



Hall d'accueil conçu par Art Lease avec la sculpture générative numérique en phase bleue.

## EN SCÈNE

Les premiers clients exprimeraient leur satisfaction et de nouveaux prospects se montreraient intéressés.

**Art Lease est créée en 1994 à l'initiative de Pascal Godingen, à la fois passionné d'art contemporain et spécialiste des mécanismes de financement.**

Il achète plus de deux cent œuvres picturales par an. Grâce à la location, l'art est entré (un peu) dans l'entreprise. S'ajoute désormais le concept *City Lease*, pour louer des sculptures classiques, modernes ou contemporaines.

*Work Lease*, inventé pour apporter de la flexibilité dans les aménagements des espaces de travail, est un concept de location longue durée de meubles de bureau. Cela laisse aux entreprises une grande liberté dans le choix des équipements, permet d'étaler l'investissement sur la durée, et d'acquiescer ou non le mobilier en fin de contrat. Le fondateur d'Art Lease remarque à son tour, en période de crise, le ralentissement de la commercialisation des immeubles de bureaux neufs. Comment se démarquer des concurrents ? Le concept *Marketing suite* est mis au point et le nom est déposé. Un stock disponible très important de mobilier classique ou design, permet aux équipes d'Art Lease une grande réactivité. « Je peux faire installer un espace témoin en moins de quinze jours » déclare Pascal Godingen. L'homme possède une autre corde à son arc, et peu de concur-

rents lui font de l'ombre dans ce domaine : il connaît très bien les artistes, avec qui il entretient des relations privilégiées. Pour ce client qui souhaite une mise en scène exceptionnelle dans un espace d'accueil, sans hésiter, il invite l'artiste Miguel Chevalier à créer « une unique sculpture générative, numérique ». L'originalité crée le bouche à oreille et participe ainsi à l'accélération de la commercialisation des immeubles tertiaires.

Au-delà du spectaculaire, la signature d'Art Lease s'incarne dans une mise en scène minutieuse et vivante des espaces témoins. A la fois scénographe et réalisateur, Pascal Godingen veille aux détails. Les *Marketing suites* donnent l'illusion d'un espace de travail vivant, les postes sont intégralement équipés d'ordinateurs, les écrans affichent des images, les lampes s'allument à distance, les pots à crayons sont emplis de crayons et la machine à café est branchée. S'il le souhaite, le prospect pourra se faire servir un café pendant sa visite. Le client paie une location mensuelle pour l'ensemble des prestations, *space planning*, maintenance du site et œuvres d'art accrochées au mur inclus. « Un prospect n'est jamais insensible au fait d'avoir visité un lieu magnifique et convivial » note Pascal Godingen. Quelques succès concrets l'encouragent à persévérer dans cette direction.

Dans un contexte économiquement difficile, il est réconfortant de voir différents acteurs du secteur sortir de leurs métiers traditionnels et tenter des expériences nouvelles. Mais l'efficacité de ces offres nouvelles de service nous a semblé difficile à estimer ; à l'absence de méthodologies de mesure des performances de ce type d'opérations s'ajoute en effet la discrétion traditionnelle des acteurs du monde de l'immobilier...

Une conclusion semble par contre certaine : la créativité, l'originalité, les solutions innovantes et séduisantes ne représentent pas des surcoûts financiers notables. Alors pourquoi se priver de telles innovations ? Nous restons à l'affût et vous présenterons toute nouvelle offre que nous pourrions détecter.