

ETC



## La nouvelle image de Gaz Métropolitain

Isabelle Lelarge

Number 6, Winter 1988

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/36346ac>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

### ISSN

0835-7641 (print)

1923-3205 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this review

Lelarge, I. (1988). Review of [La nouvelle image de Gaz Métropolitain]. *ETC*, (6), 73–73.

## La nouvelle image de Gaz Métropolitain

**S**oucieuse, en particulier, du bien-être de ses employés, et tout spécialement de leur sensibilisation à l'art, la compagnie Gaz Métropolitain a fondé un programme d'acquisition d'œuvres au moment même de la construction de son nouveau siège social à Montréal en 1986. Quelque neuf cents employés occupent maintenant trois vastes étages longilignes (rappelant ainsi l'impressionnant réseau de distribution des conduites de gaz), offrant un espace de travail fonctionnel, avec atrium et vitrines de plain-pied; immeuble où se distribue, on s'en doute, un grand nombre de cubicules et bureaux.

La collection d'œuvres d'art de la compagnie Gaz Métropolitain est récente, puisqu'elle n'a que trois années d'existence. Elle réunit cent vingt œuvres, un corpus fort appréciable si on le compare à d'autres collections corporatives qui stagnent depuis quelques années. Tout comme la société Téléglobe Canada qui a elle-même servi de modèle à la collection de la société Loto-Québec, la sélection des œuvres chez Gaz Métropolitain est réalisée par un comité permanent composé d'une dizaine d'employés représentant les différentes sphères de production de la compagnie. Ce comité se réunit mensuellement et fait la sélection d'un parcours d'expositions où, bénévolement (donc à l'extérieur des heures de travail), l'intérêt de chaque employé est animé par un esprit de découverte de l'art actuel. En accord avec un expert du domaine des arts visuels et du Service des affaires publicitaires de la compagnie, ce comité axe ses priorités d'achat (et ce, depuis la formation de la collection) sur l'art contemporain québécois, dont la majorité des artistes représentés ont moins de quarante ans.

A contenu figuratif, l'ensemble de la collection semble refléter des choix se voulant *accessibles* au plus grand nombre qui, dans un esprit populaire, «parle» davantage que des œuvres plus rigoureuses. Toutefois, cette image de la collection ne versera pas dans l'imagerie folklorique de type «cabane à surcre»! C'est également le vœu de la compagnie que sa collection conserve cet aspect éclectique dans un souci constant de qualité des œuvres. En outre, on y retrouve une trentaine de tableaux de moyen format où la coloration est souvent vibrante : Marcel Barbeau, Gilles Boisvert, Gabriel Contant, Benoît East, Yvette Froment, K. Gabinet-Kroo, Louisette Gauthier-Mitchell, Raymond Godin, Russell Gordon, Gatién Moisan, Jacques Payette, Jeanne Rhéaume, Sean Rudman, Susan Scott, F. Léo Tremblay, etc. La collection s'enrichit d'une sélection d'une cinquantaine d'estampes à caractère narratif qui demeure fort représentative de la production québécoise : Danielle April, Pierre Ayot, Francine Beauvais, Marie Bineau, Louis-Pierre Bougie, Kittie Bruneau, Lucienne

Cornet, René Derouin, Giuseppe Fiore, Roland Giguère, Jacques Hurtubise, Paul Lussier, Nicole Malenfant, Lauréat Marois, Ann McCall, Mireille Morency-Lay, Carole Pellerin, Louise Robert, Tobie Steinhouse, Pierre-Léon Tétreault, etc. Enfin, une vingtaine de dessins, gouaches, pastels, de Susie Allen, Marie-France Brière, Yeouda Chaki, Pierre Chénier, et quelques autres viennent compléter la collection.

Depuis les débuts de l'existence de la collection et jusqu'à tout récemment, le comité de sélection a fait appel aux services d'une spécialiste en arts visuels, Mme Ninon Gauthier. Cependant, compte tenu du fait que la compagnie juge que son comité est désormais suffisamment autonome et expérimentée, les services d'une telle consultante ne seront désormais plus reconduits. Il y a lieu de s'interroger sur la pertinence d'une telle décision en regard du niveau de cohésion d'une collection, mais également en ce qui a trait à la reconnaissance du professionnalisme de l'historien d'art ou du conservateur d'une collection. Il est permis de s'inquiéter de cette nouvelle orientation qui risque d'avoir des répercussions négatives sur le caractère même d'une collection qui se veut à la fois populaire et soucieuse des critères de qualité à l'intérieur d'un processus pourtant bien engagé — orchestrant avec dynamisme ces liens indispensables entre le milieu des affaires et celui des arts.

En prolongement de son implication dans le domaine des arts visuels, Gaz Métropolitain a mis sur pied depuis le 6 septembre dernier une campagne visant à insérer dans l'environnement urbain une présence active d'œuvres contemporaines. Le projet consiste à substituer aux panneaux-réclames publicitaires bordant les autoroutes de la province de Québec un contenu conçu par des artistes (le projet sera d'ailleurs repris dès le printemps prochain). Ainsi, cent cinquante de ces panneaux grand format reprennent les images conçues spécialement pour Gaz Métropolitain par des artistes tels Jean-Paul Riopelle, et chez les plus jeunes représentant différentes régions du Québec, Lisa Driver de Sherbrooke, Élène Gamache de Québec, Nicholas Pitre de Chicoutimi et Jean Rhéault de Trois-Rivières. Ces artistes choisis par un comité de spécialistes des arts visuels ont eu à s'inspirer du slogan de la compagnie «La force de l'énergie», avec la seule contrainte de respecter un format horizontal dicté par l'envergure des panneaux. En prenant en considération le succès promotionnel que connaît une telle campagne (originant du groupe publicitaire Morrow), la collaboration étroite entre les «énergies» des artistes et d'une compagnie, de même que la consultation d'un jury dont la compétence n'a pu qu'aider à faire des choix judicieux, nous ne sommes pas étonnés des résultats éclatants!