

Würth France magnifie l'industrie et soutient l'art moderne

Date : 20 avril 2018

Spécialiste du matériel de fixation, le groupe Würth, originaire du Bade-Wurtemberg, participe à l'événement « l'Industrie magnifique » qui exposera 24 œuvres originales dans les espaces publics de Strasbourg début mai.



Dirigée par un collectionneur mécène, l'entreprise assied une partie de sa notoriété sur l'art moderne et contemporain. Sa filiale Würth France détient sur son siège d'Erstein (Bas-Rhin) un musée intégré à l'entreprise, mais ouvert sur la ville.

Leader mondial du matériel de montage et de fixation, le groupe Würth est connu pour ses vis, ses chevilles et ses solutions d'assemblage, mais aussi pour l'extraordinaire collection d'art moderne et contemporain de son dirigeant. Collectionneur et mécène, Reinhold Würth dirige un groupe de 400 sociétés employant 74 000 salariés dans le monde pour un chiffre d'affaires de 12,7 milliards d'euros en 2017. Il détient par ailleurs une collection de 17 000 œuvres d'art réparties dans un réseau de 14 musées et sites d'exposition.

Art, industrie et territoire

Ce tropisme artistique ne pouvait pas échapper à l'entrepreneur et artiste alsacien Jean Hansmaennel, initiateur de « l'Industrie magnifique ». Cette vaste opération de mécénat présentera 24 œuvres originales dans l'espace public strasbourgeois du 3 au 13 mai 2018.



Cette idée a émergé en 2016, soit un an avant la célébration du cinquantième anniversaire de notre implantation à Strasbourg. Reinhold Würth a été séduit par l'idée d'associer pour la première fois l'art, l'industrie et le territoire et nous sommes devenus l'un des phares de cette manifestation.

Pierre Hugel, président du conseil de surveillance de Würth France

The Origin of the World



The Origin of the World de Marc Quinn

L'entreprise, qui emploie 4 000 salariés en France, dont un millier sur son siège social d'Erstein, dans la banlieue de Strasbourg, figure parmi les principaux sponsors de la manifestation avec un apport de 80 000 euros.

Würth France a quelque peu dérogé du postulat de départ de l'Industrie magnifique, qui demandait aux entreprises de passer commande d'une œuvre d'art. Elle a préféré puiser dans ses réserves pour présenter au public l'œuvre, un bronze de Marc Quinn représentant un coquillage doré agrandi en impression 3 D. Evoquant à la fois l'Origine du monde de Gustave Courbet et la Naissance de Vénus de Botticelli, l'œuvre constitue une pièce emblématique de la collection Würth.

L'art du business

La philanthropie ne constitue pas l'unique motivation de Wüth, qui a fait sienne la devise : « *Beeing good in business is the most fascinating kind of art* », d'Andy Warhol.

L'entreprise est bien consciente qu'en renforçant sa notoriété, elle favorise sa croissance. Le souci d'apporter sa contribution à l'intérêt public, mais aussi de veiller à ses intérêts commerciaux, l'ont également conduite à jouer un rôle de mécène dans l'exposition « Laboratoire d'Europe, Strasbourg 1880-1930 » et pour l'édification de l'historial du Hartmannswillerkopf.

Un musée d'entreprise

Cette approche mariant évergétisme et pragmatisme s'incarne dans le réseau de musées dont Reinhold Würth a constellé l'Europe. De l'Espagne à la Norvège, 15 musées et sites d'exposition témoignent de la passion du patriarche, qui fête ce 20 avril son quatre-vingt-troisième anniversaire.

Ouvert en 2008 à côté du siège social de Wurth France, le musée d'Erstein a mobilisé un investissement de 20 millions d'euros – et a conféré une notoriété sans précédent à la commune ouvrière de 11 000 habitants.



Ouvrir un musée dans la zone industrielle d'Erstein constitue un choix plus judicieux que de l'implanter dans

une métropole déjà richement dotée sur le plan culturel. Nos salariés participent à la vie du musée et en retirent un grand sentiment d'appartenance et de fierté.

Marie-France Bertrand, directrice du Musée Würth d'Erstein

Outre les expositions thématiques qui présentent à tour de rôle des pièces choisies parmi la collection Würth, l'établissement propose tout au long de l'année une riche programmation de concerts, de spectacles d'arts vivants ou de conférences. Partie intégrante de l'entreprise, il accueille également tous les commerciaux, les médiateurs s'efforçant de « vendre » l'exposition de la manière la plus convaincante possible.

Le site permet également de décloisonner le lieu de travail. Aux salariés, fournisseurs et prestataires fréquentant habituellement le siège de Würth France se sont ajoutés les scolaires, les touristes et amateurs d'art et de culture, qui ont représenté plus de 370 000 entrées en dix ans.