonzalez en séminaires de réflexion, conférences artistiques, expositions, formations personnalisées, etc. Avec un slogan des plus explicites : “Your corporate brain opener”. “ Vivre l'art contemporain sous toutes ses formes c'est pour une entreprise s'animer au sens fort du terme, trouver ce supplément d'âme qui fait d'un nom, une marque, une maison, un grand groupe. Notre mission : mettre en relation art et entreprises de manière originale et efficace, ouvrir de nouveaux champs de réflexion autour de l'innovation et de la création artistique ; délier les talents, développer des approches innovantes pour résoudre des problématiques spécifiques et initier le changement au sein de l'entreprise.” Ainsi, certaines équipes de managers de La Société Générale, du Boston Consulting group, d'Axa, d'AT Kearney ou de Givaudan ont été confrontés à la culture des intervenants possédant une formation duale : histoire de l'art et sciences politiques ou philosophie, sciences, etc.

“Cela garantit une agilité intellectuelle des raisonnements non monolithiques bien adaptée à l'entreprise. Et ils interviennent toujours à deux voix. Les conférences sont extrêmement denses et ultra efficaces. En outre, des prestations sur mesure créent une atmosphère, un échange de grande qualité pour tous les participants. Je n'organise pas d'expos mais je fais réfléchir les gens en leur prouvant que l'art contemporain, ce n'est pas n'importe quoi, cela permet d'avoir une façon différente d'appréhender les choses”, raconte cette agitatrice culturelle. Mieux qu'une visite dans un musée, mieux que l'exposé académique d'un guide.

A son instigation, directeurs généraux, secrétaires généraux participent ainsi à certains séminaires sur la réflexion créatrice où sont démontrées les vertus de la création sous contrainte grâce aux interventions de ces passeurs-transmetteurs dont la mission est essentiellement de stimuler la créativité. Le beau version moderne et parfois dérangeante, au-delà des apparences parfois déconcertantes, permet de faire mûrir les réflexions. “Ce supplément d'âme est opérant pour tous ceux qui veulent injecter du sens à une organisation économique.” Dépaysement garanti par rapport aux tâches répétitives d'un quotidien si rationalisé.