

# ET MOI...

17 JUIN 2016

## DES PATRONS TRÈS ROCK'N'ROLL

Par *Éric Delon*  
Illustrations: *Giacomo Bagnara*





Denis Hennequin,  
passionné de rock  
et fondateur  
du premier fan-club  
de Bruce Springsteen.

« OK, rendez-vous à 17 heures pour notre interview, mais pas plus tard car ce soir je vais fêter le retour de Radiohead sur scène au Zénith. » Nouveau conseiller et associé du groupe Cojean (sandwicherie de luxe), Denis Hennequin, 57 ans, ancien PDG de McDonald's France et d'Accor, assume sans complexe sa réputation de « patron rock ». Il ne manque jamais de rappeler qu'il fut, en 1978, le fondateur du premier fan-club français de Bruce Springsteen et assure, malgré ses responsabilités professionnelles – il est aussi administrateur de plusieurs sociétés internationales –, ne jamais rater les concerts, en France et à l'étranger, de ses nombreuses idoles. « Je me suis mis à la guitare il y a quelques années pour jouer avec ma femme et mes enfants. C'est un plaisir immense de partage et de complicité familiale. Soyons clairs, je ne me suis jamais pris pour Jimi Hendrix, mais j'adore jouer, chaque année, devant un parterre d'amis », sourit-il. Comme lui, de nombreux patrons, managers ou décideurs revendiquent de manière plus ou moins explicite leur passion pour le rock. Le banquier et patron de presse Matthieu Pigasse affiche régulièrement sa passion pour le punk rock; Paul Hermelin, le PDG de Capgemini, confie ne pas passer un seul jour sans écouter du rock anglais tout en collectionnant avec frénésie des concerts d'anthologie; Marc Trévidic, l'ancien juge antiterroriste, avoue se ressourcer en reprenant à la guitare Alain Bashung ou Bob Dylan, sur scène ou chez lui. Octave Klaba, le fondateur d'OVH, le leader français et européen du cloud computing, n'hésite pas à faire rugir sa guitare (Red Hot Chili Peppers, Pink Floyd) pendant les grands-messes annuelles de son groupe.

Autre mordu de rock depuis son plus jeune âge : Eric Tong Cuong, 54 ans, le président de l'agence de publicité La Chose. Celui qui avait été surnommé le « Mozart de la publicité » en raison de sa frénésie créative mêlée d'arrogance, quand il dirigeait le groupe BDDP, puis avait fondé BETC Euro RSCG. Cette passion l'a d'ailleurs amené à participer à la création, en 1997, du label indépendant et « éclectique »

Naïve. Cet HEC a même présidé EMI Music France, la filiale de la major du disque britannique, de 2003 à 2004. Quark, son groupe d'électro-pop, a sorti quatre albums entre 1998 et 2010, avec, à la clé, de flatteuses critiques et une poignée de concerts dans de prestigieux festivals internationaux. « J'ai longtemps financé mes projets rocks avec l'argent gagné dans la publicité, analyse-t-il aujourd'hui. J'aurais certes aimé connaître davantage de succès publics et de reconnaissance comme mes héros, mais je ne regrette rien. Je m'enorgueillis, régulièrement, de promouvoir des groupes talentueux mais confidentiels à travers mes pubs. Je sais en revanche, et en connaissance de cause, qu'en matière de musique, il est impossible, sur le long terme, de vendre des fausses valeurs, des

### LE ROCK CHEVILLÉ AU CŒUR

Cardiologue à l'Institut Arnault Tzanck de Saint-Laurent-du-Var, près de Nice, Claude-Jean Mariottini mène une double vie. Ou presque. Une fois par mois en moyenne, cet élégant jeune quinquagénaire se produit dans une des salles de la région avec son groupe de rock « The Low Budget Men », allusion à un titre des Kinks, son groupe britannique sixties vénéré. « J'ai joué de la guitare comme un fou de 14 à 18 ans avec mon frère, puis j'ai arrêté faute de temps pendant mes études de médecine. Il y a dix ans, à l'occasion de mes 40 ans, j'ai donné un petit concert devant mes amis. La fibre est instantanément revenue », explique-t-il. Son groupe de rock est au service de l'association « 20 000 vies », qu'il a cofondée pour acheter des défibrillateurs et former aux gestes de premier secours. « Le taux de patients réanimés, de 3% sans défibrillateur, monte à 30% quand les secours en ont un », souligne le cardiologue. L'intégralité des gains des concerts est reversée à l'association. « En quelque sorte, je conjugue utilité sociale et passion. »

produits préfabriqués. Et puis, si l'on veut réussir il faut tout sacrifier... ou presque. »

Plus de soixante ans après sa naissance officielle, que les historiens font remonter à 1953 et à la sortie du hit multiplanétaire *Rock Around the Clock* (Bill Haley & his Comets), le rock peut-il continuer à incarner des valeurs de rébellion, notamment lorsqu'on exerce des responsabilités managériales ? « J'assume une part de disruption, d'attitude rock dans mon approche de l'entreprise et de mon métier de manager », plaide Denis Hennequin. « Ce n'est pas quelque chose que je mets systématiquement en avant avec mes interlocuteurs professionnels ou avec mes collaborateurs, mais j'adore en parler lorsque le sujet arrive sur la table », souligne Eric Phelippeau, 52 ans, qui a fondé et dirige le groupe de design et de communication By Agency. Batteur depuis son adolescence et membre successif de plusieurs groupes, il retrouve régulièrement « d'autres potes managers », dans un cabaret près de Montparnasse, pour jouer des reprises de soul et de R'nB avec leur groupe les Recycled.

### COSTUME NOIR AJUSTÉ ET FAN DE MÉTAL

Lorsqu'on rencontre Thomas Jamet (39 ans), petite barbe, costume noir parfaitement ajusté, cravate de la même couleur, on n'imaginerait pas non plus un seul instant que le PDG du groupe de publicité IPG Mediabrand (95 collaborateurs) est un fan absolu de métal et un incondicional du Hellfest, ce festival qui réunit depuis dix ans à Clisson, en Loire-Atlantique, des dizaines de milliers d'amateurs de hard rock et de métal sous toutes ses formes. Dans l'open space de l'agence trône une rutilante batterie, un mur du bureau de Thomas Jamet affiche les reproductions des disques cultes de deux de ses groupes préférés, Queen et Black Sabbath. « Immanquablement, mes confrères et collègues britanniques, beaucoup plus versés dans la culture rock que nous autres français, m'interpellent de manière conviviale sur mes goûts musicaux. Idem, parmi mes collaborateurs, cela crée de la connivence, de la discussion. »

Responsable du département commercial (18 collaborateurs) d'une PME spécialisée

dans la connectique et l'architecture réseau des Yvelines, Richard Marlin, 42 ans, guitariste et chanteur dans un groupe depuis de nombreuses années est lui aussi un fan de rock métal. Sans jamais porter son amour de ce rock musclé en étendard, il confesse avoir été surpris par les réactions de ses hiérarchies successives à l'évocation de cette passion, somme toute banale. « Mon premier chef était fâché que j'y consacre autant d'énergie. Il avait peur que cela me disperse dans mon activité professionnelle. Mon n + 1 dans un autre job considérait à

*l'inverse que cette activité était épanouissante, notamment pour mon "savoir-être". Il me prêtait même la voiture de fonction de la société pour mes concerts!* » Dans son entreprise actuelle, qu'il a intégrée il y a dix-huit mois, ses recruteurs n'ont pas relevé la mention « chanteur dans un groupe de rock » glissée dans son CV, lors de son entretien d'embauche. « C'est un non-événement. Certains dans mon équipe le savent, d'autres non. Personne ou presque n'a remarqué mon tatouage « métal » sur mon avant-bras gauche », s'amuse-t-il.

Quelle que soit l'attitude qu'ils adoptent ou les réactions qu'ils suscitent dans leur entourage professionnel, les managers reconnaissent, à l'unisson, la dimension dévouement de leur pratique du rock. Arrivé à Nantes depuis Paris il y a six ans, Thierry Plet, 49 ans, a monté son cabinet d'évaluation des compétences il y a trois ans. Tous les lundis soir, ce guitariste fan de blues rock et les trois autres acolytes de son groupe, « dont un jeune collègue de 24 ans », louent un studio de répétition pendant quatre heures. « C'est une

LEURS DISQUES DE CHEVET

**Denis Hennequin, associé chez Cojean, ancien PDG de McDonald's France et Accor**

« London Calling », The Clash (1979)

« Ce disque accompagne ma vie de fan de rock depuis sa sortie. Sa calligraphie évoque le premier album d'Elvis, un clin d'œil au rock des origines. "London Calling" fourmille d'influences jubilatoires (ska, pop, jazz rockabilly), sa dimension de révolte politique et sociale étant particulièrement prémonitoire. »

**Éric Phelippeau, Directeur général du groupe de design et de communication By Agency**

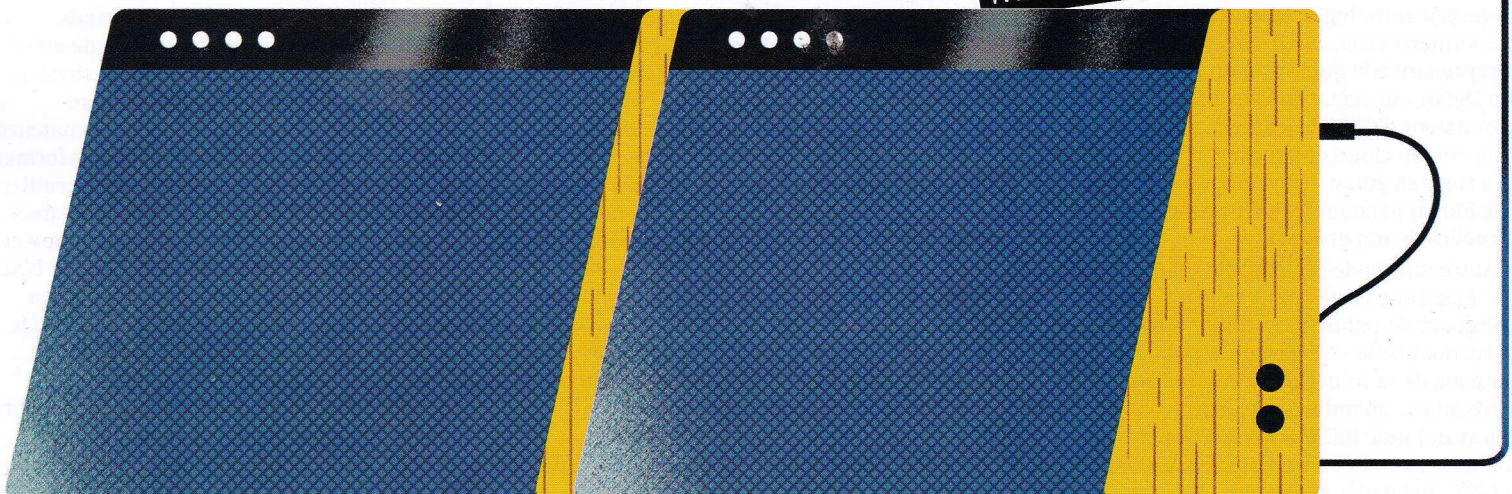
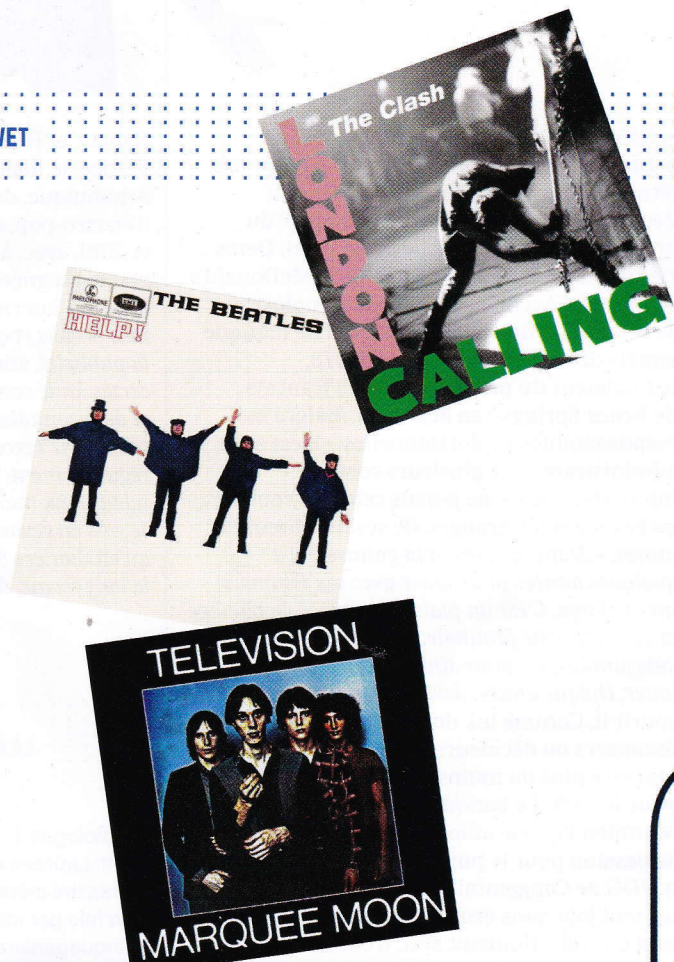
« Help », The Beatles (1965)

« C'est le premier disque que j'ai volé à mon frère... Les Beatles n'ont jamais cessé de nourrir mon univers musical. En tant que batteur, Ringo Starr demeure l'un de mes modèles absolus. Les « 4 garçons dans le vent » avaient parfaitement saisi l'art de l'identité sonore. »

**Éric Tong Cuong, PDG du groupe de publicité La Chose, cofondateur du label Naïve.**

« Marquee Moon », Television (1977)

« Je l'écoutais en boucle, adolescent. Le jeu de guitare est bouleversant, la rythmique d'une incroyable dynamique. La filiation s'inscrit en droite ligne avec le Velvet Underground, Patti Smith ou Neil Young. Je joue certains morceaux de cet album magistral à la guitare avec mon fils devenu fan aussi... mais qui le joue bien mieux! »





évasion totale. J'ai l'impression de quitter la Terre. Confiné dans notre studio, nous nous sentons décalés de l'activité humaine. Cela crée une bulle d'énergie dans laquelle nous nous auto-alimentons. Chacun vient avec son vécu de la journée, gai ou triste, stressant ou euphorique», analyse-t-il. Pour Thierry et les membres de son «band», l'objectif de l'année est clairement défini : la Fête de la musique, ce 21 juin, où ils joueront des reprises jusqu'au bout de la nuit. «L'an prochain, j'essaierai de jouer mes propres compositions», assure-t-il.

Même sentiment d'exutoire pour Damien Hasbroucq, 46 ans, directeur général adjoint de l'association Promotelec (solutions pour le bâtiment et l'habitat) qui a travaillé plusieurs années dans l'industrie musicale. Diplômé en percussions du conservatoire régional de Rueil-Malmaison (92), il a longtemps joué dans des groupes comme batteur, avant «de se consacrer à sa famille, question de priorité». Dès qu'il a un instant, il fait ses

gammes sur l'une de ses deux batteries et joue avec ses deux jeunes enfants (piano et batterie) à qui il a transmis le virus de la musique. «Je m'inscris clairement dans une logique de transmission. Je leur explique que la musique est une porte ouverte sur les autres et comme l'entreprise, elle ne supporte pas l'approximation. Autrement dit le travail bien fait est sacré.»

#### UNE ÉNERGIE POSITIVE POUR L'ENTREPRISE

Si l'analogie de la dynamique de groupe entreprise et formation musicale, semble particulièrement pertinente pour la plupart des managers rockers, certains revendiquent même une interpénétration en termes de créativité et d'innovation. Responsable développement et marketing du Fonds d'action sociale du travail temporaire (FASTT), Jean-Marc Soulodre, 48 ans, est intimement persuadé que l'énergie positive qu'il insuffle dans le projet Lemon Pee – le groupe qu'il a formé en 2012 à Paris, dont il est le leader et

guitariste –, lui est largement profitable pour son activité professionnelle. «La gestion de mon groupe est, en quelque sorte, mon deuxième boulot. Je m'occupe de toute la dimension commerciale, communication, réseaux sociaux, recherche de salles de concert... Pour sortir notre deuxième disque, j'ai conçu et animé, avec succès, une campagne de crowdfunding. Cette activité nourrit mon job de marketeur et vice-versa.» De même, l'assurance accumulée à jouer devant des centaines de spectateurs a généré de la confiance en soi chez ce fan de «glam pop» et de «pop wave». Il y a quelques mois, il a accepté la proposition de son n + 1 d'animer un gros séminaire au sein de son organisation. «J'aurais certainement dit non il y a quelques années. Là, j'ai accepté. À l'issue de l'événement, toute ma hiérarchie avait le sourire aux lèvres...» Alors oui, définitivement, le rock adoucit les mœurs! ●

Plus d'infos sur [www.lesechos.fr/we](http://www.lesechos.fr/we)