Toujours plus proche des entreprises

Au delà de la créativité artistique qui lui est propre, l'orchestre a montré une capacité d'innovation pour être à l'écoute du monde de l'entreprise et de ses besoins. Dès 1986 par notre écoute, nous avons su inventer des produits personnalisés et adaptés au monde économique, tout en restant un fidèle serviteur respectueux de la musique.

Une autre caractéristique forte de notre ADN qui a participé au développement des activités de l'orchestre : le chef d'orchestre, Philippe Fournier, a su établir une relation forte et très personnelle avec le monde de l'entreprise.

Car il faut le souligner; l'orchestre, durant ses 40 années, n'a reçu aucune subvention.
Ni la ville, ni le département, ni la région, ni l'état et le Ministère de la culture n'ont apporté leur soutien à nos activités artistiques, par le biais d'une subvention.
Il a donc fallut bien évidemment trouver d'autres sources de revenus pour développer nos activités.

Enjeux Les Echos — Octobre 1998

Portraits

Pour financer son orchestre, un jeune chef lyonnais crée son agence de communication.

Philippe Fournier
Des clients plutôt que des sponsors

En 1985, Philippe Fournier – jeune Lyonnais lauréat de la fondation Yehudi Menuhin, premier prix de l'Ecole normale de musique de Paris – cherche à financer l'orchestre de chambre qu'il vient de fonder et son emploi de chef. « J'ai commencé à prospecter des entreprises à la recherche de sponsors. Rapidement, j'ai réalisé que la musique méritait mieux que quémander », explique-t-il. Après une formation aux techniques du management au centre des entrepreneurs de l'Ecole supérieure de commerce de Lyon, il crée, avec un associé également musicien, son entreprise de société de conseil en communication. Dominante propose des recherches d'identité sonore ou des cadeaux d'entreprise originaux, organise des concerts et des stages de formation, produit des disques. Les débuts seront difficiles. « Nous voulions rester fidèles à notre concept d'origine et ne pas galvauder l'idée que nous avions de l'art », explique Philippe Fournier. Mais depuis l'an dernier, la société semble avoir trouvé ses marques. Hewlett-Packard, Adecco, L'Oréal et de plus petites entreprises se sont laissé séduire. Dominante compte dépasser les 5 millions de francs de chiffre d'affaires en 1998. A 37 ans, Philippe Fournier aura alors réussi la première partie de son pari – prouver qu'il peut vivre de la musique – et mis en orbite la seconde, en forme de rêve d'enfant : diriger l'intégrale des symphonies de Brahms avec 100 musiciens et une grande institution comme l'Opéra ou l'Orchestre de Lyon, sa ville.

Marie-Annick Depagneux

Enjeux Octobre



Depuis 1986, nous avons été les premiers à établir des liens forts et durables entre le monde de l'art et le monde de l'entreprise ;

De nombreux articles dans de grands journaux et revues nationaux en témoignent.
En 1988, Philippe relève un nouveau défi avec notre premier grand concert à l'auditorium Maurice Ravel. Comme l'orchestre ne touche aucune aide et subvention de la part d'aucune institution publique (état, Région, département, ou ville), Philippe établit alors un partenariat avec Mac Donald pour réaliser ce concert. À l'époque, cela en avait choqué plus d'un : comment est-il possible de relier ces deux mondes tout en respectant les valeurs de l'Art ? Pour beaucoup de puristes et de musiciens, cela apparaissait comme un parjure, une sorte de trahison. Mais il y a chez Philippe Fournier une vraie envie de rencontre, de respect et de complicité entre tous ces univers. Nous avons des choses en commun à partager. Et c'est ainsi, depuis son tout premier grand concert jusqu'aux grands événements privés, que l'orchestre a su jouer la carte d'une relation très innovante et complétement atypique avec les entreprises.

L'USINE NOUVELLE

▶ Philippe Fournier

Chef et consultant

Pour accompagner un message d'attente, mieux vaut éviter les musiques répétitives, qui soulignent que le temps passe. Des conseils concrets de ce style, les clients de Philippe Fournier, 38 ans, en sont friands, et lui les dispense volontiers. Mais il les intègre dans une démarche ambitieuse : « La musique est énergie, elle nous touche physiquement ; c'est un moyen de communication dont on ne soupçonne pas le potentiel. »

Chef d'orchestre diplômé de l'Ecole normale supérieure de musique, lauréat de la Fondation Menuhin, mais aussi titulaire d'un Deug d'électroacoustique, Philippe Fournier s'est intéressé au monde de l'entreprise parce qu'il cherchait des fonds pour l'Orchestre de chambre lyonnais (une cinquantaine de musiciens), qu'il a fondé en 1985. Le mécénat lui a paru réducteur, et il a développé des activités allant de la création d'événements à celle d'identités sonores. Pour L'Oréal, il a imaginé le « packaging » musical d'un shampooing pour salons de coiffure. Dans des sessions de formation, il confie sa baguette et ses musiciens à des dirigeants pour leur faire percevoir autrement les relations humaines.

Sa société, Dominante (sept consultants) marche si bien qu'elle installe un bureau à Paris. « Je suis de plus en plus sélectif dans le choix de mes interventions », observe-t-il. Car Philippe Fournier n'entend sacrifier ni son orchestre (dont il dirige 50 à 60 concerts par an), ni sa propre carrière (il est invité à Lille par Jean-Claude Casadesus). ■

Jean MEILHAUD



Philippe Fournier transmet aux chefs d'entreprise son « savoir-diriger » de chef d'orchestre.