

La constellation de Cynthia Odier à Zurich

CULTURE. Flux, la plateforme de création dédiée aux arts de la danse et de la performance ouverte à Genève en 2002, inaugure à Zurich sa participation au centenaire du mouvement Dada. La plateforme servira de pendant francophone au Cabaret Voltaire zurichois, berceau de Dada. Cynthia Odier, créatrice de Flux, était présente en fin de semaine dernière dans les nouveaux locaux, Utoquai 31, voisins de la représentation locale de Lombard Odier & Co. Le programme est dense, polymorphe et polysémique, à l'image de la constellation Flux. Il y a d'un côté les laboratoires, à Genève et Zurich, lieux d'expérimentation par excellence, souvent en lien avec d'autres institutions culturelles. Il y a les «Flux box», version nomade des laboratoires, principalement destinées au dialogue en-

tre création et entreprises, dans l'esprit d'un accélérateur d'idées et de réflexions out of the box. Une structure entièrement à but non lucratif, tous les revenus étant investis dans la création artistique. Derrière la structure, la fondation Fluxum, à Genève, donne vie aux projets, dans un esprit un peu mécène, un peu philanthrope, avec résonnance humanitaire (beaucoup de projets sont liés aux droits de l'homme). Le leitmotiv de la série d'événements placés sous le signe Dada est «how to give a price to value». Une interrogation à large spectre qui restera sans doute ouverte à l'issue d'un programme qui mettra en écho Zurich et Genève, avec un crochet par l'EPFL le temps d'une performance mêlant chorégraphie, technologie, composition, design. — (SG)

FONDATION BEYELER: fréquentation record

La Fondation Beyeler, à Riehen (BS), a battu son record de visiteurs en 2015 grâce à l'exposition «Paul Gauguin». Au total, l'institution a enregistré 481.704 entrées, soit une hausse de 38% par rapport à l'année précédente. Avec 369.787 visiteurs, l'exposition Gauguin est celle qui a comptabilisé le plus d'entrées depuis l'ouverture du musée en 1997. La Fondation Beyeler est le musée d'art le plus fréquenté de Suisse. L'exposition Gauguin a provoqué une hausse des visiteurs suisses (+39%) et étrangers (+37%). La part des visiteurs allemands a progressé de 48% et celle des Français de plus de 40%. Le reste de l'Europe a marqué un recul de 27%. Les Suisses représentent 44,8% des entrées en 2015. La fondation a été visitée par 670 groupes scolaires. Le nombre de visites guidées (1926) a «pulvérisé les records». — (ats)

Vertus de Genève place d'art

ARTGENÈVE. Le salon commence à trouver ses marques dans une offre qui est pourtant totalement saturée.

STÉPHANE GACHET*

Cela fait cinq ans maintenant que Palexpo tient le pari de doté Genève d'un salon d'art de prestige. A son lancement, le projet Artgenève faisait presque rire, comme une énième tentative après des décennies d'amorces mouillées. Cinq ans après, plus aucun doute ne subsiste, ni sur la légitimité du rendez-vous, ni sur sa qualité. L'édition 2016 marque franchement une étape, avec une mise en scène bien maîtrisée, qui n'a plus rien à envier aux grandes foires d'art du monde. Avec un parterre de galeries sélectionnées de niveau supérieur, mêlant des opérateurs régionaux et quelques grandes figures internationales, comme Templon Paris ou Malbourough New-York. Le salon semble aussi répondre aux attentes en matière de succès commercial, qui demeure la vraie vocation. En gardant toutefois la bonne mesure, entre une foire de débit et un événement de prestige, comme en témoigne la limitation volontaire du nombre d'exposants (alors que la halle pourrait allégrement en accueillir le double). Une option de Palexpo, qui tient vraisemblablement surtout à mettre en valeur les qualités propres de la place d'art genevoise, plutôt discrète, sobre et haut de gamme (quand elle n'est pas entachée par des affaires de mauvaise réputation).

Le succès commercial sera au final sans doute assez variable d'une galerie l'autre. Dépendamment des artistes représentés, de leur cote et de l'âge du galeriste. De parole d'exposant, le jeu en vaut de toute façon la chandelle, autrement dit, l'investissement reste mesuré et l'équilibre est plus vite trouvé qu'ailleurs. Sur place, la différence avec le grand benchmark, Art Basel et ses satellites, est évidente: il y a de place pour circuler, pour voir les œuvres. Les galeristes sont disponibles, affables même. Ce qui n'est pas coutume dans ce type de concentration. Un exposant fait d'ailleurs remarqué qu'il n'a vu aucun collectionneur courir dans les travées, même pas le premier jour, quand tout est (en principe) encore à vendre. Ce qui n'arrivera jamais à Art Basel, par exemple.

Cela ne signifie pas pour autant que les collectionneurs font défaut. Genève n'est toutefois pas encore complètement établi sur la cartographie mondiale et la fréquentation est apparemment dominée par les grands acquéreurs locaux et français. On signale en particulier un nombre apprécié de visiteurs parisiens. Art Genève s'impose aussi comme une carte de visite de poids pour les jeunes galeries locales, dont la réputation est encore à faire et dont la présence dans les grands événements est encore une musique d'avenir. Sur le modèle Art Basel, toutes les foires d'art fonctionnent sur le principe de l'hypersélectivité. C'est aussi le cas à Genève, mais le nombre de demande est pour l'instant un peu plus limité qu'ailleurs, laissant un peu plus de chance pour les nouveaux en-

trants. Comme la galerie lausannoise Heinzer Reszler, présente à Artgeneve depuis le début et qui gagne gentiment sa réputation, aussi à partir du salon.

Artgeneve démontre enfin que le marché saturé des foires d'art (plus ou moins 200 événements dans le monde chaque année) ouvre des voies, en particulier pour des destinations comme Genève, qui tire parti de son entrée très tardive en se distinguant par une formule un peu plus intime qu'à l'accoutumée. La réplique à Monte-Carlo, en avril, confirmera si le modèle est reproductible dans une ville qui n'a connu que des échecs dans ce domaine. Avec le sentiment général qu'une bonne visibilité dans un salon en cours d'établissement fait tout son sens dans le contexte actuel de surexposition permanente du marché de l'art. ■

Sans la pression ni l'urgence du marché

Le galeriste Marc Jancou, basé à Genève (quartier des Bains depuis cinq ans) avec représentation à New York, est un reflet exemplaire de ce qui distingue Artgeneve d'autres salons d'art. Marc Jancou, 48 ans, est zurichois de parents français. Il débute sa carrière de galeriste à 22 ans, en autodidacte, à Zurich, puis Londres, New York, avant son retour à Genève il y a cinq ans. Très vite, il opte pour une présence dans les salons d'art, qui le connecte aux réseaux internationaux. Il commence par Cologne, puis San Francisco. Il sera présent deux fois à Art Basel dans les années 1990, à la FIAC de Paris aussi, à une époque où il y avait encore de la place pour les nouveaux entrants. «Sans la pression marketing actuelle.» Il prend ses distances

et se retire des foires pendant quinze ans, avant de revenir à Artgeneve, où il expose pour la troisième fois. La nuance est déterminante pour Marc Jancou, à la recherche du contexte approprié pour faire son métier de galeriste dans un marché au bord de la saturation. «Le centre de gravité des affaires a basculé vers les foires. Chaque ville veut la sienne, les galeristes sont sollicités en permanence, mais Genève n'est pas bousculé par le marché.» Une qualité essentielle pour lui, très soucieux de pouvoir travailler sereinement, loin de la «commodification de l'art» et de la pression des prix, dans une volonté de retour aux fondamentaux. Il suivra Artgeneve à Monte-Carlo et n'exclut pas de refaire un jour Art Basel, mais sans urgence. — (SG)

AGENDA

LUNDI 1^{ER} FÉVRIER

Julius Baer: résultats 2015
Indice PMI des directeurs d'achat janvier

MARDI 2 FÉVRIER

Bucher: chiffre d'affaires 2015
BC de Lucerne: résultats 2015
Givaudan: résultats 2015
UBS: résultats T4
ams: résultats 2016
UBS: indicateur de l'immobilier au T4
OFS: chiffres d'affaires du commerce de détail décembre
Economiesuisse: CP annuelle, Berne
Communication Summit 2016, Zurich

MERCREDI 3 FÉVRIER

ABB: résultats 2015
Syngenta: résultats 2016
KOF: indicateur de l'emploi
ASPS: CP sur une nouvelle statistique de marché, Zurich
BC Appenzell: CPB 2015, Appenzell
UBS: CP Forum prévoyance, Zurich
Association suisse d'assurances ASA: CP annuelle, Zurich
Helsana: CPB 2015, Dübendorf
Syngenta: CPB 2015, Bâle
Foires suisse «Finanz '16», Zurich

JEUDI 4 FÉVRIER

Credit Suisse: résultats T4
Leonteq: résultats 2015
Banque Coop: résultats 2015
Emmi: chiffre d'affaires 2015
BC de Glaris: résultats 2015
Molecular Partners: résultats 2015
Swisscom: résultats 2015
SECO: climat de consommation janvier

Evénement sur le tarmac zurichois

TRANSPORT AÉRIEN. Premier atterrissage d'un Boeing 777 de Swiss. L'intégration de cette appareil dans la flotte de la compagnie représente une importante évolution.

Le nouvel avion long-courrier de la compagnie Swiss a atterri vendredi matin peu après 09h à l'aéroport de Zurich. Le Boeing 777-300ER a d'abord effectué un vol à basse altitude au-dessus de la piste 16/34, accompagné de deux avions de chasse F/A-18, avant de se poser. Après l'atterrissage, l'appareil a été salué comme il se doit par les jets d'eau des pompiers de l'aéroport, tandis que le pilote agitait le drapeau suisse depuis le cockpit. L'événement a attiré plusieurs centaines d'amateurs d'aviation, des badauds, des célébrités et des journalistes. Le Boeing 777-300ER est le nouveau fleuron de Swiss. Le patron sortant de la compagnie nationale, Harry Hohmeister, s'est montré très satisfait du nouvel appareil. «On ne pas faire plus parfait! Cet avion est un produit merveilleux et représente un immense pas en avant pour la compagnie», a-t-il confié à l'ats, en marge de l'ouverture du nouveau salon Swiss à l'aéroport de Zurich.

Le successeur de Harry Hohmeister à la tête de la compagnie, Thomas Klühr, s'est également montré enthousiaste: «Le Boeing 777 est merveilleux. Il permettra d'accroître la compétitivité de Swiss de manière significative». Au total, Swiss a commandé neuf Boeing 777, appelés à rem-

placer d'ici à 2018 les précédents avions long-courrier de type Airbus A340. Ce nouvel appareil peut transporter 121 passagers de plus que la machine du constructeur européen. Il comprend 340 sièges, dont 8 en première classe, 62 en classe affaires et 270 en classe économique. En outre, avec 945 km/h, le Boeing possède une vitesse de pointe supérieure de 45 km/h à celle de l'Airbus. Son rayon d'action est lui supérieur de 4000 kilomètres. Il consomme enfin 23% moins de carburant par siège que le précédent appareil. En première classe et en classe affaires, le confort des passagers sera également accru. En classe économique toutefois, les passagers seront plus proches les uns des autres, puisque l'appareil sera équipé de dix sièges par rangée au lieu de neuf précédemment. L'espace entre les sièges sera également un peu réduit (79 centimètres contre 81 environ).

Plus de place pour les jambes, Swiss promet néanmoins davantage de place pour les jambes, grâce à une «meilleure construction et géométrie du siège». De plus, plus aucune boîte du système de divertissement ne se trouvera sous les sièges. L'introduction d'une nouvelle technologie de coussins augmentera même le confort des sièges. Autre ajout, la mise à disposition

d'un écran tactile personnel de 28 centimètres, ainsi que l'internet sans fil dans tout l'appareil. Un kiosque en libre-service avec des snacks et boissons sera également disponible. Pour une période d'essai d'un an, Swiss a par ailleurs introduit la téléphonie mobile au-dessus des nuages. L'envoi de SMS devrait également être possible. Les prix dépendront toutefois des conditions contractuelles entre le fournisseur de services téléphoniques à bord AeroMobile et l'opérateur du passager. Plus grands, les nouveaux avions nécessiteront également davantage de personnel. Ainsi, quelque 360 nouveaux postes seront créés dans les années à venir. Les neuf premiers Boeing voleront initialement à destination de l'Amérique du Nord. Les appareils suivants, qui arriveront progressivement, seront utilisés à partir de l'horaire d'été pour les lignes à destination de Hong Kong, Bangkok, Los Angeles, Sao Paulo et Tel Aviv. Le premier vol de ligne est lui prévu le 8 février prochain entre Zurich et Genève. Le Boeing 777 n'est pas le seul nouvel appareil commandé par Swiss. D'ici à 2018, le Bombardier CSeries doit remplacer la flotte d'Avro RJ100, appareils qui peuvent transporter moins de passagers. — (ats)

Le volume historique à plus de dix milliards

LIEBHERR. Le constructeur de machines de chantier basé à Bulle a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires record de 9,25 milliards d'euros (10,25 milliards de francs), en hausse de 4,8% par rapport à l'exercice précédent, selon des chiffres non-audités. Le groupe a indiqué vendredi dernier qu'il s'attendait à une «légère hausse du chiffre d'affaires» en 2016. Les ventes d'engins de construction et d'engins miniers, principale source de revenus du groupe, se sont étoffées de 6,4% à 5,63 milliards. Les autres secteurs ont vu leur chiffre d'affaires progresser de 2,5% à 3,62 milliards. La multinationale fribourgeoise évoque une évolution des affaires très différente selon les régions. Alors que les ventes ont baissé en Europe de l'Est et sur le continent

africain, elles ont en revanche progressé au Moyen-Orient, en Asie et en Australie. En Europe occidentale, principal débouché commercial pour Liebherr, le chiffre d'affaires est resté stable par rapport à l'exercice précédent. Les investissements du groupe dans les sites de production et le réseau mondial de vente et de service se sont montés à 746 millions d'euros en 2015. Un des projets principaux est l'agrandissement, sur plusieurs années, du site de production pour moteur à gaz et diesel à Bulle. Liebherr projette également un nouveau centre logistique pour l'approvisionnement mondial en pièces détachées des engins de terrassement en Allemagne. Les effectifs du groupe ont augmenté de 1080 collaborateurs, portant le total à quelque 42.000 personnes. ■

GURIT: solide apport du secteur des éoliennes

Le fabricant de matériaux composites Gurit a enregistré au cours de l'exercice 2015 une amélioration de 7% de son chiffre d'affaires à 359,4 millions de francs. En monnaies locales, la hausse affiche 10,4%. Cette performance est due en particulier au secteur des éoliennes et au gain de parts de marché, explique l'entreprise. Dans le segment des matériaux composites, les ventes ont progressé de 6,7% sur un an, à 274 millions de francs. Le marché de l'énergie éolienne a dégagé des recettes de 155,4 millions de francs (+18,4%) et celui des autres matériaux 118,6 millions (-5,5%), selon des chiffres non-audités publiés vendredi dernier.