

Collections et mécénat: quand les banques jouent au musée

Le monde de la finance et celui des arts ont uni leur destin il y a des siècles. Mais le vieux couple vit depuis quelques décennies un vif retour de flamme. Visites et éclairages genevois.



1 | 16 **Collection Pictet** John M Armleder «Liberty Dome CP, XI - Liberty Dome LD, XII», 2006. Image: Collection Pictet ([16 Images](#))



Dans le hall, un Diday, un Calame et un Agasse s'offrent majestueusement à la contemplation. Un coup d'œil vers la cour intérieure et ce sont les imposants champignons irisés de Sylvie Fleury qui accrochent le regard. Quelque nouvelle pinacothèque aurait-elle ouvert à Genève? Nullement. Vous venez de pénétrer au siège de la Banque Pictet & Cie SA, à la route des Acacias.

Depuis une grosse dizaine d'années, le groupe a en effet développé une remarquable collection d'art. Il rejoint dans cette démarche bon nombre d'établissements financiers de la place, dont les murs affichent de grands noms de la création moderne et contemporaine. La Julius Baer Art Collection compte ainsi plus de 5000 œuvres d'artistes suisses ou vivant sur sol helvétique. Les nouveaux salons de la banque Piquet Galland accueillent une sélection tournante des 2000 pièces issues de la collection de la BCV (Banque Cantonale Vaudoise), tandis que la préférence de BNP Paribas Suisse va à la peinture abstraite. Sans parler du mastodonte UBS, avec une jauge de 35 000 œuvres.

Habiller les espaces

Dans bien des cas, il ne s'agit pas d'une tradition ancestrale. Beaucoup de ces collections sont jeunes et n'existent que depuis quelques décennies. La Fondation BNP Paribas Suisse, qui gère notamment le catalogue et les activités de mécénat artistique de la banque, comme le prix New Heads, a vu le jour en 2002. La collection Pictet, riche d'environ 600 pièces, a onze ans d'âge. La raison qui pousse les banques à acheter des tableaux est bien souvent prosaïque: habiller les espaces de réception de clientèle, ou orner les murs lors d'un agrandissement ou d'un déménagement. «Plutôt que de mettre de petites horreurs, autant décorer avec cohérence et goût, affirme Pierre Darier, ancien associé chez Lombard Odier, dont les locaux abritent

Par Irène Languin@Gazonee Mis à jour à 08h17

Les collections d'entreprise fédérées dans le monde

Ce n'est pas l'apanage du secteur financier que de cultiver de solides accointances avec le monde de l'art contemporain. Certaines compagnies d'assurances ou groupes industriels ont aussi développé de remarquables collections. Jusqu'à récemment, les conservateurs de ces prestigieux fonds établis dans de nombreux pays du globe œuvraient en solitaire. Mais au début du millénaire, quelques-uns d'entre eux prennent langue pour partager leur expérience. Ce dialogue informel aboutit à la création, en 2007, de la IACCCA (International Association of Corporate Collections of Contemporary Art), dont la première assemblée générale se tient la même année à Art Basel. En 2014, le siège de l'association quitte Paris pour Genève, où il est aujourd'hui domicilié.

«La IACCCA regroupe une bonne quarantaine de collections d'entreprise dans le monde entier, gérées professionnellement et menant à bien des activités de médiation tournées vers l'extérieur, explique Loa Haagen Pictet, actuelle présidente de la faïtière. Les membres sont les curateurs et se rencontrent deux fois l'an. C'est notre forum d'échange, notre plate-forme de formation continue.» Au menu des adhérents de cette fédération internationale aux airs de think tank figure un copieux programme: développer l'engagement de leurs sociétés dans l'art, accroître la valeur artistique de leurs collections ou encore renforcer leur visibilité et leur réputation auprès des collaborateurs, des clients et du grand public. «Nous

une partie de la collection personnelle. D'ailleurs, le Fonds municipal d'art contemporain de Genève s'appelait, à sa création, Fonds municipal de décoration!»

Un credo ornemental que la Banque Pignet Galland a poussé à son paroxysme. Lorsqu'elle s'est installée, il y a trois ans, dans l'immeuble des Pléiades, conçu par l'Atelier d'architecture Brodbeck-Roulet à l'avenue Peschier, elle a pensé à un aménagement esthétique global, estampillé Swiss made de la chambre forte aux lambris: «Une expérience de marque totale», au dire du CEO, Olivier Calloud. La salle des coffres, d'un pourpre spectaculaire, est ainsi flanquée de boudoirs aménagés par le designer genevois Philippe Cramer.

Asseoir un certain prestige

L'art ravit certes la pupille. Mais ne constitue-t-il pas aussi un juteux investissement? Les acteurs du secteur repoussent l'argument avec la dernière énergie. «Les collectionneurs, en général, ne gagnent pas d'argent, assure Jean Bonna, ancien associé chez Lombard Odier et détenteur d'une fabuleuse collection de dessins anciens et d'éditions originales de la littérature française. Sans passion, on achète mal. L'art n'est pas un placement.»

L'intérêt est ailleurs: asseoir un certain prestige auprès des clients. Une «carte de visite», selon Igor Joly, délégué général de la Fondation BNP Paribas Suisse, qui confère une autre image que celle du seul placement financier. «Les œuvres d'art sont des biens sans prix mais avec beaucoup de valeur, explique Franz Schultheis, professeur de sociologie à l'Université de Saint-Gall. A travers une collection, on se donne une crédibilité qui va au-delà du crédit économique.» En d'autres termes, investir dans l'art est un signe de générosité et de noblesse. Cela fait également la preuve de la bonne administration d'un patrimoine. «Lorsqu'on tient une collection de façon responsable et durable, on montre sa capacité à gérer du bien», précise Loa Haagen Pictet, conservatrice de la collection de la banque du même nom. Attention, toutefois, au péché d'hubris. L'accrochage d'une institution financière se doit d'afficher une ambition mesurée et de proposer plutôt des découvertes que des œuvres trop luxueuses. «Il faut se méfier du revers de la médaille, argue Philippe Bertherat, amateur d'art éclairé et ancien associé à la banque Pictet. A l'heure actuelle, montrer une trop belle collection peut paraître suspect. On se demanderait d'où vient tout cet argent.»

Pareillement, une relative autocensure est de rigueur. Exposer des créations qui risqueraient de heurter clients ou collaborateurs est impensable. L'obscène n'a pas sa place aux cimaises de ces maisons feutrées. «Nous avons acheté un buste de mannequin de Meret Oppenheim, dont les tétons sont reliés par un porte-jarretelles cousu de perles, raconte Loa Haagen Pictet. Il est magnifique mais n'est pas exposé dans nos bureaux, évidemment!»

En acquérant de telles pièces, certaines banques élaborent des ensembles qui atteignent un niveau muséal et exigent un soin très diligent. «Un restaurateur vient régulièrement surveiller les œuvres, relate Loa Haagen Pictet. Mais la conservation est un défi.» Vu la qualité de son catalogue, la curatrice, comme nombre de ses confrères, est régulièrement sollicitée par des musées pour des prêts. «Notre collection est vivante, confirme Igor Joly. Nous sommes dans une dynamique d'acquisition et d'échange. Nous avons récemment prêté des œuvres de Max Bill et de Louis Soutter au Mamco.»

Le goût et l'argent

Parallèlement au développement de collections, les établissements financiers cultivent volontiers des actions de mécénat artistique, en particulier auprès de jeunes talents locaux, par le biais de prix ou de bourses. Ce faisant, ils perpétuent un héritage vieux de presque sept siècles, initié par les banquiers florentins ou siennois

réfléchissons par exemple aux stratégies à mettre en œuvre auprès des directions, échangeons sur nos bases de données et nous entraïdons pour des questions pragmatiques, comme les encadrements ou les prêts aux musées.»

Un travail convaincant, qui vaut à l'organisation d'être affiliée au très sérieux Conseil international des musées (ICOM), qui la reconnaît comme partenaire d'exposition. «A ce titre, nous avons adopté leur code d'éthique, que les nouveaux membres sont tenus de respecter», souligne Loa Haagen Pictet.

Plusieurs événements d'importance sont inscrits à l'agenda de la IACCCA. En novembre, elle organisera une conférence internationale sur la collaboration entre entreprises et musées. Et une exposition commune et itinérante sera mise sur pied en 2018. Une manière de partager avec le plus grand nombre des trésors souvent fort confidentiels. **I.L.**

Guider l'amateur d'art fortuné

Si les banques réunissent de remarquables collections, quelques-uns de leurs riches clients aussi. Certains établissements financiers ont donc développé un service d'accompagnement à destination de ces amateurs d'art fortunés. UBS par exemple cornaque sa clientèle par le biais de son Art Competence Center. Mais c'est BNP Paribas qui a ouvert la voie en créant en 1975 son département de Conseil en art. «Nous ne sommes pas des gestionnaires de fortune mais des historiens de l'art, précise Antoinette Leonardi, responsable de l'office. Nous offrons notamment un conseil à l'acquisition, à la gestion et à la valorisation des œuvres dans les domaines de la peinture, du dessin et de la sculpture, de la Renaissance à l'art contemporain classique.» Sont exclus du champ les artistes émergents, dont la renommée est à faire et la cote encore incertaine.

Ces experts, basés en France mais œuvrant partout où BNP Paribas est

et poursuivi, plus tard, par les Rothschild. «Le grand modèle historique, c'est la famille Médicis, rappelle Frédéric Elsig, professeur d'histoire de l'art à l'Université de Genève. Laurent le Magnifique était à la fois mécène et collectionneur. Son réseau bancaire lui permettait de faire circuler argent, œuvres et objets d'art de Bruges à Florence.» On doit toujours les périodes artistiquement florissantes à un environnement opulent. Le peintre s'est, de tout temps, nourri à la caisse du banquier. «Seul quelqu'un de fortuné peut protéger un artiste, conclut Jean Bonna. Mais il faut aussi du goût. Et le goût et l'argent ne vont pas toujours de pair...»

L'artiste et le mécène, une liaison ambivalente

C'est compliqué: voilà comment un célèbre réseau social définit les situations amoureuses délicates. La description pourrait aussi bien s'appliquer aux relations ambiguës qu'entretiennent les artistes avec les banques. D'un côté, être présentés dans un établissement financier réputé offre aux peintres, sculpteurs et plasticiens la possibilité de taper dans l'œil d'un amateur d'art pécurieux. Mais de l'autre, ils s'effarouchent souvent à l'idée d'afficher des liens trop visiblement commerciaux.

Sans surprise, le point de vue des banques sur la question est unanime: faire partie de leur collection constitue un atout indéniable pour les artistes.

«Cela leur donne une belle visibilité, réagit Igor Joly. Ils le mentionnent d'ailleurs dans leur CV.» Etre vu revient à la possibilité d'être apprécié puis, éventuellement, acheté. «Une banque est un lieu favorable car beaucoup de clients y passent, souligne Pierre Darier. Chez nous, certains viennent même un peu avant leur rendez-vous pour «voir les nouveautés», comme ils disent.»

Il arrive ainsi qu'un collectionneur repère un jeune talent lors d'une visite à son banquier. «J'ai déjà vendu des œuvres à des gens qui avaient découvert mon travail dans une banque», raconte Hadrien Dussoix, sur le CV duquel figurent Credit Suisse et la BNS.

Réaliste, l'artiste genevois précise que l'essentiel réside pour lui dans le fait de vendre, peu importe à qui. «Je peux juger de mon travail, pas des gens qui s'y intéressent. En général, les enfants aiment beaucoup ce que je fais et c'est très flatteur, mais ce ne sont pas eux qui vont acheter. Il faut un peu d'argent!» Selon lui, le problème ne réside pas dans les banques mais dans le libéralisme effréné qui domine le marché de l'art. «Ce système d'offre et de demande amène à des dérives, qui ont un peu cassé l'idée romantique que je me faisais de l'art.»

Un relatif inconfort dans le rapport à l'argent que semble partager son camarade Josse Bailly, également au catalogue de BNP Paribas et de Credit Suisse. «C'est assez bizarre de faire partie de la collection d'une banque, déclare le trentenaire, diplômé de la Haute Ecole d'art et de design de Genève (HEAD) en 2012. Mais ce sont ceux qui ont des sous qui sponsorisent les artistes.»

Dans cette relation ambivalente, nécessité paraît faire loi. «Il y a souvent une attitude antiéconomiste très marquée chez les artistes, explique Franz Schultheis. Et les récentes crises de crédibilité morale dans les banques n'ont rien arrangé. Toutefois, même si cela ne suscite pas forcément de la fierté, être exposé dans une succursale prestigieuse peut ouvrir des portes.» L'ultime lieu de consécration demeure cependant le musée public, d'après le professeur. «Il y a là une aura culturelle importante, que les banques ne transmettent pas.» I.L. (TDG)

active, opèrent en Suisse pour des montants allant de 150?000 à 3 millions d'euros. Ils interviennent pour les acheteurs sur le marché de l'art ou effectuent des recherches sur le prix ou l'authenticité de pièces déjà accrochées aux murs des collectionneurs. Ils chaperonnent aussi ces derniers dans la mise à disposition ponctuelle de tableaux à des musées. «Deux œuvres seront prochainement prêtées au Kunsthau de Zurich pour la rétrospective Francis Picabia, qui sera par la suite présentée au MOMA», illustre celle qui pilote ce service très personnalisé.

La motivation des clients, assure Antoinette Leonardi, est avant tout liée au plaisir. «Leur but est de vivre avec ces pièces, qu'on leur recommande de conserver au minimum dix ans. C'est pourquoi on prend le temps de cerner leurs goûts. Leur démarche n'est pas spéculative.» Elle est néanmoins assortie d'un petit sucre: à Genève, les collections artistiques, si elles ornent le domicile de leurs détenteurs, sont exonérées de l'impôt sur la fortune.

I.L.