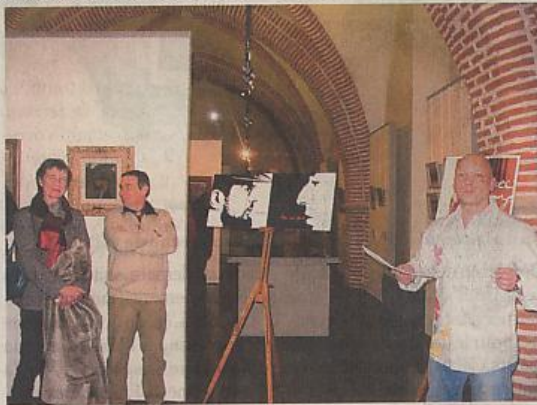


L'ASSOCIATION DU JOUR

Le club des partenaires du musée de Toulouse-Lautrec

Opération de séduction par le club des partenaires du musée de Toulouse-Lautrec, tous les ans, la centaine d'adhérents a l'opportunité d'inviter les personnes de son choix à redécouvrir l'ex-

Au cours de la visite à partir d'un portrait non caricatural du peintre, il a évoqué des points communs, la publicité, la laideur, l'amour de la peinture, tous les deux ont commencé à peindre



Pierre Naroudeau a exploité le thème « Lautrec et caetera 1901-1991 ».

ceptionnel peintre albigeois. Depuis 1997 que le club existe, créé à l'initiative du musée et de la chambre de commerce d'Albi, il a pour ambition de fédérer les entreprises tarnaises et au-delà du département autour de l'image de Toulouse-Lautrec, une volonté reconduite par les présidents qui se sont succédé, dont Alain Lavergne l'actuel.

Lors de la dernière visite suivie par plus de 80 personnes, des chefs d'entreprise ont livré « leur culture personnelle » face à ce patrimoine dans une approche originale.

Pierre Darondeau, agence de communication Vent d'autan, a exploité le thème « Lautrec et caetera 1901-1991 » en faisant un parallèle entre l'Albigeois et un autre artiste de génie Serge Gainsbourg.

vers l'âge de 17 ans, avant de passer à un art mineur, pour Toulouse-Lautrec le graphisme, pour Gainsbourg la chanson.

Leur vie sociale aussi offre de similitudes, alcoolisme, rappo l'argent et la fréquentation salons parisiens et des maisons closes.

Alain Lavergne, agence de communication Futurline, a traité « les dessins de Toulouse-Lautrec », Claude Deutschmeyer, société d'expertise comptable KPMG, « Toulouse-Lautrec et la gastronomie », puis Stéphanie Binet, Sud Evénement Ciel, et Jean-Philippe Carillo, Micro Clinique, se sont exprimés en duo sur le thème « D'Albi à Montmartre ». Une visite insolite mais savoureuse.

A.-M. M.