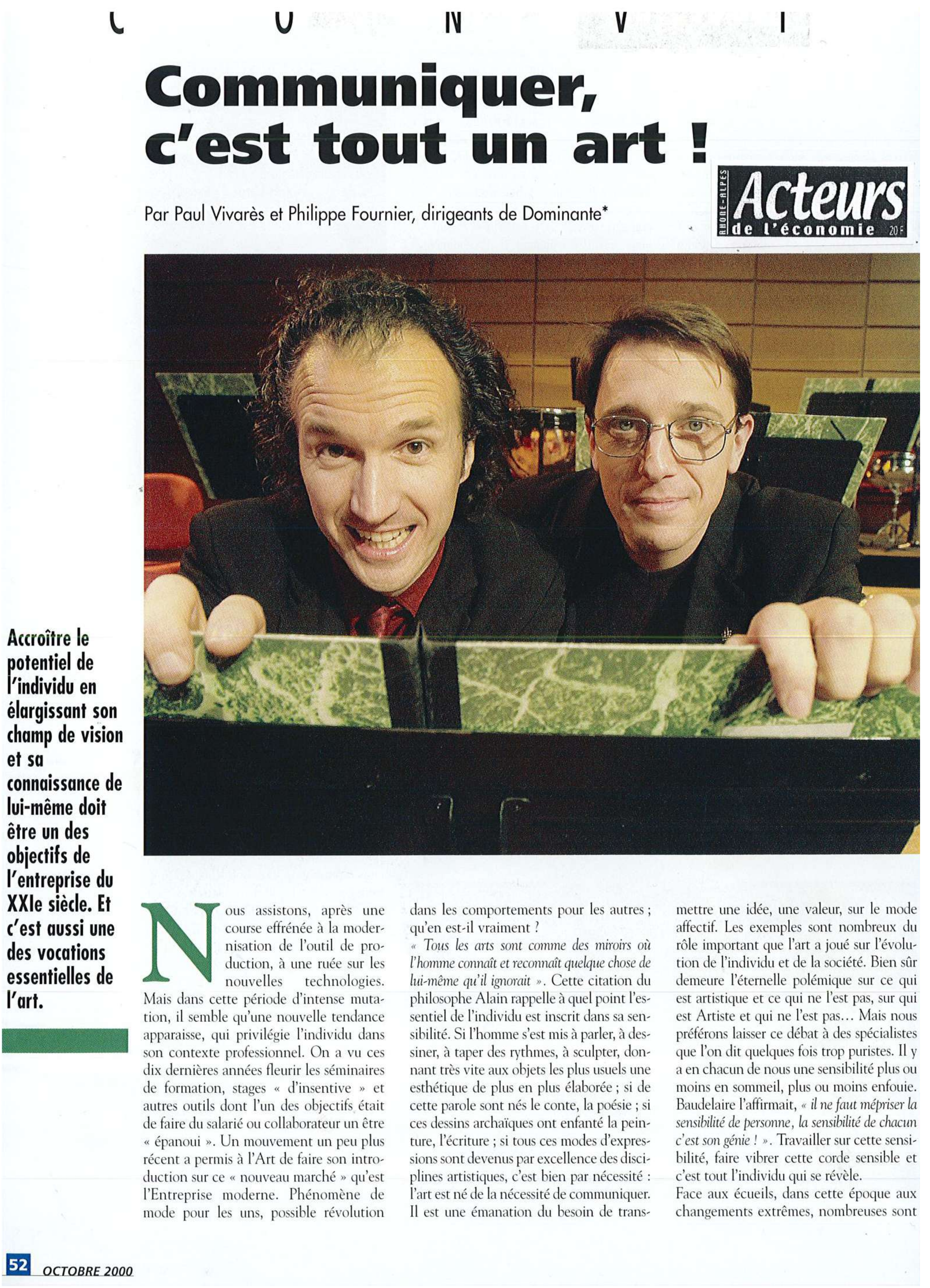
Devant le succès de toutes ces idées totalement innovantes à l'époque, Philippe avec son complice, Paul Vivares, vont donc développer toute une série de liens, de stratégies et de collaborations avec le monde économique, en créant une société de communication qui fera l'interface avec les entreprises et les projets de l'orchestre.
Concerts privés, conventions, séminaires, formations, soirées VIP, autant de produits créés et adaptés au service des entreprises, de leurs clients et de leurs collaborateurs.



CONVICTIONS

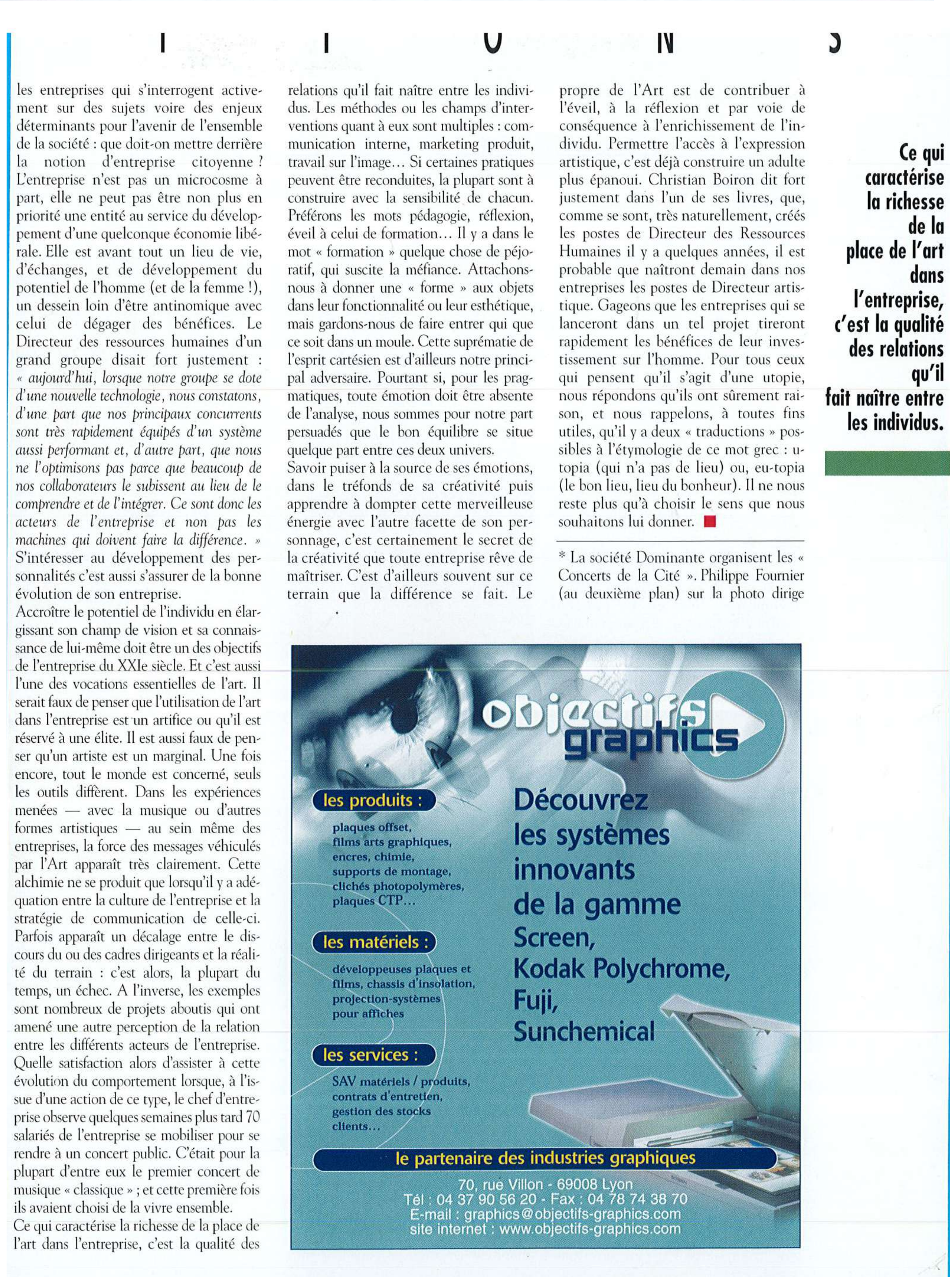
Communiquer, c'est tout un art !

Rhône-Alpes Acteurs de l'économie 20 F

Par Paul Vivarès et Philippe Fournier, dirigeants de Dominante*

Accroître le potentiel de l'individu en élargissant son champ de vision et sa connaissance de lui-même doit être un des objectifs de l'entreprise du XXIe siècle. Et c'est aussi une des vocations essentielles de l'art.

Nous assistons, après une course effrénée à la modernisation de l'outil de production, à une ruée sur les nouvelles technologies. Mais dans cette période d'intense mutation, il semble qu'une nouvelle tendance apparaisse, qui privilégie l'individu dans son contexte professionnel. On a vu ces dix dernières années fleurir les séminaires de formation, stages « d'insentive » et autres outils dont l'un des objectifs était de faire du salarié ou collaborateur un être « épanoui ». Un mouvement un peu plus récent a permis à l'Art de faire son introduction sur ce « nouveau marché » qu'est l'Entreprise moderne. Phénomène de mode pour les uns, possible révolution dans les comportements pour les autres ; qu'en est-il vraiment ?
« Tous les arts sont comme des miroirs où l'homme connaît et reconnaît quelque chose de lui-même qu'il ignorait ». Cette citation du philosophe Alain rappelle à quel point l'essentiel de l'individu est inscrit dans sa sensibilité. Si l'homme s'est mis à parler, à dessiner, à taper des rythmes, à sculpter, donnant très vite aux objets les plus usuels une esthétique de plus en plus élaborée ; si de cette parole sont nés le conte, la poésie ; si ces dessins archaïques ont enfanté la peinture, l'écriture ; si tous ces modes d'expressions sont devenus par excellence des disciplines artistiques, c'est bien par nécessité : l'art est né de la nécessité de communiquer. Il est une émanation du besoin de transmettre une idée, une valeur, sur le mode affectif. Les exemples sont nombreux du rôle important que l'art a joué sur l'évolution de l'individu et de la société. Bien sûr demeure l'éternelle polémique sur ce qui est artistique et ce qui ne l'est pas, sur qui est Artiste et qui ne l'est pas… Mais nous préférons laisser ce débat à des spécialistes que l'on dit quelques fois trop puristes. Il y a en chacun de nous une sensibilité plus ou moins en sommeil, plus ou moins enfouie. Baudelaire l'affirmait, *« il ne faut mépriser la sensibilité de personne, la sensibilité de chacun c'est son génie ! »*. Travailler sur cette sensibilité, faire vibrer cette corde sensible et c'est tout l'individu qui se révèle.
Face aux écueils, dans cette époque aux changements extrêmes, nombreuses sont



les entreprises qui s'interrogent activement sur des sujets voire des enjeux déterminants pour l'avenir de l'ensemble de la société : que doit-on mettre derrière la notion d'entreprise citoyenne ? L'entreprise n'est pas un microcosme à part, elle ne peut pas être non plus en priorité une entité au service du développement d'une quelconque économie libérale. Elle est avant tout un lieu de vie, d'échanges, et de développement du potentiel de l'homme (et de la femme !), un dessein loin d'être antinomique avec celui de dégager des bénéfices. Le Directeur des ressources humaines d'un grand groupe disait fort justement : *« aujourd'hui, lorsque notre groupe se dote d'une nouvelle technologie, nous constatons, d'une part que nos principaux concurrents sont très rapidement équipés d'un système aussi performant et, d'autre part, que nous ne l'optimisons pas parce que beaucoup de nos collaborateurs le subissent au lieu de le comprendre et de l'intégrer. Ce sont donc les acteurs de l'entreprise et non pas les machines qui doivent faire la différence. »* S'intéresser au développement des personnalités c'est aussi s'assurer de la bonne évolution de son entreprise.
Accroître le potentiel de l'individu en élargissant son champ de vision et sa connaissance de lui-même doit être un des objectifs de l'entreprise du XXIe siècle. Et c'est aussi l'une des vocations essentielles de l'art. Il serait faux de penser que l'utilisation de l'art dans l'entreprise est un artifice ou qu'il est réservé à une élite. Il est aussi faux de penser qu'un artiste est un marginal. Une fois encore, tout le monde est concerné, seuls les outils diffèrent. Dans les expériences menées — avec la musique ou d'autres formes artistiques — au sein même des entreprises, la force des messages véhiculés par l'Art apparaît très clairement. Cette alchimie ne se produit que lorsqu'il y a adéquation entre la culture de l'entreprise et la stratégie de communication de celle-ci. Parfois apparaît un décalage entre le discours du ou des cadres dirigeants et la réalité du terrain : c'est alors, la plupart du temps, un échec. A l'inverse, les exemples sont nombreux de projets aboutis qui ont amené une autre perception de la relation entre les différents acteurs de l'entreprise. Quelle satisfaction alors d'assister à cette évolution du comportement lorsque, à l'issue d'une action de ce type, le chef d'entreprise observe quelques semaines plus tard 70 salariés de l'entreprise se mobiliser pour se rendre à un concert public. C'était pour la plupart d'entre eux le premier concert de musique « classique » ; et cette première fois ils avaient choisi de la vivre ensemble.
Ce qui caractérise la richesse de la place de l'art dans l'entreprise, c'est la qualité des relations qu'il fait naître entre les individus. Les méthodes ou les champs d'interventions quant à eux sont multiples : communication interne, marketing produit, travail sur l'image… Si certaines pratiques peuvent être reconduites, la plupart sont à construire avec la sensibilité de chacun. Préférons les mots pédagogie, réflexion, éveil à celui de formation… Il y a dans le mot « formation » quelque chose de péjoratif, qui suscite la méfiance. Attachons-nous à donner une « forme » aux objets dans leur fonctionnalité ou leur esthétique, mais gardons-nous de faire entrer qui que ce soit dans un moule. Cette suprématie de l'esprit cartésien est d'ailleurs notre principal adversaire. Pourtant si, pour les pragmatiques, toute émotion doit être absente de l'analyse, nous sommes pour notre part persuadés que le bon équilibre se situe quelque part entre ces deux univers.
Savoir puiser à la source de ses émotions, dans le tréfonds de sa créativité puis apprendre à dompter cette merveilleuse énergie avec l'autre facette de son personnage, c'est certainement le secret de la créativité que toute entreprise rêve de maîtriser. C'est d'ailleurs souvent sur ce terrain que la différence se fait. Le propre de l'Art est de contribuer à l'éveil, à la réflexion et par voie de conséquence à l'enrichissement de l'individu. Permettre l'accès à l'expression artistique, c'est déjà construire un adulte plus épanoui. Christian Boiron dit fort justement dans l'un de ses livres, que, comme se sont, très naturellement, créés les postes de Directeur des Ressources Humaines il y a quelques années, il est probable que naîtront demain dans nos entreprises les postes de Directeur artistique. Gageons que les entreprises qui se lanceront dans un tel projet tireront rapidement les bénéfices de leur investissement sur l'homme. Pour tous ceux qui pensent qu'il s'agit d'une utopie, nous répondons qu'ils ont sûrement raison, et nous rappelons, à toutes fins utiles, qu'il y a deux « traductions » possibles à l'étymologie de ce mot grec : u-topia (qui n'a pas de lieu) ou, eu-topia (le bon lieu, lieu du bonheur). Il ne nous reste plus qu'à choisir le sens que nous souhaitons lui donner. ■

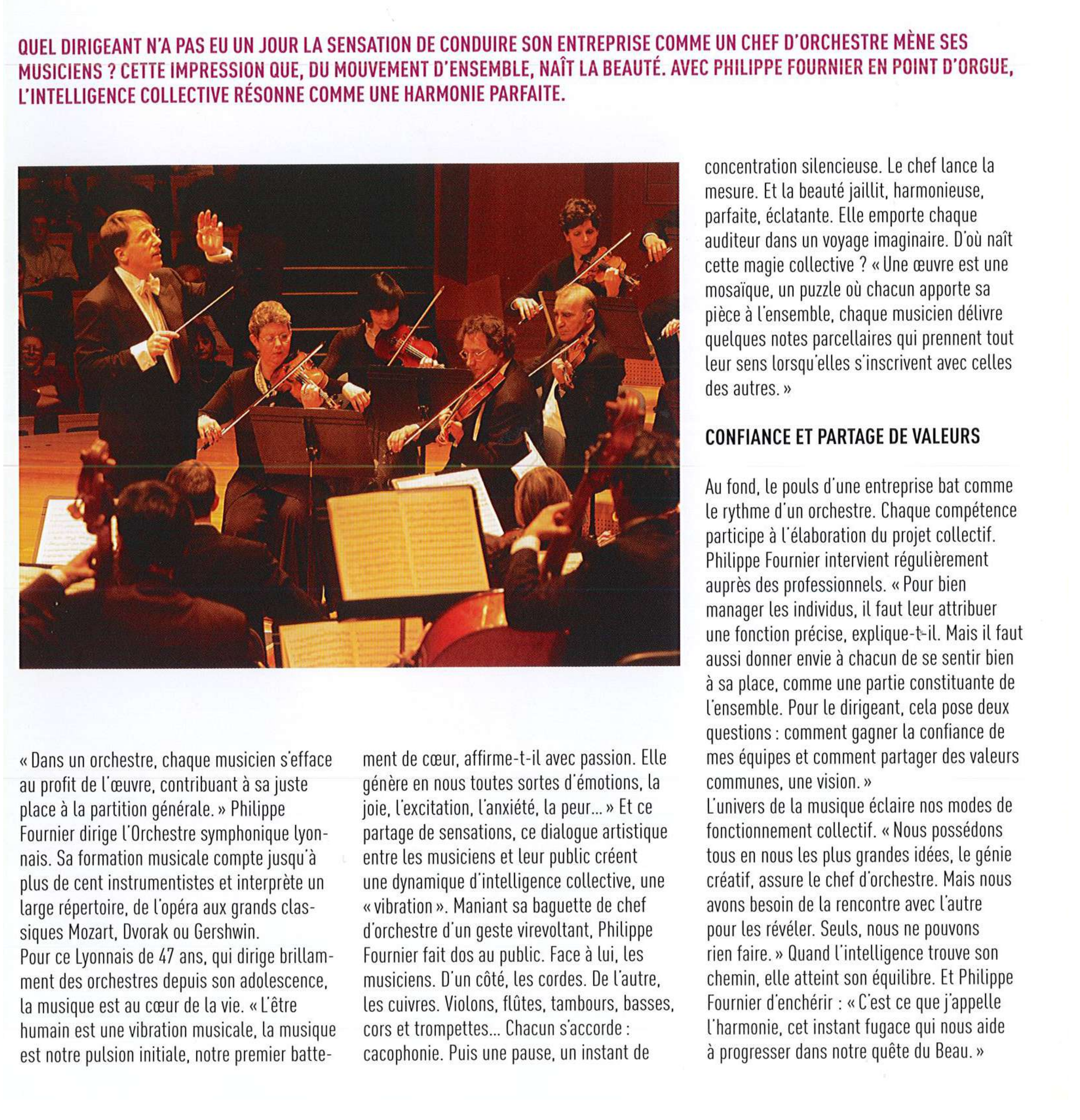
Ce qui caractérise la richesse de la place de l'art dans l'entreprise, c'est la qualité des relations qu'il fait naître entre les individus.

---

* La société Dominante organisent les « Concerts de la Cité ». Philippe Fournier (au deuxième plan) sur la photo dirige

objectifs graphics
Découvrez les systèmes innovants de la gamme Screen, Kodak Polychrome, Fuji, Sunchemical
les produits :
plaques offset, films arts graphiques, encres, chimie, supports de montage, clichés photopolymères, plaques CTP…
les matériels :
développeuses plaques et films, chassis d'insolation, projection-systèmes pour affiches
les services :
SAV matériels / produits, contrats d'entretien, gestion des stocks clients…
le partenaire des industries graphiques
70, rue Villon - 69008 Lyon
Tél : 04 37 90 56 20 - Fax : 04 78 74 38 70
E-mail : graphics@objectifs-graphics.com
site internet : www.objectifs-graphics.com

Convention à la philharmonie de Paris pour le groupe Vinci



L'INTELLIGENCE COLLECTIVE
MISE EN PARTITION

Entretien avec Philippe Fournier

QUEL DIRIGEANT N'A PAS EU UN JOUR LA SENSATION DE CONDUIRE SON ENTREPRISE COMME UN CHEF D'ORCHESTRE MÈNE SES MUSICIENS ? CETTE IMPRESSION QUE, DU MOUVEMENT D'ENSEMBLE, NAÎT LA BEAUTÉ. AVEC PHILIPPE FOURNIER EN POINT D'ORGUE, L'INTELLIGENCE COLLECTIVE RÉSONNE COMME UNE HARMONIE PARFAITE.

« Dans un orchestre, chaque musicien s'efface au profit de l'œuvre, contribuant à sa juste place à la partition générale. » Philippe Fournier dirige l'Orchestre symphonique lyonnais. Sa formation musicale compte jusqu'à plus de cent instrumentistes et interprète un large répertoire, de l'opéra aux grands classiques Mozart, Dvorak ou Gershwin.
Pour ce Lyonnais de 47 ans, qui dirige brillamment des orchestres depuis son adolescence, la musique est au cœur de la vie. « L'être humain est une vibration musicale, la musique est notre pulsion initiale, notre premier battement de cœur, affirme-t-il avec passion. Elle génère en nous toutes sortes d'émotions, la joie, l'excitation, l'anxiété, la peur… » Et ce partage de sensations, ce dialogue artistique entre les musiciens et leur public créent une dynamique d'intelligence collective, une « vibration ». Maniant sa baguette de chef d'orchestre d'un geste virevoltant, Philippe Fournier fait dos au public. Face à lui, les musiciens. D'un côté, les cordes. De l'autre, les cuivres. Violons, flûtes, tambours, basses, cors et trompettes… Chacun s'accorde : cacophonie. Puis une pause, un instant de concentration silencieuse. Le chef lance la mesure. Et la beauté jaillit, harmonieuse, parfaite, éclatante. Elle emporte chaque auditeur dans un voyage imaginaire. D'où naît cette magie collective ? « Une œuvre est une mosaïque, un puzzle où chacun apporte sa pièce à l'ensemble, chaque musicien délivre quelques notes parcellaires qui prennent tout leur sens lorsqu'elles s'inscrivent avec celles des autres. »

CONFIANCE ET PARTAGE DE VALEURS

Au fond, le pouls d'une entreprise bat comme le rythme d'un orchestre. Chaque compétence participe à l'élaboration du projet collectif. Philippe Fournier intervient régulièrement auprès des professionnels. « Pour bien manager les individus, il faut leur attribuer une fonction précise, explique-t-il. Mais il faut aussi donner envie à chacun de se sentir bien à sa place, comme une partie constituante de l'ensemble. Pour le dirigeant, cela pose deux questions : comment gagner la confiance de mes équipes et comment partager des valeurs communes, une vision. »
L'univers de la musique éclaire nos modes de fonctionnement collectif. « Nous possédons tous en nous les plus grandes idées, le génie créatif, assure le chef d'orchestre. Mais nous avons besoin de la rencontre avec l'autre pour les révéler. Seuls, nous ne pouvons rien faire. » Quand l'intelligence trouve son chemin, elle atteint son équilibre. Et Philippe Fournier d'enchérir : « C'est ce que j'appelle l'harmonie, cet instant fugace qui nous aide à progresser dans notre quête du Beau. »