



Sculpture Pino Castagna sur la terrasse d'un immeuble de La Défense – copyright Galerie Arcturus

L'art en entreprise : quels bienfaits insoupçonnés pour les collaborateurs et l'entreprise ? Partie 2

Le cadre de travail, l'environnement dans lequel nous travaillons, agissons et réfléchissons est essentiel. Les bureaux doivent être désormais pensés comme des lieux de vie désirable et durable. Si les collaborateurs se sentent bien dans leur bureau, si ce cadre stimule leur productivité et leur créativité, l'entreprise ne s'en portera que mieux.

*Nous avons abordé dans un article précédent **les bienfaits de la présence d'œuvres d'art dans les bureaux pour les collaborateurs notamment grâce aux divers effets générés sur le cerveau**. Ceux-ci permettent en conséquence de cultiver la notion de plaisir au travail, de restaurer l'équilibre émotionnel, d'améliorer la concentration et l'implication dans le travail, d'apporter un temps de répit pour soulager les tensions internes et relationnelles, de stimuler la créativité individuelle et de groupe, de favoriser les échanges, et de renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise.*

Tous ces éléments améliorant le bien-être, la créativité et la productivité des collaborateurs profitent donc à l'entreprise.

L'art, un moyen d'améliorer l'atmosphère sociale de l'entreprise

Ces bienfaits pour les collaborateurs entraînent des effets positifs directs pour l'entreprise en tant qu'organisation sur différents plans : ils préviennent et réduisent l'absentéisme, ils anticipent les risques psycho-sociaux et le décrochage professionnel, ils accroissent la reconnaissance, la motivation et la valorisation des collaborateurs, ils améliorent le climat social de l'entreprise.

Nous savons bien que ces divers maux ont un coût direct pour l'entreprise : Le coût de l'absentéisme s'élève en France à 108 milliards d'euros par an, selon une étude de BLOOM AT WORK. 60 milliards d'euros concernent le coût direct des congés maladie et les 48 milliards

concernent les coûts indirects ou cachés des absences : conséquences de la baisse de productivité, des besoins en renouvellement de personnel, etc. De même, le coût du turnover est estimé à 5 fois le salaire mensuel du salarié.

Ces bienfaits conjugués augmentent la qualité du travail et donc la performance et la compétitivité de l'entreprise.

L'art, un moyen de se démarquer et de communiquer

L'art permet de valoriser et dynamiser l'image de l'entreprise. Les œuvres d'art permettent de se différencier, de montrer du dynamisme et optimisent l'image de l'entreprise. L'art porté par l'entreprise améliore l'opinion que le public a d'elle. Dans cet esprit, la banque *HSBC* en vue d'améliorer son image, a créé une fondation dédiée à la promotion de la photographie contemporaine, démontrant une sensibilité artistique échappant à l'idée que l'on se fait d'une banque sur sa logique de profit. L'art est un excellent moyen de se démarquer de la concurrence, de s'inscrire dans son temps, de donner du sens et de mettre en avant les valeurs de la marque.

De plus, l'art peut devenir un moyen de communication extrêmement puissant. Nicolas Bictin indique dans un article (Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, 2017): « L'influence que peut avoir le monde artistique doit être utilisée par les entreprises comme un véritable outil de communication. Il est un levier de croissance essentiel, facteur de développement économique. En effet, si l'art s'inspire de l'industrie, il affecte également la perception qu'en a le public. Ainsi, adopter une politique managériale de coopération avec le milieu artistique permet aux entreprises d'acquérir une visibilité mondiale. Le produit, rendu plus attractif, permet de toucher des consommateurs toujours plus nombreux et, par conséquent, d'augmenter les ventes et de renforcer l'image de marque. »

Ainsi, la soupe *Campbell* doit en grande partie sa notoriété à Andy Warhol. Les artistes peuvent avoir une influence palpable sur la connaissance qu'ont les consommateurs de certains produits. Ils deviennent un élément de plus en plus déterminant dans la communication des entreprises.

Cette image de l'entreprise dynamisée par l'art et les artistes permet en conséquence d'attirer les jeunes et nouveaux talents, et de nourrir les politiques de responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

L'art s'impose donc bien comme un levier de développement des collaborateurs, d'ouverture pour l'entreprise, un moyen d'ancrage et de rayonnement.

La portée de l'art dans l'entreprise ne se limite pas à l'espace physique de vos bureaux : il permet aux collaborateurs de développer à travers un travail et un management créatif, innovant et participatif, et de valoriser le projet d'entreprise, tout en faisant bénéficier l'entreprise de différents avantages financiers et fiscaux.

Entrez dans l'avant-garde

Chaque entreprise doit à présent se montrer telle qu'elle est : résolument tournée vers l'avenir. Pour ce faire, il convient d'être créatif et de laisser l'art entrer dans ses murs. Si vous ne savez pas par où commencer, vous pouvez vous faire accompagner pour choisir les œuvres et les formes d'art les plus pertinentes et qui incarneront le mieux l'esprit de votre entreprise. Une solution pour commencer est de se faire accompagner pour choisir les œuvres et les formes d'art les plus pertinentes et qui incarneront le mieux l'esprit de l'entreprise.

Anne de la Roussière