



Consultant en communication numérique et collectionneur, Guillaume Horen met ses compétences professionnelles au service de sa passion en lançant une initiative quasi militante : achetez de l'art. Trois mots pour inviter à une expérience qui peut devenir une addiction. > TEXTE : PATRICIA JOSSELIN.



▲ **Guillaume Horen.**

Comment est née l'idée de ce label ?
Je suis parti d'un constat : l'art, ce n'est pas que la Fiac ou les records d'enchères. On peut rêver d'autre chose. Un objet ancien à 50 euros apporte autant de plaisir qu'une œuvre qui coûte une fortune. Ensuite, je remarque que beaucoup n'osent pas franchir le pas d'une galerie ou entrer dans une salle d'enchères, notamment les plus jeunes. J'ai donc eu l'idée d'un mouvement dont l'objectif est de changer la perception du marché de l'art et de le rendre accessible au plus grand nombre. Une démarche pour encourager et accompagner l'achat d'objets d'art et anciens.

Comment se traduit cette volonté ?

Le label «Achetez de l'Art» a pour objectif de fédérer les acteurs du marché : galéristes, experts, antiquaires, commissaires-priseurs, artistes, collectionneurs. Chacun et ensemble, nous apportons notre contribution pour présenter, expliquer et partager l'art sous ses formes les plus diverses.

Quelles sont les actions pour faire connaître votre action ?

Le label a été lancé en juin 2014. L'objectif des premiers mois était qu'il soit le plus visible possible. Une présence active sur les réseaux sociaux, l'affichage de badges sur les boutiques et sur les sites des professionnels, le relais médiatique

par nos partenaires ont rapidement fait connaître notre action. Elle a immédiatement séduit beaucoup de monde ! Nous sommes ravis de



croiser de plus en plus de badges, parfois collés sur des voitures !

Quels sont vos projets ?

Après sa propagation, nous voulons que 2015 soit l'année de l'épanouissement du label. Nous travaillons à développer des partenariats et à ancrer le mouvement dans la réalité. Par exemple, développer les conseils pour acheter des œuvres d'art. Un espace existe déjà sur le site, il sera largement étoffé. Nous envisageons de créer un répertoire de galeries et d'antiquaires répondant à des critères précis pour aider les acheteurs à se diriger. Des invitations gratuites à des salons seront proposées. Et surtout, nous réfléchissons à l'organisation d'événements pour réunir physiquement les gens.

Vous ne vous contentez donc pas d'une communauté virtuelle ?

Je pense que les gens ont besoin de se rencontrer. Lorsque l'on achète un objet d'art ou ancien, on ressent la satisfaction de l'acquisition, mais aussi celui du

moment de partage avec l'artiste, l'antiquaire ou le collectionneur. Il me semble que cet aspect est de plus en plus prégnant. Le virtuel permet de connaître le plus de monde et le plus loin possible, mais la rencontre physique ajoute du plaisir à l'échange.

À propos, le nom «Achetez de l'Art» ne laisse aucune équivoque...

J'assume ! Ne tombons pas dans l'angélisme : l'art s'achète et fait vivre des milliers de gens. C'est un pan important de l'économie. J'aimerais d'ailleurs que le marché français se replace dans une dynamique internationale.

Que peut-on vous souhaiter ?

De nombreux partenaires pour soutenir le mouvement, un rayonnement du label en Europe (déjà de nombreux Canadiens ont été très sensibles à l'initiative), et porter haut et loin l'idée qu'acheter de l'art peut rendre heureux ! ■

«Porter haut et loin l'idée qu'acheter de l'art peut rendre heureux ! »