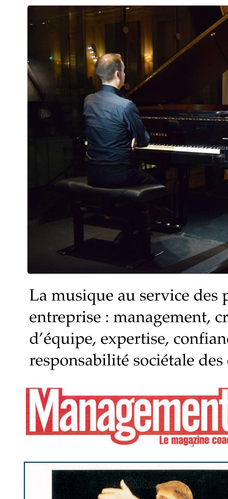

La musique au service des problématiques en entreprise : management, créativité, leadership, travail d'équipe, expertise, confiance, service clients, responsabilité sociétale des entreprise, RH, etc…

Management
Le magazine coach

Juin 2007

Pour faire réfléchir vos cadres

→ *Un intellectuel ou un artiste*



Philippe Fournier
Le directeur de l'orchestre de chambre de Lyon intervient lors de séminaires de réflexion pour les cadres. Accompagné de quelques musiciens, il démontre concrètement l'importance du rôle du chef.

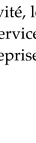
A faire avec lui
Prévoir un thème qui corresponde à des enjeux réels pour l'auditoire. Philippe Fournier adore les échanges avec les participants.

A ne pas faire
Il déteste être utilisé comme alibi pour faire passer un message aux salariés.

Prix 2 000 € HT

Autres personnalités
Alain Etcheverry, Luc Ferry (philosophes), Yann Arthus-Bertrand (photographe).

→ *Un expert*



Soumitra Dutta
Ce professeur de l'Insead est un spécialiste des sujets liés aux nouvelles technologies (CRM, e-business). Il intervient dans des congrès de cadres dirigeants.

A faire avec lui
Bien préciser le niveau de connaissance du public sur le sujet abordé, afin qu'il ne soit ni trop technique, ni trop vulgarisateur.

A ne pas faire
Lui donner carte blanche ! Comme tout orateur brillant, il est capable de s'exprimer des heures sur des sujets extrêmement variés.

Prix 3 000 € HT

Autres personnalités
Hervé Serieyx, Meryem Sagot (consultantes), Jean-Noël Kapferer (HEC), Raj, Jean-Paul Fitoussi (OFCE).

Philippe Fournier, directeur de l'orchestre de chambre de Lyon, est sollicité pour les séminaires de management.

Le sportif qui parle comme un prof, c'est le flop assuré

Un intérêt pour eux et pour leur image ? Rien n'oblige à ajouter à la facture la présentation de l'agence de conseils qui peut représenter de 10 à 30% du cachet versé à l'intervenant. Cette somme couvre la préparation d'une séance ou séminaire et la recherche de personnalités. Lorsque votre choix est arrêté, il vous reste à bien préparer le terrain. Pour frapper les esprits, l'intervention de la célébrité doit prendre un sens parallèle évident avec le thème du séminaire. La présentation de Jean-Moutou, professeur à l'Essec et auteur du livre *Le Marketing du désir*», devant les cadres de Fournié Groupaud, était ainsi le point d'orgue d'un séminaire intitulé «Comment créer le désir de changement chez ses collaborateurs». Quant à la présence de Daniel Costantini à la convention de La Mondiale, elle marquait le lancement d'un plan stratégique devant faire grimper le chiffre d'affaires à 70 milliards de francs. Une fois les grandes lignes du séminaire tracées, l'intervenant doit rencontrer l'équipe de direction pour s'imprégner de l'univers de l'entreprise et exposer les points qu'il compte aborder dans son discours. «André Comte-Sponville a pris le temps d'écouter les dirigeants de notre association pour que son discours colle à notre profession», souligne Marie-Elisabeth de Beauchaine, de l'ordre des experts-comptables des Pays de la Loire.

Si l'invité est peu connu, faites-lui de la pub avant

Attention, l'invité ne doit ni jouer les divas ni s'aventurer en dehors de son domaine de compétence. «Lances jouer et entraîneur de rugby Daniel Herrero nous a tenu un discours creux à force de vouloir jouer à la fois au sportif et au consultant», lance un directeur des ressources humaines. De même, Aimé Jacquet sera sifflé si vous lui demandez son point de vue sur l'organisation de votre force commerciale. «Même lorsqu'un philosophe donne son avis sur le travail en entreprise, les dents grincent», explique Brigitte de Saint Martin, du cabinet Ephita. Pensez aussi à répéter avec votre orateur star» le déroulement de votre séminaire pour travailler les enchaînements et tester le matériel technique.

Dernier point : mettez les formes pour annoncer la venue de l'intervenant. «Si l'invité est peu connu du public, il faut communiquer à l'avance pour le présenter et donner du poids à sa venue, conseille Stéphane Wallon, président de Ricks (organisation de séminaires). Au contraire, mieux vaut jouer sur l'effet de surprise s'il s'agit d'une superstar.» Enfin, pour que ce moment privilégié reste gravé dans les mémoires, ne négligez pas l'après-séminaire. En rapportant les enseignements de l'intervenant dans vos communications internes, en distribuant une cassette vidéo, ou bien en offrant aux participants un livre ou un objet dédicacé par la célébrité. ■ **Eric Pagès**

Les agences qui orchestrent ces interventions

Agence	Type de prestation	Intervenants	Type de rémunération
Com'in Patrick Cauvin **Tél. : 01 30 15 70 50**	Organisation de conventions et d'événements.	D. Costantini, E. Dewaele.	Honoraires sur la prestation de conseil (environ 10 000 francs la journée).
Meltis Stéphane Wallon **Tél. : 05 34 66 13 33**	Organisation de conventions et séminaires.	B. Laporte, S. Dutta, J.-M. Salvestre.	Honoraires sur la prestation de conseil (de 10 000 à 20 000 francs).
Plateforme Nathalie de Rochechouart **Tél. : 01 53 93 70 60**	Recherche de personnalités.	A. Etcheverry, J.-P. Fitoussi, R. Brauman.	Prestation globale (coût de l'intervenant + prestation de conseil).
Synthesis Christine Capot **Tél. : 01 47 58 29 04**	Formation par l'étude d'œuvres d'art.	Spécialistes de musique, littérature et cinéma.	Non communiqué.
Top Fun Vincent Rivière **Tél. : 01 60 39 58 58**	Organisation de séminaires de motivation.	J.-L. Dubier (entraîneur de natation).	Prestation globale (coût de l'intervenant + prestation de conseil).

Septembre 1997

ENTREPRISES
le magazine économique de BAREF
RHONE-ALPES

DOMINANTE, L'ART AU SERVICE DE L'ENTREPRISE



D.R.

Philippe Fournier dirigeant l'Orchestre de Chambre de Lyon.

Installée de manière champêtre à Grézieu-la-Varenne, sur le plateau lyonnais, Dominante grandit. Créée en 1992 par Philippe Fournier, qui dirige l'Orchestre de Chambre de Lyon, et Paul Vivarès, cette société s'est spécialisée dans le conseil en communication par l'art, utilisé comme vecteur interne ou externe en la matière pour les entreprises. *"Nous sommes d'abord attachés à l'émotion"*, soulignent les animateurs de Dominante, qui compte parmi ses clients des entreprises comme Boiron, Serea, Manpower, Rhône-Poulenc Agro ou la Compagnie Générale des Eaux.

Management
Le magazine coach

2,90 € www.management.fr N° 144 JUILLET-AOÛT 2007

un coup sur la tête. C'est la raison pour laquelle je refuse de me focaliser sur cette semaine si importante.

La règle est la même avec les fournisseurs. Le stress ne doit pas sortir de la cuisine ou de l'entreprise. Si l'anxiété commence à s'installer dans mes relations avec eux, c'est fichu, le travailler avec les mêmes éleveurs, maraîchers et pêcheurs depuis vingt-huit ans. Ils connaissent mon niveau d'exigence. Au moindre problème dans une livraison, je dis : «Poubelle». Et la marchandise doit être remplacée illico, même s'il faut aller à l'autre bout de Paris pour dégoter deux saumons de premier choix. Moi, je ne regarde pas les prix d'achat. Je ne prends que le top. À la différence de certains grands chefs, je ne suis pas commissionnaire sur le résultat d'exploitation du restaurant. Vous ne me verrez pas transiger sur la qualité.

En recherche permanente. Quand la tension retombe, je vais fumer un Davvidoff dans le jardin des Tuileries, je me promène à pied dans Paris, je visite une exposition au musée d'Orsay. J'ai besoin des tableaux pour me ressourcer. C'est observant les dégradés de «La Femme à l'ombrelle», d'Aristide Maillol, que j'ai eu l'idée de nouvelles émulsions pour ma salade de légumes d'été. Ma recherche ne s'arrête jamais. Je m'attends que la saison suivante pour redéssiner une carte. J'y pense jusque dans mes temps libres.

Comment je tiens ? Je me lève à 7 heures et je me couche à 1 heure du matin. Pas de siestes. Certains pensent que nous supportons une telle pression grâce à des substances illicites. Il y a des rumeurs sur notre métier qui voudraient que les cuisiniers en prennent derrière leurs fourneaux. Je suis mal placé pour vous répondre : je n'ai jamais consulté ce genre de pratique. Pour ma part, je refuse d'avaler le moindre cachet. Même lorsque j'ai 39 de fièvre. Je me fais suivre par des thérapeutes spécialisés dans les médecines douces ou soigner par acupuncture, j'utilise des traitements par les ondes, je me fais masser régulièrement. Depuis mes débuts dans la profession, je m'oppose à toute médication. Pour retrouver l'équilibre, il ne me faut pas grand-chose : quelques heures avec mes chevaux, une longue marche dans la forêt, ou regarder ma petite fille dormir.

A Lyon, Philippe Fournier dirige 80 musiciens dont il doit accorder les sensibilités.

Un sens aigu de la baguette

Ce diplômé de l'École normale supérieure de musique de Paris a fondé l'Orchestre symphonique lyonnais en 1985. En parallèle, il a créé Dominante, un cabinet de conseil spécialisé dans la communication par l'art. Depuis 2004, il dirige le spectacle "Comic Symphonic" interprété par Marc Jolivet.

Philippe Fournier, chef de l'Orchestre symphonique lyonnais

Respectez la diversité des talents pour créer l'harmonie

Les entreprises ont souvent du mal à reconnaître les talents de chaque salarié. Un chef d'orchestre, lui, doit considérer tous les métiers qu'il fédère comme des métiers d'excellence. Ma formation est constituée de 80 musiciens, qui ont chacun une expertise unique. Mon rôle est de respecter ces savoir-faire divers et de les fondre pour créer de l'harmonie. Et un simple coup de baguette ne suffit pas pour y parvenir.

Dans notre profession, les sensibilités sont exacerbées. C'est normal : les musiciens sont des artistes qui fonctionnent à l'affectif. De plus, nous sommes encadrés par des conventions collectives très rigides. Il n'est pas rare – aux États-Unis notamment – que des orchestres se mettent en grève et annulent des concerts. À Caracas, où j'ai donné une représentation en mai dernier, le clarinettiste a déclenché la première répétition. Que faire ? Sortir de mes gonds devant les autres ? Cette réaction m'aurait fait perdre mes moyens. J'ai préféré discuter avec lui en tête à tête au lendemain de l'incident. J'ai pu désamorcer le conflit en reconnaut un lien de continuité avec cet artiste et en soulignant son importance au sein de la formation.

Piano, piano. Être souple ne signifie pas renoncer à son exigence de qualité où à son autorité. C'est une subtile alchimie ! Si je veux qu'un hautbois joue moins fort, par exemple, il faut que je lui fasse comprendre que ma consigne n'est pas dirigée contre lui, mais qu'elle lui est donnée dans son intérêt et dans l'intérêt commun. Si je ne le fais pas, il jouera piano… mais mal ! ■

Prix de l'entrepreneur « culture » / *Philippe Fournier*

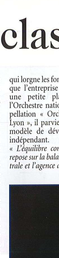
L'iconoclaste

Si vous aimez Debussy, Philippe Fournier vous parlera de jazz. Si vous êtes amateur de variété, il vous fera découvrir le chant grégorien. Ce chef d'orchestre atypique et passionné est un cerveau, et ce qu'il aime avant tout, c'est la curiosité. Son éclectisme lui jouera d'ailleurs des tours, en suscitant d'abord la méfiance de ses pairs vis-à-vis de ce *« touche à tout qui n'excelle nulle part »*. Mais Philippe Fournier a prouvé depuis leur reconnaissance en partageant la fosse avec quelques grands noms, comme le trompettiste Erik Truffaz en jazz, le ténor-ténor James Bowman en musique baroque, ou le pianiste Aldo Ciccolini. De tournée d'humour polyphonique en tempête de percussions africaines, ce musicien aux accents de pédagogue se sent investi d'une mission d'intérêt public : jouer un rôle de passeur d'un monde à l'autre. Éveiller la curiosité des spectateurs – de préférence les plus éloignés des salles de concert : collègues, entreprises, centres sociaux, handicapés – et révéler à chacun cette part de lui-même qui se laissera enrichir par la musique, classique ou non. Primé à l'unanimité par le jury de l'École normale de musique de Paris pour la direction d'orchestre, Philippe Fournier crée à vingt-trois ans sa propre formation. Près d'un quart de siècle plus tard, c'est à la tête d'une entreprise d'une centaine de musiciens qu'il exerce.

Vilain petit canard

En outre, il assume la direction administrative et stratégique de son orchestre, pratique peu commune chez ses confrères. La tâche n'est pas aisée, car l'ensemble a une caractéristique : il ne perçoit aucune subvention publique ou institutionnelle, toutes ses ressources sont donc conditionnées par la rentabilité de ses activités. « *La difficulté, c'est que nous sommes largement sur des projets non rentables. Tout ce qui s'apparente à une activité pédagogique, culturelle ou sociale est produit à perte : concerts, créations, interventions dans les écoles… Depuis dix-sept ans, on me dit que ce que je fais n'est pas viable économiquement. Pourtant je crois que nous avons su nous adapter à cette contrainte* ». Et de fait, dans un cheminement erratique, le « *vilain petit canard* » qui longe les fonds privés dans un milieu que l'entreprise effraye plutôt, se taille une petite place entre l'Opéra et l'Orchestre national de Lyon. Sous l'appellation « Orchestre symphonique de Lyon », il parvient à mettre sur pied un modèle de développement inhabituel, indépendant.

« *L'équilibre comptable de la formation repose sur la balance entre l'activité orchestrale et l'agence de conseil en communication par l'art, Dominante, que j'ai fondée en 1990. Je mets ma créativité au service des ressources humaines, du marketing, du management. Les entreprises manifestent une forte demande. C'est une activité suffisamment rentable pour financer les autres projets culturels de l'orchestre* », explique le directeur artistique. Mais en s'investissant dans le monde des affaires, le musicien découvre les nouveaux rapports créés entre le chef et ses instrumentistes : « *Il suffit d'embaucher quelqu'un pour ne plus pouvoir lui parler. Les relations humaines passent alors par le filtre du droit du travail. Je déplore mais je m'y conforme. Ce n'est pas parce qu'on est créatif qu'on ne doit pas respecter le code commun. Remettre en cause les conventions sociales, c'est considérer qu'on vit seul* ». Pour contourner le cloisonnement que forment les logiques de la musique et de la rentabilité, il a fallu créer deux structures distinctes : une association pour l'orchestre et les formations avec le milieu culturel, une entreprise pour les relations commerciales avec les acteurs privés. L'une des activités de Philippe Fournier est ainsi d'intervenir avec son orchestre dans les usines, les conventions, les plans sociaux comme les projets d'innovation. « *Depuis vingt-cinq ans que j'aborde ces problématiques économiques, je m'aperçois que tous les problèmes rencontrés sont humains. L'exemple de la crise de confiance que traverse le capitalisme l'illustre parfaitement. Dans ses sociétés individualistes, l'homme ne croit plus ni en Dieu ni en l'honnêteté, il pense qu'il doit se débrouiller seul. Or toute richesse naît de l'harmonie des hommes, non de leur solitude. La musique redonne le sens de cette harmonie* ». ■



« Toute richesse naît de l'harmonie des hommes, non de leur solitude »

Diane Duprè la Tour